

การพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า ในกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว
อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทราสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
Development for Value Addition of Loincloth Products to Creative
Economy of Women Sewing Group at Ban Nayao Village,
Sanam Chai Khet District, Chachoengsao Province

อารียา บุญทวี¹/จินดา เนื่องจำนงค์²
Areeya Boonthawee¹/Jinda Nuangjumnong²

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาวิชาการพัฒนาลังคม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

¹Assistant Professor. Social Development, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Rajabhat Rajanagarindra University

²ดร. สาขาวิชาทัศนศิลป์และมัลติมีเดียอาร์ต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

²Dr., Visual and Media Arts, Faculty of Humanities and Social Sciences,
Rajabhat Rajanagarindra University

Corresponding author Email : Email : Areeyaboon2515@gmail.com, jinsilp1967@gmail.com

(Received: 20 January, 2022, Revised: 5 March, 2022, Accepted: 17 May, 2022)

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าในกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เครื่องมือวิจัย ได้แก่ การสังเกตแบบมีส่วนร่วม แบบสัมภาษณ์เจาะลึก และประเด็นประชุมอภิปรายกลุ่ม ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์ข้อมูลเนื้อหา นำเสนอในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ ผลการวิจัยพบว่า 1) แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา ควรเพิ่มทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายลายผ้าขาวม้าให้กับสมาชิกของกลุ่มให้สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น หมอนรองคอ เสื้อผ้าวัยรุ่น ฯลฯ นอกจากนี้ควรนำเทคโนโลยีมาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สำหรับการทำตลาดออนไลน์ รวมถึงการจัดประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายลายผ้าขาวม้า ตลอดจนการออกแบบกล่องใส่ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า 2) การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าในกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาวสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้ร่วมกับสาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ใส่ผ้าขาวม้า โดยนำช้างไพรเป็นสัญลักษณ์ และนำสีม่วงมาใช้ ซึ่งเป็นตามวันพระราชสมภพของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี รวมทั้งได้เชิญวิทยากรอบรมเชิงปฏิบัติการจัดทำหมอนรองคอผ้าขาวม้ารูปช้างให้เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม นำไปสู่การส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น และการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้เกิดการพึ่งพาตนเองตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง

คำสำคัญ : การสร้างมูลค่าเพิ่ม ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า กลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว

Abstract

The objectives of this research were to develop a guideline on loincloth products by the women sewing group at Ban Nayao Village, Sanam Chai Khet District, Chachoengsao Province and to gain the value addition of loincloth products to creative economy among the members of women sewing group at Ban Nayao Village. Research instruments were participant observation, in-depth interviews, and focus group. The qualitative data analysis was done through content analysis and was presented in descriptive analysis approach. From the purposive sampling of the women sewing group at Ban Nayao Village, the research resulted in a guideline on loincloth products and packaging by the select group and value addition. Concerning the first, it is found that experts are needed for enhancing the fashion design skills and the creation of new types of products. Know-how of public relation and online marketing and the industrial design contests is also necessary. As for the value creation, Center for Arts, Culture and Locality (CACL) and the Department of Product Design, Faculty of Industrial Technology, Rajabhat Rajanagarindra University, had provided a design for the product box. This box is in purple, the birthday color of H.R.H. Princess Maha Chakri Sirindhorn, and features the image of a wild elephant. Moreover, the experts were invited to host a workshop to demonstrate how to make the elephant-neck pillow, an example of a new unique product. The unique product creation led to the promotion of local wisdom and its value creation. It encourages the creative economy as well as local self-dependence according to the philosophy of sufficiency economy.

Keywords : value creation, loincloth product, women sewing group at Ban Nayao Village

บทนำ

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ แนวคิดที่มีวิวัฒนาการจากแนวคิดเศรษฐกิจบนฐานความรู้ (Knowledge – based economy) พร้อมด้วยมิติการพัฒนาเป็นการใช้ความคิดใหม่ ๆ การใช้ภูมิปัญญาศิลปะ วัฒนธรรม ทูทางวัฒนธรรม ทูทางภูมิปัญญาในการสร้างสรรค์งาน เกิดมูลค่าเพิ่มทางผลิตภัณฑ์ ด้วยความคิดสร้างสรรค์ อันนำไปสู่การใช้ทรัพยากรทางปัญญา รวมทั้งนำเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ ๆ มาสร้างความเข้มแข็งให้กับสังคม และเศรษฐกิจ ซึ่งการพัฒนาประเทศไทย ภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กำหนดให้มีการผสมผสานกับวัฒนธรรมไทย นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560 : 13-14)

ผ้าไทย ถือเป็นศิลปหัตถกรรมมรดกทางวัฒนธรรมอันล้ำค่าที่ควรอนุรักษ์ไว้ ซึ่งเป็นการแสดงภูมิปัญญาของคนในแต่ละท้องถิ่นแฝงด้วยความผูกพันที่เชื่อมโยงวิถีชีวิต ความเชื่อและพิธีกรรม โดยมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากอดีตถึงปัจจุบัน ทั้งในรูปแบบลวดลายและกรรมวิธีในการผลิตผ้าทอ มีความแตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น โดยมีการสอดแทรกภูมิปัญญาศิลปะ วัฒนธรรม รวมทั้งวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของกลุ่มคนที่แสดงผ่านทางลวดลายและเส้นสีผ้าที่สอดแทรกความเชื่อ ประเพณี อันเป็นรากฐานทางศิลปะ วัฒนธรรม ของกลุ่มชาติพันธุ์ใน

แต่ละภูมิภาค (จรัสพิมพ์ วังเย็น, 2556: 1) อย่างไรก็ตาม การทอผ้าแต่ละภูมิภาค แต่ละท้องถิ่น ถือเป็นภูมิปัญญาที่ทรงคุณค่า และมีเอกลักษณ์แสดงออกถึงอัตลักษณ์ วิถีชีวิตของคน สามารถนำมาสร้างสรรค์ออกแบบตัดเย็บได้หลายรูปแบบ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถพระบรมราชชนนีพันปีหลวง ทรงอนุรักษ์ผ้าไทย ทำให้ผ้าไทยคงอยู่คู่แผ่นดิน ผ้าไทยจึงเป็นมรดกทางภูมิปัญญาที่ทำให้เกิดความภาคภูมิใจ สร้างชื่อเสียงให้กับประเทศไทย

บ้านนายาว (เดิมอยู่ในหมู่ที่ 15 ต่อมาประชาชนย้ายเข้ามาอยู่เป็นจำนวนมาก จึงได้แยกหมู่บ้านมาเป็นบ้านนางาม หมู่ที่ 19 ในปัจจุบัน) ตำบลท่ากระดาน อำเภอสนมชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา ประชาชนส่วนใหญ่อพยพมาจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ประกอบอาชีพการเกษตร ทอผ้าฝ้าย ผ้าขาวม้า หลังจากฤดูเก็บเกี่ยวผลผลิตทางเกษตร สุภาพสตรีได้มีการรวมกลุ่มเพื่อประกอบอาชีพทอผ้า ได้แก่ การทอผ้าขาวม้า มีสมาชิกกลุ่มจำนวน 22 คน และกลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้า โดยเริ่มตั้งกลุ่มเมื่อปี พ.ศ. 2541 ในปี พ.ศ. 2545 ได้มีโครงการพระราชดำรินิสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี ให้คำแนะนำจัดตั้ง “กลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว” เป็นกลุ่มอาชีพในโครงการพระราชดำริฯ ทางกลุ่มได้ตัดชุดนักเรียนพระราชทาน นอกจากนี้ทางกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้ามาแปรรูปเสื้อเชิ้ต กระเป๋าเป้ กระเป๋าสะพาย กล้องกระดาดทิชชู กระเป๋าใส่สตาลูรูปหน้าสัตว์ต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์เสื้อพวงหลัง หมวกปีกกว้าง เป็นต้น โดยทางกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว ได้รับการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าส่งที่ร้านภูฟ้า ผ้าขาวม้า สามารถนำมาสร้างสรรค์เชิงธุรกิจสร้างสรรค์ให้กับชุมชน จากการลงพื้นที่สำรวจปัญหาและความต้องการของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาวพบว่า กลุ่มมีปัญหาในการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าให้ทันสมัย เพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาด การขาดวิทยากรถ่ายทอดความรู้ในการตัดเย็บผ้า และการแพร่ระบาดของโรคติดต่อเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ทำให้อุตสาหกรรมผลิตผลิตภัณฑ์ลดลง ด้วยเหตุนี้การทำให้ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน ดำรงอยู่ในสังคมจำเป็นต้องต่อยอดผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อดึงดูดความสนใจและความต้องการซื้อของลูกค้า ในการนี้ การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ต้องอาศัยความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ ที่ได้จากการศึกษา การสำรวจความต้องการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มสามารถทำได้ 4 กรณี คือ 1) คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ 2) คุณค่าด้านบริการ 3) คุณค่าด้านบุคลากร 4) คุณค่าด้านภาพลักษณ์ ทั้งนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะให้ตรงกับความต้องการของการตลาดเป็นสิ่งจำเป็นในการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น นำไปสู่การสร้างรายได้ให้กับชุมชน (สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และปิยวัน เพชรหมี่, 2560 : 63-64)

ดังนั้น ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว โดยบูรณาการการทำงานกับศูนย์ศิลปะ วัฒนธรรมและท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ สาขาวิชาทัศนศิลป์และมีเดียอาร์ต คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม วางแผนขับเคลื่อน ในการนำผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้ามาพัฒนาปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของกลุ่ม ทำให้ผลิตภัณฑ์สร้างคุณค่าทางศิลปะ วัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้ามีความหลากหลาย นำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจสังคม วัฒนธรรม ของชุมชนแบบมีส่วนร่วมตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579) ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว อำเภอสนมชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา
2. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าในกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว สู่วิสาหกิจสร้างสรรค์

ขอบเขตการวิจัย

ในการดำเนินการวิจัย ได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาปัญหาและความต้องการของกลุ่ม ศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าและการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าในกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาวสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ กลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว ตำบลท่ากระดาน อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา
3. ขอบเขตด้านเวลา ดำเนินการศึกษาระหว่างเดือนมิถุนายน 2563 - พฤษภาคม 2564

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก การประชุมกลุ่มย่อย และการประชุมเชิงปฏิบัติการ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ศึกษา สืบค้นและรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิในประเด็น ประวัติความเป็นมาของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว สภาพการบริหารจัดการของกลุ่ม การดำเนินงานของกลุ่ม ตลอดจนข้อมูลเบื้องต้นของพื้นที่การศึกษา
2. จัดประชุมกลุ่มย่อย ระดมความคิดเห็น การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนิน (SWOT Analysis) ของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว หมู่ที่ 19 บ้านนายาว ตำบลท่ากระดาน อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อนำมากำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา
3. สัมภาษณ์เจาะลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) ประธานกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา และประธานทอผ้าบ้านนางาม และได้สังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ในการตัดเย็บผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non Participant Observation) ในการทอผ้าขาวม้า
4. จัดอบรมเชิงปฏิบัติการ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า ตามความต้องการของกลุ่มที่เคยได้ระดมความคิดเห็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า วันที่ 18-19 กุมภาพันธ์ 2564 ณ กลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว ตำบลท่ากระดาน อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย สมาชิกในกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 20 คน ร่วมกับผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้านและภาคีที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย หัวหน้าส่วนราชการ ได้แก่ พัฒนาการอำเภอสนามชัยเขต ผู้อำนวยการศูนย์ศิลปะ วัฒนธรรมและท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา นักพัฒนาชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลท่ากระดาน จำนวน 3 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย

1. แบบสัมภาษณ์ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth-interview) เกี่ยวกับรูปแบบและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า ในกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายนาว
2. แนวคำถามเพื่อใช้ในการประชุมกลุ่มย่อยในการหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายนาว อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา
3. การสังเกต (Observation) โดยสังเกตสภาพทั่วไปของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายนาว ผลิตภัณฑ์ที่ส่งต่อจากผ้าขาวม้า กลุ่มทอผ้าขาวม้าทอมือบ้านนางาม เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายนาว

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth-interview) เป็นการสัมภาษณ์ที่ไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interviews) เพื่อใช้สัมภาษณ์กลุ่มผู้รู้ (Key informants) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual informants) ประเด็นเรื่องความเป็นมาของกลุ่ม การบริหารจัดการกลุ่ม รูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า เพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. การสังเกต (Observation) ประกอบด้วย
 - 2.1 สังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation) โดยผู้วิจัยเข้าไปในชุมชน ไปพบประธานกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายนาว และได้แจ้งถึงวัตถุประสงค์ในการทำวิจัย และได้เข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า
 - 2.2 สังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non participant observation) โดยเข้าไปสังเกตสภาพทั่วไปภายในพื้นที่การทำวิจัย เข้าไปศึกษาวิถีชีวิตภูมิปัญญาท้องถิ่น การทอผ้า การตัดเย็บผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า
3. การสนทนากลุ่ม (Focused group) จัดให้มีการสนทนากลุ่ม เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น วิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินการ (SWOT analysis) นำไปสู่การกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า และรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าไปสู่เอกลักษณ์ของชุมชน
4. ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary study) ข้อมูลเอกสารได้จากผู้นำในชุมชน ได้แก่ ประวัติหมู่บ้าน บริบทตำบล ประวัติความเป็นมาของการตั้งกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายนาว

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลกับการวิเคราะห์ข้อมูลดำเนินการไปพร้อม ๆ กัน โดยมีการตรวจสอบในความตรงกันของข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษานำเสนอในรูปแบบการพรรณนาเชิงวิเคราะห์ (Descriptive analysis) การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างด้วยกระบวนการประชุมตามประเด็นสนใจแบบมีส่วนร่วม (Focus group) เป็นกระบวนการนำเอาความคิด ความรู้ ประสบการณ์ภูมิปัญญาต่าง ๆ ของผู้เข้าร่วมประชุมมาแสดงความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อให้เกิดการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินการ (SWOT analysis) ของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายนาว สภาพปัญหาความต้องการแนวทางในการพัฒนากลุ่มและรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า โดยข้อมูลต่าง ๆ ที่รวบรวมได้มาประมวลผลในรูปแบบของการพรรณนาเพื่อนำมาประกอบการอภิปรายผลการศึกษา มีการวิเคราะห์แก่นสาร (Thematic analysis) รวมทั้งตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลอีกครั้งโดยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Methodological

Triangulation) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความถูกต้องตรงประเด็น (Validity) หรือเป็น “ความไว้วางใจได้” (Dependability) และมีความเชื่อถือได้ (Reliability) ของข้อมูลก่อนนำมาวิเคราะห์ ตีความและสรุปผล (สุภางค์ จันทวนิช, 2543 : 129-131)

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มตัดเย็บบ้านนายาว อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา และเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งผู้วิจัยได้ใช้เทคนิคปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินการ (SWOT analysis) มาวิเคราะห์กลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว การสัมภาษณ์เจาะลึกและการจัดประชุมอภิปรายกลุ่ม (Focus group) ผลการวิจัยพบว่า

1. ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินการ (SWOT analysis) ของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว โดยใช้เทคนิค (SWOT analysis) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค ได้ดังนี้

1.1 จุดแข็ง: สามารถนำผ้าขาวม้าทอมือมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลายชนิด มีการทำบัญชีรายรับ-รายจ่าย ของกลุ่มตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้แก่ ร้านภูฟ้า ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าได้คุณภาพตามมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ OTOP (หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ระดับ 3 ดาว) รวมทั้งได้รับรางวัลสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยระดับชาติ ปี 2562 จากผลิตภัณฑ์ กระเป๋าเป้ช้างไพร่ กล้องใส่กระดาษชำระรูปช้าง (กล้องกระดาษทิชชู) และพวงกุญแจรูปช้าง

1.2 จุดอ่อน: สถานที่ตั้งกลุ่มอยู่ไกล จึงไม่สะดวกในการไปออกร้านในการแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าเนื่องจากการเดินทางมีค่าใช้จ่ายสูง ขาดการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าให้มีความทันสมัยเป็นที่ต้องการของกลุ่มวัยรุ่น นอกจากนี้เยาวชนรุ่นใหม่ ไม่ให้ความสนใจการตัดเย็บผ้าทำให้ขาดการสานต่อในการทำผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

1.3 โอกาส: กลุ่มได้รับความอุปถัมภ์จากโครงการพระราชดำริของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และกลุ่มอยู่ในความดูแลของโรงเรียนตำรวจตระเวนชายแดน รวมทั้งสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสนามชัยเขต สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา และสำนักงานเหล่ากาชาดจังหวัดฉะเชิงเทราให้การสนับสนุน

1.4 อุปสรรค: การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ส่งผลต่อยอดขายผลิตภัณฑ์ทำให้ยอดขายลดลงและไม่สามารถจัดส่งผลิตภัณฑ์ได้ตามปกติ ทั้งนี้กลุ่มขาดการนำเทคโนโลยีมาทำการตลาดในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

2. แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา สรุปได้ดังนี้

2.1 อบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบผ้าฝ้ายลายผ้าขาวม้าในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การตัดเย็บเสื้อผ้า วัยรุ่น หมอนรองคอ

2.2 การประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายลาย ผ้าขาวม้า โดยใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น การทำตลาดออนไลน์ (Online Marketing) การไลฟ์สด เพจเฟซบุ๊ก

2.3 การจัดประกวดออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายลายผ้าขาวม้า โดยให้นักศึกษาและเยาวชนเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากชุมชน

2.4 การออกแบบกล่องใส่ผ้าขาวม้าโดยใช้สัญลักษณ์เป็นรูปช้างไพร่สีม่วงตามสีวันพระราชสมภพของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ นำไปสู่เอกลักษณ์ของชุมชน มีดังนี้

3.1 กลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา ได้นำช้างมาเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่ม เนื่องจากในพื้นที่อำเภอสนามชัยเขต อำเภอท่าตะเกียบ มีช้างเข้าไปทำลายผลผลิตทางการเกษตร ในปี พ.ศ. 2536 สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ได้ทรงพระราชดำริโครงการอนุรักษ์ทรัพยากรป่าไม้ และสัตว์ป่าในพื้นที่ป่ารอยต่อ 5 จังหวัด ได้แก่ สระแก้ว จันทบุรี ระยอง ชลบุรี และฉะเชิงเทรา ดังนั้น กลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว จึงได้นำช้างมาเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่ม “มีการตั้งชื่อว่า ช้างไพร่” และใช้สีของช้างเป็นสีม่วงตามสีวันพระราชสมภพของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เป็นการเทิดพระเกียรติพระองค์ท่าน ผู้ทรงอุปถัมภ์และแนะนำการจัดตั้งกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว

3.2 สำหรับความต้องการของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการประชุมอภิปรายกลุ่ม วันที่ 15 มิถุนายน 2563 ณ กลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว กลุ่มมีความต้องการให้ออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ใส่ผ้าขาวม้า เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ และเชิญวิทยากรมาอบรมเชิงปฏิบัติการการทำหมอนรองคอรูปช้าง ดังนั้นศูนย์ศิลปะ วัฒนธรรมและท้องถิ่น ได้นำความต้องการของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว มาออกแบบผลิตภัณฑ์ กล่องใส่ผ้าฝ้ายลายผ้าขาวม้า เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า โดยเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์วิชาญ ตอธรรมรัมย์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ มาประชุมวางแผนในการออกแบบกล่องใส่ผ้าฝ้ายลายผ้าขาวม้าตามความต้องการของกลุ่มให้ออกแบบกล่องสีม่วงสีประจำวันพระราชสมภพของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี องค์อุปถัมภ์กลุ่ม และให้มีสัญลักษณ์เป็นช้างไพร่ โดยให้อาจารย์ช่วยออกแบบ เพื่อเป็นการรับโชค รับทรัพย์



ภาพที่ 1 กล่องใส่ผ้าฝ้ายลายผ้าขาวม้า โดยใช้สัญลักษณ์ช้างไพร่
ที่มา : ศูนย์ศิลปะ วัฒนธรรมและท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

3.3 ศูนย์ศิลปะ วัฒนธรรมและท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ ประสานกับกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว โดยนำความต้องการของกลุ่มในการเชิญวิทยากรมาอบรมการทำหมอนรองคอผ้าขาวม้า เป็นรูปช้าง ตามสัญลักษณ์ของกลุ่ม ทั้งนี้ได้จัดโครงการบริการวิชาการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น

ผ้าไทยในจังหวัดฉะเชิงเทรา เพื่อนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประจำปีงบประมาณ 2564 ในวันที่ 18-19 กุมภาพันธ์ 2564 ณ อาคารกลุ่มสตรี ตัดเย็บบ้านนายาว มีประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว เข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 25 คน ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มสู่การสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ หมอนรองคอรูปช้าง ที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม โดยได้นำช้างมาเป็นสัญลักษณ์ ทั้งนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น พร้อมทั้งมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด นำไปสู่การรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น และการสร้างรายได้ให้กับกลุ่ม นอกจากนี้ยังทำให้กลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า ในปี 2564 เป็นเงิน 20,000 บาทต่อเดือน ซึ่งก่อนสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) กลุ่มมีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นเงิน 40,000-50,000 บาทต่อเดือน



ภาพที่ 2 วิทยากรมาอบรมการทำหมอนรองคอรูปช้าง ให้กับกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายาว
ที่มา : ศูนย์ศิลปะ วัฒนธรรมและท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

อภิปรายผล

1. การวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อการดำเนินการ (SWOT analysis) ของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายนาว ผลการวิจัยพบว่า

จุดแข็ง ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทางกลุ่มสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าได้หลายชนิด มีร้านภูฟ้ารับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปจำหน่ายให้แก่ลูกค้า และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับรางวัลสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

จุดอ่อน กลุ่มยังขาดการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าให้มีความทันสมัย เป็นที่ต้องการของกลุ่มวัยรุ่น รวมทั้งเยาวชนรุ่นใหม่ไม่ให้ความสนใจการตัดเย็บผ้า จึงทำให้ขาดการสานต่อในการทำผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่ม ทั้งนี้ พลลภา ปิติสันต์ (2561: 18-19) กล่าวว่า การสร้างคุณค่าให้กับชุมชนท้องถิ่น ชาวบ้านในชุมชนควรให้ความสำคัญกับการปรับเปลี่ยนและพัฒนาเทคโนโลยีท้องถิ่น ทั้งนี้สามารถทำได้โดยอาศัยการเรียนรู้จากหน่วยงานต่าง ๆ รวมไปถึงจากพันธมิตร เช่น คู่ค้าและลูกค้าได้ด้วย

โอกาส กลุ่มได้รับความอุปถัมภ์จากโครงการพระราชดำริของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี รวมทั้งมีหน่วยงานราชการเข้าไปสนับสนุนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสนามชัยเขต สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดฉะเชิงเทรา โรงพยาบาลพระมงกุฎเกล้า และศูนย์ศิลปะ วัฒนธรรมและท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์ จังหวัดฉะเชิงเทรา

อุปสรรค การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Covid-19) ทำให้ยอดขายลดลง ขาดการนำเทคโนโลยีมาประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาด ทั้งนี้ จรัสพิมพ์ วังเย็น และคณะ (2556) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าโดยใช้แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอวารินฉิมพลี จังหวัดสกลนคร ผลการศึกษาพบว่า ภูมิปัญญาผ้าขาวม้ามีการถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น จากการผลิตเพื่อใช้สอยภายในครัวเรือน จึงมีรูปแบบลวดลาย และการใช้สีตามวัสดุที่หาได้จากท้องถิ่น เมื่อนำมาออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มเสื้อผ้าจึงจำเป็นต้องใช้เทคนิคในตัดต่อผ้าและการประยุกต์และการจัดวางลวดลายของผ้าขาวม้า เพื่อให้มีรูปแบบลวดลายที่น่าสนใจและเหมาะกับแนวโน้มแฟชั่น โดยมีการนำผ้าขาวม้ามาตัดชุดทำงาน สุภาพสตรี เพื่อเป็นการส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชน ณริชชอร์ ศรีทอง (2558: 161-162) กล่าวว่า องค์ประกอบของทุนทางสังคมประกอบด้วย (1) กระบวนการเรียนรู้ คือ การส่งเสริมแสวงหาความรู้ และความร่วมมือกันของสมาชิกในสังคม (2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ ความสามารถในการพึ่งตนเอง การอยู่ร่วมกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีความสุข รวมทั้งการรู้จักแบ่งปัน ระหว่างสมาชิกในสังคม (3) คน คือ เป็นสมาชิกในสังคม ได้แก่ เป็นผู้ที่มีทักษะในการประกอบอาชีพ และการดำรงชีวิตอยู่ในสังคม (4) จิตใจของคน คือ ต้องมีความเข้มแข็ง มีความรับผิดชอบต่อชุมชนและสังคม (5) กองทุนและการระดมทุนในชุมชน หรือในสังคมเพื่อเป็นปัจจัยพื้นฐานในการทำกิจกรรมร่วมกันในชุมชน โดยความรู้สึกรักความเป็นชุมชน นำไปสู่การกระตือรือร้นที่จะเข้าร่วมในกิจกรรมส่วนรวมด้วยความเต็มใจ

2. แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า ของกลุ่มสตรีตัดเย็บบ้านนายนาว อำเภอสนามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา

ควรพัฒนาขีดความสามารถเกี่ยวกับการออกแบบผ้าฝ้ายลายผ้าขาวม้า ในรูปแบบต่าง ๆ เช่น การตัดเย็บเสื้อผ้าวัยรุ่น หมอนรองคอ การส่งเสริมให้นำเทคโนโลยีประชาสัมพันธ์ โดยการตลาดออนไลน์ ควรมีการจัดประกวดการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายลายผ้าขาวม้า รวมทั้งมีการออกแบบกล่องใส่ผ้าขาวม้า เพื่อนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดย โชติ บดีรัฐ และคณะ (2563) ทำวิจัยเรื่อง การสร้าง

มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาผ้าขึ้นดินจกชุมชนบ้านสำราญราษฎร์ ตำบลไทยชนะศึก อำเภอกู่เหล็ก จังหวัดสุโขทัย ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าขึ้นดินจกพบว่า หน่วยงานของรัฐควรมีส่วนช่วยสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ ทั้งนี้ ได้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าขึ้นดินจก ได้แก่ กระเป๋าย่อมสะพาย เช่นเดียวกับ วัชรวิศา สมเกียรติกุล และกมล เรืองเดช (2563) ได้ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวหอมไชยาพันธุ์พื้นเมือง ในอำเภอยะยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ต้องมีเยื่อสินค้า ตราสินค้า ที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม การแปรรูปผลิตภัณฑ์ ควรมีความหลากหลาย เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มภูมิปัญญาท้องถิ่น รวมทั้งการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์โดยใช้ช่องทางออนไลน์

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์นำไปสู่เอกลักษณ์ของชุมชน

ออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ใส่ผ้าผ่ายลายผ้าขาวม้า โดยนำช้างไพรเป็นสัญลักษณ์ และนำสีม่วงมาใช้ ซึ่งเป็นตามวันพระราชสมภพของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และอบรมเชิงปฏิบัติการจัดทำหมอนรองคอผ้าขาวม้ารูปช้างให้เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไทยของชุมชนสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่นเดียวกับภัทริศา ผลงาม ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาผ้าขาวม้าในจังหวัดเลย สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (2562) พบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอในกลุ่มผ้าขาวม้า โดยออกแบบลายผ้าขาวม้า คือ ลายเพชรน้ำขาว ที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ส่วนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ได้แก่ เครื่องแต่งกาย ของใช้ในบ้าน โรงแรม และสำนักงาน ของใช้บนโต๊ะอาหาร ของตกแต่งบ้าน โรงแรม สำนักงาน และของที่ระลึก รวมทั้งการทำบรรจุภัณฑ์เป็นกลุ่มพลาสติกแข็ง เพื่อให้สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ รูปร่าง สี สัน ได้อย่างชัดเจน รวมทั้ง เติบชาย ช่วยบำรุง (2554: 66) ให้แนวคิดที่ว่า เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความสร้างสรรค์ผลงานบนฐานภูมิปัญญา เป็นส่วนสำคัญทำให้เกิดความรัก ความผูกพันและความภูมิใจในชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ศูนย์ศิลปะ วัฒนธรรมและท้องถิ่น ควรจัดโครงการบริการวิชาการอบรมการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าอย่างต่อเนื่อง และมีการติดตามโครงการที่อบรมเป็นระยะเพื่อให้เกิดการพัฒนาและทำให้ทราบถึงปัญหาอุปสรรคของกลุ่มสตรีตำบลบ้านยาว

2. ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าให้มีความหลากหลาย และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า ควรสนับสนุนกลุ่มสตรีตำบลบ้านยาว ให้ได้รับความรู้เพิ่มเติมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาด ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. กลยุทธ์การพัฒนาของกลุ่มสตรีตำบลบ้านยาว เพื่อเพิ่มศักยภาพทางการตลาดออนไลน์
2. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ จากผ้าขาวม้า อำเภอสยามชัยเขต จังหวัดฉะเชิงเทรา

เอกสารอ้างอิง

- จรัสพิมพ์ วังเย็น และคณะ. (2556). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าโดยใช้แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นกับแนวคิดการออกแบบแฟชั่นเพื่อพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอมโนรณนิเวศ จังหวัดสกลนคร. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2564, จาก <https://repository.rmutp.ac.th>
- โชติ บดีรัฐ และคณะ. (2563). การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาผ้าขึ้นดินจกจากชุมชนบ้านสำราญราษฎร์ ตำบลไทยชนะศึก อำเภอดงหลวง จังหวัดสุโขทัย. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2564, จาก <https://so03.tci-thaijo.org>
- ณรัชชอร์ ศรีทอง. (2558). กระบวนการสร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2554). ภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- พัลลภา ปิตินันต์. (2561). การสร้างคุณค่าให้กับชุมชน (ท้องถิ่น) ด้วยเศรษฐกิจพอเพียง. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- ภัทรธิดา ผลงาม. (2562). การสร้างมูลค่าเพิ่มจากภูมิปัญญาผ้าขาวม้าในจังหวัดเลยสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก <https://so04.tci-thaijo.org>
- วรศรา สมเกียรติกุล และกมล เรืองเดช. (2563). การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับข้าวหอมไชยาพันธุ์พื้นเมือง ในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. สืบค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2565, จาก <https://so05.tci-thaijo.org>
- สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และปิยวัน เพชรหมี่. (2560). การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น : กรณีศึกษาผ้าทอลายโบราณ. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2564, จาก <https://www.journal.nu.ac.th>
- สุภาภรณ์ จันทวานิช. 2543. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ.2560-2564. สืบค้นเมื่อ 29 มกราคม 2564, จาก https://www.nesdc.go.th/ewt_news.php?nid=6420&filename=develop_issue