

การพัฒนาศักยภาพชุมชนยั่งยืนการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น
“ผ้าไหมพื้นเมือง” บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง
และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนจังหวัดชัยภูมิ*
DEVELOPMENT TO SUSTAINABLE COMMUNITY POTENTIAL OF
LOCAL WISDOMS PRODUCTIVE “NATIVE SILK” BASED ON
SUFFICIENCY ECONOMY & CREATIVE ECONOMY
OF CHAIYAPHUM PROVINCE COMMUNITIES

ลักขณา สุขใส

Luckhana Suksai

สุทธิพงษ์ หกสุวรรณ

Sutthipong Hoksuan

ศิริพร พึ่งเพชร

Siriporn Phungphet

พรชัย เจดามาน

Pornchai Jedaman

มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

Chaiyaphum Rajabhat University, Thailand

E-mail: luckhana.su@cpru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ บริบทวัฒนธรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง” ของชุมชนจังหวัดชัยภูมิ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ “ผ้าไหมพื้นเมือง” 3) ศึกษาผลสำเร็จศักยภาพชุมชนยั่งยืน และ 4) ศึกษาแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ “ผ้าไหมพื้นเมือง” ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 7 คน และกลุ่มเป้าหมาย 3 ชุมชนจำนวนทั้งหมด 75 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 1) แบบสัมภาษณ์ 2) แบบสอบถามมีค่าดัชนีความเที่ยงตรง 0.80 วิเคราะห์เนื้อหาแบบสามเส้า สถิติพื้นฐานและวิเคราะห์ความแปรปรวนผลการวิจัยพบว่า 1) บริบทวัฒนธรรมเป็นการผลิตผ้าไหมที่ยึดเอกลักษณ์เดิมทั้งด้านวิธีการและลวดลาย 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการผลิตบนฐานการใช้องค์ความรู้ของชุมชนแบบมีส่วนร่วมเพื่อการสร้างสรรคงานและประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาวัฒนธรรมเพื่อการผลิต ในการสร้างเอกลักษณ์ 3) ผลสำเร็จต่อการพัฒนาศักยภาพชุมชนยั่งยืน ได้เอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

* Received 17 December 2020; Revised 20 June 2021; Accepted 27 June 2021



“ลายละมั่ง”ที่ใช้แนวคิดการทอผ้าไหมลายหมี่คั่นขอนารี และเป็นที่ต้องการของผู้ใช้ในชุมชนและผู้ที่สนใจ 4) แนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมพื้นเมืองหมี่คั่นลายละมั่ง แบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ผลิตภัณฑ์ควรพัฒนาผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคให้มีความทันสมัยมากขึ้น สร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่สะดุดตาผู้บริโภค 2) ราคาผลิตภัณฑ์ควรมีหลากหลายราคาเพื่อให้ผู้บริโภคมีตัวเลือกที่หลากหลาย 3) ช่องทางการจัดจำหน่ายควรให้ความสำคัญในการโฆษณา จัดทำแผ่นพับ หรือโฆษณาผ่านสื่อ online ให้มากขึ้น และนำผลิตภัณฑ์ร่วมจัดแสดงในงานเทศกาลต่าง ๆ ทั้งในจังหวัดและนอกจังหวัดให้มากขึ้นกว่าเดิม และ 4) การส่งเสริมการตลาด เช่น การลดราคา แสดงเครื่องหมายที่ได้รับรางวัลไว้ที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: ชุมชนยั่งยืน, ผลิตภัณฑ์, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, ผ้าไหมพื้นเมือง, เศรษฐกิจพอเพียง

Abstract

The objectives of this article were; 1) analyzed cultural contexts of local wisdoms product “Native Silk” of Chaiyaphum communities, 2) develop to productive “Native Silk” 3) studies the success in sustainable community potential and 4) studied the guidelines in the management product “Native Silk”. The key informant was 7 and target group 3 communities 75 people. The tools in research were the semi structured interview and questionnaire that content validity 0.8. The data analysis were content analysis by triangulation, descriptive statistics and variance analysis. The research revealed that; 1) the cultural contexts was silk product based on the original identity include the procedures and patterns, 2) the develop product was used by the knowledge of community participation for creative work and apply the cultural wisdom for product in creating identity of community. 3) the success in development to sustainable community potential get Identity silk product “Laylamong” from the idea of weaving silk “Laymeekhakhonaree” and the consumers in community and interested person demand. and 4) The guidelines in the management product native skill had 4 aspects: 1) The product should to accord with demand and tastes of consumers in the more fashion and create to be notable packaging. 2) The price of product should to diversity for the consumers select them. 3) The channel of distribution should to be important to advertising, brochure or more than advertise through line and display in the seasons both in province and



out provinces. And 4) Promote marketing such as discount, present a ward from distribution product.

Keywords: Sustainable Communities, Product, Local Wisdom, Native Silk, Sufficiency Economy

บทนำ

วัฒนธรรมเป็นทุนที่สำคัญของชาวบ้าน การจะพัฒนาชุมชนให้พึ่งตนเองได้จะต้องเข้าใจวัฒนธรรมชุมชน ช่วงที่ผ่านมากกระแสโลกาภิวัตน์และวัฒนธรรมโลกที่เข้ามาในประเทศไทย ส่งผลต่อวิถีชีวิตคนไทยทั้งระดับครอบครัว ชุมชนและประเทศ ก่อให้เกิดความเสียหายต่อการเกิดปัญหาทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม และความอ่อนแอของทุนสังคมที่ยึดโยงกับวิถีชีวิตและค่านิยมดั้งเดิมของชุมชน (เจษฎ์สุตา ปิ่นศักดิ์, 2556) การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดของธุรกิจผ้าทอไทลื้อ ณ ตลาดขายแดนบ้านฮวก อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. กระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้วิถีชีวิตไทยมีการเปลี่ยนแปลงและเชื่อมโยงเข้ากับวัฒนธรรมจากนานาอารยประเทศที่มีความหลากหลายมากขึ้น เศรษฐกิจและสังคมโลกที่ได้ปรับเปลี่ยนจาก “สังคมเกษตรกรรม” สู่ “สังคมอุตสาหกรรม” และ “สังคมฐานความรู้” ได้สร้างกระแสการเปลี่ยนแปลงของวัฒนธรรมใน 5 กระแสหลัก คือ กระแสการสร้างความสัมพันธ์ ความกลมกลืนเป็นหนึ่งเดียว ความเป็นเสรี ความเป็นสากลและการเคลื่อนไหวของเขตแดนประเทศ ซึ่งการเข้ามาของวัฒนธรรมโลกผ่านกระแสโลกาภิวัตน์และโลกไซเบอร์อย่างรวดเร็ว เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมไทยและสังคม ทั้งทางด้านวิถีชีวิต ทัศนคติ ความเชื่อ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล กระบวนการเรียนรู้และพฤติกรรมกรบริโภค ที่มุ่งแสวงหาความสุข สร้างอัตลักษณ์ส่วนตัวมากขึ้น มีแนวโน้มการสร้างเครือข่ายทางสังคมผ่านโลกไซเบอร์ เกิดเป็นวัฒนธรรมย่อยร่วมสมัย (Contemporary Subculture) ในรูปแบบของการรวมกลุ่มของบุคคลที่สนใจเรื่องเดียวกันมากยิ่งขึ้น ระบบการค้าแบบทุนนิยม ที่เน้นการผลิตเพื่อการค้าและความเจริญทางด้านวัตถุที่เข้ามาสู่สังคมและชุมชนไทยทำให้วิถีชีวิตและวิถีการผลิตของชุมชนโดยส่วนใหญ่ในสังคมได้เปลี่ยนแปลงไป คุณค่าของชุมชนแต่เดิมที่มีวิถีการผลิตที่เป็นคุณค่าของชุมชนเดิมที่ยึดโยงกับวัฒนธรรม ของชุมชนที่มีวัฒนธรรมที่เอื้อเพื่อเผื่อแผ่ มีน้ำใจ มีหัวใจบริการ มีประเพณีที่ดีงามและภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ มีทักษะการสร้างสรรคงานฝีมือและหัตถกรรมที่ประณีตได้ถูกลบเลือนไป (มานพ ชุ่มอุ่น, 2554) การพัฒนากระบวนการจัดการทางการตลาดในผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ กรณีศึกษา: กลุ่มผ้า ฝ้ายทอมือบ้านดอนหลวง ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน. รายงานวิจัย. สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.ภาวะที่บ่งชี้ถึงการพัฒนามีปัญหา อันเกิดจากฐานความคิด ความเชื่อและการทำกิจกรรมของมนุษย์ที่ไม่เป็นไปในทางพัฒนาชีวิต สังคมและสิ่งแวดล้อม



กระแสการพัฒนาแบบตะวันตก (Western Mode) ที่เป็นกระแสโลกาภิวัตน์ ทำให้สังคมไทยยอมรับในความเป็นมาตรฐาน ความเป็นเป้าหมาย เป็นวิธีปฏิบัติการ เป็นทุกสิ่งทุกอย่างที่ควรจะเป็น จนกระทั่งในหลายสถานการณ์ก็นึกเอาเองว่า นั่นเป็นทัศนคติและวัฒนธรรมของเราเอง การเข้ามาของวิธีการพัฒนาแบบตะวันตกดังกล่าว ซึ่งเป็นวิธีการพัฒนาที่ไม่ตระหนัก และให้ความสำคัญในวัฒนธรรมและคุณค่าทางวัฒนธรรมทำให้สังคมโลกและสังคมไทยมีปัญหาที่ซับซ้อนเพิ่มขึ้นอีกหลายเท่าตัวและน่าจะไม่ใช่วิธีการพัฒนาที่จะเป็นคำตอบของโลกในอนาคต ซึ่งกลยุทธ์การพัฒนาที่อยู่บนพื้นฐานของศักยภาพและความเข้มแข็งของทุนทางสังคม และวัฒนธรรม (Cultural-Social Capital) เป็นกลยุทธ์การพัฒนาระบบเศรษฐกิจชุมชนที่เป็นระบบดั้งเดิมของชุมชนไทยเพราะระบบเศรษฐกิจชุมชนเดิมของไทยนั้น ครอบคลุม และชุมชนเป็นหน่วยการผลิต เป้าหมายการผลิต สุภัตรา บุญเรือง และคณะ แนวทางการพัฒนาตลาดผ้าทอไหมลื้อในเขตอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา (สุภัตรา บุญเรือง และคณะ, 2559) คือการดำรงอยู่ การรักษาตัวให้รอดอยู่ของครอบครัวและชุมชนให้สามารถเลี้ยงตัวเองได้ และผลิตซ้ำได้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ การที่มีผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์รวมไปจนถึงท้องถิ่นด้วย ในเรื่องของผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ซึ่งปัญหาหนึ่งที่พบได้ในเกือบทุกชุมชน ยังมีปัญหาทางด้านของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงเป็นส่วนที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน ปรัชญาแนวคิดการพัฒนาที่เป็นทางเลือกและสร้างความมั่นคงยั่งยืนของสังคมไทยทั้งในปัจจุบันและอนาคต คือ ปรัชญาแนวคิด “เศรษฐกิจพอเพียง” เป็นปรัชญาที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงมีพระราชดำรัสชี้แนะแนวทางการดำเนินชีวิตแก่พสกนิกรชาวไทย เพื่อให้รอดพ้นและสามารถดำรงได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์และความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ กล่าวคือ วิธีการผลิตที่เป็นทางเลือกในการตั้งอยู่บนบริบทของสังคมไทย ที่อาศัยความคิดสร้างสรรค์ เกษฏ์สุดา ปิ่นศักดิ์ การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดของธุรกิจผ้าทอไหมลื้อ ณ ตลาดชายแดนบ้านฮวก อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา. การศึกษาอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. กลยุทธ์การพัฒนาดังกล่าวเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อยู่บนพื้นฐานของศักยภาพความเข้มแข็งของทุนทางสังคม วัฒนธรรม (Cultural-Social Capital) และกลยุทธ์การพัฒนานี้ ควรเริ่มสร้างวิธีการผลิตดังกล่าวในชุมชนซึ่งเป็นรากฐานที่สำคัญในการพัฒนา ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชุมชนระดับรากแก้วนั้น จำเป็นต้องสร้างวัฒนธรรมแห่งการเปลี่ยนแปลงบนพื้นฐานความคิดและความเข้าใจที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อให้เกิดระบบเชื่อมโยงทางการถ่ายทอดการพัฒนาด้านการผลิต การออกแบบคิดค้นที่ชุมชนรังสรรค์ให้เห็นถึงความสำคัญ คุณค่าในวัฒนธรรมของตน ว่ามีแนวทางหรือรูปแบบแห่งการพัฒนาการผลิต ผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร ที่จะนำชุมชนสู่ความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน (เกษฏ์สุดา ปิ่นศักดิ์, 2556)



จังหวัดชัยภูมิตั้งอยู่ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีสภาพภูมิอากาศแห้งแล้งเกือบตลอดปี ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทำนา หลังฤดูกาลเก็บเกี่ยวผู้ขายบางส่วนจะประกอบอาชีพรับจ้างและผู้หญิงจะทอผ้า การทอผ้าจึงเป็นอาชีพเก่าแก่ของสตรีที่แพร่หลายอยู่ทั่วทุกพื้นที่ในจังหวัดชัยภูมิเพราะช่วยสร้างรายได้แก่ครอบครัว เมธวดี พยัฆประโคน การออกแบบพัฒนาลวดลายผ้าไหมโฮลเปราะแบบร่วมสมัย. การประชุมวิชาการระดับชาติ “โฮมภูมิ ครั้งที่ 3. ภูมิปัญญาสู่อนาคต” กล่าวว่า หากพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนจึงกระจายตัว และทำให้เกิดเครือข่ายเศรษฐกิจชุมชน กระจายอยู่ทั่วประเทศ จะเป็นการถักทอเศรษฐกิจภูมิภาคขึ้นเป็นเศรษฐกิจแห่งชาติ และกลายเป็นระบบเศรษฐกิจชุมชนของคนในประเทศอย่างแท้จริง (เมธวดี พยัฆประโคน, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับ บุหงา ชัยสุวรรณและคณะ ปัจจัยพยากรณ์ความสำเร็จในการส่งเสริมการพัฒนา เศรษฐกิจฐานรากในชุมชน: กรณีศึกษาจังหวัดชายแดนภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้ กล่าวว่า การมุ่งพัฒนาเศรษฐกิจในประเทศระดับฐานราก ถือเป็นฐานที่มั่นในเวลาประเทศชาติประสบปัญหาเศรษฐกิจได้ (บุหงา ชัยสุวรรณ และคณะ, 2562)

จากการศึกษาพบว่า ผ้าทอผ้าไหมพื้นเมืองในจังหวัดชัยภูมิลวดลาย สี สัน และกระบวนการผลิตที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นภูมิปัญญาที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงที่สุดของจังหวัดมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การดำรงอยู่ของผ้าไหมพื้นเมือง จึงสามารถเชื่อมโยงถึงวิถีชีวิต ความเชื่อ ความต้องการผ้า กระบวนการสืบทอดภูมิปัญญา การสร้างช่างทอใหม่ภายในชุมชน การศึกษาปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นของผ้าไหมพื้นเมืองจะช่วยเชิดชูอัตลักษณ์ของศิลปวัฒนธรรมให้สง่างามเด่นได้ทางหนึ่ง สุภัตรา บุญเรือง และคณะ แนวทางการพัฒนาตลาดผ้าทอไหมลือในเขตอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา กล่าวว่า ศิลปวัฒนธรรมเป็นรากฐานของการดำรงชีวิต คุณภาพชีวิตและความสันติสุข การวิเคราะห์เจาะลึกเฉพาะเฉพาะเรื่องย่อยเป็นไปได้เพื่อพัฒนาความลุ่มลึกแต่ต้องมีการบูรณาการคนชุมชน ธรรมชาติ สิ่งแวดล้อมให้ผสานเป็นหนึ่งเดียว (สุภัตรา บุญเรือง และคณะ, 2559)

ดังนั้น ผู้วิจัยและคณะจึงในสนใจศึกษา การพัฒนาศักยภาพชุมชนยังยืนการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง” บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนจังหวัดชัยภูมิ การบริหารจัดการกลุ่มผ้าทอผ้าไหมพื้นเมือง กระบวนการเปลี่ยนแปลง วิถีเศรษฐกิจชุมชน เพื่อวิเคราะห์บริบทชุมชนการทอผ้าไหมพื้นเมือง ดำรงอยู่ได้ และสามารถสืบทอดสู่คนรุ่นหลังต่อไป อีกทั้งเป็นประโยชน์ต่อการเรียนการสอนระดับอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น นอกจากนี้ ข้อมูลการวิจัยจะเอื้อประโยชน์ต่อการพัฒนาส่งเสริมอุตสาหกรรมขนาดย่อย และการพัฒนาธุรกิจชุมชนที่เกี่ยวกับงานหัตถกรรมสิ่งทอได้



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิเคราะห์ บริบทด้านวัฒนธรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง” ของจังหวัดชัยภูมิ
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง” บนฐานเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของจังหวัดชัยภูมิ
3. เพื่อศึกษาผลสำเร็จต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง”
4. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง” ของจังหวัดชัยภูมิ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) (PAR) ซึ่งประยุกต์มาจากการวิเคราะห์ชุมชนอย่างมีส่วนร่วม Participatory Rural Appraisal “PRA”)

ระยะที่ 1 ศึกษาวิเคราะห์ บริบทด้านวัฒนธรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง” ของจังหวัดชัยภูมิ

- 1.1 ประชากร สมาชิกเครือข่ายการทอผ้าไหมพื้นเมืองในจังหวัดชัยภูมิ มีทั้งหมด 16 อำเภอ จำนวน 13,148 คน
- 1.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 7 คน ประกอบด้วย ภูมิปัญญาท้องถิ่น จำนวน 2 คน ผู้ผลิต จำนวน 2 คน ผู้จำหน่าย จำนวน 1 คน และ ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 คน
- 1.3 กลุ่มตัวอย่าง สมาชิกเครือข่ายการทอผ้าไหมพื้นเมือง จำนวน 390 คน ได้มาจากตารางสำเร็จของท่าไร่ยามาเน่

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1.4 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-Structure interview) ประกอบด้วย ข้อมูลสภาพทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นคำถามปลายเปิด (Close-Ended Questions) แบบเลือกตอบ (Check List) และข้อคำถามเกี่ยวกับปรากฏการณ์ของการทอผ้าไหมพื้นเมือง ในเขตพื้นที่จังหวัดชัยภูมิ ใน 4 ประเด็น คือ 1) ลาย สี การจัดการกลุ่มทอผ้า กระบวนการผลิต 2) วิถีชีวิต ชุมชน ความเชื่อ และความต้องการใช้ผ้า 3) วิถีสืบทอด ภูมิปัญญาและการสร้างช่างทอผ้าไหมพื้นเมืองรุ่นใหม่ และ 4) ปัจจัยของผู้บริโภคและสังคมต่อการทอผ้าไหมพื้นเมือง จังหวัดชัยภูมิ



1.5 แบบสอบถามการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและศักยภาพชุมชน ยั่งยืนเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการผลิตผ้าไหมพื้นเมือง จังหวัดชัยภูมิ มี 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปเป็นแบบเลือกตอบ (Cheek List) และแบบเติมคำตอบ (Opened-end) และ ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วน ประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2561) แบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและศักยภาพชุมชนยั่งยืนเพื่อศึกษาเกี่ยวกับการผลิตผ้าไหมพื้นเมือง จังหวัดชัยภูมิ ใน 4 ด้าน คือ 1) ด้านเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 2) ด้านรูปแบบความเหมาะสม 3) ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ และ 4) ด้านการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูล

1.6 เชิงคุณภาพใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า วิเคราะห์เนื้อหาจากการ สัมภาษณ์ จัดหมวดหมู่เป็นประเด็นหลัก ประเด็นรอง คั้นข้อมูลให้กลุ่มอีกครั้ง ตรวจสอบจาก เอกสาร แนวคิด ทฤษฎี ผลงานวิจัย และผู้รู้

1.7 เชิงปริมาณ สถิติพื้นฐาน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การเรียงลำดับ

ระยะที่ 2 พัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง” บนฐานเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพการจัดการชุมชนอย่าง ยั่งยืนของจังหวัดชัยภูมิ

2.1 กลุ่มเป้าหมาย ผู้ทอผ้าไหมพื้นเมือง 3 หมู่บ้าน ตำบลโคกมั่งงอย จังหวัด ชัยภูมิ จำนวน 75 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2.2 เส้นไหมยืน และเส้นไหมพุ่ง

2.3 อุปกรณ์ทอผ้าไหม ประกอบด้วย กง อัก ไน/หลา หลอด กระสวย ฟืม กี่ทอผ้า ไม้เหยียบทุกแปรงทาแป้งบนเส้นยืน ไม้คันผัง

การวิเคราะห์ข้อมูล

2.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหม พื้นเมือง” บนฐานเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพการจัดการ ชุมชนอย่างยั่งยืนของจังหวัดชัยภูมิ เป็นการเรียนรู้จากการใช้องค์ความรู้ของคนในชุมชนมา มี ส่วนร่วมในการเป็นวิทยากรตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบลวดลายเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ ของชุมชน การใช้สีที่เป็นสัญลักษณ์ของชุมชน การย้อมสีไหม การมัดหมี่ และทอผ้า ซึ่งใช้เวลา 7 วัน ซึ่งลวดลายที่ออกแบบมีพื้นฐานมาจากหมี่คันขอนารีจากจำนวน 15 เส้นมาเป็น 98 เส้น



ระยะที่ 3 ผลสำเร็จต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นภูมิปัญญาท้องถิ่น

3.1 กลุ่มเป้าหมาย ผู้ทอผ้าไหมพื้นเมือง 3 หมู่บ้าน ตำบลโคกมั่งงอย จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 75 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 แบบสอบถามการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นภูมิปัญญาท้องถิ่นมี 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปเป็นแบบเลือกตอบ (Cheek List) และแบบเติมคำตอบ (Opened-end) และตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วน ประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ (บุญชม ศรีสะอาด, 2561) แบบสอบถามเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและศักยภาพชุมชนยั่งยืน เพื่อศึกษาเกี่ยวกับการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมพื้นเมือง จังหวัดชัยภูมิ ใน 4 ด้าน คือ 1) ด้านเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ 2) ด้านรูปแบบความเหมาะสม 3) ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ และ 4) ด้านการตลาด

การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3 สถิติพื้นฐานและการวิเคราะห์ความแปรปรวน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัย เรื่องการพัฒนาศักยภาพชุมชนยั่งยืนการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง” บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนจังหวัดชัยภูมิ การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยระหว่างเดือนพฤษภาคม – กันยายน พุทธศักราช 2563 ได้แบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน คือข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในภาคสนาม

1. ข้อมูลจากเอกสาร

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมพื้นเมือง โดยมุ่งศึกษาค้นคว้าถึงประวัติความเป็นมาของผ้าไหมพื้นเมือง สภาพแวดล้อมทางสังคมของชาวบ้านในพื้นที่ที่มีการผ้าไหมพื้นเมือง และประเพณีวัฒนธรรมการทอผ้าที่สืบทอดต่อกันมาเพื่อนำความรู้ที่ได้ไปใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการศึกษาวิจัยเรื่อง ผ้าไหมพื้นเมือง การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน” ครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลด้านเอกสารเพิ่มเติมอย่างต่อเนื่องทั้งนี้ก็เพื่อความสมบูรณ์และความถูกต้องในเนื้อหาของงานวิจัย โดยข้อมูลจากเอกสารที่ได้นั้น แบ่งเป็นหัวข้อได้ ดังนี้

1.1 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับสังคมและภูมิปัญญา

1.2 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับผ้าไทยและประวัติผ้าไหมพื้นเมือง



1.3 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับหลักการและแนวนโยบายในการออกแบบและพัฒนามลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจชุมชน

1.4 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับบริบทพื้นที่ทำการวิจัย

1.5 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.6 เอกสารที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย

โดยส่วนใหญ่ ผู้วิจัยได้ทำการค้นคว้าจากแหล่งข้อมูลที่สำคัญดังนี้คือแหล่งข้อมูลจากบทความงานวิจัยและวิทยานิพนธ์ต่างๆ เป็นข้อมูลที่ได้มาจากห้องสมุดต่าง ๆ เป็นต้น

2. ข้อมูลจากการศึกษาในภาคสนาม

การเก็บข้อมูลในภาคสนามครั้งนี้ ผู้วิจัยเริ่มจากการเข้าไปสร้างความคุ้นเคยกับชุมชน โดยการแนะนำตัวและชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยให้กับผู้ให้ข้อมูลได้รับทราบ พร้อมทั้งได้ขอความร่วมมือในการเข้าไปศึกษาและเก็บข้อมูลในชุมชนโดยใช้เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ

2.1 แบบสัมภาษณ์ มี 2 ประเภท คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดย สัมภาษณ์ประธานกลุ่มชุมชนช่างทอผ้าไหมพื้นเมือง และลูกค้าและแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเป็นการสัมภาษณ์แบบชวนคุยเปิดกว้างเพื่อหาคำตอบแล้วนำคำตอบมาวิเคราะห์ให้ได้ข้อมูลที่ต้องการ

2.2 การสนทนากลุ่ม ใช้ผู้ร่วมเข้าสนทนากลุ่มละ 7 คน พูดคุยถึงเรื่องปัญหาและความต้องการในผลิตภัณฑ์เพื่อการนำมาพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าทอให้ตรงกับความต้องการของตลาด เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการพัฒนาต่อไป

2.3 การประชุมเชิงปฏิบัติการ เพื่อร่วมแสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนข้อมูลและออกแบบลวดลายผ้าเลือกสีให้เป็นลายเอกลักษณ์และสีประจำชุมชนแล้วทำการผลิตตั้งแต่การย้อมสี การมัดหมี่ และการทอผ้า

ผลการวิจัย

การวิจัย การพัฒนาศักยภาพภาพชุมชนยั่งยืนการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง” บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนจังหวัดชัยภูมิ มีผลการวิจัย ตามลำดับ ดังนี้

1. บริบทวัฒนธรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง” ของชุมชนพบว่า บริบทด้านวัฒนธรรมการผลิต เกิดขึ้นในสมัยพระยาภักดีชุมพล (แล) เจ้าเมืองชัยภูมิคนแรก และท้าวบุญมี ภรรยา ซึ่งเป็นชาวเมืองเวียงจันทร์ เป็นข้าราชการในสำนักเจ้าอนุวงศ์ เมืองเวียงจันทร์ ได้อพยพย้ายถิ่นฐานมาตั้งเมือง ที่เมืองชัยภูมิ ในบริเวณเมืองชัยภูมิมีวัฒนธรรมที่ทับซ้อนกันมา รวมไปถึงวัฒนธรรมการแต่งกาย การประดิษฐ์เครื่องนุ่งห่ม การออกแบบลวดลายบนผืนผ้า โดนเฉพาะการทำลายผ้ามีหลายวิธี อาทิ การมัดย้อม (มัดหมี่) การเก็บขีด



ยกเลิก ซึ่งหลายอย่างที่ได้อ่านั้น เกิดจากทั้งความคิดและความเชื่อ ที่มีมาแต่โบราณสืบทอดกันมา เช่น มีความเชื่อว่าผ้ายกขิดเป็นเครื่องรางที่สามารถปกป้องสิ่งชั่วร้ายต่าง ๆ ได้ จึงนิยมนำผ้ายกขิด มาทำเป็นผ้าห่อพระไตรปิฎก ให้พระมหากษัตริย์ เชื้อพระวงศ์ นำไปทำเป็นเครื่องนุ่งห่ม ถือว่าเป็นของสูง ผ้ายกขิดนั้น มีหลายประเภท ทั้งยกขิดด้วยเส้นทอง เส้นไหม และเส้นฝ้าย ต่อมาได้มีการทำผ้ายกขิด แพร่หลายขึ้น แต่ยังคงความเชื่อเช่นเดิมอยู่ ชุมชนและคนโบราณ เมืองชัยภูมิ ก็ได้รับอิทธิพลความเชื่อดังกล่าว โดยได้นำผ้าขิดมาทำเป็น หมอน ที่นอน เพื่อปกป้องร่างกายในเวลานอนหลับ เพราะเชื่อว่า จิตรคนเราจะอ่อนเมื่อนอนหลับ ส่วนสุขภาพสตรีนั้น จะนำผ้าขิดมาต่อที่หัวขิ้น และตีนขิ้น ตัวผ้าขิ้นจะเป็นขิ้นคั้น การที่นำผ้าขิดมาต่อเพื่อป้องกันสิ่งชั่วร้ายไม่ให้เข้าทวารเปิดเนื่องจากเชื่อว่า สุขภาพสตรีเป็นผู้ที่มีจิตรที่อ่อนกว่าบุรุษ จึงต้องนำมาห่อหุ้มร่างกาย นอกจากนี้ ยังนำไปทำเป็นผ้าสไบ โดยหากเป็นสตรีที่แต่งงานแล้วจะต่อหัวขิ้นด้วยผ้ายกขิดสีแดง หากยังไม่แต่งงาน จะต่อด้วยผ้ายกขิดหลากสี ซึ่งทำบุรุษมี เป็นผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการถักทอผ้าได้สอนให้สตรีชาวชัยภูมิ รู้จักการปลูกหม่อน เลี้ยงไหม ทอผ้าไม่ว่าจะเป็นผ้ายกขิด ผ้าไหมมัดหมี่ การทำขิ้นขิ้น การทอผ้าฝ้าย เป็นต้น นอกจากนั้น ยังได้สอนให้มีการประดิษฐ์ คิดลวดลายต่างๆขึ้นอีก เช่น ลายหมี่ขอ หมี่ขิ้น และมีลายผ้ามัดหมี่อื่นๆ อีกมากมาย

2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมืองหมี่คั้นลายละมั่ง” บนฐานเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มศักยภาพการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของจังหวัดชัยภูมิ จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อการพัฒนา รูปแบบ ขั้นตอนการทำงาน วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ และการถ่ายทอดภูมิปัญญา เป็นชุดความรู้ที่ได้ไปใช้ให้เป็นประโยชน์จากการบูรณาการในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อการพัฒนาให้เกิดรูปแบบงานการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมืองหมี่คั้นลายละมั่ง”

2.1 กระบวนการผลิตด้านการย้อมสี “ผ้าไหมพื้นเมืองหมี่คั้นลายละมั่ง” ใหม่ ใช้สีธรรมชาติ ให้สีติดดีต้องนำด้ายมาผ่านกระบวนการละลายไขมัน โดยต้มน้ำเดือดประมาณครึ่ง ชั่วโมง แล้วซักด้วยน้ำเย็นจนฝ้ายเป็นสีขาว จากนั้นนำไปย้อมสีขณะด้ายกำลังเปียก วัสดุธรรมชาติที่ใช้ เช่น ขมิ้น ส่วนที่ใช้ หัว, เหง้า ได้สีเหลือง หรือ สมอป่า ใช้เปลือก จะได้สีเขียวแก่ แก่นขนุน ใช้แก่น จะได้สีเขียวทองอ่อน เป็นต้น



ภาพที่ 1 กระบวนการผลิตด้านการย้อมสี “ผ้าไหมพื้นเมืองหมี่คั่นลายละมั่ง”

2.2 กระบวนการผลิตด้านการมัดหมี่ “ผ้าไหมพื้นเมืองหมี่คั่นลายละมั่ง” การมัดหมี่ เป็นการทาลวดลายของผืนผ้า โดยการใช้วัสดุกันน้ำมัดกลุ่มเส้นฝ้ายเป็นลวดลายตามต้องการ ก่อนนำฝ้ายย้อมน้ำสี เมื่อแก้วัสดุกันน้ำออกจึงเกิดสีแตกต่างกัน ถ้าต้องการเพียง 2 สี จะแก้วัสดุมัดฝ้ายเพียงครั้งเดียว หากต้องการหลายสีจะมีการแก้มัดวัสดุหลายครั้ง โดยการมัดมี “ผ้าไหมพื้นเมืองหมี่คั่นลายละมั่ง” ดังนี้



ภาพที่ 2 กระบวนการผลิตด้านการมัดหมี่ “ผ้าไหมพื้นเมืองหมี่คั่นลายละมั่ง”

2.3 กระบวนการผลิตด้านการทอ “ผ้าไหมพื้นเมืองหมี่คั่นลายละมั่ง” ใหม่ ต้องมีการเตรียมเครื่องทอผ้าตั้งแต่การปั่นด้าย การกรอด้วย การตั้งเครื่องทอผ้า การขึ้นด้าย มีขั้นตอนการทำดังนี้ 1) การปั่นด้าย มีอุปกรณ์ ประกอบด้วย หลอดกรอด้วย และเครื่องมือกรอด้วย หลอดกรอด้วย มีความยาวขนาด 10 เซนติเมตร 2) การกรอด้วย ขวางด้ายขวางเป็นด้ายที่สอดเข้าไประหว่างด้ายยืน ทำให้เกิดลวดลายต่าง ๆ ใช้ด้ายพันกับไม้ ขนาดยาวประมาณ 1 ฟุต เส้นผ่าศูนย์กลาง 1 เซนติเมตร 3) หลังจากปั่นด้ายเสร็จเรียบร้อยแล้วก็นำด้ายมาขึ้นด้าย 4) การขึ้นด้าย เป็นการนำเอาเส้นด้ายมาเรียงต่อกันอย่างมีระเบียบตามแนวนอน โดยพันรอบกับส่วนประกอบของเครื่องทอ และก่อนที่จะมีการขึ้นด้ายจะต้องมี



การเตรียมเส้นด้ายด้วยการปั่นด้าย การตั้งเครื่องทอ การเรียงเส้นด้าย การเปลี่ยนไม้เป็นเครื่องทอ



ภาพที่ 3 กระบวนการผลิตด้านการทอ “ผ้าไหมพื้นเมืองหมีคั่นลายละมั่ง”

2.4 ขั้นตอนการประดิษฐ์ลวดลาย “ผ้าไหมพื้นเมืองลายหมีคั่นลายละมั่ง” ใหม่ ขณะทอ มีขั้นตอน ดังนี้ 1) การกำหนดลายจะทำพร้อมกับการเรียงด้ายคือใช้จำนวนด้ายเพิ่มขึ้นมากกว่าปกติที่ต้องการให้สูงขึ้น ส่วนด้ายขวางใช้จำนวนเท่าปกติ 2) การใช้ด้ายยืนและด้ายขวางจำนวนเท่าปกติ แต่แทรกด้ายสี สลับเข้าไป ขณะเรียงด้ายยืนหรือเมื่อสอดด้ายขวางจะทอลวดลายสลับสีที่นูนในเนื้อผ้า 3) การทอลวดลาย โดยสอด ด้ายสลับ การยกด้ายยืนจะไม่เป็น ผู้ทอจะใช้นิ้วหรือขนเม่นช่วยสอดยกด้ายขึ้นตามจำนวนที่กะไว้ เพื่อสอดด้ายสีที่ต้องการเข้าไประหว่างด้ายยืน 4) เป็นการทอโดยให้ลวดลายเหมือนกันทั้งผืน ลักษณะลายเป็นแบบในตัวโดยกำหนดสีตามด้ายยืน และการแยกด้ายยืนใช้วิธีนับเส้นเป็นช่วงโดยสอดไม้หน่อสะยาเข้าไปเป็นตัวนำช่วยแยกด้ายให้ช่องระหว่างด้ายยืนกว้าง



ภาพที่ 4 ศักยภาพชุมชนยังยืนการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมืองหมีคั่นลายละมั่ง”

3. ผลสำเร็จต่อการพัฒนาศักยภาพชุมชนยังยืนการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมืองหมีคั่นลายละมั่ง” บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนจังหวัดชัยภูมิ

3.1 ระดับผลสำเร็จต่อการพัฒนาศักยภาพชุมชนยังยืนการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญา “ผ้าไหมพื้นเมืองหมีคั่นลายละมั่ง” ใหม่บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แสดงดังตาราง 1



ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับผลสำเร็จ

ลำดับ	ผลสำเร็จต่อการพัฒนาศักยภาพชุมชนยั่งยืน	ระดับผลสำเร็จ		ความหมาย
		\bar{X}	S.D.	
1.	ด้านเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม“ลายละมั่ง”	4.63	0.49	มากที่สุด
2.	ด้านรูปแบบความเหมาะสม	4.31	0.62	มาก
3.	ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์	4.28	0.66	มาก
4.	ด้านการตลาด	4.52	0.72	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย		4.44	0.62	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับผลสำเร็จต่อการพัฒนาศักยภาพชุมชนยั่งยืนการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมืองหมี่คั่นลายละมั่ง” ใหม่บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นกระบวนการถ่ายทอดจากภูมิปัญญาด้านสิ่งทอผ้าไหมพื้นเมืองโดยการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนผลปรากฏ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ด้านรูปแบบความเหมาะสม ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.44, S.D. = 0.62) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน โดยด้านเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม “ลายละมั่ง” มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{X} = 4.64, S.D. = 0.49) รองลงมา คือ ด้านการตลาด (\bar{X} = 4.52, S.D. = 0.72) ด้านรูปแบบความเหมาะสม (\bar{X} = 4.31, S.D. = 0.62) และ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (\bar{X} = 4.28, S.D. = 0.66) ตามลำดับ

3.2 การเปรียบเทียบระดับผลสำเร็จต่อการพัฒนาศักยภาพชุมชนยั่งยืน การผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมืองหมี่คั่นลายละมั่ง” บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ทั้ง 3 กลุ่ม แสดงดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และการเปรียบเทียบจากการทดสอบค่าความแตกต่างระหว่าง 3 กลุ่ม

การพัฒนาศักยภาพ ศักยภาพชุมชน	แหล่งความ แปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
	ระหว่างกลุ่ม	2	1.25	0.42		
การพัฒนาศักยภาพ	ภายในกลุ่ม	72	72.75	0.60	0.69	0.56
ศักยภาพชุมชนโดยภาพรวม	รวม	74	74.00			

* ไม่แตกต่างกัน 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่าการเปรียบเทียบระดับผลสำเร็จต่อการพัฒนาศักยภาพชุมชนยั่งยืนการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง” ใหม่บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กับความคิดเห็นของ ทั้ง 3 กลุ่ม พบว่า มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน



4. เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง” ของจังหวัดชัยภูมิ มีดังนี้

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคมีการออกแบบโดยประยุกต์เอตสีและลวดลายให้มีความทันสมัยมากขึ้น สร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่สะดุดตาผู้บริโภคเมื่อพบเห็น

4.2 ด้านราคา ควรสร้างระดับของราคาที่หลากหลายให้แก่ผลิตภัณฑ์ “ผ้าไหมพื้นเมืองหมี่คั่นลายละมั่ง” เพื่อผู้บริโภคจะได้มีตัวเลือกทางด้านราคาที่หลากหลาย

4.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายควรให้ความสำคัญในการโฆษณา จัดทำแผ่นพับ หรือโฆษณาผ่านสื่อ online ให้มากขึ้น และนำผลิตภัณฑ์ร่วมจัดแสดงในงานเทศกาลต่าง ๆ ทั้งในจังหวัดและนอกจังหวัดให้มากขึ้นกว่าเดิม

4.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด จัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น การลดราคา ผู้ผลิตควรแสดงเครื่องหมายรางวัลที่ได้รับไว้ที่บริเวณจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือติดไว้ที่ตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อผู้บริโภคจะได้รู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอย่างแพร่หลายมากขึ้น และเป็นการสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภค

อภิปรายผล

1. บริบทวัฒนธรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง” เป็นการผลิตที่ยึดเอกลักษณ์เดิมทั้งด้านขั้นตอนและวิธีการ และลวดลาย ทั้งนี้สืบเนื่องจาก ชาวชัยภูมิเป็นผู้ที่มีศิลปะในตัวเองจึงได้คิดลายหมี่คั่น จากสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัว มาออกแบบเป็นลายผ้า “ผ้าไหมพื้นเมืองหมี่คั่นลายละมั่ง” เป็นลายผ้าหมี่คั่น เกิดจากการนำลายหมี่คั่นลายโบราณมา รวมกับลายหมี่คั่นลายละมั่งเกิดเป็นเอกลักษณ์ของลายผ้าพื้นเมือง อำเภอคอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิ ด้วยเหตุนี้จึงทำให้ชุมชน มีภูมิปัญญา เรื่อง ของการทอผ้าไหมหมี่คั่นลายละมั่ง มาเป็น เวลาต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยสอดคล้องกับ จุฑารัตน์ ศรีโยวงค์ แนวทางการพัฒนาตลาดของธุรกิจผ้าไหมในเขตอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. (จุฑารัตน์ ศรีโยวงค์, 2546) และ อุทิศ ทาหอม และคณะ แนวทางการบริการจัดการกลุ่มทอผ้าไหม บ้านหนองไทรงาม ตำบลชุมเห็ด อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ แนวคิดวัฒนธรรมชุมชน เกิดจากการที่ชุมชนมีวัฒนธรรมของตนเอง มีความเชื่อแบบดั้งเดิมในระบบเครือญาติและระบบครอบครัวที่ผูกพันกันในชุมชน ซึ่งเอกลักษณ์และวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่สามารถบ่งบอกถึงความรู้ภูมิปัญญาของคนท้องถิ่น เป็นเครื่องบ่งชี้ตัวตน และคุณค่า (อุทิศ ทาหอม และคณะ, 2561)

2. ศักยภาพชุมชนยังยั้งการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมืองหมี่คั่นลายละมั่ง” ใหม่บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นการผลิตบนฐานการใช้องค์ความรู้ การเรียนรู้เพื่อสร้างสรรค์งาน และประยุกต์ใช้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยง



กับพื้นฐานวัฒนธรรม ในการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะ และมูลค่าทางการตลาด ทั้งนี้เป็นเพราะว่า การใช้ความรู้ ความสามารถที่มีนำมาพัฒนา ดัดแปลง ต่อยอด และสร้างสรรค์ให้เป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นมา ผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นวิถีของกระสวนแห่งพฤติกรรม การสร้างและการผลิตของชุมชนนั้น ๆ ได้รังสรรค์ขึ้น ที่บ่งชี้ถึงฐานตามความคิด และองค์ความรู้ ที่ได้รับการถ่ายทอดสืบต่อกันมา จำเป็นต้องได้รับการอนุรักษ์ และรักษาความเป็นเอกลักษณ์ในผลิตภัณฑ์ของชุมชนนั้นไว้ ให้คงอยู่อย่างมีความเข้มแข็งและยั่งยืน สอดคล้องกับ อันธิกา ทิพย์จำนงค์ การพัฒนาตลาด ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ อำเภอกะเสสินธุ์ จังหวัดสงขลา (อันธิกา ทิพย์จำนงค์, 2557) และ สุภัตรา บุญเรือง และคณะ แนวทางการพัฒนาตลาดผ้าทอไทลื้อในเขตอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา เศรษฐกิจพอเพียงในมิติการพัฒนาทุนทางสังคม ที่ก้าวทันการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 คือ การนำเอาหลักวิชาความรู้ และเทคโนโลยีที่มีความเหมาะสมมาใช้ตั้งแต่ขั้นตอนการวางแผน กระทั่งการนำไปปฏิบัติ กล่าวคือ เศรษฐกิจพอเพียงเป็นพื้นฐานของความรู้ (Knowledge base economy) ซึ่งเป็นที่มาของสังคมแห่งการเรียนรู้ (Learning society) การน้อมนำเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นหลักคิด หลักปฏิบัติในวิถีชีวิตและวิถีการทำงาน ตามหลักแห่งทางสายกลาง บ่งบอกถึงการพึ่งพาตนเอง สามารถอุ้มชูตนเองได้ (สุภัตรา บุญเรือง และคณะ, 2559) และ สอดคล้องกับ ลำแพน จอมเมือง และสุทธิพงษ์ วสุโสภานผล ผ้าทอไทลื้อ : เศรษฐกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง. โครงการวิจัยเศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านไทย. กล่าวถึง แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง เป็นแนวทางปฏิบัติในการดำเนินชีวิตอย่างยั่งยืน ซึ่งวิถีการผลิต มีวิถีการผลิตที่สมดุลระหว่าง คนกับคน และคนกับสิ่งแวดล้อม ทั้งทางกายภาพและจิตภาพ โดยมีผู้ผูกพันในส่วนของบุคคล ทางจิตพิสัยทั้ง โลกทัศน์ ค่านิยมและสังคมมิติ ที่ได้จากความคิด ความเข้าใจที่ถูกต้องเหมาะสม และความร่วมมือเพื่อพัฒนาเป็นทิศทางเดียวกัน (ลำแพน จอมเมือง และสุทธิพงษ์ วสุโสภานผล, 2546)

3. ผลสำเร็จต่อการพัฒนาศักยภาพชุมชนยั่งยืน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และระดับผลสำเร็จกับความคิดเห็นของทั้ง 3 กลุ่มไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เกิดจาก การพัฒนาศักยภาพชุมชนยั่งยืนการผลิตผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมืองหมี่คั่นลายละมั่ง” ใหม่บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทั้งด้านเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ด้านรูปแบบความเหมาะสม ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ทำให้มีเอกลักษณ์ของตนเองที่ชัดเจน เป็นการผลิตบนพื้นฐานของ การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับ ธัญญธร ศรีวิเชียร กลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับธุรกิจร้านผ้าพื้นเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (ธัญญธร ศรีวิเชียร, 2561) และ ลำแพน จอมเมือง และสุทธิพงษ์ วสุโสภานผล ผ้าทอไทลื้อ : เศรษฐกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง. โครงการวิจัยเศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านไทย. ได้กล่าวถึง เศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีองค์ประกอบร่วมของแนวคิดการขับเคลื่อนที่มีการใช้ความคิดสร้างสรรค์ของทรัพยากรมนุษย์ภายใต้การใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (Creativity) การใช้ทรัพย์สินทางปัญญา



(Intellectual Property) ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้และเทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ ในการสร้างมูลค่าและคุณค่า ส่งผลให้ศักยภาพชุมชนยั่งยืนด้านการผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมืองหมีคั่นลายละมั่ง” บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงและ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนจังหวัดชัยภูมิ ของการผลิตผลิตภัณฑ์ “ผ้าไหมพื้นเมืองหมีคั่น ลายละมั่ง” ใหม่ที่ปรับปรุงยุคที่ใช้ได้เหมาะสม มีเอกลักษณ์เฉพาะและมีมูลค่าที่เพิ่มขึ้น (ลำแพน จอมเมือง และสุทธิพงษ์ วสุโสภานผล, 2546)

4. แนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมพื้นเมือง แบ่งเป็น 4 ด้านดังนี้

1) ด้านผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคและผู้ผลิตผ้าไหมพื้นเมืองลายหมีคั่นลายละมั่ง ได้ให้ความสำคัญกับการ ออกแบบลวดลายของผ้าทอมากและนิยมซื้อผ้าทอสีพื้นและผ้าจกลายกันอย่างแพร่หลาย ผู้บริโภคมักจะซื้อผ้าทอพื้นเมืองลายหมีคั่นลายละมั่ง ที่เป็นผืนขนาด 2-4 เมตรเพื่อนำตัดเย็บ เป็น เสื้อผ้าสำเร็จรูปนำไปตกแต่งชุดเสื้อผ้าประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ ตกแต่งเป็นของที่ระลึก ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ อัจฉรา กริมวงษ์รัตน์ ทศนคติ พฤติกรรมการซื้อและความชอบ ผ้าไหมมัดหมี่และผ้าหมีขีด หมู่บ้านนาข่าของกลุ่มผู้ซื้อ: วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ที่ได้ศึกษาพฤติกรรมการซื้อและความชอบ ผ้าไหมมัดหมี่และ ผ้าหมีขีดหมู่บ้านนาข่าพบว่ากลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มีความ ชอบในเรื่องลวดลาย นิยมซื้อในลักษณะผ้าชิ้น ทั้งนี้เนื่องจาก ผ้าหมีขีด จากหมู่บ้านนาข่ามีชื่อเสียงมาเป็นเวลานาน และได้รับการพัฒนาลวดลายทั้งเนื้อผ้าและรูปแบบมาเป็นเวลานาน นานจนเป็นที่ชื่นชอบของผู้ซื้อ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริโภคชอบในลวดลาย ของผ้าทอแต่ยังต้องการความเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะตัว จึงนิยมที่จะเลือกซื้อผ้าทอในลักษณะที่เป็นผ้าผืนเพื่อนำไปตัดเย็บเป็นเสื้อผ้า เครื่องนุ่งห่มนำไปตกแต่งชุดเสื้อผ้าประดิษฐ์เป็นสิ่งของเครื่องใช้ตกแต่งบ้านรวมถึงเป็นของที่ ระลึกในแบบที่ต้องการ (อัจฉรา กริมวงษ์รัตน์, 2544)

สรุป/ข้อเสนอแนะ

ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น “ผ้าไหมพื้นเมือง” ลายละมั่ง เป็นอัตลักษณ์ประจำชุมชน ที่สื่อถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนกับสัตว์ โดยคนในชุมชนมีส่วนร่วม ในด้านการเลี้ยงไหม สาวไหม การย้อมและการออกแบบลายผ้า การมัดหมี่ การทอผ้าทอ การนำเป็นสินค้าโอท็อป ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ผ้าไหมพื้นเมืองลายละมั่ง เป็นอัตลักษณ์ ของชุมชนและเป็นที่ต้องการของตลาดภายในชุมชนและนอกชุมชน แต่ใน ด้านเนื้อผ้าของผ้าไหมพื้นเมืองลายละมั่งยังมีความบาง ควรเพิ่มปริมาณเส้นทอผ้าไหมพื้นเมือง ลายละมั่งจากเส้นทอ 2 ตะกอ เป็น 4 ตะกอ



เอกสารอ้างอิง

- จุฑารัตน์ ศรีโยวงศ์. (2546). แนวทางการพัฒนาตลาดของธุรกิจผ้าไหมในเขตอำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- เจษฎ์สุดา ปิ่นศักดิ์. (2556). การวิเคราะห์ส่วนประสมการตลาดของธุรกิจผ้าทอไทลื้อ ณ ตลาดชายแดนบ้านฮวก อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา. ในวิทยานิพนธ์การศึกษาด้านบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ธัญญธร ศรีวิเชียร. (2561). กลยุทธ์การตลาดบริการสำหรับธุรกิจร้านผ้าพื้นเมือง ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. วารสารวิชาการแพรวากาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์, 5(1), 60-74.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2561). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- บุหงา ชัยสุวรรณ และคณะ. (2562). ปัจจัยพยากรณ์ความสำเร็จในการส่งเสริม การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในชุมชน: กรณีศึกษาจังหวัดชายแดนภาคเหนือ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคใต้. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 27(53), 87-108.
- มานพ ชุ่มอ่อน. (2554). การพัฒนากระบวนการจัดการทางการตลาดในผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือ กรณีศึกษา : กลุ่มผ้าฝ้ายทอมือบ้านดอนหลวง ตำบลแม่แรง อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน. ใน รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- เมธวดี พยัฆประโคน. (2560). การออกแบบพัฒนาลวดลายผ้าไหมโฮลเปราะแบบร่วมสมัย. ขอนแก่น: คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ลำแพน จอมเมือง และสุทธิพงษ์ วสุโสภณผล. (2546). ผ้าทอไทลื้อ: เศรษฐกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง โครงการวิจัยเศรษฐกิจชุมชนหมู่บ้านไทย. กรุงเทพมหานคร: สร้างสรรค์.
- สุภัทรา บุญเรือง และคณะ. (2559). แนวทางการพัฒนาตลาดผ้าทอไทลื้อในเขตอำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา. วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก, 2(2), 109-121.
- อัจฉรา กริมวงษ์รัตน์. (2544). ทศนคติพฤติกรรมการซื้อและความชอบผ้าไหมมัดหมี่และผ้าหมี่ขิด หมู่บ้านนาข้าวของ กลุ่มผู้ซื้อ. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อันธิกา ทิพย์จำนงค์. (2557). การพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอ อำเภอกระแสมสินธุ์ จังหวัดสงขลา. วารสารศรีนครินทร์วิโรฒวิจัยและพัฒนา, 6(12), 161-173.
- อุทิศ ทาหอม และคณะ. (2561). แนวทางการบริการจัดการกลุ่มทอผ้าไหม บ้านหนองไทรงาม ตำบลชุมเห็ด อำเภอ เมือง จังหวัดบุรีรัมย์. วารสารพัฒนศาสตร์, 1(1), 97-129.