การพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอชุมชนจากทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น จ.หนองบัวลำภู ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

Developing community textile fashion products from local cultural capital Nong Bua Lamphu Province with the concept of creative economy

ชนัญญา คงยืน*

Chanunya Khongyuen

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอชุมชนจากทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น จ.หนองบัวลำภู ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์ผ้าทอชุมชน จ.หนองบัวลำภู นำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นสินค้าสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูง (High Value) 2) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ จ.หนองบัวลำภู เก็บข้อมูลโดยการใช้เครื่องมือแบบสำรวจเพื่อใช้สำรวจข้อมูลเบื้องต้น แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วมเพื่อใช้สังเกตกรรมวิธีการทอผ้า แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเพื่อใช้สัมภาษณ์ผู้รู้ จำนวน 5 ท่าน และแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างเพื่อใช้สัมภาษณ์เจาะลึกแบบไม่จำกัดคำตอบใช้สัมภาษณ์ผู้รู้และผู้ปฏิบัติ และแบบแบบสอบถามความพึงพอใจ เพื่อใช้สอบถามผู้บริโภคจำนวน 115 คน

จากการวิจัยพบว่า กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาคำไฮ บ้านนาคำไฮ ต.นาคำไฮ อำเภอเมือง ภายใต้แบรนด์ “เทวาผ้าไทย” มีอัตลักษณ์ในด้านการย้อมสีธรรมชาติจากใบฉนวนโดยใช้เป็นใบสด สีที่ได้เป็นสีดำ สามารถใช้ทดแทนการย้อมสีดำจากมะเกลือได้ และได้นำผ้าฝ้ายย้อมสีดำจากใบฉนวนมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายสตรี 1 ชุด และบุรุษ 1 ชุด สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีอายุระหว่าง 30-45 ปี ให้เป็นสินค้าสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูง (High Value) ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากนั้นได้นำผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายไปทดสอบตลาดเพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ภายในงาน ISAN SOUL พบว่า ระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.75

คำสำคัญ: พัฒนาผลิตภัณฑ์, สิ่งทอชุมชน, ทุนทางวัฒนธรรม, เศรษฐกิจสร้างสรรค์

---

* อาจารย์ ดร., คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

Received: January 15, 2025 **Revised:** March 4, 2025 **Accepted:** May 23, 2025

Abstract

This research article focuses on the development of community fashion textile products from local cultural capital in Nong Bua Lam Phu Province using the concept of creative economy. The objectives are: 1) To study the identity of handwoven textiles in Nong Bua Lam Phu Province to be used in the development of community products into high-value creative goods. 2) To gather the opinions of the target group affecting the design of creative products in Nong Bua Lam Phu. Data were collected using various tools, including a survey questionnaire for preliminary data collection, a non-participant observation to observe the weaving process, a structured interview with 5 experts, and an unstructured interview for in-depth interviews with no limits on responses with both experts and practitioners. A satisfaction questionnaire was also used to survey 115 consumers.

The research found that the handwoven textile group in Ban Nakhamhai, Nakhamhai Subdistrict, Mueang District, under the brand "Tewa Phathai," has an identity in natural dyeing using fresh casuarina leaves to produce a black dye, which can replace the use of black dye from the mangrove tree. Cotton fabric dyed with casuarina leaves was developed into one women's and one men's clothing set, targeted at women aged 30-45, as high-value creative products under the concept of a creative economy. These products were then market-tested at the ISAN SOUL event to gather feedback from the target group on factors influencing the development of creative products. The overall satisfaction level was rated highly, with an average score of 4.75.

Keyword: Product development, community textiles, cultural capital, creative economy

บทนำ

ที่ผ่านมาประเทศไทยใช้ทรัพยากรและความหลากหลายทางชีวภาพสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจ ซึ่งผลของการพัฒนาดังกล่าวต้องแลกด้วยความเสื่อมโทรมของทรัพยากรและการลดลงของความหลากหลายทางชีวภาพ เกิดของเหลือทิ้งที่สร้างมลพิษ ปัญหาสิ่งแวดล้อม ปัญหาสุขภาพ จึงต้องใช้งบประมาณจำนวนมากเพื่อแก้ปัญหา ซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยที่ผ่านมาอยู่ในลักษณะ "ทำมากได้น้อย" เนื่องจาก ไม่สามารถสร้างมูลค่าให้กับทรัพยากรได้เต็มศักยภาพ เกิดการพัฒนาแบบกระจุกตัว ก่อให้เกิด

ความเหลื่อมล้ำ ระหว่างภาคส่วนต่างๆ (สมาคมผู้เลี้ยงสุกรแห่งชาติ, ออนไลน์) รวมทั้งเศรษฐกิจต้องพึ่งพาปัจจัยภายนอก ได้รับผลกระทบสูงจากการเปลี่ยนแปลงภายนอก โดยในรอบ 10 ปีที่ผ่านมาอัตราการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศไทยมีค่าเฉลี่ยเพียงร้อยละ 3 ต่อปี ด้วยอัตราการเติบโตดังกล่าวไม่เพียงพอในการนำพาประเทศไทยให้ก้าวข้าม “กับดักประเทศรายได้ปานกลาง” จึงต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยอาศัยฐานความเข้มแข็งของประเทศ อันประกอบด้วยความหลากหลายทางชีวภาพและความหลากหลายทางวัฒนธรรม ส่งเสริมและพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นเจ้าของสินค้าและบริการมูลค่าสูง ที่ยกระดับมูลค่าในห่วงโซ่การผลิตสินค้าและบริการ ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ช่วยทลายข้อจำกัด ให้เกิดการก้าวกระโดดของการพัฒนาต่อยอด สร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ, ออนไลน์)

ในพื้นที่กลุ่มภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน หรือกลุ่มจังหวัดสบายดี ประกอบด้วย จังหวัดเลย หนองบัวลำภู อุดรธานี หนองคาย และบึงกาฬ เป็นพื้นที่ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนาน มีความหลากหลายของกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีการตั้งถิ่นฐานมายาวนานในลุ่มแม่น้ำโขง จึงมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่ทั้งในด้านอาหาร เครื่องนุ่งห่ม ผ้าแพร และศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญา และมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นจำนวนมาก ดังเช่นกลุ่มเทวาผ้าไทย จังหวัดหนองบัวลำภูเป็นกลุ่มผู้ประกอบการด้านผ้าทอและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอขนาดใหญ่ของจังหวัดหนองบัวลำภู มีสถานที่จำหน่ายที่เปิดต้อนรับลูกค้าได้ทุกวัน และสามารถเข้าถึงได้ง่าย แต่การจำหน่ายสามารถจำหน่ายได้แต่เพียงผ้าผืน ในขณะที่กลุ่มมีการจำหน่ายผ่านช่องทางที่หลากหลาย รวมถึงช่องทางออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ตลอดเวลา แต่ยังไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์กลุ่มลูกค้ายุคใหม่ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจำหน่ายได้ยากกว่าผ้าผืนธรรมดาที่ลูกค้าซื้อไปตัดเย็บเอง อีกทั้งในชุมชนยังมีต้นทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาอยู่แล้วทั้งทางด้านวัฒนธรรมอาหารที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ภูมิปัญญาผ้าและสิ่งทอชุมชนที่โดดเด่นสวยงาม การเข้าไปส่งเสริมเติมเต็มให้มีศักยภาพและมูลค่าที่สูงขึ้นจะเป็นการสร้างความยั่งยืนในระยะยาวได้ ดังเช่นการศึกษาของ ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์ (2563) ได้ศึกษาเรื่องการยกระดับผ้าฝ้ายทอมือด้วยนวัตกรรมสิ่งทอฉลาด เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดหนองบัวลำภู ซึ่งเป็นการมุ่งเน้นศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือนวัตกรรมสิ่งทอฉลาด คือ การนำนวัตกรรมสิ่งทอฉลาดที่มีคุณสมบัติเก็บรักษาสมดุลอุณหภูมิ และเปลี่ยนสีตามอุณหภูมิ แต่ยังขาดเรื่องของการนำทุนทางวัฒนธรรมมาปรับใช้ในการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่จากองค์ความรู้เดิม ในขณะที่จังหวัดหนองบัวลำภูมีภูมิปัญญา และวัฒนธรรมที่น่าสนใจอยู่มาก

จากข้อมูลดังกล่าวจังหวัดหนองบัวลำภูเป็นหนึ่งจังหวัดที่มีสัดส่วนคนจนสูงที่สุดในกลุ่มจังหวัดสบายดี จากข้อมูลในปี พ.ศ. 2565 แต่ในขณะเดียวกันจังหวัดหนองบัวลำภูมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีภูมิปัญญา วัฒนธรรม และศิลปะหัตกรรมด้านผ้าและสิ่งทอที่ควรส่งเสริมมากมาย อีกทั้งยังเป็น 1 ใน 5F คือ Fashion ผ้าไทยและการออกแบบแฟชั่น รวมถึงมีภูมิปัญญาและวัฒนธรรมชุมชนที่หลากหลาย ผู้วิจัยจึงเลือกพื้นที่จังหวัดหนองบัวลำภูโดยการพัฒนาองค์ความรู้ด้วยทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญามาประยุกต์ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creativity Economy) ผสานเทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อให้เป็นสินค้าสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูง (High Value) ขึ้นจากผลิตภัณฑ์เดิม สร้างการรับรู้ขับเคลื่อนให้เกิดการส่งออกอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านผลิตภัณฑ์สิ่งทอ (Soft Power) ด้วยมิติวัฒนธรรมสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรมที่สร้างรายได้จากสินค้าและบริการทางวัฒนธรรมที่มีความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์ผ้าทอชุมชน จ.หนองบัวลำภู นำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นสินค้าสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูง (High Value)

2. เพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอชุมชนจากทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น จ.หนองบัวลำภูด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การทบทวนวรรณกรรม

1. ทุนทางวัฒนธรรม

“ทุนทางวัฒนธรรม” (Cultural Capital) หมายถึง ผลผลิตทางวัฒนธรรมทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องได้ เช่น โบราณสถาน มรดกทางวัฒนธรรม ผลงานศิลปะแขนงต่างๆ ทั้งภาพวาด หัตถกรรม ดนตรี ภาพยนตร์ วรรณกรรม เหล่านี้มักจะวัดมูลค่าเป็นตัวเงินได้ ส่วนทุนวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ ได้แก่ ความเชื่อ จารีต ประเพณี วิถีชีวิต (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2559)

2. แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

“เศรษฐกิจสร้างสรรค์” หมายถึง แนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการ ใช้องค์ความรู้ (Knowledge) การศึกษา (Education) การสร้างสรรค์งาน (creativity) และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual property) ที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม (Culture) การสั่งสมความรู้ของสังคม (Social wisdom) และเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่ (Technology and Innovation) (ชูวิทย์ มิตรชอบ,

2553) เพื่อการผลิตสินค้าและบริการที่สร้างมูลค่าในทางเศรษฐกิจ และคุณค่าทางสังคมที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด โดยที่สินค้าและบริการเองนั้นจะมีมูลค่ามากขึ้นในทุกชั่วโมงจนเกิดเป็นความยั่งยืนในตัวเอง โดยคำที่ทุกคนเข้าใจได้ง่ายๆก็คือ “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิด” (สถาพร วงศ์ขามธาตุ, 2562) ซึ่งความหมายของ เศรษฐกิจสร้างสรรค์นั้น นับว่ามีความหมายที่หลากหลาย และยังไม่มีคำจำกัดความที่สร้างความเข้าใจและการยอมรับอย่างเป็นหนึ่งเป็นอย่างเดียวกัน โดยสรุปแบบเข้าใจง่ายคือ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เป็นการใช้ความคิด ใช้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่มีอยู่แล้วมาต่อยอดทางด้านศิลปะวัฒนธรรม การออกแบบผลิตภัณฑ์ และอื่นๆ ถือว่าเป็นการเพิ่มมูลค่าผ่านกระบวนการของความคิดสร้างสรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง เน้นศึกษากลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ที่ให้ข้อมูล โดยแบ่งเป็นผู้รู้ ผู้ปฏิบัติ และผู้เกี่ยวข้อง

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างและกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive samples) เน้นศึกษากลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ที่ให้ข้อมูล คือกลุ่มที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบเครื่องแต่งกาย ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นสินค้าสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูง (High Value) และด้านอัตลักษณ์ผ้าทอชุมชน โดยแบ่งเป็นผู้รู้ ผู้ปฏิบัติ และผู้เกี่ยวข้อง มีจัดการกลุ่มผู้ให้ข้อมูลตามความสามารถ และหน้าที่ปฏิบัติที่มีความเกี่ยวข้องกับสิ่งทอ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย ดังต่อไปนี้

1.1 ผู้รู้ (Key Informants) หมายถึง นักวิชาการหรือผู้ประกอบการที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านด้านการออกแบบเครื่องแต่งกาย และ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

1) ผู้รู้ภาครัฐ ได้แก่ นักวิชาการที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบเครื่องแต่งกายจากวิทยาลัยอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ จำนวน 2 ท่าน ประกอบด้วย ผศ.ดร.รวิเทพ มุสิกะปาน และดร.กรกลด คำสุข

2) ผู้รู้ภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการหรือนักออกแบบที่มีความรู้ความด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นสินค้าสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูง (High Value) จำนวน 2 ท่าน ประกอบด้วย คุณอุไร สัจจะไพบูลย์ ครูช่าง ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ แบรนด์ หัตตรา และคุณไวพจน์ ดวงจันทร์ ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ผ้าทอประยุกต์ แบรนด์ ธ มณโฑ

3) ผู้รู้ภาคชุมชน ได้แก่ ปราชญ์ชาวบ้าน พัฒนาชุมชน หรือลูกหลานบรรพชนเพื่อให้ความรู้ด้านข้อมูลอัตลักษณ์ผ้าทอชุมชน จำนวน 1 ท่าน ประกอบด้วย คุณกิตติพันธ์ สุทธิสา ประธานกลุ่มเทวาผ้าไทย บ้านนาคำไฮ อ.เมือง จ.หนองบัวลำภู

1.2 ผู้ปฏิบัติ (Casual Information) หมายถึง สมาชิกกลุ่มชุมชนที่เป็นช่างทอผ้า ที่ลงมือปฏิบัติการทอผ้าเป็นอาชีพ ประกอบด้วย สมาชิกหรือเครือข่ายของกลุ่มผู้รู้ภาคชุมชน ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการทอผ้าและการย้อมสี จำนวน 2 ท่าน คือ สมาชิกกลุ่มเทวาผ้าไทย บ้านนาคำไฮ อ.เมือง จ.หนองบัวลำภู

1.3 ผู้เกี่ยวข้อง อันประกอบไปด้วย ประชาชนทั่วไปหรือบุคคลที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดหนองบัวลำภู หรือผู้บริโภคที่ใช้ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากสิ่งทอพื้นถิ่น และตัวแทนผู้ชมการแสดงแบบ (Fashion Show) ในงาน Isan Soul เป็นการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ จำนวน 115 ท่าน

2. เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งประกอบไปด้วย แบบสำรวจภาคสนาม แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 แบบสำรวจ (Survey) เป็นการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นโดยมีขอบเขตการสำรวจในข้อมูลอัตลักษณ์ผ้าทอชุมชน

2.2 แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) เพื่อใช้ในการสังเกตกรรมวิธีการทอผ้า การย้อมสี รูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบเดิม วัตถุดิบ และการนำทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นการสังเกตโดยเฝ้าอยู่วงนอก ไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วมโดยตรง

2.3 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลโดยมีการกำหนดประเด็นและจัดหมวดหมู่ข้อมูล ประกอบด้วยกระบวนการผลิตในมิติต่าง ๆ ซึ่งเครื่องมือนี้จะใช้กับกลุ่มผู้ปฏิบัติ และกลุ่มผู้เกี่ยวข้อง

2.4 แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง (Non-structured Interview) เพื่อใช้สำหรับการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกไม่จำกัดคำตอบให้ได้ข้อมูลกว้างและหลากหลาย ครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับข้อมูลอัตลักษณ์ผ้าทอชุมชน เพื่อนำมาวิเคราะห์สู่การออกพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.5 แบบสอบถามความพึงพอใจ ของผู้บริโภคต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอชุมชนจากทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น จ.หนองบัวลำภูด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยมีการแปลความหมายเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วงดังต่อไปนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 กำหนดอยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 กำหนดอยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 กำหนดอยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 กำหนดอยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 กำหนดอยู่ในเกณฑ์ เห็นด้วยน้อยที่สุด

3. การจัดกระทำข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยเน้นข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ซึ่งส่วนใหญ่ใช้ข้อมูลภาคสนามเป็นหลัก อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประกอบกับแนวคิดและทฤษฎี ที่สามารถใช้ประกอบการอ้างอิงในการวิเคราะห์ เนื้อหางานวิจัย จากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการลงพื้นที่ภาคสนามในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการผลิตสิ่งทอย้อมสีธรรมชาติ รวมถึงการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับสีของดินลุ่มน้ำโขง ซึ่งผู้วิจัยได้วางแผนลำดับการเก็บข้อมูลตามวัตถุประสงค์ กลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ด้วยเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบสำรวจภาคสนาม แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง และได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลที่รวบรวมแล้วแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อเป็นการยืนยันความถูกต้องและน่าเชื่อถือของข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมมาและนำข้อมูลไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

ผลการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอชุมชนจากทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น จ.หนองบัวลำภู ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการศึกษา ตามวัตถุประสงค์ 3 ข้อคือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลอัตลักษณ์ผ้าทอชุมชน จ.หนองบัวลำภู นำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ 2) เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นสินค้าสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูง (High Value) และ 3) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ จ.หนองบัวลำภู โดยผลการวิจัยปรากฏตามวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ข้อมูลอัตลักษณ์ผ้าทอชุมชน จ.หนองบัวลำภู นำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นสินค้าสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูง (High Value)

1.1 ข้อมูลอัตลักษณ์ผ้าทอชุมชน จ.หนองบัวลำภู

กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาคำไฮ บ้านนาคำไฮ ต.นาคำไฮ อำเภอเมือง ภายใต้แบรนด์ “เทวาผ้าไทย” เป็นกิจการผลิตและจำหน่าย ผ้าไทยทอมือจากวัตถุดิบธรรมชาติ เริ่มก่อตั้งเมื่อวันที่ 14 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2557

โดย นายกิตติพันธ์ สุทธิสา ทำหน้าที่เป็นประธานกลุ่มคนแรก โดยช่างทอของกลุ่มมีความชำนาญในการทอผ้าขิดสลับหมี่ ซึ่งเป็นผ้าทอลายโบราณประจำจังหวัดหนองบัวลำภู จึงได้คิดต่อยอดเชิงพาณิชย์ด้วยการนำผ้าทอขิดสลับหมี่ ออกจำหน่ายสู่ท้องตลาดเพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเองและชุมชน

จากการสัมภาษณ์นายกิตติพันธ์ สุทธิสา พบว่า ผ้าทอภูมิปัญญาพื้นบ้านไทย แบรนด์ชุมชน “เทวาผ้าไทย” ของหมู่บ้านนาคำไฮ ตำบลนาคำไฮ อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู ได้ยกย่องเป็น “นาคำไฮโมเดล” ที่สร้างชื่อจนได้รับการยอมรับว่าพัฒนา คุณภาพผ้าทอพื้นเมืองให้ประสบความสำเร็จได้ด้วยตนเองกลุ่มเทวาผ้าไทยจัดเป็นศูนย์การเรียนรู้ การทอผ้าและร้านค้าจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าทอตั้งอยู่ตำบลนาคำไฮ เป็นหนึ่งในโครงการจัดตั้งศูนย์ การเรียนรู้วิชชาลัยผ้าทอหนองบัวลำภู โดยแรกเริ่มคนในชุมชนทอผ้าอยู่แล้วแต่ไม่มีรถวิ่ง ออกไปขาย คุณกิตติพันธ์ ซึ่งเป็นคนในชุมชนจึงเริ่มนำสินค้าภายในชุมชนออกไปขายตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ จนได้รับความสนใจ จึงตัดสินใจไปจดทะเบียนตั้งกลุ่มทอผ้านาคำไฮกับกรมพัฒนาชุมชน เมื่อปี พ.ศ. 2557 และ เริ่มทดลองใช้กี่ทอผ้าในรูปแบบใหม่ๆ โดยมีการทอทั้งผ้าฝ้ายและผ้าไหม เอกลักษณ์ของผ้าทอที่นี่คือผ้าหนึ่งผืนจะมีลวดลายทั้งสองด้านที่ไม่เหมือนกันด้านหนึ่งเป็นลายยกดอกและอีกด้านหนึ่งเป็นลายมัดหมี่และการคิดค้นเทคนิควิธีที่ทำให้ทั้งผ้ามีความนุ่มลื่นและมันวาว สวยงามแตกต่างจากที่อื่นคือนำน้ำซาว ข้าวเหนียวพันธุ์ผัวหลงซึ่งเป็นข้าวเหนียวประจำจังหวัด หนองบัวลำภูไปแช่เส้นด้ายเพื่อสร้างความแตกต่างจากกลุ่มอื่นในภายหลังได้มีการพัฒนาสีย้อมจากธรรมชาติจากหลากหลายวัสดุและมีสีสัน ที่หลากหลาย อัตลักษณ์ผ้าทอของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาคำไฮ (เทวาผ้าไทย) บ้านนาคำไฮ ต.นาคำไฮ อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู คือ

1) ผ้าที่ทอด้วยเทคนิคพิเศษให้ด้านหนึ่งเป็นยกดอกและอีกด้านเป็นมัดหมี่ ซึ่งถือเป็นลายลิขสิทธิ์ มีที่นี่ที่เดียว จนได้รับรางวัลนวัตกรรมผ้าทอมาแล้วด้วย

2) การย้อมสีด้วยวัตถุดิบธรรมชาติอันได้แก่ ดอกอัญชัน ฝักคูณ เปลือกประดู่ แก่นขนุน และผ้าหมักน้ำซาวข้าวเหนียวผัวหลง ซึ่งจะเพิ่มมูลค่าให้กับเนื้อผ้า ให้มีความนุ่ม ลื่น ยิ่งนานก็ยิ่งจะนุ่มเหมาะสำหรับการ สวมใส่ สร้างความสบายตัวให้กับผู้สวมใส่เป็นอย่างยิ่ง

1.2 นำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นสินค้าสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูง (High Value)

1.2.1 การวิเคราะห์องค์ความรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาผ้าทอในการพัฒนา

ตารางที่ 1 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการ กลุ่มเทวาผ้าไทย บ้านนาคำไฮ ต.นาคำไฮ อ.เมือง จ.หนองบัวลำภู

อัตลักษณ์ผ้าทอชุมชน	เป้าหมาย/ผลลัพธ์
ด้านความเชื่อ นิทานพื้นบ้านเรื่อง “นางผมหอม” ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ถ้ำผาช้าง จ.หนองบัวลำภู ในปัจจุบันเป็นเรื่องราวที่มีการเล่าสืบต่อกันมาอย่างต่อเนื่องตามประวัติความเป็นมาเล่าว่าเจ้าเมือง นครศรี มีพระธิดานามว่า “นางสีดา” วันหนึ่งนางสีดาตั้งท้อง และคลอดลูกโดยบุตรสาวชื่อ “นางผมหอม” เนื่องจากมีผมที่หอมและมีเชื้อสายของพญาช้าง สารพญาช้างสารได้พานางผมหอม ไปอาศัยอยู่ถ้ำช้างหรือถ้ำเอราวัณ จนกระทั่งนางผมหอมเจริญวัย เติบโตขึ้นมาเป็นสาวลงเล่นน้ำและ เสี่ยงทายเพื่อหาคู่ครองโดยการนำเอาปอยผมและสารเสี่ยงทาย บรรจุลงในผอบแก้วแล้วอธิษฐานลอยน้ำจนได้พบกับขุนไท กษัตริย์ ผู้ครองนครเบ็งจานทั้งคู่หนีพญา ช้างสารไปอยู่กินกันจนมีลูกทำให้พญาช้างสารเสียใจและตรอมใจตาย ปัจจุบันในวันที่ 10 เมษายน ของทุกปีจัดพิธีบวงสรวงพญาช้าง นางผมหอม เป็นประเพณีประจำจ. หนองบัวลำภู	ออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย 2 ชุด ประกอบด้วยชุดสตรี 1 ชุด ชุดบุรุษ 1 ชุด โดยนำผ้าฝ้ายย้อมสีดำจากใบฉนวนมาออกแบบสร้างสรรค์ เครื่องแต่งกายโดยรูปแบบของเครื่องแต่งกายมีความสอดคล้องกับแนวโน้มแฟชั่น Autum winter 2024 (AW24) ที่สามารถสวมใส่ในชีวิตประจำวันได้ ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
ด้านวัสดุ เส้นฝ้าย คือ วัสดุหลักที่ใช้ และหมักด้วยน้ำซาวข้าวเหนียวพันธุ์ผัวหลงเพื่อคุณสมบัติทำให้ผ้านุ่มลื่น และมันวาวสวยงาม **ด้านลวดลาย** กลุ่มเทวาผ้าไทยทอผ้า หลากหลายลวดลายทั้งผ้าพื้นประเภทผ้ามัดหมี่ ผ้าขิด และผ้าทอยกดอก **ด้านการย้อมสี** กลุ่มเทวาผ้าไทยมีทั้งการย้อมสีเคมีและสีธรรมชาติแต่จะเน้นไปที่การ ย้อมสีธรรมชาติ เช่น สีจากเปลือกไม้ สีครามและสีดำจากใบฉนวน ซึ่งเป็นสีที่ถูกค้นพบจาก การสังเกตของคุณกิตติพันธ์ ผู้ก่อตั้ง เทวาผ้าไทย	

จากตารางการศึกษาอัตลักษณ์ผ้าทอชุมชน พบว่า ในด้านความเชื่อ มีนิทานที่เป็นเรื่องเล่าปากต่อปากเรื่องนางผมหอม ผู้วิจัยจึงนำนิทานเรื่องนางผมหอมมาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบเครื่องแต่งกาย ในด้านวัสดุ นิยมใช้ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ และหมักด้วยน้ำซาวข้าวเหนียวพันธุ์ผัวหลงเพื่อคุณสมบัติทำให้ผ้านุ่มลื่น ในด้านลวดลายนิยมเป็นลายมัดหมี่สลับขิด และสีพื้น ด้านการย้อมสีเน้นการย้อมสีธรรมชาติเป็นหลัก โดยเป็นวัสดุที่หาได้ในชุมชน

1.2.2 การวิเคราะห์การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product)

1) Product – ผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มเทวาผ้าไทย บ้านนาคำไฮ ตำบลนาคำไฮ อำเภอเมือง จังหวัดหนองบัวลำภู เป็นการนำเอาจุดเด่นกลุ่มคือ ผ้าย้อมสีธรรมชาติจากใบฉนวน เป็นผ้าย้อมที่ได้สีดำ ถูกค้นพบขึ้นโดยคุณกิตติพันธ์ ผู้ก่อตั้งเทวาผ้าไทย ได้สังเกตเห็นว่า ใบฉนวนที่ตกอยู่ตามพื้น ไร้ประโยชน์ เมื่อโดนน้ำใบฉนวนมีสีที่ละลายออกมาเป็นสีดำ จึงได้ทดลองนำสีของใบฉนวนมาทำกับเสื้อสีขาวแล้วทำไปซักพบว่าสีไม่ออกและติดคงทน จึงได้นำใบฉนวนมาย้อมเส้นใยสำหรับทอเป็นผืนผ้าตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา เดิมทีสีจากธรรมชาติสีดำมีเพียงการย้อมจากมะเกลือเท่านั้น คุณกิตติพันธ์ จึงได้ชูการย้อมเส้นใยจาก ใบฉนวนเพื่อลดการใช้มะเกลือที่หาได้เฉพาะบางพื้นที่ จึงนำผ้าจากการย้อม ใบฉนวนนำมาออกแบบเป็น เครื่องแต่งกายสตรี ที่สอดคล้องกับ Trend หรือแนวโน้มแฟชั่น Autum winter 2024 (AW24) สำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีอายุระหว่าง 30-45 ปี เป็นกลุ่มคนที่ชอบความทันสมัย จึงเน้นโครงร่างเงาที่อิงกับแนวโน้มแฟชั่นเป็นหลัก โดยคำนึงถึงกลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบรูปแบบของเครื่องแต่งกายที่สามารถใส่ได้ในชีวิตประจำวัน

2) Inspire – แรงบันดาลใจ

นำเอาโครงเรื่องจากความเชื่อเรื่องนิทานพื้นบ้าน เรื่อง “นางผมหอม” ที่เกิดขึ้นในพื้นที่ภูเขาหินแข็ง จ.หนองบัวลำภู ในตอนที่นางผมหอมเสี่ยงทายเพื่อหาคู่ครองโดยการนำเอาปอยผมและสารเสี่ยงทายบรรจุลงในผอบแก้วแล้วอธิฐานลอยน้ำ จนได้พบกับขุนไทกษัตริย์ผู้ครองนครเบ็งจานทั้งคู่หนีพญาช้างสารผู้เป็นพ่อไปอยู่กินกันจนมีลูก ทำให้พญาช้างสารเสียใจและตรอมใจตายจึงได้นำเอากลิ่นอายและบรรยากาศของความโศกเศร้า ความพริ้วไหวของสายน้ำมาได้ออกแบบเป็นเครื่องแต่งกายสตรี เครื่องแต่งกายบุรุษแทนนางผมหอมและขุนไท

3) Target – กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายคือ Generation Y อายุระหว่าง 20-37 ปี (ฐานเศรษฐกิจ, 2560) เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก และ Generation X อายุระหว่าง 38-52 ปี (ฐานเศรษฐกิจ, 2560) เป็นกลุ่มเป้าหมายรอง เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและเป็นการขยายตลาดที่กว้างขึ้น จากการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูลจึงกำหนดกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่มีช่วงอายุอยู่ระหว่าง Generation Y

และ Generation X คือ กลุ่มสตรีและบุรุษ อายุระหว่าง 30-45 ปี เป็นกลุ่มที่อยู่ใน Generation Y ตอนปลาย (กลุ่มเป้าหมายหลัก) และ Generation X ตอนต้น (กลุ่มเป้าหมายรอง) ซึ่งเป็นกลุ่มวัยทำงานที่มีฐานะการเงินและอาชีพที่มั่นคง มีกำลังซื้อสูง รายได้โดยเฉลี่ย 50,000 บาทต่อเดือนขึ้นไป

4) Material – วัสดุและการผลิต

วัสดุหลักที่ใช้ คือ ผ้าฝ้ายย้อมสีดำจากใบฉนวน วัสดุรองที่ใช้ในการประกอบ เครื่องแต่งกายให้สมบูรณ์ คือ ผ้ามัดหมี่

5) Concept Design – แนวคิดการออกแบบสร้างสรรค์

การพัฒนาออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ กลุ่มเทวาผ้าไทย บ้านนาคำไฮ ต.นาคำไฮ อ.เมือง จ.หนองบัวลำภู ประกอบด้วยเครื่องแต่งกายสตรี 1 ชุด และเครื่องแต่งกายบุรุษ 1 ชุด โดยมีแรงบันดาลใจจากการนำเอาโครงเรื่องจากความเชื่อเรื่องนิทานพื้นบ้าน เรื่อง “นางผมหอม” ที่เกิดขึ้น ในพื้นที่ภูเขาหินแข็ง จ.หนองบัวลำภู นำเอากลิ่นอายและบรรยากาศของความโศกเศร้าความพริ้วไหวของ สายน้ำมาได้ออกแบบเป็นเครื่องแต่งการสตรี เครื่องแต่งกายบุรุษแทนนางผมหอม และขุนไทถ่ายทอดผ่านการใช้ผ้าไทยคือ ผ้ามัดหมี่และผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จากใบฉนวนสำหรับกลุ่มเป้าหมายสตรีอายุระหว่าง 30-45 ปี โดยมี Moodboard ดังนี้

รูปที่ 1 Moodboard สู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับ กลุ่มเทวาผ้าไทย

6) Sketch design – แบบร่างการออกแบบ

จากการวิเคราะห์องค์ความรู้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาในด้านความเชื่อด้านวัสดุ ด้านลวดลาย และการย้อมสี การวิเคราะห์การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ การกำหนดแรงบันดาลใจ กลุ่มเป้าหมาย วัสดุและการผลิต ถึงการกำหนดแนวความ คิดในการออกแบบ จึงได้ทำแบบร่างเครื่องแต่งกายสตรีและบุรุษ โดยใช้ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติจากใบฉนวน เป็นวัตถุดิบหลัก เพื่อพัฒนาแบบร่างให้สมบูรณ์ก่อนนำไปตัดเย็บต้นแบบ และนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ สิ่งทอร่วมกับการพูดคุยและร่วมพัฒนากับกลุ่มชุมชนเพื่อให้รูปแบบจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์สามารถนำไปต่อยอดในการผลิตเพื่อจำหน่ายในอนาคตได้

รูปที่ 2 ชุดที่ 1 ชุดผู้หญิงเสื้อคลุมตัวยาวและกระโปรงระบาย

รูปที่ 3 ชุดที่ 1 ชุดผู้ชายเสื้อคลุมตัวยาวและกางเกงขายาว

2. สอบถามความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการจากทุนวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ได้ทำการจัดกิจกรรมทดสอบตลาด ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี โดยมีแนวความคิดในการจัดงานคือ “ISAN SOUL Festival” สร้างสรรค์จากภูมิปัญญาอีสาน บูรณาการสู่สากล เป็นการนำเสนอจิตวิญญาณความเป็นอีสานผสานทุนศิลปวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละกลุ่มชุมชน และถ่ายถอดออกมาผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอและเครื่องแต่งกาย

รูปที่ 4 กิจกรรมการแสดงแบบเครื่องแต่งกาย (Fashion Show) กลุ่มเทวาผ้าไทย

จากการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) และการแสดงแบบเครื่องแต่งกาย (Fashion Show) ภายในงาน “ISAN SOUL Festival” สร้างสรรค์จากภูมิปัญญาอีสาน บูรณาการสู่สากล ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ได้มีการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคในรูปแบบออนไลน์ รูปแบบการประเมินเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ โดยมีผลการประเมิน ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความเห็นของผู้บริโภคของกลุ่มเทวาผ้าไทย

รายการสอบถามความคิดเห็น	ผู้บริโภค คน (n=115)		
	X	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ประโยชน์ใช้สอย			
1.1 รูปแบบเครื่องแต่งกาย มีความเหมาะสมสมกับรูปแบบการใช้งาน	4.47	0.48	เห็นด้วยมาก
1.2 คุณภาพในการตัดเย็บประณีต เรียบร้อย ตามมาตรฐานการตัดเย็บ	4.84	0.39	เห็นด้วยมากที่สุด
1.3 ความสะดวกสบายในการสวมใส่ สามารถสวมใส่ในชีวิตประจำวัน	4.67	0.55	เห็นด้วยมากที่สุด
2. ด้านคุณค่าความสวยงาม			
2.1 ความเหมาะสมของการนำภูมิปัญญาลวดลาย การย้อมสีธรรมชาติมาใช้ในการออกแบบ	4.79	0.48	เห็นด้วยมากที่สุด
2.2 ความเหมาะสมของการออกแบบลวดลายสี และการจับคู่สี	4.79	0.45	เห็นด้วยมากที่สุด
2.3 ความสวยงามโดยรวมของเครื่องแต่งกายสะท้อนผ้าทออีสานสานสู่สากล	4.78	0.48	เห็นด้วยมากที่สุด
3. ด้านศักยภาพในการจำหน่าย			
3.1 รูปแบบเครื่องแต่งกายความสามารถในการนำไปผลิตและจำหน่ายได้จริง	4.69	0.52	เห็นด้วยมากที่สุด
3.2 รูปแบบเครื่องแต่งกายสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้หรือผู้ซื้อ	4.67	0.57	เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	**4.75**	**0.49**	**เห็นด้วยมากที่สุด**

จากตารางที่ 2 พบว่าระดับความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.75, S.D. = 0.49) โดยแยกเป็นระดับความพึงพอใจต่อประโยชน์ใช้สอยด้านรูปแบบเครื่องแต่งกาย ด้านคุณภาพในการการตัดเย็บประณีต เรียบร้อย ตามมาตรฐานการตัดเย็บ ด้านความสะดวกสบายในการสวมใส่ สามารถสวมใส่ในชีวิตประจำวัน คุณค่าความงามด้านความเหมาะสมของการนำภูมิปัญญาลวดลาย การย้อมสีธรรรมชาติมาใช้ในการออกแบบ ด้านความเหมาะสมของการออกแบบลวดลายสี

และการจับคู่สี ด้านความสวยงามโดยรวมของเครื่องแต่งกายสะท้อนผ้าทออีสานสานสู่สากล และระดับความพึงพอใจต่อศักยภาพในการจำหน่ายด้านรูปแบบเครื่องแต่งกายความสามารถในการนำไปผลิตและจำหน่ายได้จริงอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอชุมชนจากทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น จ.หนองบัวลำภู ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ข้อมูลอัตลักษณ์ผ้าทอชุมชน จ.หนองบัวลำภู นำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นสินค้าสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าสูง (High Value) โดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การออกแบบ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากการใช้องค์ความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาวัฒนธรรมของชุมชน หรือทุนทางวัฒนธรรม ดังทฤษฎีทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) กล่าวถึงสิ่งที่บุคคลได้รับจากกระบวนการหล่อหลอมทางสังคมกลายเป็นคุณสมบัติติดตัว ที่เอื้อให้บุคคลนำไปเพิ่มพูนมูลค่าของตนได้ อาจหมายถึงทรัพย์สินต่างๆที่ไม่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจแต่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ (บูร์ดิเยอ, 2550: ชนิดา เสงี่ยมไพศาลสุข แปล) ดังเช่นผลการออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอชุมชน ที่เป็นการสร้างสรรค์ผลงานจากทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ให้เป็นรูปธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม แฝงไปด้วยกลิ่นอายของความเป็นวัฒนธรรมชุมชนสอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้านการพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานองค์ความรู้ทรัพย์สินทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมการทอผ้า การย้อมสีธรรมชาติจากใบฉนวน และเรื่องเล่านิทานพื้นบ้านในพื้นที่สู่การพัฒนาธุรกิจการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ชุมชนเกิดรายได้เพิ่มจากการขยายกลุ่มลูกค้าที่เพิ่มมากขึ้น

การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาคำไฮ บ้านนาคำไฮ ต.นาคำไฮ อำเภอเมืองภายใต้แบรนด์ “เทวาผ้าไทย” มีอัตลักษณ์ด้านการย้อมสีธรรมชาติที่แตกต่างจากที่อื่น คือ การใช้ใบฉนวนมาใช้ในการย้อมสีดำแทนมะเกลือซึ่งจำเป็นจะต้องใช้ในสดในการย้อมเนื่องจากจะให้เฉดสีที่ดีกว่าแบบแห้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัทวัฒน์ สีขาว และคณะ (2565) ได้ศึกษาเฉดสีและความคงทนของการย้อมสีธรรมชาติจากใบมะยงชิด พบว่าสีย้อมจากใบสดให้สีที่มีความสว่างกว่าสีย้อมจากใบแห้ง จากนั้นได้นำผ้าสีดำย้อมจากใบฉนวนมาผ่านกรรมวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยศึกษาบริบทพื้นที่ของชุมชนด้านตำนานความเชื่อโดยนำเอาโครงเรื่องจากความเชื่อนิทานพื้นบ้าน เรื่อง “นางผมหอม” ที่เกิดขึ้น ในพื้นที่ภูเขาหินแข็ง จ.หนองบัวลำภู นำเอากลิ่นอายและบรรยากาศของความโศกเศร้าความพริ้วไหวของ สายน้ำมาได้ออกแบบเป็นเครื่องแต่งการสตรีโดยใช้วัสดุหลักจากผ้าย้อมสีใบฉนวนของกลุ่มเทวาผ้าไทย สอดคล้องกับ กีรติญา สอนเนย (2554) อธิบายว่า การออกแบบเครื่องแต่งกาย

เป็นการนำความรู้ ประสบการณ์และจินตนาการสื่อออกมาในรูปแบบของภาพร่าง จากนามธรรมให้เป็นรูปธรรมเป็นผลงานที่มีลักษณะเฉพาะที่สื่อความเป็นตัวตนของผู้ออกแบบ ยึดหลักทางด้านศิลปะที่สำคัญในการออกแบบคือ ความสวยงาม โดยใช้วัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น สอดคล้องกับ ปรัชญ์ หาญกล้า (2556) ที่ได้นำผ้าทอของท้องถิ่น ที่มีความสวยงาม มีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่นจากการผสมผสานวัฒนธรรมของคนในชุมชนที่บรรพบุรุษอพยพมาจากภาคอีสาน มาออกแบบเป็นเครื่องแต่งกายให้ได้รับความนิยมในการนำมาสวมใส่ในชีวิตประจำวันและสามารถแข่งขันกับตลาดสินค้าเครื่องแต่งกายในปัจจุบันได้ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์สอดคล้องกับงานวิจัยของ แพรภัทร ยอดแก้ว (2565) ที่ได้ศึกษาเรื่อง แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ส่งผลให้เกิดความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ทำให้มีความโดดเด่นและเป็นที่ต้องการของของตลาดโลกมากยิ่งขึ้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ช่วยสร้างงาน สร้างรายได้ และยกระดับคุณภาพชีวิตให้ประชาชนในประเทศ มีการพัฒนาอย่างสมดุลและยั่งยืนทั้งในด้านความหลากหลายของวัฒนธรรมและมรดกวัฒนธรรมทางภูมิปัญญา เช่นเดียวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์แฟชั่นสิ่งทอชุมชนจากทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่น จ.หนองบัวลำภูด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่สามารถสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์สิ่งทอในบริบทพื้นที่เดียวกัน ที่มีสิ่งทอที่คล้ายคลึงกันและยังเป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าที่กว้างขึ้น เป็นการกระจายกลุ่มบริโภคที่ใหญ่ขึ้นเช่นกัน

ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน ควรคำนึงถึงพื้นฐานของกลุ่มชุมชน วัตถุดิบ บริบทของชุมชน วิถีชีวิตภูมิปัญญาเพื่อนำมาต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดประโยชน์สูงสุด และสามารถนำองค์ความรู้นี้ไปต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในบริบทอื่นๆได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อต่อยอดสืบสาน วิถีวัฒนธรรมชุมชนในอีกหลาย ๆ ชุมชนที่มีพื้นฐานภูมิปัญญาด้านการทอผ้า และช่วยส่งเสริมให้ชุมชนเกิดรายได้จากผลิตภัณฑ์ในชุมชน ต่อยอดให้สามารถขายในตลาดสากลและเป็นที่ต้องการของคนทั่วไปได้

บรรณานุกรม

กมลภัทร์ รักสวน. (2543). **การออกแบบเสื้อผ้าสตรีวัยทำงานที่มีส่วนประกอบของผ้าทอ** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2559). ทุนวัฒนธรรมไทยสู่การสร้างสรรค์เศรษฐกิจ, **วารสารของกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 58**, 5-8.

กัญญารัตน์ แก้วกมล, นิติคุณ ท้าวทอง, สุปวีณ์ รสรื่น, อนศิษฐ์ เพชรเชนทร์, อมรรัตน์ รัตนสุภา, และจันทรัศม์ ภูติอริยวัฒน์. (2564). การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 11**(1), 75-91.

กีรติญา สอนเนย. (2554). **Fashion Design การวาดภาพแฟชั่นและการออกแบบเสื้อผ้า** (พิมพ์ครั้งที่ 2). วาดศิลป์.

ชูวิทย์ มิตรชอบ. (2553). "เศรษฐกิจสร้างสรรค์" แนวคิดใหม่ในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยในทศวรรษหน้า. **วารสารเศรษฐศาสตร์สุโขทัยธรรมาธิราช, 5**(1), 114-181.

ณัฐณภรณ์ เอกนราจินดาวัฒน์. (2566). การยกระดับผ้าฝ้ายทอมือด้วยนวัตกรรมสิ่งทอฉลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สิ่งทอพื้นเมืองจังหวัดหนองบัวลำภู. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอิสเทิร์นเอเชีย, 13**(1), 432-447.

ดวงฤทธิ์ เบ็ญจาธิกุล ชัยรุ่งเรือง. (2566). การขับเคลื่อน Soft Power: อัตลักษณ์ท้องถิ่นภาคใต้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดชุมพร. **วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 11**(5), 1922-1935.

แพรภัทร ยอดแก้ว. (2565). **แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งในจังหวัดนครปฐม** [เอกสารนำเสนอในที่ประชุม]. การประชุมเชิงวิชาการระดับชาติ, นครปฐม.

พัทวัฒน์ สีขาว, หนึ่งฤทัย เนื้อไม้หอม, นฤมล พรมลา, นุสรินทร์ สุคนธภักดี, ครรชิต ณ วิเชียร, เสาวลักษณ์ อยู่เพชร, และอรัญญา จุติวิบูลย์. (2565). สุขการศึกษาเฉดสีและความคงทนของการย้อมสีธรรมชาติจากใบมะยงชิดบนเส้นใยไหมและฝ้าย. **PSRU Journal of Science and Technology, 7**(2), 89-102.

ปรัชญ์ หาญกล้า. (2556). **การออกแบบเครื่องแต่งกายสตรีเพื่อพัฒนางานพื้นถิ่นให้เป็นสินค้าระดับชาติโดยใช้แนวคิดการออกแบบอย่างยั่งยืน** [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปิแยร์ บูร์ติเยอ. (2550). **เศรษฐกิจของทรัพย์สินเชิงสัญลักษณ์.** (ชนิดา เสงี่ยมไพศาลสุข, ผู้แปล). คบไฟ.

สถาพร วงศ์ขามธาตุ. (2562). **"Creative Economy" เศรษฐกิจสร้างสรรค์** http://www.innohubkku.com/content//11873creative-economy-เศรษฐกิจสร้างสรรค์

สมาคมผู้เลี้ยงสุกรแห่งชาติ. (ม.ป.ป.). **BCG Economy นโยบายกระตุกเศรษฐกิจที่ภาคปศุสัตว์ทั้งระบบต้องขับเคลื่อน** http://www.nupress.grad.nu.ac.th

สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติโมเดล. (ม.ป.ป.). **เศรษฐกิจ บีซีจี** https://www.nxpo.or.th/th/bcg-economy/

สิงหา ปรารมภ์, และนิรัช สุดสังข์. (2554). การออกแบบของที่ระลึกโดยใช้อัตลักษณ์เครื่องแต่งกายของชุมชนไทลื้อ บ้านหนองบัว อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน. **วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2**(2), 25-34.

อนันต์ คติยะจันทร์, พระสมุห์กฤติพิสิฐ จ่าพันธ์, และพระสุวรรณ์. (2564). ปูนอ่อนการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมไทย จังหวัดโดยชุมชนเป็นฐานรากในพื้นที่ชายแดดจังหวัดหนองคาย. **มหาจุฬานาครทรรศน์, 8**(1), 188-200.