วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
JYRU JOURNAL OF YALA RAJABHAT UNIVERSITY
ISSN 2985-1424 (Online)

การพัฒนาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

The Development of Soil-Dyed Fabric Business Management for Enhancing Creative Tourism in Koh Pho District, Pattani Province

ชมพูนุท ศรีพงษ์[1] วัชระ ขาวสังข์[1*] และวสันตนาวิน หรินทร์ปพนวิช[2]
Chompunuch Sriphong[1], Watchara Khaosung[1*] and Wasanthanawin Harinpaponwich[2]

[1]สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000
[2]สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา 95000
[1]Department of Management, Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University, Muang, Yala, 95000, Thailand
[2]Department of Economics, Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University, Muang, Yala, 95000, Thailand
*Corresponding author, e-mail: watchara.k@yru.ac.th
(Received: Jan 7, 2026; Revised: Apr 22, 2026; Accepted: May 27, 2026)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี 2) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมดินของนักท่องเที่ยว 3) แนวทางการพัฒนาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และ 4) ผลการพัฒนาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดิน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสนทนากลุ่มและแบบสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ 15 คน ซึ่งคัดเลือกแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา รวมทั้งเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ และวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินประสบปัญหาด้านการผลิต การตลาด การเงินและบัญชี และทรัพยากรมนุษย์ 2) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่าย ราคา และผลิตภัณฑ์ ร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมดินของนักท่องเที่ยวได้ 58.70 % 3) แนวทางการพัฒนาการจัดการธุรกิจในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ออกแบบกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วม เตรียมความพร้อมขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ทำการตลาดออนไลน์ ปรับปรุงการบันทึกบัญชีและเอกสารทางการเงิน ถ่ายทอดความรู้ด้านการผลิต พัฒนาทักษะการเป็นวิทยากรและการตลาดให้แก่สมาชิก 4) ภายหลังการพัฒนา 1 เดือน กลุ่มมีรายได้เพิ่ม 2,194 บาท และมียอดผู้เข้าชมคลิปวิดีโอสาธิตการผลิตทางยูทูบ 1,097 ครั้ง นอกจากนี้สมาชิกมีความรู้ในการจัดการธุรกิจเพิ่มขึ้น ดังนั้นการพัฒนาการจัดการธุรกิจเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ควรดำเนินการทั้งด้านการผลิต ด้านการเงินและบัญชี ด้านการตลาด และด้านทรัพยากรมนุษย์ รวมทั้งติดตามผลอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : การพัฒนาการจัดการธุรกิจ ผ้าย้อมดิน การสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

Abstract

This research aimed to study 1) the business management of soil-dyed fabric in Koh Pho District, Pattani province, 2) the marketing mix factors affecting tourists' purchasing decisions regarding soil-dyed fabric products, 3) development guidelines for soil-dyed fabric business management to support creative tourism, and 4) the outcomes of soil-dyed fabric business management development. Data were collected through focus group discussions and interviews with 15 purposively selected key informants, followed by content analysis. Additionally, 400 Thai tourists were surveyed using accidental sampling, and multiple regression analysis was then used to determine the influence of the variables. The research findings revealed that 1) business management of soil-dyed fabric remains hindered by issues in production, marketing,

financial accounting, and human resources. 2) The marketing mix factors, specifically distribution, price, and product, collectively accounted for 58.70% of the variance in purchase decisions regarding soil-dyed fabric products. 3) Guidelines for business management development to support creative tourism include designing participatory activities for tourists, preparing for product standard certifications, implementing online marketing, improving accounting records and financial documentations, transferring production knowledge, and enhancing members' public speaking and marketing skills. 4) One month after implementation, the group's income increased by 2,194 baht, and the production demonstration video on YouTube received 1,097 views. Additionally, members demonstrated improved knowledge of business management. Therefore, business management development for enhancing creative tourism should encompass production, financial accounting, marketing, and human resource management, with continuous monitoring and evaluation.

Keywords: Business management development, Soil-dyed fabric, Supporting creative tourism

บทนำ

การพัฒนาธุรกิจชุมชนและวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย ยังคงต้องได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินธุรกิจเกิดความเข้มแข็งและกลุ่มชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน จากการสำรวจวิสาหกิจชุมชนหลายแห่ง พบว่า ยังคงประสบปัญหาในการดำเนินงานหลายประการ เช่น ด้านการตลาด ด้านการเงินและด้านบัญชี ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ด้านการผลิต ฯลฯ ดังนั้นการพัฒนาควรดำเนินการให้ครอบคลุมด้านต่าง ๆ ตามความเหมาะสมกับธุรกิจ (The Secretariat of The House of Representatives, 2018) ประกอบกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) มีหมุดหมายสำคัญประการหนึ่งคือ การทำให้ประเทศมีวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้ รวมทั้งมีหมุดหมายเกี่ยวกับการท่องเที่ยวคือ ทำให้ประเทศเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน (Office of the National Economic and Social Development Council, 2022) การท่องเที่ยวในประเทศไทยนับว่ามีบทบาทสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เพราะก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อม โดยเฉพาะการเป็นแหล่งรายได้สำคัญ ช่วยเพิ่มการสร้างงาน และการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศมาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570) จึงกำหนดวิสัยทัศน์การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืน และมีส่วนร่วม (Ministry of Tourism and Sports, 2022) อีกทั้งกลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดนได้กำหนดแผนการท่องเที่ยวให้สอดรับโดยเน้นการเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวที่หลากหลายทั้งเชิงนิเวศน์และวัฒนธรรม ที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวกระแสหลักและการท่องเที่ยวชุมชน (Strategic Administration Group of Southern Border Provinces Cluster, 2022) ดังนั้นการท่องเที่ยวชุมชนจำเป็นต้องแสดงจุดเด่นที่สร้างคุณค่า และมีรูปแบบใหม่ ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยวรับรู้ได้ว่าไม่ใช่แค่เพียงการเดินทางเพื่อมาพักผ่อน แต่ยังได้รับประโยชน์หรือได้ประสบการณ์ใหม่ที่ดีจากชุมชน

ชุมชนบ้านศาลาลาก อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี เป็นแหล่งกำเนิดภูมิปัญญาท้องถิ่นอันทรงคุณค่าในการนำดินธรรมชาติที่มีคุณสมบัติโดดเด่นเฉพาะในพื้นที่มาทำเป็นสีย้อมผ้า ซึ่งให้โทนสีเทา สีชมพู และสีเหลือง โดยให้ชื่อผ้าย้อมสีดินเหล่านี้ว่า ผ้าดินประดู่ ความรู้นี้เป็นสิ่งที่ชาวบ้านในชุมชนสืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ควบคู่ไปกับการศึกษาทดลองและเรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพกระบวนการย้อมผ้าให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง จากจุดเริ่มต้นที่ผลิตใช้กันภายในครัวเรือน ชุมชนได้รวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มในนามสัมมาชีพดินประดู่ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าดินประดู่เพื่อเข้าสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ นอกจากนี้แหล่งดินภูเขาและสถานที่ผลิตของกลุ่มยังเป็นศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่เปิดโอกาสให้นักเรียน นักศึกษา และผู้สนใจได้เข้ามาศึกษา อย่างไรก็ตามแม้ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา กลุ่มสัมมาชีพดินประดู่ได้พยายามพัฒนาทั้งด้านผลิตและการตลาด อีกทั้งยังมีที่ตั้งอยู่ใกล้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี แต่ในทางปฏิบัติกลุ่มยังคงเผชิญกับข้อจำกัดหลายประการ ซึ่งส่งผลให้ธุรกิจไม่สามารถเติบโตได้อย่างเต็มศักยภาพ โดยเฉพาะปัญหาด้านการขยายตลาดและการสร้างการรับรู้ในกลุ่มผู้บริโภค

เนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้ายังคงมีอย่างจำกัด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการจำหน่ายผ่านการออกร้านกับหน่วยงานภาครัฐ จึงส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมดินของกลุ่มยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง ประกอบกับปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่ยังมีความสามารถจำกัด ทำได้เพียงบางขั้นตอนของกระบวนการผลิต ทำให้ภาระหน้าที่งานสำคัญในการจัดการไม่ว่าจะเป็นการผลิต การตลาด การเงินและบัญชี ต้องตกอยู่กับประธานกลุ่มเพียงผู้เดียว ภาวะดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มยังขาดความเข้มแข็งด้านการจัดการธุรกิจ และยังไม่สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างแท้จริง (ประธานกลุ่ม ก, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2568) ทั้งนี้การจัดการธุรกิจในด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงินและบัญชี และด้านทรัพยากรมนุษย์คือ หน้าที่งานสำคัญในการดำเนินธุรกิจเพื่อบรรลุเป้าหมายที่กำหนด (Pride *et al.*, 2022) โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจชุมชนพบว่า การจัดการธุรกิจเป็นปัจจัยที่ส่งผลทางตรงต่อผลการดำเนินงาน (Chatwanichul *et al.*, 2022) นอกจากนี้จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับผ้าย้อมดินในพื้นที่อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี พบว่า ยังไม่มีการศึกษาที่มุ่งเน้นการพัฒนาการจัดการธุรกิจของผลิตภัณฑ์ดังกล่าว รวมทั้งยังไม่มีการนำจุดเด่นของภูมิปัญญาท้องถิ่นนี้มาเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้และมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และวิถีชีวิตของชุมชนอย่างแท้จริง (Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization), 2021) ด้วยเหตุนี้คณะผู้วิจัยจึงศึกษาการพัฒนาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี โดยมุ่งเชื่อมโยงธุรกิจที่มีฐานภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าย้อมดินเข้ากับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้คาดว่าการจัดการธุรกิจที่มีประสิทธิภาพจะเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมดินโดยตรง และที่สำคัญยังสามารถสร้างรายได้เพิ่มให้กับกลุ่มและชุมชนอย่างเป็นรูปธรรม นอกจากนี้การเชื่อมโยงนี้จะช่วยเสริมสร้างความภาคภูมิใจของคนในชุมชน ในการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาให้คงอยู่ต่อไป และทำให้ภูมิปัญญาดังกล่าวกลายเป็นฐานสำคัญในการสร้างอาชีพและรายได้ให้กับชุมชนอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินของผู้ประกอบการชุมชนในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมดินของนักท่องเที่ยวในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี
4. เพื่อศึกษาผลการพัฒนาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ดังรายละเอียด

ประชากร กลุ่มตัวอย่าง และผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญ

1. ผู้ให้ข้อมูลคนสำคัญในการศึกษาเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง แบ่งออกเป็นกลุ่มต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ 1) สมาชิกกลุ่มสัมมาชีพดินประดู่ ซึ่งเป็นผู้ผลิตผ้าย้อมดินของอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี รวม 3 คน 2) สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ซึ่งอยู่ในชุมชนที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าให้กับนักท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง ได้แก่ สมาชิกกลุ่มชุมชนท่องเที่ยว 1 คน สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอ 1 คน สมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมและสกรีน 1 คน และสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์ตัดเย็บและปักผ้า 1 คน รวม 4 คน 3) เจ้าหน้าที่ภาครัฐซึ่งมีบทบาทส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือการท่องเที่ยวของอำภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี รวม 4 คน 4) นักท่องเที่ยวซึ่งมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 4 คน

2. ประชากรในการศึกษาเชิงปริมาณคือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ทั้งนี้ไม่มีข้อมูลจำนวนที่แน่ชัด จึงใช้สูตรการกำหนดขนาดตัวอย่างที่ไม่ทราบค่าประชากรคือ $n = (P(1-P)Z^2)/e^2$) (Cochran, 1953) โดยกำหนดคะแนนมาตรฐานที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (Z= 1.96) ค่าสัดส่วนประชากร (P=0.5) และยอมรับความคลาดเคลื่อนได้ 5 % (e=0.05) จากการคำนวณได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 385 คน แต่เพื่อป้องกันการตอบกลับที่ไม่สมบูรณ์จึงสุ่มกลุ่มตัวอย่างเพิ่มเป็น 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญจนครบตามจำนวนตัวอย่าง

ขั้นตอนการวิจัย

การดำเนินการวิจัยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอน ประกอบด้วยการวางแผนพัฒนา การดำเนินงานพัฒนา และการสรุปผลการพัฒนา โดยมีรายละเอียดดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผนพัฒนา ในขั้นตอนนี้เป็นการดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ข้อที่ 2 และข้อที่ 3 โดยมีรายละเอียดในการดำเนินการดังนี้

1) ศึกษาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินของผู้ประกอบการชุมชนในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ด้วยการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสนทนากลุ่มสมาชิกกลุ่มสัมมาชีพดินประดู่

2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมดินของนักท่องเที่ยวในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ด้วยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ด้วยการสนทนากลุ่มสมาชิกกลุ่มสัมมาชีพดินประดู่ และสนทนากลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนซึ่งอยู่ในชุมชนที่ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าให้กับนักท่องเที่ยว และเจ้าหน้าที่ภาครัฐซึ่งมีบทบาทส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือการท่องเที่ยว ทั้งนี้นำข้อมูลการศึกษาการจัดการธุรกิจ (ข้อ 1) และการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมดินของนักท่องเที่ยว (ข้อ 2) มาประกอบการกำหนดแนวทางการพัฒนา

ขั้นตอนที่ 2 การดำเนินการพัฒนา ในขั้นตอนนี้ปฏิบัติการพัฒนาการจัดการธุรกิจตามแนวทางที่กำหนด (ข้อ 3)

ขั้นตอนที่ 3 การสรุปผลการพัฒนา ในขั้นตอนนี้ดำเนินการตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คือ ศึกษาผลการพัฒนาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี โดยติดตามและสรุปข้อมูลผลผลิตและผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น จากการปฏิบัติการพัฒนาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ด้วยการสนทนากลุ่มสมาชิกกลุ่มสัมมาชีพดินประดู่

เครื่องมือวิจัย

1. เครื่องมือการวิจัยเชิงคุณภาพ มี 4 เครื่องมือ ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์การจัดการธุรกิจในด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงินและบัญชี และด้านทรัพยากรมนุษย์ ตามแนวคิดหน้าที่งานพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจของ Pride *et al*. (2022) 2) แบบสัมภาษณ์และแบบสนทนากลุ่มแนวทางการพัฒนาการจัดการธุรกิจในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) แบบบันทึกการปฏิบัติการพัฒนา และ 4) แบบสัมภาษณ์ผลการพัฒนา ทั้งนี้ตรวจประเมินคุณภาพเครื่องมือวิจัยด้วยการตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหา และความถูกต้องตามโครงสร้างโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

2. เครื่องมือการวิจัยเชิงปริมาณ มี 1 เครื่องมือ ได้แก่ แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมดิน โดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ McCarthy (1960) ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมทางการตลาด และการจัดจำหน่าย รวมทั้งแนวคิดการตัดสินใจซื้อของ Kotler & Keller (2016) ซึ่งประกอบด้วย การตระหนักถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ ทั้งนี้ตรวจประเมินคุณภาพเครื่องมือวิจัยด้วยการตรวจสอบความถูกต้องตามเนื้อหา และความถูกต้องตามโครงสร้าง โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่า ข้อคำถามมีค่าดัชนีความสอดคล้อง 0.67 - 1.00 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ อีกทั้งจากการทดลองใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคพบว่า แบบสอบถามในส่วนที่เป็นข้อคำถามส่วนประสมการตลาด มีค่า 0.916 และในส่วนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ มีค่า 0.823 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ดำเนินการโดย 1) การสนทนากลุ่มสมาชิกกลุ่มสัมมาชีพดินประดู่ ณ ที่ทำการกลุ่มในตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี 2) การสนทนากลุ่มนักท่องเที่ยวซึ่งมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา อำเภอเมือง จังหวัดยะลา และ 3) การสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มธุรกิจชุมชนในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี และเจ้าหน้าที่ภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ณ ที่ทำการของผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่งอยู่ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ดำเนินการโดยเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

วิธีการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

1. กลุ่มเป้าหมายเชิงคุณภาพ คณะวิจัยติดต่อโดยตรงกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสนทนากลุ่มและการสัมภาษณ์

2. กลุ่มเป้าหมายเชิงปริมาณ คณะวิจัยและทีมงานเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากการตอบแบบสอบถาม ด้วยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ศึกษา มีรายละเอียดดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 การจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินของผู้ประกอบการชุมชนในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

จากการสนทนากลุ่มสมาชิกกลุ่มสัมมาชีพดินประดู่พบว่า กลุ่มมีการจัดการธุรกิจในด้านการผลิต ด้านการตลาด ด้านการเงินและบัญชี และด้านทรัพยากรมนุษย์ ดังนี้

1. ด้านการผลิต ทางกลุ่มจัดหาวัตถุดิบหลักคือ ดินธรรมชาติจากภูเขาซึ่งอยู่ทางด้านหลังของที่ทำการกลุ่ม โดยได้ขออนุญาตเข้าไปเก็บก้อนดินจากทางเจ้าของที่ดิน ทั้งนี้ในปัจจุบันก้อนดินที่หาได้ส่วนใหญ่จะเป็นโทนสีชมพู และสีเทา ส่วนสีเหลืองจะมีค่อนข้างน้อย ปัจจุบันกลุ่มผลิตผ้ามัดย้อมสีดิน ผ้ามัดย้อมสีจากเปลือกไม้และใบไม้ที่หาได้ในชุมชน รวมทั้งผ้าบาติก นอกจากนี้ได้ศึกษาหาความรู้การย้อมสีดินเพื่อให้สีติดทน การออกแบบลวดลายมัดย้อมและบาติก โดยลวดลายส่วนใหญ่ได้รับแรงบันดาลใจจากธรรมชาติ ศิลปวัฒนธรรมในพื้นที่ และลายพระราชทาน นอกจากนี้ออกแบบสีและลวดลายตามที่ลูกค้าต้องการ ทางกลุ่มผลิตตามคำสั่งซื้อ ใช้เวลาในการผลิต 4 - 5 วันต่อสัปดาห์ โดยมีสมาชิกที่มาร่วมการผลิตเป็นประจำ 5 - 6 คน อย่างไรก็ดีทางกลุ่มยังมีปัญหาในเรื่องสินค้ายังไม่มีมาตรฐานรับรองที่จะเพิ่มความเชื่อมั่นและความมั่นใจให้กับลูกค้า

2. ด้านการตลาด ปัจจุบันทางกลุ่มจำหน่ายสินค้าที่เป็นผ้าย้อมสีดิน มัดย้อมสีดิน ย้อมสีเปลือกไม้ ใบไม้ และผ้าบาติกสีเคมี โดยผลิตในรูปแบบผ้าชิ้นขนาด 2.5 หลา ราคา 1,100 - 1,800 บาท ผ้าคลุมไหล่ ราคา 350 - 950 บาท และกระเป๋า ราคา 150 - 1,200 บาท ขึ้นอยู่กับแบบ สี และลวดลาย ใช้ชื่อตราสินค้าดินประดู่ มีการจัดทำป้ายสินค้า ส่วนการกำหนดราคาขายใช้หลักต้นทุนบวกกำไรที่ต้องการ ทางกลุ่มจัดจำหน่ายสินค้าทางตรง โดยออกร้านตามงานต่าง ๆ ในจังหวัดปัตตานี และจังหวัดยะลา นอกจากนี้เสนอขายสินค้าที่เป็นลักษณะผ้าชิ้นให้กับหน่วยงานราชการในจังหวัดปัตตานี และจังหวัดยะลา เพื่อสั่งซื้อไปตัดเป็นชุดประจำหน่วยงาน ส่วนการจัดจำหน่ายสินค้าทางอ้อม โดยการฝากขายสินค้ากับทางพัฒนาชุมชนจังหวัดปัตตานี และองค์การบริหารส่วนตำบลนาประดู่ จังหวัดปัตตานี ทางกลุ่มส่งเสริมการตลาด โดยจัดส่งฟรีในช่วงเทศกาล และจัดกิจกรรมบริการชุมชน ในลักษณะเป็นวิทยากรสอนการมัดย้อมผ้าและการทำผ้าบาติกให้กับนักเรียนและนักศึกษาในพื้นที่ ลูกค้าส่วนใหญ่ ได้แก่ บุคลากรจากหน่วยงานราชการในพื้นที่ และลูกค้าทั่วไปในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ สำหรับปัญหาทางการตลาดคือ สมาชิกส่วนใหญ่ขาดความรู้เรื่องการจำหน่ายสินค้าผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์

3. ด้านการเงินและบัญชี ทางกลุ่มจัดหาเงินทุนเริ่มต้น 20,000 บาท ด้วยการระดมจากสมาชิก 20 คน เมื่อมีรายได้จากการจำหน่ายสินค้าจะนำไปใช้เป็นเงินทุนหมุนเวียน ทั้งนี้ในแต่ละเดือนมีรายได้ไม่แน่นอน โดยในปี พ.ศ. 2567 มีรายได้จากการจำหน่ายสินค้า 8,000 - 30,000 บาทต่อเดือน ในการขายสินค้าที่เป็นการฝากขาย ทางกลุ่มใช้วิธีการบันทึกรายละเอียดสินค้า ราคา และยอดเงินรวม ลงในสมุดขายสินค้า อีกทั้งเขียนใส่กระดาษจากสมุดฉีกให้ผู้รับสินค้าไปจำหน่ายไว้เป็นหลักฐาน โดยประธานและสมาชิกที่ได้รับมอบหมายจะทำหน้าที่บันทึกรายรับรายจ่าย และสรุปผลเป็นรายเดือนแจ้งให้สมาชิกทุกคนทราบในการประชุม นอกจากนี้ในช่วงสิ้นปีทางกลุ่มจะสรุปผลการประกอบการและแบ่งผลกำไร อย่างไรก็ดีบางปีไม่ได้แบ่งผลกำไร แต่นำไปใช้บำรุงขวัญและกำลังใจสมาชิก เช่น การพาสมาชิกไปท่องเที่ยว การตัดเสื้อทีม การจัดเลี้ยง ฯลฯ ทั้งนี้ปัญหาด้านการเงินและบัญชี คือ การจัดทำบัญชีและหลักฐานทางการเงินยังไม่เป็นระบบ

4. ด้านทรัพยากรมนุษย์ สมาชิกทุกคนเป็นชาวบ้านในชุมชนเดียวกัน ในช่วงเริ่มต้นประธานและสมาชิกอีก 2 คน ซึ่งมีความรู้เรื่องการเย็บผ้าและการย้อมผ้ามาก่อน จะเป็นผู้สอนงานการผลิตทุกขั้นตอน อย่างไรก็ดีในปัจจุบันมีสมาชิกที่ร่วมผลิตในทุกขั้นตอนเพียง 5 - 6 คน สมาชิกบางคนช่วยเพียงเรื่องการซื้อวัสดุหรือเตรียมวัตถุดิบ โดยประธานกลุ่มจะแบ่งงานให้สมาชิกทำตามความสามารถ จ่ายค่าตอบแทนเป็นรายชิ้นงานและแบ่งผลกำไร ประธานกลุ่มและสมาชิกอีก 2 คน จะหมุนเวียนเข้าร่วมอบรมพัฒนาความรู้ในด้านต่าง ๆ ซึ่งทางหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่จัดขึ้น โดยผู้ที่ไปร่วมอบรมจะกลับมาถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกคนอื่น นอกจากนี้ทางกลุ่มมีการบำรุงขวัญกำลังใจสมาชิก ส่วนปัญหาด้านการจัดการทรัพยากรมนุษย์คือขาดแคลนกำลังคนในการผลิตในช่วงที่มีคำสั่งซื้อจำนวนมาก สมาชิกขาดความรู้และทักษะในการทำการตลาด

วัตถุประสงค์ที่ 2 การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมดินของนักท่องเที่ยวในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

จากการเก็บรวมรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวชาวไทย จำนวน 400 คน ที่มาเยือนสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี พบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยภาพรวมระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.23, S.D. = 0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านราคา ($\overline{X}$ = 4.31, S.D. = 0.54) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$ = 4.29, S.D. = 0.54) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\overline{X}$ = 4.20, S.D. = 0.58) ด้านการจัดจำหน่าย ($\overline{X}$ = 4.11, S.D. = 0.60) ส่วนระดับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมดิน มีค่าเฉลี่ยโดยภาพรวมระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.08, S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ ($\overline{X}$ = 4.29, S.D. = 0.64) ด้านการตระหนักถึงความต้องการ ($\overline{X}$ = 4.10, S.D. = 0.78) ด้านการประเมินผลทางเลือก ($\overline{X}$ = 4.04, S.D. = 0.68) ด้านการตัดสินใจซื้อ ($\overline{X}$ = 3.99, S.D. = 0.66) และด้านการค้นหาข้อมูล ($\overline{X}$ = 3.98, S.D. = 0.64)

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน เพื่อหาตัวแปรพยากรณ์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมดินของนักท่องเที่ยว ปรากฏผลดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรพยากรณ์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมดินของนักท่องเที่ยว โดยการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ตัวแปรพยากรณ์	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	P
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	1.025	0.137		11.965	0.000***
การจัดจำหน่าย	0.370	0.039	0.453	7.820	0.000***
ราคา	0.219	0.056	0.240	5.129	0.000***
ผลิตภัณฑ์	0.138	0.047	0.151	4.636	0.000***
R = 0.766 R^2= 0.587 R^2_{adj} = 0.584 SEest = 0.31775 F Change = 8.464					

***p<0.001

หมายเหตุ t คือ ค่าสถิติทดสอบความมีอิทธิพลของตัวแปรอิสระต่อตัวแปรตาม (t-statistic)
p คือค่าความน่าจะเป็น (p- value)
SEest คือ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์
B คือ ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย
Beta คือ ค่าสัมประสิทธิ์ที่เป็นมาตรฐาน
Std. Error คือ ค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน
R คือ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ
R^2 คือ ประสิทธิภาพในการทำนาย
R^2_{adj} คือ ค่าประสิทธิภาพในการทำนายที่ปรับแล้ว
F Change คือ ค่าสถิติที่แสดงการเพิ่มอำนาจการพยากรณ์ของตัวแปรใหม่ในโมเดล

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอนพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมดินของนักท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ มีเพียง 3 ด้าน เรียงลำดับความสำคัญดังนี้ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งตัวแปรดังกล่าวร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมดินของนักท่องเที่ยวได้ 58.70%

วัตถุประสงค์ที่ 3 แนวทางการพัฒนาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

จากการสนทนากลุ่มสมาชิกกลุ่มสัมมาชีพดินประดู่ และนักท่องเที่ยวซึ่งมีประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ รวมทั้งการสัมภาษณ์สมาชิกชุมชนซึ่งมีการผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภทผ้า และเจ้าหน้าที่ภาครัฐซึ่งมีบทบาทส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือการท่องเที่ยว โดยนำข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมดินของนักท่องเที่ยวมาประกอบการกำหนดแนวทางการพัฒนาพบว่า มีแนวทางการพัฒนาดังนี้

1. ด้านการผลิต ผู้ให้ข้อมูลทุกคนให้ความเห็นตรงกันว่า ทางกลุ่มควรผลิตสินค้าให้มีความสวยงาม คุณภาพดี ซึ่งจะช่วยสร้างความมั่นใจ และเป็นจุดขายที่จะดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวสนใจซื้อสินค้า อีกทั้งผู้ให้ข้อมูลบางคนระบุถึงการผลิตผ้าย้อมสีดินให้มีเฉดสีอ่อนแก่ รวมไปถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และมาตรฐานสินค้าโอทอป นอกจากนี้มีความเห็นว่า ทางกลุ่มอาจสาธิตการผลิต หรือให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำผ้ามัดย้อมดินในรูปแบบผ้าเช็ดหน้า ซึ่งใช้เวลาไม่เกิน 45 นาที รวมทั้งทำชุดทดลองทำผ้ามัดย้อมดินที่มีอุปกรณ์และคู่มือการทำ สำหรับการซื้อกลับไปทดลองทำด้วยตนเอง

2. ด้านการตลาด ผู้ให้ข้อมูลทุกคนให้ความเห็นตรงกันว่า แม้ว่าผลการศึกษาระบุว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมดิน แต่ทางกลุ่มควรโฆษณาประชาสัมพันธ์กลุ่มและสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยเน้นการให้ข้อมูลการผลิตผ้าย้อมดินที่แสดงภูมิปัญญาท้องถิ่น อาจจะเป็นรูปแบบคลิปวิดีโอผ่านทางแพลตฟอร์มออนไลน์ ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มควรผลิตหลายรูปแบบ หลายราคา ที่จะเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค อีกทั้งจัดเตรียมชุดวัตถุดิบและอุปกรณ์สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการทดลองทำผ้ามัดย้อมกับกลุ่มหรือซื้อกลับไปทำด้วยตนเองในรูปแบบผ้าเช็ดหน้า นอกจากนี้ในด้านราคา ควรกำหนดราคาขายให้เหมาะสมกับสินค้า ไม่เกิน 50 - 60 บาท ด้านการจัดจำหน่าย ควรจัดจำหน่ายสินค้าทางออนไลน์ และมีแชทบอทช่วยตอบกลับแบบอัตโนมัติในเบื้องต้นกับลูกค้า อีกทั้งผู้ให้ข้อมูลบางคนเสนอว่า ทางกลุ่มควรติดตามการจัดงานต่าง ๆ เพื่อไปออกร้านจำหน่ายสินค้า

3. ด้านการการเงินและบัญชี ผู้ให้ข้อมูลทุกคนให้ความเห็นตรงกันว่า ทางกลุ่มควรจดบันทึกรายรับรายจ่ายให้ละเอียด โดยบันทึกในสมุดบัญชี และสรุปเป็นงบการเงินแบบง่ายคือ งบกำไรขาดทุน รวมทั้งจัดทำเอกสารทางการเงิน ได้แก่ ใบส่งของ และใบเสร็จรับเงิน นอกจากนี้ควรมีเงินหมุนเวียนเพื่อใช้เตรียมสินค้าสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว

4. ด้านทรัพยากรมนุษย์ ผู้ให้ข้อมูลทุกคนให้ความเห็นตรงกันว่า ในการจัดการทรัพยากรมนุษย์ควรพัฒนาสมาชิกให้มีความรู้ความสามารถและทักษะที่ดีในการผลิตทุกขั้นตอน และมีความสามารถในการทำการตลาดที่เข้าถึงลูกค้าได้ตลอดจนสามารถสาธิตหรือให้ความรู้ในกระบวนการผลิตแก่นักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจได้ นอกจากนี้ผู้ให้ข้อมูลบางคนให้ความเห็นว่า ทางกลุ่มต้องแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในกลุ่ม เพื่อให้สมาชิกทุกคนที่ร่วมผลิตมีความรู้ความสามารถที่ใกล้เคียงกัน

วัตถุประสงค์ที่ 4 ผลการพัฒนาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี

ผลการพัฒนาการจัดการธุรกิจตามแนวทางที่กำหนด มีดังนี้

1. ด้านการผลิต ทางกลุ่มเตรียมวัตถุดิบและวัสดุ สำหรับการรองรับนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจมาทดลองทำผ้าเช็ดหน้ามัดย้อมสีดิน ณ ที่ตั้งกลุ่ม และจัดทำชุดทดลองทำผ้ามัดย้อมดินที่มีอุปกรณ์และคู่มือการทำ สำหรับการซื้อกลับไปทำด้วยตนเอง รวมทั้งมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ผ้าเช็ดหน้ามัดย้อมสีดินสีชมพูและสีเทา โดยมีโทนสีแบบอ่อนและแบบแก่ อีกทั้งสมาชิกมีความรู้ในการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และรายละเอียดการเตรียมผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานผ้ามัดย้อม (มผช .52/2557) รวมทั้งจัดทำฉลากและเอกสารตรวจสอบในการส่งขอมาตรฐาน

2. ด้านการตลาด ทางกลุ่มมีชุดวัตถุดิบและวัสดุอุปกรณ์ สำหรับให้นักท่องเที่ยวได้ทดลองทำผ้ามัดย้อมในรูปแบบผ้าเช็ดหน้า ณ ที่ตั้งกลุ่ม โดยคิดค่าใช้จ่าย 50 บาทต่อคน และชุดทดลองทำผ้ามัดย้อมดินในรูปแบบผ้าเช็ดหน้า สำหรับการซื้อกลับไปทำด้วยตนเอง ชุดละ 59 บาท จัดทำช่องทางการจำหน่ายสินค้าผ่านแฟนเพจเฟซบุ๊ก และมีแชทบอท จัดทำคลิปวิดีโอที่แสดงภูมิปัญญาการผลิตผ้ามัดย้อมดิน และเผยแพร่ทางยูทูบ รวมทั้งออกร้านจัดแสดงและจำหน่ายสินค้ากับหน่วยงานราชการ

3. ด้านการเงินและบัญชี ทางกลุ่มจัดสรรเงินหมุนเวียนเพื่อใช้เตรียมสินค้าสำหรับรองรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งสมาชิกกลุ่มสามารถจัดทำบัญชี จัดทำบัญชีคุมสินค้าคงคลัง และมีเอกสารการเงินในรูปแบบใบส่งของและใบเสร็จรับเงิน

4. ด้านทรัพยากรมนุษย์ สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจในการผลิต การตลาด การบริการ และการเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้การผลิตผ้าย้อมดินให้กับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจ

นอกจากนี้จากการติดตามผลภายหลังการพัฒนา 1 เดือน โดยการสนทนากลุ่มกับสมาชิกกลุ่มสัมมาชีพดินประดู่ พบว่า กลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้น 2,194 บาท จากการจัดกิจกรรมทดลองผลิตผ้ามัดย้อมให้กับนักท่องเที่ยวและผู้สนใจรวม 25 คน และจำหน่ายชุดทดลองทำผ้ามัดย้อมดินได้ 16 ชุด ผลิตภัณฑ์และกลุ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านสื่อออนไลน์ โดยมียอดเข้าชมคลิปวิดีโอสาธิตการผลิตทางยูทูบ 1,097 ครั้ง (ข้อมูล ณ วันที่ 20 กรกฎาคม 2568) สมาชิกกลุ่มมีทักษะในด้านการตลาดออนไลน์ การจัดการทางการเงิน และการเป็นวิทยากรที่สามารถสาธิตให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวแทนประธานกลุ่มได้ อีกทั้งทางกลุ่มมีความพร้อมในการยื่นขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และการคัดสรรผลิตภัณฑ์โอทอป เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคต

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินของผู้ประกอบการชุมชนในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ผลการศึกษาพบว่า การดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการชุมชนซึ่งใช้ชื่อว่ากลุ่มสัมมาชีพดินประดู่ แม้มีจุดแข็งในด้านการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นและภูมิปัญญาเป็นฐานในการผลิตสินค้า แต่ในทางการจัดการยังคงเผชิญกับข้อจำกัดในหลายมิติ โดยเฉพาะด้านการผลิตที่ยังขาดการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และด้านการตลาดที่ยังขาดการทำการตลาดทางออนไลน์อย่างต่อเนื่อง ขณะเดียวกันในด้านการเงิน ยังขาดระบบบัญชีและเอกสารการเงินที่ชัดเจน และในด้านทรัพยากรมนุษย์สมาชิกยังขาดทักษะเฉพาะทางในการเป็นวิทยากรและการตลาดออนไลน์ ทั้งนี้อาจมีสาเหตุมาจากการรวมกลุ่มมุ่งหมายเพื่อให้มีอาชีพเสริมมากกว่าเป็นอาชีพหลัก ส่งผลให้การพัฒนาทักษะเชิงการจัดการขาดความต่อเนื่องเท่าที่ควร สอดคล้องกับการศึกษาที่รายงานว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มักเผชิญปัญหาการขยายตลาด การขาดแคลนเงินทุน ระบบบัญชีที่ไม่ได้มาตรฐาน และผู้บริหารยังขาดความเป็นผู้ประกอบการที่ครบวงจร (Jintana & Puripanik, 2019)

การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมดินของนักท่องเที่ยวในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาดมีความสำคัญโดยภาพรวมระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวเปรียบเทียบสินค้าจากท้องถิ่นกับผลิตภัณฑ์อื่นที่มีจำหน่ายทั่วไป และมองหาสินค้าที่มีคุณภาพและเหมาะสมกับเงินที่จ่าย ในส่วนด้านผลิตภัณฑ์ อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวไม่ได้ซื้อแค่ผ้า แต่ต้องการซื้อความแตกต่างที่สามารถจับต้องได้และนำไปใช้งานได้จริง ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย อยู่ในลำดับรองลงมาซึ่งบ่งชี้ว่าการสื่อสารการตลาดที่ดี ยังคงมีบทบาทในการสร้างแรงจูงใจและความรู้ความเข้าใจต่อสินค้า ส่วนช่องทางจำหน่ายที่เข้าถึงได้ง่ายย่อมช่วยสร้างความสะดวกสบายในการจับจ่ายซื้อสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยซึ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ (Niyomkar, 2021; Dechkham *et al*., 2022; Uthaihoem *et al*., 2022) ในส่วนการพยากรณ์การตัดสินใจซื้อ ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดเพียง 3 ด้าน ได้แก่ การจัดจำหน่าย ราคา และผลิตภัณฑ์ ร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อได้ 58.70 % ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า ความสมเหตุสมผลของราคากับการรับรู้คุณค่าและอัตลักษณ์ของสินค้า สอดคล้องกับการศึกษาที่ระบุว่าการจัดจำหน่ายคือประสบการณ์การเข้าถึงสินค้า (Singtrangarn & Ramanust, 2023) และราคามีผลต่อการรับรู้คุณค่าสินค้า (Kanchula, 2020) อีกทั้งการสื่อสารตลาด ต้องสร้างการรับรู้คุณค่าผ่านเรื่องราววิถีธรรมชาติเพื่อกระตุ้นความต้องการซื้อ (Thammabutr *et al*., 2021)

การศึกษาแนวทางการพัฒนาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการพัฒนาการจัดการประกอบด้วย ด้านการผลิต โดยการจัดกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวร่วมทำได้จริง และการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด เน้นการทำตลาดทางออนไลน์ การจัดทำคลิปวิดีโอเล่าเรื่องภูมิปัญญาการผลิตผ้าย้อมดิน ด้านการเงิน โดยเน้นการทำบัญชีและเอกสารการเงินให้เป็นระบบ ส่วนด้านทรัพยากรมนุษย์เน้นพัฒนาทักษะการตลาด การเป็นวิทยากร การบริการ และการถ่ายทอดความรู้ ซึ่งการบูรณาการการจัดการทั้ง 4 ด้านนี้ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการจัดการธุรกิจในด้านดังกล่าว คือ หน้าที่งานพื้นฐานซึ่งจำเป็นต่อ

การดำเนินงานของธุรกิจ รวมทั้งในบริบทของการเชื่อมโยงธุรกิจผ้าย้อมดินกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สอดคล้องกับการศึกษาการพัฒนาการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งรายงานว่า ควรให้ความสำคัญกับการผลิต การตลาด การเงิน และการบริหารจัดการเกี่ยวกับสมาชิก (Wongwan, 2020; Phakdeeying, 2020) อีกทั้งสอดคล้องกับการศึกษาการนำภูมิปัญญาผ้าท้องถิ่นมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ที่ระบุว่า การนำเสนอสินค้าสู่นักท่องเที่ยว ควรเพิ่มทักษะให้กับนักท่องเที่ยวจากกิจกรรมที่เกิดการเรียนรู้ และกิจกรรมที่เกิดจากการทดลองปฏิบัติ (Wichaidit *et al.,* 2022; Norasethaporn, 2020)

ผลการพัฒนาการจัดการธุรกิจผ้าย้อมดินในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี จากการพัฒนาตามแนวทางข้างต้นที่ครอบคลุมด้านการผลิต การตลาด การเงินและบัญชี รวมทั้งทรัพยากรมนุษย์ ส่งผลให้กลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้นและผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักกว้างขวางขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการจัดการด้านการผลิต ที่เน้นกิจกรรมลงมือทำ ช่วยเปลี่ยนสถานะนักท่องเที่ยวจากผู้ซื้อมาเป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์ ทำให้กลุ่มสามารถเพิ่มรายได้จากการคิดค่าบริการกิจกรรม และการจำหน่ายสินค้า ในส่วนการจัดการด้านการตลาด ด้วยการทำคลิปวิดีโอเล่าเรื่องภูมิปัญญาการผลิตผ้าย้อมดิน ซึ่งเผยแพร่ทางสังคมออนไลน์ ย่อมช่วยให้สินค้าเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ด้านการจัดการการเงินและบัญชีที่เป็นระบบย่อมช่วยสร้างความมั่นคงและความน่าเชื่อถือของกลุ่ม อีกทั้งการจัดการทรัพยากรมนุษย์ที่มีการพัฒนาสมาชิกให้มีทักษะด้านต่าง ๆ ซึ่งเอื้อต่อการดำเนินธุรกิจและการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ของธุรกิจกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ย่อมสร้างความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว ที่จะช่วยบอกเล่าประสบการณ์เชิงบวกต่อไปอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับการศึกษาที่รายงานว่า ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนขึ้นอยู่กับความเข้มแข็งในการบริหารจัดการ (Tanyong & Nimitsadikul, 2022)

สรุปผลการวิจัยและข้อเสนอแนะ

การศึกษาในครั้งนี้พบว่า 1) การจัดการธุรกิจของกลุ่มสัมมาชีพดินประดู่ มีจุดเด่นในการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและสีจากดินธรรมชาติมาใช้ในการผลิตสินค้า แต่กลุ่มยังประสบปัญหา 4 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านการผลิต กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ยังไม่มีมาตรฐานรับรอง ด้านการตลาดคือ การทำตลาดออนไลน์ ด้านการเงินคือ ทางกลุ่มยังจัดทำบัญชีไม่เป็นระบบ ขาดเอกสารทางการเงินที่เป็นสากล และด้านทรัพยากรมนุษย์คือ ขาดกำลังคนและทักษะทางการตลาด 2) นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยการตลาดในระดับมาก โดยเรียงลำดับความสำคัญดังนี้ ด้านราคา ผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการตลาด และการจัดจำหน่าย อย่างไรก็ตามผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดเพียง 3 ด้าน ได้แก่ การจัดจำหน่าย ราคา และผลิตภัณฑ์ ร่วมกันพยากรณ์การตัดสินใจซื้อได้ 58.70 % 3) แนวทางการพัฒนาการจัดการธุรกิจ ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต โดยเน้นพัฒนากิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในลักษณะการทำผ้ามัดย้อมสีดิน ให้กับนักท่องเที่ยวหรือผู้สนใจ และเตรียมขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด โดยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ มีแชทบอท และคลิปวิดีโอเล่าเรื่องผ่านยูทูบ ด้านการเงินและบัญชี โดยจัดทำบัญชีอย่างถูกต้องตามหลักวิชา และเปลี่ยนมาใช้เอกสารทางการเงินที่เป็นสากล รวมทั้งจัดเตรียมทุนหมุนเวียนภายในกลุ่ม ส่วนด้านทรัพยากรมนุษย์ พัฒนาสมาชิกให้มีทักษะการตลาด และการเป็นวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้แก่นักท่องเที่ยว รวมทั้งทำคลังความรู้การผลิตในแบบวิดีโอ 4) การพัฒนาตามแนวทางที่กำหนด ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางขึ้น สมาชิกมีความรู้ในการจัดการธุรกิจมากขึ้น และมีรายได้เพิ่มจากการจัดกิจกรรมและจำหน่ายชุดทดลองทำผ้ามัดย้อมดินแก่นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปปฏิบัติ โดยเฉพาะในการจัดการธุรกิจให้เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กลุ่มสัมมาชีพดินประดู่ควรจัดการด้านการผลิต โดยพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุดทดลองทำผ้ามัดย้อมดิน และขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่วนด้านการตลาดควรทำการตลาดออนไลน์ เน้นเล่าเรื่องราวอัตลักษณ์ของผ้าดินประดู่ และมีระบบตอบรับอัตโนมัติ ด้านการเงินและบัญชี โดยจัดทำบัญชีและเอกสารทางการเงินให้เป็นระบบ ส่วนด้านทรัพยากรมนุษย์ ควรพัฒนาสมาชิกให้มีทักษะในการประกอบการและการเป็นวิทยากร อีกทั้งควรให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะด้านการจัดจำหน่าย ราคา และผลิตภัณฑ์ ตลอดจนควรกำหนดแนวทางการพัฒนาและลงมือพัฒนากลุ่มอย่างต่อเนื่องในด้านการผลิต การเงินและบัญชี การตลาด และทรัพยากรมนุษย์ นอกจากนี้ทางสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดปัตตานีควรส่งเสริมให้ผ้าย้อมดินได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และผลักดันให้เป็นสินค้าโอทอป สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาผลที่ตามมาจากการพัฒนาการจัดการธุรกิจ ทั้งในส่วนผลการดำเนินงานทางธุรกิจ ความเป็นอยู่ของชุมชน และความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อประเมินความยั่งยืนของการดำเนินธุรกิจผ้าย้อมดิน อีกทั้งควรศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์และมีอิทธิพลต่อการจัดการธุรกิจที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา ปีงบประมาณ พ.ศ.2568 และได้ผ่านการรับรองโครงการวิจัยจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ของมหาวิทยาลัย

เอกสารอ้างอิง

Chatwanichul, P., Thanawut, S. & Phochathan, S. (2022). Management of community business and business management strategy affects operations of community business in Nakhonratchasima province. *Research Community and Social Development Journal, 16*(1), 194–205. (in Thai)

Cochran, W. G. (1953). *Sampling Techniques.* John Wiley & Sons.

Dechkham, P., Khumsri, T. & Sawangsak, S. (2022). Marketing mix factors affecting product purchasing decision on tourism related souvenirs in Nan province. *Journal of Rattana Bundit University, 17(*1), 14-23. (in Thai)

Designated Areas for Sustainable Tourism Administration (Public Organization). (2021). *Creative tourism.* https://www.dasta.or.th/th/article/43. (in Thai)

Jintana, S. & Puripanik, T. (2019). A problem, limitations, and approaches for strengthening of community- based enterprises in Thailand. *Journal of Politics, Administration and Law, 12*(3), 179-194. (in Thai)

Kanchula, C. (2020). Factors influencing the willingness to return: A case study of Koh Kret, Nonthaburi province. *Journal of Sustainable Tourism Development, 2*(1), 13-33. (in Thai)

Kotler, P. & Keller. K. L. (2016). *Marketing management*. (15th Ed.). Pearson Education.

McCarthy, E. J. (1960). *Basic marketing: A managerial approach.* McGraw-Hill Inc.

Ministry of Tourism and Sports. (2022). *The third national tourism development plan (B.E. 2566–2570).* Ministry of Tourism and Sports. (in Thai)

Niyomkar, P. (2021). The development of indigo-dyed hand-woven cotton souvenir products for value-added tourism economy in Sakon Nakhon municipality. *Journal of Liberal Arts and Management Science Kasetsart University, 8*(2), 76-89. (in Thai)

Norasethaporn, I. (2020). The creative tourism and intangible cultural heritage mud soaked textiles at Ban Natonchan Sisatchanalai district Sukothai province. *Pathumthani University Academic Journal, 12*(1), 39-52. (in Thai)

Office of the National Economic and Social Development Council. (2022). *The thirteenth national economic and social development plan (B.E. 2566-2570)*. Royal *Thai Government Gazette. 139*, (Special Issue 258 D). 1-143. (in Thai)

Phakdeeying, R. (2020). The potential development for community enterprise operation in Khonkaen province. *Journal of Buddhist Education and Research, 6*(1), 175-189. (in Thai)

Pride, W. M., Hughes, R. J. & Kapoor, J. R. (2022*). Foundations of business.* (7th Ed.). Pearson Education.

Singtrangarn, R. & Ramanust, S. (2023). The influence of marketing mix, trust, and satisfaction on online fashion goods purchase decision making. *Kasem Bundit Journal, 24*(1), 33–46. (in Thai)

Strategic Administration Group of Southern Border Provinces Cluster. (2022). *Summary of the southern border provinces cluster development plan (B.E. 2566–2570)*. Strategic Administration Group of Southern Border Provinces Cluster. (in Thai)

Tanyong, P. & Nimitsadikul, P. (2022). The sustainable development of success for business operations of community enterprises in Nakhon Pathom province. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences, 5*(4), 1493-1512. (in Thai)

Thammabutr, A., Ardharn, P. & Nillit, T. (2021). Marketing strategy for local hand-woven silk of Surin province. *Academic Journal of Management Technology, 2*(2), 1-13. (in Thai)

The Secretariat of the House of Representatives. (2018). *Promotion and development of community enterprises by the public sector.* http://www.parliament.go.th/library. (in Thai)

Uthaihoem, D., Chotikul, N., Soonsuwon, K., Saesow, K. & Chooset, N. (2022). Marketing mix factors affecting consumer buying behaviours of Longmud fabric in Songkhla. *Journal of Buddhist Anthropology*, *7*(2), 310–324. (in Thai)

Wichaidit, S., Kongmanon, S. & Buatama, P. (2022). Value addition of local woven wisdoms toward creative tourism. *Journal of Modern Learning Development, 7*(3), 347-364. (in Thai)

Wongwan, P. (2020). Management of community enterprise development guideline for sustainable success of Phetchaburi province. *Chandrakasem Rajabhat University Journal of Graduate School, 15*(1), 100-111. (in Thai)

บุคลานุกรม

ประธานกลุ่ม ก (ผู้ให้สัมภาษณ์). ชมพูนุท ศรีพงษ์ (ผู้สัมภาษณ์). ที่ กลุ่มสัมมาชีพดินประดู่ 77/1 หมู่ 7 บ้านศาลาลาก ตำบลนาประดู่ อำเภอโคกโพธิ์ จังหวัดปัตตานี 94180. เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2568.