

บทที่ ๑

บทนำ

ความเป็นมาของโครงการวิจัย

การดำรงรักษามรดกศิลปวัฒนธรรมของชาติให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ควบคู่ไปกับการพัฒนาประเทศในด้านต่างๆ ต้องคำนึงถึงปัจจัยเชิงประโยชน์ที่ชุมชนและประชาชนจะได้รับทั้งทางด้านสังคมและเศรษฐกิจจากยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ ๑๑ (พ.ศ. ๒๕๕๕-๒๕๕๙) กล่าวถึงการสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรมและความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานการผลิตและการบริโภคที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมภายใต้หลักการพัฒนาพื้นที่ภารกิจและการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนในสังคมไทยซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาเพื่อประโยชน์สุขที่ยั่งยืนของสังคมไทยตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงและด้วยเหตุที่ทุนทางวัฒนธรรมเป็นองค์ประกอบสำคัญของทุนทางสังคมและเป็นจุดแข็งที่สามารถเชื่อมโยงทุนทางเศรษฐกิจและทุนทรัพยากรธรรมชาติ ให้เป็นพลังขับเคลื่อนการเสริมสร้างความอยู่ดีมีสุขร่วมกันของคนในชาติ ทุนทางวัฒนธรรมยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนาทุนมนุษย์ของประเทศให้มีความเข้มแข็งอีกทางหนึ่ง เพื่อให้เกิดการพัฒนาคุณค่าทุนทางวัฒนธรรม โดยการสร้างสรรค์ ต่อยอดให้เกิดผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมที่เพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคม จึงเป็นแนวทางในการส่งเสริมการสร้างผลิตภัณฑ์แก่ชุมชน การสร้างต้นแบบและต่อยอดผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์จากมรดกศิลปวัฒนธรรมและการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมใหม่ ขึ้น จากทุนทางวัฒนธรรม มรดกศิลปวัฒนธรรม อันได้แก่ โบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ภาษาวรรณกรรม เอกสารโบราณ จดหมายเหตุ ศิลปะการแสดง และงานศิลปกรรมต่างๆ ล้วนเป็น “ทุนทางวัฒนธรรม” ที่บรรพบุรุษได้สั่งสมสืบทอดมาถึงคนรุ่นหลังให้ระลึกถึงคุณค่าความงามและเอกลักษณ์ของความเป็นไทย

ปัจจุบันหลายหน่วยงานในท้องถิ่นต่างพยายามนำเอาทุนทางวัฒนธรรมเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาชุมชนให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนโดยการนำทุนวัฒนธรรมนั้นมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจเพื่อให้คนในชุมชนมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น เช่นเดียวกับเทศบาลตำบลสันกำแพงที่ได้ร่วมมือกับสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ได้จัดโครงการ “การรื้อฟื้นศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพงเพื่อสืบทอดวัฒนธรรมด้วยสื่อพื้นบ้านและเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนตำบลสันกำแพง อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่” เพื่อศึกษาบริบทและการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพงและการสืบทอดวัฒนธรรมการทอผ้าไหมสันกำแพง ในอดีตและปัจจุบัน การพัฒนากระบวนการศึกษาค้นคว้าและการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านวัฒนธรรมท้องถิ่นของกลุ่มเยาวชนและกลุ่มชุมชนสันกำแพง สร้างยุวะวิจัยเป็นกระบวนการขับเคลื่อนในการสืบทอด อนุรักษ์ คัมครองของศิลปะการทอผ้าไหมและการพัฒนาฐานข้อมูลด้านศิลปะการทอผ้าไหมสันกำแพง สำหรับเป็นแนวทางการพัฒนาแหล่งเรียนรู้และเผยแพร่ศิลปะการทอ ผ้าไหมสันกำแพงให้เป็นที่รู้จักของบุคคลภายนอก

จากผลการวิจัยดังกล่าว สรุปได้ว่าประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตไหมไทยและผลิตภัณฑ์ไหมไทยที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของโลก มีแรงงานในอุตสาหกรรมจำนวนมากโดยเฉพาะแรงงานในชนบทผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทยเป็นเอกลักษณ์ไทยที่ได้รับการกล่าวขวัญมานานแล้วในด้านความงามของสีเส้น และลวดลายรวมถึงฝีมือการทอผ้าของคนไทยที่ได้รับการถ่ายทอดมาจนถึงปัจจุบันซึ่งผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ไหมของไทยนั้นต่างได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งจากชาวไทยและชาวต่างประเทศไหมไทยเป็นสินค้าหัตถกรรมที่มีขั้นตอนการผลิตที่ใช้แรงงานคนไทยเป็นหลักซึ่งเหมาะสมกับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีแรงงานเป็นจำนวนมาก กล่าวคือ อุตสาหกรรมการผลิตไหมไทยสามารถสร้างงานให้กับชาวบ้านและเป็นการเพิ่มรายได้ให้แรงงานในชนบทด้วยโดยในช่วงหลายปีที่ผ่านมาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศมูลค่าไม่ต่ำกว่าห้าร้อยล้านบาทต่อไป

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่ชุมชนได้สั่งสมประสบการณ์ใช้สติปัญญาในการปรับตัวเพื่อการดำรงชีพท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่มีความแตกต่างกันในแต่ละสังคมและวัฒนธรรมจึงมีการสร้างสรรค์สิ่งต่าง ๆ อันเป็นรูปธรรมเพื่อตอบสนองความต้องการในการใช้สอยดำรงชีพงานจักสานเป็นหนึ่งในภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยที่มีความสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของคนไทยทั้งในด้านการอำนวยความสะดวกในการดำเนินชีวิตและด้านคุณค่าทางจิตใจจากความงามความประณีตและความเป็นท้องถิ่นอันจะนำไปสู่ความภาคภูมิใจในความเป็นไทยและพัฒนาสร้างสรรค์งานในวงกว้างขึ้นสามารถสร้างเป็นอาชีพเสริมสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนการทำผลิตภัณฑ์การทอผ้าไหมในท้องถิ่นส่วนใหญ่จะมุ่งเน้นในด้านประโยชน์ใช้สอยตามสภาพของสังคมแต่ละยุคสมัยจากการเปลี่ยนแปลงของสังคมอย่างรวดเร็วในคริสต์วรรษที่ผ่านมาอันเนื่องมาจากนโยบายการพัฒนาด้านอุตสาหกรรมซึ่งต้องพึ่งพาเทคโนโลยีและวิทยาการใหม่ๆ มากขึ้นความจำเป็นของการใช้ผลิตภัณฑ์โดยตรงในชีวิตประจำวันลดน้อยลงผลิตภัณฑ์จึงปรับเปลี่ยนไปตามสภาพการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทยด้วยจากโครงการดังกล่าว ทางกลุ่มผู้วิจัยหรือกลุ่มนักวิชาการจะได้เข้าไปให้การส่งเสริม สนับสนุน การให้ความรู้ถึงวิธีการ กระบวนการด้านการจัดเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อจัดเก็บเป็นฐานข้อมูล และการพัฒนาสื่อเพื่อการสื่อสารที่เหมาะสม รวมถึงการจัดทำกิจกรรมในด้านต่าง ๆ ที่จะก่อให้เกิดความรู้และการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างเหมาะสม เพื่อให้กลุ่มเยาวชนและกลุ่มชุมชนในท้องถิ่นเกิดความตระหนัก ความห่วงใยถึงคุณค่าด้านศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีส่วนร่วมในการศึกษาค้นคว้า การเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อการสืบทอดและอนุรักษ์ศิลปะการทอผ้าไหมสืบส่งกำแพงให้คงอยู่คู่ชุมชน

ผลที่ได้จากโครงการดังกล่าวกลุ่มผู้วิจัยมีแนวความคิดที่จะดำเนินการต่อยอดจึงได้จัดทำโครงการ “การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และการตลาดของผ้าไหมเส้นกำแพงเพื่อสร้างคุณค่าทางสังคมและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ” เพื่อหาแนวทางการพัฒนารูปแบบผ้าและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้เหมาะสมกับวิธีการผลิตและวัสดุในท้องที่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าไหม และบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและเสริมสร้างเอกลักษณ์ เช่นผลิตภัณฑ์ตกแต่งภายในบ้าน เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เป็นต้นกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ของตนเองได้จริงเข้าใจกระบวนการพัฒนาเทคนิคให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของตนเองโดยสามารถวิเคราะห์ความต้องการของตลาดได้ด้วยตนเองทำให้คนรุ่นใหม่สนใจไหมไทยมากยิ่งขึ้นและผ้าไหมไทยได้รับการพัฒนาและ

ได้รับการยอมรับมากขึ้นในระดับสากลโดยที่ยังคงรักษาภูมิปัญญาผ้าไหมไทยไว้ และคงอยู่ได้อย่างยั่งยืนในตลาดโลก

วัตถุประสงค์

๑. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และการตลาดของผ้าไหมเส้นกำแพงเพื่อสร้างคุณค่าทางสังคมและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ

๒. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงให้ได้มาตรฐานเทียบเคียงกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มผช.

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

๑. ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงได้รับการพัฒนารูปแบบให้มีเอกลักษณ์และคงความเป็นอัตลักษณ์ของเส้นกำแพง

๒. ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงมีการพัฒนาด้านการตลาดที่กว้างขวางและเป็นสากลมากขึ้น

กรอบแนวความคิดของการวิจัย และนิยามศัพท์

แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการขายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเพราะผู้ซื้อมักไม่ชอบความจำเจการพัฒนาคุณภาพสินค้าหัตถกรรมแต่ละชนิดย่อมมีความแตกต่างกันไปตามลักษณะเฉพาะตัวสินค้าเช่นสินค้าที่มีประโยชน์ทางการใช้สอยนอกจากต้องมีรูปแบบใหม่สวยงามแล้วจะต้องมีความคงทนด้วยแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีความประณีตพิถีพิถันในการผลิตนอกจากการพัฒนารูปแบบให้มีความแปลกใหม่แล้วสิ่งที่ควรทำอย่างยิ่งคือการนำเอาเทคนิคการผลิตสมัยใหม่รวมทั้งเครื่องมือสมัยใหม่เข้ามาช่วยเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพดีและต้นทุนการผลิตที่ไม่สูงจนเกินไป (สารานุกรมไทยสำหรับเยาวชน, ๒๕๕๓)

แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้มาซึ่งผลตอบรับจากผู้บริโภคผ่านการซื้อผลิตภัณฑ์นอกจากคุณสมบัติพื้นฐานของผลิตภัณฑ์การได้รับความไว้วางใจจากผู้บริโภคจากการรับรองคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานที่เป็นที่น่าเชื่อถือแล้วการจัดการด้านบรรจุภัณฑ์ยังเป็นปัจจัยทางการตลาดที่สามารถส่งเสริมการขายและการยอมรับจากผู้บริโภคซึ่งในการบรรจุภัณฑ์นั้นประชิดทินบุตร (๒๕๓๑ : ๒๓) กล่าวถึงความสำคัญและบทบาทของบรรจุภัณฑ์ในการทำหน้าที่ทางการตลาดไว้ ๕ ประการคือบรรจุภัณฑ์มีคุณสมบัติเพื่อบรรจุและคุ้มครองป้องกันสินค้า,บรรจุภัณฑ์ต้องแสดงให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ในทันทีโดยใช้ชื่อการค้าเครื่องหมายการค้าชื่อผู้ผลิตลักษณะและประเภทของสินค้าเพื่อความสะดวกของผู้บริโภค, บรรจุภัณฑ์นั้นต้องเอื้ออำนวยต่อความสะดวกในการขนส่งการเก็บรักษา, บรรจุภัณฑ์จะดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ดีและบรรจุภัณฑ์มีบทบาทและหน้าที่เป็นองค์ประกอบร่วมในการกำหนดราคา

แนวคิดเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนหมายถึงการให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้ผลิตในชุมชนที่เกิดการรวมกลุ่มกันประกอบกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งทั้งที่จดทะเบียนอย่างเป็นทางการหรือไม่มีการจดทะเบียนเป็นการรวมกลุ่มเองโดยธรรมชาติหรือชุมชนในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการคัดเลือกจากจังหวัดและ/หรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องตามมาตราฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้ประกาศกำหนดไว้แล้ว (ประกาศหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน, ๒๕๕๓)

แนวคิดเกี่ยวกับการวิจัยแบบมีส่วนร่วมการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมซึ่งบุญนาศติวกุล (๒๕๔๓, หน้า ๔๕) แสดงความเห็นเกี่ยวกับการวิจัยแบบมีส่วนร่วมว่าเกิดจากการปรับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นจากการสั่งการจากหน่วยเหนือมาเป็นชุมชนหรือชาวบ้านผู้ที่ได้รับการพัฒนาเป็นศูนย์กลางการดำเนินการด้วยความเชื่อในความสามารถของมนุษย์ในการแก้ไขปัญหาด้วยตนเองได้ถ้าเขารู้และเข้าใจเป้าหมายการพัฒนาตนเองและชุมชนวิธีการเช่นนี้นับว่าสอดคล้องกับกระแสชุมชนนิยม (localization) นักวิชาการได้พัฒนาการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมต่อไปโดยพยายามทำให้เป็นวิธีการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่อาศัยการมีส่วนร่วมอย่างเข้มข้นจากทุกๆฝ่ายที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมวิจัยนับตั้งแต่การระบุปัญหาการดำเนินการติดตามผลจนถึงขั้นประเมินผลโดยการวิจัยจะประกอบด้วยปฏิบัติการ (action) และการมีส่วนร่วม (participation) เป็นองค์ประกอบสำคัญปฏิบัติการหมายถึงกิจกรรมที่โครงการต้องการดำเนินการและเป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาด้านใดด้านหนึ่งส่วนการมีส่วนร่วมหมายถึงการมีส่วนร่วมของทุกๆฝ่ายได้แก่ร่วมกันวิเคราะห์สภาพปัญหาหรือสถานการณ์แล้วร่วมในกระบวนการตัดสินใจและดำเนินการจนสิ้นสุดการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมจึงได้นำแนวคิด ๒ ประการดังกล่าวมาผสมผสานกัน (สุภางค์ จันทวานิช, ๒๕๓๑)

บทที่ ๒

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในเรื่องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และการตลาดของผ้าไหม
สันกำแพงเพื่อสร้างคุณค่าทางสังคมและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ผู้วิจัยได้ศึกษาอยู่ ๔ หัวข้อ ดังนี้

1. อำเภอสันกำแพง
2. ผ้าไหมสันกำแพง
3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์
4. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
5. งานวิจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

๑. อำเภอสันกำแพง

ลักษณะทางภูมิศาสตร์ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

ลักษณะภูมิประเทศ สภาพพื้นที่เป็นที่ราบลุ่มกว้าง มีพื้นที่ทั้งหมดประมาณ ๑๙๖.๖๙ ตารางกิโลเมตร มีลำน้ำที่สำคัญ ลำน้ำแม่ฮอน ลำน้ำแม่ปุกา ลำน้ำแม่กวง เป็นแหล่งน้ำสำคัญอำเภอสันกำแพงอยู่ทางทิศตะวันออกของอำเภอเมืองเชียงใหม่ มีอาณาเขตติดต่อกับอำเภอและจังหวัดใกล้เคียงดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอดอยสะเก็ดและอำเภอสันทราย

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอแม่ฮอน

ทิศใต้ ติดต่อกับอำเภอแม่ฮอน และอำเภอบ้านธิ (จังหวัดลำพูน)

ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอสารภีและอำเภอเมืองเชียงใหม่



ภาพ ๑ แผนที่อำเภอสันกำแพง

ประวัติ อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่

จากหลักฐานศิลาจารึกที่ค้นพบ ณ วัดเชียงแสน ตำบลออนใต้ สันนิษฐานกันว่าชาวอำเภอสันกำแพงอพยพมาจากพืนาญเลา แขวงเมืองเชียงแสน (ปัจจุบันอยู่ในจังหวัดเชียงราย) มาตั้งอยู่ริมน้ำแม่ออน โดยในสมัยพระเจ้าศิริลักษณ์มังกร มหาจักรพรรดิราชธิราช ได้เสวยราชเป็นกษัตริย์ครองนครเชียงใหม่ ได้โปรดให้ราชมนตรีนายหนึ่งชื่อเจ้าอภิขณภณบวรสิทธิ เป็นหมื่นดาบเรื่อนได้มีจิตศรัทธาชักชวนบรรดาทายาททายิกาทั้งหลายมาประชุมกันเพื่อสร้างวิหารพระเจดีย์และหอพระไตรปิฎก เมื่อสร้างเสร็จแล้วขนานนามวัดที่สร้างขึ้นว่า "สาธกัญญาณหันตาราม" วัดนี้ต่อมาชาวบ้านเรียกว่า "วัดเชียงแสน" นอกจากนั้น ชาวบ้านในหลายท้องถิ่นของอำเภอเป็นไทยองและไทลื้อ สำเนียงพูดของชาวบ้านในอำเภอเชียงแสน ต่อมาได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นอำเภอเรียกว่า "แขวงแม่ออน" อยู่ในการปกครองของนครเชียงใหม่ ถึง พ.ศ. ๒๔๔๕ ในรัชสมัยของเจ้าอินทวโรรสสุริยวงศ์ ครองนครเชียงใหม่ ได้เกิดกบฏเงี้ยวขึ้นที่อำเภอเมืองแพร่ ที่แขวงแม่ออนมีชาเงี้ยว ๑๑ คน มีอาวุธครบได้ทำการบุกปล้นโรงกลั่นสุราที่บ้านป่าไผ่ ตำบลแช่ช้าง แล้วทำการเผาทำการแขวงแม่ออนเสียหายทั้งหลัง แล้วได้หนีไปทางอำเภอดอยสะเก็ด ต่อมาในปี พ.ศ. ๒๔๔๖ ทางราชการได้ย้ายที่ทำการแขวงแม่ออนมาปลูกสร้างที่บ้านสันกำแพง จึงได้ชื่อว่า "อำเภอสันกำแพง" มาจนถึงทุกวันนี้ ในปี พ.ศ. ๒๕๓๗ กระทรวงมหาดไทยได้แบ่งพื้นที่บางส่วนของอำเภอสันกำแพงยกฐานะเป็น "กิ่งอำเภอแม่ออน"



ภาพ ๒ สันกำแพงในอดีต

๒. ผ้าไหมสันกำแพง

ประวัติความเป็นมาของผ้าไหมสันกำแพง

เมื่อประมาณ ๑๐๐ กว่าปีมาแล้วได้เริ่มมีการค้าขายระหว่างเชียงใหม่และพม่า โดยในเบื้องต้นเป็นการค้าช้าง ม้าต่าง วัวต่าง ต่อมาจึงได้มีการนำเส้นไหมดิบจากพม่ากลับมาเชียงใหม่ นำเส้นไหมดังกล่าวมาทอเป็นผ้าชิ้นไหม ผ้าโสร่งไหม แล้วดำเนินการส่งกลับไปขายให้พม่าอีกต่อหนึ่งสำหรับเหตุผลที่ต้องซื้อไหมดิบจากพม่านั้น เพราะคนสันกำแพงไม่ได้เลี้ยงไหม ด้วยเหตุผลสำคัญคือโดยพื้นฐานของคนสันกำแพง จะเป็นคนใจบุญสุนทาน ใจอ่อน ขี้สงสาร กลัวบาป ดังนั้น

การที่จะต้องฆ่าตัวใหม่หลายชีวิตกว่าจะได้เส้นไหมออกมาจึงทำให้คนสันกำแพงสมัยนั้นไม่ยอมทำ เพราะสงสารและกลัวบาปการค้าขายในลักษณะนี้ดำเนินการมาหลายปี ซึ่งระยะทางที่เดินทางไปพม่า ในสมัยก่อนนั้นมีความยากลำบากมาก ต่อมาจึงมีพ่อค้าชาวจีนได้นำไหมจากประเทศจีน เกาหลี เข้ามาขาย ชาวสันกำแพงส่วนใหญ่จึงเริ่มมีการเปลี่ยนมาใช้ไหมจากประเทศจีนและเกาหลีแทนไหมจากประเทศพม่า ผ้าที่ทอในสมัยนั้น ได้มีการทอผ้าไหมที่มีลวดลายเฉพาะคือ ลายโสร่งและลายตาราง ผ้าขาวม้า ในอดีตไม่ค่อยมีคนนิยมใช้ผ้าไหมมากนักเพราะว่าราคาแพง แต่สมัยนั้นได้นิยมทอผ้าไหมที่เรียกว่าผ้าชิ้นขนาดยาว ๑ เมตร หน้ากว้าง ๖๐ ซม. ซึ่งจำหน่ายในราคา ๐.๒ บาท ๒ สตางค์ ต่อ ผืนผ้าชิ้นนั้นมีทั้งผ้าพื้นๆที่เรียกว่าผ้าด้าน คือผ้าไหมที่ใช้เส้นไหมพุ่งสีเดียว ทอตลอดกันไปทั้งผืน ไม่มี ดอกดวงหรือลวดลายอื่น นอกจากนั้นมีผ้าชิ้นหางกระรอกคือแบบปั่นโก หรือ ชิ้นโก หมายถึงเอา เส้นไหมสีต่างๆ มาเป็นสีกุ ให้เข้ากันแล้วทอ ลายของผ้าชิ้นเวลานั้นเป็นลายขวางเป็นส่วนใหญ่จุดเด่น ของผ้าไหมสันกำแพงคือ ลวดลายเฉพาะของสันกำแพง ซึ่งต่อมาได้มีการพัฒนามาเป็น “ลาย ๗ วัน” คือการไล่สี ๗ สีตามวันใน ๑ สัปดาห์ หรือเรียกว่า เชิง ๗ วันจากนั้นก็มีการพัฒนาลาย น้ำไหล ซึ่งมีเฉพาะที่สันกำแพงเท่านั้น ในปี พ.ศ.๒๔๗๔ ผ้าไหมสีฟ้าได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องมาจาก พระวรวงศ์เธอพระองค์เจ้าพิริยภักดีฯ ทรงขับรถแข่งคู่พระทัย ชื่อว่าโรมูลุส (Romulus) ซึ่งมีสีฟ้าสด ต่อมาเรียกกันว่าสีฟ้าพระ สีฟ้าจึงเป็นสีที่นิยมที่สุดในเวลานั้น และมีการย้อม เสื้อไหมเป็นสีฟ้าและผ้าชิ้นก็ย้อมสีฟ้า แล้วจึงตั้งชื่อว่า “ผ้าไหมลายสีฟ้าพระ”



ภาพ ๓ ชิ้นไหมสันกำแพงลายขวาง

ต่อมาในปี พ.ศ.๒๔๘๑ ได้มีการประกวดนางสาวไทย โดยผู้ชนะการประกวดในปีนั้น ได้สวมชุดที่ตกแต่งและเล่นเชิงผ้าไหมของสันกำแพงขึ้นไปประกวดบนเวที ส่งผลให้รัฐบาลในขณะนั้น ได้เชิญร้านค้าผ้าไหมจากสันกำแพงไปออกร้านขายของในงานวันรัฐธรรมนูญที่สวนอัมพร ซึ่งขายดีและมีชื่อเสียงโด่งดังมาก

ส่วนใหญ่ลูกค้าที่มาซื้อผ้าเป็นคนในท้องถิ่น ต่อมาก็มีคนต่างจังหวัดเดินทางมาซื้อกัน มากขึ้นเช่น จังหวัดลำปาง ลำพูน หลังจากนั้นก็เริ่มมีการปรับรูปแบบการขายโดย เปิดการทอผ้าให้ นักท่องเที่ยวดู ว่าทอผ้าไหมยังไงโดยนำที่ทอผ้ามาทอผ้าไหมโชว์ ย้อมผ้าไหมยังไง ต่อมาไกด์รู้จักเขียน โปรแกรมทัวร์ว่าเที่ยวสันกำแพงชมทอผ้าไหม สมัยนั้นนักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวจนรับไม่ทันส่วนใหญ่ ทัวร์มาวันละ ๑๐ กว่าคัน จำนวนคนที่ซื้อผ้าไหม ๓๐ กว่าคนต่อจำนวน ๑ คันรถทัวร์ นอกจากขายผ้า

ไหมปลิกหน้าร้านแล้วยังมีการส่งผ้าไหมไปขายตามร้านต่างๆ ในเมืองเชียงใหม่ ส่วนกรุงเทพฯ ขายส่ง แกวถนนสาทรเหนือ-สาทรใต้ สุริวงค์ พาหุรัตน์ และยังขายส่งไปยังจังหวัดอื่นๆ เช่น กรุงเทพฯ แพร่ ลำพูน ลำปาง ซึ่งขายดีมาก ลูกค้ารู้ว่าผ้าไหมสันกำแพงต่างจากที่อื่นเพราะมีลวดลายไม่เหมือน และมีการใส่สีผ้าไม่เหมือนที่อื่นสมัยนั้นมีนางงามมาช่วยขายผ้าไหม โดยที่แต่ละร้านจะเลือกคนสวยๆ มาขายผ้าไหม โดยเลือกนางงามจากตามหมู่บ้านและมีนางงามมาสมัครขายด้วย สาเหตุที่เลือกเอานางงามมาขายเพราะเอาผ้าไหมมาเทียบกับตัวแล้วดูสวย นอกจากนี้ก็ยังส่งเข้าประกวดตามงานฤดูหนาวด้วย พอเสร็จจากการประกวดก็นำนางงามมาขายของที่ร้าน ดังนั้นสันกำแพงจึงถือว่าเป็นแหล่งนางงามและนางงามมีส่วนทำให้ผ้าไหมสันกำแพงขายดีต่อมากลูกค้าเริ่มหายไป เพราะต่างจังหวัดหรือแถบอีสานเริ่มมีการทอผ้าไหมเพิ่มมากขึ้น และมีการเปลี่ยนแปลงไปใช้ไหมญี่ปุ่นที่มีความหนา และความสวย แต่ของสันกำแพงเป็นผ้าชิ้นไหม และคนมาเที่ยวก็ลดลงมาก พอไม่มีคนมาซื้อ ร้านค้าส่วนใหญ่ก็เปลี่ยนมาเป็นทอผ้าฝ้าย ทอผ้าขาวม้า และทอผ้าแบบอื่นแทนผ้าไหม หลังจากนั้นผ้าไหมสันกำแพงก็เริ่มหายไป



ภาพ ๔ ภาพด้านซ้ายมือ: คุณอภัสรา หงสกุล สวมผ้าไหมสันกำแพงตอนประกวด นางงามจักรวาล
ภาพด้านขวามือ: บนเวทีประกวดนางสาวสันกำแพงสวมใส่ชิ้นไหมสันกำแพง

วัฒนธรรมผ้าไหม ลวดลาย และสีสันของผ้าไหมสันกำแพง

ลวดลายผ้าไหมสันกำแพงที่เป็นภูมิปัญญาของคนสันกำแพงในอดีตนั้น จะมีลักษณะเด่นในเรื่องไหมมีขนาดเส้นเล็ก น้ำหนักเบา และมีลวดลายเป็นแนวขวาง ซึ่งมีลวดลายดังนี้

๑. ลาย ๗ วัน หรือเรียกว่า เชิง ๗วัน เป็นการใช้สี ๗ สีตามวันใน ๑ สัปดาห์ ประกอบด้วยสีเหลือง (วันจันทร์) สีชมพู (วันอังคาร) สีเขียว (วันพุธ) สีส้ม (วันพฤหัสบดี) สีฟ้า (วันศุกร์) สีม่วง (วันเสาร์) และสีแดง (วันอาทิตย์) ซึ่งมีเฉพาะที่สันกำแพงเท่านั้น โดยมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ช่วยให้ผู้สวมใส่สามารถใส่เสื้อสีต่างๆ ได้ใน ๑ สัปดาห์ ตามที่ปรากฏลวดลายดังภาพ



ภาพ ๕ ผ้าไหมสันกำแพงลายเจ็ดวันเจ็ดสี

๒. ลายพืระ ผ้าไหมสีฟ้าที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากได้ทอผ้าไหมถวายให้แก่ พระองค์เจ้าพืระพงศ์ภานุเดช ทรงขับรถแข่งคู่พระทัย ชื่อว่าโรมิวลุส (Romulus) โดยมีสีฟ้าสดต่อมาเรียกกันว่าสีฟ้าพืระ สีฟ้าจึงเป็นสีที่นิยมที่สุดในเวลานั้น และมีการย้อมเสื้อไหมเป็นสีฟ้า และผ้าซิ่นก็ย้อมสีฟ้า แล้วจึงตั้งชื่อว่า “ผ้าไหมลายสีพืระ

ลวดลายผ้าไหมที่ได้มีการคิดลวดลายตามยุคสมัย

โดย อ.อนันต์ สุคันธรส เป็นผู้ที่ได้ให้ความสนใจและตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นของ จึงได้ทำการเก็บรวบรวมผ้าไหมสันกำแพงไว้เป็นจำนวนมาก ซึ่งท่านได้ให้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับลวดลายผ้าไหม ดังนี้

๑.ลายสามเหลี่ยม ลักษณะเป็นริ้วขวางตลอดแนวสีเดียวกับสีพื้นของผ้าแต่มีสีอ่อนกว่าทอสลับกันทั้งผืน ดังภาพ



ภาพ ๖ ผ้าไหมสันกำแพงลายสามเหลี่ยม

๒.ลายตาปลาลิ้ม ("ปลาลิ้ม" หรือจะเรียกว่า "ปลาช่อน" ในภาษากลาง) ลักษณะจะเป็นเส้นสามเส้นคล้ายวงรอบของดวงตาปลาช่อน ทอสลับกับลายพื้นสีของผ้า และต่อชายผ้าทั้งด้านบนและด้านล่าง ดังภาพ



ภาพ ๗ ผ้าไหมสันกำแพงลายตาปลาลิ้ม

๓. ลายสามแถว หรือ ลายอักษรา ลักษณะเป็นลวดลายสามแถวหรือสามแนวสลับไล่สี และที่เรียกว่า "ลายอักษรา" เนื่องจากคุณอักษรา หงสกุล นางสาวไทย พ.ศ. ๒๕๐๗ เป็นตัวแทนประเทศไทยโดยได้สวมใส่ผ้าไหมสันกำแพงเข้าร่วมประกวดนางงามจักรวาล และได้รับตำแหน่งรองนางงามจักรวาล คนที่ ๑๔ ค.ศ. ๑๙๖๕ และคนที่ ๒ ของเอเชีย



ภาพ ๘ ผ้าไหมสันกำแพงลายสามแถว หรือลายอักษรา

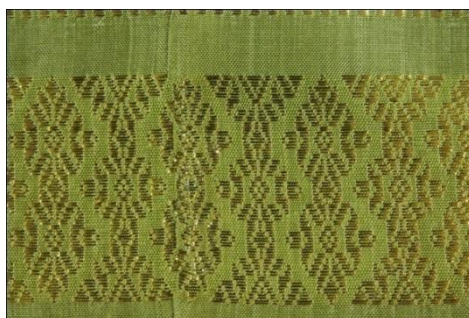
๔.ลายกึ่งแพ้ว ลักษณะเป็นลายสีพื้นและมีการทอชายผ้าสลับไล่สีอ่อนสีเข้มสามระดับสี ในสมัยก่อนนิยมใส่กับเสื้อพิมพ์ลาย ดังภาพ



ภาพ ๙ ผ้าไหมสันกำแพงลายกึ่งแพ้ว

ลวดลายของผ้าสไบที่ทำมาจากผ้าไหมสันกำแพง

๑.ลายไหมยกดินเงินดินทอง ลักษณะการทอใช้ดินเงินดินทอง ทอสลับเป็นลวดลายบนผ้าไหมลายพื้น



ภาพ ๑๐ ผ้าสไบลายริ้วขวางและผ้าสไบลายยกดอก

๒.ลายไหมยกไหม ลักษณะการทอใช้ไหม ทอสลับเป็นลวดลายบนผ้าไหมลายพื้น



ภาพ ๑๑ ผ้าสไบลายช้าง

เครื่องมือที่ใช้ทอผ้าไหม

เครื่องมือที่ใช้ในการทอผ้าไหมมี ๒ ชนิด

๑. หูก หรือกี่พื้นบ้าน ส่วนใหญ่ใช้ในการทอผ้าไหมยก ผ้ามัดหมี่ ผ้ามัดจาก
๒. กี่กระตุก นิยมใช้กันมากในการทอผ้าไหมพื้น ผ้าไหมพลั่ว ผ้าไหมตา



ภาพ ๑๒ กี่กระตุก

ส่วนประกอบที่สำคัญ

๑. ตะกอหรือเขาหูก เป็นเครื่องมือสำหรับแบ่งด้ายเส้นยืนออกเป็นหมวดหมู่ให้ได้ลายขัดที่ต้องการ เครื่องทอแบบง่ายที่สุดมี ๒ ตะกอ

๒. ฟืม หรือฟันหวี มีฟันเป็นซี่ๆคล้ายหวี ใช้สำหรับสอดไหมยืนเพื่อจัดเส้นไหมให้อยู่ห่างกัน และใช้กระทบไหมพุ่ง ที่สานขัดกับไหมให้อัดแน่นเป็นเนื้อผ้าในแต่ละช่วงของฟันหวีจะใช้สอดเส้นยืน ๒ เส้น

๓. กระสวย คือ เครื่องมือสำหรับบรรจุหลอดไหมพุ่ง สำหรับพุ่งสอดไประหว่างช่องของเส้นไหมยืน ทำให้เส้นไหม ๒ ชนิด สานขัดกันจนเป็นเนื้อผ้า

วิธีการทอผ้า

๑. ยกตะกอขึ้น เพื่อให้ด้ายยืนแยกออกจากกันจนเกิดช่องว่างขึ้น
๒. พุ่งกระสวยผ่านช่องว่างเพื่อสอดด้ายพุ่งให้ขัดกับด้ายยืน
๓. ใช้ฟันหวีตีกระทบให้ด้ายพุ่งเข้าที่

กระบวนการย้อมสี

คุณภาพของสีที่ได้ จะมาจากคุณภาพของสีที่ใช้ย้อมเส้นไหม วิธีการย้อมเส้นไหมตลอดจนการควบคุมอุณหภูมิในขณะย้อมล้วนเป็นตัวแปรที่สำคัญจะทำให้เส้นไหม ซึ่งออกมาเป็นผืนผ้านั้นคงความเงางามได้นานเพียงใด



การนำผ้าไหมเข้าสู่กระบวนการ “อาบน้ำยา” ที่ถูกวิธี มีความสำคัญเช่นเดียวกัน เนื่องจากขบวนการการอาบน้ำยาจำเป็นต้องใช้สารเคมีที่มีส่วนผสมและคุณสมบัติเหมาะสมกับผ้าแต่ละชนิด อีกทั้ง ในขณะที่ผ้าไหมผ่านขบวนการอาบน้ำยาต้องใช้อุณหภูมิที่เหมาะสม ควบคุมด้วยช่างผู้ชำนาญการ ซึ่งจะทำให้ผ้าที่ผ่านขบวนการอาบน้ำยาแล้ว มีความเงางาม ไม่ยับง่ายในขณะที่สวมใส่ อีกทั้งยังทำให้เนื้อผ้ารีดง่าย และงดงามเหมือนเดิมหลังการซักครีต ดังนั้น ในการเลือกซื้อผ้าไหมควรพิจารณาว่าผ้าไหมที่เลือกซื้อได้ผ่านขบวนการอาบน้ำยาที่ได้มาตรฐานแล้วหรือยัง

๓.ประเภทของผ้าไหม

ผ้าไหม ๑ เส้น เป็นผ้าที่มีความพร่านุ่มและเนื้อบางเบาใส่สบาย เหมาะสำหรับตัดเสื้อเชิ้ตเสื้อตัวปล่อย กระโปรงย้วยบาน หรือรูปแบบเสื้อผ้าที่ต้องการน้ำหนักเบา

ผ้าไหม ๒ เส้น คือ ผ้าที่ใช้เส้นพุ่งควบ ๒เส้น เป็นผ้าที่มีเนื้อแน่นแข็งแรง มีน้ำหนัก,เหมาะสำหรับตัดเสื้อซาฟารี เสื้อพระราชทาน เสื้อแจ็คเก็ตเข้ารูป กระโปรงทรงตรงและกางเกง

ผ้าไหม ๔ เส้น คือ ผ้าไหมที่ใช้เส้นพุ่งควบ ๔เส้น เป็นผ้าที่มีเนื้อหนา แข็งแรง เหมาะสำหรับตัดสูทผู้ชาย หรือใช้ในการทำเฟอร์นิเจอร์ ของตกแต่งบ้านต่างๆ

๓. การพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product Development)

เมื่อผลิตภัณฑ์ถูกนำออกสู่ตลาดแสดงถึงการเริ่มต้นของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ ระยะเวลาที่ผ่านไปจะมียอดขายเพิ่มขึ้นมากบ้าง น้อยบ้าง เป็นการแสดงถึงการเจริญเติบโตของผลิตภัณฑ์นั้น หากผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับจากตลาดเป็นอย่างดียอดขายจะเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว เมื่อผู้ซื้อไม่ต้องการผลิตภัณฑ์นั้น ยอดขายจะตกต่ำลง ในที่สุดผลิตภัณฑ์นั้นก็จะหายไปจากตลาด แต่จะมีผลิตภัณฑ์ใหม่เข้ามาสู่ตลาดแทนผลิตภัณฑ์เก่าที่ล้าสมัยซึ่งผู้ต้องการซื้ออีกต่อไป ผลิตภัณฑ์ใหม่ส่วนหนึ่งอาจได้รับการต้อนรับจากตลาด แต่ผลิตภัณฑ์อีกหลายชนิดไม่สามารถเข้าสู่ตลาดจนลูกค้ายอมรับได้ ดังนั้นระยะเวลาที่ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะอยู่ในตลาดจึงไม่เท่ากัน เป็นการแสดงให้เห็นวงจรชีวิตที่สั้นหรือยาวของผลิตภัณฑ์ซึ่งคล้ายกับวงจรชีวิตของคนเรา และจะเกิดวงจรชีวิตใหม่ เข้ามาแทนที่วงจรเดิมอย่างนี้ตลอดไปเรื่อย ๆ วงจรใหม่ที่เกิดขึ้นอาจจะมาจากผลิตภัณฑ์ใหม่มีเทคโนโลยีสูงกว่า มีประสิทธิภาพดีกว่า หรือตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

ความหมายและความสำคัญ

หมายถึง การเติบโตของยอดขายผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งเมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งจะมีลักษณะเป็นวงจรเล่าต่อไปเรื่อย ๆ การศึกษารายละเอียดของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์จะมีประโยชน์ต่อนักการตลาดและนักธุรกิจ การเรียนรู้ความต้องการของลูกค้าหรือผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์ จากการวิเคราะห์ลักษณะต่างๆ ที่เกิดขึ้นในแต่ละขั้นตอนของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ ช่วยให้สามารถวางแผนการตลาด กำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด กำหนดส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ได้ถูกต้องและเหมาะสม

ขั้นตอนของวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Stages of Product Life cycle) วัฏจักร

ชีวิตของผลิตภัณฑ์จะประกอบด้วยวงจร ๔ ขั้นตอน คือ

- ขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์ (Product Introduction)
- ขั้นตลาดเจริญเติบโต (Market Growth)
- ขั้นตลาดอิ่มตัว (Market Maturity)
- ขั้นยอดขายตกต่ำ (Sales Decline)

ขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์ (Product Introduction)

ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เริ่มนำออกสู่ตลาดในครั้งแรกยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้ซื้อหรือผู้บริโภค ดังนั้นผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายต้องเสนอ รายละเอียดของสินค้า โดยอาศัยในการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เพื่อติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภคให้ทราบว่าสินค้าใหม่ออกสู่ตลาด ภาระค่าใช้จ่ายในการขายของขั้นแนะนำจะสูงผู้ผลิตที่เป็นผู้บุกเบิกตลาด (Pioneer) อีกทั้งอยู่ในภาวะที่มีการเสี่ยงสูงมาก หากการตื่นตัวยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่น้อย ความต้องการสินค้าไม่แน่นอน ผู้บุกเบิกตลาดใหม่ต้องประสบกับการลงทุนสูงในการผลิต ค่าใช้จ่ายในการขาย ขณะที่รายได้อาจยังไม่มีหรือมีน้อยมาก ฉะนั้นกิจการที่นำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ขั้นแนะนำ ในช่วงแรกจะประสบภาวะการขาดทุน ดังนั้นการจัดกลยุทธ์การตลาดในขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์จะเน้นเรื่องการส่งเสริมการตลาดและกาสื่อสารให้เป็นที่รู้จักแพร่หลาย การส่งเสริมการตลาดจะเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ผ่านสื่อโฆษณาประเภทต่าง ๆ ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ รวมทั้งการใช้พนักงานขายในการกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัว และ เกิดการยอมรับในผลิตภัณฑ์ใหม่ เนื่องจากผู้ซื้อส่วนใหญ่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่ตนเองคุ้นเคย รู้จักสินค้าดีอยู่แล้ว ดังนั้นจะต้องใช้สื่อการส่งเสริมการขาย เช่น การแจกตัวอย่างหรือการสาธิต ช่วยให้ผู้ซื้อได้มีโอกาสทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ จึงจะเกิดการยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ติดตามมาได้

ขั้นตลาดเจริญเติบโต (Market Growth)

การยอมรับในตัวผลิตภัณฑ์ จะส่งผลให้ยอดขายเพิ่มสูงขึ้นและเพิ่มในอัตราที่เร็ว ดังนั้นในช่วงต้นของขั้นเติบโต ผู้บุกเบิกตลาดจะได้รับผลประโยชน์จากกำไรที่ค่อนข้างสูง เนื่องจากไม่มีคู่แข่งในตลาด ถือเป็นรางวัลที่ผู้บุกเบิกจะได้รับ แต่มักจะมีโอกาสได้ไม่นานเพราะ คู่แข่งขันทั้งหลายจะเริ่มได้กลิ่นกำไรและทยอยกันเข้ามาขอส่วนแบ่งตลาด จากหนึ่งเป็นสองและเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ช่วงเวลาที่คู่แข่งเข้ามาสู่ตลาดจะเร็วหรือช้า ขึ้นอยู่กับอัตราการเจริญเติบโตของความต้องการในผลิตภัณฑ์นั้น ส่วนอัตรากำไรมากหรือน้อยจะเป็นสิ่งจูงใจให้คู่แข่งเข้ามามากหรือน้อยรายเช่นกัน อย่างไรก็ตามการแข่งขันในขั้นตลาดเจริญเติบโตจะเป็นลักษณะการแข่งขันน้อยราย เมื่อเริ่มมีคู่แข่งเกิดขึ้น ผู้บุกเบิกจะต้องเปลี่ยนวิธีการในการส่งเสริมการตลาดโดย ไม่จำเป็นที่จะใช้ตัวอย่างหรือสาธิตอีกต่อไป แต่ต้องหันไปเน้นการสร้างความชอบตราสินค้าให้มากขึ้น (Brand preferences) การโฆษณาจะหันไปเน้นให้ลูกค้าจะจงเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของเรา แทนที่จะซื้อของคู่แข่ง การที่ยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว ความต้องการของผู้ซื้อแสดงอย่างชัดเจนว่า เป็นแนวโน้มที่จะเพิ่มขึ้นทำให้มีการกระจายสินค้า การจัดจำหน่ายให้กว้างขวางมากขึ้น การสินค้าไปให้กับสมาชิกต่างๆ ในช่องทางการจำหน่าย ก่อให้เกิดภาพลักษณ์ที่แสดงแนวโน้มของตลาดที่ดี โดยเฉพาะในกรณีสินค้าอุปโภค

ขั้นตลาดอิ่มตัว (Market Maturity)

วงจรขั้นอิ่มตัวเกิดจากผู้ซื้อส่วนใหญ่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์มาบริโภคกันทั่วหน้า ประกอบกับมีคู่แข่งเข้ามาเสนอขายผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ เป็นส่วนส่งเสริมให้ลูกค้าต่าง ๆ มีโอกาสซื้อผลิตภัณฑ์เร็วขึ้น คู่แข่งขันที่เพิ่มจำนวนมากขึ้นเรื่อย ๆ เกิดจากแรงจูงใจด้านกำไรที่ดี จะทำให้ส่วนแบ่งของตลาดที่ผู้ผลิตแต่ละรายได้รับลดน้อยลง ประกอบกับผู้ซื้อเริ่มให้ความสนใจน้อยลง ยอดขายจะไม่เพิ่มขึ้นมากเหมือนขั้นตลาดเจริญเติบโต และในที่สุดอัตราการเพิ่มจะหยุดนิ่ง หากไม่มีการแก้ไข ความต้องการ ในตลาดสินค้านี้จะตกต่ำลง อาจเพราะลูกค้ามีสินค้าแล้ว ลูกค้าเบื่อหน่ายแล้ว หรือต้องการแสวงหาสินค้าใหม่หรืออาจเพราะผู้ผลิตได้ แนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ การที่มีคู่แข่งเข้ามาในตลาดมากทำให้ผู้ผลิตทุกรายต้องพยายามแย่งส่วนแบ่งตลาด ให้มากที่สุด จึงต้องมีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้แปลกใหม่ด้วยวิธีการต่าง ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับตัวผลิตภัณฑ์ (Product differentiation)

ขั้นยอดขายตกต่ำ (Sale Decline)

เมื่อผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นถึงจุดอิ่มตัว หากไม่ได้รับการแก้ไข ผลิตภัณฑ์นั้นจะเริ่มมียอดขายลดลงเรื่อย ๆ อาจเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ใหม่กว่ามาแทนที่ในตลาด ลูกค้าจึงหันไปซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่แทน การที่ยอดขายลดลง จะทำให้ส่วนแบ่งตลาดของผู้จำหน่ายแต่ละรายลดลงไปด้วย ดังนั้น การขาดทุนจะเกิดขึ้นอีกครั้งหนึ่ง ผู้ผลิตที่มีฐานะการเงินมั่นคง มีส่วนแบ่งตลาดมากกว่าอาจจะอยู่ในตลาดเพื่อเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ต่อไป แต่ผู้ผลิตรายเล็ก ๆ ที่มีทุนน้อยจะค่อย ๆ ถอนตัวออกจากตลาดเพราะไม่สามารถรับภาระการขาดทุนได้

กลยุทธ์การตลาดในขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์

๑. การตั้งราคาสูงอย่างฉับพลัน เป็นการนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดด้วยการตั้งราคาสูง และมีการส่งเสริมการตลาดในระดับสูง การตั้งราคาสูงมีจุดมุ่งหมายที่จะได้ผลกำไรต่อหน่วยสูง ส่วนการส่งเสริมการตลาดในระดับสูง การตั้งราคาสูงมีจุดมุ่งหมายที่จะได้ผลกำไรต่อหน่วยสูง ส่วนการส่งเสริมการตลาดสูงเพื่อให้ลูกค้ารับรู้และรู้จักสินค้าให้มาก เพื่อจะได้ตัดสินใจซื้อสินค้าได้

๒. การตั้งราคาสูงอย่างช้า เป็นการนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดด้วยการตั้งราคาสูง แต่มีการส่งเสริมการตลาดในระดับต่ำ กลยุทธ์นี้จะใช้ได้ผลดีเมื่อตลาดมีขนาดจำกัด ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์ดีอยู่แล้ว และผู้ซื้อมีความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าจึงยอมจ่ายในราคาสูงได้

๓. การตั้งราคาต่ำอย่างฉับพลัน เป็นการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดด้วยราคาต่ำกว่าคู่แข่ง แต่มีการส่งเสริมการตลาดในระดับสูง ผู้ผลิตมีเป้าหมายเพื่อการเจาะตลาดที่รวดเร็ว ต้องการส่วนแบ่งตลาดให้มากที่สุด กลยุทธ์นี้จะใช้ได้ผลดีเมื่อตลาดมีขนาดใหญ่ ลูกค้ารู้จักสินค้าน้อย แต่ลูกค้ามีความไวต่อราคา กล่าวคือ เมื่อเห็นว่าผลิตภัณฑ์ราคาถูกกว่าจะเปลี่ยนใจมาซื้อทันที เพราะพวกเขาไม่ยึดติดในตรรกะ

๔. การตั้งราคาอย่างช้า เป็นการนำผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดด้วยราคาต่ำ และมีการส่งเสริมการตลาดต่ำ การตั้งราคาต่ำทำให้บริษัทสามารถเจาะตลาดได้อย่างรวดเร็ว ส่วนการส่งเสริมการตลาดต่ำ ทำให้สามารถประหยัดต้นทุนในการสื่อสารการตลาดได้

กลยุทธ์การตลาดในขั้นตลาดเติบโต

๑. การเพิ่มรูปแบบใหม่ของสินค้า เนื่องจากเมื่อจำนวนลูกค้ามากขึ้น ความต้องการที่หลากหลายย่อมเกิดขึ้น ดังนั้นความหลากหลายของสินค้าจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น

๒. การขยายช่องทางการจำหน่าย จำนวนลูกค้าที่เพิ่มขึ้นมาจากหลาย ๆ พื้นที่ ดังนั้นผู้ผลิตจะต้องขยายช่องทางการจำหน่ายให้กว้างขวางขึ้น เพื่อให้ลูกค้าเกิดความสะดวกในการจับจ่ายใช้สอย

๓. การส่งเสริมการตลาดให้เกิดความชอบในตราสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งวัตถุประสงค์ของการโฆษณาต้องเปลี่ยนจากการสร้างการรับรู้ (Awareness) มาเป็นการสร้างความในตัวของสินค้า (Perference) แทน เพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าของเราแทนการซื้อสินค้าของคู่แข่ง

กลยุทธ์การตลาดในขั้นอิ่มตัว

๑. การปรับปรุงตลาด เช่น การดูผู้ที่ไม่เคยใช้สินค้าให้หันมาใช้สินค้า การเข้าสู่ตลาดใหม่ ๆ ที่ลูกค้ามีศักยภาพที่จะซื้อสินค้าได้ นอกจากนี้อาจจะใช้วิชาการเพิ่มความถี่ในการใช้ หรือเพิ่มโอกาสในการใช้สินค้าให้แก่ลูกค้าเดิมก็ได้

๒. การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การปรับปรุงคุณภาพของสินค้าให้ดีขึ้น การปรับปรุงรูปลักษณ์ของสินค้าให้ดูทันสมัยยิ่งขึ้น รวมทั้งการออกแบบสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนไป

๓. การปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด เช่น การลดราคาสินค้าลงจากเดิม เนื่องจากต้นทุนในการผลิตต่อหน่วยลดลงอันเนื่องมาจากการผลิตขนาดใหญ่ (Economies of Scale) การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายใหม่ๆ เช่น ออนไลน์มาร์เก็ตติ้ง การสื่อสารตลาดด้วยวิธีการทำ IMC (Integrated Marketing Communication) เป็นต้น

กลยุทธ์การตลาดในขั้นตกต่ำ

๑. การเร่งระบบสินค้าออกจากตลาด เมื่อแนวโน้มสินค้ากำลังจะไม่ใช่เป็นความต้องการตลาดผู้ผลิตจะต้องใช้การลดราคามาก ๆ เพื่อระบายสินค้าออกไป

๒. การเก็บเกี่ยวผลประโยชน์จากตลาด การเลิกใช้สินค้าของลูกค้าไม่ได้เกิดขึ้นในทันทีทันใด ดังนั้นผู้ผลิตยังคงจำหน่ายสินค้าให้แก่กลุ่มลูกค้าที่เข้ามาที่หลังได้ เช่น โทรศัพท์มือถือแบบจอยอร์มตายังสามารถจำหน่ายให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาใช้โทรศัพท์มือถือในระยะเวลาหลัง ๆ ได้

๓. การออกจากตลาด หากผู้ผลิตเห็นค่าการจำหน่ายต่อ นำมาซึ่งการขาดทุนที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ ควรตัดสินใจเลิกผลิตสินค้าชนิดนั้น แล้วหาทางพัฒนาสินค้าใหม่ขึ้นมาทดแทน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)

เป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญ เนื่องจากการเปลี่ยนความคิดให้เป็นตัวผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตน ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะเกี่ยวข้องกับการหากรรมวิธีการผลิตการเลือกวัตถุดิบ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ สูตรในการผลิต วิธีการผลิตให้ได้คุณภาพ ประสิทธิภาพ รูปแบบสีสรร ขนาดต่าง ๆ ตามความต้องการของตลาด หลายต่อหลายครั้งที่ความคิดที่ผ่านการกลั่นกรองไม่สามารถผลิตเป็นสินค้ามีตัวตนได้ เนื่องจากต้องใช้ต้นทุนสูงมากจนไม่คุ้ม หรือต้องใช้เวลาในการผลิต

นานเกินไปไม่ทันกับความต้องการของตลาด ดังนั้น เมื่อแนวคิดผ่านขั้นตอนนี้ไปย่อมหมายถึงกิจการมีผลิตภัณฑ์ใหม่อยู่ในมือเพื่อรอการจัดจำหน่าย เพียงแต่ปริมาณสินค้าที่ผลิตขึ้นมายังคงมีจำนวนน้อย เนื่องจากยังไม่มี ความมั่นใจต่อการตอบรับของตลาดมากนัก

การทดสอบตลาด (Market Testing)

เมื่อผลิตภัณฑ์ถูกผลิตขึ้นมาเพื่อการจำหน่าย ผู้ผลิตอาจจะตัดสินใจนำสินค้าเข้าสู่ตลาดเลยก็ได้ หากมีความมั่นใจว่าจะเป็นที่ยอมรับของลูกค้าอย่างแน่นอน ซึ่งย่อมมีความเสี่ยงอยู่บ้าง หากผู้ผลิตต้องการลดความเสี่ยงจากความไม่แน่นอนของลูกค้า สามารถทำได้ด้วยการทดสอบตลาด โดยการทดลองนำผลิตภัณฑ์จำนวนน้อยๆ ไปวางจำหน่ายในตลาดเล็กๆ เพื่อดูปฏิกิริยาการตอบรับของลูกค้า หากผลการทดสอบตลาดพบว่า ลูกค้าตอบรับเป็นอย่างดี จึงค่อยตัดสินใจผลิตจำนวนมาก เพื่อวางจำหน่าย แต่ถ้าลูกค้ามีข้อตำหนิบางประการ ให้ปรับปรุงหรือแก้ไขข้อตำหนิ แล้วจึงวางจำหน่ายอย่างกว้างขวาง ถ้าลูกค้าไม่ยอมรับหรือปฏิเสธสินค้าอย่างสิ้นเชิง บริษัทอาจจะต้องยุติในการทำตลาด ทั้งนี้เพราะจะไม่คุ้มกับการลงทุน การทดสอบตลาดจะเกิดประโยชน์กับผู้ผลิตในแง่ของการลดความเสี่ยง อย่างไรก็ตามอาจจะเกิดผลเสียคือ คู่แข่งขันจะล่วงรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่กิจการกำลังทดสอบตลาด ซึ่งหากคู่แข่งขันมีความไวต่อการผลิตเพื่อการจำหน่าย จะสามารถแก้ไขข้อบกพร่องแล้วช่วงชิงการวางจำหน่ายตัดหน้า จะเกิดผลเสียต่อกิจการที่ทำการทดสอบตลาดได้ ดังนั้นการทดสอบตลาดจึงเป็นดาบสองคมที่ผู้ผลิตจะต้องชั่งน้ำหนักถึงส่วนได้และส่วนเสียที่จะเกิดขึ้นก่อนที่จะมีการทดสอบตลาด หรือหาวิธีการทดสอบตลาดที่มีความปลอดภัยจากการช่วงชิงของคู่แข่งขันก็ได้

การวางตลาดสินค้า (Commercialization)

การนำสินค้าเข้าสู่ตลาดอย่างแท้จริง จะต้องพิจารณาปัจจัยดังต่อไปนี้

๑. ความต้องการเงินทุนจำนวนมากเพื่อจัดให้มีอุปกรณ์และสิ่งก่อสร้างต่างๆ ที่จะใช้ในการผลิต
๒. วิธีการที่จะจัดหาอุปกรณ์ในการผลิต ตัวอาคารโรงงานต่าง ๆ จำเป็นต้องใช้แนวทางที่ก่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด
๓. กำลังการผลิต จะต้องพิจารณากำลังการผลิตในปัจจุบันและการขยายต่อไปในอนาคต
๔. จังหวะเวลาที่จะนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกวางตลาด การเลือกเวลาหรือโอกาสที่เหมาะสม จะส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์เก่าล้าสมัยไม่เป็นที่นิยมแล้ว การปล่อยผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดจะเป็นการแจ้งเกิดของผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือนำออกจำหน่ายในฤดูกาลการใช้ผลิตภัณฑ์สินค้านั้น จะทำให้โอกาสที่จะจำหน่ายได้มีสูงขึ้น
๕. ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในการวางตลาดครั้งแรก กิจการอาจมีลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอยู่หลายกลุ่ม แต่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายกลุ่มแรกที่กิจการหวังไว้ในการเปิดตลาด จำเป็นต้องมีศักยภาพ มีความไวต่อการซื้อสินค้าใหม่ หากกำหนดกลุ่มเป้าหมายผิดพลาด โอกาสในการประสบความสำเร็จจะลดลงทันที ผู้บริหารต้องตัดสินใจที่จะเลือกกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่จะช่วยให้ได้ยอดขายในช่วงแรกๆ เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ ร้านค้า ตัวแทนจำหน่าย พนักงานขาย ตลอดจนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องอื่นๆ เช่น ผู้ถือหุ้น เป็นต้น

๖. ขอบเขตของตลาดที่จะวางตลาดครั้งแรก เป็นการกำหนดขอบเขตการกระจายตามสภาพภูมิศาสตร์จะวางสินค้าออกสู่ตลาดพร้อมกันทั้งประเทศหรือเลือกเพียงบางพื้นที่ ทั้งนี้ต้องพิจารณาถึงข้อจำกัดในด้านกำลังการผลิต กำลังคน กำลังเงินทุน นอกจากนั้นการกำหนดเขตที่จะวางตลาดยังต้องสอดคล้องกับลูกค้าเป้าหมายกลุ่มแรกที่ต้องการการจำหน่ายด้วย

๔. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ได้จัดทำโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้น โดยมีระยะเวลาดำเนินการ ๕ ปี เพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือระดับพื้นที่ที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ขณะเดียวกันรัฐบาลมีนโยบายจัดตั้งโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเสริมสร้างให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อผลิตจำหน่ายสู่ตลาดผู้บริโภค ฉะนั้นโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน สมอ. จึงเป็นแนวทางที่สอดคล้องและสนับสนุนในด้านมาตรฐานและการรับรองคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับและสามารถประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ จากชุมชนสู่ตลาดผู้บริโภคทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ

๑. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรอง และแสดงเครื่องหมายการรับรอง

๒. เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้ เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

๓. เพื่อเน้นให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืน อีกทั้งสนับสนุนนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาล ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

ต่อมากระทรวงอุตสาหกรรม โดยปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมได้มอบหมายให้ สมอ. ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนตามความเห็น ของ คณะอนุกรรมการวิจัย พัฒนาคุณภาพและพัฒนาเทคโนโลยี ในคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ. นตผ.) ที่ได้มอบหมายงานให้ออก. เป็นผู้พิจารณาดำเนินการทั้งนี้ได้เสนอ จัดสรรเงินงบประมาณปี ๒๕๔๖ ให้จำนวน ๑๕ ล้านบาท โดยมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (ผู้แทน ออก. ในคณะกรรมการฯ) เป็นผู้ประสานงานและสนับสนุนข้อมูลของการดำเนินการในเรื่องนี้ ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม มีคำสั่งกระทรวงอุตสาหกรรมแต่งตั้งคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (กมช.) ขึ้น โดยมีเลขาธิการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นประธาน คณะกรรมการชุดนี้ เพื่อดำเนินการโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีอำนาจและหน้าที่ คือ

๑. พิจารณากำหนด แก้วไข และยกเลิกมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

๒. ให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการออกใบรับรองและการติดตามผลภายหลังที่ได้รับการรับรองแล้ว

๓. ส่งเสริม พัฒนา และประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและข้อมูลให้กับผู้ผลิตในชุมชน

๔. แต่งตั้งคณะกรรมการ เพื่อช่วยเหลือดำเนินการตามที่ได้รับมอบหมาย

๕. ติดตามประเมินผล และรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานให้ คณะอนุกรรมการวิจัยพัฒนาคุณภาพ ผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี ใน กอ. นตผ. แห่งชาติ ทราบทุกระยะ

๖. ดำเนินการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามที่ ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมมอบหมายและให้ความเห็นชอบแนวทางการดำเนินงาน โครงการมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชน ของ สมอ. คือ

การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

สมอ. จะกำหนดมาตรฐาน โดยมีข้อกำหนดที่เหมาะสมกับสภาพของ ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของทุกฝ่ายที่ เกี่ยวข้องมีแนวทางปฏิบัติไม่ซับซ้อน เพื่อให้ผู้ผลิตเข้าถึง มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ง่ายและคำนึงถึงระยะเวลาใน การกำหนดมาตรฐาน โดยใช้ข้อมูลจาก ประชุมสัมมนาเพื่อจัดทำมาตรฐาน โดย สมอ. หรือจัดจ้างกลุ่มนักวิชาการ และให้ผ่านการปรึกษา พิจารณาจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายก่อนประกาศใช้

การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน

สมอ. จะให้การรับรองและการตรวจติดตามผล เพื่อสนับสนุนผู้ทำให้ผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพเป็นที่เชื่อถือของผู้ บริโภค โดยการเก็บตัวอย่างทดสอบ และค่าใช้จ่ายใน การทดสอบตัวอย่างทางโครงการฯ จะให้การสนับสนุน สมอ. จะกำหนดรูปแบบเครื่องหมายรับรอง และจะประชาสัมพันธ์เผยแพร่ เพื่อให้ผู้บริโภคทราบและยอมรับอย่างทั่วถึง

ด้านพัฒนาผู้ผลิตในชุมชน

ในกรณีที่ผู้ผลิตบางรายมีปัญหาในการทำผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตามที่ มาตรฐานกำหนด สมอ. จะส่งผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิชาการเข้าไปให้ความรู้เบื้องต้นโดยการฝึกอบรม และให้คำปรึกษาแนะนำ ณ ตำบลสถานที่ผลิตจนมีขีดความสามารถขอรับการรับรองได้

ด้านส่งเสริมและประชาสัมพันธ์

สมอ. จะสร้างการรับรู้เพื่อให้รู้จักและเกิดความตระหนักตื่นตัว โดยเปิดตัว และแนะนำโครงการผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สร้างแรงจูงใจทั้งทางตรง และทางอ้อมกล่าวคือ จัดประชุมผู้นำชุมชนหมู่บ้านที่มีผลิตภัณฑ์ชุมชน และเผยแพร่โครงการให้ทราบ ด้วยวิธีการต่างๆ เน้นใช้สื่อในท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ เช่น สปอตโฆษณา ทางวิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ ตอก ย้ำความสำเร็จของผู้ได้รับการรับรอง และยกย่องเชิดชูเพื่อเป็นแบบอย่างความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ ชาวบ้านภูมิปัญญา ไทย และให้ผู้ผลิตเกิดภาพพจน์ที่ดีว่าเป็นสินค้าคุณภาพเทียบสินค้าแบรนด์เนมทั้ง หลาย

หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนี้

๑. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรอง และแสดงเครื่องหมายการรับรอง เป็นผู้ผลิตในชุมชนของโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้รับการคัดเลือกจากคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ แห่งชาติ (กอ.นตผ.) เป็นกลุ่ม หรือสมาชิกของกลุ่มเกษตรกร กลุ่มสหกรณ์ หรือกลุ่มอื่นๆ ตามกฎหมายวิสาหกิจชุมชน เช่นกลุ่ม อาชีพ กลุ่มอาชีพก้าวหน้า กลุ่มธรรมชาติ เป็นต้น

๒. การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบด้วยการดำเนินการ ดังนี้
- ๒.๑. ตรวจสอบสถานที่ผลิตและเก็บตัวอย่างจากสถานที่ผลิตส่งตรวจสอบ เพื่อพิจารณาออกใบรับรอง
- ๒.๒. ตรวจสอบติดตามผลคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการรับรอง โดยสุ่มซื้อตัวอย่างที่ได้รับการรับรองจากสถานที่จำหน่ายเพื่อตรวจสอบ
๓. การขอการรับรอง ให้ยื่นคำขอต่อสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หรือสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด หรือจังหวัดพร้อมหลักฐานและเอกสารต่างๆ ตามแบบที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมกำหนด
๔. เมื่อได้รับคำขอแล้ว สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจะนัดหมายการตรวจสอบสถานที่ผลิตเก็บตัวอย่างส่งทดสอบ หรือทดสอบ ณ สถานที่ผลิต
๕. ประเมินผลการตรวจสอบว่าเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้กำหนดไว้หรือไม่
๖. ใบรับรองผลิตภัณฑ์ มีอายุ ๓ ปี นับตั้งแต่วันที่ระบุในใบรับรอง
๗. การขอต่ออายุใบรับรองหรือการออกใบรับรองฉบับใหม่เมื่อใบรับรองฉบับเก่าสิ้นอายุ
๘. เงื่อนไขและการตรวจติดตาม
- ๘.๑. ผู้ได้รับการรับรองต้องรักษาไว้ซึ่งคุณภาพตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่กำหนดไว้ ตลอดระยะเวลาที่ได้รับการรับรอง
- ๘.๒. การประเมินผลการตรวจสอบตัวอย่างที่สุ่มซื้อ เพื่อตรวจติดตามผลต้องเป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่กำหนด
๙. การตรวจติดตามผลอย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง
- ๑๐.การยกเลิกการรับรอง สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจะยกเลิกใบรับรองกรณีใดกรณีหนึ่งดังต่อไปนี้
- ๑๐.๑. ผลิตภัณฑ์ที่ตรวจติดตามผลไม่เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ๒ ครั้ง ติดต่อกัน
- ๑๐.๒. ผู้ได้รับการรับรองขอยกเลิกใบรับรอง
- ๑๐.๓. มีการประกาศแก้ไขหรือยกเลิกมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้กำหนดไว้
- ๑๐.๔. เมื่อใบรับรองครบอายุ ๓ ปี นับจากวันที่ได้รับการรับรอง กรณีมีการกระทำอันเป็นการฝ่าฝืนหรือไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไข ต่างๆ ที่กำหนด เช่น การอวดอ้างเกินความเป็นจริงโฆษณาการได้รับการรับรองครอบคลุมรวมถึงผลิตภัณฑ์ ที่ไม่ได้รับการรับรอง
- ๑๑.อื่นๆ ในกรณีที่ยกเลิกใบรับรองผู้ได้รับการรับรองต้องยุติการใช้สิ่งพิมพ์สื่อโฆษณา ที่มีการอ้างอิงถึงการได้รับการรับรองทั้งหมดสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมไม่รับผิดชอบในการกระทำใด ๆ ของผู้ได้รับการรับรองที่ได้กระทำไปโดยไม่สุจริต หรือไม่ปฏิบัติตามหรือฝ่าฝืนหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่กำหนด

ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

๑. เป็นการสนับสนุนผู้ผลิตรายย่อยให้ทำผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ และสนับสนุนด้านการตลาดโดยการให้เครื่องหมายรับรองซึ่งจะเป็นการพัฒนาที่ยั่งยืน และยกระดับการผลิตต่อไป
๒. เป็นการสนองตอบนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ให้ผ่านการรับรองเพื่อสามารถแสดงสัญลักษณ์ เป็นการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับให้มีการปรับปรุง การผลิตให้ดียิ่งขึ้น เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจชุมชน โดยเฉพาะในโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ทั่วประเทศ
๓. เป็นการส่งเสริมด้านการตลาด ให้เป็นที่ยอมรับและเพิ่มความเชื่อถือของผู้ซื้อในและต่างประเทศ

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ประเภทงานประดิษฐ์จากผ้า

ขอบข่าย

๑. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ที่ประดิษฐ์ขึ้นจากผ้าเป็นวัสดุหลัก สำหรับใช้เป็นของที่ระลึก ของใช้ทั่วไป และของประดับตกแต่ง
๒. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ไม่ครอบคลุมถึงของเล่นจากผ้า เช่น ตุ๊กตายัดไส้ ดอกไม้ประดิษฐ์จากวัสดุแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่ประดิษฐ์จากผ้าผืน เช่น ผ้าพันคอ ผลิตภัณฑ์เคหะสิ่งทอ เช่น ผ้าหมอนนอนทอมือ ผ้าคลุมเตียง ผ้าปูที่นอนและปลอกหมอน ผ้า màn สำเร็จรูป และผลิตภัณฑ์จากผ้าที่ได้ประกาศเป็นมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนแล้ว

บทนิยาม

ความหมายของคำที่ใช้ในมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนนี้ มีดังต่อไปนี้ งานประดิษฐ์จากผ้า หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการนำผ้ามาประดิษฐ์เป็นของที่ระลึก ของใช้ทั่วไป หรือ ของประดับตกแต่ง ซึ่งใช้ผ้าเป็นส่วนประกอบหลัก อาจประกอบหรือตกแต่งด้วยวัสดุอื่น เช่น zip กระดุม กระดากแข็ง พลาสติก ไม้ ลวด ฟองน้ำ โยสึงเคราะห์ โดยการเย็บ ใช้กาว หรือวิธีการอื่นๆ เพื่อความสวยงามและเพิ่มความแข็งแรง

คุณลักษณะที่ต้องการ

๑. ลักษณะทั่วไป ต้องสะอาด เรียบร้อย ประณีต สวยงาม มีรูปแบบรูปทรงและสัดส่วนที่เหมาะสม และต้องไม่มีข้อบกพร่องหรือตำหนิที่มีผลต่อการใช้งาน เช่น รอยขาด รอยแยก รู สีไม่สม่ำเสมอ ต่าง เปราะเปื้อน การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ
๒. สี ต้องสม่ำเสมอ (ยกเว้นกรณีเป็นลักษณะเฉพาะของชิ้นงาน) ไม่หลุดหรือลอก และเมื่อลูบผลิตภัณฑ์แล้วสีต้องไม่ติดมือ การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ
๓. การเย็บ (ถ้ามี) ต้องเรียบร้อย ประณีต ฝีเข็มสม่ำเสมอทั้งนอกและในตัวผลิตภัณฑ์
 - ๓.๑. ผ้าเนื้อหนา ต้องไม่น้อยกว่า ๓๒ ฝีเข็มต่อความยาว ๑๐ เซนติเมตร
 - ๓.๒. ผ้าเนื้อปานกลาง ต้องไม่น้อยกว่า ๓๘ ฝีเข็มต่อความยาว ๑๐ เซนติเมตร

๓.๓. ผ้าเนือบางหรือผ้าโปร่ง ต้องไม่น้อยกว่า ๔๐ ฝี่เชื่อมต่อความยาว ๑๐ เซนติเมตร การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจและการวัด

๔. การประกอบด้วยวัสดุอื่น (ถ้ามี) ต้องประณีต ติดแน่น สวยงาม เหมาะสมกับชิ้นงาน รอยต่อต้องไม่แยกออกจากกัน ไม่มีกลิ่นของสารเคมี และรอยเปื้อนของสารที่ใช้ยึดติดชิ้นส่วนเข้าด้วยกัน ไม่มีขอบคม และปลายแหลม กรณีวัสดุประกอบ หรือตกแต่งเป็นโลหะต้องไม่มีสนิม กรณีใช้ไม้ต้องไม่มีราหรือตำหนิที่เกิดจากการทำลายของปลวกหรือ แมลงอื่น กรณีใช้พลาสติกต้องไม่มีเสี้ยนหรือครีบ การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ

๕. การใช้งาน ต้องมีความเหมาะสมและสามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ

การบรรจุ

ให้หุ้มห่อหรือบรรจุงานประดิษฐ์จากผ้าในบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม สะอาด แห้ง เรียบร้อย และสามารถป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นกับได้งานประดิษฐ์จากผ้าได้ การทดสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ

เครื่องหมายและฉลาก

ที่ฉลากหรือบรรจุภัณฑ์งานประดิษฐ์จากผ้าทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปนี้ให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน

๑. ชื่อผลิตภัณฑ์ (ตามชื่อ มผช.) อาจตามด้วยชื่อเรียกผลิตภัณฑ์ เช่น กล่องทอชุบผ้าไหม กรอบรูป

๒. ผ้าไหม กล่องเครื่องประดับ

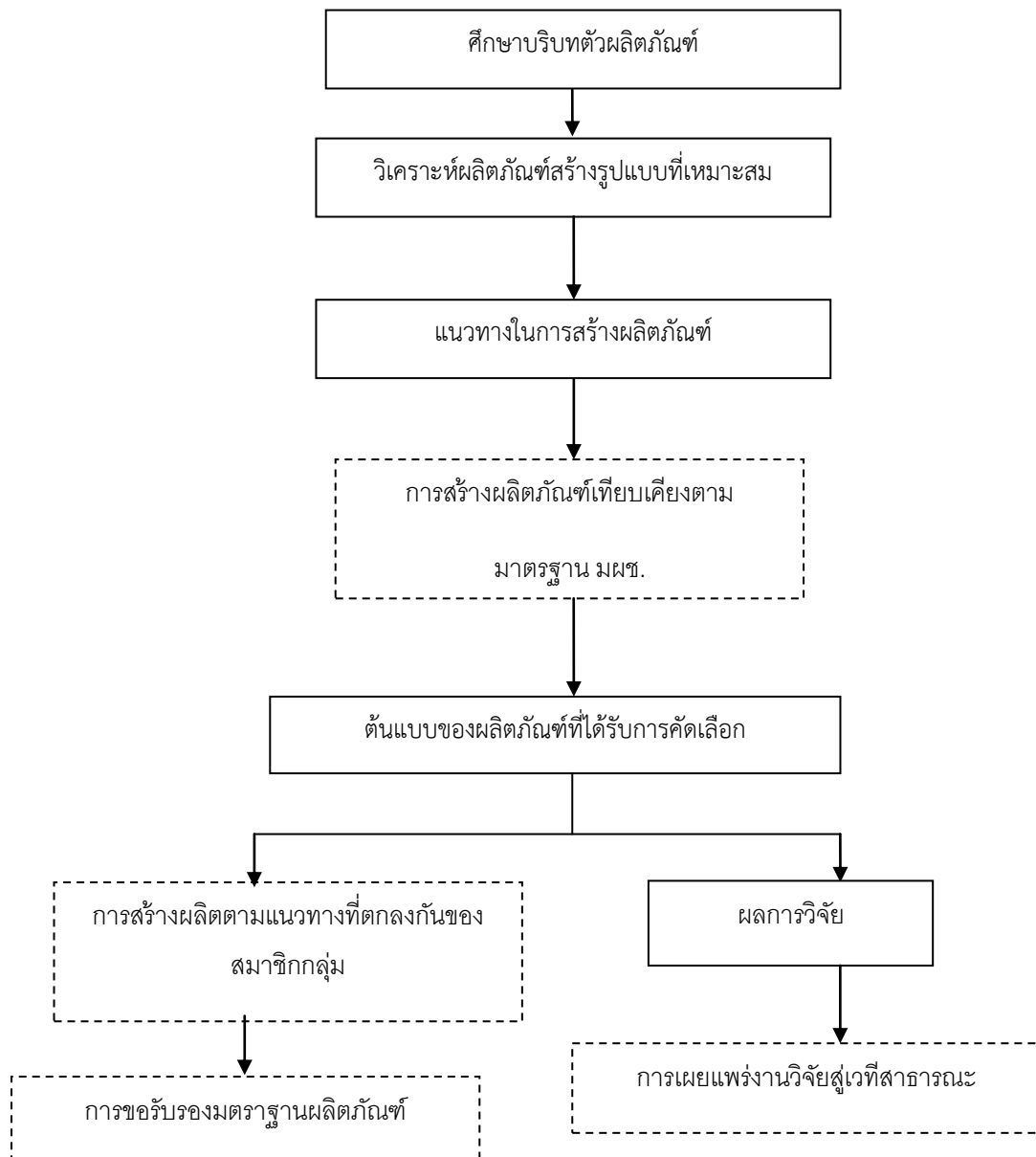
๓. ขนาด (ถ้ามี) เป็นเซนติเมตรหรือมิลลิเมตร

๔. เดือน ปีที่ทำ

๕. ข้อเสนอแนะในการใช้และการดูแลรักษา

๖. ประวัติผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)

๗. ชื่อผู้ทำหรือสถานที่ทำ พร้อมสถานที่ตั้ง หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น



ภาพแสดง การรับรองมาตรฐานชุมชน

งานวิจัยอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

สุรพันธ์ จันทนะสุด (๒๕๕๒) การวิจัยการสร้างผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเศษไม้เก่า เพื่อเพิ่มมูลค่าตามแนวพระราชดำริสปรีชาเศรษฐกิจพอเพียงมีวัตถุประสงค์เพื่อตอบสนองแนวทางพระราชดำริสปรีชาเศรษฐกิจพอเพียงโดยใช้วัสดุที่เหลือใช้มาสร้างให้เกิดประโยชน์โดยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากเศษไม้เก่าเพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อการส่งเสริมอาชีพและสร้างรายได้ให้กับชุมชนหรือกลุ่มผู้ประกอบการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากเศษไม้เก่าเพื่อลดปริมาณการใช้ไม้โดยผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจาก

ผู้ประกอบการเพื่อนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเศษไม้เก่าในรูปแบบของผู้วิจัยจากการที่ได้ทำการทดลองวิธีการสร้างผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเศษไม้เก่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญและแบบสอบถามความพึงพอใจโดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลคิดเป็นร้อยละ ค่าเฉลี่ยผลการวิจัยพบว่าระดับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเศษไม้เก่าผลิตภัณฑ์กรอบรูปมีความต้องการซื้ออยู่ในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ ๒๘ ระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์กรอบรูปทางด้านการออกแบบอยู่ในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ ๒๖ ระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์นาฬิกาแขวนผนังทางด้านการออกแบบอยู่ในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ ๑๐ ระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ชั้นวางของแบบแขวนผนังทางด้านการออกแบบอยู่ในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ ๓๐ ระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์โคมไฟตั้งโต๊ะทางด้านการออกแบบอยู่ในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ ๗๔ ระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เรือใบจำลองทางด้านการออกแบบอยู่ในระดับมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ ๔๐ ระดับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์กล่องใส่เครื่องเขียน

อัจฉรา มลิวงศ์ , ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช (๒๕๕๓) การวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรสมุนไพรมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะ อำเภอมะเท จังหวัดลำปางเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) เครื่องมือในการวิจัยคือการสังเกตการณ์การสัมภาษณ์เชิงลึกการจัดเวทีเสวนาการสร้างการเรียนรู้ร่วมกันของนักวิจัยและกลุ่มเป้าหมายคือสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะ โดยมีโจทย์วิจัยคือจะมีแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะเพื่อเข้าสู่กระบวนการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างไรและมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อศึกษาแนวทางและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะสู่กระบวนการรับรองตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนผลการวิจัยจากการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์พบว่าสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะมีความร่วมมือร่วมใจในการดำเนินงานมีความเสียสละเพื่อประโยชน์ส่วนรวมรวมทั้งมีความมุ่งมั่นตั้งใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้การสร้างการเรียนรู้แนวทางการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนส่วนแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์พบว่าต้องให้สมาชิกกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเข้าสู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องคือสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง และให้เป็นหน่วยงานหนุนเสริมผลักดันและสร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังนั้นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์คือการสร้างองค์ความรู้ให้แก่สมาชิกและให้สมาชิกในกลุ่มเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมที่สุดเพื่อพัฒนาไปสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยมีสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปางเป็นหน่วยหนุนเสริม

มานะ อินพรมมี (๒๕๕๕) การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีการดำเนินการอยู่แล้วได้แก่ผลิตภัณฑ์กะลามะพร้าวเป็นของฝากของที่ระลึกโดยใช้แนวคิดจากงานศิลปกรรมในห้องปฏิบัติการออกแบบแล้วตรวจสอบคุณลักษณะที่ ต้องการและประเมินความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยใช้แบบสอบถาม แบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ได้จากนักวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean)

๑. สรุปผลการประเมินการออกจากผู้เชี่ยวชาญภาพรวมทุกด้านของผลิตภัณฑ์ ทั้ง ๔ แบบมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.00$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ๑) ด้านความมีเอกลักษณ์มีความเหมาะสมมาก ($X = 4.00$) ๒) ด้านความสวยงามมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.00$) ๓) ด้านความสะดวกในการใช้งานมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.00$) ๔) ด้านความปลอดภัยมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.00$)

๒. สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้สนใจและนักท่องเที่ยวยุภาพภาพรวมทุกด้านของผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 แบบมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.42$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ๑) ด้านความมีเอกลักษณ์มีความเหมาะสมมาก ($X = 4.29$) ๒) ด้านความสวยงามมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.43$) ๓) ด้านความสะดวกในการใช้งานมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.43$) ๔) ด้านความปลอดภัยมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.46$)

๓. สรุปผลการประเมินจากคณะอาจารย์ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบภาพภาพรวมทุกด้านของผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ แบบมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.02$) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ๑) ด้านความมีเอกลักษณ์มีความเหมาะสมมาก ($X = 4.02$) ๒) ด้านความสวยงามมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.05$) ๓) ด้านความสะดวกในการใช้งานมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.02$) ๔) ด้านความปลอดภัยมีความเหมาะสมมาก ($X = 4.00$)

ผลการวิจัย พบว่าคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ทั้ง ๔ แบบ มีคุณลักษณะทุกด้านมีความเหมาะสมมาก

สมภาพ คล้ายวิเชียร (๒๕๕๙) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ กลุ่มทอผ้าฝ้าย ผ้าไหม บ้านหนองผือ ๒๔ หมู่ ๑ ตำบลหนองผือ อำเภอเมืองสรวง จังหวัดร้อยเอ็ด การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ ๒ ประการ คือ ๑. เพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มัดหมี่ของกลุ่มทอผ้าฝ้าย-ไหม บ้านหนองผือ ๒๔ หมู่ ๑ ต.หนองผือ อ.เมืองสรวง จ.ร้อยเอ็ด ให้ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ระดับ ๕ ดาว จากสำนักงานคณะกรรมการมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) และ ๒. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ การวิจัยจะเป็นการปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมกับกลุ่ม โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย ๓ แบบ ได้แก่ ๑. แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวม ข้อมูลมี ๔ ส่วน คือ ๑) ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบ ๒) บริบทผลิตภัณฑ์ ๓) การผลิต ๔) ข้อเสนอแนะ/ข้อมูลเพิ่มและที่ตั้งกลุ่ม จากกลุ่มตัวอย่างประชากร ที่เป็นผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในกลุ่มทอผ้าฝ้ายผ้าไหม เช่น ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม คณะกรรมการกลุ่ม ตลอดจนสมาชิกในกลุ่ม เพื่อให้ได้สภาพปัจจุบัน บริบทกลุ่ม สถานที่ผลิต กระบวนการผลิต จัดเก็บตัวอย่าง ทดสอบและศึกษาสภาพปัญหา ๒. จัดเวทีระดมสมอง เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและ วางแผนการดำเนินการปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ ๓. จัดการถ่ายทอดความรู้ เทคโนโลยีและ การอบรม เพื่อพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยปรากฏว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ของกลุ่มทอผ้าฝ้าย ผ้าไหม บ้านหนองผือ ได้ผ่านการตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ (มผช.) ผ้าไหมมัดหมี่ ระดับ ๕ ดาว เลขที่ มผช. ๑๓(๑)/๒๕๕๖ ออกใบรับรองวันที่ ๒๔ กุมภาพันธ์ พ.ศ.๒๕๕๙ และใบรับรองหมดอายุวันที่ ๒๓ กุมภาพันธ์ พ.ศ. ๒๕๕๒ จากสำนักงานคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) และสามารถสร้าง มูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ให้มีมูลค่าสูงขึ้นด้วย

บทที่ ๓

วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยแบบเป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ในลักษณะของวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิจัยร่วมกับ คณะอาจารย์และนักศึกษา แผนกออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ และแผนกบรรจุภัณฑ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา คณะอาจารย์และนักศึกษา สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทิร์น เชียงใหม่ ได้ร่วมกันหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหม และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามรูปแบบผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เทียบเคียงตามมาตรฐาน มผช. ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาศึกษาบริบทกลุ่มฯ/ตัวผลิตภัณฑ์สร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ ตามแนวทางที่ตกลงร่วมกันของทีมงานวิจัยสู่เวทีสาธารณะ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

๑. ผู้ที่มีความสนใจในผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าไหมสันกำแพง กลุ่มละ ๕๐ คนรวมทั้งหมด ๒๐๐ คน

๑.๑ กลุ่มนักเรียนนักศึกษา

๑.๒ กลุ่มนักธุรกิจ

๑.๓ กลุ่มนักการตลาด

๑.๔ กลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ

๒. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ๒ คน

๓. ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ๑ คน

วิธีการดำเนินวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะแบ่งการศึกษาออกเป็น ๔ ขั้นตอนหลัก ดังนี้

๑ วางแผน, ศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องและสำรวจข้อมูลพื้นฐาน

๒. วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์สร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือก

๓. สร้างผลิตภัณฑ์เทียบเคียงตามมาตรฐาน มผช.

๔. เผยแพร่งานวิจัยสู่เวทีสาธารณะ

โดยมีวิธีการดำเนินงานในแต่ละขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ ๑ การศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องและสำรวจข้อมูลพื้นฐาน ดังนี้

๑.วางแผน ศึกษาความเป็นมาของผ้าไหมสันกำแพงว่ามีประวัติความเป็นมาอย่างไร โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ

๒. ศึกษาเอกลักษณ์ การสื่อความหมายในลวดลายต่างๆของผ้าไหมสันกำแพงว่าในแต่ละลวดลายมีความหมายอย่างไรบ้างและมีลักษณะเด่นอย่างไร

๓. ศึกษาแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการทอผ้าไหมเส้นกำแพงในพื้นที่ทั้งในส่วนของการเป็นมา วิธีการทอผ้าที่มีการผลิตอยู่ในปัจจุบัน

๔. ศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง โดยศึกษาจากแหล่งข้อมูลได้แก่ หนังสือ ตำรา งานวิจัย และเอกสารต่างๆที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ ๒ วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือก

หลังจากที่ได้ทราบถึงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายต่างๆของผ้าไหมเส้นกำแพงรวมถึงองค์ความรู้ในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง คณะผู้วิจัยเริ่มดำเนินการออกแบบรูปแบบของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง ผู้วิจัยได้จัดทำรายงานการสรุปความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบในด้านต่างๆแล้วผู้วิจัยจะดำเนินการดังนี้

๑. ทำการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าแต่ยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของผ้าไหมเส้นกำแพงไว้

๒. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์มาตรวจสอบรูปแบบผลิตภัณฑ์และให้ข้อเสนอแนะ

๓. สรุปแนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อจัดทำต้นแบบ

ขั้นตอนที่ ๓ นำปัญหาที่พบไปปรับปรุงแก้ไขสร้างผลิตภัณฑ์เทียบเคียงตามมาตรฐาน มผช.

ภายหลังจากที่ได้พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแล้วผู้วิจัยมีการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายโดยศึกษาตามความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีต่อการออกแบบ รูปแบบ ความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย ราคา รวมถึงการรับรู้เอกลักษณ์ความหมายโดยการใช้แบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ ๔ เผยแพร่งานวิจัยสู่เวทีสาธารณะ

การเผยแพร่ผลงานผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง โดยการจัดนิทรรศการ(Exhibition) หรือการจัดการแสดงสินค้าในงานในต่างๆ เช่น ระดับสถาบัน จังหวัด และระดับชาติ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ลักษณะเครื่องมือ

เครื่องมือการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่มีผู้วิจัยสร้างขึ้นมาเอง ประกอบไปด้วย ๔ ตอน คือ

ตอนที่ ๑ เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ตอนที่ ๒ เป็นข้อมูลการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงในปัจจุบัน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List)

ตอนที่ ๓ เป็นข้อมูลปัญหาและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงในปัจจุบัน โดยเป็นข้อความแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย และน้อยที่สุดใน ๔ ด้าน จำนวน ๑๕ ข้อ ได้แก่

๑. ด้านผลิตภัณฑ์
๒. ด้านราคา
๓. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
๔. ด้านการส่งเสริมการตลาด

กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนไว้ดังนี้

- | | |
|---------|---------------------------------|
| คะแนน ๕ | หมายถึงมีพึงพอใจระดับมากที่สุด |
| คะแนน ๔ | หมายถึงมีพึงพอใจระดับมาก |
| คะแนน ๓ | หมายถึงมีพึงพอใจระดับปานกลาง |
| คะแนน ๒ | หมายถึงมีพึงพอใจระดับน้อย |
| คะแนน ๑ | หมายถึงมีพึงพอใจระดับน้อยที่สุด |

การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย โดยกำหนดเกณฑ์ในการพิจารณาดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, ๒๕๔๕, หน้า ๒๓ – ๒๔)

- | | |
|-----------------------|--------------------------|
| ค่าเฉลี่ย ๔.๕๑ – ๕.๐๐ | หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด |
| ค่าเฉลี่ย ๓.๕๑ – ๔.๕๐ | หมายถึง พึงพอใจมาก |
| ค่าเฉลี่ย ๒.๕๑ – ๓.๕๐ | หมายถึง พึงพอใจปานกลาง |
| ค่าเฉลี่ย ๑.๕๑ – ๒.๕๐ | หมายถึง พึงพอใจน้อย |
| ค่าเฉลี่ย ๑.๐๐ – ๑.๕๐ | หมายถึง พึงพอใจน้อยมาก |

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง มีดังนี้

๑. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามได้แก่เพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้โดยการหาความถี่และร้อยละ
๒. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงในปัจจุบัน โดยการหาความถี่และร้อยละ
๓. วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงในปัจจุบัน โดยหาค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) เป็นรายข้อ รายด้าน และโดยรวม แล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย
๔. วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงในปัจจุบัน โดยการหาความถี่และร้อยละ

บทที่ ๔

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์และการตลาดของผ้าไหมสันกำแพงเพื่อสร้างคุณค่ามีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑.) เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์และการตลาดของผ้าไหมสันกำแพงเพื่อสร้างคุณค่าทางสังคมและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ๒.) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสันกำแพงให้ได้มาตรฐานเทียบเคียงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น ๓ ตอนหลักตามวัตถุประสงค์การวิจัย ได้แก่

ตอนที่ ๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมสันกำแพง

ตอนที่ ๒ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการตลาดของผ้าไหมสันกำแพง

ตอนที่ ๓ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสันกำแพงให้ได้มาตรฐานเทียบเคียงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ตอนที่ ๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมสันกำแพง

การศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสันกำแพง โดยการคิดสร้างผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าไหมสันกำแพงโดยเน้นรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวันได้และมีความต้องการตรงกับผู้บริโภค

แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์

การจะเสริมสร้างมูลค่าและความน่าเชื่อถือให้กับตัวผลิตภัณฑ์ซึ่งต้องพิจารณาและให้ความสำคัญก่อนเป็นอันดับแรกก็คือเรื่องคุณสมบัติ เพราะผลิตภัณฑ์จะไม่มีมูลค่าและไม่สามารถตอบโจทย์ในเรื่องของความน่าเชื่อถือในสายตาผู้บริโภคได้เลยถ้าหากสินค้าไม่สามารถพิสูจน์ตนเองในเรื่องคุณสมบัติที่กล่าวอ้างมาได้จริง ดังนั้นผู้วิจัยเองจึงได้มีการสร้างตัวผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าไหมให้มีคุณสมบัติที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุดโดยวิเคราะห์จากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างประชากรที่มีความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าไหมครั้งนี้แบ่งออกเป็น ๕ กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มนักการตลาด กลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าไหมสันกำแพง จำนวนทั้งสิ้น ๒๐๐ คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน ๒ คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน ๑ คน

ตาราง ๑ ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	๕๓	๒๖.๑๐
หญิง	๑๕๐	๗๓.๘๙
สถานภาพสมรส		
โสด	๙๔	๔๖.๓๐
สมรส	๘๔	๔๑.๓๗
หม้าย/หย่าร้าง	๒๕	๑๒.๓๑
อายุ		
ต่ำกว่า ๒๐ ปี	๒๐	๙.๘๕
๒๐ - ๒๕ ปี	๓๐	๑๔.๗๗
๒๖ - ๓๐ ปี	๔๕	๒๒.๑๖
๓๑ - ๓๕ ปี	๕๑	๒๕.๑๒
๓๖ - ๔๐ ปี	๓๔	๑๖.๗๔
๔๑ - ๔๕ ปี	๔	๑.๙๗
๔๖ - ๕๐ ปี	๑๐	๔.๙๒
๕๑ - ๕๕ ปี	๖	๒.๙๕
๕๖ - ๖๐ ปี	๓	๑.๔๗
อาชีพ		
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	๕๐	๒๔.๖๓
รับราชการ	๒๕	๑๒.๓๑
รัฐวิสาหกิจ	๒๕	๑๒.๓๑
พนักงานบริษัท	๕๐	๒๔.๖๓
ธุรกิจส่วนตัว	๕๐	๒๔.๖๓
เกษตรกร	-	-
ลูกจ้างเอกชน	-	-
แม่บ้าน	-	-
รับจ้างทั่วไป	-	-
นักการออกแบบ	๒	๐.๙๘
นักการตลาด	๑	๐.๔๙

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษา		
ป.๑ – ป.๔	-	-
ประถมศึกษา (ป.๖)	-	-
มัธยมศึกษาตอนต้น (ม.๓)	๒๕	๑๒.๓๑
มัธยมศึกษาตอนปลาย /ปวช.	-	-
อนุปริญญา/ปวส.	๓๐	๑๔.๗๗
ปริญญาตรี	๑๒๐	๕๙.๑๑
ปริญญาโท	๒๘	๑๓.๗๙
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท	๕๐	๒๔.๖๓
๕,๐๐๑-๑๐,๐๐๐ บาท	๓๐	๑๔.๗๗
๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท	๖๐	๒๙.๒๕
๒๐,๐๐๑-๓๐,๐๐๐ บาท	๔๐	๑๙.๗๐
๓๐,๐๐๑- ๔๐,๐๐๐บาท	๒๓	๑๑.๓๓
๔๐,๐๐๑-๕๐,๐๐๐ บาท	-	-

จากตารางแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน ๑๕๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๖.๑๐ มีอายุระหว่าง ๓๑-๓๕ ปีมากที่สุด จำนวน ๕๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๕.๑๒ อาชีพ พนักงานบริษัท ธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด จำนวน ๕๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๖๓ มีระดับการศึกษาปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน ๑๒๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๙.๑๑ และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง ๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาทมากที่สุด จำนวน ๖๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๙.๗๐

ตาราง ๒ แสดงการซื้อขายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงในปัจจุบันของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ความตั้งใจในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง		
ตั้งใจมาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงโดยเฉพาะ	๑๑๒	๕๔.๑๘
มาเที่ยวตามสถานที่ท่องเที่ยวอื่นๆ แล้วผ่านมา	๘๐	๓๙.๔๐
อื่นๆ	๑๑	๕.๔๑
วัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง		
ซื้อเพื่อนำไปใช้งานในชีวิตประจำวันได้	๘๒	๔๐.๓๙
ซื้อเพื่อไปเป็นของฝาก ของขวัญ หรือของที่ระลึก	๙๕	๔๖.๗
ซื้อไปเพื่อเป็นของสะสม	๒๐	๙.๘๕
สถานที่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง		
ร้านค้าผลิตภัณฑ์ผ้าทั่วไป	๓๑	๑๕.๒๗
ร้านจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมไทย	๖๓	๓๑.๐๓
ห้างสรรพสินค้า	๒๕	๑๒.๕๖
แหล่งผลิตโดยตรง เช่น ในชุมชน/หมู่บ้าน	๔	๑.๙๗
งานจัดแสดงสินค้าไทยเชื่องาน OTOP	๘๐	๓๙.๔๐
อื่นๆ		
ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง		
เป็นประจำ	๒๐	๙.๘๕
บ่อยครั้ง	๗๑	๓๔.๙๗
นานๆ ครั้ง	๘๙	๔๓.๘๔
ไม่เคยซื้อเลย (ครั้งนี้เป็นครั้งแรก)	๒	๐.๙๘
อื่นๆ	๒๑	๑๐.๓๔
จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง		
ต่ำกว่า ๒๐๐ บาท	-	-
๒๐๑ - ๓๐๐ บาท	๖๓	๓๑.๐๓
๓๐๑ - ๔๐๐ บาท	๙๒	๔๕.๓๒
๔๐๑ - ๕๐๐ บาท	๔๘	๒๓.๖๔
๕๐๑ - ๖๐๐ บาท	-	-
๖๐๑ - ๗๐๐ บาท	-	-
๗๐๑ - ๘๐๐ บาท	-	-
๘๐๑ - ๙๐๐ บาท	-	-
๙๐๑ - ๑,๐๐๐ บาท	-	-

ปัจจัยที่ใช้ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง		
รูปแบบ/รูปทรง	๓๓	๑๖.๒๕
ลวดลาย	๕๖	๒๗.๕๘
สีสันท	๓๕	๑๗.๒๔
คุณภาพ	๔๔	๒๑.๖๗
ราคา	๑๕	๗.๓๘
ประโยชน์ใช้สอย	๒๐	๙.๘๕
ความง่ายในการดูแลรักษา	-	-
แหล่งผลิต	-	-
แหล่งจำหน่าย	-	-
อื่นๆ	-	-

จากตารางแสดงข้อมูลการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงปัจจุบันพบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ตั้งใจมาซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงโดยเฉพาะมากที่สุดจำนวน ๑๑๒ คน คิดเป็น ร้อยละ ๕๔.๑๘ โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อไปเป็นของฝาก ของขวัญ หรือของที่ระลึก มากที่สุด จำนวน ๙๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๖.๗๐ สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงส่วนใหญ่คือ งานจัดแสดงสินค้าไทยเช่่งงาน OTOP มากที่สุด จำนวน ๘๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๙.๔๐ โดยมีความถี่ในการซื้อไม่มากคือ นานๆ ครั้ง มากที่สุด จำนวน ๘๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๓.๘๔ จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อผลิตภัณฑ์ต่อครั้งคือ ๓๐๑ - ๔๐๐ บาท มากที่สุด จำนวน ๙๒ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๕.๓๒ โดยปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงคือ ลวดลาย มากที่สุด ร้อยละ ๒๗.๕๘

ตารางที่ ๓ ปัญหาและความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงในปัจจุบัน

รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รูปแบบ/รูปทรงไม่ทันสมัย	๒๑	๑๐.๓๔
ราคาแพง	๖๓	๓๑.๐๓
ลวดลายที่ไม่สวยงาม	๒๐	๙.๘๕
มีสินค้ามีให้เลือกน้อยชนิด	๕๔	๒๖.๖๐
สีสันทไม่สวยงาม	๑๕	๗.๓๘
ดูแลรักษายาก	๓๐	๑๔.๗๗
สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกล		
อื่นๆ		

จากตารางแสดงปัญหาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงในปัจจุบันพบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงมีปัญหา โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดได้ดังนี้ ราคาแพง จำนวน ๖๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๓๑.๐๓ ลำดับรองลงมามีสินค้ามีให้เลือกน้อยชนิด จำนวน

๕๔ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๖.๖๐ ลำดับรองลงมาดูแลรักษายาก จำนวน ๓๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๔.๗๗ ลำดับรองลงมารูปแบบรูปทรงไม่ทันสมัย จำนวน ๒๑ คน คิดเป็นร้อยละ ๑๐.๓๔ ลำดับรองลงมาลวดลายที่ไม่สวยงาม จำนวน ๒๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๙.๘๕ และลำดับสุดท้ายสีสันทึบไม่สวยงาม จำนวน ๑๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๗.๓๘

ตอนที่ ๒ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการตลาดของผ้าไหมเส้นกำแพง

ตาราง ๔ ความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง

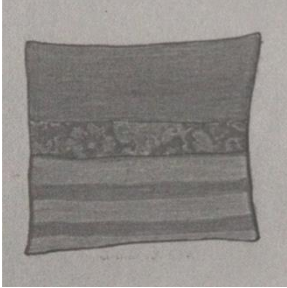
รายการ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง		
กระเป๋	๘๕	๔๑.๘๗
ปลอกหมอนอิง	๔๖	๒๒.๖๖
ตุ๊กตา	๔๓	๒๑.๑๘
ผ้าปูที่นอน	๑๐	๔.๙๒
ผ้าคลุมไหล่	๑๙	๙.๓๕

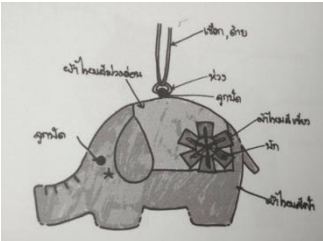
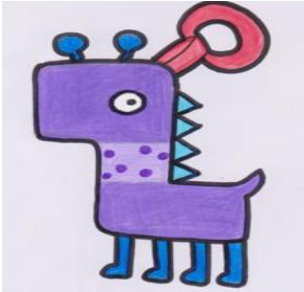
จากตารางแสดงความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงพบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการมีความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง เรียงลำดับได้ดังนี้ ลูกค้ามีความต้องการกระเป๋ามากที่สุด จำนวน ๘๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๔๑.๘๗ รองลงมาคือ ปลอกหมอนอิง จำนวน ๔๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๒.๖๖ รองลงมาคือ ตุ๊กตา จำนวน ๔๓ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๑.๑๘ รองลงมาคือ ผ้าคลุมไหล่ จำนวน ๑๙ คน คิดเป็นร้อยละ ๙.๓๕ ลำดับสุดท้ายคือ ผ้าปูที่นอน จำนวน ๑๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๔.๙๒

จากการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ทีมผู้วิจัยวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐาน ความต้องการและจากปัญหาที่ได้อ้างอิง เห็นว่า กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง ๒๐ - ๔๐ ปี มีอาชีพและมีรายได้ มีความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงจากงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ส่วนใหญ่จะซื้อเป็นของขวัญ ของที่ระลึก สิ่งที่เป็นปัจจัยในการเลือกซื้อผ้าไหมเส้นกำแพง คือ ลวดลายผ้าไหมเส้นกำแพงที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น มีสีสันที่สวยงามสะดุดตา และมีคุณภาพ ปัญหาที่พบของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง คือ มีราคาแพง มีสินค้าให้เลือกน้อย และมีรูปแบบ รูปทรงไม่ทันสมัย ทีมผู้วิจัยได้นำข้อมูลและปัญหาต่างๆ เหล่านี้มาวิเคราะห์เพื่อสร้างรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ตาราง ๕ การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์สร้างรูปแบบที่เหมาะสม

ชนิดของผลิตภัณฑ์	รูปแบบของผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
กระเป๋า	แบบที่ ๑ 	เป็นกระเป๋าถือของสุภาพสตรี ขนาด ๑๕ X ๓๕ X ๒๕ เซนติเมตร ใช้ลวดลายประยุกต์จากลายสามแฉกและลายกึ่งฟ้า
	แบบที่ ๒ 	เป็นกระเป๋าถือของสุภาพสตรี ขนาด ๑๒ X ๓๐ X ๓๐ เซนติเมตร ใช้ลวดลายประยุกต์จากลวดลายเชิงขั้ววันมีลายสีฟ้าทั้งหมด๗สี
	แบบที่ ๓ 	เป็นกระเป๋าถือของสุภาพสตรี ขนาด ๑๒ X ๓๐ X ๓๐ เซนติเมตร ใช้ลวดลายประยุกต์จากลวดลายสามแฉกซึ่งมีการทอสีฟ้าจากโทนสีอ่อนไปโทนสีเข้ม

ชนิดของผลิตภัณฑ์	รูปแบบของผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
ปลอกหมอนอิง	แบบที่ ๑ 	เป็นหมอนอิงซึ่งมีขนาด ๔๒ X ๕๕ ซม. การออกแบบลวดลายของปลอกหมอนอิง โดยได้นำลายสามแถว หรือลายอาภัสรา ลักษณะเป็นลวดลาย สามแถวหรือสาม แถวสลับไล่สีโดยใช้โทนสีชมพูเพื่อเพิ่ม ความโดดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์และมี ช่องสำหรับเก็บของอยู่ด้านหน้าของ ปลอกหมอนอิง
	แบบที่ ๒ 	เป็นหมอนอิงซึ่งมีขนาด ๔๒ X ๕๕ ซม. การออกแบบลวดลายของปลอกหมอนอิง ได้นำเอาลายลายกึ่งฟ้าและลายเชิงเจ็ดวัน มาประยุกต์รวมกันโดยเพิ่มความ หลากหลายของโทนสีให้มีความสว่างและ ความสวยงามมากขึ้น
	แบบที่ ๓ 	เป็นหมอนอิงซึ่งมีขนาด ๔๒ X ๕๕ ซม. การออกแบบลวดลายของปลอกหมอนอิง ได้นำลายกึ่งฟ้าซึ่งการทอไล่สลับสีอ่อน เข้มและเพื่อเพิ่มความโดดเด่นให้ตัว ผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น

ชนิดของผลิตภัณฑ์	รูปแบบของผลิตภัณฑ์	รายละเอียด
ตุ๊กตา	แบบที่ ๑ 	เป็นผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาที่ผลิตมาจากผ้าไหม สันกำแพงขนาด ๑๗ X ๓๐ เซนติเมตร โดยมีการตัดเย็บโดยใช้ผ้าไหมที่มีสีสัน หลากหลาย
	แบบที่ ๒ 	เป็นผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาที่ผลิตมาจากผ้าไหม สันกำแพงโดยประยุกต์เอาลายตารางแต่ ยังคงมีสีสันสดใสคงความเป็นเอกลักษณ์ ของผ้าไหมสันกำแพง
	แบบที่ ๓ 	เป็นผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาที่ผลิตมาจากผ้าไหม สันกำแพงขนาด ๑๐ X ๑๙ เซนติเมตร โดยมีการตัดเย็บโดยใช้ผ้าไหมสีม่วง

การทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมสันกำแพงที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหลังจากที่คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสันกำแพง โดยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ทั้งสิ้น ๓ ชนิดตามที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการดังนี้ กระเป๋า ปกหมอนอิง ตุ๊กตา แล้ว คณะผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาการรับรู้เอกลักษณ์และการรับรู้ความหมายของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายใน ๕ พื้นที่ โดยใช้แบบสอบถามที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้น คือ ถนนคนเดินจังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์ราชการจังหวัดเชียงใหม่ ห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลแอร์พอร์ตเชียงใหม่ ถนนคนเดินสันกำแพง โรงเรียนในเขตพื้นที่อำเภอสันกำแพง โดยเก็บข้อมูลพื้นที่ละ ๒๐ ชุด รวม ๑๐๐ ชุด ได้แบบสอบถามกลับคืนมา ๑๐๐ ชุด คิดเป็นร้อยละ ๑๐๐ ดังมีรายละเอียดต่อไปนี้

ตาราง ๖ แสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	๑๕	๑๕.๐๐
หญิง	๘๕	๘๕.๐๐
สถานภาพสมรส		
โสด	๔๒	๔๒.๐๐
สมรส	๓๕	๓๕.๐๐
หม้าย/หย่าร้าง	๒๓	๒๓.๐๐
อายุ		
ต่ำกว่า ๒๐ ปี	๓	๓.๐๐
๒๐ – ๒๕ ปี	๑๗	๑๗.๐๐
๒๖ – ๓๐ ปี	๑๑	๑๑.๐๐
๓๑ – ๓๕ ปี	๑๕	๑๕.๐๐
๓๖ – ๔๐ ปี	๒๐	๒๐.๐๐
๔๑ – ๔๕ ปี	๑๒	๑๒.๐๐
๔๖ – ๕๐ ปี	๑๓	๑๓.๐๐
๕๑ – ๕๕ ปี	๙	๙.๐๐
๕๖ – ๖๐ ปี		
อาชีพ		
นักเรียน/นิสิต/นักศึกษา	๑๕	๑๕.๐๐
รับราชการ	๕๐	๕๐.๐๐
รัฐวิสาหกิจ	๑๒	๑๒.๐๐
พนักงานบริษัท	๑๖	๑๖.๐๐
ธุรกิจส่วนตัว	๗	๗.๐๐
ระดับการศึกษา		
มัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.๖)/ปวช.	๖	๖.๐๐
อนุปริญญา/ปวส.	๑๕	๓.๐๐
ปริญญาตรี	๕๗	๕๗.๐๐
ปริญญาโท	๒๐	๒๐.๐๐
ปริญญาเอก	๒	๒.๐๐
รายได้ต่อเดือน		
ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท	๘	๘.๐๐
๕,๐๐๑ – ๑๐,๐๐๐ บาท	๑๐	๑๐.๐๐
๑๐,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท	๖๖	๖๖.๐๐
๒๐,๐๐๑ – ๓๐,๐๐๐ บาท	๑๒	๑๒.๐๐
๓๐,๐๐๑ – ๔๐,๐๐๐ บาท	๔	๔.๐๐

จากตารางแสดงข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน ๘๕ คน คิดเป็นร้อยละ ๘๕.๐๐ มีอายุระหว่าง ๓๖ – ๔๐ ปี จำนวน ๒๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๒๐.๐๐ มีอาชีพรับราชการ จำนวน ๕๗ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๗.๐๐ มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน ๕๐ คน คิดเป็นร้อยละ ๕๐.๐๐ และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง ๑๐,๐๐๑ – ๒๐,๐๐๐ บาท จำนวน ๖๖ คน คิดเป็นร้อยละ ๖๖.๐๐

ตาราง ๗ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า

รายละเอียด	แบบที่ ๑			แบบที่ ๒			แบบที่ ๓		
									
	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	$\bar{X}$	SD	แปลค่า
ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง	๓.๗๘	.๖๙	มาก	๓.๗๔	.๗๙	มาก	๓.๖๕	.๙๖	มาก
ความเหมาะสมของขนาด	๓.๗๖	๑.๐๓	มาก	๓.๖๑	.๙๙	มาก	๓.๔๘	๑.๑๔	ปานกลาง
ความเหมาะสมของลวดลาย/สี	๓.๖๘	๑.๐๒	มาก	๓.๖๐	.๙๓	มาก	๓.๔๖	๑.๐๙	ปานกลาง
ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	๓.๘๒	.๘๓	มาก	๓.๖๖	.๙๑	มาก	๓.๖๒	๑.๐๑	มาก
การคงเอกลักษณ์ของผ้าไหมสันกำแพง	๔.๐๘	.๙๑	มาก	๓.๘๐	๑.๐๘	มาก	๓.๕๘	๑.๒๑	มาก
ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวม	๓.๖๗	.๘๗	มาก	๓.๓๑	๑.๐๒	ปานกลาง	๓.๓๗	๑.๐๖	ปานกลาง
รวม	๓.๘๐	.๖๕	มาก	๓.๖๒	.๗๑	มาก	๓.๕๓	.๙๓	มาก
ร้อยละของผู้ที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์	๒๔.๐๐			๒๒.๐๐			๒๑.๐๐		

จากตารางแสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าแบบที่ ๑ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ ๒๔.๐๐ โดยภาพรวมความต้องการของกระเป๋าแบบที่ ๑ มีความต้องการมากที่สุด ($\bar{X} = 3.8$) และหากพิจารณาในรายละเอียดโดยการเปรียบเทียบรายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบที่ ๑ มีความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรงมากที่สุด ($\bar{X} = 3.78$) มีความเหมาะสมของขนาดมากที่สุด ($\bar{X} = 3.76$) มีความเหมาะสมของลวดลาย/สีมากที่สุด ($\bar{X} = 3.68$) มีความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอยมากที่สุด ($\bar{X} = 3.82$) มีการคงเอกลักษณ์ของผ้าไหมเส้นกำแพงมากที่สุด ($\bar{X} = 4.08$) และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมสูงสุด ($\bar{X} = 3.67$) และหากพิจารณาถึงความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ ๒๒.๐๐ มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบที่ ๑ รองลงมาคือผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบที่ ๒ และผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบที่ ๓ ตามลำดับ

ตาราง ๘ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทปลอกหมอนอิง

รายละเอียด	แบบที่ ๑			แบบที่ ๒			แบบที่ ๓		
	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	$\bar{X}$	SD	แปลค่า
ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง	3.88	.85	มาก	3.58	.82	มาก	3.85	1.03	มาก
ความเหมาะสมของขนาด	3.88	1.04	มาก	3.48	1.11	ปานกลาง	3.64	1.12	มาก
ความเหมาะสมของลวดลาย/สี	3.88	.86	มาก	3.58	.88	มาก	3.78	1.08	มาก
ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	4.05	.81	มาก	3.70	.86	มาก	3.88	1.11	มาก
การคงเอกลักษณ์ของผ้าไหมเส้นกำแพง	4.17	.73	มาก	3.68	1.04	มาก	3.78	1.23	มาก
ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวม	4.01	.78	มาก	3.53	1.02	มาก	3.81	1.00	มาก
รวม	4.02	.64	มาก	3.60	.87	มาก	3.78	.85	มาก
ร้อยละของผู้ที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์	34.00			23.00			25.00		

จากตารางแสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทปลอกหมอนอิงพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทปลอกหมอนอิงแบบที่ ๑ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.02$) และหากพิจารณาในรายละเอียดโดยการเปรียบเทียบรายด้านของผลิตภัณฑ์ประเภทปลอกหมอนอิงจะพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิงแบบที่ ๑ มีความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรงมากที่สุด ($\bar{X} = 3.99$) มีความเหมาะสมของขนาดมากที่สุด ($\bar{X} = 3.98$) มีความเหมาะสมของลวดลาย/สีมากที่สุด ($\bar{X} = 3.89$) มีความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.05$) มีการคงเอกลักษณ์ของผ้าไหมเส้นกำแพงมากที่สุด ($\bar{X} = 4.17$) และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมสูงสุด ($\bar{X} = 4.01$) และหากพิจารณาถึงความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ 34.00 มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิงแบบที่ ๑ รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิงแบบที่ ๓ และปลอกหมอนอิงแบบที่ ๒

ตาราง ๙ แสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทตุ๊กตา

รายละเอียด	แบบที่ ๑			แบบที่ ๒			แบบที่ ๓		
	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	$\bar{X}$	SD	แปลค่า
ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง	3.78	3.78	มาก	3.99	.95	มาก	3.58	1.07	มาก
ความเหมาะสมของขนาด	3.71	1.01	มาก	3.98	1.04	มาก	3.50	1.22	มาก
ความเหมาะสมของลวดลาย/สี	3.66	.91	มาก	3.89	.86	มาก	3.38	1.14	ปานกลาง
ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	3.86	.88	มาก	4.05	.81	มาก	3.58	1.13	มาก
การคงเอกลักษณ์ของผ้าไหมเส้นกำแพง	3.94	.99	มาก	4.17	.73	มาก	3.59	1.21	มาก
ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวม	3.83	.92	มาก	4.01	.79	มาก	3.45	1.18	ปานกลาง
รวม	3.89	.75	มาก	4.02	.64	มาก	3.51	1.03	มาก
ร้อยละของผู้ที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์	25.00			34.00			21.00		

จากตารางแสดงความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทตุ๊กตาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทตุ๊กตาแบบที่ ๒ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.02$) และหากพิจารณาในรายด้าน ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นว่าผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาแบบที่ ๒ มีความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรงมากที่สุด ($\bar{X} = 3.99$) มีความเหมาะสมของขนาดมากที่สุด ($\bar{X} = 3.98$) มีความเหมาะสมของลวดลาย/สีมากที่สุด ($\bar{X} = 3.89$) มีความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอยมากที่สุด ($\bar{X} = 4.05$) มีการคงเอกลักษณ์ของผ้าไหมเส้นกำแพงมาก ($\bar{X} = 4.17$) และผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจโดยรวมสูงที่สุด ($\bar{X} = 4.01$) และหากพิจารณาถึงความต้องการในการซื้อผลิตภัณฑ์พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามร้อยละ ๓๘.๐๐ มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาแบบที่ ๒ รองลงมาคือผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาแบบที่ ๑ และผลิตภัณฑ์ตุ๊กตาแบบที่ ๓ ตามลำดับ

ตาราง ๑๐ แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า

รายละเอียด	แบบที่ ๑			แบบที่ ๒			แบบที่ ๓		
	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	$\bar{X}$	SD	แปลค่า
ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง	๓.๙๙	.๙๕	มาก	๓.๕๙	.๙๒	มาก	๓.๕๘	๑.๐๗	มาก
ความเหมาะสมของขนาด	๓.๙๘	๑.๐๔	มาก	๓.๔๘	๑.๑๑	ปานกลาง	๓.๕๐	๑.๒๒	มาก
ความเหมาะสมของลวดลาย/สี	๓.๘๙	.๘๖	มาก	๓.๕๙	.๙๙	มาก	๓.๓๘	๑.๑๔	ปานกลาง
ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	๔.๐๕	.๘๑	มาก	๓.๗๐	.๘๖	มาก	๓.๕๘	๑.๑๓	ปานกลาง
การคงเอกลักษณ์ของผ้าไหมเส้นกำแพง	๔.๑๗	.๗๓	มาก	๓.๖๙	๑.๐๔	ปานกลาง	๓.๕๙	๑.๒๑	ปานกลาง
ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวม	๔.๐๑	.๗๙	มาก	๓.๕๓	๑.๐๒	ปานกลาง	๓.๔๕	๑.๑๘	ปานกลาง
รวม	๔.๐๒	.๖๔	มาก	๓.๖๐	.๘๗	มาก	๓.๕๑	๑.๐๓	ปานกลาง

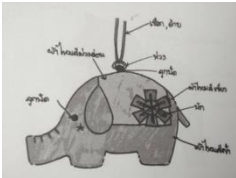
จากตารางแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทปลอกหมอนอิงแบบที่ ๑ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.02$) รองลงมาคือแบบที่ ๒ ($\bar{X} = 3.60$) และแบบที่ ๓ ($\bar{X} = 3.51$) ตามลำดับ

ตาราง ๑๑ แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทปลอกหมอนอิง

รายละเอียด	แบบที่ ๑			แบบที่ ๒			แบบที่ ๓		
	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	$\bar{X}$	SD	แปลค่า
ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง	4.33	.55	มาก	3.65	.96	ปานกลาง	3.87	1.00	มาก
ความเหมาะสมของขนาด	3.67	.55	มาก	3.48	1.14	ปานกลาง	3.80	1.02	มาก
ความเหมาะสมของลวดลาย/สี	4.33	.55	มาก	3.46	1.09	ปานกลาง	3.84	1.06	ปานกลาง
ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	3.67	.55	มาก	3.62	1.01	มาก	3.79	1.05	มาก
การคงเอกลักษณ์ของผ้าไหมสีกำแพง	4.33	.55	มาก	3.58	1.21	ปานกลาง	3.70	1.19	มาก
ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวม	4.33	.55	มาก	3.37	1.06	ปานกลาง	3.70	1.14	มาก
รวม	4.11	.55	มาก	3.53	.93	ปานกลาง	3.78	.94	มาก

จากตารางแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทปลอกหมอนอิงพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทปลอกหมอนอิงแบบที่ ๑ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.11$) รองลงมาคือแบบที่ ๓ ($\bar{X} = 3.78$) และแบบที่ ๒ ($\bar{X} = 3.53$) ตามลำดับ

ตาราง๑๒ แสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทตุ๊กตา

รายละเอียด	แบบที่ ๑			แบบที่ ๒			แบบที่ ๓		
									
	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	$\bar{X}$	SD	แปลค่า	$\bar{X}$	SD	แปลค่า
ความเหมาะสมของรูปแบบ/รูปทรง	๓.๖๗	.๕๘	มาก	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด	๓.๐๐	.๐๐	ปานกลาง
ความเหมาะสมของขนาด	๓.๖๗	.๕๘	มาก	๔.๐๐	๑.๐๐	มากที่สุด	๓.๐๐	.๐๐	ปานกลาง
ความเหมาะสมของลวดลาย/สี	๓.๖๗	๑.๑๕	มาก	๔.๖๗	.๕๘	มากที่สุด	๔.๓๓	๑.๑๕	มาก
ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย	๔.๐๐	.๐๐	มาก	๔.๓๓	.๕๘	มากที่สุด	๓.๓๓	.๕๘	ปานกลาง
การคงเอกลักษณ์ของผ้าไหมเส้นกำแพง	๓.๖๗	.๕๘	มาก	๕.๐๐	.๐๐	มากที่สุด	๔.๓๓	๑.๑๕	มาก
ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยรวม	๓.๖๗	.๕๘	มาก	๔.๓๓	.๕๘	มากที่สุด	๓.๓๓	.๕๘	ปานกลาง
รวม	๓.๗๒	.๕๗	มาก	๔.๕๐	.๖๒	มากที่สุด	๓.๕๖	.๘๖	ปานกลาง

จากตารางแสดงความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อผลิตภัณฑ์ประเภทตุ๊กตาพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ประเภทตุ๊กตาแบบที่ ๒ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.50$) รองลงมาคือแบบที่ ๑ ($\bar{X} = 3.72$) และแบบที่ ๓ ($\bar{X} = 3.56$) ตามลำดับ

สรุปรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมเส้นกำแพง

จากการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมเส้นกำแพงที่ได้พัฒนาขึ้นโดยศึกษาจากความพึงพอใจและความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เป็นพนักงานรัฐวิสาหกิจและข้าราชการมากที่สุด รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวและนักศึกษา ตามลำดับ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง สิ่งทีกลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจมากที่สุดจะเป็นรูปแบบของผลิตภัณฑ์ รองลงมาเป็นเรื่องของสีและลวดลายของผ้าไหม และราคาตามลำดับได้ข้อสรุปเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมเส้นกำแพง ดังนี้

๑ ผลิตรัณฑ์ประเภทกระเป๋ ในด้านความพึงพอใจนั้น พบว่ากลุ่มเป้าหมายพึงพอใจในกระเป๋าสตริแบบที่ ๑ มากที่สุด ซึ่งก็สอดคล้องกับผู้เชี่ยวชาญที่มีความเห็นว่าเป็นรูปแบบที่มีการคงเอกลักษณ์ของผ้าไหมเส้นกำแพง ความเหมาะสมของประโยชน์ใช้สอย ความเหมาะสมของรูปแบบรูปร่าง สวยงาม ขนาด และความเหมาะสมของสีสันทดลของผ้าไหมเส้นกำแพง

๒ ผลิตรัณฑ์ประเภทปลอกหมอนอิงในด้านความพึงพอใจนั้น พบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในปลอกหมอนอิงแบบที่ ๑ มากที่สุด ซึ่งก็สอดคล้องกับผู้เชี่ยวชาญที่มีความเห็นว่ามี ความเหมาะสมของรูปแบบ รูปร่าง ทดล สีสัน คงเอกลักษณ์ของผ้าไหมเส้นกำแพง และในภาพรวมของปลอกหมอนอิงมีความสวยงามโดดเด่นกว่า ปลอกหมอนอิงในแบบที่ ๒ และแบบที่ ๓

๓ ผลิตรัณฑ์ประเภทตุ๊กตา ในด้านความพึงพอใจนั้น พบว่ากลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในตุ๊กตาแบบที่ ๒ ซึ่งก็สอดคล้องกับผู้เชี่ยวชาญที่มีความเห็นว่ามี ความเหมาะสมของรูปแบบ รูปร่าง ทดล สีสัน คงเอกลักษณ์ของผ้าไหมเส้นกำแพง และในภาพรวมของตุ๊กตามีความสวยงามโดดเด่นกว่า ตุ๊กตาในแบบที่ ๑ และแบบที่ ๓

ในการออกแบบเกี่ยวกับผลิตรัณฑ์จากผ้าไหมเส้นกำแพงนั้น อันดับแรกผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบโดยทั่วไปที่สำคัญคือ ประโยชน์ใช้สอย (Function) โดยการทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความพึงพอใจหรือถูกใจ เช่น การมีลวดลายสีสันทะดูต่าน่าสนใจ มีมูลค่ามากกว่าราคาที่ตั้งไว้ และดูดีมีระดับ เป็นสัญลักษณ์แสดงภาพพจน์ของควมมีฐานะ และประโยชน์ใช้สอยทางกายภาพ (Practical Function) ซึ่งเป็นประโยชน์ใช้สอยโดยตรงต่อผู้ใช้ สามารถจับต้องใช้งานได้ตามที่กำหนดไว้ แต่อย่างไรก็ตามในการออกแบบผลิตรัณฑ์ก็ต้องผสมผสานและสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้การผลิตรัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น มีความเหมาะสมทั้งในด้านการสื่อความหมายและการคงเอกลักษณ์ของผ้าไหมเส้นกำแพง และมีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างแท้จริง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าผลิตรัณฑ์ที่นัออกแบได้ออกแบมานั้นสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายอย่างแท้จริง ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความแน่ใจว่าลวดลายหรือสีสันทของผลิตรัณฑ์ที่ได้ออกแบมมายังคงสื่อความหมายและการคงเอกลักษณ์ของผ้าไหมเส้นกำแพงไว้อย่างชัดเจน

ตอนที่ ๓ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาผลิตรัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงให้ได้มาตรฐานเทียบเคียงมาตรฐานผลิตรัณฑ์ชุมชน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายแล้ว จึงได้ตัวอย่างผลิตรัณฑ์ประเภทกระเป๋ ปลอกหมอนอิง และตุ๊กตา เป็นต้นแบบผลิตรัณฑ์ ได้สร้างตัวอย่างผลิตรัณฑ์ต้นแบบขึ้นมาเพื่อทำการเทียบเคียงกับผลิตรัณฑ์ประเภทเดียวกันที่ผ่านมาตรฐานชุมชน

ตาราง ๑๓ การวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงให้ได้มาตรฐานเทียบเคียงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทกระเป๋าผ้า



ภาพแสดงกระเป๋าดั้งแบบ

กระเป๋าผ้าไหมเส้นกำแพง	มาตรฐานชุมชน
ลักษณะทั่วไป ชิ้นงานมีความประณีต มีรูปทรงสวยงาม ไม่บิดเบี้ยว ขนาดสัดส่วนเหมาะสม	ลักษณะทั่วไป ต้องอยู่ในสภาพที่เรียบร้อยตลอดทั้งชิ้นงาน ประณีต มีรูปแบบรูปทรงสวยงาม ไม่บิดเบี้ยว หรือเอนเอียง ขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน ส่วนข้อบกพร่องอื่นๆ อันเกิดจากกรรมวิธีการผลิตด้วยมือต้องมีน้อยที่สุดและเป็นที่ยอมรับได้
การประกอบและการตัดเย็บ มีความประณีตในการตัดเย็บ ฝีเข็มสวยงาม ไม่มีหลุดลุ่ย แข็งแรง	การประกอบและการตัดเย็บ ต้องประณีต สวยงาม ไม่เปรอะเปื้อน รอยต่อต้องไม่แยกออกจากกัน
การประกอบด้วยวัสดุอื่น มีวัสดุอื่นประกอบ คือ บุฟองน้ำ และหูกระเป๋าเป็นหูผ้า มีความประณีต ละเอียด เหมาะสมในการประกอบชิ้นงาน	การประกอบด้วยวัสดุอื่น การประกอบกับวัสดุอื่นเพื่อให้เกิดความแข็งแรง เช่น ฟองน้ำ ผ้ากาว โครงลวด ต้องมั่นคง ประณีต เรียบร้อย สวยงาม ติดแน่น คงทน กลมกลืน และเหมาะสมกับชิ้นงาน การประกอบกับวัสดุอื่นเพื่อความสวยงาม เช่น แผ่นหนัง ไม้หรือพลาสติกทำหูกระเป๋า ต้องประณีต เรียบร้อย และเหมาะสมกับชิ้นงาน กรณีเป็นโลหะต้องไม่เป็นสนิม

ตาราง ๑๔ การวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงให้ได้มาตรฐานเทียบเคียงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทปลอกหมอนอิง



ภาพแสดงปลอกหมอนอิงต้นแบบ

ปลอกหมอนอิง	มาตรฐานชุมชน
ลักษณะทั่วไป ปลอกหมอนอิงจากผ้าไหม มีการตัดเย็บที่ ประณีต เรียบร้อย ใช้ลวดลายของผ้าไหมในการ สร้างสีสน สีสม่ำเสมอ ไม่มีรอยเปื้อน	ลักษณะทั่วไป ต้องสะอาด เรียบร้อย ประณีต ลวดลาย สวยงาม และต้องไม่มีข้อบกพร่องหรือตำหนิที่มี ผลต่อการใช้งาน เช่น รู รอยขาด รอยแยก สีไม่ สม่ำเสมอ ต่าง เปราะเปื้อน
การเย็บ ปลอกหมอนมีการเย็บที่เรียบร้อย ประณีต ฝีเข็ม สม่ำเสมอทั้งนอกและในตัวปลอกหมอน มีจำนวน ๔๔ ฝีเข็มต่อความยาว ๑๐ ซม. มีการปักริมผ้า เพื่อกันการหลุดลุ่ย ริมผ้าเรียบแน่น ไม่ย้วยหรือ หลุดลุ่ย การติดซิป เรียบร้อย แน่นหนา และไม่ ย่น ไม่มีสนิม ขอบไม่คม และปลายไม่แหลม	การเย็บ ต้องเรียบร้อย ประณีต ฝีเข็มสม่ำเสมอทั้ง นอกและในตัวผลิตภัณฑ์และไม่น้อยกว่า ๔๐ ฝี เข็มต่อความยาว ๑๐ ซม. ตะเข็บด้านในต้องเย็บ พ้นริมผ้า (ปัก) เพื่อกันการหลุดลุ่ย ริมผ้าต้อง เรียบแน่น ไม่ย้วยหรือหลุดลุ่ย การบุด้วยแผ่น ฟองน้ำ (ถ้ามี) ต้องมีผ้าหุ้มหรือปิดทับและเย็บให้ เรียบร้อยแน่นไม่ย้วยหรือหลุดลุ่ย ฝีเข็มสม่ำเสมอ ทั้งนอกและในตัวผลิตภัณฑ์และไม่น้อยกว่า ๓๒ ฝีเข็มต่อความยาว ๑๐ ซม. การเย็บสายผูกหรือ เย็บเข้าลิ้น (ถ้ามี) ต้องเรียบ ติดแน่น ไม่ย้วยหรือ หลุดลุ่ย การเย็บหุ้มริมผ้าหรือก้น (ถ้ามี) ต้อง เรียบร้อย ประณีต ฝีเข็มสม่ำเสมอทั้งนอกและใน

ปลอกหมอนอิง	มาตรฐานชุมชน
	ตัวผลิตภัณฑ์ และไม่น้อยกว่า ๓๒ ผีเชื่อมต่อความยาว ๑๐ ซม. การติดกระดุมหรือซิป (ถ้ามี) ต้องเรียบร้อย แน่น และไม่ย่น กรณีเป็นโลหะต้องไม่มีสนิม ขอบคม และปลายแหลม
ความกว้างและความยาว ปลอกหมอนอิงมีความกว้างและความยาวด้านละ ๔๐ x ๔๐ ซม. ไม่มีระบาย	ความกว้างและความยาว (ไม่รวมส่วนระบาย) หากมิได้มีการตกลงกันเป็นอย่างอื่นระหว่างผู้ซื้อกับผู้ขาย ให้ปลอกหมอนอิงมีความกว้างและความยาวด้านละ ๔๐ ซม. หรือ ๕๐ ซม. โดยมีเกณฑ์ความคลาดเคลื่อน ± 3 ซม.
การประกอบหรือตกแต่งด้วยวัสดุอื่น ไม่มีการประกอบหรือตกแต่งด้วยวัสดุอื่น	การประกอบหรือตกแต่งด้วยวัสดุอื่น ต้องประณีต ติดแน่น สวยงาม เหมาะสมกับชิ้นงาน ไม่มีขอบคม และปลายแหลม กรณีวัสดุประกอบหรือตกแต่งเป็นโลหะต้องไม่มีสนิม กรณีใช้ไม้ต้องไม่มีราหรือตำหนิที่เกิดจากการทำลายของปลวกหรือแมลงอื่นๆและกรณีใช้พลาสติกต้องไม่มีเสี้ยนหรือครีบ

ตาราง ๑๕ การวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสันกำแพงให้ได้มาตรฐานเทียบเคียงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทงานประดิษฐ์จากผ้า



ตุ๊กตา	มาตรฐานชุมชน
ลักษณะทั่วไป ตุ๊กตาพวงกุญแจ สะอาด เรียบร้อย ประณีต สวยงาม มีรูปแบบรูปทรงและสัดส่วนที่เหมาะสม และไม่มีตำหนิที่ส่งผลต่อการใช้งาน ไม่มีรอยขาด	ลักษณะทั่วไป ต้องสะอาด เรียบร้อย ประณีต สวยงาม มีรูปแบบรูปทรงและสัดส่วนที่เหมาะสม และต้องไม่มีข้อบกพร่อง หรือตำหนิที่ส่งผลต่อการใช้งาน

ตุ๊กตา	มาตรฐานชุมชน
รอยแยก รู สีไม่สม่ำเสมอ ต่าง เปราะเปื้อน	เช่น รอยขาด รอยแยก รู สีไม่สม่ำเสมอ ต่าง เปราะเปื้อน
สีสันทัน สีสันทันสม่ำเสมอ ไม่หลุดหรือลอก และเมื่อลูบผลิตภัณฑ์แล้วสีต้องไม่ติดมือ	สีสันทัน ต้องสม่ำเสมอ (ยกเว้นกรณีเป็นลักษณะเฉพาะของชิ้นงาน) ไม่หลุดหรือลอก และเมื่อลูบผลิตภัณฑ์แล้วสีต้องไม่ติดมือ
การเย็บ การตัดเย็บเรียบร้อยประณีต ฝีเข็มสม่ำเสมอ ทั้งนอกและในตัวผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมเป็นเนื้อผ้าบางเบา มีฝีเข็มที่ ๔๒/๑๐ ซม.	การเย็บ ต้องเรียบร้อย ประณีต ฝีเข็มสม่ำเสมอทั้งนอกและในตัวผลิตภัณฑ์ ผ้าเนื้อหนา ต้องไม่น้อยกว่า ๓๒ ฝีเข็มต่อความยาว ๑๐ ซม. ผ้าเนื้อปานกลาง ต้องไม่น้อยกว่า ๓๘ ฝีเข็มต่อความยาว ๑๐ ซม. ผ้าเนื้อบางหรือผ้าโปร่ง ต้องไม่น้อยกว่า ๔๐ ฝีเข็มต่อความยาว ๑๐ ซม.
การประกอบด้วยวัสดุอื่น มีความประณีต ติดแน่น สวยงาม เหมาะสมกับชิ้นงาน รอยต่อต้องไม่แยกออกจากกัน ไม่มีกลิ่นของสารเคมี ไม่มีขอบคม และปลายแหลม วัสดุที่ใช้ประกอบหรือตกแต่งเป็นหนังและลูกบิดไม้ ไม่มีราหรือตำหนิที่เกิดจากการทำลายของปลวกหรือแมลงอื่น	การประกอบด้วยวัสดุอื่น ต้องประณีต ติดแน่น สวยงาม เหมาะสมกับชิ้นงาน รอยต่อต้องไม่แยกออกจากกัน ไม่มีกลิ่นของสารเคมีและรอยเปราะเปื้อนของสารที่ใช้ยึดติดชิ้นส่วนเข้าด้วยกัน ไม่มีขอบคม และปลายแหลม กรณีวัสดุประกอบหรือตกแต่งเป็นโลหะต้องไม่มีสนิม กรณีใช้ไม้ต้องไม่มีราหรือตำหนิที่เกิดจากการทำลายของปลวกหรือแมลงอื่น กรณีใช้พลาสติกต้องไม่มีเสี้ยนหรือครีบก

การนำผลงานเผยแพร่สู่เวทีสาธารณะ

ทีมผู้วิจัยได้จัดทำตัวอย่างต้นแบบผลิตภัณฑ์และได้ทำการแก้ไขปรับปรุงพัฒนาผลงานให้ได้เทียบเคียงตามมาตรฐาน มผช. และทดลองนำออกสู่สาธารณะเพื่อเป็นการเผยแพร่ผลงาน และประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงให้กลับมาเป็นที่รู้จักและเป็นที่ต้องการของท้องถิ่นอีกครั้งหนึ่ง

จัดแสดงนิทรรศการในงานมหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ ประจำปี ๒๐๑๔
จัดโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย (สกว.)



จัดแสดงนิทรรศการในงานส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น ประจำปี ๒๕๕๗
จัดโดยวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่



บทที่ ๕

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์และการตลาดของผ้าไหมเส้นกำแพงเพื่อสร้างคุณค่าทางสังคมและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ในลักษณะของวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และการตลาดของผ้าไหมเส้นกำแพงเพื่อสร้างคุณค่าทางสังคมและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ๒. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงให้ได้มาตรฐานเทียบเคียงกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มผช.

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย กลุ่มนักเรียนนักศึกษา กลุ่มนักธุรกิจ กลุ่มนักการตลาด กลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ที่มีความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากผ้าไหมเส้นกำแพง จำนวนกลุ่มละ ๕๐ คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน ๒ คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน ๑ คน รวมทั้งสิ้น ๒๐๓ คน และกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในการทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่ (Product Testing) จำนวน ๑๐๐ คน และ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอ จำนวน ๓ คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

สรุปผลการวิจัย

๑. การศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และการตลาดของผ้าไหมเส้นกำแพงเพื่อสร้างคุณค่าทางสังคมและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ จากการออกแบบสำรวจความต้องการและความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง ปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง ๓๑-๓๕ ปี อาชีพ พนักงานบริษัท ธุรกิจส่วนตัว ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง ๑๐,๐๐๑-๒๐,๐๐๐ บาท กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่ตั้งใจมาซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงโดยเฉพาะ โดยมีวัตถุประสงค์ในการซื้อเพื่อไปเป็นของขวัญ ของขวัญ หรือของที่ระลึก สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงส่วนใหญ่คือ งานจัดแสดงสินค้าไทยเชนงาน OTOP โดยมีความถี่ในการซื้อไม่มากคือ นานๆ ครั้ง จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อผลิตภัณฑ์ต่อครั้งคือ ๓๐๑ - ๔๐๐ บาท โดยปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงคือ ลวดลาย กลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่เห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงมีปัญหา โดยเรียงลำดับจากมากที่สุดได้ดังนี้ ราคาแพง ลำดับรองลงมามีสินค้ามีให้เลือกน้อยชนิด ลำดับรองลงมาการดูแลรักษายาก ลำดับรองลงมาการดูแลรักษาไม่ทันสมัย ลำดับรองลงมาลวดลายที่ไม่สวยงาม และลำดับสุดท้ายสีสันทึบไม่สวยงาม ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการมากที่สุด คือ กระเป๋า ปลอกหมอนอิง ตุ๊กตาตามลำดับ และทีมผู้วิจัยได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า ปลอกหมอนอิง ตุ๊กตา ที่มีความหลากหลายให้กลุ่มเป้าหมายได้ทำการสำรวจ ปรากฏว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจกระเป๋ามี

รูปทรงและลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของผ้าไหมสันกำแพง ปลอกหมอนอิงกลุ่มเป้าหมายพึงพอใจ ปลอกหมอนอิงที่มีความเรียบหรู และคงเอกลักษณ์ของผ้าไหมสันกำแพง สำหรับตุ๊กตา เป็นตุ๊กตารูปช้างที่เป็นเอกลักษณ์ของไทย เป็นพวงกุญแจที่มีความน่ารัก มีของประดับตกแต่งอื่นที่ไม่เป็นอันตรายต่อผ้าไหมและเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย

๒. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสันกำแพงให้ได้มาตรฐานเทียบเคียงกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน มผช. ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุดที่ผู้วิจัยได้นำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบและนำมาวิเคราะห์เพื่อเทียบเคียงกับมาตรฐานชุมชนโดยทีมคณะอาจารย์และนักศึกษาแผนกออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ผลปรากฏดังนี้ กระเป๋าลักษณะทั่วไปกระเป๋ามีความประณีต มีรูปทรงสวยงาม ไม่บิดเบี้ยว ขนาดสัดส่วนเหมาะสมการประกอบและการตัดเย็บมีความประณีตในการตัดเย็บ ฝีเข็มสวยงาม ไม่มีหลุดลุ่ย แข็งแรง มีวัสดุอื่นประกอบ คือ บุฟองน้ำ และหูกระเป๋าคือเป็นหูผ้า มีความประณีต ละเอียดเหมาะสมในการประกอบชิ้นงาน ปลอกหมอนอิง ลักษณะทั่วไปปลอกหมอนอิงจากผ้าไหม มีการตัดเย็บที่ประณีต เรียบร้อย ใช้ลวดลายของผ้าไหมในการสร้างสีสัน สีส้มำเสมอ ไม่มีรอยเปื้อนการเย็บ ปลอกหมอนมีการเย็บที่เรียบร้อย ประณีต ฝีเข็มสม่ำเสมอทั้งนอกและในตัวปลอกหมอน มีจำนวน ๔๔ ฝีเข็มต่อความยาว ๑๐ ซม. มีการฟ้งริมผ้าเพื่อกันการหลุดลุ่ย ริมผ้าเรียบแน่น ไม่ย้วยหรือหลุดลุ่ย การติดซิปป เรียบร้อย แน่นหนา และไม่ย่น ไม่มีสนิม ขอบไม้คม และปลายไม้แหลมความกว้างและความยาว มีความกว้างและความยาวด้านละ ๔๐ x ๔๐ ซม. ไม่มีระบาย ไม่มีการประกอบหรือตกแต่งด้วยวัสดุอื่น ตุ๊กตาลักษณะทั่วไปตุ๊กตาวางกุญแจ สะอาด เรียบร้อย ประณีต สวยงาม มีรูปแบบรูปทรงและสัดส่วนที่เหมาะสม และไม่ตำหนิที่มีผลต่อการใช้งาน ไม่มีรอยขาด รอยแยก รุ สีส้มำเสมอ ต่าง เปราะเปื้อน สีสันสม่ำเสมอ ไม่หลุดหรือลอก และเมื่อลูบผลิตภัณฑ์แล้วสีต้องไม่ติดมือการเย็บ การตัดเย็บเรียบร้อยประณีต ฝีเข็มสม่ำเสมอทั้งนอกและในตัวผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมเป็นเนื้อผ้าบางเบา มีฝีเข็มที่ ๔๒/๑๐ ซม.การประกอบด้วยวัสดุอื่น มีความประณีต ติดแน่น สวยงาม เหมาะสมกับชิ้นงาน รอยต่อต้องไม่แยกออกจากกัน ไม่มีกลิ่นของสารเคมี ไม่มีขอบคม และปลายแหลม วัสดุที่ใช้ประกอบหรือตกแต่งเป็นหนังและลูกปัดไม้ ไม่มีราหรือตำหนิที่เกิดจากการทำลายของปลวกหรือแมลงอื่น

อภิปรายผลการวิจัย

ผ้าไหมสันกำแพงเป็นผ้าทอผ้าที่มีลวดลายเฉพาะคือ ลายโล่และลายตาราง ผ้าขาวม้าในอดีตมีคนไม่ค่อยนิยมใช้ผ้าไหมมากนักเพราะว่ามีราคาแพงแต่สมัยนั้นได้นิยมทอผ้าไหมที่เรียกว่าผ้าซิ่น ผ้าซิ่นนั้นมีทั้งผ้าพื้นๆที่เรียกว่าผ้าดำน คือผ้าไหมที่ใช้เส้นไหมพุ่งสีเดียว ทอตลอดกันไปทั้งผืน ไม่มีดอกดวงหรือลวดลายอื่น นอกจากนั้นผ้าซิ่นทางกระรอกคือแบบปั่นโก หรือ ซิ่นโก หมายถึงเอาเส้นไหมสีต่างๆ มาเป็นสีๆให้เข้ากันแล้วทอลายของผ้าซิ่นเวลานั้นเป็นลายขวางเป็นส่วนใหญ่ จุดเด่นของผ้าไหมสันกำแพงคือ ลวดลายเฉพาะของสันกำแพง ซึ่งต่อมาได้มีการพัฒนามาเป็น “ลาย ๗ วัน” คือการไล่สี ๗ สีตามวันใน ๑ สัปดาห์ หรือเรียกว่า เชิง ๗ วัน จากนั้นก็มี ลายวงเดือน ลายน้ำไหลซึ่งมีเฉพาะที่สันกำแพงเท่านั้น ลวดลายผ้าไหมสันกำแพงที่เป็นภูมิปัญญาของคนสันกำแพงในอดีตนั้นจะมีลักษณะเด่นในเรื่องเส้นไหมที่มีขนาดเล็ก น้ำหนักเบา และมีลวดลายเป็นแนวขวาง ทั้งนี้โดยส่วนใหญ่ได้มาจากการถ่ายทอดองค์ความรู้จากบรรพบุรุษจากรุ่นสู่รุ่นซึ่งมีความเป็น

เอกลักษณ์ของชุมชนสันกำแพง ปัจจุบันการทอผ้าไหมสันกำแพงได้จางหายไปจากชุมชนและนิมการทอผ้าฝ้ายมากขึ้น ตัวผู้วิจัยเองได้ตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่นจึงได้ทำการเริ่มต้นศึกษาข้อมูลของการทอผ้าไหมสันกำแพงและลวดลายบนผืนผ้าในอดีตตลอดจนรวบรวมผ้าไหมสันกำแพงไว้จำนวนมากและได้เริ่มทำการรื้อฟื้นศิลปการทอผ้าไหมสันกำแพงโดยการรวบรวมเครื่องมือที่ใช้ในการทอผ้าไหม หูกหรือกี่ที่บ้านที่ใช้สำหรับทอผ้าไหมและมีแนวคิดในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มมูลค่าของผ้าไหมสันกำแพงให้มีความหลากหลายและเป็นที่รู้จักของผู้คนในปัจจุบันมากขึ้น จากผลการวิจัยที่พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายเห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสันกำแพงมีปัญหาทั้งนี้ราคาแพง มีสินค้าให้เลือกน้อยชนิด ดูแลรักษายาก รูปแบบรูปทรงไม่ทันสมัย ลวดลายที่ไม่สวยงามและสีสันทึบไม่สวยงามนอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่มีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสันกำแพงในภาพรวมในระดับมาก และมีความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสันกำแพงสูงสุดลำดับแรกได้แก่ กระเป๋า ปลอกหมอนอิง ตุ๊กตา ในส่วนของระดับราคาของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสันกำแพงที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายต้องการมากที่สุดคือ ๓๐๑ - ๔๐๐ บาทต่อชิ้นปัจจัยที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไหมสันกำแพง คือลวดลายและสีสันทึบโดยผู้วิจัยได้ผ้าที่มีลวดลายและสีสันทึบมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มาประยุกต์ใหม่ ให้มีความทันสมัยขึ้น แต่ยังคงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายเดิมไว้

ดังนั้น ทีมผู้วิจัยจึงได้นำเอาลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของผ้าไหมสันกำแพง มาออกแบบให้เป็นผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กระเป๋า ปลอกหมอนอิง ตุ๊กตา และได้ทำการออกสำรวจความพึงพอใจในรูปแบบ ซึ่งทีมผู้วิจัยได้จัดทำต้นแบบขึ้น ได้มีการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เพื่อเทียบกับมาตรฐาน มผช. นำมาปรับปรุงพัฒนา เป็นผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสันกำแพง และได้ทดลองนำออกสู่ตลาดจากการจัดนิทรรศการระดับจังหวัด ในงานส่งเสริมวัฒนธรรมท้องถิ่น ซึ่งจัดโดยวัฒนธรรมจังหวัดเชียงใหม่ และนิทรรศการระดับชาติ ในงานมหกรรมงานวิจัยแห่งชาติ จัดโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย ซึ่งได้รับการตอบรับจากผู้สนใจเป็นจำนวนมาก มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสันกำแพง มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ผลิตกับกลุ่มเป้าหมายเพื่อนำไปปรับปรุงพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงามตรงตามความต้องการของตลาด และเป็นจุดเริ่มต้นที่จะฟื้นฟูผ้าไหมสันกำแพงให้อยู่คู่แผ่นดินไทย ดังพระราชดำรัสของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ “เราคิดว่าผ้าไหมสันกำแพงมีความงดงามอย่างยิ่ง ขอให้มีการเก็บรักษาอนุรักษ์ไว้ในแผ่นดินไทย”

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ทีมผู้วิจัยนำเสนอข้อเสนอแนะในการวิจัย โดยจำแนกออกเป็นข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป โดยมีรายละเอียดดังนี้

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

๑. จากผลการวิจัยที่พบว่าตลาดลายการทอผ้าไหมเส้นกำแพงบางตลาดลายในปัจจุบันหาซื้อได้ยาก เพราะไม่มีผู้สืบทอดรุ่นใหม่ๆ นั้น จึงควรมีการสร้างผู้สืบทอดรุ่นใหม่ๆ ให้มีจิตสำนึกในคุณค่าของภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การจัดทำหลักสูตรท้องถิ่นให้นักเรียนในพื้นที่ได้เรียนรู้วัฒนธรรมผ้าไหมเส้นกำแพง เรียนรู้การทอผ้าไหมเส้นกำแพง เพื่อจะได้เป็นกระบวนการสืบสานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาผ้าไหมเส้นกำแพงต่อไป

๒. จากผลการวิจัยที่พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายเห็นว่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงส่วนใหญ่มีปัญหาที่สำคัญคือ สถานที่จำหน่ายอยู่ห่างไกล หายาก มีสินค้าให้เลือกน้อยชนิด และรูปแบบ/รูปทรงไม่ทันสมัยนั้นจึงควรมีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงไปสู่ช่องทางใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น งานแสดงสินค้าต่างๆ ในเขตเมือง อินเทอร์เน็ต เป็นต้น

๓. ควรมีการส่งเสริมการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากผ้าไหมเส้นกำแพงอย่างต่อเนื่อง โดยการสนับสนุนในเรื่องการฝึกอบรมจากหน่วยงานของรัฐ สถาบันการศึกษา รวมทั้งองค์กรเอกชน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสืบสานและอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพง และสามารถสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นให้กับกลุ่มชุมชนมากขึ้น

๔. ควรมีการศึกษาและรวบรวมองค์ความรู้ผ้าไหมเส้นกำแพงไว้อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะข้อมูลตัวอย่างผ้าให้มีรูปแบบเป็นเอกสาร หนังสือ ตำรา อันจะเป็นองค์ความรู้เกี่ยวกับศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นและสะดวกต่อการศึกษาต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

๑. ควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนเส้นกำแพง เพื่อการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากผ้าไหมเส้นกำแพง การอนุรักษ์และสืบสานผ้าไหมเส้นกำแพงอย่างต่อเนื่อง

๒. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนเส้นกำแพงเพื่อเป็นช่องทางในการอนุรักษ์และสืบสานประเพณีและวิถีชีวิตของชาวเส้นกำแพง อีกทั้งยังเป็นช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเส้นกำแพงอีกด้วย

๓. ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาตราสินค้าของกลุ่มชุมชนเส้นกำแพง เพื่อสร้างเอกลักษณ์การยอมรับจากตลาดและมาตรฐานสินค้า และก็เป็นแนวทางในการขยายธุรกิจของกลุ่มชุมชนเส้นกำแพงในอนาคต