

แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัย ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

Guidelines for Adding Value to Tai Lue Woven Fabric Products from Ban Sri Don Chai based on the Concept of a Creative Economy.

สุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ¹ สุภัทณี เปี่ยมสุวรรณกิจ²

Sutthiporn Piamsuwannakit¹ Supattanee Piamsuwannakit²

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ (เศรษฐศาสตร์ผู้ประกอบการ) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

¹Assistant Professor in Business Administration (Entrepreneurial Economics) Chiang Rai Rajabhat University

E-mail: sutthiporn96@gmail.com

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำหลักสูตรบริหารธุรกิจ (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ) มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

²Assistant Professor in Business Administration (Business Economics) Chiang Rai Rajabhat University

E-mail: ms_supattanee@crju.ac.th

(Received: July 14, 2024 ; Revised: July 18, 2024 ; Accepted: July 31, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัยตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายแกมไหม รวมทั้งวิเคราะห์และประเมินโครงการจากการลงทุนในผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัย เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม จาก ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจงได้ทั้งสิ้น 39 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา และข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัยใช้กลยุทธ์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ได้แก่ 1) กลยุทธ์เชิงรุก มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ทันสมัยตรงกับความต้องการของตลาดโดยกลุ่มร่วมกันออกแบบลวดลายใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน คือ ลายดอกแก้ว 2) กลยุทธ์เชิงป้องกัน ลดต้นทุนโดยการลดลวดลายที่ซับซ้อนแต่ยังคงรักษาคุณค่าและคุณภาพ 3) กลยุทธ์เชิงแก้ไข อบรมการคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน รวมทั้งการตั้งราคา และ 4) กลยุทธ์เชิงรับ อบรมการออกแบบและถ่ายทอดภูมิปัญญาโดยจัดบันทึกลวดลายด้วยคอมพิวเตอร์เพื่อให้ง่ายต่อการออกแบบและถ่ายทอดให้กับคนรุ่นหลังต่อไป เมื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน พบว่าผ้าชิ้นมีต้นทุน 5,061.18 บาท/ผืน มีกำไร 2,838.82 บาท/ผืน ส่วนผ้าคลุมไหล่มีต้นทุน 3,278.89 บาท/ผืน มีกำไร 1,221.11 บาท/ผืน ส่วนการประเมินโครงการ พบว่า โครงการนี้มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน

คำสำคัญ: การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, ต้นทุนและผลตอบแทน, เส้นไหมฝ้าย, ไทลื้อ

Abstract

This research aims to study the methods for adding value to Tai Lue woven products from Ban Sri Don Chai based on the concept of the creative economy and to analyze the costs and returns of cotton-silk blended fabric products, including Analyze and evaluate projects based on investment in Ban Sri Don Chai Tai Lue woven fabric products. Data was collected through interviews and group discussions with 39 purposively selected stakeholders. Quantitative data was analyzed using descriptive statistics, and qualitative data was analyzed using content analysis.

The research results indicate that the weaving group uses several strategies to add value to their products: 1) Proactive strategy, where new and modern designs are created to meet market demands, with the group collaboratively designing a unique pattern for the community called "Dok Kaew" pattern; 2) Defensive strategy, where costs are reduced by simplifying patterns while maintaining their value and quality; 3) Corrective strategy, which includes training on cost and return calculations and pricing; and 4) Reactive strategy, which involves training on design and transferring knowledge by recording patterns using computer software to facilitate design and transmission to future generations. The cost and return analysis revealed that the cost of a cotton-silk blend skirt is 5,061.18 baht/piece, with a profit of 2,838.82 baht/piece, while the cost of a cotton-silk blend shawl is 3,278.89 baht/piece, with a profit of 1,221.11 baht /piece. The project evaluation found that this project is worth investing in.

Keywords: Product Value Addition, Creative Economy Concept, Cost and Return, Cotton Fiber Silk, Tai Lue

บทนำ

ผ้าทอเป็นภูมิปัญญาที่เกิดจากการสร้างสรรค์ ประดิษฐ์คิดค้น สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น โดย ลวดลายบนผืนผ้าที่สร้างขึ้นมีรูปแบบแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมและความเชื่อ ลวดลายบนผืนผ้ามัก ถูกตั้งชื่อตามที่มาของลวดลายอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนไว้อย่างเหนียวแน่น โดยเฉพาะการทอผ้าในกลุ่มชาติพันธุ์นับว่าเป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่มและยังคงสืบสานงานผ้าทอโดยคนรุ่นหลัง ปัจจุบันมีการ รวมเป็นกลุ่มอุตสาหกรรมในครัวเรือนและวิสาหกิจชุมชนซึ่งสามารถทำให้ชุมชนมีรายได้และอาชีพ (ปีติลันต์ ปุณณประภา และคณะ, 2561)

กลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อ บ้านศรีดอนชัย ตำบลศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วย 4 หมู่บ้านคือบ้านศรีดอนชัย หมู่ 7 บ้านศรีดอนชัย หมู่ 15 บ้านศรีมงคล หมู่ 12 และ

บ้านศรีมงคล หมู่ 14 คนทั่วไปมักเรียก 4 หมู่บ้านนี้ว่า บ้านไทลื้อศรีดอนชัย เนื่องจากประชาชนร้อยละ 95 เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ (เทศบาลตำบลศรีดอนชัย, 2567) ไทลื้อเป็นชุมชนไทลื้อสืบสานงานศิลปะผ้าทอ คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมาอย่างยาวนานและรวมกลุ่มกันเพื่อสร้างรายได้เป็นเศรษฐกิจชุมชน แม้ว่าจะมีการเปลี่ยนแปลงทางสังคมวัฒนธรรมและเศรษฐกิจ แต่ชุมชนแห่งนี้ยังมีการถ่ายทอดและสืบสานภูมิปัญญางานผ้าทอที่ถือว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชุมชนจากรุ่นสู่รุ่นได้ และผลิตผ้าทอออกสู่ตลาดที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์เฉพาะตนได้เป็นอย่างดีเป็นชุมชนที่มีชื่อเสียงด้านการทอผ้าและผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากใยฝ้ายจำหน่ายซึ่งเป็นที่นิยมของผู้บริโภคในช่วงระยะเวลาหนึ่งที่ผ่านมา (ฐานข้อมูลท้องถิ่นจังหวัดเชียงราย, 2564) แต่ปัจจุบันสินค้าและผลิตภัณฑ์ไทลื้อในชุมชนบ้านศรีดอนชัยมีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมือนเดิม ขาดการพัฒนาและสร้างสรรค์ออกแบบให้เกิดความแปลกใหม่น่าสนใจ ขาดการพัฒนาตามความต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งการแข่งขันทางการตลาดนับวันจะทวีความรุนแรงมากขึ้น อันเนื่องมาจากผู้บริโภคมีโอกาสในการเลือกซื้อสินค้าทั้งในรูปแบบที่พึงพอใจและมีคุณภาพได้มาตรฐาน (กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค, 2559) และข้อจำกัดอีกประการหนึ่ง คือผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายไม่ได้ผ่านการตกแต่ง จะมีความยืดหยุ่นน้อยและยับง่าย ไม่ทนต่อเชื้อราและแสงแดด เสื่อมคุณภาพเมื่อถูกความร้อนจากเตารีดหรือแสงแดด ทำให้สีจางลงมีผลต่อการใช้งาน ในขณะที่ผ้าไหมทำจากเส้นใยธรรมชาติ เมื่อนำมาทอเป็นผืนผ้าจะได้ผ้าที่อ่อนนุ่ม เนียนนวลสวยงามและมีความยืดหยุ่นเหนียว ย้อมสีง่าย คุณภาพคงทนกว่าเส้นใยฝ้าย จึงมักนำมาสร้างสรรค์ลวดลายจิตรพิศดาร สีสันสดสวยเพื่อใช้ในโอกาสพิเศษ เช่น งานบุญประเพณี และผ้าไหมยังเป็นสิ่งที่บ่งชี้เพื่อแสดงสถานภาพทางสังคมของผู้ใช้อีกด้วย (วัฒนะ จูฑะวิภาค, 2555) ผ้าไหมจึงเป็นที่นิยมของผู้บริโภค ส่งผลให้ยอดขายผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อลดลง

ชุมชนไทลื้อศรีดอนชัยมีช่างทอผ้าที่มีฝีมือการทอผ้าในระดับช่างครูที่สามารถประยุกต์ปรับปรุงลวดลายและการใช้วัตถุดิบได้ จึงเป็นชุมชนที่มีความพร้อมในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นเป็นที่ต้องการของตลาด หากชุมชนไทลื้อบ้านศรีดอนชัยนำเส้นใยไหมมาประยุกต์ใช้กับเส้นใยฝ้าย ในกระบวนการผลิตแบบเส้นฝ้ายผสมกับเส้นไหม จะทำให้มีการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์แบบใหม่ๆ โดยยังคงเอกลักษณ์สร้างความแปลกใหม่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดให้ตรงความต้องการของผู้บริโภค สามารถขายได้ในราคาที่สูงขึ้น ด้วยเหตุดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการเพิ่มมูลค่าของผ้าทอไทลื้อโดยการใช้ผลิตผ้าทอจากการใช้เส้นใยไหมมาประยุกต์ร่วมกับการใช้ใยฝ้ายในกระบวนการทอผ้า การออกแบบลวดลายใหม่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อพัฒนาการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น ตอบสนองความต้องการของตลาดโดยคงคำนึงถึงคุณค่าของเอกลักษณ์ของผืนผ้าทอประจำถิ่น และสืบสานงานเศรษฐกิจชุมชนอันเป็นแหล่งรายได้ของชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัย ตำบลศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัย ตำบลศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อวิเคราะห์และประเมินโครงการจากการลงทุนในผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัย ตำบลศรีดอนชัย อำเภอเชียงของ จังหวัดเชียงราย

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่ม

การเพิ่มมูลค่า (Added Value) เป็นการนำวิธีการต่าง ๆ มาใช้เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นจากเดิม สามารถสร้างได้หลายทาง เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ในกระบวนการผลิต บางกรณีอาจทำขั้นตอนเดียว บางกรณีอาจทำพร้อมกันเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณค่าเพิ่มสำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีหลักพิจารณา ดังนี้ 1) การเพิ่มคุณค่า พิจารณาจากความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคโดยศึกษาว่าผู้บริโภคมีทัศนคติอย่างไรในการบริโภคทั้งด้านกายภาพ อารมณ์และความรู้สึก ปัจจัยใดที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกหรือไม่เลือกสิ่งใดเพื่อการดำรงชีวิต เมื่อศึกษาข้อมูลแล้วจึงสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค 2) ผลิตภัณฑ์หรือบริการ แนวคิดนี้เป็นเรื่องสำคัญในการบริหารธุรกิจเชิงกลยุทธ์ ทั้งนี้ต้องมีความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานของผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์และบริบทของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี ใช้ความคิด เชิงสร้างสรรค์และเชิงกลยุทธ์ในการสร้างสรรค์ที่แตกต่างและโดดเด่น 3) วัตถุดิบ คัดเลือกวัตถุดิบที่มีเรื่องราวที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น การเลือกวัตถุดิบที่เป็นของท้องถิ่น มีเรื่องราวที่โดดเด่น และมีคุณค่า 4) วิธีกระบวนการผลิตเพื่อคัดแปลงให้เกิดคุณค่ามากขึ้น 5) บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่สัมผัสแรก อาจจะสร้างมูลค่าเพิ่มในเรื่องของความสะอาด การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือความสวยงาม 6) การสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้กับบริการ เช่น การบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย การบริการจัดส่ง การให้ข้อมูลเพิ่มเติม หรือการรับประกันเมื่อไม่พึงพอใจ เป็นต้น 7) การสร้างแบรนด์ เป็นประเด็นที่สำคัญในการเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ต้องดำเนินควบคู่กับการสื่อสารแบรนด์ การสร้างแบรนด์เป็นการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และบริการนั้นในภาพรวม เป็นการนำมูลค่าเพิ่มมาแปลงเป็นคุณค่าเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ 8) การนำ

ผลิตภัณฑ์และบริการนั้น ให้เข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นการเพิ่มคุณค่าต่อผู้บริโภคในด้านความสะดวก (วารุณี สุนทรเจริญนนท์, 2557)

การสร้างมูลค่าเพิ่มสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน โดยสร้างคุณค่าที่ดีขึ้นให้กับลูกค้า โดยมีขั้นตอนการผลิตหรือบริการที่ดีกว่าเพื่อการเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์นั้น นอกจากการสร้างความแตกต่างในตลาดแล้ว มูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่านำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์และบริการต่อไป ซึ่งมีความสำคัญต่อธุรกิจ คือตอบสนองความต้องการทำให้ผู้บริโภคพึงพอใจมากขึ้น สร้างความเชื่อมั่นและความไว้วางใจ ดังนั้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอมือจึงเป็นสิ่งที่ผู้ผลิตผ้าทอพยายามหาโอกาสในการพัฒนา และยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มจากคุณค่าด้านผลิตภัณฑ์ (Product Value) เป็นการสร้างคุณค่าที่มอบให้ลูกค้าอันเกิดจากผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยเน้นประโยชน์หลักและรูปลักษณะของตัวผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย คุณภาพและสมรรถนะที่เหนือกว่าผู้ผลิตรายอื่น มีอัตลักษณ์เฉพาะ มีตราสินค้าเฉพาะ ความมีชื่อเสียงมายาวนานและเป็นที่ยอมรับ เป็นต้น (สุจินดา เจริญศรีพงษ์ และ ปิยวัน เพชรหมี่, 2560)

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพยากรทางปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคม และเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่เพื่อผลิตสินค้าและบริการที่สร้าง “มูลค่าทางเศรษฐกิจ” และ “คุณค่าทางสังคม” ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในตลาดโลกได้ คือ “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิด” (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2554)

ผ้าทอกับการใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การผลิตผ้าทอในท้องถิ่นของไทยหลายแห่ง เช่น ผ้าทอน้ำไหลของจังหวัดน่านและเชียงราย มักจะสอดคล้องเอกลักษณ์ของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิธีการดำเนินชีวิตและวัฒนธรรมลงไปในพื้นที่ผ้าโดยใช้หลักแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทำให้สินค้าและบริการมีลักษณะเฉพาะและโดดเด่น เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และขายได้ราคา การใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการมีลักษณะเด่นร่วมกัน ประกอบด้วย (สุชาติ จรประดิษฐ์ และคณะ, 2557)

1. ความเป็นเอกลักษณ์ ธุรกิจที่ปรับเปลี่ยนผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ โดดเด่นเฉพาะ และถ้าสามารถทำให้ผู้บริโภคมองเห็นความเป็นเอกลักษณ์ ความใหม่ และความเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบแล้ว มีโอกาสทำให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการซื้อ ก่อให้เกิดผลดีแก่ธุรกิจในการเพิ่มยอดขาย

2. ความยากต่อการลอกเลียนแบบ การสนับสนุนให้ธุรกิจใช้ความคิดสร้างสรรค์ที่สามารถแปรรูปไปสู่สินค้าหรือธุรกิจใหม่เป็นสิ่งจำเป็น ซึ่งที่มาของความคิดสร้างสรรค์นั้นมิได้มาจากความคิดที่ใหม่ไม่เคยปรากฏมาก่อนอย่างเดียวน หรือเป็นงานที่มีพื้นฐานการวิจัย แต่ความคิดสร้างสรรค์ คือการพยายามดัดแปลงหรือปรับแต่งสิ่งที่มีอยู่ให้เกิดความแปลกใหม่ ยากต่อการลอกเลียนแบบและมีวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ยาวนาน

3. การขายได้ราคา เช่น ลูกค้ายกย่องที่ชื่นชอบสินค้านวัตกรรม โดยเฉพาะสินค้าที่เพิ่งออกสู่ตลาดใหม่ ลูกค้ายกย่องนี้ยินดีพอใจที่จะซื้อสินค้าและยอมจ่ายในราคาที่สูงขึ้น

4. การใช้วัฒนธรรม การสร้างแรงบันดาลใจจากศิลปวัฒนธรรมของชุมชนที่มีเอกลักษณ์มาต่อยอดเป็นวิธีการที่เร็วและมีประสิทธิภาพสูงสุดในการสร้างยอดขายให้เกิดขึ้นจริงและสร้างรายได้ให้กับชุมชน ซึ่งเป็นการพัฒนาแอปพลิเคชันและ ฟังก์ชัน สินค้าหัตถกรรมของไทยให้มีความหลากหลายเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ตรงตามคุณสมบัติของวัสดุด้วยการพัฒนารูปแบบและการผลิตเป็นสินค้าสำเร็จรูป

แนวคิดเกี่ยวกับต้นทุน

1. ต้นทุนการผลิตสินค้าชุมชน

ต้นทุนการผลิต คือทรัพยากรหรือค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการนำปัจจัยการผลิตเข้าสู่กระบวนการผลิตโดยอาศัยวัตถุดิบที่หลากหลายชนิดเพื่อให้เกิดเป็นสินค้าและบริการ ส่วนประกอบของต้นทุนที่ใช้ในการผลิตสินค้าแต่ละชนิดประกอบด้วย (มนวิภา ผดุงสิทธิ์, 2562)

1.1 วัตถุดิบ (Materials) วัตถุดิบเป็นส่วนประกอบสำคัญของการผลิตสินค้า แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะได้แก่

1) วัตถุดิบทางตรง (Direct Materials) หมายถึง วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตและสามารถระบุได้อย่างชัดเจนว่าใช้ในการผลิตสินค้าชนิดนั้นในปริมาณและต้นทุนเท่าใด รวมทั้งจัดเป็นวัตถุดิบส่วนใหญ่ที่ใช้ในการผลิตสินค้าชนิดนั้น ๆ เช่น การทอผ้าชิ้น วัตถุดิบหลักคือ เส้นฝ้าย เส้นไหมที่ใช้ในการทอผ้า เป็นต้น

2) วัตถุดิบทางอ้อม (Indirect Materials) หมายถึง วัตถุดิบต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับทางอ้อมในการผลิตสินค้านั้น โดยไม่ได้เป็นวัตถุดิบหลัก เช่น ในการทอผ้าชิ้น วัตถุดิบทางอ้อม คือ ไฟฟ้า น้ำประปา เป็นต้น

1.2 ค่าแรงงาน (Labor) หมายถึงค่าจ้าง หรือผลตอบแทนที่จ่ายให้แก่ลูกจ้างหรือคนงานที่ทำหน้าที่เกี่ยวข้องกับการผลิต โดยปกติค่าแรงงานจะแบ่งออกเป็น ค่าแรงงานทางตรง และค่าแรงงานทางอ้อม

1) ค่าแรงงานทางตรง (Direct Labor) หมายถึง ค่าแรงงานที่จ่ายให้แก่คนงานหรือลูกจ้างที่ทำหน้าที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าโดยตรง รวมทั้งเป็นค่าแรงงานที่มีจำนวนมากเมื่อเทียบกับค่าแรงงานทางอ้อมในการผลิตสินค้า จัดเป็นค่าแรงงานสำคัญในการแปรรูปวัตถุดิบให้เป็นสินค้าสำเร็จรูป เช่น การทอผ้าชิ้น ค่าแรงงานในการทอผ้า เป็นต้น

2) ค่าแรงงานทางอ้อม (Indirect Labor) หมายถึงค่าแรงงานที่ไม่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าที่ใช้ในการผลิตสินค้า เช่น ค่าจ้างแรงงานในการซ่อมบำรุง เงินเดือนของพนักงานทำความสะอาด เป็นต้น

1.3 ค่าใช้จ่ายในการผลิต (Manufacturing Overhead) หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าที่นอกเหนือจาก วัตถุดิบทางตรง ค่าแรงงานทางตรง

นอกจากต้นทุนในการผลิตแล้ว ยังมีต้นทุนในส่วนของการขายและการบริการที่เป็นต้นทุนที่เกิดจากการดำเนินงาน ที่กิจการจะต้องนำมาคำนวณในการวัดผลการดำเนินงานเพื่อให้ทราบกำไรและผลตอบแทนของกิจการ เพื่อให้กิจกรรมบรรลุเป้าหมายตามที่กิจการได้กำหนดไว้

2. การคำนวณอัตราผลตอบแทน

2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value) เป็นการคำนวณหาค่ากระแสเงินสดที่จ่ายในวันนี้ ซึ่งถือว่าเป็นการลงทุนรวมทั้งกระแสเงินสดที่ออกในปีต่อ ๆ มา ซึ่งคิดลดมาเป็นกระแสเงินสดออกในปัจจุบันให้หมดคิดเทียบกับกระแสเงินสดที่ไหลเข้าในปีต่อ ๆ มา คิดลดเป็นมูลค่าปัจจุบันให้หมดแล้วเปรียบเทียบกันว่ากระแสเงินสดที่ไหลเข้ากับกระแสเงินสดที่ไหลออกนั้น ใครมากกว่ากัน การคำนวณมูลค่าปัจจุบันสุทธิของการลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์ จะใช้ข้อมูล รายละเอียดประมาณการกระแสเงินสดรับสุทธิ มาคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยกำหนดต้นทุนค่าเสียโอกาสหรืออัตราคิดลด (Discount Rate) เท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ทั่วไป ในที่นี้กำหนดให้ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มาตรฐานขั้นต่ำ สำหรับลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำ (Minimum Retail Rate : MRR) ของหลายธนาคารมาเฉลี่ยใช้ในการคำนวณ (มนวิภา ผดุงสิทธิ์, 2562)

ค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดไหลเข้า = ค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดไหลออก - กระแสเงินสดสุทธิ

2.2 อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) เป็นการวัดอัตราส่วนทางการเงินระหว่างผลกำไรสุทธิต่อหน่วยขาย ซึ่งเป็นอัตราส่วนที่บอกถึงความสามารถในการทำกำไรสุทธิของกิจการ บอกถึงประสิทธิภาพการดำเนินงานของกิจการและความสามารถของผู้บริหาร

$$\text{อัตรากำไรสุทธิ (\%)} = (\text{กำไรสุทธิ} \times 100) / \text{ขายสุทธิ}$$

2.3 ดัชนีกำไร (Profitability Index : PI) การคำนวณหาค่าดัชนีกำไร หรือดัชนีความสามารถในการทำกำไรของโครงการ เป็นการวัดอัตราส่วนเปรียบเทียบผลกำไรสุทธิกับยอดขาย ทำให้ทราบถึงความสามารถในการทำกำไรสุทธิของกิจการภายหลังจากการหักค่าใช้จ่ายทุกรายการแล้ว

2.4 ระยะเวลาคืนทุนของโครงการ (Payback Period) ระยะเวลาการดำเนินงานที่ผลตอบแทนสุทธิจากโครงการสามารถชดเชยเงินลงทุนตอนเริ่มต้นของโครงการ เป็นเกณฑ์การตัดสินใจที่ไม่มีการปรับค่าของเวลา โดยสามารถคำนวณหาระยะเวลาคืนทุนที่ทำให้ได้รับผลตอบแทนคุ้มกับเงินที่ลงทุน ดังนี้

$$\text{ระยะเวลาคืนทุน} = \frac{\text{ค่าใช้จ่ายในการลงทุน}}{\text{ผลตอบแทนสุทธิเฉลี่ยต่อปี}}$$

วิธีการดำเนินงาน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ช่างทอผ้าไทลื้อศรีดอนชัยซึ่งมีอยู่ 4 กลุ่มใหญ่ ประกอบด้วย กลุ่มสตรีทอผ้าไทลื้อศรีดอนชัย 30 คน ช่างทอผ้ากลุ่มสตรีทอผ้าศรีดอนชัย 60 คน ช่างทอผ้ากลุ่มเอือนคำแพง 20 คน และช่างทอผ้ากลุ่มลือลายคำ 16 คน รวมทั้งสิ้น 126 คน ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) โดยการให้โควตาแต่ละกลุ่มในอัตรา 10:1 จึงได้จำนวนของช่างทอผ้าไทลื้อศรีดอนชัย 13 คน

2) ตัวแทนจากหน่วยงานหรือองค์กรในชุมชนที่เกี่ยวข้อง ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยผู้ที่ถูกเลือกต้องมีการทำงานร่วมกับกลุ่มช่างทอผ้าไทลื้อศรีดอนชัยทั้ง 4 กลุ่มใหญ่ จึงได้กลุ่มตัวอย่างได้แก่ เจ้าหน้าที่องค์การบริหารส่วนตำบลศรีดอนชัย 1 คน ผู้นำชุมชน 1 คน สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเชียงของ 2 คน เจ้าอาวาสวัดศรีดอนชัย 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน

3) นักวิชาการ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากนักวิชาการทั้ง 3 ด้าน ที่ทำงานร่วมกับกลุ่มช่างทอผ้าไทลื้อศรีดอนชัย ทั้ง 4 กลุ่มใหญ่ จึงได้กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักวิชาการด้านการออกแบบ 1 คน นักวิชาการด้านการตลาด 1 คน และนักวิจัยด้านศิลปวัฒนธรรม 1 คน รวมทั้งสิ้น 3 คน

4) ผู้ประกอบการและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ ทำการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ประกอบการและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ ที่มีความสัมพันธ์ทางการค้าร่วมกับกลุ่มเป็นเวลา มากกว่า 3 ปี ขึ้นไป จึงได้กลุ่มตัวอย่างของผู้ประกอบการและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ ทั้งสิ้น 18 คน

ดังนั้นจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้ให้ข้อมูลหลักทั้ง 4 กลุ่ม ทำให้การศึกษาในครั้งนี้มีจำนวนตัวอย่างในการศึกษารวมทั้งสิ้น 39 คน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษานี้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลสองรูปแบบ ได้แก่ (1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งได้จากการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่ม (2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการค้นคว้าข้อมูลเอกสาร ตำรา บทความ สื่อสิ่งพิมพ์ งานวิจัย และสื่อสังคมออนไลน์

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ในการสัมภาษณ์ข้อมูลเชิงลึก (In-depth interview) เพื่อรวบรวมข้อมูลใน 3 กิจกรรม คือ 1) ประวัติชุมชน ลวดลายและความหมายของผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การถ่ายทอดภูมิปัญญาและความต้องการพัฒนาผ้าทอของชุมชน 2) ต้นทุนและผลตอบแทนการทอผ้าผลิตภัณฑ์ใหม่ 3) การสำรวจความคิดเห็นและความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ใหม่

การตรวจสอบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยใช้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านและช่างทอผ้าในชุมชน จำนวน 5 ท่าน โดยค่าความเที่ยงตรงความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) มีค่าเท่ากับ 0.8 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.5 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเหมาะสมสำหรับนำไปใช้ในการศึกษา (Rovinelli & Hambleton, 1977)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจะแยกตามวัตถุประสงค์ โดยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ทำการศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOWS Matrix ซึ่งเป็นข้อมูล เชิงคุณภาพจะทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อจัดหมวดหมู่ข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบอภิปรายผลเชิงพรรณนา วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อ ซึ่งเป็นข้อมูลเชิงปริมาณทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้านต้นทุน ผลตอบแทน โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย ส่วน วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การวิเคราะห์และประเมินโครงการ ทำการวิเคราะห์กระแสเงินสดรับสุทธิ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) อัตราส่วนกำไรสุทธิ (NPM) ดัชนีกำไร (PI) และระยะเวลาคืนทุน (PB) จากนั้นนำค่าที่ได้มาประเมินความคุ้มค่าต่อไป

ผลการวิจัย

1. แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อของชุมชนไทลื้อบ้านศรีดอนชัยตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

กลุ่มผ้าทอไทลื้อศรีดอนชัยประสบปัญหายอดขายผลิตภัณฑ์ผ้าทอลดลง เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีลักษณะรูปแบบเดิม ขาดการสร้างสรรค์พัฒนาและออกแบบให้มีความแปลกใหม่น่าสนใจ

อีกทั้งในปัจจุบันมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอผ่านช่องทางออนไลน์ที่เพิ่มขึ้นทำให้ตลาดมีการแข่งขันสูง ผู้บริโภคมีความสะดวกในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐานผ่านช่องทางออนไลน์ได้ง่ายกว่าเดิม ดังนั้นกลุ่มผ้าทอไทลื้อศรีคอนชัย จึงมีความจำเป็นต้องพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือให้มีความทันสมัยตอบสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภค คณะผู้วิจัยจึงจัดประชุมวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มและกำหนดกลยุทธ์โดยการวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน (SWOT) และ TOWS Analysis เพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหาของกลุ่มดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค (SWOT) ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อศรีคอนชัย

จุดแข็ง (Strengths) S1. ผ้าทอมือของชุมชนไทลื้อมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว S2. ช่างทอมีความสามัคคีร่วมมือในการทำกิจกรรมกลุ่ม S3. มีช่างทอที่มีความเชี่ยวชาญในการทอผ้าและสามารถปรับเปลี่ยนลวดลายและทอผ้าลวดลายยากได้	จุดอ่อน (Weaknesses) W1. ผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม ๆ ขาดการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ W2. ขาดความรู้ในการคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน อีกทั้งไม่มีการจัดทำบัญชีครัวเรือน W3. ขาดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์
โอกาส (Opportunities) O1. ภาครัฐให้การสนับสนุนการผลิตและการจำหน่ายทั้งในประเทศและต่างประเทศ O2. สถาบันการศึกษา เช่นมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย มีนักวิจัยที่สามารถให้การสนับสนุน	อุปสรรค (Threats) T1. วิถีชีวิตในยุคปัจจุบันทำให้คนและเยาวชนในชุมชนต้องไปทำงานในเมืองและต่างอำเภอเพื่อหารายได้ T2. เยาวชนในชุมชนมีแนวคิดว่าการทำงานใน
โอกาส (Opportunities) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือและสามารถให้ความรู้ด้านการคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน O3. ผ้าทอมือเป็นที่นิยมของประชาชนในพื้นที่และนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ O4. ค่านิยมการแต่งกายและการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย	อุปสรรค (Threats) โรงงานหรือการไปรับจ้างได้ที่แน่นอนกว่าการทอผ้า T3. ขาดเยาวชนและคนรุ่นใหม่ที่จะมาเรียนรู้การทอผ้าและสืบสานวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชาวไทลื้อ T4. เยาวชนกล่าวว่า ลวดลายผ้าทออยากต่อการจดจำ T5. ผ้าทอจากโรงงานมีราคาถูก

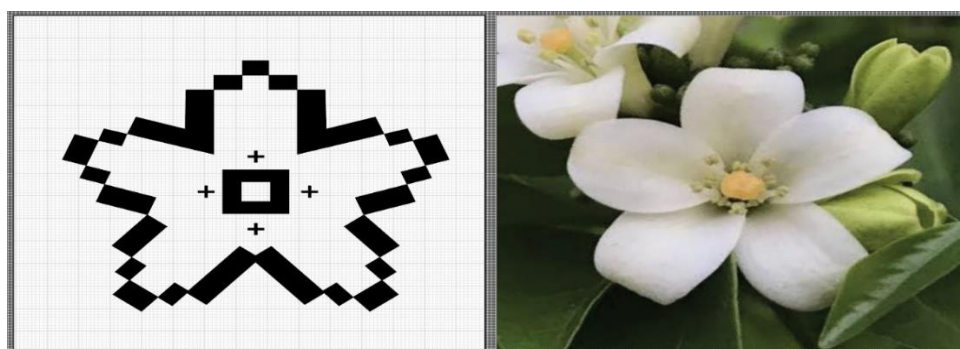
จากการวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่ม (ชุมชนตำบลศรีคอนชัย) คณะผู้วิจัยได้นำมาจัดทำเป็น TOWS Matrix เพื่อวิเคราะห์และหาแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ในการแก้ปัญหาและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 TOWS Analysis ของกลุ่มผ้าทอไทลื้อศรีดอนชัย

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
โอกาส (O)	SO (กลยุทธ์เชิงรุก) S3 + O2 ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้ทันสมัยให้ตรงกับความต้องการของตลาดเนื่องจากช่างทอมีความเชี่ยวชาญในการทอ เมื่อรวมกับโอกาสที่ได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐจะเป็นประโยชน์แก่กลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	WO (กลยุทธ์เชิงแก้ไข) W2 + O3 อบรมการคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน นักวิชาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายอบรมให้ความรู้การคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน
อุปสรรค (T)	ST (กลยุทธ์เชิงป้องกัน) S3+T5 ลดต้นทุนโดยการลดลดรายจ่าย ค่าและคุณภาพ ชุมชนไทลื้อศรีดอนชัยใช้วิธีลดต้นทุนผลิตภัณฑ์ผ้าทอโดยลดลดรายจ่ายลงเพื่อลดระยะเวลาในการทอแต่ยังคงเอกลักษณ์ลดรายจ่ายและมีคุณภาพ	WT (กลยุทธ์เชิงรับ) W2 + T3 อบรมการออกแบบโดยจดบันทึกลดรายจ่ายด้วยคอมพิวเตอร์เพื่อให้ง่ายต่อการออกแบบและการถ่ายทอดให้กับเยาวชน

จากตารางที่ 2 กลุ่มผ้าทอไทลื้อบ้านศรีดอนชัย ควรดำเนินการตาม TOWS Matrix ดังนี้

1.1 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ออกแบบลดรายจ่ายและผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยตรงกับความต้องการของตลาด โดยการผสมผสานข้อได้เปรียบจากโอกาสและจุดแข็งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เนื่องจากชุมชนไทลื้อศรีดอนชัยมีช่างทอที่มีความเชี่ยวชาญในการทอผ้า เมื่อรวมกับโอกาสที่ได้รับการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ จะเป็นประโยชน์แก่กลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสมาชิกกลุ่มร่วมกันออกแบบลดรายจ่ายใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน คือ ลายดอกแก้ว (ภาพที่ 1) ซึ่งมีความสำคัญในกิจกรรมงานประเพณีทางศาสนาของชาวไทลื้อ โดยชาวบ้านจะนำดอกแก้วใส่กรวยไปถวายพระและสตรีชาวไทลื้อนิยมนำดอกแก้วมาประดับที่มวยผม



ภาพที่ 1 การออกแบบลวดลาย “ดอกแก้ว” ด้วยการใช้คอมพิวเตอร์

1.2 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT) การออกแบบและบันทึกลวดลายด้วยการใช้คอมพิวเตอร์ เพื่อให้
ง่ายต่อการออกแบบและการถ่ายทอดความรู้ กล่าวคือ ช่างทอสามารถทดลองทอลวดลายตามแบบที่
บันทึกไว้ ปรับลดหรือเพิ่มขนาดลวดลาย รูปทรง และเปลี่ยนสีได้ตามต้องการ คณะผู้วิจัยได้จัดการ
อบรมการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วยคอมพิวเตอร์ให้กับสมาชิกกลุ่ม จากนั้นสมาชิกกลุ่มได้ทดลองทอผ้า
โดยใช้เทคนิคเฉพาะ เช่น การเกาะ/ล้วง เก็บมุก จก และยกดอก พร้อมกับการเปลี่ยนวัสดุที่ใช้ในการทอ
เป็นเส้นฝ้ายทอสลักกับเส้นไหม ทำให้เกิดผ้าทอชนิดใหม่ที่เรียกว่า “ผ้าฝ้ายแกมไหม” ที่มีสีสันสดใส
สวยงาม และเนื้อมันวาว

1.3 กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) การลดต้นทุนโดยการลดความซับซ้อนของลวดลายแต่ยังคงรักษา
คุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ คณะผู้วิจัยได้จัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้กับสมาชิกกลุ่มทอผ้า เพื่อ
ร่วมกันพัฒนาผ้าฝ้ายแกมไหมให้เป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2 ชนิด ได้แก่ 1) ผ้าชิ้นลายฝ้ายแกมไหม (ภาพ
ที่ 2ข) ซึ่งเพิ่มมูลค่าด้วยการทอด้วยเส้นฝ้ายและเส้นไหม และนำลวดลายดอกแก้วมาผสมผสานใน
ผ้าชิ้น 2) ผ้าคลุมไหล่ฝ้ายแกมไหม (ภาพที่ 3ข) ซึ่งเกิดจากการทอลวดลายดอกแก้วมาขยายและเพิ่มเส้น
ลายลายเส้นให้มีความสวยงาม อ่อนช้อย พร้อมทั้งการลดต้นทุนด้วยการลดความซับซ้อนของลวดลาย
แต่ยังคงรักษาคุณค่าและคุณภาพ



ภาพที่ 2 (ก) ผ้าชิ้นลายเลื่อนมสาวทอด้วยเส้นฝ้าย
เพียงชนิดเดียว



ภาพที่ 2 (ข) ผ้าชิ้นลายเลื่อนมสาวผสมลายดอกแก้ว
ทอด้วยเส้นฝ้ายสลับกับเส้นไหม



ภาพที่ 3 (ก) ผ้าคลุมไหล่ลายดั้งเดิมทอด้วยเส้นฝ้าย
เพียงชนิดเดียว



ภาพที่ 3 (ข) ผ้าคลุมไหล่ลายใหม่ “ลายแก้วกัลยา”
ทอด้วยเส้นฝ้ายสลับกับเส้นไหม

1.4 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) การคำนวณต้นทุนและผลตอบแทน โดยคณะผู้วิจัยได้จัดอบรมการคำนวณต้นทุนและผลตอบแทนให้กับสมาชิกกลุ่มทอผ้า พร้อมทั้งนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบของกลุ่ม 2 ชนิด ได้แก่ ผ้าชิ้นลายฝ้ายเกมไหมและผ้าคลุมไหล่ฝ้ายเกมไหม มาคำนวณต้นทุนและผลตอบแทนอย่างละเอียด เพื่อให้สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม รวมถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้น

2. การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนผลิตภัณฑ์ใหม่ของชุมชนบ้านศรีดอนชัย

จากการวิเคราะห์ต้นทุนของผลิตภัณฑ์ใหม่ พบว่า ผ้าชิ้นฝ้ายแกมไหมมีต้นทุนการผลิตรวม 5,061.18 บาท/ผืน ผ้าคลุมไหล่ฝ้ายแกมไหมมีต้นทุนการผลิตรวม 3,278.89 บาท/ผืน ซึ่งผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้ง 2 ชนิดนี้มีต้นทุนส่วนใหญ่มาจากค่าแรงงาน รองลงมาคือค่าวัตถุดิบ ค่าใช้จ่ายในการผลิต และค่าบริหารการขาย ตามลำดับ (ตารางที่ 3)

การวิเคราะห์ผลตอบแทน พบว่า ผ้าชิ้นฝ้ายแกมไหมสามารถผลิตและจำหน่ายได้ในราคา 7,900.00 บาท/ผืน ผ้าคลุมไหล่ฝ้ายแกมไหมผลิตและจำหน่ายได้ในราคา 4,500.00 บาท/ผืน เมื่อนำมาคำนวณหาผลตอบแทนสุทธิของผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้ง 2 ชนิด พบว่าผ้าชิ้นฝ้ายแกมไหมมีผลตอบแทนสุทธิ (กำไร) 2,838.82 บาท/ผืน ส่วนผ้าคลุมไหล่ฝ้ายแกมไหมมีผลตอบแทนสุทธิ (กำไร) 1,221.11 บาท/ผืน (ตารางที่ 3)

ตารางที่ 3 ต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์ใหม่ จำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์

รายการ	ผ้าชิ้นฝ้ายแกมไหม		ผ้าคลุมไหล่ฝ้ายแกมไหม	
	ขนาด 1 x 1.6 ม.		ขนาด 0.35 x 1.5 ม.	
	จำนวนเงิน (บาท/ผืน)	ร้อยละ (%)	จำนวนเงิน (บาท/ผืน)	ร้อยละ (%)
ต้นทุนผันแปร				
ค่าวัตถุดิบ	1,860.00	36.75	1,140.00	34.77
ค่าแรงงาน	2,700.00	53.35	1,800.00	54.90
ค่าใช้จ่ายในการผลิต	401.18	7.93	238.89	7.28
ต้นทุนคงที่				
ค่าบริหารการขาย	100.00	1.97	100.00	3.05
ต้นทุนรวม	5,061.18	100.00	3,278.89	100.00
ผลตอบแทน (ราคาขาย)	7,900.00		4,500.00	
กำไร	2,838.82		1,221.11	

3. การวิเคราะห์และประเมินโครงการ

ผลตอบแทนหรือรายได้จากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ นำมาวิเคราะห์และประเมินโครงการ ได้กำหนดอายุโครงการที่ 5 ปี เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าแฟชั่นซึ่งมักจะมีอายุ 5 ปี โดยการประเมินในครั้งนี้ทำการประเมินกระแสเงินสดรับสุทธิรวมกับการใช้เครื่องมือในการ

วิเคราะห์และประเมินโครงการ 4 วิธี คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ดัชนีกำไร (Profitability Index: PI) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

3.1 การประมาณการกระแสเงินสดรับสุทธิ

จากการประมาณการกระแสเงินสดรับสุทธิตลอดระยะเวลา 5 ปี พบว่า กระแสเงินสดรับเท่ากับ 1,207,903.00 บาท กระแสเงินสดจ่ายในการลงทุนเท่ากับ 789,055.02 บาท กระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับ 418,847.98 บาท กระแสเงินสดรับสุทธิตดลดเท่ากับ 399,026.55 บาท และกระแสเงินสดสุทธิตดลดสะสมเท่ากับ 637,763.06 บาท (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 กระแสเงินสดสุทธิและกระแสเงินสดรับสุทธิสะสม

หน่วย: บาท						
ปีที่	กระแสเงินสดรับ	กระแสเงินสดจ่าย	กระแสเงินสดรับสุทธิ	อัตราคิดลดร้อยละ 7.00	กระแสเงินสดรับสุทธิคิดลด	กระแสเงินสดสุทธิคิดลดสะสม
0	-	72,000.00	-72,000.00	1.0000	-72,000.00	- 72,000.00
1	218,600.00	149,550.00	69,050.00	0.9346	64,534.13	- 7,465.87
2	229,530.00	154,040.50	75,489.50	0.8734	65,932.53	58,466.66
3	241,006.50	158,662.52	82,343.98	0.8163	67,217.39	125,684.05
4	253,056.83	163,441.39	89,615.44	0.7629	68,367.62	194,051.67
5	265,709.67	163,360.61	102,349.06	0.7130	72,974.88	267,026.55
รวม	1,207,903.00	789,055.02	418,847.98		339,026.55	637,763.06

3.2 การวิเคราะห์และประเมินโครงการ

ผลตอบแทนหรือรายได้จากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ นำมาวิเคราะห์และประเมินโครงการได้กำหนดอายุโครงการที่ 5 ปี เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าแฟชั่นซึ่งมักจะมีอายุ 5 ปี โดยการประเมินในครั้งนี้ใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์และประเมินโครงการ 4 วิธี คือ มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ดัชนีกำไร (Profitability Index: PI) และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) สามารถแสดงรายละเอียดได้ดังนี้

3.2.1 มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value: NPV) รายละเอียดประมาณการกระแสเงินสดรับสุทธิ ตลอดระยะเวลา 5 ปี มาคำนวณหามูลค่าปัจจุบันสุทธิโดยกำหนดต้นทุนค่าเสียโอกาส

หรืออัตราคิดลด (Discount Rate) เท่ากับอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ยืมของธนาคารพาณิชย์ทั่วไป ในที่นี้กำหนดให้ใช้อัตราดอกเบี้ยเงินกู้มาตรฐานขั้นต่ำ สำหรับลูกค้ารายย่อยขั้นต่ำ (Minimum Retail Rate : MRR) ของหลายธนาคารมาเฉลี่ยเท่ากับร้อยละ 7.00 สามารถคำนวณได้ ดังนี้

$$\begin{aligned} NPV &= -72,000.00 + \frac{69,050.00}{(1+0.07)} + \frac{75,489.50}{(1+0.07)^2} + \frac{82,343.98}{(1+0.07)^3} + \frac{89,615.44}{(1+0.07)^4} + \frac{102,349.06}{(1+0.07)^5} \\ &= 267,026.03 \text{ บาท} \end{aligned}$$

จากการคำนวณ พบว่า โครงการนี้มีความคุ้มค่าต่อการลงทุน เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV) มีค่าเท่ากับ 267,026.03 บาท ซึ่งมากกว่า 0 แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้สามารถสร้างผลตอบแทนที่เกินกว่าต้นทุนที่ลงทุนไป

3.2.2 อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) เป็นอัตราส่วนที่เปรียบเทียบกำไรสุทธิต่อหน่วยขาย เป็นการประเมินถึงความสามารถขึ้นต้นของธุรกิจว่ามีความสามารถทำกำไรสุทธิมากน้อยเพียงใด สูตรที่ใช้ในการคำนวณอัตราส่วนกำไรจากการดำเนินงานต่อขายสุทธิ มีดังนี้

$$\begin{aligned} \text{อัตราส่วนกำไรสุทธิ} &= \frac{\text{กำไรสุทธิ}}{\text{ขายสุทธิ}} \times 100 \\ &= \frac{339,026.55}{1,207,902.99} \times 100 \\ &= 28.07 \end{aligned}$$

จากการวิเคราะห์อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) พบว่า มีอัตราส่วนกำไรสุทธิ ร้อยละ 28.07 แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการต้นทุนและสามารถสร้างผลกำไรได้สูง จากทุกๆ 100 บาทของรายได้ จะมีกำไรสุทธิที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาและขยายกิจการได้ 28.07 บาท

3.2.3 ดัชนีกำไร (Profitability Index: PI) การคำนวณหาอัตราดัชนีกำไร หรือดัชนีความสามารถในการทำกำไรของโครงการ ทำได้โดยนำมูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดรับสุทธิ มาคำนวณหาอัตราดัชนีกำไรได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ดัชนีกำไร (PI)} &= \frac{\text{มูลค่าปัจจุบันของกระแสเงินสดสุทธิ}}{\text{เงินลงทุนเริ่มแรก}} \\ &= \frac{339,026.55}{72,000.00} \\ &= 4.71 \end{aligned}$$

จากการวิเคราะห์ดัชนีกำไร (Profitability Index) พบว่า มีค่าดัชนีกำไร เท่ากับ 4.71 เท่า แสดงให้เห็นว่าโครงการนี้มีความคุ้มค่าในการลงทุนอย่างมาก เนื่องจากค่าดัชนีกำไรมีค่ามากกว่า 1 หมายความว่า ทุก ๆ 1 บาทที่ลงทุนโครงการนี้จะสร้างผลตอบแทนสุทธิได้ถึง 4.71 บาท ซึ่งถือว่าเป็นอัตราผลตอบแทนที่สูงและน่าลงทุน

3.3.4 ระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PB) การคำนวณหาระยะเวลาในการคืนทุนทำได้โดยรวมกระแสเงินสดรับสุทธิตั้งแต่ปีที่ 1 เป็นต้นไปจนกระทั่งจำนวนของกระแสเงินสดรับสุทธิเท่ากับกระแสเงินสดจ่าย หรือจำนวนเงินลงทุนในปีที่ 0 มาคำนวณ ระยะเวลาคืนทุนได้ดังนี้

$$\begin{aligned} PB &= \text{จำนวนปีก่อนคืนทุน} + \frac{\text{เงินส่วนที่ยังไม่คืนทุน}}{\text{กระแสเงินสดสุทธิที่เกิดขึ้นในปีที่คืนทุน}} \\ &= 1 + \left[\left(\frac{72,000.00 - 69,050.00}{75,489.50 - 69,050.00} \right) \times 12 \right] \\ &= 1 + (0.46 \times 12) \\ &= 1 \text{ ปี} + 5.52 \text{ เดือน} \\ &= 1 \text{ ปี } 5.52 \text{ เดือน หรือ ประมาณ } 1 \text{ ปี } 6 \text{ เดือน} \end{aligned}$$

จากการคำนวณระยะเวลาคืนทุน (Payback Period) พบว่าโครงการนี้มีระยะเวลาคืนทุน เท่ากับ 1 ปี 6 เดือนซึ่งเวลาคืนทุนน้อยกว่าระยะเวลาของโครงการ

ดังนั้นจากการวิเคราะห์และประเมินโครงการพบว่า โครงการมีความคุ้มค่าในการลงทุน เนื่องจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value NPV) มีค่ามากกว่า 0 โดยมีค่าเท่ากับ 267,026.03 บาท อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) เท่ากับร้อยละ 28.07 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0 แสดงว่ามีความสามารถในการทำกำไร และดัชนีกำไร (Profitability Index : PI) เท่ากับ 4.71 ซึ่งมีค่ามากกว่า 1 ส่วนระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PP) เท่ากับ 1 ปี 6 เดือน ซึ่งเวลาคืนทุนน้อยกว่าระยะเวลาของโครงการ (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 การตัดสินใจในการดำเนินโครงการ

วิธีการประเมิน	ผลการประเมิน	เกณฑ์การตัดสินใจ	ผลการตัดสินใจ
มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (NPV)	267,026.03 บาท	มีค่ามากกว่า 0	คุ้มค่าในการลงทุน
อัตราส่วนกำไรสุทธิ (NPM)	28.07%	มีค่ามากกว่า 0	คุ้มค่าในการลงทุน
ดัชนีกำไร (PI)	4.71	มีค่ามากกว่า 1	คุ้มค่าในการลงทุน
ระยะเวลาคืนทุน (PB)	1 ปี 6 เดือน	ระยะเวลาน้อยกว่า	คุ้มค่าในการลงทุน

สรุป และอภิปรายผล

1. การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทลื้อของชุมชนไทลื้อบ้านศรีดอนชัย ได้จากการกำหนดกลยุทธ์ด้วยการวิเคราะห์ SWOT และ TOWS Matrix ในการสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาสร่วมกับจุดแข็ง ทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยอาศัยความเชี่ยวชาญในการผลิต ซึ่งกลุ่มฯจึงต้องการออกแบบและพัฒนาตลาดขายให้ทันสมัย แต่ยังคงอัตลักษณ์ผ้าทอไทลื้อ คือ “ลายดอกแก้ว” รวมทั้งสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่และมีความหลากหลายมากขึ้น ชุมชนไทลื้อศรีดอนชัยได้ปรับเปลี่ยนวัสดุที่ใช้ทอโดยใช้เส้นฝ้ายทอกับเส้นไหม เกิดเป็นผลิตภัณฑ์เรียกว่า “ฝ้ายแกมไหม” มีสีสันสดใส เนียนนุ่ม ดูแลรักษาง่าย และกลุ่มสามารถพัฒนาผ้าฝ้ายแกมไหมให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผ้าชิ้นฝ้ายแกมไหม และ ผ้าคลุมไหล่ฝ้ายแกมไหม เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ ดอนอ่อนบัว และ จิรวัฒน์ พิระสันต์ (2563) ที่กล่าวว่าตลาดขายที่เป็นอัตลักษณ์สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้ อีกทั้งเป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบมาตรฐานสากลร่วมสมัย เช่นเดียวกับ Suksai et al. (2021) ที่กล่าวว่าการพัฒนาศักยภาพผ้าไหมพื้นเมืองให้มีอัตลักษณ์เป็นการเพิ่มมูลค่าสร้างความแตกต่างและยกระดับผลิตภัณฑ์สิ่งทอให้เป็นที่ต้องการของตลาดมากขึ้น

2. การวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทนและการดำเนินการของผลิตภัณฑ์ใหม่ของชุมชนไทลื้อบ้านศรีดอนชัย จากการวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทน พบว่า ต้นทุนส่วนใหญ่มาจากค่าแรงงาน เนื่องจากการทอผ้าต้องอาศัยความเชี่ยวชาญ ความรู้ความสามารถและประสบการณ์ของช่างทอที่ถ่ายทอดฝีมือการทอเฉพาะของช่างทอ และระยะเวลาที่ใช้ในการทอ ส่วนผลตอบแทน พบว่า ผ้าชิ้นฝ้ายแกมไหม และ ผ้าคลุมไหล่ฝ้ายแกมไหม ให้ผลตอบแทนที่แตกต่างกันโดยผ้าชิ้นให้ผลตอบแทนที่สูงกว่าผ้าคลุมไหล่ เนื่องจากราคาขายของผ้าชิ้นมีราคาที่สูงกว่า เพราะการทอมีความยากมากกว่า อีกทั้งมีขนาดใหญ่กว่าทำให้การตั้งราคาขายจึงสูงกว่า

3. การดำเนินการของผลิตภัณฑ์ใหม่มีความคุ้มค่าต่อการลงทุนเนื่องจากมูลค่าปัจจุบันสุทธิ (Net Present Value NPV) มีค่าเท่ากับ 267,026.03 บาท อัตราส่วนกำไรสุทธิ (Net Profit Margin) เท่ากับร้อยละ 28.30 แสดงว่ามีความสามารถในการทำกำไร และดัชนีกำไร (Profitability Index : PI) เท่ากับ 4.75 และระยะเวลาคืนทุน (Payback Period : PP) เท่ากับ 1.04 ปี ซึ่งเวลาคืนทุนน้อยกว่าระยะเวลาของโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักขณา สุกใส และคณะ (2564) ที่กล่าวว่าการผลิตผ้าทอไท-ยวน มีมูลค่าปัจจุบันสุทธิเป็นบวกให้ผลตอบแทนคุ้มค่ากับการลงทุน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สาวีณี เมกะ และคณะ (2566) ที่กล่าวว่ามูลค่าปัจจุบันสุทธามีค่าเป็นบวก แสดงว่า การผลิตผ้ามัดหมี่ข้อมมครามมีความคุ้มค่าในการลงทุน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

กลุ่มทอผ้าไทลื้อศรีดอนชัยควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เช่น พวงกุญแจ จำหน่ายในราคาข่อมเยาว์ ควบคู่กับการอบรมการทำบัญชีต้นทุนอย่างง่าย เพื่อจบบันทึกข้อมูลรายได้ ต้นทุนการผลิตต่าง ๆ เพื่อนำข้อมูลไปวิเคราะห์และวางแผนบริหารจัดการต้นทุนให้เกิดการประหยัดและกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการตลาดดิจิทัลเพื่อขยายตลาดและเพิ่มโอกาสในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการทำการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาพัฒนาตราสินค้าและมาตรฐานผ้าทอมือเพื่อให้ได้รับการยอมรับจากตลาด ควบคู่กับการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการจัดเก็บลายผ้าทอในรูปแบบกราฟิกและสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อให้สอดคล้องกับยุคสมัยและง่ายต่อการถ่ายทอดความรู้ รวมถึงการประมาณการปริมาณเส้นฝ้ายและเส้นไหมเพื่อลดต้นทุนและวางแผนการผลิตในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

บทความชิ้นนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย การพัฒนาเส้นไหมใยฝ้ายจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงรายที่ได้สนับสนุนทุนการทำวิจัยครั้งนี้ และงานวิจัยได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย เลขที่ COE. P1-023/2565 เมื่อวันที่ 29 กันยายน 2565

REFERENCES

- Chemsripong, S. & Petmee, P. (2017). Creating Value Added Products from Local Wisdom: A Case Study of the Ancient Clot. *Journal of Community Development Research (Humanity and Social Sciences)*, 10(4), 62-85.
- Chiang Rai Database. (2021). *Tai Lue Ban Sri Don Chai*. Retrieved from <https://sites.google.com/mfu.ac.th/chiangrai/traditional/ethnics/Tai-Sridonchai>
- Chudhavipata, W. (2012). *Textile: Reflection of Thai Traditions*. Bangkok: Dhurakij Pundit University.
- Dononbao, C. & Peerasan, J. (2020). Innovation of Development in the HandWoven Cotton of the Local Identity in Loei Province. *Journal of Fine and Applied Arts Khon Kaen University*, 12(2), 23-42.
- Jonpradit, S., Pongyeela, A. & Visalaporn, S. (2014). The Influence of Applying Creative Economy Concept, Factors Driving Creative Economy and Characteristics of Entrepreneurs to Market Success of Five Stars One Tambon One Product (OTOP) in Thailand. *Suthiparithat*, 28(88), 170-195.
- Keativipak, K. (2016). Study and Development Applies Products from Cotton Hand Made to Products Design, Case Study: The Cotton Hand Weaving Groups at Donluang Village, Amphur Pasang, Lamphun Province. *The Fine & Applied Arts Journal*, 11(1), 13-52.
- Mega, S., Thanasripanitchai, P., Sangtamat, P. & Sanitchon, K. (2023). Financial Cost-benefit Analysis of Dong Yang-Pornpiboon village's Indigo dyed Mudmee textile. *Journal of Sustainable Tourism Development*, 5(1), 93-111.
- Office of the National Economic and Social Development Board. (2009). *The Creative Economy*. Bangkok: B C Press (Boonchin) Company Limited.
- Phadoongsitthi, M. (2019). *Cost Accounting* (8th ed.). Bangkok: Thammasat University.
- Poonyaprapha, P., Supasetsiri, P., Inchan, N. & Nopudompan, K. (2018). The Factors Effect to Wisdom and Inheritance of Thai Phuan Hand Woven Fabric at Ban Mai, Nakhon Nayok. *Journal of Social Communication Innovation*, 1(11), 159-168.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2(1), 49-60.
- Sittioum, R., Jaithong, C., Somsri, K., Chaisomtakuland, P. & Wilaikul, S. (2022). Costs and Returns on Products from Thai-Yuan Woven Fabric of Thai-Yuan Cultural Center in Ban Dong

Pradok, Samor khae subdistrict, Mueang District, Phitsanulok Province. *Academy Journal of Northern*, 9(4), 94-107.

Sri Don Chai Subdistrict Municipality. (2024). *General conditions and basic information*. Retrieved from <http://www.tambonsridonchai.go.th/main.php?type=1#>

Suksai, L., Hoksuan, S., Phungphet, S. & Jedaman, P. (2021). Development to Sustainable Community Potential of Local Wisdoms Productive “Native Silk” Based on Sufficiency Economy & Creative Economy of Chaiyaphum Province Communities. *Journal of Social Science and Buddhist Anthropology*, 6(7), 382-398.

Sunthorncharoenon, W. (2014). *Creating a creative product or service is not as difficult as you think*. Retrieved from http://www.amexteam.com/resources/helper/editor/upload/knowledge/1/01_pdf