



ISSN: 2985-2366 (Online)

วารสารการบริหาร การจัดการ และการพัฒนาที่ยั่งยืน
Journal of Administration Management and Sustainable Development

Homepage: <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jamsd>
e-mail: jamsdonline@gmail.com



การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์เพื่อการยกระดับมูลค่า
และอัตลักษณ์ชุมชน ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภopakคม จังหวัดเลย
Development of creative woven handicraft products to enhance value
and strengthen community identity in Had Khamphi Subdistrict,
Pak Chom District, Loei Province

เมทยา อิมเอิบ^{1*}, เยาว์ธิดา รัตนพลแสน², ขนิษฐา หาระคุณ³
Methaya Tmerb^{1*}, Yaothida Rattanaphonsaen², Khanidta Harakun³

^{1,2,3}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
^{1,2,3}Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University
*Corresponding author's e-mail: methaya.ime@lru.ac.th^{1*}

Received: March 10, 2026

Revised: April 04, 2026

Accepted: April 09, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. ศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ในพื้นที่ ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภopakคม จังหวัดเลย 2. พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ชุมชน 3. ประเมิน ความพึงพอใจของผู้บริโภคและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น และ 4. เสนอแนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์หัตถกรรม จักสานอย่างยั่งยืน ใช้ระเบียบวิจัยแบบผสมผสาน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และแบบประเมิน คุณภาพผลิตภัณฑ์จากกลุ่มตัวอย่างที่สนใจเข้ากลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภopakคม จังหวัดเลย จำนวน 50 คน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา และเชิงปริมาณด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และการทดสอบความแตกต่างก่อน-หลังการพัฒนา ผลการวิจัยพบว่า การผลิตเดิมยังคงยึดตามภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ขาดการพัฒนาด้านการออกแบบ การตลาด และการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดำเนินการ ตามกระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ 4 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์อัตลักษณ์ การออกแบบต้นแบบ การทดลองผลิต และปรับปรุง และการทดสอบตลาด ส่งผลให้ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 3 รูปแบบ ได้แก่ ตะกร้า กระติบข้าว และหวดนั่งข้าว

ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญอยู่ในระดับมากที่สุด และความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยคะแนนหลังการพัฒนาสูงกว่าก่อนการพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 องค์ความรู้ใหม่ของการวิจัย คือ การพัฒนารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานเชิงสร้างสรรค์แบบบูรณาการ ที่เชื่อมโยงแนวคิดการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ ห่วงโซ่คุณค่า และอัตลักษณ์ชุมชนอย่างเป็นระบบ ก่อให้เกิดองค์ความรู้ 4 ประการ ได้แก่ รูปแบบการพัฒนา นวัตกรรม อุปกรณ์การผลิต การอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า และฐานข้อมูลอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้เพื่อยกระดับ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในบริบทอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์, การยกระดับมูลค่าและอัตลักษณ์ชุมชน, หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์, เอกลักษณ์ชุมชน

Abstract

This research aimed to: 1. examine the current conditions and challenges in woven handicraft production in Hat Khamphi Subdistrict, Pak Chom District, Loei Province.; 2. develop creative woven handicraft products that reflect community identity; 3. evaluate consumer satisfaction and product quality; and 4. propose guidelines for sustainable upgrading in woven handicraft. A mixed-methods research design was employed. Qualitative data were collected through interviews, while quantitative data were obtained using questionnaires and product quality assessment forms. The sample consisted of 50 participants interested in joining the community-based creative handicraft group in Hat Khamphi Subdistrict, Pak Chom District, Loei Province. Qualitative data were analyzed using content analysis, while quantitative data were analyzed using mean, standard deviations, and pre-post comparison tests. The findings indicated that traditional production depended on local wisdom but did not have a systematic approach to design, marketing, and management. The development process included four stages: identity analysis, prototype design, production testing and refinement, and market testing. This process resulted in the creation of three prototype products: baskets, sticky rice containers, and steaming baskets. Experts rated the developed products highly, and consumer satisfaction also achieved peak levels. Post-development scores significantly exceeded pre-development scores at the 0.05 level. The study proposes an integrated model that connects creative design, value chain analysis, and community identity, which can be utilized to enhance community products in various contexts.

Keywords: product development, value-added and community identity, creative woven handicrafts, local identity

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

หัตถกรรมจักสานเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมาแต่โบราณ สะท้อนเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ความคิดสร้างสรรค์ และทักษะฝีมือของช่างในชุมชน นอกจากจะเป็นสินค้าใช้สอยในชีวิตประจำวันแล้ว ยังเป็นแหล่งสร้างรายได้ และการจ้างงานให้แก่ชุมชนในหลายพื้นที่ โดยเฉพาะในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีการสืบทอดภูมิปัญญาด้านนี้ มาอย่างต่อเนื่อง (กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2564; ปรียศรี พรหมจินดา, 2567)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) ในกลุ่มหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชนมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจฐานรากและการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ระบุว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมมีศักยภาพในการสร้างมูลค่าเพิ่มและขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานส่วนใหญ่ยังเผชิญข้อจำกัดหลายด้าน ทั้งการออกแบบที่ขาดความหลากหลาย คุณภาพที่ไม่สม่ำเสมอ ช่องทางการตลาดที่จำกัด และการขาดนวัตกรรมในกระบวนการผลิต (ณัฏยาณี บุญทองคำ และจุมพต อ่อนทรง, 2566; สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567)

แนวทางที่สามารถช่วยแก้ไขข้อจำกัดเหล่านี้ได้ คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชิงสร้างสรรค์ (creative handicraft product development) ซึ่งบูรณาการแนวคิดการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (design thinking) และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) เข้ากับมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยไม่สูญเสียเอกลักษณ์ท้องถิ่น (Howkins, 2001; UNESCO, 2018; UNCTAD, 2018) ทั้งนี้ กระบวนการพัฒนาจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชน (community participation) เพื่อให้เกิดความยั่งยืนและตอบสนองความต้องการของทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง (Cornwall, 2008)

ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสาคร เป็นชุมชนที่มีทุนทางวัฒนธรรมด้านหัตถกรรมจักสานที่เข้มแข็ง โดยใช้วัสดุธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น ไม้ไผ่ หวาย และเถาวัลย์ สานเป็นเครื่องใช้ในครัวเรือนและภาชนะบรรจุผลผลิตทางการเกษตร อันสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน แต่ปัจจุบันกลุ่มผู้ผลิตในพื้นที่กำลังเผชิญปัญหาสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ 1) ผลิตภัณฑ์ขาดความหลากหลายและความทันสมัย ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดปัจจุบัน 2) ขาดการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ที่ผสานเอกลักษณ์ท้องถิ่นกับแนวคิดสมัยใหม่ 3) ขาดช่องทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง และ 4) ขาดการบูรณาการระหว่างภูมิปัญญาท้องถิ่นกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม นอกจากนี้ ข้อมูลพื้นฐานของตำบลหาดคัมภีร์ยังพบว่า ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและมีรายได้เฉลี่ยต่ำกว่าค่าเฉลี่ยระดับจังหวัด รวมถึงมีครัวเรือนยากจนจำนวนหนึ่งที่ขาดโอกาสเข้าถึงแหล่งรายได้เสริม แม้จะมีทุนทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็ง แต่ยังไม่สามารถแปลงเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างเต็มศักยภาพ เนื่องจากข้อจำกัดด้านการออกแบบ การตลาด และการบริหารจัดการ

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า มีงานวิจัยที่ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในหลายพื้นที่ เช่น ภาคเหนือ (อรนุตถ์ สุธาคำ และตรีชฎา สมพงษ์, 2563) และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยส่วนใหญ่มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในภาพรวม โดยยังขาดการคำนึงถึงเอกลักษณ์เฉพาะและการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างแท้จริง และยังไม่มีการศึกษาที่เชื่อมโยงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์กับบริบทเฉพาะของตำบลหาดคัมภีร์อย่างเป็นระบบ

ด้วยเหตุนี้ การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์เพื่อการยกระดับมูลค่าและอัตลักษณ์ชุมชน ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสาคร โดยบูรณาการกระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์เข้ากับการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และสามารถรักษามุมปัญญาท้องถิ่นไว้ได้อย่างยั่งยืน ผลที่ได้จะเป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาหัตถกรรมชุมชนในพื้นที่อื่น และสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับท้องถิ่นต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหาของการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ในพื้นที่ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสาคร

2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ชุมชน
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น
4. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานอย่างยั่งยืน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (design thinking)

แนวคิดการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ เป็นแนวทางการพัฒนานวัตกรรมที่มุ่งเน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง โดยให้ความสำคัญกับการทำความเข้าใจความต้องการเชิงลึกของผู้ใช้ ผ่านกระบวนการสำคัญ ได้แก่ การทำความเข้าใจปัญหา การสร้างแนวคิด การพัฒนาต้นแบบ และการทดสอบใช้งานจริง แนวคิดดังกล่าวช่วยลดความเสี่ยงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมที่มีคุณค่าเชิงพาณิชย์ (Brown, 2008; Liedtka, 2018)

ในบริบทการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน แนวคิดการออกแบบเชิงสร้างสรรค์สามารถนำมาใช้ เพื่อผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ ส่งผลให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างและตอบโจทย์ตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวคิดนี้จึงมีความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และการสร้างความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชน

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy)

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นแนวคิดที่ให้ความสำคัญกับการใช้ความคิดสร้างสรรค์ วัฒนธรรม และองค์ความรู้ท้องถิ่น เป็นทรัพยากรหลักในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยมองว่าทุนทางวัฒนธรรมสามารถพัฒนาเป็นสินค้าและบริการที่มีมูลค่าเพิ่มสูง และสร้างความแตกต่างในตลาดได้ โดยเฉพาะในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ (Howkins, 2001; UNCTAD, 2010)

นอกจากนี้ ความคิดสร้างสรรค์ยังเป็นกลไกสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันทางเศรษฐกิจยุคใหม่ (Florida, 2002) สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ช่วยส่งเสริมการยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีความร่วมสมัย และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้อย่างยั่งยืน

แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (community participation)

แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน เป็นกระบวนการที่เปิดโอกาสให้ประชาชนในพื้นที่เข้ามามีบทบาทในการวางแผน ตัดสินใจ ดำเนินงาน และประเมินผลการพัฒนา ซึ่งช่วยให้การพัฒนามีความสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ และส่งเสริมความเป็นเจ้าของร่วมของคนในชุมชน (Chambers, 1994) นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมยังช่วยส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้ การพัฒนาทักษะ และการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน (UNDP, 2016) ดังนั้น แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน จึงเป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานราก

แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (product development)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการสร้างและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดยครอบคลุมตั้งแต่การออกแบบ การเลือกวัตถุดิบ การผลิต การทดสอบ และการปรับปรุงคุณภาพอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลผู้บริโภค แนวโน้มตลาด และนวัตกรรมเทคโนโลยี (Ulrich & Eppinger, 2016) นอกจากนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรเชื่อมโยงกับการบริหารจัดการกิจกรรมตลอดห่วงโซ่มูลค่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพลดต้นทุน และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Porter, 1985) ซึ่งมีความสำคัญต่อการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในระยะยาว

แนวคิดเอกลักษณ์ชุมชน (community identity)

เอกลักษณ์ชุมชนสะท้อนถึงลักษณะเฉพาะของพื้นที่ เช่น วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น

ซึ่งสามารถนำมาใช้เป็นจุดเด่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน การนำเอกลักษณ์ชุมชนมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ช่วยสร้างความแตกต่างและเพิ่มคุณค่าเชิงวัฒนธรรมให้กับสินค้า (Howkins, 2001; UNCTAD, 2010) นอกจากนี้ การใช้ทุนทางวัฒนธรรมยังช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับพื้นที่ และช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชนในตลาดสมัยใหม่ (Florida, 2002)

แนวคิดคุณภาพผลิตภัณฑ์ (product quality)

คุณภาพผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยครอบคลุมทั้งด้านความทนทาน ความปลอดภัย มาตรฐานการผลิต ความสวยงาม และความสะดวกในการใช้งาน ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพสูง ช่วยสร้างความเชื่อมั่นและเพิ่มโอกาสทางการตลาด (Ulrich & Eppinger, 2016) อีกทั้งการบริหารจัดการคุณภาพตลอดห่วงโซ่คุณค่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว (Porter, 1985) ซึ่งมีความสำคัญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืน

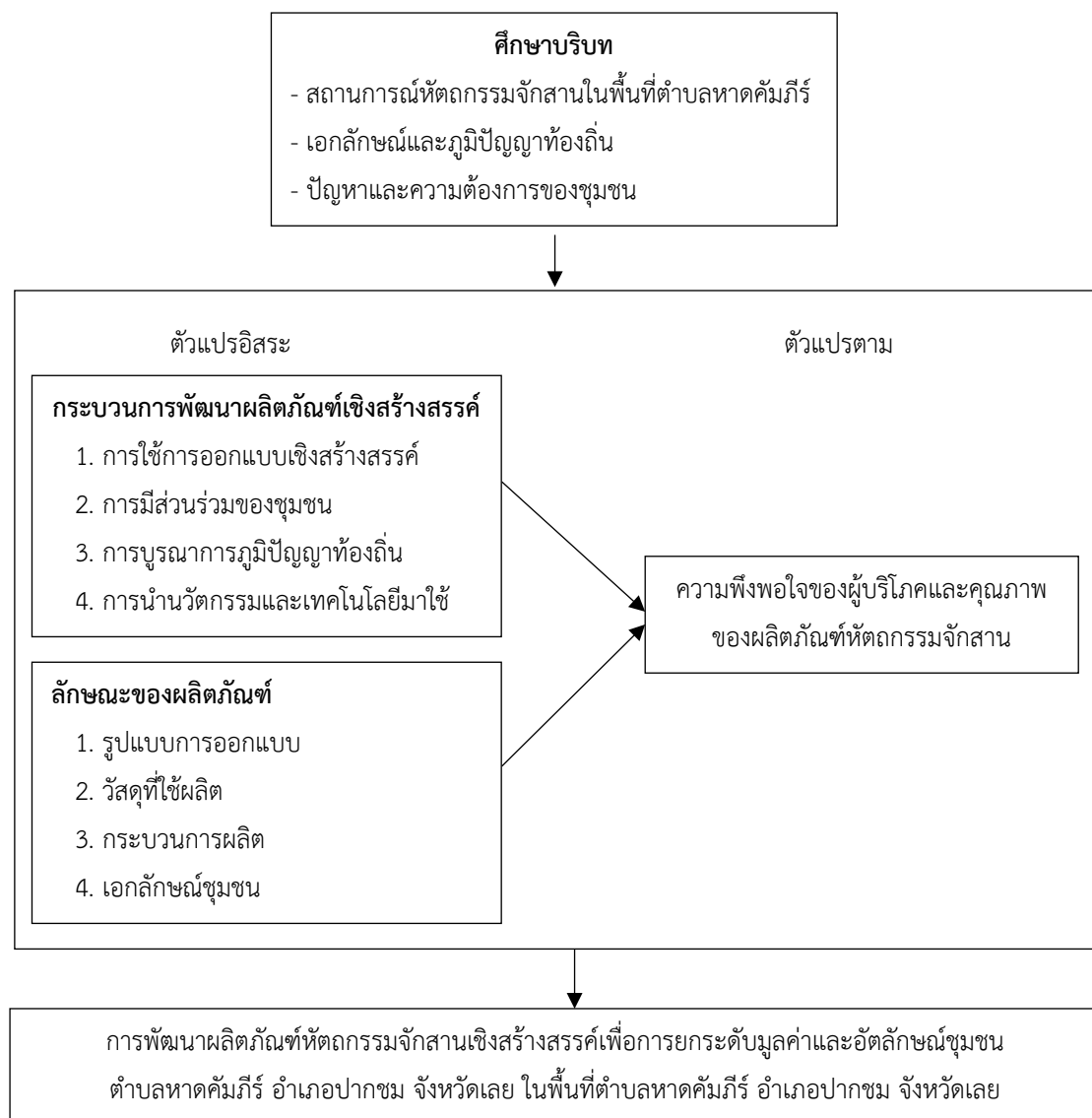
แนวคิดห่วงโซ่อุปทาน (supply chain)

Chopra & Meindl (2016) ได้นิยามห่วงโซ่อุปทานว่าหมายถึง เครือข่ายที่ประกอบด้วยทุกฝ่ายที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ครอบคลุมตั้งแต่ผู้จัดหาวัตถุดิบ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย ผู้ค้าปลีก ไปจนถึงผู้บริโภคขั้นสุดท้าย โดยมีวัตถุประสงค์หลักในการสร้างมูลค่าสูงสุดให้แก่ทุกส่วนของห่วงโซ่ ซึ่งวัดจากผลต่างระหว่างมูลค่าที่ลูกค้าได้รับกับต้นทุนรวมที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการ แนวคิดสำคัญอีกประการหนึ่งที่ Chopra & Meindl (2016) นำเสนอ คือ ความสอดคล้องเชิงกลยุทธ์ (strategic fit) หมายถึงการที่กลยุทธ์ห่วงโซ่อุปทานต้องสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการแข่งขันขององค์กร โดยพิจารณาจากลักษณะอุปสงค์ของลูกค้าและความไม่แน่นอนในห่วงโซ่ เพื่อออกแบบห่วงโซ่ที่มีทั้งความสามารถในการตอบสนอง (responsiveness) และประสิทธิภาพ (efficiency) ในระดับที่เหมาะสมกัน การจัดการห่วงโซ่อุปทานที่มีประสิทธิภาพจึงสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน ในขณะที่ความบกพร่องในห่วงโซ่อุปทานจะส่งผลเสียต่อสมรรถนะโดยรวมขององค์กรในที่สุด

การนำแนวคิดห่วงโซ่อุปทานของ Chopra & Meindl (2016) มาประยุกต์ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ช่วยให้เราสามารถวิเคราะห์กระบวนการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของชุมชนตำบลหาดคัมภีร์ได้อย่างครอบคลุมในทุกมิติ ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบไม่ไผ่จากป่าชุมชน กระบวนการผลิตในระดับครัวเรือน การควบคุมคุณภาพ ไปจนถึงช่องทางการจัดจำหน่ายและการกำหนดราคาที่สอดคล้องกับการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภค อันเป็นการวิเคราะห์จุดอ่อนและโอกาสในการยกระดับห่วงโซ่อุปทานหัตถกรรมชุมชนได้อย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิดการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ เพื่อการยกระดับมูลค่าและอัตลักษณ์ชุมชน ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภอบางคนธ์ จังหวัดเลย ในการศึกษาครั้งนี้เป็นการนำไม่ไผ่มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods research) ที่มุ่งศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์เพื่อการยกระดับมูลค่าและอัตลักษณ์ชุมชน ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภopakham จังหวัดเลย ในพื้นที่ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภopakham จังหวัดเลย โดยเป็นการนำไม่เฝ้าพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ชุมชน โดยใช้องค์ความรู้การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (design thinking) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) และแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (community participation) อีกทั้งยังใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์เพื่อการยกระดับมูลค่าและอัตลักษณ์ชุมชน ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภopakham

จังหวัดเลย มีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1) ผู้วิจัยบูรณาการแนวทางการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ของ Brown (2008) และ IDEO (2015) มาใช้เป็นกระบวนการหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งประกอบด้วย 6 กิจกรรม ดังนี้

กิจกรรม 1 การเข้าใจ (empathize) ทำความเข้าใจบริบท ความต้องการ ปัญหา และโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของกลุ่มผู้ผลิตและชุมชนตำบลหาดคัมภีร์ เพื่อค้นหาข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับประสบการณ์ ความรู้สึก ความต้องการ และปัญหาของผู้ผลิต

กิจกรรม 2 การกำหนดปัญหา (define) วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล เพื่อกำหนดประเด็นปัญหาและความต้องการที่แท้จริง

กิจกรรม 3 การระดมความคิด (ideate) สังเกตและเข้าใจกระบวนการผลิต บริบทการทำงาน จัดเวิร์กช็อปร่วมกับชุมชน เพื่อระดมความคิดสร้างสรรค์และหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และวิถีชีวิต

กิจกรรม 4 การสร้างต้นแบบ (prototype) พัฒนาและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ผลิต

กิจกรรม 5 การทดสอบ (test) ทดสอบต้นแบบผลิตภัณฑ์ตามโมเดลต้นแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ ที่ได้กำหนดไว้ คือ 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และ 2) การถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี ทั้งด้านการผลิต นวัตกรรมเทคโนโลยี และการตลาด

กิจกรรมที่ 6 ติดตาม ประเมิน โดยทำการติดตามผล และประเมินผล และนำผลมาสรุปเป็นรูปเล่มรายงานฉบับสมบูรณ์

2) การพัฒนาตามห่วงโซ่คุณค่า

ต้นน้ำ (upstream) กระบวนการจัดหาวัตถุดิบ โดยใช้ดอกจากไม้ไผ่ที่ได้จากป่าชุมชน เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

กลางน้ำ (midstream) เป็นขั้นตอนสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเชิญผู้เชี่ยวชาญมาถ่ายทอดเทคนิค และร่วมกับชุมชนในการพัฒนาตลาดและออกแบบสินค้าจักสานให้มีความทันสมัย สร้างอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชน แลกเปลี่ยนเทคโนโลยีนวัตกรรม สร้างองค์ความรู้ใหม่ให้กับชุมชน และส่งเสริมการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในระดับสากล

ปลายน้ำ (downstream) กระบวนการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ตะกร้า กระติบข้าว และหวดนั่งข้าว ในราคา 80/320/80 บาทต่อชิ้น ผ่านช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลาย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์จักสานในตำบลหาดคัมภีร์ อำเภอกาบัง จังหวัดเลย

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในห่วงโซ่อุปทานผลิตภัณฑ์จักสานในตำบลหาดคัมภีร์ อำเภอกาบัง จังหวัดเลย ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยคัดเลือกผู้มีส่วนเกี่ยวข้องโดยตรงกับการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย 1) ครีวเรือนยาจนที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 22 คน 2) ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จักสาน จำนวน 24 คน 3) ผู้นำชุมชน จำนวน 2 คน และ 4) สมาชิกสมทบ จำนวน 2 คน รวมทั้งสิ้น 50 คน โดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างอาศัยแนวคิดห่วงโซ่อุปทาน (supply chain) ของ Chopra & Meindl (2016) และแนวความคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (community participation) ของ Cornwall (2008) เป็นกรอบในการคัดเลือก เพื่อให้ผู้ให้ข้อมูลครอบคลุมผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกขั้นตอนของห่วงโซ่อุปทาน ที่เน้นการวิเคราะห์ทุกระดับของห่วงโซ่ เพื่อให้เข้าใจปัญหาและโอกาสในการยกระดับได้อย่างครบถ้วน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้แบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม และแบบประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์มุ่งศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์เพื่อการยกระดับมูลค่าและอัตลักษณ์ชุมชน ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภอบางขัน จังหวัดเลย ในพื้นที่ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภอบางขัน จังหวัดเลย โดยมีรายละเอียดของแบบสอบถาม ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้จำนวน 6 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ 1) การใช้การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ 2) การมีส่วนร่วมของชุมชน 3) การบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 4) การนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาใช้ โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด = 1 เห็นด้วยมากที่สุด = 5

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ ประกอบไปด้วย 1) รูปแบบการออกแบบ 2) วัสดุที่ใช้ผลิต 3) กระบวนการผลิต และ 4) เอกลักษณ์ชุมชน โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด = 1 เห็นด้วยมากที่สุด = 5

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคและคุณภาพของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) ตามแนวคิดของลิเคิร์ท (Likert) 5 ระดับ คือ เห็นด้วยน้อยที่สุด = 1 เห็นด้วยมากที่สุด = 5

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับประเด็นที่ทำการศึกษา และนำมากำหนดนิยามตัวแปรมาตรวัด จากนั้นนำมาสร้างเครื่องมือคือแบบสอบถาม

3.2 นำแบบสอบถามที่ได้นำเสนอผู้เชี่ยวชาญ พิจารณาข้อคำถามว่าเหมาะสม ตรงเชิงเนื้อหา สอดคล้องกับตัวชี้วัดและวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่ ตรวจสอบความถูกต้องด้านโครงสร้างเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 และทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียง จำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) เท่ากับ 0.89

3.3 ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญไปปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ และทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยการวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (reliability) ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) โดยระดับความเชื่อมั่นของแบบสอบถามที่ยอมรับได้ คือ 0.7 ขึ้นไป (Hair et al., 2010)

3.4 ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูล โดยนำแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ชุมชน และทำการแจกแบบสอบถามจนครบจำนวนตัวอย่างที่ต้องการ โดยแจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองและขอรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเอง

3.5 เก็บรวบรวมแบบสอบถามแล้วคัดเลือกแบบสอบถามที่สมบูรณ์เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลต่อไป

3.6 การเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) และวิธีการสนทนากลุ่ม (focus group discussion) จำนวน 2 ครั้ง ครั้งละ 8–10 คน ใช้เวลาครั้งละประมาณ 1.5–2 ชั่วโมง และตรวจสอบสามเส้า (triangulation) และการให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบ (member checking)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ การสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์ด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis)

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการเปรียบเทียบก่อนและหลังการพัฒนา ใช้สถิติ Paired Sample t-test กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสานมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์เพื่อการยกระดับมูลค่าและอัตลักษณ์ชุมชน ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสาคร โดยบูรณาการแนวคิดการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน ควบคู่กับการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เหมาะสม ผลการวิจัยสามารถสังเคราะห์และนำเสนอได้เป็น 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามกระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ และ 2) ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามห่วงโซ่คุณค่า ดังนี้

1. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามกระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ผลิตเดิม จำนวน 24 คน และการสนทนากลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 50 คน โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) พบว่า การผลิตหัตถกรรมจักสานในปัจจุบันยังคงยึดโยงกับภูมิปัญญาท้องถิ่นและดำเนินการในลักษณะครัวเรือนเป็นหลัก ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ได้แก่ กระติบข้าว ตะกร้า และกระบุง โดยใช้ไม้ในพื้นที่เป็นวัตถุดิบหลัก ซึ่งมีความแข็งแรงและสามารถจัดหาได้ง่าย อย่างไรก็ตาม กระบวนการผลิตยังขาดการพัฒนาเชิงออกแบบและการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดยุคใหม่ เมื่อวิเคราะห์เชิงประเด็น (thematic analysis) สามารถสรุปปัญหาหลักได้ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการออกแบบและนวัตกรรม ซึ่งผลิตภัณฑ์ยังมีรูปแบบซ้ำเดิมและไม่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคสมัย 2) ด้านการตลาดและช่องทางจำหน่าย ซึ่งยังจำกัดอยู่ในระดับท้องถิ่น และ 3) ด้านการบริหารจัดการกลุ่ม โดยเฉพาะประเด็นโครงสร้างการจัดการและการสืบทอดองค์ความรู้สู่คนรุ่นใหม่ เนื่องจากผู้ผลิตส่วนใหญ่มีอายุเฉลี่ยค่อนข้างสูง

ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานในพื้นที่ตำบลหาดคัมภีร์ได้ดำเนินการภายใต้กรอบแนวคิดการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ (creative design process) ของ Brown (2008) และ IDEO (2015) ควบคู่กับแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (participatory approach) ของ Cornwall (2008) อย่างเป็นระบบ ประกอบด้วย 6 กิจกรรมหลัก ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 การเข้าใจ (empathize) ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อทำความเข้าใจบริบท ความต้องการ ปัญหา และโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของกลุ่มผู้ผลิตและชุมชนตำบลหาดคัมภีร์อย่างลึกซึ้ง ทั้งในด้านประสบการณ์การผลิต ความรู้สึก ความต้องการ และข้อจำกัดของผู้ผลิต เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนความเป็นจริงของชุมชน

กิจกรรมที่ 2 การกำหนดปัญหา (define) นำข้อมูลที่รวบรวมได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อกำหนดประเด็นปัญหาและความต้องการที่แท้จริง ทั้งในมิติของกระบวนการผลิต คุณภาพผลิตภัณฑ์ และความต้องการของตลาด อันเป็นฐานสำคัญในการวางทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนถัดไป

กิจกรรมที่ 3 การระดมความคิด (ideate) จัดกระบวนการสังเกตการณ์และศึกษากระบวนการผลิต บริบทการทำงาน และวิถีชีวิตของชุมชนควบคู่กัน พร้อมจัดเวิร์กช็อปแบบมีส่วนร่วมกับผู้ผลิตและสมาชิกชุมชน เพื่อระดมความคิดสร้างสรรค์และสำรวจแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย โดยยึดอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแกนหลัก

กิจกรรมที่ 4 การสร้างต้นแบบ (prototype) ดำเนินการพัฒนาและสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มผู้ผลิต โดยอัตลักษณ์ที่นำมาใช้ในการออกแบบ ประกอบด้วย ลวดลายที่สะท้อนวิถีชีวิตริมแม่น้ำโขง การใช้โทนสีธรรมชาติจากวัสดุท้องถิ่น และการปรับปรุงทรงให้มีความร่วมสมัยมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 3 รูปแบบ ได้แก่ ตะกร้า กระติบข้าว และหวดนั่งข้าว ซึ่งมีความประณีตและสอดคล้องกับเอกลักษณ์ของชุมชน นอกจากนี้ ยังได้ประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบทชุมชน ได้แก่ ชุดอุปกรณ์เครื่องจักตอกไม้ไผ่ และชุดอุปกรณ์เครื่องเหลาตอกไม้ไผ่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในขั้นตอนการเตรียมวัตถุดิบ ลดความคลาดเคลื่อนของขนาดเส้นตอก และยกระดับมาตรฐานคุณภาพการผลิตให้มีความสม่ำเสมอ อันเป็นการผสานองค์ความรู้ดั้งเดิมกับเทคโนโลยีได้อย่างสมดุล

กิจกรรมที่ 5 การทดสอบ (test) นำต้นแบบผลิตภัณฑ์เข้าสู่กระบวนการทดสอบตามโมเดลต้นแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ที่กำหนดไว้ ครอบคลุม 2 ด้านหลัก ได้แก่ 1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ และ 2) การถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีทั้งด้านการผลิต นวัตกรรม และการตลาด เพื่อให้ชุมชนสามารถนำไปปฏิบัติได้จริงอย่างยั่งยืน ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 คน ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

การประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์	4.28	0.42	มากที่สุด
ด้านการใช้งาน	4.17	0.44	มากที่สุด
ด้านอัตลักษณ์ชุมชน	4.51	0.37	มากที่สุด
ภาพรวม	4.32	0.41	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$, S.D. = 0.41) โดยด้านความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.51$, S.D. = 0.37) สะท้อนถึงความสำเร็จในการบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับกระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์

กิจกรรมที่ 6 การติดตามและประเมินผล (evaluate) ดำเนินการติดตามและประเมินผลการดำเนินงานในภาพรวมทุกขั้นตอน จากนั้นรวบรวมและสังเคราะห์ผลที่ได้เพื่อจัดทำเป็นรายงานฉบับสมบูรณ์ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชุมชนในพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

โดยสรุป กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้ง 6 กิจกรรมนี้สะท้อนการบูรณาการระหว่างแนวคิดการออกแบบเชิงสร้างสรรค์กับการมีส่วนร่วมของชุมชนได้อย่างเป็นระบบ โดยยึดอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นแกนหลักของการพัฒนา ควบคู่กับการนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาเสริมสร้างศักยภาพการผลิต ซึ่งถือเป็นต้นแบบการพัฒนาหัตถกรรมชุมชนที่ผสมผสานมิติทางวัฒนธรรม เศรษฐกิจ และสังคมได้อย่างสมดุล

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคจำนวน 50 คน และผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจก่อนและหลังการพัฒนา แสดงผลดังตารางที่ 2 และ 3

ตารางที่ 3 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์

การประเมิน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านความสวยงามและการออกแบบ	4.52	0.41	มากที่สุด
ด้านความเป็นเอกลักษณ์	4.47	0.43	มากที่สุด
ด้านคุณภาพและความคงทน	4.41	0.47	มากที่สุด
ด้านความคุ้มค่า	4.12	0.44	มาก
ภาพรวม	4.38	0.27	มากที่สุด

จากตารางที่ 3 พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านความสวยงามและการออกแบบ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านความเป็นเอกลักษณ์ และด้านคุณภาพและความคงทน ตามลำดับ ขณะที่ด้านความคุ้มค่าอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจก่อนและหลังการพัฒนา

ตัวแปร	ก่อนพัฒนา		หลังพัฒนา		t	df	p-value
	$\bar{X}$	S.D.	$\bar{X}$	S.D.			
ความพึงพอใจโดยภาพรวม	3.21	0.45	4.38	0.27	12.45	49	< 0.001

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบก่อนและหลังการพัฒนา พบว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 นอกจากนี้ การประเมินคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ่านเกณฑ์ด้านความแข็งแรง ความประณีต และความปลอดภัยในการใช้งาน ผลการวิจัยแนวทางการยกระดับผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน พบว่า สามารถแบ่งได้ 4 มิติ ได้แก่ 1) มิติด้านผลิตภัณฑ์ โดยพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับแนวโน้มตลาดและส่งเสริมการออกแบบร่วมกับนักออกแบบมืออาชีพ 2) มิติด้านการตลาด โดยขยายช่องทางจำหน่ายออนไลน์และพัฒนาแบรนด์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน 3) มิติด้านการบริหารจัดการ โดยจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอย่างเป็นระบบและพัฒนาทักษะการบริหารต้นทุน และ 4) มิติด้านการสืบทอดภูมิปัญญา โดยจัดกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้สู่เยาวชนและบูรณาการความร่วมมือกับสถานศึกษาในพื้นที่

2. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามห่วงโซ่คุณค่า

การวิเคราะห์ตามแนวคิดห่วงโซ่คุณค่า (value chain) พบว่า 1) ต้นน้ำ (upstream) มีการใช้วัตถุดิบไม้ไผ่จากป่าชุมชนช่วยลดต้นทุนการผลิต และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่าและยั่งยืน 2) กลางน้ำ (midstream) การถ่ายทอดองค์ความรู้จากผู้เชี่ยวชาญร่วมกับการมีส่วนร่วมของชุมชน ส่งผลให้เกิดการพัฒนาในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างอัตลักษณ์สินค้า การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีการผลิต และการสร้างองค์ความรู้ใหม่ภายในชุมชน และ 3) ปลายน้ำ (downstream) ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนา ได้แก่ ตะกร้า กระติบข้าว และหวดนั่งข้าว สามารถผลิตและจำหน่ายได้จริง โดยมีราคาจำหน่ายเฉลี่ย 320 บาท 80 บาท และ 80 บาท ตามลำดับ ผ่านช่องทางตลาดชุมชน ร้านค้าของฝาก และช่องทางออนไลน์ ซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพเชิงพาณิชย์ของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา

การอภิปรายผล

ผลการศึกษาศาสนาการณ์หัตถกรรมจักสานในชุมชนตำบลหาดคัมภีร์ พบว่า กระบวนการผลิตยังคงดำเนินในรูปแบบอุตสาหกรรมครัวเรือน และประสบปัญหาสำคัญใน 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบและนวัตกรรม ด้านการตลาดและช่องทางจำหน่าย และด้านการสืบทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบแนวคิดการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ของ Brown (2008) และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของ Howkins (2001) ที่ชี้ว่า การสร้างมูลค่าจากทุนทางวัฒนธรรมจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการที่เป็นระบบและมุ่งเน้นความต้องการของผู้ใช้เป็นศูนย์กลาง นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของทรัพย์ อมรวิญญู (2564) ที่ชี้ให้เห็นถึงข้อจำกัดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายใต้กรอบแนวคิดการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ควบคู่กับแนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน (participatory approach) พบว่า ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่บูรณาการอัตลักษณ์วิถีชีวิตริมน้ำโขงได้รับการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญในระดับมากที่สุด โดยด้านความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของกิริณธร วันช่วย และรังสรรค์ ลิเปี้ยว (2568) ที่ยืนยันว่า การประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นในกระบวนการออกแบบร่วมสมัยสามารถสร้างความโดดเด่นและมูลค่าเพิ่มเชิงพาณิชย์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ผลด้านการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับบริบทชุมชน พบว่า การนำชุดอุปกรณ์เครื่องจักตอกไม้ไผ่และชุดอุปกรณ์เครื่องเหลาตอกไม้ไผ่มาใช้ในกระบวนการเตรียมวัตถุดิบ พบว่า สามารถลดความคลาดเคลื่อนของขนาดเส้นตอกและยกระดับมาตรฐานคุณภาพการผลิตให้มีความสม่ำเสมอมากขึ้น อันสะท้อนถึงความสำเร็จในการผสมผสานองค์ความรู้ดั้งเดิมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้อย่างสมดุล ผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของคณิตา ตุมพสุวรรณ (2562) ที่พบว่า การนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาผนวกเข้ากับกระบวนการผลิตดั้งเดิมบนพื้นฐานบริบทชุมชน มีส่วนสำคัญในการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรมในส่วนของการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับการศึกษาของเจษฎาพล กิตติพัฒน์วิทย์ (2557) ที่พบว่า กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนแบบมีส่วนร่วมส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคด้านความสวยงามและความเป็นเอกลักษณ์ได้อย่างเด่นชัด และสอดคล้องกับการศึกษาของกัญญารัตน์ แก้วกมล และคณะ (2564) ที่ยืนยันว่า การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเป็นฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถเพิ่มระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ค่าเฉลี่ยด้านความคุ้มค่าที่อยู่ในระดับต่ำกว่าด้านอื่น สะท้อนให้เห็นว่า การกำหนดราคาจำหน่ายที่สอดคล้องกับการรับรู้คุณค่าของผู้บริโภคยังเป็นประเด็นที่ควรได้รับการพัฒนาในระยะต่อไป และสำหรับผลการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ พบว่า การใช้วัตถุดิบไม้ไผ่จากป่าชุมชนช่วยลดต้นทุนการผลิตและสนับสนุนการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน ในขณะที่การจำหน่ายผ่านหลายช่องทางสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพเชิงพาณิชย์ของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาอย่างชัดเจน ผลดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของกฤษฎิยา มูลศรี (2562) ที่พบว่า การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของสมาชิกและการเสริมสร้างศักยภาพอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถแข่งขันได้ในระยะยาว

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยนี้มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับมูลค่าและอัตลักษณ์ชุมชน ตำบลหาดคัมภีร์ อำเภอปากชม จังหวัดเลย โดยบูรณาการ 3 มิติ ได้แก่ การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ ห่วงโซ่คุณค่า และอัตลักษณ์ชุมชนเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ผลการวิจัยก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ 4 ประการ ได้แก่ 1) รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานเชิงสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์ชุมชน 2) นวัตกรรมอุปกรณ์การผลิตระดับครัวเรือน 3) กรอบการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า

แบบบูรณาการ และ 4) ฐานข้อมูลอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชนองค์ความรู้ดังกล่าวมีลักษณะเด่นคือการบูรณาการแนวคิดด้านการออกแบบ ห่วงโซ่คุณค่า และอัตลักษณ์ชุมชนในเชิงระบบ ซึ่งสามารถประยุกต์ใช้ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนในบริบทอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยใช้กระบวนการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ควบคู่กับการวิเคราะห์ความต้องการของตลาด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองผู้บริโภคได้อย่างตรงจุดและเพิ่มโอกาสทางการแข่งขันทางการตลาด

1.2 ควรส่งเสริมการนำทุนทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่างเชิงมูลค่าและเพิ่มศักยภาพของผลิตภัณฑ์ในตลาดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

1.3 ควรพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน สถาบันการศึกษา และชุมชน เพื่อสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างเป็นระบบ

1.4 ควรส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและแพลตฟอร์มออนไลน์ในการเพิ่มช่องทางการตลาดและการเข้าถึงผู้บริโภค

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาการประยุกต์ใช้การออกแบบเชิงสร้างสรรค์กับผลิตภัณฑ์ชุมชนในบริบทพื้นที่ที่แตกต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์และพัฒนางานองค์ความรู้เชิงพื้นที่

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎิยา มูลศรี. (2562). นวัตกรรมและการตลาดดิจิทัลที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

ในประเทศไทย. *MFU Connexion: Journal of Humanities and Social Sciences*, 8(2), 36-62.

<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/MFUconnexion/article/view/241036>.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2564). *โครงการกิจกรรมส่งเสริมเกษตรอุตสาหกรรมแบบครบวงจร*. กองพัฒนาเกษตร

อุตสาหกรรม. สืบค้น 10 มีนาคม 2569 จาก

[https://www.dip.go.th/uploadcontent/Ploypilin/Community%20enterprises%20\(IAID\).pdf](https://www.dip.go.th/uploadcontent/Ploypilin/Community%20enterprises%20(IAID).pdf).

กัญญารัตน์ แก้วกมล, นิติคุณ ท้าวทอง, สุปวีณ์ รสรีน, อนุศิษฐ์ เพชรเชนทร์, อมรรัตน์ รัตนสุภา และจันทรีศรี ภูติอริยวัฒน์.

(2564). การใช้ทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, (11)1, 75-91. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/HUSO-J/article/view/1031>.

กිරฉัตร วันช่วย และรังสรรค์ ลิเปี้ยว. (2568). กระบวนการค้นหาอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้โดดเด่น

บ้านสุขสำราญ ตำบลท่าเกษม อำเภอเมืองสระแก้ว จังหวัดสระแก้ว. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 27(1), 158-169.

<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru/article/view/284065>.

ณัฏยาณี บุญทองคำ และจุมพต อ่อนทรง. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง

จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 6(3), 257-276. <https://doi.org/10.14456/jra.2023.68>.

- ทรัพย์ อมรวิญญู. (2564). การสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์จากวัสดุท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม กลุ่มจักสานชุมชนบ้านไชยา หมู่ 4 อำเภอสระใคร จังหวัดหนองคาย. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*, 13(3), 88–101.
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/237589>.
- คณิตา ตุมพสุวรรณ. (2562). *นวัตกรรมการสืบทอดมรดกภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์เชิงภูมิปัญญา*. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
<https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/9198>.
- เจษฎาพล กิตติพัฒน์วิทย์. (2557). การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่. *Community and Social Development Journal*, 15(2), 101–114.
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/cmrrresearch/article/view/96185>.
- ปรียศรี พรหมจินดา. (2567). *รูปแบบการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมความเป็นนวัตกรรมศิลปหัตถกรรมจักสานตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาศิลปศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2567). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13*. พ.ศ. 2566-2570. สืบค้น 10 มีนาคม 2569 จาก <https://www.nesdc.go.th/the-national-economic-and-social-development-plan/the-thirteenth-plan-2023-2027/>.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). *รายงานสถานการณ์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (MSME) เมษายน 2566*. สืบค้น 10 มีนาคม 2569 จาก <https://www.smeone.info/posts/view/5148>.
- อรนุตฤกษ์ สุธาคำ และตรีชฎา สมพอง. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ชุมชน กลุ่มจักสานบ้านป่าจั่ว ตำบลทาเหนือ อำเภอแม่เอน จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิจัยเทคโนโลยีนวัตกรรม*, 4(2), 22–38.
<https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JIT/article/view/243471>.
- Brown, T. (2008). Design thinking. *Harvard Business Review*, 86(6), 84–92.
- Chambers, R. (1994). Participatory rural appraisal (PRA): Analysis of experience. *World Development*, 22(9), 1253–1268. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(94\)90003-5](https://doi.org/10.1016/0305-750X(94)90003-5).
- Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply chain management: Strategy, planning, and operation* (6th ed). Pearson Education.
- Cornwall, A. (2008). Unpacking 'participation': Models, meanings and practices. *Community Development Journal*, 43(3), 269–283. <https://doi.org/10.1093/cdj/bsn010>.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Basic Books.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed). Pearson.
- Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Penguin Books.
- IDEO. (2015). *The field guide to human-centered design*. IDEO.org.
- Liedtka, J. (2018). Why design thinking works. *Harvard Business Review*, 96(5), 72–79.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
- Ulrich, K. T., & Eppinger, S. D. (2016). *Product design and development* (6th ed). McGraw-Hill Education.

UNCTAD. (2010). *Creative economy report 2010*. United Nations.

<https://digitallibrary.un.org/record/711650?v=pdf>.

UNCTAD. (2018). *Creative economy outlook: Trends in international trade in creative industries*. United Nations.

https://www.academia.edu/61224791/CREATIVE_ECONOMY_OUTLOOK_Trends_in_international_trade_in_creative_industries.

UNDP. (2016). *Human development report 2016: Human development for everyone*. United Nations

Development Programme. <https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2016>.

UNESCO. (2018). *Re | shaping cultural policies: Advancing creativity for development*. UNESCO.

https://www.unesco.at/fileadmin/Redaktion/Publikationen/Publikations-Dokumente/2018_Global_Monitoring_Report_2005Convention_EN.pdf.