

# การศึกษาวิเคราะห์ รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์การย้อมครามของไทย จีน และญี่ปุ่น\*

## A STUDY AND ANALYSIS OF THE DEVELOPMENT PATTERNS OF INDIGO DYEING PRODUCTS IN THAILAND, CHINA AND JAPAN

วันศนิ กระจ่างยุทธ\*, พงษ์สิทธิ์ ศุภเศรษฐศิริ, กิตติกรณ์ นพอุดมพันธ์

Wansani Krachangyut\*, Pharit Suphasetsiri, Kittikorn NopUdomphan

สาขาศิลปวัฒนธรรมวิจัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Arts and Culture Research Branch, Srinakharinwirot University, Bangkok, Thailand

\*Corresponding author E-mail: wansani.krachangyut@g.swu.ac.th

### บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่องการศึกษาเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ย้อมครามของประเทศไทย จีน และญี่ปุ่น โดยผู้วิจัยนำเสนอในประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่นโดยพื้นที่ในการคัดเลือกในการศึกษาวิจัยเป็นพื้นที่ผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ย้อมครามที่มีชื่อเสียงโดยประเด็นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นหนึ่งในประเด็นของการศึกษาวิจัยผลการศึกษาพบว่า การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ย้อมครามใน 3 ประเทศ มีทิศทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้านำไปสู่อุตสาหกรรมระบบสากล เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการในท้องตลาดในประเทศและในต่างประเทศ ทั้ง 3 ประเทศมีกระบวนการและขั้นตอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 11 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน 2) การกำหนดข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ 3) การสร้างแนวความคิดผลิตภัณฑ์ 4) การคัดเลือกแนวคิดของผลิตภัณฑ์ 5) การวิเคราะห์ความเป็นไปได้และทิศทางของการตลาดในด้านของผลิตภัณฑ์ 6) การพัฒนาแนวคิดของผลิตภัณฑ์ 7) การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 8) การพัฒนากระบวนการผลิต 9) การทดสอบผลิตภัณฑ์และทดลองตลาด 10) การวางแผนการตลาด และศึกษาผู้บริโภค 11) สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และสามารถแบ่งลักษณะของผลิตภัณฑ์ ที่ถูกผลิตและพัฒนาในพื้นที่ของทั้ง 3 ประเทศโดยแบ่งออกออกเป็น 4 รูปแบบถูกแบ่งออกเป็น ได้แก่ 1) Lifestyle 2) ผ้าผืนสำเร็จ 3) ผลิตภัณฑ์แฟชั่นสำเร็จ 4) เฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้าน ทั้งนี้การคัดเลือกแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการที่สำคัญ ที่ทั้ง 3 ประเทศ มีจุดมุ่งหมายและความต้องการความเหมาะสมและสามารถทำผลิตภัณฑ์ย้อมครามสามารถที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นทั้งประเทศไทย จีน และญี่ปุ่นเพื่อให้เข้าถึงและให้เป็นที่รู้จักอีกทั้งเป็นที่ต้องการของตลาดได้ในยุคปัจจุบัน

**คำสำคัญ:** การพัฒนาผลิตภัณฑ์, การย้อมคราม, ประเทศไทย, ประเทศจีน, ประเทศญี่ปุ่น

### Abstract

This article is part of a research project on a comparative study of indigo dye products from Thailand, China and Japan. The researcher presented on product development issues in Thailand, China, and Japan. The area selected for the research study is a famous production and development area for indigo dye products. The issue of product development is one of the issues of the research study. The results of the study found that the development of indigo dye products in 3 countries has the direction of product development leading to an international industry

system so that products are in demand in the domestic and international markets. By all 3 countries have a product development process divided into 11 steps as follows:- 1) Clearly defining product goals and objectives, 2) Defining product limitations, 3) Product concept creation, 4) Product concept selection, 5) Analyzing feasibility and direction of marketing in terms of products, 6) Product concept development, 7) Product prototype creation, 8) Production process development, 9) Product testing and market trials, 10) Marketing planning and consumer studies, 11) Product distribution locations which can be divided into characteristics of products produced and developed in the areas of all 3 countries, divided into 4 formats, divided into:- 1) Lifestyle, 2) Ready-made fabrics, 3) Ready-made fashion products, 4) Furniture and home decorations. In this regard, the selection of ideas in the field of product design and development, it is an important process that all 3 countries have the aim and desire to be suitable and able to make indigo dye products that are local wisdom of Thailand, China and Japan in order to reach and be known as well as being in demand in the market in the present era.

**Keywords:** Product Development, Indigo Dyeing, Thailand, China, Japan

## บทนำ

ภูมิปัญญาท้องถิ่นคือศิลปวัฒนธรรมและความเป็นอยู่ประเพณีพื้นบ้านของสถานที่นั้น ๆ รูปแบบวัฒนธรรมแบ่งได้เป็น 2 รูปแบบคือที่จับต้องได้และไม่สามารถจับต้องได้ (กำจร สุนพงษ์ศรี, 2560) อาจกล่าวได้ว่าเป็นมรดกตกทอดที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรมอีกทั้งควรแก่การสืบทอดอนุรักษ์แก่คนรุ่นหลังเพื่อได้การเรียนรู้ และเป็น การสืบทอดสู่รุ่นต่อไปท้องถิ่นถือว่าเป็นงานประดิษฐ์คิดค้นและสร้างสรรค์ขึ้นโดยกลุ่มคนในชุมชนหรือท้องถิ่นเพื่อ ใช้ในชีวิตประจำวันหรือใช้งานพิธีต่าง ๆ การทำกิจกรรมในชุมชนเพื่อแสดงถึงความภาคภูมิใจหรือกระบวนการ สื่อสารประสบการณ์ของแต่ละบุคคลที่สะสมขึ้นรวมไปถึงการคัดกรองคัดเลือกวัตถุดิบในการผลิตที่เหมาะสมกับ งานหัตถกรรมพื้นบ้านของต้นนี้ทางด้านการทอผ้าและอาการทางด้านผ้าย้อมครามวัสดุธรรมชาติหรือ เครื่องปั้นดินเผาและนำกระดาษเป็นต้น (อัญชลี โสมดี, 2553)

งานหัตถกรรมประเภทผ้าหรือเครื่องนุ่งห่มนับเป็นภูมิปัญญาในการดำรงชีวิตของมนุษย์ เป็นหนึ่งใน พื้นฐานปัจจัย 4 ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ในอดีตทอผ้าในทวีปเอเชียเคยมีการทอผ้าใช้เองในครัวเรือน เป็น จำนวนมาก จึงทำให้งานหัตถกรรมประเภทผ้ามีความสำคัญมากในแถบทวีปเอเชียและแม้แต่ในสังคมเมือง หรือ ชุมชนเล็ก ๆ ก็ต่างมีประเพณีธรรมเนียมการทอผ้า การมัดย้อมผ้าโดยใช้เทคนิคต่าง ๆ ไว้เพื่อใช้สอยเอง หรือใช้ใน พิธีกรรมต่าง ๆ งานหัตถกรรมผ้ามีหลากหลายชนิดตามแต่แหล่งท้องถิ่นเช่น ผ้าทอผ้าย้อมคราม ผ้ามัดย้อมแต่ละ ประเภทเป็นลักษณะเฉพาะตามท้องถิ่นที่ได้สืบทอดต่อกันมาเทคนิคกระบวนการการผลิต เป็นลักษณะพิเศษ เฉพาะแต่ละที่ที่แตกต่างกันออกไป กระบวนการหัตถกรรมผ้าย้อมครามในแถบทวีปเอเชียมีหลากหลาย โดยเฉพาะกลุ่มแถบประเทศเอเชียผ้าครามถือเป็นภูมิปัญญาของชุมชนท้องถิ่นในแถบทวีปเอเชียที่เป็นการรวบรวม กันอยู่และสามารถแสดงออกในได้รูปแบบ ความเชื่อ ที่อยู่ในภาวะของพลวัตทางวัฒนธรรม (ศิริพร ณ กลาง, 2558) ที่สั่งสมมาตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษเมืองด้วยประเทศแถบเอเชียเป็นประเทศเกษตรกรรม นับได้ว่าเกือบทุก ครัวเรือนเว้นว่างจากการทำงานกลุ่มแม่บ้านจะทอผ้าและย้อมผ้าด้วยครามที่เป็นพืชตามท้องถิ่นในประเทศเอเชีย ในประเทศไทยการย้อมครามเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นในแถบภาคอีสานที่มีมาช้านานถูกถ่ายทอดครั้งเป็นภูมิปัญญาที่ สืบทอดกันมาทุกครัวเรือนแต่หลังจากสงครามโลกครั้งที่ 2 เมื่อวัฒนธรรมและเทคโนโลยี จากต่างประเทศได้เข้ามา แพร่กระจายเข้าสู่ประเทศไทยอย่างรวดเร็วจนเกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้น เป็นอย่างมากสิ่งหนึ่งที่ปรากฏขึ้นที่มี

ผลกระทบต่อฝ้ายอ้อมครามคือผลิตภัณฑ์ที่เป็นผ้าสมัยใหม่ถูกผลิตด้วยระบบอุตสาหกรรมที่ใช้ความเร็วและมีความสวยงามมีราคาต้นทุนที่มีราคาถูกกว่าจึงทำให้ผลิตภัณฑ์ฝ้ายอ้อมครามถูกไม่ถูกหยิบยกนำมาพัฒนาและปรากฏให้เห็น (อนุรัตน์ สายทอง, 2550) วัตถุประสงค์สำหรับการทำฝ้ายอ้อมครามส่วนมากจะมีการพัฒนาขึ้นมาเป็นลำดับแต่เราพอที่จะสืบนิษฐานจากหลักฐานทางโบราณคดีที่พบในประเทศไทยได้ว่ามนุษย์คงแสวงหาพืชในท้องถิ่นที่ใช้ในครัวเรือนหรือพืชที่นำมาใช้ประโยชน์ที่หลากหลายเช่น ใบคราม ขมิ้น เปลือกมังคุด ลูกหว้าหรือใบहुกวาง เป็นต้น

ฝ้ายอ้อมครามเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือที่กำลังได้รับความนิยมในสังคมปัจจุบันมากขึ้น เนื่องจากมีความโดดเด่นทรงคุณค่าทางงานศิลปะและมีความสวยงาม มีกระบวนการการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมค่อนข้างมาก เมื่อเทียบกับกระบวนการการผลิตฝ้ายอ้อมสีสังเคราะห์ที่ใช้พลังงานในอุตสาหกรรมสูง สร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อมและเร่งอัตราการเกิดสภาวะโลกร้อนให้เร็วมากขึ้น ด้วยปัจจุบันมีกระแสการอนุรักษ์ดูแลและปกป้องสิ่งแวดล้อมเกิดขึ้นทำให้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาตินั้นกลับมามีความนิยมอีกครั้งโดยเฉพาะงานทางด้านฝ้ายอ้อมคราม ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์จากชุมชนที่ใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติ มีขั้นตอนกระบวนการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมรวมถึง อนุรัตน์ สายทอง กล่าวว่าในส่วนของฝ้ายอ้อมครามทำยาก มีความลึกลับ ซับซ้อน ต้องใช้ฝ้ายแท้จากธรรมชาติเท่านั้นในการนำมาย้อม ด้านกระบวนการหมักหรือผลิตสีครามที่มีกระบวนการซับซ้อนและมีคุณสมบัติทำให้ผ้ามีสีที่สดและติดทนนาน (อนุรัตน์ สายทอง, 2550)

จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้นพบว่าในประเทศไทยและประเทศในแถบเอเชียมีการทำหัตถกรรมประเภท ฝ้ายอ้อมครามในท้องถิ่น มาตั้งแต่สมัยโบราณแต่ปัญหาสำคัญอีกประการหนึ่งคือการเผชิญหน้ากับการกลืนวัฒนธรรมจากสังคมที่ทันสมัยทำให้วัฒนธรรมและภูมิปัญญาเรากงาเดิมของชุมชนที่สืบทอดต่อกันมานั้นเริ่มเลือนหายไป ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ฝ้ายอ้อมครามของประเทศไทยและประเทศเพื่อนบ้านในแถบเอเชียได้แก่ จีน และญี่ปุ่น ที่เป็นประเทศที่มีเอกลักษณ์และมีชื่อเสียงมากในด้านงานหัตถกรรมผลิตภัณฑ์ฝ้ายอ้อมคราม ทั้งนี้นำมาเพื่อวิเคราะห์รูปแบบลวดลาย จุดเด่นและการผลิตเพื่อนำเป็นฐานข้อมูลในการพัฒนาฝ้ายอ้อมครามของประเทศไทยให้เป็นที่รู้จักสืบทอดไปตลอดจนเป็นการศึกษากระบวนการการถ่ายทอดองค์ความรู้และสร้างช่างรุ่นใหม่เพื่อความยั่งยืนของผลิตภัณฑ์ฝ้ายอ้อมครามในประเทศไทย

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์การย้อมครามของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น

### วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพศึกษาด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและมีการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้เกณฑ์การสุ่มแบบเจาะจงโดยใช้เครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม มีผลิตภัณฑ์จากกลุ่มชุมชนในแหล่งผลิตที่มีชื่อเสียง จำนวน 3 แห่ง จังหวัดสกลนคร ประเทศไทย จำนวน 3 แห่ง ในหมู่บ้าน Danzhai Wanda Village มณฑลกุ้ยโจว ประเทศจีน จำนวน 3 แห่ง ในหมู่บ้าน kamita จังหวัดโทคุชิมะ ประเทศญี่ปุ่น

### กลุ่มประชากรที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลสำหรับแนวทางพื้นฐานในการวิจัย จากหนังสือตำราห้องสมุดสถาบันการศึกษา บทความ วารสาร เอกสารในงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แหล่งข้อมูลที่ศึกษา หน่วยงานการศึกษา หน่วยงานต่าง ๆ และการสัมภาษณ์บุคลากรที่เกี่ยวข้อง สามารถอธิบายได้ดังนี้

**ด้านพื้นที่ศึกษา** เพื่อให้ได้พื้นที่ที่ตอบรับกับเป้าหมาย และได้ข้อมูลหรือข้อเท็จจริงที่มีน้ำหนักน่าเชื่อถือ สถานที่แห่งนั้นเป็นตัวแทนของภาพสะท้อนของผลิตภัณฑ์ย้อมครามจึงมีการคัดเลือกสถานที่จากแหล่งที่มีชื่อเสียงในด้านผลิตภัณฑ์ย้อมครามของทั้ง 3 ประเทศ เพื่อศึกษาวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์การย้อมครามของประเทศไทย ประเทศจีน และประเทศญี่ปุ่น

ผู้วิจัยได้เลือกศึกษากลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างเจาะจง กลุ่มชุมชนผ้าย้อมครามจังหวัดสกลนคร จำนวน 3 แห่ง โดยใช้เกณฑ์การสุ่มแบบเจาะจง ได้แก่ กลุ่มชุมชนผ้าย้อมครามจังหวัดสกลนครประเทศไทย กลุ่มชุมชน ผ้าย้อมครามณฑลกุ้ยโจวหมู่บ้าน Danzhai Wanda Village ประเทศจีนจำนวน 3 แห่ง และกลุ่มชุมชนผ้าย้อมคราม ในหมู่บ้าน Kamita จังหวัดโทคุชิมะประเทศญี่ปุ่นจำนวน 3 แห่ง ที่มุ่งเน้นไปในทิศทางผลิตภัณฑ์ย้อมคราม (ปฐม พงศ์ เศวตศิริ และคณะ, 2566; กัญญา จิงวิมุตติพันธ์ และคณะ, 2553) ตลอดจนมีการผลิตเป็นขั้นตอนและ ผลิตภัณฑ์สินค้าสำเร็จเองอย่างชัดเจน และมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่คนรุ่นใหม่ โดยมีการเก็บข้อมูล สัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มบุคคลนั้นที่ห้องที่โดยมุ่งเน้นผู้สืบทอดและผู้ประกอบการของผลิตภัณฑ์ย้อมคราม และมีการเก็บข้อมูลแบบสอบถามสำหรับกลุ่มผู้บริโภคจำนวน 50 คนในแต่ละพื้นที่

**ประชากรและการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง** การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสุ่มอย่างเจาะจง โดยคัดเลือกจาก กลุ่มชุมชนผ้าย้อมครามในจังหวัดสกลนครประเทศไทย จำนวน 3 แห่ง โดยใช้เกณฑ์การสุ่มแบบเจาะจงจากกลุ่ม ชุมชนย้อมครามในมณฑลกุ้ยโจวหมู่บ้าน Danzhai Wanda Village ประเทศจีนจำนวน 3 แห่ง และ กลุ่มชุมชน ย้อมครามหมู่บ้าน Kamita จังหวัดโทคุชิมะ ประเทศญี่ปุ่นจำนวน 3 แห่ง ที่มุ่งเน้นไปในทิศทางผ้าย้อมคราม ตลอดจนมีการผลิตเป็นขั้นตอนและผลิตภัณฑ์สินค้าสำเร็จเองอย่างชัดเจน และมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่คน รุ่นใหม่ ซึ่งเป็นเขตพื้นที่ภาคสนาม ที่สามารถเข้าถึงและเก็บข้อมูลต่าง ๆ ได้ รวมทั้งการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม และ ค้างแรมในพื้นที่เพื่อให้งานวิจัยเป็นสิ่งที่เป็นไปได้ตามระบบและระเบียบของการวิจัยภายใต้ระยะเวลาที่กำหนด วิเคราะห์ร่วมกับแนวคิด

## ผลการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ย้อมครามใน 3 ประเทศ มีทิศทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้านำไปสู่ในระบบสากล เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการในท้องตลาดและในต่างประเทศที่สำคัญ ทำให้ดุลการค้าของประเทศและผลิตภัณฑ์ ชุมชนมีความสมดุล โดยเป็นสินค้าที่มีการผลิตและมีพื้นฐานจากหัตถกรรมพื้นบ้าน ซึ่งสามารถนำมาพัฒนาและ เพิ่มมูลค่าให้มีราคาสูงกว่าเดิมได้ภายใต้แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ย้อมครามเป็นแนวคิด และวัตถุประสงค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ย้อมครามของทั้ง 3 ประเทศ ไทย จีน และญี่ปุ่น โดยมีการมุ่งเน้นการ พัฒนาผลิตภัณฑ์จากเดิมโดยมีการเปลี่ยนแปลงตัวผลิตภัณฑ์ การเพิ่มประเภทของผลิตภัณฑ์ การพัฒนา การ เปลี่ยนรูปร่างรูปทรงของผลิตภัณฑ์ และรวมถึงการปรับปรุงสูตรในการผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อให้มีความทันสมัยและ เป็นที่ต้องการของตลาดสากลให้มากขึ้น ทั้งนี้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ย้อมครามของทั้ง 3 ประเทศมีกระบวนการ ขั้นตอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบ่งออกเป็น 11 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การกำหนดเป้าหมายและ วัตถุประสงค์ของ ผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน 2) การกำหนดข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ 3) การสร้างแนวความคิดผลิตภัณฑ์ 4) การคัดเลือก แนวคิดของผลิตภัณฑ์ 5) การวิเคราะห์ความเป็นไปได้และทิศทางของการตลาดในด้านของผลิตภัณฑ์ 6) การ พัฒนาแนวคิดของผลิตภัณฑ์ 7) การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 8) การพัฒนากระบวนการผลิต 9) การทดสอบ ผลิตภัณฑ์และทดลองตลาด 10) การวางแผนการตลาด และศึกษาผู้บริโภค 11) สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ เป็นการปรับเปลี่ยนหรือเปลี่ยนแปลง ผลิตภัณฑ์จากเดิม มีการพัฒนาใน ด้านของรูปร่าง รูปทรง รูปแบบ ที่เคยผลิต อาจมีความจำใจ หรือไม่ทันสมัย ให้มีความทันสมัย และให้เป็นที่ ต้องการของท้องตลาดมากยิ่งขึ้นและเพื่อการสร้างมาตรฐาน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงจำเป็นต้องคำนึงถึง ในด้าน การผลิต ข้อจำกัด ของการผลิต วัสดุอุปกรณ์ต่างๆสามารถผลิตอย่างต่อเนื่องได้หรือไม่ มีวัสดุ ที่ สามารถผลิต ได้ เป็นระยะเวลาอันนานเท่าไร ในส่วนนี้ จึงจำเป็นต้อง รู้ และวางแผน การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความ เหมาะสม มีการปรับปรุง และแบ่งประเภท ตามความต้องการ ของตลาด ในปัจจุบัน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ถูกแบ่ง ออกเป็น 4 ประเภท ของผลิตภัณฑ์ โดยแบ่งออก จากวิธีการใช้สอย โดยส่วนมาก จะมีการพัฒนามาจากผลิตภัณฑ์



ที่เคยมีอยู่เดิม ในท้องตลาดนำมาปรับเปลี่ยนเปลี่ยนแปลง และพัฒนาในด้านตัวผลิตภัณฑ์ ไม่ว่าจะเป็นทางด้านรูปแบบ เทคนิค รูปร่างรูปทรง ลวดลาย ส่วนนี้ ในทั้ง 3 ประเทศ แบ่งลักษณะ ของผลิตภัณฑ์ ที่ถูกผลิตและพัฒนา ออกเป็น 4 รูปแบบถูกแบ่งออกเป็น ได้แก่ 1) Lifestyle 2) ผ้าผืนสำเร็จ 3) ผลิตภัณฑ์แฟชั่นสำเร็จ 4) เฟอร์นิเจอร์ และของแต่งบ้าน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ย้อมครามของทั้ง 3 ประเทศ

กระบวนการขั้นตอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยมีขั้นตอนและวิธีการอย่างชัดเจนประกอบไปด้วย

การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน

จากการศึกษาและวิเคราะห์พบว่า ทั้ง 3 ประเทศ มีการกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ ของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ขึ้นอย่างชัดเจนเพื่อเป็นกรอบในการพัฒนารูปแบบของชิ้นงาน และเป็นการตั้งจุดมุ่งหมาย เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น ออกมาตามเป้าหมายโดยวัตถุประสงค์ของทั้ง 3 ประเทศ เมื่อเปรียบเทียบกันแล้ว มีความเหมือนกัน ในด้าน ต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ย้อมครามให้มีคุณภาพที่ดีเหมาะสมแก่การใช้งาน รวมไปถึง การออกแบบ ให้มีความทันสมัยและเป็นที่ต้องการของท้องตลาดในปัจจุบันจึงมีกาตั้งแบบสำรวจความต้องการ ของผู้บริโภคในพื้นที่ของตน เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นเป็นไปตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค รวมไปถึง การตั้งวัตถุประสงค์ นอกจากจะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆแล้วยังมีการตั้งวัตถุประสงค์ในการพัฒนาเรื่องการออกแบบ และสร้างอัตลักษณ์ของรูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมครามในพื้นที่ให้เป็นที่รู้จักตลอดจนมีความเข้าใจ และส่งเสริม ผลิตภัณฑ์ย้อมครามที่มีอยู่ในท้องตลาดในปัจจุบัน

ผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย มีวัตถุประสงค์มุ่งเน้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ย้อมครามที่มีอยู่ในท้องตลาด ให้มีความทันสมัยราคาจับต้องได้และมีการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ย้อมคราม สู่กลุ่มผู้บริโภคและสร้างความเข้าใจให้กับคนรุ่นใหม่ ที่มีความสนใจในองค์ความรู้ท้องถิ่นมีสนับสนุนแรงงาน และส่งเสริมรายได้ให้กับชุมชน เพื่อให้มีกำลังใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ย้อมครามให้ดำรงต่อไป

ผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย จากการวิเคราะห์ข้อมูลและการสัมภาษณ์ประเทศไทยมีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ย้อมคราม เพื่อดำรงอยู่ซึ่งองค์ความรู้ของการผลิตผลิตภัณฑ์ย้อมครามและ เพื่อถ่ายทอด องค์ความรู้และผลงานทางด้านศิลปะ วัฒนธรรมของชุมชนผ่านผลิตภัณฑ์ย้อมครามให้เป็นที่รู้จักอีกทั้ง รายได้ ยังต้องการส่งเสริมให้คนในชุมชนที่เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ไม่ให้ออกไปทำงานนอกถิ่นฐานของตน รวมไปถึง ต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยทัดเทียมนานาชาติ

ผลิตภัณฑ์ของประเทศไทย จากการสัมภาษณ์และวิเคราะห์ข้อมูลประเทศไทยมีวัตถุประสงค์ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านคุณภาพและดีไซน์ รูปแบบลักษณะของผลิตภัณฑ์มุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์ มีการเข้าถึงง่าย มีความทันสมัย เหมาะกับกลุ่มวัยรุ่นและต้องการพัฒนาในด้านผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นที่นิยม รวมไปถึงการส่งต่อองค์ความรู้ในด้านผลิตภัณฑ์ย้อมคราม ให้เป็นที่รู้จักของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ การกำหนดข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาพบว่า การกำหนดข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ ทั้ง 3 ประเทศ มีแนวโน้มที่คล้ายคลึงกัน ที่จะต้องพัฒนาให้ก้าวข้ามผ่าน ข้อจำกัดในรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบบเดิมต้องการให้มีความทันสมัย เหมาะสมสำหรับกับการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่เข้าถึงง่าย และมีความจำเป็นที่จะต้องใช้อุปกรณ์วัตถุดิบภายในท้องถิ่นเนื่องด้วยถ้ามีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยไม่คำนึงถึงข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์และวัตถุดิบที่มีอยู่ตามท้องถิ่น ในอนาคต ผลิตภัณฑ์ย้อมครามจะเกิดปัญหาในด้านการผลิตและในด้านการพัฒนาการผลิตอย่างแน่นอน

การสร้างแนวความคิดผลิตภัณฑ์

การสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ย้อมครามของประเทศไทย

พบว่าประเทศไทยมีการกำหนดแนวคิดหรือกรอบแนวคิดในการสร้างผลิตภัณฑ์ย้อมครามโดยมีข้อกำหนดในด้าน 1) ต้องมีการใช้วัตถุดิบที่หาได้ในชุมชน 2) ต้องใช้แรงงานหรือคนผลิตในท้องถิ่น 3) ต้องเป็นงาน

ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ชุมชน 4) มีการออกแบบที่ทันสมัยสร้างสรรค์ 5) ตรงตามความต้องการของตลาดและกลุ่มเป้าหมาย 6) ต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ แนวคิดในการสร้างผลิตภัณฑ์เป็นฐานเพื่อสร้างจุดมุ่งหมายให้กับผู้ผลิตให้มีความชัดเจนในด้านการออกแบบ

#### การสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ย้อมครามของประเทศจีน

จากการวิเคราะห์ข้อมูลในประเทศจีน การสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ย้อมครามเป็นแนวคิดสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความเข้าใจต่อองค์กรและกลุ่มคนโดยรวมในการผลิตผลิตภัณฑ์ย้อมคราม เนื่องจากในพื้นที่มีบุคลากรที่กระจุกกระจายอยู่เป็นจำนวนมากจึงต้องสร้างแนวคิด เพื่อความเข้าใจที่ตรงกัน ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยประเทศจีนมุ่งเน้นแนวคิดในการออกแบบให้มีความทันสมัยเข้าถึงง่าย และ อยากให้เป็นที่ต้องการของกลุ่มตลาดวัยรุ่นหรือคนรุ่นใหม่ เพื่อเป็นการขยายอัตลักษณ์และองค์ความรู้ ให้เป็นที่รู้จัก และเป็นการสืบทอดองค์ความรู้ในอีกรูปแบบหนึ่งให้คงอยู่ สนับสนุนการออกและเทคนิคต่างในรูปแบบแฟชั่นขั้นสูงเพื่อจะแสดงศักยภาพทั้งผู้ผลิตและผลิตภัณฑ์

#### การสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ย้อมครามของประเทศญี่ปุ่น

เมื่อวิเคราะห์และศึกษาข้อมูลแล้ว แนวคิดผลิตภัณฑ์ย้อมครามของประเทศญี่ปุ่นมีแนวคิดกระบวนการ ที่มุ่งเน้นให้ผู้ผลิตมีส่วนร่วมและมีความคิดสร้างสรรค์ ผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ย้อมครามมีรูปแบบใหม่ และหลากหลายมากขึ้น รวมไปถึงการพัฒนาให้ออกนอกกรอบความเป็นผลิตภัณฑ์ย้อมครามแบบพื้นฐานหรือแบบดั้งเดิม ให้มีความทันสมัยเข้าถึงง่ายราคาที่ยอมรับได้ มากกว่าผลิตภัณฑ์แบบดั้งเดิมที่ส่วนมากจะเป็นผลิตภัณฑ์ชุดหรือเครื่องใช้ที่ใช้สำหรับชุดยูคาตะ กิโมโน ที่เป็นชุดประจำชาติและข้าวของเครื่องใช้แบบสมัยนิยม

#### การคัดเลือกแนวคิดของผลิตภัณฑ์

การคัดเลือกแนวคิดผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการที่สำคัญที่ทั้ง 3 ประเทศ ลงความคิดเห็น ไปในทิศทางเดียวกันว่าการมีจุดมุ่งหมายแนวคิด ที่มีความเหมาะสมจะทำให้ผลิตภัณฑ์ย้อมครามสามารถเข้าถึง และ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่รู้จัก และเป็นที่ต้องการของตลาดได้ถ้าไม่มีกระบวนการนี้แล้วแนวคิด ในการผลิตผลิตภัณฑ์จะมีอย่างหลากหลาย และไม่สามารถควบคุมได้จึงต้องมีแนวคิดเป็นกรอบ เพื่อให้ผู้ผลิต สร้างสรรค์งานภายใต้แนวคิดในการผลิตที่เป็นข้อจำกัดของการผลิตผลิตภัณฑ์ย้อมคราม การวิเคราะห์ความเป็นไปได้และทิศทางของการตลาดในด้านของผลิตภัณฑ์

นอกจากกระบวนการหรือแนวคิดในการคัดเลือกผลิตภัณฑ์แล้วการศึกษาและวิเคราะห์ทิศทาง ความเป็นไปได้ของตลาดในด้านผลิตภัณฑ์ย้อมคราม ย่อมมีความจำเป็นในการขยายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้ง 3 ประเทศ มีความคิดเห็นที่ไปในทิศทางเดียวกันว่าการศึกษาหาข้อมูลในด้านของทิศทางการตลาด หรือแนวคิด ทิศทางการตลาด เป็นสัดส่วนที่สำคัญ ทำให้สามารถกำหนดจุดมุ่งหมายกลุ่มเป้าหมายได้อย่างชัดเจน และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปในทิศทางที่เราต้องการ เนื่องจากปัจจุบันการตลาดเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกำหนดกลุ่มเป้าหมายและผู้บริโภค จึงทำให้ผู้ผลิต จะต้องมีความเข้าใจและสามารถวิเคราะห์แนวโน้มทางการตลาด ของผลิตภัณฑ์ของตนเองให้ได้จะเป็นขอการันตีอีกส่วนหนึ่ง และสามารถนำมาเป็นข้อมูลรองรับในการผลิตผลิตภัณฑ์ย้อมครามในปัจจุบันได้

#### การพัฒนาแนวคิดของผลิตภัณฑ์

การพัฒนาแนวคิดของผลิตภัณฑ์มีความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาแนวคิดของผลิตภัณฑ์ เป็นกรอบปัจจัยหลักในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ย้อมครามของทั้ง 3 ประเทศ ทั้งประเทศไทย จีนและญี่ปุ่น ซึ่งในกระบวนการคิดหรือแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญ ที่จะเป็นกรอบแนวทางในการผลิตผลิตภัณฑ์ออกมาสู่ท้องตลาด เนื่องด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้นถ้าไม่มีการวางแผนหรือตั้งกรอบแนวคิดแล้วจะทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีมาก อย่างหลากหลาย จะไม่สามารถควบคุมคุณภาพได้จะเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต่างคนต่างทำ ต่างชุมชนต่างทำ ไม่มี

จุดมุ่งหมายร่วมกันจะทำให้เป็นการแข่งขันในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างความลำบากให้กับ ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเนื่องจากผลิตภัณฑ์ไม่มีความชัดเจน

#### การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบ หรือการสร้างตัวอย่างขั้นต้น เป็นกระบวนการ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่ทั้ง 3 ประเทศ ได้มีความคิดเห็นตรงกันว่า การมีต้นแบบผลิตภัณฑ์ เป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยในเรื่องการสื่อสาร ภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ให้มีความชัดเจนมากขึ้น เป็นรูปแบบในการนำเสนอ ผลิตภัณฑ์ใหม่ ให้กับผู้บริโภค หรือพันธมิตรทางธุรกิจ ผู้มีความสนใจในผลิตภัณฑ์นั้นในส่วนนี้จะเป็นภาพลักษณ์ที่มองเห็นได้โดยสายตา มีความเข้าใจง่ายเป็นรูปธรรม และยังเป็นการช่วยลดความเสี่ยงจากข้อผิดพลาดของการผลิตผลิตภัณฑ์ เมื่อมีผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จะมั่นใจได้ว่าคุณภาพและความต้องการในผลิตภัณฑ์นั้นจะมีความสมบูรณ์และไม่เกิดข้อผิดพลาด จึงทำให้จำเป็นต้องมีผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อเป็นตัวอย่างให้กับกลุ่มชุมชนที่ผลิตผลิตภัณฑ์ย่อมครามให้มีความเข้าใจที่ตรงกัน

#### การพัฒนากระบวนการผลิต

จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ากระบวนการพัฒนากระบวนการผลิตในทั้ง 3 ประเทศ มีทั้งข้อเหมือนและแตกต่างกันในด้านนโยบายและกระบวนการในการผลิต การให้ความสำคัญในกระบวนการพัฒนากระบวนการผลิต มีทั้งข้อเหมือนและแตกต่างกัน

ประเทศไทยจากการลงพื้นที่พบว่ากระบวนการพัฒนากระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ย่อมครามถูกแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ 1) การพัฒนากระบวนการผลิตในด้านของสูตรและตัวเนื้อครามเนื่องด้วยมีความต้องการสูตร และกระบวนการผลิตเนื้อครามที่เป็นมาตรฐานและสามารถผลิตซ้ำสามารถใช้สูตร เนื้อครามในการย้อมสีผลิตภัณฑ์ ได้อย่างหลากหลาย โดยลดข้อจำกัดของตัวนำย้อมผลิตภัณฑ์ให้ได้น้อยที่สุด 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในด้านของรูปแบบงานออกแบบปริมาณของการผลิต คุณภาพของชิ้นงานและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์

ในส่วนประเทศจีนและประเทศญี่ปุ่นมีความคล้ายคลึงกันโดยจะมุ่งเน้นในการพัฒนากระบวนการผลิตในรูปแบบของ การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์คุณภาพสินค้าปริมาณสินค้าชนิดและประเภทของผลิตภัณฑ์ ความหลากหลายและเป็นผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมในช่วงเวลานั้น การพัฒนาการผลิตคือการผลิตต้นประสิทธิภาพและคุณภาพในการผลิตให้สูงขึ้น ทุกรูปแบบทุกแง่มุมทั้งในกระบวนการคุณภาพการผลิตความรวดเร็วในการผลิตตลอดจนถึงความซับซ้อน และความยุ่งยากในการผลิตเพื่อรับรองว่าคุณภาพของการผลิต เป็นคุณภาพที่ได้รับ การพัฒนา และรองรับจากแหล่งการผลิตได้เป็นอย่างดี เช่น ในเรื่องของปริมาณการผลิต ชนิดของผลิตภัณฑ์ ลักษณะสินค้าและความหลากหลายในการผลิต

#### การทดสอบผลิตภัณฑ์และทดลองตลาด

ในกระบวนการทดสอบผลิตภัณฑ์และทดลองตลาดนั้น เป็นกระบวนการที่ทั้ง 3 ประเทศ ยังอยู่ในขั้นตอนพิจารณาในการทดลองเนื่องด้วยการทดสอบผลิตภัณฑ์นั้นมีต้นทุนที่สูง ทำให้การผลิตเพื่อทดลองตลาด ยังเป็นเรื่องที่น่ากังวลเพราะในท้องถิ่นทั้ง 3 ประเทศ เป็นกระบวนการผลิตภายในชุมชนเป็นกระบวนการที่ใช้ต้นทุนหมุนเวียน จึงทำให้การทดสอบผลิตภัณฑ์และการทดลองตลาดยังเป็นเรื่องยากลำบาก เนื่องด้วยปริมาณ ผลิตภัณฑ์ที่มีหลากหลาย ทำให้การผลิตและทดลองตลาดมีปริมาณเพิ่มขึ้นจึงเป็นภาระของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์นั้นทำให้ในกระบวนการนี้ในขั้นตอนการทดสอบและทดลองตลาดยังเป็นเรื่องที่จะต้องพัฒนาต่อไป และทั้ง 3 ประเทศมีแนวโน้มที่จะเก็บข้อมูลและมีแผนการจะทดสอบการผลิตผลิตภัณฑ์ย่อมคราม และทดลองตลาดในอนาคตอันใกล้

#### การวางแผนการตลาด และศึกษาผู้บริโภค

การวางแผนทางการตลาดและศึกษากลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้บริโภคเป็นกระบวนการที่ทั้ง 3 ประเทศ เล็งเห็นตรงกันว่าเป็นกระบวนการที่มีความจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ย่อมครามเป็นอย่างมาก เนื่องด้วยในปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงทางด้านทั้งกายภาพและ สังคม จึงทำให้มีผลต่อผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไป ด้วยความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป็นข้อมูลที่สำคัญ ที่จะทำให้สามารถสร้างกรอบหรือแนวคิดในการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ได้เป็นไปตามความต้องการของท้องตลาด เนื่องด้วยเราสามารถปรับและแก้ไขและพัฒนาได้ตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค รวมไปถึงเข้าใจตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ว่ามีความแตกต่างหรือเหมือนกันอย่างไรจะสามารถทำให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ตรงจุด

#### สถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ในด้านสถานที่การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ย้อมครามนั้นทั้ง 3 ประเทศ มีความคิดเห็น ที่คล้ายคลึงกันในด้านสถานที่ เนื่องด้วยสถานที่ที่เป็นปัจจัยที่สำคัญในการแสดงถึงการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการหาสถานที่ที่แสดงถึงอัตลักษณ์และสามารถโชว์ผลิตภัณฑ์สินค้าได้อย่างชัดเจน มีสถานที่จัดจำหน่ายในพื้นที่ที่เข้าถึงง่ายและหลากหลายมากกว่าเป็นพื้นที่ของชุมชน เช่น ห้างร้านหรือตัวแทนจัดจำหน่ายอีกทั้งยังเป็นตัวช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง เป็นสถานที่ที่นำผลิตภัณฑ์ไปสู่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างง่าย และในปัจจุบันในด้านของสถานที่ที่ยังรวมไปถึงช่องทางการจัดจำหน่ายทางด้านออนไลน์แอปพลิเคชันต่างๆ ที่เป็นช่องทางกระจายสินค้าและสร้างความเข้าใจต่อสินค้าได้มากขึ้น โดยทั้ง 3 ประเทศจึงมีความคิดเห็นตรงกันในด้านของการจัดจำหน่ายและสถานที่ที่มีความจำเป็นที่จะต้องเป็นสถานที่ หรือช่องทางที่เข้าถึงง่ายและสามารถเข้าใจได้ง่าย รวมไปถึงมีสื่อกลางที่ทำให้สามารถสื่อสารได้

สรุปได้ว่าทั้ง 3 ประเทศมีปริมาณการผลิตและรูปแบบของผลิตภัณฑ์แพชั่น ที่มีความเหมือนและคล้ายคลึงกันโดยจะแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์แพชั่นเป็นจำพวก เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ทั้ง 3 ประเทศมีความคิดเห็นตรงกันว่าผลิตภัณฑ์ในรูปแบบแพชั่นสำเร็จเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่ทันสมัยตรงตามรสนิยมกลุ่มเป้าหมายเห็นได้ชัดจากปัจจุบันอุตสาหกรรมแพชั่น เป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ทำให้มีรายได้หมุนเวียนโดยรูปแบบของผลิตภัณฑ์แพชั่นสำเร็จแบ่งออกเป็นเครื่องแต่งกายแพชั่นสำหรับบุรุษ เครื่องแต่งกายแพชั่นสำหรับสตรีเครื่องแต่งกายสำหรับเด็ก และเครื่องแต่งกายสำหรับทุกเพศไม่มีข้อจำกัด ทำให้เป็นช่องทาง ในการขยายและพัฒนาผลิตภัณฑ์ย้อมครามได้เป็นจำนวนมากในประเทศไทย ส่วนมากจะเป็นรูปแบบของ ผลิตภัณฑ์แพชั่นสำเร็จ ที่ใช้เทคนิคมัดย้อมและการทอเป็นจำนวนมากเนื่องด้วยประเทศไทย มีการส่งเสริม ให้ใส่ชุดสำเร็จในรูปแบบท้องถิ่นในทุกหน่วยงานจึงทำให้เป็นที่นิยม ส่วนของประเทศจีนมีการดัดแปลงผลิตภัณฑ์แพชั่นสำเร็จให้ใส่ได้ง่ายมากขึ้น เข้าถึงกลุ่มคนในยุคปัจจุบันมากขึ้น ไม่ใช่เน้นย้ำแค่ผลิต เฉพาะชุดพื้นเมืองหรือผ้าประจำถิ่นเท่านั้น ยังสนับสนุนให้มีการผลิตแพชั่นสำเร็จที่เข้ากับยุคสมัยใช้ง่ายเหมาะกับวัยรุ่นรวมถึงมีการส่งเสริมให้มีการผลิตผลิตภัณฑ์แพชั่นในรูปแบบของการตัดเย็บขั้นสูง มีการสนับสนุนให้มีแพชั่นโชว์เพื่อเป็นการพัฒนาและเป็นที่ยอมรับของผลิตภัณฑ์ย้อมคราม รูปแบบแพชั่นสำเร็จในประเทศจีนมากขึ้น และในส่วนของประเทศญี่ปุ่น มีการสนับสนุนวางแผนในการผลิตผลิตภัณฑ์ย้อมครามในรูปแบบของแพชั่นสำเร็จ ให้มากขึ้นเน้นการใส่สบาย ดูเป็นธรรมชาติ ใส่ในวันสบายๆ เนื่องจากเสื้อผ้าสำเร็จในรูปแบบผลิตภัณฑ์ย้อมครามของประเทศญี่ปุ่น ส่วนมากเป็นรูปแบบของชุดญี่ปุ่นสมัยนิยม จึงทำให้มีการพัฒนาให้เป็นรูปแบบของแพชั่นในปัจจุบันมากขึ้นมุ่งเน้นให้สามารถผสมผสานการแต่งกายและเล่นสนุกกับการแต่งกาย โดยใช้ผลิตภัณฑ์ย้อมครามในรูปแบบแพชั่นสำเร็จให้ได้มากขึ้นทั้ง 3 ประเทศ จึงมีการพัฒนาและผลิตผลิตภัณฑ์ย้อมครามในรูปแบบแพชั่น สำเร็จเป็นจำนวนมาก แต่จากการวิเคราะห์ข้อมูลและเปรียบเทียบของทั้ง 3 ประเทศ ประเทศที่มีการผลิตในรูปแบบของแพชั่นสำเร็จเป็นอันดับหนึ่ง คือประเทศจีน เนื่องด้วยประเทศจีนมีพื้นฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ย้อมครามเป็นรูปแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นจำนวนมากอยู่แล้ว จึงมีการปรับเปลี่ยนให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้นอันดับที่สอง คือประเทศญี่ปุ่นที่มีการผลิตชุดแพชั่นสำเร็จเพื่อจัดจำหน่ายแก่ผู้บริโภคในปัจจุบัน เนื่องด้วยมีความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในทุกปีโดยเฉพาะ ฤดูร้อน ที่เป็นฤดูของผ้าครามและอันดับ 3 คือประเทศไทย มีการผลิตผลิตภัณฑ์ย้อมครามประเภทแพชั่นสำเร็จเป็นอันดับ 3 อาจเนื่องด้วยประเทศไทยมีความนิยมในเรื่องของการตัดชุดเสื้อผ้า จึงทำให้ผ้าพื้นสำเร็จแบ่งส่วนของการผลิตผลิตภัณฑ์ย้อมครามในรูปแบบแพชั่นสำเร็จ

## อภิปรายผล

### ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ย่อมครมในทั้ง 3 ประเทศมีทิศทางในการพัฒนาและนำไปสู่การต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ย่อมครมโดยทั้ง 3 ประเทศ มีแนวคิดและรูปแบบในการกำหนดทิศทางของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยใช้หลักและขั้นตอนจำนวน 11 ขั้นตอน จากการศึกษาพบว่า มี 6 ขั้นตอนที่พบในทั้ง ทั้ง 3 ประเทศมีความเหมือนกัน คือ 1) การกำหนดเป้าหมายและวัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน 2) การสร้างแนวคิดของผลิตภัณฑ์ 3) การวิเคราะห์ทางการตลาดและทิศทางความเป็นไปได้ 4) การพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ 5) การวางแผนการตลาดและศึกษาผู้บริโภค และ 6) สถานที่การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยทั้ง 3 ประเทศมีแนวคิดมุ่งประเด็นไปในทิศทางการจัดจำหน่ายและสถานที่ในการโชว์ผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงถึงศักยภาพของพื้นที่ในการผลิต (ศศิกัญจน์ นารถโคษา และคณะ, 2565) ทั้ง 6 ข้อนี้ เป็นกระบวนการที่ทั้ง 3 ประเทศไทย จีน และญี่ปุ่น มีแนวคิดและกระบวนการพัฒนาในรูปแบบเดียวกันอาจมีบางประเด็นที่ให้ความสำคัญไม่เหมือนกัน ยกตัวอย่างเช่น ในประเทศไทยการสร้างพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ อาจทำให้มีต้นทุนที่ราคาสูงจึงไม่สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้ในจำนวนที่มากโดยสอดคล้องกับอนุรัตน์ สายทอง ในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น กลับกันในประเทศจีนกลับสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบได้เป็นจำนวนมากเนื่องด้วยมีแรงงานและมีต้นทุนที่ทำให้มีราคาที่ต่ำกว่า การพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์จะปรับเปลี่ยนและเปลี่ยนแปลงไปตามแนวคิดและทิศทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีการวางแผนไว้ (อนุรัตน์ สายทอง, 2558) สอดคล้องกับ วณัฐญา งอยผาลา ในด้านเพื่อให้มีความทันสมัยและเป็นที่ต้องการของตลาดและอุตสาหกรรม เพื่อการเหมาะสมจึงต้องมีการสอบถามและศึกษาข้อมูลจากกลุ่มผู้บริโภค เพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงทำให้ทั้ง 3 ประเทศ มีข้อมูลที่น่ามาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4 รูปแบบ แบ่งออกเป็น 1) Lifestyle 2) ผ้าพื้นสำเร็จ 3) ผลิตภัณฑ์แฟชั่นสำเร็จ 4) เฟอร์นิเจอร์ และของแต่งบ้าน โดยทั้ง 4 ประเภทนี้ มาจากผลสำรวจจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ทางผู้ประกอบการ หรือหน่วยงานทางด้านเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ย่อมครมของทั้ง 3 ประเทศ เป็นผู้สำรวจจึงทำให้เป็นฐานข้อมูลในการนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้ง 4 รูปแบบนี้ ให้ตรงตามต้องการของกลุ่มผู้บริโภคต่อไป (วณัฐญา งอยผาลา, 2565)

### การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 4 รูปแบบ

ทั้งประเทศไทยจีน และญี่ปุ่น มีแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันมีทิศทางไปในทางเดียวกันและมีการแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ออกเป็น 4 รูปแบบ คือ 1) Lifestyle เป็นประเภทผลิตภัณฑ์ที่ทั้ง 3 ประเทศ มีทิศทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปในทางเดียวกัน เป็นจำนวนมากที่สุดมีกำลังการผลิตผลิตภัณฑ์ย่อมครมในรูปแบบของ Lifestyle เป็นจำนวนมาก เนื่องด้วยปัจจุบันผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคทุกช่วงวัย เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในชีวิตประจำวันสามารถพกพาสะดวกมีรูปแบบที่ไม่ได้ใหญ่มากและมีราคาที่เหมาะสมเป็นจำพวกเครื่องประดับ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ ผ้าคาดผม พวงกุญแจ หมวกเป็นต้น จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้เป็นที่ต้องการของกลุ่มผู้บริโภคมากที่สุด ทั้ง 3 ประเทศ จึงมีนโยบายในการผลิตผลิตภัณฑ์ ในประเภทนี้เป็นจำนวนมากที่สุด 2) ผ้าผืนสำเร็จจากทั้ง 3 ประเทศมีเพียงประเทศไทยเพียงประเทศเดียว ที่มีกระบวนการการผลิต และพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของผ้าพื้นสำเร็จเป็นจำนวนมากเนื่องด้วยรูปแบบของ การแต่งกายของประเทศไทยแบบดั้งเดิม เป็นรูปแบบที่ใช้ลักษณะของผ้าที่เป็นผืนนำมาพับทบกันแบบผ้าถุง จึงทำให้สามารถผลิตและจัดจำหน่ายในรูปแบบผ้าผืนได้อีกทั้ง ประเทศไทยยังมีความนิยมในการตัดเสื้อผ้าและออกแบบด้วยตนเอง จึงทำให้มีการผลิตผลิตภัณฑ์รูปแบบผ้าผืนสำเร็จเป็นจำนวนมากสะท้อนให้เห็นถึงความนิยม ในรูปแบบการสวมใส่ ที่แตกต่างกันของทั้ง 3 ประเทศ เนื่องในประเทศจีนและญี่ปุ่นเป็นประเทศที่มีอัตราการตัดเสื้อผ้าด้วยตนเองที่ต่ำกว่าเนื่องด้วยผ้าสำเร็จมีราคาที่สูงมาและค่าแรงในการตัดเย็บมีราคาที่สูงมาเช่นกันทำให้ไม่เป็นที่นิยมในการบริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าผืนสำเร็จ 3) ผลิตภัณฑ์แฟชั่นสำเร็จ จากทั้ง 3 ประเทศจะเห็นได้ว่า ประเทศญี่ปุ่นและประเทศจีนเป็นประเทศที่มีการผลิตผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์แฟชั่นสำเร็จเป็นจำนวนมาก และประเทศ

ที่มีจำนวนมากที่สุดคือประเทศจีนเนื่องด้วยทั้ง 2 ประเทศเป็นประเทศที่มีการผลิตในรูปแบบของเสื้อผ้าแฟชั่นสำเร็จเป็นจำนวนมากตามรสนิยมของผู้บริโภค (วณิชฐญา กงยพลา, 2565) สามารถนำผลิตภัณฑ์ย้อมครามเข้าสู่กระบวนการอุตสาหกรรม แฟชั่นได้จึงทำให้มีกำลังในการผลิตสูง และเป็นที่ยอมรับของกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบันในประเทศไทยก็มีการผลิตผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของผลิตภัณฑ์แฟชั่นสำเร็จเป็นจำนวนมาก เป็นอันดับที่ 2 รองจากผลิตภัณฑ์ประเภท Lifestyle ของประเทศไทย เนื่องด้วยในปัจจุบันในแถบทวีปเอเชีย ทั้งประเทศไทย จีน และญี่ปุ่น เป็นประเทศที่มีอุตสาหกรรมทางด้านแฟชั่นเป็นขนาดใหญ่จึงทำให้มีการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภท ผลิตภัณฑ์แฟชั่นสำเร็จเป็นจำนวนมากและปัจจุบัน ยังเป็นความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคที่มีเป็นจำนวนมากจึงทำให้ เป็นการตอบสนองของกลุ่มผู้บริโภค ทำให้มีการผลิตในรูปแบบและพัฒนา ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและเป็นที่ต้องการมากขึ้น 4) เฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้าน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบนี้จากทั้ง 3 ประเทศ ประเทศจีน เป็นประเทศที่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านมากที่สุด เนื่องด้วยกระบวนการการผลิตและความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค ในประเทศจีน มีความต้องการในด้านการตกแต่งบ้าน และเฟอร์นิเจอร์เป็นจำนวนมากในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ย้อมครามในรูปแบบเฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านในประเทศจีน เนื่องด้วยกระแสโลกและสังคม ในปัจจุบันให้ความสำคัญกับที่อยู่อาศัย และไลฟ์สไตล์ในการใช้ชีวิตในบ้านเป็นจำนวนมากจึงทำให้ผลิตภัณฑ์ย้อมครามในรูปแบบผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์และของแต่งบ้านเป็นที่นิยมมากในปัจจุบัน และกระบวนการการผลิต ในประเทศจีนและญี่ปุ่นสามารถ พัฒนาและต่อยอดให้กับผลิตภัณฑ์ย้อมครามได้อย่างหลากหลายสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ย้อมครามได้มากกว่าลักษณะรูปแบบที่ใช้ผ้า อีกทั้งยังมีการมุ่งเน้นในการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ในด้านการพัฒนาสูตรเพื่อให้การผลิต ผลิตภัณฑ์ย้อมครามมีความมั่นคงทางด้านคุณภาพในด้านเนื้อผ้าที่ต้องมีความคมชัดและสามารถผลิตซ้ำได้เป็นจำนวนมาก (ทอแสงรุ่ง มโนริ และคณะ, 2564)

### สรุปและข้อเสนอแนะ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกระบวนการที่ส่งเสริมให้ ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมสามารถปรับตัวให้เข้ากับยุคสมัยมากขึ้นเป็นการปรับปรุงแก้ไขจากข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิมโดยมีการพัฒนาจากแหล่งพื้นที่มีการศึกษา ทำให้มีกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถผลิตผลิตภัณฑ์ย้อมครามได้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอีกทั้งยังเป็นการสืบทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาของการผลิตผลิตภัณฑ์ย้อมครามอีกด้วย ข้อเสนอแนะ การเก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษาเพื่อรวบรวมข้อมูลรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ย้อมครามของไทย จีน และญี่ปุ่น เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 ทำให้มี ปัญหาในการลงพื้นที่ทำให้เกิดความล่าช้า ทั้งนี้การสื่อสารเป็นสิ่งทีควรคำนึงถึงเพราะมีความสำคัญดังนั้นจึงมีผู้ที่เชี่ยวชาญในภาษานั้น ๆ ในการเป็นล่ามหรือผู้ช่วยการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและถูกต้องตามศาสตร์และหลักวิชาการ

### เอกสารอ้างอิง

- กัญญา จิงวิมุติพันธ์ และคณะ. (2553). การประยุกต์มิติทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้า ย้อมครามบ้านคันทันพะลาน ตำบลนาตาล อำเภอนาตาล จังหวัดอุบลราชธานี. วารสารวิชาการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 9(1), 81-89.
- กำจร สุนพงษ์ศรี. (2560). สุนทรียศาสตร์ หลักปรัชญาศิลปะ ทฤษฎีทัศนศิลป์ ศิลปวิจารณ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทอแสงรุ่ง มโนริ และคณะ. (2564). การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติ. วารสาร บัญชีปริทัศน์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ราย, 6(1), 87-95.

- ปฐมพงษ์ เศรษฐศิริ และคณะ. (2566). การวิจัยพัฒนารูปแบบ ลดลาย ทัศนกรรมผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ บ้านกุ่ม อำเภोजึงเจียม จังหวัดอุบลราชธานีเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก. วารสารศรีวนาลัยวิจัย, 13(2), 15-28.
- วณัฐญา งอยพาลา. (2565). ปัจจัยความสำเร็จของเกษตรกรผู้ผลิตผ้าครามในอำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร. วารสารแก่นเกษตร, 50(3), 703-709.
- ศศิกานุจน์ นารถโคษา และคณะ. (2565). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตกแต่งที่ปักอาศัยจากเศษผ้าย้อมคราม ที่สะท้อนอัตลักษณ์จังหวัดสกลนคร. วารสารสถาปัตยกรรม การออกแบบและก่อสร้าง, 4(1), 41-57.
- ศิริพร ณ ถกลาง. (2558). ประเพณีสร้างสรรค์ในสังคมร่วมสมัย. กรุงเทพมหานคร: ศูนย์มานุษยวิทยา สิริธร.
- อนูรัตน์ สายทอง. (2550). การศึกษาและพัฒนาสีย้อมจากคราม. สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- อนูรัตน์ สายทอง. (2558). การพัฒนาผ้าครามสำหรับคนรุ่นใหม่. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 7(13), 87-95.
- อัญชลี โสมดี. (2553). การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านงาน ทัศนกรรมของจังหวัด. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.