

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทรงเครื่องของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน
ตำบลขนวน อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น

**Product development of the loincloth of the Khanuan Subdistrict
Community Enterprise Network Nong Na Kham District
Khon Kaen Province**

ธัญชนก ปะวะละ และ นลินี หิมพงษ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Thanyachanok Pawala and Nalinee Himpong

Maha Sarakham Rajabhat University, Thailand.

Corresponding Author, E-mail: aui.thanyachanok@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทและเอกลักษณ์ของผ้าขาวม้าทรงเครื่อง ตำบลขนวน อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น โดยใช้การวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ พบว่าการทอผ้าอาศัยภูมิปัญญา ฝีมือและความรู้ความชำนาญของผู้ทอเป็นอย่างมาก แต่ละผืนที่ทอมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง โดยการทอผ้าแต่ละชิ้นเต็มไปด้วยสายใยแห่งภูมิปัญญา คุณค่าแห่งวัฒนธรรม จึงทำให้เกิดผ้าทอที่มีคุณค่า สีสันสวยงาม สะดุดตา และสามารถนำไปประยุกต์เพิ่มลวดลายให้ทันสมัยได้

ผลการวิจัยพบว่า จากผู้ซื้อผ้าขาวม้าทรงเครื่องจำนวน 200 คน พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อผ้าขาวม้าทรงเครื่องมากที่สุด ได้แก่ เสื้อผ้า และกระเป๋ โดยมีความถี่ในการซื้อครั้งละ 1-2 ตัว ซื้อครั้งละ 3-4 ตัว และจำนวนซื้อครั้งละ 5-6 ตัว ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผ้าขาวม้าทรงเครื่องในแต่ละครั้งจำนวน 301-600 บาท โดยภาพรวมมีทัศนคติเชิงบวกในระดับมากที่สุดต่อผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าทรงเครื่องสามารถต่อยอดพัฒนารูปแบบและลวดลายในอนาคตได้ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าทรงเครื่องสะท้อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าทรงเครื่องมีรูปแบบและการประยุกต์ที่สวยงามและเป็นที่ยอมรับ / ผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าทรงเครื่องเป็นการใช้เทคนิคภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบเดิมมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าทรงเครื่องสามารถพัฒนาเป็นสินค้าที่เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้, ผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าทรงเครื่องสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์และลักษณะเฉพาะของความเป็นท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทรงเครื่อง; กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน; การพัฒนา

Abstracts

The purpose of this research is to study the context and uniqueness of Songkam cloth, Khanuan Subdistrict, Nong Na Kham District, Khon Kaen Province Using a combination of both quantitative and qualitative research. Found that weaving relying on wisdom The craftsmanship and expertise of the weaver is enormous. Each piece has its own unique weave. By weaving each piece of cloth is filled with web of wisdom. Cultural value Resulting in valuable hand-woven fabrics, eye-catching colors, and can be applied to add modern patterns

The research results were found that From 200 people who bought their loincloths, they found that the products they chose the most were shirts, cloths and bags, with a purchase quantity of 1-2 pieces, 3-4 pieces per time and 5-6 pieces per time. The average cost of buying a linen cloth each time is 301-600 baht. Overall, they have the most positive attitude towards products, such as products made from suede loincloth that can be further developed in future designs and patterns, such as products made from suede loincloth, reflecting product development to increase value. The products made from the Thai loincloth have beautiful patterns and applications that are attractive and attractive. The products made from the IX loincloth can be developed into products that add economic value to the community, products made from the IX loincloth clearly reflect the uniqueness and the peculiarity of locality.

Keywords: Thai Loincloth Products; Community Enterprise Network; Development

บทนำ

ผ้าทอถือเป็นปัจจัยขั้นพื้นฐานที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ เพราะผ้าเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ ที่มีการสั่งสมภูมิปัญญาถ่ายทอดจากบรรพบุรุษรุ่นสู่รุ่นเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในทุกภาคของประเทศไทยมาช้านาน โดยเฉพาะกับผู้หญิง นอกจากต้องสวมใส่แล้ว การทอผ้ายังแสดงถึงความเป็นผู้หญิงอย่างแท้จริง ทั้งยังแสดงความพร้อมหรือไม่พร้อมในการแต่งงาน วิธีการทอผ้าของไทยเป็นกรรมวิธีที่มีขั้นตอนที่ละเอียดอ่อน ทำให้เกิดลวดลายบนผืนผ้า ในรูปแบบต่างๆ ผ้าทอนอกจากจะทำเป็นเครื่องนุ่งห่มแล้วยังนำมาใช้ในการประกอบพิธีกรรมตั้งแต่เกิดจนตาย (กิตติคุณวัฒน์ จุฑะวิภาต, 2555 : 1) การทอผ้าขึ้นต้องอาศัยฝีมือและความรู้ความชำนาญของผู้ทอเป็นอย่างมาก เป็นงานศิลปะที่มีอยู่เพียงขึ้นเดียวในโลก เพราะแต่ละคนที่ผลิตแต่ละขั้นตอนจะมีความแตกต่างกัน นอกจากนั้นแล้วความสามารถในการทอ การสอดกระสวย ความแรงในการตีกระทบหรือการพัดทำให้ได้สีเข้มอ่อนต่างกัน แสดงถึงความคมชัดและความชำนาญของผู้ทอแต่ละคน อากาศ อุณหภูมิ หรือแม้แต่อารมณ์ความรู้สึกของผู้ทอ สิ่งเหล่านี้มีผลกับความสวยงามของผ้าผืนนั้นๆ จึงทำให้ผ้าทอมีเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่

ภาคอีสานมีการทอผ้าทุกจังหวัด ส่วนใหญ่จะทอผ้ามัดหมี่ ผ้าขิด ผ้าจกและผ้าแพรวา โดยเฉพาะผ้ามัดหมี่ ผ้าทอสามารถแบ่งตามวัตถุดิบ ได้แก่ ฝ่ายและไหม ฝ่ายสามารถดูความขึ้นได้ง่าย เหมาะสำหรับทอเป็นเครื่องนุ่งห่มในเมืองร้อน เพราะเมื่อฝ่ายดูความขึ้นแล้วความขึ้นจะระเหยกลายเป็นไอ ผู้สวมใส่จะรู้สึกเย็นสบาย อีกทั้งการดูแลรักษาไม่ต้องพิถีพิถันเท่ากับผ้าไหม การผลิตก็ไม่ยุ่งยาก จึงทำให้ชาวบ้านใช้ผ้าฝ่ายในชีวิตประจำวัน

เรื่องราวของตำบลขนวน อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น ก่อตั้งเมื่อราวปี 2400 ประกอบด้วยสภาพภูมิประเทศเหมาะสมแก่การตั้งถิ่นฐานที่อยู่อาศัยและที่ทำกิน พื้นที่เป็นที่ราบลุ่มติดเทือกเขาภูเวียง บางส่วนติดลำน้ำพองและเขื่อนอุบลรัตน์ เหมาะแก่การทำเกษตรและการประมงน้ำจืดรวมถึงการพัฒนาพื้นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว วิธีการดำเนินชีวิตเป็นอยู่ด้วยเกษตร และพึ่งพาตนเองมายาวนาน ในปัจจุบันเทศบาลตำบลขนวน อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น มีเขตรับผิดชอบจำนวน 11 หมู่บ้าน ครอบคลุมพื้นที่ประมาณ 31,743 ไร่ หรือ 50.79 ตารางกิโลเมตร มีประชากร 6,913 คน จำนวน 1,784 ครัวเรือน มีเทศบาลตำบลขนวนเป็นศูนย์กลางหลักในการเชื่อมประสานและพัฒนาค่าบล สถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของชุมชนตำบลขนวนเกิดขึ้นเมื่อ พ.ศ.2505 มีการสร้างเขื่อนอุบลรัตน์ ที่ดินถูกเวนคืนเป็นที่ของการไฟฟ้า ประชากรในพื้นที่มีการย้ายถิ่นฐานไปอยู่ที่อื่น หรือบางคนไม่ย้ายก็ไม่มีที่ทำกิน แต่บางคนก็เช่าพื้นที่การไฟฟ้าอยู่อาศัยและประกอบอาชีพทำนาปรัง ปัญหาที่เกิดขึ้นในแต่ละปี คือพื้นที่ราบลุ่มจำนวน 7 หมู่บ้านจะประสบปัญหาภัยแล้งขาดน้ำทำการเกษตร แต่ประชาชนในพื้นที่ใกล้เขื่อนจะประสบปัญหาน้ำท่วมผลผลิตที่ได้ไม่เพียงพอกับค่าใช้จ่ายกลายเป็นหนี้สิน บางคนก็ปรับเปลี่ยนตัวเองมาประกอบอาชีพการประมงหาปลาในเขื่อนขายสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ต่อมาปี 2545 รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการรวมกลุ่มผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สตรีในหมู่บ้านเกือบทุกหมู่บ้านก็รวมตัวกันตั้งกลุ่มอาชีพทอผ้าฝ้าย และแปรรูปผ้าฝ้าย เป็นการสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัว สินค้าที่ผลิตมี ผ้าขาวม้า ผ้าพันคอ ผ้าห่ม ผ้าคลุมไหล่ และเสื้อสำเร็จรูปจากผ้าฝ้าย เมื่อมีกลุ่มเพิ่มขึ้นสินค้าที่ผลิตส่วนใหญ่ก็เป็นสินค้าชนิดเดียวกัน ทำให้สินค้าที่ผลิตล้นตลาด เมื่อสินค้าจำหน่ายไม่ได้ก็ทำให้รายได้ของสมาชิกลดลง ต่อมาสมาชิกก็เริ่มหันไปทำงานอย่างอื่น บางคนถึงกับต้องย้ายถิ่นฐานไปทำงานต่างจังหวัดเพราะรายได้ไม่เพียงพอสำหรับเลี้ยงครอบครัว จะเหลือไว้ก็ผู้สูงอายุเลี้ยงหลานอยู่กับบ้าน ผลที่ตามมาคือปัญหาของสังคม เด็กขาดการดูแล ปัญหาการมั่วสุม ปัญหายาเสพติด ปัญหาท้องก่อนวัยอันควร ครอบครัวขาดความอบอุ่น

ตำนานการทอผ้าที่สืบทอดกันมาเป็นมรดกที่คู่ควรแก่การสืบทอดสู่รุ่นลูกหลาน ผ้าทอแต่ละชิ้นเต็มไปด้วยสายใยแห่งภูมิปัญญาคุณค่าแห่งวัฒนธรรม ผสมผสานกับวิถีชีวิตพื้นบ้านที่มีความผูกพันกับประเพณีและวัฒนธรรมอีสาน โดยที่สมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตำบลขนวน อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่นต่างเต็มเปี่ยมไปด้วยความรัก ความสามัคคี ความเสียสละ ความซื่อสัตย์ และการเอื้ออาทรซึ่งกันและกันในชุมชนเกิดระบบการผลิตแบบพึ่งตนเองทำให้มีพัฒนาการที่ดีขึ้นในทุกๆด้าน เช่น ด้านการบริหารงาน ด้านการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านการตลาด ด้านบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของกลุ่มทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทรงเครื่อง เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนส่งผลให้เกิดระบบการตลาดแบบพึ่งตนเองและนำไปสู่ผลิตภัณฑ์แห่งความภูมิใจของชาวตำบลขนวนซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับวิถีทางแห่งการดำรงชีวิตมากมายหลายอย่างด้วยกัน จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า “ผ้าขาวม้าทรงเครื่อง” คือสิ่งมหัศจรรย์แห่งสายใยที่ถักทอไว้อย่างประณีต จากตำนานกาลเวลา และคุณค่าอันน่ายกย่อง

อย่างไรก็ตามทางกลุ่มได้พยายามอย่างยิ่งในการต่อยอดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมือง เพื่อผลิตให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและทำให้ผ้าทอสามารถนำไปใช้ในโอกาสที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น แต่ก็ยังมีปัญหาอุปสรรคที่สำคัญคือทางกลุ่มยังไม่มีความรู้ความเข้าใจในการทำการตลาดและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ทั้งนี้หากมีการนำเอาความงามของผ้าทอพื้นเมืองมาประยุกต์หรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่สามารถนำมาใช้งานในชีวิตประจำวันหรือโอกาสต่างๆ เช่น ของฝาก ของขวัญ และของที่ระลึก ได้มากขึ้น และสามารถผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าแต่ละช่วงวัย เช่น วัยเด็ก วัยรุ่น วัยทำงานและผู้สูงอายุ ที่จะเป็นการขยายกลุ่มผู้บริโภคและเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภคซึ่งจะเป็นการช่วยเพิ่มมูลค่าของผ้าทอพื้นเมืองได้มากยิ่งขึ้น ซึ่งจากการสำรวจศักยภาพของชุมชนสามารถพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวได้ในอนาคต ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจในการนำเอาผ้าทอพื้นเมืองขนวนมาพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อต่อยอดและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อเป็นของฝากของดีของขนวนสำหรับนักท่องเที่ยวได้ อีกทั้งการนำผ้าทอพื้นเมืองประยุกต์ใช้ จะเป็นการประชาสัมพันธ์และเป็นการเก็บรวบรวมองค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตผ้าทอพื้นเมืองขนวนเพื่อการถ่ายทอดสู่คนรุ่นหลังและเป็นสินทรัพย์ของแผ่นดินไทยตลอดไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบท และเอกลักษณ์ของผ้าขาวม้าทรงเครื่อง ตำบลขนวน อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อศึกษาส่วนผสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทรงเครื่อง
3. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เกิดการเพิ่มมูลค่าของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตำบลขนวน

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research- PAR) กิจกรรมการวิจัยประกอบด้วย การเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ปัญหา การวิเคราะห์ผลและสรุปรายงานการวิจัย ซึ่งขั้นตอนการวิจัยจะแบ่งออกเป็น 3 ระยะได้แก่

ระยะที่ 1:ระยะเตรียมคนและข้อมูลมีขั้นตอนดังนี้

1. ประชุมทีมวิจัยเพื่อเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้าใจต่อวัตถุประสงค์โครงการและกำหนดบทบาทหน้าที่ของนักวิจัย
2. ศึกษารวบรวมข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองเทศบาลตำบลขนวน โดยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งด้วยวิธีการสัมภาษณ์ผู้รู้และผู้ที่เกี่ยวข้อง การสำรวจ และศึกษาข้อมูลเอกสารจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและจัดสนทนากลุ่มพิจารณาเกณฑ์การคัดเลือกภูมิปัญญาท้องถิ่นเป้าหมายในการศึกษา
3. สรุปผลการดำเนินงานในระยะที่1 พร้อมกับรายงานการวิจัยขั้นต้น (Inception Report)

ระยะที่ 2:ระยะแสวงหาแนวทางการเพิ่มมูลค่ามีขั้นตอนดังนี้

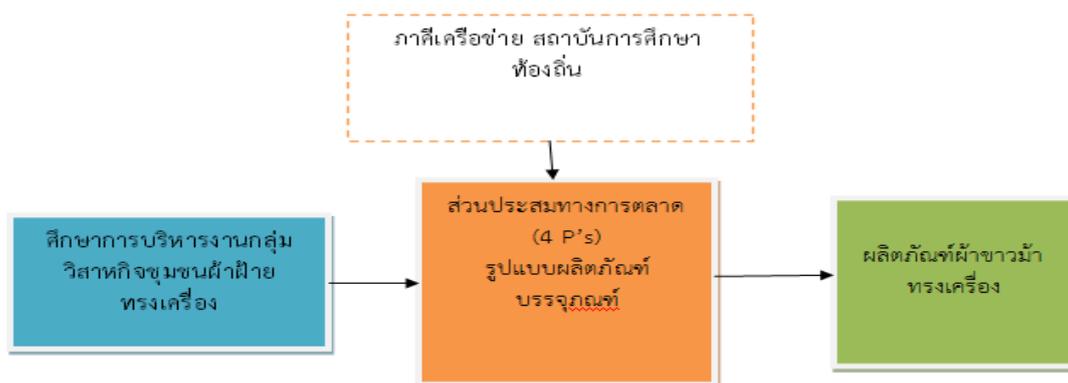
1. ประชุมทีมวิจัยเพื่อพิจารณาพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองขนวน โดยร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เกี่ยวข้องที่มีความเชี่ยวชาญในจังหวัดเป็นคณะผู้พิจารณาคัดเลือก
2. ประชุมทีมวิจัยเพื่อออกแบบเครื่องมือและวิธีการเก็บข้อมูล
3. เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามโดยการสัมภาษณ์สังเกต แบบสอบถาม และตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ
4. สรุปผลการดำเนินงานในระยะที่ 2 พร้อมกับจัดทำรายงานการวิจัยชั้นกลาง (Interim Report)

ระยะที่ 3:ระยะทดลองและปฏิบัติการมีขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองขนวนโดยการสัมภาษณ์ผู้รู้และเจ้าของผลิตภัณฑ์รวมถึงจัดสนทนากลุ่มวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสและอุปสรรค
2. ประชุมทีมวิจัยเพื่อวิเคราะห์ข้อมูล และตรวจสอบข้อมูลดำเนินการโดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ พร้อมจัดเวทีเพื่อตรวจสอบข้อมูลกับชุมชน
3. ดำเนินการทดลองปฏิบัติการตามรูปแบบแนวทางในการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจที่ได้วางไว้
4. ประชุมติดตามผลตามกลุ่มกิจกรรมที่จัดไว้ เพื่อติดตามงาน ให้คำปรึกษา ให้กำลังใจและร่วมกันแก้ไขปัญหาที่พบร่วมกัน รวมถึงเพิ่มเติมความรู้ในสิ่งที่ควรรู้และสิ่งที่ต้องทำ
5. ประชุมทีมวิจัยสรุปผลการทดลองและผลการดำเนินงาน
6. จัดเวทีเผยแพร่ผลการศึกษาสู่ชุมชนและสาธารณะ
7. ประชุมทีมสรุปบทเรียนการดำเนินงานและจัดทำรายงานรูปแบบฉบับสมบูรณ์

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทรงเครื่องของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตำบลขนวน อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น” มีกรอบแนวคิดที่เกี่ยวกับการศึกษา รวมทั้งผลลัพธ์จากการศึกษา ดังนี้



ผลการวิจัย

1. บริบท และเอกลักษณ์ของผ้าขาวม้าทรงเครื่อง ตำบลขนวน อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น พบว่า การทอผ้าอาศัยภูมิปัญญา ฝีมือและความรู้ความชำนาญของผู้ทอเป็นอย่างมาก เป็นงานศิลปะที่มีอยู่เพียงชิ้นเดียวในโลก เพราะแต่ละคนที่ผลิตแต่ละชิ้นตอนจะมีความแตกต่างกัน นอกจากนั้นแล้วความสามารถในการทอ การสอดกระสวย ความแรงในการตีกระทบหรือการฟัดทำให้ได้สีเข้มอ่อนต่างกัน แสดงถึงความคมชัดและความชำนาญของผู้ทอแต่ละคน อากาศ อุณหภูมิ หรือแม้แต่อารมณ์ความรู้สึกของผู้ทอ สิ่งเหล่านี้มีผลกับความสวยงามของผ้าผืนนั้นๆ จึงทำให้ผ้าทอมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทรงเครื่องของตำบลขนวนถือว่าเป็นภูมิปัญญาที่มีคุณค่า โดยการทอผ้าแต่ละชิ้นเต็มไปด้วยสายใยแห่ง ภูมิปัญญา คุณค่าแห่งวัฒนธรรม จึงทำให้เกิดผ้าทอที่มีคุณค่า มีสีสันสวยงาม สะดุดตา ผสมผสานกับการมัดหมี่ ซึ่งเป็นเทคนิคการมัดให้เป็นลวดลายด้วยเชือกกล้วยหรือเชือกฟางก่อนนำไปย้อมสี แล้วกรอด้วยไม้เรียงตามลวดลาย ร้อยใส่เชือกแล้วนำมาทอ จะได้ลายมัดหมี่ที่เป็นทางกว้างของผ้ามีการทอสลักกับเส้นด้ายพิเศษ ซึ่งมีลักษณะขรุขระช่วยเพิ่มความวิจิตรงดงามให้แก่ผืนผ้าผนวกเข้ากับสีที่สันทึบสวยงามและเพิ่มลวดลายให้ทันสมัย สามารถนำไปประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆได้อย่างลงตัว

การทอผ้าขาวม้าทรงเครื่องของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตำบลขนวน อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น แต่ละชิ้นเต็มไปด้วยสายใยแห่งภูมิปัญญาคุณค่าแห่งวัฒนธรรม ผสมผสานกับวิถีชีวิตพื้นบ้านที่มีความผูกพันกับประเพณีและวัฒนธรรมอีสาน โดยที่สมาชิกกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตำบลขนวน อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่นต่างเต็มเปี่ยมไปด้วยความรัก ความสามัคคี ความเสียสละ ความซื่อสัตย์ และการเอื้ออาทรซึ่งกันและกันในชุมชนเกิดระบบการผลิตแบบพึ่งตนเองทำให้มีพัฒนาการที่ดีขึ้นในทุกๆด้าน เช่น ด้านการบริหารงาน ด้านการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านการตลาด ด้านบรรจุภัณฑ์ ตลอดจนการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ของกลุ่มทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทรงเครื่อง เกิดการรวมกลุ่มของคนในชุมชนส่งผลให้เกิดระบบการตลาดแบบพึ่งตนเองและนำไปสู่ผลิตภัณฑ์แห่งความภูมิใจของชาวตำบลขนวนซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับวิถีทางแห่งการดำรงชีวิตมากมายหลายอย่างด้วยกัน จะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า “ผ้าขาวม้าทรงเครื่อง” คือสิ่งมหัศจรรย์แห่งสายใยที่ถักทอไว้อย่างประณีต จากตำนานกาลเวลา และคุณค่าอันน่ายกย่อง

2. ส่วนผสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทรงเครื่อง พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อผ้าขาวม้าทรงเครื่องมากที่สุด ได้แก่ เสื้อจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 42 รองลงมาคือ ผ้าจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 28.50 และกระเป๋า จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 17.50 โดยมีปริมาณการซื้อครั้งละ 1-2 ตัวมากที่สุดจำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 75.50 รองลงมาซื้อครั้งละ 3-4 ตัว จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 และจำนวนซื้อครั้งละ 5-6 ตัว จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อผ้าขาวม้าทรงเครื่องในแต่ละครั้งจำนวน 301-600 บาท มากที่สุด จำนวน 69 คนคิดเป็นร้อยละ 34.00 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผ้าขาวม้าทรงเครื่อง เพื่อใช้เองมากที่สุด จำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 31.40 รองลงมา เพื่อเป็นของฝาก

จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 และเพื่อเป็นของขวัญเนื่องในโอกาสต่างๆ จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 11.90 ซื่อผ้าขาวม้าทรงเครื่องจะเลือกซื้อตามโอกาส วันสงกรานต์มากที่สุด จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมา วันขึ้นปีใหม่ จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 25.60 และวันสำคัญทางพระพุทธศาสนา จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 16.40 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าขาวม้าทรงเครื่อง พบว่า ภาพโดยรวมของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าขาวม้าทรงเครื่องอยู่ในระดับมาก ($x = 3.92$, S.D. = 0.54) โดยในแต่ละด้านพบว่า 1.) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) อยู่ในระดับมาก ($x = 4.10$, S.D. = 0.77) เรียงตามลำดับ ดังนี้ มีลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์มากที่สุด ($x = 4.36$, S.D. = 0.78) รองลงมาคือ สวมใส่สบาย อยู่ในระดับมากที่สุด ($x = 4.34$, S.D. = 0.25) และสีไม่ตก อยู่ในระดับมากที่สุด ($x = 4.24$, S.D. = 0.89) 2.) ด้านราคา อยู่ในระดับมาก ($x = 3.81$, S.D. = 0.55) เรียงตามลำดับ ดังนี้ ราคาเหมาะสมกับคุณภาพมากที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($x = 4.26$, S.D. = 0.21) รองลงมาคือ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจนอยู่ในระดับมาก ($x = 4.02$, S.D. = 0.65) และมีสินค้าให้เลือกหลากหลายระดับราคาอยู่ในระดับมาก ($x = 3.98$, S.D. = 0.96) 3.) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย อยู่ในระดับมาก ($x = 3.90$, S.D. = 0.56) เรียงตามลำดับ ดังนี้ งานแสดงสินค้าต่างๆเช่นงานส่งเสริมสินค้า OTOP งานแสดงสินค้าหัตถกรรม เป็นต้นมากที่สุด อยู่ในระดับมาก ($x = 4.11$, S.D. = 0.25) รองลงมาคือ ทำเลที่ตั้งร้านสะดวกในการเดินทางอยู่ในระดับมาก ($x = 3.97$, S.D. = 1.19) และการจัดวางสินค้าเป็นระเบียบอยู่ในระดับมาก ($x = 3.97$, S.D. = 0.72) และ 4.) ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก ($x = 3.88$, S.D. = 0.57) เรียงตามลำดับดังนี้ มีส่วนลดให้ลูกค้า อยู่ในระดับมากที่สุด ($x = 4.29$, S.D. = 0.88) รองลงมาคือ มีรับเปลี่ยนคืนสินค้าอยู่ในระดับมากที่สุด ($x = 4.28$, S.D. = 0.99) และได้รับของแถมอยู่ในระดับมาก ($x = 4.02$, S.D. = 0.80)

3. พัฒนาระบบข้อมูลที่ให้เกิดการเพิ่มมูลค่าของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตำบลขนวน พบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เกิดการเพิ่มมูลค่าของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตำบลขนวน ได้นำแนวโน้ม รสนิยมของผู้บริโภคปัจจุบันเข้ามาช่วยในการวิเคราะห์และออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลงานจากการศึกษาที่ได้ทำการออกแบบและพัฒนาจำแนกได้เป็น 2 กลุ่มได้แก่ การออกแบบและพัฒนาเครื่องนุ่งห่ม (เสื้อผ้าสำหรับวันทำงาน) จำนวน 10 รูปแบบ และการออกแบบกระเป๋าสตรี จำนวน 5 รูปแบบ ซึ่งผลงานที่ได้รับการออกแบบใช้ขอบเขตการออกแบบคือ ต้องมีคุณค่าของธรรมชาติหรืองานหัตถกรรม, มีเอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น, วัสดุและกรรมวิธีการผลิตของท้องถิ่น, ผลิตได้จริง ใช้สอยดี เหมาะสมกับวัสดุท้องถิ่น, ความสวยงามและความน่าสนใจและรูปแบบแปลกใหม่ สะดุดตา ซึ่งผลจากการแจกแบบสอบถามกลุ่มประชากร เพื่อทำการศึกษาคำความคิดเห็นและความพึงพอใจ (4P) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปผ้าขาวม้าทรงเครื่องที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาแล้วจำนวน 200 คน พบว่า ภาพรวมมีทัศนคติเชิงบวกในระดับมากที่สุดต่อผลิตภัณฑ์ ($x = 4.27$) โดยประเด็นที่กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยสูงสุดได้แก่ ผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าทรงเครื่องสามารถต่อยอดพัฒนารูปแบบและลวดลายในอนาคตได้ ($x = 4.41$) รองลงมาอีก 4 อันดับได้แก่ผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าทรงเครื่องสะท้อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น ($x = 4.37$), ผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าทรงเครื่องมี

รูปแบบและการประยุกต์ที่สวยงามและเป็นที่ยอมรับ / ผลลัพธ์จากผ้าขาวม้าทรงเครื่องเป็นการใช้เทคนิคภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบเดิมมาใช้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ ($x = 4.35$), ผลลัพธ์จากผ้าขาวม้าทรงเครื่องสามารถพัฒนาเป็นสินค้าที่เพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้ ($x = 4.34$), ผลลัพธ์จากผ้าขาวม้าทรงเครื่องสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์และลักษณะเฉพาะของความเป็นท้องถิ่นได้อย่างชัดเจน ($x = 4.33$)

อภิปรายผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทรงเครื่อง พฤติกรรมในการเลือกซื้อผ้าขาวม้าทรงเครื่องส่วนใหญ่จะไม่มากและไม่บ่อยซึ่งมักจะมีเหตุจูงใจในการซื้อเสมอ เช่น งานต่างๆ หรือ ฤดูกาล ก็เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ผ้าฝ้ายประเภท เสื้อสำเร็จรูปมีอัตราการเลือกซื้อที่สูงกว่าฤดูอื่นๆ ซึ่งในตลาดเป้าหมายที่กำหนดไว้ผู้ซื้อผ้าขาวม้าทรงเครื่องจะมีพฤติกรรมเลือกซื้อซึ่งเกิดจากเหตุจูงใจ ทัศนคติค่านิยม และความชอบของแต่ละบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤดี ธีระวนิช และ พิมพรรณ สุจารินพงศ์ (2552 : 235-242) ที่กล่าวว่า วัตถุประสงค์หลักในการซื้อผ้าฝ้ายนั้นเป็นการซื้อเพื่อเป็นของขวัญ/ของฝากผู้อื่น จึงนิยมซื้อผ้าทอมือในช่วงเทศกาล เช่น ปีใหม่และสงกรานต์ ส่วนลักษณะการซื้อส่วนใหญ่ นิยมซื้อแบบเป็นผืน มากกว่าเสื้อผ้าที่ตัดแบบสำเร็จรูป สำหรับตลาดวัยผู้ใหญ่ที่ผู้ซื้อนิยมซื้อนั้น เกือบครึ่งหนึ่งนิยมซื้อตลาดแบบไทยๆ ผู้มีอายุมากจะซื้อ ผ้าเพื่อใช้เองในสัดส่วนที่สูงกว่าผู้ที่มีอายุน้อย กล่าวคือผู้มีอายุมากกว่า 50 ปี นิยมซื้อเพื่อใช้เอง ในขณะที่ผู้ที่มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จะซื้อเพื่อเป็นของขวัญหรือของฝาก และยังสอดคล้องกับ ไชยกร เลิศศรีนยพงศ์ (2552 : บทคัดย่อ) ที่กล่าวไว้ว่า ผู้ซื้อผ้าฝ้ายทอมือส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 20 - 35 ปี มีสถานภาพโสด มีระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรีประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นชาวไทยที่อาศัยอยู่ในจังหวัดเชียงใหม่ กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์หมวดเสื้อผ้า เครื่องแต่งกายและหมวดผืนผ้า มีค่าใช้จ่ายในการเลือกซื้อต่อครั้ง มากกว่า 300 บาท มีวัตถุประสงค์ในการ เลือกซื้อคือเพื่อนำไปใช้เองความถี่ในการซื้อ 2 -3 เดือนต่อครั้ง บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ ตัดสินใจเองและสาเหตุในการตัดสินใจเลือกซื้อเพราะมีสินค้าที่หลากหลายปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ผู้ซื้อให้ความสำคัญประกอบด้วยคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ซื้อผ้าฝ้ายทอมือให้ความสำคัญในเรื่องผลิตภัณฑ์มีรูปแบบสวยงาม ด้านราคาเหมาะสมกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเน้นงานแสดงสินค้าต่างๆเช่น งานส่งเสริมสินค้า OTOP งานแสดงสินค้าหัตถกรรม เป็นต้น และด้านการส่งเสริมการตลาดต้องมีการเอาใจใส่ลูกค้า แต่ไม่กดดันลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้า ซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีส่วนทำให้เกิดพฤติกรรมการเลือกซื้อเพราะเป็นหลักการทำให้อุณหภูมิเกิดความพึงพอใจให้ได้มากที่สุดและสามารถยอมรับได้ดังนั้นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดจึงเป็นส่วนสำคัญสำหรับผู้ผลิตที่จะสามารถกำหนดแนวทางที่ถูกต้องให้กับกิจการเพื่อที่จะจูงใจให้เกิดความชอบในสินค้าและเกิดพฤติกรรมอย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของฤดี ธีระวนิช และ พิมพรรณ สุจารินพงศ์ (2552 : 235-242) ที่กล่าวว่า ปัจจัยการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าฝ้ายทอมือนั้น การวิจัยครั้งนี้จะเน้นในด้านผลิตภัณฑ์ราคา ช่องทางการจัด

จำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยในด้านตัวผลิตภัณฑ์นั้น พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับคุณภาพของเนื้อผ้ามากที่สุด และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกษมณี ยานะโส (2553 : บทคัดย่อ) ที่ได้กล่าวว่า ปัจจัยด้านการบรรจุที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าขาวม้าทรงเครื่อง ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่ายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าขาวม้าทรงเครื่อง ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทางมาซื้อ ความสะอาดของร้านและการจัดตกแต่งร้าน ปัจจัยด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าขาวม้าทรงเครื่อง ได้แก่ กลยุทธ์การลดราคา ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ได้แก่ กลยุทธ์การปรับเปลี่ยนสินค้า กลยุทธ์การแจกของแถมและการลดราคา ซึ่งจากผลการศึกษาวิจัยสามารถสรุปแนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทรงเครื่องตามความต้องการของผู้ซื้อเพื่อความ ยั่งยืน ของผู้ประกอบการจำหน่ายผ้าขาวม้าทรงเครื่อง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรผลิตภัณฑ์มีรูปแบบสวยงามบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม รูปแบบควรพัฒนาให้เป็นสมัยนิยมทุกยุคสมัยทุกกลุ่มทุกวัย ด้านราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพของเนื้อผ้าขาวม้าทรงเครื่อง และมุ่งเน้นกลยุทธ์การลดราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเน้นงานแสดงสินค้าต่างๆ ซึ่งต้องมุ่งเน้นร้านค้าที่มีความสะดวกในการเดินทางมาซื้อ ความสะอาดของร้านและการจัดตกแต่งร้าน ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมุ่งกลยุทธ์การปรับเปลี่ยนสินค้า กลยุทธ์การแจกของแถมและการลดราคา

บทบาทขององค์กรหลัก 4 องค์กร (สตจค./อปท./ชุมชน/สถาบันวิชาการ) (อธิบายแยกรายองค์กร)

อปท. ในการสร้างความร่วมมือกับ อปท.ในพื้นที่ คือ องค์กรบริหารส่วนตำบลขนวน ได้รับความร่วมมือในการหาประเด็นในการวิจัย และร่วมกันพัฒนาโจทย์ โดยมีเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องให้ความร่วมมือในการหนุนเสริมเป็นทีมวิชาการในพื้นที่

ชุมชน ชุมชนที่เกี่ยวข้อง คือ ชุมชนบ้านขนวน ผู้นำชุมชน และชาวบ้านในชุมชนให้ความร่วมมือกับการให้ข้อมูล รวมถึงสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตกล้วย เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาโจทย์วิจัย และร่วมกระบวนการวิจัยในการค้นหาข้อมูลเป็นอย่างดี

สถาบันวิชาการ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ให้การสนับสนุนในเรื่องของการพัฒนาศักยภาพบุคลากร การหนุนเสริมข้อมูลด้านต่างๆ และนักวิชาการในทีมช่วยกันระดมความคิดเห็นและแลกเปลี่ยนวิธีการ เทคนิค รวมถึงปัญหา อุปสรรคในการทำวิจัย

การสังเคราะห์องค์ความรู้และนวัตกรรม

1. ที่ตั้งหรือสถานที่ของ Research LAB ในชุมชน (ชุมชน/หมู่บ้าน) และการเชื่อมต่อผ่านทาง Research LAB (เช่น กลุ่ม/LINE/Mail/โทรศัพท์/ผู้ประสานงานกลาง)

1.1 ที่ตั้งหรือสถานที่ของวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผ้าขาวม้าทรงเครื่อง ตำบลขนวน อำเภอหนองนาคำ จังหวัดขอนแก่น

1.2 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย พบว่า แนวทางการพัฒนาส่วนประสมทางการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทรงเครื่องตามความต้องการของผู้ซื้อเพื่อความ ยั่งยืน ของผู้ประกอบการจำหน่ายผ้าขาวม้าทรงเครื่อง คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ควรผลิตภัณฑ์มีรูปแบบสวยงามบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม รูปแบบควรพัฒนาให้เป็นสมัยนิยมทุกยุคสมัย ทุกกลุ่มทุกวัย ด้านราคาต้องเหมาะสมกับคุณภาพของเนื้อผ้าขาวม้าทรงเครื่อง และมุ่งเน้นกลยุทธ์การลดราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายเน้นงานแสดงสินค้าต่างๆ ซึ่งต้องมุ่งเน้นร้านค้าที่มีความสะดวกในการเดินทางมาซื้อ ความสะอาดของร้านและการจัดตกแต่งร้าน ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมุ่งกลยุทธ์การปรับเปลี่ยนสินค้า กลยุทธ์การแจกของแถมและการลดราคา

2. Research LAB จะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างไร

ผลกระทบต่อเศรษฐกิจทางตรงวัตถุประสงค์ได้ง่ายในชุมชน ทำให้สมาชิกมีรายได้จากการรวมกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนตำบลขนวน อำเภอหนองน้ำคำ จังหวัดขอนแก่น มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกิดการสร้างสรรค์ตลาดใหม่ ๆ ก่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นทันสมัย สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ส่งผลให้เกิดระบบการตลาดแบบพึ่งตนเองและนำไปสู่ผลิตภัณฑ์แห่งความภูมิใจของชาวตำบลขนวน

ความเป็นพันธกิจสัมพันธ์มหาวิทยาลัยกับสังคม University Engagement

1. ร่วมคิดร่วมทำแบบหุ้นส่วน (Partnership) นักวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม อปท. ศจค. คนในชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย มีส่วนร่วมในการออกแบบและขับเคลื่อนงานวิจัย เพื่อนำองค์ความรู้จากการวิจัยไปพัฒนาต่อยอดด้านเศรษฐกิจของชุมชน

2. เกิดประโยชน์ร่วมกันแก่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย (Mutual benefit) มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ได้รับประโยชน์ ในการนำองค์ความรู้จากงานวิจัยภายใต้บริบทของชุมชนไปใช้ในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอน ชุมชนและ อปท. เกิดการพัฒนาต่อยอดในด้านเศรษฐกิจชุมชน

3. มีการใช้ความรู้และเกิดการเรียนรู้ร่วมกัน (Scholarship) นักวิจัยร่วมกับชุมชนนำหลักการทำงานแบบมีส่วนร่วมมาใช้ในการทำงานวิจัยเชิงพื้นที่ เพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้ชุมชนเกิดความตระหนักถึงปัญหา และทบทวนศักยภาพ และทุนทางสังคมที่มีอยู่ในชุมชน พร้อมนำออกมาใช้เพื่อขับเคลื่อนงานวิจัยและพัฒนาต่อยอดในทางด้านเศรษฐกิจ โดยมี อปท. เป็นส่วนหนึ่งในการเรียนรู้และเข้าใจปัญหาของชุมชน

4. เกิดผลกระทบต่อสังคมที่ประเมินได้ (Social impact) ผลกระทบที่เกิดกับชุมชน สังคม สามารถประเมินเพื่อวัดผลกระทบการเปลี่ยนแปลง ผู้วิจัยใช้การวัดการเปลี่ยนแปลงทางด้านเศรษฐกิจ

ข้อเสนอแนะ

การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกล้วย ตำบลขนวน อำเภอหนองน้ำคำ จังหวัดขอนแก่นในพื้นที่วิจัยและพื้นที่อื่น ๆ เพื่อพัฒนาศักยภาพในการแข่งขันควรกำหนดกลยุทธ์ ดังนี้

1. ควรมีการส่งเสริมให้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะผ้าฝ้ายและเสื้อผ้าสำเร็จรูป เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นที่นิยมของผู้บริโภคและผู้บริโภคสามารถนำไปตัดเย็บตามรูปแบบที่ต้องการได้

รวมทั้งถ้าต้องการความสะดวกรวดเร็วในการใช้ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าสำเร็จรูปจึงเป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งที่เป็นไปได้

2. ควรมีการส่งเสริมความมีชื่อเสียงในผลิตภัณฑ์ขาม้าทรงเครื่องของผู้ผลิตโดยการพัฒนาคุณภาพการออกแบบ และรูปร่าง ลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานและมีความทันสมัยมากยิ่งขึ้น
3. สำหรับโทนสีผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งสำคัญต้องสวยตามยุคตามสมัยและให้ตรงกับรสนิยมของผู้บริโภค
4. ควรมีการจัดวางสินค้าให้เป็นหมวดหมู่ของผลิตภัณฑ์ ให้ง่ายต่อการเลือกซื้อ
5. ควรเน้นหรือให้ความสำคัญในเรื่องของความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ ให้ความสวยงามทันสมัยสอดคล้องกับรสนิยมของผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

- กิตติคุณวัฒน์ จุฑะวิภาต. (2555). *ผ้าทอกับชีวิตคนไทย*. รายงานการวิจัย. คณะศิลปกรรมศาสตร์: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ฤดี ธีระวนิช และ พิมพรรณ สุจารินพงศ์. (2552). พฤติกรรมการซื้อ/การใช้ผ้าฝ้ายทอมือเป็นเครื่องแต่งกายของสตรีทั่วไป. การประชุมทางวิชาการของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ครั้งที่ 47. 17-20 มีนาคม 2552. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์;สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษา; กระทรวงศึกษาธิการ;กระทรวงเกษตรและสหกรณ์;กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี;กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม;กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร;สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ;สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- ไชยกร เลิศศรันยพงศ์. (2552). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายทอมือในเขตอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. ปรินญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เกษมณี ยานะโส. (2553). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่. ปรินญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.