

## การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมัดหมี่เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กรณีศึกษา กลุ่มผ้าทอบ้านม่วงหอม จังหวัดพิษณุโลก

บุษบา หินเฝ้า<sup>1\*</sup> พรชัย ปานทุ่ง<sup>2</sup> พัชรา วงศ์แสงเทียน<sup>3</sup>

### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมัดหมี่ บ้านม่วงหอม ตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2. เพื่อประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมัดหมี่ บ้านม่วงหอม ตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยได้แก่ กลุ่มหัตถกรรมผ้าทอบ้านม่วงหอม รูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอประเภทผ้าคลุมไหล่ กล่องกระดาดหิซซุ และสายรัดข้อมือ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้บริโภคจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบบสนทนา โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัยพบว่าผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ได้ประเมินความคิดเห็นต่อรูปแบบผ้าคลุมไหล่ รูปแบบที่ 3 (ค่าเฉลี่ย 4.33) ระดับมาก กล่องกระดาดหิซซุ รูปแบบ รูปแบบที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.20) ระดับมาก และสายรัดข้อมือรูปแบบที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.01) ระดับมาก ความพึงพอใจผู้บริโภคต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ รูปแบบที่ 3 (ค่าเฉลี่ย 4.12) ระดับมาก กล่องกระดาดหิซซุ รูปแบบที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.00) ระดับมาก และสายรัดข้อมือรูปแบบที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 3.99) ระดับมาก

**คำสำคัญ :** เศรษฐกิจสร้างสรรค์, มูลค่าเพิ่ม, ผ้าทอมัดหมี่

<sup>1</sup> สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก  
e-mail : bussaba\_took@hotmail.com

<sup>2</sup> สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก  
e-mail : young\_blood3@hotmail.co.th

<sup>3</sup> สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม จังหวัดพิษณุโลก  
e-mail : patchara.s.p@hotmail.com

\*ผู้รับผิดชอบหลัก e-mail : bussaba\_took@hotmail.com

THE DEVELOPMENT PATTERNS WOVEN PRODUCTS MUDMEE FOR CREATE ECONOMIC  
VALUE FOLLOW THE CREATIVE ECONOMY CASE STUDY WOVEN BAN MUANG HOM  
PHITSANULOK PROVINCE.

Bussaba Hintoe<sup>1\*</sup> Pornchai Pantung<sup>2</sup> Patchara Wongsangtien<sup>3</sup>

**Abstract**

This research aims to 1. develop Mudmee cloth products design, Kaeng Sopa Sub-district, Wang Thong District, Phitsanulok Province. for making economic value-added in creative economy. 2. evaluating consumers' satisfaction toward Ikat (Mudmee) textile products, Kaeng Sopa Sub-district, Wang Thong District, Phitsanulok Province. The research samples include: Muang Hom woven handicraft group of shawl fabrics textiles, tissue box, and strip. The tool that used in this study was questionnaire. The data were analyzed by percentage, mean ( ), standard deviation (S.D.).

The results showed that the experts in the field of product design marketing evaluated the form of the shawl 3rd model (average 4.33) at the high level. The tissue box form the 1st model (average 4.20) at high satisfaction level and the style of the 3rd shawl product model (average 4.12). The tissue box product 1st model (average of 4.00) at high level and the 1st strap model (average 3.99) at high level.

**Keywords :** Creative Economy, Value Added, Woven Mudmee

---

<sup>1</sup> Assist. Prof. of Communication Arts Program, Faculty of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University. e-mail : bussaba\_took@hotmail.com

<sup>2</sup> Assist. Prof. of Architecture Program in Industrial Product Design, Faculty of Industrial Technology Pibulsongkram Rajabhat University. e-mail : young\_blood3@hotmail.co.th

<sup>3</sup> Assist. Prof. of Business Administration Program in Management, Faculty of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University. e-mail : patchara.s.p@hotmail.com

\*Corresponding author, e-mail : bussaba\_took@hotmail.com

## บทนำ

การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทย ในปัจจุบันแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยอยู่ในระยะเริ่มต้นยังไม่มีกำหนดนิยามและขอบเขตของการพัฒนาที่ชัดเจนตลอดระยะเวลากว่า 10 ปีที่ผ่านมาพบว่า ประเทศไทยมีการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนพื้นฐานของการผสมผสานระหว่างวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาเรื่อยมาจนกระทั่งปัจจุบัน ได้มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ เข้ามาช่วยในการสร้างมูลค่าเพิ่มและเชื่อมโยงภาคการผลิตและการบริการต่างๆ ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของไทยสามารถขับเคลื่อนได้อย่างเป็นรูปธรรมและสามารถพัฒนาแบบยั่งยืน (เสาวรภัย กุสุมา ณ อยุธยา. 2553. หน้า 23)

บ้านม่วงหอม ต.แก่งโสภา อ.วังทอง จ.พิษณุโลก เป็นแหล่งผลิตผ้าทอของจังหวัดพิษณุโลก ผ้าที่ทอคือ ผ้าทอมัดหมี่ ผ้าขาวม้า ที่เป็นลายเอกลักษณ์ประจำจังหวัดพิษณุโลก ปัจจุบันคนในชุมชนไม่ค่อยให้ความสำคัญกับการทอผ้า มีเพียงกลุ่มคนสูงอายุเพียง 26 คน ที่ยังรวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มโอท็อปทอผ้าบ้านม่วงหอม และทอผ้าจนถึงปัจจุบัน เพราะกระบวนการการผลิตยุ่งยาก ขายได้ราคาถูกกว่าทำพีชไรฟ์พีชสวน และผลิตแต่เป็นผ้าผืน จึงทำให้ส่วนใหญ่จะขายได้ในช่วงเทศกาลปีใหม่ ไม่สามารถขายได้ตลอดทั้งปี และช่วงทศวรรษที่ผ่านมา กระแสบริโภคนิยมเข้าสู่ชนบท ทำให้คนให้ความสำคัญกับการทอผ้าน้อยลง เด็กเยาวชนไม่สนใจในวัฒนธรรมการทอผ้าต่อไป เหตุการณ์นี้ก็เป็นปัญหากับบ้านม่วงหอม ดังนั้นสมาชิกกลุ่มผ้าทอบ้านม่วงหอมจึงมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาเพื่อสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการผ้าทอมัดหมี่ที่หลากหลายรูปแบบ และจะได้จำหน่ายสินค้าได้ตลอดทั้งปี อีกทั้งยังสามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อีกด้วย

## วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือมัดหมี่ บ้านม่วงหอม ตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. เพื่อประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมัดหมี่ บ้านม่วงหอม ตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

## วิธีการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ คณะผู้วิจัยและช่างทอผ้าบ้านม่วงหอมได้ร่วมกันดำเนินการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้กระบวนการแบบมีส่วนร่วมระหว่างคณะผู้วิจัยกับกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอมัดหมี่บ้านม่วงหอม เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เมื่อออกแบบแล้วเสร็จจึงได้ให้ช่างทอผ้าร่วมกันทอผ้า และจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ซึ่งได้ออกแบบผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความต้องการมากที่สุด 3 ประเภท 9 รูปแบบ และได้ร่วมกันสรุปออกมาเป็นแบบร่าง

ขั้นตอนที่ 2 การทดลองรูปแบบผลิตภัณฑ์และประเมินผลความพึงพอใจ ภายหลังจากที่ได้พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ต้นแบบแล้ว คณะผู้วิจัยได้ทำการทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่กับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย โดยศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีต่อ รูปแบบ ความสวยงาม ประโยชน์ใช้สอย รวมถึงการรับรู้เอกลักษณ์ความหมาย ในการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคเป้าหมายได้ใช้แบบสอบถาม 400 ฉบับ

ขั้นตอนที่ 3 สรุปความคิดเห็นและความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบ คณะผู้วิจัยจัดทำรายงานการสรุปความคิดเห็นและความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายที่มีต่อ

ผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้ง 3 ประเภท 9 รูปแบบ ได้แก่ ผ้าคลุมไหล่ ก่องใส่กระดาดหิซซู สายรัดขึ้น ตลอดจนสรุปแนวทางและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบต่อไป

ขั้นตอนที่ 4 ถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชน หลังจากเสร็จสิ้นการดำเนินการวิจัยคณะผู้วิจัยได้จัดการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชนในรูปของการอบรมเชิงปฏิบัติการการให้ความรู้แก่ชุมชนในการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้จากงานวิจัย

ขั้นตอนที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถิติบรรยาย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ คือ การสัมภาษณ์เจาะลึก การสัมภาษณ์กลุ่ม และการสังเกต โดยก่อนการวิเคราะห์จะดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล จากนั้นจึงนำข้อมูลมาวิเคราะห์ โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ การวิเคราะห์เนื้อหา การจำแนกและจัดระบบข้อมูล การวิเคราะห์สาเหตุและผล

ขั้นตอนที่ 6 การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยตรวจสอบข้อมูลโดยใช้การตรวจสอบแบบสามเส้า ด้วยการตรวจสอบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ กัน ประกอบด้วยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม การสัมภาษณ์เจาะลึก และการสังเกต เป็นต้น และจะวิเคราะห์ข้อมูลที่ค้นพบโดยการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญอย่างเป็นระบบโดย

## ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมัดหมี บ้านม่วงหอม ตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

หลังจากผลสำรวจดังกล่าวทำให้คณะผู้วิจัยและประธานกลุ่มทอผ้ามาพิจารณาและช่วยกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3 ประเภท 9 รูปแบบ ได้แก่ ผ้าคลุมไหล่ ก่องใส่กระดาดหิซซู และสายรัด โดยมีแนวความคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบในลักษณะของสมัยปัจจุบัน ดูทันสมัยหรือตามสมัยนิยม ดังมีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ขึ้นใหม่ซึ่งแต่เดิมกลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอมจะมีการทอเฉพาะผ้าฝ้ายเป็นลายดอกปัก แต่เนื่องจากผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์หลากหลายมากประเภท จึงมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้น ซึ่งได้รู้ลักษณะของผ้าคลุมไหล่ 3 รูปแบบ ดังนี้



รูปแบบที่ 1

รูปแบบที่ 2

รูปแบบที่ 3

ภาพที่ 1 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่

ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ได้ประเมินความคิดเห็นต่อรูปแบบผ้าคลุมไหล่ที่ได้พัฒนาขึ้นจำนวน 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ 3 (ค่าเฉลี่ย 4.33) ระดับมาก รูปแบบที่ 2 (ค่าเฉลี่ย 3.67) ระดับมาก และรูปแบบที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 3.33) ระดับปานกลาง

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์กล่องกระดาษทิชชู เป็นการพัฒนาแนวคิดสร้างสรรค์ของชุมชนพัฒนาขึ้นใหม่เพื่อรองรับการใช้ประโยชน์จากผ้าทอและมีคุณค่าสวยงามในรูปแบบผลิตภัณฑ์อื่นมากขึ้น ซึ่งเดิมกลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอมจะมีการทอเฉพาะผ้าผืนเป็นลายดอกป๊อป แต่เนื่องจากผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์หลากหลายมากประเภท และคณะผู้วิจัยและทางสมาชิกกลุ่ม OTOP บ้านม่วงหอมได้มีแนวคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกล่องกระดาษทิชชูที่มีเอกลักษณ์ของผ้าทอบ้านม่วงหอม จึงมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้น มีรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ ดังนี้



รูปแบบที่ 1

รูปแบบที่ 2

รูปแบบที่ 3

ภาพที่ 2 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์กล่องกระดาษทิชชู

ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ได้ประเมินความคิดเห็นต่อกล่องกระดาษทิชชูที่มีเอกลักษณ์ของผ้าทอบ้านม่วงหอมที่ได้พัฒนาขึ้นจำนวน 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.20) ระดับมาก รูปแบบที่ 2 (ค่าเฉลี่ย 3.89) ระดับมาก และรูปแบบที่ 3 (ค่าเฉลี่ย 3.20) ระดับปานกลาง

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์สายรัดขึ้น ขึ้นใหม่ซึ่งแต่เดิมกลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอมจะมีการทอเฉพาะผ้าผืนเป็นลายดอกป๊อป แต่เนื่องจากผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์หลากหลายมากประเภท และคณะผู้วิจัยและทางสมาชิกกลุ่ม OTOP บ้านม่วงหอมได้มีแนวคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสายรัดขึ้นที่มีเอกลักษณ์ของผ้าทอบ้านม่วงหอม จึงมีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้น มีรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ ดังนี้



รูปแบบที่ 1

รูปแบบที่ 2

รูปแบบที่ 3

ภาพที่ 3 แสดงรูปแบบผลิตภัณฑ์สายรัดข้อมือ

ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านการผลิต ได้ประเมินความคิดเห็นต่อรูปแบบสายรัดข้อมือจากผ้าทอมัดหมี่ที่ได้พัฒนาขึ้นจำนวน 3 รูปแบบ ได้แก่ รูปแบบที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.01 ) ระดับมาก รูปแบบที่ 2 (ค่าเฉลี่ย 3.78 ) ระดับมาก และรูปแบบที่ 3 (ค่าเฉลี่ย 3.40 ) ระดับปานกลาง

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมัดหมี่ บ้านม่วงหอม ตำบลแก่งโสภา อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนม่วงหอมครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอ จากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ที่เป็นนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยว วัดพระศรีรัตนมหาธาตุวรมหาวิหาร พิษณุโลกเนื่องจากเป็นสถานที่นักท่องเที่ยวต้องมาสักการะบูชาพระพุทธชินราช รวมถึงหาซื้อของฝากและของที่ระลึกของจังหวัดพิษณุโลก

**ตารางที่ 1** ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่  
กล่องกระดาษทึบชุด สายรัดขึ้น

| รายการประเมิน/รูปแบบ                 | ผ้าคลุมไหล่ |      | กล่องกระดาษทึบชุด |      | สายรัดขึ้น  |      |
|--------------------------------------|-------------|------|-------------------|------|-------------|------|
|                                      | รูปแบบที่ 3 |      | รูปแบบที่ 1       |      | รูปแบบที่ 1 |      |
|                                      | ค่าเฉลี่ย   | S.D. | ค่าเฉลี่ย         | S.D. | ค่าเฉลี่ย   | S.D. |
| 1. ด้านประโยชน์ใช้สอย                |             |      |                   |      |             |      |
| 1.1 รูปแบบเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย   | 4.02        | .72  | 4.25              | .73  | 4.25        | .83  |
| 1.2 ขนาดเหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย     | 4.25        | .58  | 4.03              | .77  | 3.95        | .83  |
| 1.3 ง่ายต่อการทำความสะอาด            | 4.10        | .73  | 3.92              | .81  | 3.97        | .89  |
| รวมเฉลี่ย                            | 4.12        | .58  | 4.06              | .66  | 4.05        | .74  |
| 2. สวยงาม                            |             |      |                   |      |             |      |
| 2.1 ความประณีต                       | 4.02        | .49  | 3.99              | .82  | 4.01        | .86  |
| 2.2 คงเอกลักษณ์ของผ้ามัดหมี่บ้านม่วง | 4.10        | .49  | 3.94              | .89  | 3.90        | .87  |
| หอม                                  |             |      |                   |      |             |      |
| 2.3 สีสันทน ลวดลาย                   | 4.25        | .49  | 3.89              | .82  | 3.85        | .86  |
| รวมเฉลี่ย                            | 4.12        | .49  | 3.94              | .74  | 3.92        | .76  |
| ภาพรวมเฉลี่ย                         | 4.12        | .72  | 4.00              | .57  | 3.99        | .65  |

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีความคิดเห็นที่พึงพอใจต่อต้นแบบผ้าคลุมไหล่ รูปแบบที่ 3 (ค่าเฉลี่ย 4.12) ระดับมาก กล่องกระดาษทึบชุดรูปแบบที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 4.00) ระดับมาก สายรัดขึ้น รูปแบบที่ 1 (ค่าเฉลี่ย 3.99) ระดับมาก

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัยที่พบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์กับการออกแบบผลิตภัณฑ์จะดำเนินการควบคู่กันไป เป็นการพยายามค้นหาสร้างสรรค์สิ่งใหม่ หาวิธีแก้ไขหรือคำตอบใหม่ๆ สำหรับปัญหาต่างๆ ที่ต้องอาศัยวิทยาการที่ก้าวหน้า กระบวนการผลิต การเลือกใช้วัสดุและหลักในการออกแบบ เข้าใจการวิเคราะห์ปัญหา การคิดออกแบบสร้างสรรค์และการแก้ไขปรับปรุงผลิตภัณฑ์โดยมีหลักการในออกแบบผลิตภัณฑ์ซึ่งสอดคล้องกับ สิริพิชญ์ วรรณภาส. (2551) ที่ได้ศึกษาถึงปัญหาของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภท ผ้าผืนและผลิตภัณฑ์ผ้า ที่พบปัญหาสำคัญคือ 1) ปัญหาด้านวัตถุดิบ 2) ปัญหาด้านคุณภาพและมาตรฐานของ ผลิตภัณฑ์ 3) ปัญหาการออกแบบและพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ 4) ปัญหาการบริหารจัดการและการตลาด 5) ปัญหาด้านการวิจัยและพัฒนา 6) ปัญหาองค์ความรู้และนวัตกรรม 7) ปัญหาการถ่ายทอดเทคโนโลยีการ ฝึกอบรม ดังนั้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าผืนและผลิตภัณฑ์อื่นๆ จากผ้าทอบ้านม่วงหอมก็ต้องคำนึงถึงหลักการ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ดังกล่าว ทั้งนี้เพื่อลดปัญหาของผลิตภัณฑ์ลงไป

2. จากผลการวิจัยที่พบว่ากลุ่มลูกค้าเป้าหมายส่วนใหญ่จะซื้อผ้าทอตามวาระโอกาส ผลิตภัณฑ์ที่ซื้อบ่อยผ้าคลุมไหล่ผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่นิยมซื้อบ่อยที่สุด คือ ผ้าคลุมไหล่ รองลงมา คือ ผ้าผืน/ชิ้น ผ้าพันคอ เสื้อผ้าทอสำเร็จรูป และสายรัดขึ้น ตามลำดับ ราคาที่เหมาะสมในการซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอแต่ละครั้ง ที่

มีผู้ตอบแบบสอบถามมากที่สุด คือ ราคาระหว่าง 201 – 300 บาท โทสนีของผ้าผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่เลือกซื้อบ่อยๆ คือ สีน้ำเงิน รองลงมาคือสีชมพู สีฟ้า และสีม่วง ตามลำดับ เหตุผลในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ คือ ต้องสวมใส่ผ้าไทยในวันศุกร์ รองลงมาคือ ต้องการอุดหนุนผลิตภัณฑ์ เป็นของฝากในเทศกาลต่างๆ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาถูก ตามลำดับ การพิจารณาตัดสินใจซื้อผ้าทอ คือสีสันทของผ้า รองลงมาคือ ลวดลายผ้า คุณภาพการทอ และเนื้อผ้านุ่ม ตามลำดับ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ต้องการซื้อในปัจจุบัน คือ ผ้าคลุมไหล่ รองลงมาคือ ผ้าผืน/ชิ้น ผ้าพันคอ และ เสื้อผ้าทอสำเร็จรูป ตามลำดับ โทสนีของผ้าทอที่ต้องการซื้อในปัจจุบัน คือ สีชมพู รองลงมาคือ สีฟ้า สีม่วง และสีน้ำเงิน ตามลำดับ ราคาที่เหมาะสมในการซื้อผ้าทอปัจจุบัน คือ ราคาระหว่าง 201 – 300 บาท สอดคล้องกับ จุริยวรรณ จันทพลา และคณะ (2554) พบว่าปัจจัยที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายใช้ในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำ คือ ประโยชน์ใช้สอยในชีวิตประจำวันและราคาที่กลุ่มเป้าหมายต้องการซื้อในราคาระหว่าง 201-300 บาท และ ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์ (2547) กล่าวว่าการพัฒนาผ้าทอพื้นบ้านของชุมชนเครือข่าย จะมีต้นทุนทางความคิดเชิงออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์บนบริบทของความต้องการของผู้บริโภค แทนการผลิตไปตามวิถีความพอใจส่วนตน ก็จะสามารถขยายผลและสืบทอดการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมผ้าทอพื้นบ้าน สู่ระบบอุตสาหกรรมสินค้าชุมชนไปได้อย่างต่อเนื่อง จรัสทิพย์ วงษ์เย็น (2554) ได้มีการพัฒนารูปแบบและลวดลายผ้าเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค โดยผสมผสานแนวคิดการทอแบบวิถีดั้งเดิมกับการผลิตเพื่อการค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของระบบตลาด โดยพัฒนารูปแบบของเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าทอพื้นเมือง ที่เน้นจุดเด่นของลวดลายผ้าและสีสันทที่สวยงาม รวมถึงการออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มวัยรุ่นหรือวัยทำงานให้มีความทันสมัย ราคาไม่แพง และดูแลรักษาง่าย ซึ่งจะช่วยให้ยอดขายมีแนวโน้มสูงขึ้นได้เปรียบในเชิงแข่งขันมากขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านม่วงหอม ตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก จึงได้ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบโดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผสมผสานกับเอกลักษณ์ท้องถิ่น ความคิดสร้างสรรค์ และความต้องการของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำการวิจัยไปใช้ นำรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่บ้านม่วงหอม ตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และใช้เป็นแนวทางในการนำผ้าทอไปพัฒนาเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้

ข้อเสนอแนะเพื่อทำการวิจัยต่อไป ควรศึกษาแนวทางในการทำตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของผ้าทอมือที่บ้านม่วงหอม ตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก และศึกษาแนวทางในการย้อมสีผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือจากใบมะม่วงน้ำดอกไม้ ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจเพื่อการส่งออกต่างประเทศของตำบลแก่งโสภา อำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก

### กิตติกรรมประกาศ

ในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งฝ่ายที่คอยให้ความช่วยเหลือตลอดระยะเวลาในการดำเนินวิจัย ขอขอบพระคุณกลุ่มทอผ้าบ้านม่วงที่ให้ความร่วมมือและเสนอความต้องการที่ได้รับความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ และขอขอบพระคุณทีมงานวิจัยทุกท่าน

### เอกสารอ้างอิง



- จรัสพิมพ์ วังเย็น. (2554). การออกแบบเครื่องนุ่งห่มเพื่อพัฒนารูปแบบสินค้าพื้นเมืองกรณีศึกษา  
ผ้าจากไทยยวน จังหวัดราชบุรี. คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น กรุงเทพฯ :  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- จวีร์วรรณ จันพลา และคณะ. (2554). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตาม  
แนวแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์. กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม.
- ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์ .(2547). เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมผ้าทอพื้นบ้านสู่ระบบอุตสาหกรรม  
สินค้าชุมชน : ศึกษากรณีกลุ่มแม่บ้านเพิ่มพูนทรัพย์ ตำบลนาเชือก จังหวัดมหาสารคาม.  
มหาสารคาม : มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สิริพิชญ์ วรรณภาส.(2551). เอกสารการสอนชุดวิชาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน. นนทบุรี: สำนักพิมพ์  
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เสาวรภัย กุสุมา ณ อยู่ธยา. (2553). Creative Economy ทางเลือกใหม่ในการพัฒนาเศรษฐกิจไทย.  
วารสารนักบริหาร Executive Journal. 30(1), 23-28