

การสร้างมูลค่าเพิ่มจากเส้นใยกล้วย และกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านเฮี้ย อำเภอปัว จังหวัดน่าน

Value Added Banana Fiber and Creating Product Management Strategy of Baan Hia Weaving Community Enterprise, Pua District, Nan Province

เอนก ชิตเกษร¹, พรรณนุช ชัยปิ่นชนะ¹
Anake Chitkesorn¹, Punnuch Chaipinchana¹

Received: 14 October 2021

Revised: 21 December 2021

Accepted: 18 January 2022

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากเส้นใยกล้วย และกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านเฮี้ย อำเภอปัว จังหวัดน่าน โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสนทนากลุ่มเป้าหมาย และการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต การลงมือปฏิบัติ และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากเส้นใยกล้วย ย้อมสีธรรมชาติ ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความปราณีต สวยงาม และมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น สามารถยกระดับให้เป็นสินค้าระดับพรีเมียม โดยคงความเป็นเอกลักษณ์ของไทยลื้อ และการดำเนินกลยุทธ์การจัดการและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเส้นใยกล้วยย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าฯ สามารถสร้างรายได้เพิ่มให้กับสมาชิกกลุ่ม เส้นใยกล้วยสามารถย้อมติดสีธรรมชาติได้ดีในกระบวนการย้อมร้อน และปรับการทอโดยใช้เส้นฝ้ายย้อมสีธรรมชาติเป็นเส้นยืนและใช้เส้นใยกล้วยเป็นเส้นพุ่ง สามารถเพิ่มความคงทนให้ผลิตภัณฑ์ โดยผสมผสานวัสดุชนิดอื่น เช่น วัสดุหนัง มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ทันสมัย และใช้งานได้จริง ดำเนินการสร้างแบรนด์เพื่อการรับรู้และการสื่อสาร เน้นการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์สื่อที่เข้าถึงตลาดในวงกว้างผ่านสื่อสังคมออนไลน์

คำสำคัญ: ใยกล้วย ผ้าทอใยกล้วย หัตถกรรมจากเส้นใยกล้วย กลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์

Abstract

This research aimed to value-added from banana fiber and product management strategies using a participatory action research approach of the Baan Hia community enterprises group members, Pua District, Nan Province. The method of data collection used in-depth interviews for the member, target audience conversation, observations, implementation, and distribution of prototype products. The research results revealed that the community

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ

¹ Lecturer, Faculty of Business Administration, Payap University

E-mail: Anakechitkesorn@gmail.com

enterprise group could create value-added from banana fibers. Natural dye by developing beautiful and different products from other products can upgrade to a premium product by maintaining the uniqueness of Tai Lue. Implementing strategies for managing and marketing handicraft products from natural-dyed banana fibers of the weaving enterprises group can generate additional income for group members. Banana fibers can be naturally dyed well in the hot dyeing process. Adjust the weaving by using naturally dyed cotton yarns as the warp and banana fiber as the weft yarns instead. It can increase the product's durability by combining other materials such as leather. It has a modern product design and works to carry out brand awareness. Communication Emphasis placed on providing media product information that reaches the broader market on social media.

Keywords: Banana fibers, banana fabric, handicraft made from banana fibers, and product management strategies

บทนำ

ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน-เศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green Economy: BCG) ของไทย พ.ศ. 2564-2569 (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2563) โมเดลเศรษฐกิจ BCG จะเป็นการกระจายรายได้และโอกาสไปยัง “ชุมชน” ส่งเสริมเศรษฐกิจจากฐานรากเป็นการสร้างงานและอาชีพที่จะทำให้เกิดความมั่นคงครอบคลุมทุกคน นอกจากนี้ BCG โมเดล ยังสอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ส่งเสริมการเติบโตและการพัฒนาที่ยั่งยืน และลดการใช้ทรัพยากร BCG โมเดล ประกอบด้วย 3 เศรษฐกิจหลัก คือ B: Bio Economy ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่า เชื่อมโยงกับ C: Circular Economy ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ที่คำนึงถึงการนำวัสดุต่างๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และทั้ง 2 เศรษฐกิจนี้ อยู่ภายใต้ G: Green Economy ระบบเศรษฐกิจสีเขียว ซึ่งมุ่งแก้ไขปัญหามลพิษ เพื่อลดผลกระทบต่อโลกอย่างยั่งยืน สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตเพื่อให้เกิดของ

เสียน้อยที่สุด (Eco-design & Zero-Waste) ส่งเสริมการใช้ซ้ำ (Reuse, Refurbish, Sharing) และอีกทั้งยังให้ความสำคัญกับการจัดการของเสียจากการผลิตและบริโภค ด้วยการนำวัสดุดิบที่ผ่านการผลิตและบริโภคแล้วเข้าสู่กระบวนการแปรสภาพเพื่อกลับมาใช้ใหม่ (Recycle, Upcycle)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านเฮี้ย เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทำการผลิตและจำหน่ายผ้าฝ้ายทอมือ ตั้งอยู่เลขที่ 141 หมู่บ้านเฮี้ย ตำบลศิลาแลง อำเภอปัว จังหวัดน่าน จัดตั้งขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์ที่จะสร้างรายได้ให้กับชุมชน มีการรวมตัวเพื่อทำกิจกรรมในครั้งแรก ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2536 ภายใต้อาณัติความช่วยเหลือของกลุ่มอัครเมืองน่าน และสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอปัว มีการดำเนินกิจกรรมอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน โดยเริ่มตั้งแต่ว่าการทำผ้าทอ ซึ่งลวดลายที่โดดเด่นของหมู่บ้านคือ ลายไทลื้อ ผลิตภัณฑ์ที่นิยม คือ ผ้าหลบหรือ ผ้าปูที่นอน ที่มีลวดลายไทลื้อและสีที่เป็นเอกลักษณ์ คือ สีดำ-แดง อดีตที่ผ่านมาชาวบ้านจะเน้นทอผ้าหลบ เพื่อจำหน่ายอย่างเดียว จากนั้นจึงนำผ้าหลบมาดัดแปลงนำมาตกแต่งเสื้อผ้าเพื่อให้เหมาะต่อการแต่งกายในยุคปัจจุบัน แต่

อย่างไรก็ตามที่ผ่านมามีผู้ป่วยชายและยอดสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ ลดลงประมาณร้อยละ 20 และคาดว่าจะมีแนวโน้มลดลงอย่างต่อเนื่องในอนาคต

ดังนั้นกลุ่มฯ จึงสนใจที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาด โดยยังคงอยู่บนพื้นฐานของภูมิปัญญา และความเป็นเอกลักษณ์ของไทย เนื่องจากเป้าหมายสำคัญในการจัดตั้งกลุ่มฯ เพื่อมุ่งต้องการทำให้ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนดีขึ้น และคนรุ่นใหม่ไม่ทิ้งถิ่นฐานบ้านเกิดออกไปหางานทำในเมืองใหญ่ มีส่วนร่วมในการสืบสานอนุรักษ์มรดกวัฒนธรรม การทอผ้าด้วยการส่งต่อภูมิปัญญาและพัฒนาเสื้อผ้าและของใช้ตกแต่งบ้านที่ออกแบบร่วมสมัย

ผู้วิจัยได้ทำการระดมความคิดเห็นร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าฯ เพื่อค้นหาโจทย์วิจัยที่เป็นไปตามความต้องการและปัญหาของกลุ่ม เพื่อจัดทำเป็นกรอบประเด็นงานวิจัย โดยกลุ่มฯ เห็นว่าการนำกากกล้วยมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่โดยผสมผสานกับภูมิปัญญาการทอผ้าของกลุ่ม และเน้นการย้อมสีธรรมชาติเพื่อยกระดับของผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัสดุเหลือใช้จากต้นกล้วย เป็นการประยุกต์ใช้ประโยชน์จากวัสดุธรรมชาติจากเส้นใยกล้วยที่ได้จากกาบต้นกล้วยมาสร้างมูลค่าและเป็นส่วนหนึ่งในผลิตภัณฑ์ผ้าทอ โดยใช้ประโยชน์จากส่วนของลำต้นกล้วยที่เป็นขยะทางการเกษตรซึ่งแทบจะไม่มีมูลค่ามาพัฒนาให้เป็นงานหัตถกรรมสามารถสร้างรายได้เพิ่มอีกช่องทางหนึ่ง

ปัจจุบันเส้นใยธรรมชาติได้รับการฟื้นฟูและนำไปใช้ในการใช้งานต่างๆ แทนเส้นใยสังเคราะห์ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม ในปัจจุบันผู้บริโภคนิยมผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ผลิตจากวัสดุเส้นใยจากพืชจำนวนมากขึ้น โดยนำวัสดุเส้นใยพืชผ่านกระบวนการถัก ทอ หรือ การสาน เป็นสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ มีการพัฒนา

รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยตามความต้องการของตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ส่งผลให้งานหัตถกรรมเส้นใยพืชได้รับความนิยมสูงขึ้น และสร้างรายได้ให้ผู้ผลิตจำนวนมากในแต่ละปี นอกจากนี้ได้ผู้วิจัยได้สำรวจผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเส้นใยพืชที่มีจำหน่ายในปัจจุบันพบว่ามีการใช้เส้นใยพืชจากลำต้น ใบ และผลของพืชหลายชนิดมาทำเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจำหน่ายจนเป็นที่นิยมกันมากขึ้น เช่น เส้นใยจากป่านศรนารายณ์ สับปะรด เตยหนาม ต้นจาก ปอแก้ว กก และผักตบชวา โดยนำมาทำเป็นผลิตภัณฑ์ กระดาษ กระเป๋า หมวก โคมไฟ และสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ (จรรยาบรรณ จรรยาธรรมและ ประทับใจ ลีลา, 2555)

จากเหตุผลข้างต้น ผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าฯ ได้เห็นความสำคัญของการสร้างรายได้เพิ่ม ภายใต้ภูมิปัญญาเดิมที่มีอยู่ และการใช้เทคโนโลยีที่ไม่ซับซ้อน ไม่ต้องลงทุนเพิ่มในเครื่องจักร โดยได้ร่วมกันระดมความคิดเห็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเส้นใยกล้วยย้อมสีธรรมชาติ ทอเป็นผืนผ้า และนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ ผสมผสานกับเครื่องหนัง เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด และพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าที่สูงขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าทอใยกล้วย และกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

กระบวนการในการสร้างสรรค์คุณค่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าทอใยกล้วย ที่เน้นกระบวนการที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ดีขึ้น นำไปสู่มูลค่าที่เพิ่มขึ้นให้แก่ผลิตภัณฑ์ และช่วยยกระดับความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจให้สูงขึ้น สร้าง

ภูมิคุ้มกันจากการลอกเลียนแบบและการตัดราคา รวมทั้งปรับตำแหน่งของธุรกิจสู่ตำแหน่งที่สามารถเป็นผู้กำหนดราคาได้ตามความเหมาะสม นำมาซึ่งรายได้และผลกำไรที่เพิ่มขึ้น การยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ที่มีบทบาทสำคัญในการช่วยเรียกความสนใจของกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหม่ และยังสามารถรักษากลุ่มผู้บริโภครายเดิมให้อยู่ต่อไปนานๆ ต้องมีคุณภาพที่ดีกว่าคู่แข่ง และ สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดีกว่า ถึงแม้ว่าปัจจุบันคุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือ บริการหลักอาจจะยังเป็นเรื่องที่สำคัญมาก แต่มีอีกสิ่งหนึ่งที่มีส่วนสำคัญเช่นกัน คือ เรื่องของ “มูลค่าเพิ่ม” ที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะประสบความสำเร็จได้อย่างที่ควรเป็น การสร้างมูลค่าเพิ่มสามารถสร้างได้ในหลายทาง เช่น การสร้างมูลค่าเพิ่มจากการออกแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากกระบวนการผลิต ซึ่งบางครั้งต้องกระทำไปพร้อมๆ กันเพื่อให้ผลสำเร็จสุดท้าย คือ การได้ผลิตภัณฑ์และบริการที่มี “คุณค่าเพิ่ม” สำหรับผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายหลักในการพิจารณาหาแนวทางในการสร้างมูลค่าเพิ่ม มีหลากหลายวิธีการ ดังนี้ 1) การเพิ่มคุณค่า จะต้องพิจารณาจากความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคเป็นหลักโดยต้องศึกษาทำความเข้าใจว่า ผู้บริโภคมีทัศนคติอย่างไรในการบริโภคผลิตภัณฑ์ หรือบริการนั้นๆ ทั้งด้านกายภาพและด้านอารมณ์ความรู้สึก ปัจจัยใดบ้างที่ทำให้ผู้บริโภคเลือกหรือไม่เลือกสิ่งใด เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค 2) การพิจารณาตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการ แนวคิด (Concept) เป็นเรื่องที่สำคัญที่สุดในการบริหารธุรกิจเชิงกลยุทธ์ ทั้งนี้ต้องมี ความรู้ (Knowledge) ความเข้าใจพื้นฐานเรื่องของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์และบริการของผลิตภัณฑ์ เป็นอย่างดี และต้องใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ (Creative Thinking) และความคิดเชิงกลยุทธ์ (Strategic Thinking) ในการสร้างสรรค์แนวคิด

ที่แตกต่างและโดดเด่น 3) การพิจารณาวัตถุประสงค์คัดเลือกวัตถุประสงค์ที่มีเรื่องราวที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม เช่น การเลือกวัตถุประสงค์ที่เป็นของท้องถิ่น ซึ่งมีเรื่องราวและความแตกต่างที่โดดเด่น และเป็นคุณค่า 4) การพิจารณากระบวนการผลิต หรือวิธีการผลิต ที่อาจจะดัดแปลงให้เกิดคุณค่ามากขึ้น 5) การพิจารณาบรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอ ให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ตั้งแต่สัมผัสแรก ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อาจจะสร้าง มูลค่าเพิ่ม ในเรื่องของความสะดวก การรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ หรือ ความสวยงาม 6) การพิจารณาสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงบริการให้กับผลิตภัณฑ์ หรือเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้กับบริการ เช่น การบริหารช่องทางการจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคซื้อได้ง่าย การบริการจัดส่ง การให้บริการข้อมูลเพิ่มเติม หรือการรับคืนเมื่อไม่พึงพอใจ เป็นต้น 7) การสร้างแบรนด์ เป็นประเด็นที่สำคัญที่สุดในการเสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ต้อง ดำเนินควบคู่กับการสื่อสารแบรนด์ การสร้างแบรนด์เป็นการเสริมสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ และบริการนั้นๆ ในภาพรวม เป็นการนำมูลค่าเพิ่ม มาแปลงเป็น “คุณค่า” เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ (พัชรียา เพ็ชรพราว, 2557)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น สรุปได้ว่า การสร้างมูลค่าเพิ่ม และกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน คือสิ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันโดยผ่านการสร้างคุณค่าสำหรับลูกค้าที่ดีขึ้น (Customer Value) โดย มีขั้นตอนการผลิต หรือบริการที่ดีกว่า เพื่อการเป็นผู้นำในผลิตภัณฑ์นั้นๆ นอกจากการสร้าง ความแตกต่างในตลาดแล้ว การสร้างมูลค่าเพิ่มจะเป็นตัวช่วยในการสร้างคุณค่าที่ส่งผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคที่สูงกว่า ซึ่งนำไปสู่ความมั่นใจในการตัดสินใจเลือกหรือซื้อผลิตภัณฑ์และบริการนั้นๆ ทั้งนี้สมาชิกกลุ่มต้องมีส่วนร่วมในการดำเนินการ

วัตถุประสงค์

1. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มจากเส้นใยกล้วย ย้อมสีธรรมชาติในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า
2. เพื่อกำหนดกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ที่ลดผลกระทบจากเส้นใยกล้วยย้อมสีธรรมชาติในกลุ่มวิสาหกิจทอผ้า

วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research:PAR) โดยการสนทนากลุ่มเป้าหมาย (Focus Group Discussion) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกต (Observation) และสำรวจผู้บริโภค (Survey) เครื่องมือการวิจัยที่ใช้ ได้แก่ สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure interview) และแบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค (Consumer Satisfaction) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านเฮี้ย อำเภอบัว จังหวัดน่าน

ขั้นตอนและเครื่องมือที่ใช้ ดังนี้

- 1) วิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า แสดงความคิดเห็นร่วมกันระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า และทีมผู้วิจัย โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่ม และการสร้างกลยุทธ์ใหม่ด้วยเทคนิคเมตริกซ์ TOWS Matrix เพื่อเสริมสร้างจุดแข็ง แก้ไขจุดอ่อน คว้าโอกาส และหลบหลีกอุปสรรคให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า

- 2) กระบวนการดำเนินการผลิตเส้นใยกล้วย โดยเริ่มตั้งแต่การเลือกกาบกล้วย การชูดกาบกล้วยเพื่อทำการฉีกเส้นใย การย้อมสีธรรมชาติ ร่วมกันดำเนินการตามแผนปฏิบัติเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พร้อมทั้งวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคในระหว่างการ

ดำเนินการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากใยกล้วย

- 3) กระบวนการทอผ้าโดยค้นหาวิธีการทอ กำหนดลวดลายในการทอ โดยใช้เส้นฝ้ายย้อมสีธรรมชาติเป็นเส้นยืนและใช้เส้นใยกล้วยเป็นเส้นพุ่งเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พร้อมทั้งวิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคในระหว่างการดำเนินการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์

- 4) กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ โดยการมีส่วนร่วมในการกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เพื่อช่วยกันตรวจสอบ และพิจารณาคุณภาพการผลิตผลิตภัณฑ์จากเส้นใยกล้วยต้นแบบ และร่วมกันคิดให้เสนอแนะแนวทางการทำการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ฯ ใช้แบบทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์จากผ้าใยกล้วยย้อมสีธรรมชาติจากกลุ่มผู้ผลิต และผู้บริโภค

- 5) กระบวนการกำหนดกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ โดยการมีส่วนร่วมในการออกแบบโลโก้ การสร้างแบรนด์เพื่อสื่อให้เกิดการยอมรับของผู้บริโภค เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถขยายขอบเขตตลาดให้กว้างขึ้น และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายได้อีกช่องทางหนึ่ง โดยร่วมกันดำเนินการออกแบบเว็บไซต์

ผลการศึกษา

ผลการศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มจากเส้นใยกล้วย และกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านเฮี้ย อำเภอบัว จังหวัดน่าน ผลการวิเคราะห์ จุดอ่อน จุดแข็ง โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านเฮี้ย สรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ มีความสามัคคี มีความร่วมมือในการทำกิจกรรมต่างๆ ร่วมกัน

อย่างสม่ำเสมอ สมาชิกในกลุ่มสามารถที่จะทำงานร่วมกันได้เป็นอย่างดี

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ มีภูมิปัญญาด้านการทอผ้าที่มีเอกลักษณ์ รวมทั้งมีภูมิปัญญาด้านการปลูกฝ้ายและการปั่นฝ้าย การเย็บและการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้า ผู้นำกลุ่มเป็นแกนหลักในการช่วยแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ ทำให้กลุ่มฯ ไม่แตกแยก และเกิดรวมกลุ่มเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาต่างๆ ที่ก่อให้เกิดรายได้เสริมและมีการถ่ายทอดการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมให้กับคนรุ่นหลังได้เป็นอย่างดี

จุดอ่อน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ มีข้อจำกัดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทำให้ไม่สามารถเพิ่มรายได้ให้กับทางกลุ่มได้อย่างต่อเนื่อง และภูมิปัญญาขาดระบบการจัดการที่มีประสิทธิภาพขาดความรู้ในการคิดต้นทุนและราคาขายที่เหมาะสม

โอกาส

ความต้องการของตลาดหัตถกรรมเส้นใยพืชได้รับความนิยมสูงขึ้นทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งหน่วยงานของรัฐและสถาบันการศึกษาให้การสนับสนุนด้านความรู้เพิ่มขึ้น ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนได้ให้ความช่วยเหลือโดยร่วมกับชุมชนในการถอดบทเรียนรวบรวมองค์ความรู้ต่างๆ ของกลุ่มอย่างต่อเนื่อง และสถาบันการศึกษาให้การสนับสนุน

อุปสรรค

วิถีชีวิตสมัยใหม่แบบทุนนิยมทำให้สมาชิกของกลุ่มสมาชิกมีพฤติกรรมและวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปโดยให้ความสำคัญกับการทำงานที่มีรายได้จำนวนมาก ทำให้สมาชิกบางคนออกจากกลุ่ม และคนรุ่นใหม่ไม่สนใจในการสืบสานภูมิปัญญา

การกำหนดกลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix

กลยุทธ์ SO

กลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากเส้นใยกล้วยย้อมสีธรรมชาติ ผสมผสานกับภูมิปัญญาด้านการทอผ้าที่มีเอกลักษณ์

กลยุทธ์ ST

กลยุทธ์การจัดตั้งศูนย์วิจัยชุมชนด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเส้นใยกล้วยย้อมสีธรรมชาติ ให้เป็นแหล่งถ่ายทอดคนรุ่นใหม่ไม่สนใจในการสืบสานภูมิปัญญา

กลยุทธ์ WO

กลยุทธ์การถ่ายทอดความรู้เชิงปฏิบัติการ และการจัดทำคู่มือการทอผ้าใยกล้วย

กลยุทธ์ WT

กลยุทธ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากเส้นใยกล้วยย้อมสีธรรมชาติ ยกระดับผลิตภัณฑ์ระดับพรีเมียม

2) กระบวนการดำเนินการผลิตเส้นใยกล้วย การเลือกกาบกล้วย หลักการเลือกกาบกล้วย นำต้นกล้วยมาตัดให้ได้ความยาวตามต้องการขึ้นอยู่กับหน้ากว้างของผ้าที่จะทอ และการจะนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อจะได้ไม่ต้องตัดให้เหลือทิ้ง ลอกกาบกล้วยชั้นนอกสุดถึงชั้นที่ 3 ทั้ง เนื่องจากเส้นใยที่ได้จากกาบชั้นนอกจะมีความแข็งและเปราะบาง ดังนั้นเส้นใยที่มีความนุ่มเหนียวจะมาจากกาบชั้นที่ 4-8 โดยให้สังเกตที่ผิวของกาบชั้นนั้นๆ ยังมีสีเขียวอ่อน แต่ทั้งนี้ก็ขึ้นอยู่กับขนาดและความสมบูรณ์ของต้นกล้วย เพื่อให้ได้เส้นใยกล้วยที่มีคุณภาพ การเลือกกาบที่จะใช้ในการเป็นเส้นใยเพื่อนำไปทอ การชุดเยื่อขาวด้านในกาบกล้วย โดยการนำกาบกล้วยวางบนโต๊ะ ใช้มีดหรือใช้ซันชูดเยื่อขาวด้านในออกจนหมด ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความถนัดของแต่ละคน โดยให้เหลือเฉพาะผิวหน้าที่มีสีเขียวอ่อน มีความ

มันวาวนำแผ่นกาบกล้วยที่ซูดเยื่อขาวด้านในกาบกล้วยออก นำมาฉีกให้เป็นเส้นใยด้วยเครื่องฉีกใยกล้วย ที่สร้างขึ้น โดยกำหนดความห่างของเข็มเพื่อให้ได้ขนาดความหนาบางของเส้นใยตามที่เรต้องการนำเส้นใยกล้วยที่ฉีกเป็นเส้นเรียบร้อยแล้ว นำมาล้างน้ำเพื่อช่วยล้างความมันของเส้นใยกล้วยออกให้หมด หรือนำมาล้างกับน้ำยาล้างจานอ่อนๆ ประสงค์ที่ชุมชนทำขึ้นเอง

3) กระบวนการทอผ้าโดยค้นหาวิธีการทอ การสร้างการยอมรับการถ่ายทอดกระบวนการการผลิตและเทคโนโลยีฯ ของกลุ่มเป้าหมาย โดยการพยายามหาจุดร่วมกันระหว่างภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชนกับเทคโนโลยีและองค์ความรู้ใหม่จึงได้พยายามหาจุดร่วมกันระหว่างเทคโนโลยีและองค์ความรู้ใหม่กับภูมิปัญญาดั้งเดิมของกลุ่ม เช่น การปรับใช้เส้นฝ้ายเป็นเส้นยืนและเส้นพุ่ง มาเป็นใช้เส้นฝ้ายเป็นเส้นยืนและเส้นใยกล้วยย้อมสีธรรมชาติมาเป็นเส้นพุ่ง ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่กลุ่มมีความชำนาญในการใช้และมีความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาดั้งเดิมของตน ส่งผลให้กลุ่มเป้าหมายมีความเต็มใจและยอมรับเทคโนโลยีและองค์ความรู้ใหม่ โดยกระบวนการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเส้นใยกล้วย ฯ มีการปรับปรุงวัสดุอุปกรณ์ให้มีความเหมาะสม สรุปได้ดังนี้

3.1 การใช้เส้นฝ้ายเป็นเส้นยืน และใช้เส้นใยกล้วยเป็นเส้นพุ่ง และพรมน้ำเพื่อให้เส้นใยนุ่มเพื่อง่ายต่อการทอ

3.2 การปรับเพิ่มความถี่ของพืมเพื่อให้เส้นยืนมีความถี่

3.3 การปรับใช้ฟันหวีที่สร้างขึ้นมาเพื่อฉีกใยกล้วยให้มีขนาดเส้นใยที่มีขนาดละเอียดมากขึ้นเพื่อใช้ในการทอด้วยกี่กระทบพื้นเมือง

3.4 การใช้วัสดุย้อมสีธรรมชาติในท้องถิ่น ได้แก่ ใบตะเคียนหนู (ใบเหว) คำแสด (คำเงาะ)

เปลือกประตู กระเจี๊ยบแดง ต้นขหนู และใบมะม่วง

3.5 การสร้างลวดลายในการทอมาจากการสอดเส้นใยและการสร้างลวดลายที่แตกต่างจากการทอผ้า เพื่อสร้างลวดลายใหม่ๆ

4) กระบวนการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ผลที่ได้จากการนำภูมิปัญญาดั้งเดิมในท้องถิ่นที่มีความเป็นเอกลักษณ์มาผสมผสานกับเทคโนโลยีและองค์ความรู้ใหม่ที่กลุ่มได้รับการถ่ายทอดส่งผลให้ผลิตภัณฑ์จากใยกล้วยของกลุ่มมีความเป็นเอกลักษณ์ และเกิดแนวคิดใหม่ๆ พัฒนาออกแบบและการแปรรูปผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าทอใยกล้วย โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ต้นแบบครั้งนี้ได้นำวัสดุหนึ่งนิ้วห้ามาประกอบเป็นวัสดุหลักร่วมกับผ้าทอเส้นใยกล้วย เช่น กระเป๋าสตรี (ผ้าใยกล้วยประกอบกับวัสดุหนึ่งนิ้วห้า) เบาะรองนั่ง หมอนอิง แผ่นมู่ลี่แบบบานพับ 3 บาน โคมไฟ กระเป๋าไอแพด กระเป๋าสตาร์ต กระเป๋าใส่นามบัตร และพวงกุญแจ เพื่อผลิตภัณฑ์ที่มีความคงทน และเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้การใช้วัสดุร่วมที่เป็นหนึ่งนิ้วห้าจะช่วยแก้ไขข้อจำกัดของผ้าทอใยกล้วยที่ไม่สามารถพับ หรือถอดตามแนวขวางได้ และได้ทำการทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์จากเส้นใยกล้วย จากการสัมภาษณ์กลุ่มสมาชิกกลุ่มฯ ซึ่งเป็นรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีฯ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ต้นแบบในภาพรวมสรุปว่ากลุ่มให้การยอมรับในผลิตภัณฑ์ในภาพรวม และมีความพึงพอใจต่อความสวยงามของผลิตภัณฑ์ในระดับสูง ส่วนกระบวนการผลิตมีความพึงพอใจในระดับปานกลางเนื่องจากยังไม่มีเครื่องมือเครื่องใช้ในการผลิต โดยกลุ่มฯ คาดว่าจะทำการผลิตผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีจากเส้นใยกล้วยจำหน่าย และกลุ่มมีความพร้อมที่จะทำการผลิตผลิตภัณฑ์จากเส้นใยกล้วยถ้าตลาดมีความต้องการ การทดสอบการยอมรับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าทอใยกล้วยย้อมสีธรรมชาติจากกลุ่มผู้ผลิต

และประชาชนทั่วไปและการกำหนดกลยุทธ์การจัดการการผลิตภัณฑ์ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน การเลือกตัวอย่างที่ทำการทดสอบการยอมรับ จำนวน 100 ตัวอย่าง ปัจจัยที่ใช้สอบถามเพื่อการแสดงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 8 ปัจจัย ได้แก่ รูปแบบ ลายสาน สี ประโยชน์ใช้สอย ความประณีตของสินค้า ความคงทน ความสวยงาม และการยอมรับโดยรวม โดยใช้การทดสอบแบบ 9-points hedonic scale คือ คะแนน 9=ชอบมากที่สุด และคะแนน 1=ไม่ชอบมากที่สุด แล้วทำการหาค่าเฉลี่ย ผลการศึกษาการยอมรับผลิตผ้าทอเส้นใยกล้วย ย้อมสีธรรมชาติ เป็นเพศชาย ร้อยละ 36 และเพศหญิง ร้อยละ 64 โดยใช้การทดสอบแบบ 9-points hedonic scale พบว่า ผู้บริโภคให้การยอมรับผลิตภัณฑ์ ร้อยละ 94 และไม่ยอมรับ ร้อยละ 6 และผลการยอมรับผลิตภัณฑ์โดยแยกพิจารณาแต่ละปัจจัยที่แสดงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ คือ รูปแบบ ลายสาน สี ประโยชน์ใช้สอย ความประณีตของสินค้า ความคงทน ความสวยงาม และการยอมรับโดยรวม สรุปว่าปัจจัยด้านลายสาน ผู้บริโภคให้คะแนนความชอบเฉลี่ยในระดับชอบเล็กน้อย โดยให้ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 6.00 ส่วนด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ สี ประโยชน์ใช้สอย ความประณีต ความคงทน และความสวยงาม ให้คะแนนความชอบเฉลี่ยชอบปานกลาง โดยให้ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 7.00 และการยอมรับโดยรวมให้ค่าคะแนนเฉลี่ยเท่ากับ 7.00

5) กระบวนการกำหนดกลยุทธ์การจัดการและการตลาดผลิตภัณฑ์

ออกแบบโลโก้ เพื่อสร้างแบรนด์ ผู้วิจัยร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านเฮี้ย ประชุมระดมความคิดเห็นและทำการเลือกโลโก้ที่ออกแบบมาเพื่อสื่อให้เกิดการยอมรับของผู้บริโภค และสร้างแบรนด์ร่วมกัน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถขยายขอบเขตตลาดให้กว้าง

ขึ้น และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายได้อีกช่องทางหนึ่ง ทั้งนี้มีการประชุมปรึกษาร่วมกันเพื่อความหมายของโลโก้ จนกระทั่งได้ข้อสรุปร่วมกัน ดังนี้

“BanaCott” อ่านว่า บานาคอทท์

“Bana” มาจากคำว่า Banana

“Cott” มาจากคำว่า Cotton

พื้นสีเขียวอ่อน สื่อถึง ต้นกล้วย และพื้นสีเหลือง สื่อถึง เส้นฝ้าย

“Natural Product by Banana Fiber”

เป็นการสื่อสารถึงผลิตภัณฑ์ธรรมชาติที่ผลิตจากวัตถุดิบจากเส้นใยกล้วยและเป็นผลิตภัณฑ์ย้อมสีธรรมชาติ

หาช่องทางในการกระจายสินค้าให้มี ยอดจำหน่ายเพิ่มขึ้น โดยได้ดำเนินการออกแบบเว็บไซต์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถขยายขอบเขตตลาดให้กว้างขึ้น และเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายได้อีกช่องทางหนึ่ง โดยมีการจดทะเบียน โดเมน ชื่อ bananatextile.com และสามารถสืบค้น และดูผลิตภัณฑ์ได้ในเว็บไซต์ <http://bananatextile.com/index.php>

การคิดต้นทุนผลิตภัณฑ์ เป็นการบันทึก การรวบรวม การทำรายงาน และวิเคราะห์ ข้อมูลเกี่ยวกับค่าใช้จ่ายที่คาดว่าจะเกิดขึ้นใน กระบวนการทำงานหรือกระบวนการผลิต โดยมีการประมาณการต้นทุนการผลิตกับการประมาณ การราคาที่สัมพันธ์กัน ซึ่งต้นทุนการผลิต (Cost of Production) หมายถึง ค่าใช้จ่ายหรือรายจ่าย เกี่ยวกับปัจจัยการผลิตที่ใช้ในกระบวนการผลิต และวิธีคำนวณต้นทุนการผลิต เช่น ค่าวัสดุเส้น ฝ้าย ค่าเชื้อเพลิง ค่าน้ำ ค่าแรงในการชุดเส้นใย กล้วย ค่าแรงในการย้อมสี ค่าแรงในการทอ และ ต้นทุนแปรรูปผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์การสร้างมูลค่าเพิ่ม และกลยุทธ์ การจัดการผลิตภัณฑ์โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน

ครั้งนี้ คณะผู้วิจัย ได้ศึกษา มิติด้านผลกระทบครอบคลุม 4 ด้าน 1) ผลกระทบต่อประชาชน พบว่า ชุมชนได้รับการพัฒนาและการส่งเสริมอาชีพมากขึ้น สามารถผลิตผลิตภัณฑ์จากเส้นใยกล้วยที่มีคุณภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ชุมชนมีศูนย์เรียนรู้และได้รับส่งเสริมให้มีปราชญ์ชาวบ้านเพื่อช่วยเหลือคนในชุมชน และชุมชนพื้นที่เป้าหมายให้มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น 2) ผลกระทบต่อเศรษฐกิจ พบว่า ชุมชนและกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการ จะมีรายได้เพิ่มขึ้นเมื่อว่างเว้นจากฤดูกาลทำการเกษตรตามปกติ และผู้สูงอายุ มีกิจกรรมที่ร่วมกันทำ และมีรายได้รายวัน เพิ่มมากขึ้น และนอกจากนี้ยังก่อให้เกิดผลต่อการนำวัสดุเหลือใช้ จากต้นกล้วยที่ตัดผลผลิตเรียบร้อยแล้ว มาก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นอีก 3) ผลกระทบต่อสังคม พบว่า ชุมชนมีความสัมพันธ์กับครอบครัวที่ดีขึ้น และมีเวลาในการพูดคุยและทำกิจกรรมร่วมกันกับครอบครัว และเพื่อนบ้านมากขึ้น เยาวชนที่อยู่ในพื้นที่และมีความสนใจจะลดการออกไปหางานทำต่างถิ่นเนื่องจากมีรายได้ดีขึ้น และ 4) ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม พบว่า มีการตัดต้นกล้วยทิ้งเมื่อผลผลิตออกแล้ว ทำให้ต้นกล้วยไม่มีมูลค่า งานวิจัยนี้จะช่วยให้ชยะจากวัสดุเหลือทิ้งลดลง และยังก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สารเคมีที่ใช้ในการย้อมก็จะลดลง จะไม่มีสารเคมีปนเปื้อนสู่สิ่งแวดล้อม เนื่องจากนำวัสดุจากที่ได้จากสิ่งแวดล้อม สามารถย่อยสลายได้ง่าย สำหรับประเด็นการประเมินทางเศรษฐกิจการวัดผล ซึ่งนำไปใช้ให้คำตอบ “ความคุ้มค่า” ระหว่างค่าตอบแทนและค่าใช้จ่ายที่เป็นเงินต่อเงินได้ คณะผู้วิจัย จะดำเนินการวิเคราะห์จุดคุ้มทุน จากผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มได้ดำเนินการ โดยให้ทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการดำเนินการคำนวณ

นอกจากนี้ มีดำเนินการประเมินชุมชนและกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการ เพื่อทำให้เห็นว่าจะมีรายได้เพิ่มขึ้นเมื่อว่างเว้นจากฤดูกาลทำการเกษตรตามปกติอย่างไร และผู้สูงอายุ มีกิจกรรม

ที่ร่วมกันทำและมีรายได้รายวัน เพิ่มมากขึ้นหรือไม่ รวมทั้งยังก่อให้เกิดผลต่อการนำวัสดุเหลือใช้จากต้นกล้วยที่ตัดผลผลิตเรียบร้อยแล้ว มาก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มขึ้นอีก นำไปสู่เศรษฐกิจชุมชนที่ดีขึ้น ชุมชนมีโอกาสดำเนินการคัดเลือกเป็นแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบ ส่งเสริมรายได้และเศรษฐกิจในชุมชนให้มีมากขึ้น สร้างรายได้และโอกาสทางการตลาดและช่องทางในการจัดจำหน่ายของงานหัตถกรรม เพื่อจำหน่ายให้กับผู้บริโภคทั้งในและนอกชุมชน ผลลัพธ์ที่เกิดกับชุมชน เมื่อดำเนินการตามกระบวนการกลยุทธ์ที่ 1 ด้านวัตถุดิบ มีการกำหนดกลยุทธ์การสร้างสรรค์คุณค่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าทอใยกล้วย ร่วมกัน โดยทำการปรับเปลี่ยนใช้วัตถุดิบเดิมจากฝ้ายย้อมสีเคมี โดยเปลี่ยนเป็นฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ และใช้เส้นใยกล้วยเป็นเส้นพุ่งย้อมสีธรรมชาติ กลยุทธ์ที่ 2 ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ คุณภาพผลิตภัณฑ์ และลักษณะของผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์ที่ 3 ด้านการตั้งราคาสินค้าโดยคำนึงถึงต้นทุนของผู้บริโภค มีการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ไว้ที่คุณภาพผลิตภัณฑ์สูงและราคาสูง ดังนั้นการตั้งราคาสินค้าจึงพิจารณา 2 ส่วน คือ ต้นทุนผลิตภัณฑ์ และต้นทุนของผู้บริโภค และกลยุทธ์ที่ 4 ด้านการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้เกิดการรู้จักและยอมรับผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค โดยมีการดำเนินการ 4 ช่องทาง ออกบูธแสดงสินค้าในงานต่างๆ ทั้งภาครัฐ และเอกชน จัดจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ จัดจำหน่ายโดยให้ข้อมูลผ่านหน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่สนับสนุนการจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ และจัดจำหน่ายโดยให้ข้อมูลผ่านสื่อมวลชนเพื่อกระตุ้นยอดจำหน่ายให้เพิ่มขึ้น ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านเฮี้ย มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอใยกล้วย กำไรที่ได้จากการจำหน่าย รวม 90,200 บาทต่อปี (รายได้ประมาณการ พ.ศ. 2562) แสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงรายการชนิดผลิตภัณฑ์ผ้าทอใยกล้วย ต้นทุน ราคาขาย กำไร และรายได้

ชนิดผลิตภัณฑ์ผ้าทอใยกล้วย	จำนวน (ชิ้น)	ต้นทุนต่อชิ้น (บาท)	ราคาขายต่อชิ้น (บาท)	กำไรต่อชิ้น (บาท)
กระเป๋าสตรี (ผ้าใยกล้วยผสมหนังวัวแท้)	20	2,000	3,500	1,500
เบาะรองนั่ง ขนาด 16x16 นิ้ว	9	300	550	250
หมอนอิง ขนาด 14 x14 นิ้ว	9	300	550	250
แผ่นมู่ลี่แบบบานพับ 3 บาน ขนาด 18 x50 นิ้ว	9	800	1,500	700
โคมไฟ	9	1,200	1,800	600
กระเป๋าไอแพด	20	800	1,200	400
กระเป๋าสตางค์	40	800	1,200	400
กระเป๋าใส่นามบัตร	40	250	450	200
พวงกุญแจ	200	60	120	60
รวม			223,000	90,200

อภิปรายผล

การสร้างมูลค่าเพิ่มจากเส้นใยกล้วย และกลยุทธ์การจัดการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าบ้านเฮี้ย อำเภอปัว จังหวัดน่าน ต้องมีหลักการสำคัญ คือ การยกระดับตั้งแต่เริ่มต้นกระบวนการผลิต ด้วยการปรับเปลี่ยนยกระดับปัจจัยการผลิตและการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่บนฐานภูมิปัญญาเดิม รวมทั้งการจัดการการตลาดสมัยใหม่ สอดคล้องกับ พัชรียา เพ็ชรพราว (2557) ที่กล่าวว่า สิ่งที่สำคัญคือ ทุกกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ถูกขับเคลื่อนในระบบเศรษฐกิจ โดยใช้องค์ความรู้ การสืบทอดวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ด้วยการออกแบบรูปลักษณ์ใหม่ ๆ บนผลิตภัณฑ์หรือตำนานและเรื่องราวของผลิตภัณฑ์เน้นการสร้างความแตกต่างบนบรรจุภัณฑ์หรือตราสินค้าเพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะ และสอดคล้องกับ รจนา ชื่นศิริกุลชัย และเรืองชัย ชื่นศิริกุลชัย (2557) กล่าวว่า แนวทางการนำความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนมาสร้างความ

แตกต่าง ที่ออกแบบมาทอเป็นผืนผ้า ลวดลายรูปแบบสัญลักษณ์ต่างๆ รูปแบบสัญลักษณ์ที่ได้ออกแบบสามารถนำมาใช้ในงานอื่นได้ อีกมากมาย และเพื่อสร้างอาชีพ รายได้ และมูลค่าเพิ่มของสินค้า อีกทั้งเป็นแนวทางในการอนุรักษ์ให้คนรุ่นใหม่ได้ตระหนักในคุณค่าของอัตลักษณ์ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ K. Sangamithirai and N. Vasugi (2020) กล่าวว่าปัจจุบันเส้นใยธรรมชาติได้รับการฟื้นฟูและนำไปใช้ในการใช้งานต่างๆ แทนเส้นใยสังเคราะห์ที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม มีงานวิจัยจำนวนมากที่กำลังดำเนินการพัฒนาผ้าทั้งผ่านกระบวนการถักทอและผ้าที่ผลิตขึ้นโดยไม่ผ่านกระบวนการถักทอจากเส้นใยกล้วย เส้นใยกล้วยมีความพร้อมใช้งานและความสามารถในการผลิตได้ตลอดทั้งปี มีศักยภาพทางการตลาดที่ดี นอกจากนี้การวิจัยนี้ได้กำหนดกลยุทธ์การสร้างสรรค์และยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอ 2 ประการ คือ 1) ยกกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ปรับเปลี่ยนวัตถุดิบและปัจจัยการผลิต ด้วยการเปลี่ยนจากฝ้ายย้อม

สีเคมี เป็นการย้อมด้วยสีธรรมชาติ และใช้เส้นใยกล้วยย้อมสีธรรมชาติเป็นเส้นพุ่ง สอดคล้องกับ อรณุช นาคชาติ และคณะ (2560) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยการที่ย้อมเส้นใยด้วยสีธรรมชาติไปทอเป็นผืนผ้า จะให้สีสันทสวยงาม และสามารถจำหน่ายได้ในราคาสูง 2) ยกระดับคุณค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทอโดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิม ออกแบบเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่ กระเป๋าถือ สตรีรูปแบบต่างๆ กระเป๋าใส่ไอแพด กระเป๋าใส่โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ออกแบบและผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ฯ กำหนดตราสินค้า “BanaCott” และสร้างสื่อทางการตลาดใน Social Media ผ่าน Facebook Fanpage โดยใช้ชื่อว่า “BanaCott” และได้ดำเนินการออกแบบเว็บไซต์ [www.http://bananatextile.com/](http://bananatextile.com/) เพื่อเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้าง QR Code เพื่อสื่อสารทางการตลาดใน Social Media เพิ่มความหลากหลายของสีสันทที่สดใสมากขึ้น และพัฒนาด้านการตลาด โดยเพื่อเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และพิจารณาจากความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภคเป็นหลัก นำมาประกอบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด และการนำเทคโนโลยีการตลาดอิเล็กทรอนิกส์มาใช้ในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดและการขายสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดได้ในวงกว้าง สอดคล้องกับรัฐพล สังคะสุข และคณะ (2560) กล่าวว่า การออกแบบระบบการจัดการระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-commerce) เพื่อลดปัญหาในการจัดการสินค้า อีกทั้งยังเป็นช่องทางการขยายการขาย และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้ามากขึ้น และสอดคล้องกับ สุรางค์รัตน์ แสงศรี (2560) กล่าวว่า การตลาดอิเล็กทรอนิกส์สามารถเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขันของผู้ประกอบการรายย่อยนำมาซึ่ง

ความสำเร็จแก่ธุรกิจการตลาดอิเล็กทรอนิกส์จะประกอบด้วย 3 ส่วน คือ ส่วนสาเหตุมีจุดเริ่มต้นมาจากความต้องการของผู้บริโภค การรับรู้ของผู้บริโภคการตัดสินใจซื้อและความน่าเชื่อถือ ส่วนกระบวนการทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์สามารถนำมาใช้ในการจัดการลูกค้าสัมพันธ์เทคโนโลยีการบริหารจัดการ กลยุทธ์และกิจกรรมทางการตลาดส่วนผลลัพธ์ที่ได้คือ ความได้เปรียบด้านการแข่งขัน สำหรับการเลือกใช้เครื่องมือทางการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีความเหมาะสมช่วยให้ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการได้สะดวก รวดเร็วยิ่งขึ้น นอกจากนี้การใช้การตลาดอิเล็กทรอนิกส์ที่มีประสิทธิภาพนำมาซึ่งโอกาสทางการตลาดความสามารถในการขาย

สรุป

กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ฯ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มจากเส้นใยกล้วย ย้อมสีธรรมชาติ ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความปราณีตสวยงาม และมีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น สามารถยกระดับให้เป็นสินค้าระดับพรีเมียม โดยคงความเป็นเอกลักษณ์ของไทย และ การดำเนินกลยุทธ์การจัดการและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเส้นใยกล้วยย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มวิสาหกิจทอผ้าฯ สามารถสร้างรายได้เพิ่มให้กับสมาชิกกลุ่ม

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาผลกระทบต่อประชาชน โดยการถ่ายทอดเทคโนโลยีจะต้องเน้นการผสมผสานกับภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และควรส่งเสริมให้มีปราชญ์ชาวบ้านเพื่อช่วยเหลือคนในชุมชนให้มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น

2. ควรศึกษาผลกระทบต่อเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับจำนวนรายได้รายวันที่เพิ่มขึ้น นำไปสู่เศรษฐกิจชุมชนที่ดีขึ้น และควรมีการ

ประเมิน ติดตามผล และสร้างความต่อเนื่องในการผลิต เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่ ผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ได้มากที่สุด และสร้างความเข้าใจด้านการจัดการกลุ่ม การคำนวณต้นทุน การตั้งราคา และการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพในการจัดการกลุ่มและการพัฒนากลุ่มอย่างยั่งยืน และสามารถแข่งขันในตลาดได้

3. ควรศึกษาผลกระทบต่องสังคม ชุมชน ด้านความสัมพันธ์กับครอบครัว วิเคราะห์การทำงานในชุมชน เพื่อลดการไปหางานทำต่างถิ่น และควรมีการพัฒนาเส้นใยกล้วยให้มีคุณภาพดียิ่งขึ้น และร่วมกับนักวิชาการที่มีความสามารถด้านการออกแบบมาช่วยในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากเส้นใยกล้วย โดยมุ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มี

ความแตกต่างกับผลิตภัณฑ์จากเส้นใยอื่นๆ

4. ควรศึกษาผลกระทบต่องสิ่งแวดล้อม ที่เกี่ยวกับปริมาณการลดขยะจากวัสดุเหลือทิ้ง การลด การลดการปนเปื้อนน้ำทิ้งจากการย้อมสี สิ่งแวดล้อม และควรศึกษาการปรับปรุงเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตทั้งที่เป็นวัสดุอุปกรณ์ในการผลิต ที่ปลอดภัยต่อสุขภาพและความสะอาดกสบายในการใช้งาน

กิตติกรรมประกาศ

คณะผู้วิจัยขอขอบ คุณสำนักงาน คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ที่ได้ สนับสนุนทุนการวิจัยโครงการ “Research for Community วิจัยเพื่อชุมชนสังคม” และกอง ประเมินผลและจัดการความรู้การวิจัย รวมทั้งผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ช่วยให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2563). *ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการพัฒนา ประเทศไทยด้วยเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2569*. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- จรรยาบรรณ จรรยาธรรม และประทับใจ ลึกษา. (2555) การพัฒนาเส้นใยของต้นจากเพื่อใช้ในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์. *วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 3(1), 94-105.
- พัชรียา เพ็ชรพราว. (2557). กระบวนการในการใช้เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP สู่ระดับสากลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตำบลดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*, 7(1), 369-378.
- รจนา ชื่นศิริกุลชัย และเรืองชัย ชื่นศิริกุลชัย. (2557). อัตลักษณ์แฟชั่นผ้าสีฟ้าธรรมชาติจากเมล็ด คอคอเต๋าะ (ปิ้งข้าว). *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 2(3), 255-263.
- รัฐพล สังคะสุข กัลยา นาคลิ่งกา วิริยาภรณ์ เอกผล และวรวรรณ สุรัสวดี. (2560). การพัฒนาช่องทาง จัดจำหน่ายสินค้าเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. *วารสารวิจัย ราชภัฏพระนคร สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 12(1), 38-49.
- สุรางค์รัตน์ แสงศรี. (2560). การใช้ตลาดอิเล็กทรอนิกส์เพื่อเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขันของ ผู้ประกอบการรายย่อย. *วารสารราชนครินทร์*, 145-151.

- อรนุช นาคชาติ วีระพงษ์ แกมแก้ว รัตนา แสนแสง นวรัตน์ พัวพันธ์ และศิริกุล อัมพะสิริ. (2560). การย้อมสีไหมด้วยเมล็ดมะขามและเปลือกหุ้มเมล็ดมะขามเพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์. *วารสารวิชาการเทคโนโลยีอุตสาหกรรม: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 5(2), 59-70.
- Sangamithirai, K. & Vasugi, N. (2020). Banana fiber-A potential source of sustainable textiles. *Journal of Applied Horticulture*, 22(2), 133-136.