

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากทุนชุมชนสู่ตลาดสากล กรณีศึกษา  
กลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านผักนอก  
จังหวัดมหาสารคาม

Design and Development Product from Cultural Capital to  
International Market, A case study of Ban Phak Nok Mudmee  
Weaving Cooperative Women's Group, Maha Sarakham Province

วุฒิพงษ์ โรจนเชชมศรี<sup>1\*</sup> อภิเชษฐ์ ติคลี<sup>2</sup> สายฝน จำปาทอง<sup>3</sup>

Vuthipong Roadkasemsri<sup>1\*</sup>, Apichet Teeklee<sup>2</sup>, Saifon Jumpatong<sup>3</sup>

<sup>1,2</sup> หลักสูตรการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์  
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

<sup>1,2</sup> Product Design and Development Program, Faculty of Fine and Applied Arts and Cultural  
Science, Mahasarakham University

<sup>3</sup> หลักสูตรนวัตกรรมการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมืองและนฤมิตรศิลป์  
มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

<sup>3</sup> Design innovation Program, Faculty of Architecture, Urban Design and Creative Arts,  
Mahasarakham University

\* Corresponding author email: wut\_ap@hotmail.com

Received 12 Aug 2022 Revised 18 Oct 2022 Accepted 15 Nov 2022

### บทคัดย่อ

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาทุนชุมชนนำสู่การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดสากล กรณีศึกษา กลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าไหมมัดหมี่บ้านผักนอก จังหวัดมหาสารคาม ใช้วิธีการวิจัยและพัฒนา โดยบูรณาการความรู้ทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ หลักการตลาด และวิทยาศาสตร์สีย้อม ภายใต้การปฏิบัติการวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน ผลการวิจัยพบว่าจากการสำรวจตลาดผู้บริโภคชาวอเมริกันจำนวน 215 คน และชาวจีน 74 คน มีความเห็นที่ค่อนข้างสอดคล้องกันในประเด็น สีย้อมธรรมชาติ โทนสีแดง เขียว น้ำเงิน น้ำตาล นิยมลายผ้าขนาดเล็ก โดยวางลายในบางตำแหน่งของผืนผ้า นิยมชุดเดรส สูท

จำลอง และกระโปรงสั้น รวมถึงมีช่องทางจำหน่ายในระบบออนไลน์ เมื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ร่วมกับศักยภาพของชุมชน ทดลองพัฒนาการย้อมสีจากครั้ง ประดู และสบู่อืด ทดลองเทคนิคการใช้มอร์แดน จนได้สีย้อม 3 สี 9 เฉด ดำเนินการออกแบบลายผ้าลายผักหนอกจากชื่อชุมชน ให้เป็นเอกลักษณ์ของกิจการ นำสู่การแปรรูปตัดเย็บ เสื้อทำงาน ชุดเดรส สร้างแบรนด์ Silktella นำเสนอเข้าสู่ตลาด จากนั้นดำเนินการทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ค่าคะแนนความพึงพอใจในภาพรวมเท่ากับ 4.65-4.72 หมายถึงระดับดีมาก ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความนิยมในผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ที่มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ เสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผู้สวมใส่ เหมาะกับการใช้ได้หลากหลายโอกาส สามารถใส่ร่วมกับรูปแบบเสื้อผ้าสมัยใหม่ได้อย่างกลมกลืน

**คำสำคัญ:** ผ้าทอพื้นบ้าน, ชุมชน, ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์, ตลาดสากล

### Abstract

The objective of this research is to study community funds leading to product design and development in line with international market demands. A case study of Ban Phak Nok Mudmee Weaving Cooperative Women's Group, Maha Sarakham Province. Research and development methods are used by integrating product design knowledge, marketing principles and dye science. Under the community participatory research practice the research found that in a market survey of 215 Americans and 74 Chinese, the opinions were quite consistent on the issue. Natural dyes, red, green, blue, brown tones, popular with small patterns by placing stripes in certain positions of the fabric, it is popular with dresses, casual suits, and short skirts. Including having an online distribution channel when the data were analyzed together with the potential of the community Experimenting with the development of dyeing from lac, padauk, and blood soap. Experimenting with the technique of using Mordan until the dye was obtained in 3 colors and 9 shades. to be unique to the business Leading to the processing of work clothes, dresses, creating the Silktella brand, presenting it to the market Then proceed to test new products. by target consumers the overall

satisfaction score was 4.65-4.72, meaning very good. Most consumers are fond of hand-woven fabrics. that is outstanding, unique, enhancing a good image for the cricketer suitable for use in a variety of occasions can be combined with modern clothing styles harmoniously.

**Keywords :** folk woven fabrics, cultural capital, product design, development, international market

## บทนำ

ภายใต้แผนแม่บทยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ประเด็นที่ 16 ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนายกระดับเศรษฐกิจระดับประเทศ จึงมุ่งเน้นในการเสริมสร้างให้ชุมชนเข้มแข็งมีศักยภาพในการแข่งขันการพัฒนา ต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้เติบโตขึ้น การส่งเสริมด้านการตลาดออนไลน์ ให้เกิดการหมุนเวียนเศรษฐกิจในชุมชน เพื่อให้กลไกทางการตลาดได้เริ่มดำเนินการต่อไป (สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา, 2565: 72) ใน การต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถแข่งขันทางการตลาดได้ ซึ่งจะต้องสร้างให้สินค้ามีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมปรับปรุงแบบธุรกิจใหม่เพิ่มศักยภาพการแข่งขัน ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพมาตรฐานสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (สำนักงานการพัฒนา

เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564: 4) กลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านฝักหนอก ตำบลยางน้อย อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม สืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้า ผลิตและจำหน่ายสินค้าผืนผ้าไหมมัดหมี่มี จุดแข็งคือสมาชิกมีทักษะฝีมือในงานทอผ้ามัดหมี่และมีความพร้อมสำหรับการพัฒนา แหล่งผลิตมีพื้นที่ และเครื่องมือที่เพียงพอ ในด้านผลิตภัณฑ์ขาดเอกลักษณ์ และขาดทักษะในการพัฒนาสินค้าให้เท่าทันต่อกระแสแฟชั่นที่มีการเปลี่ยนแปลงทุกปีเพื่อการแข่งขันในตลาดซึ่งเป็นจุดอ่อนที่สำคัญของกิจการแต่สินค้ามีโอกาสเติบโตทางการตลาดเนื่องด้วยมีปัจจัยทางด้านความนิยมของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม ผลิตจากวัสดุธรรมชาติซึ่งมีการขยายตัวทางการตลาดอย่างต่อเนื่อง แต่ทั้งนี้อุปสรรคที่สำคัญ คือ มีกิจการผ้าทอมือที่เป็นคู่แข่งทางการค้าอยู่มากมาย

จากการวิเคราะห์ปัญหาและสรุปแนวทางในการพัฒนาร่วมกับผู้ประกอบการ จึงได้กำหนดกรอบแนวทางในการดำเนินการวิจัยและพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานและนำสินค้าสู่ตลาดยุคใหม่ โดยการศึกษาทุนชุมชน ซึ่งเป็นสรรพสิ่งใด ๆ ก็ตามที่มีอยู่ในชุมชน ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และเกิดขึ้นจากฝีมือหรือมันสมองภูมิปัญญาที่มีมูลค่าทรัพย์สินทางวัฒนธรรมชาติสิ่งแวดล้อม คน วัฒนธรรม มาสร้างให้เกิดมูลค่า (สถาบันพัฒนาชุมชน, 2558: 7) ในสังคมปัจจุบันด้วยธุรกิจสามารถนำทุนวัฒนธรรม เช่น เรื่องราว (Story) เนื้อหา (Content) ของวัฒนธรรม มาสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ของตน โดยผ่านการใช้ทุนวัฒนธรรมสร้างความแตกต่าง หรือจุดขายให้กับสินค้า (ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว, 2554 : 36) การฝังตัวของวัฒนธรรมที่แตกต่างในสินค้าหรือบริการทำให้เกิดความแตกต่างของสินค้าซึ่งจะช่วยกระตุ้นให้เกิดความต้องการของสินค้าในกลุ่มผู้บริโภค (รังสรรค์ ณะพรพันธ์, 2539: 1) การศึกษาทุนชุมชน นำสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้มีเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชนบ้านผักหนอก และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมถึงพัฒนาระดับสินค้า เพื่อการขยายฐานการตลาดในลูกค้ากลุ่มใหม่ โอกาสในการขายที่เพิ่มขึ้น ยกย่องขีดความสามารถ

ในการแข่งขันและวางรากฐานทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการชุมชน จะช่วยสร้างให้ธุรกิจชุมชนมีความมั่นคงและยั่งยืน

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการ ทักษะคน ผู้บริโภคเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สอดคล้องกับสังคมปัจจุบัน
2. เพื่อศึกษาทุนชุมชน สังคม วัฒนธรรม ภูมิปัญญา รวมถึง สภาพแวดล้อมของชุมชน บ้านผักหนอกเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์แนวความคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบบชุมชนมีส่วนร่วม
3. เพื่อออกแบบ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ให้มีเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านผักหนอก และมีรูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

### กรอบแนวคิดการวิจัย

เป็นการดำเนินการวิจัยโดยการนำแนวคิดการแปลงวัฒนธรรมเป็นสินค้าแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค และการวิเคราะห์สถานประกอบการ มาบูรณาการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งจะนำไปสู่แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ทุนชุมชนได้อย่างสร้างสรรค์ มีเอกลักษณ์และสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

## วิธีดำเนินการวิจัย

1. การสำรวจตลาดต่างประเทศ (Market Survey) ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ วิเคราะห์ความต้องการผู้บริโภคเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

2. การศึกษาและวิเคราะห์สถานประกอบการ ศักยภาพชุมชน และทุนชุมชน ด้านสังคม วัฒนธรรมและภูมิปัญญา รวมถึงทรัพยากรในสภาพแวดล้อมชุมชนผั๊กนอก

3. นำผลจากการศึกษาทุนวัฒนธรรมได้สำรวจตลาดสภาพสิ่งแวดล้อมสถานประกอบการมาวิเคราะห์ร่วมกันเพื่อกำหนดแนวทางพัฒนา

4. การปฏิบัติการทดลอง การย้อมสีจากวัตถุดิบในท้องถิ่น และลวดลายผ้าไหมมัดหมี่ เพื่อนำทุนชุมชนมาประกอบสร้างผืนผ้าไหมมัดหมี่ให้มีเอกลักษณ์

5. ดำเนินการออกแบบลายผ้าและรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และนำเสนอต่อชุมชนเพื่ออภิปราย ดูศักยภาพความเป็นไปได้ในการผลิต ปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ร่วมกัน

6. สร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ทั้งรูปแบบลายผ้าแบบใหม่ และแบบเสื้อผ้าแปรรูปและส่งมอบให้ผู้ประกอบการจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบโดยผู้วิจัยทำหน้าที่ให้คำปรึกษาในการผลิต

7. นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบเข้าสู่การประเมินผลิตภัณฑ์ใหม่ทางการตลาด (Market Test) เพื่อสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ นำผลการประเมินกลับไปสู่ชุมชนเพื่อการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์

8. สรุปผลการวิจัยและดำเนินการพร้อมจัดทำรายงานการวิจัย

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยคือผู้บริโภคอเมริกันและชาวจีน กลุ่มตัวอย่างได้มาโดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดคุณลักษณะเป็นผู้บริโภควัยทำงาน มีรายได้ที่แน่นอนอายุ 35-50 ปี จำแนกเป็นกลุ่มตัวอย่างเพื่อการสำรวจตลาดไม่น้อยกว่า 100 คน และกลุ่มตัวอย่างเพื่อการประเมินผลิตภัณฑ์ใหม่ทางการตลาดไม่น้อยกว่า 100 คน เก็บข้อมูลโดยทำแบบสอบถามออนไลน์ และให้เครือข่ายผู้วิจัยที่อยู่ในประเทศกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ประสานงาน

## เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์วัตถุประสงค์แล้วดำเนินการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ โดยผสานวิธีวิจัยเชิงคุณภาพกับวิจัยเชิงปริมาณ

โดยจะใช้มาตราส่วนตามมาตรวัด Likert Scale ซึ่งแบ่งมาตราวัดระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ ตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญทางภาษา 2 ท่านเพื่อหาคำแนะนำในด้านภาษา โดยแบบสอบถามจำแนกเป็น 2 แบบ ดังนี้

1) แบบสำรวจตลาด (Market Survey) ส่วนที่ 1 สอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย และส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับทัศนคติเกี่ยวกับลายผ้า องค์ประกอบการจัดวาง สี และผลิตภัณฑ์ผ้าแปรรูป

2) แบบประเมินผลิตภัณฑ์ทางการตลาด (Market Test) ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามในประเด็น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ย และ ส่วนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบโดยใช้ส่วนประสมการตลาด

### การวิเคราะห์ข้อมูล

เป็นการศึกษาด้วยตัวเลขทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean) นำสู่การสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด, 2543 : 100) จำแนกค่าคะแนนดังนี้ 4.51 – 5.00 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง เห็นด้วยมากคะแนน

2.51 – 3.50 หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำไปสู่การกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

### ผลการวิจัย

#### 1) การสำรวจตลาดต่างประเทศผ่านระบบออนไลน์

คณะทำงานได้จัดทำแบบสำรวจออนไลน์ภาษาอังกฤษและภาษาจีน เพื่อสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภคชาวต่างชาติเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าทอมือของไทยเพื่อพัฒนารูปแบบให้สอดคล้องกับตลาดสากล สรุปผลดังนี้

จากการสำรวจผู้บริโภคชาวอเมริกันที่ตอบแบบสอบถาม จำนวน 215 คน ชายจำนวน 59 คน หญิง 156 คน ช่วงอายุ 35-50 ปี พบว่า ร้อยละ 100 มีความชื่นชอบผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติ ในโทนสีแดง เขียว น้ำเงิน และน้ำตาลเข้ม ร้อยละ 80 นิยมลายผ้าขนาดเล็กโดยวางลายในบางตำแหน่งของผืนผ้า การนำใช้ร้อยละ 40 นำไปแปรรูป เป็นผ้านุ่ง ร้อยละ 20 นำไปตัดเย็บเป็นชุดเดรส สูทลำลอง และกระโปรงสั้น ในด้านช่องทาง

การตลาด ร้อยละ 60 ผู้บริโภคอยากให้  
หัตถกรรมผ้าทอมือของไทยมีจำหน่ายใน  
ระบบออนไลน์ และ ร้อยละ 40 จากเว็บไซต์  
ของกิจการโดยตรง



ภาพที่ 1 บางส่วนของแบบสำรวจตลาดที่ใช้  
ในการเก็บข้อมูล

จากการสำรวจผู้บริโภคชาวจีนที่ตอบ  
แบบสอบถาม จำนวน 274 คน ช่วงอายุ 35-  
50 ปี ชายจำนวน 83 คน หญิง 191 คน  
พบว่า ร้อยละ 84 มีความชื่นชอบผ้าไหมย้อม  
สีธรรมชาติ ในโทนสีแดง เขียว น้ำเงิน และ  
น้ำตาลเข้ม ร้อยละ 86 นิยมลายผ้าขนาดเล็ก

โดยวางลายในบางตำแหน่งของผืนผ้า การนำ  
ใช้ร้อยละ 50 นำไปแปรรูป เป็นชุดเดรส ร้อย  
ละ 20 นำไปตัดเย็บเป็น สูทลำลอง และ  
กระโปรงสั้น ในด้านช่องทางการตลาด ร้อย  
ละ 62 ผู้บริโภคอยากให้หัตถกรรมผ้าทอมือ  
ของไทยมีจำหน่ายในระบบออนไลน์ และ  
ร้อยละ 38 จากเว็บไซต์ของกิจการโดยตรง

จากการสำรวจจะเห็นได้ว่า ความ  
คิดเห็นของผู้บริโภคชาวจีนและชาวอเมริกัน  
มีความเห็นที่ค่อนข้างสอดคล้องกันใน  
ประเด็นเมื่อนำมาวิเคราะห์ร่วมกับศักยภาพ  
การผลิตของชุมชนแล้ว จึงการกำหนด  
แนวทางในการพัฒนา คือ ผลิตภัณฑ์ใหม่  
ที่จะพัฒนาจะเป็นผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติ  
ในโทนสีแดง เขียว น้ำเงิน และน้ำตาลเข้ม  
ดำเนินการออกแบบลายผ้าแบบใหม่ให้เป็น  
เอกลักษณ์ของกิจการ กำหนดเป็นลายผ้า  
ขนาดเล็ก วางลายในบางตำแหน่งของผืนผ้า  
นำสู่การแปรรูปตัดเย็บ ชุดเดรส กระโปรง  
รวมถึงการพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์

## 2) การศึกษาและวิเคราะห์ทุนชุมชน บ้านผักหนอก

การศึกษาทุนชุมชนเพื่อการพัฒนา  
ผ้าไหมมัดหมี่ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดย  
นำผลการสำรวจตลาดมาเป็นแนวทาง ใน  
การพัฒนาด้านสีย้อมธรรมชาติ โทนสี และ

ลายผ้า จึงแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ส่วน  
ดังรายละเอียด ดังนี้

**ส่วนที่ 1** เป็นการสำรวจข้อมูลวัตถุดิบ  
ให้สีที่มีในสภาพแวดล้อมของชุมชน และจาก  
การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการพบว่าในละแวก  
หมู่บ้านมีป่าชุมชน มีพืชวัตถุดิบที่นำมาใช้ในการ  
สกัดสีย้อมได้ คือ ประดู่จะให้สีน้ำตาล  
สบู่เลือดจะให้โทนสีเขียวอ่อน และครั้งที่ให้  
โทนสีแดงจึงนำสู่กระบวนการทดลองร่วมกับ  
ชุมชน



ต้นสบู่เลือด



เปลือกต้นประดู่



ครั่ง

**ภาพที่ 2** วัตถุดิบธรรมชาติให้สีย้อมใน  
สภาพแวดล้อมของชุมชน

สัดส่วนวัตถุดิบในการย้อมสี

- ต้นสบู่เลือด 5 กก.ต่อ ไหม 1 กก.
- เปลือกประดู่ 3 กก.ต่อ ไหม 1 กก.
- ครั่ง 1 กก.ต่อ ไหม 1 กก.

การเตรียมน้ำย้อม

- ต้มใบหมือดแ่ หรือใบพลองหมือดในน้ำ  
เดือด ปริมาณมากเพื่อใช้เป็นน้ำต่างผสมใน  
กระบวนการย้อมสี

- เปลือกต้นประดู่ ทำการสับหรือผ่าให้เป็น  
ชิ้นเล็ก ๆ และแช่น้ำหมือดแ่ไว้ข้ามคืน  
เพื่อให้เนื้อไม้นุ่มคายสีออกมาได้ง่าย จนได้น้ำ  
เป็นสีน้ำตาลแดง

- ต้นสบู่เลือดล้างให้สะอาดแล้วนำมาต้มใน  
น้ำใบหมือดแ่ได้น้ำเป็นสีเหลือง

- ครั่ง ตำครั่งให้ละเอียดเป็นผง การสกัดสี  
โดยใช้น้ำหมือดแ่ต้มเดือดเทลงในครั่งผง  
ละเอียดจะได้น้ำครั่งที่มีสีแดงเข้มออกมาแล้ว  
นำมาเจือจางในน้ำหมือดแ่ แล้วจึงนำมาขง  
ครั่งเพื่อเพิ่มความสามารถในการยึดติดกับ  
เส้นใยได้ดี โดยผสมกับน้ำมะขามเปียก น้ำสี  
ครั่ง 10 ลิตร : มะขามเปียก 1 ชีด ในการนี้สี  
ของน้ำครั่งจะเปลี่ยนเป็นสีแดงเข้ม จะต้อง  
ปรับให้กลับมาเป็นสีแดงเข้ม นำเส้นด้ายไหม  
ที่เตรียมไว้ลงย้อมในน้ำสีนานประมาณ 1  
ชั่วโมง ต้องหมั่นพลิกเส้นด้ายให้ถูกน้ำย้อม  
เสมอกันทุก ๆ 10 นาที นำเส้นด้ายที่กินเนื้อ  
สีแล้วแล้วมาซักในน้ำสะอาดจนน้ำใส แล้ว  
นำไปตากในที่ร่ม





1. ต้มน้ำให้ละลายเย็ด



2. การสกัดให้ได้น้ำครั้ง



3. กรองเอาแต่น้ำสี



4. การขงครั้ง

ภาพที่ 3 กระบวนการเตรียมสีย้อมครั้ง

### การปรับเฉดสีด้วยมอร์ตแดน

สารช่วยย้อมจะเป็นตัวช่วยในการทำให้เส้นด้ายดูดซับสีได้ดี มีความคงทนต่อแสง และการขัดถู สร้างเฉดสีเพิ่มขึ้น จึงนำเส้นไหมใหม่ที่ย้อมสีแล้วมาทดลองแช่ในสารละลาย 3 ชนิดที่มีคุณสมบัติของสารช่วยย้อม ได้แก่ สารส้ม น้ำปูนใสและน้ำขี้เถ้า



เส้นไหมย้อม  
สบู่เลือดในน้ำ  
ขี้เถ้า



เส้นไหมย้อม  
สบู่เลือดในน้ำ  
สารส้ม



เส้นไหมย้อม  
สบู่เลือดในน้ำ  
ปูนใส

ภาพที่ 4 เปรียบเทียบผลที่เกิดกับสีเส้นไหมเมื่อแช่ในสารช่วยย้อมที่แตกต่าง

ผลจากการทดลอง พบว่า สารช่วยย้อมสามารถนำมาใช้ในการสร้าง 9 เฉดสีเพิ่มเติม

จากสีย้อมตั้งต้น 3 สี เนื้อสีย้อมถูกดูดซึมและเกาะเส้นด้ายไหมได้ดี หลังล้างน้ำสะอาดแล้วตากในร่มให้แห้งสียังคงสภาพเดิม

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบผลที่เกิดกับสีเส้นไหมที่ผ่านการแช่ในสารช่วยย้อม

ที่	สีย้อม ธรรมชาติ	สาร ย้อม	ผลการทดลอง ย้อม
1	เส้นไหม ย้อม สบู่เลือด	น้ำ ขี้เถ้า	
2	เส้นไหม ย้อม สบู่เลือด	น้ำ สารส้ม	
3	เส้นไหม ย้อม สบู่เลือด	น้ำปูน ใส	
4	เส้นไหม ย้อมประดู่	น้ำ ขี้เถ้า	
5	เส้นไหม ย้อมประดู่	น้ำ สารส้ม	
6	เส้นไหม ย้อมประดู่	น้ำปูน ใส	
7	เส้นไหม ย้อมครั้ง	น้ำ ขี้เถ้า	

8	เส้นไหม ย้อมครั้ง	น้ำ สารส้ม	
9	เส้นไหม ย้อมครั้ง	น้ำปูน ใส	

จากตารางที่ 1 สารช่วยติดสีจะปรับโทนสีให้เปลี่ยนไปกล่าวคือ สารส้มจะช่วยให้สีมีความสดเข้มมากขึ้น น้ำปูนใสและน้ำขี้เถ้าจะปรับสีให้อ่อนลง หรือโทนสีเปลี่ยนไป



ภาพที่ 5 กลุ่มเส้นไหมที่ได้จากการทดลองย้อมสีธรรมชาติ

ส่วนที่ 2 เป็นการศึกษาทุนชุมชน เพื่อดำเนินการออกแบบลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เพื่อผลิตผืนผ้าต้นแบบ จากการศึกษาข้อมูลพบว่า บ้านผักนอก เป็นชุมชนหนึ่งใน อำเภอโกสุมพิสัยจากข้อมูลทางประวัติศาสตร์ เดิมชื่อบ้าน “หอขวาง” ต่อมา พ.ศ. 2425 พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวได้โปรดยกฐานะเป็นเมือง นามว่าเมืองโกสุมพิสัย แปลว่า เมือง

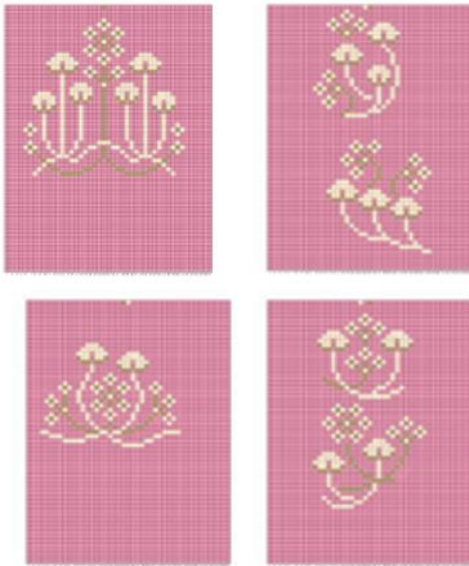
แห่ง “ดอกประจำป่า” สำหรับชุมชนบ้านผักนอกไม่ได้มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจนเฉพาะทางวัฒนธรรม มีเพียงชื่อเรียกหมู่บ้าน “ผักนอก”ซึ่งหมายถึง “ต้นใบบัวบก”



ภาพที่ 6 ผักนอกหรือต้นใบบัวบก ซึ่งเป็นชื่อของหมู่บ้าน

ผู้วิจัยนำเสนอข้อมูลกับผู้ประกอบการได้ข้อสรุปร่วมกัน คือ หอขวางและดอกประจำป่า สำหรับชุมชนบ้านผักนอก ไม่มีใครรู้จักไม่เคยพบเห็นมาก่อนจึงไม่สามารถระบุได้ว่ามีรูปลักษณ์เป็นอย่างไร แต่ทั้งนี้ผู้ประกอบการและสมาชิกให้ความสนใจเป็นอย่างมากกับ ผักนอกซึ่งยังไม่เคยเห็นใครนำมาทำเป็นลายผ้ามาก่อน ดังนั้นจึงนำใบบัวบก มาออกแบบลายผ้า โดยนำมาวิเคราะห์ร่วมกับผลการสำรวจความคิดเห็นผู้บริโภค เพื่อการออกแบบลายผ้าให้มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด นำเสนอแบบแบบลายผ้าและเครื่องแต่งกายให้ชุมชนได้อภิปราย แสดงความคิดเห็นเพื่อการแก้ไข

ปรับปรุง คัดเลือกแบบที่เหมาะสมนำสู่การผลิตงานต้นแบบ เมื่อได้ภาพร่างลายผ้า ผักหนอก ที่บรรจุลงตารางกราฟแล้วจึงนำเสนอให้เพื่อให้ สมาชิกของกิจการที่เป็นช่างทอได้มีการอภิปราย ประเมินความเป็นไปได้ในการผลิต ซึ่งจะมีการปรับปรุง ลดหรือเพิ่มตามศักยภาพของช่างทอ



ภาพที่ 7 ส่วนหนึ่งของการออกแบบลายผ้ามัดหมี่ ชุด “ผักหนอก”

เมื่อได้ข้อสรุปเกี่ยวกับแบบลาย ร่วมกับชุมชนแล้ว จึงได้ส่งมอบแบบเพื่อให้ชุมชนดำเนินการผลิตผืนผ้าต้นแบบ ในการผลิตงานต้นแบบจะใช้กระบวนการทอผ้ามัดหมี่ใช้ด้ายไหม 3 สี สีน้ำตาลเปลือกประดู่ เส้นทางยืน สีแดงครึ่งเส้นทางพุ่ง สีเขียวอ่อน เส้นพุ่งแซมตัวลาย



ภาพที่ 8 ส่วนหนึ่งของงานต้นแบบผ้าไหมมัดหมี่ ลายผักหนอก ที่จะนำสู่การแปรรูป

### การออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในรูปแบบสินค้าที่ทันสมัยสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

หลังจากได้ศึกษาข้อมูลทางการตลาด ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคข้อมูลดังกล่าวได้นำมาเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดแนวความคิดในการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย โดยกำหนดเป้าหมายหลักที่กลุ่มผู้บริโภควัยทำงาน มีรายได้เป็นของตนเอง ช่วงอายุ 30 - 50 ปี นิยมชุดเดรส เสื้อเชิ้ต ที่ได้หลากหลายโอกาส ดูทันสมัย สีผ้าใช้คู่

สีกลมกลืน แสดงความงามของผิวผ้า ลายผ้า และการจัดองค์ประกอบส่วนต่าง ๆ ของชุด ดังนั้นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะเป็น ในแนวทางการพัฒนารูปแบบลายผ้าโดยใช้อัตลักษณ์ของชุมชน แล้วจึงนำมาแปรรูปเป็น เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ให้มีความสวยงามที่เสริมให้ผู้สวมใส่มีความโดดเด่น เป็นภาพลักษณ์ของผู้มีรสนิยมความงามและส่งเสริมคุณค่าทางวัฒนธรรม สำหรับสำหรับภาพลักษณ์สินค้า Content จะมุ่งเน้นในประเด็น “โมเดิร์นไต้หวัน” สื่อไปถึงกลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมชอบซื้อสินค้าที่มีความคิดสร้างสรรค์ และมีเอกลักษณ์ ชื่อเพื่อเป็นของฝาก ของที่ระลึกหรือซื้อไว้ใช้เอง ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคสินค้าเหล่านี้จะมีทั้งชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เป็นตลาดกลุ่มใหญ่และมีการขยายตัวของตลาดอย่างต่อเนื่อง หลังจากกำหนดแนวความคิดจึงได้จัดทำภาพร่างดังนี้



ภาพที่ 9 ส่วนหนึ่งของงานออกแบบ

หลังจากชุมชนได้ผลิตงานผ้าต้นแบบเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ได้จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการให้ความรู้ในการตัดเย็บแปรรูปเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย เพื่อให้ความรู้เพิ่มเติมให้แก่ชุมชน เกี่ยวกับ ขั้นตอนการสร้างแบบ และแยกแบบ การคำนวณผ้า เทคนิคการตัดเย็บ การตรวจสอบคุณภาพ เพื่อให้คนในชุมชนสามารถตัดเย็บแปรรูปเองได้ และได้ส่งมอบแบบให้ชุมชนตัดเย็บจนแล้วเสร็จ



ภาพที่ 10 งานต้นแบบ เสื้อสตรี แบบที่ 1



ภาพที่ 11 งานต้นแบบ เสื้อสตรี แบบที่ 2





ภาพที่ 12 งานต้นแบบ เดรสสตรี

จากกระบวนการพัฒนาตั้งแต่การย้อมสีธรรมชาติ การวางคู่สีในการทอผ้า การออกแบบลาย ทั้งนี้เพื่อให้ตัวลายและผ้าอยู่ในโครงสร้างสีที่กลมกลืนกันแต่เมื่อกระทบแสงแดดความเงาของเส้นไหมจะเหลือสะท้อนตัวลายออกมา ทำให้มีความงามที่แตกต่างจากผ้าชนิดอื่น ๆ เมื่อนำสู่การตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าจะเห็นได้ว่าความกลมกลืนของสีและลายผ้า สามารถนำชุดผ้าไหมไปใส่ร่วมกับชุดผ้าชนิดอื่น ๆ ได้ สามารถสวมใส่ได้หลายโอกาส

### การสร้างแบรนด์

เพื่อการขายสินค้าผ่านตลาดออนไลน์จึงต้องสร้างแบรนด์ให้ง่ายต่อการจดจำ สร้างและสื่อสารภาพลักษณ์ภาพลักษณ์องค์กร และสร้างการรับรู้ให้กับตัวแบรนด์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ดังนั้นสินค้าใหม่ของกิจการกลุ่มทอผ้าบ้านฝักหนอก จะเปิดตัวสู่ตลาด

ภายใต้แบรนด์ “Silktella” ซึ่งเกิดจากการผสมกันของ Silk (ผ้าไหม) กับ Centella (ผักหนอกหรือใบบัวบก) มีการจัดทำเพจ Facebook ของกลุ่มทอผ้าบ้านฝักหนอก ซึ่งช่วงแรกคณะผู้วิจัยทำหน้าที่เป็นผู้จัดการเพจร่วมกับผู้ประกอบการ เพื่อคอยเป็นที่ปรึกษาและพัฒนา




ภาพที่ 11 ตราสัญลักษณ์แบรนด์ใหม่ของกลุ่มทอผ้าบ้านฝักหนอก


### การประเมินผลิตภัณฑ์ (Market Test)

เป็นการนำผลงานต้นแบบเข้าสู่การประเมินผลิตภัณฑ์ทางการตลาดเพื่อดูผลตอบรับข้อคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมาย มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 135 คน โดยเป็นเพศชาย 24 คน 17.7 % เพศหญิง 111 คน 82.2 % ช่วงอายุ 30-40 ปี 34 คน อายุ 41-50 ปี 72 คน และอายุ 51-60 ปี 29 คน อาชีพเป็นเจ้าหน้าที่รัฐ 34 คน พนักงานบริษัทเอกชน 57 คน และอาชีพอิสระ/ธุรกิจส่วนตัว 44 คน ผลการประเมินดังนี้

## ตารางที่ 2 การประเมินผลิตภัณฑ์ใหม่ทางการตลาด (Market Test)

	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
1. ผลิตภัณฑ์โดดเด่นน่าสนใจ	4.61	0.28	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์	4.64	0.29	มากที่สุด
3. มีความคิดสร้างสรรค์	4.70	0.31	มากที่สุด
4. ความสวยงามของผลิตภัณฑ์	4.81	0.35	มากที่สุด
5. มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	4.72	0.31	มากที่สุด
6. ความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้ผลิต	4.71	0.31	มากที่สุด
7. มีมูลค่า ขายได้เมื่อเข้าสู่ตลาด	4.85	0.37	มากที่สุด
<b>ผลในภาพรวม</b>	<b>4.72</b>	<b>0.32</b>	

	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
1. ผลิตภัณฑ์โดดเด่นน่าสนใจ	4.22	0.65	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์	4.01	0.72	มากที่สุด
3. มีความคิดสร้างสรรค์	4.34	0.78	มากที่สุด

4. ความสวยงามของผลิตภัณฑ์	3.95	0.83	มากที่สุด
5. มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	4.37	0.84	มากที่สุด
6. ความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้ผลิต	4.24	0.76	มากที่สุด
7. มีมูลค่า ขายได้เมื่อเข้าสู่ตลาด	4.52	0.73	มากที่สุด
<b>ผลในภาพรวม</b>	<b>4.70</b>	<b>0.74</b>	

	ระดับความคิดเห็น		
	$\bar{X}$	S.D.	ความพึงพอใจ
1. ผลิตภัณฑ์โดดเด่นน่าสนใจ	4.62	0.29	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์	4.64	0.29	มากที่สุด
3. มีความคิดสร้างสรรค์	4.49	0.26	มากที่สุด
4. ความสวยงามของผลิตภัณฑ์	4.60	0.28	มากที่สุด
5. มีประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสม	4.67	0.30	มากที่สุด
6. ความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้ผลิต	4.73	0.32	มากที่สุด
7. มีมูลค่า ขายได้เมื่อเข้าสู่ตลาด	4.80	0.35	มากที่สุด
<b>ผลในภาพรวม</b>	<b>4.65</b>	<b>0.29</b>	มากที่สุด

จากตารางจะเห็นได้ถึงการตอบรับของผู้บริโภคที่ดีขึ้นในด้านรูปแบบความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เมื่อเปรียบเทียบกับ

ผลการสำรวจตลาดก่อนหน้านี้ การประเมิน ในภาพรวมค่าคะแนน 4.65-4.72 ซึ่งหมายถึงทัศนคติและความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับดีมาก เมื่อวิเคราะห์รายละเอียด พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความนิยมในผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ ที่มีความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ เสริมภาพลักษณ์ที่ดีแก่ผู้สวมใส่ เหมาะกับการใช้ได้หลากหลายโอกาส สามารถใส่ร่วมกับรูปแบบเสื้อผ้าสมัยใหม่ได้อย่างกลมกลืน

### อภิปรายผลการวิจัย

สาระสำคัญของงานวิจัยฉบับนี้มุ่งเน้นไปที่การศึกษาทุนในด้านต่าง ๆ ที่ในแต่ละชุมชนมีเป็นของตนเองเพื่อนำมาสู่การสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าของชุมชนเอง ในการศึกษาที่มุ่งเน้นทุนวัฒนธรรมอาจจะไม่สามารถมองเห็นถึงทุนอื่น ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนที่นำมาใช้ในการพัฒนาตัวชุมชนเองได้ เพราะในชุมชนนบพมี ทุนทางกายภาพ สภาพแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาตินำมาสร้างมูลค่า สร้างเอกลักษณ์ให้กับชุมชนเจ้าของทุนได้ ดังที่สถาบันพัฒนาชุมชนได้ให้ความหมายว่า การศึกษาทุนชุมชน ซึ่งเป็นสรรพสิ่งใด ๆ ก็ตามที่มีอยู่ในชุมชน ทั้งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และเกิดขึ้นจากฝีมือหรือมันสมองภูมิปัญญาที่มีมูลค่า ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อม คน

วัฒนธรรม มาสร้างให้เกิดมูลค่า (สถาบันพัฒนาชุมชน, 2558: 7) ดังนั้นจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมองบริบทอันเป็นทุนของชุมชนนั้น ๆ ร่วมด้วย เพื่อค้นหาความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่จะเติมเต็มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้สมบูรณ์ที่สุด

ทั้งนี้การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับชุมชนจะต้องคำนึงถึงศักยภาพและการยอมรับของช่างทอผู้ผลิตร่วมด้วยเป็นสิ่งสำคัญ ผู้วิจัยจึงได้ใช้แนวทางการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ซึ่ง อุทัยทิพย์ เจียวิวรรธน์กุล ที่กล่าวว่า การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมต่อยอดมาจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการที่นักวิจัยเป็นผู้คิดค้นแนวทางแก้ไขปัญหให้กับชุมชนที่ยังไม่สามารถแก้ไขปัญหาของตนเองอย่างยั่งยืนได้ การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมจึงมุ่งเน้นให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกับปัญหานั้น ๆ ได้เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยและทำการเสริมพลัง พัฒนาศักยภาพที่มีอยู่แล้วให้เพิ่มขึ้นจนสามารถสร้างความรู้ในการแก้ไขปัญหา พัฒนาชุมชนได้ด้วยกลุ่มของตนเอง โดยนักวิจัยจะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการอำนวยความสะดวกให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงวิถีคิดและการปฏิบัติได้อย่างถาวร (อุทัยทิพย์ เจียวิวรรธน์กุล, 2553 : 17) ดังนั้นการให้

ชุมชนมาเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจ การอภิปราย แลกเปลี่ยน ปรับลดและเพิ่มงาน ที่ไม่เกินทักษะความสามารถและความต้องการของชุมชน จะทำให้เกิดการยอมรับและความร่วมมือทำให้มีการผลิตและพัฒนาต่อยอดจากชิ้นงานต้นแบบอย่างต่อเนื่อง จากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผ่านการสำรวจตลาด จะเห็นว่าผลการศึกษาจะช่วยให้ผู้วิจัยวิเคราะห์เห็นถึง ความต้องการความรู้สึกรู้สึกคิด ท้นคิด รสนิยมการแต่งกายแบบเสื้อสมัยใหม่ ทำให้สามารถกำหนดคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม นำไปสู่การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ รวมถึงการประเมินผลิตภัณฑ์ทางการตลาดที่นำผลมาสู่การปรับปรุงให้สมบูรณ์ตอบสนองต่อความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น จะเห็นได้ว่าวิธีการเหล่านี้จะเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้ประกอบการกำหนดแนวทางในการพัฒนาสินค้า สอดคล้องกับการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคของตามแนวคิดของ ฟิลิป คอตเลอร์ ซึ่งเป็นการค้นหาพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคเพื่อที่จะทราบถึงลักษณะความต้องการของผู้บริโภค โดยการตั้งคำถามและคำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดกลยุทธ์ทางการตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม (Philip

Kolter, 1997:171 อ้างถึงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541 : 194)

### กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณสำนักงานปลัดกระทรวงอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่ให้การสนับสนุนการดำเนินงานวิจัยการพัฒนายกระดับผ้าไหมมัดหมี่ กลุ่มสตรีสหกรณ์ทอผ้าบ้านผักหนอกสู่สากลประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2565 ฉบับนี้จนสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์

### เอกสารอ้างอิง

- ไกรฤกษ์ ปิ่นแก้ว. (2554). เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ทุนวัฒนธรรมและโอกาสทางธุรกิจ. วารสารนักบริหาร, ปีที่31 ฉบับที่ 1, 32-37.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2553). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- รังสรรค์ ธนะพรพันธุ์. (2539). ปาฐกถา “ทุนวัฒนธรรม”(พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ: มูลนิธิไชยยัง ลี้มทองกุล.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์ม และไซเท็กซ์ จำกัด
- สถาบันพัฒนาชุมชน. (2558). คู่มือสนับสนุนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจและทุนชุมชน. สำนักสนับสนุนขบวนการ



ชุมชน สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน

(องค์กรมหาชน). กรุงเทพฯ

สำนักงานการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

แห่งชาติ. (2564). โครงการการพัฒนา

ระบบสถิติข้อมูลและตัวชี้วัดเพื่อใช้ใน

การบริหารราชการแผ่นดินตาม

ยุทธศาสตร์ชาติ. กรุงเทพฯ:

ศูนย์บริการวิชาการแห่งจุฬาลงกรณ์

มหาวิทยาลัย

อุทัยทิพย์ เจียวิวรรธน์กุล, (2553). การวิจัย

เชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม:แนวคิด

หลักกसार และบทเรียน” พิมพ์ครั้งที่ 2.

กรุงเทพฯ: บริษัท พี.เอ.ลีฟวิ่ง จำกัด