

กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตบ้านห้วยหลิมสู่ตลาดอาเซียน  
 THE PRODUCT DEVELOPMENT STRATEGY OF SAKET STRIP SILK OF BAN  
 WAI-LUEM TO ASEAN MARKET

สุทธิพงษ์ พูลเพิ่ม<sup>1</sup>  
 จุรีวิทย์ ภักดีวุฒิ<sup>2</sup>

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตบ้านห้วยหลิมสู่ตลาดอาเซียน 2) เปรียบเทียบกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตในชุมชนบ้านห้วยหลิม จำแนกตามเพศ และการสังกัดกลุ่มอาชีพ 3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาผ้าไหมลายสาเกตของผู้ผลิตสู่ตลาดอาเซียน การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างที่ผลิตผ้าไหมลายสาเกตบ้านห้วยหลิม จำนวน 133 คน และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจำนวน 6 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา t-test ผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตผ้าไหมลายสาเกตมีการใช้กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มากที่สุด คือ ด้านส่วนประสมผลิตภัณฑ์ การเปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตพบว่า ผู้ผลิตเพศชายและเพศหญิงมีการใช้กลยุทธ์ไม่แตกต่างกัน ผู้ผลิตที่สังกัดกลุ่มอาชีพและไม่สังกัดกลุ่มอาชีพมีการใช้กลยุทธ์ไม่แตกต่างกัน การศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตสู่ตลาดอาเซียนพบว่าควรมีการพัฒนาเส้นไหมให้มีคุณภาพใช้สีที่สดใส สวยงาม ผสมผสานสีธรรมชาติ และมีลวดลายที่ชัดเจน อีกทั้งควรมีการพัฒนาเทคนิคการทอผ้าไหม และการตั้งราคาให้สอดคล้องกับตลาด การผลิตควรเน้นรูปแบบของผ้าไหมให้สอดคล้องกับผู้บริโภคมีการสร้างเรื่องราวของผ้าและการเพิ่มมูลค่าในการทอ รวมถึงมีการวางแผนในการทอและปรับปรุงผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ

คำสำคัญ : กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมลายสาเกต ตลาดอาเซียน

Abstract

This research aims to 1) Study on the development strategy of Saket strip silk products in Ban Wai-luem to ASEAN market. 2) Comparison of the development strategy of silk product in Ban Wai-luem community. Classification based on sex and professional group. 3) Study the guidelines on the development of the silk Saket Strip Silk product to ASEAN market. Collected data using questionnaire and the interview from the samples that produce silk in Ban Wai-luem community 133 people and the officers who were involved in the campaign of silk product development 6 people. The descriptive statistic and t-test were used to analyze data. The results showed that the strategy has been used to develop silk products were in a high level. When considering a side, it was found that the maximum is the product mix. A comparison of strategies of silk products it was found that the male manufacturer and female strategies were not different. The manufacturer who not affiliated with any group, and group affiliation strategy use were not different. A study of the guideline of the Saket strip silk products development to the ASEAN market found that it should be developed of high-quality silk, use beautiful bright colors, the mix of colors and clear patterns, should have developed for weaving silk techniques, and pricing in accordance with the market price. The production of silk, should emphasize to consumers.

Keywords: The Product Development Strategy, Saket Strip Silk, ASEAN Market

<sup>1</sup> นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

<sup>2</sup> อาจารย์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด

## บทนำ

จังหวัดร้อยเอ็ดเป็นแหล่งผลิตผ้าไหมลายสาเกตและผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของจังหวัดร้อยเอ็ด มีแรงงานในอุตสาหกรรมจำนวนมาก โดยเฉพาะแรงงานในชนบท ผ้าไหมลายสาเกตเป็นผลิตภัณฑ์ขึ้นชื่อของจังหวัดร้อยเอ็ดและมีเรื่องราวกล่าวขานกันมานานแล้ว ในด้านความงดงามของสีสันทัน และลวดลายอันเป็นเอกลักษณ์ รวมถึงฝีมือการทอผ้าได้รับการถ่ายทอดจนถึงปัจจุบัน ต่อมาสถานการณ์ในตลาดผ้าไหมมีการแข่งขันกันสูง ประกอบกับลูกค้ามีความต้องการที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น รูปแบบการดำเนินงานแบบเดิมๆ ไม่เพียงพอต่อความอยู่รอดในสภาวะปัจจุบันได้ ผู้ประกอบการจึงต้องอาศัยกลยุทธ์ทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการสร้างความเข้มแข็งของผลิตภัณฑ์ของตนเอง และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด ดังนั้นจึงต้องมีการปรับกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตให้เป็นที่ต้องการของตลาดอาเซียน ภายใต้กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ 3 ด้าน คือด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ด้านส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และสายผลิตภัณฑ์ [1] กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์เป็นการทำให้บริษัทได้รับผลกำไรในระยะยาว บริษัทสามารถเลือกให้กลยุทธ์ใดก็ได้โดยพิจารณาองค์ประกอบ 3 ประการคือ ประเภทและชนิดของผลิตภัณฑ์ ตลาดประเทศเป้าหมาย ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการปรับเปลี่ยนลักษณะผลิตภัณฑ์ และวิธีการสื่อสาร [2] การที่กิจการมีผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่แตกต่างจากคู่แข่งในตลาด ในขณะที่การพัฒนาจะมีข้อสำคัญได้แก่ ต้นทุนและความคุ้มค่าของรายได้ที่จะได้รับจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น ทำให้การประมาณความต้องการของตลาดเป็นกระบวนการที่สำคัญในการศึกษาความเป็นไปได้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และต้องมีการวิเคราะห์ความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ เพื่อสะท้อนความสำเร็จหลังจากการนำเสนอผลิตภัณฑ์นั้นสู่ตลาด

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ดังกล่าวข้างต้นดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษา กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตบ้านห้วยหลิมสู่ตลาดอาเซียน เพื่อให้เป็นที่ยอมรับของตลาดในเขตภูมิภาคอาเซียนและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคชาวต่างชาติ เหนือสิ่งอื่นใดผลการวิจัยที่ได้สามารถนำไปปรับปรุงและพัฒนากลยุทธ์ในการผลิตผ้าไหมลายสาเกตของกลุ่มอาชีพของตนเองต่อไป

## วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตบ้านห้วยหลิมสู่ตลาดอาเซียน
2. เพื่อเปรียบเทียบกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตในชุมชนบ้านห้วยหลิม จำแนกตามเพศ และสังกัดกลุ่มอาชีพ กับไม่สังกัดกลุ่มอาชีพ
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผ้าไหมลายสาเกตของผู้ผลิตสู่ตลาดอาเซียน

## วิธีดำเนินงาน

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ผลิตผ้าไหมลายสาเกตบ้านห้วยหลิม จำนวน 211 คนกลุ่มตัวอย่างกำหนดขนาด โดยใช้สูตรทาร์โยยามาเน่ ได้จำนวน 133 คน สุ่มอย่างง่ายด้วยการจับฉลาก และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการส่งเสริมและพัฒนา คือ กรมพาณิชย์จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานหอการค้าจังหวัด(SME) ผู้ประกอบการผ้าไหมในจังหวัดร้อยเอ็ด และสำนักงานเทศบาลตำบลมะบ้าเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 2 ตอน มีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจสอบรายการ(Check list)ประกอบด้วย ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน การศึกษา และการสังกัดกลุ่มอาชีพ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับการใช้กลยุทธ์การพัฒนาผ้าไหมลายสาเกตบ้านห้วยหลิมสู่ตลาดอาเซียน มี 3 ด้าน คือ คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และสายผลิตภัณฑ์

แบบสัมภาษณ์ ใช้สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐที่มีส่วนส่งเสริมเกี่ยวกับกลยุทธ์การพัฒนาผ้าไหมสาเกตสู่ตลาดอาเซียน แบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ด้านส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ด้านสายผลิตภัณฑ์

การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบแบบ t ที่ปีอิสระต่อกัน (Independent t-test)

### ผลการวิจัย

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.48$ ) รองลงมาด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.37$ ) และด้านสายผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.36$ )

การเปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตบ้านห้วยหลิมผู้ผลิตเพศชาย มีการใช้กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.42$ )

เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยส่วนที่มากที่สุดคือด้านส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.46$ ) ส่วนเพศหญิงมีกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกต อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.40$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มากที่สุด คือด้านส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.49$ ) ผลการเปรียบเทียบพบว่า สังกัดกลุ่มอาชีพมีการใช้กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกต อยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.41$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มากที่สุด คือด้านส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.48$ ) ส่วนไม่สังกัดกลุ่มอาชีพมีกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกต ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.40$ ) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านที่มากที่สุด คือด้านส่วนประสมผลิตภัณฑ์ ( $\bar{X} = 4.43$ )

การศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตสู่ตลาดอาเซียน โดยการสัมภาษณ์พบว่าผ้าไหมลายสาเกตที่จะเข้าสู่ตลาดอาเซียนนั้นควรมีการพัฒนาทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ ด้านส่วนประสมผลิตภัณฑ์ และด้านสายผลิตภัณฑ์ ซึ่งผ้าไหมลายสาเกตจะต้องมีเส้นไหมที่มีคุณภาพการใช้สีที่สด สวยงาม ผสมผสานสีธรรมชาติ และมีลวดลายที่ชัดเจน อีกทั้งมีการพัฒนาเทคนิคการทอผ้าไหม และการตั้งราคาให้สอดคล้องกับตลาด โดยเน้นรูปแบบของผ้าไหมให้สอดคล้องกับผู้บริโภคการสร้างเรื่องราวของผ้าและการเพิ่มมูลค่าในการทอ รวมถึงมีการวางแผนในการทอ และปรับปรุงผลิตภัณฑ์อยู่เสมอ

### สรุป

จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ผลิตผ้าไหมลายสาเกตมีการใช้กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตอยู่ในระดับมาก เนื่องจากสถานการณ์ในตลาดผ้าไหมมีการแข่งขันกันสูง ประกอบกับลูกค้ามีความต้องการที่เฉพาะเจาะจงมากยิ่งขึ้น รูปแบบการดำเนินงานแบบเดิมๆ ไม่เพียงพอต่อความอยู่รอดในสภาวะปัจจุบันได้ ผู้ประกอบการจึงต้องอาศัยกลยุทธ์ทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในการสร้างความเข้มแข็งของผลิตภัณฑ์ของตนเอง และตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ได้มากที่สุด เนื่องจากกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์เป็นการทำให้บริษัทได้รับผลกำไรในระยะยาว บริษัทสามารถเลือกให้กลยุทธ์ใดก็ได้โดยพิจารณาองค์ประกอบ 3 ประการ คือ ประเภทและชนิดของผลิตภัณฑ์ ตลาดประเทศเป้าหมาย ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นในการปรับเปลี่ยนลักษณะผลิตภัณฑ์และวิธีการสื่อสาร

การเปรียบเทียบการใช้กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตจำแนกตามเพศ เพศชายกับเพศหญิงไม่แตกต่างกัน เนื่องจากเพศชายกับเพศหญิงสามารถทอผ้าไหมลายสาเกตได้ โดยเพศชายจะมีส่วนในการใช้แรงเป็นส่วนใหญ่และเพศหญิงจะเป็นผู้ที่ทอผ้าเนื่องจากเพศหญิงมีความละเอียดอ่อนกว่าผู้ชาย ดังนั้นในแต่ละกลุ่มทอผ้าไหมลายสาเกตเพศชายกับเพศหญิงจึงมีส่วนในการพัฒนาผ้าไหมลายสาเกตไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ผู้ที่ผลิตผ้าไหมลายสาเกตที่สังกัดกลุ่มอาชีพและไม่สังกัดกลุ่มอาชีพไม่แตกต่างกัน เนื่องจากผู้ผลิตอยู่ในชุมชนเดียวกัน มีภูมิปัญญาการเรียนรู้ การรับการส่งเสริมจากภาครัฐเหมือนกัน แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตสู่อาเซียน ซึ่งมีข้อเสนอแนะจากหน่วยงานส่งเสริมจากภาครัฐทำอะไรให้ผ้าไหมลายสาเกตเข้าสู่ตลาดอาเซียนได้ และให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอาเซียน โดยเน้นในเรื่องเส้นไหมที่มีคุณภาพ การใช้สีที่สด สวยงาม

### ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงพรรณนาซึ่งเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ จากผู้ผลิตผ้าไหมลายสาเกตบ้านห้วยหลิม ซึ่งสามารถนำผลที่ได้จากการศึกษานำไปพัฒนากระบวนการผลิตและกระบวนการดำเนินงานในกลุ่มทอผ้าไหมลายสาเกตได้และการกำหนดกลยุทธ์ในการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตออกสู่ตลาดระดับชาติ โดยการพัฒนาผ้าไหมลายสาเกตสู่อาเซียนนั้นควรมุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมด้านเส้นไหมให้มีคุณภาพ ใช้สีเส้นสวยงามผสมผสานสีธรรมชาติ มีการพัฒนาเทคนิคการทอผ้าที่มีลวดลายแปลกใหม่ มีราคาที่สอดคล้องความต้องการ รวมถึงการสร้างเรื่องราวของผ้าไหมเอกลักษณ์

### กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาค้นคว้าอิสระเล่มนี้สำเร็จและสมบูรณ์ได้ด้วยความรู้และความช่วยเหลืออย่างดียิ่งจาก ดร. จุรีวัลย์ ภักดีวุฒิ อาจารย์ที่ปรึกษาการศึกษาค้นคว้า อาจารย์ ดร.รัชณีเพ็ญ พลเยี่ยม อาจารย์ ดร.จิตราภรณ์ วงศ์คำจันทร์ และอาจารย์ขอบฟ้า จันทร์เจริญ ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมือ ขอขอบคุณผู้ผลิตผ้าไหมลายสาเกต ที่สังกัดกลุ่ม และไม่สังกัดกลุ่ม ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถามการวิจัยในครั้งนี้ ทั้งนี้ขอขอบคุณนางละเวง ฤกษ์ใหญ่ ประธานกลุ่มทอผ้าไหม นางวรุณี คามวัลย์ ตัวแทนไม่สังกัดกลุ่มอาชีพ นางสาวณิชนน ศรีนุเสน นักวิชาการพาณิชย์ชำนาญการ นางนวลจันทร์ ศรีมงคล หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน นายธนนท์ ดิษเจริญ ตำแหน่งผู้จัดการโครงการผ้าบุญร้อยเอ็ด และนางพุดศรี จิรายศ ผู้ประกอบการผ้าไหมในจังหวัดร้อยเอ็ด ที่ให้สัมภาษณ์แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมลายสาเกตสู่ตลาดอาเซียน

### เอกสารอ้างอิง

[1] นันทสารี สุขโต. (2557). การตลาดระดับโลก. พิมพ์ครั้งที่ 5. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.  
 [2] สุภาพร กุณฑลบุตร. (2557). หลักการตลาดสมัยใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 5. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.