

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์: มุมมองของผู้สูงอายุในชุมชนพนัสนิคม

Guideline for product development of Handicraft to the creative economy: the perspective of the elderly in Phanat Nikhom Community

Received: 10 November 2022 Revised: 15 December 2022 Accepted: 21 December 2022

จุฑามาศ แหนจอน, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
 วรากร ทรัพย์วิระพรรณ, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
 เกศรา น้อยมานพ, คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
 ธนิตา จุลวนิชย์พงษ์, คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา มหาวิทยาลัยบูรพา

บทคัดย่อ การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) การศึกษาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านแบบจักสานที่สามารถนำไปพัฒนาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้สูงอายุในชุมชนพนัสนิคมในการยกระดับขีดความสามารถของชุมชนไปสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้สูงอายุที่อยู่ในชุมชนหัตถกรรมพื้นบ้านแบบจักสาน 10 กลุ่ม จำนวน 100 คน การเก็บข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) การศึกษาผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปเป็นสินค้าเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชน ได้แก่ ชะลอม ซึ่งผู้สูงอายุมีความเชี่ยวชาญการสานชะลอมที่สุด เป็นลายที่ง่ายเหมาะกับการพัฒนาเป็นสินค้าได้หลากหลายรูปแบบ และเป็นที่ต้องการของตลาด และ 2) ความคิดเห็นของผู้สูงอายุในการยกระดับขีดความสามารถชุมชนไปสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้สูงอายุคิดว่า สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทชะลอม หรือสินค้าอื่น ๆ ที่เป็นลายชะลอม โดยการออกแบบสินค้าแบบใหม่ ให้ความสวยงามและเหมาะสมกับการใช้งาน จะช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้ และผู้สูงอายุต้องการหาช่องทางในการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น

คำสำคัญ: หัตถกรรมจักสาน เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้สูงอายุ

Abstract The purposes of this research were 1) to study the wicker handicraft product that can developed into a creative economy, 2) to study the elderly opinion in Phanat Nikhom community on upgrading community ability to the creative economy of Phanat Nikhom, Chonburi Province. The informants were divided into 10 groups with the total of 100 people. The data was collected through semi-structured interviews and analyzed by Content Analysis. The research results revealed that; 1. The study of product that can

developed into a creative economy in the community was “cha-lom” where the elderly are most proficient at. It was a simple design which suitable for develop into a variety of design and its well-demand in the market. 2. The elderly opinion on upgrading community ability to the creative economy - they thought that was able to develop “cha-lom” product or related product to a new design to be beautiful and useable to increase value of the product. They also wanted to find more distribution channel to sell the product.

Keywords: Handicraft, Creative economy, Ageing (Elderly)

บทนำ

งานจักสานเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาอย่างยาวนาน ซึ่งมนุษย์ได้นำไม้ไผ่ซึ่งมีอยู่ในธรรมชาติมาจักสานเป็นเครื่องใช้ในบ้านเรือน ช่วงแรกเริ่มทำจักสานมีวัตถุประสงค์เพื่อการใช้งานในครอบครัวเป็นหลัก ต่อมามีการพัฒนาให้มีทั้งประโยชน์ในการใช้งานและความสวยงาม จากนั้นได้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อแลกเปลี่ยนและจัดจำหน่าย พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ให้ความหมายของจักสานว่า เรียกเครื่องใช้ที่ทำด้วยไม้ไผ่หรือหวาย เป็นต้นว่า เครื่องจักสาน จักสานเป็นงานหัตถกรรมที่อาศัยเรียนรู้จากการสืบทอดกันภายในครอบครัว จากปู่ ย่า ตา ยาย สอนลูกหลานให้ได้รู้วิธีการจักสาน โดยเริ่มจากการสอนให้ช่วยผ่าไม้ไผ่ จักตอก และหัดสานลายที่ง่าย ๆ จนกระทั่งลูกหลานมีความชำนาญและยึดเป็นอาชีพได้ต่อไป

อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี มีสินค้าที่สร้างชื่อเสียงให้กับอำเภอ ได้แก่ งานหัตถกรรมจักสานไม้ไผ่โดยมีผู้สูงอายุหรือปราชญ์ชาวบ้านที่ยังคงทำงานหัตถกรรมจักสานมาอย่างต่อเนื่อง ผู้สูงอายุในอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ที่ประกอบอาชีพจักสานเป็นทรัพยากรบุคคลที่ทรงคุณค่าและสำคัญยิ่งต่อการสืบทอดงานหัตถกรรมจักสาน เพราะมีทั้งความรู้ และประสบการณ์ อีกทั้งผู้สูงอายุเหล่านี้ยังมีความภาคภูมิใจที่จะถ่ายทอดให้กับบุตรหลานรุ่นต่อไป นอกจากนี้เมื่อผู้สูงอายุได้ทำงานหัตถกรรม จักสานส่งผลให้มีความสุขสภาพจิตดีขึ้น เพราะได้สนทนาพูดคุยกับเพื่อน ๆ และงานจักสานก่อให้เกิดรายได้ทำให้ผู้สูงอายุมีความภูมิใจในตนเองและเห็นคุณค่าในตนเองอีกด้วย (จุฑามาศ แหนจอน, สุเนตร สุวรรณละออง, พูลพงศ์ สุขสว่าง, พวงทอง อินใจ, จิณห์จุฑา ชัยเสนา ดาลาส, ชนัญชิตา ดุษฎีกุลศิริ, ธนิดา จุลวนิชย์พงษ์, สุชาดา พงศ์กิตติวิบูลย์ และเกศรา น้อยมานพ, 2565, หน้า 22) สอดคล้องกับ สุชาดา วงศ์สวัสดิ์ และวิไลพร รังควัต (2563) ที่พบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้สูงอายุมีความสุข คือ การที่ผู้สูงอายุได้ทำงานเพราะทำให้รู้สึกว่าตนเองมีคุณค่า หากส่งเสริมให้ผู้สูงอายุนำความรู้ที่ตนเองมีมาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ แล้วพัฒนาต่อยอดไปสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ จะทำให้เกิดความเข้มแข็งในชุมชนตามมา เนื่องด้วยในชุมชนพนัสนิคมนี้มีผู้สูงอายุจำนวนมากที่สามารถทำจักสานได้ แต่ส่วนมากจะเป็นการที่ผู้สูงอายุต่างคนต่างทำ แล้วส่งขายให้กับพ่อค้าคนกลาง ซึ่งสินค้าจักสานนั้นมีราคายังไม่สูงเท่าใดนัก หากพัฒนาเป็นชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้สูงอายุสามารถที่จะมารวมกลุ่มกันทำสินค้าหัตถกรรมจักสาน โดยเน้นการผลิตที่ตอบสนองต่อความ

ต้องการของลูกค้า จะก่อให้เกิดการผลิตสินค้าที่ตรงกับความต้องการของตลาด ทำให้ผลิตภัณฑ์จักสานมีราคาที่สูงขึ้น เมื่อผลิตออกมาสามารถขายได้ ก่อให้เกิดรายได้ และมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจตามมา

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากพระราชกฤษฎีกาจัดตั้งสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (องค์การมหาชน) พ.ศ. 2561 ได้นิยามความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า คือ การพัฒนาระบบเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์บนฐานขององค์ความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญา และการศึกษาวิจัยซึ่งเชื่อมโยงกับวัฒนธรรม พื้นฐานทางประวัติศาสตร์ การสั่งสมความรู้ของสังคม เทคโนโลยี และนวัตกรรม เพื่อใช้ในการพัฒนาธุรกิจ การผลิตสินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจหรือคุณค่าทางสังคม (รายงานความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย, 2564, หน้า 9) จากนิยามดังกล่าวจะเห็นได้ว่า สิ่งสำคัญก็คือการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า หากมองในระดับอุตสาหกรรม องค์ประกอบอุตสาหกรรมสร้างสรรค์หลัก กลุ่ม Creative Originals ประกอบด้วยสาขางานฝีมือและหัตถกรรม ดนตรี ศิลปะการแสดง และทัศนศิลป์ เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการสร้างมูลค่าที่เกิดจากการใช้ประโยชน์จากสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม เช่น ประวัติศาสตร์ ประเพณี วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ ผสมผสานกับความรู้ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และเทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ รวมทั้งสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งเป็นแนวคิดในการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจบนพื้นฐานความรู้และวัฒนธรรมผสมผสานเอกลักษณ์ความเป็นไทยที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ (กาสั๊ก เต๊ะชั้นหมาก และพนิตสุภา ธรรมประมวล, 2563) สินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านแบบจักสานของอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี มีหลายผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำมาพัฒนาและยกระดับคุณภาพ ทั้งนี้ จึงต้องมีการยกระดับงานหัตถกรรมพื้นบ้านแบบจักสานสู่สังคมเศรษฐกิจอย่างสร้างสรรค์ โดยอาศัยการขับเคลื่อนของชุมชน ซึ่งเป็นฟันเฟืองสำคัญที่ประกอบด้วยผู้สูงอายุที่เป็นปราชญ์ชุมชน และเยาวชนในชุมชน โดยมีการสนับสนุนเชิงวิชาการด้านคุณภาพ การออกแบบผลิตภัณฑ์ และการตลาดออนไลน์

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์พื้นบ้านแบบจักสานเชิงสร้างสรรค์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สูงอายุในพนัสนิคม โดยในระยะแรกมีมุ่งศึกษาผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปเป็นสินค้าเพื่อพัฒนาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชน และความคิดเห็นของผู้สูงอายุในการยกระดับขีดความสามารถชุมชนไปสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเพิ่มช่องทางในการขายสินค้าทางออนไลน์ จะทำให้สามารถขายสินค้าจักสานได้ราคาที่ดีขึ้น ทำให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้น และช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชนให้สมาชิกในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น การวิจัยในครั้งนี้จะทำให้ได้แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และยกระดับสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมื่อผลิตสินค้าที่มีคุณภาพสูงมีราคาที่เหมาะสม และมีช่องทางในการจำหน่ายมากขึ้น จะทำให้ความเป็นอยู่ของผู้สูงอายุในชุมชนพนัสนิคมดีขึ้น ผู้สูงอายุยังสามารถประกอบอาชีพ มีรายได้ ส่งผลให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้นตามไปด้วย

วัตถุประสงค์งานวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา

1. การศึกษาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านแบบจักสาน ที่สามารถนำไปพัฒนาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

2. เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้สูงอายุในชุมชนพนัสนิคมในการยกระดับขีดความสามารถของชุมชนไปสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

ประโยชน์ที่ได้รับ

1. ได้ทราบการศึกษาผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปเป็นสินค้าเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชน
2. ได้ข้อมูลที่เป็นความคิดเห็นของผู้สูงอายุในการยกระดับขีดความสามารถชุมชนไปสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย

การศึกษาแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผลิตภัณฑ์ในชุมชนของผู้สูงอายุในพนัสนิคมเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ทำการเลือกตัวอย่างด้วยแบบเฉพาะเจาะจง คือ เป็นผู้สูงอายุ ที่มีอายุตั้งแต่ 50-60 ปี ที่อาศัยในอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ประกอบอาชีพจักสานมาเป็นระยะเวลาไม่น้อยกว่า 10 ปี และยินดีเข้าร่วมที่จะให้ข้อมูลเกี่ยวกับการทำจักสาน การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง มาจากผู้สูงอายุในชุมชนในอำเภอพนัสนิคมจำนวน 10 ชุมชน ชุมชนละ 10 คน ซึ่งเป็นชุมชนที่มีผู้สูงอายุที่สามารถทำจักสานได้ โดยผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์จนกระทั่งได้ข้อมูลที่อิ่มตัว (Data Saturation) รวมจำนวนผู้ให้ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือการวิจัยในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Interview) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด ประกอบด้วย 2 ประเด็น ดังต่อไปนี้ ประเด็นแรก การศึกษาผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปเป็นสินค้าเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชน และประเด็นที่สอง ความคิดเห็นของผู้สูงอายุในชุมชนพนัสนิคมในการยกระดับขีดความสามารถของชุมชนไปสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี โดยแบบสัมภาษณ์ดังกล่าวผ่านการพิจารณาตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน หลังจากนั้นผู้วิจัยได้ปรับปรุงแบบสัมภาษณ์ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วจึงนำแบบสัมภาษณ์ไปทดลองใช้กับผู้สูงอายุที่ประกอบอาชีพจักสานในอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จำนวน 3 ราย พบว่า มีความเหมาะสมเป็นอย่างดี 2) แบบบันทึกภาคสนาม เพื่อใช้บันทึกรายละเอียดต่าง ๆ ตามประเด็นในการสัมภาษณ์ 3) แบบบันทึกการสังเกต สำหรับบันทึกสิ่งที่สังเกตได้ระหว่างการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และ 4) ผู้วิจัย เป็นเครื่องมือการวิจัยที่สำคัญที่สุดในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยได้ทำการทบทวนและเตรียมความพร้อม โดยการศึกษาหลักการแนวคิดเกี่ยวข้องกับ ผู้สูงอายุ การทำจักสาน และเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การดำเนินการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการวิจัยเอกสาร เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data) เพื่อทำความเข้าใจแนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการพัฒนาหลักสูตรพื้นฐานแบบจักสาน เพื่อยกระดับสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การพัฒนาอย่างยั่งยืน การวิจัยเชิงปฏิบัติการมีส่วนร่วม และการวิจัยภาคสนาม เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ด้วย การสัมภาษณ์แบบกลุ่ม (Focus group interview) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-participant observation) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interview) และการใช้แบบสอบถาม (Questionnaire)

การพิทักษ์สิทธิกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในทุกๆระยะได้รับการพิทักษ์สิทธิ์ โดยงานวิจัยครั้งนี้ได้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมจากคณะกรรมการพิจารณาจริยธรรม มหาวิทยาลัยบูรพา รหัส HU013/2565(C1)

การตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล

วิธีที่ 1 ใช้เทคนิคการตรวจสอบทางด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยการตรวจสอบความแน่นอนของคำพูดในเรื่องเดียวกันแต่ต่างเวลาและเปรียบเทียบมุมมองของผู้เกี่ยวข้องกับปรากฏการณ์ที่ศึกษา

วิธีที่ 2 ใช้เทคนิคการเก็บรวบรวมข้อมูลหลายวิธี (Methods Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากการสังเกต การบันทึกภาคสนาม กับการสัมภาษณ์

วิธีที่ 3 ใช้เทคนิคการตรวจสอบข้อค้นพบจากการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้วิจัย (Review Triangulation) จากผู้ให้ข้อมูลกับผู้เชี่ยวชาญ สำหรับผู้ให้ข้อมูลเป็นการส่งข้อมูลย้อนกลับ ให้ยืนยันว่าข้อสรุปนั้นสะท้อนมุมมองของพวกเขาอย่างแท้จริงมากน้อยเพียงใด อะไรบ้างที่ไม่สมบูรณ์หรือขาดหายไป เพื่อตรวจสอบความครอบคลุม ความลึกซึ้ง ความอึดตัวของข้อมูล และยืนยันความน่าเชื่อถือ และความ เป็นเหตุเป็นผลของข้อมูล (ชาย โพธิ์สิตา, 2554, หน้า 369-372; Creswell, 2009, pp. 190 - 192)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลแบบพรรณนาวิเคราะห์ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ มาถอดบทสัมภาษณ์ และสรุปประเด็นสำคัญ เรียบเรียงข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยมีประเด็นที่สำคัญ ดังนี้

1) การศึกษาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านแบบจักสาน ที่สามารถนำไปพัฒนาสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์

การทำหัตถกรรมจักสานของชาวบ้านในอำเภอพนสนธิคม ส่วนใหญ่เป็นการเรียนรู้ถ่ายทอดจากบุคคลในครอบครัว เช่น ปู่ย่าตายายทำจักสาน จากนั้นก็สอนให้กับบุตรหลานในครอบครัว สืบต่อเนืองกันไปจวบจนปัจจุบัน สิ่งหนึ่งที่ยังคงทำกันอยู่ คือ ชะลอม และการสานลายชะลอม นั้นเป็นเพราะว่าเป็นลายจักสานที่ง่าย คนที่เพิ่งเรียนรู้การจักสานก็สามารถที่จะสานลายชะลอมหรือสานชะลอมได้ นอกจากนี้ชะลอมยังเป็นสินค้าที่สามารถผลิตออกมาแล้วส่งขายได้เรื่อย ๆ ซึ่งเป็นที่ต้องการของตลาด ชะลอมมีประโยชน์หลายอย่างสามารถนำไปใช้ได้หลากหลายโอกาส ทั้งใส่สิ่งของ ใส่ของที่ระลิก เป็นต้น ซึ่งผู้สูงอายุทั้ง 10 ชุมชน ต่างก็เห็นพ้องต้องกันว่า สินค้าที่ควรจะไปสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ได้แก่ ชะลอม

ดังที่ปรากฏจากการสัมภาษณ์

“ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นของชุมชน ก็คือ ชะลอม ชะลอมเอาไปใส่ของขวัญ ทำชะลอมปิ่นโต ที่ใส่ใส่ถวายสังฆทานก็ได้”

“ถ้าจะพัฒนาได้ ก็คิดว่าเป็นชะลอมนี้ละ เพราะมันทำงาน ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ก็ทำลายชะลอมได้ ง่ายมาก คนที่ไม่เคยทำมาก่อน เขาก็มาเริ่มต้นฝึกสานจากการสานลายชะลอม”

“ชะลอม เป็นที่ต้องการของตลาด มีคนสั่งเยอะ ความต้องการเยอะกว่าตะกร้า ใส่ของได้หลายอย่าง ทำแล้วก็ไปส่งแถวตลาด บางทีเขาก็มารับเอง”

จากผลการวิจัยดังกล่าวบ่งชี้ว่า ชะลอมเป็นสินค้าที่ขายดี มีความโดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เมื่อผลิตสินค้ามาแล้ว มีพ่อค้าคนกลางรับซื้อต่อ ซึ่งผู้จักสานสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปส่งยังร้านค้าที่อยู่ในชุมชนได้ หรือบางครั้งพ่อค้าคนกลางจะมารับสินค้าที่บ้านของผู้ทำจักสาน ชะลอมเป็นเครื่องจักสานประเภทหนึ่ง จัดอยู่ในงานหัตถกรรมที่ประดิษฐ์ขึ้นมา โดยมุ่งที่ประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก มีลักษณะเป็นภาชนะโปร่ง มีลายฉลุ ชะลอมมักจะใช้สำหรับการใส่สิ่งของสำหรับการเดินทาง เช่น ผลไม้ อาหารแห้ง ลักษณะเดิมของชะลอมจะมีรูปร่างกลมทั้งส่วนของลำตัวและก้น ต่อมาพัฒนาไปเป็นรูปแบบสี่เหลี่ยมเรียกว่า ชะลอมปิ่นโต นิยมนำใส่อาหารแห้งหรือสังฆภัณฑ์เพื่อถวายพระ

สำหรับสภาพการณ์ทำหัตถกรรมจักสานในปัจจุบัน การทำหัตถกรรมจักสานของผู้สูงอายุในปัจจุบันนี้จะมีแตกต่างจะเดิมค่อนข้างมาก เพราะบริบทสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป จากเดิมสามารถตัดไม้หรือซื้อไม้ได้จากในชุมชน ต่อมาไม้ไผ่ที่จะนำมาทำจักสานในชุมชนมีไม่เพียงพอ จึงต้องมีการสั่งไม้มาจากต่างจังหวัด หรือต่างประเทศ เมื่อความต้องการเพิ่มมากขึ้น แต่สินค้ามีจำนวนจำกัด จึงทำให้สินค้ามีราคาที่สูง ส่งผลให้มีต้นทุนในการทำจักสานเพิ่มขึ้น เมื่อถึงช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดต่อไวรัสโคโรนา 2012 (COVID 2019) ส่งผลกระทบโดยตรงต่อการทำจักสาน เมื่อชาวบ้านทำจักสานมาส่งร้านประจำ จากที่เคยรับซื้อร้านเหล่านี้ก็ไม่รับซื้อ เพราะร้านค้าไม่สามารถขายสินค้าได้ ทำให้ชาวบ้านต้องหยุดการผลิต

ดังที่ปรากฏจากการสัมภาษณ์

“อยากให้ช่วยหาตลาดมารองรับเพื่อที่ราคามันจะได้ดีขึ้น อยากให้มีหน่วยงานมาช่วยเหลือ มีหน่วยงานมาอุ้ม ส่งร้าน ต่อยอดร้าน ตลาดของเราจะก้าวไปได้ไกล อยากให้มาช่วยสอนและก็หาตลาด จะทำให้จัดจำหน่ายได้ดีขึ้น”

“เรื่องวัสดุมันมีปัญหาไม่มีราคาแพง ไม่ไผ่หายาก มีเงินหมื่นเดินเข้าร้านทองซื้อทองได้ แต่ถือเงินหมื่นไปซื้อไม้ไผ่ไม่ได้ เพราะไม่มีไม้ มีเฉพาะแค่เจ้าใหญ่ ๆ ที่เขาจองไว้ แบบนี้ก็ไม่มีไม้มาทำดอก เลยต้องหยุดสาน”

“ช่วงโควิดไม้หายาก และแพง ขายก็ลำบาก เพราะพ่อค้าคนกลางซื้อของเราไป แต่เขาขายไม่ได้ ของมันก็ค้างอยู่ ครั้งที่แล้วมีไปเปิดบูธที่บ่อทอง ไม่มีลูกค้าเลย เลิกงานมาเมื่อวันสองวันนี้ มีแต่แม่ค้า ขายไม่ได้เลย”

จากผลการวิจัยดังกล่าวบ่งชี้ว่า ปัญหาสำคัญของการทำหัตถกรรมจักสาน ณ ขณะนี้ คือ ปัญหาด้านต้นทุน ไม้ไผ่ที่นำมาทำจักสานมีราคาที่สูงขึ้น การที่จะได้ไม้ไผ่มาทำจักสานต้องไปซื้อที่ตลาด ซึ่งในบางครั้งมีรายใหญ่ที่ไปสั่งจองไว้ก่อน ทำให้ผู้สูงอายุไม่ได้ไม้ไผ่ เมื่อไม่มีไม้ไผ่ที่จะนำมาทำดอกก็ทำให้การทำจักสานต้องหยุดชะงักไป ส่งผลให้ผู้สูงอายุขาดรายได้ไปด้วย

2) เพื่อศึกษาความคิดเห็นของผู้สูงอายุในชุมชนพนัสนิคมในการยกระดับขีดความสามารถของชุมชนไปสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี

การยกระดับขีดความสามารถชุมชนไปสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี จะส่งผลต่อการการผลิตงานจักสานของผู้สูงอายุในอำเภอพนัสนิคม ทำให้ผู้สูงอายุที่ทำงานจักสานอยู่แล้ว ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพสูงขึ้น มีช่องทางในการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น ส่งผลให้ผู้สูงอายุเกิดความมั่นคงทางจิตใจ ที่สามารถประกอบอาชีพเลี้ยงดูตัวเองและบุตรหลานได้ มีรายได้เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น รวมทั้งยังเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาด้านการจักสานให้คงอยู่คู่กับชุมชนพนัสนิคมตลอดไป

ความคิดเห็นของผู้สูงอายุต่อการยกระดับขีดความสามารถชุมชนไปสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผู้สูงอายุมีความคิดเห็นว่า ต้องพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์เป็นหลัก เมื่อผลิตภัณฑ์ตรงกับความต้องการ และหากเพิ่มช่องทางการจำหน่ายมากขึ้น จะสามารถไปสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้

ดังที่ปรากฏจากการสัมภาษณ์

“หากเราทำชะลอมอยู่ เพิ่มสี่ส้นขึ้นมา การลงทุนเพิ่ม เราจะขายในราคาเดิมไม่ได้ ที่สำคัญต้องดูด้วยว่าตลาดต้องการแบบไหน ถ้าอย่างเราไม่ได้ย้อมสีแล้วขายได้ เพราะคนที่เขาเอาไป เขาสนับสนุนสินค้าพื้นบ้าน อย่างพวกต่างชาติเขาก็ชอบสินค้าไทย แต่มันก็อยู่ไม่คงทน ถ้าจะยกระดับก็ต้องทำสินค้าให้ดีขึ้น คงทนมากขึ้น”

“ชะลอมต้องทำให้แข็งแรง หัวใส่ของหนักได้ มีการติดโบว์ ส่วนกันก็ใช้กระดาษสีสวย ๆ อยากหารูปแบบใหม่ ๆ ที่ไม่เหมือนที่อื่น มีลายให้แปลกกว่าเขา”

“ชะลอมมีทั้งลายนี้แล้วก็ยอนดอกให้เป็นลาย เวลาที่มีออเดอร์เยอะ ๆ ก็รวมกันทั้งหมู่บ้าน มาแบ่งกัน คนนั้นสาน 3 นิ้ว สาน 5 นิ้ว อะไรแบบนี้ แล้วก็รวมกันส่ง”

จากผลการวิจัยดังกล่าวบ่งชี้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชะลอไปสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ในมุมมองของผู้สูงอายุ จะต้องดำเนินการใน 3 ส่วนด้วยกัน ส่วนแรกเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ เช่น การสีมาตกแต่งผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความสวยงาม นั่นเป็นเพราะงานหัตถกรรมจักสานส่วนมากยังคงสีเดิม นั่นคือสีของไม้ไผ่ จะให้ความรู้สึกถึงความเป็นธรรมชาติ การเพิ่มสีสันทึบเข้าไปจะทำให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นสะดุดตาผู้ซื้อมากขึ้น ส่วนที่สองการเพิ่มลวดลาย การเพิ่มลวดลายหรือประดับตกแต่งด้วยสิ่งต่าง ๆ เช่น ผ้า หนัง เชือก รวมทั้งการยอนดอก ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและเหมาะกับการใช้งานเพิ่มมากขึ้น และ ส่วนที่สามเป็นการสร้างผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า

สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสาน ชาวบ้านในอำเภอพนสนธิคมได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์มาอย่างต่อเนื่อง เช่น มีการใช้วัสดุอื่น ๆ มาประกอบการทำจักสาน เพื่อเพิ่มความสวยงาม มีการใช้น้ำมันวานิชมาทาเคลือบผลิตภัณฑ์ เพื่อไม่ให้ผุผองผุพัง ทำให้สินค้ามีความคงทนมากขึ้น ความต้องการในการพัฒนาฝีมือการทำหัตถกรรมจักสานนั้น ผู้สูงอายุต้องการให้ช่วยในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ตรงกับความต้องการของตลาด และสอนการทำผลิตภัณฑ์เหล่านั้น

ดังที่ปรากฏจากการสัมภาษณ์

“มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างสีสันทึบ ย้อมสี จะทำให้มีราคาสูงขึ้น แต่ก็ขึ้นอยู่กับชิ้นงาน หากเป็นชะลอไม้ไผ่จะไม่ย้อม เพราะใช้แค่ไม้ไผ่ แล้วก็เอาไปขาย”

“อยากให้พัฒนาชะลอไม้ให้ขึ้นหน้า เพราะทุกหมู่บ้านสามารถทำได้ เพราะมันง่าย อยากให้มีกองทุนมาดูแล ในเรื่องสำคัญที่สุด คือ เรื่องเศรษฐกิจ บางคนไม่มีรายได้ รายได้น้อย ถ้ามีกองทุนมาช่วยจะนำเงินมาซื้อไม้”

“ต้องการให้ช่วยหาช่องทางในการจำหน่ายให้มากขึ้น และหารูปแบบที่มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น ช่วงปีใหม่ทำเป็นตระกร้าไวน์ ต้องการรูปทรงใหม่ ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้า เวลาที่วัยรุ่นเห็นแล้วเขารู้สึกอยากใช้”

จากผลการวิจัยดังกล่าวบ่งชี้ว่า ผู้สูงอายุที่ทำจักสานมีการพัฒนาสินค้าอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้ได้สินค้าที่มีคุณภาพ ทำให้สินค้ามีความคงทน ใช้งานได้นาน เพิ่มเติมในเรื่องความสวยงาม เพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า ทำให้มียอดการจำหน่ายเพิ่มสูงขึ้น และทำให้รายรับเพิ่มขึ้นด้วย แต่ก็มีข้อจำกัดบางประการ เช่น การออกแบบผลิตภัณฑ์ยังไม่หลากหลาย มีรูปแบบที่คล้ายของเดิม พัฒนาเพียงการเพิ่มเติมวัสดุบางอย่างเข้าไป เช่น การบุผ้า การย้อมสี ซึ่งก็มีทั้งผลดีและผลเสีย ผลดีคือ ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม น่าใช้ มีสีสันทึบที่สะดุดตา แต่ก็ทำให้ผลิตภัณฑ์ทำให้มีต้นทุนที่สูงขึ้น ซึ่งก็ต้องเพิ่มราคาในการขายให้สูงขึ้นด้วย

จากผลของการวิจัยนี้ทำให้ผู้วิจัยได้ทราบความต้องการของผู้สูงอายุที่ทำจักสาน ว่าต้องการให้ช่วยเหลือในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นแบบใหม่ ใช้งานได้จริง มีความสวยงาม และต้องการให้หาช่องทางในการจัดจำหน่ายแบบอื่นมากขึ้น ซึ่งการวิจัยในระยะที่สองผู้วิจัยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์และสร้าง E-Commerce เพื่อขยายช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การสร้างช่องทางในการขายแบบ E-Commerce หรือการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เป็นการทำกลยุทธ์ทางการตลาดในการโฆษณาสินค้าผ่านอินเทอร์เน็ต ส่งผลให้เข้าถึงบุคคลได้มากขึ้น ทั้งในประเทศและต่างประเทศ ทำให้การขายผลิตภัณฑ์

จักสานมีตลาดรองรับที่กว้างขึ้น ซึ่งจะเป็นผลดีในระยะยาว ที่ผู้ผลิต คือ ผู้สูงอายุในชุมชนจะสามารถติดต่อซื้อขายผลิตภัณฑ์จักสานกับผู้บริโภคได้โดยตรงสำคัญ และมีการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทำจักสานให้กับเยาวชนในชุมชน เพื่อให้การทำจักสานนั้นยังคงได้รับการสืบทอดให้อยู่คู่ชุมชนในอำเภอนันทนิคมต่อไป

อภิปรายผล

1. ผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นของชุมชน ได้แก่ ชะลอม ด้วยเหตุผลที่ว่าชะลอมเป็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นที่ต้องการของตลาด เมื่อผลิตมาแล้วจะสามารถจำหน่ายได้ตลอด เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประโยชน์ได้อย่างหลากหลาย ทั้งใส่สิ่งของ เช่น ใส่ไข่ ใส่อาหารแปรรูป ใส่ของที่ระลึก นอกจากนี้ทุกคนสามารถที่จะเรียนรู้และเริ่มทำจักสานจากการทำชะลอมนี้ การที่ชะลอมเป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น และผู้สูงอายุในชุมชนทุกคนทำได้ จะเป็นกำลังสำคัญในการผลิตสินค้าหากมีคำสั่งซื้อเข้ามามาก

2. ความคิดเห็นของผู้สูงอายุในชุมชนนันทนิคมในการยกระดับขีดความสามารถของชุมชนไปสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ของอำเภอนันทนิคม จังหวัดชลบุรีนั้น เมื่อนำทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4Ps) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546) มาวิเคราะห์จะพบว่า 1) ผลิตภัณฑ์ (Product) ในส่วนของผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมที่จะนำมาพัฒนาเป็นสินค้า ได้แก่ ชะลอม สามารถพัฒนาให้มีความแตกต่างจากเดิม โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์โดยใช้ลายชะลอม ซึ่งผู้สูงอายุในชุมชนนันทนิคมสามารถสานลายนี้ได้ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบมาใหม่จะมีการใช้งานได้อย่างหลากหลายและเหมาะสมกับสภาพสังคมปัจจุบัน เช่น กระเป๋าใส่ iPad ที่ใส่แก้วเยติ กระเป๋าสะพายที่รองแก้ว เป็นต้น ด้วยรูปลักษณะที่ทันสมัยประกอบกับการนำงานจักสานมาใส่ในผลิตภัณฑ์ ทำให้ลูกค้าเห็นถึงความประณีต งดงามของผลิตภัณฑ์ และสามารถตอบสนองความต้องการในเรื่องของการใช้งานได้ จะนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด สอดคล้องกับ นริสรา ลอยฟ้า (2563) ที่ศึกษาการเพิ่มมูลค่าสินค้าและเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมลายลูกแก้ว ตำบลนิคมพัฒนา อำเภوخุซัน จังหวัดศรีสะเกษ พบว่า แนวทางการสร้างมูลค่าสินค้า ประกอบไปด้วย การออกแบบตราและบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดี และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ ส่วนในระยะที่สอง พบว่า รูปแบบการเพิ่มมูลค่า ต้องคำนึงถึงเรื่องของตราและบรรจุภัณฑ์ซึ่งจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้า และการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ ต้องมีการพัฒนาพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ การพัฒนาจักสานหัตถกรรมชะลอมนี้ก็เช่นกัน เพื่อการเข้าสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จะต้องมีการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ชะลอมสร้างสรรค์ให้เป็นรูปแบบใหม่ และมีการจัดใส่บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมจะช่วยเพิ่มมูลค่าได้ 2) ราคา (Price) การตั้งราคาของสินค้าจักสานให้มีความเหมาะสม มีส่วนสำคัญในการเลือกใช้ผลิตภัณฑ์จักสานของลูกค้า ต้องคำนึงถึงต้นทุนในการผลิตสินค้า ซึ่งงานจักสานเป็นงานที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีความละเอียดในการทำ และต้องใช้เวลาในการประดิษฐ์ประดอยแต่ละชิ้นงาน เพื่อให้การผลิตผลิตภัณฑ์จักสานนั้นให้มีความสวยงามมากที่สุด 3) การจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) สำหรับการจัดจำหน่ายนั้น ผู้สูงอายุมีความต้องการที่จะหาช่องทางในการจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น เพื่อนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย และเป็นการกระจายสินค้าให้ไปถึงยังกลุ่มลูกค้าทุกกลุ่ม ซึ่งต้องมีการวางแผนการตลาดเป็นอย่างดี ผู้วิจัยได้ออกแบบผลิตภัณฑ์และสร้าง E-Commerce เพื่อขยายช่องทางการ

จำหน่ายผลิตภัณฑ์จักสานให้กว้างขวางมากขึ้น ทั้งตลาดในประเทศ และต่างประเทศ และ 4) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการขายโดยการประชาสัมพันธ์สินค้า (Public Relations หรือ PR) เป็นการสร้างทัศนคติที่ดีต่อการใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานให้เกิดกับกลุ่มลูกค้า โดยมีการให้ข้อมูลลูกค้า และการใช้สื่อต่าง ๆ เช่น การตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สอดคล้องกับ Girón, Hernández and Castañeda (2007) ได้ศึกษากลยุทธ์และปัจจัยสู่ความสำเร็จ: งานหัตถกรรมของเม็กซิโก พบว่า กลยุทธ์ทางการตลาดเป็นสิ่งสำคัญในการทำสินค้าหัตถกรรม และยังมียุทธศาสตร์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กลยุทธ์การกำหนดราคา การโฆษณาสินค้า การสร้างผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายรูปแบบ และการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่นำไปสู่ความสำเร็จ การที่จะสามารถขายสินค้าหัตถกรรมพื้นบ้านแบบจักสานได้นั้น นอกจากช่องทางการขายสินค้าแล้ว สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง คือ การทำการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ มองเห็นถึงความโดดเด่นและประโยชน์ใช้สอยของสินค้านำไปสู่การตัดสินใจซื้อสินค้าในที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการศึกษาความคิดเห็นของผู้นำชุมชนในการพัฒนาชุมชนไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนทุกแง่มุม อันจะนำไปใช้ในการพัฒนาชุมชนไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้
2. ควรมีการศึกษาการกระบวนการถ่ายทอดการทำหัตถกรรมจักสานจากผู้สูงอายุไปสู่บุคคลรุ่นต่อไป
3. ควรมีการศึกษาหัตถกรรมจักสานในชุมชนอื่น เพื่อพัฒนาสู่ชุมชนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งจะ使人ในชุมชนมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และยังเป็นการสืบสานงานหัตถกรรมจักสานให้อยู่คู่สังคมไทยต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยผ่านกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมงบประมาณด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ประเภท Fundamental Fund ปีงบประมาณ 2565 มหาวิทยาลัยบูรพา และหน่วยวิจัยและพัฒนาสมอง จิตใจ และการเรียนรู้ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- กาสิ๊ก เต๊ะชั้นหมาก และพนิตสุภา ธรรมประมวล. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานบ้านปากคลองบางกระเพยง ตำบลหัวไผ่ อำเภอเมืองจังหวัดสิงห์บุรี สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์. *NRRU Community Research Journal*, 14(2), 44-56.
- จุฑามาศ แหนจอน, สุนทร สุวรรณละออง, พูลพงศ์ สุขสว่าง, พวงทอง อินใจ, จิณห์จุฑา ชัยเสนา ดาลาส, ชนัญชิดาธุษฎี พูลศิริ, ธนิตา จุลวนิชย์พงษ์, สุชาดา พงศ์กิติวิบูลย์, และเกศรานิ้อยมานพ. (2565). ชุมปัญญาหัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อสังคมแห่งความสุขของผู้สูงอายุยุคใหม่ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก. *วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา*, 33(2), 14-29.

- ชาย โพธิ์สิตา. (2554). *ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.
- ทัศนีย์ วงศ์สอน. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือของกลุ่มผ้าฝ้าย อำเภोजอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- นริศรา ลอยฟ้า. (2563). การเพิ่มมูลค่าสินค้าและเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมลายลูกแก้ว ตำบลนิคมพัฒนา อำเภอยะรัง จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 8(1), 214-226.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพฯ: วิสิทธ์วัฒนา.
- สุชาดา วงศ์สวาสดี และวิไลพร รังควัต. (2563). ความสุขของผู้สูงอายุในชนบทจังหวัดนครราชสีมา. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 5(10), 17-34
- รายงานความเคลื่อนไหวเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย. (2564). เข้าถึงได้จาก <https://www.cea.or.th/th/single-research/Thailand-Creative-Movement-Report>
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- J. de la P. Girón, M. L. D. Hernández, & M.C. J. J. Castañeda. (2007). Strategy and factors for success: The Mexican handicraft sector. *Performance improvement*, 46(8).