

อัตลักษณ์วัฒนธรรมกะเหรี่ยงโปว์ผ้าทอลายไขโคล้งสะ

สู่การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ร่วมสมัย*

THE PWO KAREN CULTURAL IDENTITY OF SAI KHLONG SA WOVEN TEXTILES TOWARDS CONTEMPORARY COMMERCIAL PRODUCT MANAGEMENT

ปิรันช์ ชินโชติ¹, อภิเชษฐ์ ขำเลิศ², นงลักษณ์ เพิ่มชาติ³,

อภิลักษณ์ ธรรมวิมุตติ⁴ และ ธีรวุฒิ แสงมณีเดช⁵

Pirun Chinachot¹, Apichet Khamlert², Nongluck Permchart³,

Apiluck Thammawimutti⁴ and Thirawut Saengmaneedech⁵

¹⁻⁵คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

¹⁻⁵Faculty of Management Science Muban Chombueng Rajabhat University, Thailand

⁵Corresponding Author's Email: thirawut.article@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้เป็นการศึกษาอัตลักษณ์วัฒนธรรมกะเหรี่ยงโปว์ผ่านภูมิปัญญาผ้าทอลายไขโคล้งสะของชุมชนบ้านท่ามะขาม อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ร่วมสมัย โดยเปลี่ยนจากการทอผ้าแบบดั้งเดิมที่ใช้เวลานานและต้นทุนสูง มาเป็นการสกรีนลายลงบนเสื้อยืด เพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและกำลังซื้อของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน รวมทั้ง วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค นำไปสู่กลยุทธ์ของผ้าทอลายไขโคล้งสะ ผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนกระบวนการผลิตจากงานทอผ้าที่ใช้เวลานานและต้นทุนสูง มาเป็นการสกรีนลวดลายและพิมพ์สีลงบนเสื้อยืด ซึ่งช่วยลดระยะเวลาผลิตเหลือเพียงหน่วยนาที่ ก่อให้เกิดการประหยัดต่อขนาด การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้แนวคิด IKEA Effect ผ่านกิจกรรม Workshop ที่ให้นักท่องเที่ยวได้ลงสีลวดลายด้วยตนเอง สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของ และความภาคภูมิใจ ทำให้ผู้บริโภคยินดีจ่ายในราคาที่สูงกว่าราคาตลาดทั่วไป การจัดการห่วงโซ่คุณค่ายังเน้นการเชื่อมโยงกับชุมชน โดยใช้วัตถุดิบและการออกแบบจากภูมิปัญญาท้องถิ่น กระจายงานสู่คนในชุมชน จัดจำหน่ายผ่านแหล่งท่องเที่ยวสำคัญและช่องทางออนไลน์

คำสำคัญ : อัตลักษณ์วัฒนธรรม, กะเหรี่ยงโปว์, ลายไขโคล้งสะ, การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ร่วมสมัย, เศรษฐกิจฐานราก

* Received 4 December 2025; Revised 18 December 2025; Accepted 3 January 2026

Abstract

This academic article studies the cultural identity of the Karen Pwo people through the wisdom of the Sai Khlong Sa woven fabric from the Ban Tha Makham community, Suan Phueng District, Ratchaburi Province, and its transformation into contemporary commercial products. The study shifts from the time-consuming and costly traditional weaving process to screen-printing the designs onto t-shirts, catering to the lifestyle and purchasing power of contemporary tourists. It analyzes the strengths, weaknesses, opportunities, and threats to identify strategies for the Sai Khlong Sa woven fabric. The findings indicate that the shift from time-consuming and costly weaving to screen-printing and painting on t-shirts reduces production time to minutes, resulting in economies of scale. Furthermore, value is added through the IKEA Effect, achieved through workshops where tourists can color the designs themselves, fostering a sense of ownership and pride. This encourages consumers to pay a higher price than the general market rate. Value chain management emphasizes community involvement, utilizing local raw materials and designs, distributing work within the community, and distributing products through key tourist destinations and online channels.

Keyword: Cultural Identity, Karen Pwo, Sai Khlong Sa, Contemporary Commercial Product Management, Local Economy

บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนถือได้ว่าเป็นเศรษฐกิจฐานรากที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศ ตามแผนยุทธศาสตร์จังหวัดราชบุรี พ.ศ. 2566–2570 ให้ความสำคัญกับประเด็นที่สอดคล้องกับการส่งเสริมผ้าทอท้องถิ่น ได้แก่ การสร้างมูลค่าและคุณค่าจากการท่องเที่ยวผ่าน การอนุรักษ์ทรัพยากรวัฒนธรรมและเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ชุมชน การส่งเสริมเกษตรสีเขียวและเศรษฐกิจฐานรากที่ยั่งยืนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างรายได้และกระจายประโยชน์สู่ชุมชนท้องถิ่น (แผนพัฒนาจังหวัดราชบุรี 2566–2570) จังหวัดราชบุรีเป็นเมืองรองสำหรับการท่องเที่ยว มีเอกลักษณ์ด้านภูมิประเทศที่น่าสนใจ มีแนวเทือกเขาตะนาวศรีเป็นเทือกเขาที่กั้นระหว่างชายแดนประเทศไทยกับประเทศเมียนมา (พม่า) เทือกเขาตะนาวศรีจะติดต่อกับรัฐมอญ ทางตอนเหนือ และมีเมืองที่เกี่ยวข้อง คือ มะริด อำเภอที่ติดต่อกับเขตดินแดนประเทศไทย คือ อำเภอสวนผึ้ง มีแม่น้ำสายสำคัญ คือ แม่น้ำภาษีไหลผ่านอำเภอสวนผึ้ง ไหลผ่านจาก

ทิศใต้ไปทิศเหนือ ประชากรส่วนใหญ่ราวร้อยละ 90 เป็นชาวไทยเชื้อสายกะเหรี่ยงและชาว มอญที่อยู่ตามแนวชายแดน (วิกิพีเดีย สารานุกรม, 2568) รวมทั้งมีสถานที่ที่פקตากอากาศและ สถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งที่นิยม เช่น จุดชมวิวยักษ์คอกหมู ,แก่งส้มแมว, ตลาดโ๊ะบ้อย และ ตลาดห้วยน้ำใส เป็นต้น

อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวที่สำคัญของภาค ตะวันตก ซึ่งมีอัตราการเติบโตอย่างต่อเนื่อง (สำนักสถิติจังหวัดราชบุรี, 2563) พื้นที่นี้ไม่ เพียงแต่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่งดงาม แต่ยังเป็นแหล่งมรดกทางวัฒนธรรมที่มีชีวิต โดยเป็นที่ตั้งของชุมชนชาวไทยเชื้อสาย "กะเหรี่ยงโปว์" ที่มีประวัติศาสตร์การตั้งถิ่นฐาน ยาวนานกว่า 200 ปี ชุมชนเหล่านี้ได้สืบทอดวิถีชีวิต ศิลปะ และภูมิปัญญาอันเป็นเอกลักษณ์ เฉพาะถิ่น หนึ่งในมรดกทางภูมิปัญญาที่โดดเด่นและสะท้อนอัตลักษณ์ของชาวกะเหรี่ยงโปว์ อย่างชัดเจนที่สุด คือ ภูมิปัญญาการทอผ้ากะเหรี่ยง ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงเครื่องนุ่งห่ม แต่เป็นการ บันทึกร่องราว ความเชื่อ สัญลักษณ์มงคล ผ่านลวดลายและสีสันที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ผ้าทอ จึงเปรียบเสมือน "ทุนทางวัฒนธรรม" ที่มีมูลค่าสูงและมีศักยภาพในการต่อยอดเชิงเศรษฐกิจ นั่นคือ ผ้าทอลาย “ไซโคลิ่งสะ” ได้รับการจดทะเบียนสิทธิบัตรเลขที่ 109485 โดยนายปรีณธ์ ชินโชติ สาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 : เอกสารการจดทะเบียนสิทธิบัตรผลิตภัณฑ์ลวดลายผ้า

เทคนิคการทอที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม ความเชื่อ และวิถีชีวิตท้องถิ่น ซึ่งทำ หน้าที่เป็นจุดเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างการอนุรักษ์วัฒนธรรมและการพัฒนาเศรษฐกิจฐาน รากของชุมชนได้อย่างชัดเจน ผลิตภัณฑ์นี้ได้นำลวดลายมงคลที่มีคุณค่าสร้างจุดเด่นเป็นอัต ลักษณ์ จากผ้าทอกะเหรี่ยงของชาวกะเหรี่ยงโปว์ในพื้นที่หมู่บ้านท่ามะขาม ตำบลตะนาวศรี อำเภอสวนผึ้ง เป็นสิ่งที่ดึงดูดความต้องการของลูกค้า เพราะปัจจุบันผ้าทอกะเหรี่ยงกำลังจะ สูญหายจากวัฒนธรรมไทย เนื่องจากผ้าทอมีระยะเวลาการทอค่อนข้างนาน และราคาสูง จาก

ประเด็นดังกล่าวจึงเป็นเหตุให้ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างมูลค่าเพิ่ม สื่อสารลดทอนของผ้าทอ กะเหรี่ยง ผนวกกับนวัตกรรมทางความคิดซึ่งเป็นผลของการวิจัย และพัฒนา สร้างเป็นศิลปะ ร่วมสมัย ที่ยังคงไว้ซึ่งคุณค่า เป็นมรดกภูมิปัญญาทางศิลปะพื้นบ้านชาวไทยกะเหรี่ยง ทั้งยัง สะท้อนถึงอารยธรรมของท้องถิ่น ส่งเสริมพัฒนาอาชีพสร้างรายได้ และอนุรักษ์ให้เกิดการสืบทอดความรู้ให้อยู่กับวัฒนธรรมของชุมชนต่อไป ผ้าทอเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่สามารถ ออกแบบใหม่ให้ตอบความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าพร้อมกับใช้แนวทางการจัดการที่สอดคล้องกับเกณฑ์การพัฒนาที่ยั่งยืนของจังหวัด เช่น การใช้วัสดุจากเกษตรอินทรีย์ การผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และการแบ่งปันผลประโยชน์ในชุมชน

จากที่กล่าวมานั้น สาขาการจัดการทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึงจึงให้ความสำคัญในการสนับสนุนชุมชน โดยนักศึกษาในนามมหาวิทยาลัยฯ ร่วมกับชุมชนบ้านท่ามะขาม อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นชุมชนกะเหรี่ยงดั้งเดิมในพื้นที่ ผลักดันในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากสินค้าในรูปแบบดั้งเดิมสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ ช่วยพัฒนาองค์ความรู้รวมถึงวิถีชีวิตวัฒนธรรมกับชุมชนมาผสานกลายเป็นสินค้าร่วมสมัย ได้แก่ เสื้อที่ สร้างสรรค์จากลดทอนจากผ้าทอกะเหรี่ยง ให้กลายเป็นสินค้าชุมชนคุณภาพ ที่มีคามหมาย อันเป็นมงคล และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อีกทั้งพัฒนาสินค้าเชื่อมโยงกับกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ ที่เปิดโอกาสให้แก่ลูกค้าได้มีส่วนร่วมในการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ในการลงสีสันทน ลดทอนมงคลบนเสื้อด้วยตนเอง และได้เรียนรู้เรื่องราวที่สืบทอดกันมาของชุมชน พร้อมรับ ประสพการณ์จากวัฒนธรรมกะเหรี่ยงอันทรงคุณค่าในเวลาเดียวกัน ซึ่งจะสามารถส่งต่อการ สื่อสารเรื่องราวทางวัฒนธรรมอันยาวนานของกะเหรี่ยงให้แก่บุคคลภายนอก สร้างมูลค่าเพิ่ม ให้แก่ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น พร้อมกระตุ้นเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนได้อย่างยั่งยืนต่อไป

อัตลักษณ์วัฒนธรรมกะเหรี่ยงโปว์ผ้าทอลายไซโคลิ่งสะสู่การจัดการผลิตภัณฑ์เชิง พาณิชย์ร่วมสมัย

จากความหมาย อัตลักษณ์วัฒนธรรมกะเหรี่ยงโปว์ผ้าทอลายไซโคลิ่งสะ มีนักวิชาการ หลายท่านได้ให้ความหมายที่แตกต่างกัน ผู้เขียนได้สังเคราะห์และรวบรวมข้อมูลตามบริบทที่ เกิดขึ้นสรุปได้ว่า เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกิดขึ้นจากการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ซึ่งเกิดจากการ ถ่ายทอดแบบการบอกเล่า ปากต่อปาก และการจดจำ จึงถือได้ว่าเป็นมรดกตกทอดที่สามารถ จับต้องได้ ผ่านลายผ้าซึ่งเป็นสัญลักษณ์เชิงสัญลักษณ์แสดงถึงวิถีชีวิต ความเชื่อ และความสัมพันธ์ ที่เกิดขึ้นระหว่างธรรมชาติและมนุษย์ สำหรับ “ไซโคลิ่งสะ” หรือ ลายพระอาทิตย์ตาม ความหมายของชาวกะเหรี่ยง หมายถึง ชีวิตที่มีแต่ความรุ่งเรือง กล่าวได้ว่า ลายผ้าทอเป็นมรดก ทางภูมิปัญญาที่โดดเด่นและสะท้อนอัตลักษณ์ของชาวกะเหรี่ยงโปว์อย่างชัดเจนที่สุด คือ ภูมิ ปัญญาการทอผ้ากะเหรี่ยง ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงเครื่องนุ่งห่ม แต่เป็นการบันทึกเรื่องราว ความเชื่อ และสัญลักษณ์มงคล ผ่านลดทอนและสีสันทนที่สืบทอด ดังนั้น ลดทอนผ้าทอจึงเปรียบเสมือน

"ทุนทางวัฒนธรรม" ที่มีมูลค่าสูงยิ่ง และมีศักยภาพในการต่อยอดเชิงพาณิชย์ ผ้าทอลายไขโคล้ง สะได้นำมาเป็นการพิมพ์ลายบนเสื้อยืดเพื่อจำหน่ายเชิงพาณิชย์ในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอสวนผึ้ง เช่น ตลาดโอ๊ะป่อย , ตลาดห้วยน้ำใส เป็นต้น

เสื้อพิมพ์ลายกะเหรี่ยง ไขโคล้งสะ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นจากเอกลักษณ์ของชาวกะเหรี่ยงโปว์ ในพื้นที่หมู่บ้านท่ามะขาม ตำบลตะนาวศรี อำเภอสวนผึ้ง โดยการนำลวดลายจากผ้าทอต่าง ๆ ของชาวกะเหรี่ยงโปว์ ซึ่งมีความหมายอันเป็นมงคลได้แก่ ลายเกล็ดปลา หมายถึง ความอุดมสมบูรณ์ ลายไก่อั้ง หมายถึง ความมั่งมีเงินทอง ลายงูเหลือม หรือ ลายพญานาค หมายถึง ความสมหวังในความรัก ซึ่งลวดลายมงคลเหล่านี้เป็นลวดลายที่เป็นคุณค่าสร้างจุดเด่นให้สวยงามเป็นอัตลักษณ์ที่ดึงดูดความต้องการของลูกค้าการนำลวดลายดังกล่าวมาสกรีนลงบนเสื้อยืด โดยรูปแบบของผลิตภัณฑ์นั้นเปิดโอกาสให้ลูกค้าออกแบบและเลือกลงสีสันทึ่ชื่นชอบได้ด้วยตัวเอง เป็นการผสมผสานวิถีชีวิตดั้งเดิมของชาวกะเหรี่ยงให้กลมกลืนเข้ากับรสนิยมของคนในปัจจุบัน ซึ่งจะเป็นการเพิ่มมูลค่าในตัวผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่นักท่องเที่ยวสามารถซื้อเพื่อให้เป็นของที่ระลึกและสามารถนำไปสวมใส่ได้ทุกช่วงโอกาส ดังภาพ



ไก่อั้ง

ที่มา : ปิรันธ ชินโชติ (2568)



ภาพที่ 3 ลายไขโคล้งสะและลายไก่อั้ง

ที่มา : ปิรันธ ชินโชติ (2568)

ป้าย Tag บนบรรจุภัณฑ์ เพื่อเล่าเรื่องราว



ภาพที่ 4 ลายไก่อั้ง

ที่มา : ปิรันธ ชินโชติ (2568)



ภาพที่ 5 รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สกรีนบนเสื้อพร้อมจำหน่าย

สีดาลายงูเหลือม สีขาวลายเกล็ดปลา สีเหลืองลายไขโคล้งสะหรือลายพระอาทิตย์

ที่มา : ปิรันธ ชินโชติ (2568)

วิเคราะห์ผ่านมุมมองทางเชิงบริหารธุรกิจและเศรษฐศาสตร์ เป็นการอนุรักษ์ลายผ้าทอแบบดั้งเดิมเปลี่ยนจากการทอลายมาเป็นกรีนลายบนเสื้อยืดเพื่อให้เกิดความทันสมัยและการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบันสร้างค่านิยมให้กับนักท่องเที่ยวและเป็นสินค้าที่ระลึก ใช้หลักวิเคราะห์ด้วยต้นทุนส่วนเพิ่มมีกระบวนการเปลี่ยนแปลงจากการทอผ้าที่ใช้ระยะเวลาอันนับเดือนได้จำนวนเสื้อเพียงแค่หนึ่งตัวหรือสองตัวเท่านั้นมาเป็นการกรีนลายและการพิมพ์ลงบนเสื้อยืดได้จำนวนเสื้อมากขึ้น ใช้เวลาสั้นลงคิดเป็นนาทีต่อชั่วโมง ทำให้เกิดการประหยัดต่อขนาด แม้จะผลิตได้รวดเร็วมากขึ้นง่ายสะดวกจำนวนต่อตัวมีมากขึ้นหากเทียบกับการทอผ้าแบบเดิมยังคงรักษามูลค่าส่วนเพิ่มโดยการใส่เรื่องราวและกิจกรรมลงไปบนเสื้อยืดอาจส่งผลกระทบต่อการแข่งขันด้านราคาของเสื้อยืดทั่วไป กล่าวได้ว่า เสื้อยืดลายไซโคลัสจะเป็นสินค้าพรีเมียมของอำเภอสวนผึ้งจังหวัดราชบุรีที่เกิดขึ้นจากนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาต่อยอดสร้างสรรค์สินค้าเชิงสร้างสรรค์คงไว้ด้วยอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของกระเหรี่ยงโปว์ การกำหนดราคาขายสินค้าเสื้อยืดราคาตัวละ 299 บาท ซึ่งมีราคาสูงกว่าเสื้อยืดทั่วไป หากวิเคราะห์ด้วยคุณลักษณะทางสัญลักษณ์ของลายไซโคลัสมีความหมายเชิงสัญลักษณ์ว่าด้วยความเป็นสิริมงคล ดังนั้น ผู้บริโภคยินยอมที่จะจ่ายในราคานี้เพราะส่วนเกินผู้บริโภคที่ได้รับจากความรู้สึกร่วมและความหมายทางจิตวิญญาณมีค่าสูงกว่าตัวเงินที่จ่ายไป สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นการขายคุณค่าทางอารมณ์ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) และสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีราคาแบบฮีดอนิก (Throsby D, 2001). กล่าวได้ว่า ผู้บริโภคไม่ได้จ่ายเงินซื้อ "ตัวสินค้า" แต่จ่ายเงินซื้อ "คุณลักษณะ" ที่ประกอบกันเป็นสินค้านั้น ซึ่งรวมถึงคุณลักษณะที่จับต้องไม่ได้ สำหรับกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวลงสีบนลวดลายด้วยตัวเองเป็นการนำแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมที่เรียกว่า "IKEA Effect" กล่าวได้ว่า ผู้บริโภคจะให้มูลค่ากับสิ่งของที่ตนเองมีส่วนร่วมในการลงแรงสร้างชิ้นสูงกว่าสิ่งของสำเร็จรูปที่มีคุณภาพเท่าเทียมกันอย่างมีนัยสำคัญและมีความผูกพัน ดังนั้น เมื่อนักท่องเที่ยวลงมือพิมพ์เสื้อด้วยตนเอง เสื้อตัวนั้นจะกลายเป็น "สินค้าที่มีความเฉพาะตัวสูง" มีมูลค่าทางจิตใจที่เพิ่มขึ้นทำให้ความอ่อนไหวต่อราคาลดลงและเพิ่มโอกาสในการบอกต่อซึ่งเป็นการลดต้นทุนการตลาดในระยะยาว ซึ่งเป็นกลไกที่ช่วยเพิ่มอรรถประโยชน์รวมให้กับผู้บริโภค (Norton et al., 2012)

สรุป ลายไซโคลัส เป็นการนำภูมิปัญญาดั้งเดิมมาปรับให้เข้ากับยุคสมัย แสดงลงบนเสื้อยืดโดยการกรีนแทนการทอลายแบบเดิม ถือได้ว่าเป็นการสร้างมูลค่าผ่านนวัตกรรมทางกระบวนการ และ ประสบการณ์ ซึ่งเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมของกระเหรี่ยงโปว์ให้คงอยู่ กล่าวได้ว่า เป็นการแปลงทุนทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นทุนทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยยังคงรากเหง้าแบบดั้งเดิม อีกทั้งเป็นต้นแบบของการจัดการทางวัฒนธรรมสู่เชิงพาณิชย์ได้อย่างสมบูรณ์แบบ และมีคุณค่าทางจิตใจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรม

การทบทวนวรรณกรรม

การสังเคราะห์แนวคิดทฤษฎีจากเอกสารที่เกี่ยวข้องและรวบรวมแนวคิดสรุปจากนักวิชาการด้านต่างๆมาประยุกต์ใช้ เพื่อแสดงให้เห็นถึงการบูรณาการความสัมพันธ์ทางทฤษฎี ผู้เขียนได้สรุปการสังเคราะห์ตามแนวทางที่ค้นคว้าและศึกษา ได้แก่ ทฤษฎีวิวัฒนาการ , การจัดการห่วงโซ่คุณค่า และ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ดังนี้

1.ทฤษฎีวิวัฒนาการ จากทฤษฎีของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Pierre Bourdieu, 1986) ทฤษฎีวิวัฒนาการของชุมชนกะเหรี่ยงโปว์เกิดขึ้นจากการถ่ายทอดผ่านลายผ้าโดยการสื่อสารบอกกล่าวเรื่องราววิถีชีวิตความเป็นกระเหรี่ยงพื้นบ้านอย่างชัดเจน ภูมิปัญญาที่เกิดขึ้นจากท้องถิ่นจับต้องไม่ได้ แต่ฝังลึกอยู่ในตัวคนและในชุมชน ได้แก่ ทักษะฝีมือและความอดทนในการทักทอลายผ้า เป็นองค์ความรู้ความเข้าใจในพิธีกรรมต่างๆ ทางศาสนาและความเชื่อที่สืบทอดกันมานาน ได้แก่ ลวดลายมงคล 3 แบบ เช่น ลายเกล็ดปลา , ลายงูเหลือม และ ลายไก่อั้งเปรียบเสมือนเป็นการตีความเชิงสัญลักษณ์มีความหมายเชิงศักดิ์สิทธิ์ที่คนในชุมชนนับถือและปฏิบัติกันมายาวนาน อีกประการหนึ่งเชิงวัฒนธรรมที่สามารถจับต้องได้ คือ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นผ้าทอกะเหรี่ยงแบบดั้งเดิม หากเทียบเคียงกับผลิตภัณฑ์ในยุคปัจจุบัน คือ เสื้อยืด ทำให้ผ้าทอเป็นสินค้าทุนที่มีสภาพคล่องต่ำในตลาดปัจจุบัน แม้จะมีลวดลายที่ทรงคุณค่ากับทางจิตใจอย่างมาก แต่การแปลงเป็นมูลค่าเชิงพาณิชย์ค่อนข้างยาก เนื่องจากต้นทุนการผลิตสูง การใช้เวลาค่อนข้างนาน การใช้แรงงานที่มีทักษะและความรู้ค่อนข้างจำกัด จึงไม่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและกำลังซื้อของนักท่องเที่ยว

2.การจัดการห่วงโซ่คุณค่า เป็นการประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดจากทฤษฎีของ Michael Porter (1985) เกิดจากกระบวนการสร้างมูลค่า โดยมุ่งเน้นเชิงพาณิชย์เป็นสำคัญ คือ การเปลี่ยนวัฒนธรรมพื้นถิ่นให้กลายเป็นความได้เปรียบทางการแข่งขันหรือเชิงพาณิชย์อย่างสมบูรณ์ ผ่านกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนที่มีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้เกิดกำไรส่วนเพิ่มหรือมูลค่าเพิ่มที่สูงขึ้น กิจกรรมหลัก ได้แก่ 1.ขั้นการนำวัตถุดิบเข้าหรือปัจจัยการผลิต เริ่มจากการแปลงวัตถุดิบสู่ทุนทางวัฒนธรรม คือ การเปลี่ยนจากผ้าฝ้ายดิบเป็นเสื้อยืดสำเร็จรูปเพื่อลดความซับซ้อน ประหยัดเวลา แรงงานและกำลังคน และลดความเสี่ยงในขั้นตอนกระบวนการทอผ้าแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นการใช้หลักการ Just-in-Time เพื่อลดภาระการสต็อกสินค้า สำหรับลวดลายเกล็ดปลา ,ลายไก่อั้ง และลายงูเหลือม นำมาออกแบบเป็นลายสกรีน กระบวนการจัดการส่วนนี้เป็นการแปลงทุนทางปัญญาเพื่อให้เกิดกระบวนการผลิตที่สำเร็จรูปและรวดเร็ว (Throsby, 2001) 2.ขั้นการปฏิบัติการ เป็นการผลิตแบบกระจายงานสู่ชุมชนท้องถิ่น เริ่มจากกระบวนการสกรีนลวดลายและการเตรียมอุปกรณ์ เช่น สี เสื้อยืด ปากกาสีฟันทเสื้อ และบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น และลงมือระบายสี โดยใช้คนในชุมชนเป็นผู้ลงมือทำ ซึ่งทำให้กระบวนการผลิตมีความยืดหยุ่นสูงและต้นทุนต่ำ และส่งผลต่อการควบคุมภาพของลวดลายโดยรักษาอัตลักษณ์คงไว้ซึ่งมีการตรวจสอบความถูกต้องของลวดลาย เพื่อให้มั่นใจ

ว่าไม่เป็นการลดทอนรายละเอียดและไม่ได้ทำลายความหมายดั้งเดิมของลายผ้า 3. ขั้นตอนการกระจายสินค้า เป็นการกระจายสินค้าแบบพึ่งพาแหล่งท่องเที่ยว โดยการเลือกวางสินค้าจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ คือ ตลาดโอ๊ะป่อย นอกจากนั้นเรายังมีช่องทางจัดจำหน่ายทางออนไลน์เป็นช่องทางการขาย และรองรับการชำระเงินทุกรูปแบบผ่านออนไลน์อิเล็กทรอนิกส์เพื่ออำนวยความสะดวกแก่ลูกค้าในการซื้อสินค้า ในส่วนการสื่อสารการตลาดนั้น ใช้ทั้งช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ โดยทางออนไลน์นั้นใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสื่อสาร และ กระตุ้นการขาย ทั้งการลงโฆษณาสินค้า บอกเล่าเรื่องราวความหมาย และประวัติความเป็นมาของลวดลาย อีกทั้ง ใช้กลยุทธ์การสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ เช่น 10 กิจกรรมต้องห้ามพลาดในราชบุรี เป็นต้น นอกจากนั้นยังใช้ไลน์โอเอ เป็นช่องทางในการรักษาความสัมพันธ์ของลูกค้า ทั้งการปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า นำเสนอโปรโมชั่น รวมถึงแสดงให้เห็นถึงความใส่ใจบริการหลังการขาย ในส่วนช่องทางจัดจำหน่ายแบบออฟไลน์ ใช้การจัดบูธตามงานต่าง ๆ เช่น งานแสดงสินค้าโอท็อป รวมถึงการประชาสัมพันธ์ ณ จุดขาย เพื่อสามารถเข้าถึงลูกค้าโดยตรง สร้างการประชาสัมพันธ์สินค้าให้เป็นที่รู้จัก และเปิดโอกาสให้ลูกค้าเห็นจุดเด่นอันเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าได้ชัดเจนยิ่งขึ้น 4. ขั้นตอนการตลาดและการขาย มีการกำหนดตลาดเป้าหมาย กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย คือนักท่องเที่ยว และ ผู้ที่ชื่นชอบในสินค้าท้องถิ่นและวัฒนธรรม อยู่ในวัยทำงานอายุตั้งแต่ 22 ปีขึ้นไปทั้งเพศชาย และเพศหญิง ที่นิยมซื้อของฝากที่มีเอกลักษณ์ของจังหวัดราชบุรี และ มีความแปลกใหม่ (บพท.,ม.ป.ป.) ช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โดยกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายไปยังนักท่องเที่ยวในสถานที่ต่างๆโดยเฉพาะสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรีที่เป็นสถานที่จัดจำหน่ายหลัก นักท่องเที่ยวเหล่านั้นจะมีพฤติกรรมซื้อโดยเมื่อได้ไปท่องเที่ยวในสถานที่แห่งหนึ่งก็จะชอบซื้อของฝากที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนั้น เป็นของดีของเด่นประจำจังหวัดยิ่งทำให้กลุ่มลูกค้ามีความอยากซื้อมากขึ้น นอกจากนั้นพยายามสร้างสินค้าที่เป็นไปตามลักษณะการใช้ชีวิตที่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่เลือกซื้อสินค้าช่องทางออนไลน์ 5. ขั้นตอนการบริการเปลี่ยนจากการรับประกันสินค้ามาเป็นการส่งมอบประสบการณ์การเรียนรู้ โดยผ่านกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวลงมือทำด้วยตนเองและออกแบบลายด้วยตัวเอง การบริการนี้เปลี่ยนลูกค้าจากผู้ซื้อให้กลายเป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์งานสินค้าด้วยตนเอง ส่งผลให้เป็นการเพิ่มมูลค่าทางจิตใจให้สูงกว่าต้นทุนวัตถุดิบ และ กิจกรรมสนับสนุน เปรียบเสมือนรากฐานที่ส่งเสริมให้กิจกรรมหลักดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพที่มีโครงสร้างแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมและชุมชนเป็นฐาน ซึ่งเป็นกลไกขับเคลื่อนความยั่งยืนที่เชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมเข้ากับระบบบริหารจัดการสมัยใหม่ ได้แก่ 1.โครงสร้างพื้นฐานของชุมชน ให้มีความเข้มแข็งโดยสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์สืบทอดคุณค่าทางวัฒนธรรม ให้ดำรงอยู่กับชุมชน เน้นการสร้างคุณค่าจากเอกลักษณ์ที่มีมาอย่างยาวนาน ให้รู้จักสืบทอดต่อกันไปกว้าง โดยการใช้องค์ความรู้ทางวัฒนธรรมทางความคิด จากรากฐานของวัฒนธรรมชุมชนกะเหรี่ยงมาพัฒนาผ่านงานวิจัย สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากวัฒนธรรมชุมชนท้องถิ่น โดยเริ่มจากพัฒนา

สินค้าจากเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากลวดลายในสิ่งทอของชาวกะเหรี่ยงที่มีอยู่ดั้งเดิม นำเสนอเป็นเรื่องราวที่ถูกสืบทอดต่อมา พัฒนาและผสมผสานแนวคิดเชิงนวัตกรรม เป็นศิลปะร่วมสมัยที่สอดคล้องกับความต้องการของคนในยุคปัจจุบัน นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสการเรียนรู้ที่เข้าถึงลวดลายกะเหรี่ยงได้อย่างเข้าใจง่าย ผ่านการสร้างประสบการณ์ร่วมกับผลิตภัณฑ์ โดยผนวกกับกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่เสนอให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ เรื่องราวของลวดลายมงคลอันทรงคุณค่า ผ่านคนในชุมชนหรือชาวกะเหรี่ยงที่มีทักษะที่พร้อม บอกเล่าเรื่องราวของชุมชน รวมถึงการแนะนำกิจกรรม เพื่อให้ลูกค้าได้เรียนรู้ และรังสรรค์สีต่างๆ ลงบนผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้าด้วยตนเอง โครงสร้างนี้วางรากฐานบนความสำนึกรับผิดชอบต่อส่วนร่วม และการสร้างวัฒนธรรมองค์กรแห่งการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการองค์กรสมัยใหม่ที่ต้องขับเคลื่อนด้วยพันธกิจทางสังคม เพื่อสร้างความชอบธรรมในการดำเนินธุรกิจร่วมกับชุมชน (Porter & Kramer, 2011) 2.การบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นการสร้างทุนวัฒนธรรม กิจกรรมสนับสนุนนี้เป็นสิ่งสำคัญที่สุด เพราะ คน เป็นผู้ นำส่งสารถึงการเล่าประสบการณ์ ตลอดจนการสรรหาคัดเลือกการจ้างงานคนในชุมชนที่มีความเข้าใจบริบทวัฒนธรรมกะเหรี่ยงอย่างถ่องแท้ลึกซึ้ง ซึ่งเป็นกลยุทธ์การบริหารทรัพยากร มนุษย์บนพื้นฐานความได้เปรียบเชิงพื้นที่ (Barney, 1991) และเป็นการยกระดับทักษะแรงงาน จากแรงงานไร้ฝีมือสู่แรงงานฐานความรู้ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ (บพท.,ม.ป.ป.) 3.การพัฒนาเทคโนโลยีถือได้ว่าเป็นนวัตกรรมทางวัฒนธรรมที่ไม่ใช้เทคโนโลยีที่สร้างสรรค์หรือถูกผลิตโดยเครื่องจักรเพียงอย่างเดียวแต่เป็นเทคโนโลยีทางปัญญาที่เกิดขึ้นจากการสังสมองค์ ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดกันมา ทั้งนี้ลวดลายที่อยู่บนเสื้อยืดถูกนำเสนอผ่านการสกรีน บนเสื้อเป็นการออกแบบที่ทันสมัยซึ่งเป็นการผสมผสานศิลปะลายดั้งเดิมสู่การออกแบบร่วม สมัยได้เป็นอย่างดี และ 4. การจัดหา เป็นการคัดเลือกเสื้อยืดที่มีคุณภาพดีและสีสำหรับพื้นที่ ลวดลายที่มีความปลอดภัย เป็นสิ่งที่จำเป็นที่สุด เนื่องจากลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวเป็นผู้สวมใส่ โดยตรง และเป็นการช่วยลดต้นทุนความเสียหายและเพิ่มความพึงพอใจให้กับลูกค้าหรือนักท่องเที่ยว

3.เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ลวดลายไซโคลังสะถือว่าเป็นมรดกทางวัฒนธรรมสู่การ สร้างสรรค์เชิงเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าให้กับชุมชนถือได้ว่าเป็นสินทรัพย์ที่ทรงคุณค่าของชุมชน โดยการถ่ายทอดจากผ้าทอลายบนเนื้อผ้าดิบสู่เสื้อยืดให้มีความทันสมัยมากขึ้น และเป็นการ อนุรักษ์ลวดลายให้คงไว้ตลอดจนเป็นลวดลายแฟชั่นได้ที่ยั่งยืนหรือคนรุ่นใหม่หันมาสนใจมาก ยิ่งขึ้น อีกทั้งส่งเสริมพัฒนาลวดลายเป็นคอลเล็กชันประจำจังหวัด โดยร่วมมือกับดีไซน์เนอร์มืออาชีพ การนำลวดลายต่างๆ มาสกรีนบนเสื้อยืดนั้นเป็นการอธิบายถ่ายทอดมรดกทางประเพณี ความเชื่อ ของชาวกะเหรี่ยงโปว์ เป็นมูลค่าที่จับต้องได้ยากผ่านกระบวนการให้เป็นลายสกรีน บนเสื้อยืด กระบวนการนี้ได้เปลี่ยนสถานะของลวดลายให้กลายเป็นทรัพย์สินทางปัญญาที่สามารถผลิตซ้ำได้ครั้งละจำนวนมากและสร้างรายได้เป็นจำนวนมาก กล่าวคือ เป็นระบบทาง

เศรษฐกิจที่เริ่มจากการถ่ายทอดวัฒนธรรมสู่การสร้างสินค้าที่มีมูลค่าเชิงพาณิชย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทฤษฎีของ John Howkins (2001) และ UNCTAD (2010) กล่าวว่า ความคิดสร้างสรรค์ อัตลักษณ์ และนวัตกรรมส่งผลต่อการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ทั้งนี้ ลวดลายผ้าทอของกะเหรี่ยงโปว์ อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เป็นกลไกทางซอฟต์แวร์ที่สามารถสร้างรายได้ การจ้างงาน และภาพลักษณ์ของจังหวัดราชบุรีเชิงวัฒนธรรมร่วมสมัย หากวิเคราะห์ผ่านกรอบแนวคิดการจัดการทุนทางวัฒนธรรม , การจัดการห่วงโซ่มูลค่า และ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ลวดลายไซโคลิ่งสะไม่เป็นเพียงแต่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมเท่านั้นแต่เป็นต้นแบบของชุมชนในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอีกด้วยที่มีทั้งความยั่งยืน ความคิดสร้างสรรค์ และอัตลักษณ์เชิงพื้นที่

สรุปได้ว่า ลวดลายไซโคลิ่งสะของชุมชนกะเหรี่ยงโปว์วิเคราะห์ผ่านกรอบแนวคิดทุนทางวัฒนธรรม ห่วงโซ่มูลค่า และเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ ทั้งนี้การสร้างผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ร่วมสมัย ภายใต้กรอบแนวคิดต่าง ๆ มีการจัดการอย่างเป็นขั้นตอนสู่การขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มีความยั่งยืน ประกอบด้วย อัตลักษณ์ คุณค่าทางสังคม ชุมชน และผลตอบแทนทางเศรษฐกิจ จึงถือได้ว่าเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนต้นแบบที่มีความเชื่อมโยงทางวัฒนธรรมเข้ากับระบบเศรษฐกิจยุคใหม่ให้มีความสอดคล้องผสมผสานกันอย่างมีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และกลยุทธ์ของผ้าทอลายไซโคลิ่งสะสู่การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ร่วมสมัย

การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ตามยุทธศาสตร์ชาติที่มุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับเศรษฐกิจฐานราก (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2564) ชุมชนในท้องถิ่นต่างเผชิญกับความท้าทายที่สำคัญ คือ การใช้ทุนทางวัฒนธรรมท้องถิ่นที่มีอยู่เดิมมาประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว

อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี เป็นพื้นที่ยุทธศาสตร์ที่มีความโดดเด่นด้วยทรัพยากรธรรมชาติและวิถีชีวิตของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยงโปว์ ซึ่งมีมรดกทางภูมิปัญญาที่ทรงคุณค่า โดยเฉพาะผ้าลวดลายมงคลที่สืบทอดมายาวนาน บทความนี้จึงมุ่งเน้นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของชุมชนผ่านเครื่องมือ SWOT Analysis เพื่อนำเสนอจุดแข็ง (Strengths) , จุดอ่อน (Weaknesses) ควบคู่ไปกับโอกาส (Opportunities) และ อุปสรรค (Threats) (Barney, 1991) รวมถึงสังเคราะห์กลยุทธ์ที่เหมาะสมที่สุดในการขับเคลื่อน "ไซโคลิ่งสะ" ให้เป็นต้นแบบที่สามารถเปลี่ยนมรดกทางวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินทรัพย์ทางเศรษฐกิจที่มีมูลค่าอย่างยั่งยืน

วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ อุปสรรคของผ้าทอลายไขโคล้งสะ (SWOT Analysis)

หลักการวิเคราะห์เพื่อหาปัจจัยภายใน คือ จุดแข็ง และจุดอ่อน และปัจจัยภายนอก คือ โอกาสและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ผ้าทอลายไขโคล้งสะ เพื่อนำไปสู่สินค้าเชิงพาณิชย์ร่วมสมัยได้อย่างสมบูรณ์และนำไปต่อยอดงานวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่ความยั่งยืน ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

1. มีภาพลักษณ์ในการสนับสนุนชุมชน และการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย
2. ผลิตภัณฑ์มีองค์ความรู้ที่มีรากฐานอย่างยาวนานกว่า 200 ปี
3. ลวดลายจากผ้าทอกะเหรี่ยงมีความสวยงามและเป็นเอกลักษณ์
4. นักท่องเที่ยวได้มีความรู้ ประสบการณ์จากการลงมือสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง
5. มีความสัมพันธ์ที่ดีกับแหล่งชุมชนที่เป็นฐานการผลิตสินค้าจึงทำให้สามารถควบคุมต้นทุนการผลิตและสามารถรวมกันพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ดียิ่งขึ้นอย่างต่อเนื่อง
6. มีความเป็นศิลปะเชิงวัฒนธรรมร่วมสมัยสอดคล้องกับรสนิยมคนในปัจจุบัน สามารถสวมใส่ได้ในหลายโอกาส
7. ผลิตภัณฑ์เกิดจากการวิจัยและพัฒนาสร้างมูลค่าเพิ่มบนฐานของวัฒนธรรม

จุดอ่อน (Weakness)

1. กิจกรรมการมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวนั้น ต้องใช้เวลาค่อนข้างนาน
2. มีข้อจำกัดในการกระจายสินค้าเนื่องจากสินค้าเป็นสินค้าตีไวยากหากไม่ได้จำหน่ายในช่องทางหน้าร้าน โดยตรงจะทำให้ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมน้อยลง
3. ผลิตภัณฑ์ใหม่ยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
4. ลวดลายมีจำกัดต้องใช้การวิจัย และการพัฒนา ในระยะเวลายาวนาน

โอกาส (Opportunities)

1. มีการสนับสนุนพัฒนาสินค้าท้องถิ่นจากภาครัฐและชุมชนอย่างต่อเนื่อง
2. มีการสนับสนุนการอนุรักษ์วัฒนธรรมจากชาติพันธุ์ต่างๆ ในประเทศไทย
3. จังหวัดราชบุรีมีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมากทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น
4. ปัจจุบันมีช่องทางการชำระเงินแบบอิเล็กทรอนิกส์ จึงเป็นโอกาสในการชำระเงินได้สะดวกยิ่งขึ้น
5. ปัจจุบันสังคมไทยนิยมใช้โซเชียลมีเดียมากขึ้นจึงเป็นการสร้างโอกาสในการประชาสัมพันธ์และช่องทางการขายสินค้าให้มากขึ้น
6. แนวโน้มของผู้บริโภครุ่นใหม่มีโอกาสใช้สินค้าชุมชนมากขึ้น

อุปสรรค (Threats)

1. มีคู่แข่งทางการตลาดที่สินค้ามีลักษณะใกล้เคียงเป็นจำนวนมาก
2. สภาพเศรษฐกิจถดถอยจึงทำให้กำลังการซื้อของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวลดลง
3. ค่านิยมในสังคมไทยมีการเปลี่ยนแปลง รวดเร็วอยู่เสมอ

เมื่อทำการวิเคราะห์ SWOT ANALYSIS แล้ว ผู้เขียนได้กำหนดกลยุทธ์โดยใช้เครื่องมือ TOW MATRIX เพื่อหากลยุทธ์ที่เหมาะสม

กลยุทธ์ของผ้าทอลายไขโคเลี้ยงสะ (TOWS Matrix) การกำหนดกลยุทธ์เกิดขึ้นหลังจากการวิเคราะห์ที่ปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก โดยการจับคู่จาก SWOT ANALYSIS เพื่อหากลยุทธ์ที่เหมาะสมและเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป ดังนี้

กลยุทธ์เชิงรุก (SO)

1. การใช้โซเชียลมีเดียในการสื่อสารให้เห็นถึงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดราชบุรี รวมทั้งประสบการณ์

การเรียนรู้ลวดลายจากผ้าทอของวัฒนธรรมกะเหรี่ยง (S2,S3,S4,O5)

2. การใช้โซเชียลมีเดีย เช่น เฟซบุ๊ก , ไลน์โอเอ เป็นต้น เพื่อสร้างยอดขายโดยตรงกับผู้บริโภคที่สนใจสินค้า

ชุมชนที่เพิ่มขึ้นเสนอศิลปะร่วมสมัยผสานนวัตกรรมดึงดูดการซื้อของลูกค้ากลุ่มนี้ (S3,S6,O5,O6)

3. การออกบูธในงานกิจกรรมส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น (S1,O1)

กลยุทธ์เชิงรับ (WT)

1. พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้นและมีคุณภาพที่ดีอย่างต่อเนื่อง (W3,T1)

2. เพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่าย หรือใช้การส่งเสริมการขาย ณ จุดขาย (W2,T2)

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)

1. สื่อสารให้กลุ่มลูกค้าเห็นถึงเรื่องราวอันทรงคุณค่าของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับการจ่ายเงินที่เสียไป (S2,T2)

2. ดึงดูดให้ลูกค้าซื้อสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีคุณค่า และคุณภาพ ผ่านกลไกส่งเสริมการขาย (S5,S7,T1,T2)

3. สื่อสารให้ลูกค้าเห็นถึงการที่ลูกค้ามีส่วนร่วมในการสืบสานวัฒนธรรม และสนับสนุนชุมชน (S1,T3)

กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO)

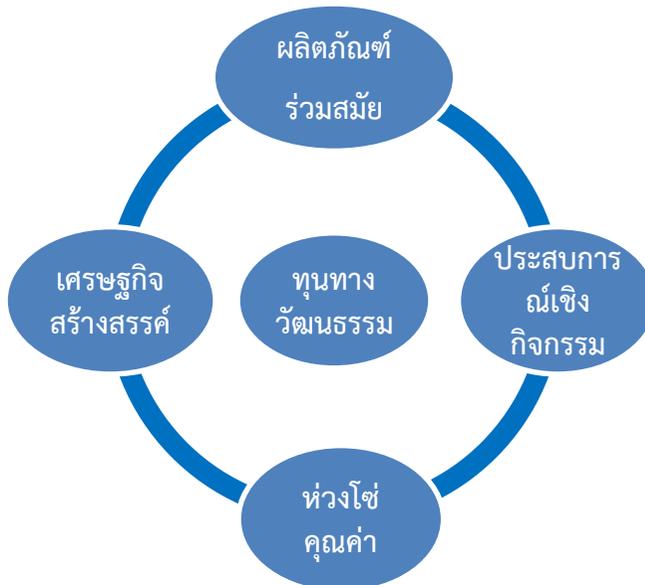
1. กระจายสินค้าไปยังแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดราชบุรีให้มากขึ้น (W3,O3)

2. ลวดลายไซโคลิ่งสะเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่จึงต้องสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าด้วยการสื่อสารผ่านทางโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ๊ก, ไลน์โอเอ เป็นต้น ให้เห็นถึงเรื่องราวของผลิตภัณฑ์อันมีเอกลักษณ์รวมถึงเป็นการสืบสาน

วัฒนธรรม (W3,O5)

สรุปได้ว่า วิถีชีวิตท้องถิ่นของชาวกะเหรี่ยงโปว์ที่มีมากกว่า 200 ปี มีการพัฒนาสินค้าที่มีคุณค่าที่สืบสานวัฒนธรรมจากอดีตให้ตอบสนองความต้องการกับคนในปัจจุบัน เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์ และการร่วมกิจกรรมสร้างสรรค์สินค้าของลูกค้าทำให้ลูกค้าได้ประสบการณ์จากเรียนรู้ลวดลายผ้าทอกะเหรี่ยง แต่อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว รวมถึงลวดลายจากผ้าทอที่เลียนแบบได้ยาก วิธีป้องกัน คือ มีการจดลิขสิทธิ์ลวดลายผ้า การสร้างการรับรู้ในตัวสินค้า สร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า และการสร้างความเชื่อมั่นต่อสินค้าให้เกิดแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง มีการรักษาคุณภาพและมาตรฐานการผลิตให้ดียิ่งขึ้น จะเป็นผลให้คู่แข่งรายใหม่เข้ามาสู่ตลาดได้ยากยิ่งขึ้น

ข้อค้นพบ



ภาพที่ 6 : ข้อค้นพบจากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎี

ที่มา : สังเคราะห์โดยผู้เขียน (2568)

จากการสังเคราะห์ข้อมูลและเนื้อหา รวมถึงการบูรณาการแนวคิด ทฤษฎีเพื่อนำข้อมูลมาเสนอเป็นบทความวิชาการเรื่อง อัตลักษณ์วัฒนธรรมกะเหรี่ยงโปว์ผ้าทอลายไซโคลิ่งสะสู่การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ร่วมสมัย แผนภาพข้างต้นผู้เขียนได้สรุปประเด็นที่ทำให้เกิดข้อค้นพบ ดังนี้

1. การลงทุนทางวัฒนธรรมสู่การจัดการผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ผ้าทอลวดลายไซโคลิ่ง สะของชาวกระเหรี่ยงโปว์ที่มีประวัติศาสตร์และการสืบทอดมานานได้ถูกถ่ายทอดลงบนเสื้อยืด เป็นการสกรีนลาย ถือได้ว่าการแปรรูปสู่ผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย เป็นการช่วยลดระยะเวลาการผลิตที่ยาวนานเป็นเดือนเหลือเพียงหน่วยนาที่หรือชั่วโมง ในมุมมองทางเศรษฐศาสตร์การผลิต ลักษณะนี้เป็นการผลิตแบบการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) แต่ยังคงมูลค่าทางจิตใจไว้ได้

2. การเปลี่ยนรูปแบบสินค้าจากการขายเสื้อสำเร็จรูป เป็นการขายประสบการณ์ผ่านกิจกรรม Workshop ให้นักท่องเที่ยวสามารถลงสีลวดลายด้วยตนเอง สิ่งนี้สร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและทำให้ผู้บริโภคยอมรับราคาที่สูงกว่าตลาดทั่วไป เพราะสินค้ามีความเฉพาะตัว และมีคุณค่าทางจิตใจสูงกว่าสินค้าจากตลาดทั่วไป

3. การจัดการห่วงโซ่คุณค่าเพื่อความยั่งยืน แบ่งเป็น 3 ช่วง ดังนี้ 1. ช่วงต้นน้ำ เป็นช่วงการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบและกระบวนการผลิตให้มีความยืดหยุ่น ลดความซับซ้อนของการทอผ้ามาเป็นการสกรีนลวดลายบนเสื้อยืด แต่ยังคงการออกแบบที่อ้างอิงลวดลายภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิม 2. ช่วงกลางน้ำหรือการปฏิบัติการ เน้นการกระจายรายได้สู่ชุมชนโดยให้คนในท้องถิ่นเป็นผู้ผลิตในการสกรีนลวดลายและเตรียมอุปกรณ์ เพื่อรักษาอัตลักษณ์ดั้งเดิมและควบคุมคุณภาพ และ 3. ช่วงปลายน้ำ เปลี่ยนจากการรับประกันสินค้าเป็นการส่งมอบประสบการณ์การเรียนรู้ และใช้กลยุทธ์ O2O (Online to Offline) เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในพื้นที่ เช่น ตลาดโอ๊ะป่อยกับช่องทางออนไลน์

4. เศรษฐกิจสร้างสรรค์ ลวดลายไซโคลิ่งสะ ถือเป็นสินทรัพย์ทางปัญญา ที่สามารถสร้างเป็นแฟชั่น โดยการสกรีนลงบนเสื้อยืด เพื่อเชื่อมโยงเข้ากับความต้องการของคนรุ่นใหม่ และสามารถผลิตเป็นจำนวนมากได้ การเปลี่ยนผ่านที่เกิดขึ้นเกิดจากทุนทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้สู่การเปลี่ยนแปลงให้เป็นผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ที่มีมูลค่า อีกทั้งเป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้ชุมชนมีรายได้ มีการจ้างงาน มีอาชีพ และเป็นพลังขอพาวเวอร์ทางวัฒนธรรมให้จังหวัดราชบุรี

สรุป

อัตลักษณ์วัฒนธรรมกะเหรี่ยงโปว์ผ้าทอลายไซโคลิ่งสะสู่การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ร่วมสมัย มุ่งเน้นการแปรรูปทุนทางวัฒนธรรมดั้งเดิมให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและระบบเศรษฐกิจปัจจุบัน โดยใช้อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีรากฐานทางวัฒนธรรมของชาวไทยเชื้อสายกะเหรี่ยงโปว์และมีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยว เป็นพื้นที่กรณีศึกษาหลัก เป้าหมายสำคัญ คือ การอนุรักษ์ลวดลายผ้าทออันเป็นสัญลักษณ์ของความสริมงคลและความเชื่อ ไม่ให้สูญหายไปตามกาลเวลา พร้อมกับสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้แก่ชุมชนผ่านกระบวนการจัดการสมัยใหม่ ดังนั้น การจัดการผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ร่วมสมัยสำหรับผ้าทอลาย

ไซโคลัสสะ ไม่ใช่เพียงการขายสินค้าที่ระลึก แต่เป็นการบูรณาการระหว่างการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม นวัตกรรมการผลิต และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เข้าด้วยกันอย่างลงตัว อีกทั้งช่วยสร้างรายได้กระจายสู่ชุมชน สร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจฐานราก และทำให้อัตลักษณ์ของชาวกระบี่ยิ่งไปยิ่งคงมีชีวิตและเป็นที่ยึดมั่นในสังคมวงกว้างต่อไป ทั้งนี้ผู้เขียนจัดทำบทความวิชาการนี้เพื่อนำไปต่อยอดในงานวิจัย มุ่งเน้นการยกระดับเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนผ่านนวัตกรรมทางวัฒนธรรมเพื่อเป็นทิศทางในการกำหนดยุทธศาสตร์ของจังหวัดราชบุรี ด้านการท่องเที่ยวและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยมีการทำวิจัยในอนาคตด้านการเปรียบเทียบผลกระทบเศรษฐกิจของชุมชนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- อำเภอสวนผึ้ง จังหวัดราชบุรี. (2025). สารานุกรมเสรี. เรียกใช้เมื่อ 20 พฤศจิกายน 2568 จาก <https://th.wikipedia.org/wiki>
- สำนักงานจังหวัดราชบุรี. (2566). แผนพัฒนาจังหวัดราชบุรี (พ.ศ. 2566–2570). กรุงเทพฯ: สำนักงานจังหวัดราชบุรี.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570): หมายเหตุที่ 6 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักสถิติจังหวัดราชบุรี. (2563). สถิติการท่องเที่ยว จังหวัดราชบุรี. สำนักงานสถิติแห่งชาติ. เรียกใช้เมื่อ 15 พฤศจิกายน 2568 จาก <http://ratburi.nso.go.th/110-2012-01-09-07-04-24/nsoinfo/506-nso70tu8-61.html>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2568). แผนยุทธศาสตร์จังหวัดราชบุรี. กรุงเทพฯ: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. เรียกใช้เมื่อ 20 พฤศจิกายน 2568 จาก <https://ratchaburi.thailocallink.com>
- หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่. (2568). โครงการขับเคลื่อนศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชนชาติพันธุ์ไทยกระบี่ บริเวณแถบเทือกเขาตะนาวศรี จังหวัดราชบุรี (ตำบลสวนผึ้งและตะนาวศรี). เรียกใช้เมื่อ 25 พฤศจิกายน 2568 จาก <https://pmua.or.th/research/a13f640074/>
- Barney JB.(1991) Firm resources and sustained competitive advantage. J Manage ,17(1), 99–120.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.

- Howkins J. (2001). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Penguin.
- Norton MI, Mochon D, Ariely D. (2012). The IKEA effect: When labor leads to love. *J Consum Psychol*, 22(3), 453–60.
- Porter ME. (1985) *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1–2), 62–77.
- Throsby D. (2011) *Economics and Culture*. Cambridge: Cambridge University Press.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2010). *Creative economy report 2010: Creative economy A feasible development option*. United Nations.report 2010: Creative economy: A feasible development option. United Nations.