

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง เรื่อง “รูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ฝัากลุ่มผสมสตรีมูสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส บนฐานแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” เป็นการศึกษาวิจัยและพัฒนา (R&D) ซึ่งประกอบด้วยการวิจัย 5 ระยะ คือ ระยะที่ 1 (Phase I) การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) เพื่อสำรวจทัศนคติผู้ค้าและผู้บริโภคต่างประเทศ (ประเทศสหพันธ์สาธารณรัฐมาเลเซีย จีน ฮ่องกง ไต้หวัน สิงคโปร์ ซาอุดีอาระเบีย อียิปต์ และอินโดนีเซีย) ต่อฝัากลุ่มผสมสตรีมูสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส สำรวจสภาวะการผลิตและการตลาดของผู้ผลิตฯ และสำรวจความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อบริษัทฯ ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อฝัากลุ่มผสมสตรีมูสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ ระยะที่ 2 (Phase II) การสร้างรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ฯ โดยการวิพากษ์เพื่อการออกแบบกลยุทธ์ใหม่ของผู้ชำนาญการสาขาวิชาการออกแบบลายผ้าและสิ่งทอ ประธานกลุ่มผู้ผลิตฝัากลุ่มผสมสตรีมูสลิม ประธานกลุ่มผู้ผลิตหมวกกะปิเยาะห์ และนักวิชาการด้านการจัดการ เพื่อวิพากษ์เลือกลายผ้า และการประดับตกแต่ง ให้กับผู้ผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และการจัดการความรู้ (KM) ผู้ผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงฯ ระยะที่ 3 (Phase III) การทดสอบรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดยการสัมมนาเพื่อประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์ฝัากลุ่มผสมสตรีมูสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ ในการทดสอบดำเนินการโดยวิธี 1) SWOT analysis 2) การประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตตามลวดลายเก่าและลวดลายใหม่ 3) การเสนอแนะเพื่อปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ระยะที่ 4 (Phase IV) การปรับปรุงรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ฯ โดยการนำข้อเสนอแนะการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในแต่ละกลุ่มแล้วนำผลิตภัณฑ์มาทดสอบ และระยะที่ 5 (Phase V) เผยแพร่งานวิจัย โดยเผยแพร่ผลงานวิจัยผ่านสถานีโทรทัศน์แห่งประเทศไทย สื่อมวลชนอื่นๆ เว็บไซต์ และ website

วัตถุประสงค์ของการวิจัยมีดังนี้

1. เพื่อศึกษาบริบทของวิสาหกิจชุมชนขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ฝัากลุ่มผสมสตรีมูสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งชาวไทยและต่างประเทศ ที่เกี่ยวข้องกับผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ เพื่อให้ได้ข้อมูลไปกำหนดกลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์
3. เพื่อศึกษาสภาพการผลิตและการตลาดของผู้ผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ในจังหวัดปัตตานี ยะลาและนราธิวาส
4. เพื่อสร้างรูปแบบ (Model) การจัดการเชิงกลยุทธ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ ของจังหวัดปัตตานี ยะลา นราธิวาส บนฐานแนวคิดทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง
5. เพื่อทดสอบรูปแบบ (Model) การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์บนฐานแนวคิดทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง
6. เพื่อปรับปรุงรูปแบบ (Model) การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์บนฐานแนวคิดทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงให้มีความสมบูรณ์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง
7. เพื่อเผยแพร่รูปแบบ (Model) การจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ บนฐานแนวคิดทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง ขยายผลไปยังกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ในธุรกิจเดียวกัน และธุรกิจอื่น รวมทั้งเผยแพร่สู่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดอื่นๆ ในภาคใต้

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยสรุปได้ดังนี้

ระยะที่ 1 (Phase I) การวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research)

1. ทศนคติผู้ค้าต่างประเทศ (เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตะวันออกกลาง และจีน) ต่อผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ จ.ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส
 - 1.1 รูปแบบผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมที่ผู้ค้าต้องการนำไปจำหน่าย ของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า ผ้าคลุมผมรูปสามเหลี่ยม ผู้ค้ามีความต้องการไปจำหน่ายมากที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ผู้ค้ามีความต้องการผ้าคลุมผมรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสไปจำหน่ายมากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และผู้ค้าจีน มีความต้องการผ้าคลุมผมรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าและรูปสามเหลี่ยม ใน

อัตราส่วนที่เท่ากัน คือ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ส่วนสีฟ้าคลุมผมสตรีที่ผู้ค้าต้องการนำไปจำหน่าย ของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า ลูกค้ามีความต้องการผ้าคลุมผมสีดำขาว และครีม มากที่สุดในอัตราที่เท่ากัน คือ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมา คือ สีเทา ชมพู และน้ำตาล ในอัตราส่วนที่เท่ากัน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ลูกค้ามีความต้องการผ้าคลุมผมสีดำมากที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 และสีขาว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และผู้ค้าจีน ลูกค้ามีความต้องการผ้าคลุมผมสีขาว ครีม แดง และเหลือง/ส้ม มากที่สุดในอัตราที่เท่ากัน คือ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และสีดำและชมพู ในอัตราที่เท่ากัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

1.2 รูปแบบหมวกกะปิเยาะห์ที่ผู้ค้าต้องการนำไปจำหน่าย ของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า ทรงชูดาน ผู้ค้ามีความต้องการไปจำหน่ายมากที่สุด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมาคือ ทรงมักกะฮอ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ผู้ค้ามีความต้องการหมวกกะปิเยาะห์ทรงชูดาน ไปจำหน่ายมากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ ทรงมักกะฮอ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และผู้ค้าจีน มีความต้องการหมวกกะปิเยาะห์ทรงชูดานมากที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 และทรงมักกะฮอ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ส่วนสีหมวกกะปิเยาะห์ที่ผู้ค้าต้องการนำไปจำหน่าย ของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า ลูกค้ามีความต้องการหมวกกะปิเยาะห์สีขาว มากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ สีเขียวและดำ ในอัตราส่วนที่เท่ากัน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ลูกค้ามีความต้องการหมวกกะปิเยาะห์สีขาวมากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และสีดำ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และผู้ค้าจีน ลูกค้ามีความต้องการหมวกกะปิเยาะห์ สีดำ ขาวและเขียว มากที่สุดในอัตราที่เท่ากัน คือ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และสีเหลือง/ส้ม จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

1.3 ผู้ค้าต่างประเทศ (เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตะวันออกกลาง และจีน) แสดงทัศนคติต่อคุณค่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม/หมวกกะปิเยาะห์ของจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.38$, S.D. = 0.58) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย โดยภาพรวมอยู่ระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.20$, S.D. = 0.68) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ ไม่ยับ (ผ้าคลุมผมสตรี) ไม่เสียรูปทรงเมื่อใช้ในเวลานาน (หมวกกะปิเยาะห์) ($\bar{X} = 3.95$, S.D. = 0.49) และมีความคงทน ($\bar{X} = 3.52$, S.D. = 0.67) และทัศนคติระดับปานกลาง ได้แก่ ใช้ได้หลายโอกาส ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = 0.58) รู้สึกสบายเมื่อใช้/สวมใส่ ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.62) ดูแลรักษาง่าย ($\bar{X} = 2.57$, S.D. = 0.50) ส่วนทัศนคติต่อการสามารถใช้ในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.49$, S.D. = 0.51) และ คุณค่าด้านความสวยงาม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.57$, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ สีผ้าและไหมสีที่ใช้ปักมี

ความกลมกลืนกัน ($\bar{x} = 4.42$, S.D. = 0.68) ปักเย็บประณีต ($\bar{x} = 4.35$, S.D. = 0.64) และ ทัศนคติระดับปานกลาง ได้แก่ ออกแบบลวดลายสวยงาม ($\bar{x} = 3.40$, S.D. = 0.57) และ ปักไหมสี/ปักมุก/เลื่อมประดับ ตกแต่งสวยงาม ($\bar{x} = 3.12$, S.D. = 0.46)

2. ผลการศึกษาทัศนคติผู้บริโภคต่างประเทศ (เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตะวันออกกลาง และจีน) ต่อผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ จ.ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

2.1 รูปแบบผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมที่ผู้บริโภคนิยมใช้ของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า ผ้าคลุมผมรูปสามเหลี่ยม ผู้บริโภคต้องการใช้มากที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ผู้บริโภคต้องการใช้ผ้าคลุมผมรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสมากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือ รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และผ้าผืนใหญ่ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และผู้บริโภคจีน มีความต้องการใช้ผ้าคลุมผมรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าและรูปสามเหลี่ยม ในอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ 5 คน คิดเป็นร้อยละ 50.0 ส่วนสีผ้าคลุมผมสตรีที่ผู้บริโภคต้องการใช้ ของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการใช้ผ้าคลุมผมหดดำ ขาว และครีม มากที่สุดในอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 รองลงมา คือ ชมพู และเทา ในอัตราส่วนที่เท่ากัน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และ สีน้ำตาล สีแดง สีเขียวและเหลือง/ส้ม ในอัตราส่วนที่เท่ากัน จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ผู้บริโภคมีความต้องการใช้ผ้าคลุมผมหดดำมากที่สุด จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 และสีขาว จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และผู้บริโภคจีน มีความต้องการใช้ผ้าคลุมผมหดขาว และแดง มากที่สุดในอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และสีเทา ครีมน เขียว ดำ ชมพู และม่วง ในอัตราส่วนที่เท่ากัน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

2.2 รูปแบบหมวกกะปิเยาะห์ที่ผู้บริโภคนิยมใช้ ของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า ทรงชูดาน ผู้บริโภคนิยมใช้มากที่สุด จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 รองลงมา คือ ทรงมักกะฮอ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ผู้บริโภคนิยมใช้หมวกกะปิเยาะห์ทรงชูดานมากที่สุด จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 70.0 รองลงมาคือ ทรงมักกะฮอ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และทรงดาดา จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และ ผู้บริโภคจีน นิยมใช้หมวกกะปิเยาะห์ทรงชูดานมากที่สุด จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 และ ทรงมักกะฮอ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ส่วนสีหมวกกะปิเยาะห์ที่ผู้บริโภคนิยมใช้ ของกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ พบว่า ผู้บริโภคนิยมใช้หมวกกะปิเยาะห์สีขาว มากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ สีเขียวและดำ ในอัตราส่วนที่เท่ากัน จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 กลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ผู้บริโภคนิยมใช้หมวกกะปิเยาะห์สีขาวมากที่สุด จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 และสีดำ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 และผู้บริโภคจีน

นิยมใช้หมวกกะปิเยาะห์ สีดำ ขาวและเขียว มากที่สุดในอัตราที่เท่ากัน คือ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และสีเหลือง/ส้ม จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0

2.3 ผู้บริโภคต่างประเทศ (เอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ตะวันออกกลาง และจีน) แสดงทัศนคติต่อคุณค่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม/หมวกกะปิเยาะห์ของจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.26$, S.D. = 0.51) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยโดยภาพรวมอยู่ระดับน้อย ($\bar{X} = 1.69$, S.D. = 0.34) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีความรู้สึกสบายเมื่อใช้ ($\bar{X} = 2.45$, S.D. = 0.50) และสามารถใช้ในงานเทศกาลต่างๆ เช่น งานแต่งงาน งานวันฮารีร็อยอ ($\bar{X} = 1.52$, S.D. = 0.41) และทัศนคติระดับน้อยที่สุด ได้แก่ สามารถใช้ในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาได้ ($\bar{X} = 1.12$, S.D. = 0.37) ด้านคุณภาพของเนื้อผ้าและวัสดุตกแต่ง โดยภาพรวมอยู่ระดับน้อย ($\bar{X} = 2.42$, S.D. = 0.48) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ไหมปักและวัสดุตกแต่งมีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.25$, S.D. = 0.57) เนื้อผ้าน้ำหนักเบาเมื่อใช้จะรู้สึกสบาย ($\bar{X} = 2.93$, S.D. = 0.59) และเนื้อผ้าดูแลรักษาง่าย ($\bar{X} = 2.87$, S.D. = 0.56) ทัศนคติที่อยู่ในระดับน้อย ได้แก่ ชนิดผ้ามีความคงทน ($\bar{X} = 1.85$, S.D. = 0.38) ผ้าคลุมผมสตรี/หมวกกะปิเยาะห์มีอายุการใช้งานได้ยาวนาน ($\bar{X} = 1.83$, S.D. = 0.37) ไม่ยับ (ผ้าคลุมผมสตรี) ไม่เสียรูปทรงเมื่อใช้ในเวลานาน (หมวกกะปิเยาะห์) ($\bar{X} = 1.79$, S.D. = 0.36) ด้านการออกแบบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.50$, S.D. = 0.47) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ มีรูปแบบให้เลือกหลายแบบ ($\bar{X} = 3.23$, S.D. = 0.56) ทัศนคติที่อยู่ในระดับน้อย ได้แก่ การออกแบบลวดลายสวยงามทันสมัย ($\bar{X} = 2.38$, S.D. = 0.51) และแสดงเอกลักษณ์ของชาวมุสลิม ($\bar{X} = 1.89$, S.D. = 0.38) และ ด้านความประณีตในการผลิต โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 2.44$, S.D. = 0.56) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ทัศนคติที่อยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ การตัดเย็บและการปักผ้ามีความประณีต ($\bar{X} = 3.36$, S.D. = 0.54) ทัศนคติที่อยู่ในระดับน้อย ได้แก่ มีความกลมกลืนกันระหว่างสีของผ้าและไหมสีที่ปักตกแต่ง ($\bar{X} = 2.30$, S.D. = 0.41) การกำหนดและจัดวางลายมีความสวยงาม ($\bar{X} = 2.12$, S.D. = 0.47) และการปักตกแต่งด้วยไหมสี เลื่อม มุก เหมาะสมและสวยงาม ($\bar{X} = 1.98$, S.D. = 0.39)

3. ผลการสำรวจสภาพะการผลิตและการตลาดของผู้ผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์จังหวัดปัตตานี ยะลา นราธิวาส

3.1 จำนวนผู้ผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม มีจำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 60.0 รองลงมาคือผลิตหมวกกะปิเยาะห์ และผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ ในอัตราส่วนที่เท่ากัน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0

3.2 รางวัลมาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ผู้ผลิตเคยได้รับ พบว่าไม่เคยได้รับรางวัล จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 98.34 และได้รับรางวัล จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 1.66 ซึ่งพบว่ารางวัลที่ได้รับ คือ รางวัล OTOP 4 ดาว จำนวน 1 คน และรางวัล OTOP 3 ดาว จำนวน 2 คน ต้นทุนการผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมเฉลี่ย/ผืน พบว่าต้นทุนอยู่ที่ 151-200 บาท/ผืน มากที่สุด

จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.0 รองลงมา คือ 201-250 บาท/ผืน จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 19.0 และ 51-100, 101-150 และ มากกว่า 250 บาท/ผืน มีอัตราส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 11.0 ส่วนต้นทุนการผลิตหมวกกะปิเยาะที่เฉลี่ย/ใบ พบว่าต้นทุนอยู่ที่ 61-80 บาท/ใบ มากที่สุดจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 รองลงมา คือ 81-100, 101-120, มากกว่า 120 และ 40-60 บาท/ใบ คิดเป็นร้อยละ 15.0, 15.0, 13.0 และ 12.0 ตามลำดับ ตราสินค้าผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะ พบว่าผู้ผลิตยังไม่มีตราสินค้า จำนวน 175 คน คิดเป็นร้อยละ 97.0 และมีตราสินค้า จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 3.0 ลักษณะการผลิตส่วนใหญ่เป็นการผลิตในชุมชนรวมกลุ่มผลิต จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 และเป็นการผลิตในครัวเรือน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ส่วนใหญ่ผู้ผลิตประกอบเป็นอาชีพรอง คิดเป็นร้อยละ 97.0 และประกอบเป็นอาชีพหลัก ร้อยละ 3.0 และกำลังการผลิตต่อเดือน พบว่าผู้ผลิต 1 คนสามารถผลิตผ้าคลุมผสมได้เฉลี่ย 12 ผืนต่อเดือน และหมวกกะปิเยาะที่เฉลี่ย 60 ใบต่อเดือน

3.3 ปัญหาในการผลิตผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะ พบว่า มีปัญหาด้านการขาดความรู้ในการออกแบบลวดลายมากที่สุด มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 98.0 รองลงมา มีอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ ต้องรับจ้างผลิตโดยนายทุนจัดหาวัสดุอุปกรณ์ให้ และขาดจักร และอุปกรณ์เย็บ/ปัก ที่ทันสมัย จำนวน 171 คน คิดเป็นร้อยละ 95.0 ขาดการรวมกลุ่มในการผลิตและไม่สามารถควบคุมคุณภาพการผลิตให้คงที่ มีจำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 93.0 และขาดเงินลงทุน จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 และความต้องการสนับสนุนช่วยเหลือในการผลิตผ้าคลุมผสมสตรีและหมวกกะปิเยาะ พบว่า มีความต้องการความรู้ในการออกแบบลวดลายมากที่สุด จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 99.0 รองลงมา คือ ต้องการวัสดุอุปกรณ์ เช่น จักร และอุปกรณ์เย็บ/ปักที่ทันสมัย เงินลงทุน และการสนับสนุนการพัฒนาฝีมือและทักษะจากภาครัฐบาล สถานศึกษา และเอกชน คิดเป็นร้อยละ 97.0, 95.0 และ 94.0 ตามลำดับ

3.4 ตลาดที่จำหน่ายผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะของ จ.ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส พบว่าเป็นตลาดในประเทศ จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 ประกอบด้วย ตลาดใน 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ มากที่สุด จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 รองลงมา คือ ภาคใต้ จังหวัดอื่นๆ ภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคตะวันออก เชียงเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ คิดเป็นร้อยละ 23.0, 15.0, 5.0, 5.0 และ 2.0 ตามลำดับ และตลาดต่างประเทศ จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ประกอบด้วย ตลาดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ และบรูไน คิดเป็นร้อยละ 14.0, 3.0 และ 1.0 ตามลำดับ ตะวันออกกลาง ได้แก่ คูไบ และซาอุดีอาระเบีย คิดเป็นร้อยละ 2.0 ทั้ง 2 ประเทศ ราคาขายผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิมเฉลี่ยต่อผืน พบว่า คุณภาพระดับ A เฉลี่ย 850 บาท/ผืน (ผ้าบาวา) คุณภาพระดับ B เฉลี่ย 250 บาท/ผืน (ผ้าปาน) และคุณภาพระดับ C เฉลี่ย 80 บาท/ผืน (ผ้าแก้ว) ส่วนหมวกกะปิเยาะ พบว่า คุณภาพระดับ A เฉลี่ย 65 บาท/ใบ (ทรงชูดาน ปักไหมสี มีลายฉลุ) คุณภาพระดับ B เฉลี่ย 50

บาท/ใบ (ทรงชุดานปักไหมขาวดำ ปักลาย) และคุณภาพระดับ C เฉลี่ย 40 บาท/ใบ (ทรงชุดานเรียบๆ ใช้น้ายเย็บ) วิธีการจัดจำหน่ายผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ พบว่า จัดจำหน่ายโดยผู้จ้างผลิตมารับไปจำหน่ายให้มากที่สุด จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 รองลงมา จำหน่ายโดยการค้าส่ง มีผู้ซื้อมารับซื้อโดยตรงจากต่างประเทศ คือ ประเทศมาเลเซีย และผ่านพ่อค้าคนกลาง ในอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ 144 คน คิดเป็นร้อยละ 80.0 นำไปขายในงานแสดงสินค้า เช่น SMEs, OTOP จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 ค้าปลีก จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 และจัดจำหน่ายเอง จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0

3.5 ปัญหาทางการตลาดผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ พบว่า มีปัญหาการเงินลงทุนทำให้ต้องอาศัยคนกลาง/นายทุนจัดการทางการตลาด มากที่สุด มีจำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 98.0 รองลงมา คือ ขาดความสามารถในการจัดการทางการตลาด จำนวน 173 คน คิดเป็นร้อยละ 96.0 ขาดข้อมูลความต้องการของตลาด มีจำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ 94.0 ขาดการส่งเสริมทางการตลาด จำนวน 162 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0 และขาดการรวมกลุ่มทางการตลาด จำนวน 155 คน คิดเป็นร้อยละ 86.0 และความต้องการสนับสนุนช่วยเหลือทางการตลาดผ้าคลุมผมสตรีและหมวกกะปิเยาะห์ พบว่า มีความต้องการความรู้ในการออกแบบลวดลายมากที่สุด จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 99.0 รองลงมา คือ ต้องการวัสดุอุปกรณ์ เช่น จักร และอุปกรณ์เย็บ/ปักที่ทันสมัย เงินลงทุน และการสนับสนุนการพัฒนาความสามารถจัดการทางการตลาดจากภาครัฐและเอกชน คิดเป็นร้อยละ 97.0, 95.0 และ 94.0 ตามลำดับ

3.6 รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคในประเทศนิยมใช้

3.6.1 รูปแบบผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมที่ผู้บริโภคภายในประเทศนิยมใช้ พบว่า ผ้าคลุมผมรูปสามเหลี่ยม ผู้บริโภคภายในประเทศต้องการใช้มากที่สุด จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 77.78 รองลงมาคือรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 22.22 ส่วนสีผ้าคลุมผมสตรีที่ผู้บริโภคภายในประเทศต้องการใช้ พบว่า ผู้บริโภคมีความต้องการใช้ผ้าคลุมผมสีเหลือง/ส้ม มากที่สุด คือ 35 คน คิดเป็นร้อยละ 19.44 รองลงมา คือ สีชมพูและน้ำตาล ในอัตราส่วนที่เท่ากัน จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 13.88 สีแดง และสีเขียว ในอัตราส่วนที่เท่ากัน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 11.11 สีดำ ขาว และครีม ในอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ 15 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33 และสีเทา จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.55

3.6.2 รูปแบบหมวกกะปิเยาะห์ที่ผู้บริโภคภายในประเทศนิยมใช้ พบว่า ทรงชุดาน นิยมใช้มากที่สุด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 รองลงมาคือ ทรงมักกะฮอ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 ส่วนสีหมวกกะปิเยาะห์ที่ผู้บริโภคภายในประเทศนิยมใช้ พบว่า

ผู้บริโภคนิยมใช้หมวกกะปิเยาะหีสีขาว มากที่สุด จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 รองลงมา คือ สีดำ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และสีเขียว จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.33

4. ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห้

ค่าเฉลี่ยโดยรวมในแต่ละด้านของบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห้ อยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.04$, S.D. = 0.81) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.45$, S.D. = 0.47) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.07$, S.D. = 0.71) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.49$, S.D. = 0.45)

สมการพยากรณ์องค์ประกอบของบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าคลุมผมสตรีและหมวกกะปิเยาะห้ในรูปของคะแนนมาตรฐานคือ

$$Y = 0.458(F_4) + 0.418(F_1) + 0.200(F_2) + 0.122(F_3)$$

X_1 แทน ผลิตภัณฑ์ (Fec₁)

X_2 แทน ราคา (Fec₂)

X_3 แทน ช่องทางการจัดจำหน่าย (Fec₃)

X_4 แทน การส่งเสริมการตลาด (Fec₄)

Y เป็นตัวแปรตาม แทน การตัดสินใจซื้อผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย พบว่า ตัวแปรอิสระหรือพยากรณ์ทั้ง 4 ตัวของบัณฑิตส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าว มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อผ้าคลุมผมสตรีและหมวกกะปิเยาะห้ในระดับสูงมาก เท่ากับ 0.957 มีค่าอำนาจพยากรณ์ ร่วมกัน ได้ร้อยละ 95.70 และมีค่าความคลาดเคลื่อนของการพยากรณ์ เท่ากับ 0.049 ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ได้เลือกตัวแปรผลิตภัณฑ์ (Fec₁) มาดำเนินการวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มมูลค่า

ระยะที่ 2 (Phase II) การสร้างรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ฯ

5. ผลการวิพากษ์ในการออกแบบลดทอนของผู้ชำนาญการเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห้

5.1 ผู้ชำนาญการออกแบบลดทอน พบว่าเป็นเพศหญิง จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 75.0 และเพศชาย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 มีการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 65.0 รองลงมา คือ ปริญญาโท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0

5.2 สถานภาพผู้ชำนาญการออกแบบลวดลายผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ พบว่าส่วนใหญ่เป็นนักวิชาการด้านการจัดการ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 73.34 รองลงมา คือ ผู้ชำนาญการสาขาวิชาออกแบบลายผ้าและสิ่งทอ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 ประธานกลุ่มผู้ผลิตผ้าคลุมผมสตรี จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.66 และประธานกลุ่มผู้ผลิตหมวกกะปิเยาะห์ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0

5.3 ลวดลายที่ได้รับการคัดเลือกจากการวิพากษ์ว่าเหมาะสมต่อการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม พบว่า ลายกุหลาบได้รับการเลือกมากที่สุด จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 36.66 รองลงมา คือ ลายชบา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ลายทิวลิป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 20.0 ลายกล้วยไม้ จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และลายกระดังงา จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 8.34

5.4 ลวดลายที่ได้รับการคัดเลือกจากการวิพากษ์ว่าเหมาะสมต่อการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าหมวกกะปิเยาะห์ พบว่า ลายตุ๊กตาได้รับการเลือกมากที่สุด จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมา คือ ลายใบปรีเย จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 25.0 ลายนอร์เวย์ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 16.66 ลายชาอูดีอาระเบีย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 11.67 และลายยังการ์ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67

6. ผลการประชุมกลุ่มเพื่อจัดการความรู้ในการผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง

6.1 ความคิดเห็นผู้ผลิตต่อพื้นฐานลักษณะการผลิตลวดลายเก่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม พบว่า สีผ้าและไหมปักไม่มีความผสมกลมกลืน มีผู้ให้ความคิดเห็นมากที่สุด จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 98.57 รองลงมาคือ ไม่มีการกำหนดตำแหน่งลาย และการเย็บปักไม่คำนึงถึงความประณีต มีอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ 68 คน คิดเป็นร้อยละ 97.14 การปักตกแต่งเลื่อมและมุก ปักทั้งดอก ริมผ้า และกระจายไปทั่วผืน จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 85.71 และไม่ให้ความสำคัญกับการตกแต่งริมผ้า จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 78.57 หมวกกะปิเยาะห์ พบว่า ใช้ผ้าแข็งที่ไม่มีคุณภาพรองพื้น ผ้าทำหมวก 3 ชั้น มีผู้ให้ความคิดเห็นมากที่สุด จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 98.57 รองลงมา คือ ใช้ด้ายปัก สีเดียวกับผ้าที่ผลิตหมวก และการฉลุลวดลายส่วนใหญ่ใช้การตอกลาย เป็นรูรอบหมวก ไม่มีการออกแบบการตอกลายให้รับกับลวดลายอื่นๆ มีอัตราส่วนที่เท่ากัน คือ 65 คน คิดเป็นร้อยละ 92.85 มีการผลิตหมวกสีขาวกับสีดำ เป็นส่วนใหญ่ จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 91.42 และ ริมหมวกไม่มีการตกแต่งด้วยไหมสีแต่ใช้ด้ายเย็บเป็นขอบ จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 90.0

6.2 ปัจจัยที่สนับสนุนการจัดการความรู้ (KM) ด้านการผลิตผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ อันดับ 1 คือเรียนรู้จากประธานกลุ่มผู้ผลิต จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 21.42 รองลงมา คือ เรียนรู้การผลิตจากตัวอย่างที่ได้จากผู้สั่งซื้อ เรียนรู้จากเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน มีการแบ่งปันความรู้ในโอกาสของการทำพิธีกรรมทางศาสนา (สุเหร่า) มีการถ่ายทอดประสบการณ์การผลิตจากญาติพี่น้อง/สมาชิกในครอบครัว เรียนรู้จากการผลิตแบบดั้งเดิมที่สืบทอดจากบรรพบุรุษ เรียนรู้จากการประชุมกลุ่ม เรียนรู้โดยได้รับตัวแบบจากวัฒนธรรมทางศาสนาเกี่ยวกับการแต่งกายของชาวมุสลิม เรียนรู้จากตัวแบบของผู้นำที่มีชื่อเสียงทางศาสนา เรียนรู้จากสินค้าที่จัดแสดงในงานต่างๆ เช่น งาน SMEs เรียนรู้จากการเข้าร่วมฝึกอบรมสัมมนาในโครงการต่างๆที่เกี่ยวข้อง และเรียนรู้จากสื่อต่างๆ เช่น นิตยสาร อินเทอร์เน็ต เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 17.14, 14.28, 10.0, 8.57, 7.14, 5.71, 4.28, 4.28, 2.85, 2.85 และ 1.42 ตามลำดับ

ระยะที่ 3 (Phase III) การทดสอบรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อ เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ โดย การสัมมนาเพื่อประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์

7. ผลการสัมมนาเพื่อประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์ในการปรับปรุงการผลิตผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

- การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ของผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส

7.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ของผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส พบว่า

จุดแข็ง อันดับ 1 คือ การผลิตสามารถดำเนินการสร้างรายได้ให้ครัวเรือนที่กระจายอยู่ในท้องถิ่นไม่ต้องเดินทางไปทำงานที่อื่นสอดคล้องกับเศรษฐกิจพอเพียง จำนวน 178 คน คิดเป็นร้อยละ 98.88 รองลงมาคือ การผลิตผ้าคลุมผสมสตรี และหมวกกะปิเยาะห์ เป็นอาชีพที่สอดคล้องกับศาสนาและวัฒนธรรมทำให้มีการผลิตอย่างต่อเนื่อง ผู้ผลิตมีทุนภูมิปัญญาชาวบ้านเนื่องจากสืบทอดการผลิตจากบรรพบุรุษมานาน ผู้ผลิตมีความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบลวดลายที่หลากหลายและผู้ผลิตมีความสามารถในการผลิตในปริมาณมาก มีสัดส่วนที่เท่ากัน และผู้ผลิตมีทักษะและความประณีตในการผลิต คิดเป็นร้อยละ 96.66, 94.44, 66.66 และ 58.33 ตามลำดับ

จุดอ่อน อันดับ 1 คือผู้ผลิตเป็นเพียงผู้รับจ้าง/ผลิตซึ่งไม่อยู่ในฐานะผู้ประกอบการทำให้ไม่มีอำนาจต่อรอง ถูกกดราคา จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 99.44 รองลงมา คือ ขาดฐานข้อมูลผู้บริโภคและตลาด ทำให้ไม่สามารถวางแผนการผลิตเพื่อตอบสนองตลาดแต่ละส่วนได้ ขาดเครือข่ายผู้ผลิต ทำให้ขาดระบบการดูแลสิทธิประโยชน์การพัฒนาทักษะฝีมือและตลาดตัวราคากันเอง ขาด

ความรู้การบริหารจัดการทางการตลาด มีสัดส่วนที่เท่ากัน ขาดเงินทุนทำให้ไม่สามารถจัดหาวัสดุที่มีคุณภาพและราคาแพงมาใช้ในการผลิต อุปกรณ์และเครื่องมือในการผลิตไม่พอเพียงและขาดความทันสมัย (จักรมีจำนวนจำกัดและเก่า) และขาดข้อมูลความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ มีสัดส่วนที่เท่ากัน และขาดความริเริ่มสร้างสรรค์ในการออกแบบลวดลายที่ทันสมัย และไม่ได้รับการดูแลสวัสดิการแรงงานนอกระบบ มีสัดส่วนที่เท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 94.44, 91.66, 90.0, 89.44 และ 88.88 ตามลำดับ

โอกาส อันดับ 1 คือ ยังมีความต้องการผ้าคลุมผมสตรีและหมวกกะปิเยาะห์ ในปริมาณมากในตลาดทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 98.33 รองลงมา คือ ผู้ผลิตสามารถเพิ่มรายได้จากการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้ในตลาดทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 94.44

อุปสรรค อันดับ 1 คือ ต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบสูง ผ้าคลุมผมสตรี ต้องนำเข้าผ้าขาวจากญี่ปุ่น เกาหลี และในประเทศไทย ซึ่งราคาแพงมากทำให้เป็นอุปสรรคในด้านราคา จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 99.44 รองลงมา คือ ขาดเงินทุนหมุนเวียนเนื่องจากระบบธุรกรรมการเงินระหว่างประเทศ โดยเฉพาะเรื่องดอกเบี้ย (ริบา) เป็นข้อห้าม (หะรอม) ในหลักศาสนาอิสลาม ส่งผลให้ผู้ผลิตไม่มีโอกาสเปลี่ยนสถานะจากผู้รับจ้างผลิตขึ้นเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน ยังไม่เป็นระบบ และไม่เป็นธรรม ทำให้ไม่สามารถกระจายรายได้ทั่วถึง ขาดการควบคุมคุณภาพ การผลิตไม่มีระบบมักจะขึ้นอยู่กับผู้ผลิตอิสระและมีคู่แข่งสำคัญ มีสัดส่วนที่เท่ากัน และขาดเทคโนโลยี/อุปกรณ์ที่มีคุณภาพ (จักรเย็บผ้า) คิดเป็นร้อยละ 98.33, 97.22, 95.55 และ 94.44 ตามลำดับ

● การประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์

7.2 การประเมินมูลค่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมลวดลายเก่าที่มีการผลิตอยู่ดั้งเดิม พบว่ามูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (ประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามในภาพรวม) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.78$, S.D. = 0.91) และมูลค่าด้านราคา (ราคาเฉลี่ย/ผืน โดยประมาณ) พบว่าราคาเฉลี่ยเท่ากับ 142.22 บาท/ผืน และผลการประเมินมูลค่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมลวดลายใหม่ พบว่ามูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (ประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามในภาพรวม) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D. = 0.59) และมูลค่าด้านราคา (ราคาเฉลี่ย/ผืน โดยประมาณ) พบว่าราคาเฉลี่ยเท่ากับ 223.33 บาท/ผืน

7.3 การประเมินมูลค่าหมวกกะปิเยาะห์ลวดลายเก่าที่มีการผลิตอยู่ดั้งเดิม พบว่ามูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (ประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามในภาพรวม) ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 2.92$, S.D. = 0.71) และมูลค่าด้านราคา (ราคาเฉลี่ย/ใบ โดยประมาณ) พบว่าราคาเฉลี่ยเท่ากับ 32.50 บาท/ใบ และผลการประเมินมูลค่าหมวกกะปิเยาะห์ลวดลายใหม่

พบว่ามูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (ประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามในภาพรวม) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.27$, S.D. = 0.89) และมูลค่าด้านราคา (ราคาเฉลี่ย/ใบ โดยประมาณ) พบว่าราคาเฉลี่ยเท่ากับ 81.66 บาท/ใบ

- ข้อเสนอแนะ

7.4 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการผลิตผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิม ประกอบด้วย 1) สีผ้าและไหมปักควรมีความผสมกลมกลืน 2) ควรใช้ผ้าที่มีคุณภาพในการผลิต เช่น ผ้าบาวัน 3) ควรใช้ไหมสีที่มีคุณภาพสวยงามปัก 4) ควรมีการกำหนดตำแหน่งลายสำคัญที่มุมผ้าสามเหลี่ยมคลุมผสม 5) ต้องให้ความสำคัญกับการตกแต่งริมผ้า 6) ควรคำนึงถึงความสะดวกในการปักเย็บ 7) การปักมุก และเลื่อม ควรมีเฉพาะเกสรดอกไม้

7.5 ข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการผลิตหมวกกะปิเยาะห์ ประกอบด้วย 1) ควรใช้ผ้าขาวชนิดที่คงทน และระบายอากาศได้รองพื้นผ้าทำหมวก 3 ชั้น 2) ควรใช้ไหมสีคุณภาพดีปักเนื่องจากสวยงามกว่าการใช้ด้ายปัก 3) ควรใช้ไหมปักสีสลับลดลายรอบหมวกทั้งส่วนบนและรอบหมวก 4) การใช้ไหมสีปักควรปักลายนูนให้สวยงาม 5) ควรมีการฉลุลวดลายจะออกแบบผสมผสานกับลายปัก 6) ควรตกแต่งริมหมวกใช้ไหมสีทำขอบตามลายที่ออกแบบ และ 7) ควรมีการผลิตหมวกกะปิเยาะห์หลายสี เช่น ดำ เขียว ครีมน ขาว และเหลือง

7.6 ข้อเสนอแนะอื่นๆ จากท่านทูตพาณิชย์ สาธารณรัฐอิสลามอิหร่านแห่ง ประเทศไทย Mr. Aliakbar Nazari Second Secretary (Economic) ประธานเปิดงานสัมมนาการประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์ในการปรับปรุงการผลิตผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ โดยเสนอแนะให้นำไปแสดงและจำหน่ายในสถานทูตอิหร่านและประเทศอื่นๆ ในตะวันออกกลาง และท่านทูตได้มีการสั่งซื้อผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิมที่เป็นสีดำที่นำมาแสดงในงานสัมมนาฯ จำนวน 12 ผืน คิดเป็นร้อยละ 100 ของผลิตภัณฑ์ที่นำมาแสดงในงานสัมมนา

ระยะที่ 4 (Phase IV) การปรับปรุงรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อ เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ฯ โดยการนำข้อเสนอแนะการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ไปแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในแต่ละกลุ่มแล้ว นำผลิตภัณฑ์มาทดสอบ

8. การประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์หมวกกะปิเยาะห์ และผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิมที่ผลิตจากการออกแบบลวดลายใหม่หลังการปรับปรุงผลิตภัณฑ์

8.1 การประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์หมวกกะปิเยาะห์ที่ผลิตจากการออกแบบลวดลายใหม่ในงานกอรี ณ อิสลามวิทยาลัยแห่งประเทศไทย พบว่ามูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (ประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามในภาพรวม) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. =

0.76) และมูลค่าด้านราคา (ราคาเฉลี่ย/ใบ โดยประมาณ) พบว่าราคาเฉลี่ยเท่ากับ 173.33 บาท/ใบ และเมื่อพิจารณาโดยแบ่งเป็นเกรดของหมวกกะปิเยาะห์ พบว่าหมวกกะปิเยาะห์เกรด A ประกอบด้วย หมวกกะปิเยาะห์ที่ออกแบบจากลายตุรกีและลายไซบีเรีย มีมูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.52$, S.D. = 0.54) และ ($\bar{x} = 4.68$, S.D. = 0.68) ตามลำดับ และมูลค่าด้านราคา เท่ากับ 200 บาท/ใบเท่ากัน หมวกกะปิเยาะห์เกรด B ประกอบด้วย หมวกกะปิเยาะห์ที่ออกแบบจากลายนอร์เวย์ และลายซาอุดีอาระเบีย มีมูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.87$, S.D. = 0.74) และ ($\bar{x} = 3.82$, S.D. = 0.86) ตามลำดับ และมูลค่าด้านราคา เท่ากับ 170 บาท/ใบเท่ากัน และ หมวกกะปิเยาะห์เกรด C ประกอบด้วย หมวกกะปิเยาะห์ที่ออกแบบจากลายฮังการีทั้ง 2 ใบ มีมูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.75$, S.D. = 0.78) และ ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 0.75) ตามลำดับ และมูลค่าด้านราคา เท่ากับ 150 บาท/ใบเท่ากัน

8.2 การประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมที่ผลิตจากการออกแบบลวดลายใหม่หลังการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใน Made in Thailand special ณ อิมแพค เมืองทองธานี พบว่า มูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (ประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามในภาพรวม) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.41$, S.D. = 0.91) และมูลค่าด้านราคา (ราคาเฉลี่ย/ใบ โดยประมาณ) พบว่าราคาเฉลี่ยเท่ากับ 1003.33 บาท/ผืน และเมื่อพิจารณาโดยแบ่งตามชนิดผ้าที่ใช้ในการผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม พบว่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมที่ผลิตจากผ้าบาวาเนื้อ 1 ประกอบด้วย ลายดอกขบา 2 ผืน มีมูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.67$, S.D. = 0.72) และ ($\bar{x} = 4.65$, S.D. = 0.77) ตามลำดับ และมูลค่าด้านราคา เท่ากับ 1950 และ 1800 บาท/ผืน ตามลำดับ และลายดอกกระดังงา มีมูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.59$, S.D. = 0.82) และมูลค่าด้านราคา เท่ากับ 1500 บาท/ผืน ผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมที่ผลิตจากผ้าปาน ประกอบด้วย ลายดอกขบา 2 ผืน มีมูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.54$, S.D. = 0.64) และ ($\bar{x} = 4.53$, S.D. = 0.67) ตามลำดับ และมูลค่าด้านราคา เท่ากับ 850 และ 800 บาท/ผืน ตามลำดับ และลายดอกทิวลิป มีมูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.51$, S.D. = 0.75) และมูลค่าด้านราคา เท่ากับ 780 บาท/ผืน และผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมที่ผลิตจากผ้าแก้ว ประกอบด้วย ลายดอกกุหลาบทั้ง 3 ผืน มีมูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.49$, S.D. = 0.67), ($\bar{x} = 3.95$, S.D. = 0.69) และ ($\bar{x} = 3.76$, S.D. = 0.72) ตามลำดับ และมูลค่าด้านราคา เท่ากับ 650, 400 และ 300 บาท/ผืน ตามลำดับ

8.3 ผลการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์หมวกกะปิเยาะห์ที่ผลิตจากการออกแบบลวดลายเก่าและใหม่ มูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามในภาพรวม พบว่า ลวดลายเก่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.92 และลวดลายใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ค่าเฉลี่ยรวมเพิ่มขึ้น 1.13 และมูลค่าด้านราคา เฉลี่ย/ผืน โดยประมาณในภาพรวม พบว่า ลวดลาย

เก่า เท่ากับ 32.50 บาท และลดลายใหม่ เท่ากับ 173.33 บาท โดยที่ราคาเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 533.32

8.4 ผลการเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมที่ผลิตจากการออกแบบลดลายเก่าและใหม่ มูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามในภาพรวม พบว่าลดลายเก่า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.78 และลดลายใหม่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 โดยที่ค่าเฉลี่ยรวมเพิ่มขึ้น 1.62 และมูลค่าด้านราคา เฉลี่ย/ผืน โดยประมาณในภาพรวม พบว่าลดลายเก่า เท่ากับ 142.22 บาท และลดลายใหม่ เท่ากับ 1003.33 บาท โดยที่ราคาเฉลี่ยเพิ่มขึ้นร้อยละ 705.47

8.5 รายได้สุทธิต่อเดือนของผู้ผลิตเมื่อเปรียบเทียบระหว่างลดลายเก่ากับลดลายใหม่ ผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมจาก 2,100.00 บาท เป็น 3,800.00 บาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 80.95 ต่อเดือน ส่วนหมวกกะปิเยาะห์จาก 1,500.00 บาท เป็น 2,500.00 บาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 66.66 ต่อเดือน

อภิปรายผลการวิจัย

1. ทักคนคิผู้ค้าต่างประเทศ (ประเทศตะวันออกกลาง ประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ และจีน) ต่อผลิตภัณฑ์ จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส เพื่อนำไปจำหน่าย ที่พบว่า ผู้ค้าในกลุ่มประเทศตะวันออกกลาง ต้องการผ้าคลุมผมรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสสีดำมากที่สุด สีขาวอยู่อันดับรอง และต้องการหมวกกะปิเยาะห์ทรงชูดานสีขาวมากที่สุด สีดำอยู่ในอันดับรอง ในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ต้องการผ้าคลุมผมรูปสามเหลี่ยมสีดำ ขาว และครีมมากที่สุด และหมวกกะปิเยาะห์ ต้องการหมวกกะปิเยาะห์สีขาวมากที่สุด สีเขียวและดำ อยู่ในอันดับรอง ประเทศจีน ต้องการผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า และรูปสามเหลี่ยม สีขาว ครีม แดง และเหลือง/ส้มมากที่สุด ชมพูและเทาอยู่ในอันดับรอง และต้องการหมวกกะปิเยาะห์ สีดำ ขาวและเขียว มากที่สุด และพบว่าพฤติกรรมผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความนิยมรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับผลการศึกษารูปแบบความต้องการผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปจำหน่ายในประเทศดังกล่าว ยกเว้นในประเทศจีนที่พบว่าผู้บริโภคมีความนิยมในผลิตภัณฑ์แตกต่างจากผู้ค้า คือต้องการผ้าคลุมผมสีขาว และแดงมากที่สุด และสีเทา ครีม เขียว ดำ ชมพู และม่วงอยู่ในอันดับรอง ส่วนหมวกกะปิเยาะห์นิยมสีดำ ขาว และเขียวมากที่สุด สีเหลือง/ส้ม ในอันดับรอง แสดงให้เห็นว่าความต้องการของผู้ค้าและรสนิยมผู้บริโภคเกี่ยวกับผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ ส่วนใหญ่ในแต่ละประเทศสอดคล้องกันแต่แตกต่างกันระหว่างประเทศโดยผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมนั้นประเทศตะวันออกกลาง

เอเชียตะวันออกเฉียงใต้และจีนต้องการรูปแบบและสีแตกต่างกัน โดยในกลุ่มประเทศที่เคร่งศาสนาและมีพายุทราย คือตะวันออกกลางจะต้องการผ้าผืนใหญ่สีดำเพื่อใช้คลุมปกปิดใบหน้า เป็นการปฏิบัติตามหลักศาสนาและเพื่อป้องกันพายุทราย แต่ในแถบเอเชียและจีนจะต้องการผ้าผืนเล็กเป็นสามเหลี่ยมและสีเหลี่ยมผืนผ้า สีสันหลากหลายตามวัฒนธรรมการแต่งกาย ส่วนหมวกกะปิเยาะนั้นในประเทศดังกล่าวมีความต้องการส่วนใหญ่คล้ายคลึงกันทั้งรูปทรงและสีเป็นการสะท้อนถึงอิทธิพลของศาสนาและวัฒนธรรมการแต่งกายของชาวมุสลิมที่คล้ายคลึงกันทั่วไป

สำหรับทัศนคติผู้ค้าต่างประเทศต่อคุณค่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม/หมวกกะปิเยาะที่พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยในด้านประโยชน์ใช้สอย คือเมื่อใช้แล้วไม่ยับ ไม่เสียรูปทรง ส่วนใน ระดับน้อย คือ การใช้ในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ส่วนด้านความสวยงามพบว่าอยู่ในระดับมาก โดยมีการใช้สีผ้าและไหมสีที่กลมกลืนกันการปักเย็บประดับและในระดับปานกลางเป็นเรื่องของการออกแบบลวดลายและการปักไหมสี/มุก/เลื่อม ประดับตกแต่ง แสดงให้เห็นว่าผู้ค้าเห็นว่าคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยเพื่อการประกอบพิธีกรรมทางศาสนาและการออกแบบลวดลายและการปักไหมสีของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ต้องให้ความสำคัญ

2. ส่วนทัศนคติของผู้บริโภคต่างประเทศต่อคุณค่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะ ในภาพรวมอยู่ในระดับน้อยโดยทัศนคติต่อคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยน้อยที่สุด คือการสามารถใช้ในการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา ทัศนคติต่อคุณภาพของเนื้อผ้าและวัสดุตกแต่งในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย ในระดับต่ำสุด คือไม่ยับ สำหรับผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม และไม่เสียรูปทรงเมื่อใช้เวลานานสำหรับหมวกกะปิเยาะ ทัศนคติต่อการออกแบบโดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย แม้ว่าทัศนคติต่อการมีรูปแบบให้เลือกหลายแบบจะอยู่ในระดับปานกลาง แต่ทัศนคติต่อการออกแบบลวดลายสวยงามทันสมัย และแสดงเอกลักษณ์ของชาวมุสลิมก็ยังอยู่ในระดับน้อย ส่วนทัศนคติต่อความประณีตในการผลิตในภาพรวมอยู่ในระดับน้อย แม้ว่าทัศนคติต่อการตัดเย็บและการปักผ้ามีความประณีตจะอยู่ในระดับปานกลาง แต่ทัศนคติต่อความกลมกลืนกันระหว่างสีของผ้าไหมที่ปักตกแต่ง การกำหนดและจัดวางลายมีความสวยงามและการปักตกแต่งด้วยไหมสี เลื่อม มุก เหมาะสมและสวยงามก็อยู่ในระดับน้อย แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคเห็นว่าคุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอยเพื่อการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา การใช้วัสดุที่มีคุณภาพสวยงามในการผลิต รวมทั้งการออกแบบลวดลายสวยงามทันสมัยและแสดงเอกลักษณ์ของชาวมุสลิม ความประณีตในการผลิตรวมทั้งการกำหนดและจัดวางลายและการปักตกแต่งผลิตภัณฑ์ควรมีการปรับปรุง

3. จากการสำรวจสถานะการผลิตและการตลาดของผู้ผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะที่จังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ที่พบว่าได้รับรางวัลมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP เพียงร้อยละ 1.66 มีตราสินค้าร้อยละ 3.0 ลักษณะการผลิตส่วนใหญ่รวมตัวกันผลิตในชุมชนและส่วนใหญ่ผู้ผลิตประกอบเป็นอาชีพรองและเป็นผู้รับจ้างผลิตส่วนใหญ่แสดงให้เห็นว่า

ผู้ผลิตยังขาดการพัฒนาด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์รวมทั้งยังไม่มีการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านตราสินค้า และยังคงเป็นเพียงผู้รับจ้างผลิตไม่มีสถานะของการเป็นผู้ประกอบการ

ปัญหาในการผลิตพบว่าผู้ผลิตขาดความรู้ในการออกแบบลวดลายมากที่สุด รับจ้างผลิตขาดอุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัย และขาดเงินลงทุนต้องการความรู้ในการออกแบบลวดลายมากที่สุด และต้องการวัสดุอุปกรณ์ รวมทั้งการสนับสนุน การพัฒนาทักษะฝีมือจากภาครัฐ และเอกชน แสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตนอกจากจะขาดเงินทุนและอุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัยแล้วยังต้องการการสนับสนุนช่วยเหลือในการพัฒนาฝีมือในการผลิตและที่สำคัญที่สุด คือการพัฒนาการออกแบบลวดลาย

ตลาดที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ พบว่าเป็นตลาดในประเทศและต่างประเทศเป็นอัตราส่วนร้อยละ 80:20 โดยในต่างประเทศในเอเชีย ได้แก่ มาเลเซีย สิงคโปร์ และบรูไน ตามลำดับ ส่วนในตะวันออกกลาง ได้แก่ คูเวต และซาอุดีอาระเบีย ซึ่งมีการวางจำหน่ายน้อยมาก แสดงให้เห็นว่ามีการส่งออกผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับต่ำ ด้านราคาขายที่พบว่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมที่ผลิตจากผ้าบาขาวเนื้อ 1 และหมวกกะปิเยาะห์ทรงชูดาน ที่ปักไหมสี และมีลายฉลุคุณภาพ A ขายได้ราคาสูงที่สุด แสดงให้เห็นว่าการใช้ผ้าคุณภาพดี และการปักเย็บที่ประณีตช่วยให้ได้ราคาสูงกว่า ส่วนวิธีการจัดจำหน่ายที่พบว่าให้ผู้จ้างผลิตมารับไปจำหน่ายให้มากที่สุด รองลงมาคือการค้าส่ง โดยมีผู้มารับซื้อโดยตรงจากต่างประเทศ ได้แก่ มาเลเซีย รวมทั้งจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลางแสดงให้เห็นว่า

ปัญหาทางการตลาดผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ ที่พบว่าผู้ผลิตขาดเงินทุน ทำให้ต้องอาศัยคนกลาง/นายทุนจัดการทางการตลาดให้ ขาดความสามารถในการจัดการ ขาดข้อมูลความต้องการทางการตลาด ขาดการส่งเสริมการตลาด ส่วนความต้องการการสนับสนุนช่วยเหลือทางการตลาดผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ที่พบว่า ต้องการความรู้การออกแบบลวดลายมากที่สุด ต้องการวัสดุอุปกรณ์เย็บปักที่ทันสมัย และการสนับสนุนการพัฒนาความสามารถในการจัดการทางการตลาด จากภาครัฐ และเอกชน นั้นแสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตขาดความรู้ความสามารถในการจัดการทางการตลาด ขาดข้อมูลความต้องการของตลาด การส่งเสริมการตลาดทำให้ต้องอาศัยพ่อค้าคนกลางจัดการทางการตลาดให้ซึ่งผู้ผลิตจึงต้องการพัฒนาความสามารถในการจัดการทางการตลาดโดยการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน

รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคในประเทศนิยมใช้ สำหรับผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมพบว่าผู้บริโภคต้องการผ้าคลุมผมรูปสามเหลี่ยมมากที่สุด รองลงมาคือรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า สีเหลือง/ส้มมากที่สุด และชมพู น้ำตาล แดง เขียว ดำ ขาว ครีมน และเทา รองลงมาตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคในประเทศมีรสนิยมในการใช้ผ้าคลุมผมในสีที่หลากหลาย ส่วนรูปแบบหมวกกะปิเยาะห์ที่นิยมมากที่สุด คือทรงชูดาน สีขาวมากที่สุด รองลงมา คือ ดำและเขียว ตามลำดับ แสดงให้เห็นถึง

การคล้อยตามวัฒนธรรมการแต่งกายของชาวมุสลิมทั่วไป คือ นิยมหมวกทรงชูดาน สีขาวและดำตามลำดับ

4. ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งต่อการตัดสินใจซื้อผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ ที่พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ จากมากไปหาน้อยตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมการตลาดและผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อเป็นอย่างยิ่ง

5. ผลการวิพากษ์ในการออกแบบลวดลายของผู้ชำนาญการเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ ที่พบว่าการผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมควร เลือกลายกุหลาบ ชบา ทิวลิป กล้วยไม้ และลายกระดังงา แสดงว่าการผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมควรเลือกลายดอกไม้ในการผลิต ส่วนหมวกกะปิเยาะห์มีการเลือกลายต่างประเทศโดยเป็นลายตุรกี ไชปีเรีย นอร์เวย์ ซาอุดีอาระเบีย และฮังการี ตามลำดับ แสดงให้เห็นว่าผู้วิพากษ์เห็นว่าลายต่างประเทศดังกล่าวเหมาะสมต่อการนำมาออกแบบในการผลิต เพื่อเพิ่มมูลค่าหมวกกะปิเยาะห์

6. ผลการประชุมกลุ่มเพื่อจัดการความรู้ในการผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ตามแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงที่พบว่า ความคิดเห็นต่อพื้นฐานลักษณะการผลิตลวดลายเก่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิม สีผ้าและไหมปักยังไม่มีความผสมกลมกลืนกันรวมทั้งไม่มีการกำหนดตำแหน่งลาย การเย็บปักไม่คำนึงถึงความประณีต ปักตกแต่งกระจายไปทั่วผืนไม่ให้ความสำคัญกับการตกแต่งริมผ้า และหมวกกะปิเยาะห์ใช้ผ้าที่ไม่มีคุณภาพรองพื้น ใช้ด้ายปัก ใช้การต่อกลายที่ไม่มีการออกแบบ มีการผลิตสีขาวกับดำเป็นส่วนใหญ่ และริมหมวกไม่มีการตกแต่งด้วยไหมสี แสดงให้เห็นว่าผู้ผลิตพื้นฐานลักษณะการผลิตทั้งการออกแบบลวดลาย การเย็บปัก และการใช้วัสดุในการผลิตยังไม่มีคุณภาพ

ส่วนปัจจัยที่สนับสนุนการจัดการความรู้ (KM) ด้านการผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ที่พบว่าเรียนรู้จากประธานกลุ่ม ตัวอย่างจากผู้สั่งซื้อ เครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตในชุมชนและแบ่งปันความรู้กันในสุเหร่า ญาติพี่น้อง บรรพบุรุษ การประชุมกลุ่ม ตัวแบบวัฒนธรรมทางศาสนา การจัดการแสดงสินค้า เช่น SMEs และสื่อต่างๆ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่สนับสนุน KM ในการผลิตเป็นกระบวนการของเครือข่ายในชุมชนที่มีประธานกลุ่มเป็นแกนนำร่วมกับการเรียนรู้ผ่านสถาบันครอบครัววัฒนธรรมทางศาสนา และจากงานแสดงสินค้าและสื่อมวลชนต่างๆ

7. ผลการสัมมนาเพื่อประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์ในการปรับปรุงการผลิตผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์

7.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT) เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ ที่พบว่าจุดแข็งของการผลิต คือสามารถดำเนินการสร้างรายได้ให้

ครัวเรือนที่กระจายอยู่ในท้องถิ่น เป็นอาชีพที่สอดคล้องกับศาสนาและวัฒนธรรมทำให้มีการผลิตอย่างต่อเนื่องและผู้ผลิตมีทุนภูมิปัญญาชาวบ้าน จุดอ่อนคือผู้ผลิตเป็นเพียงผู้รับจ้าง/ผลิต ซึ่งไม่อยู่ในฐานะผู้ประกอบการ ทำให้ไม่มีอำนาจต่อรอง ถูกกดราคา ขาดฐานข้อมูลผู้บริโภค ขาดเครือข่ายผู้ผลิต และความรู้การบริหารจัดการทางการตลาด ขาดเงินทุนในการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัย และขาดความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการออกแบบ ส่วนโอกาสคือ ยังมีความต้องการผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ในปริมาณมากในตลาดทั้งในและต่างประเทศ และอุปสรรค คือ ต้นทุนการนำเข้าวัตถุดิบสูง ขาดเงินทุนหมุนเวียน ทำให้ผู้ผลิตไม่มีโอกาสเปลี่ยนฐานะจากผู้รับจ้างผลิตขึ้นเป็นผู้ประกอบการ การสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชนยังไม่เป็นระบบทำให้ไม่สามารถกระจายรายได้ทั่วถึง ขาดการควบคุมคุณภาพ และมีคู่แข่งที่สำคัญ แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมสัมมนามีความคิดเห็นว่า การผลิตผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ของจังหวัดปัตตานี ยะลา และนราธิวาสเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างรายได้ให้กับครัวเรือนที่กระจายอยู่ในท้องถิ่นเป็นอาชีพที่สอดคล้องกับศาสนาและวัฒนธรรม ผู้ผลิตมีความพร้อมด้านทุนภูมิปัญญา น่าจะมีโอกาสทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศในอนาคต แต่อย่างไรก็ตามผู้ผลิตก็ยังคงมีจุดอ่อนที่ควรได้รับการแก้ไขและอุปสรรคที่ต้องได้รับความช่วยเหลือจากภาครัฐและเอกชน ในด้านเงินทุน การพัฒนาคุณภาพการผลิต และความสามารถในการจัดการทางการตลาดอย่างเป็นระบบเพื่อให้สามารถเพิ่มและกระจายรายได้อย่างทั่วถึง

7.2 การประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์ ผลการประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิม ลวดลายเก่าที่มีการผลิตอยู่ดั้งเดิมและลวดลายใหม่ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์(ประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามในภาพรวม) และราคา ที่พบว่ามูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิม และหมวกกะปิเยาะห์ลวดลายเก่าอยู่ในระดับปานกลาง ลวดลายใหม่อยู่ในระดับมาก และราคาเฉลี่ย/ผืน ของผลิตภัณฑ์ทั้งสองชนิดในลวดลายใหม่สูงกว่าลวดลายเก่า แสดงให้เห็นว่าผลการจัดการความรู้ (KM) ในการผลิตสามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้

สำหรับข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงการผลิตผลิตภัณฑ์ที่พบว่าผ้าคลุมผสมสตรีมุสลิม ควรเลือกสีและไหมปักให้มีความผสมกลมกลืนใช้ผ้าขาวไหมสีที่มีคุณภาพ ควรกำหนดตำแหน่งลายสำคัญที่มุมผ้าสามเหลี่ยมคลุมผมหักสำคัญด้านการตกแต่งริมผ้า คำนึงถึงความประณีตในการปักเย็บและตกแต่ง และในการผลิตหมวกกะปิเยาะห์ควรใช้ผ้าขาวชนิดที่ดีคงทนผลิต ใช้ไหมสีคุณภาพดี การปักลายควรปักทั้งส่วนบนและรอบหมวก โดยการปักลายฐาน และตกแต่งริมหมวกใช้ไหมสีทำขอบตามการออกแบบ และควรมีการผลิตหมวกหลายสี แสดงให้เห็นว่าการปรับปรุงการผลิตเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของผ้าคลุมผสมและหมวกกะปิเยาะห์ควรมุ่งเน้นในการใช้วัสดุคุณภาพดี การออกแบบในการใช้ผ้าและไหมสีในการปักเย็บที่กลมกลืน การกำหนดตำแหน่งลวดลาย และการเน้นความประณีตทุกๆ ส่วนของผลิตภัณฑ์

8. การปรับปรุงรูปแบบการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ผลการประเมินมูลค่าผลิตภัณฑ์หมวดกะปิเยาะห์และผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมที่ผลิตจากการออกแบบลวดลายใหม่ หลังการปรับปรุงผลิตภัณฑ์โดยหมวดกะปิเยาะห์ที่พบว่ามูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์(ประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามในภาพรวม) อยู่ในระดับมาก ซึ่งหมวดกะปิเยาะห์เกรด A ลายตุ๊กและไชปี่เรีย มีคุณค่ามากที่สุด ลายนอร์เวย์ และชาอูดีอาร์เปียมีคุณค่าในอันดับรอง และเกรด C ลายฮังการี มีคุณค่าในอันดับต่ำสุด และเมื่อเปรียบเทียบมูลค่าหมวดกะปิเยาะห์ที่ผลิตจากการออกแบบลวดลายเก่ากับใหม่ ที่พบว่าคุณค่าและราคาของหมวดกะปิเยาะห์หลังการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 1.13 และราคาเฉลี่ย/ใบ เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 533.32 บาท แสดงให้เห็นว่าการปรับปรุงการผลิตและการออกแบบลวดลายที่สวยงามสามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์หมวดกะปิเยาะห์ได้ ส่วนผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมที่พบว่ามูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์(ประโยชน์ใช้สอยและความสวยงามในภาพรวม) อยู่ในระดับมาก โดยผ้าคลุมผมที่ผลิตจากผ้าบาวาเนื้อ 1 ลายดอกชบา มีมูลค่าด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์และราคาเฉลี่ยสูงสุด ผ้าปานลายดอกชบาและดอกทิวลิป มีมูลค่าในอันดับรอง ส่วนผ้าแก้วลายดอกกุหลาบมีมูลค่าอยู่ในอันดับต่ำสุด และเมื่อเปรียบเทียบมูลค่าผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมที่ผลิตจากการออกแบบลวดลายเก่ากับใหม่ ที่พบว่าคุณค่าและราคาของผ้าคลุมผมฯ หลังการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น 1.62 และราคาเฉลี่ย/ผืน เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 705.47 และรายได้สุทธิต่อเดือนของผู้ผลิตเมื่อเปรียบเทียบระหว่างลวดลายเก่ากับลวดลายใหม่ ผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมจาก 2,100.00 บาท เป็น 3,800.00 บาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 80.95 ต่อเดือน ส่วนหมวดกะปิเยาะห์จาก 1,500.00 บาท เป็น 2,500.00 บาท เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 66.66 ต่อเดือน แสดงให้เห็นว่าการปรับปรุงการผลิตรวมถึงการใช้ผ้าที่มีคุณภาพผลิตสามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมได้ รวมถึงทำให้รายได้สุทธิของผู้ผลิตสูงขึ้นตาม

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ มีดังนี้

1. รัฐบาลควรกำหนดนโยบายที่ส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้ผลิตมีโอกาสพัฒนาจากการเป็นผู้ผลิตขึ้นเป็นผู้ประกอบการโดยสนับสนุนด้านเงินทุน วัสดุอุปกรณ์ที่ทันสมัย และการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะฝีมือการผลิต และความสามารถการบริหารจัดการของผู้ผลิตในแต่ละครัวเรือน เพื่อให้สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์แบบพึ่งพาตนเอง
2. หน่วยงานของภาครัฐและเอกชนควรร่วมมือกับผู้ผลิตฯ เพื่อสร้างเครือข่ายการจัดการทางการตลาดทั้งในและต่างประเทศ

3. ผู้ผลิตควรสร้างเครือข่ายชุมชนในการผลิตและการตลาดที่เข้มแข็งเพื่อให้สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และควรให้ความสำคัญกับการใช้วัสดุที่มีคุณภาพสูงการออกแบบลวดลายและการผลิตที่คำนึงถึงประโยชน์ เพื่อการประกอบพิธีกรรมทางศาสนา

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไปมีดังนี้

1. ควรออกแบบการวิจัยเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์โดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ เช่น การใช้วัสดุนาโนเทคโนโลยี เป็นต้น
2. ควรออกแบบการวิจัยในตัวแปรที่เป็นตัวแบบการบริหารจัดการในการผลิตทั้งผ้าคลุมผมสตรีมุสลิมและหมวกกะปิเยาะห์ที่มีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ควบคู่กันในตัวแปรด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการสร้างตราสินค้า (Brand) เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนสถานะจากการเป็นเพียงผู้ผลิตของ จ.ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส ไปสู่การเป็นผู้ประกอบการ
3. ควรกำหนดตัวแปรการวิจัยที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างภาครัฐ เอกชน และผู้ผลิตในชุมชนเพื่อพยากรณ์ความสำเร็จในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้ตัวแบบไปกำหนดนโยบายและการปฏิบัติที่สนับสนุนผู้ผลิตในชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ