

องค์ความรู้

“เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา : อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน”



อัตลักษณ์ “ป่าหาลาบาตา”



โดย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา  
& คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

## คำนำ

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา มีพันธกิจการบริการวิชาการแก่สังคมที่มุ่งเน้น “สถาบันอุดมศึกษา เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น” ภายใต้วิสัยทัศน์ “คลังปัญญาแห่งชายแดนใต้” องค์ความรู้เรื่องนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างความรู้ ความเข้าใจ ถึงงานพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเนื้อหาเน้นนำเสนอถึงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครือข่ายเตยหนามจิกสถานจังหวัดยะลา เนื่องจากข้อมูลที่เกี่ยวข้อง เป็นผลมาจากการบริการวิชาการเรื่อง “การพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้และนวัตกรรมสร้างสรรค์ธุรกิจด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้” และงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครือข่ายเตยหนามจิกสถานจังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์”

ทั้งนี้ ในส่วนของการนำเสนอองค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งเน้นกลุ่มเครือข่ายเตยหนามจิกสถานจังหวัดยะลา คณะผู้ดำเนินงานฯ ไต่ห่อหลัก “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” ซึ่งเป็นหลักการทรงงานของ “กษัตริย์นักพัฒนา” พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในหลวงรัชกาลที่ 9 โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนและมั่นคง คณะผู้ดำเนินงานฯ จึงหวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผู้อ่านจะได้รับประโยชน์และสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับธุรกิจจริงให้ประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น ถือเป็นความดีประการหนึ่งในการสานต่อพระราชปณิธานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวที่มอบหมายให้คนไทยอย่างหาที่ลืมนี่ได้.....

คณะผู้ดำเนินงานจัดทำองค์ความรู้

# สารบัญ

หน้า

❖ บทนำ

4

❖ เขาใจ : ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง

6

❖ เขาถึง : แนวทางการพัฒนา

14

❖ พัฒนา : รวบรวมโครงสร้างพรรคเพื่อลงถึงที่ต่ำกว่า

19

❖ บรรณานุกรม

28

## ❖ บทนำ

ข้อองค์ความรู้

“เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา : อัตลักษณ์ผลิตบัณฑิตชุมชน”

หลักสูตรที่รับผิดชอบ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่

หลักสูตรศิลปกรรมศาสตร์บัณฑิต สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ

หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์

คณะที่รับผิดชอบ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ผู้รับผิดชอบ

1. รองศาสตราจารย์อัสรี อ้อ

2. อาจารย์ณัฐญาวิรัช เป็ญนา

3. อาจารย์อุษณีย์ พรหมศรียา

4. อาจารย์เป็พน บุษย์มลาย

5. อาจารย์ยารอนะ ศรีอำมหิต

6. นายรอมชี แตมมาส

ภายใต้ความร่วมมือจากธุรกิจชุมชน กลุ่มเครือข่ายเดยหนามจักสาน จังหวัดยะลา ซึ่งประกอบด้วย 4 ธุรกิจชุมชนดังนี้

1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านสันติภาพวังพญา

2. วิสาหกิจชุมชนบุหงาปองเต็ง

3. กลุ่มอาชีพจักสานจากเตยหนามชุมชนสระเตยนอก

4. กลุ่มผู้สูงอายุบ้านกำปงนิบง

องค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งเน้นกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเครือข่ายเตยหนามจักสาน จังหวัด ยะลา คณะผู้ดำเนินงานฯ ได้ประยุกต์ใช้หลัก “เขาใจ เขาถึง พัฒนา” ซึ่งเป็นหลักการทรงงานของ “กษัตริย์นักพัฒนา” พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ในหลวงรัชกาลที่ 9 โดยมีรายละเอียดดังนี้



ภาพที่ 1 เขาใจ เขาถึง พัฒนา : ศาสตร์พระราชา เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน.

ที่มา (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดระยอง, 2550)

เขาใจ : ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง

เขาถึง : แนวทางการพัฒนา

พัฒนา : รวมมือสร้างสรรคเพื่อสิ่งที่ดีกว่า

❖ เขาใจ : ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง

เป็นการทำความเข้าใจข้อมูลพื้นฐานเพื่อการพัฒนา สำหรับการพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครือข่ายเตย  
หนามจิกล้านจังหวัดยะลา ข้อมูลพื้นฐานประกอบด้วย 1) ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับเตยหนาม 2) มาตรฐานผลิตภัณฑ์  
ชุมชน และ 3) อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

#### 1) ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้องกับเตยหนาม

เตยหนาม จัดเป็นเตยชนิดหนึ่งในวงศ์ *Pandanaceae* ซึ่งพบมากแถบภาคใต้ตอนล่างของไทย แถบจังหวัด  
พังงา พัทลุง สงขลา ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส ลักษณะเป็นไม้พุ่มขนาดเล็กใบเรียวยาวผิวเรียบมัน ปลายใบแหลม  
สีเขียวเข้ม กลางใบเป็นร่องตามยาว ขอบมีหนามแหลมคมถี่ๆ ตลอดใบ ลำต้นกลมเป็นข้อๆ เจริญเติบโตในพื้นที่ชื้น  
แฉะ ดินที่มีทรายปน ทองทุ่งนาหรือพื้นที่ที่มีสภาพเป็นป่ามีน้ำไหลผ่าน ทั้งนี้ลักษณะต้นเตยหนาม ดังภาพที่ 2





ภาพที่ 2 ลักษณะตมเตยหนาม

ตมเตยหนามจะมีตลอดทั้งปี โดยหนาแน่น ใบจะมีน้อย ส่วนหนาแน่น ใบจะมีมาก ซึ่งที่ผ่านมาชาวบ้านมักจะปลูก  
ริมถนน กันดินนาพัง นอกเหนือจากนี้ไม่ปลูกริมรั้วบ้าน กันไม่ให้สัตว์เลื้อยไถ่ใหญ่ๆ เช่น วัว ควาย ฯลฯ เข้ามารบกวน ทั้งนี้  
เมื่อตัดกอเตยหนามออกจากต้นแล้ว ตมเตยหนามจะออกกอออกมาอีก ซึ่ง ณ พื้นที่ที่ศึกษาตำบลวังพญา อำเภอราม  
อิน จังหวัดยะลา ตมเตยหนามที่นี้มี 2 สายพันธุ์ ดังนี้ 1) เตยนา ซึ่งหนามเตยมีสีเหลือง ใบยาววาว นิยมไม่ม้วน  
เหมาะที่จะนำมาจักสานเป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องการความสวยงาม ละเอียดประณีต เช่น กระเป๋า ตะกร้า กล่องเอนกประสงค์  
 ฯลฯ 2) เตยน้ำ โดยหนามเตยมีสีแดง ใบแบน ยาว มักขึ้นตามบึงที่มีแหล่งน้ำ (จึงใคร่ชื่อว่าเตยน้ำ) ใบมักจะม้วน เหมาะ  
ที่จะนำมาจักสานเป็นเสื่อ ทั้งนี้วัสดุ/วัตถุดิบ อุปกรณ์ ขั้นตอนการทำ ตลอดจนเคล็ดลับในการทำ มีดังนี้ (สัมภาษณ์  
คุณรอบปียะ เยาะลีมา และคุณมาซึเตาะ สะมะฮ้อ, 2565)

## 1.1 วัดศุภ/วัดฤทธิชัย

1. ไบเตยหนาม

2. น้ำ

3. ลี้อยอมกก

4. สมแขก

## 1.2 อุปกรณ์

1. มีดพร้า

2. เส้นเอ็นหรือมิด

3. กลองไม้ทำเส้นเตย

4. กรรไกร

5. หมอตม (สำหรับต้มไบเตย)

6. กระทะ (สำหรับขยอมนลิไบเตย)

7. เตาแกสหรือเตาถ่าน

## 1.3 ขั้นตอนการทำเส้นวัดฤทธิชัยเตยหนาม

1. ตัดต้นเตยหนามออกจากกอ เลือกเฉพาะไบที่อยู่ส่วนกลางของกอ ที่มีความยาวขนาด 1-1.5 เมตร

2. เอาหนามเตยออกโดยใช้เส้นเอ็น

3. ทำเส้นเตยหนาม โดยใช้อุปกรณ์กลองไม้ทุบตัดเส้นเตยให้เป็นเส้นๆ ตามขนาดที่กำหนด

4. นำเส้นเตยที่ตัดไปต้มในน้ำเปล่าให้สุก ซึ่งเส้นเตยจะเปลี่ยนเป็นสีขาว



5. นำเส้นเคยที่ลวกไปแช่น้ำเปล่า 1 คืน
  6. นำไปตากแดดจัด ให้เส้นแห้งสนิทประมาณ 3 วัน
  7. ทำเตยย้อมสี โดยต้มน้ำ ใส่สีย้อมกกและส้มแขก เพื่อให้เส้นแวววาว ต้มนาน 10-15 นาที จากนั้นนำเส้นไปล้างน้ำให้สะอาดจนน้ำใสและสีไม่ติดมือ
  8. นำเตยย้อมสีไปตากให้แห้งในที่ร่ม ซึ่งใช้เวลาประมาณ 1 วัน
  9. นวดเส้นเคยที่ละเส้นให้นิ่มโดยใช้ไม้สไล ไม่บรรทัดเหล็ก หรือกรรไกร
  10. มัดเส้นเคยหนาแน่นให้มีขนาดและความยาวเท่าๆ กัน เก็บใส่ถุง เก็บไว้ในที่ร่ม พร้อมทั้งนำไปใส่สไล  
แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ตามต้องการ
- ทั้งขั้นตอนการทำเส้นวัตถุดิบเตยหนาม ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ขั้นตอนการทำเส้นวัตถุดิบเตยหนาม

#### 1.4 เคล็ดลับ

จากการสัมภาษณ์คุณรอยะ เยอะลิมา และคุณมาซีโต๊ะ สะมะฮ้อ (2565) ถึงเคล็ดลับการทำเส้นวัตถุดิบเดยหนาม พบว่าในแต่ละขั้นตอนมีเคล็ดลับที่สำคัญดังนี้

1. การตัด/เก็บต้นเดยหนาม ต้นเดยที่จะทำผลิตภัณฑ์จากมันนั้น ต้องเป็นเตยนา ซึ่งสามารถพบได้ตามท้องนาริมฝั่งน้ำ โดยควรเลือกตัดเฉพาะกอที่มีใบยาวประมาณ 1-1.5 เมตร คัดเลือกเฉพาะใบยอดที่อยู่ส่วนกลางกอใน ซึ่งแต่ละใบจะสามารถแยกย่อยได้อีกประมาณ 5-6 ใบ

2. การเอาหนามออก ใช้เส้นเอ็นพันระหว่างนิ้วชี้หรือนิ้วกลางตามถนัด) กับนิ้วโป้ง ลูกเอ็นแบบสามารถผูกเลื่อนเข้าออกได้ รูดเตยหนามจากหัวไปท้ายออก ใช้เส้นเอ็นเอาหนามที่ขอบและด้านหลังใบออก โดยรีดจากโคนไปหาปลายไปตามยาว จะสะดวกรวดเร็วกว่าการใช้มีด

3. การรีดเส้น ควรใช้เครื่องรีดเส้น ซึ่งเป็นอุปกรณ์การรีดใบเตยหนามที่ทำจากแผ่นไม้ประกบกัน โดยมีแผ่นเหล็กด้านในเพื่อรีดใบเตยหนาม จะช่วยให้ใบเตยหนามที่มีขนาดความยาวและเรียบเท่าๆ กันอย่างสม่ำเสมอ

4. การต้มและการทำสี ควรใช้น้ำที่ใสสะอาด โดยการนำน้ำมาใส่ภาชนะและพักไว้ปล่อยให้เย็นลงก่อน ตักตะกอน ใช้แต่น้ำที่ใสสะอาดข้างบนในการต้มเส้นเดยหนาม ใช้สีข้อมกกแทนสีธรรมชาติ และใส่ส้มแขกขณะต้มทำสี จะช่วยให้เส้นเดยหนามที่สีสวยแวววาว

5. การตากหรือทำให้แห้ง การตากเส้นเดยหนามที่ต้มหรือย้อมสี ควรตากแดดอ่อนๆ หรือตากแดดในที่ร่มเพื่อให้เส้นกรอบ และตากให้แห้งสนิท

6. การทำให้เส้นนิ่ม นำเส้นเดยหนามที่ต้มหรือย้อมสีแล้ว นำมารีดที่โต๊ะโดยใช้กรรไกรหรือไม้บรรทัดเหล็ก จะช่วยให้เส้นนิ่ม นวลมีผล

๗. การเก็บรักษา โดยมีเส้นเดยหนามให้มีขนาดและความยาวเท่าๆ กัน เก็บใส่ถุง เก็บไว้ในที่ร่ม อากาศถ่ายเทสะดวก จะทำให้เส้นเดยหนามไม่ย่นและไม่ขึ้นรา สามารถเก็บวัตถุดิบเดยหนามได้นานเป็นปี

### 1.5 การจักสาน/แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์

จากเดิมที่ต้นเดยหนาม เป็นวัชพืชที่ขึ้นอยู่ทั่วไป แต่ด้วยภูมิปัญญาของคนสมัยก่อน ที่ได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญามาจากบรรพบุรุษชาวอินโดนีเซีย ที่อพยพมาตั้งรกรากในประเทศไทยทางตอนใต้ ตั้งแต่จังหวัดนครศรีธรรมราช ยะลา ปัตตานี สตูล ตรัง และกระบี่ ที่คิดค้นหาวิธีนำวัสดุทางธรรมชาติ มาสร้างสรรค์เป็นข้าวของเครื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ดังนี้

- 1) เลื่อ สำหรับปูนั่ง นอน ละหมาด หรือแม่กระทั่งปูรองศพสุดท้ายนำไปฝังกุโบร์หรือสุสานของชาวมุสลิม
- 2) เณร ซึ่งใช้ไล่ข้าวเปลือก ข้าวสาร อาหารแห้ง
- 3) จง สำหรับใส่เกลือ กระป๋อง ไซในครัวเรือนต่างๆ
- 4) หมวกยา ไซยาเส้น ไซจากและสติก
- 5) หมวกดินขาว ไซเครื่องประดับตกแต่งต่างๆ (คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 2563)

อย่างไรก็ตาม เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนไป ได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเดยหนามให้มีหลากหลายมากขึ้น จากเดิมที่จักสานเพื่อใช้ในครัวเรือน เริ่มเป็นการสานจำหน่ายเชิงพาณิชย์ มีทั้งเป็นของฝาก ของที่ระลึก เครื่องใช้ต่างๆ เช่น กระเป๋า หมวก ก่องเอนกประสงค์ ปกสมุด ปกแฟ้ม ของใส่โทรศัพท์ ไซแว่นตา ไซแทปเลต ฯลฯ

### 2) มาตรฐานชุมชนผลิตภัณฑ์เดยหนาม

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม (2552) ได้กำหนดมาตรฐานชุมชนผลิตภัณฑ์เดยหนาม ดังนี้

-ลักษณะทั่วไป ต้องมีรูปทรงสวยงาม เหมาะสมกับประโยชน์ใช้สอย ไม่บิดเบี้ยว หรือเอนเอียง ต้องไม่มีราปรากฏให้เห็นอย่างเด่นชัดตลอดชิ้นงาน

-เส้นใยเดยหนาม ต้องมีขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง ไม่มีรูคดง รอยคดง หรือกระ อยางเด่นชัด ต้องเรียบ มั่นคง

นุ่ม เหนียว ไม่เปราะ ขาด หรือแตก

-การถักสาน ต้องเรียบเสมอกัน แน่นหนา มีช่องไฟสม่ำเสมอ เส้นไม่บิด หัก งอ ขาด หรือแตก

-ลวดลาย (ถ้ามี) ต้องประณีต สวยงาม สม่ำเสมอ และต้องไม่เห็นรอยต่อตลอดชิ้นงานอย่างเด่นชัด

-สี (ถ้ามี) ต้องมีสีสม่ำเสมอ ยกเว้นกรณีที่มีการย้อมไล่ระดับสี หรือสาดสีลงในชิ้นงานเดียวกัน สีต้อง ไม่

ตก และเมื่อดูบผลิตภณฑแล้วสีต้องไม่ติดมือ

-การเก็บริม ต้องเรียบรอยสวยงาม ประณีตสม่ำเสมอตลอดชิ้นงาน

-การประกอบทวยวัสดุอื่น (ถ้ามี) การประกอบทวยวัสดุอื่นเพื่อให้เกิดความแข็งแรง มั่นคง สวยงาม ต้องมีความ

ประณีต เหมาะสม ติดแน่น คงทน

-การเคลือบเงา (ถ้ามี) ต้องเรียบ มีความเงาสม่ำเสมอ ไม่กรอบ ไม่แตก ไม่หลุดลอก ไม่เป็นเม็ด และไม่ทำให้

ชิ้นงานขาดความสวยงามตามธรรมชาติ

-การใช้งาน ต้องสามารถใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน

-การบรรจุ หากมีการบรรจุ ให้บรรจุผลิตภัณฑ์จากใบเตยหอมในภาชนะบรรจุที่สะอาดเรียบร้อย และแข็งแรง

พอที่จะป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์จากใบเตยหอมได้

### 3. อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

อัตลักษณ์ (Identity) มาจากคำว่า “อัต” ซึ่งหมายถึง ตนเอง และคำว่า “ลักษณ์” ซึ่งหมายถึง

ลักษณะเฉพาะ ซึ่งเมื่อรวมคำว่า “อัตลักษณ์” จึงหมายถึง ผลรวมของลักษณะเฉพาะของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งทำให้สิ่งนั้น

เป็นที่รู้จักหรือจดจำได้ (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2550) ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลจากสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาด

กลางและขนาดย่อม (2555) ที่ให้ความหมายของคำว่า “อัตลักษณ์” ในทิศทางของการพัฒนา โดยหมายถึง

คุณลักษณะเฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์และบริการ ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่น อาทิ วัตถุประสงค์ ผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ การสื่อสาร การส่งเสริมการตลาด ฯลฯ ทั้งนี้คุณลักษณะช่วยสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นในการแข่งขัน ช่วยสร้างความสนใจจากลูกค้า อีกทั้งช่วยลดการแข่งขันด้านการตลาด จัดเป็นกลยุทธ์หนึ่งของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยวิสาหกิจชุมชนเป็นฐาน

### 3.1 องค์ประกอบและวิธีการสร้างอัตลักษณ์

ในส่วนของคุณลักษณะผลิตภัณฑ์ชุมชน องค์ประกอบที่จำเป็นสำหรับกระบวนการสร้างอัตลักษณ์ มีดังนี้ (ปรับปรุงจากพิบูล วิจารณ์ธรรม, (2559); เสริมศักดิ์ ขุนพล, (2558); Kotler, (2016))

1. แนวคิดที่มาของอัตลักษณ์ โดยแนวคิดที่มาของอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน อาจมาจากตราสัญลักษณ์ คำขวัญ สัญลักษณ์ประจำท้องถิ่น ประเพณี การแต่งกาย ภาษา สถานที่ท่องเที่ยว สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การออกแบบลักษณะเฉพาะของพื้นที่ ฯลฯ ของพื้นที่ชุมชนนั้นๆ

2. การสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือกลุ่มเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน สามารถดำเนินงานสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นได้ดังนี้

2.1 อัตลักษณ์ด้านแนวคิดการพัฒนา โดยสร้างแนวคิดที่มาจากการพัฒนาอัตลักษณ์ที่แตกต่างกัน โดยที่มาจากแนวคิดอาจมาจาก ตราสัญลักษณ์ คำขวัญ สัญลักษณ์ประจำท้องถิ่น ประเพณี การแต่งกาย ภาษา สถานที่ท่องเที่ยว ฯลฯ

2.2 อัตลักษณ์ด้านประเภทผลิตภัณฑ์ โดยการสร้างอัตลักษณ์ให้กับประเภทผลิตภัณฑ์ที่ต่างกัน ให้ความหลากหลายในประเภทผลิตภัณฑ์ เช่น ผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย ผลิตภัณฑ์เครื่องประดับ ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในครัว ผลิตภัณฑ์ประดับตกแต่งบ้าน ฯลฯ

2.3 อุดมลักษณะด้านเทคนิควิธีการพัฒนา โดยการวิเคราะห์เทคนิควิธีการพัฒนาที่แตกต่างกัน อันทำให้ได้ผลงานที่แตกต่าง เช่น วิชาเทคนิคการพับ การเย็บ การฉีก การทอ การถัก การร้อย ฯลฯ

2.4 อุดมลักษณะด้านบุคลิกภาพ เป็นการจัดทำผลิตภัณฑ์หรืองานสร้างสรรค์ให้มีบุคลิกภาพหรือสะท้อนความเป็นตัวตนที่แตกต่างกัน โดยบุคลิกภาพอาจจะสื่อสารผ่านอารมณ์ ความรู้สึก ลักษณะนิสัย สไตล เช่น บุคลิกภาพลุคขี้มูมลูก ร่าเริงสดใส รักหรือเป็นมิตรกับธรรมชาติ ฯลฯ

2.5 อุดมลักษณะด้านรูปปลักษณ์ เป็นการจัดทำผลิตภัณฑ์ให้มีรูปปลักษณ์ความเป็นรูปธรรมที่สัมผัสได้ผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้าที่แตกต่างกัน ตัวอย่างรูปปลักษณ์อาจเป็นแบบ ขนาด สี กลิ่น รส ของผลิตภัณฑ์ ฯลฯ

2.6 อุดมลักษณะด้านคุณประโยชน์ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สามารถสร้างคุณประโยชน์ที่เป็นอุดมลักษณะที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น เช่น สรรพคุณ ขั้นตอนการทำงาน ประโยชน์ไร้รอย ฯลฯ

## ❖ เข้างถึง : แนวทางการพัฒนา

ภายหลังจากที่ “เขาใจ” ข้อมูลพื้นฐานที่เกี่ยวข้อง จำเป็นที่จะต้องดำเนินการ “เข้างถึง” แนวทางการพัฒนาที่จะพัฒนาไปในทิศทางใด เนื่องจากอุดมลักษณะชุมชนมีมากมายและหลากหลาย จึงจำเป็นต้องมีขั้นตอนในการดำเนินงานว่าจะคัดเลือก อุดมลักษณะใด อย่างไร ซึ่งจากงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาอุดมลักษณะผลิตภัณฑ์กลุ่มเครือข่ายเตยหนามจักสานจังหวัดยะลาฯ ได้มีการดำเนินงานเลือกอุดมลักษณะผลิตภัณฑ์ โดยวิธี “การสนทนากลุ่ม” รวบรวมข้อมูลจากภาคีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้แก่ ประธานและบุคลากรฝ่ายผลิตจาก 4 อูรกิจชุมชนกลุ่มเครือข่ายเตยหนามจักสานจังหวัดยะลา อูรกิจละ 2 คน รวมทั้งสิ้น 8 คน และผู้เชี่ยวชาญด้านงานพัฒนาอุดมลักษณะผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งจากภาครัฐและภาคเอกชนจำนวน 4 คน รวมผู้เชี่ยวชาญสนทนากลุ่มทั้งสิ้น 12 คน ดำเนินงานผ่าน 3 ขั้นตอน อันประกอบด้วย การระดมความคิด

คิดเห็นถึงอัตลักษณ์จังหวัดยะลา การกลั่นกรองอัตลักษณ์จังหวัดยะลา และการคัดเลือกอัตลักษณ์ที่ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มเครือข่ายเตยหนามจักสานจังหวัดยะลา โดยมีรายละเอียดดังนี้

### 1. การระดมความคิดเห็นถึงอัตลักษณ์จังหวัดยะลา

คำถามสนทนากลุ่ม “นึกถึงจังหวัดยะลา นึกถึงเรื่องอะไร”

ผลการสนทนากลุ่ม ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้แสดงความคิดเห็นโดยใช้เทคนิคการ์ด (Technical Card) ผ่านกระดาษโพสต์อิท (Post it) เขียนคำตอบเป็นข้อความสั้นๆ ถึง “อัตลักษณ์ยะลา” ลงบนกระดาษโพสต์อิท / แผ่นต่อ / คำตอบ ทั้งยังสามารถเขียนแสดงความคิดเห็นได้มากกว่า / คำตอบ แต่ต้องเขียนลงบนกระดาษโพสต์อิทแผ่นใหม่ จากนั้นจึงนำคำตอบมาติดที่บอร์ด ซึ่งจากการจัดหมวดหมู่คำตอบที่เหมือนกันและสังเคราะห์รวบรวมข้อมูลทั้งหมดได้ 35 คำตอบ ดังปรากฏผลในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการระดมความคิดเห็น “อัตลักษณ์ยะลา”

| สมิหลา        | กลวยหิน  | ดอกพิกุล | ต้นไม้      | ช้างเผือก | นกเขา     |              |
|---------------|----------|----------|-------------|-----------|-----------|--------------|
| แห            | ทุเรียน  | ลองกอง   | ดอกประดู่   | สะตอ      | พลูบาโกย  | เงาะป่าช่าโก |
| กรีซ          | สาปาดะ   | สาบาดิก  | ว่านบุหลัน  | ตลาดเช้า  | วัดถ้ำ    | บ่อน้ำร้อน   |
| ฝั่งเมืองส่วย | ภูเขายอด | ทหาร     | ระเบิด      | บังเกอร์  | โคลิเซียม | เมืองแห่งนก  |
| เมือง         | ป่า      | เสื่อผืน | สี่ล้ออาคาร | อุโมงค์   | พหุ       | กระท่อม      |
| ในหมอก        | ฮาลาบาลา | กระสอบ   | สถานีรถไฟ   | ปิยะมิตร  | วัฒนธรรม  | ปลายนา       |



## 2. การกลั่นกรองอัตลักษณ์จังหวัดยะลา

คำถามสนทนากลุ่ม “ข้อใดที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะของจังหวัดยะลาเท่านั้น”

ผลการสนทนากลุ่ม ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้รวมระดมความคิดเห็นพิจารณากลั่นกรองเลือกเฉพาะที่เป็นอัตลักษณ์จังหวัดยะลา โดยตัดข้อที่ไม่ใช่ข้อ ท้ายเหตุผลซึ่งเป็นฐานคิดในการตัดออกดังนี้

- เป็นอัตลักษณ์รวมที่มีทั่วไปแทบทุกที่หรือพบในหลายจังหวัด ซึ่งได้แก่คำตอบดังนี้ ดนตรี โกลก ภูเขา ยอดทุเรียน บ่อน้ำร้อน กระต่อมปลายนา ดอกประดู่ และตลาดเช้า

- เป็นอัตลักษณ์รวมสามจังหวัดชายแดนใต้ ซึ่งได้แก่ ผาป่าเต๊ะ ผาบาติก วาบูหลัน และกะตอ

- เป็นอัตลักษณ์ที่พบพื้นที่อื่นซึ่งโดดเด่นกว่า ซึ่งได้แก่ นกเขา (อำเภอจะนะ จังหวัดสงขลาโดดเด่นและชัดเจนกว่า) และลองกอง (จังหวัดนราธิวาสโดดเด่นเรื่องชื่อมากกว่า)

- อัตลักษณ์ที่ให้ความรู้สึกในแง่ลบ ซึ่งได้แก่ ระเบิด และเลือดฝากระสอย

- สิ่งที่คุณเชื่อ ไม่แน่ใจว่าจะเป็นอัตลักษณ์ใดหรือไม่ เช่น โคลิเซียม (ซึ่งเป็นทางสรรพสินค้าในพื้นที่จังหวัดยะลา)

ด้วยเหตุนี้ จาก 35 คำตอบ มีการตัดข้อที่ไม่ใช่ข้อ 12 คำตอบ จึงคงเหลืออัตลักษณ์ที่เป็นเฉพาะของจังหวัด

ยะลา รวมทั้งหมด 23 คำตอบ ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการกลั่นกรองเลือก “อัตลักษณ์ยะลา”

|           |           |          |              |          |         |              |
|-----------|-----------|----------|--------------|----------|---------|--------------|
| ส้มโชกุน  | กล้วยหิน  | ดอกพิกุล | ช้างเผือก    | พลูบาโกย | แห      | ผิงเมืองส่วย |
| ปลาตะเพิด | ข้าวมือลอ | กิริช    | ทหาร         | ไก่เบตง  | วัดถ้ำ  | ดอกดาหลา     |
| เมือง     | เมือง     | ป่า      | ลิ้นจี่อาคาร | อุโมงค์  | เงาะป่า | ตลาด         |
| ในหมอก    | แห่งนก    | ชาลาบาตา | สถานีรถไฟ    | ปิยะมิตร | ชาไก่   | ลาดพร้าว     |
| บึงเกอร์  | ปลาจีน    |          |              |          |         |              |

### 3. การคัดเลือกอัตลักษณ์เพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มเครือข่ายเตยหนามจิกสถานจังหวัดยะลา

คำถามสนทนากลุ่ม “อัตลักษณ์ใดที่เหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มเครือข่ายเตยหนามจิกสถานจังหวัดยะลา

ผลการสนทนากลุ่ม ผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มได้พิจารณาและคัดเลือกโดยใช้หลักเกณฑ์หวัดเลือก  
 อัตลักษณ์ 2 คำตอบที่คิดว่าเหมาะสมที่จะนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มเครือข่ายเตยหนามจิกสถานจังหวัดยะลา  
 ซึ่งปรากฏผลคะแนนดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการคัดเลือกอดีตเกษียณผลิตภัณฑกลุ่มเครือข่ายเตยหนามจิกล้านจังหวัดยะลา

| อดีตเกษียณผลิตภัณฑจังหวัดยะลา | ความถี่ | ร้อยละ |
|-------------------------------|---------|--------|
| กล้วยหิน                      | 7       | 29.17  |
| ป้าฮาตาบาตา                   | 6       | 25.00  |
| ผิงเมืองส่วย (โยแมงมูม)       | 6       | 25.00  |
| เงาะป่าซาโก                   | 3       | 12.50  |
| ดอกพิทุล                      | 2       | 08.33  |
| รวม                           | 24      | 100.00 |

จากตารางที่ 3 ผลการคัดเลือกอดีตเกษียณผลิตภัณฑกลุ่มเครือข่ายเตยหนามจิกล้านจังหวัดยะลา พบเป็นดังนี้ อดีตเกษียณป้าฮาตาบาตา คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 29.17 ผิงเมืองส่วย (โยแมงมูม) และกล้วยหิน คิดเป็นสัดส่วนที่เท่ากัน คือร้อยละ 25.00 ส่วนเงาะป่าซาโก และดอกพิทุล ร้อยละ 12.50 และ 08.33 ตามลำดับ

.....

## ❖ พัฒนา : รวมมือสร้างสรรคเพื่อสิ่งที่ดีกว่า

จากผลการ “เข้าถึง” คณะทำงานโครงการได้ปฏิบัติการพัฒนารายละเอียดหรือรูปแบบอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ กลุ่มเครือข่ายเตยหนามจิกล้านจังหวัดยะลา ดังนี้

### 1. กำหนดอัตลักษณ์รวม

คณะทำงานโครงการได้เลือก “ป่าฮาลาบาลา” เป็นอัตลักษณ์รวมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เครือข่ายเตยหนามจิกล้านจังหวัดยะลา เนื่องจากฮาลาบาลาเป็นป่าในยะลาที่อุดมสมบูรณ์และหลากหลายทาง ธรรมชาติสูง ทั้งด้านพรรณไม้มัตถ์ป่า และทรัพยากรธรรมชาติ เช่นเดียวกันกับการพัฒนาที่หลากหลายกลุ่มผลิต หลากหลายผลิตภัณฑ์ และหลากหลายเทคนิคผลิต

### 2. กำหนดอัตลักษณ์ย่อย

คณะทำงานโครงการได้กำหนดและพัฒนาอัตลักษณ์ย่อย 4 ธุรกิจชุมชนกลุ่มเครือข่ายเตยหนามจิกล้าน จังหวัดยะลา ดังนี้

- วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสันติภาพวังพญา

ที่ตั้ง 119 หมู่ 2 ตำบลวังพญา อำเภอรามัน จังหวัดยะลา 95000

อัตลักษณ์ย่อย : ผลิตภัณฑ์เป็นทิวทัศน์ภูมิทัศน์ใหม่ อาทิ กระเป๋าใบตุง / กระเป๋าใบแพค /

ของใช้ทอผ้าไหม ฯลฯ ที่ใช้อัตลักษณ์ย่อยในการพัฒนา ได้แก่ “พรรณไม้ป่าฮาลาบาลา” สร้างสรรค์ผลงานโดยใช้ เทคนิคการสาน/การเพนต์ลวดลายกราฟฟิค ก่อเกิดผลงาน Set “Halagraph” ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 ผลงานที่ได้สู่ปรณไอที Set "Halagraph"

■ วิชาหกิชุมชนบุงหาปองาเต็ง

ที่ตั้ง

๕๕ หมู่ 6 ตำบลบางโงยชีแน อำเภอยะหา จังหวัดยะลา 95120

อัตรักษณียอย :

ผลิตภัณฑเป็นเครื่องประดับ อาทิ ตุ้มหู / สร้อยขอมือ / สร้อยคอ ฯลฯ

ที่ไร้อัตรักษณียอยในการพัฒนา ไคแก “เทือกเขาสันการาครีแห่งป่าฮาลาบาลา” สร้างสรรค์ผลงานโดยไฮเทคนคการสาน

และการเพนทล ก่อนนำมาเคลือบเรซิน ก่อเกิดผลงาน Set “Halasin” ดังภาพที่ ๕



ภาพที่ ๕ ผลงานเครื่องประดับ Set “Halasin”

- กลุ่มอาชีพจากเตยหนามชุมชนสะเตงนอก

ที่ตั้ง 152/1 หมู่ 6 บ้านพญาโละ ตำบลสะเตงนอก อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา 95000

ผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์เป็นกระเป๋าสาน อาทิ กระเป๋าสตางค์ / กระเป๋าคอมพิวเตอร์ / กระเป๋าสบาย ฯลฯ

ที่ไร้อุตสาหกรรมย่อยในการพัฒนา ได้แก่ “ไปป่าฮาลาลา” สร้างสรรค์ผลงาน โดยใช้เทคนิคการสาน/การเพ้นท์

ลายเส้น ก่อเกิดผลงาน Set “Halaline” ดังภาพที่ 6





ภาพที่ 6 ผลงานกระเป๋า Set “Halaline”

- กลุ่มผู้สูงอายุบ้านกำปงนิบง

ที่ตั้ง หมู่ที่ 9 ตำบลบุคิ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา 95000

อัตลักษณ์ย่อย : ผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องเขียน อาทิ กล้องดินสอ/ สมุดดินสอ/ แฟ้มเอกสาร ฯลฯ

ที่ไร้อัตลักษณ์ย่อยในการพัฒนา ได้แก่ “สัตว์ป่าเขาบาบา” สร้างสรรค์ผลงานโดยใช้เทคนิคการสาน/การเพนต์แบบไล่สี

ก่อให้เกิดผลงาน Set “Halawa” ดังภาพที่ 7



ภาพที่ ๕ ผลงานเครื่องเขียน Set “Talawa”

### ข้อเสนอแนะการพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. ควรเลือกอัตลักษณ์ที่มีมิติเกี่ยวกับความแตกต่าง ความหลากหลาย และการเชื่อมโยงกับสังคม เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านการผลิตและการตลาด ดังตัวอย่าง เหตุผลที่เลือกอัตลักษณ์ “ป่าฮาลาบาลา” เนื่องจากเป็นอัตลักษณ์ที่แตกต่างไม่มีใคร สามารถสร้างความต่างใดหลากหลาย (เช่น พรรณไม ดอกไม้ สัตว์ป่า เทือกเขา ลายผ้า ฯลฯ) และมีการเชื่อมโยงกับสังคมที่ต้องการอนุรักษ์ธรรมชาติ

2. หากเป็นอัตลักษณ์กลุ่มเครือข่ายหรือคลัสเตอร์ เสนอแนะให้ใช้อัตลักษณ์รวมเรื่องเดียวกัน หากแต่ให้มีความแตกต่างซึ่งอัตลักษณ์ย่อยของแต่ละธุรกิจชุมชนที่อยู่ในกลุ่ม โดยอัตลักษณ์ย่อยอาจเป็นด้านที่มาของแนวคิด ประเภทผลิตภัณฑ์ เทคนิคการผลิต สไตล์หรือบุคลิกภาพผลิตภัณฑ์ ฯลฯ เพื่อให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายจดจำถึงความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นหรือธุรกิจอื่น นอกเหนือจากนี้ยังเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การจัดการส่วนประสมผลิตภัณฑ์ เพื่อเสริมศักยภาพให้แต่ละธุรกิจในเครือข่ายหรือคลัสเตอร์มีความโดดเด่นและความสามารถเหนือคู่แข่ง

## ❖ บรรณานุกรม

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. (2563). องค์ความรู้คุณค่าและมรดกทางภูมิปัญญาและวัฒนธรรม  
พื้นถิ่นจังหวัดยะลา ภูมิปัญญาท้องถิ่นหัตถกรรมจักสานจากใบเตยหนามชุมชนสะเตงนอก อำเภอเมือง  
จังหวัดยะลา. ยะลา : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

นิราวัต ตานีเห็ง และสุไลณี อาแด. (2561). การสื่อสารเพื่อการบริหารจัดการจัดกลุ่มสืบทอดและพัฒนา  
ผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นจากเตยหนาม ชุมชนพงปู่๊ะ ตำบลสะเตงนอก อำเภอเมือง จังหวัดยะลา.  
ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

พิบูล ไวจิตรกรรม. (2559). การสร้างอัตลักษณ์สินค้าให้กับผลิตภัณฑ์ฮาลาลในประเทศไทย. วารสารวิชาการศิลปะ  
สถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนครสวรรค์, 7(1), 95-107.

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดระยอง. (2550). เขาใจ เขาถึง พัฒนา : ศาสตร์พระราช เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน.  
[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก <https://rayong.prd.go.th/th/content/page/index/id/60072>.

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, (2552). มาตรฐานชุมชนผลิตภัณฑ์จาก  
ใบเตยหนาม. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก  
[http://tcps.tisi.go.th/pub/tcps52\\_46.pdf](http://tcps.tisi.go.th/pub/tcps52_46.pdf). (วันที่ค้นข้อมูล 4 มกราคม 2564).

สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2550). อัตลักษณ์. [ออนไลน์]. คนเมื่อ 27 สิงหาคม 2565, จาก :  
<https://citly.me/yQfwk>.

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555). *อัตลักษณ์ไทย* *ทุนความคิด* *ทุนสร้างสรรค์*. ปทุมธานี :

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เสริมศักดิ์ ขุนพล. (2552). การศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมความเชื่อของชุมชนเกาะยอ. วารสารปริทัศน์

มหาวิทยาลัยทักษิณ (ฉบับพิเศษ), 22(3), 22-103.

ศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ(องค์กรมมหาชน). (2562). *งานศิลปหัตถกรรมประเภทจักสานเดชาปาหนัน*

โบลาน. [ออนไลน์].เข้าถึงได้จาก

<https://www.sacict.or.th/uploads/items/attachments/ff2fd343aadac022034cc22e>

02000f221\_22f6e940db4f4097ccae214a2b252cd0.pdf. (วันที่ค้นข้อมูล 4 มกราคม

2564).

อัปสร อีซอ, ณัฐญาวิรัช เบญจนา, อุษณีย์ พรหมศรียา, ปพน บุษย์มาลัย, ยารอนะ ศรีอำมหิต และรอมชี แตมาลา.

(2565). รายงานผลการดำเนินงานโครงการบริการวิชาการเรื่อง การพัฒนาและถ่ายทอดองค์ความรู้และนวัตกรรม

สร้างสรรค์ธุรกิจด้วยเศรษฐกิจสร้างสรรค์สู่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนภาคใต้. ยะลา :

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

อัปสร อีซอ, นันทรัตน์ นามบุรี, อุษณีย์ พรหมศรียา, ณัฐญาวิรัช เบญจนา และยารอนะ ศรีอำมหิต. (2565).

การพัฒนาอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครือข่ายเตยหนามจากสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์.

ยะลา : มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

*Kotler, P. (2016). Marketing Management. 15th ed. New Jersey : Prentice-Hall*

*International Inc.*

### บุคลากรกรม

รอยีระ เยาะลีมา (ผู้ให้สัมภาษณ์). อภิธร อี้ออ (ผู้ให้สัมภาษณ์). ที่สถานประกอบการ 32 หมู่ 2 ตำบลวังพญา อำเภอรามัน

จังหวัดยะลา เมื่อวันที่ 4 มกราคม 2565.

มาซิดา๊ะ ละมะฮือ (ผู้ให้สัมภาษณ์). อภิธร อี้ออ (ผู้ให้สัมภาษณ์). ที่สถานประกอบการ 32 หมู่ 2 ตำบลวังพญา อำเภอ

รามัน จังหวัดยะลา เมื่อวันที่ 4 มกราคม 2565.