

แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี

Guidelines for the Potential Development of Nakha Silk Product Community Enterprise Udon Thani Province

อุมพร โวลา และ อุดม สมบูรณ์ผล

มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น

Umaporn vola and udom somboonpol

Western University, Thailand

Corresponding Author, E-mail address : tonao_777@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันทางศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี (2) ศึกษาสภาพแวดล้อมในการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี และ (3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยด้วยวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี จำนวน 25 ท่าน และสนทนากลุ่ม (Focus group) จำนวน 6 ท่าน

ผลการวิจัยพบว่า (1) เศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนการสร้างเสริมมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ลักษณะและความสามารถในการบริหารจัดการ และพฤติกรรมของผู้บริโภค เป็นบทสะท้อนความสามารถในการแข่งขันทางศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี (2) สภาพแวดล้อมในการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจ โดยอิงจากสิ่งที่ค้นพบจากปัจจัยดังนี้ 1) ปัจจัยภายใน ได้แก่ คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม การบริหารจัดการกลุ่ม การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม การส่งเสริมการเรียนรู้ เงินทุน และผลิตภัณฑ์ 2) ปัจจัยภายนอก ได้แก่ สังคม และวัฒนธรรมเทคโนโลยีสารสนเทศ สภาพเศรษฐกิจ การเมืองและกฎหมายเครือข่าย การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกคู่แข่ง ลูกค้า และเจ้าของปัจจัยการผลิต และ (3) แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี ได้แก่ การสร้างความได้เปรียบทางด้านต้นทุน การสร้างความแตกต่างในด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม การพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชน การมุ่งตลาดเฉพาะส่วน และการสร้างภาพลักษณ์ที่ตอบสนองความต้องการที่ให้ทันสมัยให้เยาวชนคนรุ่นใหม่ได้ศึกษาเรียนรู้ต่อไป

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนา; ศักยภาพวิสาหกิจชุมชน; ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

* วันรับบทความ : 26 สิงหาคม 2566; วันแก้ไขบทความ 5 กันยายน 2566; วันตอบรับบทความ : 6 กันยายน 2566

Received: August 26 2023; Revised: September 5 2023; Accepted: September 6 2023

Abstracts

The research study were three objectives: (1) to study the competitiveness of Naka silk products community enterprise, Udon Thani Province (2) to study the environment for developing the potential of Nakha silk products community enterprise, Udon Thani Province and (3) to study guidelines for developing the potential of Nakha silk community enterprise, Udon Thani Province. The researcher conducted the research with qualitative research by using in-depth interviews from key informants about Nakha silk community enterprise, 25 people and focus group, 6 people.

The results were concluded that: (1) foundation economy of community enterprises, product value creation, management characteristic and abilities, including consumer behavior reflects the competitiveness of Naka silk products community enterprise, Udon Thani Province (2) The environment for the development of enterprise potential based on the findings from the following factors: 1) internal factors, namely the Board of Directors and group members, group management, participation of group members, learning promotion, funding, and products 2) external factors, namely society, culture, information technology, economic conditions, politics, networking laws, supporting from outside agencies, competitors, customers, and owners of production factors; and (3) Guidelines of the potential development of Nakha Silk Community Enterprise, Udon Thani Province, namely creating a cost advantage, differentiating in the style of silk products, developing the capability of community enterprises, targeting a specific market, and creating image that meets modern needs for young people to continue to learn.

Keywords: Development guidelines; community enterprise potential; silk products.

บทนำ

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) ซึ่งเป็นยุคที่มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาสนับสนุนการดำเนินงานทางธุรกิจ บริการเทคโนโลยีดิจิทัลมีแนวโน้มในการเติบโตอย่างต่อเนื่องและขยายวงกว้างออกไปทั่วโลก การเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจโลกในปัจจุบันครั้งนี้ได้ส่งผลกระทบต่อ การดำเนินชีวิตของประชากรโลกในปัจจุบันเป็นอย่างมาก ประชากรมีแนวโน้มที่ต้องพึ่งพาอาศัยการติดต่อสื่อสารผ่านอินเทอร์เน็ตกันมากขึ้น (Jomkham, S. and Metasuttirat, J., 2021) จากยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ ๒๐ ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) “มุ่งมั่นให้ประเทศไทยเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วในศตวรรษที่ 21” เพื่อพัฒนาประเทศไทยให้ก้าวไปข้างหน้าด้วยความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน ให้คนไทยมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ดำเนินการตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยได้กำหนดเป้าหมายชัดเจน ในยุทธศาสตร์ที่ ๒ ได้กล่าวถึงเรื่องของการพัฒนาผู้ประกอบการและเศรษฐกิจชุมชน พัฒนาทักษะผู้ประกอบการ ยกกระดับผลิตภาพ แรงงานและพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) สู่สากล (Imprasert, K., 2021) พร้อมทั้งการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่จะพัฒนาระดับเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ก่อให้เกิดผลดีต่อเศรษฐกิจฐานราก เสริมสร้างรายได้ภาคเกษตรกร ลดการสูญเสียของผลผลิตทางการเกษตร ลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม การ

สร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำและการพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อม ขนาดเล็กและขนาดกลาง วิสาหกิจชุมชนและวิสาหกิจเพื่อสังคม จึงได้มีการส่งเสริมให้เกษตรกรเกิดการรวมกลุ่มกันเองในชุมชน (Chaisinson, S., 2021) จากบทบาทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นพลังสำคัญที่สนับสนุนการเติบโตใน ทุกภาคส่วนของเศรษฐกิจไทย เป็นเสมือนฟันเฟืองที่ทำให้ประเทศเดินไปข้างหน้า เป็นกลไกที่ช่วยกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจไปสู่ภาคประชาชนอย่างทั่วถึง และที่สำคัญคนไทยจำนวนมากโดยส่งเสริมให้เกิดการขึ้นทะเบียนวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ทำให้มีจำนวนวิสาหกิจชุมชนเพิ่มสูงขึ้น (Nithichaianan, N. and Pattanachatchai, N., 2020) ซึ่งเป็นประเด็นแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับศักยภาพ ความพร้อมและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และเกิดเครือข่ายของ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่สามารถเชื่อมโยงไปยังวิถีชีวิตชุมชน วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนเป็นผลนำไปสู่การสร้างงาน สร้างรายได้สร้างมูลค่าเพิ่ม จึงมีความจำเป็นต้องปรับปรุงและพัฒนาการผลิต การบริการของตนเองให้มีประสิทธิภาพและมีต้นทุนต่ำอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในตลาด ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวของผู้ประกอบการนั้นถือว่าเป็นผลที่ดีต่อผู้บริโภค (Sattayaprasert, S. and Avirutha, A., 2021) ให้มีศักยภาพในการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มได้รวมถึงประเทศไทย เนื่องจาก SMEs ใช้เงินทุนจำนวนไม่สูงมาก มีการบริหารจัดการที่ไม่ซับซ้อนเมื่อเทียบกับกิจการขนาดใหญ่ ดังนั้นบทบาทของ SMEs จึงไม่ได้เป็นเพียงกิจการที่สนับสนุนการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในระดับประเทศเท่านั้นแต่ยังมีบทบาทสำคัญมากขึ้นในระดับธุรกิจภาคประชาชนที่นำไปสู่การกระจายรายได้ที่ดีขึ้นซึ่งจะช่วยสร้างความเข้มแข็งต่อระบบเศรษฐกิจและสนับสนุนให้เศรษฐกิจเติบโตได้อย่างยั่งยืน (Chatwiriyanont, T., Koolrojanapat, S. and Somjai, S., 2021)

ดังนั้นแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนจึงต้องปรับตัวให้ก้าวทันตามความเปลี่ยนแปลงและพัฒนาตนเองเพื่อให้องค์กรมีการ เจริญเติบโตอย่างมีเสถียรภาพโดยเฉพาะในส่วนงานที่สำคัญอย่างเป็นระบบ ควร มีการสร้างแผนแม่แบบในการเปลี่ยนแปลง จะต้องมีการประเมินสถานการณ์ขององค์กร เพื่อให้เห็นช่องว่างของความแตกต่างระหว่างองค์กรในปัจจุบันกับองค์กรที่ ควรจะเป็นในอนาคต หลังจากนั้นจะต้องมีการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคขององค์กร เพื่อที่จะนำจุดแข็งขององค์กรมาผลักดันการพัฒนาองค์กรเป็นรากฐานในการเสริมสร้างศักยภาพ และความสามารถในการแข่งขันการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Ueathammatawon, T., Thanajitchai, N. and Chareonsuk, S., 2021) จากสถานการณ์ข้างต้นทำให้เห็นถึงปัญหาในการประกอบธุรกิจ คือ 1) ปัญหาด้านการตลาด ซึ่งยังขาดความรู้ความสามารถในด้านการตลาดในวงกว้าง โดยเฉพาะ ตลาดในต่างประเทศ 2) ขาดแคลนเงินทุน มักประสบปัญหาการขอกู้เงินจากสถาบันการเงิน เพื่อมา ลงทุนหรือขยายการลงทุนหรือเป็นเงินทุนหมุนเวียน 3) ปัญหาด้านแรงงาน แรงงานที่ทำงานมีปัญหา การเข้าออกสูง 4) ปัญหาข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีการผลิต โดยทั่วไปผู้ประกอบการและพนักงานมัก ขาดความรู้พื้นฐานที่รองรับเทคนิควิชาที่ทันสมัย 5) ข้อจำกัดด้านการจัดการ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม มักขาดความรู้ในการจัดการหรือการบริหารที่มีระบบ ใช้ประสบการณ์จากการเรียนรู้ โดยเรียนลูกเรียนผิดเป็นหลัก และ6) ปัญหาข้อจำกัดในการรับรู้ข่าวสารข้อมูล (Parinyasutinun, U., 2021) จากที่กล่าวมาข้างต้นวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผ้าไหมมัดหมี่นาข้า จังหวัดอุดรธานี เป็นวิสาหกิจชุมชนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะในท้องถิ่น มีเสน่ห์ในตัวเอง เป็นการสร้างสีสันให้กับงานฝีมือที่โดดเด่น พร้อมทั้งเป็นแหล่งที่มีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักในการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ แต่ในสภาพปัญหาในปัจจุบันกับพบว่ายังขาดทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย รูปแบบผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นการผลิตในรูปแบบเดิมๆ ขาดการพัฒนา รูปแบบลวดลายและผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย พร้อมทั้งสภาพปัญหาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนก็ยังมียัง อาทิ เช่น ด้านผู้นำและการบริหารวิสาหกิจชุมชน ด้านการบริหารตลาด ด้านการจัดการความรู้และข้อมูล ด้านการบริหารสมาชิกวิสาหกิจ ชุมชน ด้านการจัดการสินค้าหรือบริการ ด้านระบบการเงินและการจัดสรรรายได้ผลตอบแทน ด้านการสร้างเครือข่ายและด้านอื่น ๆ เป็นต้น (Pantakai, A. and Keeariyo, C., 2021) ดังนั้นจากการศึกษาปัญหาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี” เพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืนให้กับคนในชุมชนประเภทกลุ่มผ้าไหมให้สามารถแข่งขันได้ ส่งผลให้มีการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพ โดยจะเป็นแนวทางอย่างไรจากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วเพื่อความอยู่รอดของธุรกิจโดยเฉพาะวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมให้มีความเจริญเติบโตในการบริหารจัดการให้ดียิ่งขึ้น เป็นรากฐานที่ดีในการพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชน สังคม และประเทศชาติให้เจริญเติบโตสู่ความยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันทางศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมในการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี” โดยผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) นำเสนอวิธีดำเนินการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

1. **ศึกษาข้อมูลจากเอกสารชั้นปฐมภูมิ** คือ โดยการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ซึ่งได้ดำเนินการศึกษาจากเอกสารทางวิชาการ ผลงานวิจัย บทความทางวิชาการต่างๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงข้อมูลทางวิชาการที่ได้จากการสืบค้นทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือสื่อทางเว็บไซต์ต่าง ๆ เพื่อให้ผู้วิจัยได้ข้อมูลที่ต้องการและจัดทำข้อมูลใหม่ให้ครอบคลุมกับความเป็นจริงมากที่สุด

2. **ประชากรกลุ่มเป้าหมาย** เนื่องจากการศึกษาวิจัยครั้งนี้แบ่งการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ขั้นตอน ซึ่งแต่ละขั้นตอนจะเกี่ยวข้องกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่แตกต่างกันตามวิธีดำเนินงาน ได้แก่

2.1) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยรวมมีจำนวนทั้งสิ้น 30 คน ประกอบด้วย 1) กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจ จำนวน 15 คน ได้แก่ ประธานกลุ่ม 5 คน รองประธานกลุ่ม 3 คน เลขานุการฝ่ายผลิต 2 คน ฝ่ายการตลาด 3 คน และฝ่ายการเงิน - บัญชี 2 คน 2) หน่วยงานภาครัฐที่ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จำนวน 10 คน ได้แก่ ผู้บริหารและเจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนของสำนักงานพัฒนาชุมชนและองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และ 3) นักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน

2.2) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อค้นหาคำตอบที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ที่ยังคลุมเครืออยู่โดยอาศัยกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เข้าร่วมสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากผู้แทน 3 กลุ่มกลุ่มละ 2 ท่าน โดยรวมทั้งสิ้นจำนวน 6 ท่าน ได้แก่ 1) กลุ่มผู้แทนจากกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจ 2) กลุ่มหน่วยงานภาครัฐที่ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน และ 3) กลุ่มนักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญ เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม นาข้าว จังหวัดอุดรธานี ต่อไป

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1) เครื่องมือ ได้แก่

3.1.1) แบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) จากข้อคำถามที่เปิดกว้างแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi Structure Interview) ทำการสัมภาษณ์ตามประเด็นของคำถามในการวิจัย

3.1.2) เครื่องบันทึกเทปหรือเครื่องบันทึกเสียงระบบดิจิทัล เครื่องถ่ายวิดีโอ หรือกล้องถ่ายรูป

3.2) ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือในการสัมภาษณ์

3.2.1) ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง

3.2.2) นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาข้อ มารวบรวมประมวลให้สอดคล้อง กับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดในการวิจัย

3.2.3) กำหนดกรอบแนวคิดในการสัมภาษณ์

3.2.4) สร้างข้อคำถามในการสัมภาษณ์โดยใช้คำถามปลายเปิด รวมถึงการใช้คำถามที่มีความชัดเจนเข้าใจได้ง่าย และเป็นที่น่าสนใจตรงกันทุกฝ่าย

3.2.5) นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นมาให้ผู้ทรงวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญ รวมทั้งนำมาให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความชัดเจนของเนื้อหา และความเหมาะสมให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาตลอดความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ในการสัมภาษณ์จริง

3.2.6) นำข้อเสนอแนะของผู้ทรงวุฒิหรือผู้เชี่ยวชาญและอาจารย์ที่ปรึกษา มาปรับแก้ไขแล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ เพื่อตรวจสอบความเข้าใจที่ชัดเจนในข้อคำถามต่างๆ

3.2.7) นำข้อมูลที่ได้จากการทดลองดังกล่าวมาปรับปรุงแก้ไข แล้วให้อาจารย์ ที่ปรึกษาตรวจสอบแบบการสัมภาษณ์อีกครั้งหนึ่งก่อนที่จะนำไปใช้ในการสัมภาษณ์จริงต่อไป

4. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Data) ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าวารสาร สิ่งตีพิมพ์ บทความต่างๆ โดยมีเนื้อหาที่ครอบคลุมตามแนวคิดและทฤษฎีจากเอกสารทางวิชาการ ผลงานวิจัย บทความทางวิชาการต่างๆ ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

4.2) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) โดยมีกระบวนการในการสัมภาษณ์ดังนี้ 1) เตรียมประเด็นและความพร้อมในการสัมภาษณ์ (โดยใช้แบบสัมภาษณ์) 2) นัด วัน เวลา สถานที่ ในการสัมภาษณ์ โดยการโทรศัพท์หรือทำหนังสือแจ้งไปยังผู้ถูกสัมภาษณ์ 3) ทำการสัมภาษณ์ และบันทึกข้อมูลพร้อมด้วยการบันทึกเสียง ถ่ายรูปด้วยกล้อง วีดีโอก่อนที่จะบันทึกผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ถูกสัมภาษณ์ก่อน 4) ตรวจสอบคุณภาพของข้อมูล 5) ทำการแปรผลการสัมภาษณ์ และ 6) หากมีข้อมูลไม่ครบหรือไม่สมบูรณ์ให้ทำการสัมภาษณ์เพิ่มเติมอีกครั้งตามลำดับ

4.3) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยมีกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้ 1)เตรียมการนัดหมายกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในเรื่องวัน เวลา สถานที่ 2) ชี้แจงวัตถุประสงค์ 3)ดำเนินการตามประเด็นที่กำหนดให้แต่ละคนได้แสดงความคิดเห็น 4) การจดบันทึกและใช้เทปบันทึกเสียง 5) สรุปความคิดเห็นในภาพรวมแต่ละประเด็นเป็นระยะๆ 6) รวบรวมข้อมูลและทำการถอดเทปบันทึก และ 7) สรุปภาพรวมของข้อมูลตามประเด็นในการสนทนากลุ่มตามลำดับ (Cheawjindakarn, B., 2018)

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1) ข้อมูลที่ได้จากเอกสาร (Documentary Data) ผู้วิจัยนำมาจัดหมวดหมู่ตามประเด็นวัตถุประสงค์ในการวิจัย โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

5.2) ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) ผู้วิจัยได้ทำการจัดกลุ่มข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมด นำมาเปรียบเทียบกับในด้านความคิดเห็นของแต่ละคน แล้วนำมาจัดเรียงข้อมูลใหม่เพื่อให้สามารถ เข้าใจได้ง่ายและมีความชัดเจนยิ่งขึ้น

5.3) ข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดกลุ่มข้อมูล ความคิดเห็นของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้งหมด แล้วนำมาเปรียบเทียบใจความที่เป็นเหตุเป็นผลในการศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นรูปธรรมพิจารณาความสอดคล้องความเชื่อมโยงระหว่างข้อมูลพรรณนาต่อไป

ผลการวิจัย

โดยผู้วิจัยจึงขอสรุปผลการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดนำเสนอต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1. เพื่อศึกษาความสามารถในการแข่งขันทางศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจ จำนวน 15 คน ได้แก่ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เลขานุการฝ่ายผลิต ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงิน-บัญชี สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการร้านค้า เกี่ยวกับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันทางศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี จังหวัดอุดรธานี จากผลการวิจัยการสัมภาษณ์โดยสรุปพบว่า

1.1 ข้อสรุปจากการสัมภาษณ์เศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชนเป็นแนวคิดที่เน้นการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าหรือบริการผ่านการเชื่อมโยงยกระดับกิจกรรมพื้นฐานและกิจกรรมสนับสนุนในการดำเนินธุรกิจพร้อมๆ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเพิ่ม คุณค่าให้แก่ลูกค้าซึ่งคุณค่าที่ลูกค้าได้รับผ่านตัวสินค้าและบริการนั้นในการดำเนินกิจการสร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ และที่สำคัญจะต้องทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีรายได้สูงเพิ่มขึ้นที่จะพัฒนาให้วิสาหกิจชุมชนเกิดความยั่งยืนต่อไป

1.2 ข้อสรุปจากการสัมภาษณ์การสร้างสรรค์มูลค่าของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน พบว่า ผ้าไหมนาข้า เป็นการรวมกลุ่มทอผ้าซึ่งกลุ่มนี้ทอผ้าบ้านนาข้า เป็นกลุ่มที่ได้ก่อตั้งมาเป็นเวลานานแล้ว จนมีการบริหารจัดการได้ในเชิงธุรกิจ จากกลุ่มใหญ่แยกมาเป็นกลุ่มย่อย ในส่วนของอุตสาหกรรมภายในครัวเรือนญาติพี่น้องแล้วจะส่งมาจำหน่ายที่ร้านของประธาน นำสู่การถ่ายทอดให้กับเยาวชนและคนรุ่นใหม่ เพื่อหวังให้คนรุ่นใหม่ได้สืบสานความรู้อย่างต่อเนื่องไปสู่นาคต ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่ได้รับการสร้างสรรค์ขึ้นก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มและเพิ่มทางเลือกใหม่ๆ ให้กับลูกค้าต่อไป

1.3 ข้อสรุปจากการสัมภาษณ์ลักษณะและความสามารถในการบริหารจัดการของชุมชนผ้าไหมนาข้า ที่พัฒนาร่วมกับภายนอก 2 แนวทาง โดยแนวทางที่พัฒนาภายใน ได้แก่ 1) การพัฒนาบุคลากร ทั้งผู้นำและสมาชิกกลุ่ม 2) การพัฒนาความรู้ ความสามารถ ในด้านผลิตภัณฑ์ และการจัดการ การบริหารการเงิน แนวทางที่พัฒนาร่วมกับภายนอก ได้แก่ 1) การ สร้างเครือข่าย และ 2) การสร้างความมีส่วนร่วมและคั้นประโยชน์ ในการผลิตและบริหารจัดการ ส่งเสริมสินค้า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP)

1.4 ข้อสรุปจากการสัมภาษณ์ความสามารถของผู้ประกอบการในการแข่งขันทางศักยภาพ วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี โดยสรุปพบว่าเพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ลูกค้าซึ่งคุณค่าที่ลูกค้าได้รับผ่านตัวสินค้าและบริการนั้น ทั้งนี้หากผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เติบโตได้อย่างยั่งยืน

1.5 ข้อสรุปจากการสัมภาษณ์พฤติกรรมผู้บริโภค โดยสรุปพบว่า “ผ้าหมี่ขิด” เป็นเอกลักษณ์หนึ่งของชาวจังหวัดอุดรธานี ถ้าใครอยากหาผ้าสวยๆ ติดไม้ติดมือไปเป็นของขวัญของฝากญาติผู้ใหญ่ที่ต้องผ้าไหมนาข้าแห่งนี้ มีร้านค้ามากมาย ขายผ้าหมี่ขิด หรือ ผ้าไหมลายขิด ซึ่งแต่ละผืนผ่านการทอเก็บขิด ลวดลายของขิดแต่ละลายจะมีรูปแบบที่สวยงาม มีความมัน วาว นูน เป็นเอกลักษณ์ของผ้าอีสานต่อไป

1.6 ข้อสรุปจากการสัมภาษณ์กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าไหม โดยสรุปพบว่าเป็นเอกลักษณ์หนึ่งของชาวจังหวัดอุดรธานี ถ้าใครอยากหาผ้าสวยๆ ติดไม้ติดมือไปเป็นของขวัญของฝากญาติผู้ใหญ่ต้องผ้าไหมนาข้าแห่งนี้ที่เป็นผลิตภัณฑ์อย่าง เสื้อ กางเกง กระโปรง ผ้าพันคอ หมอนอิง ของที่ระลึกตามลำดับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อศึกษาสภาพแวดล้อมในการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจ จำนวน 15 คน ได้แก่ ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม เลขานุการฝ่ายผลิต ฝ่ายการตลาด ฝ่ายการเงิน-บัญชี สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และผู้ประกอบการร้านค้า เกี่ยวกับเศรษฐกิจฐานรากของวิสาหกิจชุมชน มีผลต่อความสามารถในการแข่งขันทางศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี จากผลการวิจัยการสัมภาษณ์โดยสรุปพบว่า

2.1 สังคม และวัฒนธรรม จากโดยสามารถต่อรองราคากับผู้ขายส่งสินค้าในการสั่งซื้อสินค้าแต่ละครั้งได้ ด้านการให้บริการ ด้านการจัดซื้อจัดหา สินค้าและบริการมีคุณภาพสามารถทำให้ลูกค้าเข้าใจในการจัดจำหน่าย เช่น ลวดลาย สีเส้น ไซ้เส้นใยไหมแท้กับเส้นใยอื่นที่มาจากวัสดุธรรมชาติ หรือเส้นใยสังเคราะห์ต่างๆ ตามวัตถุประสงค์ของการใช้งาน หรือตามความต้องการของผู้บริโภคจากการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าจะมีการร่วมปรึกษาหารือและวางแผนร่วมกันกับหน่วยงานที่สนับสนุน เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน ที่มีส่วนร่วมในการวางแผนในด้านการตลาด และรวมถึงส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน

2.2 เทคโนโลยีสารสนเทศ มีความจำเป็นด้านรูปแบบด้านมีสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้านการจัดหาทรัพยากร ด้านการกำหนดราคาสมาชิกและด้านสถานที่ควรวางจำหน่ายในห้างสรรพสินค้า จากการส่งเสริมความเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมจากการส่งเสริมการรวมกลุ่มและเครือข่าย ทั้งในเรื่องของการจัดการในเรื่องการผลิตของสมาชิก การตลาด การจัดการในเรื่องของการเงินกลุ่มแต่หากเกิดปัญหาขึ้น คณะกรรมการกลุ่มจะมีการนามาปรึกษาหารือเพื่อแก้ปัญหาาร่วมกัน เพื่อหาทางออกและปรับรูปแบบการทำงานให้เหมาะสม

2.3 สภาพเศรษฐกิจ การรวมกลุ่มเพื่อให้คนได้มารวมตัวกันเป็นเจ้าของกิจการร่วมกัน มีรายได้ร่วมกัน ชุมชนมีความเข้มแข็งเศรษฐกิจในชุมชนดีขึ้น เน้นสินค้าที่เป็นธรรมชาติ จากการให้การสนับสนุนก่อนก่อตั้งวิสาหกิจเพื่อสังคมโดยการส่งเสริมยกระดับขีดความสามารถประสิทธิภาพและผลิภาพกระบวนการ โดยผลิตจากวัตถุดิบเส้นไหม กระบวนการผลิตแบบภูมิปัญญาพื้นบ้านดั้งเดิมของไทยอย่างแท้จริงและใช้เส้นไหมพันธุ์ไทยพื้นบ้านเป็นทั้งเส้นพุ่งและเส้นยืน ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมในการพัฒนาศักยภาพลดรายจ่ายผ้าไหม

2.4 การเมืองและกฎหมาย “การปรับปรุงกฎหมายกฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์เพื่อเอื้อ จากกฎหมายและข้อบังคับที่สนับสนุนการเมืองและกฎหมาย “การปรับปรุงกฎหมายกฎ ระเบียบ สิทธิประโยชน์เพื่อเอื้อ และลดอุปสรรคต่อการดำเนินธุรกิจเพื่อพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี ต่อไป

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) จากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มนักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญ 5 คน เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี จากผลการวิจัยการสัมภาษณ์โดยสรุปพบว่า

3.1. แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม การสร้างความได้เปรียบทางด้านต้นทุนการผลิตวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพทั้งการผลิต การตลาด แรงงานและเงินทุนของกลุ่ม มีการปรับรูปแบบการทำงานให้มีความเหมาะสม โดยการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในด้านต่างๆ ตามความเหมาะสมอย่างชัดเจน ส่งผลให้กลุ่มมีความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

3.2 แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม การสร้างความแตกต่างในด้านรูปแบบของวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีนำเสนอสินค้าและบริการใหม่อย่างต่อเนื่อง มีความพยายามในการเสาะแสวงหาทรัพยากรหรือแหล่งวัตถุดิบใหม่ๆ

3.3 แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม การพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ลักษณะของสินค้าเป็นผ้าไหมซึ่งมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแตกต่างจากผ้าไหมทั่วไป กล่าวคือ มีแสงแวววาวเป็นมันเลื่อม เนื้อผ้าฟูไม่เรียบ อ่อนนุ่ม มีน้ำหนัก จากผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าขิดพื้นเมือง

3.4 แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม การมุ่งตลาดเฉพาะส่วนในวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ในปัจจุบัน เป็นยุคที่เทคโนโลยีเข้าถึงได้ง่าย โซเชียลมีเดียต่างๆ กำลังได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก กลุ่มจึงควรหาช่องทางการตลาดที่เข้าถึงได้ง่าย

3.5 แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของบ้านนาข้าว และยังได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยเหมาะสมกับโอกาสในการใช้งานต่างๆ อย่างดีด้วย “ผ้าไหมนาข้าว” เป็นการรวมกลุ่มทอผ้าซึ่งกลุ่มนี้ทอผ้าบ้านนาข้าว เนื่องจากมีกลุ่มทอผ้ามัดหมี่ตามแบบภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของบ้านนาข้าวและยังได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยเหมาะสมกับโอกาสในการใช้งานต่างๆ

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่ม (Focus Groups) แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี จากผู้ประกอบการวิสาหกิจ จำนวน 2 คน หน่วยงานภาครัฐที่ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน จำนวน 2 คน และนักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 คน โดยรวมทั้งสิ้น 6 ท่าน เพื่อให้ได้มุมมองและจุดเน้นของแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี

1. ความสามารถในการแข่งขันทางศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี จากผลการวิจัยการสัมภาษณ์การสนทนากลุ่มโดยสรุปพบว่า 1.1) ด้านวัตถุดิบ เป็นเส้นไหมมีคุณภาพและมีมาตรฐาน 1.2) ด้านการผลิต กลุ่มมีการจัดตั้งศูนย์กลางการผลิตเพื่อควบคุมและตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ไม่มีการแบ่งหน้าที่ในการผลิตตามความถนัดและความเหมาะสมให้แก่สมาชิก 1.3) ด้านการขนส่ง โดยกลุ่มขนส่งผ้าไหมให้แก่ลูกค้าทางไปรษณีย์และฝากพัสดุไปรษณีย์โดยสารประจำทางให้เฉพาะลูกค้าบางส่วน 1.4) ด้านการตลาด กลุ่มมีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งการขายปลีกและการขายส่ง และ 1.5) ด้านการบริการ กลุ่มมีการสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้กับลูกค้า ที่หลากหลาย

2. สภาพแวดล้อมในการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี ให้ประสบความสำเร็จ จากผลการวิจัยการสัมภาษณ์การสนทนากลุ่มโดยสรุปได้ว่าได้แก่ ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก ดังนี้

2.1 ปัจจัยภายใน ได้แก่ 2.1.1) คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม ประธานกลุ่มและคณะกรรมการกลุ่ม เป็นผู้ที่มีบทบาทหน้าที่สำคัญ เป็นตัวแทนกลุ่มในการติดต่อประสานงาน ติดต่อด้านการตลาด เป็นแกนนำผลักดันให้กลุ่มมีความเข้มแข็ง และมีทักษะในการผลิตที่เป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษจึงทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและได้มาตรฐาน 2.1.2) การบริหารจัดการกลุ่ม มีการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ ตามความเหมาะสมและตามลักษณะของงานอย่างชัดเจน มีการร่วมปรึกษารื้อกับหน่วยงานอื่นในด้านต่างๆ 2.1.3) การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม มีการเปิดโอกาสให้สมาชิกได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มทุกระบวนการ เพื่อให้เป็นแนวทางในการดำเนินงานของกลุ่ม 2.1.4) การส่งเสริมการเรียนรู้ มีการพัฒนากระบวนการผลิตอย่างสม่ำเสมอ โดยการฝึกทักษะในการผลิตจาก

การฝึกอบรม 2.1.5) เงินทุน กลุ่มมีแหล่งเงินทุนหมุนเวียนจากภายในชุมชน และการจัดตั้งกลุ่มออมทรัพย์เพื่อการผลิตและการจัดสรรผลกำไรอย่างเป็นสัดส่วนตามระเบียบที่วางไว้อย่างชัดเจน 2.1.6) ด้านผลิตภัณฑ์ กลุ่มมีผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม ทำให้เข้าถึงการตลาดที่กว้างขึ้นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับรางวัลต่างๆมากมายทั้งในระดับจังหวัดและระดับประเทศ

2.2 ปัจจัยภายนอก ได้แก่ 2.2.1) เครือข่าย กลุ่มมีเครือข่ายที่ทำการฝากขายหรือแลกเปลี่ยนสินค้าภายในจังหวัด ซึ่งทำให้กลุ่มมีการตลาดที่กว้างขึ้น ทำให้ผ้าไหมเป็นที่รู้จักมากขึ้น และ 2.2.2) การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก กลุ่มได้รับการสนับสนุนในการดำเนินกิจกรรมด้านต่างๆ ในงานแสดงสินค้าต่างๆ รวมทั้งให้การอบรมความรู้ในเรื่องของการบริหารจัดการกลุ่มทำให้กลุ่มเกิดการพัฒนา

3. แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี จากผลการวิจัยการสัมภาษณ์การสนทนากลุ่ม โดยสรุปพบว่า 3.1) ด้านการคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม ควรจะพัฒนาความรู้ของคณะกรรมการในการบริหารงานกลุ่มด้านต่างๆ เช่น การบริหารจัดการกลุ่มที่ดี การตลาด การออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นต้น 3.2) ด้านการขยายช่องทางการตลาด ในปัจจุบัน เป็นยุคที่เทคโนโลยีเข้าถึงได้ง่าย โซเชียลมีเดียต่างๆ เช่น การขายสินค้าออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ LINE IG FACEBOOK เป็นต้น 3.3) ด้านการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงควรมีการอนุรักษ์และส่งเสริมสนับสนุนการทอผ้าไหมให้คงอยู่ และถ่ายทอดให้เยาวชนคนรุ่นหลังได้ศึกษาเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่ให้สูญหายไปกับกาลเวลาได้ และ 3.4) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลผลิตหลักของกลุ่ม คือ ต้องอาศัยการพัฒนาารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่และเป็นสากลมากยิ่งขึ้น เช่น การจัดหาผู้เชี่ยวชาญเข้ามาช่วยในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่แปลกใหม่ ทันสมัย มีการพัฒนาและควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานยิ่งขึ้นไป

อภิปรายผลการวิจัย

โดยผู้วิจัยโดยสามารถอภิปรายผลการวิจัย โดยมีรายละเอียดในการนำเสนอต่อไปนี้

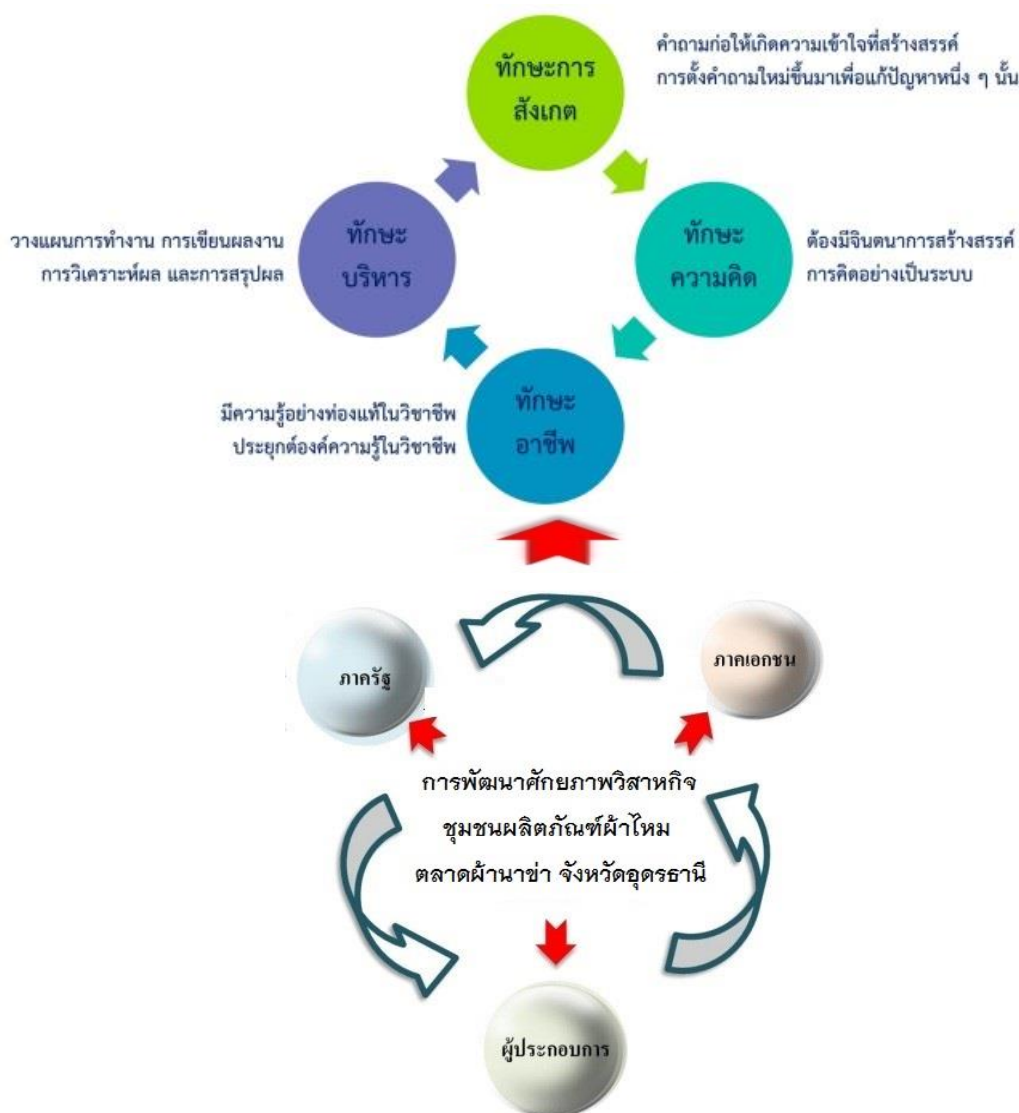
ประเด็นที่ 1. ความสามารถในการแข่งขันทางศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี โดยมีผลมาจากวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้า จังหวัดอุดรธานี ซึ่งปัจจุบันเป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดอุดรธานี บ้านนาข้าได้รับเลือกให้เป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงเฉลิมพระเกียรติ และหมู่บ้าน OTOP และยังสอดคล้องกับแนวปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงที่พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ได้พระราชทานแก่คนไทยทั้งประเทศไว้ เมื่อนำแนวคิดของปราชญ์ชาวบ้านมาเป็นหลักในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่จะพัฒนาให้วิสาหกิจชุมชนเกิดความยั่งยืนในประเด็นนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Nithichaianan, N. and Pattanachatchai, N. (2020). ศักยภาพทางเศรษฐกิจชุมชน ชายแดนไทย-กัมพูชา: กรณีศึกษา ชุมชนบ้านโจรก ตำบลด่าน อำเภอกาบเชิง จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า สภาพการดำเนินงาน ด้านการจัดการสินค้า/บริการและการผลิตมีผลต่อด้านผู้นำ

ด้านการจัดการด้าน การตลาด ด้านระบบการเงินและการจัดสรรรายได้ ด้านการบริหารสมาชิกและการมีส่วนร่วม ด้านการจัดการความรู้และข้อมูลข่าวสาร และการสร้างเครือข่ายตามลำดับ พร้อมทั้งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Kaewchur, P. (2022). คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่มีต่อความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยการมุ่งเน้นตลาดและการประกอบการมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม โดยปัจจัยความกล้าเสี่ยง ปัจจัยการจัดการเชิงรุก อีกทั้งผลงานวิจัยของ Chaisinson, S. (2021). ปัจจัยเชิงสาเหตุด้านคุณลักษณะผู้ประกอบการ และการรับรู้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีคลัสเตอร์อัจฉริยะเชิงพาณิชย์ของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าเพื่อให้ก้าวทันต่อสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคเศรษฐกิจโลกดิจิทัล โดยภาครัฐได้มีนโยบายที่สำคัญที่ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการพัฒนานวัตกรรม ด้านการส่งเสริม ด้านการตลาด และด้านการส่งเสริมด้านการลงทุนตามลำดับ

ประเด็นที่ 2. สภาพแวดล้อมในการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี จากการสืบทอดวัฒนธรรม เกี่ยวกับการทำหัตถกรรมผ้าไหมที่มีฝีมือเป็นเลิศสืบต่อกันมารุ่นต่อรุ่น และค้นพบการบริหารจัดการกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นด้านการดำเนินงาน ด้านการผลิต ด้านการตลาด และด้านเงินทุน กลุ่มจะมีการบริหารจัดการที่เป็นระบบชัดเจน โดยเฉพาะด้านการดำเนินงาน ด้านการผลิต ในประเด็นนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Khunthan, J. and Nurittamont, W. (2019) ศึกษาวิจัยเรื่องคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม: กรณีศึกษาลูกค้าของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคกลางของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่าความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ผลการศึกษาจะเป็นแนวทางสำหรับธุรกิจเพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนา ปรับปรุงคุณลักษณะของผู้ประกอบการและกลยุทธ์ในการดำเนินธุรกิจนำไปสู่ความได้เปรียบทางการแข่งขันของธุรกิจต่อไปในอนาคตและสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Kortana, T. (2018) ศึกษาวิจัยเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิภาพการจัดการความเสี่ยงกับผลการดำเนินงานแบบสมดุล ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าตัวแปรในการวัดประสิทธิภาพในการบริหารความเสี่ยง ทั้ง 4 ด้าน ประกอบด้วย ด้านกลยุทธ์ ด้านการเงิน ด้านการปฏิบัติงาน และทางด้านกฎหมายที่สามารถวัดผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ดี พร้อมทั้งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Thongpoyai, T. (2020). ศึกษาวิจัยเรื่องการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมมีรูปแบบสวยงาม มีผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมทันสมัยตรงความตามลำดับ

ประเด็นที่ 3. แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข่า จังหวัดอุดรธานี ด้านการสร้าง ความแตกต่าง มีการวางแผนการดำเนินงานของกลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพทั้งการผลิต การตลาด แรงงานและเงินทุนของกลุ่ม มีการปรับรูปแบบการทำงานให้มีความเหมาะสม โดยการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบในด้านต่างๆ ในประเด็นนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Kortana, T. (2018). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการสร้าง ความได้เปรียบทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการดำเนินงาน การพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนโดยการสร้างชุมชนให้เป็นเจ้าของร่วมกัน มีเงินทุนเวียนเกิดการจ้างงานภายในชุมชน มีการพัฒนาคุณภาพชีวิตและรายได้ของคนในชุมชน พร้อมทั้ง ผลงานวิจัยของ Sastsara, S. and Mekdee, K. (2021) ศึกษาวิจัยเรื่องการเข้าถึงแหล่งเงินทุนและปัญหา การเข้าถึงแหล่งเงินทุนของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลการวิจัยพบว่าแนว ทางการดำเนินงาน การพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนโดยการสร้างชุมชนให้เป็นเจ้าของร่วมกัน มีเงิน ทุนเวียนเกิดการจ้างงานภายในชุมชนอย่างเป็นระบบต่อไป

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย





แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี ได้แก่

1. ความคาดหวังเกี่ยวกับการดำเนินงาน
2. ความคาดหวังเกี่ยวกับความพยายาม
3. อิทธิพลทางสังคม
4. เงื่อนไขความสะดวก

ภาพที่ 4. โมเดลแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี

สรุป. การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี อย่างมีประสิทธิภาพนั้นจะต้องสอดคล้องกับลักษณะกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) คือกิจกรรมพื้นฐาน (Primary Activities) และกิจกรรมสนับสนุน (Support Activities) ซึ่งแนวความคิดการพัฒนาผู้ประกอบการให้สอดคล้องกับลักษณะกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจนี้ เพื่อเพิ่มคุณค่าให้แก่ลูกค้าซึ่งคุณค่าที่ลูกค้าได้รับผ่านตัวสินค้าและบริการนั้นจะต้องทำให้ลูกค้ารู้สึกคุ้มค่าต่อปัจจัยความต้องการลดต้นทุนในการดำเนินกิจการ สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการที่สำคัญจะต้องทำให้วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีรายได้สูงเพิ่มขึ้น จึงต้องคอยติดตามเฝ้าระวังปัจจัยลบในการดำเนินธุรกิจ รวมถึงหาความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อนำมาปรับใช้ให้ผ่านอุปสรรคต่างๆ พลิกวิกฤตให้ธุรกิจสามารถเจริญเติบโตต่อเนื่อง จากแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี โดยการพัฒนา “ศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี” คือการสร้างการเปลี่ยนแปลงทักษะความรู้ ความชำนาญให้กับผู้ใช้ประโยชน์ ที่จะนำไปพัฒนาต่อยอดนวัตกรรมชุมชนให้เกิดการใช้รายได้และขยายผลได้ตามทักษะการพัฒนา ใน 4 ด้าน ได้แก่ ทักษะการสังเกต ทักษะความคิด ทักษะอาชีพ และทักษะบริหาร นำเสนอได้ดังภาพต่อไปนี้

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยไป

1.1 จากผลวิจัยความสามารถในการแข่งขันทางศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี โดยคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่ม โดยคณะกรรมการ ถือว่าเป็นบุคคลสำคัญในการการบริหารงานกลุ่ม ขับเคลื่อนกลุ่มให้ประสบความสำเร็จและบรรลุเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ ซึ่งแนวทางในการพัฒนาคณะกรรมการ ควรจะพัฒนาความรู้ของคณะกรรมการในการบริหารงานกลุ่มด้านต่างๆ เช่น การบริหารจัดการกลุ่มที่ดี การตลาดการออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นต้น พร้อมทั้ง

1.2 จากผลวิจัยสภาพแวดล้อมในการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี ในด้านการขยายช่องทางการตลาด โดยการสร้างเว็บไซต์ของกลุ่มที่เป็นทางการ เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ให้ความสะดวก รวดเร็ว และสามารถติดต่อได้ง่าย เช่น การขายสินค้าออนไลน์ผ่านทางเว็บไซต์ LINE IG FACEBOOK เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากงานวิจัยนี้ศึกษา แนวทางการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาแนวทางการจัดการสู่ความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมนาข้าว จังหวัดอุดรธานี เพื่อเป็นแนวทางการจัดการให้กับวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่สนใจที่จะพัฒนาต่อยอดต่อไป

2.2 ควรมีการศึกษาวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยให้สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และคนในชุมชน จากผู้เกี่ยวข้องควรมีการศึกษาการจัดการเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนในรูปแบบอื่นๆ (เช่น รูปแบบสหกรณ์) เพื่อเปรียบเทียบผลทั้งทางบวกและทางลบของแต่ละรูปแบบกับผลที่ได้รับจากการวิจัยครั้งนี้

References

- Chaisinson, S. (2021). The Casual Factors of Entrepreneurial Characteristics and Awareness Regarding Technology Affecting Commercial Smart Warehouse Technology Recognition Behavior in Administrators of Small and Medium-sized. *Journal of Applied Statistics and Information Technology*, 6 (1), 21-36.
- Chatwiriyanont, T., Koolrojanapat, S. and Somjai, S. (2021). Enhancement of Sustainable Competitive Capabilities of Thai Clothing Entrepreneurs. *Journal of the Association of Researchers*, 25 (1), 271-287.
- Cheawjindakarn, B. (2018). Qualitative Case Study Research Techniques. *Liberal Arts Review*, 13 (25), 103-118.
- Imprasert, K. (2021). Sustainable Marketing Strategies of Small Enterprises in Nonthaburi. *Journal of Nakhonratchasima College (Humanities and Social Sciences)*, 15 (2), 262-273.
- Jomkham, S. and Metasuttirat, J. (2021). Good Governance in E-Government Procurement Process of the Sub-district Administrations in Chiang Mai Province. *The Journal of Research and Academics*, 4 (4), 25-37.
- Kaewchur, P. (2022). Structural Equation Modeling for Inventory Management for Small and Medium Electrical and Electronic Component Manufacturing Companies. *Doctoral dissertation (Business Administration)*.
- Khunthanan, J. and Nurittamont, W. (2019). The Entrepreneurs' Characteristics and Business Strategies on Small and Medium Enterprise Success: A Case Study of Small and Medium Enterprise Development Bank of Thailand's Customers in Central Thailand. *Suthiparithat Journal*, 33 (108), 132-144.
- Kortana, T. (2018). The Relationship Between the Efficiency of Risk Management and the Balanced Performance of SME Businesses in Bangkok's District. *The Journal of Industrial Technology*, 14 (3), 106-115.
- Nithichaianan, N. and Pattanachatchai, N. (2020). Community Economic Potential and Thai-Cambodian Border: A Case Study of Ban Charok Community at Dan Sub-District, Kabchoeng District, Surin Province. *Research and Development Journal Loei Rajabhat University*, 13 (46), 101-111.
- Pantakai, A. and Keeariyo, C. (2021). Guideline for Developing Higher Potential in Food, Processing Operation of Community Enterprises, Samut Prakran Province. *Journal of Technical Education Development*, 30 (106), 150-158.
- Parinyasutinun, U. (2021). Community Enterprises: The Paradox of the Competition of Business. *Silpakorn University Journal*, 37 (2), 131-150.
- Sastsara, S. and Mekdee, K. (2021). Accessing Funding and Problems of Community Enterprise Entrepreneurs in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. *Journal of Educational Review Faculty of Educational in MCU*, 8 (3), 298-313.
- Sattayaprasert, S. and Avirutha, A. (2021). Acceptance of Technology, Entrepreneurial Characteristics, and Business Opportunity Influence on the Performance of Startup Businesses. *VRU Research and Development Journal*, 14 (3), 41-50.

- Thongpoyai, T. (2020). The Value-Added of Silk Products by Community Enterprise Groups in Khon Kaen Province. *NEU Academic and Research Journal*, 10 (3), 215-2224.
- Ueathamatawon, T., Thanajitchai, N. and Chareonsuk, S. (2021). Entrepreneurial Characteristics Affect Success in Local Retail Businesses in Mueang District, Nakhonrachasima Province. *Pathumthani University Academic Journal*, 13 (1), 12-22.