



การพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์แบบ Cluster เพื่อรองรับการตลาดสมัยใหม่ Cluster Development of Buriram Silk Entrepreneurs to Support Modern Marketing

จินตนา วัชรโพธิกร^{1*} สรรเพชญ์ เพียรจัด²
Jintana Watcharapothikorn^{1*} Sanpet Pianjud²

Received: December 18, 2023

Revised: January 5, 2024

Accepted: January 6, 2024

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของวิจัยเพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ 2) สร้างกระบวนการพัฒนาผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ให้มีศักยภาพ 3) สร้างโอกาสทางธุรกิจการตลาดสมัยใหม่ให้กับ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ กลุ่มเป้าหมาย คือ จำนวน 5 ชุมชน ดังนี้ 1) วิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์ยั่งยืนแบบถาวร 2) กลุ่มวิสาหกิจอาชีพสตรีทอผ้าฝ้ายผ้าไหม (ภูอัคนี) 3) กลุ่มวิสาหกิจทอผ้าไหมเมืองรุ่งบ้านโคกสะอาด-หนองอ้อยช้าง 4) ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ 5) กลุ่มทอผ้าไหม บ้านหนองม่วง จำนวนทั้งสิ้น 116 คน

ผลการดำเนินโครงการ พบว่า การพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์แบบ Cluster เพื่อรองรับการตลาดสมัยใหม่สามารถแบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) กลยุทธ์ SO กลยุทธ์การตลาดเชิงรุกโดยเฉพาะเจาะจงการตลาดและการขยายตลาด 1.1) การขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ 1.2) การพัฒนาเครือข่ายร่วมมือคลัสเตอร์ไหมบุรีรัมย์ 2) กลยุทธ์ WO กลยุทธ์การปรับปรุงกระบวนการภายใน 2.1) การสร้างองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการคลัสเตอร์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์ 2.2) การพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ 2.3) การยกระดับคุณภาพไหม 3) กลยุทธ์ ST กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากร 3.1) การจัดอบรม เชิงปฏิบัติการพัฒนาผู้ประกอบการและ ให้คำปรึกษาเชิงลึกให้แก่ผู้ประกอบการ 4) กลยุทธ์ WT กลยุทธ์เชิงรับอุดรอยรั่ว 4.1) กิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ประกอบการคลัสเตอร์ไหมบุรีรัมย์

คำสำคัญ : การพัฒนาขีดความสามารถ, ผู้ประกอบการผ้าไหม, คลัสเตอร์, การตลาดสมัยใหม่

Abstract

The purposes of this research are: 1) to study the potential of Buriram silk cluster Entrepreneurs, 2) to create a development process of Buriram silk cluster entrepreneurs 3) to create modern marketing opportunities for Buriram silk cluster entrepreneurs. The target groups are 5 communities as follows:

^{1*} อาจารย์ หน่วยงานสังกัดคณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Instructor in Business English, Faculty of Humanities and Social Sciences, Buriram Rajabhat University

E-mail : jinny_wat@bru.ac.th Phone : 061-51953222

² อาจารย์ ดร. หน่วยงานสังกัดคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

Lecturer Dr. in Art Education, Faculty of Education, Buriram Rajabhat



1. Sustainable organic agriculture community enterprise group in Thawon. 2. Community enterprise group of the women's weaving (Phu Akkanee). 3) Mueang-Rung weaving community enterprise group of Ban Khok Sa-Ard and Ban Nong Oy Chang. 4) Local handicraft center in Na Pho district, and 5) Silk weaving group in Ban Nong Muang, totaling 116 individuals.

The finding found that Cluster Development of Buriram Silk Entrepreneurs to Support Modern Marketing is divided into quarters as follows: 1) SO strategy - aggressive marketing strategy focusing on market penetration and expansion 1.1) online market expansion 1.2) developing collaborative networks with Buriram silk clusters. 2) WO strategy - internal process improvement strategy. 2.1) creating knowledge to Buriram silk cluster entrepreneurs. 2.2) creative product design development. 2.3) elevating silk quality. 3) ST strategy - human resource development strategy. 3.1) Organizing development workshops and providing in-depth counseling to entrepreneurs, and 4) WT strategy - leakage correction strategy. 4.1) networking linking activities to Buriram silk cluster entrepreneurs

Keywords: Capability Development, Silk Entrepreneurs, Cluster, Modern Marketing

บทนำ

จังหวัดบุรีรัมย์เป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์ความเป็นมาที่ยาวนาน ยังคงมีศิลปะ วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นที่น่าสนใจอยู่หลากหลาย เป็นเมืองที่มีคุณค่าทั้งทางด้านประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมที่ยังคงหลงเหลือให้เห็นทั้งโบราณสถาน โบราณคดี หมู่บ้านวัฒนธรรมเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูง อันเป็นสิ่งที่ควรค่าแก่การอนุรักษ์และพัฒนาให้เป็นเมืองเพื่อการท่องเที่ยว ทั้งนี้ในปัจจุบันจังหวัดบุรีรัมย์มีสนามฟุตบอลที่ได้มาตรฐานที่สุดในประเทศไทย “ช้างอารีนา” (Chang Arena) และสนามแข่งรถความเร็วสูงระดับมาตรฐานสากล “ช้างอินเตอร์เนชันแนล เซอร์กิต” ซึ่งจังหวัดมีความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวให้เป็นด้านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา “Sport Tourism” ที่สำคัญของประเทศไทย อีกทั้งการส่งเสริมการท่องเที่ยวยังเป็นนโยบายสำคัญของรัฐบาล ซึ่งจะเห็นได้ว่ากระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาโดยการกีฬาแห่งประเทศไทยได้เซ็นสัญญากับ “ดอร์นา สปอร์ต” เป็นเจ้าภาพ โมโตจีพี 3 ปีติดต่อกัน ระหว่างปี 2561 - 2563 เริ่มต้นเดือนตุลาคม ปี 2561 ที่ สนามช้าง อินเตอร์เนชันแนลเซอร์กิต จังหวัดบุรีรัมย์ และ มีการจัดทดสอบวินเทอร์เทสต์ในเดือนกุมภาพันธ์ 2561 คาดการณ์ว่าจะมีผู้เข้าชมจำนวนมากสร้างเม็ดเงินสะพัดทั่วประเทศจากการท่องเที่ยวกว่าพันล้านบาท ซึ่งจะเป็นก้าวสำคัญของประเทศไทยกับการเป็นเจ้าภาพจัดการแข่งขันมอเตอร์สปอร์ตระดับโลก พร้อมกับส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศทั้งในด้านการท่องเที่ยวกีฬา และเศรษฐกิจตามยุทธศาสตร์ “Sport Tourism” ของรัฐบาลไทย

จังหวัดบุรีรัมย์ เป็นจังหวัดที่มีผู้ประกอบการและผู้ผลิตชุมชนและท้องถิ่น (OTOP) ที่ หลากหลายเป็นจำนวนมาก และมีผลิตภัณฑ์เด่นหลายอย่างที่สามารพัฒนายกระดับให้เป็นของฝากของที่ระลึกให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่จะเข้ามา ซึ่งคาดว่าจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาในจังหวัดจำนวนมาก ดังนั้น เพื่อเป็นการดึงเม็ดเงินจากกลุ่มนักท่องเที่ยวดังกล่าว ทางจังหวัดต้องเตรียมความพร้อม ในเรื่องของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกให้มีคุณภาพ และรูปแบบที่ทันสมัย มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและเป็นสากล ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่จะซื้อและนำกลับไปเป็นของฝากของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เป็นผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาที่ขึ้นชื่อของจังหวัดบุรีรัมย์ และนักท่องเที่ยวนิยมซื้อเป็นของฝาก สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนเป็นอย่างมาก กลุ่มผู้ประกอบการผ้าไหมในจังหวัดบุรีรัมย์มีกระจายอยู่ทั่วทั้งจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งการบริหาร

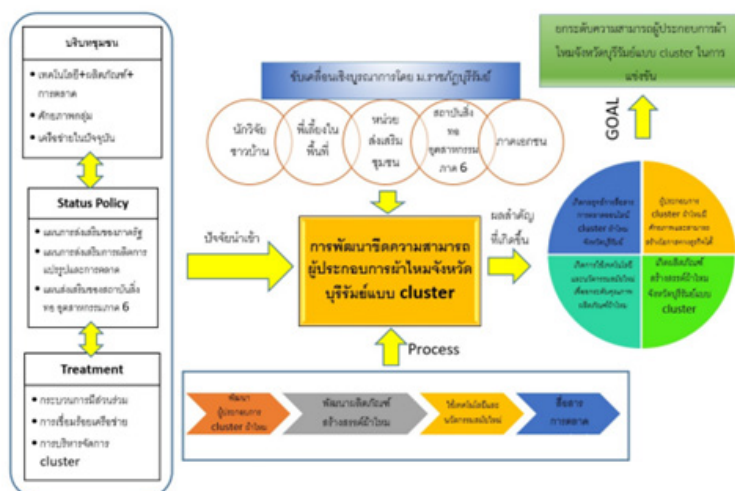
จัดการตั้งแต่ต้นน้ำกลางน้ำปลายน้ำของแต่ละกลุ่มก็จะบริหารจัดการแบบกลุ่มใครกลุ่มมันซึ่งทำให้เกิดปัญหาเรื่องวัตถุดิบ เรื่องความซ้ำซ้อนของผลิตภัณฑ์ เรื่องการแข่งขันทางการตลาด และจากสถานการณ์ Covid-19 ทำให้ผู้ประกอบการผ้าไหม ในจังหวัดบุรีรัมย์รายได้ลดลงกว่า 70% เนื่องจากไม่มีการจัดงาน Event และผู้ประกอบการส่วนใหญ่ทำการตลาดสมัยใหม่ไม่เป็น

จากความสำคัญและที่มาของปัญหาข้างต้น โครงการการพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์แบบ Cluster เพื่อรองรับการตลาดสมัยใหม่มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ให้มีศักยภาพและสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจเพื่อรองรับการตลาดสมัยใหม่ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์แบบ Cluster ตามแนวเศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อยกระดับมูลค่าเชิงพาณิชย์ เพื่อให้เกิดการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่เพื่อยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ และเพื่อสร้างกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อยกระดับความสามารถในการแข่งขัน โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและภาคเอกชนหนุนเสริมร่วมพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการผ้าไหมของจังหวัดบุรีรัมย์แบบ Cluster เตรียมการรองรับตลาดสมัยใหม่ให้เกิดการกระจายรายได้ และเกิดการยกระดับความสามารถในการแข่งขันและวางรากฐานทางเศรษฐกิจของจังหวัดบุรีรัมย์ได้อย่างยั่งยืนต่อไปการสำรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
2. สร้างกระบวนการพัฒนาผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ให้มีศักยภาพ
3. สร้างโอกาสทางธุรกิจการตลาดสมัยใหม่ให้กับ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยนี้เป็นโครงการวิจัยที่มุ่งเน้นให้เกิดนวัตกรรม จากกระบวนการมีส่วนร่วม เพื่อการยอมรับของทุกภาคส่วนทั้งในส่วนของชุมชน หน่วยงานในพื้นที่และหน่วยงานระดับจังหวัด มีการบูรณาการกับการเรียนการสอนผ่านนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Method) ระหว่างงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ สามารถเขียนขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ ได้ดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

1. การเตรียมความพร้อมและสร้างความเข้าใจ
2. เก็บข้อมูลเชิงปริมาณโอกาสทางธุรกิจการตลาดสมัยใหม่ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
3. เก็บข้อมูลเชิงคุณภาพศักยภาพของผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
4. วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล
5. ค้นข้อมูลสู่กลุ่ม Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์และผู้ที่เกี่ยวข้อง

ระยะที่ 2 สร้างกระบวนการพัฒนาผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ให้มีศักยภาพ

6. จัดเวทีร่างกระบวนการพัฒนาผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
7. จัดเวทียืนยันกระบวนการพัฒนาผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
8. พัฒนาผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้รูปแบบ “Social

Creative Potential Development Model” (SCPD Integrated Model)

ระยะที่ 3 สร้างโอกาสทางธุรกิจการตลาดสมัยใหม่ให้กับ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

9. จัดกิจกรรมสร้างโอกาสทางธุรกิจรองรับการตลาดสมัยใหม่ให้กับ cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
10. ประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการ cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
11. วิเคราะห์ สังเคราะห์และสรุปผล

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย การพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์แบบ Cluster เพื่อรองรับการตลาดสมัยใหม่ มีรายละเอียดดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ด้านที่ 1 สมรรถนะของกลุ่ม Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถพิจารณาแยกตามกิจกรรมของห่วงโซ่ ได้ดังนี้

1.1 อุตสาหกรรมต้นน้ำ เป็นผู้ประกอบการในขั้นต้นที่สำคัญของกลุ่ม Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ ผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ผู้ย้อมสีและผู้สาวไหม สำหรับจังหวัดบุรีรัมย์พบว่า ผู้ประกอบการที่อยู่ในสายงานการผลิตจะกระจายอยู่ในอำเภอหนองหงส์

1.2 อุตสาหกรรมกลางน้ำ และปลายน้ำ หรือผู้ทอไหม/แปรรูปไหม ผลิตภัณฑ์ และ ผู้จำหน่าย ได้แก่ อำเภอเฉลิมพระเกียรติ รองลงมาอำเภอนาโพธิ์ เป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนมากที่สุดของจังหวัดบุรีรัมย์ มีการดำเนินการในการทอผ้าไหมเป็นอยู่จำนวนมาก อีกทั้งมีความสามารถในการทอผ้าพื้นซึ่งมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์โดยเฉพาะพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ จำนวน 116 ราย โดยได้รับข้อมูลจากอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานพัฒนานาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์



จากการได้ทำการประเมินศักยภาพ สามารถวิเคราะห์วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล (SWOT Analysis) ของกลุ่ม Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ (SWOT Analysis) ของกลุ่ม Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
S 1. ผลิตภัณฑ์ใหม่ของจังหวัดบุรีรัมย์มีเอกลักษณ์โดดเด่น โดยเฉพาะสีพื้นความมันเงาความสวยงามมาจากภูมิปัญญาผสมผสานกับเทคโนโลยีทำให้เกิดความโดดเด่นด้านการประยุกต์เพื่อการพาณิชย์มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก S 2. ผลิตภัณฑ์ได้มาตรฐาน มผช.ตราสัญลักษณ์กยุงพระราชทาน OTOP 5 ดาว มีกองทุนรับซื้อวัตถุดิบ S 3. มีศูนย์การเรียนรู้หม่อนไหมแบบครบวงจร ช่างทอมีทักษะฝีมือที่ชำนาญ	W 1. แรงงานส่วนมากเป็นผู้สูงอายุ W 2. เนื่องจากผู้ประกอบการในกลุ่มมีความหลากหลายทำให้คุณภาพสินค้าออกมามีคุณภาพแตกต่างกันส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค W 3. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดความรู้ความสามารถและทักษะในการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมเพื่อการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า W 4. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ขาดความรู้ในการบริหารจัดการด้านการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพทำให้ขาดวิสัยทัศน์ในการทำงานการตลาดเชิงรุก W 5. ผู้ประกอบการในกลุ่มคลัสเตอร์เน้นกระบวนการผลิตทำให้ในภาพรวมพบปัญหาทางการตลาด
โอกาส (O)	อุปสรรค (T)
O 1. โอกาสรัฐบาลมีนโยบายทั้งในระดับจังหวัดกลุ่มจังหวัดและระดับประเทศในการส่งเสริมและสนับสนุนอุตสาหกรรมแฟชั่นและสิ่งทอ O 2. ผู้ประกอบการทางต้นน้ำกลางน้ำปลายน้ำได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการฝึกอบรมเทคโนโลยีในการจัดการผลิิตจำหน่ายงานของภาครัฐและสถาบันการศึกษา O 3. นโยบายภาครัฐสนับสนุนให้ขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ซึ่งเป็นสิ่งที่น่าสนใจในการยืนยัน O 4. ผ้าไหมไทยเป็นสินค้าที่มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์อันเป็นที่ยอมรับ การนำเทคโนโลยีเข้ามามีส่วนร่วมในการเสริมสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดของผ้าไหมมากขึ้น	T 1. การสนับสนุนแรงกระตุ้นติดตามประเมินผลที่ไม่ต่อเนื่องของหน่วยงานภาครัฐทำให้การดำเนินงานของคลัสเตอร์ไม่มีประสิทธิภาพ T 2. มีสินค้าทดแทนที่เป็นธาตุชนิดอื่น ๆ ที่มีราคาคุณภาพมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับและสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของผู้บริโภค T 3. มีวัตถุดิบไหมที่ทำจากเส้นใยสังเคราะห์ซึ่งสามารถนำมาใช้ทดแทนเส้นไหมธรรมชาติและราคาต้นทุนถูกกว่า T 4. แรงงานทอผ้าส่วนใหญ่เป็นแรงงานที่ทำงานในภาคเกษตรกรรมทำให้ขาดทักษะในการทอ T 5. การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมทำงานของแรงงานจากภาคเกษตรกรรมเข้าสู่อุตสาหกรรมและทำงานในภาคธุรกิจมากขึ้น

ระยะที่ 2 สร้างกระบวนการพัฒนาผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ให้มีศักยภาพ

จากการจัดเวทียืนยันกระบวนการสามารถสร้างกระบวนการพัฒนาศักยภาพ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ จำเป็นต้องอบรมเชิงปฏิบัติการ 4 เรื่อง ดังนี้ การออกแบบลวดลายผ้าการตกแต่งสำเร็จ การตัดเย็บ ช่องทางการสื่อสาร ซึ่งสามารถสรุป Pre-Test / Post-Test ดังนี้



ตารางที่ 2 สรุป Pre-Test / Post-Test ผู้เข้ารับการอบรมทฤษฎีและเชิงปฏิบัติการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
จำนวนผู้เข้ารับการอบรม 116 ราย

ชื่อกลุ่ม / ชื่อผู้ประกอบการ	ความเข้าใจก่อนอบรม (Pre-Test)		ความเข้าใจหลังอบรม (Post-Test)	
	ถูกต้อง (%)	ไม่ถูกต้อง (%)	ถูกต้อง (%)	ไม่ถูกต้อง (%)
1.วิสาหกิจชุมชนสวนเกษตรอินทรีย์ยั่งยืน แบบถาวร	53.33	46.67	96.67	3.33
2.กลุ่มวิสาหกิจอาชีพสตรีทอผ้าฝ้ายผ้า ไหม (ภูอัคนี)	50.00	50.00	100.00	0.00
3.กลุ่มวิสาหกิจการทอผ้าไหมเมืองรุ่งบ้าน โคกสะอาด-หนองอ้อยช้าง	45.71	54.29	94.28	5.72
4.ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์	40.00	60.00	90.00	10.00
5.กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนองม่วง	43.33	56.67	100.00	0.00

จากตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมทฤษฎีและเชิงปฏิบัติการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
จำนวน 116 ราย ได้ทดสอบถึงความรู้ ความเข้าใจที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในรูปแบบที่กลุ่มต้องการพัฒนาทั้งก่อน
และหลังการฝึกอบรม โดยพบว่าก่อน การฝึกอบรมผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น
การตัดเย็บเสื้อผ้า การวางแผนเทิร์น การเย็บเดินเส้นบนขอบตะเข็บการทำผ้ามัดหมี่ขั้นตอนการทำผ้ามัดหมี่การตกแต่ง
สำเร็จ โดยเป็นความเข้าใจถูกต้องร้อยละ 50.03 ความเข้าใจไม่ถูกต้องร้อยละ 49.97 และหลังการฝึกอบรมผู้เข้าร่วมการ
ฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มมากขึ้นโดยเป็นความเข้าใจถูกต้องร้อยละ 95.93

ระยะที่ 3 สร้างโอกาสทางธุรกิจการตลาดสมัยใหม่ให้กับ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการจากการจัดกิจกรรมสร้างโอกาสทางธุรกิจรองรับการตลาดสมัยใหม่ให้กับ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
ดังนี้อย่างมีส่วนร่วม ภายใต้แนวทาง 3R สามารถสรุปได้ดังนี้ Review ใช้การเพิ่มช่องทางที่จะช่วยนำเสนอสินค้าให้เป็นที่
รู้จักมากขึ้น ผ่านทางการใช้แพลตฟอร์มยูทูป โดยใช้จุดแข็งจากการที่มีการจัดกิจกรรมต่างๆของหมู่บ้าน มารวบรวมไว้ช่อง
เดียวกัน พร้อมทั้งต่อยอดโดยการประสานงานกับผู้ดูแลช่องทางเฟซบุ๊กเดิมให้เพิ่มเติมผู้ดูแล เพื่อให้อัปเดตข้อมูลได้อย่าง
สม่ำเสมอ Relate ใช้การสื่อสารเนื้อหาให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย โดยการบอกเล่าเรื่องราวต่างๆ ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์
ทั้งสองแพลตฟอร์ม ด้วยการวางแผนการสร้างเนื้อหาให้ตรงตามกลุ่มผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น และใช้คำที่ทันสมัย สื่อสารให้
กระชับตรงจุดมากขึ้น พร้อมกับเตรียมขยายตลาดไปสู่สากล โดยการใช้ภาษาอังกฤษบรรยายเพิ่มเติม Repeat Order ใช้
การเพิ่มการสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าเดิม โดยแนะนำให้ผู้ประกอบการเริ่มทำการตลาดกับกลุ่มลูกค้าเดิมก่อน เพื่อให้กระตุ้นให้
เกิดการซื้อซ้ำ หรือแนะนำบอกต่อ ด้วยการรีวิวของลูกค้าเก่า หรือการกระตุ้นด้วยโปรโมชั่นส่งเสริมการขาย เฉพาะผ่าน
ช่องทางออนไลน์เท่านั้น แม้ว่าลูกค้าเก่าจะมาสั่งซื้อที่หน้าร้าน ก็สามารถทดลองให้ใช้แพลตฟอร์มออนไลน์แทน เพื่อสร้าง
ความประทับใจให้ลูกค้าเดิมเห็นถึงความสะดวกสบาย ครั้งต่อไปลูกค้าก็สามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ได้ทันที

ตารางที่ 3 การวัดผลผลิตภาพการดำเนินงานด้านการตลาดออนไลน์

ชื่อสถานประกอบกิจการ	ยอดขายเดือน เม.ย.-ส.ค.66 รวม 5 เดือนก่อนพัฒนา (บาท)					ค่าเฉลี่ย 5 เดือน (บาท)	ยอดขายหลังพัฒนา	เพิ่มขึ้นร้อยละ
	เม.ย.	พ.ค.	มิ.ย.	ก.ค.	ส.ค.			
กลุ่มที่ 1	0	0	5,000	2,500	2500	2,000	10,000	80.00
กลุ่มที่ 2	0	0	20,000	10,000	10,000	10,000	40,000	300.00
กลุ่มที่ 3	0	3,000	0	5,000	4000	2,400	50,000	476.00
กลุ่มที่ 4	0	0	0	6,000	4000	2,000	10,000	80.00
กลุ่มที่ 5	0	0	0	2,000	2,000	2,000	12,000	100.00
รวม						3,680	24,400	207.00

- หมายเหตุ 1. วิสาหกิจชุมชนสวนเกษตรอินทรีย์ยั่งยืนแบบถาวร
2. กลุ่มวิสาหกิจอาชีพสตรีทอผ้าฝ้ายผ้าไหม (ภู่อัน)
3. กลุ่มวิสาหกิจการทอผ้าไหมเมืองรุ่งบ้านโคกสะอาด-หนองอ้อยช้าง
4. ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์
5. กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนองม่วง

จากตารางที่ 3 เปรียบเทียบยอดขายหน่วยออนไลน์ก่อนและหลังการพัฒนาความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ พบว่า ยอดขายเฉลี่ย ตั้งแต่เดือนเมษายน 2566 ถึงเดือนสิงหาคม 2566 เป็นจำนวนเงิน 3,680 บาท และภายหลังได้รับการอบรมพัฒนาองค์ความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ ได้ดำเนินการสอบถามยอดขายระหว่างวันที่ 1-30 กันยายน 2566 พบว่า มียอดขายออนไลน์เพิ่มขึ้น 24,400 บาท จาก 5 เดือนที่ผ่านมา คิดเป็นร้อยละ 207

ตารางที่ 4 เจือ้นไขและโอกาสทางการตลาด

เจือ้นไขและโอกาสทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
1.ผลิตภัณฑ์เป็นที่ชื่นชอบและเป็นที่ต้องการของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ	3.75	0.71	มาก
2.มีการนำเอาข้อเสนอแนะของลูกค้ามาใช้ในการปรับปรุงสินค้า/บริการ	4.69	0.50	มากที่สุด
3.นโยบายการสนับสนุนของทางภาครัฐบาลมีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และยอดขายของสินค้ากลุ่ม เช่น การแต่งกาย ผ้าไทย เป็นต้น	4.07	0.68	มาก
4.กลุ่มมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง	4.65	0.48	มากที่สุด
5.กลุ่มมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง	3.11	0.43	ปานกลาง



เงื่อนไขและโอกาสทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ความหมาย
6.กลุ่มมีมาตรการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคและบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้สีย้อมที่ปลอดภัยปราศจากสารก่อมะเร็ง เป็นต้น	4.17	0.63	มาก
7.มีการสร้างสรรค์สินค้าใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นอยู่เสมอ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.54	0.53	มากที่สุด
8.กลุ่มให้ความสำคัญกับการลดต้นทุนการผลิตเพื่อการสร้างกำไรที่สูงขึ้น	4.28	0.59	มากที่สุด
9.จำนวนคู่แข่งชั้นที่อยู่นอกคลัสเตอร์มีจำนวนมากขึ้น	4.80	0.40	มากที่สุด
รวม	4.23	0.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นการบริหารจัดการของกลุ่มคลัสเตอร์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์โดยภาพรวมด้านเงื่อนไขอุปสงค์และโอกาสทางการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.55) ค่า SD อยู่ระหว่าง 0.43–0.71 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกัน

สรุปผลการวิจัย

การนำเสนอสรุปผลการดำเนินการ คณะทำงานขอแนะนำเสนอเป็นภาพรวมและข้อสรุปผลโครงการที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ตามลำดับดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า

1 กลุ่มคลัสเตอร์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 5 ชุมชน ดังนี้ 1) วิสาหกิจชุมชนสวนเกษตรอินทรีย์ยั่งยืนแบบถาวรผลิตภัณฑ์เด่นได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่ 2) กลุ่มวิสาหกิจอาชีพสตรีทอผ้าฝ้ายผ้าไหม (ภู่อ้น) ผลิตภัณฑ์เด่นได้แก่ ผ้าภู่อ้น 3) กลุ่มวิสาหกิจการทอผ้าไหมเมืองรุ่งบ้านโคกสะอาด-หนองอ้อยช้าง ผลิตภัณฑ์เด่นได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่ 4) ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ ผลิตภัณฑ์เด่นได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่ 5) กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนองม่วง ผลิตภัณฑ์เด่นได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่

สรุปปัญหา-อุปสรรค ของคลัสเตอร์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์จากการศึกษาการบริหารจัดการกลุ่มคลัสเตอร์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์สามารถสรุปได้ว่า 1) ด้านการตลาด คือ ทางกลุ่มมียอดขายลดลง มีการขายตัดราคากันเองของ และการผลิตของสมาชิกคลัสเตอร์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์มีความต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง นอกจากนี้ต้องการให้มีการจัดพื้นที่ขายสินค้า และต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยหาช่องทางการตลาด หรือกระตุ้นยอดขาย ขายสินค้าแบบออนไลน์เป็นต้น และอยากให้มีการจัดอบรมออนไลน์ขายสินค้า หาเทคนิคต่างๆในการขายสินค้าออนไลน์ 2) ด้านการผลิต คือ ต้องการที่จะปรับปรุงรูปแบบ สี ลายผ้าทอเพิ่มเติม ออกแบบและพัฒนาสินค้าให้ทันสมัยยิ่งขึ้น และพัฒนาฝีมือในการทอผ้า การผลิตล่าช้า วัสดุอุปกรณ์ที่ไม่ทันสมัย ระยะเวลาการผลิตนาน และขาดแรงงานในการผลิต นอกจากนี้ต้องการให้มีการจัดอบรม “เรื่องการย้อมสีผ้า, การทอผ้า, ลายผ้า” 3) ด้านการจัดการ คือ ต้องการให้ภาครัฐหรือหน่วยงานเข้ามาช่วยเหลือ ยกย่องสินค้า กลุ่มทอผ้า อุปกรณ์ในการผลิตการทอผ้า สนับสนุนเงิน

2. สมรรถนะของกลุ่ม Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถพิจารณาแยกตามกิจกรรมของห่วงโซ่ ได้ดังนี้

1) อุตสาหกรรมต้นน้ำ เป็นผู้ประกอบการในขั้นต้นที่สำคัญของกลุ่ม Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ได้แก่ ผู้ปลูกหม่อน เลี้ยงไหม ผู้ย้อมสีและผู้สาวไหม สำหรับจังหวัดบุรีรัมย์พบว่า ผู้ประกอบการที่อยู่ในสายงานการผลิตจะกระจายอยู่ในอำเภอ

หนองหงส์ 2) อุตสาหกรรมกลางน้ำ และปลายน้ำ หรือผู้ทอไหม/แปรรูปไหม ผลิตภัณฑ์ และผู้จำหน่าย ได้แก่ อำเภอลำทะเมนชัย ร่องลงมาอำเภอนาโพธิ์ เป็นผู้ประกอบการที่มีจำนวนมากที่สุดของจังหวัดบุรีรัมย์ มีการดำเนินการในการทอผ้าไหมเป็นอยู่จำนวนมาก อีกทั้งมีความสามารถในการทอผ้าพื้นซึ่งมีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์โดยเฉพาะพื้นที่จังหวัดบุรีรัมย์ ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการในกลุ่มนี้ จำนวน 116 ราย โดยได้รับข้อมูลจากอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์ สำนักงานพัฒนานาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดบุรีรัมย์ นอกจากผู้ประกอบการซึ่งเป็นแกนกลางของเครือข่าย Cluster ใหม่ในจังหวัดบุรีรัมย์มีผู้ที่เกี่ยวข้องอีกมากมายซึ่งเป็นผู้ที่มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) เช่น ผู้ให้บริการการขนส่ง ผู้ผลิตสินค้าของที่ระลึก ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว สถาบันการศึกษา และสถาบันเฉพาะทาง สมาคม ชมรมต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา รวมไปถึงหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เช่น สำนักงานเกษตรจังหวัด ศูนย์หม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติ สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด หน่วยงานองค์กรการปกครองส่วนท้องถิ่น

3. ผลการวิเคราะห์ SWOT Matrix ของกลุ่ม Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถสรุปแบ่งเป็น 4 ด้าน ดังนี้

1) กลยุทธ์ SO กลยุทธ์การตลาดเชิงรุก โดยเฉพาะเจาะจงการตลาดและ การขยายตลาดได้แก่ 1.1) การขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ 1.2) การพัฒนาเครือข่ายร่วมมือคลัสเตอร์ไหมบุรีรัมย์ 2) กลยุทธ์ WO กลยุทธ์การปรับปรุงกระบวนการภายใน 2.1) การสร้างองค์ความรู้ให้กับผู้ประกอบการคลัสเตอร์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์ 2.2) การพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ 2.3) การยกระดับคุณภาพไหม 3) กลยุทธ์ ST กลยุทธ์การพัฒนาบุคลากร 3.1) การจัดอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาผู้ประกอบการและสร้างให้คำปรึกษาเชิงลึกให้แก่ผู้ประกอบการ 4) กลยุทธ์ WT กลยุทธ์ เฝ้าระวังลดรอยรั่ว 4.1) กิจกรรมเชื่อมโยงเครือข่ายผู้ผลิตคลัสเตอร์ไหมบุรีรัมย์

ระยะที่ 2 สร้างกระบวนการพัฒนาผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ให้มีศักยภาพ

1. การประเมินผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมทฤษฎีและเชิงปฏิบัติการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 116 ราย ได้ทดสอบถึงความรู้ ความเข้าใจที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไหมในรูปแบบที่กลุ่มต้องการพัฒนาทั้งก่อนและหลังการฝึกอบรม โดยพบว่า ก่อนการฝึกอบรมผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมมีความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น การตัดเย็บเสื้อผ้า การวางแผนแพทเทิร์น การเย็บเดินเส้นบนขอบตะเข็บ การทำผ้ามัดหมี่ ขั้นตอนการทำผ้ามัดหมี่ การตกแต่งสำเร็จ โดยเป็นความเข้าใจถูกต้องร้อยละ 50.03 ความเข้าใจไม่ถูกต้องร้อยละ 49.97 และหลังการฝึกอบรมผู้เข้าร่วมการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจเพิ่มมากขึ้น โดยเป็นความเข้าใจถูกต้องร้อยละ 95.93

ระยะที่ 3 สร้างโอกาสทางธุรกิจการตลาดสมัยใหม่ให้กับ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

1. บริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นการบริหารจัดการของกลุ่มคลัสเตอร์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์ โดยในภาพรวมด้านบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจ อยู่ในระดับมาก (= 3.89, S.D. = 0.61) และแสดงเป็นรายด้านตามลำดับจากมากไปหาน้อยพบว่า มีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในผลิตทำให้มี สีสัน ลวดลาย ตรงตามความต้องการของลูกค้า (= 4.44, S.D. = 0.58) กลุ่มมีความสามารถในการจัดการที่เป็นระบบและมีบุคลากรที่มีประสิทธิภาพ (= 4.41, S.D. = 0.60) สมาชิกในกลุ่ม/คลัสเตอร์มีความรู้และเข้าใจเป้าหมายและมีทัศนคติ ร่วมกันในการพัฒนาสินค้า/ผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ และการพัฒนาที่ยั่งยืน (= 4.28, S.D. = 0.61) ผู้นำกลุ่ม/คลัสเตอร์เป็นบุคคลที่สำคัญในการบริหารจัดการและ ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่รู้จักและมีชื่อเสียง (= 4.17, S.D. = 0.63) สินค้ามีเอกลักษณ์/มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก (= 3.69, S.D. = 0.58) กลุ่มมีการขยายตลาดไปยังตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศอย่างต่อเนื่อง (= 3.51, S.D. = 0.56) ในขณะที่สินค้ามีส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าที่เพิ่มขึ้นทุกปี (= 2.72, S.D. = 0.72) เป็นลำดับสุดท้ายในบริบทการแข่งขันและกลยุทธ์ทางธุรกิจของกลุ่มคลัสเตอร์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ค่า SD อยู่ระหว่าง 0.56–0.72 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกัน



2. การเชื่อมโยงและความร่วมมือภายในคลัสเตอร์ ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นการบริหารจัดการของกลุ่มคลัสเตอร์ใหม่จังหวัดบุรีรัมย์ โดยในภาพรวมด้านการเชื่อมโยงและความร่วมมือภายในคลัสเตอร์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.40$, S.D. = 0.57) และแสดงเป็นรายด้านตามลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้ประกอบการมีความเห็นว่ากลุ่มมีการแจ้งข้อมูลข่าวสารให้กับสมาชิกอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.73$, S.D. = 0.48) รองลงมาคือ กลุ่มมีการบริหารเงินทุน/รายได้สำหรับแก่สมาชิกอย่างยุติธรรม ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.56) การทำกิจกรรมของกลุ่มเริ่มต้นจากการคิดและระดมสมองร่วมกันของสมาชิก/ผู้ประกอบการซึ่งเป็นแกนนำของกลุ่ม ($\bar{X} = 4.55$, S.D. = 0.58) กลุ่มมีจำนวนสมาชิกที่เพียงพอและเหมาะสมกับการผลิตสินค้า/ผลิตภัณฑ์ และกลุ่มมีการสร้างแรงจูงใจให้กับสมาชิก/พนักงานเพื่อทำให้เกิดการผลิตสินค้าที่ดีและมีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.56) กลุ่มมีการประชุมเพื่อพัฒนาการดำเนินงาน และจัดกิจกรรมร่วมกันอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.58) กลุ่มมีการกำหนดโครงสร้างหน้าที่และความรับผิดชอบของสมาชิกที่ชัดเจนตามลักษณะของห่วงโซ่อุปทาน (ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ) ($\bar{X} = 4.04$, S.D. = 0.64) ในขณะที่หน่วยงานภาครัฐ/บริษัทเอกชนมีการให้การสนับสนุนและส่งเสริม พัฒนาการผลิต และออกแบบสินค้าให้มีประสิทธิภาพ ($\bar{X} = 3.61$, S.D. = 0.62) เป็นลำดับสุดท้ายของการเชื่อมโยงและ ความร่วมมือภายในคลัสเตอร์ใหม่จังหวัดบุรีรัมย์ ค่า SD อยู่ระหว่าง 0.48 – 0.64 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกัน

3. เงื่อนไขและโอกาสทางการตลาด ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นการบริหารจัดการของกลุ่มคลัสเตอร์ใหม่จังหวัดบุรีรัมย์โดยในภาพรวมด้านเงื่อนไขอุปสงค์และโอกาสทางการตลาดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.55) และแสดงเป็นรายด้านตามลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า กลุ่มมีความเห็นว่าจำนวนคู่แข่งชั้นที่อยู่นอกคลัสเตอร์มีจำนวนมากขึ้น ($\bar{X} = 4.80$, S.D. = 0.40) รองลงมา คือ นโยบายการสนับสนุนของทางภาครัฐบาลมีผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และยอดขายของสินค้ากลุ่ม เช่น การแต่งกายผ้าไทย เป็นต้น ($\bar{X} = 4.69$, S.D. = 0.50) กลุ่มมีความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่อง ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.48) มีการสร้างสรรค์สินค้าใหม่ๆ ให้เกิดขึ้นอยู่เสมอเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ($\bar{X} = 4.54$, S.D. = 0.53) ให้ความสำคัญกับการลดต้นทุนการผลิตเพื่อการสร้างกำไรที่สูง ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.59) กลุ่มมีมาตรการคุ้มครองสิทธิผู้บริโภคและบังคับใช้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้สีย้อมที่ปลอดภัยปราศจากสารก่อมะเร็ง เป็นต้น ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.63) ผลิตภัณฑ์เป็นที่ชื่นชอบและเป็นที่ต้องการของลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.71) ในขณะที่สินค้าของกลุ่ม/คลัสเตอร์มีส่วนแบ่งการตลาดของสินค้า/ยอดขายที่เพิ่มขึ้นทุกปี ($\bar{X} = 3.11$, S.D. = 0.43) เป็นลำดับสุดท้ายของเงื่อนไขอุปสงค์และโอกาสทางการตลาดของจังหวัดบุรีรัมย์ ค่า SD อยู่ระหว่าง 0.43–0.71 หมายถึง กลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นไปในแนวทางเดียวกัน

อภิปรายผล

งานวิจัยเรื่อง การพัฒนาขีดความสามารถผู้ประกอบการผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์แบบ Cluster เพื่อรองรับการตลาดสมัยใหม่ สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. กระบวนการพัฒนาผู้ประกอบการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ได้ข้อสรุปในการจัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ ด้วยกระบวนการอบรมเชิงปฏิบัติการ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้เข้าร่วมประกอบไปด้วยตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนเกษตรอินทรีย์ยั่งยืนแบบถาวร กลุ่มวิสาหกิจอาชีพสตรีทอผ้าฝ้ายผ้าไหม (ภูอัคนี) กลุ่มวิสาหกิจการทอผ้าไหมเมืองรุ่งบ้านโคกสะอาด-หนองอ้อยช้าง ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านอำเภอนาโพธิ์ และกลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนองม่วง สามารถสร้างกระบวนการพัฒนาศักยภาพ ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ รวมกลุ่มแต่งตั้งประธานกลุ่มของระดับ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ โดยได้แต่งตั้ง นางสำรวย ศรีมะเรือง ตัวแทนจากกลุ่มของกลุ่มวิสาหกิจอาชีพสตรีทอผ้า

ผ้าไหม (ภู่อ้น) ทำหน้าที่การเชื่อมโยงและความร่วมมือภายใน Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ มีการตั้งกฎกติกา แบ่งบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน มีการวางกลยุทธ์การส่งเสริมการขายแต่ยังไม่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย และไม่สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบันทำให้มีผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของกลุ่มในภาพรวม เช่น ยอดขายที่มีแนวโน้มลดลง จึงได้มีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ 4 เรื่อง ได้แก่ 1) การออกแบบลวดลายผ้า 2) การตกแต่งสำเร็จ 3) การตัดเย็บ 4) ช่องทางการสื่อสาร เพื่อพัฒนาศักยภาพ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลักขมี พุ่มหว่า (2561) การวิจัยครั้งนี้มีเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาข้อมูลการจัดการทีมงานของกลุ่มแม่บ้านทอผ้าด้วยมือ เพื่อการพัฒนาศักยภาพชุมชนในการจัดการทีมงานของกลุ่มแม่บ้านทอผ้าด้วยมือ กลุ่มตัวอย่าง คือผู้นำชุมชนเปรมฤทัย ตัวแทนของกลุ่มแม่บ้านทอผ้าด้วยมือ และตัวแทนของสมาชิกชุมชนเปรมฤทัยผลการวิจัยพบว่า ชุมชนเปรมฤทัยมีปัญหา ในชุมชนด้านการจัดการ เช่น ปัญหาด้านความร่วมมือภายในกลุ่มชุมชน ความขัดแย้งของสมาชิกชุมชน กลุ่มยังขาดความรู้ความเข้าใจในการทำงานเป็นทีม ขาดผู้ติดต่อประสานงานภายในและนอกกลุ่ม ขาดวิสัยทัศน์ด้านการทำธุรกิจชุมชนที่แท้จริง เป็นต้น การพัฒนาศักยภาพชุมชนในการจัดการทีมงาน โดยใช้รูปแบบการฝึกอบรม “จัดการทีมงาน” ให้กับกลุ่มแม่บ้านทอผ้าด้วยมือ กำหนดรูปแบบการประสานงานระหว่างกลุ่มแม่บ้านทอผ้า กับกลุ่มชุมชนเปรมฤทัย ผู้นำชุมชนช่วยผลักดันให้เกิดความช่วยเหลือของผู้ที่อยู่ในชุมชนที่เป็นแรงงานในการผลิตผ้าทอมือ หรืองานอื่นๆ ที่ต้องการกำหนดวิสัยทัศน์ในการทำงานร่วมกัน มีการจัดระบบการทำงานให้เกิดความชัดเจน

2. การสร้างโอกาสทางธุรกิจการตลาดสมัยใหม่ให้กับ Cluster ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์กลุ่มคลัสเตอร์ไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 5 กลุ่ม เป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีการสืบสานภูมิปัญญาการทอผ้าไหมมาแต่ในอดีตและเป็นที่ทราบถึงการอนุรักษ์วิธีและกระบวนการในการผลิตไหม อาทิ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าไหม พื้นเรียบ และผ้าไหมลายหางกระรอกคู่ ซึ่งเป็นผ้าลายเอกลักษณ์ประจำจังหวัดบุรีรัมย์ ที่เป็นที่รู้จัก ทั้งในระดับภาคและระดับประเทศการใช้เครื่องมือในการผลิตสินค้าจึงยังคงใช้เครื่องมือจากในอดีต อาทิ กี่ทอผ้า กี่กระตุก กี่กระทอมือ กี่กระสวยพุ่งมือ ฟืมทอผ้า กระสวย และจักรเย็บผ้า ได้ดำเนินการพัฒนาและสร้างโอกาสทางการตลาดออนไลน์ สร้างร้านค้าบนแพลตฟอร์ม เฟซบุ๊กแฟนเพจ ,You tube, Shopee ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วัลลภา วิชยะวงค์ และคณะ (2564) ได้ศึกษาการขยายโอกาสตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่ง สำหรับลูกค้าต่างประเทศ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสถานการณ์ปัจจุบันของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่ง 2) ศึกษาปัญหาทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่ง และ 3) ศึกษาแนวทางการขยายโอกาสตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่ง งานวิจัยแบบผสมวิธี กลุ่มตัวอย่างเลือกแบบสะดวก ได้แก่ ลูกค้าต่างประเทศ จำนวน 384 คน การสุ่มแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้ผลิต 15 คน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง 5 คน เครื่องมือที่ใช้ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ นำเสนอสถิติเชิงพรรณนาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกในประเด็นที่เกี่ยวข้องจากข้อคำถามปลายเปิด วิเคราะห์เนื้อหา โดยการนับข้อมูลซ้ำ ๆ ผลการวิจัยพบว่า 1) ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งผู้ผลิตเป็นแบบรวมกลุ่มสมาชิก ส่วนใหญ่ทำผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เพื่อจำหน่ายและสวมใส่ในงานประเพณี ผู้ผลิตมีจำนวนน้อย หาซื้อได้ยากขาดความต่อเนื่องในการขาย ยอดขายซบเซาผลิตภัณฑ์ไม่ได้รับการยกระดับ การขายอยู่ในพื้นที่ผู้ซื้อเป็นคนในชุมชน 2) ปัญหาทางการตลาดของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่ง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย ไม่ทันสมัย ขาดการรับรองจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง บรรจุภัณฑ์ไม่มีเอกลักษณ์ ผู้ผลิตขาดความรู้เกี่ยวกับต้นทุน ช่องทางการจัดจำหน่ายแคบ ขาดการส่งเสริมการตลาด 3) แนวทางการขยายโอกาสตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์กลุ่มชาติพันธุ์ลาวครั่งสำหรับลูกค้าต่างประเทศดังนี้ คือ 1) โซเชียลมีเดีย ได้แก่



เฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และไลน์แอด 2) เสิร์ชเอนจินมาร์เก็ต เสิร์ชเอนจินออฟติไมซ์ 3) การเขียนบล็อก 4) การตลาดผ่านอีเมล 5) การตลาดผ่านวิดีโอ เป็นวิธีที่สามารถเพิ่มยอดขาย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการดำเนินโครงการ

1.1 การส่งเสริมให้ชุมชนเกิดการสร้างการมีส่วนร่วมและการสร้างความเข้าใจร่วมกันทำให้ชุมชนมีความรู้ (Knowledge) มองเห็นความสำคัญของปัญหาที่เกิดขึ้นกับชุมชน

1.2 การบูรณาการภาคีหน่วยงานในการดำเนินโครงการ ควรมีการกำหนดเป้าหมายการทำงานร่วมกันโดยไม่กระทบกับกิจกรรมหรือโครงการของหน่วยงานนั้นๆ ควรเป็นลักษณะเสริมแรงเพื่อให้ตอบเป้าหมายภารกิจของงานให้ดียิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการดำเนินโครงการครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาชุมชนให้ครอบคลุมรอบด้าน เพื่อสร้างกระบวนการพัฒนาผู้ประกอบการ Cluster ฝ่าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ให้มีศักยภาพ และเจาะลึกในแต่ละประเด็นของชุมชนแต่ละพื้นที่

2.2 ควรมีการสร้างแผนบูรณาการเครือข่ายชุมชนและหน่วยงานภาคี เพื่อให้แต่ละส่วนได้ทราบบทบาทหน้าที่และแนวทางส่งเสริมความร่วมมือในระดับต่างๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

(“ประวัติศาสตร์โลกไทยเห็นสัญญาณว่าสิทธิจัด โมโตจีพี 3 ปี” , 2560)

(“ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา” , 2564)

ลักขมี ทุ่งหว้า และคณะ (2561). การพัฒนาศักยภาพชุมชนในการจัดการที่มงาน : กรณีศึกษา กลุ่ม

แม่บ้านชุมชนเปรมฤทัย เขตประเวศ กรุงเทพมหานคร. วารสาร Kasem Bundit, 19(1), 61-72.

วัลลภา วิชะยะวงศ (2564). การขยายโอกาสตลาดออนไลน์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์

ลาวครั้ง สำหรับลูกค้าต่างประเทศ. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ. ,6(7)