

รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทย ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

The Value-Added Model of Thai Silk Handicraft Product in Northeastern Thailand

เจษฎาวุฒิ บุตรเพชร¹/ จุฑามาส ชมผา²/ สุปิยา ทาปทา³

Chetsadawut Butphech / Chuthamas Chompha / Supiya Tapta

^{1,2}สาขาวิชายุทธศาสตร์การพัฒนากุมิภาค คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
Regional Development Strategies Program, Faculty of Humanities and Social Sciences, Ubon Ratchathani
Rajabhat University

³สาขาวิชาการบริหารการพัฒนาท้องถิ่น คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
Local Development Administration, Faculty of Humanities and Social Sciences, Ubon Ratchathani Rajabhat
University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทย รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทย และประเมินรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ กลุ่มตัวอย่าง คือ สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 5 จังหวัด ได้มาโดยการคัดเลือกแบบเจาะจง จากสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมที่มีผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ได้รับการรับรองคุณภาพ และได้รับรางวัลระดับเขตของศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอจำนวน 365 คน และผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณวุฒิทางการศึกษาระดับปริญญาตรีขึ้นไปสาขาสังคมศาสตร์หรือสาขาอื่นที่เกี่ยวข้องที่มีความเชี่ยวชาญหรือประสบการณ์ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยไม่น้อยกว่า 10 ปี จำนวน 32 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม และแบบประเมินรูปแบบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test, F-test และการทดสอบรายคู่ตามวิธีการของเซฟเฟ้ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทย ที่พัฒนาขึ้นมี 4 ส่วน ประกอบด้วย

1. หลักการ คือ ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยเป็นสินค้าที่ควรให้การสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่องจากทั้งภาครัฐและเอกชนเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค 2. วัตถุประสงค์เพื่อให้มีรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 3. องค์ประกอบ มี 3 องค์ประกอบ คือ 1) ศักยภาพชุมชนในการผลิตผ้าไหมโดยการรวมกลุ่มเพื่อการผลิตผ้าไหมและพัฒนาเป็นวิสาหกิจชุมชน 2) กลยุทธ์ด้านการตลาดสำหรับธุรกิจเพื่อให้บริการแก่ผู้ประกอบการ รวมถึงการออกแบบการจัดการผลิตภัณฑ์โดยภูมิปัญญาของชุมชน 3) กระบวนการสร้างมูลค่าเพิ่มการส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และ 4) เงื่อนไขความสำเร็จ คือ ชุมชนต้องมีองค์กรที่ให้ความร่วมมือส่งเสริมสนับสนุนความรู้แนวทางการใช้รูปแบบ คือ ชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องร่วมกันกำหนดเป้าหมาย วิธดำเนินการ และติดตามประเมินผล ผลการทดลองใช้รูปแบบ พบว่าสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมมีสภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยเพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และผลการประเมินรูปแบบ ด้านความสอดคล้อง ความเป็นประโยชน์ ความเป็นไปได้ และความเหมาะสม พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน

คำสำคัญ: ผ้าไหมไทย, ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม, การสร้างมูลค่าเพิ่ม

Abstract

The research aimed to study the value-added model of Thai silk handicraft product in northeastern Thailand. The samples were 365 members of the silk weaving group in northeastern Thailand and 32 experts. The research instruments were a questionnaire, interview, focus group, and model evaluation form. Statistics used in data analysis were percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test and Scheffe's paired method. A content analysis was used for qualitative data. The research findings were as follows: The value-added model for the Thai silk handicraft product consisted of four parts: principle, objectives, components and success conditions.

1) Principle: Thai silk or product was the goods the private and state sectors should support in order to meet the demands of consumers. 2) Objectives was a creation of the model for the handicraft in northeastern Thailand. 3) Model in the study had three components: (1) community potential was a combination of the silk producing group and the community enterprise group;

(2) marketing strategies included design, product management, and resources; and (3) process of creating an added value created an identity of Thai silk in terms of products, service, personnel and images. and (4) Success conditions require a cooperation from the community; communities and agencies concerned had to establish the goals and procedures and follow up and evaluate them. The results also showed that the members of the silk weaving group had a higher added value of the products at a statistical significance of .05. Considering the suitability, concordance and possibility, the model was found to be suitable, useful and possible at a high level in all aspects.

Keywords: Thai silk, handicraft products, value-added

บทนำ

การทอผ้าไหมเป็นหัตถกรรมและเป็นศิลปะการสร้างสรรค์ที่ทอจากเส้นไหม ในปัจจุบัน การทอผ้าไหมมีการเปลี่ยนแปลงจากการทอเพื่อใช้สอยในครัวเรือนมาเป็นการทอผ้าไหมที่ทำเพื่อธุรกิจการค้า (Phansuwan, 2013 : 35) ซึ่งมีมานานและมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น การพัฒนาด้านการตลาด จึงเป็นหัวใจสำคัญที่ส่งผลให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้และเป็นวิธีการที่ดีที่สุดในการวางแผนผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด การบรรจุภัณฑ์ การใช้พนักงานขาย ข้าราชการ และการใช้พลัง (Wongmontha, 1999: 57-246) ส่งผลถึงความจำเป็นในการปรับกลยุทธ์ การตลาดให้เหมาะสม โดยต้องสร้างความสามารถและทักษะในด้านต่างๆ ดังนี้ (Kotler, 2001: 3-54) คือ การบริหารสัมพันธ์กับลูกค้ากับคู่ค้า ฐานข้อมูล การประชาสัมพันธ์ การตลาดทางไกล การตลาดเชิงกิจกรรม และการตลาดอุปถัมภ์ การสร้างตราสินค้า การตลาดประสบการณ์ การติดต่อสื่อสาร การตลาดแบบบูรณาการ และการวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร โดยการแบ่งส่วนตลาดลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ปัจจุบัน กลุ่มทอผ้าไหมหลายหน่วยงานให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน และพยายามศึกษาวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบการการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหม ดังเช่น Kulwiset (2007) ได้วิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลการสร้างมูลค่าเพิ่มกับการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย Kiantong (2008) ได้ ทำการศึกษาวิจัย เรื่อง พลวัตและการปรับตัวของการสร้างเครือข่ายธุรกิจผ้าทอมือมัดหมี่ชุมชนไทยพวน จังหวัดลพบุรี Katawatcharakul (2010) ได้วิจัย เรื่อง คุณภาพผ้าไหมไทยเพื่อการส่งออก Ratae (2013) ได้วิจัย เรื่องการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1 และ Thongsri (2016) ได้วิจัย เรื่อง รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ เป็นต้น

ดังได้กล่าวข้างต้น หลายหน่วยงานได้พยายามศึกษาถึงรูปแบบการพัฒนาและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับหัตถกรรมผ้าไหมไทย เพราะนอกจากผ้าไหมจะเป็นหัตถกรรมและศิลปะสร้างสรรค์จากเส้นไหมแล้ว ผ้าไหมยังได้รับ ยกย่องว่าเป็นราชินีแห่งแพรพรรณ ซึ่งใช้เพื่อบูรณภาพร่างกายจากอุณหภูมิของสภาพอากาศ ป้องกันภัยอันตรายจากสิ่งแวดล้อม เป็นเครื่องประดับร่างกายให้สวยงามหรือ และยังแสดงให้เห็นสถานภาพทางสังคมเส้นใยไหมที่นำมาทำให้เกิดสีสัน ได้แก่ เส้นใยไหมอันเกิดจากการฟอก การทอ การย้อม และยังไปกว่านั้นยังมีการสร้างลวดลาย อันเกิดจากกรรมวิธีที่หลากหลาย เช่น

การทอ การจิด การจก การทอยก การล้วงหรือการเกาะ การทอมุก และการมัดหมี่ ซึ่งมีกระบวนการหรือขั้นตอนของการทอที่แตกต่างกัน ในอดีตการทอผ้าไหมจะทำการเป็นหัตถกรรมเฉพาะในครัวเรือนหรือเป็นงานฝีมือของผู้หญิง คนไทยในชนบทส่วนใหญ่ซึ่งมีอาชีพเกษตรกรรม เมื่อเสร็จสิ้นฤดูเก็บเกี่ยวแล้ว ก็จะมีเวลาว่างเพื่อรอฤดูกาลเพาะปลูกรอบใหม่ทำให้มีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเพื่อนำมาทอเป็นผ้าไหมไว้ใช้ในครัวเรือนและเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวอีกทางหนึ่ง (Wannamas, 2004: 67) จะเห็นได้ว่าผ้าไหมและลวดลายผ้าไหมจะมีเอกลักษณ์ลวดลายเฉพาะพื้นถิ่นและกลุ่มชนที่มีความสวยงามแตกต่างกันไป ผ้าไหมนอกจากจะเป็นเครื่องแสดงสถานะทางสังคมแล้วยังใช้เป็นองค์ประกอบในพิธีกรรม ประเพณีและความเชื่อทางศาสนาอีกด้วย ปัจจุบันการทอผ้าไหมได้กลายมาเป็นการทอผ้าเพื่อธุรกิจการค้าในอุตสาหกรรมสิ่งทอ ผลผลิตที่ได้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม การทอผ้าไหมมีการพัฒนาทั้งด้านทักษะฝีมือ ศักยภาพในการผลิตให้ได้ทั้งลวดลาย สีสัน ปริมาณ มาตรฐาน และคุณภาพเพื่อให้ทันต่อความต้องการของผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ (Phansuwan, 2010: 46 - 47)

อย่างไรก็ตาม การทอผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในปัจจุบันยังพบว่ามักจะประสบกับปัญหาและอุปสรรคในการทอเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะเป็นด้านการสืบทอดองค์ความรู้ ด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม เช่น ไม่มีความรู้ทางวิชาการ ขาดเงินทุนในการดำเนินการ เป็นต้น ในขณะที่ด้านฝีมือในการทอนั้นจะมีความประณีตขึ้นเพราะมีช่างผู้ชำนาญโดยเฉพาะ เช่น ช่างทอ ช่างมัดหมี่ ช่างทำเครื่องทอ เป็นต้น จึงทำให้การทอผ้าไหมเปลี่ยนจากการทอเพื่อใช้สอยในครัวเรือนมาทำเพื่อธุรกิจการค้าเพิ่มมากขึ้น (Phansuwan, 2010 : 35) ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไหมไทย สร้างรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทย และประเมินรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งจะสามารนำไปใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาและสร้างองค์ความรู้ใหม่และปรับปรุงผลการดำเนินงานของธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ให้มีศักยภาพมากยิ่งขึ้น จนสามารถก้าวเข้าสู่ตลาดและต่อสู้กับคู่แข่งในในตลาดภายในและภายนอกประเทศได้ รวมถึงเป็นข้อเสนอในการพัฒนา ศักยภาพความรู้และความสามารถ ที่ได้รับจากการวิจัยไปนำเสนอผู้เกี่ยวข้องกับธุรกิจผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือและสามารถนำไปใช้ต่อยอดในการวิจัยครั้งต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในปัจจุบัน
2. เพื่อสร้างรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
3. เพื่อประเมินรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

ขอบเขตการวิจัย

1. เนื้อหากำหนดขอบเขตเนื้อหาตามวัตถุประสงค์ ของการวิจัย คือ สภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือในปัจจุบันศึกษาองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ของรูปแบบที่เหมาะสม และประเมินรูปแบบในด้านความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ในเชิงปฏิบัติจริงของรูปแบบ
2. ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ 5 จังหวัด จังหวัดละ 1 กลุ่ม ได้มาโดยคัดเลือกแบบเจาะจงจากกลุ่มอาชีพทอผ้าไหมที่ได้รับการรับรองคุณภาพและได้รับรางวัลระดับเขตของศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ประกอบด้วย 1) กลุ่มทอผ้าไหมบ้านสมพรรัตน อำเภอนุชนอก จังหวัดอุบลราชธานี 2) กลุ่มสตรีทอผ้าไหมตำบลสวาย อำเภอมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านอะลาง อำเภออุทุมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ 4) กลุ่มมัดย้อมผ้าไหมไทย อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา 5) กลุ่มสหกรณ์ผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านหัวสะพาน จำกัด อำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์ คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 365 คน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้รู้ (Key Informant) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Informant) และกลุ่มทั่วไป (General Informant)

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการในลักษณะของการวิจัยและพัฒนา โดยแบ่งการวิจัยเป็น 3 ระยะ ดังนี้

การวิจัยระยะที่ 1 การศึกษาสภาพและวิเคราะห์องค์ประกอบการสร้างมูลค่าเพิ่มหัตถกรรมผ้าไหมไทย โดยมี 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยเป็นการวิจัยเอกสาร โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล ขั้นปฐมภูมิ ศึกษาค้นคว้าจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยจัดทำโครงร่างการวิจัย

ขั้นตอนที่ 2 การสำรวจสภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มหัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก-เฉียงเหนือ ประชากรในการวิจัย ได้แก่ สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมในพื้นที่ภาคตะวันออก-เฉียงเหนือ 5 จังหวัด จังหวัดละ 1 กลุ่ม ซึ่งเป็นการคัดเลือกแบบเจาะจง โดยใช้เกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มที่มีผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่ได้รับการรับรองคุณภาพ ประกอบด้วย 1) กลุ่มทอผ้าไหมบ้านสมพรรัตน์ อำเภอนูนทุริก จังหวัดอุบลราชธานี 2) กลุ่มสตรีทอผ้าไหมตำบลสาย อำเภอมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์ 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านอะลาง อำเภอยุฑมพรพิสัย จังหวัดศรีสะเกษ 4) กลุ่มมัดย้อมผ้าไหมไทย อำเภอบึงขงชัย จังหวัดนครราชสีมา 5) กลุ่มสหกรณ์ผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมบ้านหัวสะพาน จำกัด อำเภอยุฑมพรพิสัย จังหวัดบุรีรัมย์ คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 365 คน แบ่งเป็นกลุ่มผู้รู้ จำนวน 90 คน กลุ่มผู้ปฏิบัติ จำนวน 75 คน และกลุ่มทั่วไป จำนวน 200 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม การหาคุณภาพโดยนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) วิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าอยู่ระหว่าง .60-1.00 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่าของ Cronbach มีค่าเท่ากับ .839 วิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) คำร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test (One-Way ANOVA) และการทดสอบรายคู่ ตามวิธีการของเชฟเฟ

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาสภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มหัตถกรรมผ้าไหมไทย กรณีศึกษา กลุ่มตัวอย่างกลุ่มทอผ้าไหมที่ประสบความสำเร็จ จำนวน 2 แห่ง คัดเลือกแบบเจาะจงจากกลุ่มอาชีพทอผ้าที่ได้รับรางวัลระดับเขต ของศูนย์พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ได้แก่ กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนทอผ้าตำบลหนองบ่อ อำเภอมือง จังหวัดอุบลราชธานี และกลุ่มพัฒนาสตรีบ้านหนองอารี ตำบล

ดินแดง อำเภอไพรบึง จังหวัดศรีสะเกษ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสังเกต แบบสัมภาษณ์ ดำเนินการหาคุณภาพโดยนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา วิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าอยู่ระหว่าง .60-1.00 และวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

การวิจัยระยะที่ 2 : การสร้างรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทย ในเขตพื้นที่ ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การยกร่างรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลในระยะที่ 1 และความรู้เกี่ยวกับเรื่องรูปแบบ มาเป็นข้อมูลประกอบในการยกร่างรูปแบบ โดยโครงสร้างของรูปแบบ มี 3 ส่วน คือ 1) หลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ และนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในรูปแบบ 2) องค์ประกอบของรูปแบบ และ 3) เงื่อนไขความสำเร็จและแนวทางการใช้รูปแบบ และมี 3 องค์ประกอบหลัก คือ 1) ศักยภาพชุมชนในการผลิตผ้าไหม 2) กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ 3) กระบวนการจัดการสร้างมูลค่าเพิ่ม แล้วนำร่างรูปแบบเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อขอคำแนะนำและดำเนินการปรับปรุง

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาคุณภาพของรูปแบบโดยให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) ได้แก่ กลุ่มผู้บริหาร กลุ่มนักวิชาการ และกลุ่มผู้ปฏิบัติ ประกอบด้วย นักพัฒนาชุมชน นักวิชาการ นายกองค์การบริหารส่วนตำบล ประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม จำนวน 15 คน เครื่องมือวิจัย คือ แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม ที่มีประเด็นคำถามสำหรับทำการสนทนากลุ่ม และวิพากษ์ซึ่งประกอบด้วยประเด็น ความสอดคล้องกับหลักการและทฤษฎี และความเป็นไปได้ในทางปฏิบัติ ของรายการโครงสร้างของร่างรูปแบบ หาคุณภาพโดยนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา วิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าอยู่ระหว่าง .60-1.00 และวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา แล้วสรุปผลการวิจารณ์และข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิตามวิธีการที่กำหนด และปรับปรุงร่างรูปแบบตามผลการวิจารณ์และข้อเสนอแนะดังกล่าว และจัดทำแนวทางการใช้รูปแบบ ภายใต้อาจารย์ที่ปรึกษาและกรรมการวิทยานิพนธ์

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาคุณภาพของรูปแบบโดยทดลองใช้รูปแบบ เป็นการนำรูปแบบที่พัฒนาขึ้นไปทดลองใช้จริงกับพื้นที่เป้าหมาย ซึ่งคัดเลือกแบบเจาะจงจากพื้นที่ที่ดำเนินการผลิต

และสร้างมูลค่าเพิ่มหัตถกรรมผ้าไหมอย่างต่อเนื่อง คือ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านท่าสว่าง ตำบลโนนสำราญ อำเภอกันทรลักษ์ จังหวัดศรีสะเกษ โดยใช้เครื่องมือ กลุ่มการใช้รูปแบบ ปฏิทิน การดำเนินการทดลองใช้รูปแบบ และประเมินผลรูปแบบ โดยการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ ประธาน รองประธาน คณะกรรมการ และสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม เก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยนำเครื่องมือไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายด้วยตนเอง ดำเนินการเก็บข้อมูลสภาพการดำเนินงานตามรูปแบบสอบถามความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของรูปแบบในการนำไปใช้และสอบถามความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมตัวอย่างก่อนและหลังการดำเนินการทดลองใช้หาคุณภาพโดยนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา วิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีค่าอยู่ระหว่าง .60 - 1.00 วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่า t-test และการวิเคราะห์เนื้อหา

การวิจัยระยะที่ 3 : การประเมินรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

การตรวจสอบยืนยันรูปแบบเป็นการนำรูปแบบที่ได้จากระยะที่ 2 และผ่านการปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ มาปรับปรุงและสรุปเพื่อตรวจสอบยืนยันรูปแบบทั้งในด้านความสอดคล้องความเหมาะสมความเป็นไปได้ เป็นประโยชน์ และให้ข้อเสนอแนะ เป้าหมายในขั้นตอนนี้ คัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้เชี่ยวชาญและมีประสบการณ์การทำงานด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยหรือเป็นผู้ที่รับผิดชอบงานด้านพัฒนาชุมชน จำนวน 17 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในขั้นตอนนี้ คือแบบประเมินความสอดคล้อง ความเหมาะสม เป็นไปได้ และเป็นประโยชน์หาคุณภาพ โดยนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาค่า IOC อยู่ระหว่าง .60 - 1.00 วิเคราะห์ข้อมูล ด้วยค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

1. สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นต่อการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงตามลำดับ คือ ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านบุคลากร และด้านสิ่งแวดล้อม ด้านราคา ด้านกระบวนการผลิต ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านการจัดจำหน่าย เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม ที่มีต่อสภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขต

พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำแนกตามสถานภาพเพศ และตาม การผลิตผ้าไหมเป็นอาชีพ ภาพรวมเห็นว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ส่วนผลการเปรียบเทียบ ที่จำแนกตาม สถานภาพอายุ และตามรายได้ต่อเดือน ทั้งภาพรวมและรายด้านเห็นว่าแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ที่ระดับ .05 ทุกด้าน ยกเว้นด้านการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษากลุ่มทอผ้าไหมที่ประสบความสำเร็จ พบข้อมูลที่น่าสนใจและนำมาใช้ในการสร้างรูปแบบ คือ ชุมชนต้องมีองค์กรที่ให้ความร่วมมือ ส่งเสริมสนับสนุนความรู้ และทักษะ สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมและสามัคคีกัน มีการวางแผนการดำเนินงานให้เป็นแผนการพัฒนาธุรกิจ เพื่อให้มีความมั่นคงมีเป้าหมายที่ชัดเจนและทำได้จริง

2. รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่พัฒนาขึ้นมี 4 ส่วน คือ หลักการ วัตถุประสงค์ องค์ประกอบและเงื่อนไขความสำเร็จโดย 1) หลักการ คือ ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย เป็นสินค้าที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชนควรให้การสนับสนุนอย่างจริงจังและต่อเนื่องให้มีการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค 2) วัตถุประสงค์เพื่อให้มีรูปแบบการสร้าง มูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่อีสาน 3) องค์ประกอบของรูปแบบ มี 3 องค์ประกอบ คือ (1) ศึกษาภาพชุมชนในการผลิตผ้าไหมเป็นการรวมกลุ่มการผลิตผ้าไหมและกลุ่มที่เป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชน ซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียง (2) กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจผ้าไหมไทยเป็นการประกอบการซึ่งรวมถึงกระบวนการออกแบบการจัดการผลผลิตและทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยภูมิปัญญาของชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน (3) กระบวนการจัดการสร้างมูลค่าเพิ่ม เป็นการส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ไหมไทย ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบริการ ด้านบุคลากร และด้านภาพลักษณ์ ซึ่งเป็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับในสังคมหรือกลุ่มเป้าหมาย 4) เงื่อนไขความสำเร็จ คือ ชุมชนต้องมีองค์กรที่ให้ความร่วมมือ ส่งเสริมสนับสนุนความรู้ ทักษะ และแนวทางการใช้รูปแบบ คือ ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ต้องกำหนดเป้าหมายและวิธีดำเนินการ และติดตามประเมินผล ผลการทดลองใช้รูปแบบ พบว่า สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม มีสภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยเพิ่มขึ้น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผลการประเมินรูปแบบโดยผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อ

พิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านความสอดคล้อง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา คือ ด้านความเป็นประโยชน์ ด้านความความเป็นไปได้ และด้านความเหมาะสม ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่อง รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีประเด็นที่น่าสนใจมาอภิปราย ดังนี้

1. สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นต่อสภาพสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งนี้อาจเนื่องจากการทอผ้าไหมของผู้หญิงไทยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นการผลิตในระดับครัวเรือนประกอบกับการมีความรู้เป็นพื้นฐานเกี่ยวกับการทอผ้าไหม ซึ่งเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมที่มีการถ่ายทอดและสะสมอย่างยาวนาน ในระยะต่อมาได้มีการดัดแปลงทำเป็นเสื้อผ้าที่สวยงามมีผู้คนให้ความสนใจในฝีมือการทอผ้าไหมเพิ่มมากขึ้นและหาซื้อไปใช้กันมากขึ้นอีกเช่นกัน ผู้ผลิตเกิดการเรียนรู้และมีการพัฒนาปรับปรุงระบบการผลิต มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร เกิดการพัฒนาความคิด ค่านิยม รวมทั้งเกิดการปรับตัวและนำไปสู่รูปแบบธุรกิจที่มีลักษณะเฉพาะกลุ่ม อีกทั้งยังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนที่เข้ามาพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการผลิต ด้วยการลดต้นทุนการผลิต การพัฒนาเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิตและการพัฒนาบุคลากร ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์ผลิตหม่อนไหมให้มีประสิทธิภาพและเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขัน (Bubpharat, 2011 : 46-49) และผลการศึกษากลุ่มทอผ้าไหม พบว่าชุมชนต้องมียุทธศาสตร์ที่ให้ความร่วมมือ ส่งเสริมสนับสนุนความรู้ และทักษะ สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมและสามัคคีกัน มีการวางแผนการดำเนินงานให้เป็นแผนการพัฒนาธุรกิจ เพื่อให้มีความมั่นคง มีเป้าหมายที่ชัดเจนและทำได้จริง ทั้งนี้เนื่องจากการผลิตผ้าไหมไทยมีความสัมพันธ์กับระบบภูมิปัญญาดั้งเดิมของแต่ละชุมชนที่มีการสืบทอดและถ่ายทอดผ่านความสัมพันธ์ในครอบครัวจากแม่สู่ลูกสาว และผ่านระบบเครือข่ายในชุมชน ซึ่งได้มีการผสมผสานความคิดตามยุคสมัยมาโดยตลอดและวัฒนธรรมการทอผ้าไหม มีกิจกรรมทางหลายๆ อย่างที่เกิดจากการสร้างสรรค์พัฒนาขึ้นที่ไม่ใช่รูปแบบดั้งเดิม เพราะแม้แต่ผู้ที่เป็เจ้าของวัฒนธรรมเองก็ยอมรับว่าวัฒนธรรมประเพณีของหมู่บ้านตนได้ปรับเปลี่ยนไปตามสภาพความเจริญของโลก สิ่งที่กำลังทำอยู่นั้น ล้วนเป็นสิ่งประดิษฐ์ขึ้น โดยผ่านการเรียนรู้ ที่มีเครือข่ายสร้างความสัมพันธ์อยู่ตลอดจนพยายามปรุงสร้างอัตลักษณ์ของตนขึ้นเป็นลักษณะเฉพาะจากการผลิตเพื่อใช้สอยเป็นการผลิตเพื่อการค้าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kulwises (2007) ได้วิจัย เรื่อง ความสัมพันธ์

ระหว่างประสิทธิผลการสร้างมูลค่าเพิ่มกับผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเข้าในประเทศไทย พบว่า ประสิทธิผลการสร้างมูลค่าเพิ่ม คุณค่าด้านผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านการเรียนรู้และพัฒนา

2. รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่พัฒนาขึ้น โดยมี 3 องค์ประกอบ คือ 1) ศักยภาพชุมชนในการผลิตผ้าไหม 2) กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ และ 3) กระบวนการจัดการสร้างมูลค่าเพิ่มซึ่งศักยภาพชุมชนในการผลิตผ้าไหม เป็นการรวมกลุ่มการผลิตผ้าไหมและกลุ่มที่เป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนซึ่งเป็นพื้นฐานของการพัฒนาเศรษฐกิจแบบพอเพียง ได้แก่ โครงสร้างทางสังคม ความสามารถในการผลิต ทักษะในการผลิต การสร้างเศรษฐกิจชุมชนการสร้างเครือข่ายการผลิตและการสร้างเครือข่ายการจำหน่าย กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ เป็นการประกอบการ ซึ่งรวมถึงกระบวนการคิด การจัดการผลผลิต และทรัพยากรทุกขั้นตอน โดยภูมิปัญญาของชุมชนหรือเครือข่ายขององค์กรชุมชน ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านราคาสินค้า ด้านบุคคล ด้านการสร้างและการนำเสนอลักษณะทางกายภาพและด้านการบริการ และกระบวนการจัดการสร้างมูลค่าเพิ่ม เป็นการส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ไหมไทย ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองตอบความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ด้านบริการเป็นการสื่อสารให้ลูกค้าได้ทราบและเข้าใจอย่างถูกต้องในการใช้งาน ประโยชน์ใช้สอย ตลอดจนการให้บริการในรูปแบบต่างๆ ที่ทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ด้านบุคลากร เป็นผู้เสนอขายผลิตภัณฑ์ที่มีความรู้เรื่องของผลิตภัณฑ์นั้นอย่างละเอียด เพื่อการถ่ายทอดข้อมูลของผลิตภัณฑ์ไปยังผู้ซื้อได้ถูกต้อง และด้านภาพลักษณ์ เป็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับในสังคมหรือกลุ่มสังคมเป้าหมาย ทั้งนี้การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทย เป็นการเสริมสร้างศักยภาพในการผลิตและการแปรรูปใหม่ให้มีคุณภาพและมาตรฐานของของผู้ซื้อ ตลอดจนส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ไหมไทยให้สามารถเข้าสู่ตลาดซึ่งเป็นการปรับกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม โดยการหาแนวทางให้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายแก่บุคคลทั่วไป เพื่อเป็นการเพิ่มปริมาณการใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทยให้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kulwiset (2007) ที่พบว่า ประสิทธิภาพการสร้างมูลค่าเพิ่ม คุณค่าด้านภาพลักษณ์ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับผลการดำเนินงานด้านลูกค้า ด้านกระบวนการภายใน ด้านการเรียนรู้และพัฒนา และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Thongsri (2016) ซึ่งพบว่า รูปแบบการจัดการการตลาดควรรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์แตกต่างตาม

ความต้องการของลูกค้า กำหนดราคาขายที่เหมาะสม ขยายช่องทางการจำหน่ายและมีการส่งเสริมการตลาด

3. ผลการประเมินรูปแบบ โดยผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นต่อรูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ด้านความสอดคล้อง ความเป็นประโยชน์ ความเป็นไปได้ และความเหมาะสม พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากกระบวนการพัฒนารูปแบบได้ผ่านการศึกษาวิเคราะห์จากสภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ที่ศึกษา ผ่านการตรวจสอบของผู้ทรงคุณวุฒิ และผ่านการทดลองใช้ของกลุ่มผลิตผ้าไหมมาแล้ว ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องและเป็นไปในแนวทางเดียวกันกับนักวิชาการหลายท่าน อาทิเช่น Ausawaphoom (2006) ได้เสนอแนวคิดและแนวทางในการพัฒนารูปแบบไว้ คือ 1) การศึกษารูปแบบ 2) การนำเสนอรูปแบบ เช่น การนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อพิจารณาและประเมินในรูปแบบสอบถาม หรือการประชุมสัมมนา การนำรูปแบบให้ผู้ปฏิบัติประเมินความเป็นไปได้ 3) การพัฒนารูปแบบ และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Ratae (2013) ที่พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิเห็นด้วยกับการพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความสำเร็จ ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ตอนล่าง 1 และเมื่อนำไปตรวจสอบเพื่อยืนยันผลกับกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างเห็นด้วยมากที่สุดทุกกลยุทธ์

สรุปผล

1. สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ มีความคิดเห็นต่อสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทย ภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน เมื่อเปรียบเทียบความแตกต่างความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมที่มีต่อสภาพการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทย ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือจำแนกตามสถานภาพเพศ และตามการผลิตผ้าไหมเป็นอาชีพ ภาพรวมเห็นว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และผลการศึกษา กลุ่มทอผ้าไหมที่ประสบความสำเร็จ พบข้อมูลที่น่าสนใจและนำมาใช้ในการสร้างรูปแบบ คือ ชุมชนต้องมียุทธศาสตร์ที่ให้ความร่วมมือ ส่งเสริมสนับสนุนความรู้ และทักษะ สมาชิกเข้าร่วมกิจกรรมและสามัคคีกัน มีการวางแผนการดำเนินงานให้เป็นแผนการพัฒนารุรกิจ เพื่อให้มีความมั่นคง มีเป้าหมายที่ชัดเจนและทำได้จริง

2. รูปแบบการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผ้าไหมไทยในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ที่พัฒนาขึ้นมี 4 ส่วน คือ 1) หลักการและเหตุผล 2) วัตถุประสงค์ 3) องค์ประกอบของรูปแบบ และ 4) เงื่อนไขความสำเร็จ และแนวทางการใช้รูปแบบ โดยมี 3 องค์ประกอบ คือ 1) ศักยภาพชุมชนในการผลิต ผ้าไหม 2) กลยุทธ์การตลาดสำหรับธุรกิจให้บริการ 3) กระบวนการจัดการสร้างมูลค่าเพิ่ม และผลการทดลองใช้รูปแบบ พบว่า สมาชิกชมรมผู้สูงอายุมีพฤติกรรมการเรียนรู้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผลการประเมินรูปแบบขั้นสุดท้าย พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิ มีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากโดยด้านความสอดคล้อง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ด้านความเป็นประโยชน์ ด้านความเป็นไปได้และด้านความเหมาะสม ตามลำดับ

เอกสารอ้างอิง

- จุไรพร กุลวิเศษ. (2550). *ความสัมพันธ์ระหว่างประสิทธิผลการสร้างมูลค่าเพิ่มกับผลการดำเนินงานของธุรกิจนำเที่ยวในประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการตลาด บัณฑิต วิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- ทรงพันธ์ วรรณมาศ. (2547). *ผ้าทอเชียงแสน : ผ้าทอไถยวน-ดอนแร่*. เชียงราย : ศูนย์การศึกษาออกโรงเรียนจังหวัดเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.
- นงลักษณ์ ทองศรี. (2559). *รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- ประนอม เกียนทอง. (2551). *พลวัตและการปรับตัวของ การสร้างเครือข่ายธุรกิจผ้าทอมือมัดหมี่ชุมชนไทยพวน จังหวัดลพบุรี*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- มนิรัตน์ บุปผารัตน์. (2554). *ผ้าไหมมัดหมี่: การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมอำเภอวาปีปทุม จังหวัดมหาสารคาม*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

- ลินดา ราเต. (2555). *การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเพื่อสร้างความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 1. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต.*
- วีระ พันธุ์สุวรรณ. (2553). *การศึกษาการพัฒนาการทอผ้าไหมของกลุ่มชาติพันธุ์มอญ-เขมร ในเขตอีสานใต้. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาวัฒนธรรมศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.*
- ศุภลักษณ์ ททาวรรกุล. (2553). *คุณภาพผ้าไหมไทยเพื่อการส่งออก. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.*
- สมาน อัสวภูมิ. (2549). *การบริหารการศึกษาสมัยใหม่ : แนวคิด ทฤษฎี และการปฏิบัติ. อุบลราชธานี : คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.*
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). *กลยุทธ์การตลาด: การวางแผนการตลาด. กรุงเทพฯ : ธีระฟิล์มและโซเท็กซ์.*

Kotler, P. (2001). *Marketing: How to Create, Win and Dominate Markets*. UK: CPI Mackays.

Translated Thai References

- Kulwiset, Ch. (2007). *The relationships between value added creation effectiveness and performance outcomes of tourism business in Thailand*. M.B.A in marketing Management. Mahasarakham University. [in Thai]
- Wannamas, S. (2004). *Chiang Saen Cloth: Taiyuan Cloth - Donrae*. Chiang Rai: Non-Formal Education Center Chiang Rai City, Chiang Rai Province. [in Thai]
- Thongsri, N. (2016). *The management models of small and micro Community enterprise of silk product groups in Buriram Province*. Ph.D. of Philosopher in leadership for Professional Development. Burirum Rajabhat University. [in Thai]
- Kiantong, P. (2008). *Dynamics and adaptation of hand-woven Mud Mee silk business in Thai Puan Community, Lop Buri Province*. Ph.D. of Cultural Science. Mahasarakham University. [in Thai]

- Bubpharat, M. (2011). *Mudmee Silk: The development of cultural capital in Wapi Praya district Mahasarakham province*. Master of Arts Thesis Faculty of Management Studies Mahasarakrm University. [in Thai]
- Ratae, L. (2013). *The Development of marketing strategies for the success of community enterprises with traditionally woven products in the lower northeastern region 1*. Ph.D. of Business Administration. Graduate School, Suan Dusit Rajabhat University. [in Thai]
- Phansuwan, W. (2010). *A study of silk-cloth weaving development of the Mon-Khmer ethnic group in lower-Isan*. Ph.D. in Cultural Science. Mahasarakham University. [in Thai]
- Katawatcharakul, S. (2010). *The quality of exported silk*. Master of Business Administration. Chom Bueng Rajabhat University. [in Thai]
- Ausawaphoom, S. (2006). *Modern educational administration: Concept, theory, and practice*. Ubon Ratchathani: Faculty of Education, Ubon Ratchathani Rajabhat University. [in Thai]
- Wongmontha, S. (1999). *Marketing strategies: Marketing planning*. Bangkok: Teera Film and SITEX. [in Thai]

ผู้เขียน

นายเจษฎาวุฒิ บุตรเพชร

หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (ปร.ด.) สาขาวิทยุทธศาสตร์การพัฒนามุมภาค
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

E-mail address: Chet7519@hotmail.co.th

Author

Mr. Chetsadawut Butpdech

Ph.D. in Philosophy Program in Regional Development Strategies Program,

Faculty of Humanities and Social Sciences, Ubon Ratchathani Rajabhat University

E-mail: Chet7519@hotmail.co.th