

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
ครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กระบวนการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methodology) โดยสรุปผลการวิจัย
เรียงลำดับ ซึ่งประกอบด้วย ความมุ่งหมายของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย สรุปผลการวิจัย
อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ซึ่งมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์
ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
3. เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ในการศึกษาครั้งนี้คือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์
ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 144 กลุ่ม โดยมีผู้ให้ข้อมูลในแต่ละกลุ่มประกอบด้วย ประธาน 1 คน
กรรมการ 2 คน สมาชิก 2 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 720 คน

กลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษาครั้งนี้ได้ผู้วิจัยคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified
Random Sampling) โดยใช้สัดส่วนเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์
แต่ละอำเภอในอัตราร้อยละ 50 ได้จำนวนทั้งสิ้น 72 กลุ่มและผู้ให้ข้อมูลในแต่ละกลุ่มประกอบด้วย
ประธาน 1 คน กรรมการ 2 คน สมาชิก 2 คน รวมทั้งสิ้นจำนวน 360 คน

2. ขั้นตอนการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินขั้นตอนของการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังนี้

- ระยะที่ 1 ศึกษาปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาการจัดการ
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ 1) การศึกษา
เอกสาร ตำรา บทความ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดกรอบแนวคิด
2) การวิจัยเชิงสำรวจ เรื่อง “ปัญหาการจัดการและความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์” โดยใช้แบบสอบถาม 3) การศึกษาพหุกรณี (Multi- case Study) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์โดยใช้แบบสัมภาษณ์ ประเด็นเกี่ยวกับ บริบททั่วไป สภาพการดำเนินงาน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดบุรีรัมย์ในการศึกษาพหุกรณี 3 แห่ง คือ 1) ระดับดี ศึกษาจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้าน โศกสูง ตำบลศรีภูมิ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์ 2) ระดับปานกลาง ศึกษาจากกลุ่มทอผ้าไหม บ้านหัวสะพาน ตำบลหัวสะพาน อำเภอพุทไธสง จังหวัดบุรีรัมย์ และ 3) ระดับปรับปรุง ศึกษาจากกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านหนองขอน ตำบลกันทรารมย์ อำเภอกระสัง จังหวัดบุรีรัมย์

ระยะที่ 2 การพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จังหวัดบุรีรัมย์ โดยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในระยะที่ 1

ระยะที่ 3 การตรวจสอบรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จังหวัดบุรีรัมย์ โดยผู้วิจัยมีการตรวจสอบความเหมาะสมในการนำไปใช้ จากเครื่องมือตรวจสอบ 2 แบบ ได้แก่ แบบที่ 1 แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญเชิงวิชาการ จำนวน 5 คน กลุ่มที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญเชิงปฏิบัติการ จำนวน 5 คน ที่ให้ข้อคิดเห็น/ ข้อเสนอแนะ แบบที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมระดับดีจังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 6 กลุ่ม โดยมีผู้ให้ข้อมูลกลุ่มละ 5 คน รวมทั้งสิ้น จำนวน 30 คน เพื่อยืนยันรูปแบบการจัดการที่ได้พัฒนา จากกระบวนการวิจัยในแต่ละขั้นตอนได้อย่างเหมาะสมและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและวิจัยเชิงคุณภาพ ในการวิจัยเชิงปริมาณใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือวิจัย มีจำนวน 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติของค่าร้อยละ ตอนที่ 2 ข้อมูล การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติของค่าร้อยละ ตอนที่ 3 ปัญหาและความต้องการการพัฒนาในการจัดการวิสาหกิจชุมชนผ้าไหม เป็นวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยสถิติค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยได้ศึกษาจากการศึกษา พหุกรณี โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา นอกจากนี้ยังมีแบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ และเครื่องมืออุปกรณ์ช่วยในการเก็บข้อมูล ได้แก่ กล้องถ่ายรูป สมุดบันทึก เครื่องบันทึกเสียง และเครื่องบันทึกเทปวีดิทัศน์ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสังเกต การสัมภาษณ์ และการตอบ แบบสอบถาม และนำผลของข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ผลการศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จากแบบสอบถามและพหุกรณี พิจารณาในสามลำดับแรก ดังนี้

1.1 ด้านการจัดการผลิต มีปัญหาอยู่ในระดับมาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบปัญหาเกี่ยวกับการไม่มีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า ขาดการขอรับการสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ ที่ทันสมัยจากภาครัฐ แรงงานมีไม่เพียงพอต่อการผลิต ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ แตกต่างจากคู่แข่ง การดำเนินการผลิตไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ ไม่สามารถควบคุมต้นทุน การผลิตและ ผลิตภัณฑ์ไม่ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และขาดการสืบทอดภูมิปัญญา การทอผ้าสู่คนรุ่นหลัง

1.2 ด้านการจัดการการตลาด มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบปัญหาเกี่ยวกับ ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร สื่อออนไลน์ เป็นต้น ขาดความสามารถในการประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด ช่องทางจำหน่ายน้อย สมาชิกจำหน่ายจำหน่ายในตลาดระดับหมู่บ้าน การบรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูดใจลูกค้า การจัดจำหน่ายโดยสื่ออิเล็กทรอนิกส์ และตลาดต่างประเทศมีน้อย ขาดการส่งเสริมการขาย เช่น การลด แลก แจก แถม เป็นต้น

1.3 ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี มีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบปัญหาเกี่ยวกับ ขาดการวางแผนการเงินล่วงหน้า ภาครัฐให้การสนับสนุนงบประมาณน้อย การแสวงหาเงินทุนจากภายนอกโดยสมาชิกมีส่วนร่วมทางการเงิน เงินทุนหมุนเวียนมีน้อย สมาชิกได้รับผลประโยชน์ทางการเงินไม่ยุติธรรม การบันทึกบัญชีไม่เป็นระบบ เนื่องจากสมาชิกมีความรู้ด้านการบัญชีน้อย

2. ผลการศึกษาคำความต้องการในการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการศึกษาคำความต้องการในการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จากแบบสอบถามและพหุกรณี พิจารณาในสามลำดับแรก ดังนี้

2.1 ด้านการจัดการการผลิต มีความต้องการอยู่ในระดับมาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีความต้องการเกี่ยวกับด้านการวางแผนการผลิตล่วงหน้า เพื่อขอรับการสนับสนุนเครื่องมือ อุปกรณ์จากภาครัฐ และแรงงานที่มีเพียงพอต่อการผลิต ต้องการพัฒนาเทคนิคใหม่ๆ ในการผลิต

เพื่อการออกแบบลวดลายผ้าไหมทั้งลายโบราณ และลายประยุกต์และการย้อมสีธรรมชาติ ด้านการดำเนินการผลิตเป็นไปตามแผนที่วางไว้ ด้านการควบคุมต้นทุนการผลิต และตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ก่อนจำหน่ายด้วยการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ต้องการสืบทอดภูมิปัญญาสู่คนรุ่นหลัง

2.2 ด้านการจัดการการตลาด มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร สื่อออนไลน์ เป็นต้น และขยายช่องทางการจัดจำหน่ายให้หลากหลาย เช่น การซื้อขายทางไปรษณีย์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และผ่านคนกลาง เป็นต้น ด้านความสามารถประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด โดยมีภาครัฐให้การสนับสนุนด้านการอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับระบบการซื้อขายทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ระบบการติดตามและการให้คำปรึกษาอย่างต่อเนื่อง และการเยี่ยมชมหมู่บ้าน ด้านผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคู่แข่ง และส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น และมีบรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดใจลูกค้า

2.3 ด้านการเงินและการบัญชี มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการเกี่ยวกับ ด้านการวางแผนการเงินล่วงหน้า เพื่อการวางแผนการสะสมเงินทุนในอนาคต ด้านการแสวงหาเงินทุนจากภายนอก เพื่อเพิ่มเงินทุนหมุนเวียน ด้านภาครัฐให้การสนับสนุนด้านงบประมาณ การอบรมเชิงปฏิบัติการด้านระบบบัญชี โดยมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐให้คำปรึกษาและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง และสมาชิกได้รับผลประโยชน์ทางการเงินอย่างยุติธรรม

3. การพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการพัฒนารูปแบบจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ที่ได้จากแนวคิด ทฤษฎี แบบสอบถาม การศึกษาพหุกรณี การสนทนากลุ่ม และแบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ สามารถสรุปผลการวิเคราะห์ ดังนี้

3.1. รูปแบบการจัดการการผลิต มีวิธีการดำเนินงานทางการผลิตที่เกี่ยวกับการวางแผนการผลิต การดำเนินการผลิต และการควบคุมการผลิต ดังนี้

3.1.1 การวางแผนการผลิต มีการวางแผนเกี่ยวกับ

1) ตำรวจความต้องการของลูกค้าเพื่อวางแผนการผลิต จากการศึกษาพฤติกรรม ค่านิยมและทัศนคติ มากำหนดปริมาณการผลิตตามคำสั่งซื้อและความต้องการของตลาด เพื่อตอบสนองให้ทันต่อเวลาส่งมอบและการวางแผนการเงินล่วงหน้า

2) ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์แตกต่าง ซึ่งเกี่ยวข้องกับการผลิตผ้าไหมการแปรรูปผ้าไหมเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่ม การพัฒนาตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ใหม่

ควรออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้มีลวดลายโบราณ ลายประยุกต์ที่แปลกใหม่ และหลากหลาย เช่น ผ้ามัดหมี่ ผ้าโสร่ง ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ผ้าโสร่ง กระเป๋าลูกเต๋าสำเร็จรูป เป็นต้น มีความแตกต่างของแต่ละพื้นที่ เช่น ผ้าไหมเปลือกนอกของอำเภอนางรอง (ราคาขาย 1,300-1,500 บาท) เป็นต้น มีเครือข่ายวัตถุดิบกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพดัง เช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาโพธิ์ เป็นต้น

3) วางแผนทรัพยากรการผลิต ควรมีการจัดหาวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ ที่ทันสมัยมีคุณภาพโดยพิจารณาจากคุณภาพของวัตถุดิบ ความสามารถในการผลิตของเครื่องมือ อุปกรณ์ ส่วนด้านแรงงานมุ่งเน้นการจัดหาแรงงานในชุมชนเพื่อพัฒนาคนในชุมชนและสืบสานภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่ ด้วยการพัฒนาทักษะกระบวนการผลิต ด้านการสาวไหม การมัดหมี่ การย้อมสี การออกแบบผลิตภัณฑ์ การทอผ้า เป็นต้น เพื่อการสืบสานภูมิปัญญาการทอผ้าของบรรพบุรุษ โดยการจูงใจให้ร่วมกิจกรรม ร่วมเรียนรู้ และร่วมแก้ปัญหา ตั้งแต่ต้นน้ำ (การจัดหาวัตถุดิบ) กลางน้ำ (กระบวนการทอผ้าไหม) ปลายน้ำ (ผลผลิต การจัดจำหน่าย การให้บริการ) มีการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างบ้าน วัด โรงเรียน และคนในชุมชน เพื่อการพัฒนาฝีมือแรงงานให้มากขึ้น

3.1.2 การดำเนินการผลิต ควรมีการดำเนินงานตามแผนการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาการย้อมสีให้สม่ำเสมอทั้งสีธรรมชาติและสีเคมี การเพิ่มสายผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น โดยเพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ และการนำวัสดุเหลือมาแปรรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย โดยคำนึงถึงคุณภาพ และความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้า ควรสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาครัฐภาคเอกชน เพื่อการสนับสนุนและการพึ่งพากันในด้านการผลิต การจัดหาวัตถุดิบ เครื่องมือ อุปกรณ์ และการตลาด พัฒนาศูนย์การเรียนรู้ที่มีชีวิต เพื่อเป็นฐานการผลิตครบวงจร และเป็นแหล่งศึกษาดูงานจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ และผู้สนใจ

3.1.3 การควบคุมการผลิต ควรมีการตรวจสอบและควบคุมกระบวนการผลิต ในด้านปริมาณ คุณภาพ การย้อมสี การมัดหมี่ การทอผ้า และผ้าฝืน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพเพื่อขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อมในกระบวนการผลิต ที่เกี่ยวกับการย้อมสีเส้นไหม โดยกลุ่มมีการจัดทำบ่อบำบัดน้ำเสียเพื่อขจัดกลิ่นเหม็น และไม่ทำให้น้ำเสีย

3.2. รูปแบบการจัดการการตลาด มีวิธีการดำเนินงานทางการตลาดประกอบด้วย
ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ดังนี้

3.2.1 ผลิตภัณฑ์ ควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าและวิเคราะห์ข้อมูล ยอดขายในอดีตเพื่อศึกษาพฤติกรรม การซื้อค่านิยม และทัศนคติ และวางแผนการรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์และความแตกต่างเพื่อการจำหน่ายจากสมาชิก และเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชน เพื่อการตอบสนองความต้องการของตลาด และมีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ก่อนการจำหน่ายเสมอ

3.2.2 ราคา ควรมีการกำหนดราคาขายโดยบวกกำไรเพิ่มจากต้นทุน กำหนดราคาตามการแข่งขัน ซึ่งมีการตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่งในกรณีเข้าสู่ตลาดใหม่ การตั้งราคาเท่ากัน ในกรณีที่ผลิตภัณฑ์มีคุณลักษณะที่ใกล้เคียงกัน การตั้งราคาสูงกว่าในกรณีที่ผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน และการการตั้งราคาขายเพื่อกระตุ้นการส่งเสริมการตลาด จะใช้วิธีการทำให้เครดิต ส่วนลด การยอมให้

3.2.3 ช่องทางการจัดจำหน่าย ควรมีช่องทางการจำหน่าย 2 ทาง คือ 1) การจำหน่ายทางตรง เป็นการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยการจำหน่ายด้วยตนเองในตลาดระดับชุมชน ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด และระดับประเทศ ควรขยายตลาดต่างประเทศ จากโอกาสที่คนในชุมชน ได้แต่งงานกับชาวต่างชาติ และสามารถดึงดูดชาวต่างชาติมาท่องเที่ยวในท้องถิ่น ทำให้คนในชุมชน มีอาชีพและสร้างรายได้มากขึ้น โดยมีแหล่งจำหน่ายแน่นอน และการออกงานแสดงสินค้าของหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุนทางการตลาด นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางตรงผ่านระบบไปรษณีย์ ระบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 2) การจำหน่ายทางอ้อม เป็นการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง เช่น ร้านขายใหม่ ร้านจิตรลดา ร้านภูฟ้า คิงส์เพาเวอร์ โครงการมูลนิธิศิลปาชีพบางไทร เป็นต้น ควรมีการเชื่อมโยงกับเครือข่ายธุรกิจการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในหมู่บ้านท่องเที่ยวใหม่ที่ภาครัฐให้การสนับสนุน เช่น บ้านสวนนรีศอร์ท โฮมสเตย์ การแข่งขันฟุตบอล ศูนย์การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เป็นต้น

3.2.4 การส่งเสริมการตลาด ควรมีการดำเนินการ 4 ด้าน คือ ด้านการโฆษณา เป็นการแจ้งข้อมูลข่าวสารไปยังลูกค้าให้รับรู้เกี่ยวกับรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ โดยผ่านการทำนามบัตร แผ่นพับ สื่อวิทยุ โทรทัศน์และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ด้านการประชาสัมพันธ์ เป็นการให้ข้อมูลข่าวสารผ่านสื่อวิทยุและโทรทัศน์ การเชิญสื่อเข้าร่วมงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานภาครัฐ ควรประชาสัมพันธ์ผ่านวิทยุชุมชน เพื่อการขยายตลาดภายในประเทศ ด้านการขาย โดยใช้พนักงาน มีการคัดเลือกพนักงานขายที่มีบุคลิกภาพด้านมนุษยสัมพันธ์ การสื่อสาร และมีเทคนิคการขายที่ดี โดยให้มีการแต่งกายด้วยชุดผ้าไหมในการจำหน่าย และจัดเตรียมเครื่องมือที่กระตุ้นการตัดสินใจซื้อ เช่น หนังสือนิยายสารแฟชั่นการแต่งกายด้วยผ้าไหม ห้องลองเสื้อผ้า และกระจก เป็นต้น ด้านการส่งเสริมการขาย มุ่งเน้น 3 ด้าน คือ ด้านมุ่งเน้นผู้บริโภค โดยการลด แจก แถม ชิงโชค ด้านมุ่งเน้นคนกลาง โดยการให้ส่วนลดและให้เครดิต และ ด้านมุ่งเน้นพนักงานขายโดยให้ค่าตอบแทน และคอมมิชชั่นกำหนดเงื่อนไขการซื้อขาย

3.3. รูปแบบการจัดการการเงินและการบัญชี มีวิธีการดำเนินงานทางการเงิน และบัญชี ดังนี้

3.3.1 การวางแผนการเงิน การคาดคะเนความต้องการของตลาดจากข้อมูล ยอดขายในอดีต เพื่อการวางแผนความต้องการใช้เงินทุน โดยสมาชิกมีส่วนร่วมในการเข้าประชุม แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ทำให้สมาชิกเข้าใจ ยอมรับ และให้ความร่วมมือในการดำเนินการตามแผน การเงินทั้งระยะสั้นและระยะยาว

3.3.2 การจัดหาแหล่งเงินทุน มีการจัดหาเงินทุนจาก 3 แหล่ง ได้แก่

- 1) เงินทุนจากสมาชิกที่ต้องการลงทุนในหุ้นซึ่งมีการกำหนดราคาแน่นอนมีการจ่ายค่าธรรมเนียมแรกเข้า แต่จะมีการระดมทุนในช่วงก่อตั้งกลุ่มเท่านั้น
- 2) งบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐในรูปแบบการให้เปล่า แบบไม่มี ดอกเบี้ยหรือแบบมีดอกเบี้ยต่ำ เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงาน การเกษตรและสหกรณ์ เป็นต้น
- 3) การกู้ยืมในกองทุนการเงินชุมชน และสถาบันการเงินที่ให้การ ส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน เช่น เงินออมสัจจะ ธนาคารออมสิน ธนาคารอาคารสงเคราะห์ เป็นต้น ทำให้เกิดสภาพคล่องทางการเงิน ควรเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนเพื่อการผลิต และในกรณีที่มีการกู้ยืม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรคำนึงถึงความสามารถในการหารายได้เพื่อการชำระหนี้ตามกำหนดเวลา

3.3.3 การจัดสรรการใช้เงินทุน มีการใช้เงินทุน 5 ด้าน

- 1) การจัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ที่ไม่สามารถผลิตเองได้ โดยใช้วิธีการรวบรวมยอดซื้อจากสมาชิกอื่นเพื่อสร้างอำนาจต่อรองราคาค้นทุน
- 2) ค่าจ้างการผลิต กำหนดเป็นรายวันและแบบเหมาตามความยากง่าย ของงาน
- 3) การชำระหนี้เงินกู้ สมาชิกต้องใช้ความสามารถหารายได้ให้เพียงพอ ต่อการชำระหนี้ในแต่ละครั้งเพื่อสร้างสภาพคล่องทางการเงิน
- 4) การพัฒนาบุคลากร ควรมีการคัดเลือกบุคคลที่เข้าอบรมให้เหมาะสม กับหน้าที่ความรับผิดชอบเพื่อการนำมาถ่ายทอดกระบวนการเรียนรู้ให้แก่สมาชิกที่ไม่ได้รับการอบรม และกลุ่มจะต้องการจัดสรรเงินทุนเพื่อเป็นค่าเดินทาง ค่าเบี้ยเลี้ยง การศึกษาดูงาน
- 5) การจัดสรรผลประโยชน์และสวัสดิการแก่สมาชิก เพื่อสร้างขวัญกำลังใจแก่สมาชิก เช่น การจัดสรรเงินปันผล การให้สวัสดิการงานศพ งานแต่ง เป็นต้น ควรมีการจัดสรรค่าตอบแทนแก่ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสม โดยดำเนินการ 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) การกำหนดอัตราส่วนที่แน่นอนจากยอดขาย เช่น อัตราร้อยละ 3 หักเข้ากลุ่มฯ ร้อยละ 7

ให้แก่ผู้จำหน่าย เป็นต้น 2) การกำหนดค่าตอบแทนจากผู้จำหน่าย โดยการบวกราคาเพิ่มจากที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากสมาชิก

3.3.4 การควบคุม เป็นการติดตาม กำกับดูแลการใช้เงินตามแผนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจดบันทึกรายรับ-รายจ่ายอย่างต่อเนื่อง มีการสรุปผลการดำเนินงานตามระบบบัญชี จัดทำงบดุล งบกำไรขาดทุน ตรวจสอบการเงินและปรับปรุงระบบเงินทุนในอนาคต ควรจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้วยระบบเงินสดมากกว่าการให้เครดิต เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีเงินทุนหมุนเวียนน้อย จึงมีความเสี่ยงต่อการขาดแคลนเงินทุนหมุนเวียน ถ้าใช้ระบบเครดิตจะทำให้เกิดความล่าช้าในการได้รับเงินทุน

4. สรุปผลจากแบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ของรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ดังนี้

โดยรวม มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ของรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ทั้งทางด้านการจัดการการผลิต การจัดการการตลาด และการจัดการการเงินและบัญชี อยู่ในระดับมาก จากการพิจารณาแต่ละรูปแบบ พบว่า

1. รูปแบบการจัดการการผลิต มีความเหมาะสมในการนำไปใช้อยู่ในระดับมาก จากการพิจารณารายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ 1) การวางแผนออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ และแตกต่างคู่แข่งอื่น 2) ควรมีเครือข่ายทางการผลิตเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ 3) ควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าก่อนการวางแผนการผลิต และควรรักษาสิ่งแวดล้อมจากผลกระทบของการดำเนินการผลิตผ้าไหม

2. รูปแบบการจัดการการตลาด มีความเหมาะสมในการนำไปใช้อยู่ในระดับมาก จากการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ 1) บรรรจภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจ 2) จำหน่ายทางตรงผ่านตลาดชุมชนและงานแสดงที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดขึ้น 3) การโฆษณาประชาสัมพันธ์มีความหลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้าย โฆษณา การทำนามบัตร เป็นต้น

3. รูปแบบการจัดการการเงินและบัญชี มีความเหมาะสมในการนำไปใช้ อยู่ในระดับมาก จากการพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ตามค่าเฉลี่ยสูงสุด 3 อันดับแรก คือ 1) สมาชิกมีความสามารถในการหารายได้เพื่อการชำระหนี้ 2) ค่าจ้างการผลิตมีการจ่ายเป็นรายวัน และเหมาะสมตามความยากง่ายของงาน และ ควรควบคุมการเงินด้วยการจดบันทึกบัญชีอย่างต่อเนื่อง และมีระบบบัญชีที่โปร่งใสตรวจสอบได้ 3) และควรให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการวางแผนการเงินทั้งระยะสั้นและระยะยาว และควรการจัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ ใช้วิธีการรวบรวมยอดซื้อจากสมาชิกอื่นเพื่อต่อรองราคาค้าต้นทุน

อภิปรายผล

ผลการศึกษาจากแบบสอบถาม พหุกรณี การสนทนากลุ่ม เพื่อศึกษาปัญหาการจัดการความต้องการในการพัฒนาการจัดการ และการพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ สามารถอภิปรายผลตามความมุ่งหมายของการวิจัย ได้ดังนี้

1. ปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการศึกษาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายตามความสำคัญของค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก ดังนี้

- 1.1 ด้านการจัดการการผลิต มีปัญหาอยู่ในระดับมาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบปัญหาเกี่ยวกับ 1) ด้านการไม่มีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิภูมิ อินทร์ (2554 : 73) งานวิจัยของกัญญาพัสดุ กุลอมรวงเจริญ (2553 : 93) ที่กล่าวถึงการวางแผนไม่เป็นระบบ เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่อายุค่อนข้างมาก ขาดความรู้และความเข้าใจในการวางแผน ไม่ได้มีการเป้าหมายในการสร้างรายได้จากอาชีพเสริม เป็นเพียงการใช้เวลาว่างในการนำภูมิปัญญาที่มีอยู่ดำเนินการผลิตเท่านั้นจึงไม่จำเป็นต้องมีการวางแผนการผลิต
- 2) ด้านการขาดเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยสอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษฎิยา มูลศรี (2552 : 68-72) เนื่องจากเครื่องมืออุปกรณ์การผลิตของสมาชิกเป็นแบบเดิมล้าสมัย และไม่มีเงินทุนเพียงพอในการจัดซื้อ จึงคาดหวังจะได้รับความช่วยเหลือในเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยจากภาครัฐ
- 3) ด้านแรงงานมีไม่เพียงพอต่อการผลิต โดยเฉพาะช่วงฤดูทำนา สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกกาญจน์ มะกลาง (2551 : 63) เนื่องจากสมาชิกมีอาชีพหลักในการทำนา ดังนั้นช่วงฤดูทำนาจึงมีเวลาการดำเนินการทอผ้าน้อยลง ประกอบกับผู้ผลิตมีอายุมากต้องใช้ระยะเวลาการผลิตนานถึง 7-10 วันต่อ 2 เมตร ทำให้ผลิตได้ปริมาณน้อยไม่เพียงพอต่อการจำหน่าย 4) ด้านขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์แตกต่าง สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกกาญจน์ มะกลาง (2551 : 62-65) และงานวิจัยของนพเกล้า ดวงหิรัญภักดี (2551 : 80) เนื่องจากผู้ผลิตมีภูมิปัญญาการผลิตที่คล้ายกันผลผลิตที่ได้จึงมีลักษณะเหมือนกัน ไม่มีเอกลักษณ์และความแตกต่าง ไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากลูกค้าได้ ประกอบกับเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพง ทำให้จำหน่ายได้ยาก 6) ด้านการดำเนินการผลิตไม่เป็นไปตามแผนที่วางไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินทร ชัยเวช (2550 : 55-57) และงานวิจัยของกนกกาญจน์ มะกลาง (2551 : 62-65) ทั้งนี้เนื่องจากไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการวางแผน จึงไม่เห็นความสำคัญของการวางแผน ส่วนใหญ่ผู้ผลิตดำเนินการผลิตผ้าไหมตามความถนัด ไม่มีการสำรวจความต้องการของตลาดก่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 7) ขาดการสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าสู่คนรุ่นหลัง เนื่องจากคนรุ่นใหม่ได้รับการส่งเสริม

ให้มีการศึกษามากขึ้น ทำให้มีค่านิยมในการทำงานนอกบ้านมากกว่ากลับมาสืบสานภูมิปัญญา การทอผ้าจากบรรพบุรุษ ประกอบกับรายได้ของผ้าไหมมีไม่มากพอที่จะยึดเป็นอาชีพหลัก

1.2 ด้านการจัดการการตลาด ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบปัญหาเกี่ยวกับ 1) ขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร สื่อออนไลน์ เป็นต้น สอดคล้องงานวิจัยของสุกัญญา อธิปอนันต์ และคณะ (2552 : 107) ที่กล่าวถึงความสำคัญของการโฆษณาประชาสัมพันธ์สามารถเพิ่มยอดขายได้ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพง จำหน่ายได้ยาก จำเป็นต้องกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ ด้วยการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง 2) ขาดความสามารถในการประสานงานกับเครือข่าย ทาง การตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษฎิยา มูลศรี (2552 : 57) ทั้งนี้เนื่องจากสมาชิก มีการศึกษาน้อย ไม่มีทักษะการสื่อสาร ขาดความมั่นใจในการเข้าสังคม บางกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จึงไม่สามารถเข้าถึงการประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด 3) ช่องทางจำหน่ายน้อย สอดคล้อง กับงานวิจัยจุฑารัตน์ ศรีโยวงส์ (2546 : 54-57) ทั้งนี้เนื่องจากสมาชิกมีเงินทุนน้อย การจำหน่าย นอกสถานที่ต้องมีปริมาณของผลิตภัณฑ์มากเพียงพอที่จะดึงดูดความสนใจของลูกค้า และการเข้าร่วมการออกงานแสดงสินค้าถึงแม้ว่าจะไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ แต่ก็ยังมีค่าใช้จ่าย การขนส่ง ค่าที่พัก ค่าอาหาร ที่กลุ่มจะต้องรับผิดชอบ ดังนั้นสมาชิกที่มีเงินทุน หมุนเวียนน้อย ส่วนใหญ่จึงเลือกจำหน่ายในตลาดชุมชนเท่านั้น และส่วนของช่องทางการจำหน่าย ผ่านสื่อออนไลน์ และตลาดต่างประเทศยังมีน้อย เนื่องจากสมาชิกมีความรู้ ความสามารถ ในด้านการสื่อสารภาษา ต่างประเทศ การจัดการข้อมูลด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์น้อยไม่สามารถ ขยายช่องทางการจำหน่ายดังกล่าวได้ 4) ด้านผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่ง เป็นกิจกรรมที่สำคัญทางการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของอึ้ง และ คี (Ng & Kee, 2012 : 198-213) ทั้งนี้เนื่องจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจำเป็นต้องรวบรวมผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะไม่มีเอกลักษณ์แตกต่าง แต่กลุ่มจะต้องจัดหาผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่น จากกลุ่มอื่นเพื่อให้มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายสามารถดึงดูดความสนใจให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ เพื่อ ตอบสนองความต้องการของลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของเดชา เนตรสว่าง (2555 : 28) ที่กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นสามารถนำสู่การส่งเสริมการขายได้

1.3 ด้านการจัดการการเงินและการบัญชี ปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบปัญหาเกี่ยวกับ 1) ขาดการวางแผนการเงินล่วงหน้า และการคาดคะเน ความต้องการของเงินทุน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุกัญญา มณีอินทร์ (2554 : 73-74) เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีอายุค่อนข้างมาก ขาดความรู้และความเข้าใจในการวางแผน จึงไม่เห็นความสำคัญในการวางแผน 2) การแสวงหาเงินทุนจากภายนอก สอดคล้องกับงานวิจัย

ของสุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 73-74) งานวิจัยของกฤษฎิญา มูลศรี (2552 : 68-72) งานวิจัยของพัศราณี ทุนจันทร์ (2553 : 51-51) และงานวิจัยของศิรินทร ชัยเวทย์ (2550 : 55-57) และงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศรี โยวงศ์ (2546 : 54-57) เนื่องจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีเงินทุนหมุนเวียนน้อยไม่เพียงพอต่อการพัฒนาเทคนิคการผลิต ดังนั้นสมาชิกจึงต้องแสวงหาเงินทุนภายนอก โดยขอรับเงินทุนสนับสนุนจากภาครัฐ สอดคล้องกับงานวิจัยของพัศราณี ทุนจันทร์ (2553 : 54) และกัญมจากสถาบันการเงิน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 73-75) เพื่อการขยายกำลังการผลิต 3) การจัดสรรเงินทุนไปในธุรกิจยังไม่เป็นระบบกลุ่มไม่สามารถควบคุมค่าใช้จ่ายได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินทร ชัยเวทย์ (2550 : 55-57) 4) การจดบันทึกไม่เป็นไปตามระบบบัญชี และไม่ต่อเนื่อง เนื่องจากสมาชิกมีความรู้ด้านการบัญชีน้อย เงินทุนหมุนเวียนน้อย ไม่มีความจำเป็นต้องจดบันทึกมากนัก สอดคล้องกับงานวิจัยของพนารัตน์ บุญธรรม (2552 : 99)

2. ความต้องการในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการศึกษาความต้องการในการพัฒนาปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ จากแบบสอบถาม และพหุกรรมิ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายตามลำดับความสำคัญของค่าเฉลี่ยสูงสุดสามลำดับแรก ดังนี้

2.1 ด้านการจัดการการผลิต มีความต้องการอยู่ในระดับมาก กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบความต้องการเกี่ยวกับ 1) ด้านการวางแผนการผลิต สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 73) ที่ต้องการวางแผนการผลิต เพื่อช่วยให้ผู้ผลิตนำข้อมูลการวางแผนการผลิตมากำหนดกำลังการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้ โดยเตรียมการวางแผนวัตถุดิบให้เพียงพอต่อกำลังการผลิต จัดหาเครื่องมืออุปกรณ์การผลิตที่ทันสมัยเพื่อสร้างความรวดเร็วในการตอบสนองลูกค้า โดยขอรับการสนับสนุนจากภาครัฐ สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษฎิญา มูลศรี (2552 : 68-72) และวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีตลาดขายแปลกใหม่ และมีความปรารถิต สอดคล้องกับงานวิจัยของพนารัตน์ บุญธรรม (2552 : 99) โฮลเซอร์ และซอบแซ็ค (Anholcer and Sobczak. 2012 : 1-16) ต้องการพัฒนาฝีมือแรงงานเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าจากคนรุ่นเก่าสู่คนรุ่นใหม่ และเพิ่มจำนวนแรงงานการผลิตจากสมาชิกกลุ่มอื่นๆ ออกแบบตลาดขายใหม่ๆ พัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติและสีเคมี การพัฒนาเทคนิคการผลิตใหม่ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของพนารัตน์ บุญธรรม (2555 : 99) เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน 2) ด้านการดำเนินการผลิตเป็นไปตามแผนที่วางไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษฎิญา มูลศรี (2552 : 68-72) และงานวิจัยของพัศราณี ทุนจันทร์ (2553 : 51-53) ที่กล่าวถึงสมาชิกต้องการให้มีการอบรมเพิ่มความรู้ความเข้าใจ

เกี่ยวกับการวางแผนเพื่อพัฒนาแผนการผลิตตามความต้องการของตลาด 3) ด้านการควบคุมการผลิต สอดคล้องกับงานวิจัยของพนารัตน์ บุญธรรม (2555 : 99) ที่กล่าวถึงการตรวจสอบ กำกับดูแลเกี่ยวกับต้นทุน เวลา ปริมาณ และคุณภาพให้ได้มาตรฐาน เพื่อขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานของภาครัฐภาคเอกชน ซึ่งสามารถสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าได้ และมีผู้ผลิตจะต้องคำนึงถึงการรักษาสีแวดล้อมด้วยการจัดทำท่อน้ำบัดน้ำเสียอันเกิดจากผลกระทบในกระบวนการผลิตผ้าไหม

2.2 ด้านการจัดการการตลาด มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบความต้องการเกี่ยวกับ 1) ด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา นามบัตร สื่อออนไลน์ เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศรีโยวงค์ (2546 : 61) ที่กล่าวถึง ผู้ประกอบการควรทำโฆษณาผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น วิทยุ และนิตยสาร เป็นต้น ทั้งนี้เนื่องจากต้องการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสู่การซื้อขายผ่านระบบไปรษณีย์ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ และผ่านคนกลาง เพื่อการกระจายข้อมูลให้ลูกค้ามากขึ้น ซึ่งปัจจุบันนิยมใช้สื่อโทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร แผ่นพับ นามบัตร และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ 2) ด้านความสามารถประสานงานกับเครือข่ายทางการตลาด สอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศรีโยวงค์ (2546 : 61) และงานวิจัยของเดชา เนตรสว่าง (2555 : 35) ที่กล่าวถึงความสามารถในการเข้าร่วมกับหน่วยงานสนับสนุนทางการตลาดที่มีส่วนช่วยทำให้มียอดขายเพิ่มมากขึ้น ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงต้องใช้ความรู้ ความสามารถในการประสานกับหน่วยงานสนับสนุนหลายฝ่าย เช่น องค์กรบริหารส่วนตำบล สำนักงานพาณิชย์ สำนักงานพัฒนาชุมชน สถาบันการศึกษา เป็นต้น เพื่อแสวงหาตลาดภายนอกจังหวัด และ 3) ด้านผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากคู่แข่ง และการส่งเสริมการขาย เช่น ลด แลก แจก แถม เป็นต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของเดชา เนตรสว่าง (2555 : 35) และงานวิจัยของจุฑารัตน์ ศรีโยวงค์ (2546 : 60) ที่กล่าวถึงการเพิ่มทางเลือกผลิตภัณฑ์ด้วยการแปรรูปให้หลากหลาย เช่น กระเป๋า ผ้าพันคอ เป็นต้น สามารถสร้างมูลค่าของสินค้าได้มากขึ้น ส่วนของการส่งเสริมการขายสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 75) ได้กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทำให้ลูกค้ามีทางเลือกที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาแพง จำหน่ายได้ยาก ดังนั้นผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายจึงต้องมีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์แตกต่าง และสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าได้จากวิธีการส่งเสริมการขาย

2.3 ด้านการเงินและการบัญชี มีความต้องการอยู่ในระดับปานกลาง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนพบความต้องการเกี่ยวกับ 1) ด้านการวางแผนการเงินล่วงหน้า สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภิญญา มณีอินทร์ (2554 : 74-75) ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบุรีรัมย์เป็นที่ยอมรับ

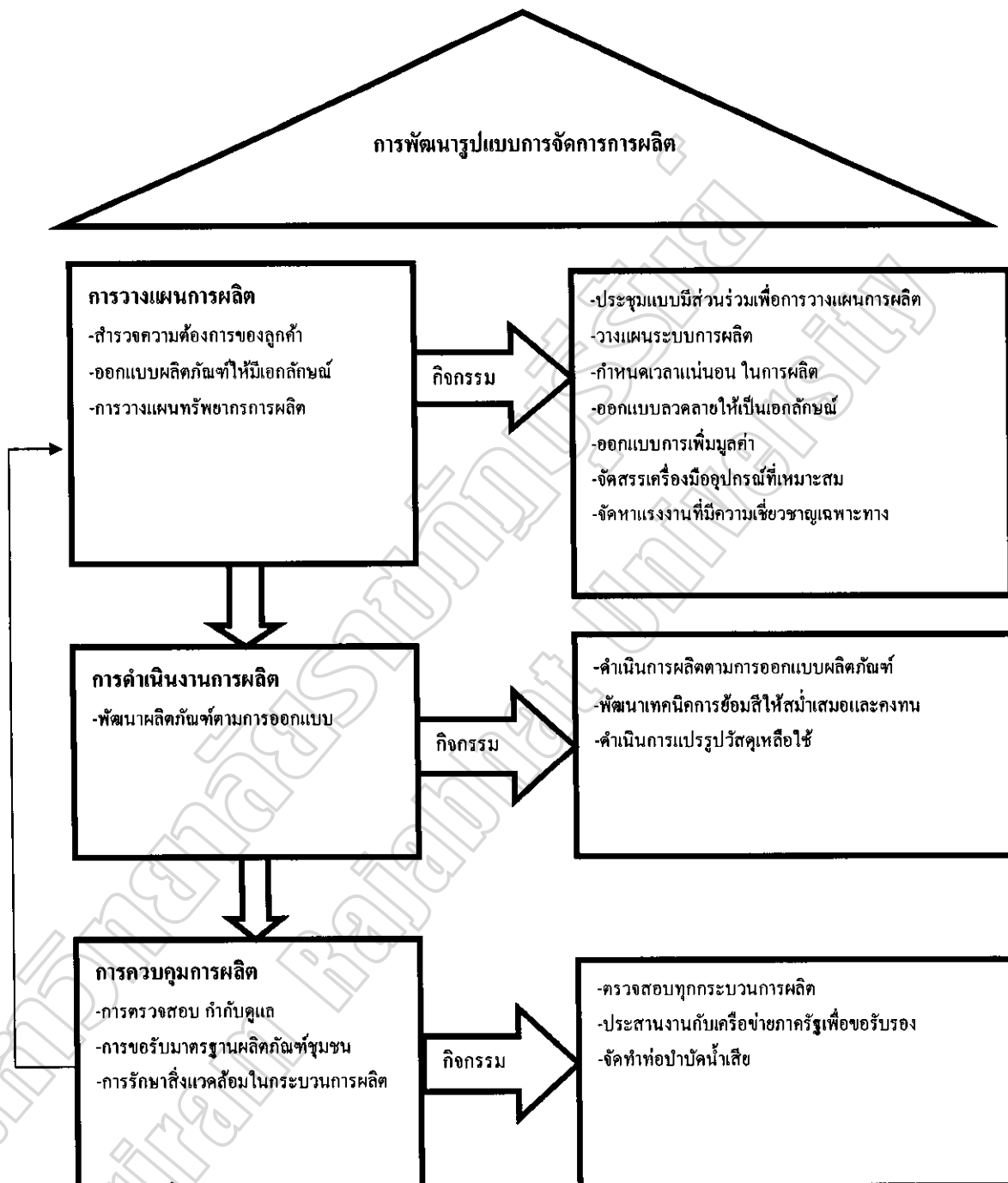
จากลูกค้าเป็นอย่างดี กลุ่มจึงต้องการวางแผนความต้องการใช้เงินเพื่อการขยายกำลังการผลิต ที่มีกำลังการผลิตให้ทันต่อคำสั่งซื้อ 2) การแสวงหาเงินทุนจากภายนอก สอดคล้องงานวิจัยของสุกัญญาธิปอนันต์และคณะ (2551 : 59-61) เพื่อเพิ่มเงินทุนหมุนเวียน และสำรองเงินทุนในอนาคต โดยขอรับการสนับสนุนด้านงบประมาณจากภาครัฐ เช่น กรมส่งเสริมการเกษตร ธ.ก.ส และ อ.บ.ค เป็นต้น ซึ่งทำให้สมาชิกได้รับผลประโยชน์ทางการเงินอย่างยุติธรรม 3) การควบคุมการเงินและการบัญชี สอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินทร ชัยเวทย์ (2550 : 55-57) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการจัดทำบัญชีการเงินที่ชัดเจนและโปร่งใส โดยมีการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านระบบบัญชี รวมถึงมีเจ้าหน้าที่ภาครัฐให้คำปรึกษาและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

3. การพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์

ผลการศึกษาจากการร่างรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์ที่ผู้วิจัยสรุปขึ้น และนำมาพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจากการสนทนากลุ่มของผู้เชี่ยวชาญเชิงทฤษฎี และผู้เชี่ยวชาญเชิงปฏิบัติ และแบบประเมินความเหมาะสมในการนำไปใช้ สามารถอภิปรายผล ดังนี้

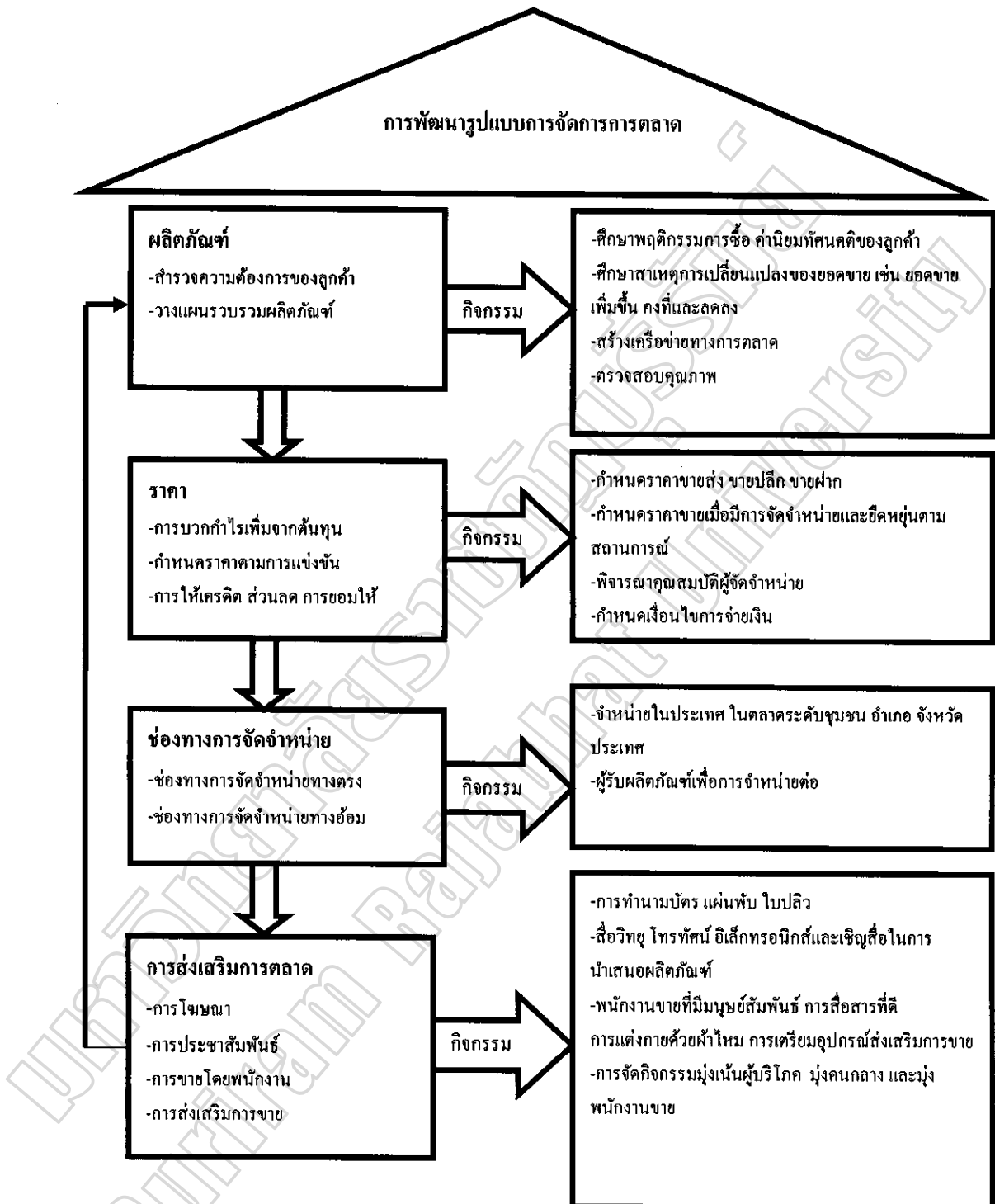
3.1 รูปแบบการจัดการการผลิต ด้านการวางแผนการผลิต ควรมีการสำรวจ

ความต้องการของลูกค้าเพื่อการวางแผนปริมาณการผลิต ระบบการผลิต และการเงินล่วงหน้า ควรมีการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์และมีความแตกต่าง ทั้งการพัฒนาตลาด การข้อมสิทธิ์ การเพิ่มมูลค่า การแปรรูป การพัฒนาตราชี้ห้อย และบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ดึงดูด ความสนใจ ควรมีการวางแผนทรัพยากรการผลิตเพื่อจัดหาวัตถุดิบให้เพียงพอต่อกำลังการผลิต จัดหาเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยเพื่อการดำเนินการผลิตที่มีคุณภาพ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ทันเวลาของคำสั่งซื้อ มีการเพิ่มสายผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปวัสดุเหลือใช้และแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่แตกต่าง เช่น กระเป๋า ผ้าห่ม ผ้าปูโต๊ะ เป็นต้น มีการจัดหาแรงงานที่มีฝีมือ ในชุมชนและสืบสานภูมิปัญญาการทอผ้าสู่คนรุ่นใหม่ ด้านการควบคุมการผลิตด้านต้นทุนการผลิต ปริมาณการผลิต คุณภาพการผลิต และการตอบสนองที่รวดเร็ว พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์และเป็นที่ยอมรับของลูกค้า รวมถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมจากกระบวนการผลิต ดังภาพประกอบ 5.1



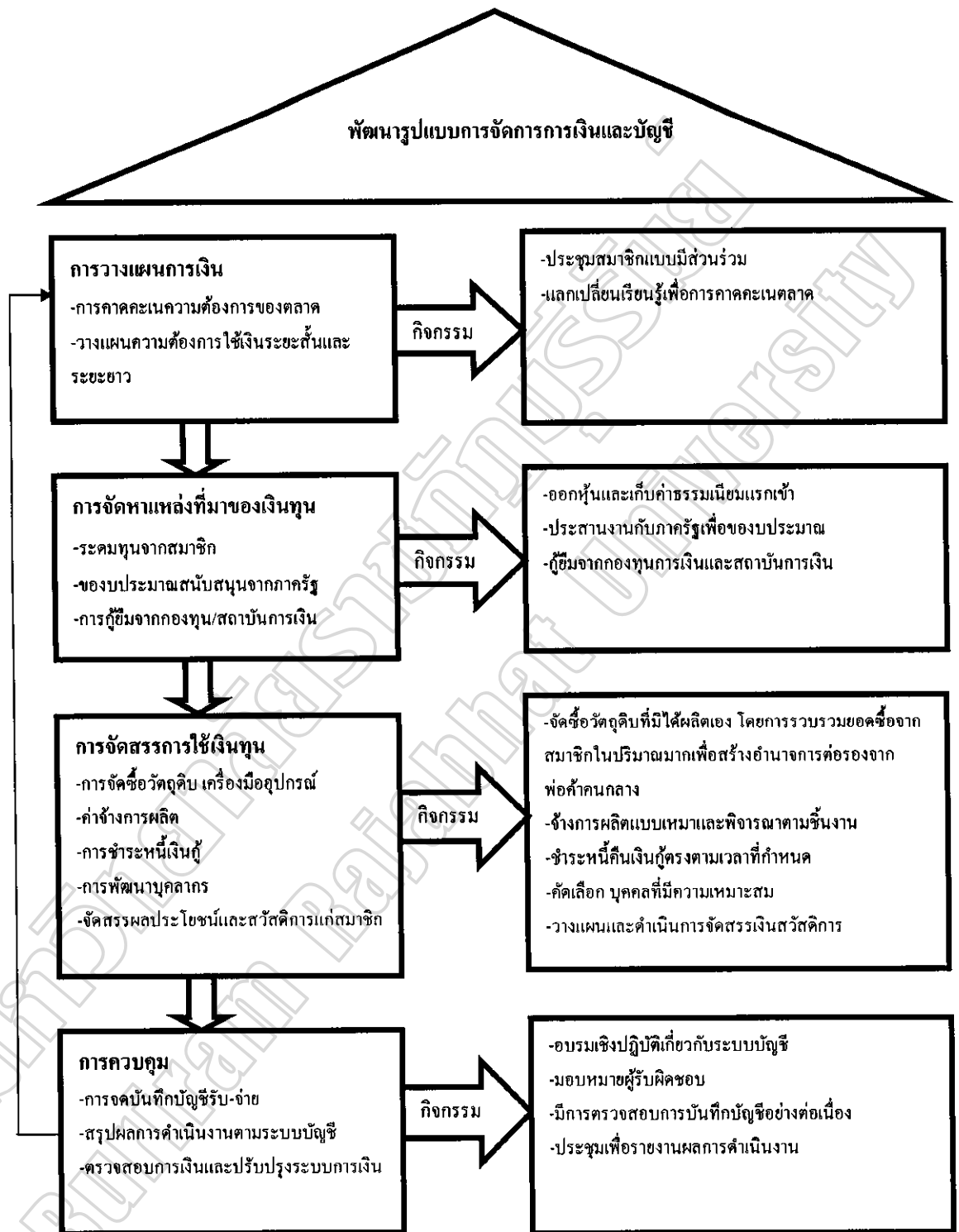
ภาพประกอบ 5.1 การพัฒนารูปแบบการจัดการการผลิตวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบุรีรัมย์

3.2 รูปแบบการจัดการการตลาด ควรมีการสำรวจความต้องการของลูกค้าเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อขาย ค่านิยม และทัศนคติ เพื่อการวางแผนการตลาด และรวบรวมผลิตภัณฑ์จากสมาชิกและเครือข่ายกลุ่มผู้ผลิตอื่นเพื่อการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย มีเอกลักษณ์และความแตกต่าง มาจำหน่าย มีการกำหนดราคาขายให้เหมาะสมและมีความยุติธรรมต่อลูกค้า ตามคุณภาพและสภาพการแข่งขัน โดยการจัดจำหน่ายทางตรงในตลาดระดับชุมชน ระดับอำเภอ ระดับจังหวัด ระดับประเทศ และระดับต่างประเทศ ด้วยการจำหน่ายเอง และการออกงานแสดงสินค้าของหน่วยงานภาครัฐที่ให้การสนับสนุนทางการตลาด ส่วนการจัดจำหน่ายทางอ้อมเป็นการกระจายสินค้าไปยังผู้บริโภคโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง อีกทั้งยังมีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านระบบไปรษณีย์ ระบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีการส่งเสริมการตลาด ด้วยวิธีการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ในหลายช่องทางจากการเผยแพร่ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ เว็บไซต์ และหน่วยงานของรัฐ มีการจำหน่ายโดยพนักงานที่มีบุคลิกภาพดีมีมนุษยสัมพันธ์ การสื่อสารและมีเทคนิคการขายที่ดี และในการจำหน่ายผู้จำหน่ายจะมีการแต่งกายด้วยชุดผ้าไหม และจัดเตรียมเครื่องมือที่กระตุ้นการตัดสินใจซื้อ เช่น หนังสือนิเทศสารแฟชั่นการแต่งกายด้วยผ้าไหม ห้องลองเสื้อผ้า และกระจก เป็นต้น มีการส่งเสริมการขาย โดยการลด แจก แถม ชิงโชคให้แก่ลูกค้า มีการให้ส่วนลดและให้เครดิตแก่คนกลาง มีการให้คำตอบแทนตามยอดขายแก่พนักงานเพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ ดังภาพประกอบ 5.2



ภาพประกอบ 5.2 การพัฒนารูปแบบการจัดการการตลาดวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบุรีรัมย์

3.3 รูปแบบการจัดการเงินและบัญชี ควรมีการวางแผนการเงินแบบมีส่วนร่วม ทั้งการวางแผนระยะสั้นและระยะยาว เพื่อดำเนินการจัดหาแหล่งเงินทุนจากสมาชิก ภาครัฐ แหล่งการเงินภายในชุมชน และสถาบันการเงิน โดยคำนึงถึงความสามารถในการหารายได้ ของสมาชิก สร้างสภาพคล่องทางการเงินเพื่อการชำระหนี้ตามกำหนดเวลา ดำเนินการจัดสรร เงินทุนให้เกิดประโยชน์สูงสุดเพื่อการจัดซื้อวัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ การพัฒนาบุคลากร และการให้ผลประโยชน์และสวัสดิการแก่สมาชิก ดำเนินการควบคุม ติดตาม กำกับดูแลการใช้เงิน ตามแผนที่วางไว้ ด้วยระบบเงินสดที่สอดคล้องกับระบบบัญชีที่โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีการบันทึก การรับ-จ่ายอย่างต่อเนื่อง จัดทำงบดุล งบกำไรขาดทุน เพื่อสรุปผลการดำเนินงานและรายงานผล การดำเนินงานแก่สมาชิก ดังภาพประกอบ 5.3



ภาพประกอบ 5.3 การพัฒนารูปแบบการจัดการการเงินและบัญชีวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมบุรีรัมย์

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการศึกษา พบว่า การจัดการการผลิตในอาชีพการทอผ้าไหม ส่วนใหญ่ขาดการสืบทอดอาชีพการทอผ้าไหมไปสู่รุ่นใหม่ ดังนั้นกลุ่ม หรือหน่วยงานสนับสนุน ควรสร้างกิจกรรม การเรียนรู้ภายในครอบครัว โรงเรียน วัด เพื่อปลูกฝังเยาวชนคนรุ่นใหม่ ให้มีความสนใจและเห็นคุณค่าของภูมิปัญญาการทอผ้าไหมเพื่อการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมต่อไป

1.2 จากผลการศึกษา พบว่า การจัดการการเงินและการบัญชี ส่วนใหญ่ขาดเงินทุนหมุนเวียน ควรเพิ่มเงินทุนหมุนเวียนจากแหล่งทุนที่มีอัตราดอกเบี้ยต่ำ และมีการบันทึกบัญชีให้เป็นระบบ โดยมีเจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำและคอยกำกับดูแลการบันทึกบัญชีอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นหน่วยงานภาครัฐ ควรให้การสนับสนุนงบประมาณอย่างทั่วถึงในทุกกลุ่ม และมีการติดตามระบบบัญชีการเงินที่ให้สนับสนุนอย่างต่อเนื่อง

1.3 จากการศึกษา พบว่า การจัดการการตลาด ส่วนใหญ่มีช่องทางการตลาดน้อย ดังนั้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ด้วยการพัฒนาตลาดอิเล็กทรอนิกส์มากขึ้น เนื่องจากปัจจุบันคนนิยมใช้ระบบการสื่อสารทางอินเทอร์เน็ตมากขึ้น จึงเป็นโอกาสในการเชื่อมโยงธุรกิจการตลาดท่องเที่ยวสู่ตลาดต่างประเทศได้

1.4 ควรนำแนวทางของรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่วิจัยในครั้งนี้นำไปใช้ในปรับใช้ในการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมตามสถานการณ์ได้อย่างเหมาะสม

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษารูปแบบกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ของจังหวัดบุรีรัมย์

2.2 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมจังหวัดบุรีรัมย์กับรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของจังหวัดอื่น