

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบการประกอบการ OTOP ผ้าทอพื้นบ้านภาคอีสาน ระหว่างกลุ่มที่มีการประกอบการพื้นบ้านและการประกอบการแบบกลุ่มธุรกิจ ซึ่งนำไปสู่การนำเสนอแนวทางในการพัฒนาการดำเนินการของผู้ประกอบการ OTOP ผ้าทอพื้นบ้าน ให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล ดังจะเสนอตามลำดับต่อไปนี้

1. สรุปผลการวิจัย

1.1 การศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ผ้าทอพื้นบ้าน

ผลการศึกษาสภาพทั่วไปของกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอพื้นบ้าน ทั้งสองกลุ่ม คือ กลุ่มที่มีการประกอบการแบบธุรกิจ และกลุ่มที่มีการประกอบการแบบพื้นบ้าน พบว่า ในปัจจุบันมีผู้ประกอบการ OTOP ผ้าทอพื้นบ้านจากภาคอีสานทั้งหมด จำนวน 600 กลุ่ม (ที่มา : www.thaitambon.com , 2548) ส่วนใหญ่ได้รับการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion) จากอนุกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยพิจารณาให้อยู่ในระดับ 3 ดาว-5 ดาว และมีบางกลุ่มที่ยังอยู่ในระดับ 2 ดาว โดยในกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่จะอยู่ในระดับ 3 ดาวขึ้นไป และมีบางกลุ่มในกลุ่มพื้นบ้านที่อยู่ในระดับ 2 ดาว ผ้าที่ผลิตเป็นผ้าที่มีความแตกต่างกันตามท้องถิ่น ทั้งในลายผ้า และเทคนิควิธีการทอ เช่นผ้าแพรวากาฬสินธุ์, ผ้ายกดอก, ผ้าอัลพรมจากจังหวัดสุรินทร์ ซึ่งวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต คือ เส้นไหม แบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ เส้นไหมยืน ราคาโลกรัมละ 1300 - 1500 บาท และเส้นไหมพุ่ง ราคาโลกรัมละ 900 - 1300 บาท และสีย้อมผ้า ซึ่งสีย้อมผ้าที่ใช้มีทั้งสีที่ได้จากธรรมชาติ และสีเคมี

1.2 การศึกษาข้อมูลทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจการ OTOP ผ้าทอพื้นบ้าน

ผลการศึกษาข้อมูลทางธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับกิจการ OTOP ผ้าทอพื้นบ้าน ของกลุ่มธุรกิจ และกลุ่มพื้นบ้าน พบว่า

1.2.1 กลุ่มธุรกิจ

1.2.1.1 กลุ่มธุรกิจ จำนวน 30 ราย มียอดขายได้เฉลี่ยเท่ากับ 2,883,333 บาทต่อปี และมีราคาขายต่อหน่วยเฉลี่ยเท่ากับ 1,059 บาทต่อหน่วย

1.2.1.2 รายได้ในแต่ละปีก่อนข้างสม่ำเสมอ เนื่องจากการผลิตสินค้าส่งตามคำสั่งซื้อของลูกค้าอยู่เป็นประจำโดยจะเป็นลูกค้าทั้งในประเทศ และจากต่างประเทศ หรือ การเป็นเจ้าของร้านขายผ้าไหมเอง โดยผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจส่วนใหญ่จะแสวงหาช่องทางการจัดจำหน่ายเอง แทนที่การรอรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพียงอย่างเดียว

1.2.1.3 การผลิตของกลุ่มธุรกิจโดยส่วนใหญ่เป็นลักษณะของการจ้างงาน โดยมีหลายรูปแบบเช่น จ้างกลุ่มแม่บ้านโดยนำวัสดุไปให้พร้อมทั้งกำหนดลาย ขนาด จำนวน และเวลาในการรับสินค้า หรืออีกรูปแบบหนึ่งคือจ้างเพื่อให้พนักงาน มีการกำหนด ค่าแรง เวลา และหน้าที่อย่างชัดเจน ผลผลิตจากการทอผ้าของกลุ่มธุรกิจจึงมีจำนวนมากและหลากหลายคุณภาพ และราคา

1.2.1.4 ต้นทุนของการผลิตสินค้าเฉลี่ย 76,080 บาทต่อปี และมีต้นทุนต่อหน่วยเฉลี่ยเท่ากับ 204 บาท ในการคิดต้นทุนของการผลิตผ้าทอพื้นบ้านโดยส่วนใหญ่ในกลุ่มผู้ประกอบการแบบธุรกิจจะคิดเฉพาะต้นทุนที่เป็นตัวเงิน ซึ่งก็คือต้นทุนในส่วนค่าวัตถุดิบและค่าแรง

1.2.1.5 การดำเนินการทางการเงินของกลุ่มธุรกิจนี้เนื่องจากมีเจ้าของธุรกิจเป็นผู้บริหารในกลุ่มหรือมีอำนาจการจัดการส่วนใหญ่จึงมีการบันทึกบัญชีแต่เป็นการบันทึกอย่างง่ายเพื่อความเข้าใจของตนเอง เงินทุนหมุนส่วนใหญ่เป็นเงินรายได้จากการทำธุรกิจผ้าทอ

1.2.1.6 บุคลากรในการผลิตส่วนใหญ่จะเป็นการว่าจ้างโดยมีการตกลงค่าแรงกันไว้ตามความเหมาะสม ลักษณะงานและความพอใจของทั้งสองฝ่าย ซึ่งก็เป็นสมาชิกในกลุ่มแต่จัดอยู่ในรูปแบบของการว่าจ้างกันเองในกลุ่ม

1.2.2 กลุ่มพื้นบ้าน

1.2.2.1 จำนวน 30 ราย มียอดขายได้เฉลี่ยเท่ากับ 364,103 บาทต่อปี และมีราคาขายต่อหน่วยเฉลี่ยเท่ากับ 397 บาท

1.2.2.2 รายได้ในแต่ละปีไม่มีความสม่ำเสมอ เนื่องจากช่องทางการจัดจำหน่ายที่น้อย ไม่หลากหลาย ส่วนใหญ่จะขายเฉพาะในงาน OTOP งานแสดงสินค้า ในจังหวัดต่างๆ แต่เนื่องด้วยข้อจำกัดของเวลาที่ต้องทุ่มเทให้กับการเกษตรแล้ว ยังมีในปัจจัยด้านต่างๆ ด้วย เช่น ค่าน้ำมัน ค่ากินอยู่ที่ต้องใช้จ่ายไปในการออกงานนั้นๆ รวมถึงจำนวนผ้าที่เคยขายได้ในงานที่ผ่านมา เป็นสาเหตุที่ทำให้ผู้ประกอบการกลุ่มพื้นบ้านไม่เกิดแรงจูงใจในการออกร้าน หรือการแสวงหาช่องทางใหม่ๆ ในการจำหน่ายสินค้า

1.2.2.3 การผลิตผ้าทอของกลุ่มพื้นบ้านไม่มีความต่อเนื่อง ส่วนใหญ่แล้วจะผลิตกันในเวลาว่างจากการเกษตรเท่านั้นเพราะในฤดูทำนาจะเป็นที่ทราบกันทั่วไปว่าสมาชิกส่วนใหญ่ในกลุ่มต้องรับผิดชอบหน้าที่ในด้านการเกษตรก่อนเป็นหลักจึงทำให้ผลผลิตในการทอผ้าของสมาชิกในช่วงฤดูทำนามีจำนวนน้อย ถึงแม้ว่าจะมีผู้สูงอายุที่ไม่สามารถออกแรงทำนาได้แต่เนื่องด้วยสังขารที่แข็งแรงก็ยังไม่สามารถเพิ่มผลผลิตของการทอผ้าในช่วงระยะนี้ได้

1.2.2.4 ต้นทุนของการผลิตสินค้าเฉลี่ย 122,325 บาทต่อปี และมีต้นทุนต่อหน่วยเท่ากับ 114 บาท ในการคิดต้นทุนของการผลิตผ้าทอพื้นบ้านโดยส่วนใหญ่ในกลุ่มผู้ประกอบการแบบธุรกิจจะคิดเฉพาะต้นทุนที่เป็นตัวเงินที่ซื้อค่าวัตถุดิบเท่านั้นไม่รวมค่าแรง

1.2.2.5 ไม่มีการบันทึกบัญชีที่ชัดเจน เงินทุนหมุนเวียนเป็นการรวมหุ้นโดยกำหนดอัตราตามที่ตกลงกันในกลุ่ม และการสนับสนุนช่วยเหลือจากรัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและส่งเสริม นอกจากจากนำเงินไปลงทุนในการซื้อวัตถุดิบแล้วบางกลุ่มยังนำเงินบางส่วนปล่อยให้สมาชิกกู้ยืมได้

1.2.2.6 บุคลากรในการผลิตเป็นสมาชิกในกลุ่มเพียงบางคนเท่านั้น นอกนั้นจะลงหุ้นไว้เพื่อรอรับเงินปันผลเท่านั้น เนื่องจากเห็นว่าการประกอบอาชีพอย่างอื่นที่เห็นว่ามีรายได้ดีกว่า และการลงทุนในธุรกิจทอผ้าของกลุ่มก็เป็นการสร้างรายได้อีกทางหนึ่งเท่านั้นไม่จริงจึงในการประกอบธุรกิจทอผ้า

1.3 แนวทางในการพัฒนาการดำเนินธุรกิจผ้าทอพื้นบ้านในเขตภาคอีสาน

จากการวิเคราะห์ถึงสภาพแวดล้อมภายนอกและภายใน รวมไปถึงการวิเคราะห์ปัจจัยแวดล้อมของผู้ประกอบการ OTOP ผ้าทอพื้นบ้านภาคอีสาน ได้มีการวางแผนเพื่อเป็นการกำหนดแนวทางที่จะพัฒนาการดำเนินธุรกิจผ้าทอพื้นบ้านในเขตภาคอีสานของกลุ่ม OTOP ทั้งกลุ่มผู้ประกอบการแบบธุรกิจ และกลุ่มผู้ประกอบการแบบพื้นบ้าน เพื่อให้เกิดความเหมาะสมกับกลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าต่อไป ภายใต้สภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป โดยแบ่งเป็นกลุ่มธุรกิจ และกลุ่มพื้นบ้านตามองค์ประกอบทางธุรกิจ 5 ด้าน อันได้แก่

1. กลุ่มธุรกิจ

1.1 การบริหารจัดการ (Management)

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อให้มีความชัดเจนในแง่เป้าหมาย และวัตถุประสงค์ใน

การประกอบการ

- วัตถุประสงค์ของผู้ประกอบการ
- 2) เพื่อให้มีการดำเนินการอย่างมีระบบและแผน ตาม
- 3) เพื่อให้การดำเนินการในด้านต่างๆ มีประสิทธิภาพและ
- ประสิทธิผลเพิ่มมากขึ้น

กิจกรรม

- 1) เข้าร่วมอบรมเกี่ยวกับการดำเนินการในการประกอบธุรกิจ
- 2) ศึกษาดูงานจากกลุ่มอื่นๆ ที่มีการบริหารจัดการอย่างเป็น
- ระบบ
- 3) นำความรู้ที่ได้จากการศึกษา อบรมมาประยุกต์ใช้ และ
- ถ่ายทอดให้ผู้สืบทอดต่อ

ตัวชี้วัด

- 1) มีความชัดเจนในวัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการ
- ประกอบกิจการ

- 2) ประสิทธิภาพของระบบการทำงานที่มากขึ้น

1.2 การจัดการด้านการตลาด (Marketing Management)

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อให้ผู้ประกอบการ หรือสมาชิกมีความรู้ความเข้าใจใน
- การตลาดมากขึ้น
- 2) เพื่อมีความรู้ในการหาช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม
- กับกลุ่มมากขึ้น
- 3) เพื่อทราบถึงเทคนิค วิธีการขาย นำเสนอสินค้า และการ
- ตั้งราคาที่เหมาะสม

กิจกรรม

- 1) ศึกษาดูงานจากกลุ่ม หรืออุตสาหกรรมขนาดเล็กอื่นๆ ที่มีการ
- วางแผนการตลาด
- 2) เชิญวิทยากรมาให้ความรู้ที่กลุ่มเพื่อให้สมาชิกได้มีแนว
- ทางการปฏิบัติที่ตอบสนองต่อการตลาดของกลุ่ม
- 3) ศึกษาการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือเว็บไซต์ ในการ
- โฆษณาสินค้า

4) เข้าร่วมการออกร้านแสดงสินค้าตามที่หน่วยงานที่ส่งเสริม
จัดขึ้น เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์กลุ่ม และหากกลุ่มลูกค้าใหม่

ตัวชี้วัด

- 1) มีการวางแผนการดำเนินงานทางด้านการตลาด
- 2) จำนวนช่องทางจำหน่ายสินค้าเพิ่มมากขึ้น
- 3) จำนวนการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้น

1.3 การจัดการการผลิต (Production Management)

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อให้การผลิตมีประสิทธิภาพและได้มาตรฐาน
- 2) เพื่อให้ผู้ผลิตมีความรู้ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง
- 3) เพื่อเพิ่มทักษะในการผลิตผ้าทอของสมาชิก

กิจกรรม

- 1) เชิญวิทยากรผู้มีความรู้ความชำนาญในเทคนิควิธีการผลิต
ผ้าทอม้าฝักอบรมที่กลุ่ม
- 2) ศึกษาดูงานกลุ่มทอผ้าอื่นที่มีมาตรฐานในการทอ
- 3) จัดการประกวดออกแบบลายภายในกลุ่ม เพื่อกระตุ้น จูงใจ
สมาชิก ให้เกิด ความคิดสร้างสรรค์

ตัวชี้วัด

- 1) จำนวนรูปแบบและลายเพิ่มมากขึ้น
- 2) ผู้ผลิตสามารถจัดการวัตถุดิบได้อย่างสมดุลและเหมาะสมกับ
ชนิด ลาย ของผ้า
- 3) จำนวนวัตถุดิบที่ใช้มีความสมดุลมากขึ้น
- 4) เวลาในการผลิตต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้
- 5) คุณภาพทั้งในด้านเนื้อผ้าและแบบลาย
- 6) ความชัดเจนในเอกลักษณ์ แนวคิดของผลิตภัณฑ์ เช่นการ
การเน้นความเป็นอัตลักษณ์เอกลักษณ์ หรือการทำเป็นเชิงอุตสาหกรรม

1.4 การจัดการการเงินและการบัญชี (Financial and Accounting Management)

มากขึ้น (ตามความเหมาะสม)	วัตถุประสงค์ 1) เพื่อระดมทุนและจัดระบบการจัดสรรเงินให้มีประสิทธิภาพ 2) เพื่อเตรียมความพร้อมต่อระบบภาษี และการบันทึกบัญชี
ธนาคารเพื่อการลงทุน กับระบบการจ่ายภาษี ได้รับมา	กิจกรรม 1) ศึกษาการระบบการจัดการการลงทุนจากหน่วยงานหรือ 2) ศึกษาเรียนรู้การบันทึกบัญชีอย่างง่าย และทำความเข้าใจ 3) จัดการระบบการลงทุนภายในกลุ่มจากความรู้ทางการเงินที่
หมุนเวียน	ตัวชี้วัด 1) จำนวนเงินทุนที่เพิ่มขึ้นอย่างเพียงพอต่อการประกอบการ 2) ความชัดเจนในการตรวจสอบรายรับรายจ่าย และเงินทุน 3) จำนวนเงินทุนหมุนเวียน

1.5 การจัดการทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management)

ผ้าทอพื้นบ้าน ต้องการได้อย่างเพียงพอ	วัตถุประสงค์ 1) เพื่อให้ผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจและร่วมอนุรักษ์ 2) เพื่อพัฒนาการผลิตให้มีมาตรฐาน และรองรับความ
ต่อการผลิต และการขยายการผลิต ทักษะแก่สมาชิก	กิจกรรม 1) อบรมและสรรหาผู้สนใจและมีฝีมือในท้องถิ่นให้พร้อม 2) ขอรับการอบรมจากหน่วยงานที่ส่งเสริมเพื่อให้ความรู้และ
	ตัวชี้วัด 1) จำนวนผู้ประกอบการ หรือสมาชิกที่เพิ่มขึ้น

เพิ่มมากขึ้น

2) จำนวนผู้ประกอบการที่มีทักษะและฝีมือในการผลิตผ้าทอ

2. กลุ่มพื้นบ้าน

2.1 การบริหารจัดการ (Management)

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อให้มีความชัดเจนในแง่วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการประกอบการ
- 2) เพื่อให้มีการดำเนินการ ตรงตามวัตถุประสงค์ของกลุ่ม
- 3) เพื่อให้การดำเนินการทอผ้ามีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตของชาวบ้าน

กิจกรรม

- 1) สมาชิกแต่ละคนพิจารณาการทำงานของตนเองให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตตาม ความเหมาะสมของแต่ละบุคคล
- 2) จัดให้มีการประชุมตามความเหมาะสมของกลุ่มเพื่อพบปะพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นภายในกลุ่ม

ตัวชี้วัด

- 1) มีความชัดเจนในวัตถุประสงค์และเป้าหมายในการประกอบการ

2.2 การจัดการการตลาด (Marketing Management)

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อให้สมาชิกมีความรู้ในด้านการกำหนดราคาสินค้าให้เหมาะสม

- 2) เพื่อให้มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์กลุ่มและการผ้าทอ

กิจกรรม

- 1) เชิญวิทยากรมาให้ความรู้เกี่ยวกับการกำหนดราคาสินค้าที่กลุ่มออกงานแสดงสินค้าหรือวันตรกรรต่างๆ เพื่อเป็นการถ่ายทอดให้กับคนรุ่นหลัง

ตัวชี้วัด

- 1) จำนวนสมาชิกที่เข้าร่วมกลุ่มหรือผู้คนที่สนใจผ้าทอพื้นบ้าน
- 2) ความสามารถในการกำหนดราคาของสินค้า

2.3 การจัดการการผลิต (Production Management)

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อพัฒนาคุณภาพเชิงรายละเอียดของการผลิตผ้าทอ
- 2) เพื่อเป็นการอนุรักษ์และสืบทอดเทคนิควิธีการการผลิตผ้าทอ

พื้นบ้านไว้

กิจกรรม

1) แสวงหาข้อมูลความรู้ และหรือ การสนับสนุนจากหน่วยงาน ที่ส่งเสริมต่างๆในด้าน องค์ความรู้ในรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการทอผ้าพื้นบ้านเช่น การย้อม การ ทอ การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม

- 2) ถ่ายทอดวิธีการผลิตผ้าทอพื้นบ้าน และความรู้ต่างๆให้แก่

คนรุ่นหลังได้เรียนรู้

ตัวชี้วัด

- 1) ทักษะ และฝีมือ ของสมาชิกที่พัฒนาขึ้น
- 2) จำนวนสมาชิก หรือผู้ให้ความสนใจผ้าทอพื้นบ้านเพิ่มมากขึ้น
- 3) คุณภาพทั้งในด้านเนื้อผ้าและแบบลาย
- 4) ความชัดเจนในเอกลักษณ์ แนวคิดของผลิตภัณฑ์ เช่นการ เน้นความเป็นหัตถกรรมเอกลักษณ์ หรือการเป็นเชิงอุตสาหกรรม

2.4 การจัดการการเงินและการบัญชี (Financial and Accounting

Management)

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อหาความเหมาะสมในการทำบัญชีอย่างง่ายภายในกลุ่ม

ผู้ประกอบการ

- 2) เพื่อจัดหาแหล่งเงินทุนที่สามารถนำมาช่วยเหลือในการอนุรักษ์

กิจกรรม

- 1) เชิญวิทยากรมาอบรมที่กลุ่มเพื่อแนะนำวิธีการจัดทำบัญชีอย่างง่าย
- 2) รวมกลุ่มเพื่อขอรับการสนับสนุนด้านต่างๆจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ตัวชี้วัด

- 1) จำนวนสมาชิกที่มีความเข้าใจในการจัดทำบัญชีเพิ่มมากขึ้น
- 2) ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆอย่างเพียงพอต่อ

ผู้ประกอบการ

2.5 การจัดการทรัพยากรบุคคล (Human Resource Management)

วัตถุประสงค์

- 1) เพื่อสร้างแรงจูงใจในการผลิตผ้าทอพื้นบ้านของสมาชิกและ
คนรุ่นหลัง

กิจกรรม

- 1) รณรงค์และสรรหาผู้สนใจและมีฝีมือในท้องถิ่นให้พร้อม
ต่อการผลิต และการขยายการผลิต
- 2) ถ่ายทอด และเผยแพร่ ความรู้เกี่ยวกับผ้าทอพื้นบ้านใน
โอกาสต่างๆ เช่น การประสานความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาในท้องถิ่น ในการเผยแพร่ภูมิ
ปัญญาให้ตกทอดสืบทอดโดยเยาวชนรุ่นใหม่ๆที่อาจจะมีคามสนใจ

ตัวชี้วัด

- 1) จำนวนผู้ให้ความสนใจ
- 2) จำนวนการผลิตที่เพิ่มมากขึ้น

2. อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาข้อมูลเปรียบเทียบการประกอบการ OTOP ผ้าทอพื้นบ้าน ภาคอีสาน
ระหว่างกลุ่มที่มีการประกอบการพื้นบ้านและการประกอบการแบบกลุ่มธุรกิจ ได้สะท้อนให้เห็น
ถึงสภาพปัญหาที่เกิดในการประกอบการของกลุ่มผู้ทอผ้าทั้งสองกลุ่มในด้านต่างๆดังนี้

1. ด้านการบริหารจัดการ

1.1 กลุ่มประกอบการเกือบทั้งหมด ขาดปรัชญาแนวคิดในการดำเนินธุรกิจ
การดำเนินการส่วนใหญ่เกิดจากการแนะนำจากหน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานส่งเสริมต่างๆ โดย
จูงใจโดยการให้งบประมาณทำให้ขาดความชัดเจนในแง่วัตถุประสงค์ และเป้าหมายในการ
ประกอบการ

1.2 กลุ่มประกอบการส่วนใหญ่ไม่มีระบบการจัดการที่ชัดเจน เนื่องจากขาด
ทักษะในการดำเนินงานเชิงธุรกิจดังที่หน่วยงานที่สนับสนุนได้จัดตั้งไว้ให้ แม้จะมีการแบ่งหน้าที่
กันอย่างชัดเจนแต่ในทางปฏิบัติไม่เป็นไปตามแผนที่ตั้งไว้

1.3 ขาดผู้ที่มีความรู้ความสามารถทางด้านการจัดการที่มีระบบ แบบแผน
เนื่องจากผู้นำกลุ่มเป็นชาวบ้านที่ขาดทักษะและประสบการณ์ในการจัดการเชิงธุรกิจ และไม่จริงจัง
เนื่องจากเห็นว่าเป็นอาชีพเสริม อีกทั้งขาดความพร้อมในการพัฒนาปรับปรุงเนื่องด้วยข้อจำกัดของ
เวลาและทักษะทางธุรกิจ

1.4 ขาดความต่อเนื่อง ส่งผลให้เยาวชน คนรุ่นหลังขาดแรงจูงใจ ไม่สนใจสืบสานการทอผ้าของบรรพบุรุษเนื่องจากเห็นว่าเป็นงานที่ไม่คุ้มค่ากับการลงแรง ลงทุน

2. ด้านการผลิต

2.1 กลุ่มประกอบการส่วนใหญ่ขาดความเป็นมาตรฐานทางด้านเทคนิควิธีในการทอผ้า และเนื้องานที่ออกมาของแต่ละกลุ่มยังไม่อยู่ในระดับคุณภาพที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน

2.2 สมาชิกส่วนใหญ่ยังขาดความรู้ความชำนาญ และทักษะ ในการทอผ้า ทำให้การผลิตผ้าทอไม่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 กลุ่มประกอบการทอผ้าส่วนใหญ่ยังขาดจินตนาการสร้างสรรค์และเทคนิควิธีในการสร้างลายออกแบบลายผ้าใหม่ๆ เนื่องจากเดิมการทอผ้าเป็นเพียงการทอผ้าเพื่อนำไปใช้งานประโยชน์ นุ่งห่มแวนคิด หรือจินตนาการจะไปในแนวทางที่สอดคล้องกับธรรมชาติเท่านั้นไม่ได้มีจุดประสงค์ทางการค้า อย่างเช่นปัจจุบันที่มีแรงกระตุ้นจากภายนอกเข้ามา ซึ่งแตกต่างไปจากวิถีทางเดิมของชาวบ้าน ทำให้ชาวบ้านเปลี่ยนการดำเนินการเป็นแบบตอบสนองมากกว่าการยึดหลักเดิม

2.4 กลุ่มประกอบการทอผ้าส่วนใหญ่ขาดความรู้ความเข้าใจ และความจริงจังในการประกอบธุรกิจ โดยมีความรู้เกี่ยวกับข้อมูลองค์ประกอบต่างๆของผ้าทอพื้นบ้านเช่นเส้นไหม การย้อมสี ลาย ฯลฯ อยู่ในเกณฑ์น้อยมากและไม่สมบูรณ์ เนื่องจากไม่เห็นความสำคัญของการทอผ้า และไม่ทราบวิธีในการดำเนินการให้เหมาะสมกับกลุ่ม

2.5 สถานที่ในการผลิตที่ยังไม่ชัดเจน อันเนื่องจากวิถีชีวิตของชาวบ้านที่ต้องรับผิดชอบภารกิจที่บ้าน อีกทั้งการเฝ้าดูแลบ้านทำให้ต้องแยกย้ายกันทอผ้าในบ้านของตนเอง มีเพียงบางกลุ่มที่รวมตัวกันทอผ้าร่วมกันภายในศูนย์ที่จัดตั้งขึ้น ทำให้การติดต่อประสานจากลูกค้าสะดวกมากขึ้นและสามารถเลือกชมสินค้าได้อย่างสะดวก

2.6 ไม่มีแผนหรือการกำหนดชนิดประเภท จำนวนการผลิตที่ชัดเจนแน่นอน จะมีบ้างเฉพาะในกลุ่มที่เป็นกลุ่มธุรกิจ ซึ่งจะมีระบบการขาย การรับคำสั่งซื้อ และมีการตั้งเป้าหมายในการผลิตแต่ละเดือนเพื่อให้เพียงพอกับความต้องการของตลาด และคำสั่งซื้อ

3. ด้านการตลาด

3.1 กลุ่มประกอบการทอผ้าส่วนใหญ่ขาดความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องต่อแนวคิดธุรกิจ เนื่องจากแนวคิดเดิมที่มีการทอผ้าเพื่อใช้เอง ไม่สามารถอธิบายหรือแนะนำให้กับลูกค้าได้

3.2 กลุ่มประกอบการทอผ้าส่วนใหญ่ ไม่มีที่ตั้งหรือจุดขายที่ชัดเจน มีเพียงการขายที่บ้านโดยมีลูกค้ามาซื้อที่บ้าน และการออกร้านแสดงสินค้าใน OTOP ตามจังหวัด

ต่างๆที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องแจ้งให้ไปซึ่งก็ไปบ้างไม่ไปบ้าง ส่วนใหญ่ไม่มีความประสงค์อยากจะไปร่วมเนื่องจากความไม่ชำนาญการขาย การตลาด และประสบกับความล้มเหลวในการขายจากการเคยเข้าร่วม ทำให้หมดกำลังใจในการดำเนินงานต่อไป มีเพียงกลุ่มธุรกิจเท่านั้นที่สามารถทำตลาดในงานแสดงสินค้า

3.3 กลุ่มประกอบการทอผ้าไม่มีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่ชัดเจน และไม่สามารถวิเคราะห์ลูกค้าโอกาสที่จะได้มาซึ่งลูกค้าปัญหานี้ เกิดทั้งในกลุ่มธุรกิจและกลุ่มพื้นบ้าน

3.4 กลุ่มประกอบการทอผ้าส่วนใหญ่ ขาดความชัดเจนในการสื่อสารและประสาน เพื่อให้ได้มาซึ่งลูกค้า การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างลำบากเพราะไม่มีการปรับปรุงข้อมูลข้อผู้ผลิตอย่างสม่ำเสมอ ขาดช่องทางในการนำเสนอสินค้าหรือนำเสนอกลุ่ม ถึงแม้ว่าจะมีเว็บไซต์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แต่ก็ยังมีบางกลุ่มที่ข้อมูลไม่สมบูรณ์และสมาชิกในกลุ่มไม่สามารถใช้อินเตอร์เน็ตได้

3.5 กลุ่มประกอบการทอผ้าส่วนใหญ่ ไม่มีการวางแผนทางการตลาด และเป้าหมายที่ชัดเจนมีเพียงบางกลุ่มที่เป็นลักษณะเจ้าของเดี่ยวที่ค่อนข้างประสบความสำเร็จในการทำธุรกิจผ้าทอ โดยสามารถขายผ้าได้ตลอดทั้งปีแม้ว่าจะมีจำนวนแตกต่างกันบ้างในแต่ละช่วงฤดูกาล อีกทั้งมีการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด มีความรู้ความเข้าใจในการประกอบธุรกิจในระดับหนึ่ง สามารถแสวงหาช่องทางการตลาดเองได้ โดยไม่จำเป็นต้องพึ่งพาหน่วยงานที่เกี่ยวกับการประกอบการ OTOP มากนัก แต่ในกลุ่มธุรกิจเจ้าของเดี่ยวนั้น ยังคงขาดทักษะบางอย่างในการทอผ้า ย้อมสี และยังต้องการพัฒนาทักษะด้านการออกแบบลายผ้าใหม่อีกด้วย

4. ด้านการเงินและการบัญชี

4.1 กลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าส่วนใหญ่มีทุนหมุนเวียนได้ เนื่องจากได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และจากการรวมหุ้นกันประกอบกับผลิตตามกำลังทุนทรัพย์ แต่มักจะไม่พอ เนื่องจากมีบางกลุ่มที่ต้องการขยายการผลิตแต่ยังไม่มีทุนในการขยาย โดยส่วนใหญ่การดำเนินการของชาวบ้านจะเริ่มจากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม สาวไหม ย้อม ทอ ด้วยตัวเองทั้งหมดจึงไม่ได้ใช้ทุนในการดำเนินการมาก ในบางรายอาจจะลงทุนบ้างในการซื้อด้าย สี ซึ่งวัตถุดิบเหล่านี้ราคาอยู่ในวงเงินที่ยังพอหาได้

4.2 กลุ่มประกอบการทอผ้าส่วนใหญ่ โดยเฉพาะในกลุ่มพื้นบ้าน ไม่มีแหล่งเงินทุนที่ชัดเจน และเพียงพอต่อการพัฒนา เนื่องจากไม่มีช่องทางหาทุนอย่างชัดเจน

นอกเหนือจากการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนโครงการ OTOP ต่างๆ ในรูปของเงินให้กู้ ทั้งชนิดปลอดดอกเบี้ย และดอกเบี้ยต่ำ หรือ เงินให้เปล่า ซึ่งมีวงเงินจำกัด

4.3 กลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าส่วนใหญ่ไม่มีการจัดทำบัญชีอย่างชัดเจนให้ทราบถึงต้นทุนและรายได้รายจ่ายที่แท้จริงของกลุ่ม ปัญหานี้เกิดทั้งในกลุ่มพื้นบ้านและกลุ่มธุรกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจจะมีความเห็นว่าเนื่องจากเป็นเจ้าของเดี่ยวจึงมักจะไม่มีระบบการเงินที่เป็นทางการ เงินที่ได้จากการขายก็จะนำไปซื้อวัตถุดิบและลงทุนในการผลิตครั้งต่อไป ส่วนในกลุ่มพื้นบ้านนั้นไม่มีความพร้อมในการจัดทำบัญชี โดยเฉพาะแบบมาตรฐาน ดังจะเห็นได้จากการที่มีหน่วยงานฝ่ายส่งเสริมต่างๆ ไปจัดทำขึ้นรูปไว้ให้ แต่ไม่มีการสานต่อ

4.4 กลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าส่วนใหญ่ไม่มีการคิดคำนวณต้นทุนที่ชัดเจน อันเนื่องมาจากข้อจำกัดหลายอย่างเช่นการไม่คิดค่าแรงเนื่องจากคิดไม่เป็นและไม่คุ้ม หากมีการคิดรวมค่าแรง และการตั้งราคาขายซึ่งเกิดข้อจำกัดขึ้นเนื่องจากความสามารถในการตลาดและการแข่งขันมีเพียงกลุ่มธุรกิจเท่านั้นที่มีการคิดค่าแรง หรือการคำนวณต้นทุนอย่างชัดเจน

5. ด้านทรัพยากรบุคคล

5.1 กลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าส่วนใหญ่ ขาดบุคลากรที่เหมาะสมในด้านต่างๆ ในการดำเนินการเชิงธุรกิจ ยกเว้นกลุ่มธุรกิจที่สามารถควบคุมการทำงานของสมาชิกในกลุ่มได้อย่างเหมาะสมกับความสามารถของสมาชิกคนนั้นๆ

5.2 สมาชิกของกลุ่มผู้ประกอบการทอผ้าส่วนใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่มพื้นบ้านมีรายได้ตอบแทนที่ยังไม่เหมาะสมหากคิดเชิงธุรกิจ แต่เนื่องจากชาวบ้านส่วนใหญ่ถือว่าการทอผ้าเป็นเพียงกิจกรรมยามว่างจึงไม่คิดค่าแรงแต่อย่างใด จึงเห็นว่ารายได้จากการทอผ้าไม่สำคัญมาก และไม่มีผลต่อการดำเนินชีวิต

5.3 สมาชิกของกลุ่มผู้ประกอบการทอผ้า ส่วนใหญ่ ขาดความพร้อมต่อการดำเนินการที่ต่อเนื่อง หากจะดำเนินการแบบธุรกิจ เนื่องจากการทอผ้าเป็นงานรองจากการทำการเกษตร ชาวบ้านจึงให้ความสำคัญกับการทอผ้าน้อยกว่า และขาดบุคลากรที่จะสืบทอด เพราะหนุ่มสาวรุ่นใหม่ไม่เห็นความสำคัญ และรายได้ตอบแทนไม่เป็นที่น่าพอใจเท่ากับการทำอาชีพอื่น

จากการสรุปประมวลปัญหาของผู้ประกอบการ OTOP ผ้าทอพื้นบ้านภาคอีสาน นั้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา สภาพ ปัญหา แนวทางการพัฒนาสินค้า OTOP สำนักงานพาณิชย์จังหวัดขอนแก่น (2005) กล่าวว่า สาเหตุพื้นฐานปัญหาเบื้องต้นเกิดจากการดำเนินการภาครัฐในการชักชวน คัดเลือก และจัดตั้งกลุ่ม เพื่อเข้าร่วมเป็นผลิตภัณฑ์ OTOP โดยขาดความเข้าใจพื้นฐานโครงสร้างของกลุ่มผู้ประกอบการและการประกอบการผู้ประกอบการมีความไม่ชัดเจนในแนวคิดการประกอบการ และ ไม่ชัดเจนในกรอบการดำเนินการที่เหมาะสมกับตนเองและหรือ

กลุ่ม ทั้งในด้านการก่อตั้งกลุ่มหรือธุรกิจ การบริหารจัดการ การตลาด การผลิต การเงิน อีกทั้ง การส่งเสริมต่างๆของภาครัฐ ยังมีความไม่ชัดเจนในความสัมพันธ์กับความต้องการของผู้ประกอบการซึ่งมีผลทั้งแบบแนวเศรษฐกิจพอเพียงปัจเจกหรือกลุ่ม และแบบแนวธุรกิจ(ซึ่งมักมีผู้เป็นเจ้าของกิจการเป็นหลัก) การส่งเสริมของภาครัฐหลายโครงการมีการดำเนินการโดยผู้ที่ขาดประสบการณ์ และไม่ชัดเจนในความจริงจังจริงใจและขาดความต่อเนื่อง และมีความแตกต่างกัน การดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าที่มีลักษณะเจ้าของเดี่ยวและกลุ่มที่มีลักษณะของการรวมหุ้นของสมาชิกและแบ่งหน้าที่กันทำ อีกทั้งปัจจัยต่างๆที่ทำให้สองกลุ่มนี้ต่างกัน ซึ่งให้เห็นว่าการส่งเสริมของรัฐควรมีความแตกต่างกันในแต่ละกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษากลยุทธ์การตลาดของกลุ่มสตรี : กรณีศึกษาผ้าทอจกในจังหวัดแพร่ ของ ฐานิดา อรุณพันธุ์ (2546) เพื่อศึกษาสถานการณ์การผลิต วิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมของกลุ่มผู้ผลิต และการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด วิธีการศึกษาใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสอบถาม พบว่า ผู้ทอที่เป็นสมาชิกกลุ่มสตรีกับกลุ่มลูกทอที่รับจ้างทอผ้ามีการประกอบกิจกรรมที่แตกต่างกัน ได้แก่ ประสบการณ์ทอผ้า แหล่งที่มาของวัตถุดิบ วิธีการซื้อวัตถุดิบ ความหลากหลายของขนาดผ้าทอ ระยะเวลาในการทอ ความสามารถในการกำหนดระยะเวลาทอ จำนวนที่ขายต่อเดือน ประเภทของผู้ซื้อ และราคาเฉลี่ยต่อผืน นอกจากนี้การทดสอบกลุ่มผู้ทอที่เป็นกลุ่มสตรีซึ่งก่อตั้งมานานกับกลุ่มผู้ทอที่เป็นกลุ่มสตรีที่ก่อตั้งในระยะหลัง และการทดสอบกลุ่มสตรีที่ก่อตั้งในระยะหลังรวมกลุ่มกันเองกับกลุ่มผู้ทอที่เป็นกลุ่มสตรีรวมกลุ่มจากการส่งเสริมของภาครัฐก็มีความแตกต่างเช่นกันในประเด็นที่กล่าวข้างต้น ยกเว้นด้านประเภทของผู้ซื้อที่ไม่มีความแตกต่างกัน สำหรับการทดสอบกลุ่มลูกทอที่รับจ้างทอผ้าให้กับร้านค้าสองร้าน พบว่า มีความแตกต่าง 2 ด้าน ในเรื่องระยะเวลาในการทอและราคาเฉลี่ยต่อผืน ส่วนผู้ที่ทอทุกกลุ่มไม่มีความแตกต่าง คือ ไม่ได้ทอผ้าเป็นรายได้หลัก ความคิดเห็นเรื่องความยากง่ายของตลาด ไม่รู้สึกเบื่อในการทอรูปแบบเดิม ไม่พอใจในราคาขายและปัญหาในการทอผ้า ทั้งกลุ่มสตรีควรมีการจัดการภายในให้เป็นรูปแบบเดียวกัน เพื่อประโยชน์ในการสร้างความร่วมมือด้านการผลิต คือ ควรคัดเลือกสมาชิกที่มีประสบการณ์การทอผ้าแตกต่างกัน กลุ่มควรเป็นผู้จัดหาวัตถุดิบให้สมาชิก สมาชิกขายผ้าทอให้กับกลุ่มและหักค่าวัตถุดิบเมื่อขาย ทอผ้าให้มีขนาดหลากหลายมากขึ้นและประเมินกำลังการผลิตของกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ

3. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาในครั้งนี้นอกจากผู้วิจัยจะพบปัญหาในกลุ่ม OTOP ประเภทผ้าทอพื้นบ้านแล้ว ยังพบว่ามีปัญหาที่คล้ายคลึงกันทั้งในด้านความชัดเจนของกลุ่ม การส่งเสริมของภาครัฐ การบริหารจัดการของกลุ่ม การตลาด การจัดการทรัพยากรบุคคล และการจัดการการเงินและบัญชีดังตัวอย่างที่จะอ้างถึงต่อไปนี้

นางสาวอัจฉริยา เนตรชัย (2547) กล่าวว่า จากการศึกษาวิจัยพบว่ารูปแบบการส่งเสริมธุรกิจชุมชนในทางปฏิบัติเกือบทั้งหมด เป็นการกระตุ้นให้ชาวบ้านรวมกลุ่มกันฝึกอบรม ดูงาน และให้เงินทุนอุดหนุนปัจจัยการผลิตซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่มีข้อจำกัดมาก ดังนั้นธุรกิจชุมชนจำนวนมากประสบความล้มเหลว ไม่สามารถพึ่งพาตัวเองได้ โดยเฉพาะ OTOP ที่ดูเหมือนว่าจะไปได้ดี แต่ในทางปฏิบัติล้มเหลวจำนวนมาก ประมาณการจากตัวเลข 215 กลุ่มของจังหวัดพิษณุโลก ประสบผลสำเร็จไม่ถึง 10 กลุ่ม หรือไม่ถึง 5%

ผลการศึกษาของนักวิชาการจากม.นเรศวร จังหวัดในเชิงรูปธรรม จากคำให้สัมภาษณ์ของนายธรรมศักดิ์ ภูพันธ์วิวัฒน์ ผู้ประกอบการธุรกิจรายใหญ่ในจังหวัดกระบี่ในฐานะรองนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดกระบี่ กล่าวว่า ผลผลิต OTOP ของกระบี่ส่วนใหญ่เจ๊งไปนานแล้วเวลานี้หน่วยงานที่จะเข้ามาขับเคลื่อนให้สินค้า OTOP ของจังหวัดที่มีอยู่ประมาณ 200 กว่ากลุ่มเพื่อให้สินค้าขายได้แทบไม่มีเลย ส่วนใหญ่แล้วแต่ละกลุ่มก็ออกหาตลาดจำหน่ายสินค้ากันเอง กลุ่มไหนขอดขายไม่ได้ก็ไปไม่รอด ผลผลิตไหนขายไม่ได้ก็เลิกรากันไป จากนั้นมีข้อสังเกตว่าจุดที่ควรจำหน่ายสินค้า OTOP อย่างเช่น บิมน้ำมัน ก็ไม่มีการนำสินค้า OTOP เข้าไปวางจำหน่ายแล้วส่วนเรื่องการประเมินผลก็ไม่มี ไม่รู้ว่ายอดขายเพิ่มขึ้นหรือลดลง ลูกค้าพอใจหรือไม่ ตัวสินค้าซ้ากันหรือไม่ ทั้งหมดต้องมีการนำมาคิด เข้ามาช่วยไม่ใช่ส่งเสริมให้ชาวบ้านผลิตเองหาตลาดขายเอง

นางจุรี ราชพล รองประธานกลุ่มพริกแกงตำมือ กล่าวว่า ลูกค้าของกลุ่มจะเป็นคนในพื้นที่ที่สั่งซื้อไปขายหรือประกอบอาหาร รายได้ที่เกิดจากการรวมกลุ่มทำแกงจะตกประมาณเดือนละหมื่นกว่าบาท แบ่งกันก็ได้คนละพันเท่านั้น แต่สมาชิกก็พอใจอย่างน้อยก็ได้เป็นค่าใช้จ่ายประจำวัน ส่วนจะมีรายได้เป็นกอบเป็นกำไม่ได้หวังในจุดนั้น แม้ว่าแต่เดิมเคยมีคนมารับซื้อพริกแกงของกลุ่มส่งออกไปญี่ปุ่นระยะหนึ่ง แต่เมื่อคนเคยส่งเปลี่ยนงานก็ไม่มีคนสานต่อก็ต้องหยุดเพราะอาศัยกลุ่มแม่บ้านคงไม่มีปัญหาส่งไปขายต่างประเทศ

นายเฉลย พรหมมา ประธานชุมชนด่านท่าเมือง และประธานกลุ่มผลิตดอกไม้เก็ลปลาด.เขานิเวศน์ อ.เมือง จ.ระนอง เปิดเผยว่า ดอกไม้เก็ลปลาดของกลุ่มได้รับคัดเลือกเป็น OTOP 3 ดาวระดับจังหวัดและระดับภาค แต่ผลิตภัณฑ์ก็มีปัญหาด้านการตลาด ผลิตออกมาแล้วขายไม่ได้เนื่องจากต้นทุนต่อหน่วยสูงไม่มีร้านค้าใครรับไปจำหน่ายขณะที่วัตถุดิบค่อนข้างหายาก สมาชิกของ

กลุ่มที่เป็นแม่บ้านในชุมชนนำเงินมาร่วมทุนกันทำ ก่อนนี้เคยนำผลิตภัณฑ์ไปจัดแสดง ที่เมืองทองธานี แต่ไม่ประสบผลสำเร็จสินค้าขายไม่ได้ ขาดทุนไปหมื่นกว่าบาท ลูกค้าที่สนใจบอกกว่าราคาสูงเกินไป โดยดอกไม้ที่ผลิตจะตั้งราคา 40-70 บาทถ้าจัดลงแจกันอย่างดอกแสดอาทิตย์ราคา 450 บาท เมื่อกลับจากเมืองทองธานี สมาชิกส่วนใหญ่เห็นพ้องกันว่าควรยุติการผลิตไว้ก่อน เพราะผลิตไปก็ขายไม่ได้ ทุนยิ่งจมมากขึ้นไปอีก แต่สมาชิกก็ไม่ย่อท้อตอนนี้หันมาประดิษฐ์ดอกไม้จากถุงน่องขาย ดอกละ 10-20 บาทป้อนตลาดหลักในจังหวัดประธานกลุ่มผลิตดอกไม้ฯ ให้ข้อมูล นายเฉลย กล่าวเพิ่มเติมว่า สิ่งที่ผู้ผลิต OTOP ประสบเหมือนกันคือ ขาดการส่งเสริมด้านการตลาดอย่างจริงจังและต่อเนื่อง จึงอยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาสนับสนุนให้มากยิ่งขึ้นทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การลดต้นทุนรวมถึงเงินทุนและการตลาด

นายชวกร โตสวัสดิ์ เลขาธิการสมาคมอุตสาหกรรมไวน์และสุราไทย เปิดเผยว่า กลุ่มผู้ผลิตไวน์และสุราชุมชนได้ปิดตัวเองลงประมาณครึ่งหนึ่ง เพราะปัญหาสภาพตลาดและการแข่งขัน อีกทั้งภาครัฐได้ออกมาตรการจำกัดการจำหน่ายสุรา และไวน์ตามร้านค้าทั่วไปซึ่งถือว่าเป็นแหล่งกระจายสินค้าของชุมชนขณะที่ผู้ประกอบการรายใหญ่ซึ่งกระจายสินค้าผ่านเอเยนต์ไม่ได้รับผลกระทบ

นายสายยนต์ ขอร้อง อดีตประธานเครือข่ายสุราพื้นบ้าน จ.แพร่ ที่เคยออกไปร่วมกับกลุ่มทุนนอกชุมชน ผลักดันให้เหล้าชุมชนเข้าสู่วิถีแห่งทุนเพื่อโกอินเตอร์ตามคำโฆษณาของรัฐฯ มาก่อนหน้านี้ ก็ต้องถอยกลับมาทำ‘เหล้าป่า’เหมือนเดิม เขาระบุว่า รัฐบาลพยายามจะบอกว่ากำลังส่งเสริมให้เหล้าพื้นบ้านยกระดับไปสู่กลุ่มผู้บริโภคระดับสูง และเข้าสู่วงจรตลาดต่างประเทศ ขณะที่คุณภาพของเหล้าพื้นบ้านส่วนใหญ่ยังไม่ถึงขั้นนั้น ต้องได้รับการพัฒนาจนจึงจะขึ้นไปถึง OTOP สี่ดาว หรือ ห้าดาว และหากจะส่งออกก็ต้องพัฒนาให้ครบสูตร คือ การพัฒนาในรูปแบบของการผสมสมุนไพร เป็นยาของ ซึ่งรัฐบาลต้องแก้กฎหมายอนุญาตให้แต่งสีหรือผสมสมุนไพรให้มีรสชาติชวนดื่มมากขึ้น “สรรพสามิต อุตสาหกรรม พาณิชย์ ต้องมาร่วมมือกันจริง ๆ แต่ที่ผ่านมาแต่ละหน่วยงานไม่ลงลึกในรายละเอียด ทำเพียงเปิดช่องให้ชาวบ้านที่เคยอยู่นอกกระบวนเข้ามาอยู่ในระบบ แล้วปล่อยให้ไปตายเอาดาบหน้าเอง ซึ่งสุดท้ายชาวบ้านหรือเหล้าชุมชนที่แท้จริงก็ตายหมด เหลือแต่นายทุนเท่านั้น” นายสายยนต์ บอกอีกว่า ปัจจุบันคนมีเงินเข้ามาทำเหล้ากันเยอะ แล้วนำเหล้าออกไปขายนอกกระบวนเป็นคันรอกหล่อ เหล้าภาษีของชาวบ้านที่ทำออกมาขายสู้ไม่ไหว ทั้งที่จริง ๆ แล้วเหล้าเมืองแพร่ ได้รับความนิยมในตลาดสูงมาก ไปที่ไหนก็มีแต่เหล้าแพร่ รวมถึงประเทศเพื่อนบ้านด้วย แต่ทั้งหมดเป็นของนายทุน ซึ่งก็ไม่ได้ทำเอง เพียงแต่รับของชาวบ้านไปขายต่อ “ส่วนชาวบ้านที่ทำเหล้าอยู่ขายวันละไม่กี่ถุง เจ้าหน้าที่เข้าไปจับ ไปปรับเขา ในที่สุดเหล้าชุมชน

จริงๆ ตายหมด เหลือแต่เหล่านายทุนทั้งนั้น ไม่ตายเพราะขายหุ้นนายทุนไม่ได้ ก็ตายเพราะกฎระเบียบของรัฐ”

3.1 ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานของกลุ่มผู้ประกอบการ OTOP ผ้าทอพื้นบ้านอีสาน
จากสิ่งที่พบในการศึกษามีข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาการประกอบการของกลุ่ม OTOP ผ้าทอพื้นบ้านอีสาน ทั้งกลุ่มประกอบการแบบธุรกิจ(กลุ่มธุรกิจ) และกลุ่มประกอบการพื้นบ้าน(กลุ่มพื้นบ้าน) ดังนี้

1) กลุ่มประกอบการแบบธุรกิจ (กลุ่มธุรกิจ)

1.1) ในด้านการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการกลุ่มธุรกิจควรคำนึงการดำเนินกิจการแบบเจ้าของคนเดียวโดยมีสมาชิกในกลุ่มเป็นลูกทีมและเป็นผู้สนับสนุนในการดำเนินงานต่างๆ ตามความเหมาะสม

1.2) ในด้านการจัดการการตลาดกลุ่มธุรกิจ ควรมีการจัดการการตลาดอย่างเป็นระบบซึ่งมีความสอดคล้องกับ การตอบโจทย์ ความต้องการต่อการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การมีแผน มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายในระดับต่างๆ ทั้งระดับท้องถิ่น (Local) ระดับชาติ(Nation wide) และระดับสากล (Offshore) มีการกำหนดเป้าหมายการทำตลาดที่สอดคล้องกับการผลิต (Demand forecast) มีการ ศึกษา และ กำหนดระบบราคาเป็นมาตรฐานและสามารถแข่งขันได้ในระดับต่างๆ และ มีการกำหนดและจัดทำการสื่อสารประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ เช่น การสร้าง Web site ที่ให้รายละเอียดเชิงลึก พร้อมข้อมูลในการประสานต่างๆ รวมถึงการสร้าง Brand และกิจกรรมตามแนวคิดทางการตลาด

1.3) ในด้านการผลิต กลุ่มธุรกิจ ควรมีความพร้อมในด้านบุคลากร มีสมดุในการจัดการวัตถุดิบต่อความต้องการของตลาด มีการปรับพัฒนาเครื่องมือเครื่องจักรตามเหมาะสม พร้อมวิธีการเทคนิคในการผลิตผ้าทอที่มีความเป็นมาตรฐานให้กับคุณภาพผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิตหรือองค์กร ต้องเข้าถึงข้อมูลรายละเอียดในด้านต่างๆและเข้าใจเป็นอย่างดีสามารถให้รายละเอียดคุณภาพคุณสมบัติผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน

1.4) ในด้านการเงินกลุ่มธุรกิจควรมีวางแผนนโยบายทางการเงินเป็นรูปแบบธุรกิจปกติทั่วไป เช่น การใช้บริการจากสถาบันการเงินไม่ควรหวังความช่วยเหลือแบบกลุ่มพื้นบ้าน ซึ่งผู้ประกอบการควรต้องศึกษาระบบธุรกิจและการทำแผนธุรกิจ เพื่อสร้างความชัดเจนทั้งในด้านการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ การเงิน ฯ เป็นมาตรฐาน จะทำให้เกิดความชัดเจนในการจัดหาทุน และ มีความพร้อมต่อการจัดหาทุนในระยะต่อไปเพื่อการพัฒนาและขยายธุรกิจ

1.5 ในการจัดการทรัพยากรบุคคลกลุ่มธุรกิจควรสรรหาแรงงานที่มีฝีมือจากท้องถิ่น หรือการจัดจ้างผู้ทอผ้าที่เป็นปัจเจก โดยส่งงานให้ทำ หรือรับสมัครคนรุ่นใหม่ (ซึ่งสามารถทำได้ในกรณีที่มีค่าแรงสูง) และควรให้มีการได้รับองค์ความรู้ใหม่ๆ สำหรับสมาชิกในกลุ่มเพื่อการพัฒนาทักษะฝีมือการทอผ้าต่อไป

2) กลุ่มประกอบการแบบพื้นบ้าน(กลุ่มพื้นบ้าน)

2.1 ในด้านการบริหารจัดการ กลุ่มพื้นบ้านควรดำเนินการไปอย่างเรียบง่ายไม่จำเป็นต้องมีระบบการจัดการที่ซับซ้อน ยุ่งยากต่อการปฏิบัติ เพียงแต่ทำไปเท่าที่คิดว่าดีและทำได้ แนวคิดต่างๆควรเป็นไปตามวิถีชีวิตดั้งเดิม ไม่ว่าจะเป็นการทำคนเดียวหรือเป็นกลุ่ม โดยมุ่งเน้นความเหมาะสม ความพอเพียง ความสุขความพึงพอใจ

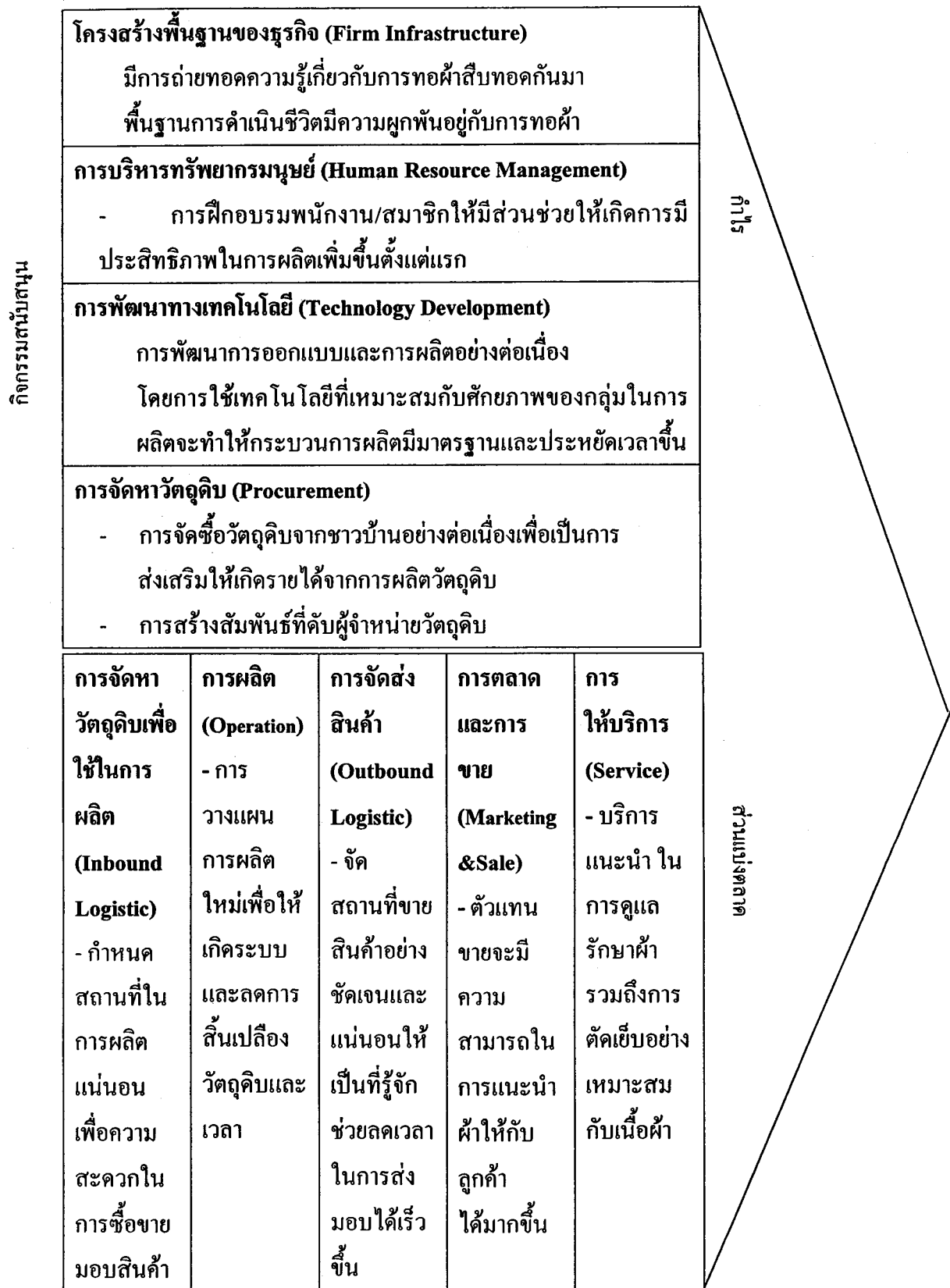
2.2 ในด้านการจัดการการตลาด กลุ่มพื้นบ้านควรเน้นการผลิตที่เป็นเอกลักษณ์ สร้างสรรค์ มีจินตนาการ ตามวิถีชีวิต และขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงาม และเผยแพร่ในโอกาสที่เหมาะสม ขณะเดียวกันต้องหาความช่วยเหลือในการเรียนรู้การกำหนดราคาอย่างเหมาะสมและคุ้มค่าและต้องตระหนักถึงผลตอบแทนที่อาจจะไม่สูงมาก เป็นความพอเพียงและมีความเหมาะสมสอดคล้องกับวิถีชีวิต

2.3 ในด้านการผลิต กลุ่มพื้นบ้านควรแสวงหาองค์ความรู้ในรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับการทอผ้าพื้นบ้าน เช่น การเลี้ยงไหม พันธุ์ไหม การสาวไหม การย้อม การหมัก การทอผ้า การออกแบบลาย ฯ เป็นต้น ในการทอควรเน้นคุณภาพเชิงรายละเอียด ที่มีคุณค่าเอกลักษณ์ท้องถิ่นตามจินตนาการ เช่น การสร้างสรรค์ลาย อุปกรณ์ เครื่องมือ โดยเป็นแนวสืบสานเอกลักษณ์มากกว่าการพัฒนาเป็นเครื่องจักร เป็นต้น

2.4 ในด้านการเงิน ในกรณีที่มีการทำเป็นกลุ่ม ชาวบ้านสามารถรวมกัน เพื่อขอรับการส่งเสริมในด้านทุนเบื้องต้น จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและส่งเสริมโครงการต่างๆ เพื่อให้ได้เงินทุนหรืออุปกรณ์ในการทอผ้า หรือการรวมหุ้น และควรมีการบันทึกรายรับรายจ่ายอย่างง่ายและชัดเจน

2.5 ในการจัดการทรัพยากรบุคคลสมาชิกในกลุ่มแต่ละควรพิจารณาการทำงานของตนเองตามความเหมาะสมและสอดคล้องกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ควรมีการรวมกลุ่มเพื่อประชุมและแลกเปลี่ยนแนวคิด หรือเทคนิควิธี เพื่อถ่ายทอดให้กับบุคคลอื่นและคนรุ่นหลังสืบต่อไปจากข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการได้แสดงให้เห็นเป็นการประเมินวิเคราะห์ Value Chain ดังนี้

การประเมินผลการวิเคราะห์ตาม Value Chain



3.2 ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ในการพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการผ้าทอพื้นบ้านอย่างเป็นรูปธรรมนั้น นโยบายและกรอบทิศทางเป็นสิ่งซึ่งมีความสำคัญที่สุด และมีผลต่อการกำหนดกลยุทธ์ในการแก้ไขปัญหาและพัฒนากิจการผ้าทอพื้นบ้านอย่างยิ่ง ดังนั้นภาครัฐควรเป็นตัวกลางในการสนับสนุนส่งเสริมดังนี้

3.1.1 ในกลุ่มประกอบการธุรกิจ(กลุ่มธุรกิจ) ที่มีการดำเนินการเชิงอุตสาหกรรมภาครัฐควรให้การส่งเสริมในด้านที่เป็นการเสริมความแข็งแกร่ง เช่น การจัดการทางการตลาดต่างประเทศ การจัดระบบบริหารจัดการ การจัดทำระบบบัญชี การพัฒนาเทคนิคต่างๆ ขณะเดียวกันควรจัดให้มีการอบรมพื้นฐานความรู้ด้านเส้นไหมใยผ้า แบบลาย ดีไซน์ ตัดเย็บ ย้อม ฯ ให้กับกลุ่มพื้นบ้านอีกทางหนึ่งโดยภาครัฐควรมีขั้นตอนในการพัฒนาและปรับปรุงตามลำดับแนวทางดังต่อไปนี้

1. ด้านการบริหารจัดการ
 1. การกำหนดประเภทรูปแบบกลุ่มให้ชัดเจน เพื่อการส่งเสริมให้เหมาะสม
2. ด้านการตลาด
 1. ควรให้การส่งเสริมกลุ่มธุรกิจในการจัดการการตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการให้ความรู้ในเรื่อง E-commerce และอำนวยความสะดวกในการได้สิทธิในการออกร้านจำหน่ายในงาน OTOP ต่างๆ
 2. ควรให้การอบรมและช่วยเหลือกลุ่มพื้นบ้านในวิธีหรือเกณฑ์การกำหนดราคาสินค้า รวมถึงความเข้าใจในผลิตภัณฑ์
3. ด้านการผลิต
 1. ควรให้ความรู้กลุ่มธุรกิจเกี่ยวกับเทคนิคการวางแผนการผลิตให้เหมาะสมกับขนาดของธุรกิจ
 2. ควรให้การส่งเสริมและให้ความรู้วิทยาการที่เป็นพื้นฐานต่อการผลิตสำหรับกลุ่มพื้นบ้านเช่น วิธีการปลูกหม่อน การเลี้ยงไหม การสาวไหม การย้อมสี การทอ รวมถึงการสร้างสรรค์ลายผ้า และการตัดเย็บ

4. ด้านการจัดการการเงินและบัญชี

1. กลุ่มธุรกิจควรให้ความรู้, ข้อมูล และการสนับสนุนที่เป็นประโยชน์ต่อการสรรหาเงินทุนจากสถาบันการเงินต่างๆ รวมถึงการบันทึกบัญชีและการจัดทำระบบภาษี
2. ควรแนะนำการบันทึกบัญชีอย่างง่ายต่อการเข้าใจสำหรับกลุ่มพื้นบ้าน

5. ด้านทรัพยากรบุคคล

1. ควรให้ความรู้ในการบริหารบุคคลในรูปแบบต่างๆ สำหรับผู้ประกอบการ หรือเจ้าของธุรกิจ ขณะเดียวกันควรให้ความรู้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อสมาชิก หรือลูกจ้างเช่นสิทธิของนายจ้างและลูกจ้าง การคิดค่าตอบแทนซึ่งต้องขึ้นอยู่กับความเหมาะสมในแต่ละกลุ่ม

2. ควรแนะนำให้กลุ่มพื้นบ้านมีการประชุมตามความเหมาะสมของแต่ละกลุ่มเพื่อแลกเปลี่ยนความคิด หรือความรู้ระหว่างสมาชิกในกลุ่ม

อย่างไรก็ตามการอบรม แนะนำ หรือให้ความรู้ นั้น รัฐต้องคำนึงถึงเวลา และ ฤดูกาลที่เหมาะสมซึ่งจะต้องไม่ขัดต่อวิถีชีวิตของชาวบ้านที่มีภาระด้านการเกษตร โดยช่วงเวลาที่เหมาะสมควรเป็นช่วงระหว่างเดือน เมษายน - พฤษภาคม

3.2.2 การดำเนินการด้านการส่งเสริมตามนโยบาย และแผนกลยุทธ์ ที่จัดกำหนดไว้จะต้องมีการกำหนดกลุ่มทำงานที่มีความเหมาะสม ทั้งในแง่ความรู้ ประสบการณ์ ทักษะ และที่สำคัญต้องมีความจริงใจจริงจัง มีการติดตามการทำงาน วัตถุประสงค์ และ มีการสรุปรายงานเป็นระยะและต่อเนื่อง

3.3 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ควรทำการศึกษาการประกอบการของกลุ่ม OTOP ในกลุ่มสินค้าอื่นๆ เพื่อที่จะสามารถนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบกับถึงลักษณะการดำเนินที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่มนั้น มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินการ OTOP อย่างไร ซึ่งจะทำให้ได้มาซึ่งผลการวิจัยที่มีคุณภาพมากยิ่งขึ้น

2. ควรทำการศึกษาการประกอบการของกลุ่ม OTOP ที่ประสบความสำเร็จ เพื่อนำมาวิเคราะห์ถึงความแตกต่างในการดำเนินการของแต่ละกลุ่มอันนำมาสู่แนวทางในการดำเนินการอย่างเหมาะสม และหลีกเลี่ยงความล้มเหลวของ OTOP

3. การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเพื่อนำเสนอการเปรียบเทียบข้อมูลการดำเนินงานของกลุ่ม OTOP ผ้าทอพื้นบ้านภาคอีสานระหว่างกลุ่มประกอบการแบบธุรกิจและกลุ่มประกอบการแบบพื้นบ้าน อันนำมาซึ่งแนวทางในการพัฒนาการดำเนินงานอย่างเหมาะสมกับแต่ละกลุ่ม โดยไม่รวมถึงการนำไปใช้ ดังนั้นควรศึกษาเกี่ยวกับผลจากการนำแนวทางไปใช้จริง เพื่อให้ผู้ประกอบการ OTOP ได้เล็งเห็นถึงความสำคัญในการประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับกลุ่ม อีกทั้งเพื่อเป็นการเพิ่มศักยภาพของการดำเนินการ OTOP ให้สามารถแข่งขัน และยังยืนต่อไป

จากข้อเสนอแนะทั้ง 3 หัวข้อข้างต้นผู้วิจัยได้แสดงภาพให้เห็นถึงกระบวนการผลิตผ้าทอพื้นบ้านและช่องทางที่ควรได้รับการพัฒนาส่งเสริม ดังภาพที่ 10

หน่วยงานของรัฐ	กลุ่มพื้นบ้าน	กลุ่มธุรกิจ	ระยะเวลา (เฉลี่ย)	
-กระทรวงเกษตร -การปรับปรุงพันธุ์ หม่อนไหม	ปลูกต้นหม่อน		4-5 เดือน	-
-โครงการหลวง -งานประกวดการ สาวไหม ทอผ้า -ศูนย์ศิลปาชีพ	เลี้ยงไหม ขายเป็นหม่อน		18- 45 วัน	
-ส่งเสริมพัฒนา ทักษะ	สาวไหม ขายรังไหม		7 วัน	
-การจัดมาตรฐาน คุณภาพของการ ฟอก,ย้อม	ฟอก,ย้อม		3-7 วัน	
-อบรม -ให้ความรู้ ในการผลิต, ออกแบบลาย -การขาย -งานแสดง สินค้า	ขาย/ซื้อเส้นไหม		0.15 ม/วัน	0.29 ม/วัน

ภาพที่ 10 กระบวนการผลิตผ้าทอพื้นบ้านและช่องทางที่ควรได้รับการพัฒนาส่งเสริม