

**รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน
อำเภอศรีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์**
**Management Model of Mudmee Silk Community Enterprise Group
in Ban Nong Khaen, Si Khoraphum District, Surin Province**

กานต์ วัฒนะประทีป

คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม

E-mail: Karnw@siamtechno.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน อำเภอศรีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ และ 2) ศึกษารูปแบบการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน อำเภอศรีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ ลักษณะของการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการวิเคราะห์เอกสาร/งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากภาคสนาม (Field Study) โดยเก็บข้อมูลจาก กลุ่มผู้รู้ (Key-Informants) กลุ่มผู้ประกอบอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ (Casual Informants) และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Informants) จำนวนกลุ่มละ 10 คน ด้วยวิธีการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) และมีการบันทึกและตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการวิเคราะห์และนำเสนอข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ประสบกับปัญหา 2 ด้าน คือ ด้านการจัดการผลิตและการตลาด ซึ่งได้แก่ การขาดแคลนวัตถุดิบ การผลิตที่ไม่ได้คุณภาพ คุณภาพสินค้าที่ไม่ตรงตามมาตรฐาน การออกแบบสินค้าที่ไม่หลากหลาย การขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ในหลายรูปแบบ การขาดการส่งเสริมการขาย และการบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ดึงดูดใจลูกค้า 2) รูปแบบการพัฒนาการจัดการด้านการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ ประกอบด้วย การวางแผน การสำรวจความต้องการของลูกค้าและตลาด การออกแบบลวดลายใหม่ ๆ การสร้างแบรนด์สินค้าของตนเอง การให้ความสำคัญกับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ การคงไว้ในเอกลักษณ์ของผ้าไหมมัดหมี่และการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่และเป็นสากลยิ่งขึ้น รวมทั้งเพิ่มพูนความสามารถและประสบการณ์ของผู้ผลิตในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ผ่านการฝึกอบรมและการศึกษาดูงาน สำหรับรูปแบบการพัฒนาการจัดการด้านการตลาดใช้หลักของ 4Ps หรือ “ส่วนผสมทางการตลาด” (Marketing Mix)

คำสำคัญ: การจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน, ผ้าไหมมัดหมี่, อำเภอศรีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์

Abstract

The objectives of this research were 1) to investigate the problems of the management of Mudmee Silk Community Enterprise Group, Ban Nong Khaen, Si Khaphum District, Surin Province; and 2) to study its management development model. A qualitative research method is used in this study. Data were collected from document analysis and the field study. Field data were collected from the 3 groups: Key-Informants, Casual Informants, and General Informants through focus group discussion. The collected data were recorded and verified by using triangulation. The verified data were descriptively analyzed and presented in accordance with the research objectives.

The research findings disclosed that 1) Mudmee Silk Community Enterprise Group had encountered problems in production and marketing management. The problems included raw material shortage, non-quality production, product quality that does not meet standards, need for new and different product designs, lacks of various types of advertising and public relations, and need for sales promotion and attractive packaging. 2) The production management development model of Mudmee Silk Community Enterprise Group consisted of planning, exploring customer and market needs, creating a new graphic design of Mudmee silk products, building their own product brand, attaching importance to quality product standards, maintaining the local identity of Mudmee silk products, developing the design and style of the products to be more differentiated and universal, and enhancing Mudmee Silk Community Enterprise Group members' or producers' ability and experience through trainings and study visits to government institutions or private companies. Regarding the marketing management development model, the 4Ps principle or Marketing Mix was used.

Keywords: Community Enterprise Management, Mudmee silk, Si Khoraphum District, Surin Province

1. บทนำ

ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของโลก เพราะมีเนื้อผ้าเป็นมันวาวเป็นประกาย มีเอกลักษณ์ของตัวเองที่ไม่เหมือนกับผ้าไหมจากประเทศอื่นๆ ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เป็นที่นิยมในตลาด ได้แก่ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ เนคไท เสื้อผ้า ผ้าผืนแต่งบ้าน ปลอกหมอน พรม กระเป๋า รองเท้า กล้องใส่ของบุไหม เป็นต้น เป็นเอกลักษณ์ไทยที่ได้รับการกล่าวขวัญมานานแล้วในด้านความงดงามของสีเส้นและลวดลาย รวมถึงฝีมือการทอผ้าของคนไทยที่ได้รับการกล่าวขวัญมานานแล้วในด้านความงดงาม ได้รับความนิยมน้อย่างแพร่หลายทั้งจากชาวไทยและชาวต่างประเทศ ไหมไทยเป็นสินค้าหัตถกรรมที่มีขั้นตอนการผลิตที่ใช้แรงงานคนไทยเป็นหลัก โดยเฉพาะแรงงานในชนบท ซึ่งเหมาะสมกับโครงสร้างเศรษฐกิจของประเทศไทยที่มีแรงงานเป็นจำนวนมาก กล่าวคือ อุตสาหกรรมการผลิตไหมไทยสามารถสร้างงานให้กับชาวบ้าน และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แรงงานในชนบทด้วย ดังเช่นในช่วงหลายปีที่ผ่านมาผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสามารถสร้างรายได้เข้าประเทศมูลค่าไม่ต่ำกว่าห้าร้อยล้านบาทต่อปี (กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. 2560: เว็บไซต์)

ปัจจุบันผ้าไหมอีสานได้รับการพัฒนาขึ้นสู่สากลด้วยพระเมตตาของสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ ที่ได้จัดตั้ง “โครงการศิลปาชีพ” ขึ้นในภาคอีสาน ทำให้กิจการไหมอีสานมีการตื่นตัวและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผ้าไหมเป็นผลงานสร้างสรรค์ที่มีความงดงามทั้งเนื้อผ้าที่ทอจากเส้นไหมที่มีลักษณะพิเศษ ให้สัมผัสที่นุ่มนวล สีและลายที่ปรากฏบนผืนผ้ามีเอกลักษณ์เฉพาะ ผู้ที่คุ้นเคยกับไหมสามารถบอกได้ว่า เป็นผ้าที่ทอจากแหล่งใด คนจำนวนมากชอบการสะสมผ้าไหมเพราะพอใจในสีสันลวดลาย และเนื้อผ้า ที่มีอยู่หลากหลายแตกต่างกันไปตามวัฒนธรรมต่างๆ (นภาพรณี หะวานนท์ และพิสมัย รัตนโรจน์สกุล. 2548: 68)

การทอผ้าไหมด้วยมือเป็นกระบวนการส่งสมทางภูมิปัญญาที่เรียนรู้ถ่ายทอดต่อกันในครอบครัวจากพ่อ แม่สู่ลูก ได้ฝึกฝนการทำเครื่องมือทอผ้าต่างๆ จะต้องเริ่มเรียนรู้จากขั้นตอนการผลิตเส้นใยก่อนที่จะพัฒนาไปสู่การทอผ้า ซึ่งจะเริ่มจากขั้นตอนทอง่าย ๆ ไปสู่ลวดลายที่สลับซับซ้อนขึ้นตามวัยและวุฒิภาวะ งานทอผ้าถือเป็นงานที่มีความซับซ้อน ละเอียดอ่อน และต้องใช้ความพยายามสูงในการสร้างสรรค์งาน จะเห็นได้จากลวดลายบนผืนผ้าที่เกิดจากการมัดย้อมก่อนนำไปทอ หรือเทคนิควิธีการสอดเสริมเส้นด้ายพิเศษเข้าไปขณะการทอ เพื่อให้เกิดลวดลายจากแรงบันดาลใจทางด้านสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ วัตถุหรือรูปสัญลักษณ์ทางความเชื่อของท้องถิ่น หรือจากจินตนาการของผู้ทอ รวมไปถึง การประดิษฐ์อุปกรณ์ในการทอผ้า เหล่านี้เป็นที่มาขององค์ความรู้ที่เหมาะสมในการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ทอมือ เพื่อตอบสนองความต้องการของคนในสังคม และมีการถ่ายทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปยังอีกรุ่นหนึ่ง รวมทั้งมีการพัฒนาปรับปรุงวิธีการให้เหมาะสมสอดคล้องกับความต้องการของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปในแต่ละช่วงเวลา จึงนับได้ว่าการทอผ้าไหมมัดหมี่ทอมือเป็นผลิตผลทางภูมิปัญญาและเป็นสิ่งที่สะท้อนความภาคภูมิใจในเอกลักษณ์ของชุมชน (สร้างสี แก้วพิจิตร. 2551: 1)

จังหวัดสุรินทร์ เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีวัฒนธรรมการทอผ้าไหมมัดหมี่ทอมือมานานและได้สืบทอดเป็นมรดกทางวัฒนธรรมจนเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง (อุบลศรี อุบลสวัสดิ์ และเพชร สานเสน. 2551: 1) จังหวัดสุรินทร์มีการผลิตผ้าไหมซึ่งส่งผลต่อการผลิตและการทอ ไม่ว่าจะเป็นลวดลายของผ้าไหม การผลิตเส้นไหมน้อย และกรรมวิธีการทอ มักนิยมนำเส้นไหมชั้นหนึ่งหรือไหมน้อย (ภาษาเขมร เรียก “โซกซึก”) มาใช้ในการทอผ้า ไหมน้อยจะมีลักษณะเป็นผ้าไหมเส้นเล็ก เรียบ และนุ่ม เวลาสวมใส่จะรู้สึกเย็นสบาย นอกจากนี้การทอผ้าไหมของจังหวัดสุรินทร์ ยังมีกรรมวิธีการทอที่สลับซับซ้อน และเป็นกรรมวิธีที่ยาก ซึ่งต้องใช้ฝีมือความสามารถและความชำนาญจริงในการทอผ้า การทอจะทำหลังจากสิ้นสุดฤดูกาลทำนาซึ่งเป็นอาชีพหลัก มิได้มีการทอเพื่อจำหน่ายแต่อย่างใด จนมีคำกล่าวทั่วไปว่า “พอหมดหนานา ผู้หญิงทอผ้า ผู้ชายตีเหล็ก” (พุดิ สร้อยจิต. เว็บไซต์: 2557)

จะเห็นได้ว่า อำเภอศรีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เป็นหมู่บ้านทอผ้าไหมมัดหมี่ทอมือหลังจากว่างเว้นจากการทำนาที่ยึดถือกันมายาวนานและได้พัฒนากันมาอย่างต่อเนื่อง จนมีการรวมกันเป็นกลุ่มสตรีทอผ้าไหมมัดหมี่ทอมือเป็นหมู่บ้านที่มีจุดเด่น ที่มีฝีมือการทอผ้าไหมพื้นบ้าน และยังมีการเลี้ยงไหมแบบครบวงจรทั้งหมู่บ้าน ผลิตผลิตเส้นไหม เป็นเส้นใยธรรมชาติแท้ๆ ใช้นำมาทอเป็นผ้าไหมไทยด้วยเทคนิคการทอลวดลายที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น มีเสน่ห์ในตัวเองเป็นการสร้างสีสันให้กับงานฝีมือของไทย (ระวีวรรณ กิจโรจน์สกุล.2557: 1)

รูปแบบของผ้าไหมพื้นบ้านเปลี่ยนแปลงไปตามความนิยมของผู้บริโภค ขณะที่ผู้บริโภคที่นิยมผ้าไหมพื้นบ้านและมีความรู้ความเข้าใจในคุณค่าของผ้าไหมพื้นบ้านมีจำนวนน้อยลง ทำให้ปริมาณการซื้อน้อยลง ซึ่งเป็นปัญหาหนึ่งที่ทำให้เกิดความเสื่อมสลายของผ้าไหมพื้นบ้านในปัจจุบัน นอกจากนี้ ยังมีปัญหาและอุปสรรคในการทอผ้าไหมพื้นบ้านอีกหลายประการ เช่น กรรมวิธีการทอที่ต้องอาศัยความประณีตและซับซ้อนทำให้ทอผ้าได้ช้า เมื่อจำหน่ายได้ผลตอบแทนไม่คุ้มค่า ทำให้ช่างทอผ้ารุ่นใหม่หันไปประกอบอาชีพอื่นที่ได้ผลตอบแทนมากกว่า การทอผ้าไหมพื้นบ้านจึงขาดการสืบทอด ทำให้เป็นสาเหตุสำคัญของการเสื่อมสลายของผ้าไหมพื้นบ้านของไทยที่ต้องการแก้ไขให้การสนับสนุนส่งเสริมอย่างจริงจัง เพื่อให้ผ้าไหมพื้นบ้านของไทยดำรงอยู่ต่อไป (สร้างสี แก้วพิจิตร. 2551: 1)

ในปัจจุบันผ้าไหมมัดหมี่ทอมือกำลังจะสูญหายไป เนื่องจากขาดผู้สืบทอดหรือผู้อนุรักษ์ภูมิปัญญาการทอผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งอาจจะรวมถึงช่างทอหันไปใช้เส้นไหมสำเร็จรูปแทนการตีเกลียวด้วยมืออีกด้วย ทั้งนี้จากการสำรวจเรื่องสภาพปัญหา ตั้งแต่ต้นทุนการผลิต กระบวนการผลิตจนสู่กระบวนการจัดจำหน่าย พบว่า มีปัญหาที่สำคัญคือ กลุ่มผู้ทอผ้าไหมมัดหมี่ไม่ทราบถึงต้นทุนการผลิต และขาดผู้สืบทอดเอกลักษณ์หรือศิลปะของการทอผ้าแบบดั้งเดิม ขาดการพัฒนาความคิดที่สร้างสรรค์ยังคงใช้ลวดลายผ้าไหมแบบเดิมที่มีการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษและส่วนมาก จะเป็นการลอกเลียนแบบลายมาจากที่อื่นส่งผลให้ไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค

จากสภาพปัญหาการทอผ้าด้วยมือดังกล่าว จึงจำเป็นต้องมีการสืบทอดเอกลักษณ์หรือศิลปะของการทอผ้าแบบดั้งเดิมของจังหวัดสุรินทร์ ในขณะที่เดียวกันก็ต้องมีการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบลวดลายผ้าไหมที่แปลกใหม่เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับชุมชนได้ ตลอดจนต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ที่จะนำไปสู่การศึกษาเรียนรู้และการวิเคราะห์ถึงองค์ประกอบของกระบวนการตั้งแต่การผลิตจนถึง การบริโภคและปัญหาที่เกิดขึ้นในทุกขั้นตอน จึงเป็นเหตุผลที่ทำให้ผู้วิจัยศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน อำเภอสรีขรรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ เพื่อเป็นการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอผ้าด้วยมือ และผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลต่อผู้ประกอบการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ และสามารถนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ประกอบการกำหนดกลยุทธ์ การบริหารและการวางแผนการผลิตและการตลาดเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันได้

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน อำเภอสรีขรรภูมิ จังหวัดสุรินทร์
2. เพื่อศึกษารูปแบบการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน อำเภอสรีขรรภูมิ จังหวัดสุรินทร์

3. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน อำเภอสรีขรรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ โดยทำการศึกษากับกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย กลุ่มผู้มีความรู้เรื่องการทอผ้าไหมมัดหมี่ กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพทอผ้าไหม และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป จำนวน 30 คน ของบ้านหนองแคน อำเภอสรีขรรภูมิ จังหวัดสุรินทร์

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร (Population) ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มเจ้าหน้าที่และประธานกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ และกลุ่มผู้สนใจผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน อำเภอสรีขรรภูมิ จังหวัดสุรินทร์

กลุ่มประชากร (Sample Group) ประกอบด้วย กลุ่มเจ้าหน้าที่และประธานกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ และกลุ่มผู้สนใจผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ ที่ได้รับการเลือกจากกลุ่มประชากร บ้านหนองแคน อำเภอสรีขรรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) มีจำนวนกลุ่มละ 10 คน รวมทั้งสิ้น 30 คน โดยแบ่งเป็น

1) กลุ่มผู้รู้ (Key Informants) ประกอบด้วย เจ้าหน้าที่ภาครัฐ และประธานกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ ในบ้านหนองแคน อำเภอสรีขรรภูมิ จังหวัดสุรินทร์

2) กลุ่มผู้ประกอบอาชีพทอผ้าไหม (Casual Informants) ประกอบด้วย สมาชิกที่ทอผ้าไหมมัดหมี่ ในบ้านหนองแคน อำเภอสรีขรรภูมิ จังหวัดสุรินทร์

3) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Informants) ประกอบด้วย ผู้สนใจผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ทอมือในบ้านหนองแคน อำเภอสรีขรรภูมิ

2.ลักษณะวิจัย และเครื่องมือวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาวิเคราะห์เอกสาร/งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Document Analysis) และเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม (Field Study) จากกลุ่มผู้รู้ (Key-Informants) กลุ่มผู้ประกอบอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ (Casual Informants) และผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Informants) โดยใช้เครื่องมือวิจัยซึ่งเป็นการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

ผู้วิจัยได้นำเครื่องมือวิจัยที่สร้างขึ้นนี้ไปตรวจสอบคุณภาพประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน คือ ผู้ทรงคุณวุฒิทางการบริหารจัดการธุรกิจ ด้านการตลาด และด้านการทอผ้าไหมมัดหมี่ ซึ่งได้พิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามสำหรับการอภิปรายกลุ่ม (Focus Group Discussion) ว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์หรือไม่ แล้วนำคะแนนที่ประเมินมาหาค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence, IOC) ข้อคำถามที่ได้ค่า IOC สูงกว่า .67 ขึ้นไป (เนื้อหาที่มีความสอดคล้อง 2คะแนน และเนื้อหาไม่มีมีความสอดคล้อง 1 คะแนน) ถือว่าเนื้อหาที่มีความสอดคล้องต่อจากนั้นผู้วิจัยได้นำข้อคำถามสำหรับการอภิปรายกลุ่มไปทดลองกับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง 7คน แล้วนำข้อคำถามที่ไม่ชัดเจนมาแก้ไขปรับปรุงด้านเนื้อหาและภาษาที่ใช้

3.การจัดทำข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการบันทึกข้อมูลและตรวจสอบข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ดังนี้

1) การจัดทำข้อมูล คือ การนำข้อมูลที่ได้มาสรุปและจัดหมวดหมู่ เพื่อหาคำตอบให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2) นำข้อมูลที่ได้มาตรวจสอบด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) (ทรงคุณ จันทจร, 2552: 88) คือการแสวงหาความเชื่อถือได้ของข้อมูลจากแหล่งที่แตกต่าง ในกรณีที่มีข้อมูลส่วนใดที่ยังไม่สมบูรณ์ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมในส่วนที่ขาดหายไป จากนั้นผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ประเด็นที่กำหนดไว้ โดยใช้แนวคิดทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาด (Kotler and Armstrong, 2012) แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยว รวมทั้ง ข้อมูลแผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนเป็นต้น และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูล และอธิบายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ในการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยได้นำข้อมูลกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลอ่านหรือกลับไปสอบถามผู้ให้ข้อมูลซ้ำอีก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับความเป็นจริงและเพื่อสะท้อนให้เห็นว่าผลการวิจัยที่อาศัยการตีความหมายของข้อมูลหลักฐานที่เก็บรวบรวมมา มีความน่าเชื่อถือและมีความถูกต้องตรงตามความเป็นจริงที่นำเสนอ ดังนั้น วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากหลายกลุ่ม ซึ่งงานวิจัยนี้ใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Triangulation) ทำให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงข้อเท็จจริงที่เกี่ยวข้องและค้นหาคำตอบได้อย่างละเอียดครบถ้วน

5. สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาแบบการพัฒนารูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน อำเภอสรีนครินทร์ จังหวัดสุรินทร์ มีรายละเอียดดังนี้

1) สภาพปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน อำเภอสรีนครินทร์ จังหวัดสุรินทร์

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามโดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับกลุ่มผู้รู้ (Key Information) กลุ่มผู้ประกอบอาชีพทอผ้าไหมมัดหมี่ (Casual Informants) และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Informants) ได้รับข้อมูลที่เป็นบริบทของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน อำเภอสรีนครินทร์ จังหวัดสุรินทร์ ดังนี้ ผ้าไหมมัดหมี่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ชาวบ้านภาคภูมิใจ เนื่องจากเป็นอาชีพเสริมที่สร้างรายได้ในช่วงที่ว่างหลังจากการทำเกษตรกรรม ในปัจจุบันแม้จะมีการส่งเสริมจากรัฐในการใช้ผ้าไทย และผลิตภัณฑ์ที่บ้านหนองแคน อำเภอสรีนครินทร์ จะมีจุดแข็งอยู่ที่วัตถุดิบผ้าไหมและความสามารถในการทอลายตามลูกค้าต้องการทั้งผ้าไหมและผ้าฝ้าย งานวิจัยนี้ก็ยังค้นพบสภาพปัญหาด้านการจัดการผลิต ด้านปัจจัยภายใน ได้แก่

- 1.1) ผู้บริโภคชาวไทยส่วนใหญ่ยังไม่เห็นถึงคุณค่าผ้าของไทย และยังไม่นิยมใช้ผ้าไทยเท่าที่ควร
- 1.2) กลุ่มทอผ้าไม่มีความพร้อมด้านสาธารณูปโภค ช่องทางจัดจำหน่าย และความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง
- 1.3) เนื่องจากผ้าทอที่นี้ไม่เป็นที่รู้จักของคนทั่วไป และไม่มีการวางแผนการผลิตล่วงหน้า ทำให้กลุ่มทอผ้าทำการตลาดไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร
- 1.4) ขาดการขอรับการสนับสนุนเครื่องมือ และอุปกรณ์ที่ทันสมัยจากหน่วยงานภาครัฐ
- 1.5) ขาดแรงงานที่เพียงพอต่อการผลิตผ้าไหมมัดหมี่
- 1.6) ขาดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ให้เป็นของตนเอง
- 1.7) กลุ่มทอผ้ายังไม่สามารถควบคุมต้นทุนการผลิต และขาดการสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าสู่คนรุ่นหลัง

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของสุภิญญา มณีอินทร์ (2554: 73) ที่พบว่า การบริหารจัดการการผลิตสินค้าที่ไม่เป็นระบบ เนื่องจาก สมาชิกส่วนใหญ่อายุค่อนข้างมาก ขาดความรู้และความเข้าใจในการวางแผน ไม่ได้มีเป้าหมายในการสร้างรายได้จากอาชีพเสริม เป็นเพียงใช้เวลาว่างในการนำภูมิปัญญาที่มีอยู่มาดำเนินการผลิตเท่านั้น จึงไม่จำเป็นต้องมีการวางแผนการผลิต ดังนั้นในการแก้ปัญหาด้านการผลิตให้เป็นระบบ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ควรจะต้อง 1) สำรวจความต้องการของลูกค้า เพื่อนำมากำหนดการผลิต โดยทำการวางแผนในแต่ละด้าน เช่น วัตถุดิบ เครื่องมืออุปกรณ์ แรงงาน งบประมาณ และการจัดจำหน่าย เป็นต้น 2) ขอรับการสนับสนุนผู้เชี่ยวชาญ และเครื่องมืออุปกรณ์ที่ทันสมัยจากหน่วยงานภาครัฐเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และออกแบบคิดค้นลวดลายใหม่ ๆ เพื่อนำมาเป็นจุดขายของกลุ่มเอง 3) มีการสร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นของตนเอง รวมทั้ง 4) ปลูกฝังให้ผู้ผลิตเห็นถึงความสำคัญของผ้าไหมมัดหมี่ที่เป็นหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่น

นอกจากนี้ ผลงานวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Choi and Cheung (2007: 438-452) ซึ่งได้ศึกษาเกี่ยวกับพื้นฐาน สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยเทคโนโลยีเศรษฐกิจ และการศึกษาของโลกมีการเปลี่ยนแปลง ทำให้เกิดความสนใจในการศึกษาผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน เพื่อสร้างความเชื่อมั่น ในความสามารถของคนในสังคมหรือชุมชน วิธีการสร้างคุณภาพชีวิตให้บรรลุวัตถุประสงค์และปรับปรุงชีวิตให้ดีขึ้น คือ ต้องให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการคิดกำหนดนโยบาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญา ประสบการณ์ และความ คิดเห็นของคนภายในชุมชน ซึ่งเป็นยุทธศาสตร์การปรับปรุงเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตโดยกระบวนการนโยบายในการ

สร้างชุมชนให้เข้มแข็ง ดังนั้นการส่งเสริมการสืบทอดภูมิปัญญาการทอผ้าสู่คนรุ่นใหม่ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ จึงเป็นยุทธศาสตร์ที่สำคัญอย่างหนึ่งที่จะทำให้คนในชุมชนมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของตนให้มีคุณภาพผ่านการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์จากปราชญ์ผู้รู้ สร้างความมั่นใจในความสามารถของคนในชุมชน สร้างความเป็นเอกลักษณ์ในผลิตภัณฑ์ผ้าทอหรือผ้าไหมมัดหมี่ และสร้างชุมชนให้เข้มแข็ง อันจะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตที่ดีของคนในชุมชน

สำหรับสภาพปัญหาด้านการจัดการตลาด พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ ยังคงประสบกับปัญหาด้านนี้หลายประการ ดังนี้

1) การขาดการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่หลากหลาย เช่น แผ่นพับ ป้ายโฆษณา สื่อออนไลน์ เป็นต้น การส่งเสริมการขาย และการบรรจุภัณฑ์ไม่ดึงดูดใจลูกค้า

3) ผู้ทอผ้าไหมไม่สามารถนำผ้าไหมไปสู่ตลาดโดยตรงด้วยตนเอง แม้ว่าจะมีการส่งเสริมให้มีการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอเป็นสินค้าประเภทต่างๆ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป กล่องใส่กระดาษ แฟ้มเอกสารและกระเป๋า เป็นต้น แต่เมื่อนำออกจำหน่ายก็ไม่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้

4) การที่ผู้ผลิตไม่สามารถหาตลาดได้เอง จึงต้องพึ่งพาหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน หรือออกขายผ่านคนกลางให้ช่วยเหลือในการจัดหาตลาด

5) การที่ผู้ผลิตส่วนใหญ่ไม่ให้ความสนใจในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ การผลิตผ้าไหมมัดหมี่ยังคงผลิตสินค้าในรูปแบบเดิมๆ จำหน่ายให้กับลูกค้ากลุ่มเดิม เนื่องจาก ไม่ต้องการเสี่ยงจากการที่ผลิตสินค้าออกมาแล้วไม่มีตลาดรองรับที่แน่นอน หรือผลิตออกมาแล้วขายไม่ได้และส่งผลกระทบต่อผู้ทอผ้าไหมมัดหมี่บางส่วนกลายเป็นเพียงแรงงานรับจ้างทอแทนที่จะเป็นผู้คิดค้น ถ่ายทอด และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น จึงไม่มีการถ่ายทอดวิชา หรือวิธีการทอผ้าไหมมัดหมี่ให้กับคนรุ่นใหม่

จากปัญหาด้านการตลาดดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่มีความต้องการด้านการจัดการตลาด จึงควรมีการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายทางสื่อออนไลน์เพื่อให้เข้ากับยุค Thailand 4.0 และการจัดงานแสดงสินค้าที่หน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนจัดขึ้น เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จัดนิทรรศการ "วิถีแห่งไหม วิถีไทย เกิดให้ราชินี" เป็นต้น โดยมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยดึงดูดใจของลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย และพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมมัดหมี่เป็นสินค้าประเภทต่างๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของตลาด สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์การผลิตผ้าไหมมัดหมี่ อีกทั้งยังเป็นการเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางการตลาดได้มากขึ้น แต่ในขณะเดียวกันก็สามารถรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับชุมชน ก่อให้เกิดการกระจายรายได้และสร้างรากฐานของความอยู่ดีกินดีให้แก่ชุมชน

ผลการวิจัยของเปรมวดี ทศฯ และรุ่งนภา กิตติลาภ (2559: 197-203) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ทอผ้าไหมไทย ที่สามารถนำมาเป็นแนวคิดในการจัดการด้านการตลาดสำหรับงานวิจัยนี้ ดังนี้ 1)การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดอย่างต่อเนื่อง 2)การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้า 3) การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในการจัดหาช่องทางการจัดจำหน่าย 4)การขายผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าสูงให้กับลูกค้าในตลาดระดับบน 5)การมีขนาดและลวดลายของผ้าไหมไทยให้เลือกในราคาที่แตกต่างกัน 6) ความสามารถในการผลิตผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิต และ 7) การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ตามยุคสมัย

1.รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน อำเภอศรีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนามโดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับกลุ่มผู้รู้ (Key Information) กลุ่มผู้ปฏิบัติ (Casual Information) และกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (General Information) เรื่อง

รูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน อำเภอศรีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ ผลการวิจัยพบว่า

2.1) รูปแบบการพัฒนาการจัดการผลิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ฯ เริ่มแรกเป็นการผลิตผ้าไหมมัดหมี่ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน แล้วพัฒนามาเป็นการผลิตเพื่อสร้างอาชีพเสริมหรืออาชีพหลัก หลังจากการทำเกษตรกรรม ถือว่าเป็นหัตถกรรมประจำหมู่บ้าน เพราะชาวบ้านส่วนใหญ่นิยมทอผ้าไหมมาตั้งแต่รุ่นบรรพบุรุษ และนิยมสวมใส่ผ้าไหมในเทศกาลต่างๆ โดยมีวิธีการดำเนินงานทางการผลิต ดังนี้

2.1.1) วางแผนการจัดการ

2.1.2) สสำรวจความต้องการของลูกค้าและตลาด

2.1.3) พัฒนาผลิตภัณฑ์และออกแบบคิดค้นลวดลายใหม่ ๆ และนำมาเป็นจุดขายของกลุ่มเอง

2.1.4) สร้างแบรนด์สินค้าให้เป็นของตนเอง และให้ความสำคัญกับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพคงไว้ในเอกลักษณ์ของผ้าไหมมัดหมี่

2.1.5) พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่ ไม่ว่าจะเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปหรือสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ ให้ความแปลกใหม่และเป็นสากลยิ่งขึ้น โดยคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้องอยู่ในระดับที่ได้มาตรฐาน

2.1.6) มีการดำเนินงานในรูปแบบของการจัดฝึกอบรม เพื่อพัฒนาสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ และเพื่อพัฒนาคุณภาพการผลิตและการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและได้มาตรฐานตามความต้องการของตลาดหรือกลุ่มลูกค้า

2.1.7) มีการจัดศึกษาดูงานให้สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนประสบการณ์และนำมาปรับใช้ในกิจกรรมการผลิตของกลุ่ม รวมทั้งปลูกฝังให้สมาชิกตระหนักถึงความสำคัญของผ้าไหมมัดหมี่ที่เป็นหัตถกรรมภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สำคัญในอนาคตต่อไป

2.2)รูปแบบการพัฒนาการจัดการทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ฯ มีวิธีการดำเนินงานทางการตลาดโดยใช้หลักของ 4Ps หรือ “ส่วนผสมทางการตลาด” (Marketing Mix) (Kotler, 2000: 14) โดยเป็นการวางแผนหลักการตลาดทั้ง 4 อย่างเข้าด้วยกันอย่างเหมาะสมและเกิดความลงตัวมากที่สุด *ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)* ได้แก่ การสร้างลายผ้าให้เป็นเอกลักษณ์ การสร้างแบรนด์ให้เป็นของตนเอง และการทำบรรจุภัณฑ์ใหม่ *ด้านราคา (Price)* กำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพและมูลค่าของผลิตภัณฑ์ *ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place or Distribution)* ขยายช่องทางการจัดจำหน่ายด้วยการออกร้านและขายผ่านคนกลางเพิ่มขึ้นหรือสื่อออนไลน์ *ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)* เน้นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่ไม่เสียค่าใช้จ่ายหรือเสียน้อยที่สุด สร้างกระแส Word of Mouth (กระแส “ปากต่อปาก”) จัด Event (จัดงานแสดงสินค้า) และจัดทำแคตตาล็อกผ้า

ด้านกลยุทธ์ของแผนต่อเนื่อง เน้นที่การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยมีการเสนอการเตรียมการไว้ในแผนเพื่อให้การวางกลยุทธ์บรรลุวัตถุประสงค์ ก่อให้เกิดประสิทธิผลและผลกำไรแก่ชุมชนมากที่สุด อย่างไรก็ตามแผนการตลาดฉบับนี้จะไม่สำเร็จไม่ได้หากไม่ได้รับความร่วมมือและสนับสนุนจากคนในหมู่บ้าน จากหน่วยงานของรัฐและเอกชน รวมทั้งสื่อต่างๆ เพื่อส่งเสริมภูมิปัญญาชาวบ้านและงานหัตถกรรมให้พัฒนาเป็นธุรกิจขนาดย่อมในอนาคตต่อไป

ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลงานวิจัยของ นินระดา โคตรศรีวงศ์ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2559: 1632-1645) พบว่า กลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม มีการดำเนินงานที่เป็นระบบ มีการกำหนดระเบียบ ข้อบังคับของกลุ่มที่ชัดเจน ผู้นำกลุ่มมีความรับผิดชอบ เสียสละ สมาชิกกลุ่มมีทักษะและความชำนาญในการผลิต มีการจัดตั้งศูนย์กลางการผลิตเพื่อควบคุม ตรวจสอบและรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้มาตรฐาน

โดยมีวัตถุประสงค์ในการผลิตจากเส้นไหมที่มีคุณภาพ ย้อมสีที่ได้มาตรฐานโดยมีวิธีการย้อมที่ใช้เทคนิคการย้อมทับ ผลิตกันที่มีความเพียงพอต่อการส่งออก ซึ่งตอบสนองตามความต้องการของลูกค้าได้เป็นอย่างดีรวมทั้ง มีช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์ที่หลากหลายทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้นโดยมีปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลให้กลุ่มประสบความสำเร็จ และมีแนวทางในการพัฒนาไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน คือ กลุ่มจะต้องมีการพัฒนาศักยภาพไม่ว่าจะเป็นในด้าน ผลิตภัณฑ์ที่มีหลากหลาย ทันสมัย ช่องทางการตลาดที่สะดวก รวดเร็ว ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียต่างๆ แต่ในขณะเดียวกันจะต้องมีการสืบทอดและอนุรักษ์ไว้ในเรื่องของภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วย

6. ประโยชน์ที่จะได้รับจากงานวิจัย

1. ผลจากการศึกษาวิจัยจะทำให้ทราบถึงสภาพปัญหาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน อำเภอสรีนครภูมิ จังหวัดสุรินทร์ โดยมีหน่วยงานที่จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ คือ กระทรวงวัฒนธรรม และกรมการค้า องค์การบริหารส่วนจังหวัด สามารถนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ต่อไป

2. ผลจากการศึกษาวิจัยจะทำให้ทราบถึงรูปแบบการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน อำเภอสรีนครภูมิ จังหวัดสุรินทร์ โดยมีหน่วยงานที่จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ คือ กระทรวงวัฒนธรรม และหน่วยงานภาครัฐและเอกชน สามารถประยุกต์องค์ความรู้รูปแบบการพัฒนาการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ไปใช้ต่อไป

7. ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. ควรจะมีการสนับสนุนตั้งร้านค้าชุมชน OTOP เพื่อให้ชุมชน นำผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่มาวางจำหน่าย และพัฒนาศึกษาเรียนรู้ผลิตภัณฑ์ของตนเองและเครือข่ายในจุดเดียวกันโดยวางแผนร่วมกันแลกเปลี่ยนสร้างความมั่นใจและยอมรับที่จะแก้ไขข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์ มีกฎกติการ่วมกัน นำระบบสหกรณ์มาใช้เพื่อลดค่าใช้จ่ายและช่วยเหลือกันใน สวัสดิการ และแลกเปลี่ยนวัตถุดิบอื่นๆ

2. ควรส่งเสริมและสนับสนุนการบันทึกผลผลิตผ้าไหมมัดหมี่ ลายต่างๆ ลงสื่อ อย่างง่าย เช่น การบันทึกลงกระดาษกราฟ หรือการบันทึกภาพ เพื่อเป็นหลักฐาน หรือเป็นสื่อในการ ถ่ายทอดให้เยาวชนคนรุ่นหลังได้ศึกษาเรียนรู้ถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่ให้สูญหายไปกับกาลเวลาได้

8. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับกลยุทธ์ การทอผ้าไหมของผู้ทอผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดต่างๆ
2. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับตลาด ความต้องการใช้ผ้าไหมมัดหมี่ในจังหวัดต่างๆ เช่น ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปของผ้าไหมมัดหมี่ การนำผ้าไหมมัดหมี่ไปใช้ประโยชน์ด้านอื่นๆ เป็นต้น

9. ผู้เขียน

กานต์ วัฒนะประทีป สังกัดคณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม ผู้เขียนมีความสนใจในการศึกษาวิจัยด้านรูปแบบการจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าไหมมัดหมี่ บ้านหนองแคน อำเภอสรีนครภูมิ จังหวัดสุรินทร์

10. เอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิงภาษาไทย

- กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2560). *การพัฒนาชุมชน*. สืบค้นจาก <http://www.cdd.go.th/Aboutu1.pap>
- ทรงคุณ จันทจร. (2552). ผ้าอีสาน: การพัฒนาแพรรณสำหรับวัย รุ่น. *วารสารความหลากหลายทางวัฒนธรรม*, 7(17), 395-408.
- นภภรณ์ หะวานนท์ และพิสมัย รัตน์โรจน์สกุล. (2548). *การเสริมสร้างทุนทางสังคมเพื่อชุมชนเข้มแข็ง*. กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นินระดา โคตรศรีวงศ์ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2559). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสู่ความสำเร็จ กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมบ้านห้วยหลิม ตำบลมะบ้า อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดร้อยเอ็ด. *VeridianE-Journal Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 9(3) (กันยายน – ธันวาคม 2559), 1632-1645.
- เปรมวดี ทศชา และรุ่งนภา กิตติลาภ. (2559). ปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ทอผ้าไหมไทย อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดขอนแก่น. *วารสารสถาบันวิจัยพัฒนาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตขอนแก่น* 3(2), 197-203.
- พุดมี สร้อยจิต. (2557). *ประวัติเมืองสุรินทร์และผ้าไหม*. สืบค้นจาก <http://phut2014.blogspot.com/>
- ระวีวรรณ กิจโรจน์สกุล. (2557). *ผ้าไหมทางกระบอก : การอนุรักษ์และพัฒนาการผลิตเพื่อส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนจังหวัดนครราชสีมา*. (ปริญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวัฒนธรรมศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).
- สร้างสี แก้วพิจิตร. (2551). *ภูมิปัญญาพื้นบ้านในการผลิตผ้าไหมปักธงชัยเพื่อพัฒนาเป็นสินค้ามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน*. (วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวัฒนธรรมศาสตร์, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม).
- สุภิญญา มณีอินทร์. (2554). *รูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพประดิษฐ์เบญจรงค์ ตำบลบ้านแหลม อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดสุพรรณบุรี*. (ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์, วิทยาการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น).
- อุบลศรี อุบลสวัสดิ์ และเพชร สานเสน. (2551). *การผลิตสื่อวีซีดีเรื่องการออกแบบและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าไหมสุรินทร์*. กรุงเทพมหานคร : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.

เอกสารอ้างอิงภาษาอังกฤษ

- Choi, S.H. and Cheung, H.H. (2007). Multi-material virtual prototyping for product development and biomedical engineering. *Computers in Industry*, 58(5), 438-452.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management: Analyzing consumer marketing and buyer behavior (The Millennium)*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2012). *Principles of marketing*. 14th ed. New Jersey: Prentice Hall.