

บทคัดย่อ

- ชื่อเรื่อง : การเพิ่มศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อมด้วยแนวทางเศรษฐกิจ
สร้างสรรค์ที่ใช้สินทรัพย์ทางวัฒนธรรมไทย: กรณี วิสาหกิจชุมชนประเภทผ้า และ
ผลิตภัณฑ์จากผ้า
- ผู้วิจัย : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. นลินี ทองประเสริฐ
ดร. รุ่งโรจน์ อธิรัตน์

ศัพท์สำคัญ : วิสาหกิจ/เศรษฐกิจสร้างสรรค์ / สินทรัพย์ทางวัฒนธรรม/ผ้า

ในครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลของกลุ่ม
ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ที่มีศักยภาพใน
การพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจแบบสร้างมูลค่าดำเนินการวิเคราะห์ถึงความเชื่อมโยงทางธุรกิจทั้ง
ด้านการผลิตและการค้าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่า และจัดทำข้อเสนอแนะ
เชิงยุทธศาสตร์สำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขันในท้องที่
นั้น ๆ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research) โดยมีกลุ่ม
ตัวอย่าง เป็นกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2
ของประเทศไทย ซึ่งได้มาจากการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) จากกลุ่มผู้ผลิตผ้าและ
ผลิตภัณฑ์จากผ้า ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี โยโสธร อำนาจเจริญ และศรีสะเกษ จำนวน 4 กลุ่ม
วิสาหกิจ คือ 1) วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสตรีบ้านศรีฐาน จังหวัดโยโสธร ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้า 2) กลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำลำเซ จังหวัดอำนาจเจริญ ผู้ผลิตผ้า 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม
(เสื่อเก็บ) บ้านเมืองน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ผู้ผลิตผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า 4) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่ม
แม่บ้านทอผ้าและตัดเย็บชุมชน หมู่ 13 จังหวัดอุบลราชธานี ผู้ผลิตผ้า ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยตาม
วัตถุประสงค์การวิจัยได้ 3 ประเด็น ดังนี้

1) การศึกษาและสำรวจข้อมูล พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลาง และ
ขนาดย่อมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 มีศักยภาพในการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจ
แบบสร้างสรรค์ โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้ามีภูมิปัญญาในการทอ
ผ้าที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน แม้ว่าในปัจจุบันสภาพเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมจะถูก
ปรับเปลี่ยนไป ภูมิปัญญาในการทอผ้าก็ยังคงอยู่ ผู้ประกอบการ/วิสาหกิจชุมชนโดยส่วนใหญ่ยังคง
รักษาความเป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่นไว้ ทั้งนี้หากมีการพัฒนาศักยภาพตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน
วิธีที่ถูกต้อง เชื่อว่าจะช่วยให้ชุมชนมีความเข้มแข็งในการดำเนินธุรกิจยิ่งขึ้น

2) การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางธุรกิจทั้งด้านการผลิตและการค้าการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการสร้างมูลค่า พบว่า การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนควรมีการสร้าง
ความเชื่อมโยงใน 2 ระดับ คือ ระดับการผลิต และระดับการค้า ซึ่งผลจากการทดลองกับกลุ่มตัวอย่าง
ในงานวิจัยได้บ่งชี้ให้เห็นว่า การสร้างความเชื่อมโยงทางธุรกิจจะช่วยให้เกิดความเข้มแข็งทางการตลาด

โดยในงานวิจัยนี้ได้จัดกระบวนการให้วิสาหกิจมีส่วนร่วมในการคิด การลงมือทำ และการแก้ไขปัญหา ร่วมกัน ซึ่งทำให้เกิดการเรียนรู้ในทักษะต่างๆ เช่น ทักษะการผลิต การออกแบบเชิงสร้างสรรค์ การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้า การจัดจำหน่าย การประเมินสินค้ากับผู้บริโภค และการสร้างความเชื่อมโยงทางธุรกิจ ซึ่งผลงานได้นำมาสร้างเป็นแบบสอบถามโดยประเมินกับผู้บริโภค 6 ประเด็น คือ ความงาม ประโยชน์ใช้สอย วัสดุที่ใช้ ความโดดเด่นน่าสนใจ ราคา และความสามารถในการผลิตเชิงพาณิชย์ พบว่า ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ทั้ง 4 ผลิตภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับใกล้เคียงกัน คือ มีค่าคะแนนร้อยละโดยรวมอยู่ในช่วง 81.80 - 87.60 และค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ในช่วง 4.09 - 4.38 วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม และวิสาหกิจชุมชน ที่เข้าร่วมกิจกรรมในงานวิจัยตอบแบบประเมินความพึงพอใจโดยให้ค่าคะแนนความพึงพอใจร้อยละ 92.00 ($\bar{X} = 4.60$) อยู่ในเกณฑ์ ระดับดีมาก

3) ข้อเสนอแนะสำหรับพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะด้านการใช้วัสดุในการผลิตเป็นวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นในการทอและการให้สีจะมีความสอดคล้องกับความต้องการทางการตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและมนุษย์ผู้ผลิตและผู้บริโภค และการเพิ่มคุณค่าบนผืนผ้าโดยค้นหาภูมิปัญญาในการผลิตและนำสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมทั้ง 4 อย่าง ได้แก่ (1) ประวัติศาสตร์ของเมืองหรือท้องถิ่น (2) วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ (3) ตำนาน ความเชื่อ และเรื่องเล่าของท้องถิ่น (4) นิเวศน์วัฒนธรรม มาเป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาผืนผ้า เช่นนำทักษะฝีมือการทอขาวม้าและเก็บขิดมาใช้ร่วมกัน (เก็บขิดลายลูกยางนาลายปูนาที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น) นำทักษะฝีมือการทอผ้าขาวม้ามาทอร่วมกับการทอผ้ากาบบัว(ผ้าอัตลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดอุบลราชธานี) นำทักษะฝีมือการทอผ้าย้อมมะเกลือและการปักเข้มาแปรรูปเป็นกระเป๋าถือสตรี(กระเป๋าปักเข้ลายสวย) นำทักษะฝีมือการตัดเย็บที่นอนและหมอนมาแปรรูปเป็นที่นอนเพื่อสุขภาพ ตลอดจนให้ความสำคัญกับกระบวนการการนำสินค้าเข้าสู่ตลาด ซึ่งประกอบด้วย การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้า (การสร้างการจดจำ) การออกแบบตราสินค้าหรือโลโก้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การเปิดตัวสินค้าโฆษณาสินค้า สิ่งเหล่านี้ ถือเป็นความจำเป็นที่วิสาหกิจจะต้องดำเนินการ