



ใบรับรองวิทยานิพนธ์
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร)

ปริญญา

เศรษฐศาสตร์เกษตร

เศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร

สาขา

ภาควิชา

เรื่อง การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิต การตลาด และการประเมินผลการดำเนินงานของ
กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร

An Economic Analysis of Production, Marketing and Performance Evaluation of
Ban Pan-na Weaving and Natural Dyeing Group in Amphoe Sawang Daen Din
Changwat Sakon Nakhon

นามผู้วิจัย นางสาวปวีณา ทศกร

ได้พิจารณาเห็นชอบโดย

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

(รองศาสตราจารย์สมศักดิ์ เจริญพร้อม, Ph.D.)

อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประพนธ์ ศิริสุภลักษณ์, Ph.D.)

หัวหน้าภาควิชา

(รองศาสตราจารย์เรืองไกร โตเกษณะ, Ph.D.)

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์รับรองแล้ว

(รองศาสตราจารย์กัญญา ชีระกุล, D.Agr.)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

วิทยานิพนธ์

เรื่อง

การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิต การตลาด และการประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าย้อมสี
ธรรมชาติบ้านพันนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร

An Economic Analysis of Production, Marketing and Performance Evaluation of Ban Pan-na
Weaving and Natural Dyeing Group in Amphoe Sawang Daen Din Changwat Sakon Nakhon

โดย

นางสาววิณา ทักคร

เสนอ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

เพื่อความสมบูรณ์แห่งปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร)

พ.ศ. 2553

ปวีณา ทัศนกร 2553: การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิต การตลาด และการประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์เกษตร) สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์เกษตร ภาควิชาเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก: รองศาสตราจารย์สมศักดิ์ เจริญพร้อม, Ph.D. 205 หน้า

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต ช่องทางการตลาด และการประเมินผลการดำเนินงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิซึ่งเป็นข้อมูลจากโครงการวิจัย โดยทำการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนาจำนวน 50 ตัวอย่าง พ่อค้าคนกลาง และผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายจำนวน 100 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ การวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนทางด้านเศรษฐศาสตร์ การวิเคราะห์ช่องทางการตลาด การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค และการประเมินผลการดำเนินงานผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมจากฝ้าย เพื่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา

ผลการศึกษาสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนาได้แก่ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมคราม ผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกั่ว ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี และผ้าพันคอ โดยร้อยละ 99.72 ของต้นทุนทั้งหมดเป็นต้นทุนผันแปร ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนที่สำคัญคือ ต้นทุนค่าแรงงานและต้นทุนค่าเส้นฝ้าย อีกร้อยละ 0.28 ของต้นทุนทั้งหมดเป็นต้นทุนคงที่ ค่าเฉลี่ยของผลตอบแทนทางเศรษฐกิจการใช้แรงงานในครัวเรือน และจากการลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เท่ากับ 3.73 บาทต่อชั่วโมง และร้อยละ 116.01 ตามลำดับ ผลการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่า เกณฑ์ในการเลือกซื้อที่สำคัญมากที่สุดของผู้บริโภคคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมีความพึงพอใจตัวผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับมาก ส่วนทางด้านการศึกษาวิเคราะห์ถึงการดำเนินงานของกลุ่มพบว่า กลุ่มประสบความสำเร็จในระดับสูงมาก จะเห็นได้จากกลุ่มมีสถานะแวดล้อม ปัจจัยเข้า กระบวนการ และปัจจัยออกที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จในระดับสูงมาก การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มพบว่า ทางกลุ่มได้อาศัยกลยุทธ์ที่เป็นจุดแข็งและโอกาสของกลุ่มมาเป็นแนวทางในการปฏิบัติ ในขณะที่หลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของกลุ่ม เพื่อที่จะให้กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนามีผลการดำเนินงานที่ดีและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ลายมือชื่อนิสิต

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์หลัก

Pawina Thatsakorn 2010: An Economic Analysis of Production, Marketing and Performance Evaluation of Ban Pan-na Weaving and Natural Dyeing Group in Amphoe Sawang Daen Din Changwat Sakon Nakhon. Master of Science (Agricultural Economics), Major Field: Agricultural Economics, Department of Agricultural and Resource Economics. Thesis Advisor: Associate Professor Somsak Priebprom, Ph.D. 205 pages.

The main objectives of this study were to analyze the production cost, marketing channel, evaluation of cotton handicraft products (CHPs) and to analyze strengths, weaknesses, opportunities and threats of the cotton weaving and natural dyeing group in Ban Pan-na Amphoe Sawang Daen Din Changwat Sakon Nakhon. The data used in this study was obtained from an interview of all 50 members of the cotton weaving and natural dyeing group, 1 merchant and 100 consumers of CHPs. A basic economic cost and return analysis, marketing channel analysis, SWOT analysis and CIPP model were employed as the analytical tools to achieve the objectives.

The results of this study indicate that the major CHPs made by the member of the cotton weaving and natural dyeing group in Ban Pan-na were cotton fabric with natural colour dye, scarf and shawl. The major production cost of CHPs was a variable cost accounting for 99.72 percent of the total cost while the fixed cost was only 0.29 percent. The important variable cost item of CHPs productions were cotton threads and labor. On the average, the economic return to family labor used and total capital invested in CHPs making were 3.73 baht per hour and 116.01 percent. Respectively, The analytical results of consumer survey indicated that the product quality was the most effective criteria factor affecting the buying decision of the consumers. Moreover the satisfaction assessment of the consumers associated with the product price, place and promotion contents of the CHPs were done and analyzed. It was found that the consumers were satisfied at the highest level by the product content of the CHPs, while the prices, marketing outlets and marketing promotion of CHPs were able to highly satisfy the consumers. The analysis of the CIPP model associated with 4-key performance indicators of the group (input, context, process and product) indicated that the group had a highest success level. The SWOT analysis of the cotton weaving and natural dyeing group also indicated that the cotton weaving and natural dyeing group could make use of some strategies focusing on her strengths and opportunities, while avoiding her weakness and threats in order to achieve the better business performance of the weaving and natural dyeing group in Ban Pan-na.

Student's signature

Thesis Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยความดูแลเอาใจใส่เป็นอย่างยิ่งของ รองศาสตราจารย์สมศักดิ์ เปรียบพร้อม ประชานกรรมการที่ปรึกษาเป็นอย่างสูง ที่กรุณาให้ คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ และแก้ไขข้อบกพร่องของวิทยานิพนธ์มาโดยตลอด ขอกราบ ขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประพนธ์ศิริสุทนต์ กรรมการร่วม รองศาสตราจารย์ศานิต เก้าเอี้ยน ประธานการสอบ และ รองศาสตราจารย์ศรัณย์ วรรณจรรย์ ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก ที่ได้ ร่วมให้คำแนะนำ ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมที่เป็นประโยชน์สำหรับการแก้ไขปรับปรุงซึ่งทำให้ วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ผู้เขียนขอขอบคุณ คุณคำพูล สุราชวงศ์ ประธานกลุ่มประธานกลุ่มทอผ้าย้อม สีธรรมชาติบ้านพินนา และสมาชิกกลุ่มทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ ตอบแบบสอบถามเป็นอย่างดี และบุคคลที่ให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามที่เมืองทองธานี งานกาชาดจังหวัดสกลนคร จนทำให้สามารถเกิดเป็นวิทยานิพนธ์เล่มนี้ขึ้นมาได้ รวมทั้งขอขอบคุณ เพื่อน ๆ เศรษฐศาสตร์เกษตร ภาคพิเศษรุ่นที่ 11 และคนอื่น ๆ ที่ไม่ได้กล่าวถึงในที่นี้ ที่ได้ให้ความ ช่วยเหลือ ให้คำแนะนำ และเป็นกำลังใจกับผู้เขียนอยู่เสมอ

สุดท้ายนี้ผู้เขียนขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และครอบครัวที่แสนอบอุ่น ที่ได้ให้ โอกาสทางการศึกษา ให้คำปรึกษาและช่วยเหลือในทุก ๆ เรื่องมาโดยตลอดที่สำคัญยังเป็นกำลังใจ ให้ผู้เขียนฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ ผ่านมาได้ด้วยดี อีกทั้งผู้มีบุญคุณทุกท่านที่ให้การสนับสนุนมา โดยตลอด รวมทั้งอาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความรู้ประสิทธิภาพ รวมทั้งผู้เขียนตำรา เอกสารบทความต่าง ๆ ที่ผู้เขียนได้ศึกษาค้นคว้านำมา อ้างอิงในวิทยานิพนธ์จนทำให้วิทยานิพนธ์ เล่มนี้สำเร็จลุล่วงเป็นอย่างดี ผู้เขียนหวังว่าวิทยานิพนธ์เล่มนี้จะสามารถให้ประโยชน์กับผู้อ่าน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการศึกษาไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไปได้

ปวีณา ทศกร

เมษายน 2553

สารบัญ

หน้า

สารบัญตาราง	(3)
สารบัญภาพ	(7)
บทที่ 1 บทนำ	1
ความสำคัญของปัญหา	1
วัตถุประสงค์ของการศึกษา	5
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
ขอบเขตการวิจัย	6
วิธีการศึกษา	6
บทที่ 2 แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	15
การตรวจเอกสาร	15
ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา	21
บทที่ 3 สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจ สังคม และการผลิต	55
สภาพทั่วไปทางภูมิศาสตร์	55
สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกกลุ่ม	65
สภาพทั่วไปของการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย	73
บทที่ 4 ผลการศึกษา	85
ส่วนที่ 1 ต้นทุนและผลตอบแทน	86
ส่วนที่ 2 การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค	103
ส่วนที่ 3 การประเมินผลกลุ่ม	129
ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค	140
บทที่ 5 สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ	155
สรุป	156
ข้อเสนอแนะ	161

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

165

ภาคผนวก

168

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

205

สารบัญตาราง

ตารางที่		หน้า
1	รายได้และ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือนจำแนกตามภาค ปี พ.ศ. 2551	2
2	ตัวแปรหลัก องค์ประกอบของตัวแปรหลัก ตัวชี้และค่าหน่วยวัด	29
3	เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือนและบุตรที่อยู่ใน ความอุปการะของสมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา	67
4	จำนวนครัวเรือนและจำนวนแรงงานในครัวเรือนที่ประกอบอาชีพหลัก และอาชีพรองของสมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา	69
5	ลักษณะการถือครองที่ดินและการใช้ที่ดินของสมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อม สีธรรมชาติบ้านพินนา ปี พ.ศ. 2551	70
6	ที่มาของรายได้โดยเฉลี่ยของสมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ บ้านพินนา ปี พ.ศ. 2551	71
7	รายได้หลักและรายได้รองของกลุ่มตัวอย่างสมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อม สีธรรมชาติบ้านพินนาปี พ.ศ. 2551	72
8	ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของสมาชิก กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาปี พ.ศ. 2551	74
9	อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา ปี พ.ศ. 2551	83

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
10	ค่าใช้จ่ายอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติที่มีอายุการใช้งานไม่เกิน 1 ปีของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา ปี พ.ศ. 2551	84
11	ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมครามขนาด 0.80 x 1 เมตร	93
12	ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าคลุมไหล่ข้อมคราม 4 ตะก้อ (ผ้าฝืน) ขนาด 0.80 x 2 เมตร	94
13	ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี (ผ้าฝืน) ขนาด 0.80 x 2 เมตร	95
14	ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าพันคอขนาด 0.50 x 1.80 เมตร	96
15	สรุปผลต้นทุนการผลิตหัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของสมาชิกของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาปี พ.ศ. 2551	97
16	ผลตอบแทนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของสมาชิก ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาปี พ.ศ. 2551	101
17	สรุปผลตอบแทนจากการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาปี พ.ศ. 2551	102

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
18	ปริมาณและยอดขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้า ย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาปี พ.ศ. 2551	107
19	ส่วนเหลือการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ระหว่างกลุ่มผู้ผลิตกับผู้บริโภค (กรณีการจัดจำหน่ายของกลุ่ม SME)	113
20	ส่วนเหลือการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ระหว่างกลุ่มผู้ผลิตกับผู้บริโภคในกรุงเทพฯ (กรณีที่ตัวแทนกลุ่มได้ มีการออกร้านที่เมืองทองธานี)	118
21	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจาก ฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา	120
22	สาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อม สีธรรมชาติบ้านพินนา	124
23	เกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อม สีธรรมชาติบ้านพินนา	124
24	ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจาก ฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา	125
25	ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจาก ฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา	127

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่		หน้า
26	ผลการประเมินด้านบริบทหรือการประเมินด้านสภาวะแวดล้อม (Context) ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา	134
27	ผลการประเมินด้านปัจจัยเข้า (Input) ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา	136
28	ผลการประเมินด้านกระบวนการ (Process) ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา	137
29	ผลการประเมินด้านปัจจัยออก (Output) ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา	139
30	สรุปผลการประเมินกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา	139
31	ตาราง SWOT Matrix	146
32	กลยุทธ์จุดแข็งและโอกาส (SO)	147
33	กลยุทธ์จุดแข็งและอุปสรรค (ST)	149
34	กลยุทธ์จุดอ่อนและโอกาส (WO)	151
35	กลยุทธ์จุดอ่อนและอุปสรรค (WT)	152

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	การวิเคราะห์ SWOT Matrix	51
2	แผนที่ตั้ง และอาณาเขตจังหวัดสกลนคร	57
3	แผนที่ตั้งกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร	61
4	สถานที่ตั้งศูนย์การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ บ้านพันนา	61
5	แผนผังการบริหารงานกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา	63
6	กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ	81
7	กระบวนการผลิตผ้าฝ้ายมัดหมี่ที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติ	82
8	ผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมคราม (ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 4 ดาว)	86
9	ผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกอ (ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว)	90
10	ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี (ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 4 ดาว)	91

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
11	ผ้าพันคอ (ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 3 ดาว)	92
12	ช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนาปี พ.ศ. 2551	104
13	ส่วนเชื่อมต่อการตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มได้รับในการจำหน่ายผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมครามจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ	109
14	ส่วนเชื่อมต่อการตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มได้รับในการจำหน่ายผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกอนจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ	110
15	ส่วนเชื่อมต่อการตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มได้รับในการจำหน่ายจาก ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสีจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ	111
16	ส่วนเชื่อมต่อการตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มได้รับในการจำหน่ายผ้าพันคอจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ	112
17	ส่วนเชื่อมต่อการตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มได้รับในการจำหน่ายผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมครามจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ (กรณีที่ตัวแทนกลุ่มฯ ได้มีการออกร้านที่เมืองทองธานี)	114

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่		หน้า
18	ส่วนแหล่ื่อมการตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มได้รับในการ จำหน่ายผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกอนจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคใน จังหวัดกรุงเทพฯ (กรณีที่ตัวแทนกลุ่มฯ ได้มีการออกร้านที่เมืองทองธานี)	115
19	ส่วนแหล่ื่อมการตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มได้รับในการ จำหน่ายผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสีจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในจังหวัด กรุงเทพฯ (กรณีที่ตัวแทนกลุ่มฯ ได้มีการออกร้านที่เมืองทองธานี)	116
20	ส่วนแหล่ื่อมการตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มได้รับ ในการจำหน่ายผ้าพันคอจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ (กรณีที่ตัวแทนกลุ่มฯ ได้มีการออกร้านที่เมืองทองธานี)	117

บทที่ 1

บทนำ

ความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ควรเริ่มจากการพัฒนาเศรษฐกิจระดับรากหญ้า เป็นการดำเนินงานพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เพื่อเป็นการสร้างโอกาส รายได้ และการพึ่งพาตนเองภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนจะเป็นระบบการจัดการชีวิต ความเป็นอยู่ของชุมชน โดยเฉพาะการผลิต การบริโภค การจัดสรรแบ่งปันทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่น และรายได้การจัดสรรทรัพยากรของคนในชุมชนเพื่อให้สามารถอยู่ได้อย่างพอเพียง พึ่งตนเองได้ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจรากหญ้า ซึ่งภาครัฐได้มอบหมายให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องดำเนินการโดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อพัฒนาสร้างอาชีพให้แก่ประชากรในท้องถิ่นเพื่อให้ประชากรมีรายได้เพิ่มขึ้นซึ่งจะทำให้คุณภาพชีวิตของประชากรดีขึ้นอีกด้วย ปัจจุบันประชากรที่อาศัยอยู่ตามชนบทยังประสบปัญหาความยากจน จากรายงานการสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่าในปี พ.ศ.2551 ประชากรในประเทศมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนเท่ากับ 5,488 บาท และประชากรภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีรายได้เฉลี่ยต่อคนต่อเดือนเท่ากับ 3,512 บาท ซึ่งเป็นภาคที่ประชากรมีรายได้ต่ำที่สุดของประเทศ (ตารางที่1) สาเหตุหนึ่งอาจเนื่องมาจากประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพทางการเกษตร ประสบปัญหาด้านทรัพยากรทางการเกษตร เช่น ทรัพยากรดินมีศักยภาพในการผลิตต่ำ การขาดระบบชลประทาน สภาพภูมิประเทศและสภาพภูมิอากาศไม่เอื้ออำนวยต่อการเพาะปลูก อีกทั้งยังมีปัญหาเรื่องขนาดพื้นที่ทำกิน จึงส่งผลให้ประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือประสบกับปัญหารายได้ต่ำกว่าประชากรภาคอื่น ๆ ของประเทศ

ตารางที่ 1 รายได้และค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือนต่อครัวเรือนจำแนกตามภาค ปี พ.ศ. 2551

ภาค	ขนาดของ ครัวเรือน (คน)	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (บาท)		ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อเดือน (บาท)	
		ต่อครัวเรือน	ต่อคน	ต่อครัวเรือน	ต่อคน
ทั่วราชอาณาจักร	3.4	18,660	5,488	14,500	4,265
กรุงเทพมหานคร และ 3 จังหวัด ^{1/}	3.2	35,007	10,940	23,996	7,499
กลาง ^{2/}	3.4	18,932	5,568	15,168	4,461
เหนือ	3.2	13,568	4,240	10,990	3,434
ตะวันออกเฉียงเหนือ	3.7	12,995	3,512	10,920	2,951
ใต้	3.7	19,716	5,329	15,875	4,291

หมายเหตุ: ^{1/}รวมจังหวัดนนทบุรี ปทุมธานีและสมุทรปราการ

^{2/}ไม่รวมกรุงเทพมหานคร นนทบุรี ปทุมธานีและสมุทรปราการ

ที่มา: สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (2551)

การผลิตทางการเกษตรมีรายได้ไม่เพียงพอสำหรับเกษตรกร เพราะราคาผลผลิตเกษตรมีความไม่แน่นอน และมีความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติทำให้รายได้นอกภาคการเกษตรมีความสำคัญต่อรายได้ครอบครัวเป็นอย่างยิ่ง การรวมตัวทำกิจกรรมเสริมรายได้้นอกจากภาคเกษตรซึ่งกลุ่มแม่บ้านดำเนินการเป็นการใช้ผลผลิตเกษตรแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาหาร หัตถกรรม สามารถทำรายได้สู่ครัวเรือนเกษตร ดังนั้น จากการแปรรูปผลผลิตเกษตรเชิงธุรกิจได้รับการพัฒนาให้ก้าวหน้าอย่างเต็มที่ จะสามารถทำให้เกษตรกรเสริมสร้างรายได้แก่ครัวเรือนในลักษณะที่เป็นรายได้ถาวรต่อไป

งานหัตถกรรมเป็นกิจกรรมที่สำคัญของครัวเรือนชนบท ซึ่งอาจเป็นรายได้เสริมของครัวเรือนเกษตรกรและอาจเป็นแหล่งรายได้หลักของผู้ไร้ที่ทำกินในชนบท ซึ่งปัจจุบันได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐให้เป็นส่วนหนึ่งที่คาดว่าจะนำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจที่ยั่งยืน เกิดกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นให้ชุมชนเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้ ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) อีกทั้งยังสอดคล้องกับแผนพัฒนาชนบท ซึ่งเน้นหนักในเรื่องของธุรกิจชุมชน ในการยกระดับรายได้และเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ยัง

ช่วยอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมของชุมชน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญต่อความเข้มแข็งของชุมชน ผ้าฝ้ายเป็นผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ทำกันมายาวนานจากการเกษตร และยังมีความสำคัญทางมรดกวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของความเป็นไทยมาช้านาน บ่งบอกถึงความรู้และภูมิปัญญาแตกต่างจากชนชาติอื่น ได้รับการยอมรับในงานหัตถกรรมมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของชาวต่างประเทศ เกี่ยวข้องกับภาคเศรษฐกิจตั้งแต่ระดับชุมชนถึงระดับประเทศ นอกจากการผลิตเพื่อใช้เองแล้ว อาชีพทอผ้าเป็นอาชีพเสริมรายได้ให้กับครอบครัวเกษตรกรอีกทางหนึ่งด้วย ศิลปะลวดลายความงามบนผืนผ้าเกิดจากความรู้ภูมิปัญญาดั้งเดิม ผสมผสานกับแนวคิดสร้างสรรค์ที่มาจากความแตกต่างของวิถีชีวิตความเป็นอยู่ และวัฒนธรรมท้องถิ่นของการถ่ายทอดมีลักษณะเฉพาะตัวแตกต่างกันไปในแต่ละพื้นที่

แหล่งผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าที่สำคัญของจังหวัดสกลนคร มีหลายแห่ง เช่น ตำบลพันนา อำเภอสว่างแดนดิน ตำบลห้วยบ่อ อำเภออากาศอำนวย ตำบลท่าศิลา อำเภอส่องดาว ตำบลดงเหนือ อำเภอบ้านม่วง ตำบลหนองลาด อำเภอเมือง เป็นต้น โดยตำบลพันนา อำเภอสว่างแดนดิน จัดได้ว่าเป็นแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้าที่มีชื่อเสียงในเรื่องการทอผ้าฝ้ายของจังหวัดสกลนครที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง เนื่องจากผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าของกลุ่มทอผ้าข้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา มีลักษณะลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งยังได้รับความนิยมและมาตรฐานที่กลุ่มกำหนด ไม่ว่าจะเป็นความงามของลวดลาย ขนาดผ้าที่เป็นมาตรฐาน การทอผ้าที่มีเนื้อดี ซึ่งได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ โดยผู้ที่ถือได้ว่าเป็นผู้บุกเบิกในเรื่องการทอผ้าจนทำให้ผ้าฝ้ายของกลุ่มเป็นที่รู้จักกันจนถึงปัจจุบันก็คือ คุณคำพูล สุราชวงศ์ ซึ่งเป็นประธานกลุ่ม

กลุ่มทอผ้าข้อมสีธรรมชาติบ้านพันนาจัดได้ว่าเป็นกลุ่มที่ได้รับรองคุณภาพเป็นผลิตภัณฑ์ระดับสามดาว ในปี พ.ศ.2547 ระดับสี่ดาวในปี พ.ศ.2549 และระดับห้าดาวในปี พ.ศ.2551 จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ในปี พ.ศ.2548 ได้ไปรับรองสินค้าคุณภาพจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และในปี พ.ศ.2550 ได้รับรางวัลสถาบันเกษตรกรดีเด่นแห่งชาติ กลุ่มทอผ้าข้อมสีธรรมชาติบ้านพันนาได้มีการจัดตั้งและดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2535 จนถึงปัจจุบัน โดยแรกเริ่มมีสมาชิกเพียง 16 คน แต่ในปัจจุบันมีสมาชิกรวม 242 คน จาก 12 หมู่บ้าน ของตำบลพันนา มีการบริหารงานแบบแบ่งปันรายได้ในรูปสัดส่วนการทอผ้า แบบทอมากได้มากทอน้อยได้น้อย ได้รายได้ตามเนื้องานที่ทำ โดยทางกลุ่มผลิตสินค้าประเภทผ้าฝ้ายทอมือ และข้อมสีด้วยเปลือกไม้ ใบไม้ และน้ำครามเท่านั้น ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มอย่างชัดเจนในการสร้างผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจะมีทั้งสินค้าที่ยังไม่แปรรูปและสินค้าแปรรูปแล้ว เช่น ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมคราม ผ้าคลุมไหล่ข้อมคราม 4 ตะก้อ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี ผ้าฝ้ายข้อมคราม ผ้าฝ้ายข้อมสีโคลน ผ้าฝ้ายข้อมเปลือกไม้ และ

นำผ้าที่ทอได้ไปแปรรูปเป็นเสื้อผ้าสุภาพบุรุษ สุภาพสตรี เป็นของใช้ เช่น กระเป๋า เบาะรองนั่ง เบาะพิง ผ้าอเนกประสงค์ ผ้าพันคอ เป็นต้น ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของกลุ่มได้รับการรับรองคุณภาพ ระดับ สามดาว ระดับสี่ดาว และระดับห้าดาว จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมในปี พ.ศ.2547 ในปี พ.ศ. 2549 และในปี พ.ศ. 2551 ได้แก่ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมคราม ผ้าคลุมไหล่ข้อมคราม 4 ตะกั่ว ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี และผ้าพันคอ ซึ่งผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจัดได้ว่าเป็นสินค้าที่มียอดขายสูง อย่างไรก็ตามจากการที่ทางกลุ่มได้ดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายมาเป็นระยะเวลา 16 ปี จากการที่รัฐบาลได้ใช้นโยบายส่งเสริมให้ประชาชนในระดับรากหญ้า มีการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นไปใช้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นของตนให้เกิดความเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้นั้น กลุ่มทอผ้าข้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาเป็นกลุ่มเกษตรกรที่ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากรัฐให้มีการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ แต่ทางกลุ่มยังประสบปัญหาต้นทุนการผลิตมีราคาสูง ในขณะที่ราคาผลิตภัณฑ์ไม่สามารถเพิ่มขึ้นได้ทำให้กำไรต่อชิ้นลดลง อีกทั้งผลิตภัณฑ์บางตัวลดยาวเมื่อผลิตแล้วไม่สามารถจำหน่ายได้เพราะไม่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคทำให้รายได้ของเกษตรกรไม่แน่นอน นอกจากนี้กลุ่มยังขาดความรู้ในเรื่องการทำธุรกิจ ทางด้านการวางแผนพัฒนากระบวนการผลิต และการตลาด เป็นต้น

ด้วยเหตุนี้ควรมีการศึกษาวิเคราะห์ในเรื่องของต้นทุน ผลตอบแทน ปัญหาและอุปสรรคของการผลิต ช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย และการดำเนินงานของกลุ่ม รวมทั้งศึกษาถึงพฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยให้เกิดความเข้าใจตลาดหัตถกรรมได้ดีขึ้น เพื่อที่จะนำผลการศึกษาในครั้งนี้ ไปใช้เป็นประโยชน์ในการหาทางส่งเสริมและการพัฒนาหัตถกรรมจากฝ้ายต่อไปในอนาคต ให้ได้มูลค่าเพิ่มขึ้นในการผลิต และมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และสามารถที่จะใช้เป็นแนวทางในการตัดสินใจให้กับกลุ่มเกษตรกรที่กำลังจะรวมกลุ่มเป็นกลุ่มเกษตรกรที่มีศักยภาพในการพัฒนาทรัพยากรที่มีอยู่รอบตัวให้เกิดประโยชน์มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. ศึกษาถึงสภาพทั่วไปทางด้านกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย รวมทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือนสมาชิกในกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา
2. วิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา
3. ศึกษาการจัดจำหน่าย วิธีการกระจายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย และพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา
4. ศึกษาถึงผลของการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย
5. วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติที่ดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

การศึกษานี้จะทำให้ทราบถึงความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา สาเหตุของการรวมกลุ่ม โครงสร้างการบริหาร และการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม อีกทั้งทำให้ทราบถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ และความล้มเหลวของระบบธุรกิจชุมชน ดังนั้น การศึกษาค้นคว้านี้จะเป็นประโยชน์ต่อกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา สามารถนำผลการศึกษา และข้อเสนอแนะไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการผลิต ตลาด และการวางแผนส่งเสริมการดำเนินงาน เพื่อเป็นแนวทางการขยายตลาดของหัตถกรรมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะส่งผลให้สมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนามีรายได้เพิ่มขึ้น และกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนายังสามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปวางแผนเพื่อกำหนดนโยบายส่งเสริม และสนับสนุนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ทำจากฝ้ายเพื่อการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต

ขอบเขตการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้อาศัยข้อมูลการผลิตในปี พ.ศ.2550 ที่ได้จากการสำรวจโครงการความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายทั้งทางการผลิตและการตลาด โดยทางการผลิตนั้นจะเป็นข้อมูลที่ได้จากครัวเรือนเกษตรกรที่เป็นสมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านปันนา ต.ปันนา อ.สว่างแดนดิน จ.สกลนคร ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายคือ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมคราม ผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะก้อ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี และผ้าพันคอ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจัดได้ว่ามียอดจำหน่ายสูง และได้รับรองคุณภาพเป็นผลิตภัณฑ์ระดับสามดาว ระดับสี่ดาว และระดับห้าดาว โดยในการย้อมสีธรรมชาติของสมาชิกกลุ่มจะย้อมสีโดยใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่หาได้ในท้องถิ่น ส่วนทางการตลาดนั้นจะทำการศึกษาถึงวิธีการตลาด และสถานการณ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายปี พ.ศ. 2551 จากพ่อค้าคนกลางที่รับซื้อสินค้าจากกลุ่ม และผู้บริโภคที่ซื้อหัตถกรรมจากฝ้ายเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยและเหตุผลของการซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้จากฝ้าย

วิธีการศึกษา

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ศึกษาประกอบด้วยข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิ มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ซึ่งเป็นข้อมูลจากการสำรวจของโครงการวิจัยการศึกษาความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านปันนา ต.ปันนา อ.สว่างแดนดิน จ.สกลนคร เนื่องจากกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านปันนา จัดได้ว่าเป็นกลุ่มที่ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายได้รับการคัดสรรเป็นผลิตภัณฑ์ระดับสามดาวในปี พ.ศ 2547 ระดับสี่ดาวในปี พ.ศ 2549 และระดับห้าดาวในปี พ.ศ 2551 ตามโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยจากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ซึ่งโครงการการศึกษาความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายมีการออกแบบสอบถามทั้งหมด 3 ชุดด้วยกันคือ สมาชิกในกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านปันนา กลุ่มพ่อค้าที่รับซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย และกลุ่มผู้บริโภค

1.1 กลุ่มผู้ผลิต ทำการสัมภาษณ์สมาชิก ประธานกลุ่มและคณะกรรมการบริหารงาน กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา รวมทั้งหมด 50 ราย

1.2 กลุ่มพ่อค้าที่รับซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่ม โดยจะทำการเก็บข้อมูลจากผู้ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม

1.3 ผู้บริโภคซึ่งจะทำการศึกษาถึงพฤติกรรมบริโภคของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย โดยจะเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค ซึ่งจะเน้นผู้บริโภคที่ให้ความสนใจและให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยในการศึกษารั้งนี้ได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 100 ตัวอย่าง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ประเภทที่หนึ่งผู้บริโภคทั่วไปที่สนใจผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาจำนวน 50 ตัวอย่าง และประเภทที่สองผู้บริโภคที่ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายบ้านพินนาจำนวน 50 ตัวอย่าง ศึกษาถึงมูลเหตุและปัจจัยใดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ เช่น ศูนย์ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นบ้านบ้านพินนา งานกาชาดประจำจังหวัดสกลนคร ศูนย์ศึกษาภูพาน จังหวัดสกลนคร ศูนย์แสดงสินค้าอิมแพ็คอารีนา เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการรวบรวมจากเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ตลอดจนข้อมูลทางด้านสถิติที่หน่วยงานราชการได้เก็บรวบรวมไว้ได้แก่ สำนักงานสถิติแห่งชาติ กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เป็นต้น เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องและเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

1. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ในการอธิบายถึงสภาพทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจ และสังคมของกลุ่ม จะใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยอาศัยวิธีทางสถิติมาใช้ เช่น การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และแสดงตารางประกอบคำอธิบายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพหลัก อาชีพรอง รายได้ของสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลพื้นฐานของสมาชิก เนื่องจากมีส่วนเกี่ยวข้องกับความสามารถในการจัดกิจกรรมการผลิต พัฒนาการผลิต และการตลาดของกลุ่ม

2. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ใช้วิธีการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด โดยใช้วิธีวิเคราะห์ต้นทุนทางเศรษฐศาสตร์ ซึ่งในการวิเคราะห์จะแยกวิเคราะห์ต้นทุนการผลิออกเป็นต้นทุนผันแปรและต้นทุนคงที่ ทั้งที่เป็นตัวเงินและที่ไม่เป็นตัวเงิน ในการผลิตผลิตภัณฑ์ให้หักต้นทุนจากฝ่าย ตลอดจนผลตอบแทนในรูปของกำไร อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน โดยมีรายละเอียดในการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตผลิตภัณฑ์ให้หักต้นทุนจากฝ่ายดังนี้

2.1 โครงสร้างต้นทุน

โดยในการวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทน ในการผลิตผลิตภัณฑ์ให้หักต้นทุนจากฝ่ายครั้งนี้จะวิเคราะห์ในลักษณะเฉลี่ยต่อหน่วยการผลิต ดังนั้นโครงสร้างของต้นทุนสามารถสรุปได้ดังนี้

2.1.1 ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) ในการศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้หักต้นทุนจากฝ่าย มีรายละเอียดเกี่ยวกับต้นทุนคงที่ ดังนี้

ก. ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์คงทนที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์ให้หักต้นทุนจากฝ่าย จัดได้ว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นตัวเงินซึ่งประกอบด้วย ค่าเสื่อมราคาของที่ดิน ฟ้า ทราย เป็นต้น การคำนวณค่าเสื่อมราคาจะใช้วิธีเส้นตรง (Straight Line Method) จากสูตร

$$\text{ค่าเสื่อมราคา} = \frac{\text{มูลค่าที่ซื้อ} - \text{มูลค่าซาก}}{\text{อายุการใช้งาน}}$$

จากสูตรสามารถคำนวณค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์การผลิต ดังนี้

ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ที่ดินต่อหน่วย = ค่าเสื่อมราคาต่อปี/จำนวนผลผลิต (หน่วย) ในรอบปี

ข. ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในอุปกรณ์คงทน เป็นค่าเสียโอกาสที่คิดจากเงินลงทุนในการใช้ปัจจัยคงที่ต่าง ๆ โดยคิดในอัตราร้อยละ 0.75 ต่อปีตามอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ในปี พ.ศ. 2551 (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2551) ทั้งนี้สมมติให้อัตราดอกเบี้ย

เงินฝากของธนาคารพาณิชย์เป็นผลตอบแทนต่ำสุดที่ผู้ลงทุนจะได้รับ สูตรในการคำนวณค่าเสียโอกาสเงินลงทุนในอุปกรณ์คงทนต่อหน่วยนั้น คือ

$$\text{ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์} = \frac{(\text{ราคาซื้ออุปกรณ์} + \text{มูลค่าซาก}) \times \text{อัตราค่าเสียโอกาสต่อปี} (\%)}{2} \quad (\text{ต่อหน่วย})$$

2.1.2 ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) ซึ่งได้แก่ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ดังนี้

ก. ค่าแรงงาน ได้แก่ ค่าแรงงานในการข้อมลีสรรพชาติ ค่าแรงงานในการเตรียมเส้นด้ายยืน ค่าแรงงานในการเตรียมเส้นด้ายพุ่ง และค่าแรงงานในการทอผ้า เป็นต้น โดยค่าแรงงานต่าง ๆ ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าข้อมลีสรรพชาติบ้านพืนนานั้นจะเป็นต้นทุนที่เป็นตัวเงินทั้งหมด เนื่องจากทางกลุ่มได้ใช้วิธีจ้างให้สมาชิกกลุ่มเป็นผู้ทำงานในขั้นตอนต่างๆ ซึ่งค่าแรงงานนี้จะแยกตามกระบวนการผลิตที่ทำโดยเริ่มตั้งแต่การเตรียมเส้นด้ายยืน การเตรียมเส้นด้ายพุ่ง การข้อม เป็นต้น โดยใช้อัตราค่าจ้างแรงงานเฉลี่ยในท้องถิ่นเป็นเกณฑ์ในการคำนวณ (1 วัน เท่ากับ 8 ชั่วโมง) ซึ่งจะคิดค่าจ้างแรงงานออกมาในลักษณะเฉลี่ยต่อหน่วย โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

$$\text{ค่าแรงงานในการเตรียมด้ายต่อหน่วย} = \frac{\text{ปริมาณเส้นฝ้ายที่ใช้ต่อผืน(กก.)} \times \text{อัตราค่าจ้างต่อวัน(บาท)}}{\text{ปริมาณเส้นฝ้ายในการเตรียมต่อวัน(กก.)}}$$

ข. ค่าเส้นฝ้าย ถือว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่สำคัญในการผลิตเนื่องจากเกษตรกรไม่ได้มีการปลูกฝ้ายไว้ใช้เองในการผลิต ดังนั้นค่าเส้นฝ้ายจึงเป็นค่าใช้จ่ายที่เป็นตัวเงินทั้งหมด ซึ่งได้แก่ ค่าเส้นด้ายพุ่งและค่าเส้นด้ายยืน โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

$$\text{ค่าเส้นฝ้ายเฉลี่ยต่อหน่วย} = \text{ปริมาณเส้นฝ้ายที่ใช้เฉลี่ยต่อผืน(กก.)} \times \text{ราคาเส้นฝ้าย(บาท/กก.)}$$

ค. ค่าสีข้อม เป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นต้นทุนสำหรับการย้อมเส้นฝ้ายด้วยสีธรรมชาติ ซึ่งเกษตรกรสกัดมาจากเปลือกไม้ รากไม้ และใบไม้ต่างๆ ที่หาได้ในท้องถิ่นนั้น โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

$$\text{ค่าสีข้อมเฉลี่ยต่อหน่วย} = \frac{\text{ปริมาณฝ้ายที่ใช้ต่อผืน(กก.)} \times \text{ราคามูลค่าเปลือกไม้ในการย้อมต่อครั้ง(บาท)}}{\text{ปริมาณฝ้ายที่ย้อมต่อครั้ง(กก.)}}$$

ง. ค่าวัสดุอื่น ๆ ประกอบด้วยวัสดุสิ้นเปลืองที่ใช้เพื่อการผลิตและการย้อม ซึ่งใช้แล้วหมดไป ได้แก่ ค่าเชื้อเพลิง (ไม้ฟืนที่หาได้ในท้องถิ่น) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่ไม่เป็นต้นทุน ค่าจุนสีเพื่อทำให้สีที่ข้อมมีความเข้มมากขึ้นจัดได้ว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุน โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

$$\text{ค่าวัสดุอื่น ๆ เฉลี่ยต่อหน่วย} = \frac{\text{ปริมาณฝ้ายที่ใช้ต่อผืน(กก.)} \times \text{ราคาวัสดุที่ใช้ในการย้อมต่อครั้ง(บาท)}}{\text{ปริมาณฝ้ายที่ย้อมต่อครั้ง(กก.)}}$$

จ. ค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ซึ่งจัดได้ว่าเป็นค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนที่เกษตรกรจ่ายไปเพื่อซื้ออุปกรณ์ในการย้อมด้ายฝ้าย ได้แก่ กระทะ ถังน้ำ กะละมังและเตาย้อมสี เป็นต้น โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

$$\frac{\text{ค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรม}}{\text{จากฝ้ายเฉลี่ยต่อหน่วย}} = \frac{\text{ค่าอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต}}{\text{ปริมาณที่ทำการผลิตในรอบปี(หน่วย)}}$$

ฉ. ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์ทอผ้า สามารถคำนวณได้จากค่าใช้จ่ายที่เป็นต้นทุนที่เกษตรกรจ่ายไปเป็นค่าซ่อมแซม และบำรุงรักษาอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตฝ้ายในรอบ 1 ปี เพื่อให้สามารถใช้งานได้เหมือนเดิม โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

$$\text{ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์ทอผ้าเฉลี่ยต่อหน่วย} = \frac{\text{ค่าซ่อมแซมทั้งหมดในรอบปี}}{\text{ปริมาณที่ทำการผลิตในรอบปี(หน่วย)}}$$

ข. ค่าเสียโอกาสของเงินค่าใช้จ่ายในการดำเนินการผลิต ซึ่งเป็นค่าเสียโอกาสที่เกิดจากการนำเงินมาลงทุนในการทอผ้าฝ้ายแทนการทำการกิจการอื่น ในที่นี้ตั้งสมมุติไว้ว่าถ้าเกษตรกรไม่นำเงินไปลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายแล้วก็จะต้องนำเงินไปฝากธนาคาร โดยใช้อัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำปีของธนาคารพาณิชย์ ในปี พ.ศ. 2551 ในอัตราร้อยละ 0.75 ต่อปี (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2551) ซึ่งถือว่าเป็นผลตอบแทนต่ำสุดที่ผู้ลงทุนควรจะได้รับ

2.2 ผลตอบแทน

2.2.1 รายได้ หมายถึง รายรับที่เกษตรกรได้รับจากการประกอบอาชีพโดยเฉพาะรายได้ที่เกิดจากการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

2.2.2 กำไร หมายถึง ผลตอบแทนที่เกษตรกรได้รับหลังจากหักค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด ซึ่งเป็นผลตอบแทนจากการที่เกษตรกรลงทุนลงแรงไปในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ดังนั้นเพื่อเป็นการให้เห็นถึงผลตอบแทนที่เกษตรกรได้รับ การศึกษาผลตอบแทนจึงได้แบ่งการวิเคราะห์กำไรเฉลี่ยต่อผืนออกเป็น 3 ลักษณะ โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

ก. กำไร คือ ผลตอบแทนที่เกษตรกรได้รับหลังจากการนำรายได้หักด้วยต้นทุนการผลิตทั้งหมด โดยต้นทุนการผลิตทั้งหมดประกอบด้วยต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปรทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน โดยกำไรคำนวณได้ดังนี้

$$\text{กำไร} = \text{รายได้} - \text{ต้นทุนการผลิตทั้งหมด}$$

ข. รายได้สุทธิ คือ กำไรส่วนที่เหลือหลังจากการนำรายได้หักด้วยต้นทุนผันแปรทั้งหมด ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนการผลิตผันแปรทั้งที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน โดยรายได้สุทธินี้ใช้ในการพิจารณาถึงผลกระทบที่มีผลต่อกำไรในกรณีที่มีการเปลี่ยนแปลงในราคาขาย โดยรายได้สุทธิคำนวณได้ดังนี้

$$\text{รายได้สุทธิ} = \text{รายได้} - \text{ต้นทุนผันแปรทั้งหมด}$$

ก. รายได้เหนือต้นทุนเงินสด คือ กำไรที่เกษตรกรได้รับหลังจากการนำรายได้หักด้วยต้นทุนการผลิตทั้งหมดที่เป็นตัวเงิน ประกอบด้วยต้นทุนคงที่ที่เป็นตัวเงินและต้นทุนผันแปรที่เป็นตัวเงิน ซึ่งต้นทุนที่เป็นตัวเงิน คือ ต้นทุนที่เกษตรกรได้จ่ายเงินสดหรือเงินเชื่อไปเพื่อปัจจัยการผลิต โดยรายได้เหนือต้นทุนเงินสดคำนวณได้ดังนี้

$$\text{รายได้เหนือต้นทุนเงินสด} = \text{รายได้} - \text{ต้นทุนการผลิตที่เป็นตัวเงินทั้งหมด}$$

นอกจากนี้ ยังมีการวัดถึงประสิทธิภาพของการใช้ปัจจัยในการผลิตที่ลงทุนไปในการผลิตแล้วให้ผลตอบแทนคืนมาเท่าใดหลังจากมีการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของเกษตรกร ซึ่งในการศึกษารั้วนี้ได้ทำการศึกษาดังกล่าวถึงผลตอบแทนของปัจจัยการผลิตด้วยกัน 3 วิธี ดังนี้

1. ผลตอบแทนแรงงานต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท เป็นการนำเอารายได้ที่ได้รับในการขายผลิตภัณฑ์หักด้วยต้นทุนรวมทั้งหมด ยกเว้นต้นทุนค่าแรงงาน
2. ผลตอบแทนแรงงานต่อชั่วโมงการทำงาน เป็นการนำเอาผลตอบแทนแรงงานต่อหน่วยการผลิต หักด้วยชั่วโมงการทำงานในการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทในการผลิตแต่ละหน่วยการผลิต
3. ผลตอบแทนต่อทุน เป็นการวัดถึงประสิทธิภาพการลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้า โดยมีวิธีการคำนวณดังนี้

$$\text{อัตรากำไรต่อต้นทุน} = \frac{\text{กำไร (ขาดทุน) สุทธิ} \times 100}{\text{ต้นทุนรวม}}$$

แสดงให้เห็นว่าจากการลงทุนทั้งหมด ทั้งต้นทุนที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงินในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายไปทั้งหมด 100 บาท จะสามารถสร้างกำไร (ขาดทุน) ให้แก่กลุ่มทอผ้าได้เท่าใดในแต่ละผลิตภัณฑ์

3. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 จะศึกษาถึงการจดจำหน่ายและการกระจายสินค้าของกลุ่ม โดยจะเป็นการแสดงให้เห็นถึงลักษณะการกระจายผลผลิตจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภค และในการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคถึงสาเหตุของการใช้เกณฑ์ในการตัดสินใจซื้อ และความพึงพอใจ

ในการใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย จะใช้วิธีการวิเคราะห์แบบสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ซึ่งใช้สเกลให้คะแนนถึงความพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์

4. เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 การศึกษาถึงผลการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าข้อม สิริธรรมชาติด้านพัฒนา ใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และการแจกแจงความถี่ โดยใช้แบบจำลองซีปปี้ (CIPP Model) ในการประเมิน 4 ด้าน คือ ด้านบริบท ด้านปัจจัยเข้า ด้านกระบวนการ และปัจจัยออก และประเมินผลการดำเนินงานจากทั้ง 4 ด้าน โดยมีรายละเอียดดังนี้

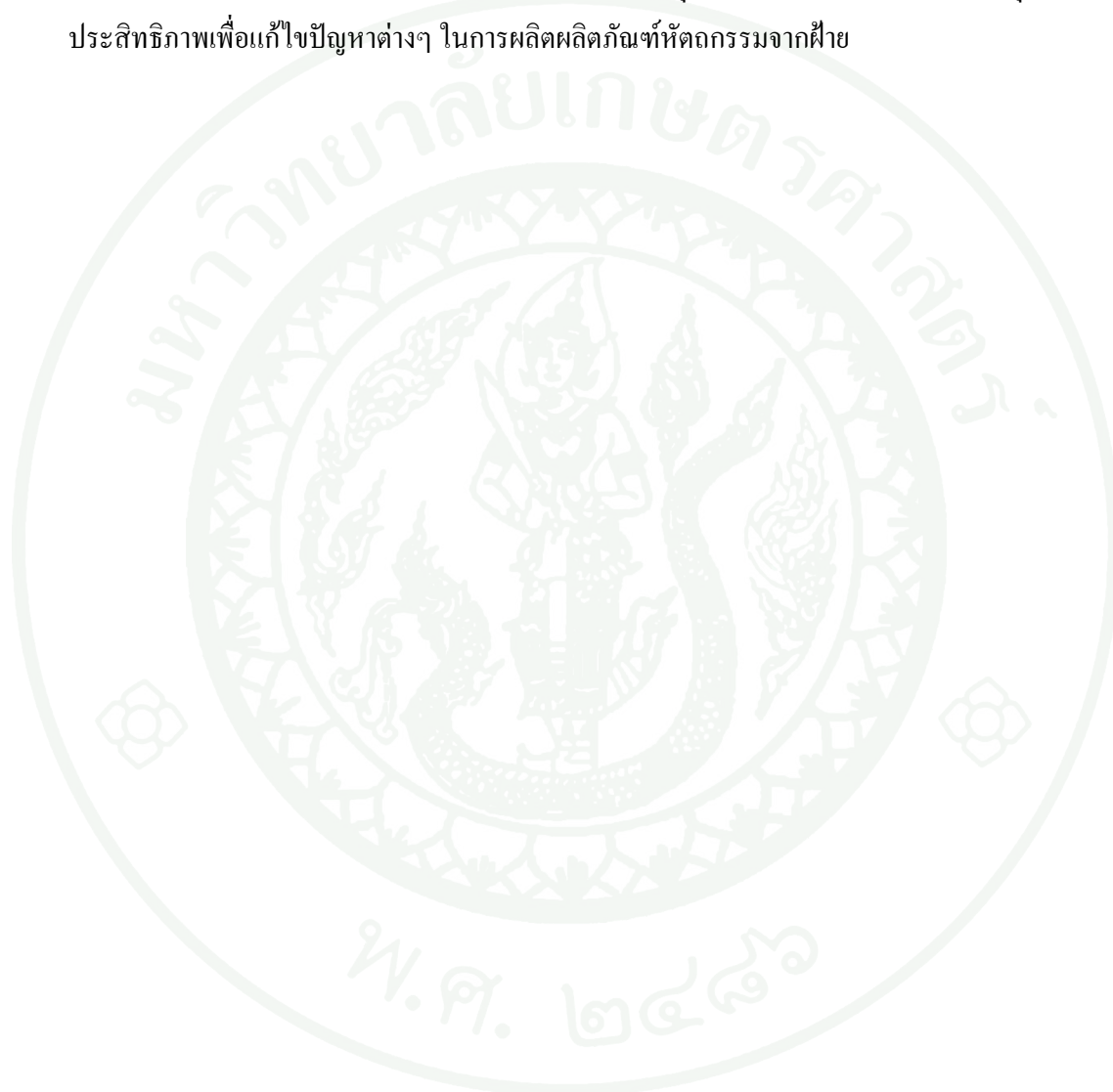
4.1 การประเมินบริบทของกลุ่ม (Context evaluation) เป็นการประเมินบริบทภายในท้องถิ่น ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญที่จะนำไปสู่การรวมกลุ่ม โดยจะพิจารณาจากสถานะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจ ความต้องการการรวมกลุ่มของสมาชิก สถานะการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต ความคุ้นเคยรู้จักกันของสมาชิก และความสะดวกของการคมนาคมเข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม

4.2 การประเมินปัจจัยนำเข้า (Input evaluation) เป็นการประเมินเพื่อพิจารณาความเหมาะสมและเพียงพอของทรัพยากร โดยพิจารณาจากบุคคลากรหรือสมาชิกกลุ่ม เงินทุน ดำเนินงานของกลุ่ม วัตถุดิบในท้องถิ่น วัสดุอุปกรณ์ เครื่องมือ เครื่องใช้ อาคารสถานที่ (ที่ทำการกลุ่ม) และการสนับสนุนจากหน่วยงานต่าง ๆ การประเมินประสิทธิภาพปัจจัยนำเข้าจะทำให้ทราบ ว่าปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ ของกลุ่มเอื้ออำนวยต่อการดำเนินงานมากน้อยเพียงใด

4.3 การประเมินกระบวนการ (Process evaluation) เป็นการประเมินกระบวนการในการดำเนินงานของกลุ่ม โดยพิจารณาจากการบริหารงานของกลุ่ม โดยพิจารณาจากการบริหารงานของกลุ่ม ความเป็นผู้นำของประธานกลุ่ม และการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มการประเมินกระบวนการจะทำให้ได้รับข้อมูลย้อนกลับ (Feedback) เกี่ยวกับข้อบกพร่องของการดำเนินงาน ซึ่งสามารถใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแก้ไขปรับปรุงให้กระบวนการในการดำเนินงานของกลุ่ม ในช่วงต่อไปมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4.4 การประเมินปัจจัยออก (Product evaluation) เป็นการประเมินผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ โดยพิจารณาจากการตอบสนองต่อเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ของกลุ่ม ผลประโยชน์ที่สมาชิกของกลุ่มได้รับ ได้แก่ การมีผลิตภัณฑ์หลักที่เป็นที่ต้องการของตลาด การมี การพัฒนารูปแบบและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ และการมีแหล่งจำหน่ายผลผลิต

5. เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ข้อที่ 5 จะใช้วิธีการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis) การวิเคราะห์ SWOT โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ และ ตารางแจกแจงความถี่ ซึ่งเป็นวิธีการหนึ่งในการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มให้มี ประสิทธิภาพเพื่อแก้ไขปัญหาต่างๆ ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย



บทที่ 2

แนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

การตรวจเอกสาร

อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม (2546) ได้ทำการวิจัยเรื่องการประเมินผลกลุ่มหัตถกรรมภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพการณ์ทั่วไปและประเมินผลกลุ่มหัตถกรรมภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครศรีธรรมราช 4 ประเภท ได้แก่ กลุ่มจักรสานย่านลิเภา กลุ่มแกะตัวหนังตะลุง กลุ่มผลิตภัณฑ์กระจูด และกลุ่มพัดใบกระพ้อ รวมทั้งศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มหัตถกรรมโดยใช้แบบจำลองชิปปี้ ในการวิเคราะห์ จากผลการวิเคราะห์พบว่ากลุ่มหัตถกรรมตัวอย่างทุกกลุ่มประสบความสำเร็จในระดับสูง โดยปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มหัตถกรรมส่วนใหญ่ได้แก่ ปัญหาการคมนาคมเข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม ความไม่เพียงพอของเงินทุน ความไม่เพียงพอของวัตถุดิบในท้องถิ่น อาคารที่ทำการกลุ่มมีขนาดไม่เหมาะสมกับความต้องการใช้ของกลุ่ม การขาดทักษะในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และการขาดทักษะในการเป็นผู้นำของประธานกลุ่ม ซึ่งสามารถนำมาสรุปเป็นข้อเสนอแนะดังนี้ 1) เนื่องจากกลุ่มหัตถกรรมทุกประเภทประสบปัญหาที่คล้ายคลึงกัน ดังนั้นในเบื้องต้นกลุ่มหัตถกรรมทุกประเภทจึงควรมีการประสานความร่วมมือกันเพื่อกำหนดกรอบแนวทางในการแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาดังกล่าวในภาพรวมก่อน หลังจากได้กรอบแนวทางในการแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาในภาพรวมแล้วควรนำแนวทางในภาพรวมมาหารือร่วมกันเพื่อกำหนดมาตรการที่ชัดเจนสำหรับการแก้ไขหรือบรรเทาปัญหาของแต่ละกลุ่มประเภทหัตถกรรม 2) กลุ่มหัตถกรรมต่าง ๆ ควรมุ่งแสวงหาความแตกต่างที่เป็นลักษณะเด่นของกลุ่ม ซึ่งจะทำให้กลุ่มมีความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว 3) ควรจัดให้มีการประชุมระหว่างประธานกลุ่มหัตถกรรมทุกกลุ่มและเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องทุกเดือน เพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลข่าวสารซึ่งกันและกัน ซึ่งจะเป็นประโยชน์อย่างมากต่อกลุ่มหัตถกรรมในจังหวัดนครศรีธรรมราช

พรรณภา พรหมชินวงศ์ (2547) ได้ทำการศึกษา การวิเคราะห์ศักยภาพในการผลิต การตลาดข้าวเม่าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรน้ำอ้อม จังหวัดร้อยเอ็ด มีวัตถุประสงค์หลักของการศึกษาคือ เพื่อศึกษาศักยภาพการผลิต การตลาดของข้าวเม่าและผลิตภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า การวิเคราะห์ศักยภาพการผลิต การตลาด และการวิเคราะห์ SWOT ข้าวเม่าและผลิตภัณฑ์พบว่ามีความเป็นไปได้ในการลงทุนเพิ่มขึ้น แต่ควรพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นเช่นกัน ควรมีการพัฒนาารูปแบบของผลิตภัณฑ์และเพิ่มช่องทางการตลาด อีกทั้งควบคุมคุณภาพให้ได้ตามความต้องการของตลาด

สุวิมล ภักดีไพบูลย์ผล (2547) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านตาลเลียน อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต และช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายและวิเคราะห์กลยุทธ์ในการดำเนินงานของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านตาลเลียน ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษา พบว่าแหล่งที่มาของรายได้ส่วนใหญ่ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมาจากผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายถึงร้อยละ 40.04 ของรายได้รวมทั้งหมด ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายที่ผลิตโดยแม่บ้านเกษตรกรสามารถจำแนกได้ 2 ประเภทคือ ประเภทแรกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเส้นด้ายฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ส่วนประเภทที่สองเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเส้นด้ายฝ้ายย้อมสีสังเคราะห์ ซึ่งต้นทุนค่าแรงงานในครัวเรือนและค่าเส้นฝ้ายเป็นต้นทุนการผลิตที่สำคัญคิดเป็นร้อยละ 56.97 และร้อยละ 37.90 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดตามลำดับ ค่าเฉลี่ยของผลตอบแทนทางเศรษฐกิจการใช้แรงงานในครัวเรือนและจากการลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เท่ากับ 11.66 บาทต่อชั่วโมงและร้อยละ 1.65 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์พบว่าต้นทุนทางการตลาดและกำไร โดยเฉลี่ยของพ่อค้าคนกลางคิดเป็นร้อยละ 5.02 และร้อยละ 30.57 ของราคาสำหรับผู้บริโภคจ่ายตามลำดับ ส่วนผลจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อหัตถกรรมจากฝ้ายพบว่า เกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อที่สำคัญมากที่สุดของผู้บริโภคคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านตาลเลียนพบว่า กลุ่มแม่บ้านได้อาศัยกลยุทธ์ที่เป็นจุดแข็งและโอกาสของกลุ่มมาเป็นแนวในการปฏิบัติ ในขณะที่หลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของกลุ่ม ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษาโดยรวมคือ กลุ่มแม่บ้านควรเพิ่มช่องทางการตลาดโดยผ่านเครือข่ายของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพ ซึ่งจะช่วยให้ตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านตาลเลียน มีผลการดำเนินงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม และคณะ (2547) ได้ทำการวิจัยเรื่องสถานการณ์ด้านการผลิต การตลาด โอกาสทางการตลาด และกลยุทธ์ทางการตลาด ของสินค้าศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภายใต้ โครงการหนึ่งตำบลผลิตภัณฑ์หนึ่ง : กรณีศึกษาเครื่องจักรสานจังหวัดนครราชสีมาและอ่างทอง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อมุ่งเน้นการศึกษาสถานการณ์การผลิต การตลาด ปัญหาและอุปสรรคด้านการผลิตและการตลาด โดยทำการศึกษาด้วยวิธีการสำรวจตลอดจนวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดด้วยวิธี SWOT Analysis จากการศึกษาพบว่าผู้ผลิตทำจักรสานเป็นอาชีพเสริมจากการทำการเกษตร รูปแบบการผลิตส่วนใหญ่จะกำหนดกันเองในกลุ่มสมาชิก หรือเป็นรูปแบบที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ วัตถุดิบที่ใช้ส่วนใหญ่จะหาได้ในท้องถิ่น เครื่องมือที่ใช้เป็นเครื่องมือที่ง่าย ผลิตภัณฑ์จักรสานที่ผลิตได้จะมีคุณภาพไม่คงที่และปริมาณที่ผลิตได้ก็ไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับช่วงเวลาทำการผลิต การพัฒนาชนิดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์เป็นไปอย่างช้า ๆ โดยส่วนใหญ่เป็นการขายผ่านพ่อค้าคนกลาง ปัญหาและอุปสรรคคือ ปัญหาความไม่เพียงพอของเงินทุน การขาดทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และการขาดตลาดรองรับที่แน่นอน ผลการวิเคราะห์โอกาสทางการตลาดพบว่า กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่มีสภาพแวดล้อมในเข้มแข็งในระดับปานกลาง และสภาพแวดล้อมภายนอกมีผลต่อกลุ่มผู้ผลิตในระดับปานกลาง ดังนั้นกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มผู้ผลิตจึงได้แก่ “กลยุทธ์รักษาสถานะเดิม”

อดิศักดิ์ ไชยยศ (2547) ได้ทำการศึกษา การวิเคราะห์การผลิต จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของสินค้ารูปหล่อทองเหลืองในจังหวัดลพบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการผลิต และเทคนิคการผลิต และศึกษาถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค โดยใช้การวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายในและสภาวะแวดล้อมภายนอก ผลการศึกษาพบว่า ผู้ผลิตสินค้ารูปหล่อทองเหลืองกลุ่มชาวบ้านท่ากระยาง จังหวัดลพบุรี นั้นมีความชำนาญในการผลิต เนื่องจากมีประสบการณ์การผลิตหล่อโลหะเป็นระยะเวลายาวนานกว่า 40 ปี ซึ่งเป็นการผลิตที่ได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการขายโดยตรงและขายผ่านพ่อค้าคนกลาง หรือผลิตให้กับผู้สั่งทำ โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ ปัญหาอุปสรรคคือ มีพื้นฐานการศึกษาดำเนินและอ่านหนังสือไม่ได้ ความไม่เพียงพอของเงินทุนในการดำเนินงาน ผลการวิเคราะห์สภาวะแวดล้อมภายในและภายนอก มีผลอยู่ในระดับสูง สามารถที่จะขยายการผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้อีก

กิตติวุฒิ นันทมงคล (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองห้าง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านหนองห้าง ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาพบว่า แหล่งที่มาของรายได้ของแม่บ้านเกษตรกรส่วนหนึ่งมาจากการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย คิดเป็นร้อยละ 38.40 ของรายได้รวมทั้งหมด ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายที่ผลิตโดยแม่บ้านเกษตรกรสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทคือ ประเภทแรกเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเส้นด้ายฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ส่วนประเภทที่สองเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเส้นด้ายฝ้ายย้อมสีสังเคราะห์ ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของกลุ่ม ได้แก่ ผ้าตัดชุดลายขิด ผ้าอเนกประสงค์ ผ้าขาวม้าและผ้าม้วน ซึ่งต้นทุนค่าเส้นด้ายและแรงงานในครัวเรือนเป็นต้นทุนการผลิตที่สำคัญคิดเป็นร้อยละ 33.44 และร้อยละ 61.10 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดตามลำดับ ค่าเฉลี่ยของผลตอบแทนทางเศรษฐกิจการใช้แรงงานในครัวเรือนและจากการลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เท่ากับ 14.57 บาทต่อชั่วโมงและร้อยละ 56.33 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์บ่งชี้ว่า ต้นทุนทางการตลาดและกำไรโดยเฉลี่ยของพ่อค้าคนกลางคิดเป็นร้อยละ 3.65 และร้อยละ 22.12 ของราคาที่ผู้บริโภคจ่ายตามลำดับ ส่วนผลจากการสำรวจผู้บริโภคแสดงให้เห็นว่า คุณภาพของสินค้าเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อของผู้บริโภค จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแสดงให้เห็นว่า กลุ่มแม่บ้านมีศักยภาพสูงในการปรับเพิ่มการดำเนินงานของกลุ่มโดยอาศัยกลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งและโอกาสมาเป็นแนวในการปฏิบัติ ในขณะที่หลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของกลุ่ม ข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการศึกษาโดยรวมคือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรควรให้ความสนใจในเรื่องคุณภาพสินค้าและการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป นอกจากนี้กลุ่มควรเพิ่มช่องทางการตลาดโดยผ่านเครือข่ายของโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของรัฐ

สาวิตรี แก้วแสงใจ (2548) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิต การตลาดและการประเมินผลการดำเนินงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่ง ตำบลบ้านตาล อำเภอสอด จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตและช่องทางการตลาด การประเมินผลการดำเนินงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่ง ผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่งสามารถจำแนกได้เป็น 2 ประเภทคือ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจาก

ฝ้ายที่ทำจากเส้นฝ้ายย้อมสีธรรมชาติและย้อมสีสังเคราะห์โดยร้อยละ 99.88 ของต้นทุนทั้งหมด เป็นต้นทุนผันแปรซึ่งประกอบด้วยต้นทุนที่สำคัญคือ ค่าเส้นฝ้ายและค่าแรงงาน และร้อยละ 0.12 ของต้นทุนทั้งหมดเป็นต้นทุนคงที่ ส่วนค่าเฉลี่ยของผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการใช้แรงงานในครัวเรือนและจากการลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เท่ากับ 10.85 บาทต่อชั่วโมงและร้อยละ 40.63 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์พบว่า ต้นทุนทางการตลาดและกำไรโดยเฉลี่ยของพ่อค้าคนกลางคิดเป็นร้อยละ 42.97 และร้อยละ 1.92 ของราคาสำหรับผู้บริโภคจ่ายตามลำดับ ผลจากการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อหัตถกรรมจากฝ้ายพบว่า เกณฑ์ในการเลือกซื้อที่สำคัญของผู้บริโภคคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังพบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในการกำหนดราคาและตัวผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก ส่วนช่องทางการตลาดและการส่งเสริมการขายผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนทางด้านการวิเคราะห์ถึงการค้าเนินงานของกลุ่มโดยใช้ตัวชี้วัดทั้ง 4 ด้านคือ สภาวะแวดล้อม ปัจจัยเข้า กระบวนการและปัจจัยออกพบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่ง ประสบความสำเร็จในระดับสูง ทางด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่ง พบว่า ทางกลุ่มได้อาศัยกลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งและโอกาสของกลุ่มมาเป็นแนวในการปฏิบัติ ในขณะที่หลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของกลุ่ม เพื่อที่จะได้บรรลุถึงการดำเนินงานที่ดีขึ้นของกลุ่ม

วัลยา รักสกุลกานต์ (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่องการวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิต การตลาด และการประเมินผลการดำเนินงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มแม่บ้านดอยแก้ว จังหวัดเชียงใหม่โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต ช่องทางการตลาด การประเมินผลการดำเนินงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้ว ตำบลดอยแก้ว อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้วสามารถจำแนกได้ 2 ประเภทคือ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายที่ทำจากเส้นฝ้ายย้อมสีธรรมชาติและย้อมสีสังเคราะห์โดยร้อยละ 99.80 ของต้นทุนทั้งหมด เป็นต้นทุนผันแปรซึ่งประกอบด้วยต้นทุนที่สำคัญคือ ค่าเส้นฝ้ายและค่าแรงงาน และร้อยละ 0.20 ของต้นทุนทั้งหมดเป็นต้นทุนคงที่ ส่วนค่าเฉลี่ยของผลตอบแทนทางเศรษฐกิจการใช้แรงงานในครัวเรือน การลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เท่ากับ 18.53 บาทต่อชั่วโมงและร้อยละ 158.26 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์พบว่า ต้นทุนทางการตลาดและกำไรโดยเฉลี่ยของพ่อค้าคนกลางคิดเป็นร้อยละ 1.75 และร้อยละ 18.53 ของราคาสำหรับผู้บริโภคจ่ายตามลำดับ ผลจากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคพบว่า เกณฑ์ในการเลือกซื้อที่สำคัญมากที่สุดของผู้บริโภคคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้บริโภคมีความพึง

พอใจอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนด้านการวิเคราะห์ถึงผลการดำเนินงานของกลุ่มพบว่า กลุ่มประสบความสำเร็จในระดับสูง โดยจะเห็นได้จากกลุ่มมีสถานะแวดล้อม กระบวนการ และปัจจัยออกที่เอื้อต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูง ส่วนปัจจัยเข้านั้นเอื้อต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับปานกลาง ทางด้านการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคพบว่า ทางกลุ่มได้อาศัยกลยุทธ์ที่เป็นจุดแข็งและโอกาสของกลุ่มมาเป็นแนวในการปฏิบัติ ในขณะที่หลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของกลุ่ม เพื่อที่จะทำให้กลุ่มทอผ้าบ้านคอยแก้วมีผลการดำเนินงานที่ดีขึ้น

จินตนา จารุเสมา(2550) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การวิเคราะห์การดำเนินงานและจัดทำแผนธุรกิจของกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านหนองบัวแดงผู้ผลิตกันท์หัตถกรรมจากฝ้าย จังหวัดชัยภูมิ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ต้นทุนการผลิต ช่องทางการตลาด การประเมินผลการดำเนินงาน ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่ม เพื่อจัดทำแผนธุรกิจของกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านหนองบัวแดง ตำบลหนองบัวแดง อำเภอหนองบัวแดง จังหวัดชัยภูมิ ผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายที่ผลิตโดยกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านหนองบัวแดงนั้น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเส้นฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ที่สำคัญของกลุ่ม ได้แก่ ผ้าอเนกประสงค์ ผ้าชิ้นโบราณ ผ้าคลุมไหล่ และกางเกงเล โดยร้อยละ 99.81 ของต้นทุนทั้งหมด เป็นต้นทุนผันแปร ซึ่งประกอบด้วยต้นทุนที่สำคัญคือค่าเส้นฝ้ายและค่าแรงงาน และร้อยละ 0.19 ของต้นทุนทั้งหมดเป็นต้นทุนคงที่ ส่วนค่าเฉลี่ยของผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการใช้แรงงานในครัวเรือนและการลงทุนในการผลิตผลิตภัณฑ์เท่ากับ 6.63 บาทต่อชั่วโมง และร้อยละ 15.31 ตามลำดับ ผลการวิเคราะห์ช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์พบว่า ต้นทุนทางการตลาดและกำไรโดยเฉลี่ยของพ่อค้าคนกลางคิดเป็นร้อยละ 2.83 และร้อยละ 32.57 ของราคาที่ผู้บริโภคจ่ายตามลำดับ ผลจากการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อหัตถกรรมจากฝ้ายพบว่า เกณฑ์ในการเลือกซื้อที่สำคัญของผู้บริโภคคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก การกำหนดราคา ช่องทางการตลาดและการส่งเสริมการขายอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนทางด้านการวิเคราะห์ถึงผลการดำเนินงานของกลุ่มพบว่าประสบความสำเร็จในระดับสูง โดยจะเห็นได้จากกลุ่มมีสถานะแวดล้อม ปัจจัยเข้า กระบวนการและปัจจัยออกที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จในระดับสูง การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่มพบว่า ทางกลุ่มได้อาศัย กลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งและโอกาสของกลุ่มมาเป็นแนวในการปฏิบัติ ในขณะที่หลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นจุดอ่อนและอุปสรรคของกลุ่ม เพื่อที่จะให้กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านหนองบัวแดงมีผลการดำเนินงานที่ดีและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

จากการตรวจเอกสารที่เกี่ยวข้อง ทำให้ผู้ศึกษาได้ทราบถึงวิธีการวิเคราะห์ ต้นทุนและผลตอบแทน โอกาสทางการตลาดของสินค้าหัตถกรรมประเภทต่าง ๆ ของแต่ละเอกสาร ทำให้ทราบถึงการกำหนดองค์ประกอบของตัวแปรหลักในแต่ละด้านในการประเมินผลของแบบจำลองชิปปี้ และการวิเคราะห์ SWOT เป็นแนวทางการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ และความล้มเหลวของเกษตรกรในการรวมกลุ่มของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา เพื่อให้ผู้ศึกษาสามารถนำการตรวจเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องนี้ มาปรับใช้ในวิทยานิพนธ์ของตนเองได้

ทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

แนวคิดทฤษฎีต้นทุนและผลตอบแทน

1. โครงสร้างต้นทุนการผลิตทางเศรษฐศาสตร์

ต้นทุนการผลิต (Cost of Production) หมายถึง ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในขบวนการผลิต เช่น ค่าปัจจัยต่าง ๆ ตลอดจนค่าบริการในขบวนการผลิตระยะสั้น ต้นทุนทั้งหมดประกอบด้วย ต้นทุน 2 ประเภท คือ (สรันย์ วรรณจักริยา, 2539: 17-19)

1.1 ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายที่ไม่เปลี่ยนแปลงในช่วงที่พิจารณา แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงปริมาณกิจกรรมไปในทางเพิ่มขึ้นหรือลดลงก็ตาม ส่วนต้นทุนคงที่ต่อหน่วยจะลดลงเมื่อปริมาณกิจกรรมสูงขึ้นและจะเพิ่มขึ้นเมื่อปริมาณกิจกรรมลดลง

1.2 ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) หมายถึง ค่าใช้จ่ายซึ่งมีจำนวนรวมเปลี่ยนแปลงขึ้นลงเป็นอัตราส่วนโดยตรงกับปริมาณกิจกรรม

ซึ่งนอกจากนี้ยังแบ่งต้นทุนออกเป็นต้นทุนที่เป็นตัวเงินและต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน ต้นทุนที่เป็นตัวเงิน คือ ค่าใช้จ่ายต่าง ๆ ที่ผู้ผลิตจ่ายจริงทั้งที่เป็นเงินสดและเงินเชื่อในการซื้อปัจจัยการผลิต ส่วนต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน คือ ค่าใช้จ่ายที่ผู้ผลิตไม่ได้จ่ายไปจริงเป็นเงินสดหรือเงินเชื่อ แต่เป็นการประเมินค่าปัจจัยการผลิตต่าง ๆ ตามราคาของสินค้าหรืออัตรากำลังในท้องถิ่นที่เกิดขึ้น เช่น ค่าเสื่อม และค่าเสียโอกาสของปัจจัยต่าง ๆ ของผู้ประกอบการ ค่าแรงงานในครัวเรือน เป็นต้น

2. ผลตอบแทน

2.1 รายได้ หมายถึง รายรับที่เกษตรกรได้รับจากการประกอบอาชีพโดยเฉพาะอย่างยิ่ง รายได้ที่เกิดจากการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

2.2 กำไร หมายถึง ผลตอบแทนที่เกษตรกรจะได้รับหลังจากหักค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นทั้งหมด ซึ่งเป็นผลตอบแทนจากการที่เกษตรกรลงทุนลงแรงไปในการผลิตผลิตภัณฑ์จากฝ้าย

แนวคิดทางการตลาด

วิธีการตลาด (Marketing Channel) เป็นการศึกษาถึงการเคลื่อนย้ายสินค้าจากผู้ผลิตไปสู่ ผู้ค้าประเภทใด และผู้ค้าแต่ละประเภทได้รับในปริมาณเท่าใดก่อนที่จะถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยปกติแสดงปริมาณในรูปร้อยละ ซึ่งวิธีการตลาดจะแสดงถึงลักษณะการกระจายจากผู้ผลิตถึง ผู้บริโภคในที่สุด

ส่วนเหลือการตลาด (Marketing Margin) หมายถึง ความแตกต่างระหว่างราคาสำหรับผู้บริโภค จ่ายและราคาจากผู้ผลิตได้รับ ส่วนเหลือการตลาดประกอบด้วย 2 ส่วนด้วยกัน คือ ต้นทุนในการ ดำเนินการตลาดและกำไรของผู้ค้า (สมคิด ทักษิณวิสุทธิ, 2543: 157-161)

อัจจิมา เสริมฐนุตร และคณะ (2544) ได้เสนอแนวคิดของช่องทางการตลาดไว้ว่า ลักษณะ ช่องทางการตลาดนั้นขึ้นอยู่กับจำนวนของระดับช่องทางการตลาดโดยช่องทางการตลาดจะเริ่มจาก ผู้ผลิตซึ่งเป็นเจ้าของหรือผู้รับผิดชอบต่อการขาย ความยาวช่องทางการตลาดขึ้นอยู่กับประเภทของ สมาชิกในช่องทางการตลาดนั้น ๆ โดยลักษณะของช่องทางการตลาดแบบต่าง ๆ มีดังนี้

- 2 ระดับ ผู้ผลิต → ผู้บริโภค
- 3 ระดับ ผู้ผลิต → พ่อค้าปลีก → ผู้บริโภค
- 4 ระดับ ผู้ผลิต → พ่อค้าส่ง → พ่อค้าปลีก → ผู้บริโภค
- 5 ระดับ ผู้ผลิต → พ่อค้าส่ง → พ่อค้าส่งย่อย → พ่อค้าปลีก → ผู้บริโภค

ส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix-4P's) ส่วนผสมการตลาดนี้จะถูกสร้างขึ้นโดยคำนึงถึงความจำเป็นและความต้องการของตลาดส่วนต่างๆ เพื่อให้บรรลุถึงวัตถุประสงค์ทางการตลาด เป็นการตอบสนองและสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ให้กับผู้บริโภคด้วยมีองค์ประกอบดังนี้ (อคุลย์ จาตุรงค์กุล, 2541: 83-87)

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) ซึ่งประกอบด้วยตัวผลิตภัณฑ์ บริการที่ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ ตรายี่ห้อและหีบห่อ ซึ่งจะต้องสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพื่อที่จะสามารถออกสินค้าและบริการที่เหมาะสมกับความต้องการของผู้บริโภค

2. ราคา (Price) เป็นการผสมหรือการรวมระหว่างราคาเบื้องต้น (Basic Price) ตัวปรับราคาสินเชื่อ ข้อตกลงเกี่ยวกับการถือครองและการขนส่งสินค้า ส่วนผสมทางด้านราคาจะแตกต่างกันไปแล้วแต่ข้อเสนอของแต่ละบริษัทและเป็นราคาสำหรับผู้บริโภคยินดีจ่าย

3. การจัดจำหน่าย (Place) เป็นส่วนผสมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Marketing Channels) เครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการจัดเก็บรักษาสินค้า (Storage Facilities) วิธีการควบคุมสินค้าคงคลังและเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ในการส่งสินค้า ความสะดวกในการซื้อหาเพื่อให้เกิดอรรถประโยชน์ทางด้านเวลาและสถานที่

4. การส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อทำการแจ้งข่าวสารและชักชวนสมาชิกของตลาดส่วนที่เป็นเป้าหมาย ซึ่งเป็นการผสมผสานกันระหว่างโฆษณา การเสนอขายโดยใช้พนักงาน การส่งเสริมการขายและกิจกรรมต่าง ๆ ทางด้านการประชาสัมพันธ์ เพื่อจะนำไปสู่การตอบสนองความพอใจให้แก่วัตถุประสงค์ของระบบการซื้อและการขาย

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผลและการใช้สอยผลิตภัณฑ์และบริการ ซึ่งคาดว่าสนองความต้องการของผู้บริโภค (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541: 64)

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค (Analyzing Consumer Behavior) เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อและการใช้ของผู้บริโภค

ตัวชี้วัดพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นพฤติกรรมที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้าและบริการ (ผลิตภัณฑ์) โดยผ่านกระบวนการแลกเปลี่ยนที่บุคคลต้องมีการตัดสินใจทั้งก่อนและหลังการกระทำ โดยบุคคลที่จะถือว่าเป็นผู้บริโภคคือ บุคคลผู้ซึ่งมีสิทธิในการได้มาและใช้ไปของสินค้าและบริการที่ได้มีการเสนอขายโดยสถาบันทางการตลาด (สุกร เสรีรัตน์, 2545: 7)

พฤติกรรมการบริโภคเกี่ยวกับสาเหตุการใช้ เกณฑ์การพิจารณาเลือกซื้อ ตลอดจนความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้ผลิตภัณฑ์ โดยจะใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลของการศึกษาถึงพฤติกรรมผู้บริโภคด้านความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย จะเน้นที่ส่วนผสมทางการตลาด (4P's) คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้จะใช้มาตรวัดของลิเคิร์ต (Likert Scale) ซึ่งผู้ที่สร้างมาตรวัดอันนี้คือ R.A. Likert โดยเป็นการอาศัยหลักการวัดค่ารวม (Summative Scale) มาตรวัดทัศนคติของลิเคิร์ตเป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุดวิธีหนึ่ง เพราะง่ายกว่าวิธีการอื่น ๆ วิธีการของลิเคิร์ตนั้นมีคุณสมบัติของการวัดในด้านความเป็นมิติเดียว (Unidimensionality) กล่าวคือ ข้อความต่าง ๆ ที่นำมาประกอบกันเพื่อใช้วัดความคิดเห็นในแต่ละด้านของเรื่องที่ต้องการศึกษานั้น ต้องเป็นข้อความที่ใช้วัดในเรื่องเดียวกัน (เพ็ญแข แสงแก้ว, 2540: 80) โดยมีรายละเอียดของการให้คะแนนสำหรับคำถามมีดังนี้

ผู้ตอบเลือกตอบความพึงพอใจมากที่สุด	5	คะแนน
ผู้ตอบเลือกตอบความพึงพอใจมาก	4	คะแนน
ผู้ตอบเลือกตอบความพึงพอใจปานกลาง	3	คะแนน
ผู้ตอบเลือกตอบความพึงพอใจน้อย	2	คะแนน
ผู้ตอบเลือกตอบความพึงพอใจน้อยที่สุด	1	คะแนน

ซึ่งในการทดสอบระดับความพึงพอใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายใช้วิธีการ
คำนวณค่าถ่วงน้ำหนักคะแนนเฉลี่ย (Weight Mean Score: WMS) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้
(อังกัวรา สวนศิลป์พงศ์, 2545: 39-40)

$$WMS = \frac{5f_1 + 4f_2 + 3f_3 + 2f_4 + 1f_5}{TNR}$$

กำหนดให้	WMS =	น้ำหนักค่าคะแนนเฉลี่ยของความพึงพอใจ
	f_1 =	จำนวนความถี่ที่ระบุว่าความพึงพอใจมากที่สุด
	f_2 =	จำนวนความถี่ที่ระบุว่าความพึงพอใจมาก
	f_3 =	จำนวนความถี่ที่ระบุว่าความพึงพอใจปานกลาง
	f_4 =	จำนวนความถี่ที่ระบุว่าความพึงพอใจน้อย
	f_5 =	จำนวนความถี่ที่ระบุว่าความพึงพอใจน้อยที่สุด
	TNR =	จำนวนตัวอย่างหรือจำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

การแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ยจะใช้เกณฑ์มาตรฐาน เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับค่าคะแนนที่
คำนวณได้ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00	=	ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20	=	ระดับความพึงพอใจมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40	=	ระดับความพึงพอใจปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60	=	ระดับความพึงพอใจน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80	=	ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนอันตรภาคชั้น}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5} = 0.8$$

แบบจำลองชิปปี้ (CIPP Model)

อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม (2546) ได้กล่าวถึงแบบจำลองชิปปี้ไว้ดังนี้

CIPP เป็นรูปแบบการประเมินที่เน้นการตัดสินใจรูปแบบหนึ่งที่นิยมใช้กันอย่างกว้างขวาง ซึ่งนำเสนอโดย แดเนียล แอล สตัฟเฟิลบีม (Dancil L. Stufflebeam) ที่เรียกกันทั่วไปว่า ชิปปี้โมเดล (CIPP Model) เป็นการประเมินที่เป็นกระบวนการต่อเนื่อง โดยมีจุดเน้นสำคัญเพื่อหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจบริหารโครงการอย่างต่อเนื่อง คำว่า CIPP ย่อมาจากคำว่า Context (บริบท หรือสภาพแวดล้อม) Input (ปัจจัยเบื้องต้น) Process (กระบวนการ) และ Product (ผลผลิต) รูปแบบของการประเมินนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อรวบรวมข้อมูลหรือสารสนเทศเพื่อนำไปใช้ในการตัดสินใจหาทางเลือกที่เหมาะสม ในการประเมินนั้นมุ่งประเมินสิ่งต้องการประเมิน 4 ประการด้วยกันคือ 1. สภาพแวดล้อม 2. ปัจจัยนำเข้าเพื่อออกแบบโครงการ 3. กระบวนการ เพื่อประเมินขั้นตอนในการดำเนินการตามโครงการ 4. ผลผลิต เพื่อประเมินผลสัมฤทธิ์ตามโครงการ การประเมินด้านต่าง ๆ ดังกล่าว

1. การประเมินบริบทหรือสิ่งแวดล้อมเป็นรูปแบบพื้นฐานของการประเมินทั่ว ๆ ไป เพื่อให้ได้มาซึ่งเหตุผล ช่วยในการกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยจะเน้นในด้านความสัมพันธ์เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ความต้องการ และเงื่อนไขที่เป็นจริงต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อม ช่วยในการวินิจฉัยปัญหาให้ได้ข้อมูลพื้นฐานที่จะเป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ

2. การประเมินปัจจัยเข้า เป็นการจัดหาข้อมูลเพื่อใช้ในการตัดสินใจความเหมาะสมของแผนงานต่าง ๆ ที่จัดขึ้น โดยดูว่าข้อมูลนั้นจะมีส่วนช่วยให้บรรลุจุดมุ่งหมายของโครงการหรือไม่ ซึ่งมักจะประเมินในด้านต่าง ๆ คือ

2.1 ความสามารถของหน่วยงานหรือตัวแทนในการจัดการโครงการ

2.2 ยุทธวิธีที่ใช้ในการบรรลุวัตถุประสงค์ของโครงการ

2.3 การได้รับความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยให้โครงการดำเนินไปได้ เช่น หน่วยงานที่จะช่วยเหลือ เวลา เงินทุน อาคารสถานที่ อุปกรณ์ เครื่องมือ

3. การประเมินกระบวนการ การประเมินกระบวนการมีวัตถุประสงค์ใหญ่ อยู่ 3 ประการคือ

3.1 เพื่อหาและทำนายข้อบกพร่องของกระบวนการ หรือการดำเนินงานขั้นตอนที่วางไว้

3.2 เพื่อรวบรวมสารสนเทศสำหรับผู้ตัดสินใจวางแผน

3.3 เพื่อเป็นการรายงานสะสมถึงการปฏิบัติต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น

4. การประเมินผลผลิต มีจุดมุ่งหมายเพื่อวัดและแปลความหมายของความสำเร็จไม่เฉพาะเมื่อสิ้นสุดวัฏจักรของโครงการเท่านั้น แต่ยังมีความจำเป็นอย่างยิ่งในระหว่างการปฏิบัติตามโครงการด้วย ระเบียบวิธีทั่ว ๆ ไปของการประเมินผลผลิตจะรวมถึงต่าง ๆ ต่อไปนี้ไว้เข้าด้วยกันคือการดูว่าการกำหนดวัตถุประสงค์นั้นนำไปใช้ได้หรือไม่ เหนือในการวัดสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการทำกิจกรรมคืออะไร การเปรียบเทียบผลที่ได้กับมาตรฐานที่กำหนดไว้ก่อน และทำการแปลความหมายของเหตุที่เกิดขึ้นโดยอาศัยจากรายงานการประเมินสภาพแวดล้อม ปัจจัยนำเข้า และกระบวนการร่วมด้วย

ดังนั้นสามารถกล่าวโดยสรุปได้ว่า แบบจำลอง CIPP มุ่งประเมินใน 4 ด้าน ได้แก่

1. การประเมินสถานะแวดล้อม เป็นการประเมินเพื่อพิจารณาหลักการและเหตุผลความจำเป็นที่ต้องดำเนินโครงการ และความเหมาะสมของเป้าหมายโครงการ

2. การประเมินปัจจัยนำเข้า เป็นการประเมินเพื่อพิจารณาความเหมาะสมของความพอเพียงของทรัพยากร อาทิเช่น จำนวนคน งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ รวมทั้งเทคโนโลยี และแผนการของการดำเนินโครงการ

3. การประเมินกระบวนการ เป็นการประเมินเพื่อหาข้อบกพร่องของกระบวนการดำเนินการที่จะใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนาแก้ไข ปรับปรุงให้การดำเนินการต่อไปมีประสิทธิภาพมากขึ้น

4. การประเมินผลผลิต เป็นการประเมินเพื่อเปรียบเทียบผลผลิตที่เกิดขึ้นกับจุดประสงค์ของโครงการ

การประเมินแบบ CIPP เป็นการประเมินที่ครอบคลุมองค์ประกอบของระบบทั้งหมด ซึ่งผู้ประเมินจะต้องกำหนดวัตถุประสงค์ของการประเมินที่ครอบคลุมทั้ง 4 ด้าน กำหนดประเด็นของตัวแปรหรือชี้วัด กำหนดแหล่งข้อมูลผู้ให้ข้อมูล กำหนดเครื่องมือการประเมิน วิธีการที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล กำหนดแนวทางการวิเคราะห์ข้อมูล และเกณฑ์การประเมินที่ชัดเจน หากผู้ประเมินวางแผนและดำเนินการประเมินอย่างเป็นระบบและเหมาะสมก็จะให้การประเมินตามแผนและโครงการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ใช้ตัวชี้วัด คำนวณวัดขององค์ประกอบของตัวแปรหลัก มาตรวัด และเกณฑ์ชี้วัด ของอมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม ซึ่งได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การประเมินผลกลุ่มหัตถกรรมภาคใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช ปี พ.ศ. 2546 โดยรายละเอียดของตัวชี้วัดและคำนวณวัดของตัวแปรหลักที่ใช้ในการประเมินผลกลุ่มหัตถกรรมสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตัวแปรหลัก องค์ประกอบตัวแปรหลัก ตัวชี้วัด และค่าหน่วยวัด

ตัวแปรหลัก	องค์ประกอบตัวแปรหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าหน่วยวัด
การประเมินบริบท (Context Evaluation)	• สภาวะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน (Econ)	• การมีอาชีพหลักของคนในชุมชน (EC ₁)	0 = มีจำนวนน้อย
		• การไปทำงานต่างถิ่นของคนในชุมชน (EC ₂)	1 = มีจำนวนปานกลาง
		• การมีที่ดินทำกินเป็นของตนเองของคนในชุมชน (EC ₃)	2 = มีจำนวนมาก
	• สภาวะการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต (Group)	• การเคยมีการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต (G ₁)	0 = ไม่เคยมี 1 = เคยมี
		• ระยะเวลาตั้งแต่การเริ่มมีการรวมกลุ่มหัตถกรรม ครั้งแรกจนถึงปัจจุบัน (G ₂)	จำนวน
		• จำนวนสมาชิกกลุ่มอาชีพหัตถกรรมเมื่อแรกตั้ง เปรียบเทียบกับจำนวนสมาชิกกลุ่มอาชีพหัตถกรรม ในปัจจุบัน (G ₃)	อัตราส่วน
	• สภาวะการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต	• การมีความต้องการการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรม ของกลุ่ม (D)	0 = ไม่ต้องการ 1 = ต้องการ

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปรหลัก	องค์ประกอบตัวแปรหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าหน่วยวัด
• ความคุ้นเคยรู้จักกันของสมาชิก (Friendship)	• ชาวบ้านได้มีการพบปะอย่างสม่ำเสมอ ในงานบุญต่าง ๆ ของชุมชน เช่น ทอดกฐิน ผ้าป่า งานวัด เป็นต้น (F_1) • นอกจากการพบปะกันที่วัดแล้วชาวบ้านยังมีการไปชุมนุม • เมื่อเว้นว่างจากงานแล้วชาวบ้านมักอยู่กันตามลำพังไม่ค่อยมีโอกาสสนทนาพูดคุยกัน (F_2) • หากมีคนนอกหมู่บ้านถามถึงคนใดคนหนึ่งหมู่บ้าน • ชาวบ้านสามารถบอกได้ว่าเป็นลูกเต้าเหล่าใคร (F_3) • ในละแวกบ้านใกล้เคียงภายในหมู่บ้านท่านชาวบ้านยังรู้จักสนิทสนมกันดี (F_4)		0 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง
			1 = ไม่เห็นด้วย
			2 = เห็นด้วย
			3 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง
• ความสะดวกของการคมนาคม เข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม (Infra)	• สภาพของถนนที่เข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม (R_1) • ระยะทางจากถนนสายหลักเข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม (R_2)		0 = สภาพของถนนไม่ดี
			1 = สภาพของถนนดี
			2 = สภาพของถนนดีมาก
			0 = ที่ทำการกลุ่มตั้งอยู่บนถนนสายหลัก
			1 = ระยะทางจากถนนสายหลักเข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม 1-10 ก.ม.
			2 = ระยะทางจากถนนสายหลักเข้าสู่ที่ทำการมากกว่า 10 ก.ม.

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปรหลัก	องค์ประกอบตัวแปรหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าหน่วยวัด
ปัจจัยเข้า (Input)	• สมาชิกกลุ่ม (Member)	• ความเพียงพอของจำนวนสมาชิกกลุ่ม (ME_1)	0 = ไม่เพียงพอ 1 = เพียงพอ
		• ระดับทักษะของสมาชิกในการทำผลิตภัณฑ์ (ME_2)	0 = กลุ่มสมาชิกที่มีระดับทักษะในการทำผลิตภัณฑ์ในระดับดีน้อยกว่าร้อยละ 50 1 = กลุ่มสมาชิกที่มีระดับทักษะในการทำผลิตภัณฑ์ในระดับดีมากกว่าร้อยละ 50
	• เงินทุนดำเนินงานของกลุ่ม (Fund)	• ความเพียงพอของเงินทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม (FU_1)	0 = ไม่เพียงพอ 1 = เพียงพอ
		• การได้รับการสนับสนุนด้านการเงินทุนจากหน่วยงานของภาครัฐและ/หรือองค์กรเอกชน (FU_2)	0 = ไม่เคยได้รับการสนับสนุน 1 = ไม่เคยได้รับการสนับสนุน
	• วัตถุดิบ (Raw Material)	• ความเพียงพอของวัตถุดิบภายในท้องถิ่น (RM_1)	0 = ไม่เพียงพอ 1 = เพียงพอ
		• คุณภาพของวัตถุดิบภายในท้องถิ่น (RM_2)	0 = คุณภาพไม่ดี 1 = คุณภาพดี
		• การเคยได้รับการสนับสนุนด้านการวัตถุดิบจากหน่วยงานของภาครัฐและ/หรือองค์กรเอกชน (RM_3)	0 = ไม่เคยได้รับการสนับสนุน 1 = เคยได้รับการสนับสนุน

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปรหลัก	องค์ประกอบตัวแปรหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าหน่วยวัด
ปัจจัยเข้า (Input)	• เครื่องมือเครื่องใช้ (Tools)	• คุณภาพของเครื่องมือเครื่องใช้ (T_1)	0 = คุณภาพไม่ดี 1 = คุณภาพดี
		• ความเพียงพอของเครื่องมือเครื่องใช้ (T_2)	0 = ไม่เพียงพอ 1 = เพียงพอ
		• การได้รับการสนับสนุนด้านการเงินทุนจากหน่วยงานของภาครัฐและ/หรือองค์กรเอกชน (T_3)	0 = ไม่เคยได้รับการสนับสนุน 1 = เคยได้รับการสนับสนุน
	• อาคารและสถานที่หรือที่ทำการกลุ่ม (Place)	• การมีอาคารสถานที่เฉพาะเพื่อการดำเนินงานของกลุ่ม (P_1)	0 = ไม่มีอาคารสถานที่เฉพาะ 1 = มีอาคารสถานที่เฉพาะ
		• อาคารสถานที่มีขนาดเหมาะสมกับความต้องการใช้ของสมาชิกกลุ่ม (P_2)	0 = ขนาดไม่เหมาะสม 1 = ขนาดเหมาะสม
		• อาคารสถานที่มีจำนวนเพียงพอกับการดำเนินงานของกลุ่ม (P_3)	0 = จำนวนไม่เพียงพอ 1 = จำนวนเพียงพอ
		• การเคยได้รับการสนับสนุนด้านอาคารสถานที่ ที่ทำการกลุ่มจากหน่วยงานของภาครัฐ และ/หรือองค์กรเอกชน (P_4)	0 = ไม่เคยได้รับการสนับสนุน 1 = เคยได้รับการสนับสนุน

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปรหลัก	องค์ประกอบตัวแปรหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าหน่วยวัด
กระบวนการ (Process)	• การบริหารกลุ่ม (Management)	• การมีประธานหรือหัวหน้ากลุ่ม (M_1) • การมีการเลือกคณะกรรมการดำเนินงาน (M_2) • การมีการกำหนดระเบียบเป็นลายลักษณ์อักษร เกี่ยวกับการดำเนินงาน (M_3) • การมีการชี้แจงการดำเนินงานกลุ่มแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ (M_4) • การมีการจัดทำบัญชีรายรับ-รายจ่ายในกลุ่ม (M_5) • การมีการจัดสรรผลประโยชน์/ผลกำไรที่ได้จากการรวมกลุ่มอาชีพ (M_6) • การประชุมกลุ่มแต่ละครั้งมีสมาชิกเข้าร่วมประชุมเกินกว่าร้อยละ 60 (M_7)	0 = ไม่มี 1 = มี
	• ความเป็นผู้นำของประธาน กลุ่ม (Leadership)	• ผู้นำกลุ่มเป็นผู้ริเริ่มให้มีการรวมกลุ่มอาชีพ (L_1) • การทำกิจกรรมใหม่ๆ ส่วนใหญ่เกิดจากผู้นำกลุ่ม (L_2) • ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในกลุ่ม ประธานกลุ่มให้สมาชิกมีโอกาสร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เสนอ (L_3) • ผู้นำกลุ่มสามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ (L_4) • ผู้นำกลุ่มร่วมรับฟังความคิดเห็นของสมาชิก (L_5) • เมื่อกลุ่มมีปัญหาผู้นำกลุ่มสามารถช่วยแก้ปัญหาได้ (L_6) • ผู้นำกลุ่มมีความมุ่งมั่นที่จะทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ (L_7) • ผู้นำกลุ่มมีความรู้ความสามารถในการทำผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม (L_8)	0 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1 = ไม่เห็นด้วย 2 = เห็นด้วย 3 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปรหลัก	องค์ประกอบตัวแปรหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าหน่วยวัด
กระบวนการ (Process)	การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม (Cooperation)	- สมาชิกเข้าร่วมทุกครั้งที่มีการประชุม (C_1) - ทุกครั้งที่กลุ่มมีปัญหา สมาชิกกลุ่มร่วมกันให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ (C_2) - เมื่อมีการลงคะแนนเสียงภายในกลุ่ม สมาชิกมีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอ (C_3) - สมาชิกกลุ่มเข้าร่วมพบปะสังสรรค์พูดคุยกับสมาชิกท่านอื่นอย่างสม่ำเสมอ (C_4) - มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกกลุ่มด้วยกันเองอย่างสม่ำเสมอ (C_5) - สมาชิกกลุ่มช่วยกลุ่มจัดหาตลาดสำหรับจำหน่ายผลผลิตของกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ (C_6)	0 = ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง 1 = ไม่เห็นด้วย 2 = เห็นด้วย 3 = เห็นด้วยอย่างยิ่ง
ปัจจัยออก (Output)	ผลประโยชน์ที่สมาชิกกลุ่มได้รับ (Benefit)	- การได้รับรายได้เพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิก (B_1) - กลุ่มได้จัดสรรผลประโยชน์จากกิจกรรมให้แก่สมาชิก (B_2) - กลุ่มมีการจัดสวัสดิการให้แก่สมาชิก (B_3)	0 = ไม่ได้รับรายได้ที่เพิ่มขึ้น 1 = ได้รับรายได้ที่เพิ่มขึ้น 0 = จัดสรรอย่างไม่เสมอภาคและไม่เป็นธรรม 1 = จัดสรรอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม 0 = ไม่มีการจัดสวัสดิการให้แก่สมาชิก 1 = มีการจัดสวัสดิการให้แก่สมาชิก

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ตัวแปรหลัก	องค์ประกอบตัวแปรหลัก	ตัวชี้วัด	ค่าหน่วยวัด
ปัจจัยออก (Output)	• ผลิภัณฑ์ของกลุ่ม (Product)	• ผลิภัณฑ์ของกลุ่มมีการพัฒนารูปแบบอย่างสม่ำเสมอ (PR_1)	0 = ไม่มีการพัฒนารูปแบบอย่าง สม่ำเสมอ 1 = มีการพัฒนารูปแบบอย่าง สม่ำเสมอ
		• ผลิภัณฑ์ของกลุ่มได้รับการยอมรับและ เป็นที่ต้องการของ ตลาด (PR_2)	0 = ผลิภัณฑ์ของกลุ่มไม่ได้รับการ ยอมรับและ ไม่เป็นที่ต้องการของ ตลาด 1 = ผลิภัณฑ์ของกลุ่มได้รับ การยอมรับและ เป็นที่ต้องการของ ตลาด

ที่มา: อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม (2546)

ส่วนมาตรวัดและเกณฑ์ชี้วัดในการประเมินผลของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย จะแบ่งการประเมินผลเป็น 4 ส่วน ได้แก่ การประเมิน บริบทของกลุ่ม การประเมินปัจจัยเข้าของกลุ่ม การประเมินกระบวนการของกลุ่ม และการประเมิน ปัจจัยออกของกลุ่ม จากรายละเอียดของตัวแปรหลัก องค์ประกอบของตัวแปรหลัก ตัวชี้วัดและ ค่าหน่วยวัดขององค์ประกอบของตัวแปรหลักในการประเมิน ดังตารางที่ 3 ถึงตารางที่ 7 นั้น สามารถนำมาใช้สร้างมาตรวัดเพื่อการประเมินผลกลุ่มได้ 5 มาตรวัด ได้แก่ 1. มาตรวัดผลการ ประเมินบริบท (Context) 2. มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้า (Input) 3. มาตรวัดผลการประเมิน กระบวนการ (Process) 4. มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออก (Product) และ 5. มาตรวัดความสำเร็จ ของกลุ่ม (Success) ซึ่งแต่ละมาตรวัดที่สร้างขึ้นมีรายละเอียดของเกณฑ์การวัดสรุปได้ดังนี้ (อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม: 2546)

1. มาตรวัดผลการประเมินบริบท (Context)

ในการประเมินบริบทผู้ศึกษาได้แยกพิจารณาบริบทออกเป็น 5 ด้าน ได้แก่ สภาวะ ทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน สภาวะการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต ความต้องการการ รวมกลุ่มของสมาชิก ความคุ้นเคยรู้จักกันของสมาชิกกลุ่ม และความสะดวกของการคมนาคมเข้าสู่ที่ ทำการกลุ่ม ซึ่งมีรายละเอียดของเกณฑ์การชี้วัดเพื่อประเมินบริบทในแต่ละส่วนดังนี้

1.1 มาตรวัดผลการประเมินสภาวะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจชุมชน (Econ)

การประเมินสภาวะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน จะพิจารณาจากการมีอาชีพ หลักของคนในชุมชน มาตรวัดผลการประเมินสภาวะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน โดยมี รายละเอียดดังนี้

$$Econ = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^3 EC_i / 3 \right)}{n} \cdot \frac{100}{2}$$

โดยที่	EC_i	=	ตัวแปรหลักด้านเศรษฐกิจของชุมชน ลำดับที่ i
	n	=	จำนวนรวมของสมาชิกกลุ่ม
	j	=	ลำดับที่ของสมาชิกกลุ่ม; j = 1, 2..., n

ดังนั้นมาตรวัดผลการประเมินสถานะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจของชุมชนจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

1.2 มาตรวัดผลการประเมินสถานะการการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต (Group)

$$\text{Group} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^3 G_i / 3 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่	G_i	=	ตัวแปรหลักเกี่ยวกับสถานะการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีตลำดับที่ i ซึ่งมีรายละเอียดในการกำหนดค่าคะแนน ดังนี้
	G_1		มีค่าคะแนนเท่ากับ 0 เมื่อไม่เคยมีการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต มีค่าคะแนนเท่ากับ 1 เมื่อเคยมีการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต
	G_2		มีค่าคะแนนเท่ากับ 0 เมื่อระยะเวลาตั้งแต่การเริ่มมีการรวมกลุ่มอาชีพครั้งแรกจนถึงปัจจุบันน้อยกว่า 5 ปี มีค่าคะแนนเท่ากับ 1 เมื่อระยะเวลาตั้งแต่การเริ่มมีการรวมกลุ่มอาชีพครั้งแรกจนถึงปัจจุบันมากกว่าเท่ากับ 5 ปี
	G_3		มีค่าคะแนนเท่ากับ 0 เมื่ออัตราส่วนระหว่างจำนวนสมาชิกกลุ่ม เมื่อแรกตั้งเปรียบเทียบกับจำนวนสมาชิกกลุ่มในปัจจุบันน้อยกว่า 1 มีค่าคะแนนเท่ากับ 1 เมื่ออัตราส่วนระหว่างจำนวนสมาชิกกลุ่ม เมื่อแรกตั้งเปรียบเทียบกับจำนวนสมาชิกกลุ่มในปัจจุบันมากกว่าเท่ากับ 1

ดังนั้นมาตรวัดผลการประเมินสถานะการการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีตจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

1.3 มาตรการวัดผลการประเมินความต้องการรวมกลุ่มของสมาชิก (Desire)

$$\text{Desire} = \frac{\sum_{j=1}^n D_j}{n} \cdot 100$$

โดยที่ D_j = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับการมีความต้องการรวมกลุ่มอาชีพ
หัตถกรรมของสมาชิกกลุ่มคนที่ j

ดังนั้นมาตรการวัดผลการประเมินความต้องการรวมกลุ่มของสมาชิกจะมีช่วงคะแนน
ระหว่าง 0 – 100 คะแนน

1.4 มาตรการวัดผลการประเมินความคุ้นเคยรู้จักกันของสมาชิกกลุ่ม (Friendship)

$$\text{Friendship} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^5 F_i / 5 \right)}{n} \cdot \frac{100}{3}$$

โดยที่ F_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับความคุ้นเคยรู้จักกัน ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรการวัดผลการประเมินความคุ้นเคยรู้จักกันของสมาชิกกลุ่มจะมีช่วงคะแนน
ระหว่าง 0 – 100 คะแนน

1.5 มาตรการวัดผลการประเมินความสะดวกของการคมนาคมเข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม (Infra)

การประเมินความสะดวกของการคมนาคมเข้าสู่ที่ทำการกลุ่มพิจารณาจากสภาพของ
ถนนที่เข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม โดยมีรายละเอียดดังนี้

$$\text{Infra} = \frac{\sum_{j=1}^n R_j}{n} \cdot \frac{100}{2}$$

โดยที่ R_j = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับความสะดวกของการคมนาคมเข้าสู่
 ที่ทำการกลุ่มของสมาชิกกลุ่มคนที่ j

ดังนั้นมาตรวัดผลการประเมินความสะดวกของการคมนาคมเข้าสู่ที่ทำการกลุ่มจะมี
 ช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

มาตรวัดผลการประเมินบริบท คำนวณได้ดังนี้

$$\text{Context} = \left(\frac{\text{Econ} + \text{Group} + \text{Desire} + \text{Friendship} + \text{Infra}}{5} \right)$$

มาตรวัดผลการประเมินบริบทของกลุ่มจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

2. มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้า (Input)

ในการประเมินปัจจัยเข้าผู้ศึกษาได้แยกพิจารณาปัจจัยเข้าเป็น 5 ด้าน มาตรวัดผลการ
 ประเมินปัจจัยเข้าทั้ง 5 ด้านมีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

2.1 มาตรวัดผลการประเมินสมาชิกกลุ่ม (Member)

มาตรวัดผลการประเมินสมาชิกกลุ่ม จะพิจารณาจากความเพียงพอของจำนวน
 สมาชิกกลุ่ม และทักษะของสมาชิกในการผลิตผลิตภัณฑ์ ดังนี้

$$\text{Member} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^2 ME_i / 2 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ ME_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับสมาชิกกลุ่ม ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรวัดผลการประเมินสมาชิกกลุ่มจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

2.2 มาตรการผลการประเมินเงินทุนดำเนินงานของกลุ่ม (Fund)

มาตรการผลการประเมินเงินทุนดำเนินงานของกลุ่ม จะพิจารณาจากความเพียงพอของเงินทุนในการดำเนินงานของกลุ่ม และการเคยได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐและหรือองค์กรเอกชน ดังนี้

$$\text{Fund} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^2 FU_i / 2 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ FU_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับเงินทุนดำเนินงานของกลุ่ม ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรการผลการประเมินเงินทุนดำเนินงานของกลุ่มจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

2.3 มาตรการผลการประเมินวัตถุดิบ (Raw Material)

มาตรการผลการประเมินวัตถุดิบของกลุ่ม จะพิจารณาจากความเพียงพอของวัตถุดิบภายในท้องถิ่น คุณภาพของวัตถุดิบภายในท้องถิ่น และการเคยได้รับการสนับสนุนด้านวัตถุดิบจากหน่วยงานภาครัฐและหรือองค์กรเอกชน ดังนี้

$$\text{Raw Material} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^3 RM_i / 3 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ RM_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับวัตถุดิบ ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรการผลการประเมินวัตถุดิบจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

2.4 มาตรการผลการประเมินวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ (Tools)

มาตรการผลการประเมินวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ จะพิจารณาจากคุณภาพของวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ ความเพียงพอของวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ และการเคยได้รับการสนับสนุนด้านวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ จากหน่วยงานภาครัฐและหรือองค์กรเอกชน ดังนี้

$$\text{Tools} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^3 T_i / 3 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ T_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้
ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรการผลการประเมินวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้จะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

2.5 มาตรการผลการประเมินอาคารสถานที่ทำการกลุ่ม (Place)

มาตรการผลการประเมินอาคารสถานที่ทำการกลุ่ม จะพิจารณาจากการมีอาคารสถานที่เฉพาะเพื่อการดำเนินงานของกลุ่ม การมีอาคารสถานที่ที่มีขนาดเหมาะสมกับความต้องการใช้ของสมาชิก การมีอาคารสถานที่ที่มีจำนวนเพียงพอกับการดำเนินงานของกลุ่ม และการเคยได้รับการสนับสนุนด้านอาคารสถานที่จากหน่วยงานภาครัฐและหรือองค์กรเอกชน ดังนี้

$$\text{Place} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^4 P_i / 4 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ P_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับอาคารสถานที่ ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรวัดผลการประเมินอาคารสถานที่ทำการกลุ่มจะมีช่วงคะแนน
ระหว่าง 0 – 100 คะแนน

มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้า คำนวณ ได้ดังนี้

$$\text{Input} = \left(\frac{\text{Member} + \text{Fund} + \text{RawMaterial} + \text{Tools} + \text{Place}}{5} \right)$$

มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้าจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

3. มาตรวัดผลการประเมินกระบวนการ (Process)

ในการประเมินกระบวนการผู้นำกลุ่มได้แยกพิจารณาประเมินกระบวนการออกเป็น 3
ด้าน มาตรวัดผลการประเมินกระบวนการทั้ง 3 ด้าน มีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

3.1 มาตรวัดผลการประเมินการบริหารงานของกลุ่ม (Management)

$$\text{Management} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^7 M_i / 7 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ M_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับการบริหารงานของกลุ่ม ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรวัดผลการประเมินการบริหารงานของกลุ่มจะมีช่วงคะแนน
ระหว่าง 0 – 100 คะแนน

3.2 มาตรวัดผลการประเมินความเป็นผู้นำกลุ่มของประธานกลุ่ม (Leadership)

$$\text{Leadership} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^8 L_i / 8 \right)}{n} \cdot \frac{100}{3}$$

โดยที่ L_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับความเป็นผู้นำกลุ่มของประธานกลุ่มลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรวัดผลการประเมินผลความเป็นผู้นำกลุ่มของประธานกลุ่ม จะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

3.3 มาตรวัดผลการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม (Cooperation)

$$\text{Cooperation} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^6 C_i / 6 \right)}{n} \cdot \frac{100}{3}$$

โดยที่ C_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรวัดผลการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่มจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

มาตรวัดผลการประเมินกระบวนการ คำนวณได้ดังนี้

$$\text{Process} = \left(\frac{\text{Management} + \text{Leadership} + \text{Cooperation}}{3} \right)$$

มาตรวัดผลการประเมินกระบวนการจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

4. มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออก (Product)

ในการประเมินประสิทธิภาพปัจจัยออก ผู้ศึกษาได้แยกพิจารณาประเมินปัจจัยออกเป็น 2 ด้าน มาตรวัดผลการประเมินกระบวนการทั้ง 2 ด้าน มีรายละเอียดสรุปได้ดังนี้

4.1 มาตรการผลการประเมินผลประโยชน์ที่สมาชิกของกลุ่มได้รับ (Benefit)

มาตรการผลการประเมินผลประโยชน์ที่สมาชิกของกลุ่มได้รับ จะพิจารณาจากการได้รับรายได้เพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิก กลุ่มได้จัดสรรผลประโยชน์จากกิจกรรมให้แก่สมาชิกอย่างเสมอภาคและเป็นธรรม และมีการจัดสวัสดิการให้แก่สมาชิก ดังนี้

$$\text{Benefit} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^3 B_i / 3 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ B_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับผลประโยชน์ที่สมาชิกกลุ่มได้รับ
ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรการผลการประเมินผลประโยชน์ที่สมาชิกของกลุ่มได้รับ จะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

4.2 มาตรการผลการประเมินผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม (Output)

มาตรการผลการประเมินผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จะพิจารณาจากการที่กลุ่มมีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์อย่างสม่ำเสมอและการที่ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับการยอมรับและเป็นที่ต้องการของตลาด ดังนี้

$$\text{Output} = \frac{\sum_{j=1}^n \left(\sum_{i=1}^2 O_i / 2 \right)}{n} \cdot 100$$

โดยที่ O_i = ตัวแปรหลักเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ลำดับที่ i

ดังนั้นมาตรการผลการประเมินผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออก คำนวณได้ดังนี้

$$\text{Product} = \left(\frac{\text{Benefit} + \text{Output}}{2} \right)$$

มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออกจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

5. มาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรม (Success)

การประเมินความสำเร็จของกลุ่มทอผ้าข้อมสิริธรรมชาติบ้านพันทนา จะพิจารณาจากผลการประเมินบริบท ปัจจัยเข้า กระบวนการและปัจจัยออก ซึ่งคำนวณได้ดังนี้

$$\text{Success} = \left(\frac{\text{Context} + \text{Input} + \text{Process} + \text{Product}}{4} \right)$$

มาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรมจะมีช่วงคะแนนระหว่าง 0 – 100 คะแนน

เพื่อความสะดวกในการแปลความหมายของค่ามาตรวัด ได้กำหนดช่วงการวัดของมาตรวัดต่าง ๆ ได้แก่ มาตรวัดผลการประเมินบริบท มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้า มาตรวัดผลการประเมินกระบวนการ มาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออก และมาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรม ที่คำนวณได้ดังนี้

$$\begin{aligned} \text{ช่วงการวัด} &= \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับที่แบ่ง}} \\ &= \frac{100 - 0}{5} \\ &= 20 \end{aligned}$$

ดังนั้นการแปลความหมายของค่ามาตรวัดแต่ละมาตรวัดจะเป็นดังนี้

ก. การแปลความหมายมาตรวัดผลการประเมินบริบทของกลุ่มหัตถกรรม

1) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินบริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 0 -20 คะแนน หมายความว่า บริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีส่วนในการเอื้อให้เกิดการรวมกลุ่มและเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับต่ำมาก

2) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินบริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 20.1 - 40 คะแนน หมายความว่า บริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีส่วนในการเอื้อให้เกิดการรวมกลุ่มและเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับต่ำ

3) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินบริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 40.1 - 60 คะแนน หมายความว่า บริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีส่วนในการเอื้อให้เกิดการรวมกลุ่มและเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับปานกลาง

4) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินบริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 60.1 - 80 คะแนน หมายความว่า บริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีส่วนในการเอื้อให้เกิดการรวมกลุ่มและเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูง

5) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินบริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 80.1 - 100 คะแนน หมายความว่า บริบทของกลุ่มหัตถกรรมมีส่วนในการเอื้อให้เกิดการรวมกลุ่มและเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก

ข. การแปลความหมายมาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้าของกลุ่มหัตถกรรม

1) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้าของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 0 -20 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมมีทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานของกลุ่มในระดับต่ำมาก

2) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้าของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 20.1 - 40 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมมีทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานของกลุ่มในระดับต่ำ

3) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้าของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 40.1 - 60 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมมีทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานของกลุ่มในระดับปานกลาง

4) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้าของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 60.1 - 80 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมมีทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานของกลุ่มในระดับสูง

5) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยเข้าของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 80.1 - 100 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมมีทรัพยากรที่จำเป็นสำหรับการดำเนินงานของกลุ่มในระดับสูงมาก

ค. การแปลความหมายมาตรวัดผลการประเมินกระบวนการของกลุ่มหัตถกรรม

1) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินกระบวนการของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 0 - 20 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมมีวิธีการบริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่มในลักษณะที่ก่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับต่ำมาก

2) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินกระบวนการของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 20.1 - 40 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมมีวิธีการบริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่มในลักษณะที่ก่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับต่ำ

3) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินกระบวนการของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 40.1 - 60 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมมีวิธีการบริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่มในลักษณะที่ก่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับปานกลาง

4) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินกระบวนการของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 60.1 - 80 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมมีวิธีการบริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่มในลักษณะที่ก่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับสูง

5) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินกระบวนการของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 80.1 - 100 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมมีวิธีการบริหารจัดการกิจกรรมของกลุ่มในลักษณะที่ก่อให้เกิดการบรรลุวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับสูงมาก

ง. การแปลความหมายมาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออกของกลุ่มหัตถกรรม

1) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออกของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 0 -20 คะแนน หมายความว่า ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานของกลุ่มหัตถกรรมเป็นไปตามที่ระบุไว้ตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับต่ำมาก

2) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออกของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 20.1 - 40 คะแนน หมายความว่า ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานของกลุ่มหัตถกรรมเป็นไปตามที่ระบุไว้ตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับต่ำ

3) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออกของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 40.1 - 60 คะแนน หมายความว่า ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานของกลุ่มหัตถกรรมเป็นไปตามที่ระบุไว้ตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับปานกลาง

4) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออกของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 60.1 - 80 คะแนน หมายความว่า ผลที่ได้รับจากการดำเนินงานของกลุ่มหัตถกรรมเป็นไปตามที่ระบุไว้ตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับสูง

5) ถ้าค่ามาตรวัดผลการประเมินปัจจัยออกของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 80.1 - 100 คะแนน หมายความว่า กลุ่มผลที่ได้รับจากการดำเนินงานของกลุ่มหัตถกรรมเป็นไปตามที่ระบุไว้ตามวัตถุประสงค์ของกลุ่มในระดับสูงมาก

จ. การแปลความหมายมาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรม

- 1) ถ้าค่ามาตรความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 0 - 20 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมประสบความสำเร็จในระดับต่ำมาก
- 2) ถ้าค่ามาตรความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 20.1 - 40 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมประสบความสำเร็จในระดับต่ำ
- 3) ถ้าค่ามาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 40.1 - 60 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมประสบความสำเร็จในระดับปานกลาง
- 4) ถ้าค่ามาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 60.1 - 80 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมประสบความสำเร็จในระดับสูง
- 5) ถ้าค่ามาตรวัดความสำเร็จของกลุ่มหัตถกรรมมีค่า 80.1 - 100 คะแนน หมายความว่า กลุ่มหัตถกรรมประสบความสำเร็จในระดับสูงมาก

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT Analysis)

แนวคิดการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค หรือ SWOT Analysis เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Analysis) ต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกองค์กรหรือธุรกิจ เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลกระทบต่อผลประกอบหรือผลการดำเนินงานของธุรกิจหรือองค์กร และสามารถใช้ผลสรุปว่ามีปัจจัยอะไรบ้างที่เป็นจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค นำไปใช้ในการจัดสร้างปรับเปลี่ยนวิชั่น มิชชั่น เป้าหมาย วัตถุประสงค์ของธุรกิจหรือองค์กรได้ นอกจากนี้ยังใช้เป็นปัจจัยพื้นฐานในการนำไปจัดสร้างเทคนิคการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Management Techniques) เช่น ตารางการประเมินปัจจัยภายนอก (External Factor Evaluation Matrix) ตารางการประเมินปัจจัยภายใน (Internal Factor Evaluation Matrix) ตารางสวอต (SWOT Matrix) เป็นต้น (สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน, 2546)

จุดแข็ง (Strengths) คือ คุณลักษณะภายในที่องค์กรสามารถใช้เพื่อบรรลุเป้าหมายวัตถุประสงค์ทางกลยุทธ์ และทำให้องค์กรหรือธุรกิจมีความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางกลยุทธ์ (Strategic Competitiveness)

จุดอ่อน (Weaknesses) คือ คุณลักษณะภายในที่อาจจำกัด หรืออาจขัดขวางการปฏิบัติงานหรือการดำเนินงานขององค์กร และทำให้องค์กรหรือธุรกิจเสียเปรียบเชิงแข่งขันทางกลยุทธ์ หรือไม่สามารถบรรลุความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางกลยุทธ์

โอกาส (Opportunities) คือ ปัจจัยต่าง ๆ ในสภาพแวดล้อมภายนอกที่อาจช่วยให้องค์กรหรือธุรกิจ บรรลุเป้าหมายวัตถุประสงค์ทางกลยุทธ์ และทำให้องค์กรหรือธุรกิจ มีความได้เปรียบเชิงแข่งขัน

อุปสรรค (Threats) คือ ปัจจัยต่าง ๆ ในสภาพแวดล้อมภายนอกที่อาจขัดขวางมิให้องค์กรหรือธุรกิจ บรรลุเป้าหมายวัตถุประสงค์ทางกลยุทธ์ หรือไม่สามารถบรรลุความได้เปรียบเชิงแข่งขันทางกลยุทธ์

โดยในการศึกษาครั้งนี้ได้เลือกใช้วิธีในการวิเคราะห์ที่เรียกว่า การวิเคราะห์ SWOT Matrix เพื่อนำไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ที่เหมาะสม ที่จะช่วยให้องค์กรสามารถเพิ่มขีดความสามารถในการดำเนินกิจการให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่ต้องการซึ่งมีรายละเอียดดังภาพที่ 1

	จุดแข็ง(Strengths: S)	จุดอ่อน(Weaknesses: W)
โอกาส (Opportunities: O)	จุดแข็ง+โอกาส (SO strategies) ใช้กลยุทธ์ที่อาศัยจุดแข็งเพื่อสร้าง ข้อได้เปรียบจากโอกาส	จุดอ่อน+โอกาส (WO strategies) ใช้กลยุทธ์แก้จุดอ่อนแล้วปรับ กลยุทธ์ เพื่อสร้างข้อได้เปรียบจาก โอกาส
อุปสรรค (Threats:T)	จุดแข็ง+อุปสรรค(ST strategies) ใช้กลยุทธ์ที่อาศัยจุดแข็งเพื่อ หลีกเลี่ยงอุปสรรคและเอาชนะ ให้ได้	จุดอ่อน+อุปสรรค(WT strategies) ใช้กลยุทธ์เพื่อคำนึงถึงจุดอ่อนและ อุปสรรคโดยใช้กลยุทธ์ตัดทอน เช่น การถอนผลิตภัณฑ์ การเลิกกิจการ

ภาพที่ 1 การวิเคราะห์ SWOT Matrix

จากภาพที่ 1 สามารถอธิบายได้ดังนี้

1. มีจุดแข็งและมีโอกาส (SO strategies) ในกรณีนี้องค์กรใช้จุดแข็งเพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส
2. มีจุดแข็งแต่มีอุปสรรค (ST strategies) ในกรณีนี้องค์กรใช้จุดแข็งเพื่อหลีกเลี่ยงหรือเอาชนะอุปสรรคให้ได้
3. มีจุดอ่อนแต่มีโอกาส (WO strategies) ในกรณีนี้องค์กรพยายามแก้ไขสิ่งที่เป็นจุดอ่อนแล้วจึงปรับกลยุทธ์เพื่อสร้างข้อได้เปรียบจากโอกาส
4. มีจุดอ่อนและมีอุปสรรค (WT strategies) ในกรณีนี้องค์กรจะใช้กลยุทธ์การตัดทอน เช่น การเลิกกิจการ การถอนผลิตภัณฑ์ การรวมองค์กร เป็นต้น

การวิเคราะห์ SWOT จะต้องทำการวิเคราะห์ในสองกรณีหลัก คือ การวิเคราะห์สถานการณ์ภายในองค์กร และสถานการณ์ภายนอกองค์กร ซึ่งจะมีประเด็นต่าง ๆ ในการพิจารณา คือ (นันทิยา หุตานุวัตร และณรงค์ หุตานุวัตร, 2542)

1. การวิเคราะห์สถานการณ์ภายในองค์กร จะต้องพิจารณาประเด็นต่าง ๆ คือ การบริหารจัดการบุคคล การเงิน การผลิต และการตลาด เพื่อเป็นการกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนขององค์กร
2. การวิเคราะห์สถานการณ์ภายนอกองค์กร จะต้องพิจารณาประเด็นต่าง ๆ คือ ลักษณะของสังคมและเศรษฐกิจที่จะมีผลกระทบต่อองค์กร การเมือง และนโยบายรัฐบาล การแข่งขันทางการค้า รวมถึงการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีต่าง ๆ เพื่อนำมากำหนดโอกาสและอุปสรรคขององค์กร

จากวัตถุประสงค์ 4 ประการของการศึกษาได้แบ่งการศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของโครงการออกเป็น 2 ระดับคือ ระดับครัวเรือนเกษตรกรโดยศึกษาที่มาและกระบวนการพัฒนาของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา และระดับชุมชนเกษตรกร ซึ่งรวมกลุ่มการจัดตั้งกลุ่มทอผ้าโดยศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จ ความล้มเหลวในระบบธุรกิจชุมชนของเกษตรกร ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ระดับครัวเรือนของเกษตรกรที่เข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มทอผ้าเป็นการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มทอผ้าของเกษตรกร
2. ระดับชุมชนการจัดตั้งธุรกิจชุมชน คือ การศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของการรวมกลุ่มธุรกิจทอผ้าระดับชุมชนสามารถประเมินได้จากการบริหารจัดการธุรกิจทอผ้าชุมชนให้ประสบความสำเร็จโดยเน้นการพัฒนาแบบมีส่วนร่วมในระบบธุรกิจชุมชน

ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จในการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน ต้องมีการวางแผนหรือตั้งเป้าหมายระยะยาว การวางแผนต้องอาศัยความรู้ ความคิด ภูมิปัญญาท้องถิ่นเปิดโอกาสให้ชุมชนได้เริ่มต้นด้วยตนเองและมีส่วนร่วมในการดำเนินงานทุกขั้นตอน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเน้นใช้วัตถุดิบและทรัพยากรในการประกอบธุรกิจที่มีในชุมชนเป็นหลักก่อนจะพึ่งพาจากภายนอกชุมชน นอกจากนี้การใช้กระบวนการ การถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นจากบรรพบุรุษ ในการดำเนินชีวิต

จะเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาการประกอบธุรกิจชุมชน และควรจะใช้สิ่งเหล่านี้เป็นจุดแข็งในการสร้างศักยภาพของชุมชน โดยมีหน่วยงานจากภายนอกให้การสนับสนุนทางด้านความรู้ ข้อมูล และทักษะเทคโนโลยีสมัยใหม่ ในการมุ่งพัฒนาธุรกิจชุมชนและสร้างความเข้มแข็งของชุมชนให้ได้ โดยแนวทางที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองได้นั้น ควรมีแนวทางหลัก ๆ ที่สำคัญดังนี้ (ลำแพน จอมเมือง และสุทธิพงษ์ อุตสาหกิจ, 2546)

1. การดำเนินงานธุรกิจชุมชน จะต้องเริ่มจากภายในชุมชนโดยคนในชุมชนเป็นผู้ดำเนินการเองและเพื่อคนในชุมชน มุ่งเน้นในการยกระดับรายได้ ชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนเพื่อสร้างคุณภาพชีวิตที่ดี การดำเนินการจะต้องเน้นการตั้งกลุ่มทอผ้าหรือกลุ่มอาชีพ เพื่อให้เกิดการช่วยเหลือกันของคนในชุมชน ทั้งด้านแนวคิดข้อเสนอแนะ หรือแม้กระทั่งเงินทุนสำหรับผู้ที่ขาดแคลนจริง ๆ โดยมีเงินทุนที่อยู่ในรูปการกู้ยืมกันเองภายในชุมชน จะทำให้ชุมชนสามารถพึ่งตนเองได้อย่างแท้จริง

2. ชุมชนเป็นเจ้าของและเป็นศูนย์กลางในการดำเนินธุรกิจชุมชน ชุมชนเป็นศูนย์กลางความคิดในการจัดตั้ง มีการริเริ่มและมีความคิดที่จะประกอบธุรกิจชุมชนด้วยตนเอง หน่วยงานภายนอกเพียงแต่ชี้แนะและให้คำปรึกษาเกี่ยวกับแนวทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เนื่องจากการประกอบธุรกิจชุมชนถ้ามีการเริ่มต้นคิดด้วยตนเองแล้วจะมีความมุ่งมั่นตั้งใจที่จะประกอบธุรกิจเพื่อยกระดับรายได้ชีวิตความเป็นอยู่ของตัวเอง มุ่งมั่นที่จะดำเนินการร่วมกันให้ประสบความสำเร็จให้ได้ ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงหรือโอกาสที่โครงการหรือธุรกิจชุมชนจะล้มเหลวได้

3. การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือทรัพยากรหรือวัตถุดิบจากชุมชนเป็นหลัก สิ่งสำคัญในการประกอบธุรกิจชุมชนคือ การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ชุมชนมีทักษะ ความรู้ ความชำนาญอยู่แล้ว และอาศัยวัตถุดิบในท้องถิ่นมาทำการผลิต ซึ่งส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตที่ไม่สูงนัก เนื่องจากวัตถุดิบสามารถหาได้ในชุมชน และชุมชนสามารถใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นทดแทนเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงได้ นอกจากนี้ชุมชนจะต้องมีการพัฒนา ริเริ่มสร้างสรรค์โดยใช้ภูมิปัญญาของตนเอง ผสมผสานกับภูมิปัญญาจากภายนอกโดยมีกระบวนการเรียนรู้เป็นตัวเชื่อมโยงกับภูมิปัญญาเข้าด้วยกัน

4. การจัดการกลไกทางการตลาด ชุมชนควรที่จะหาตลาดขายสินค้าให้ได้ก่อน หรือพร้อม ๆ กับการผลิตโดยเน้นกลุ่มตลาดที่มีศักยภาพ มีอำนาจในการซื้อสินค้าของธุรกิจชุมชนได้ ซึ่งจะทำให้ชุมชนสามารถวางแผนเป้าหมายการผลิตที่จะขายให้มีความชัดเจนในด้านตลาด และมุ่งขายสินค้าที่จะตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด โดยที่ธุรกิจชุมชนได้รับกำไรในราคาที่กลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถซื้อได้ สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งสำคัญก่อนที่จะมีการผลิต และช่วยเพิ่มคุณภาพ เพื่อมาตรฐานการผลิตได้ด้วย

5. การดำเนินการธุรกิจชุมชนจะต้องพึ่งตนเอง และชุมชนเป็นเป้าหมายหลัก ซึ่งอยู่ในรูปการคิดที่มุ่งหวังกำไรเป็นตัวเพิ่ม ชุมชนเป็นเจ้าของธุรกิจจะมีการพัฒนารักษาคุณภาพของสินค้าให้มีคุณภาพดีอยู่เสมอ เพื่อการแข่งขันกับผู้ประกอบการรายอื่น มุ่งเน้นขายสินค้าที่มีคุณภาพดีและมีประโยชน์ต่อลูกค้า ธุรกิจชุมชนที่มีการดำเนินการในรูปแบบการคิดโดยมุ่งหวังกำไรเป็นตัวเพิ่ม จะมีความก้าวหน้ามั่นคงและเป็นที่ต้องการของลูกค้า ซึ่งส่งผลดีต้องดำเนินการธุรกิจชุมชนระยะยาว

บทที่ 3

สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจ สังคม และการผลิต

การศึกษาถึงข้อมูลพื้นฐานสภาพทั่วไปทางสังคมและเศรษฐกิจจากสมาชิกกลุ่มทอผ้าข้อม สิริธรรมชาดิบ้านพันนา ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายนั้น เป็นส่วนหนึ่งที่ใช้วิธีการ วิเคราะห์เชิงพรรณนา เพื่ออธิบายพื้นฐานทั่วไปและสภาพการผลิตของสมาชิกกลุ่ม

สภาพทั่วไปทางภูมิศาสตร์

อาณาเขตที่ตั้งและการแบ่งเขตการปกครอง

จังหวัดสกลนคร ตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบนของประเทศไทย ห่างจาก กรุงเทพมหานคร โดยทางรถยนต์ประมาณ 647 กิโลเมตร พื้นที่โดยทั่วไปเป็นที่ราบสูงล้อมรอบ ด้วยภูเขาและป่าไม้มีพื้นที่ 9,605,785 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 6,003,603 ไร่ คิดเป็น 5.6% ของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยมีเทือกเขาภูพานเป็นแนวแบ่งเขตระหว่างจังหวัดสกลนคร จังหวัดนครพนม จังหวัดอุดรธานีกับจังหวัดกาฬสินธุ์ สูงกว่าระดับน้ำทะเลประมาณ 172 เมตร จังหวัดสกลนครแบ่งเขตการปกครองออกเป็น 18 อำเภอ คือ อ.เมืองสกลนคร อ.กุสุมาลย์ อ.กุศบาก อ.พรรณานิคม อ.วาริชภูมิ อ.ส่องดาว อ.สว่างแดนดิน อ.วานรนิวาส อ.อากาศอำนวย อ.บ้านม่วง อ.พังโคน อ.คำตากล้า อ.นิคมคำอุ่น อ.เต่างอย อ.โคกศรีสุพรรณ อ.เจริญศิลป์ อ.โพนนาแก้ว และ อ.ภูพาน (สำนักงานจังหวัดสกลนคร, 2552)

อำเภอสว่างแดนดินตั้งอยู่ทางทิศตะวันตกของจังหวัดสกลนคร พื้นที่โดยทั่วไปนั้นเป็นที่ ราบสูงลาดเอียงเป็นลูกคลื่นบางแห่งเป็นป่า ส่วนใหญ่เป็นที่โล่งเตียนมีสภาพป่าที่เหลือน้อย เนื้อที่ ทั้งหมด 970 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 602,250 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 10 ของพื้นที่ที่ตั้งจังหวัด สกลนคร สูงกว่าระดับน้ำทะเล 170 เมตรตั้งอยู่สองฝั่งถนนสายสกลนคร – อุดรธานี อยู่ห่างจาก จังหวัดสกลนคร 83 กิโลเมตร ห่างจากจังหวัดสกลนคร 77 กิโลเมตร แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 16 ตำบล 2 เทศบาลตำบล 178 หมู่บ้าน มีประชากร 110,324 คน (ศูนย์บริการข้อมูลอำเภอ สว่างแดนดิน, 2552)

ตำบลพินนา เป็นหนึ่งในสิบหกตำบลของอำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร ตั้งอยู่ห่างจากอำเภอสว่างแดนดินไปทางทิศตะวันออกตามทางหลวงแผ่นดินหมายเลข 22 สายอุดรธานี – สกลนคร ระยะทาง 15 กิโลเมตร โดยมีระยะห่างจากตัวจังหวัดสกลนคร 76 กิโลเมตร ตำบลพินนาได้รับการยกฐานะขึ้นเป็นองค์การบริหารส่วนตำบลเมื่อปี 2539 มีหมู่บ้านทั้งหมด 12 หมู่บ้าน ได้แก่ (องค์การบริหารส่วนตำบล ตำบลพินนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร, 2550)

หมู่ที่ 1 บ้านพินนา (ที่ตั้งกลุ่มทอผ้าข้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา)

หมู่ที่ 2 บ้านโมน (ที่ตั้งองค์การบริหารส่วนตำบลพินนา)

หมู่ที่ 3 บ้านถ่อน

หมู่ที่ 4 บ้านจั่ว

หมู่ที่ 5 บ้านแฮะ

หมู่ที่ 6 บ้านคำตานา

หมู่ที่ 7 บ้านหนองหอยคัน (หมู่บ้านตำรวจชุมชนสัมพันธ์ดีเด่นระดับประเทศ ปี 2548)

หมู่ที่ 8 บ้านหนองปลาแซง

หมู่ที่ 9 บ้านหนองไผ่ยาว (ที่ตั้งศูนย์รับซื้อยางพาราระดับตำบล)

หมู่ที่ 10 บ้านพินนาใต้ (แยกออกจาก หมู่ที่ 1 เป็นที่ตั้งศาลเจ้าแม่นางคำ และบึงคำอ้อ)

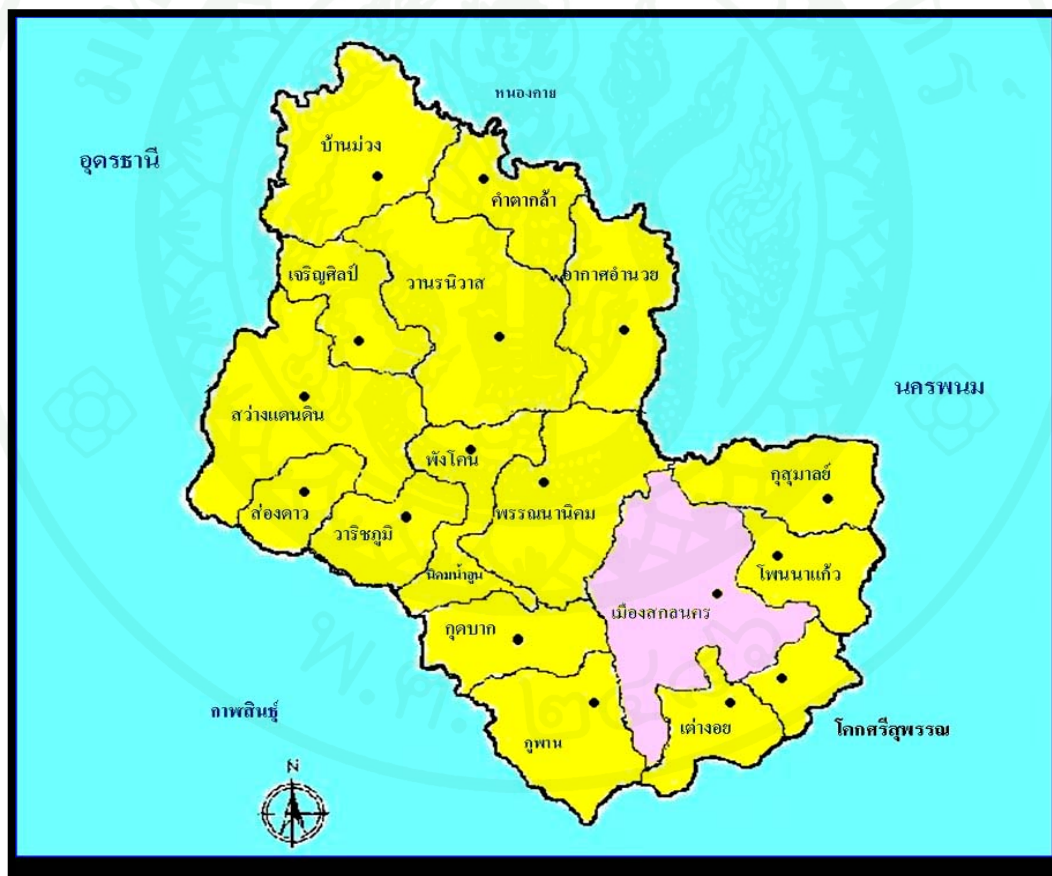
หมู่ที่ 11 บ้านเมืองทอง

หมู่ที่ 12 บ้านพินนาคร (ที่ตั้งปราสาทขอม)

โดยมีอาณาเขตติดต่อ ดังนี้

ทิศเหนือ	ติดต่อกับ	จังหวัดหนองคาย
ทิศใต้	ติดต่อกับ	จังหวัดกาฬสินธุ์
ทิศตะวันออก	ติดต่อกับ	จังหวัดนครพนม
ทิศตะวันตก	ติดต่อกับ	จังหวัดอุดรธานี

แผนที่จังหวัดสกลนคร



ภาพที่ 2 แผนที่ตั้ง และอาณาเขตจังหวัดสกลนคร

ที่มา: สำนักงานเกษตรจังหวัดสกลนคร กรมส่งเสริมการเกษตร (2551)

ประวัติความเป็นมาและการบริหารจัดการของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา

จากเอกสารแนะนำหมู่บ้านหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ บ้านพันนา รวมทั้งการสัมภาษณ์ ประธาน และคณะกรรมการกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนาถึงประวัติความเป็นมาของกลุ่ม สามารถสรุปได้ว่า

พ.ศ. 2531 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสว่างแดนดิน เข้ามาส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้แก่ชุมชน โดยแนะนำให้กลุ่มสตรีในหมู่บ้านรวมกลุ่มกันดำเนินกิจกรรมด้านการทอผ้าซึ่งสตรีในหมู่บ้านทอผ้าไว้ใช้เองในครัวเรือนอยู่แล้ว เพียงแต่ต่างคนต่างทอและไม่มุ่งหวังทางด้านธุรกิจแต่อย่างใด ขณะนั้นมีกลุ่มสตรีกลุ่มแรกที่เห็นว่าการดำเนินการกลุ่มน่าจะเป็นประโยชน์กับชาวบ้าน จึงรวมตัวกันขึ้นเป็นกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา จำนวน 35 คน

พ.ศ. 2535 กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนาได้มีการจัดตั้งและดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2535 โดยแรกเริ่มมีสมาชิกเพียง 35 คน จาก 12 หมู่บ้าน ของตำบลพันนา สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสว่างแดนดิน ได้เข้าไปกระตุ้นทบทวนกลุ่มที่ได้จัดตั้งไว้ และให้การส่งเสริมด้านการทอผ้าไหม ตามโครงการสนับสนุนกิจกรรมสตรีโดยองค์กรสตรี งบประมาณ 25,000 บาท กลุ่มได้ดำเนินการทอผ้าแต่ยังมีปัญหาด้านการตลาดและการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

พ.ศ. 2536 ได้รับงบประมาณจากกรมการพัฒนาชุมชน ฝึกอบรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าฝ้ายและผ้าไหม โดยใช้วิทยากรที่เป็นผู้นำท้องถิ่น ซึ่งทำให้กลุ่มมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากการนำผ้าฝ้ายไปแปรรูปเป็นของใช้ประเภทอื่นนอกจากการสวมใส่ แต่ยังไม่มีตลาดรองรับ

พ.ศ. 2538 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสกลนคร ได้เข้ามาฝึกอบรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพิ่มเติมอีก เช่น การทำหมอน กล้องใส่กระดาษทิชชู กระเป๋าผ้า ผ้าปูโต๊ะ เป็นต้น จึงเริ่มมีตลาดรองรับแต่อยู่ในวงแคบ

พ.ศ. 2540 สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดสกลนคร ได้ฝึกอบรมเรื่องการบริหารจัดการกลุ่มด้านการบัญชี เพื่อให้กลุ่มได้มีความรู้ด้านการดำเนินธุรกิจชุมชน

พ.ศ. 2540 สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดสกลนคร ฝึกอบรมเพิ่มทักษะการบริหารจัดการกลุ่ม ด้านการตลาด การเงิน การบัญชี และนำกลุ่มไปศึกษาดูงานที่อำเภอภูพาน จังหวัดสกลนคร และอำเภอศรีชมภู จังหวัดขอนแก่น และก่อสร้างอาคารเอนกประสงค์ให้กลุ่ม 1 แห่ง

พ.ศ. 2543 ได้รับงบประมาณจากศูนย์พัฒนาฝีมือแรงงาน ฝึกอบรมเรื่องการข้อมสิทธิ์ชุมชนชาติ และการทอผ้าให้ทันสมัยมากขึ้น

พ.ศ. 2543 ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 จังหวัดอุดรธานี ได้รับกลุ่มทอผ้าข้อมสิทธิ์ชุมชนชาติบ้านพินนาเข้าโครงการสนับสนุนอุตสาหกรรมชนบท (สอช.)

พ.ศ. 2543 ได้เข้าร่วมดำเนินงานกับบริษัท ซัลเวิร์ลเทรดดิ้ง จำกัด (โดยนางละมุล เร่งสมบูรณ์) ในการเริ่มทำธุรกิจเป็นครั้งแรก จนถึงปัจจุบัน

พ.ศ. 2544 กลุ่มได้ขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร

พ.ศ. 2545 ได้รับการสนับสนุนงบประมาณการก่อสร้างอาคารบ้านทรงไทยเพื่อเป็นสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยภาค 4 จังหวัดนครพนม บริหารโครงการผ่านองค์การบริหารส่วนตำบลพินนา

พ.ศ. 2545 กลุ่มได้ส่งลายผ้าเข้าประกวดลายผ้าประจำจังหวัดสกลนครประเภทผ้าฝ้าย โดยกลุ่มตั้งชื่อลายว่า “ลายหินปราสาทหอม” ได้รับรางวัลชนะเลิศเป็นลายผ้าประจำจังหวัดสกลนคร ประเภทผ้าฝ้าย ซึ่งท่านผู้ว่าราชการจังหวัดสกลนคร นายทวีป เทวิน เป็นผู้ริเริ่มโครงการนี้ขึ้น คณะกรรมการผู้ดำเนินการประกวดจึงตั้งเปลี่ยนชื่อลายผ้าใหม่ให้สอดคล้องกับความเป็นมาของ จังหวัดสกลนคร ในฐานะที่เป็นเมืองแห่งธรรมะ และมีบึงหนองหานเป็นเอกลักษณ์สำคัญ จึงตั้งชื่อว่า “ลายสะเก็ดธรรม”

พ.ศ. 2546 กลุ่มส่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เข้ารับการคัดสรรระดับอำเภอ ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว

1. ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมคราม ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 4 ดาว

พ.ศ. 2547 กลุ่มส่งผลิตภัณฑ์ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เข้ารับการคัดสรรระดับประเทศ ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับดาว ดังนี้

1. ผ้าฝ้ายข้อมครามลายดาวกระจาย (ส่งคัดสรรโดยเครือข่าย บ้านถ่อน ม.3 ต.พินนา) ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 4 ดาว

2. ผ้าฝ้ายสีธรรมชาติลายแดงโม (ส่งคัดสรรโดยเครือข่าย บ้านเมืองทอง ม.11 ต.พินนา) ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 3 ดาว

3. ผ้าพันคอ ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 3 ดาว

พ.ศ. 2548 กลุ่มได้รับงบประมาณจากโครงการตามแผนยุทธศาสตร์จังหวัด แบบบูรณาการ (CEO) จังหวัดสกลนคร ต่อเติมห้องชั้นล่างของอาคารบ้านทรงไทย เพื่อใช้เป็นห้องประชุม สัมมนา และแสดงนิทรรศการ

กลุ่มส่งผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น เข้ารับการคัดสรรระดับประเทศ ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับดาว ดังนี้

1. เสื้อสุททษาฟารีบุรุษ ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว

2. เสื้อเชิ้ตสตรี ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว

พ.ศ. 2549 กลุ่มส่งผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น เข้ารับการคัดสรรระดับประเทศ ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับดาว ดังนี้

1. ผ้าฝ้ายย้อมครามลายขอมบูชา (ส่งคัดสรรโดยเครือข่าย บ้านพินนา ม.1 ต.พินนา) ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 4 ดาว

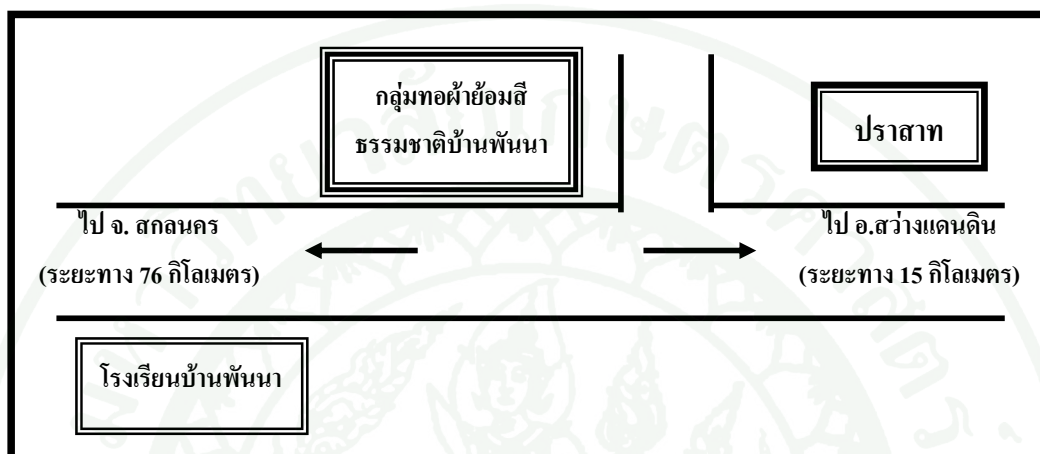
2. ผ้าฝ้ายย้อมครามลายดาวกระจาย (ส่งคัดสรรโดยเครือข่าย บ้านถ่อน ม.3 ต.พินนา) ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 3 ดาว

3. ผ้าฝ้ายสีธรรมชาติลายกลืนสลับสี (ส่งคัดสรรโดยกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา) ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 4 ดาว

พ.ศ. 2550 กลุ่มได้รับการประกาศเป็นกลุ่มอาชีพสตรีดีเด่น อันดับ 1 ของประเทศ ได้รับการสนับสนุนและส่งเสริมโดยกรมส่งเสริมการเกษตร

พ.ศ. 2551 กลุ่มส่งผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น เข้ารับการคัดสรรระดับประเทศ ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับดาว ดังนี้

1. ผ้าคลุมไหล่ข้อมกลม 4 ตะกั่ว ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว



ภาพที่ 3 แผนที่ตั้งกลุ่มทอผ้าข้อมกลมธรรมชาติบ้านพันนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร
ที่มา: จากการสำรวจ



ภาพที่ 4 สถานที่ตั้งศูนย์การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าข้อมกลมธรรมชาติบ้านพันนา
ที่มา: จากการสำรวจ

วัตถุประสงค์ของการจัดตั้งกลุ่ม

1. เป็นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้ดำรงอยู่ต่อไป
2. เพื่อยกระดับรายได้ของครอบครัวของสมาชิกโดยการประกอบอาชีพเสริม
3. เพื่อให้เกิดการช่วยเหลือซึ่งกันและกันแก่กลุ่มสมาชิก
4. เพื่อให้สมาชิกกลุ่มใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์
5. ลดปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงาน

งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน

ในการดำเนินการก่อตั้งกลุ่มนั้นปัจจัยหนึ่งในการผลิตคือ ปัจจัยทุนในการผลิตหรือปัจจัยในการดำเนินงานของกลุ่ม จึงมีการระดมทุนและการสนับสนุนจากส่วนราชการ ดังนี้

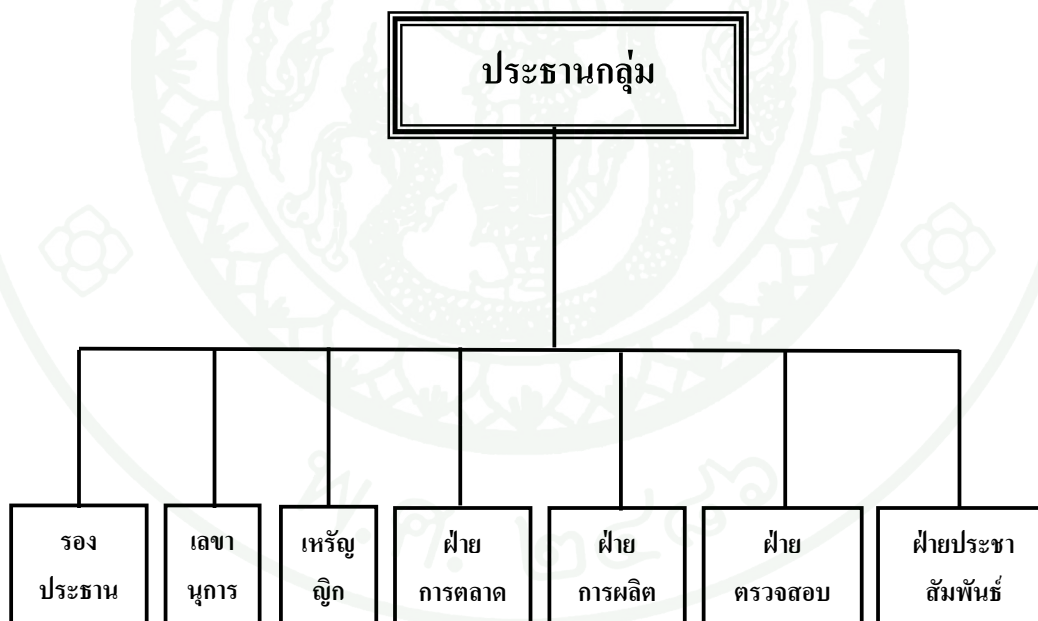
1. จากการระดมทุนโดยการจำหน่ายหุ้นให้แก่สมาชิก จำนวน 20,000 บาท
2. สำนักงานพัฒนาชุมชนสนับสนุนการฝึกอบรมและจัดซื้อวัสดุเส้นไหม และอุปกรณ์ วงเงิน 25,000 บาท
3. องค์การบริหารส่วนตำบลพินนา สนับสนุนเงินอุดหนุนเพื่อดำเนินกิจกรรมกลุ่มจำนวน 100,000 บาท แยกเป็นจักรเย็บผ้าและวัสดุ 60,000 บาท ทุนบริหารจัดการ 40,000 บาท
4. องค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนครมอบวัสดุผ้าฝ้าย เส้นด้าย วงเงิน 15,000 บาท
5. กองทุนทางสังคม (SIF) สนับสนุน วงเงิน 201,320 บาท แยกเป็นฝึกอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และจัดซื้อวัสดุ อุปกรณ์ การทอผ้า

6. กองทุนทางสังคม (SIF) อนุมัติโครงการ “ศูนย์การเรียนรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น” ให้แก่กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนาเพื่อเป็นศูนย์กลางการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าให้แก่กลุ่มอื่นๆ ที่สนใจ วงเงิน 73,800 บาท แยกเป็นวัสดุอุปกรณ์ด้านการสื่อสาร เครื่องเสียง และวัสดุอุปกรณ์การเรียนรู้ เช่น กระดาษสร้างแบบ กรรไกร และอื่นๆ

ปัจจุบัน กลุ่มมีเงินทุนหมุนเวียนในการดำเนินกิจกรรม จำนวน 800,000 บาท

รูปแบบการบริหารงานกลุ่ม

กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนาได้มีรูปแบบการบริหารจัดการกลุ่ม และรายชื่อคณะกรรมการบริหารงานกลุ่ม ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 5 แผนผังการบริหารงานกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา

ที่มา: จากการสัมภาษณ์

คณะกรรมการบริหารกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา ประกอบด้วย

นางคำพูล	สุราชวงศ์	ประธานกลุ่ม
นางดารา	เพ็งแก่นท้าว	รองประธาน
นางกา	แก้วกั้ง	รองประธาน
นางสาวรัชณี	สุราชวงศ์	เลขานุการ
นางหนูจันทร์	ศรีลาวงศ์	เหรัญญิก
นางคำทอง	สุมาลย์	เหรัญญิก
นางเขียน	คำศรี	ฝ่ายการตลาด
นางปาริชาติ	ชาประดิษฐ์	ฝ่ายการผลิต
นางทองใบ	ศรีลาวงศ์	ฝ่ายตรวจสอบ
นางซื่อน	คุณมี	ฝ่ายประชาสัมพันธ์

คณะกรรมการบริหารกลุ่มจะมีหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. พิจารณารับสมัครเข้าเป็นสมาชิกกลุ่ม
2. ดูแลกิจกรรมของกลุ่มให้เป็นตามข้อกำหนด และมติของที่ประชุมกลุ่ม รวมถึงระเบียบ คำสั่ง และมติที่ประชุมคณะกรรมการดำเนินงานของกลุ่ม
3. เป็นผู้แทนกลุ่มในการติดต่อประสานงานกลุ่ม หน่วยงานราชการหรือเอกชนต่าง ๆ
4. พิจารณาจัดทำข้อกำหนดต่างๆ และแผนการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม เพื่อใช้ในการ ดำเนินกิจกรรมตามวัตถุประสงค์ของกลุ่ม

จากการสัมภาษณ์ คุณคำพูล สุราชวงศ์ พบว่าในปัจจุบัน สมาชิกของกลุ่มนั้นได้แบ่งหน้าที่ออกเป็นส่วนๆ ของกระบวนการผลิตในแต่ละขั้นตอน โดยทางกลุ่มจะเป็นผู้รับผิดชอบทั้งในด้านต้นทุนการผลิตและการตลาดทั้งหมด และเมื่อสมาชิกทำการผลิตตามขั้นตอนที่ได้รับมอบหมาย จะมีตัวแทนกลุ่มของหมู่บ้านรวบรวมผลิตภัณฑ์มาส่งให้กับทางกลุ่ม ทางกลุ่มจะจ่ายค่าจ้างตอบแทนให้กับตัวแทนเพื่อไปแจกจ่ายให้กับสมาชิกและทางกลุ่มจะเป็นผู้นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายเอง

โดยมีการประชุมอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อเป็นการพบปะพูดคุยหรือแจ้งปัญหา และข่าวสารต่าง ๆ เช่น แจ้งการฝึกอบรมของหน่วยงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อคัดเลือกสมาชิกไปฝึกอบรม หรือแจ้งข้อมูลการออกร้านแสดงสินค้าในครั้งต่อไปให้สมาชิกได้รับทราบ เพื่อให้สมาชิกเตรียมการผลิต

สภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกกลุ่ม

การศึกษาสภาพทั่วไปทางเศรษฐกิจและสังคมของสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านพินนา แสดงให้เห็นถึงพื้นฐานเกี่ยวกับเศรษฐกิจของกลุ่มและสภาพพื้นฐานทั่วไปทางด้านต่าง ๆ ของสมาชิก ได้แก่ เพศ อายุ ศาสนา และการศึกษาของสมาชิกกลุ่ม อาชีพหลัก อาชีพรอง และรายได้ เพราะในการที่จะพิจารณาการผลิต การตลาด ตลอดจนแก้ไขปัญหาต่าง ๆ นั้น จำเป็นที่ต้องทราบข้อมูลพื้นฐานของสมาชิกกลุ่ม เนื่องจากมีส่วนเกี่ยวข้องกับความสามารถในการจัดการกิจกรรมการพัฒนาการผลิต การตลาด ตลอดจนแก้ไขปัญหาต่าง ๆ จากการสัมภาษณ์กลุ่มสามารถแสดงในตารางที่ 3 – ตารางที่ 7 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

เพศ อายุ ระดับการศึกษา

จากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านพินนาทั้งหมด 50 คน พบว่าเป็นเพศหญิงทั้งหมด และส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 51 – 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 28.00 ช่วงอายุ 60 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 6.00 ช่วงอายุ 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 12.00 และช่วงอายุ 21- 30 คิดเป็นร้อยละ 4.00 โดยอายุเฉลี่ยสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านพินนาเท่ากับ 43 ปี ด้านการศึกษาของสมาชิกในกลุ่มพบว่า ส่วนใหญ่ได้รับการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 64.00 รองลงมาคือ จบการศึกษาระหว่างชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ถึงชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 36.00 (ตารางที่ 3) ซึ่งแสดงว่าสมาชิกส่วนใหญ่นั้น สามารถอ่านออกเขียนได้ ดังนั้น

ในการที่จะส่งเสริมและพัฒนาความรู้ในการผลิตและการดำเนินงานต่าง ๆ ให้แก่สมาชิกกลุ่มจึงไม่น่าเป็นปัญหาในการจะส่งเสริมหรือพัฒนาระบบการผลิตและการตลาด

สมาชิกในครัวเรือนและบุตรในอุปการะ

จำนวนสมาชิกในครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษา มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.95 คนต่อครัวเรือน โดยส่วนใหญ่ครัวเรือนมีสมาชิกมีจำนวน 3 - 4 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 รองลงมาคือ จำนวนสมาชิกในครัวเรือนที่มีสมาชิกมากกว่า 5 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และสมาชิกครัวเรือนมีสมาชิกน้อยกว่า 3 คน คิดเป็นร้อยละ 22.00 ส่วนบุตรและธิดาที่สมาชิกยังต้องอุปการะเลี้ยงดูเฉลี่ยครอบครัวละ 1.26 คน เป็นเพศชายจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 38.10 และเป็นเพศหญิง จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 61.90 (ตารางที่ 3)

อาชีพหลักและอาชีพรอง

อาชีพหลักคือ อาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้เป็นส่วนใหญ่จากรายได้ทั้งหมด จากการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพหลักคือทำนา 36 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 72.00 ของครัวเรือนทั้งหมดที่ทำการศึกษา รองลงมาจะประกอบอาชีพทอผ้าฝ้ายจำนวน 12 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 24.00 และอาชีพอื่น ๆ (รับจ้าง ค้าขาย) คิดเป็นร้อยละ 4.00 (ตารางที่ 4)

อาชีพรองคือ อาชีพที่ก่อให้เกิดรายได้เสริม จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างประกอบอาชีพรองคือ การทอผ้าฝ้าย 41 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 82.00 รองลงมาคือ การทำนา 6 ครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และอาชีพอื่น ๆ (รับจ้าง ค้าขาย เลี้ยงสัตว์ การทำสวน) คิดเป็นร้อยละ 6.00 (ตารางที่ 4)

โดยสรุปแล้วอาจกล่าวได้ว่า สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านพินนาประกอบอาชีพหลักคือ การทำนา และประกอบอาชีพรองคือ การผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ซึ่งแสดงให้เห็นว่าสมาชิกยังให้ความสำคัญกับการทำนา และการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายนั้น สามารถใช้เวลาที่ว่างจากการทำนามาทอผ้าฝ้ายเพื่อเป็นการใช้เวลาให้เกิดประโยชน์และเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่ครัวเรือนได้อีกทางหนึ่ง นอกจากนี้การประกอบอาชีพการผลิตผลิตภัณฑ์จากฝ้ายยังมีส่วนช่วยให้เพศหญิงที่อยู่วัยกลางคน (31 – 50 ปี) ที่มีหน้าที่เป็นแม่บ้านต้องคอยดูแลครอบครัวไม่ต้องละทิ้งครอบครัว

ไปหาทำงานยังท้องถิ่นอื่น อีกทั้งยังเป็นการลดปัญหาการเคลื่อนย้ายแรงงานจากชนบทสู่เมืองได้อีกด้วย ตลอดจนยังเป็นอาชีพที่รองรับผู้ที่อยู่ในวัยสูงอายุให้มียังงานทำ แสดงออกถึงประสิทธิภาพและความสามารถของกำลังแรงงานของผู้หญิงและผู้สูงอายุได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 3 เพศ อายุ ระดับการศึกษา จำนวนสมาชิกในครัวเรือนและบุตรที่อยู่ในความอุปการะของสมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
จำนวนตัวอย่าง (ราย)	50	100.00
<u>เพศ</u>		
ชาย	-	-
หญิง	50	100.00
<u>ช่วงอายุ (ปี)</u>		
อายุ 21 – 30	2	4.00
อายุ 31 – 40	6	12.00
อายุ 41 – 50	25	50.00
อายุ 51 – 60	14	28.00
อายุ 61 ปีขึ้นไป	3	6.00
รวม	50	100.00
อายุเฉลี่ยของสมาชิกกลุ่ม (ปี)	43	
<u>ระดับการศึกษา</u>		
จบ ป.4	32	64.00
ป.5 – ม.3	18	36.00
รวม	50	100.00
<u>จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (คน)</u>		
น้อยกว่า 3	11	22.00
3 – 4	16	32.00
4 – 5	9	18.00
มากกว่า 5	14	28.00
รวม	50	100.00

ตารางที่ 3 (ต่อ)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
สมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย (คนต่อครัวเรือน)	4.95	
บุตรที่อุปการะ		
ชาย	24	38.10
หญิง	39	61.90
รวม	63	100.00
บุตรที่อยู่ในอุปการะเฉลี่ยต่อครอบครัว(คน)	1.26	

ที่มา: จากการสำรวจ

จำนวนแรงงานในครัวเรือน

จำนวนแรงงานในครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษาที่กำลังแรงงานในการประกอบอาชีพหลักทำนา โดยเฉลี่ยแล้วเป็นเพศชายร้อยละ 41.84 เป็นเพศหญิงร้อยละ 58.16 ส่วนแรงงานในครัวเรือนที่ช่วยในการทอผ้าฝ้ายนั้นเป็นเพศหญิงทั้งหมด และแรงงานที่ช่วยในการประกอบอาชีพอื่น ๆ (รับจ้าง ค้าขาย) โดยเฉลี่ยแล้วเป็นเพศชายร้อยละ 66.67 เป็นเพศหญิงร้อยละ 33.33 (ตารางที่ 4)

ส่วนจำนวนแรงงานในครัวเรือนที่ช่วยในการประกอบอาชีพรองคือ การทอผ้าฝ้ายและการทำนานั้นเป็นเพศหญิงทั้งหมด และแรงงานในครัวเรือนที่ช่วยในการประกอบอาชีพอื่น ๆ เช่น รับจ้างทั่วไป ค้าขาย เลี้ยงสัตว์ การทำสวน โดยเฉลี่ยแล้วเป็นเพศชายร้อยละ 75.00 เป็นเพศหญิงร้อยละ 25.00 (ตารางที่ 4)

ตารางที่ 4 จำนวนครัวเรือนและจำนวนแรงงานในครัวเรือนที่ประกอบอาชีพหลักและอาชีพรอง
ของสมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา

รายการ	อาชีพหลัก			อาชีพรอง		
	ทำนา	ทอผ้า	อื่น ๆ	ทำนา	ทอผ้า	อื่น ๆ
<u>เพศ (คน)</u>						
ชาย	41	0	4	0	0	3
(ร้อยละ)	(41.84)	(0)	(66.67)	(0)	(0)	(75.00)
หญิง	57	17	2	4	47	1
(ร้อยละ)	(58.16)	(100.00)	(33.33)	(100.00)	(100.00)	(25.00)
รวม (คน)	98	17	6	4	47	4
<u>จำนวนครัวเรือน</u>						
(หลัง)	36	12	2	6	41	3
(ร้อยละ)	(72.00)	(24.00)	(4.00)	(12.00)	(82.00)	(6.00)

ที่มา: จากการสำรวจ

ลักษณะการถือครองที่ดินและการใช้ที่ดิน

จากการศึกษาลักษณะการถือครองที่ดินและการใช้ที่ดินของสมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนาพบว่า ขนาดเนื้อที่ครองที่ดินทั้งหมดเฉลี่ย 34.01 ไร่ต่อครัวเรือน ส่วนใหญ่มีที่ดินเป็นของตนเอง คิดเป็นร้อยละ 74.51 รองลงมาคือ เป็นที่ดินของบิดา มารดา คิดเป็นร้อยละ 3.56 และที่ดินเช่า สำหรับทำนา ทำสวน คิดเป็นร้อยละ 21.93 (ตารางที่ 5)

การใช้ที่ดินของสมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนาพบว่า สมาชิกกลุ่มมีที่ดินไว้เป็นที่อยู่อาศัยโดยเฉลี่ย 0.69 ไร่ต่อครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 2.03 มีที่ดินสำหรับการโดยเฉลี่ย 30.03 ไร่ต่อครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 88.30 และที่ดินที่ใช้ทำประโยชน์ เช่น การปลูกผักสวนครัว พืชสมุนไพร ข้าวโพด และการเลี้ยงสัตว์โดยเฉลี่ย 3.29 ไร่ต่อครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 9.67 (ตารางที่ 5)

ตารางที่ 5 ลักษณะการถือครองที่ดินและการใช้ที่ดินของสมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้าน
พินนา ปี พ.ศ. 2551

(หน่วย: ไร่ต่อครัวเรือน)

ลักษณะการถือครองที่ดิน	การใช้ประโยชน์ที่ดิน			รวม	ร้อยละ
	ที่อยู่อาศัย	ทำนา	อื่นๆ		
ที่ดินถือครองเป็นของตัวเอง	0.69	21.36	3.29	25.34	74.51
ที่ดินของบิดา มารดา	-	1.21	-	1.21	3.56
ที่ดินถือครองเช่า	-	7.46	-	7.46	21.93
รวมขนาดถือครองที่ดินเฉลี่ย	0.69	30.03	3.29	34.01	100
ร้อยละ	2.03	88.30	9.67	100.00	

ที่มา: จากการสำรวจ

รายได้

จากการศึกษาถึงที่มาของรายได้ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาแสดงให้เห็นว่า
ที่มาของรายได้โดยเฉลี่ยของสมาชิกกลุ่มมาจาก 3 ทางด้วยกันคือ รายได้จากการผลิตผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมจากฝ้าย รายได้จากการทำนา และรายได้อื่น ๆ ได้แก่ การปลูกผักสวนครัว พืชสมุนไพร
ข้าวโพด และการเลี้ยงสัตว์ และการค้าขาย ทำให้ครัวเรือนมีรายได้เฉลี่ยทั้งหมด 50,626.40 บาทต่อ
ครัวเรือนต่อปี การทำนาเป็นแหล่งรายได้สูงที่สุดซึ่งมีรายได้ 23,449.28 บาทต่อครัวเรือนต่อปี
คิดเป็นร้อยละ 46.32 รองลงมาคือ รายได้ที่เกิดจากการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายมีรายได้
21,537.79 บาทต่อครัวเรือนต่อปี คิดเป็นร้อยละ 42.54 และรายได้ที่เกิดจากการประกอบอาชีพอื่น ๆ
(ทำสวน รับจ้างทั่วไป และค้าขาย) มีรายได้ 5,639.33 บาทต่อครัวเรือนต่อปี คิดเป็นร้อยละ 11.14
(ตารางที่ 6)

เมื่อพิจารณาถึงลักษณะการประกอบอาชีพของแต่ละครัวเรือนพบว่า ครัวเรือนที่ประกอบ
อาชีพหลักคือการทอผ้า และมีอาชีพรองคือการทำนานั้นมีรายได้สูงที่สุดคือ 105,485.71 บาทต่อ
ครัวเรือนต่อปี โดยแยกรายได้เฉลี่ยจากการทอผ้า 74,435.25 บาทต่อครัวเรือนต่อปี และรายได้เฉลี่ย
จากการทำนา 31,050.46 บาทต่อครัวเรือนต่อปี รองลงมาคือ ครัวเรือนที่ประกอบอาชีพหลักการทำ
อาชีพอื่น ๆ ได้แก่ ทำสวน รับจ้างทั่วไป และค้าขาย และอาชีพรองคือ การทอผ้ามีรายได้เฉลี่ย
37,011.67 บาทต่อครัวเรือนต่อปี และรายได้เฉลี่ยจากการทอผ้า 7,000 บาทต่อครัวเรือนต่อปี ส่วน

ครัวเรือนที่ประกอบอาชีพหลักคือ การทอผ้าและการทำอาชีพอื่น ๆ มีรายได้เฉลี่ยรวม 32,965.00 บาทต่อครัวเรือนต่อปี โดยแยกเป็นรายได้เฉลี่ยจากการทอผ้า 19,500.00 บาทต่อครัวเรือนต่อปี และรายได้เฉลี่ยจากการทำอาชีพอื่นๆ 13,465.00 บาทต่อครัวเรือนต่อปี ส่วนครัวเรือนที่ประกอบอาชีพหลักคือ การทำนาและอาชีพรองคือ การทอผ้า มีรายได้รวม 46,571.64 บาทต่อครัวเรือนต่อปี โดยแยกเป็นรายได้เฉลี่ยจากการทำนา 21,227.39 บาทต่อครัวเรือนต่อปี และรายได้เฉลี่ยจากการทอผ้า 25,344.25 บาทต่อครัวเรือนต่อปี (ตารางที่ 7) ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การทำผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายสามารถสร้างรายได้ให้กับสมาชิกครัวเรือนเกษตรกรเพิ่มมากขึ้น

ตารางที่ 6 ที่มาของรายได้โดยเฉลี่ยของสมาชิกกลุ่มทอผ้าข้อมลัทธิธรรมชาติด้านพันนา ปี พ.ศ. 2551

ที่มาของรายได้	รายได้ (บาท/ครัวเรือน/ปี)	ร้อยละ
การผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย	21,537.79	42.54
การทำนา	23,449.28	46.32
อื่นๆ (ทำสวน รับจ้างทั่วไป และค้าขาย)	5,639.33	11.14
รวม	50,626.40	100

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 7 รายได้หลักและรายได้รองของกลุ่มตัวอย่างสมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา ปี พ.ศ. 2551

ลักษณะการประกอบอาชีพครัวเรือน		จำนวน ครัวเรือน	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ	รายได้	ร้อยละ
อาชีพหลัก	อาชีพรอง		อาชีพหลัก (บาท/ครัวเรือน/ปี)		อาชีพรอง (บาท/ครัวเรือน/ปี)		รวม (บาท/ครัวเรือน/ปี)	
ทำนา	ทอผ้า	32	21,227.39	45.58	25,344.25	54.42	46,571.64	100.00
อื่นๆ	ทอผ้า	1	30,011.67	81.09	7,000.00	18.91	37,011.67	100.00
ทอผ้า	ทำนา	2	74,435.25	70.56	31,050.46	29.44	105,485.71	100.00
ทอผ้า	อื่นๆ	1	19,500.00	59.15	13,465.00	40.85	32,965.00	100.00

ที่มา: จากการสำรวจ

สภาพทั่วไปของการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

ในการศึกษาการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายนั้น ได้ทำการศึกษาถึงกระบวนการผลิตฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา ตำบลพินนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร เพื่อเป็นแนวทางในการวิเคราะห์ต้นทุน และผลตอบแทนจากการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ให้เป็นที่แพร่หลาย ดังแสดงในตารางที่ 8 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ประสบการณ์ในการผลิต

สำหรับประสบการณ์ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของสมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาพบว่า คิดเป็นร้อยละ 54.00 มีประสบการณ์ในการผลิต 11 – 15 ปี รองลงมาคือ มีประสบการณ์ในการผลิต 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 22.00 ส่วนผู้มีประสบการณ์ในการผลิตมากกว่า 16 ปีขึ้นไป และผู้มีประสบการณ์น้อยกว่า 5 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ 4.00 ตามลำดับ จากผลการศึกษาจะเห็นว่า สมาชิกกลุ่มมีประสบการณ์ในการผลิตค่อนข้างสูง ซึ่งมีผลต่อการชำนาญในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ทั้งการย้อม การทอ และถ้าพิจารณาประสบการณ์ในการทอ โดยเฉลี่ย 17.45 ปีต่อคน

เหตุผลในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

จากผลการศึกษาพบว่า สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายมีเหตุผลในการผลิต คือ การทำตามบรรพบุรุษมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 74.00 รองลงมาคือ เพื่อเป็นรายได้เสริม คิดเป็นร้อยละ 42.00 ส่วนเหตุผลในการทำเพราะอยากทดลองทำ คิดเป็นร้อยละ 12.00 และทำเพราะเจ้าหน้าที่รัฐแนะนำ คิดเป็นร้อยละ 8.00 แสดงให้เห็นว่า สมาชิกกลุ่มได้รับรู้การทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายมาจากบรรพบุรุษ ซึ่งถือได้ว่าเป็นภูมิปัญญาของคนไทยที่ได้รับการสืบทอดจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ทำให้สามารถนำมาประกอบเป็นอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ในปัจจุบัน

ตารางที่ 8 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของสมาชิกกลุ่มทอผ้าข้อมสี
ธรรมชาติบ้านพินนา ปี พ.ศ. 2551

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
<u>ประสบการณ์ในการผลิต (ปี)</u>		
น้อยกว่า 5 ปี	2	4.00
5 – 10 ปี	11	22.00
11 – 15 ปี	27	54.00
16 ปีขึ้นไป	10	20.00
รวม	50	100.00
ประสบการณ์ของสมาชิกโดยเฉลี่ย (ปี)	17.45	
<u>เหตุผลในการผลิต*</u>		
มีความตั้งใจไว้ก่อนแล้ว	3	6.00
ทำตามบรรพบุรุษ	37	74.00
เจ้าหน้าที่แนะนำ/ชักชวน	4	8.00
เพื่อนบ้านแนะนำ/ชักชวน	1	2.00
อยากทดลองทำ	6	12.00
อื่นๆ เช่น เพื่อเป็นรายได้เสริม	21	42.00

หมายเหตุ: * ตอบได้มากกว่า 1 คำตอบ

ที่มา: จากการสำรวจ

กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

การผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าข้อมสีธรรมชาติบ้านพินนามีกระบวนการผลิตหลายขั้นตอน โดยสามารถสรุปกระบวนการผลิตใหญ่ ๆ ได้ 3 กระบวนการดังนี้

1. การเตรียมเส้นฝ้าย ซึ่งเป็นเส้นฝ้ายแนวตั้งหรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “เครือ” หรือ “หูก” ต้องทำจากเส้นฝ้ายที่มีความเหนียว เพราะเวลาทอผ้าเส้นฝ้ายยืนต้องเสียดสีกับฟันฝีมและแรงกระทบในขณะทอผ้า ถ้าใช้เส้นฝ้ายไม่เหนียวพอเส้นด้ายยืนอาจขาดได้ง่าย

การเตรียมเส้นฝ้ายขึ้นที่ปฏิบัติกันในกลุ่มทอผ้าบ้านนั้น มีการเตรียมเส้นฝ้ายขึ้นจากเส้นฝ้ายที่น้อมด้วยสิทธรรมาชาติซึ่งมีลักษณะเป็นปอย การเตรียมเส้นฝ้ายสำหรับการทอผ้าฝ้ายสีเดียวกันทั้งผืน และการทอผ้าฝ้ายมัดหมี่จะมีขั้นตอนเหมือนกัน

1.1 การย้อมสีเส้นฝ้าย ของกลุ่มทอผ้าบ้านพันนาจะย้อมด้วยสิทธรรมาชาติ ในการย้อมเส้นฝ้ายด้วยสิทธรรมาชาติจะใช้สีที่สกัดมาจากส่วนต่างๆ ของพืชที่หาง่ายในท้องถิ่นทั้งที่สกัดมาจากส่วนต่างๆ ของเปลือกไม้ เหง้า ใบไม้ ได้นำส่วนต่างๆ ของพืชมาใช้อย้อมผ้ามีดังนี้

สีแดง	ได้จาก	เปลือกต้นประดู่ เปลือกต้นมะม่วง
สีแดงเลือดหมู	ได้จาก	เปลือกต้นทองกวาว
สีเขียวเข้ม	ได้จาก	ใบขี้เหล็ก
สีเขียวอ่อน	ได้จาก	ใบหูกวาว
สีเขียวยาวอ่อน	ได้จาก	เปลือกต้นมะม่วง
สีชมพูอ่อน	ได้จาก	เหง้ากล้วยดิบ
สีน้ำตาล	ได้จาก	เปลือกต้นยางโสม
สีโคลน	ได้จาก	เปลือกต้นกระโดนผสมเปลือกต้นเม็กผสมกับโคลน
สีน้ำเงินเข้ม	ได้จาก	ใบและกิ่งก้านต้นคราม

การย้อมผ้าด้วยเปลือกไม้

ส่วนประกอบ

1. เปลือกไม้	2	กิโลกรัม
2. น้ำ	20	ลิตร
3. เส้นฝ้ายฟอกแล้ว	2	กิโลกรัม
4. จุลสี	1	ช้อนแกง

วิธีการย้อม

1. นำฝ้ายที่ฟอกแล้ว ชุบน้ำแล้วบิดฝ้ายและทาบให้เรียงเส้น
2. ล้างเกลือไม่ให้สะอาด
3. ต้มน้ำให้เดือดใส่เปลือกไม้ลงเคี่ยวประมาณ 4 ชั่วโมง หรือเคี่ยวจนได้สีตามต้องการ เมื่อใช้ได้แล้วช้อนเอาเปลือกไม้ออก กรองให้เหลือน้ำใส ๆ ใสสีที่พร้อมจะย้อม ก่อนย้อมใส่จุลสีลงไปให้น้ำสี เพื่อที่จะให้สีติดฝ้ายได้ง่ายขึ้น
4. นำฝ้ายขึ้นจากน้ำย้อม ล้างให้สะอาด ชักด้วยผงซักฟอกเพื่อฟอกสีที่ไม่ติดเส้น ฝ้ายออกให้หมด จากนั้นก็ล้างออกด้วยน้ำให้สะอาด นำไปตากให้แห้งแล้วเก็บไว้ทอผ้าต่อไป

การย้อมผ้าด้วยใบไม้

ส่วนประกอบ

- | | | |
|--------------------|----|----------|
| 1. ใบไม้ | 2 | กิโลกรัม |
| 2. น้ำ | 20 | ลิตร |
| 3. เส้นฝ้ายฟอกแล้ว | 2 | กิโลกรัม |
| 4. จุลสี | 1 | ช้อนแกง |

วิธีการย้อม

1. นำฝ้ายที่ฟอกแล้ว ชุบน้ำแล้วบิดฝ้ายและทาบให้เรียงเส้น
2. ล้างใบไม้ให้สะอาด นำไปคั้นหรือตำ เติมน้ำแล้วกรองเอาแต่น้ำ นำไปตั้งไฟต้มให้เดือด ใส่จุลสีลงไปให้น้ำเพื่อให้สีติดฝ้ายได้ง่ายขึ้น

3. นำฝ้ายที่เตรียมไว้ลงข้อม หมุนกลับฝ้ายอยู่เสมอบริเวณประมาณ 1 ชั่วโมง หรือได้สีตามต้องการ เอาฝ้ายขึ้นจากน้ำข้อม แล้วล้างให้สะอาด ชักด้วยผงซักฟอกเพื่อฟอกสีที่ไม่ติดเส้นฝ้าย ออกให้หมด จากนั้นก็ล้างออกด้วยน้ำให้สะอาด นำไปตากให้แห้งแล้วเก็บไว้ทอผ้าต่อไป

1.2 การกวักฝ้าย คือ การนำด้ายที่ข้อมแล้วใส่ลงไปใน “กง” กวักฝ้ายออกจากกงให้เข้าไปอยู่ในอัก โดยการหมุนอักไปเรื่อยๆ ฝ้ายจากกงก็จะเคลื่อนที่ออกมาเข้าสู่อักตามต้องการ เมื่อกวักฝ้ายเสร็จแล้ว จะได้ฝ้ายไปอยู่ในอักหลาย ๆ อัก

1.3 การคันฝ้าย คือ ขั้นตอนของการนำฝ้ายออกจากอักใส่ลงในไม้หลักเพื่อ เพื่อให้ได้ความยาวของทูกตามที่ต้องการ โดยนำด้ายใส่ลงในเคียวของหลักเพียวจากซ้ายไปขวาไปมาเรื่อยๆ จนได้ความยาวตามต้องการ

1.4 การสับทูก คือ กรรมวิธีที่นำเอาเส้นฝ้ายขึ้นที่ข้อมสีแล้วไปต่อเข้ากับทูก (ส่วนที่เหลือไว้จากการทอครั้งสุดท้าย) ซึ่งการต่อเส้นฝ้ายที่เหลืกับเครื่องด้ายขึ้นนั้นต้องผ่านฟืม และเขาทูก หรือตะกอ ซึ่งต้องใช้เวลานานและใช้ความละเอียดอ่อนมาก

1.5 การกางทูก คือ การนำเอาฝ้ายเส้นเครื่องที่สับทูกแล้ว ไปใส่ที่ ดึงให้ตึงจัดเส้นเครื่องให้เป็นระเบียบ จัดให้เข้าที่ตามตำแหน่งที่โครงที่ตามแนวระนาบเขว่นฟืมและตะกอให้อยู่ในแนวตั้งฉากกับเครื่องทูกเพื่อเตรียมพร้อมจะเริ่มด้าทูกได้

1.6 การหวีทูก คือ การทำให้เส้นฝ้ายเรียบลื่นเหนียวเป็นระเบียบและแข็งแรงทนทานต่อการเคลื่อนตัวเสียดสีจากพื้นหวีของฟืมโดยใช้ แปรงหวีทูก หวีไปทางตามยาวของเครื่องทูก เพื่อจัดระเบียบเส้นเครื่องทูกไม่ให้พันกัน เพราะจะทำให้เส้นเครื่องขาดและทอยาก

2. การเตรียมเส้นฝ้ายพุ่ง เป็นการเตรียมเส้นฝ้ายที่จะใช้ทอตามขวางของผ้าจากเส้นฝ้ายที่ข้อมสีธรรมชาติเองและเส้นฝ้ายสำเร็จรูปจากโรงงานนั้น มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 การข้อมสี ทำเช่นเดียวกับด้ายทางเครื่อง

2.2 การกวักฝ้าย คือ การนำฝ้ายที่ข้อมแล้วส่งกงแล้วกรอด้วยจากใจเข้าอัก

2.3 การปั่นหลอด คือ การนำเส้นฝ้ายที่อยู่ในอ้อมกรอใส่หลอดหรือบางครั้งเรียกว่า “การปั่นฝ้ายใส่หลอด” เพื่อเตรียมไว้ใส่กระสวยซึ่งใช้เป็นด้ายพุ่งสำหรับทอ

3. การทอผ้า เป็นการนำเส้นฝ้ายพุ่งมาทอให้ขัดกับเส้นฝ้ายที่ขึงไว้ในที่ทอผ้าแล้ว (เส้นยืน) จัดว่าเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการทอผ้าฝ้าย ซึ่งในปัจจุบันนิยมใช้ฟืมเหล็กมากกว่าฟืมไม้ ซึ่งฟืมนี้จะเป็นตัวกระแทกเส้นฝ้ายที่พุ่งให้ขัดกับเส้นยืน ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์เป็นผืน

อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านพินา มีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการเตรียมเส้นฝ้ายยืนและเส้นฝ้ายพุ่ง ตลอดจนขั้นตอนของการทอผ้าฝ้าย ซึ่งมีอยู่หลายชนิดเพื่อเพิ่มความสะดวกและรวดเร็วสำหรับสมาชิกในการผลิต ปรากฏว่ามีการใช้เครื่องมือและอุปกรณ์ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย แบ่งได้ดังนี้

1. อุปกรณ์สำหรับการเตรียมเส้นฝ้ายก่อนทอ ก่อนการทอผ้าฝ้ายจะต้องเตรียมเครื่องมือและอุปกรณ์ในการเตรียมเส้นฝ้ายยืนและเส้นฝ้ายพุ่งให้พร้อมก่อนถึงขั้นตอนการทอ ซึ่งอุปกรณ์ในการเตรียมเส้นฝ้ายประกอบด้วย

1.1 หลักคันเรือหูกหรือ“หลักเฟีย” คือ อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับเตรียมเส้นฝ้ายยืน โดยด้านกว้างทั้งสองด้านจะมีหลักไม้สำหรับนำเส้นฝ้ายมาขึ้นใส่หลักเฟียโดยผู้คันเส้นฝ้ายยืนจะต้องเดินเส้นฝ้ายไปมาหลายครั้งจนได้ความยาวของเส้นฝ้ายยืนตามต้องการ

1.2 กง คือ อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับใส่ปอของเส้นฝ้ายที่ต้องการกวักหรือกรอ เพื่อให้เส้นฝ้ายกระจ่ายออกอย่างสะดวกต่อการกวักหรือกรอ ทำจากไม้ไผ่และมีเชือกขึงอยู่ระหว่างไม้ไผ่ทั้ง 2 ข้างและมีเสาอง 2 ข้าง เพื่อให้หมุนได้อย่างคล่องตัว ใช้สำหรับการกวักฝ้าย โดยส่วนใหญ่จะใช้คู่กับอีก

1.3 อีก คือ อุปกรณ์ในการปักเส้นฝ้ายเพื่อเตรียมทำเส้นฝ้ายยืนหรือเส้นฝ้ายพุ่งก่อนกรอเข้ากระสวย ใช้สำหรับการกวักฝ้ายออกจากกงมีลักษณะเป็นรูปทรงกระบอกมี 6 ขา และ 8 ขา ที่เป็นรองขาเจาะรูไว้ตรงกลางสำหรับสวมเข้ากับแกนไม้คอนอีกสำหรับกวักเส้นฝ้าย ซึ่งไม้คอนอีกนั้น เป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการกรอเส้นฝ้ายเข้าอีก

1.4 ไน คือ อุปกรณ์ที่ใช้สำหรับกรอเส้นฝ้ายออกจากอัก เป็นเหล็กปลายแหลมในการปั่น เข้าหลอดเพื่อเตรียมเส้นฝ้ายพุ่งก่อนนำไปใช้ในการทอ

1.5 แปรงหวีหูก คือ แปรงทำด้วยเส้นใยกันตาล ทำเป็นแปรงโตๆ ใช้ในการหวีเส้นด้าย ทำให้ทอได้ง่ายขึ้นด้ายจะไม่ยุ่งหรือพันกัน

1.6 กระดมั่งและถังน้ำ ใช้สำหรับแช่เส้นฝ้ายที่ย้อมเสร็จแล้ว

1.7 กระทะ ใช้สำหรับดัมเปลือกไม้เพื่อข้อมเส้นฝ้าย

1.8 เตา ใช้สำหรับก่อไฟเพื่อคัมน้ำข้อมสีเส้นฝ้าย

2. อุปกรณ์ที่ใช้ในการทอผ้าฝ้าย อุปกรณ์ที่สำคัญในการนำเส้นฝ้ายที่ผ่านกระบวนการเตรียมเส้นฝ้ายแล้วนำมาทอเป็นผืนผ้า ประกอบด้วยอุปกรณ์ต่างๆ ดังนี้

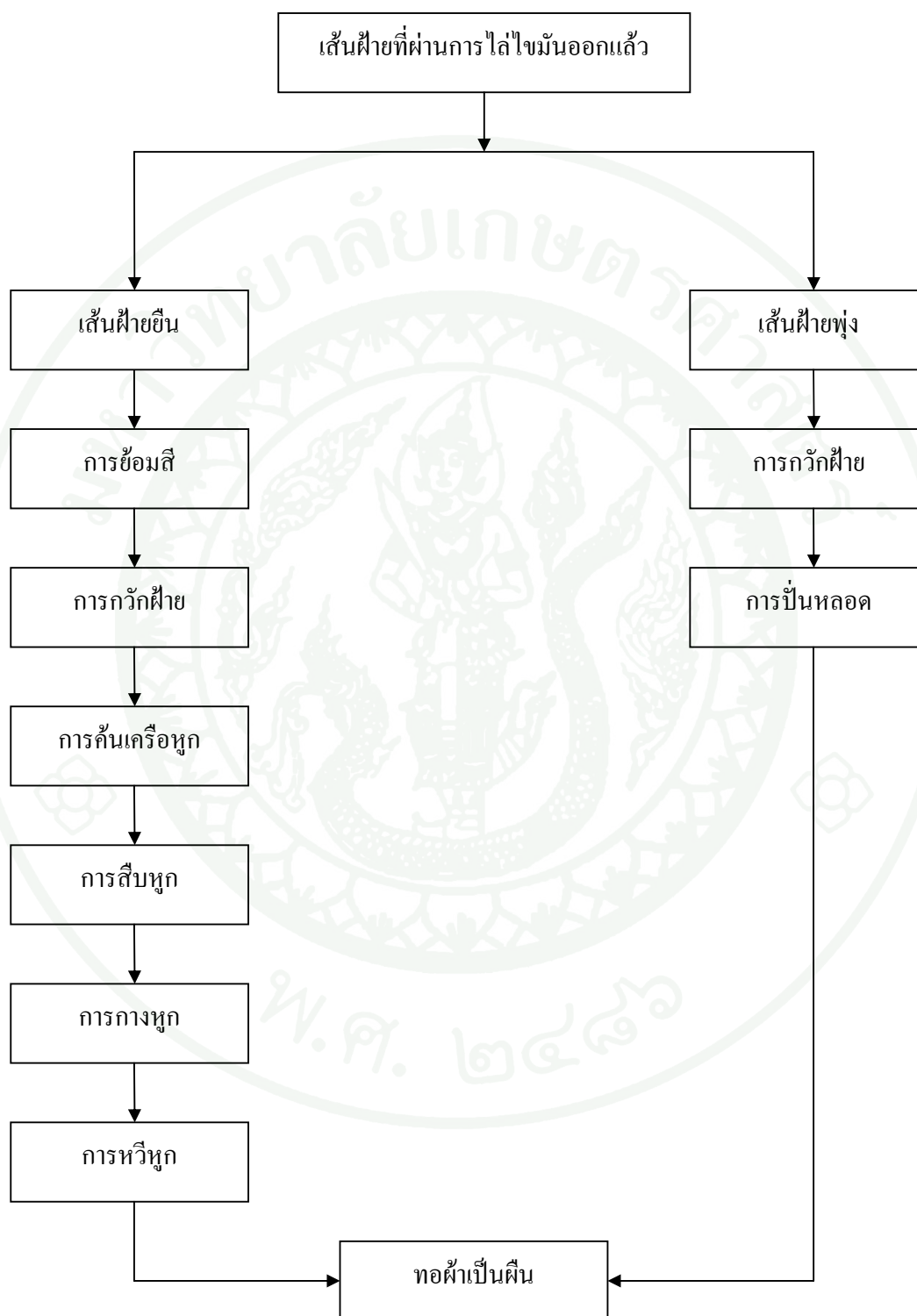
2.1 กี่ทอผ้า คือ โครงสร้างสำหรับจึงด้ายใส่หูก และรองรับชุดฟืมหวีและเขา ทำด้วยไม้เนื้อแข็งเป็นโครงสร้างที่แข็งแรง สามารถรับน้ำหนักของคนนั่งทอได้ สามารถยกเคลื่อนย้ายไปไหนมาไหนได้ เพื่อให้สะดวกแก่การทอ

2.2 ฟืม (ฟืนหวี) คือ เครื่องมือทอผ้าสำหรับการกระแทกให้เส้นด้ายทอเรียงตัวกันชิดแน่นในเนื้อผ้า มีหลายขนาดแล้วแต่ความต้องการขนาดของความกว้างของหน้าผ้า เริ่มตั้งแต่ 12 นิ้ว ไปจนถึง 42 นิ้ว

2.3 เขาฟืม เขาหูกหรือตะกอ เรียกสั้นๆว่า “เขา” หรือ “ตะกอ” คือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการทอผ้าอย่างหนึ่งทำด้วยด้ายถักเรียงกับไม้ไผ่ที่เหลาจนเรียบ มีขนาดเท่ากับความยาวของฟืม ส่วนของฟืม ที่อยู่ตรงกับเขา จะมีด้ายทำเป็นกนกหูก ซึ่งเป็นส่วนที่จะนำไปต่อกับเครื่องหูก เขาเรียกอีกอย่างหนึ่ง คือ ตะกอ

2.4 กระสวย คือ เครื่องมือใส่หลอดด้าย ทำด้วยไม้เนื้อแข็งขัดมัน เพื่อสะดวกในการสอดเข้าไปในพื้นผ้า ขนาดความยาว 14 - 16 นิ้ว หนา 2 ซม. เจาะรูเป็นรูปสี่เหลี่ยมพื้นผ้าตรงกลาง กระสวยกว้างประมาณ 15 - 17 ซม. ส่วนปลายทั้งสองข้างของกระสวยนั้นทำคล้ายเรือขุดคือเหลาให้งอนขึ้นทั้งสองข้าง เพื่อสะดวกในการสอดด้ายพุ่งเข้าไปในฟืม

2.5 หลอดปั่นด้าย ใช้วัสดุที่หาง่ายๆ ไม้เส้นเปลือง เช่น ไม้ลำปอ ที่มีขนาดพองาม มีรูกลวงข้างในพอที่จะสอดได้ใส่กระสวยได้ หลอดปั่นด้ายมี 2 ขนาด และใช้ต่างกัน คือ ขนาดสั้นยาวประมาณ 2 นิ้ว ใช้สำหรับกระสวยที่จะทอผ้า วันหนึ่ง ๆ ประมาณ 10 - 20 หลอดขนาดความยาวนั้นใช้สำหรับคันด้ายใส่หลักเพื่อเอามาทำเป็นเครื่องมือใส่ฟืมทอ



ภาพที่ 6 กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายข้อมสี่ธรรมชาติ
ที่มา: จากการสำรวจ



ภาพที่ 7 กระบวนการผลิตผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติ

ที่มา: จากการสำรวจ

ตารางที่ 9 อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้า
ย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา ปี พ.ศ. 2551

อุปกรณ์	ราคาเฉลี่ย (บาท/หน่วย)	ใช้มาแล้ว (ปี)	มูลค่า ณ ต้นปี ที่ใช้งาน (บาท)	ค่าเสื่อม ราคา* (บาท/ปี)	อายุการใช้งาน เฉลี่ย* (ปี)
1. กี่ (ธรรมดา)	2,800	10	600	220	15
2. พืม (สแตนเลส)	1,500	10	500	100	30
3. พืม (ไม้)	400	10	0	40	30
4. กระสวยมือ	45	6	20	38.33	10
5. ไน	250	2	0	125	10
6. กง	100	5	0	20	10
7. อัก	50	2	0	25	5
8. แปรงหวีลูก	35	5	0	7	10
9. ไม้ค้อนอีก	270	10	100	17	20
10. หลักเปีย	350	10	150	20	20
11. กรรไกร	40	3	0	13.33	10
รวม	5,840			625.66	

หมายเหตุ: * เป็นการคำนวณที่เกิดจากการสอบถามข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ
บ้านพันทนา

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

ตารางที่ 10 ค่าใช้จ่ายอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติที่มีอายุการใช้งานไม่เกิน 1 ปีของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา ปี พ.ศ. 2551

อุปกรณ์	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ปริมาณ	ค่าใช้จ่าย (บาท)
กะละมัง	50	5	250
กระบวย	45	5	225
ถังน้ำ	75	4	300
เตา	180	3	540
पीป	30	4	120
		รวม	1,435

ที่มา: จากการสำรวจและคำนวณ

บทที่ 4

ผลการศึกษา

จากการศึกษาในด้านทางเศรษฐกิจการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าข้อมสีธรรมชาติบ้านพinna ตำบลพินนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร ได้ผลการศึกษาและวิเคราะห์แบ่งออกเป็น 4 ส่วนคือ

ส่วนที่ 1 ด้านการผลิต โดยวิเคราะห์ถึงต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 2 ด้านการตลาด โดยศึกษาถึงช่องทางการตลาด ส่วนเหลือการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 ด้านการประเมินผลการดำเนินงานของกลุ่ม โดยจะประเมินทางด้านบริบท ด้านปัจจัยเข้า ด้านกระบวนการและด้านปัจจัยออก

ส่วนที่ 4 ด้านการวางแผน โดยจะวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค การผลิตและการตลาดของกลุ่มทอผ้า

ส่วนที่ 1 ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์

1. ต้นทุนการผลิต

ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมคราม ขนาด 0.80 x 1 เมตร



ภาพที่ 8 ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมคราม (ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 4 ดาว)
ที่มา: จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่า ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมครามของกลุ่มทอผ้าข้อมสีธรรมชาติ มีต้นทุนการผลิตทั้งหมดเท่ากับ 134.06 บาทต่อเมตร ประกอบด้วยต้นทุนที่เป็นตัวเงิน 133.74 บาทต่อเมตร คิดเป็นร้อยละ 99.76 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด และต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน 0.32 บาทต่อเมตร คิดเป็นร้อยละ 0.21 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ดังแสดงในตารางที่ 11 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ต้นทุนผันแปร (Variable Cost) ได้แก่ ค่าแรงงาน ค่าเส้นฝ้าย ค่าสีข้อม (ค่าเปลือกไม้) ค่าวัสดุอื่น ๆ (ค่าจุนสีและค่าเชื้อเพลิงในการข้อม) อุปกรณ์ที่มีอายุการใช้งานไม่เกิน 1 ปี (อุปกรณ์ที่ใช้ในการข้อมสี) ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์ และค่าเสียโอกาสของเงินค่าใช้จ่ายในการดำเนินการผลิต

จากการศึกษาพบว่า ต้นทุนผันแปรทั้งหมดเท่ากับ 133.78 บาทต่อเมตรคิดเป็นร้อยละ 99.79 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด โดยประกอบด้วยต้นทุนที่เป็นตัวเงิน 133.74 บาทต่อเมตร และต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน 0.04 บาทต่อเมตร ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับต้นทุนผันแปรดังนี้

1.1 ค่าแรงงาน ประกอบด้วยค่าแรงงานในการข้อมลิ ค่าแรงงานในการเตรียมเส้นฝ้าย ยืนและเส้นฝ้ายพุ่ง ค่าแรงงานในการทอและค่าแรงงานในการฟอก จากการศึกษพบว่า ค่าแรงงานในกระบวนการผลิตต่าง ๆ เท่ากับ 92.95 บาทต่อเมตร คิดเป็นร้อยละ 55.39 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด โดยค่าแรงงานในการทอผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมลิรวมจะประกอบไปด้วยค่าแรงงานดังต่อไปนี้

1.1.1 ค่าแรงงานในการข้อมลิ คือ ค่าแรงงานในการข้อมลิเส้นฝ้ายให้มีสีตามต้องการ โดยค่าแรงงานในการข้อมลิจะคำนวณจากอัตราค่าแรงงานในท้องถิ่นของเกษตรกร คือ อัตราค่าจ้างวันละ 150 บาท แล้วนำมาเฉลี่ยเป็นค่าแรงงานในการข้อมลิต่อเมตร โดยค่าแรงงานในการข้อมลิเส้นฝ้ายเท่ากับ 4.25 บาทต่อเมตร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 3.17 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.1.2 ค่าแรงงานในการเตรียมเส้นฝ้ายยืน คือ ค่าแรงงานในกระบวนการเตรียมเส้นฝ้ายทางยืนหรือทางเครือ ซึ่งประกอบไปด้วย การกวักฝ้าย การคันเครือหูก การสับหูก การกางหูก และการหวีหูก โดยค่าแรงงานในการเตรียมเส้นฝ้ายทางยืนนี้จะคำนวณจากอัตราค่าจ้างแรงงานในการเตรียมเส้นฝ้ายยืนของกลุ่มทอผ้าข้อมลิธรรมชาติบ้านพินนา คือ ค่าจ้างวันละ 120 บาท แล้วนำมาเฉลี่ยเป็นค่าแรงงานในการเตรียมเส้นฝ้ายยืนต่อเมตร โดยค่าแรงงานในการเตรียมเส้นฝ้ายยืนเท่ากับ 1.25 บาทต่อเมตร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.93 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.1.3 ค่าแรงงานในการเตรียมเส้นฝ้ายพุ่ง คือ ค่าแรงงานในการเตรียมเส้นฝ้ายทางพุ่ง ได้แก่ การกวักฝ้าย การปั่นหลอด โดยค่าแรงงานในการเตรียมเส้นฝ้ายพุ่งนี้จะคำนวณจากอัตราค่าจ้างแรงงานในการเตรียมเส้นฝ้ายพุ่งของกลุ่มทอผ้าข้อมลิธรรมชาติบ้านพินนา คือ ค่าจ้างวันละ 120 บาท แล้วนำมาเฉลี่ยเป็นค่าแรงงานในการเตรียมเส้นฝ้ายพุ่งต่อเมตร โดยค่าแรงงานในการเตรียมเส้นฝ้ายพุ่งเท่ากับ 0.75 บาทต่อเมตร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.56 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.1.4 ค่าแรงงานในการทอ เป็นค่าแรงงานในการทอผ้าฝ้าย โดยค่าแรงงานในการทอผ้าฝ้ายจะคำนวณจากอัตราค่าจ้างแรงงานของกลุ่มทอผ้าข้อมลิธรรมชาติบ้านพินนา คือ อัตราค่าจ้าง 18 บาทต่อเมตร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 26.85 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.1.5 ค่าแรงงานในการฟอก คือ ค่าแรงงานในการฟอกหรือการอบผ้าซึ่งจะทำให้ผ้าที่ทอแล้วนุ่มขึ้น โดยทางกลุ่มจะนำผ้าที่ทอเสร็จแล้วไปจ้างฟอก โดยคิดค่าแรงงานในการฟอก 25 บาทต่อเมตร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 18.65 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.2 ค่าเส้นฝ้าย ได้แก่ ค่าเส้นฝ้ายทางยืนและทางพุ่ง โดยเป็นฝ้ายที่ทางกลุ่มทอผ้าซื้อมาจากโรงงาน ซึ่งทางกลุ่มจะนำมาข้อมสีเอง โดยค่าเส้นฝ้ายทางยืนราคา กิโลกรัมละ 210 บาท ในการทอ 1 เมตร จะใช้ปริมาณฝ้ายทางพุ่งเฉลี่ย 0.09 กิโลกรัม ดังนั้น การทอผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมครามจะมีต้นทุนค่าเส้นฝ้ายทั้งหมดเท่ากับ 50 บาทต่อเมตร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 37.50 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด โดยจะแบ่งเป็นต้นทุนค่าเส้นฝ้ายทางยืนเท่ากับ 25 บาทต่อเมตร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 18.65 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด และต้นทุนค่าเส้นฝ้ายทางพุ่งเท่ากับ 25 บาทต่อเมตร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 18.65 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.3 ค่าสีข้อม คือ ค่าเปลือกไม้ ใบไม้ และผลต่างๆ ที่หาได้ในท้องถิ่นนำมาใช้ในการข้อมสีธรรมชาติ จากการสอบถามว่า ในการข้อมสีธรรมชาตินั้น ถ้าข้อมเส้นฝ้าย 1 กิโลกรัม ต้องใช้เปลือกไม้ 3 กิโลกรัม โดยทางกลุ่มจะรับซื้อเปลือกไม้ ผล ใบไม้ จากชาวบ้านในท้องถิ่นขายใน กิโลกรัมละ 5 บาท ดังนั้นผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมครามจะเสียค่าสีข้อมในการข้อมสีธรรมชาติเท่ากับ 3.50 บาทต่อเมตร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 2.61 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.4 ค่าวัสดุอื่น ๆ ประกอบด้วย ค่าเชื้อเพลิง ค่าเกลือ ค่าสารส้ม ค่าผงซักฟอก ค่าน้ำยาปรับผ้านุ่มและค่าจุนสี (จุนสีจะใช้เพื่อให้สีมีความเข้มข้น) ซึ่งเป็นส่วนประกอบสำคัญที่ใช้ในกระบวนการข้อมเส้นฝ้าย ดังนั้น ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมครามจะเสียค่าวัสดุสิ้นเปลืองอื่น ๆ เท่ากับ 3.15 บาทต่อเมตร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 2.35 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.5 ค่าซ่อมแซมอุปกรณ์ทอผ้า จากการสำรวจพบว่า ทางกลุ่มต้องจ่ายค่าซ่อมแซมอุปกรณ์ในการทอผ้าเป็นส่วนใหญ่และอุปกรณ์ในการข้อมสีผ้า เช่น กี่ทอผ้า ที่โค้นหูก ในและอ้าว เป็นต้น ดังนั้น ในการทอผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมครามจะเสียค่าซ่อมแซมอุปกรณ์การทอผ้าเท่ากับ 2.09 บาทต่อเมตร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 1.56 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.6 ค่าอุปกรณ์ทอผ้าที่มีอายุไม่เกิน 1 ปี ได้แก่ กะละมัง ถังน้ำ กระบวย เต่า และปั๊บน้ำ ซึ่งค่าใช้จ่ายนี้เป็นค่าใช้จ่ายอุปกรณ์ที่ใช้ในการย้อมสีเส้นฝ้าย ซึ่งอุปกรณ์เหล่านี้มีอายุใช้งานไม่เกิน 1 ปี จากการศึกษา คิดเป็นค่าใช้จ่ายในรอบปีโดยไม่คิดค่าเสื่อมราคาโดยจะคำนวณจากอุปกรณ์ทอผ้าที่มีอายุไม่เกิน 1 ปี เท่ากับ 0.75 บาทต่อเมตร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.56 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

1.7 ค่าเสียโอกาสของเงินค่าใช้จ่ายในการดำเนินการผลิต เป็นค่าเสียโอกาสของเงินลงทุนจากการที่กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาส่วนหนึ่งได้นำเงินของตนเองมาลงทุนทำให้เสียโอกาสในการนำเงินไปลงทุนอย่างอื่น โดยค่าเสียโอกาสจากการลงทุนดำเนินการผลิตจะคิดจากอัตราดอกเบี้ยเงินฝากออมทรัพย์ของธนาคารพาณิชย์ใน พ.ศ. 2551 ในอัตราร้อยละ 0.75 บาทต่อปี ดังนั้น ในการทอผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมครามมีต้นทุนผันแปรที่เป็นตัวเงิน 151.74 บาทต่อเมตร โดยมีค่าเสียโอกาสการลงทุนดำเนินการผลิตเท่ากับ 0.04 บาทต่อเมตร คิดเป็นร้อยละ 0.51 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ซึ่งเป็นต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน (2 เมตร ใช้เวลาการทอ 1 วัน)

2. ต้นทุนคงที่ (Fixed Cost) ได้แก่ ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ทอผ้าและค่าเสียโอกาสจากการลงทุนอุปกรณ์คงทน จากการศึกษาต้นทุนการผลิตผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมครามพบว่า ต้นทุนคงที่ทั้งหมดเท่ากับ 0.28 บาทต่อเมตร ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 0.03 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับต้นทุนคงที่ดังนี้

2.1 ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ทอผ้า ได้แก่ ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ทอผ้าที่มีอายุใช้งานเกิน 1 ปี ดังแสดงในตารางที่ 11 ดังนั้น ในการทอผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมครามมีค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ทอผ้าเท่ากับ 0.27 บาทต่อเมตร คิดเป็นร้อยละ 0.21 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ซึ่งเป็นต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน

2.2 ค่าเสียโอกาสการลงทุนอุปกรณ์คงทน คิดจากมูลค่าปัจจุบันของอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตคูณกับอัตราดอกเบี้ยเงินฝากประจำของธนาคารพาณิชย์ในปี พ.ศ. 2551 ในอัตราดอกเบี้ยร้อยละ 0.75 บาทต่อปี ซึ่งจากการศึกษาพบว่า ต้นทุนการผลิตผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมครามมีค่าเสียโอกาสในการลงทุนเครื่องมืออุปกรณ์คงทนเท่ากับ 0.21 บาทต่อเมตร คิดเป็นร้อยละ 0.007 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ซึ่งเป็นต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน

ผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกอล ขนาด 0.80 x 2 เมตร



ภาพที่ 9 ผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกอล (ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว)

ที่มา: จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกอลของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนามีต้นทุนการผลิตรวมทั้งหมดเท่ากับ 253.339 บาทต่อผืน โดยประกอบด้วยต้นทุนที่เป็นตัวเงิน 252.95 บาทต่อผืน คิดเป็นร้อยละ 99.85 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด และต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน 0.389 บาทต่อผืน คิดเป็นร้อยละ 0.15 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ดังแสดงในตารางที่ 12 จะเห็นได้ว่า ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกอล จะแบ่งออกเป็นต้นทุนผันแปรเท่ากับ 252.975 บาทต่อผืน คิดเป็นร้อยละ 99.86 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด และต้นทุนคงที่เท่ากับ 0.364 บาทต่อผืน คิดเป็นร้อยละ 0.14 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด โดยจะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะเป็นค่าแรงงานคิดเป็นร้อยละ 54.97 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด รองลงมาเป็นค่าเส้นฝ้ายคิดเป็นร้อยละ 39.47 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี ขนาด 0.80 x 2 เมตร



ภาพที่ 10 ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี (ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 4 ดาว)
ที่มา: จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสีของกลุ่มทอผ้าข้อมสี่ธรรมชาติดิบ้านพันนามีต้นทุนการผลิตรวมทั้งหมดเท่ากับ 173.999 บาทต่อผืน โดยประกอบด้วยต้นทุนที่เป็นตัวเงิน 173.57 บาทต่อผืน คิดเป็นร้อยละ 99.75 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด และต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน 0.429 บาทต่อผืน คิดเป็นร้อยละ 0.25 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ดังแสดงในตารางที่ 13 จะเห็นได้ว่า ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสีจะแบ่งออกเป็นต้นทุนผันแปรเท่ากับ 173.579 บาทต่อผืน คิดเป็นร้อยละ 99.76 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด และต้นทุนคงที่เท่ากับ 0.42 บาทต่อผืน คิดเป็นร้อยละ 0.24 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด โดยจะเห็นได้ว่าค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะเป็นค่าแรงงานคิดเป็นร้อยละ 50.46 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด รองลงมาเป็นค่าเส้นฝ้ายคิดเป็นร้อยละ 41.67 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

ผ้าพันคอ ขนาด 0.50 x 1.80 เมตร



ภาพที่ 11 ผ้าพันคอ (ผลิตภัณฑ์ได้รับมาตรฐานสินค้า OTOP ระดับ 3 ดาว)

ที่มา: จากการสำรวจ

จากการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าพันคอ ของกลุ่มทอผ้าข้อมลิ ธรรมชาติบ้านพินนา มีต้นทุนการผลิตรวมทั้งหมดเท่ากับ 29.091 บาทต่อผืน โดยประกอบด้วย ต้นทุนที่เป็นตัวเงิน 28.92 บาทต่อผืน คิดเป็นร้อยละ 99.41 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด และต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน 0.171 บาทต่อผืน คิดเป็นร้อยละ 0.59 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ดังแสดงในตารางที่ 14 จะเห็นได้ว่า ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าพันคอ จะแบ่งออกเป็น ต้นทุนผันแปรเท่ากับ 28.921 บาทต่อผืน คิดเป็นร้อยละ 99.42 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด และ ต้นทุนคงที่เท่ากับ 0.17 บาทต่อผืน คิดเป็นร้อยละ 0.58 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด โดยจะเห็นได้ว่า ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่จะเป็นค่าแรงงานคิดเป็นร้อยละ 77.34 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด

สรุปจากการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้า ข้อมลิธรรมชาติบ้านพินนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร ในผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ได้แก่ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมคราม ผ้าคลุมไหล่ข้อมคราม 4 ตะกอก ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี และผ้าพันคอ พบว่า ต้นทุนที่เป็นตัวเงินโดยเฉลี่ยร้อยละ 99.70 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด และเป็นต้นทุนที่ไม่

เป็นตัวเงินเฉลี่ยร้อยละ 0.29 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมด ซึ่งแสดงผลสรุปไว้ในตารางที่ 15 จากการพิจารณาในส่วน of ต้นทุนที่เป็นตัวเงินพบว่า ค่าแรงงานและค่าเส้นฝ้ายในการผลิตเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญสูงมากต่อต้นทุนที่เป็นตัวเงิน ดังนั้น ถ้าได้มีการศึกษาถึงต้นทุนอย่างแท้จริงแล้วจะทำให้การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มความเหมาะสมมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 11 ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมกรรม

ขนาด 0.80 x 1 เมตร

(หน่วย: บาทต่อเมตร)

รายการ	ต้นทุน ที่เป็นตัวเงิน	ต้นทุน ที่ไม่เป็นตัวเงิน	ต้นทุน รวม	ร้อยละ
ต้นทุนผันแปร	133.74	0.04	133.78	99.79
1. ค่าแรงงาน	74.25	-	74.25	55.39
- การข้อมสี	4.25	-	4.25	3.17
- เตรียมเส้นฝ้ายขึ้น	1.25	-	1.25	0.93
- เตรียมเส้นฝ้ายพุ่ง	0.75	-	0.75	0.56
- การทอ	18.00	-	36.00	26.85
- การฟอก	25.00	-	25.00	18.65
- การฟั่น	25.00	-	25.00	18.65
2. ค่าเส้นฝ้าย	50.00	-	50.00	37.30
- ค่าเส้นฝ้ายขึ้น	25.00	-	25.00	18.65
- ค่าเส้นฝ้ายพุ่ง	25.00	-	25.00	18.65
3. ค่าสีข้อม	3.50	-	3.50	2.61
4. ค่าวัสดุอื่นๆ	3.15	-	3.15	2.35
5. ค่าซ่อมแซม	2.09	-	2.09	1.56
6. อุปกรณ์ที่มีอายุไม่เกิน 1 ปี	0.75	-	0.75	0.56
7. ค่าเสียโอกาสการลงทุนดำเนินการผลิต	-	0.04	0.04	0.51
ต้นทุนคงที่	-	0.28	0.28	0.03
1. ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ทอผ้า	-	0.27	0.27	0.21
2. ค่าเสียโอกาสการลงทุนอุปกรณ์คงทน	-	0.01	0.01	0.007
ต้นทุนรวม	133.74	0.32	134.06	100.00
ร้อยละ	99.79	0.21	100.00	

หมายเหตุ: 1 วัน ทอได้ 2 เมตร

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 12 ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะก้อ
(ผ้าฝืน) ขนาด 0.80 x 2 เมตร

(หน่วย: บาทต่อฝืน)

รายการ	ต้นทุน ที่เป็นตัวเงิน	ต้นทุน ที่ไม่เป็นตัวเงิน	ต้นทุน รวม	ร้อยละ
ต้นทุนผันแปร	252.95	0.025	252.975	99.86
1. ค่าแรงงาน	139.25	-	139.25	54.97
- การย้อมสี	5.00	-	5.00	1.97
- เตรียมเส้นฝ้ายยืน	3.25	-	3.25	1.28
- เตรียมเส้นฝ้ายพุ่ง	45.00	-	45.00	17.76
- การทอ	36.00	-	36.00	14.21
- การฟอก	25.00	-	25.00	9.87
- การฟั่น	25.00	-	25.00	9.87
2. ค่าเส้นฝ้าย	100.00	-	100.00	39.47
- ค่าเส้นฝ้ายยืน	50.00	-	50.00	19.74
- ค่าเส้นฝ้ายพุ่ง	50.00	-	50.00	19.74
3. ค่าสีย้อม	7.25	-	7.25	2.86
4. ค่าวัสดุอื่นๆ	4.50	-	4.50	1.78
5. ค่าซ่อมแซม	1.70	-	1.70	0.67
6. อุปกรณ์ที่มีอายุไม่เกิน 1 ปี	0.25	-	0.25	0.10
7. ค่าเสียโอกาสการลงทุนดำเนินการผลิต	-	0.025	0.025	0.01
ต้นทุนคงที่	-	0.364	0.364	0.14
1. ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ทอผ้า	-	0.35	0.35	0.14
2. ค่าเสียโอกาสการลงทุนอุปกรณ์คงทน	-	0.014	0.014	0.006
ต้นทุนรวม	252.95	0.389	253.339	100.00
ร้อยละ	99.85	0.15	100.00	

หมายเหตุ: 1 ฝืนใช้เวลาทอ 1 วัน

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 13 ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าประเภทผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี
(ผ้าฝืน) ขนาด 0.80 x 2 เมตร

(หน่วย: บาทต่อฝืน)

รายการ	ต้นทุน ที่เป็นตัวเงิน	ต้นทุน ที่ไม่เป็นตัวเงิน	ต้นทุน รวม	ร้อยละ
ต้นทุนผันแปร	173.57	0.009	173.579	99.76
1. ค่าแรงงาน	87.80	-	87.80	50.46
- การข้อมสี	5.25	-	5.25	3.02
- เตรียมเส้นฝ้ายยืน	3.40	-	3.40	1.95
- เตรียมเส้นฝ้ายพุ่ง	3.15	-	3.15	1.81
- การทอ	36.00	-	36.00	20.69
- การฟอก	25.00	-	25.00	14.37
- การปั่น	25.00	-	25.00	14.37
2. ค่าเส้นฝ้าย	72.50	-	72.50	41.67
- ค่าเส้นฝ้ายยืน	45.50	-	45.50	26.15
- ค่าเส้นฝ้ายพุ่ง	27.00	-	27.00	15.52
3. ค่าสีข้อม	5.25	-	5.25	3.02
4. ค่าวัสดุอื่นๆ	4.70	-	4.70	2.70
5. ค่าซ่อมแซม	3.07	-	3.07	1.76
6. อุปกรณ์ที่มีอายุไม่เกิน 1 ปี	0.25	-	0.25	0.14
7. ค่าเสียโอกาสการลงทุนดำเนินการผลิต	-	0.009	0.009	0.01
ต้นทุนคงที่	-	0.42	0.42	0.24
1. ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ทอผ้า	-	0.37	0.37	0.21
2. ค่าเสียโอกาสการลงทุนอุปกรณ์คงทน	-	0.05	0.05	0.03
ต้นทุนรวม	173.57	0.429	173.999	100.00
ร้อยละ	99.75	0.25	100.00	

หมายเหตุ: 1 ฝืนใช้เวลาทอ 1 วัน

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 14 ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทผ้าพันคอ

ขนาด 0.50 x 1.80 เมตร

(หน่วย: บาทต่อผืน)

รายการ	ต้นทุน ที่เป็นตัวเงิน	ต้นทุน ที่ไม่เป็นตัวเงิน	ต้นทุน รวม	ร้อยละ
ต้นทุนผันแปร	28.92	0.001	28.921	99.42
1. ค่าแรงงาน	22.50	-	22.50	77.34
- การข้อมสี	0.35	-	0.35	1.17
- เตรียมเส้นฝ้ายยืน	1.00	-	1.00	3.44
- เตรียมเส้นฝ้ายพุ่ง	0.15	-	0.15	0.52
- การทอ	15.00	-	15.00	51.56
- การฟอก	3.00	-	3.00	10.31
- การปั่น	3.00	-	3.00	10.31
2. ค่าเส้นฝ้าย	5.00	-	5.00	17.19
- ค่าเส้นฝ้ายยืน	3.00	-	3.00	10.31
- ค่าเส้นฝ้ายพุ่ง	2.00	-	2.00	6.87
3. ค่าสีข้อม	0.63	-	0.63	2.17
4. ค่าวัสดุอื่นๆ	0.22	-	0.22	0.76
5. ค่าซ่อมแซม	0.37	-	0.37	1.27
6. อุปกรณ์ที่มีอายุไม่เกิน 1 ปี	0.20	-	0.20	0.69
7. ค่าเสียโอกาสการลงทุนดำเนินการผลิต	-	0.001	0.001	0.003
ต้นทุนคงที่	-	0.17	0.17	0.58
1. ค่าเสื่อมราคาอุปกรณ์ทอผ้า	-	0.15	0.15	0.52
2. ค่าเสียโอกาสการลงทุนอุปกรณ์คงทน	-	0.02	0.02	0.07
ต้นทุนรวม	28.92	0.171	29.091	100.00
ร้อยละ	99.41	0.59	100.00	

หมายเหตุ: 1 วันทอได้ 2 ผืน

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 15 สรุปผลต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพ้านา ปี พ.ศ. 2551

(หน่วย: บาทต่อหน่วยการผลิต)

ผลิตภัณฑ์	ต้นทุนผันแปร			ต้นทุนคงที่			ต้นทุนรวม		
	เป็นตัวเงิน	ไม่เป็นตัวเงิน	รวม	เป็นตัวเงิน	ไม่เป็นตัวเงิน	รวม	เป็นตัวเงิน	ไม่เป็นตัวเงิน	รวม
ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมคราม	151.74	0.04	151.78	0.00	0.28	0.28	151.74	0.32	152.06
(ร้อยละ)	99.79	0.03	99.82	0.00	0.18	0.18	99.79	0.21	100.00
ผ้าคลุมไหล่ข้อมคราม	252.95	0.025	252.975	0.00	0.364	0.36	252.95	0.389	253.339
4 ตะกอ									
(ร้อยละ)	99.85	0.01	99.86	0.00	0.14	0.14	99.85	0.15	100.00
ผ้าฝ้ายมัดหมี่	173.57	0.009	173.579	0.00	0.42	0.42	173.57	0.429	173.999
ลายคลื่นสลับสี									
(ร้อยละ)	99.75	0.01	99.76	0.00	0.24	0.24	99.75	0.25	100.00
ผ้าพันคอ	28.92	0.001	28.921	0.00	0.17	0.17	28.92	0.171	29.091
(ร้อยละ)	99.41	0.003	99.42	0.00	0.58	0.58	99.41	0.59	100.00
เชลี่ย (ร้อยละ)	99.70	0.013	99.72	0.00	0.29	0.29	99.70	0.30	100.00

ที่มา: สรุปผลจากตารางที่ 11 – ตารางที่ 14

2. กำไรและผลตอบแทน

กำไรและผลตอบแทนในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของสมาชิกกลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติบ้านพันน่านนั้นขึ้นอยู่กับราคาที่ทางกลุ่มได้รับหักด้วยต้นทุนการผลิตทั้งหมด ดังนั้นสิ่งสำคัญในการพิจารณาถึงผลตอบแทนที่กลุ่มผู้ผลิตจะได้รับคือ การกำหนดราคาทางกลุ่มจะพิจารณาจากต้นทุนต่างๆ ที่เป็นตัวเงินที่ทางกลุ่มได้จ่ายออกไป ได้แก่ ค่าแรงงานซึ่งจะกำหนดตามมาตรฐานความยากง่ายในการทอผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ค่าเส้นฝ้าย ค่าเปลือกไม้ ใบไม้ และค่าวัสดุอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องในกระบวนการผลิต เป็นต้น หลังจากคำนวณถึงต้นทุนแล้วจะคำนึงถึงราคาที่กลุ่มควรจะได้รับหรือราคาที่กลุ่มขายได้ ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จะคำนวณถึงกำไรและผลตอบแทนแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ โดยจะคิดกำไรต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ และใช้ราคาที่กลุ่มได้รับเป็นตัวคำนวณ เนื่องจากทางกลุ่มได้รับซื้อผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกกลุ่มทอขึ้นมาคือ คิดเป็นค่าจ้างทอ โดยทางกลุ่มจะจ่ายเป็นผลตอบแทนให้แก่สมาชิกโดยคิดเป็นต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ ทอผ้าพื้น ค่าแรงงาน 15 บาทต่อเมตร ทอผ้าลายค่าแรงงาน 18 บาทต่อเมตร ซึ่งในการศึกษาจะพิจารณาถึงกำไร รายได้สุทธิและรายได้เหนือต้นทุนเงินสด รวมทั้งผลตอบแทนแรงงานและผลตอบแทนต่อทุนที่กลุ่มได้รับคืนมาจากการลงทุนไปทั้งหมด ดังแสดงในตารางที่ 16 - ตารางที่ 17 ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

ผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมคราม ขนาด 0.80 x 1 เมตร

จากการศึกษาพบว่า ราคาที่กลุ่มได้รับจากการขายผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมครามเท่ากับ 350.00 บาทต่อเมตร ซึ่งทางกลุ่มจะได้รับกำไร 197.94 บาทต่อเมตร รายได้สุทธิเท่ากับ 198.22 บาทต่อเมตร และรายได้เหนือต้นทุนเงินสด 198.26 บาทต่อเมตร และถ้าพิจารณาถึงผลตอบแทนของแรงงานพบว่า สมาชิกกลุ่มได้รับผลตอบแทนจากการใช้แรงงาน 18.00 บาทต่อเมตร หรือชั่วโมงละ 2.25 บาทต่อคน และผลตอบแทนที่ทางกลุ่มได้รับจากการลงทุนไปทั้งหมด 100.00 บาท ทำให้ได้รับผลตอบแทนการผลิตคืนกลับมา 130.17 บาท

ผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะก้อ (ผ้าฝืน) ขนาด 0.80 x 2 เมตร

จากการศึกษาพบว่า ราคาที่กลุ่มได้รับจากการขายผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะก้อเท่ากับ 500.00 ต่อผืน ซึ่งทางกลุ่มจะได้รับกำไร 246.66 บาทต่อผืน รายได้สุทธิเท่ากับ 247.03 บาทต่อผืน และรายได้เหนือต้นทุนเงินสด 247.05 บาทต่อผืน และถ้าพิจารณาถึงผลตอบแทนของแรงงานพบว่า สมาชิกกลุ่มได้รับผลตอบแทนจากการใช้แรงงาน 36.00 บาทต่อผืน หรือชั่วโมงละ 4.50 บาทต่อคน และผลตอบแทนที่ทางกลุ่มได้รับจากการลงทุนไปทั้งหมด 100.00 บาท ทำให้ได้รับผลตอบแทนการผลิตคืนกลับมา 97.36 บาท

ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี (ผ้าฝืน) ขนาด 0.80 x 2 เมตร

จากการศึกษาพบว่า ราคาที่กลุ่มได้รับจากการขายผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสีเท่ากับ 450 บาทต่อผืน ซึ่งทางกลุ่มจะได้รับกำไร 276.00 บาทต่อผืน รายได้สุทธิเท่ากับ 276.421 บาทต่อผืน และรายได้เหนือต้นทุนเงินสด 276.43 บาทต่อผืน และถ้าพิจารณาถึงผลตอบแทนของแรงงานพบว่า สมาชิกกลุ่มได้รับผลตอบแทนจากการใช้แรงงาน 36 บาทต่อผืน หรือชั่วโมงละ 4.50 บาทต่อคน และผลตอบแทนที่ทางกลุ่มได้รับจากการลงทุนไปทั้งหมด 100 บาท ทำให้ได้รับผลตอบแทนการผลิตคืนกลับมา 158.62 บาท

ผ้าพันคอ ขนาด 0.80 x 2 เมตร

จากการศึกษาพบว่า ราคาที่กลุ่มได้รับจากการขายผ้าพันคอเท่ากับ 50.00 ต่อผืน ซึ่งทางกลุ่มจะได้รับกำไร 20.91 บาทต่อผืน รายได้สุทธิเท่ากับ 21.08 บาทต่อผืน และรายได้เหนือต้นทุนเงินสด 21.08 บาทต่อผืน และถ้าพิจารณาถึงผลตอบแทนของแรงงานพบว่า สมาชิกกลุ่มได้รับผลตอบแทนจากการใช้แรงงาน 15.00 บาทต่อผืน หรือชั่วโมงละ 3.75 บาทต่อคน และผลตอบแทนที่ทางกลุ่มได้รับจากการลงทุนไปทั้งหมด 100.00 บาท ทำให้ได้รับผลตอบแทนการผลิตคืนกลับมา 71.88 บาท

สรุปจากผลการศึกษาถึงผลตอบแทนแรงงานของการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร พบว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติประเภทผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี ทำให้ได้กำไร รายได้สุทธิ รายได้เหนือเงินสด และผลตอบแทนแรงงานต่อผืน ตลอดจนผลตอบแทนแรงงานมากที่สุด ดังแสดงไว้ในตารางที่ 16

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ผลกระทบที่หักถดถอยจากฝ่ายข้อมสิทธิ์รวมชาติจะได้กำไรเฉลี่ย 185.38 บาท รายได้เฉลี่ย 185.44 บาท และรายได้เหนือต้นทุนเงินสดเฉลี่ย 185.71 บาท ส่วนผลตอบแทนแรงงาน เฉลี่ยเท่ากับ 26.25 บาท หรือเฉลี่ยผลตอบแทนชั่วโมงละ 3.75 บาท และมีสัดส่วนกำไรต่อต้นทุน รวมโดยเฉลี่ยแล้วเท่ากับ 116.01 บาท

จากการศึกษาถึงต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนข้างต้นของสมาชิกกลุ่มทอผ้าข้อมสิทธิ์รวมชาติบ้านปันนาแสดงให้เห็นว่า ทางกลุ่มยังไม่ได้มีการศึกษาถึงต้นทุนการผลิตและผลตอบแทนอย่างถูกต้องทำให้การกำหนดราคายังไม่มีความเหมาะสมเท่าที่ควร ซึ่งจะเห็นได้ว่าบางผลิตภัณฑ์มีกำไรค่อนข้างสูง การที่กลุ่มทอผ้าข้อมสิทธิ์รวมชาติบ้านปันนากำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์หักถดถอยจากฝ่ายข้อมสิทธิ์รวมชาติราคาก่อนข้างแพง จะทำให้ผู้บริโภคไปสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้ากลุ่มอื่นที่มีลักษณะผลิตภัณฑ์คล้ายคลึงกันและราคาผลิตภัณฑ์ถูกกว่า ดังนั้นเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสามารถขายได้มากขึ้น ผู้ผลิตจำเป็นต้องลดผลกำไรที่ได้รับ เนื่องจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีคุณภาพสูงอยู่แล้ว ถ้าราคาผลิตภัณฑ์ไม่แพงนัก ผู้บริโภคจะให้ความสนใจมากยิ่งขึ้น ทำให้กลุ่มทอผ้าข้อมสิทธิ์รวมชาติบ้านปันนาขายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

ตารางที่ 16 ผลตอบแทนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา ปี พ.ศ. 2551

รายการ	ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อม คราม (บาทต่อเมตร)	ผ้าคลุมไหล่ข้อมคราม 4 ตะกอ (บาทต่อผืน)	ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลาย คลื่นสลับสี (บาทต่อผืน)	ผ้าพันคอ (บาทต่อผืน)
1. ราคา (ราคาที่กลุ่มได้รับ)	350	500	450	50
2. ต้นทุนรวม (ดูตารางต้นทุน)	152.06	253.339	173.999	29.091
3. กำไร = (1) – (2)	197.94	246.66	276.00	20.91
4. ต้นทุนผันแปร (ดูตารางต้นทุน)	151.78	252.975	173.579	28.921
5. รายได้สุทธิ = (1) – (4)	198.22	247.03	276.421	21.08
6. ต้นทุนที่เป็นตัวเงิน (ดูตารางต้นทุน)	151.74	252.95	173.57	28.92
7. รายได้เหนือต้นทุนเงินสด = (1) – (6)	198.26	247.05	276.43	21.08
8. ต้นทุนรวมยกเว้นต้นทุนค่าแรงงาน	59.81	114.09	86.20	6.59
9. ผลตอบแทนแรงงานต่อผืน = (1) – (8)	18.00	36.00	36.00	15.00
10. ชั่วโมงทำงานต่อผืน (ชม.)	8.00	8.00	8.00	4.00
11. ผลตอบแทนแรงงานต่อชั่วโมง(บาท/ชม.) = (9)/(10)	2.25	4.50	4.50	3.75
12. ผลตอบแทนต่อทุน (ร้อยละ) = (3)*100/(2)	130.17	97.36	158.62	71.88

ที่มา: จากการคำนวณ

ตารางที่ 17 สรุปผลตอบแทนจากการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา ปี พ.ศ. 2551

(หน่วย: บาทต่อหน่วยการผลิต)

ผลิตภัณฑ์	ราคาผลิตภัณฑ์	กำไร			ผลตอบแทนแรงงาน		สัดส่วนกำไร / ต้นทุนรวม
		กำไร	รายได้สุทธิ	รายได้เหนื่อ เงินสด	บาท / หน่วย การผลิต	บาท / ชั่วโมง	
1. ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมคราม	350	197.94	198.22	198.26	18.00	2.25	130.17
2. ผ้าคลุมไหล่ข้อมคราม 4 ตะกอ	500	246.66	247.03	247.05	36.00	4.50	97.36
3. ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี	450	276.00	276.421	276.43	36.00	4.50	158.62
4. ผ้าพันคอ	50	20.91	21.08	21.08	15.00	3.75	71.88
เฉลี่ย		185.38	185.44	185.71	26.25	3.75	116.01

ที่มา: สรุปผลจากตารางที่ 16

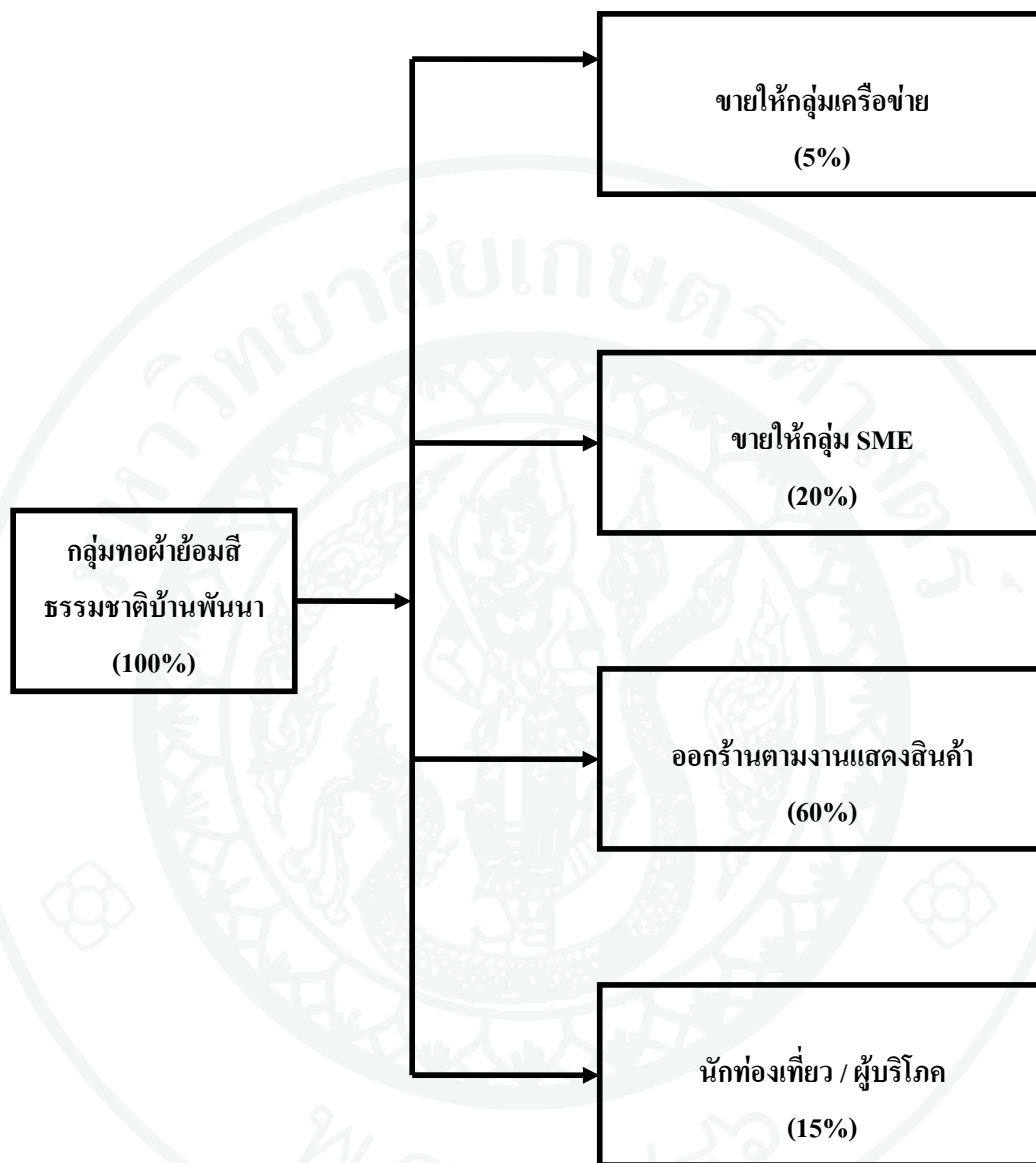
ส่วนที่ 2 การตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภค

ในส่วนนี้จะเป็นการศึกษาถึงลักษณะการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มแม่บ้านซ่อมสิริธรรมชาติบ้านพันนา โดยจะศึกษาถึงช่องทางการตลาด ส่วนเหลือการตลาด ตลอดจนพฤติกรรมผู้บริโภคที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย เพื่อที่จะได้นำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

ช่องทางการตลาด

ในการศึกษาช่องทางการตลาดหรือช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มทอผ้าซ่อมสิริธรรมชาติบ้านพันนา ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายแสดงถึงการกระจายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ดังแสดงในภาพที่ 6 จากการศึกษาถึงช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าซ่อมสิริธรรมชาติบ้านพันนาพบว่า สมาชิกกลุ่มจะทำการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายที่ทางกลุ่มสั่งให้สมาชิกผลิตให้กับกลุ่ม สมาชิกจะได้รับเงินค่าผลิตทันทีเมื่อนำผลิตภัณฑ์มาส่งให้กับกลุ่ม โดยช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าซ่อมสิริธรรมชาติบ้านพันนาสามารถกระจายได้ 4 ช่องทางด้วยกัน ดังแสดงไว้ในแผนภาพที่ 6 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ช่องทางแรกตัวแทนกลุ่มจะนำผลิตภัณฑ์ไปขายให้กับกลุ่มเครือข่าย เช่น กลุ่มทอผ้าซ่อมสิริธรรมชาติบ้านหนองหอย และกลุ่มทอผ้าซ่อมคราม กลุ่มซึ่งคิดเป็นร้อยละ 5 ช่องทางที่สองคือ ตัวแทนกลุ่มนำผลิตภัณฑ์ไปขายให้กับกลุ่ม SME ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีร้านค้าอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร เช่น ร้านค้าในสวนจตุจักรและศูนย์การค้าสยามพารากอน คิดเป็นร้อยละ 20 ช่องทางที่สามตัวแทนกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายเอง โดยการออกร้านตามงานแสดงสินค้าต่างๆ ทั้งจากภาครัฐและเอกชนเป็นผู้จัดให้ เช่น อิมแพคอารีนาเมืองทองธานี ศูนย์การค้าสยามพารากอน และงานกาชาด คิดเป็นร้อยละ 60 และช่องทางสุดท้ายคือ การที่มีนักท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคได้ไปเยี่ยมชมกลุ่มและได้ซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านตัวแทนกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 15



ภาพที่ 12 ช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อม

สีธรรมชาติบ้านพินนาปี พ.ศ. 2551

ที่มา: จากการสัมภาษณ์ นางคำพูล สุราชวงศ์ ประธานกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา

ปริมาณการจำหน่าย

จากการศึกษาทำให้ทราบปริมาณการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และรายรับจากการขายผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนาปีการผลิต 2551 ซึ่งจะทำให้ทราบว่า ผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมจากฝ้ายประเภทใดที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนการผลิต และการตลาดของกลุ่มต่อไป ดังแสดงในตารางที่ 18

จากตารางที่ 18 พบว่า ปริมาณการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนาในปีการผลิต 2551 จะเห็นได้ว่ากลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนามีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย รวมทั้งสิ้น 1,325,000 บาท โดยได้รับกำไรและรายได้เหนือต้นทุนเงินสดเท่ากับ 714,483.00 และ 716,027.50 บาท ตามลำดับ หากพิจารณารายได้ทั้งหมดพบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการสร้างรายได้คือ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมคราม โดยสามารถสร้างรายได้ให้กับทางกลุ่มมากที่สุด คิดเป็นมูลค่า 437,500.00 หรือคิดเป็นร้อยละ 33.02 ของรายได้ทั้งหมดที่ได้รับ หากพิจารณาถึงกำไรแล้วทางกลุ่มจะได้รับกำไรเป็นเงินทั้งสิ้น 247,425.00 บาท และมีความสามารถในการทำกำไรต่อยอดขายคิดเป็นร้อยละ 56.55 และถ้าพิจารณาถึงรายได้เหนือต้นทุนเงินสดของผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมคราม สามารถสร้างรายได้เหนือต้นทุนเงินสดให้กับกลุ่มได้ทั้งสิ้น 247,825.00 บาท ซึ่งพิจารณาถึงรายได้เหนือต้นทุนเงินสดต่อยอดขายคิดเป็นร้อยละ 56.25 และผลิตภัณฑ์ที่ทำรายได้ให้กับกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนาเป็นอันดับที่สอง ได้แก่ ผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะก้อ ซึ่งทำรายได้ให้กับทางกลุ่มคิดเป็นมูลค่า 400,000 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 30.19 ของรายได้ทั้งหมดที่ได้รับ หากพิจารณาถึงกำไรแล้วทางกลุ่มจะได้รับกำไรเป็นเงินทั้งสิ้น 197,328.00 บาท และมีความสามารถในการทำกำไรต่อยอดขายคิดเป็นร้อยละ 49.33 และถ้าพิจารณาถึงรายได้เหนือต้นทุนเงินสดของผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะก้อ สามารถสร้างรายได้เหนือต้นทุนเงินสดให้กับทางกลุ่มทั้งสิ้น 197,640.00 บาท ซึ่งถ้าพิจารณารายได้เหนือต้นทุนเงินสดต่อยอดขายแล้ว คิดเป็นร้อยละ 49.41 และผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำรายได้ให้กับกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนาเป็นอันดับสาม ได้แก่ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี ซึ่งทำรายได้ให้กับทางกลุ่มคิดเป็นมูลค่า 337,500 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 25.47 ของรายได้ทั้งหมดที่ได้รับ หากพิจารณาถึงกำไรแล้วทางกลุ่มจะได้รับกำไรเป็นเงินทั้งสิ้น 207,000.00 บาท และมีความสามารถในการทำกำไรต่อยอดขายคิดเป็นร้อยละ 61.33 และถ้าพิจารณาถึงรายได้เหนือต้นทุนเงินสดของผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี สามารถสร้างรายได้เหนือต้นทุนเงินสดให้กับทางกลุ่มได้ทั้งสิ้น 207,322.50 บาท ซึ่งถ้าพิจารณาถึงรายได้เหนือต้นทุนเงินสดต่อยอดขายแล้ว คิดเป็นร้อยละ

61.43 และผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำรายได้ให้กับกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านปันนาเป็นอันดับที่สี่ ได้แก่ ผ้าพันคอ ซึ่งทำรายได้ให้กับทางกลุ่มคิดเป็นมูลค่า 150,000.00 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 11.32 ของรายได้ทั้งหมดที่ได้รับ หากพิจารณาถึงกำไรแล้วทางกลุ่มจะได้รับกำไรเป็นเงินทั้งสิ้น 62,730 บาท และมีความสามารถในการทำกำไรต่อยอดขาย คิดเป็นร้อยละ 41.82 และถ้าพิจารณาถึงรายได้เหนือต้นทุนเงินสดของผ้าพันคอ สามารถสร้างรายได้เหนือต้นทุนเงินสดให้กับทางกลุ่มได้ทั้งสิ้น 63,240.00 บาท ซึ่งถ้ารายได้เหนือต้นทุนเงินสดต่อยอดขาย คิดเป็นร้อยละ 42.16

สรุป ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านปันนา มีความสามารถในการสร้างรายได้ให้กับทางกลุ่มเป็นอย่างมากในแต่ละปี โดยปีการผลิต พ.ศ. 2551 ผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำรายได้ให้กับทางกลุ่มได้สูงสุดคือ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมคราม เนื่องจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวสามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่นๆ ได้หลากหลาย ประกอบกับใช้เวลาการทอไม่นาน อีกทั้งสมาชิกกลุ่มมีความชำนาญในการทอผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ ซึ่งสามารถทอได้ง่ายในเวลาที่รวดเร็ว และผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำรายได้ให้กับกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านปันนา รองลงมาได้แก่ ผ้าคลุมไหล่ข้อมคราม 4 ตะก้อ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี และผ้าพันคอ

ตารางที่ 18 ปริมาณและยอดขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา ปี พ.ศ. 2551

ผลิตภัณฑ์	ปริมาณ จำหน่าย	ราคาทีกลุ่ม ได้รับต่อ หน่วย (บาท)	ยอดขาย		มูลค่ากำไร	มูลค่ารายได้ เหนือต้นทุน เงินสด	กำไร ต่อยอดขาย (%)	รายได้เหนือ ต้นทุนเงินสด ต่อยอดขาย (%)
			บาท	ร้อยละ				
ผ้าฝ้ายมัดหมี่ ข้อมคราม (เมตร)	1,250	350.00	437,500.00	33.02	247,425.00	247,825.00	56.55	56.65
ผ้าคลุมไหล่ข้อมคราม 4 ตะก้อ (ผืน)	800	500.00	400,000.00	30.19	197,328.00	197,640.00	49.33	49.41
ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่น สลับสี (ผืน)	750	450.00	337,500.00	25.47	207,000.00	207,322.50	61.33	61.43
ผ้าพันคอ (ผืน)	3,000	50.00	150,000.00	11.32	62,730.00	63,240.00	41.82	42.16
รวม	5,800	1,350.00	1,325,000.00	100.00	714,483.00	716,027.50		

ที่มา: จากการสำรวจ

ส่วนเหลือการตลาด

ส่วนเหลือการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายหมายถึง ความแตกต่างของราคาผลิตภัณฑ์ที่สมาชิกได้รับกับราคาจากผู้บริโภคจ่าย ซึ่งส่วนเหลือการตลาดนี้เป็นผลรวมของค่าใช้จ่ายในการตลาดทั้งหมดและกำไรของผู้ค้าทุกระดับ ดังนั้นการที่ทราบถึงส่วนเหลือการตลาดทั้งหมดจึงควรต้องทราบส่วนเหลือหรือส่วนแบ่งการค้าที่ผู้ค้าแต่ละระดับได้รับเสียก่อน ในการศึกษาครั้งนี้จะเลือกพิจารณาจากช่องทางการจำหน่ายในช่องทางที่สอง คือ ตัวแทนกลุ่มนำผลิตภัณฑ์ไปขายให้กับกลุ่ม SME ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีร้านค้าอยู่ในเขตกรุงเทพฯ โดยจะศึกษาของกลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ และจะเลือกพิจารณาช่องทางที่สามตัวแทนกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายเอง โดยการออกร้านตามงานแสดงสินค้าต่าง ๆ โดยศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ ในการออกร้านที่เมืองทองธานีโดยทำการสัมภาษณ์ประธานของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ และพ่อค้าในสวนจตุจักรที่นำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปจำหน่าย ดังแสดงไว้ในตารางที่ 19 และตารางที่ 20

1) ส่วนเหลือการตลาดจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพมหานคร (ในกรณีการจัดจำหน่ายของกลุ่ม SME)

ส่วนเหลือการตลาดจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ ดังแสดงผลในตารางที่ 20 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า จากระหว่างที่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ จ่ายนั้นพบว่า ส่วนมากจะจ่ายให้กับกลุ่มพ่อค้า SME คิดเป็นร้อยละ 28.33 โดยแบ่งเป็นต้นทุนทางการตลาด (ค่าเช่าร้าน ค่าใช้จ่ายเบ็ดเตล็ด เช่น ค่าไฟฟ้า ค่าน้ำ ค่าบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น) คิดเป็นร้อยละ 6.90 และร้อยละ 28.33 เป็นกำไรที่กลุ่ม SME ได้รับในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จากการศึกษาถึงส่วนเหลือการตลาด แสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนของการดำเนินการ (อัตราส่วนกำไรต่อต้นทุนทางการผลิตหรือการตลาด) ของผู้มีบทบาทหน้าที่ทางการผลิตหรือการตลาดในแต่ละลำดับขั้น จะเห็นได้ว่า ทางกลุ่มมีสัดส่วนกำไรต่อต้นทุนคิดเป็น 1.07 เท่า กลุ่มพ่อค้า SME มีอำนาจทางการตลาดโดยมีสัดส่วนกำไรต่อต้นทุนคิดเป็น 3.11 เท่า

ราคาของผู้บริโภคจ่าย 600.00 บาท

กำไรของผู้ค้า (กลุ่มSME) (194.30 บาทหรือ 32.38%)	}	ส่วนเหลือการตลาด (250.00 บาทหรือ 41.67%)
ต้นทุนทางการตลาด (55.70 บาทหรือ 9.28%)		
กำไรของกลุ่ม (197.94 บาทหรือ 32.99%)	}	ส่วนแบ่งที่กลุ่มได้รับ (350.00 บาทหรือ 58.33%)
ต้นทุนทางผลิตของกลุ่ม (152.06 บาทหรือ 25.34%)		

ภาพที่ 13 ส่วนเหลือการตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มได้รับในการจำหน่ายผ้าฝ้ายมัดหมี่ขอนแก่นจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ
ที่มา: จากการสรุปผลในตารางที่ 19

จากภาพที่ 7 แสดงให้เห็นถึงส่วนเหลือการตลาดจากการจำหน่ายผ้าฝ้ายมัดหมี่ขอนแก่นจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯจากการพิจารณาช่องทางการจำหน่ายในช่องทางที่สอง คือ ตัวแทนกลุ่มนำผลิตภัณฑ์ไปขายให้กับกลุ่ม SME นั้น ผ้าฝ้ายมัดหมี่ขอนแก่นในราคา 600.00 บาทที่ผู้บริโภคจ่ายจะเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ทางกลุ่มฯได้รับคิดเป็น ร้อยละ 58.33 และอีกร้อยละ 41.67 เป็นส่วนเหลือการตลาด โดยส่วนเหลือการตลาดนี้แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 55.70 ซึ่งในกำไรทั้งหมดนี้ผู้ค้าปลีกคือ กลุ่ม SME จะได้รับกำไร คิดเป็นร้อยละ 32.38 ของราคาผู้บริโภคจ่าย 600.00 บาท

ราคาของผู้บริโภคจ่าย 650.00 บาท

กำไรของผู้ค้า (ร้านอุทยานผ้าฝ้าย)		
(88.41 บาทหรือ 13.60%)		
ต้นทุนทางการตลาด		
(61.59 บาทหรือ 9.48%)		
กำไรของกลุ่ม		
(246.66 บาทหรือ 37.95%)		
ต้นทุนทางผลิตของกลุ่ม		
(253.359 บาทหรือ 38.97%)		

ส่วนเหลือการตลาด
(150.00 บาทหรือ 23.08%)

ส่วนแบ่งที่กลุ่มได้รับ
(500.00 บาทหรือ 76.92%)

ภาพที่ 14 ส่วนเหลือการตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มได้รับในการจำหน่าย

ผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกอกจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ

ที่มา: จากการสรุปผลในตารางที่ 19

จากภาพที่ 8 แสดงให้เห็นถึงส่วนเหลือการตลาดจากการจำหน่ายผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกอก จากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ จากการพิจารณาช่องทางการจำหน่ายในช่องทางที่สอง คือ ตัวแทนกลุ่มนำผลิตภัณฑ์ไปขายให้กับกลุ่ม SME นั้น ผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกอกในราคา 650.00 บาทที่ผู้บริโภคจ่ายจะเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ทางกลุ่มฯ ได้รับคิดเป็นร้อยละ 76.92 และอีกร้อยละ 23.08 เป็นส่วนเหลือการตลาด โดยส่วนเหลือการตลาดนี้แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 9.48 ซึ่งในกำไรทั้งหมดนี้ผู้ค้าปลีก คือ กลุ่ม SME จะได้รับกำไร คิดเป็นร้อยละ 13.60 ของราคาที่ผู้บริโภคจ่าย 650.00 บาท

ราคาที่ผู้บริโภคนำจ่าย 750.00 บาท

กำไรของผู้ค้า (ร้านอุทยานผ้าฝ้าย)		ส่วนเหลือมการตลาด
(106.36 บาทหรือ 14.18%)		
ต้นทุนทางการตลาด		(150.00 บาทหรือ 20.00%)
(43.64 บาทหรือ 5.82%)		
กำไรของกลุ่ม		ส่วนแบ่งที่กลุ่มได้รับ
(276.00 บาทหรือ 36.80%)		
ต้นทุนทางผลิตของกลุ่ม		(600.00 บาทหรือ 80.00%)
(173.999 บาทหรือ 23.20%)		

ภาพที่ 15 ส่วนเหลือมการตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มได้รับในการจำหน่าย

ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสีจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ

ที่มา: จากการสรุปผลในตารางที่ 19

จากภาพที่ 9 แสดงให้เห็นถึงส่วนเหลือมการตลาดจากการจำหน่ายผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสีจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ จากการพิจารณาช่องทางการจำหน่ายในช่องทางที่สอง คือ ตัวแทนกลุ่มนำผลิตภัณฑ์ไปขายให้กับกลุ่ม SME นั้น ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสีในราคา 750.00 บาทที่ผู้บริโภคจ่ายจะเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ทางกลุ่มฯ ได้รับคิดเป็นร้อยละ 80.00 และอีกร้อยละ 20.00 เป็นส่วนเหลือมการตลาดโดยส่วนเหลือมการตลาดนี้แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 5.82 ซึ่งในกำไรทั้งหมดนี้ผู้ค้าปลีกคือ กลุ่ม SME จะได้รับกำไร คิดเป็นร้อยละ 14.18 ของราคาที่ผู้บริโภคจ่าย 750.00 บาท

ราคาที่ผู้บริโภคว่า 70.00 บาท

กำไรของผู้ค้า (ร้านอุทยานผ้าฝ้าย)		
(17.88 บาทหรือ 25.54%)		
ต้นทุนทางการตลาด		
(2.12 บาทหรือ 3.03%)		
กำไรของกลุ่ม		
(20.91 บาทหรือ 29.87%)		
ต้นทุนทางผลิตของกลุ่ม		
(29.091 บาทหรือ 41.56%)		
		ส่วนเหลือการตลาด (20.00 บาทหรือ 28.57%)
		ส่วนแบ่งที่กลุ่มได้รับ (50.00 บาทหรือ 71.43%)

ภาพที่ 16 ส่วนเหลือการตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มได้รับในการจำหน่ายผ้าพันคอจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ
ที่มา: จากการสรุปผลในตารางที่ 19

จากภาพที่ 10 แสดงให้เห็นถึงส่วนเหลือการตลาดจากการจำหน่ายผ้าพันคอจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯจากการพิจารณาช่องทางการจำหน่ายใน ช่องทางที่สองคือ ตัวแทนกลุ่มนำผลิตภัณฑ์ไปขายให้กับกลุ่ม SME นั้น ผ้าพันคอในราคา 70.00 บาทที่ผู้บริโภคจ่ายจะเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ทางกลุ่มฯได้รับคิดเป็น ร้อยละ 71.43 และอีกร้อยละ 28.57 เป็นส่วนเหลือการตลาด โดยส่วนเหลือการตลาดนี้แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 3.03 ซึ่งในกำไรทั้งหมดนี้ผู้ค้าปลีกคือ กลุ่ม SME จะได้รับกำไรคิดเป็นร้อยละ 25.54 ของราคาที่ผู้บริโภคว่า 70.00 บาท

ตารางที่ 19 ส่วนเหลื่อมการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติระหว่างกลุ่มผู้ผลิตกับผู้บริโภค (กรณีการจัดจำหน่ายของกลุ่ม SME)

(หน่วย: บาทต่อหน่วยการผลิต)

ผลิตภัณฑ์	กลุ่ม		ราคาในกลุ่ม ที่ได้รับ	ส่วนเหลื่อมการตลาดของกลุ่ม SME			ราคาที่พ่อค้าได้รับ (ราคาที่ผู้บริโภคจ่าย)
	ต้นทุน การผลิต	กำไร		ต้นทุน การตลาด	กำไร	ส่วนเหลื่อม การตลาด	
ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมคราม (เมตร)	152.06	197.94	350.00	55.70	194.30	250.00	600.00
(ร้อยละ)	25.34	32.99	58.33	9.28	32.38	41.67	100.00
ผ้าคลุมไหล่ข้อมคราม 4 ตะกอ (ผืน)	253.339	246.66	500.00	61.59	88.41	150.00	650.00
(ร้อยละ)	38.97	37.95	76.92	9.48	13.60	23.08	100.00
ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี (ผืน)	173.999	276.00	600.00	43.64	106.36	150.00	750.00
(ร้อยละ)	23.20	36.80	80.00	5.82	14.18	20.00	100.00
ผ้าพันคอ (ผืน)	29.091	20.91	50.00	2.12	17.88	20.00	70.00
(ร้อยละ)	41.56	29.87	71.43	3.03	25.54	28.57	100.00
เชลี่ย (ร้อยละ)	32.27	34.40	71.67	6.90	21.43	28.33	100.00
กำไร / ต้นทุน		1.07			3.11		

ที่มา: จากการคำนวณ

2) ส่วนเหลือการค้าจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ (กรณีที่ตัวแทนกลุ่มฯ ได้มีการออกร้านที่เมืองทองธานี)

ส่วนเหลือการค้าจากผู้ผลิตถึงผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ โดยที่ตัวแทนของกลุ่มฯ ได้มีการออกร้านที่เมืองทองธานีในงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (The Best of OTOP) ในปี พ.ศ.2551 ดังแสดงผลในตารางที่ 20 ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า จากราคาที่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ จ่ายนั้นพบว่า จะจ่ายให้กับตัวแทนของกลุ่มฯ คิดเป็นร้อยละ 27.74 โดยทางตัวแทนของกลุ่มฯ จะเป็นผู้รับผิดชอบทางด้านต้นทุนทางการตลาด (ค่าน้ำมันรถยนต์ ค่าเช่าร้าน (บูท) ค่าที่พัก ค่าอาหาร ค่าโทรศัพท์ เป็นต้น) คิดเป็นร้อยละ 7.08 และร้อยละ 20.66 เป็นกำไรที่ตัวแทนของกลุ่มฯ ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 40.62 ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ จากการศึกษาถึงส่วนเหลือการค้าแสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนของการดำเนินการ (อัตราส่วนกำไรต่อต้นทุนทางการผลิตหรือการค้า) ของผู้มีบทบาทหน้าที่ทางการผลิตหรือการค้าในแต่ละลำดับขั้นจะเห็นได้ว่า ทางกลุ่มมีสัดส่วนกำไรต่อต้นทุนคิดเป็น 1.28 เท่า และตัวแทนของกลุ่มฯ มีสัดส่วนกำไรต่อต้นทุนคิดเป็น 2.92 เท่า

ราคาที่ผู้บริโภคจ่าย 500.00 บาท

กำไรของตัวแทนกลุ่มฯ (106.15 บาทหรือ 21.23%)	}	ส่วนเหลือการค้า (150.00 บาทหรือ 30.00%)
ต้นทุนทางการตลาด (43.85 บาทหรือ 8.77%)		
กำไรของกลุ่ม (197.94 บาทหรือ 39.59%)	}	ส่วนแบ่งที่กลุ่มได้รับ (350.00 บาทหรือ 70.00%)
ต้นทุนทางผลิตของกลุ่ม (152.06 บาทหรือ 30.41%)		

ภาพที่ 17 ส่วนเหลือการค้าและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มได้รับในการจำหน่าย

ผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมครามจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ

(กรณีที่ตัวแทนกลุ่มฯ ได้มีการออกร้านที่เมืองทองธานี)

ที่มา: จากการสรุปผลในตารางที่ 20

จากภาพที่ 11 แสดงให้เห็นถึงส่วนเหลือการค้าจากการจำหน่ายผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมครามจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ โดยพิจารณาจากช่องทางการจำหน่ายในช่องทางที่สามคือ ตัวแทนกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายเอง โดยการออกร้านตามงานแสดงสินค้าที่เมืองทองธานีนั้น ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมครามในราคา 500.00 บาท ที่ผู้บริโภคจ่ายจะเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ทางกลุ่มฯ ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 70.00 และอีกร้อยละ 30.00 เป็นส่วนเหลือการค้า โดยส่วนเหลือการค้านี้แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 8.77 ซึ่งในกำไรตัวแทนของกลุ่มฯจะได้กำไร คิดเป็นร้อยละ 21.23 ของราคาที่ผู้บริโภคจ่าย 500.00 บาท

ราคาที่ผู้บริโภคจ่าย 600.00 บาท

กำไรของตัวแทนกลุ่มฯ (43.07 บาทหรือ 7.18%)	}	ส่วนเหลือการค้า (100.00 บาทหรือ 16.67%)
ต้นทุนทางการตลาด (56.93 บาทหรือ 9.49%)		
กำไรของกลุ่ม (246.66 บาทหรือ 41.11%)	}	ส่วนแบ่งที่กลุ่มฯได้รับ (500.00 บาทหรือ 83.33%)
ต้นทุนทางผลิตของกลุ่ม (253.339 บาทหรือ 42.22%)		

ภาพที่ 18 ส่วนเหลือการค้าและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มฯได้รับในการจำหน่าย

ผ้าคลุมไหล่ข้อมคราม 4 ตะกอกจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ

(กรณีที่ตัวแทนกลุ่มฯได้ มีการออกร้านที่เมืองทองธานี)

ที่มา: จากการสรุปผลในตารางที่ 20

จากภาพที่ 12 แสดงให้เห็นถึงส่วนเหลือการค้าจากการจำหน่ายผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมครามจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ โดยพิจารณาจากช่องทางการจำหน่ายในช่องทางที่สามคือ ตัวแทนกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายเอง โดยการออกร้านตามงานแสดงสินค้าที่เมืองทองธานีนั้น ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมครามในราคา 600.00 บาท ที่ผู้บริโภคจ่ายจะเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ทางกลุ่มฯ ได้รับ คิดเป็นร้อยละ 83.33 และอีกร้อยละ 16.67 เป็นส่วนเหลือการค้า โดยส่วนเหลือการค้านี้แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด

คิดเป็นร้อยละ 9.49 ซึ่งในกำไรตัวแทนของกลุ่มฯจะได้กำไร คิดเป็นร้อยละ 7.18 ของราคาที่ผู้บริโภคจ่าย 600.00 บาท

ราคาของผู้บริโภคจ่าย 700.00 บาท

กำไรของตัวแทนกลุ่มฯ (37.45 บาทหรือ 5.35%)	}	ส่วนเหลือการตลาด (100.00 บาทหรือ 14.29%)
ต้นทุนทางการตลาด (62.55 บาทหรือ 8.94%)		
กำไรของกลุ่ม (276.00 บาทหรือ 60.85%)	}	ส่วนแบ่งที่กลุ่มได้รับ (600.00 บาทหรือ 85.71%)
ต้นทุนทางผลิตของกลุ่ม (173.999 บาทหรือ 24.86%)		

ภาพที่ 19 ส่วนเหลือการตลาดและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มได้รับในการจำหน่าย

ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสีจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ
(กรณีที่ตัวแทนกลุ่มฯได้มีการออกร้านที่เมืองทองธานี)

ที่มา: จากการสรุปผลในตารางที่ 20

จากภาพที่ 13 แสดงให้เห็นถึงส่วนเหลือการตลาดจากการจำหน่ายผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกอกจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ โดยพิจารณาจากช่องทางการจำหน่ายในช่องทางที่สามคือ ตัวแทนกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายเอง โดยการออกร้านตามงานแสดงสินค้าที่เมืองทองธานีนั้น ผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกอกในราคา 700.00 บาท ที่ผู้บริโภคจ่ายจะเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ทางกลุ่มฯได้รับ คิดเป็นร้อยละ 85.71 และอีกร้อยละ 14.29 เป็นส่วนเหลือการตลาด โดยส่วนเหลือการตลาดนี้แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 8.94 ซึ่งในกำไรตัวแทนของกลุ่มฯจะได้กำไร คิดเป็นร้อยละ 5.35 ของราคาของผู้บริโภคจ่าย 70.00 บาท

ราคาที่ผู้บริโภคนำจ่าย 100.00 บาท

กำไรของตัวแทนกลุ่มฯ (48.88 บาทหรือ 48.88 %)	}	ส่วนเหลือการค้า (50.00 บาทหรือ 50.00%)
ต้นทุนทางการตลาด (1.12 บาทหรือ 1.12 %)		
กำไรของกลุ่ม (20.91 บาทหรือ 20.91%)	}	ส่วนแบ่งที่กลุ่มได้รับ (50.00 บาทหรือ 50.00%)
ต้นทุนทางผลิตของกลุ่ม (29.091 บาทหรือ 29.091 %)		

ภาพที่ 20 ส่วนเหลือการค้าและส่วนแบ่งทางการตลาดที่กลุ่มได้รับในการจำหน่าย

ผ้าพันคอจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ (กรณีตัวแทนกลุ่มฯ
ได้มีการออกร้านที่เมืองทองธานี)

ที่มา: จากการสรุปผลในตารางที่ 20

จากภาพที่ 14 แสดงให้เห็นถึงส่วนเหลือการค้าจากการจำหน่ายผ้าพันคอจากผู้ผลิตไปจนถึงผู้บริโภคในจังหวัดกรุงเทพฯ โดยพิจารณาจากช่องการจำหน่ายในช่องทางที่สามคือตัวแทนกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายเอง โดยการออกร้านตามงานแสดงสินค้าที่เมืองทองธานีนั้น ผ้าพันคอในราคา 100.00 บาท ที่ผู้บริโภคจ่ายจะเป็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่ทางกลุ่มฯ ได้รับคิดเป็นร้อยละ 50.00 และอีกร้อยละ 50.00 เป็นส่วนเหลือการค้า โดยส่วนเหลือการค้านี้แบ่งออกเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินกิจกรรมทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 1.12 ซึ่งในกำไรตัวแทนของกลุ่มฯจะได้กำไร คิดเป็นร้อยละ 48.88 ของราคาผู้บริโภคจ่าย 100.00 บาท

ตารางที่ 20 ส่วนเหลือจากการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติระหว่างกลุ่มผู้ผลิตกับผู้บริโภคในกรุงเทพ
(กรณีในกลุ่มได้มีการออกร้านที่เมืองทองธานี)

(หน่วย: บาทต่อหน่วยการผลิต)

ผลิตภัณฑ์	กลุ่ม		ราคาในกลุ่ม ที่ได้รับ	ส่วนเหลือจากการตลาดของตัวแทนกลุ่ม			ราคาที่ตัวแทนกลุ่ม ได้รับ (ราคาที่ผู้บริโภคจ่าย)
	ต้นทุน การผลิต	กำไร		ต้นทุน การตลาด	กำไร	ส่วนเหลือ จากการตลาด	
ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อมคราม (เมตร)	152.06	197.94	350.00	43.85	106.15	150.00	500.00
(ร้อยละ)	30.41	39.59	70.00	8.77	21.23	30.00	100.00
ผ้าคลุมไหล่ข้อมคราม 4 ตะกอ (ผืน)	253.339	246.66	500.00	56.93	43.07	100.00	600.00
(ร้อยละ)	42.22	41.11	83.33	9.49	7.18	16.67	100.00
ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี (ผืน)	173.999	276.00	600.00	62.55	37.45	100.00	700.00
(ร้อยละ)	24.86	60.85	85.71	8.94	5.35	14.29	100.00
ผ้าพันคอ (ผืน)	29.091	20.91	50.00	1.12	48.88	50.00	100.00
(ร้อยละ)	29.091	20.91	50.00	1.12	48.88	50.00	100.00
เชลี่ย (ร้อยละ)	31.64	40.62	72.26	7.08	20.66	27.74	100.00
กำไร / ต้นทุน		1.28			2.92		100.00

ที่มา: จากการคำนวณ

พฤติกรรมของผู้บริโภค

ในการศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของผู้บริโภค เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค สาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เกณฑ์พิจารณาในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคตลอดจนข้อเสนอแนะของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ เพื่อที่จะได้นำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 100 ตัวอย่าง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ประเภทที่หนึ่งผู้บริโภคทั่วไปที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา จำนวน 50 ตัวอย่าง และประเภทที่สองผู้บริโภคที่ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา จำนวน 50 ตัวอย่าง ตามสถานที่แสดงสินค้าต่าง ๆ โดยจะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่มาในงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ณ ศูนย์แสดงสินค้าอิมแพ็คอารีนา เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี และงานกาชาดจังหวัดสกลนคร เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

ประเภทที่หนึ่ง: ผู้บริโภคทั่วไปที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 86 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 14 ซึ่งส่วนใหญ่อายุในช่วง 40 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 30 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 30 และช่วงอายุ 20 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรสคิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาคือ โสด หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 64 และ 34 ตามลำดับ ส่วนในด้านการศึกษานั้นโดยส่วนใหญ่จะจบการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 84 รองลงมาคือ การศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 10 ดังแสดงในตารางที่ 21

ส่วนการประกอบอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนั้นโดยส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพรับราชการ คิดเป็นร้อยละ 32 รองลงมาคือ พนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 24 และพนักงานรัฐวิสาหกิจ

คิดเป็นร้อยละ 20 และรายได้ของกลุ่มส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาคือ รายได้อยู่ในช่วง 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 26 และรายได้อยู่ในช่วง 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 22 ดังแสดงในตารางที่ 21

ตารางที่ 21 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครายได้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้า
ย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	7	14
หญิง	43	86
รวม	50	100
อายุ		
20 – 29 ปี	10	20
30 – 39 ปี	15	30
40 – 49 ปี	20	40
50 – 59 ปี	3	6
60 ปีขึ้นไป	2	4
รวม	50	100
สถานภาพ		
โสด	17	34
สมรส	32	64
หย่า, หม้าย, แยกกันอยู่	1	2
รวม	50	100
ระดับการศึกษา		
ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนต้น	1	2
มัธยมศึกษาตอนปลาย	2	4
อนุปริญญา / ปวส.	5	10
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	42	84
รวม	50	100

ตารางที่ 21 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
<u>อาชีพ</u>		
นักศึกษา / นักศึกษา	1	2
รับราชการ	16	32
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	10	20
พนักงานบริษัท	12	24
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	7	14
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	4	8
รวม	50	100
<u>ระดับรายได้ต่อเดือน</u>		
5,001 – 10,000 บาท	2	4
10,001 – 15,000 บาท	11	22
15,001 – 20,000 บาท	13	26
20,001 – 25,000 บาท	6	12
25,000 บาทขึ้นไป	18	36
รวม	50	100

ที่มา: จากการสำรวจ

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

ในการศึกษาเพื่อต้องการทราบถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจในการใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ โดยเป็นกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ

1. สาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเพื่อศึกษาถึงสาเหตุในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติสามารถสรุปได้ว่า สาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในลำดับแรกคือ ใฝ่สบาย รีดง่าย ในตัวผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความอยากซื้อ คิดเป็นร้อยละ 66.00 รองลงมาคือ ความภูมิใจในตัวผลิตภัณฑ์ของไทยที่เกิดจากภูมิปัญญาไทย คิดเป็นร้อยละ 52.00 ส่วนลำดับที่สามคือ วัตถุดิบที่ทำมาจากธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 50.00 ลำดับที่สี่คือ ประโยชน์ในตัวผลิตภัณฑ์สามารถนำมาใช้ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 48.00 ลำดับที่ห้าคือ เกิดความสะดุดตา ถูกใจ ในตัวผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความอยากซื้อ คิดเป็นร้อยละ 46.00 และเหตุผลสุดท้ายที่ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อคือ การรณรงค์ให้ใช้สินค้าไทยเพื่อเป็นการลดดุลการค้ากับต่างประเทศ คิดเป็นร้อยละ 42.00 ดังแสดงในตารางที่ 22

2. เกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเพื่อศึกษาถึงเกณฑ์ในการพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติสามารถสรุปได้ว่า เกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจเป็นลำดับแรกคือ บรรลุภัณฑ์สวยงาม คิดเป็นร้อยละ 66.00 ผู้บริโภคให้ความคิดเห็นว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายหากใส่ในบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและมีลักษณะโดดเด่นจะทำให้ผู้บริโภคซื้อเพื่อเหมาะแก่การเป็นของที่ระลึก รองลงมาคือ คุณภาพ และราคา คิดเป็นร้อยละ 64.00 ซึ่งผู้บริโภคให้ความคิดเห็นว่าถ้าสินค้าคุณภาพดีมีความเหมาะสมกับราคา ถึงแม้ราคาจะสูงผู้บริโภคก็ยินดีจะจ่าย ส่วนลำดับที่สามคือ การบริการของพนักงานขาย คิดเป็นร้อยละ 60.00 ลำดับถัดมาคือ ชื่อเสียงของแหล่งผลิต รูปแบบของผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 54.00 และ 52.00 ตามลำดับ ดังแสดงในตารางที่ 23

3. ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค

จากการที่ศึกษาระดับความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคในการใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา ได้ศึกษาถึงส่วนสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการ

ส่งเสริมการขาย ดังแสดงในตารางที่ 24 ด้านผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายพบว่า คุณภาพของผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคมุ่งมีความพึงพอใจมากที่สุด ด้านสี สัน ลวดลาย และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์นั้นพึงพอใจมาก ในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ หีบห่อ ผู้บริโภคมุ่งมีความพึงพอใจปานกลางอาจเนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเสื้อผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาไม่มีความหลากหลาย กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมุ่งมีความพึงพอใจมากในความโดดเด่นและแตกต่างจากกลุ่มอื่น ๆ ในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคได้ให้ข้อเสนอแนะ โดยอยากให้ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น มีความทันสมัยและสามารถใส่ได้ในหลาย ๆ โอกาส และควรให้มีการปรับปรุงคุณภาพของการทอผ้าคือ ผ้าที่ทอนั้นจะต้องมีความหนาแน่นสม่ำเสมอในการทอ ควรลดรอยต่อของเส้นด้ายบนผืนผ้า อีกทั้งควรมีลวดลายและสีสันทันใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น และควรมีบรรจุภัณฑ์หลาย ๆ รูปแบบ เพื่อที่จะได้เหมาะแก่การซื้อไปเป็นของฝากและของที่ระลึก ทำให้เป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้อีกทางหนึ่ง

ด้านราคาของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายพบว่า มีความเหมาะสมของราคาและมาตรฐานของราคากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจมาก โดยสอบถามความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคแล้วพบว่า ราคาผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า เนื่องจากราคาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายมีราคาค่อนข้างสูง แต่ผู้บริโภคยังให้ความสนใจที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มผลิต

ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมุ่งมีความพึงพอใจเกี่ยวกับความสะดวกในการหาซื้อผลิตภัณฑ์ โดยทางกลุ่มมีร้านที่รับซื้อจากทางกลุ่มทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัดอยู่หลายแห่ง ทางกลุ่มก็ได้มีการออกร้านจัดแสดงสินค้า ๆ ทุกเดือน และก็มีลูกค้าติดต่อลูกค้าอยู่เป็นประจำ ดังนั้นผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าประจำส่วนใหญ่ก็จะทราบข้อมูลการออกร้านของกลุ่มอยู่เสมอ จึงทำให้หาซื้อได้สะดวกขึ้น

ด้านการส่งเสริมการขายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์นั้นพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมุ่งมีความพึงพอใจมากในด้านการให้ส่วนลดในการซื้อและการบริการของพนักงานขาย การรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ก็เช่นกันคือ ผู้บริโภคมุ่งมีความพึงพอใจมากเนื่องจากผู้บริโภคเชื่อถือในการรับประกันคุณภาพผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม อีกทั้งควรมีแผ่นพับเพื่อเป็นการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับแหล่งที่ผลิต สถานที่ตั้ง เบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อสะดวก รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ตารางที่ 22 สาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ่ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ
บ้านพินนา

พฤติกรรมผู้บริโภค	การจัดลำดับความสำคัญ							ร้อยละของ
	ลำดับ	ลำดับ	ลำดับ	ลำดับ	ลำดับ	ลำดับ	รวม	ความสำคัญ
	1	2	3	4	5	6		ในลำดับแรก
สาเหตุในการเลือกซื้อ								
ประโยชน์ของตัวสินค้า	24	3	9	7	3	4	50	48.00
วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต	5	25	7	5	7	1	50	50.00
การรณรงค์ใช้สินค้าไทย	6	10	21	4	7	2	50	42.00
สะดวกตา ถูกใจ	12	4	6	23	2	3	50	46.00
ความภูมิใจในตัวผลิตภัณฑ์	2	5	3	3	26	11	50	52.00
ใส่สบาย ใช้งานได้	2	2	3	3	7	33	50	66.00

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

ตารางที่ 23 เกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ่ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติ
บ้านพินนา

พฤติกรรมผู้บริโภค	การจัดลำดับความสำคัญ						ร้อยละของ ความสำคัญ ในลำดับแรก	
	ลำดับ	ลำดับ	ลำดับ	ลำดับ	ลำดับ	ลำดับ		
	1	2	3	4	5	6		
<u>เกณฑ์ในการเลือกซื้อ</u>								
คุณภาพ	32	6	3	4	2	3	50	64.00
ราคา	5	2	32	4	3	4	50	64.00
รูปแบบของผลิตภัณฑ์	7	26	7	4	5	1	50	52.00
บรรจุภัณฑ์สวยงาม	3	6	4	33	3	1	50	66.00
การบริการของพนักงานขาย	3	3	2	6	30	6	50	60.00
ชื่อเสียงของแหล่งผลิต	2	3	5	4	9	27	50	54.00

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

ตารางที่ 24 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา

ส่วนผสมทางการตลาด		ระดับความพึงพอใจ					คะแนนรวม	จำนวน (ราย)	คะแนนเฉลี่ย	ระดับพฤติกรรม
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด				
ผลิตภัณฑ์	คุณภาพ	22	21	4	2	1	211	50	4.22	พึงพอใจมากที่สุด
	สี ลวดลาย	18	23	5	4	0	205	50	4.10	พึงพอใจมาก
	มีความหลากหลาย	16	23	7	3	1	200	50	4.00	พึงพอใจมาก
	บรรจุภัณฑ์ หีบห่อ	1	14	20	14	1	150	50	3.00	พึงพอใจปานกลาง
	มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว	18	25	4	3	0	208	50	4.16	พึงพอใจมาก
ราคา	มีความเหมาะสม	5	26	17	1	1	183	50	3.66	พึงพอใจมาก
	มีมาตรฐานของราคา	3	26	18	2	1	178	50	3.56	พึงพอใจมาก
การจัดจำหน่าย	หาซื้อได้สะดวก	2	20	25	3	0	171	50	3.42	พึงพอใจมาก
การส่งเสริมการขาย	การรับประกันคุณภาพ	14	27	9	0	0	205	50	4.10	พึงพอใจมาก
	การโฆษณาประชาสัมพันธ์	1	28	19	2	0	178	50	3.56	พึงพอใจมาก
	การให้ส่วนลดในการซื้อ	4	26	18	2	0	182	50	3.64	พึงพอใจมาก
	การให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์	17	25	7	1	0	208	50	4.16	พึงพอใจมาก
	การบริการของพนักงานขาย	4	27	19	0	0	185	50	3.70	พึงพอใจมาก

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

ประเภทที่สอง: ผู้บริโภคทั่วไปที่สนใจไม่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ่ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 84 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 16 ซึ่งส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 20 – 29 ปี คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 30 – 39 ปี คิดเป็นร้อยละ 30 และช่วงอายุ 40 – 49 ปี คิดเป็นร้อยละ 20 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพสมรส คิดเป็นร้อยละ 64 รองลงมาคือ โสด และหย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 30 และ 6 ตามลำดับ ในด้านการศึกษานั้น โดยส่วนใหญ่จะจบการศึกษาระดับอนุปริญญา/ปวส. คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคือ ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า คิดเป็นร้อยละ 32 ดังแสดงในตารางที่ 25

ส่วนการประกอบอาชีพของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนั้น โดยส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพพนักงานบริษัท คิดเป็นร้อยละ 34 รองลงมาคือ ธุรกิจส่วนตัว/ค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 30 และพ่อบ้าน/แม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 16 และรายได้ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า โดยส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาคือ มีรายได้ในช่วงระหว่าง 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24 รายได้ในช่วง 5,000 – 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20 ดังแสดงในตารางที่ 25

ตารางที่ 25 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภครที่ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ่ายของกลุ่ม
ทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
<u>เพศ</u>		
ชาย	8	16
หญิง	42	84
รวม	50	100
<u>อายุ</u>		
ไม่เกิน 20 ปี	4	8
20 – 29 ปี	17	34
30 – 39 ปี	15	30
40 – 49 ปี	10	20
50 – 59 ปี	3	6
60 ปีขึ้นไป	1	2
รวม	50	100
<u>สถานภาพ</u>		
โสด	15	30
สมรส	32	64
หย่า, หม้าย, แยกกันอยู่	3	6
รวม	50	100
<u>ระดับการศึกษา</u>		
มัธยมศึกษาตอนปลาย	2	4
อนุปริญญา / ปวส.	20	40
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	16	32
สูงกว่าปริญญาตรี	12	24
รวม	50	100

ตารางที่ 25 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค	จำนวน	ร้อยละ
<u>อาชีพ</u>		
นักศึกษา / นักศึกษา	3	6
รับราชการ	5	10
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	2	4
พนักงานบริษัท	17	34
ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย	15	30
พ่อบ้าน / แม่บ้าน	8	16
รวม	50	100
<u>ระดับรายได้ต่อเดือน</u>		
5,001 – 10,000 บาท	10	20
10,001 – 15,000 บาท	22	44
15,001 – 20,000 บาท	12	24
20,001 – 25,000 บาท	5	10
25,000 บาทขึ้นไป	1	2
รวม	50	100

ที่มา: จากการสำรวจ

พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายพบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ไม่มีความหลากหลาย และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายไม่สามารถที่จะนำไปใช้ในงานบางอย่างได้ เช่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ขนาดไซส์มีขนาดไม่เหมาะสม บางครั้งอาจใหญ่เกินไป หรือบางตัวก็มีขนาดเล็กเกินไป การตัดเย็บยังไม่ละเอียดและเรียบร้อย

ในด้านราคา ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคให้ข้อเสนอแนะว่า ราคาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายมีราคาค่อนข้างสูง ราคาอาจแพงเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ร้านอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกันคือ ควรจะมีการแบ่งเกรดสินค้าตามมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ในระดับราคาที่เหมาะสมและมีมาตรฐาน

ในการจัดจำหน่าย กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคให้ความเห็นว่า หาซื้อได้ไม่สะดวก การจัดเรียงสินค้าไม่น่าสนใจ ควรให้มีการจัดตกแต่งร้านหรือสถานที่แสดงสินค้าให้ดูสวยงามและดึงดูดใจผู้บริโภคมากกว่านี้

ในการส่งเสริมการขาย กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคโดยส่วนใหญ่ให้ความคิดเห็นว่า ไม่ค่อยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และไม่มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้บริโภคให้ข้อเสนอแนะว่า ทางกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านปันนาควรมีแผ่นพับแนะนำกลุ่ม และมีรายละเอียดบอกถึงลวดลาย ราคา วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายแต่ละชนิด เพื่อให้ผู้บริโภคใช้เป็นข้อมูลในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ส่วนที่ 3 การประเมินผลกลุ่ม

การประเมินผลกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านปันนาจะพิจารณาจากการประเมินด้านต่างๆ ซึ่งได้แก่ 1. การประเมินด้านบริบทหรือการประเมินด้านสภาวะแวดล้อม (Context) ซึ่งพิจารณาจากสภาวะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน สภาวะการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต ความต้องการรวมกลุ่มของสมาชิก ความคุ้นเคยรู้จักกันของสมาชิก และความสะดวกของการคมนาคมเข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม 2. การประเมินด้านปัจจัยเข้า (Input) ซึ่งพิจารณาจากสมาชิกกลุ่ม เงินทุนในการดำเนินงาน วัตถุดิบ วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ และอาคารสถานที่ในการดำเนินงานของกลุ่ม 3. การประเมินด้านกระบวนการ (Process) โดยจะพิจารณาจากลักษณะการบริหารงานกลุ่ม ความเป็นผู้นำของประธานกลุ่ม และการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม 4. การประเมินด้านปัจจัยออก (Product) จะพิจารณาจากผลประโยชน์ที่สมาชิกของกลุ่มได้รับและรูปแบบลักษณะผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

ผลการประเมินด้านบริบทหรือการประเมินด้านสถานะแวดล้อม (Context)

การประเมินด้านบริบทนั้นเป็นการประเมินเพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมของสถานะแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อความสำเร็จของกลุ่ม โดยพิจารณาจากสถานะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจของชุมชน สถานะการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต ความต้องการรวมกลุ่มของสมาชิก ความคุ้นเคย รู้จักกันของสมาชิก และความสะดวกของการคมนาคมเข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม ซึ่งจากการประเมินด้านบริบทของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา เมื่อพิจารณาจากตัวชี้วัดต่าง ๆ ตามรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 26 พบว่า กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนามีคะแนนเฉลี่ยในการประเมินด้านบริบทเท่ากับ 86.26 คะแนน แสดงให้เห็นว่ากลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนามีสถานะแวดล้อมเอื้อต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก โดยจะเห็นได้จากตัวแปรหลักและตัวชี้วัดในด้านต่าง ๆ ตามรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 26 กล่าวคือ ทางด้านสถานะทั่วไปทางด้านเศรษฐกิจของชุมชนนั้นพบว่า มีส่วนเอื้อต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก โดยจะเห็นได้จากคนในชุมชนมีที่ดินทำกินเป็นของตนเองในระดับสูงมาก และมีงานทำอยู่ในระดับสูงมากแสดงถึงการมีอาชีพหลักของคนในชุมชนประกอบกับคนในชุมชนส่วนใหญ่ไปประกอบอาชีพอื่น ๆ ต่างถิ่นทั้งนอกอำเภอและต่างจังหวัด ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในชุมชนนี้มีแรงงานส่วนที่จะช่วยกลุ่มขยายตัวใหญ่ขึ้นไม่มากนัก เพราะแรงงานส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุที่เป็นแรงงานอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งในอนาคตอาจเกิดปัญหาด้านการผลิตเนื่องจากขาดแคลนแรงงาน ดังนั้นถ้าทางกลุ่มสามารถที่จะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นได้ เช่น การถ่ายทอดภูมิปัญญาแก่คนในชุมชนให้สามารถสืบสานและอนุรักษ์ต่อไปได้ ก็จะทำให้กลุ่มอยู่อย่างยั่งยืนและประสบความสำเร็จได้มากยิ่งขึ้น

ส่วนทางด้านสถานะการรวมกลุ่มในอดีตของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนานั้นพบว่า ก่อนที่จะมีการจัดตั้งกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนานั้น ในปีพ.ศ. 2531 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสว่างแดนดินเข้ามาส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ชุมชน โดยแนะนำกลุ่มสตรีในหมู่บ้านรวมกลุ่มกันดำเนินกิจกรรมด้านการทอผ้าซึ่งสตรีในหมู่บ้านทอผ้าไว้ใช้เองในครัวเรือนเพียงแต่ต่างคนต่างทอและไม่มุ่งหวังทางด้านธุรกิจแต่อย่างใด ขณะนั้นมีกลุ่มสตรีกลุ่มแรกที่เห็นว่าการดำเนินการกลุ่มน่าจะเป็นประโยชน์กับชาวบ้านจึงรวมตัวกันขึ้นเป็นกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติพบว่าตั้งแต่เริ่มต้นการรวมกลุ่มครั้งแรกในปี พ.ศ. 2535 นั้นจนถึงปัจจุบันปี พ.ศ. 2551 รวมแล้วก็เป็นระยะเวลาทั้งหมด 16 ปี กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนามีจำนวนสมาชิกเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากในปัจจุบันในอำเภอสว่างแดนดินมีหลายกลุ่มที่มีลักษณะคล้ายกัน หลากหลายกลุ่มอาชีพ บางกลุ่มไม่มีงานให้ทำตลอดเหมือนกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนาจึงมีสมาชิกจากกลุ่มอื่น

ย้ายมาเป็นสมาชิกกลุ่มนี้และบางคนที่ต้องการทำงานก็มาขอทำงานแต่ยังไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มก็มี และมีสมาชิกบางส่วนที่ไม่ได้ทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายแล้วแต่ยังไม่ได้ออกจากกลุ่มเป็นสมาชิกกลุ่ม ดังนั้นทางด้านบริบทในส่วนสภาวะการรวมกลุ่มนั้นจึงเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก

เมื่อพิจารณาถึงความต้องการที่จะให้มีการรวมกลุ่มของสมาชิกนั้นพบว่า สมาชิกมีความต้องการที่จะให้มีการรวมกลุ่มสูงมาก เพราะสมาชิกต้องการที่จะมีอาชีพที่มั่นคงและการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายก็เป็นอาชีพหนึ่งที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นให้แก่สมาชิก อีกทั้งสมาชิกกลุ่มมีความคุ้นเคยรู้จักสนิทสนมกันเป็นอย่างดี จึงส่งผลให้การประเมินด้านบริบทในส่วนความต้องการในการรวมกลุ่มของสมาชิก และความคุ้นเคยรู้จักกันของสมาชิกนั้น เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก

สำหรับทางด้านทำเลหรือสถานที่ที่ตั้งของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทันพบว่า กลุ่มอยู่ห่างจากตัวเมืองจังหวัดสกลนครประมาณ 76 กิโลเมตร และอยู่บนถนนสายหลักสกลนคร-อุดรธานี สภาพถนนที่ไปยังที่ทำการกลุ่มนั้นมีสภาพดี อีกทั้งยังเป็นทางผ่านสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ ของอำเภอสว่างแดนดิน เช่น วัดถ้ำอภัยดำรงหรือวัดถ้ำพวงและพิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านพานนา มีอุทยานปราสาทขอมพันนา ทำให้นักท่องเที่ยวที่สนใจในผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายสามารถที่จะแวะไปชมแหล่งผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายได้ ซึ่งนับเป็นการประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป็นที่รู้จักได้อีกทางหนึ่งด้วย ดังนั้นการประเมินด้านบริบทในส่วนของความสะดวกของการคมนาคมเข้าสู่ที่ทำการกลุ่มนั้น จึงเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก

ผลการประเมินด้านปัจจัยเข้า (Input)

การประเมินด้านปัจจัยเข้าเป็นการประเมินเพื่อพิจารณาถึงความเหมาะสมและความเพียงพอของทรัพยากรต่างๆ ที่เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินงานของกลุ่ม โดยพิจารณาจากสมาชิกกลุ่มเงินทุนในการดำเนินงาน วัตถุดิบ เครื่องมือเครื่องใช้ และอาคารสถานที่ในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม และจากผลการประเมินด้านปัจจัยเข้าของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทันพบว่า มีคะแนนเฉลี่ยในการประเมินด้านปัจจัยเข้าเท่ากับ 85.17 คะแนน ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทัน มีปัจจัยสำคัญในการดำเนินกิจกรรมที่เอื้อต่อความสำเร็จของกลุ่มที่ระดับสูงมาก เมื่อพิจารณาจากตัวชี้วัดต่าง ๆ ตามรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 27 เมื่อพิจารณาในทางด้าน

สมาชิกกลุ่มพบว่าจะมีส่วนเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก เนื่องจากสมาชิกในกลุ่มคิดว่าจำนวนสมาชิกเพียงพอแล้วที่จะดำเนินกิจกรรมของกลุ่มได้โดยไม่เกิดปัญหาขัดแย้ง และระดับทักษะของสมาชิกในการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายอยู่ในระดับสูงมาก เมื่อพิจารณา ด้านเงินทุนในการดำเนินงานของกลุ่มนั้นพบว่า จะเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก เนื่องจากกลุ่มมีเงินทุนในการดำเนินงานเพียงพอต่อความต้องการที่ได้จากการถือหุ้นของสมาชิก และยังมีเงินทุนส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรเอกชนอีกด้วย

ในด้านวัตถุดิบนั้นพบว่าจะมีเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูง เนื่องจากความเพียงพอและคุณภาพของวัตถุดิบที่หาได้ในท้องถิ่น มีผลการประเมินอยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาปัจจัยทางด้านวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ในการดำเนินกิจกรรมกลุ่มพบว่าจะมีเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก เนื่องจากเครื่องมือเครื่องใช้มีคุณภาพดีและมีความเพียงพอต่อความต้องการของสมาชิก ประกอบกับทางกลุ่มได้รับการสนับสนุนเครื่องมือบางส่วนจากหน่วยงานภาครัฐหรือองค์กรเอกชนอีกด้วย สำหรับทางด้านสถานที่ที่ใช้ในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มพบว่า เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก เนื่องจากเมื่อพิจารณาถึงอาคารสถานที่มีขนาดที่เหมาะสมกับความต้องการใช้งานของสมาชิก

ผลการประเมินด้านกระบวนการ (Process)

การประเมินด้านกระบวนการจะเป็นการพิจารณากระบวนการบริหารงานภายในกลุ่ม ความเป็นผู้นำของกลุ่มของประธานกลุ่ม รวมไปถึงการมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม และจากผลการประเมินพบว่า กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนามีคะแนนเฉลี่ยในการประเมินด้านกระบวนการเท่ากับ 88.19 ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มมีปัจจัยสำคัญในการดำเนินกิจกรรมที่เอื้อต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก และเมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็นของการประเมินด้านกระบวนการกลุ่ม ตามรายละเอียดตารางที่ 28 พบว่า กระบวนการบริหารงานของกลุ่มจะมีเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก เนื่องจากทางกลุ่มได้มีการคัดเลือกคณะกรรมการดำเนินงานของกลุ่ม มีการกำหนดระเบียบเป็นลายลักษณ์อักษร และมีการชี้แจงการดำเนินงานของกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ อีกทั้งมีการจัดทำบัญชีรายรับ – รายจ่ายในกลุ่ม และจัดสรรผลกำไรที่ได้ให้กับสมาชิกภายในกลุ่ม เมื่อพิจารณาปัจจัยที่เกี่ยวข้องในส่วนความเป็นผู้นำของประธานกลุ่มพบว่า ประธานกลุ่มมีความเป็นผู้นำในระดับสูงมาก โดยจะเห็นได้จากการที่ประธานกลุ่มเป็นผู้ริเริ่มให้เกิดการรวมกลุ่ม สามารถนำความรู้ที่มีมาประยุกต์สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เกิดผลิตภัณฑ์ใน

รูปแบบใหม่ ๆ อยู่เสมอ และมีความมุ่งมั่นที่จะให้กลุ่มประสบความสำเร็จ อีกทั้งเมื่อเกิดปัญหาขึ้นกับทางกลุ่ม ประธานก็สามารถที่จะช่วยแก้ไขปัญหานั้นได้เสมอ

สำหรับการมีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มนั้นพบว่า จะเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูง แต่อย่างไรก็ตามถ้าหากมีการกระตุ้นหรือเปิดโอกาสให้สมาชิกในกลุ่มได้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจหรือร่วมกันให้ข้อเสนอแนะในการดำเนินงานกิจกรรมของกลุ่มมากยิ่งขึ้น ก็จะส่งผลให้กระบวนการในการดำเนินงานของกลุ่มนั้นมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

ผลการประเมินด้านปัจจัยออก (Output)

การประเมินด้านปัจจัยออกนั้น จะเป็นการประเมินโดยพิจารณาจากผลประโยชน์ที่สมาชิกได้รับจากการเข้าร่วมกลุ่มและผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จากผลการศึกษาพบว่า กลุ่มทอผ้าข้อมลิธรรมชาติบ้านพินนามีคะแนนเฉลี่ยในการประเมินด้านปัจจัยออกเท่ากับ 95.63 คะแนน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า กลุ่มมีปัจจัยสำคัญในการดำเนินกิจกรรมที่เอื้อต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก โดยจะเห็นได้จากตัวชี้วัดต่างๆ และเมื่อพิจารณาแต่ละปัจจัยตามรายละเอียดตารางที่ 29 พบว่า ด้านผลประโยชน์ที่สมาชิกได้จากการเข้าร่วมกลุ่มนั้นจะส่งผลเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก โดยสมาชิกมีความพอใจในการจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่ม และอีกทั้งยังเป็นการเพิ่มรายได้อีกด้วย

สำหรับทางด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มนั้นพบว่า ทางกลุ่มได้พยายามที่จะพัฒนารูปแบบอย่างสม่ำเสมอ โดยจะเห็นได้จากการที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้มีการจัดอบรมต่าง ๆ ขึ้น ทางกลุ่มก็มักจะเข้าร่วมในการอบรมต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าของกลุ่มทอผ้าข้อมลิธรรมชาติบ้านพินนาได้รับการยอมรับและเป็นที่ต้องการของตลาดอยู่ในระดับสูงมาก อีกทั้งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมีสีสัน ลวดลายที่น่าสนใจตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ดังนั้นส่งผลให้การประเมินปัจจัยออกในส่วนของผลิตภัณฑ์จากกลุ่มนั้นเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก

ผลการประเมินความสำเร็จ (Success)

ความสำเร็จของกลุ่มทอผ้าไหมสีธรรมชาติบ้านพันนาจะพิจารณาจากผลการประเมินด้านต่างๆ ได้แก่ ผลการประเมินด้านบริบทหรือด้านสภาวะแวดล้อม ผลการประเมินด้านปัจจัยเข้า ผลการประเมินด้านกระบวนการ และผลการประเมินด้านปัจจัยออกของกลุ่ม ซึ่งจากผลการประเมินด้านต่างๆ ดังรายละเอียดตารางที่ 30 พบว่า กลุ่มทอผ้าไหมสีธรรมชาติบ้านพันนาประสบความสำเร็จในระดับสูงโดยระดับคะแนนเฉลี่ยได้เท่ากับ 88.81 คะแนน ซึ่งจะเห็นได้จากการที่กลุ่มทอผ้าไหมสีธรรมชาติบ้านพันนานั้นมีบริบทกระบวนการ และปัจจัยออกเอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก แต่อย่างไรก็ตามจะเห็นได้ว่าทางกลุ่มมีคะแนนเฉลี่ยด้านปัจจัยเข้าในระดับปานกลางเท่านั้น ดังนั้นถ้าหากได้มีการแก้ไขปัญหาด้านปัจจัยเข้าของกลุ่มก็จะทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 26 ผลการประเมินด้านบริบทหรือการประเมินด้านสภาวะแวดล้อม
(Context) ของกลุ่มทอผ้าไหมสีธรรมชาติบ้านพันนา

ตัวแปรหลักและตัวชี้วัดด้านบริบท (Context)	คะแนน	ระดับการประเมิน
1. สภาวะด้านเศรษฐกิจของชุมชน (Econ)	83.72	สูงมาก
• การมีอาชีพหลักของคนในชุมชน (EC1)	86.11	สูงมาก
• การทำงานต่างถิ่นของคนในชุมชน (EC1)	81.27	สูงมาก
• การมีที่ดินทำกินของคนในชุมชน (EC2)	83.78	สูงมาก
2. สภาวะการรวมกลุ่มในอดีต (Group)	84.28	สูงมาก
• การเคยมีการรวมกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในอดีต (G1)	84.29	สูงมาก
• ระยะเวลาตั้งแต่การเริ่มมีการรวมกลุ่มหัตถกรรมครั้งแรกจนถึงปัจจุบัน (G2)	90.83	สูงมาก
• จำนวนสมาชิกกลุ่มอาชีพหัตถกรรมเมื่อแรกตั้งเปรียบเทียบกับจำนวนสมาชิกกลุ่มอาชีพหัตถกรรมในปัจจุบัน (G3)	77.81	สูง
3. ความต้องการรวมกลุ่มของสมาชิก (Desire)	83.27	สูงมาก

ตารางที่ 26 (ต่อ)

ตัวแปรหลักและตัวชี้วัดด้านบริบท (Context)	คะแนน	ระดับการประเมิน
4. ความคุ้นเคยรู้จักกันของสมาชิก (Friendship)	82.05	สูงมาก
• ชาวบ้านได้มีการพบปะกันอย่างสม่ำเสมอในงานทอดกฐิน ผ้าป่าและงานบุญต่างๆ ของชุมชน (F1)	82.00	สูงมาก
• นอกจากการพบปะกันที่วัดแล้วชาวบ้านยังมีการชุมนุม ร่วมกันในสถานที่อื่นๆ ในชุมชนอยู่เสมอ (F2)	91.00	สูงมาก
• เมื่อเว้นว่างจากงานแล้วชาวบ้านมักอยู่กันตามลำพัง ไม่ค่อยมีโอกาสสนทนาพูดคุยกัน (F3)	48.00	ปานกลาง
• หากมีคนนอกหมู่บ้านถามถึงคนใดคนหนึ่งหมู่บ้าน ชาวบ้านสามารถบอกได้ว่าเป็นลูกเต้าเหล่าใคร (F4)	93.00	สูงมาก
• ในละแวกบ้านใกล้เคียงภายในหมู่บ้านท่าน ชาวบ้านยังรู้จักสนิทสนมกันดี (F5)	96.25	สูงมาก
5. ความสะดวกของการคมนาคมเข้าสู่ที่ทำการกลุ่ม (Infra)	98.00	สูงมาก
มาตรวัดผลการประเมินด้านบริบทเฉลี่ย	86.26	
ระดับการประเมินด้านบริบท	สูงมาก	

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

ตารางที่ 27 ผลการประเมินด้านปัจจัยเข้า (Input) ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา

ตัวแปรหลักและตัวชี้วัดด้านปัจจัยเข้า (Input)	คะแนน	ระดับการประเมิน
1. สมาชิกกลุ่ม (Member)	92.28	สูงมาก
• ความพอเพียงของจำนวนสมาชิกกลุ่ม (M1)	92.75	สูงมาก
• ระดับทักษะของสมาชิกในการทำผลิตภัณฑ์ (M2)	91.80	สูงมาก
2. เงินทุนดำเนินงานของกลุ่ม (Fund)	81.63	สูงมาก
• ความเพียงพอของเงินทุนในการดำเนินงาน (FU1)	87.75	สูงมาก
• การได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากหน่วยงานรัฐ และ/หรือองค์กรเอกชน (FU2)	75.50	สูง
3. วัตถุดิบ (Raw Material)	73.96	สูง
• ความเพียงพอของวัตถุดิบภายในท้องถิ่น (RM1)	71.87	สูง
• คุณภาพของวัตถุดิบภายในท้องถิ่น (RM2)	87.50	สูงมาก
• การเคยได้รับการสนับสนุนด้านวัตถุดิบจากหน่วยงานภาครัฐ และ/หรือองค์กรเอกชน (RM3)	62.50	สูง
4. เครื่องมือเครื่องใช้ (Tools)	83.71	สูงมาก
• ความเพียงพอของเครื่องมือเครื่องใช้ (T1)	95.50	สูงมาก
• คุณภาพของเครื่องมือเครื่องใช้ (T2)	89.37	สูงมาก
• การเคยได้รับการสนับสนุนด้านเครื่องมือเครื่องใช้จากหน่วยงานภาครัฐ และ/หรือองค์กรเอกชน (T3)	66.25	สูง
5. อาคารสถานที่ หรือที่ทำการกลุ่ม (Place)	94.26	สูงมาก
• การมีอาคารสถานที่เฉพาะเพื่อการดำเนินงานของกลุ่ม (P1)	93.50	สูงมาก
• อาคารสถานที่ขนาดเหมาะสมกับความต้องการใช้ของสมาชิกกลุ่ม (P2)	97.27	สูงมาก
• อาคารสถานที่ที่มีจำนวนเพียงพอกับการดำเนินงานของกลุ่ม (P3)	88.75	สูงมาก
• การเคยได้รับการสนับสนุนด้านอาคารสถานที่ หรือที่ทำการกลุ่มจากหน่วยงานภาครัฐ และ/หรือองค์กรเอกชน (P4)	97.50	สูงมาก
มาตรวัดผลการประเมินด้านปัจจัยเข้าเฉลี่ย	85.17	
ระดับการประเมินด้านปัจจัยเข้า	สูงมาก	

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

ตารางที่ 28 ผลการประเมินด้านกระบวนการ (Process) ของกลุ่มทอผ้าข้อม
สิริธรรมชาติดีบ้านพันทนา

ตัวแปรหลักและตัวชี้วัดด้านกระบวนการ (Process)	คะแนน	ระดับการประเมิน
1. การบริหารกลุ่ม (Management)	92.29	สูงมาก
• การมีประธานหรือหัวหน้ากลุ่ม (MA1)	100.00	สูงมาก
• การมีการเลือกคณะกรรมการดำเนินงาน (MA2)	98.00	สูงมาก
• การมีการกำหนดระเบียบเป็นลายลักษณ์อักษร (MA3)	98.00	สูงมาก
• การมีการชี้แจงการดำเนินงานกลุ่มแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ (MA4)	95.50	สูงมาก
• การมีการจัดทำบัญชีรายรับ - รายจ่ายในกลุ่ม (MA5)	100.00	สูงมาก
• การมีการจัดสรรผลประโยชน์/ผลกำไรที่ได้จากการรวมกลุ่มอาชีพ (MA6)	75.50	สูง
• การประชุมกลุ่มแต่ละครั้งมีสมาชิกเข้าร่วมประชุมเกินกว่าร้อยละ 60 (MA7)	79.00	สูง
2. ความเป็นผู้นำของประธานกลุ่ม (Leadership)	95.44	สูงมาก
• ผู้นำกลุ่มเป็นผู้ริเริ่มให้มีการรวมกลุ่มอาชีพ (L1)	95.50	สูงมาก
• การทำกิจกรรมใหม่ๆ ส่วนใหญ่เกิดจากผู้นำกลุ่ม (L2)	97.00	สูงมาก
• ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในกลุ่ม ประธานกลุ่มให้สมาชิกมีโอกาสหรือมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหานั้นเสมอ (L3)	92.50	สูงมาก
• ผู้นำกลุ่มสามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ (L4)	87.00	สูงมาก
• ผู้นำกลุ่มร่วมรับฟังความคิดเห็นของสมาชิก (L5)	92.00	สูงมาก
• เมื่อกลุ่มมีปัญหาผู้นำกลุ่มสามารถช่วยแก้ปัญหาได้ (L6)	98.50	สูงมาก
• กลุ่มมีผู้นำที่มีความมุ่งมั่นที่จะทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ (L7)	97.00	สูงมาก
• กลุ่มมีผู้นำที่มีความรู้ความสามารถในการทำผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม (L8)	99.50	สูงมาก

ตารางที่ 28 (ต่อ)

ตัวแปรหลักและตัวชี้วัดด้านกระบวนการ (Process)	คะแนน	ระดับการประเมิน
3. การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม (Cooperation)	76.83	สูง
• สมาชิกเข้าร่วมประชุมทุกครั้งที่มีการประชุมกลุ่ม (C1)	75.00	สูง
• ทุกครั้งที่กลุ่มมีปัญหา สมาชิกกลุ่มร่วมกันให้ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ (C2)	79.50	สูง
• เมื่อมีการลงคะแนนเสียงภายในกลุ่ม สมาชิกมีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอ (C3)	89.00	สูงมาก
• สมาชิกกลุ่มเข้าร่วมพบปะสังสรรค์พูดคุยกับสมาชิกท่านอื่นอย่างสม่ำเสมอ (C4)	75.00	สูง
• มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกกลุ่มด้วยกันเองอย่างสม่ำเสมอ (C5)	65.00	สูง
• สมาชิกกลุ่มช่วยกันจัดหาตลาดสำหรับจำหน่ายผลผลิตของกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ (C6)	77.50	สูง
มาตรวัดผลการประเมินด้านกระบวนการเฉลี่ย	88.19	
ระดับการประเมินด้านกระบวนการ	สูงมาก	
ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ		

ตารางที่ 29 ผลการประเมินด้านปัจจัยออก(Output) ของกลุ่มทอผ้าไหมสีธรรมชาติบ้านพันทนา

ตัวแปรหลักและตัวชี้วัดด้านปัจจัยออก (Output)	คะแนน	ระดับการประเมิน
1. ผลประโยชน์ที่สมาชิกของกลุ่มได้รับ (Benefit)	91.25	สูงมาก
• กลุ่มได้จัดสรรผลประโยชน์จากกิจกรรมให้แก่สมาชิก	97.50	สูงมาก
อย่างเสมอภาคและเป็นธรรม (B1)		
• กลุ่มมีการจัดสวัสดิการให้แก่สมาชิก (B2)	85.00	สูงมาก
• การได้รับรายได้เพิ่มขึ้นจากการเข้าร่วมกลุ่มของสมาชิก (B3)	100.00	สูงมาก
2. ผลผลิตกันท์ของกลุ่ม (Output)	100.00	สูงมาก
• มีการพัฒนารูปแบบอย่างสม่ำเสมอ (P1)	100.00	สูงมาก
• การได้รับการยอมรับและเป็นที่ต้องการของตลาด (P2)	100.00	สูงมาก
มาตรวัดผลการประเมินด้านปัจจัยออกเฉลี่ย	95.63	
ระดับการประเมินด้านปัจจัยออก	สูงมาก	
ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ		

ตารางที่ 30 สรุปผลการประเมินกลุ่มทอผ้าไหมสีธรรมชาติบ้านพันทนา

การประเมิน	คะแนน	ระดับการประเมิน
1. การประเมินด้านบริบท (Context)	86.26	สูงมาก
2. การประเมินด้านปัจจัยเข้า (Input)	85.17	สูงมาก
3. การประเมินด้านกระบวนการ (Process)	88.19	สูงมาก
4. การประเมินด้านปัจจัยออก (Output)	95.63	สูงมาก
ความสำเร็จของกลุ่ม	88.81	สูงมาก

ที่มา: จากการสำรวจและการคำนวณ

ส่วนที่ 4 การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค

การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

ในการดำเนินการต่าง ๆ องค์กรหรือกลุ่มจำเป็นต้องมีการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกของกลุ่มเสียก่อน เพื่อให้ทราบถึงสถานะการแข่งขันภายในธุรกิจนั้น ๆ จึงสามารถที่จะนำข้อมูลทั้งหมดมาใช้ในการวิเคราะห์และกำหนดกลยุทธ์ของกลุ่ม ดังนั้นในการศึกษาครั้งนี้จำเป็นต้องศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา เพื่อนำมาสร้างกลยุทธ์การดำเนินงานต่อไป

จุดแข็ง (Strengths: S)

1. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนามีคุณภาพในการผลิต โดยทางกลุ่มได้รับการรับรองคุณภาพเป็นผลิตภัณฑ์ระดับสามดาวในปี พ.ศ. 2547 ระดับสี่ดาวในปี พ.ศ. 2549 และระดับห้าดาวในปี พ.ศ. 2551 จากกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม และในปี พ.ศ. 2550 ได้ไปรับรองสินค้าคุณภาพจากกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ (กำหนดให้เป็น S1)
2. ประธานกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนามีความเป็นผู้นำสูง จะแสวงหาสิ่งใหม่ๆ เพื่อปรับเปลี่ยนและพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการ มีความสามารถที่จะนำกลุ่มให้ประสบความสำเร็จได้ (กำหนดให้เป็น S2)
3. สมาชิกของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนามีความสามัคคีและช่วยเหลือกัน ทำให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความสะดวก (กำหนดให้เป็น S3)
4. มีสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมในการผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มาจากสมาชิกของกลุ่ม (กำหนดให้เป็น S4)
5. สถานที่ตั้งศูนย์ทอผ้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มอยู่บนถนนสายหลักและใกล้แหล่งท่องเที่ยว (กำหนดให้เป็น S5)

6. ผลกระทบที่หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนาที่ได้นั้น ใช้ภูมิปัญญาในท้องถิ่นและวัตถุดิบจากธรรมชาติในท้องถิ่นมาผลิต (กำหนดให้เป็น S6)

7. ผลกระทบของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนามีความโดดเด่น ในด้านการย้อมสีผ้าโดยใช้การหมักโคลน และลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวในการผลิตทำให้ผลกระทบที่หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักกับผู้บริโภค (กำหนดให้เป็น S7)

8. สมาชิกกลุ่มมีประสบการณ์และทักษะในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายมาเป็นเวลานาน จึงทำให้มีชื่อเสียงในด้านคุณภาพและการรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ (กำหนดให้เป็น S8)

9. กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนาได้มีการเชื่อมโยงกับกลุ่มเครือข่ายต่าง ๆ ที่ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายทำให้มีการติดต่อประสานงานในลักษณะเครือข่ายในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และแลกเปลี่ยนสินค้า ตลอดจนรับซื้อสินค้าของกลุ่มลูกค้า และกลุ่มก็จะจำหน่ายวัตถุดิบให้แก่ลูกค้าเพื่อนำไปทอผ้าต่อไป ทำให้มีการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายได้ตลอดทั้งปี (กำหนดให้เป็น S9)

10. กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนายังเป็นศูนย์ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่ผู้ที่สนใจทั่วไปอย่างมากมาย ตามหลักฐานการให้บริการและถ่ายทอดความรู้แก่สมาชิกกลุ่ม/องค์กรที่สนใจเดินทางมาดูงานเกือบทุกภูมิภาคทั่วประเทศ และหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน อีกทั้งทางกลุ่มได้จัดทำสารคดีเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นไปสู่ผู้ที่สนใจ (กำหนดให้เป็น S10)

จุดอ่อน (Weakness: W)

1. กลุ่มขาดความรู้ความชำนาญทางการตลาด ทำให้ไม่สามารถวางแผนล่วงหน้าได้ว่าตลาดผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมากขึ้นหรือน้อยลง (กำหนดให้เป็น W1)

2. ผลกระทบที่หัตถกรรมจากฝ้ายที่ผลิตได้ ไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค (กำหนดให้เป็น W2)

3. สมาชิกในกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนาโดยมากแล้วเป็นผู้ที่มีอายุแล้ว ทำให้เมื่อมีการจัดประชุมหรือการจัดอบรมในเรื่องต่างๆ มักจะไม่ให้ความสนใจมาเข้าร่วม (กำหนดให้เป็น W3)

4. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มน้อยเกินไป ทำให้สินค้าบางประเภทอยู่ที่กลุ่มอีกเป็นจำนวนมาก (กำหนดให้เป็น W4)

5. ขาดการจัดทำระบบบัญชีที่ชัดเจน (กำหนดให้เป็น W5)

6. สมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนายังขาดความรู้ความชำนาญด้านการใช้วัตถุดิบ ทำให้ไม่สามารถวางแผนการผลิตเพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากวัตถุดิบ (กำหนดให้เป็น W6)

โอกาส (Opportunities: O)

1. หน่วยงานของภาครัฐให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าฝ้าย โดยจัดให้มีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ส่งผลให้กลุ่มเอกชนและรัฐวิสาหกิจหันมาให้ความสนใจกับกลุ่มมากขึ้น (กำหนดให้เป็น O1)

2. ภาครัฐได้ส่งเสริมช่วยในเรื่องการขยายตลาด โดยจะเห็นได้จากการพยายามที่จะให้มีการแสดงสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ มากขึ้น ทั้งในกรุงเทพฯ และต่างจังหวัด (กำหนดให้เป็น O2)

3. สถานที่ตั้งของกลุ่มเป็นเส้นทางผ่านสำหรับสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ซึ่งอาจทำให้นักท่องเที่ยวที่ผ่านมาแวะเยี่ยมชมกลุ่ม ทำให้กลุ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้นและเป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มอีกด้วย (กำหนดให้เป็น O3)

4. ในปัจจุบันเกิดกระแสนิยมไทยมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากหันมาบริโภคสินค้าไทย เทียวเมืองไทยและตระหนักในเรื่องภูมิปัญญาไทยมากยิ่งขึ้น (กำหนดให้เป็น O4)

5. ปัจจุบันผู้บริโภคใส่ใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสุขภาพกันมากขึ้น ทำให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบจากธรรมชาติเพิ่มมากขึ้น (กำหนดให้เป็น O5)

6. เนื่องจากในชุมชนได้สะสมภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นเวลานาน จึงสามารถใช้ภูมิปัญญาสร้างงาน และรายได้ให้แก่ชุมชนได้ (กำหนดให้เป็น O6)

7. ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ (อินเทอร์เน็ต) จัดทำเว็บไซต์ <http://www.thaitambon.com/tambon/tsmeplist.asp?ID=471213&SME=0262421811> เพื่อเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์อีกทางหนึ่ง ทำให้สามารถซื้อขายสินค้าได้สะดวกรวดเร็วขึ้น และทราบข้อมูลแหล่งผลิตของกลุ่มได้มากขึ้น (กำหนดให้เป็น O7)

8. ปัจจุบันหมู่บ้านพัฒนาเป็นหมู่บ้านเชิงวัฒนธรรม แบบเยี่ยมชมวิถีชีวิตท้องถิ่น ชมศิลปวัฒนธรรมที่หลากหลาย โดยนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย และนักท่องเที่ยวสามารถพักค้างคืนกับชาวบ้านได้ เพื่อการเรียนรู้วิถีชุมชนได้แบบไม่มีข้อจำกัด หรือ ที่เรียกว่า “PHANNA HOME STAY” และยังมีโครงการ “เที่ยวหมู่บ้าน เบื้องานฝีมือ” ใน 1 วัน โดยเชื่อมโยงศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศูนย์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์พื้นเมือง บ้านพัฒนา เพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ที่ได้จัดกิจกรรม “ตามรอยวัฒนธรรมหอม” และกิจกรรม “เที่ยวหมู่บ้าน เบื้องานฝีมือ” ในจังหวัดสกลนคร (กำหนดให้เป็น O8)

อุปสรรค (Threats: T)

1. การที่รัฐบาลส่งเสริมและสนับสนุนให้มีกลุ่มอาชีพหัตถกรรมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมากทำให้เกิดกลุ่มอาชีพทอดผ้ามากขึ้น ส่งผลให้มีการแข่งขันสูงและมีการตัดราคาขายผลิตภัณฑ์กันเองระหว่างผู้ผลิต (กำหนดให้เป็น T1)

2. ขาดแคลนบุคลากรที่จะมาช่วยสืบทอดในการทอดผ้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากค่านิยมของวัยรุ่นในปัจจุบันสนใจเข้าไปทำงานในเมืองมากกว่าการทำงานในหมู่บ้าน ดังนั้นคนที่ทอดผ้าโดยส่วนมากจะเป็นผู้สูงอายุ ซึ่งถ้าไม่มีการแก้ไขอาจจะทำให้ไม่มีผู้สืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไปในอนาคต (กำหนดให้เป็น T2)

3. ผู้บริโภคยังไม่มั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากไม่มีการจัดเกรดผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน (กำหนดให้เป็น T3)

กำหนดกลยุทธ์การดำเนินงานจากการวิเคราะห์ SWOT Analysis

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มทอผ้าไหมสีธรรมชาติบ้านพินนา พบว่ากลุ่มควรมีการวางแผนกลยุทธ์ในการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มศักยภาพในการดำเนินงานและการแข่งขัน โดยใช้ SWOT Matrix ดังแสดงในตารางที่ 31

กลยุทธ์จุดแข็งและโอกาส (SO)

1. หมู่บ้านพินนาเป็นหมู่บ้านเชิงวัฒนธรรมสามารถเชื่อมโยงศิลปวัฒนธรรมโบราณสถาน โบราณวัตถุ และศูนย์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าไหมสีธรรมชาติบ้านพินนาเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ทางกลุ่มสามารถจัดทำสถานที่ให้เป็น home stay ได้ เป็นการช่วยขยายตลาดและขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมได้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเป็นการเผยแพร่และสืบสานเรื่องราวในการทอผ้าต่างๆ ได้ เนื่องจากสายผ้าแต่ละลายก็จะมีเรื่องราวที่แตกต่างกันไป (S6 S7 S10 O3 O8)

2. กลุ่มทอผ้าไหมสีธรรมชาติบ้านพินนาสามารถจัดเป็น “ศูนย์การเรียนรู้” เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้ที่สนใจทั่วไป นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาดูงานหรือเยี่ยมชมเพื่อศึกษาเรียนรู้ และซื้อผลิตภัณฑ์ได้ในราคาย่อมเยา ซึ่งเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาให้แก่เยาวชนรุ่นต่อไป อีกทั้งยังช่วยขยายตลาดได้มากขึ้น (S4 S5 S6 S7 S8 O3 O6)

3. การเพิ่มการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายไหมสีธรรมชาติให้มากขึ้น และสร้างเป็นเอกลักษณ์ให้กับกลุ่ม เนื่องจากผู้บริโภคกำลังให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ (S6 S7 O4 O5)

4. บริหารจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายให้มีความโดดเด่นภายใต้การสนับสนุนโครงการของภาครัฐ และภาคเอกชน เน้นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบธรรมชาติโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและแรงงานที่มีความชำนาญในการทอผ้า (S1 S2 S6 S7 S8 O1 O2 O4 O5)

กลยุทธ์จุดแข็งและอุปสรรค (ST)

1. กลุ่มทอผ้าข้อมสืบทอดมาแต่บรรพบุรุษมีความรู้ในการทำลวดลายอันบ่งบอกถึงคุณภาพของการทอ การทอ เส้นผ้า มีการรับประกันเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตลอดจนควรมีสัญลักษณ์หรือตราสินค้าอันเป็นการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ลูกค้าจดจำและยอมรับในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในการซื้อครั้งต่อไป (S1 S6 T3)

2. กลุ่มทอผ้าข้อมสืบทอดมาแต่บรรพบุรุษมีความรู้ในการทำลวดลายอันบ่งบอกถึงคุณภาพของการทอ การทอ เส้นผ้า มีการรับประกันเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตลอดจนควรมีสัญลักษณ์หรือตราสินค้าอันเป็นการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ลูกค้าจดจำและยอมรับในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในการซื้อครั้งต่อไป (S1 S2 S3 S8 T1)

3. สนับสนุนคนรุ่นใหม่ในชุมชนให้เห็นความสำคัญในการอนุรักษ์การทอผ้าฝ้าย และการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าข้อมสืบทอดมาแต่บรรพบุรุษ เพื่อที่จะได้สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป (S6 S7 S8 T2)

4. ควรผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของกลุ่ม ให้มีลวดลายแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ และสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์กับกลุ่มทอผ้าอื่น ๆ ในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และความเข้าใจ เป็นโอกาสในการขยายที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์และยังสามารถสร้างอำนาจการต่อรองกับพ่อค้าคนกลางได้ (S1 S2 S7 S9 T1)

กลยุทธ์จุดอ่อนและโอกาส (WO)

1. ขาดความร่วมมือจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน เช่น มหาวิทยาลัยที่มีความชำนาญในด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบและลวดลาย เพื่อช่วยในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการใช้วัตถุดิบให้ได้ประโยชน์สูงสุด (W6 O1 O2)

2. ขาดความร่วมมือจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ จัดทำเว็บไซต์ของทางกลุ่มขึ้น เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ (W1 W2 W4 O1 O7)

กลยุทธ์จุดอ่อนและอุปสรรค (WT)

1. กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนาสามารถขอความช่วยเหลือด้านข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคจากคนในหมู่บ้านที่ไปทำงานในตัวเมืองหรือกรุงเทพฯ เพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม (W2 T2)

2. หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง ควรให้คำแนะนำเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่ม ให้กลุ่มทอผ้าต่างๆ เข้าใจการทำงานของเครือข่าย เพื่อเป็นโอกาสในการขยายตลาดและยังสามารถสร้างอำนาจต่อรองทางการตลาดได้ (W4 T1)

ตารางที่ 31 ตาราง SWOT Matrix

	จุดแข็ง (Strengths: S)	จุดอ่อน (Weakness: W)
	S1... S2... S3... S4... S5... S6... S7... S8... S9... S10...	W1... W2... W3... W4... W5... W6...
โอกาส (Opportunities: O)	กลยุทธ์จุดแข็งและโอกาส (SO)	กลยุทธ์จุดอ่อนและโอกาส (WO)
O1... O2... O3... O4... O5... O6... O7... O8...	ตารางที่ 32	ตารางที่ 34
อุปสรรค (Threats: T)	กลยุทธ์จุดแข็งและอุปสรรค (ST)	กลยุทธ์จุดอ่อนและอุปสรรค (WT)
T1... T2... T3...	ตารางที่ 33	ตารางที่ 35

ตารางที่ 32 กลยุทธ์จุดแข็งและโอกาส (SO)

	จุดแข็ง (S) S1 ผลผลิตกันท์ของกลุ่มได้รับรองคุณภาพเป็นผลิตภัณฑ์ระดับสามดาว ระดับสี่ดาว และระดับห้าดาว S2 ผู้นำกลุ่มมีความเป็นผู้นำสูง S3 สมาชิกมีความสามัคคีทำให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความสะดวก S4 มีสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมในการผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ทำจากสมาชิกของกลุ่ม S5 สถานที่ตั้งศูนย์ทอผ้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มอยู่บนถนนสายหลักและใกล้แหล่งท่องเที่ยว S6 ผลผลิตกันท์ของกลุ่มใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัตถุดิบจากธรรมชาติ S7 กลุ่มมีการข้อม มีตลาดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และมีความโดดเด่น S8 สมาชิกกลุ่มมีประสบการณ์และทักษะในการผลิต S9 กลุ่มได้มีการเชื่อมโยงกับกลุ่มเครือข่ายต่างๆ ที่ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย S10 กลุ่มเป็นศูนย์ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น
โอกาส (O) O1 หน่วยงานของภาครัฐให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่ม O2 ภาครัฐได้ส่งเสริมช่วยในเรื่องการขายตลาด O3 สถานที่ตั้งกลุ่มมีความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ O4 ผู้บริโภคหันมาซื้อผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย O5 ผู้บริโภคหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ O6 เนื่องจากในชุมชนได้สะสมภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นเวลานาน จึงสามารถใช้ภูมิปัญญาสร้างงาน และรายได้ให้แก่ชุมชนได้	กลยุทธ์จุดแข็งและโอกาส (SO) - หมู่บ้านพัฒนาเป็นหมู่บ้านเชิงวัฒนธรรมสามารถเชื่อมโยงศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศูนย์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าข้อมสิริธรรมชาติบ้านพัฒนาเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ทางกลุ่มสามารถจัดทำสถานที่ให้เป็น home stay ได้ เป็นการช่วยขายตลาดและขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมได้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเป็นการเผยแพร่และสืบสานเรื่องราวในการทอผ้าต่างๆ ได้ เนื่องจากหลายผ้าแต่ละลายก็จะมียุคที่แตกต่างกันไป (S6 S7 S10 O3 O8)

ตารางที่ 32 (ต่อ)

โอกาส (O)	กลยุทธ์จุดแข็งและโอกาส (SO)
O7 ได้มีการพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ (อินเทอร์เน็ต) ทำให้สามารถซื้อขายสินค้าได้สะดวกขึ้น O8 สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้ากับกลุ่มทอผ้าไหมธรรมชาติบ้านพินนา	- กลุ่มทอผ้าไหมธรรมชาติบ้านพินนาสามารถจัดเป็น “ศูนย์การเรียนรู้” เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้ที่สนใจทั่วไป นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาดูงานหรือเยี่ยมชมเพื่อศึกษาเรียนรู้ และซื้อผลิตภัณฑ์ได้ในราคาย่อมเยา ซึ่งเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาให้แก่เยาวชนรุ่นต่อ ๆ ไป อีกทั้งยังช่วยขยายตลาดได้มากขึ้น (S4 S5 S6 S7 S8 O3 O6) - การเพิ่มการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าไหมธรรมชาติให้มากขึ้น และสร้างเป็นเอกลักษณ์ให้กับกลุ่ม เนื่องจากผู้บริโภคกำลังให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ (S6 S7 O4 O5) - บริหารจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าไหมมีความโดดเด่นภายใต้การสนับสนุนโครงการของภาครัฐ และภาคเอกชน เน้นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบธรรมชาติโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและแรงงานที่มีความชำนาญในการทอผ้า (S1 S2 S6 S7 S8 O1 O2 O4 O5)

ตารางที่ 33 กลยุทธ์จุดแข็งและอุปสรรค (ST)

	จุดแข็ง (S) S1 ผลผลิตขั้นของกลุ่มได้รับรองคุณภาพเป็นผลิตภัณฑ์ระดับสามดาวและสี่ดาว S2 ผู้นำกลุ่มมีความเป็นผู้นำสูง S3 สมาชิกมีความสามัคคีทำให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความสะดวก S4 มีสถานที่ที่เป็นศูนย์รวมในการผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่มาจากสมาชิกของกลุ่ม S5 สถานที่ตั้งศูนย์ทอผ้าและจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มอยู่บนถนนสายหลักและใกล้แหล่งท่องเที่ยว S6 ผลผลิตขั้นของกลุ่มใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัตถุดิบจากธรรมชาติ S7 กลุ่มมีการข้อม มีตลาดที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะและมีความโดดเด่น S8 สมาชิกกลุ่มมีประสบการณ์และทักษะในการผลิต S9 กลุ่มได้มีการเชื่อมโยงกับกลุ่มเครือข่ายต่างๆ ที่ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย S10 กลุ่มเป็นศูนย์ถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น
อุปสรรค (T) T1 รัฐบาลส่งเสริมให้มีกลุ่มอาชีพหัตถกรรมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันสูงและมีการตัดราคาขายระหว่างผู้ผลิต T2 คนที่จะสืบทอดภูมิปัญญาเรื่องการทอผ้ามีน้อย เพราะส่วนใหญ่คนรุ่นหลังได้เข้าไปทำงานในเมืองมากขึ้น จนทำให้เกิดปัญหาขาดแคลนแรงงานสำคัญในการทอผ้า และต้องจ้างแรงงานในราคาที่สูงขึ้น T3 ผู้บริโภคยังไม่มั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากไม่มีการจัดเกรดผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน	กลยุทธ์จุดแข็งและอุปสรรค (ST) - กลุ่มทอผ้าข้อม สิริธรรมชาตบ้านพันนาควรมีการจัดทำฉลากอันบ่งบอกถึงคุณภาพของการข้อม การทอ เส้นฝ้าย มีการรับประกันเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตลอดจนควรมีสัญลักษณ์หรือตราสินค้าอันเป็นการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ลูกค้าจดจำและยอมรับในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในการซื้อครั้งต่อไป (S1 S6 T3) - กลุ่มทอผ้าข้อม สิริธรรมชาตบ้านพันนาศึกษาที่จะต้องรักษาคุณภาพหรือเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์โดยอาศัยประสบการณ์และทักษะในการผลิตที่ได้รับมาจากบรรพบุรุษ ภายใต้วามสามัคคีของสมาชิก

ตารางที่ 33 (ต่อ)

	กลยุทธ์จุดแข็งและอุปสรรค (ST) กลุ่มและผู้นำกลุ่มที่มีความเข้มแข็งและมีความเป็นผู้นำสูง (S1 S2 S3 S8 T1) - สนับสนุนคนรุ่นใหม่ในชุมชนให้เห็นความสำคัญในการอนุรักษ์การทอผ้าฝ้าย และการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ เพื่อที่จะได้สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป (S6 S7 S8 T2) - ควรผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของกลุ่ม ให้มีลวดลายแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ และสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์กับกลุ่มทอผ้าอื่นๆ ในพื้นที่ต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และความเข้าใจ เป็นโอกาสในการขยายที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์และยังสามารถสร้างอำนาจการต่อรองกับพ่อค้าคนกลางได้ (S1 S2 S7 S9 T1)
--	--

ตารางที่ 34 กลยุทธ์จุดอ่อนและโอกาส (WO)

	จุดอ่อน (W) W1 กลุ่มขาดความรู้ความชำนาญทางด้านการตลาด ทำให้ไม่สามารถวางแผนล่วงหน้าได้ว่าตลาดผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมากขึ้นหรือน้อยลง W2 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายที่ผลิตได้ไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค W3 สมาชิกในกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาโดยมากแล้วเป็นผู้ที่มีอายุแล้ว ทำให้เมื่อมีการจัดประชุมหรือการจัดอบรมในเรื่องต่างๆ มักจะไม่ให้ความสนใจเข้าร่วม W4 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มน้อยเกินไป ทำให้สินค้าบางประเภทอยู่ที่กลุ่มอีกเป็นจำนวนมาก W5 ขาดการจัดทำระบบบัญชีที่ชัดเจน W6 สมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนายังขาดความรู้ความชำนาญด้านการใช้วัตถุดิบ ทำให้ไม่สามารถวางแผนการผลิตเพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากวัตถุดิบ
โอกาส (O) O1 หน่วยงานของภาครัฐให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่ม O2 ภาครัฐได้ส่งเสริมช่วยในเรื่องการขายตลาด O3 สถานที่ตั้งกลุ่มมีความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ O4 ผู้บริโภคหันมาซื้อผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาไทย O5 ผู้บริโภคหันมาบริโภคผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติ O6 เนื่องจากในชุมชนได้สะสมภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นเวลานานจึงสามารถใช้ภูมิปัญญาสร้างงานและรายได้ให้แก่ชุมชนได้ O7 ได้มีการพัฒนาระบบข้อมูลสารสนเทศ (อินเทอร์เน็ต) ทำให้สามารถซื้อขายสินค้าได้สะดวกขึ้น O8 สามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเข้ากับกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา	กลยุทธ์จุดอ่อนและโอกาส (WO) - ขาดความร่วมมือจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน เช่น มหาวิทยาลัยที่มีความชำนาญในการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบและตลาด เพื่อช่วยในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการใช้วัตถุดิบให้ได้ประโยชน์สูงสุด (W6 O1 O2) - ขาดความร่วมมือจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ จัดทำเว็บไซต์ของทางกลุ่มขึ้น เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ (W1 W2 W4 O1 O7)

ตารางที่ 35 กลยุทธ์จุดอ่อนและอุปสรรค (WT)

	จุดอ่อน (W) W1 กลุ่มขาดความรู้ความชำนาญทางด้านการตลาด ทำให้ไม่สามารถวางแผนล่วงหน้าได้ว่าตลาดผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะซื้อผลิตภัณฑ์เป็นจำนวนมากขึ้นหรือน้อยลง W2 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายที่ผลิตได้ ไม่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค W3 สมาชิกในกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา โดยมากแล้วเป็นผู้ที่มีอายุแล้ว ทำให้เมื่อมีการจัดประชุมหรือการจัดอบรมในเรื่องต่างๆ มักจะไม่ให้ความสนใจมาเข้าร่วม W4 ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มน้อยเกินไป ทำให้สินค้าบางประเภทอยู่ที่กลุ่มอีกเป็นจำนวนมาก W5 ขาดการจัดทำระบบบัญชีที่ชัดเจน W6 สมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนายังขาดความรู้ความชำนาญด้านการใช้วัตถุดิบ ทำให้ไม่สามารถวางแผนการผลิตเพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุดจากวัตถุดิบ
อุปสรรค (T) T1 รัฐบาลส่งเสริมให้มีกลุ่มอาชีพหัตถกรรมเกิดขึ้นเป็นจำนวนมาก ทำให้เกิดการแข่งขันสูงและมีการตัดราคาขายระหว่างผู้ผลิต T2 คนที่จะสืบทอดภูมิปัญญาเรื่องการทอผ้ามีน้อย เพราะส่วนใหญ่คนรุ่นหลังได้เข้าไปทำงานในเมืองมากขึ้น จนทำให้เกิดปัญหาขาดแคลนแรงงานสำคัญในการทอผ้า และต้องจ้างแรงงานในราคาที่สูงขึ้น T3 ผู้บริโภคยังไม่มั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากไม่มีการจัดเกรดผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน	กลยุทธ์จุดอ่อนและอุปสรรค (WT) - กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนาสามารถขอความช่วยเหลือด้านข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคจากคนในหมู่บ้านที่ไปทำงานในตัวเมืองหรือกรุงเทพเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม (W2 T2) - หน่วยงานของรัฐที่เกี่ยวข้อง ควรให้คำแนะนำเกี่ยวกับการสร้างเครือข่ายระหว่างกลุ่มให้กลุ่มทอผ้าต่างๆ เข้าใจการทำงานของเครือข่าย เพื่อเป็นโอกาสในการขยายตลาดและยังสามารถสร้างอำนาจต่อรองทางการตลาดได้ (W4 T1)

กลยุทธ์การดำเนินงานกลุ่ม

กลยุทธ์การพัฒนาองค์กร

1. กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านปันนาพยายามที่จะต้องรักษาคุณภาพหรือเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยประสบการณ์และทักษะในการผลิตที่ได้รับมาจากบรรพบุรุษ ภายใต้ความสามัคคีของสมาชิกกลุ่มและผู้นำกลุ่มที่มีความเข้มแข็งและมีความเป็นผู้นำสูง (S1 S2 S3 S8 T1)
2. สนับสนุนคนรุ่นใหม่ในชุมชนให้เห็นความสำคัญในการอนุรักษ์การทอผ้าฝ้าย และการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าย้อมสีธรรมชาติ เพื่อที่จะได้สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่ตลอดไป (S6 S7 S8 T2)

กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. การเพิ่มการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าย้อมสีธรรมชาติให้มากขึ้น และสร้างเป็นเอกลักษณ์ให้กับกลุ่ม เนื่องจากผู้บริโภคกำลังให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ (S6 S7 O4 O5)
2. บริหารจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าฝ้ายให้มีความโดดเด่นภายใต้การสนับสนุนโครงการของภาครัฐ และภาคเอกชน เน้นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบธรรมชาติโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและแรงงานที่มีความชำนาญในการทอผ้า (S1 S2 S6 S7 S8 O1 O2 O4 O5)
3. กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านปันนาสามารถขอความช่วยเหลือด้านข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคจากคนในหมู่บ้านที่ไปทำงานในตัวเมืองหรือกรุงเทพมหานครเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม (W2 T2)

กลยุทธ์ทางการตลาด

1. กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านปันนาสามารถจัดเป็น “ศูนย์การเรียนรู้” เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้ที่สนใจทั่วไป นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาดูงาน

หรือเยี่ยมชมเพื่อศึกษาเรียนรู้ และซื้อผลิตภัณฑ์ได้ในราคาย่อมเยา ซึ่งเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาให้แก่เยาวชนรุ่นต่อ ๆ ไป อีกทั้งยังช่วยขยายตลาดได้มากขึ้น (S4 S5 S6 S7 S8 O3 O6)

2. หมู่บ้านพินนาเป็นหมู่บ้านเชิงวัฒนธรรมสามารถเชื่อมโยงศิลปวัฒนธรรมโบราณสถาน โบราณวัตถุ และศูนย์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ทางกลุ่มสามารถจัดทำสถานที่ให้เป็น home stay ได้ เป็นการช่วยขยายตลาดและขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมได้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งยังเป็นการเผยแพร่และสืบสานเรื่องราวในการทอผ้าต่างๆ ได้ เนื่องจากลายผ้าแต่ละลายก็จะมีเรื่องราวที่แตกต่างกันไป (S6 S7 S10 O3 O8)

3. การผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของกลุ่ม ให้มีลวดลายแตกต่างไปจากกลุ่มอื่น ๆ และสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์กับกลุ่มทอผ้าอื่น ๆ ในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และความเข้าใจ เป็นโอกาสในการขายที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์และยังสามารถสร้างอำนาจการต่อรองกับพ่อค้าคนกลางได้ (S1 S2 S7 S9 T1)

4. กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาควรมีการจัดทำฉลากอันบ่งบอกถึงคุณภาพของการย้อม การทอ เส้นผ้าย้อม มีการรับประกันเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตลอดจนควรมีสัญลักษณ์หรือตราสินค้าอันเป็นการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ลูกค้าจดจำและยอมรับในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในการซื้อครั้งต่อไป (S1 S6 T3)

5. ขาดความร่วมมือจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน ในการโฆษณา ประชาสัมพันธ์ จัดทำเว็บไซต์ของทางกลุ่มขึ้น เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ (W1 W2 W4 O1 O7)

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษาและข้อเสนอแนะ

การดำเนินงานพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของชุมชนเป็นหน้าที่หนึ่งของรัฐบาล เป็นการสร้างโอกาส รายได้ และการพึ่งพาตนเองภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจพอเพียง โดยเฉพาะภาคตะวันออกเฉียงเหนือเป็นภาคที่ประชากรมีรายได้ต่ำที่สุด การรวมตัวทำกิจกรรมเสริมรายได้ นอกจากภาคเกษตร เป็นการสร้างงานและรายได้ จึงต้องคำนึงถึงความสามารถและภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งกลุ่มแม่บ้านดำเนินการภายใต้การสนับสนุนของภาครัฐ หัตถกรรมถือได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์พื้นบ้าน นอกจากจะเป็นการผลิตเพื่อใช้ภายในครัวเรือน ยังสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน เกษตรกรอีกทางหนึ่ง

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลักคือ เพื่อศึกษากระบวนการผลิตและวิเคราะห์ต้นทุนผลตอบแทนในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา ตำบลพินนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร ซึ่งศึกษาด้านทุน ผลตอบแทนโดยเฉลี่ยต่อหน่วยการผลิตทั้งหมด 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมคราม ผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกั่ว ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี และผ้าพันคอ การศึกษาช่องทางการตลาดของกลุ่ม และพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของผู้บริโภค ตลอดจนการวิเคราะห์ถึงจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งเป็นวิธีการวางแผนกลยุทธ์ในการดำเนินการผลิตและการตลาดของกลุ่มให้มีประสิทธิภาพ อีกทั้งประเมินผลกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาอีกด้วย ซึ่งข้อมูลที่ใช้ในการศึกษานี้ได้จากโครงการศึกษาความเป็นไปได้ทางเศรษฐกิจของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ในปี พ.ศ. 2551 โดยทำการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาจำนวน 50 ราย กลุ่มพ่อค้าที่รับซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่ม โดยจะทำการเก็บข้อมูลจากผู้ที่มีความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม และจากการสอบถามผู้บริโภคอีก 100 ราย มาใช้ในการวิเคราะห์

สรุป

จากการศึกษาพบว่า สถานที่ตั้งศูนย์การผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา ตั้งอยู่เลขที่ 135 หมู่ที่ 1 ตำบลพันนา อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนาได้มีการจัดตั้งและดำเนินการมาตั้งแต่ปี พ.ศ.2535 จนถึงปัจจุบัน รวมระยะเวลาการรวมกลุ่ม 16 ปี โดยผู้เริ่มการทอผ้าจนทำให้ผ้าฝ้ายของกลุ่มเป็นที่รู้จักกันจนถึงปัจจุบันก็คือ คุณคำพุด สุราชวงศ์ ซึ่งเป็นประธานกลุ่ม ปัจจุบันมีสมาชิกรวม 242 คน จาก 12 หมู่บ้าน ของตำบลพันนา มีการบริหารงานแบบแบ่งปันรายได้ในรูปแบบการทอผ้า แบบทอมากได้มากทอน้อยได้น้อย ได้รายได้ตามเนื้องานที่ทำ ด้านการบริหารกลุ่มนั้นจัดให้มีคณะกรรมการบริหารกลุ่มได้แก่ ประธาน เลขานุการ ทรัพย์สิน และคณะกรรมการ โดยกลุ่มจะมีการประชุมกลุ่มเพื่อแจ้งข่าวสาร การดำเนินงาน และพูดคุยกันถึงปัญหาต่างๆ ที่เกิดขึ้นภายในกลุ่มอย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง เพื่อให้สมาชิกได้รับทราบทั่วกัน

กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนาทำการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติตลอดทั้งปี ผลจากการศึกษาครั้งนี้จะศึกษาถึงผลิตภัณฑ์ต่างๆ ดังนี้ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมคราม ผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะก้อ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี และผ้าพันคอ ซึ่งกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ เริ่มจากการเตรียมเส้นฝ้ายขึ้นและเส้นฝ้ายพุ่งที่จะมาใช้ในการทอผ้าย้อมสี ธรรมชาติซึ่งวัตถุดิบที่ให้สีนั้น จะได้มาจากวัตถุดิบที่จากธรรมชาติ เช่น ดินโคลน เปลือกไม้ รากไม้ พืช และใบไม้ที่หาได้ในท้องถิ่น เมื่อย้อมให้ได้สีตามที่ต้องการแล้วจะนำเส้นด้ายขึ้นมาคั้นเครื่องหูกเพื่อนำมาขึ้นก่ในการใช้เป็นด้ายขึ้น ส่วนเส้นฝ้ายพุ่งนั้นเมื่อย้อมสีเสร็จก็นำมาปั่นหลอดเพื่อใส่กระสวยในการใช้เป็นด้ายพุ่งในการทอ ซึ่งผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจาก ผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนานั้น จะใช้วัตถุดิบต่าง ๆ จากธรรมชาติ ทำให้เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของกลุ่มรวมทั้งการอนุรักษ์รูปแบบการทอผ้าแบบดั้งเดิมอีกด้วย

จากการศึกษากลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนาพบว่า สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วง 41 – 50 ปี ซึ่งจะจบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 4.95 คนต่อครัวเรือน มีการถือครองที่ดินเฉลี่ยครอบครัวละ 34.01 ไร่ต่อครัวเรือน ส่วนใหญ่มี อาชีพหลักคือ การทำนา และอาชีพเสริมคือ การทอผ้า ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการผลิตเฉลี่ยแล้ว 17.45 ซึ่งสาเหตุในการทอฝ้ายนั้นเพราะได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการผลิตมา

จากบรรพบุรุษและรายได้ครัวเรือนเฉลี่ย 50,626.40 บาทต่อครัวเรือนต่อปี ซึ่งที่มาของรายได้ส่วนใหญ่มาจากการประกอบอาชีพทำนาคือ 23,449.28 บาท/ปี รายได้จากการประกอบอาชีพทอผ้า 21,537.79 บาท และรายได้อื่นๆ (ทำสวน รับจ้างทั่วไปและค้าขาย) เท่ากับ 5,639.33 บาท

การวิเคราะห์ต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ทั้งที่เป็นต้นทุนคงที่และต้นทุนผันแปร ทั้งในกรณีที่เป็นตัวเงินและไม่เป็นตัวเงิน โดยคิดเฉลี่ยต่อหน่วยการผลิตทำให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ ได้แก่ ฝ้ายมัดหมี่ย้อมครามมีต้นทุนรวมเท่ากับ 134.06 บาทต่อเมตร ฝ้ายคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะก้อมีต้นทุนรวมเท่ากับ 253.34 บาทต่อผืน ฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสีมีต้นทุนรวมเท่ากับ 174.00 บาทต่อผืน และฝ้ายพันคอมมีต้นทุนรวมเท่ากับ 29.09 บาทต่อผืน และจากการพิจารณาถึงต้นทุนรวมทั้งหมดพบว่า โดยเฉลี่ยร้อยละ 99.70 เป็นต้นทุนผันแปร ส่วนต้นทุนคงที่เฉลี่ยร้อยละ 0.29 จากต้นทุนการผลิตทั้งหมด ดังนั้นถือว่าต้นทุนผันแปรเป็นต้นทุนที่มีความสำคัญมากเปรียบเสมือนว่าจะเป็ต้นทุนรวมทั้งหมด และถ้าพิจารณาในส่วนต้นทุนผันแปรทั้งหมดแล้วพบว่า ค่าแรงงานและค่าเส้นฝ้ายเป็นต้นทุนผันแปรที่สำคัญสูงที่สุด และถ้าพิจารณาถึงต้นทุนที่เป็นตัวเงินและต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงินพบว่าร้อยละ 99.70 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดเป็นต้นทุนที่เป็นตัวเงิน และร้อยละ 0.30 ของต้นทุนการผลิตทั้งหมดเป็นต้นทุนที่ไม่เป็นตัวเงิน

ผลจากการศึกษาผลตอบแทนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติพบว่า ฝ้ายมัดหมี่ย้อมครามมีกำไรเท่ากับ 197.94 บาทต่อเมตร รายได้สุทธิเท่ากับ 198.22 บาทต่อเมตร และรายได้เหนือต้นทุนเงินสด 198.26 บาทต่อเมตร โดยมีผลตอบแทนจากการใช้แรงงาน 18.00 บาทต่อเมตร หรือชั่วโมงละ 4.00 บาทต่อคน และมีผลตอบแทนต่อทุนคิดเป็นร้อยละ 130.17 ฝ้ายคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะก้อมีกำไรเท่ากับ 246.66 บาทต่อผืน รายได้สุทธิเท่ากับ 247.03 บาทต่อผืนและรายได้เหนือต้นทุนเงินสด 247.05 บาทต่อผืน โดยผลตอบแทนของแรงงานเท่ากับ 36.00 บาทต่อผืน หรือชั่วโมงละ 4.50 บาทต่อคน และมีผลตอบแทนต่อทุนคิดเป็นร้อยละ 97.36 ฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสีมีกำไรเท่ากับ 276.00 บาทต่อผืน รายได้สุทธิเท่ากับ 276.421 บาทต่อผืน และรายได้เหนือต้นทุนเงินสด 276.43 บาทต่อผืน โดยมีผลตอบแทนจากการใช้แรงงานเท่ากับ 36.00 บาทต่อผืน หรือชั่วโมงละ 4.50 บาทต่อคน และได้รับผลตอบแทนต่อทุนคิดเป็นร้อยละ 158.62 ฝ้ายพันคอมมีกำไรเท่ากับ 20.91 บาทต่อผืน รายได้สุทธิเท่ากับ 21.08 บาทต่อผืน และรายได้เหนือต้นทุนเงินสด 21.08 บาทต่อผืน โดยมีผลตอบแทนจากการใช้แรงงาน 15.00 บาทต่อผืน หรือชั่วโมงละ 3.75 บาทต่อคน และมีผลตอบแทนต่อทุนคิดเป็นร้อยละ 71.88

ผลจากการศึกษาถึงช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติสามารถกระจายได้ 4 ช่องทางคือ ช่องทางแรกทางกลุ่มจะนำกลุ่มจะนำผลิตภัณฑ์ไปขายให้กับกลุ่มเครือข่าย ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 5 ช่องทางที่สองคือ ตัวแทนกลุ่มนำผลิตภัณฑ์ไปขายให้กับกลุ่ม SME ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีร้านค้าอยู่ในเขตกรุงเทพฯ คิด เป็นร้อยละ 20 ช่องทางที่สามซึ่งเป็น ช่องทางที่สำคัญที่สุดของกลุ่มคือ ตัวแทนกลุ่มจะนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายเอง โดยการออกร้านตามงาน แสงสินค้าต่างๆ ทั้งจากภาครัฐบาลและเอกชนเป็นผู้จัดให้ คิดเป็นร้อยละ 60 ช่องทาง สุดท้ายคือ การที่มิ้นท์ท่องเที่ยวหรือผู้บริโภคได้ไปเยี่ยมชมกลุ่มและได้ซื้อผลิตภัณฑ์จากร้านตัวแทนกลุ่ม คิดเป็นร้อยละ 15

ปริมาณการจัดจำหน่ายในปีการผลิต พ.ศ. 2551 พบว่ากลุ่มทอฝ้ายย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนามียอดการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ รวมทั้งสิ้น 1,350,000.00 บาท คิดเป็นมูลค่ากำไรเท่ากับ 714,483.00 บาท และมูลค่ารายได้เหนือต้นทุนเงินสดเท่ากับ 716,027.50 บาท และเมื่อทำการศึกษาลงส่วนเหลือการตลาดจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคที่อยู่ในจังหวัดกรุงเทพฯ (ใน กรณีการจัดจำหน่ายของกลุ่ม SME) พบว่า โดยเฉลี่ย 100 บาทที่ผู้บริโภคจ่ายจะเป็นต้นทุนการผลิต คิดเป็นร้อยละ 32.27 และอีกร้อยละ 67.73 เป็นส่วนเหลือการตลาด โดยส่วนเหลือการตลาดนี้ กลุ่มพ่อค้า SME มีต้นทุนทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 6.90 ส่วนทางด้านผลตอบแทนหรือกำไรของผู้ค้า ทั้งหมดนั้นทางกลุ่มได้กำไรคิดเป็นร้อยละ 34.40 และในกรณีที่ตัวแทนกลุ่มได้มีการออกร้านที่เมืองทองธานีนั้นเฉลี่ยใน 100 บาท ที่ผู้บริโภคจ่ายจะเป็นต้นทุนการผลิตคิดเป็นร้อยละ 31.64 และอีกร้อยละ 68.36 เป็นส่วนเหลือการตลาด โดยส่วนเหลือการตลาดจะแบ่งออกเป็นต้นทุนทางการตลาด คิดเป็นร้อยละ 7.08 และผลตอบแทนหรือกำไรของตัวแทนกลุ่มได้รับทั้งหมดนั้น คิดเป็นร้อยละ 20.66 และกำไรของกลุ่มคิดเป็นร้อยละ 40.62

จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ โดยในการศึกษารั้วนี้จะทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคจำนวน 100 ตัวอย่าง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ ประเภทที่หนึ่งผู้บริโภคทั่วไปที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอฝ้ายย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา จำนวน 50 ตัวอย่าง และ ประเภทที่สองผู้บริโภคที่ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอฝ้ายย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา 50 ตัวอย่าง ตามสถานที่แสดงสินค้าต่าง ๆ ได้แก่ งาน The Best of OTOP จัดขึ้นที่ ศูนย์แสดงสินค้าอิมแพ็คอารีนา เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี งานกาชาดจังหวัดสกลนคร เป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา จากการสำรวจผู้บริโภคทั่วไปที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์

หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนา พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุในช่วง 40-49 ปี จะประกอบอาชีพรับราชการ มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 25,000 บาทขึ้นไป จากการสอบถามสาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติโดยส่วนใหญ่คือ ใส่สบาย ราคาย่อมเยา ในตัวผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความอยากซื้อ โดยเกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคใช้ในการตัดสินใจซื้อคือ จะพิจารณาจากบรรจุภัณฑ์สวยงามของผลิตภัณฑ์เป็นลำดับแรก

ทางด้านระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคในการใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนาทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากที่สุด ในผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ด้านสี สัน ลวดลาย และความหลากหลายของผลิตภัณฑ์นั้นพึงพอใจมาก ในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ หีบห่อ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจปานกลางอาจเนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนาไม่มีความหลากหลาย กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากในความโดดเด่นและแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ ในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคได้ให้ข้อเสนอแนะ โดยอยากให้ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น มีความทันสมัยและสามารถใส่ได้ในหลายๆ โอกาส และควรให้มีการปรับปรุงคุณภาพของการทอผ้า คือ ผ้าที่ทอนั้นจะต้องมีความหนาแน่นสม่ำเสมอในการทอ ควรลดรอยต่อของเส้นด้ายบนผืนผ้า อีกทั้งควรมีลวดลายและสีสันใหม่ ๆ เพิ่มขึ้น และควรมีบรรจุภัณฑ์หลายๆรูปแบบ เพื่อที่จะได้เหมาะแก่การซื้อไปเป็นของฝากและของที่ระลึก ทำให้เป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้อีกทางหนึ่ง

ส่วนการสำรวจผู้บริโภคที่ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทนาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงส่วนใหญ่มีอายุในช่วง 20 - 29 ปี โดยส่วนใหญ่จะเป็นพนักงานบริษัท มีรายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 10,001 - 15,000 บาท จากการสอบถามถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายพบว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายไม่สามารถที่จะนำไปใช้ในงานบางอย่างได้ เช่น รูปแบบของผลิตภัณฑ์ ขนาดไซส์มีขนาดไม่เหมาะสม บางครั้งอาจใหญ่เกินไป หรือบางตัวก็มีขนาดเล็กเกินไป การตัดเย็บยังไม่ละเอียดและเรียบร้อย ทางด้านราคา ผู้บริโภคให้ความเห็นว่าผลิตภัณฑ์มีราคา สูงและแพงเกินไป ราคาไม่สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับผลิตภัณฑ์ร้านอื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกันในด้านสถานที่การจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความเห็นว่า ราคาส่งไม่สะดวก การจัดเรียงโชว์สินค้าไม่น่าสนใจ สถานที่จัดแสดงสินค้าหรือออกร้านการเดินทางไม่สะดวกสบายและในด้านการส่งเสริมการขาย ผู้บริโภคให้ความคิดเห็นว่า ไม่ค่อยมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์

ในด้านการประเมินผลกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทาทางด้านต่าง ๆ พบว่าความสำเร็จของกลุ่มนั้นจะพิจารณาจากผลการประเมินด้านเม็ดเงินต่าง ๆ ได้แก่ ผลการประเมินด้านบริบท ผลการประเมินด้านปัจจัยเข้า ผลการประเมินด้านกระบวนการ และผลการประเมินด้านปัจจัยออกของกลุ่มซึ่งจากผลการประเมินด้านต่างๆ ทำให้ทราบว่าผลกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทาประสบความสำเร็จในระดับสูงมาก โดยระดับคะแนนเฉลี่ยที่ได้มีค่าเท่ากับ 88.81 คะแนน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทามีสภาวะแวดล้อม ปัจจัยเข้า กระบวนการ และปัจจัยออก ที่เอื้อประโยชน์ต่อความสำเร็จของกลุ่มในระดับสูงมาก สามารถทำให้กลุ่มพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว และในขณะเดียวกัน เมื่อมีปัญหาเกิดขึ้นภายในกลุ่ม หากสมาชิกในกลุ่มมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา ก็จะทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ และพึ่งพาตนเองได้มากยิ่งขึ้น

จากการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคผลกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทา และทำการวิเคราะห์ SWOT Matrix ทำให้ทราบถึงกลยุทธ์ในการดำเนินงานกลุ่ม ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

กลยุทธ์การพัฒนางองค์กร สนับสนุนคนรุ่นใหม่ในชุมชนให้เห็นความสำคัญในการอนุรักษ์การทอผ้าฝ้าย และการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ เพื่อที่จะได้สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่ตลอดไป กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทาพยายามที่จะต้องรักษาคุณภาพหรือเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ โดยอาศัยประสบการณ์และทักษะในการผลิตที่ได้รับมาจากรุ่นบุรุษ ภายใต้ความสามัคคีของสมาชิกกลุ่มและผู้นำกลุ่มที่มีความเข้มแข็งและมีความเป็นผู้นำสูง

กลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเพิ่มการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติให้มากขึ้น และสร้างเป็นเอกลักษณ์ให้กับกลุ่ม เนื่องจากผู้บริโภคกำลังให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบที่มาจากธรรมชาติ ในด้านการบริหารจัดการและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายให้มีความโดดเด่นภายใต้การสนับสนุนโครงการของภาครัฐ และภาคเอกชน เน้นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากวัตถุดิบธรรมชาติโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและแรงงานที่มีความชำนาญในการทอผ้า กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันทาสามารถขอความช่วยเหลือด้านข้อมูลข่าวสารของผู้บริโภคจากคนในหมู่บ้านที่ไปทำงานในตัวเมืองหรือกรุงเทพเพื่อนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

กลยุทธ์ทางการตลาด กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาสามารถจัดเป็น “ศูนย์การเรียนรู้” เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักแก่ผู้ที่สนใจทั่วไป นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามาดูงานหรือเยี่ยมชมเพื่อศึกษาเรียนรู้ และซื้อผลิตภัณฑ์ได้ในราคาขอมเยา ซึ่งเป็นการสืบทอดภูมิปัญญาให้แก่เยาวชนรุ่นต่อไป อีกทั้งยังช่วยขยายตลาดได้มากขึ้น หมู่บ้านพินนาเป็นหมู่บ้านเชิงวัฒนธรรมสามารถเชื่อมโยงศิลปวัฒนธรรม โบราณสถาน โบราณวัตถุ และศูนย์และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยว ทางกลุ่มสามารถจัดทำสถานที่ให้เป็น home stay ได้ เป็นการช่วยขยายตลาดและขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมได้เพิ่มมากขึ้น อีกทั้งเป็นการเผยแพร่และสืบสานเรื่องราวในการทอผ้าต่างๆ ได้ เนื่องจากลายผ้าแต่ละลายก็จะมีเรื่องราวที่แตกต่างกันไป ควรผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของกลุ่ม ให้มีลวดลายแตกต่างไปจากกลุ่มอื่นๆ และสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์กับกลุ่มทอผ้าอื่นๆ ในพื้นที่ต่างๆ เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และความเข้าใจ เป็นโอกาสในการขายที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์และยังสามารถสร้างอำนาจการต่อรองกับพ่อค้าคนกลางได้ กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาควรมีการจัดทำตลาดอันบ่งบอกถึงคุณภาพของการย้อม การทอ เส้นฝ้าย มีการรับประกันเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตลอดจนควรมีสัญลักษณ์หรือตราสินค้าอันเป็นการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ลูกค้าจดจำและยอมรับในผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในการซื้อครั้งต่อไป ตลอดจนขอความร่วมมือจากหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน ในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ จัดทำเว็บไซต์ของทางกลุ่มขึ้น เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในและต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการศึกษา

จากการศึกษาครั้งนี้ทำให้ได้ข้อเสนอแนะซึ่งอาจเป็นแนวทางในการปฏิบัติสำหรับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องดังนี้

1. จากการศึกษาถึงต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนาทำให้ทราบว่า ผลิตภัณฑ์ประเภทใดที่สามารถสร้างรายได้ให้กับกลุ่มได้ดี ซึ่งจากผลการศึกษาพบว่า ฝ้ายมัดหมี่ย้อมคราม ฝ้ายคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกั่ว ฝ้ายมัดหมี่ลายคลื่นสลับสี และผ้าพันคอ สามารถสร้างกำไรให้กับทางกลุ่มได้ดี ดังนั้น

ทางกลุ่มควรที่จะทำการผลิตและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้นเรื่อยๆ หรือรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ดีไว้ เพราะถ้าผลิตภัณฑ์มีคุณภาพที่ดีก็สามารถที่จะสร้างความแตกต่างทางด้านราคาของผลิตภัณฑ์ได้และยังสามารถเพิ่มกำไรให้กับทางกลุ่มได้มากขึ้น อีกทั้งเมื่อมีการคำนวณต้นทุนและผลตอบแทนในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายที่ถูกต้องแล้ว จะทำให้ทางกลุ่มนำไปกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องและเหมาะสมต่อไป

2. จากการศึกษาทำให้ทราบว่ากลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนาอ่างขาดบุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญทางด้านการตลาดที่จะมาช่วยวางแผนงานนอกเหนือจากประธานกลุ่ม ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างมากที่กลุ่มต้องหาทางพัฒนาหรือสร้างบุคลากรที่มีความรู้ด้านการตลาดโดยขอความช่วยเหลือจากหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชนในการจัดส่งเจ้าหน้าที่ที่มีความรู้ ความชำนาญด้านการตลาด มาให้อบรมและความรู้เกี่ยวกับข้อมูลข่าวสารทางด้านการตลาดที่เป็นประโยชน์ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย อีกทั้งประสานงานในการขยายตลาดให้กว้างขึ้นทั้งในและต่างประเทศ

3. จากการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคยังไม่มั่นใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นรัฐควรมีการศึกษาถึงมาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจน เช่น ใช้หลักเกณฑ์จากความหนาแน่นของเนื้อผ้าว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานในแต่ละเกรด ควรมีน้ำหนักกี่กรัมต่อตารางนิ้ว เพื่อสร้างความแตกต่างในด้านคุณภาพออกมาให้ชัดเจน เป็นต้น ในขณะที่เดียวกันก่อนที่กลุ่มจะทำการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ต้องมีการตรวจสอบจากเกณฑ์ดังกล่าวว่าอยู่ในระดับใดแล้วทำการติดฉลากที่ผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นให้ชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคและเป็นการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

4. จากการศึกษาถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคทำให้ทราบว่า ผู้บริโภคคำนึงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมากถึงแม้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นจะมีราคาสูง ดังนั้นกลุ่มควรที่จะคำนึงถึงคุณภาพในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายเป็นหลัก ไม่ใช่พิจารณาถึงปริมาณผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้ต่อครั้ง ซึ่งอาจจะทำให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์นั้นไม่ดีเท่าที่ควร ส่งผลให้ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปใช้แล้วไม่พอใจกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ไม่กลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในครั้งต่อไป

5. กลุ่มควรมีการจัดฉลากบ่งบอกถึงคุณภาพของเส้นฝ้าย คุณภาพทางด้านการย้อมสีเส้นฝ้าย และกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายที่มีการใช้โคลนย้อมเป็นเอกลักษณ์ ภูมิ

ปัญหาในท้องถิ่น รวมทั้งคุณภาพในการทอ และจัดทำแผ่นพับหรือเอกสาร เพื่อเผยแพร่ลักษณะเด่นของผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติที่แตกต่างจากการย้อมสีสังเคราะห์ โดยเฉพาะในการย้อมสีธรรมชาติที่ต้องใช้เทคนิคและความชำนาญในการใช้วัสดุธรรมชาติ เพื่อเป็นการรักษาสีแวดล้อมไม่ให้ถูกทำลายจากการย้อมสีสังเคราะห์ และเป็นการสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์การย้อมสีธรรมชาติและตระหนักถึงการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมอีกด้วย

6. กลุ่มควรมีการจัดทำฉลากบ่งบอกถึงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ อธิบายวิธีการใช้ การดูแลรักษา (การซักกรีด) เพื่อให้ผู้บริโภคใช้อย่างถูกวิธีและผลิตภัณฑ์คงคุณภาพเมื่อผ่านการใช้งานไปแล้ว อีกทั้งเพื่อป้องกันปัญหาผลิตภัณฑ์ไม่ได้คุณภาพ อย่างเช่น ผ้าหด สีตก เป็นต้น

7. กลุ่มควรจัดทำแคตตาล็อกผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ รูปแบบลวดลาย สีส้น ของเนื้อผ้าที่ได้จากการย้อมสีธรรมชาติในแต่ละชนิด และราคาผลิตภัณฑ์ และที่สำคัญควรมีข้อมูลเบอร์โทรศัพท์ที่จะสามารถติดต่อกับทางกลุ่มได้สะดวก เพื่อความสะดวกในการดำเนินการทางธุรกิจการตลาดของกลุ่ม

8. กลุ่มควรมีการจัดทะเบียนสัญลักษณ์กลุ่ม เพื่อเป็นการสร้างตราสินค้า (Brand Name) ให้กับกลุ่มอันเป็นการสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รู้จักและจดจำตราสินค้าของกลุ่มในการซื้อครั้งต่อไป

9. กลุ่มควรมีการสร้างความร่วมมือและขยายเครือข่ายระหว่างกลุ่มทอผ้าให้เพิ่มมากขึ้น เพื่อให้เกิดความร่วมมือและสร้างพลังในการต่อรอง การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารในการดำเนินงานทั้งในด้านการผลิต (เกี่ยวกับวัตถุดิบในการผลิต เช่น เส้นฝ้าย) ในด้านการตลาด (เพื่อเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย)

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค

2. ควรมีการศึกษาแนวทางในการพัฒนาตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง ซึ่งจะเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่เอื้อประโยชน์ต่อการประสบความสำเร็จของกลุ่ม

3. วิเคราะห์และวัดผลความสำเร็จในเชิงธุรกิจของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา โดยอาศัยหลักทางบัญชีมาช่วยในการวัดอัตราส่วนทางการลงทุน เพื่อที่จะได้ปรับปรุงผลการดำเนินงานของกลุ่มให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

เอกสารและสิ่งอ้างอิง

กิตติวุฒิ นันทมงคล. 2548. การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรบ้านหนองห้าง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จินตนา จารุเสมา. 2550. การวิเคราะห์ผลการดำเนินงานและจัดทำแผนธุรกิจของกลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านหนองบัวแดงผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย จังหวัดชัยภูมิ. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. 2551. อัตราดอกเบี้ยเงินฝากของธนาคารพาณิชย์ (Online)
www.bot.or.th/bothomepage/databank/financial_institutions/interestrate/interest_t.asp, 16 พฤศจิกายน 2551.

นันทิยา หุตานุวัตร และ ณรงค์ หุตานุวัตร. 2542. การวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจชุมชน. สถาบันชุมชนท้องถิ่นพัฒนา. คณะเกษตรศาสตร์, มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

พรรณภา พรหมชินวงศ์. 2547. การวิเคราะห์ศักยภาพในการผลิต และการตลาดข้าวเหนียวและผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา: กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรน้ำอ้อม อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เพ็ญแข แสงแก้ว. 2540. การวิจัยทางสังคมศาสตร์. กรุงเทพฯ: ภาควิชาคณิตศาสตร์และสถิติ, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

ลำแพน จอมเมือง และ สุทธิพงษ์ อสุโสภภาพล. 2546. ผ้าทอไทลื้อ: เศรษฐกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง. สำนักกองทุนสนับสนุนการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: บริษัท สำนักพิมพ์สร้างสรรค์ จำกัด.

วัลยา รักสกุลกานต์. 2549. การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิต การตลาดและการประเมินผลการดำเนินงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านดอยแก้ว จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศรัณย์ วรรณัจฉริยา. 2539. การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิตทางการเกษตร. กรุงเทพฯ: คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2541. การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: บริษัทธีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.

ศุภกร เสรีรัตน์. 2541. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ภาควิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สมคิด ทักษิณวิสุทธิ์. 2543. หลักการตลาดสินค้าเกษตร. กรุงเทพฯ: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สาวตรี แก้วแสงใจ. 2548. การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิต การตลาดและการประเมินผลการดำเนินงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าบ้านช่างเคิ่ง ตำบลบ้านตาล อำเภอสอด จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

สาโรจน์ โอพิทักษ์ชีวิน. 2546. แผนธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ. กรุงเทพฯ: บริษัทโนเบิลบุ๊ก จำกัด.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. 2551. สถิติรายได้และค่าใช้จ่ายของครัวเรือน. (Online).
http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/service/survey/socio_sum51.pdf,
 4 เมษายน 2551.

สำนักงานเกษตรจังหวัดสกลนคร กรมส่งเสริมการเกษตร. 2551. **สภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานของจังหวัดสกลนคร** (Online). www.doae.go.th/indexhome.asp, 21 ตุลาคม 2551.

สุวิมล ภักดีไพบูลย์ผล. 2547. **การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านตาลเลียน อำเภอภูผา จังหวัดอุดรธานี**.
วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์เกษตร,
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม และคณะ. 2546. **การประเมินผลกลุ่มหัตถกรรมภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์: กรณีศึกษาจังหวัดนครศรีธรรมราช**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาเศรษฐศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อมรทิพย์ แท้เที่ยงธรรม และ คณะ. 2547. **สถานการณ์การผลิต และการตลาดของสินค้าศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านภายใต้โครงการหนึ่งผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล กรณีศึกษา: เครื่องจักรสานจังหวัดนครราชสีมาและอ่างทอง**. คณะเศรษฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

องค์การบริหารส่วนตำบลพินนา. 2551. **ข้อมูลทั่วไปของตำบลพินนา** (Online).
<http://www.thaitambon.com>, 16 กันยายน 2551.

อดิศักดิ์ ไชยชศ. 2547. **การวิเคราะห์การผลิต จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของสินค้ารูปหล่อทองเหลืองในจังหวัดลพบุรี ภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์**. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาธุรกิจเกษตร, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อดุลย์ จาตุรงค์กุล. 2541. **หลักการตลาด**. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อังค์วรา สวนศิลป์พงศ์. 2545. **ทัศนคติและพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์สีเขียว**. การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

อัจจิมา เศรษฐบุตร และสายสวรรค์ วัฒนพานิช. 2544. **การบริหารการตลาด**. กรุงเทพฯ: คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.



แบบสอบถาม

ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

เรื่อง การวิเคราะห์เศรษฐกิจการผลิต การตลาด และการประเมินผลการดำเนินงานผลิตภัณฑ์
หัตถกรรมจากฝ้ายของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา อำเภอสว่างแดนดิน
จังหวัดสกลนคร

แบบสอบถามประกอบด้วย 5 ส่วน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านสังคมและเศรษฐกิจ	จำนวน 12	ข้อ
ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านการผลิต	จำนวน 10	ข้อ
ส่วนที่ 3 ข้อมูลด้านการตลาด	จำนวน 11	ข้อ
ส่วนที่ 4 การประเมินผลการดำเนินงาน	จำนวน 41	ข้อ
ส่วนที่ 5 จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค	จำนวน 18	ข้อ

วัน เดือน ปี ที่สอบถาม.....
ชื่อ-สกุล ผู้ให้สัมภาษณ์.....
สถานภาพกลุ่ม () สมาชิกกลุ่ม () กรรมการบริหารกลุ่ม (โปรดระบุตำแหน่ง).....
ที่อยู่ บ้านเลขที่..... หมู่ที่..... ตำบล..... อำเภอ..... จังหวัด.....
ชื่อผู้สัมภาษณ์.....

คำชี้แจง กรุณาขีดเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเติมข้อความลงในช่องว่างตามความเป็นจริงหรือ
ตามความคิดเห็นของท่าน

ส่วนที่ 1 ข้อมูลด้านสภาพสังคมและเศรษฐกิจ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทางด้านสภาพทางสังคม

- เพศ () 1. ชาย () 2. หญิง
- อายุ.....ปี

3. ระดับการศึกษา

- () 1. ไม่ได้เรียน () 5. ม.4 – ม.6 () 9. สูงกว่าปริญญาตรี
 () 2. ต่ำกว่า ป.4 () 6. ปวช.
 () 3. จบ ป.4 () 7. อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
 () 4. ป.5 - ม.3 () 8. ปริญญาตรี

4. ศาสนา

- () 1. พุทธ () 2. คริสต์ () 3. อิสลาม () 4. อื่นๆ.....

5. สถานภาพ

- () 1. โสด () 2. สมรส () 3. หย่าร้าง () 4. หม้าย

6. จำนวนสมาชิกในครัวเรือนทั้งหมด.....คน (นับรวมผู้ให้สัมภาษณ์ด้วย) จำแนกเป็น

- () 1. เพศชาย.....คน () 2. เพศหญิง.....คน

7. จำนวนบุตรที่อยู่ในความอุปการะเลี้ยงดูทั้งหมด.....คน จำแนกเป็น

- () 1. เพศชาย.....คน () 2. เพศหญิง.....คน

8. ท่านเป็นสมาชิกของกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพันนา มาแล้ว.....ปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านเศรษฐกิจ

1. จำนวนที่ดินถือครองทั้งหมด

การใช้ลักษณะการถือครอง	ของตนเอง (ไร่)	เช่า (ไร่)	อื่นๆ (จำนวน) ตามรหัส ก	รวม
ที่นา				
ที่ไร่/สวน				
ที่อยู่อาศัย				
ที่ใช้ทำประโยชน์อื่นๆ				
รวม				

รหัส ก: () 1. ที่ดินของบิดา มารดา () 2. ที่ดินญาติพี่น้อง () 3. อื่นๆระบุ.....

2. อาชีพหลัก

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------|
| () 1. ทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย | () 5. ไร่นาสวนผสม |
| () 2. ทำนา..... | () 6. รับจ้างทั่วไป |
| () 3. ทำไร่..... | () 7. รับราชการ |
| () 4. ทำสวน | () 8. อื่นๆ (ระบุ)..... |
- และท่านมีรายได้จากอาชีพหลักปีละ.....บาท

3. อาชีพรอง

- | | |
|-----------------------------------|--------------------------|
| () 1. ทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย | () 5. ไร่นาสวนผสม |
| () 2. ทำนา..... | () 6. รับจ้างทั่วไป |
| () 3. ทำไร่..... | () 7. อื่นๆ (ระบุ)..... |
| () 4. ทำสวน | |
- และท่านมีรายได้จากอาชีพรองปีละ.....บาท

4. จำนวนแรงงานในครัวเรือนที่ช่วยในการประกอบอาชีพหลัก.....คน จำแนกเป็น

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| () 1. เพศชาย.....คน | () 2. เพศหญิง.....คน |
|----------------------|-----------------------|

5. จำนวนแรงงานในครัวเรือนที่ช่วยในการประกอบอาชีพรอง.....คน จำแนกเป็น

- | | |
|----------------------|-----------------------|
| () 1. เพศชาย.....คน | () 2. เพศหญิง.....คน |
|----------------------|-----------------------|

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทางด้านการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

1. ท่านทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายมาแล้ว.....ปี

2. เหตุผลสำคัญที่หันมาประกอบอาชีพการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

- | | |
|--------------------------------|----------------------------|
| () 1. มีความตั้งใจไว้ก่อนแล้ว | () 5. ราคาพืชผลเกษตรตกต่ำ |
| () 2. เจ้หน้ำที่แนะนำ/ชักชวน | () 6. ทำตามบรรพบุรุษ |
| () 3. เพื่อนบ้านแนะนำ/ชักชวน | () 7. อื่นๆ (ระบุ)..... |
| () 4. อยากทดลองทำ | |

3. เงินทุนที่ท่านนำมาใช้ในการลงทุนทำการผลิต ท่านได้มาจากที่ใด

ที่มาของเงินทุน	จำนวน เงิน	ระยะ เวลา	อัตรา ดอกเบี้ย	วิธี การกู้	เงื่อนไข การ ชำระคืน	ความคิดเห็น เกี่ยวกับ อัตราดอกเบี้ย
() 1. เงินเก็บของ ตนเองและครอบครัว						
() 2. กู้เงินจาก ธกส.						
() 3. กู้เงินจาก กองทุนหมู่บ้าน						
() 4. กู้เงินจาก ธนาคาร.....						
() 5. กู้จากนายทุน						
() 6. อื่นๆ (ระบุ).....						

4. วัสดุอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฟ้าย ได้แก่

รายการ	จำนวน (หน่วย)	บาท / หน่วย	รวม	อายุการใช้งาน	ใช้มาแล้วกี่ปี	มูลค่าซาก	แหล่งซื้อ*	หมายเหตุ
1. วัสดุดิบ								
เส้นทางยืน								
เส้นทางพุ่ง								
2. การย้อม								
เตา								
กระทะ								
ฟืน (แก๊ส)								
กะละมัง								
ถังน้ำ								
ตะแกรงกรอง								
เครื่องซักผ้า								
เครื่องบดเปลือกไม้								
เกลือ								
ผงซักฟอก								
น้ำยาปรับผ้านุ่ม								
มะขามเปียก								
เปลือกไม้ / รากไม้								
สารส้ม								

รายการ	จำนวน (หน่วย)	บาท / หน่วย	รวม	อายุการใช้งาน	ใช้มาแล้วกี่ปี	มูลค่าซาก	แหล่งซื้อ*	หมายเหตุ
3. การทอ								
กี่ (ธรรมดา)								
ฟืม (สแตนเลส)								
ฟืม (ไม้)								
กระสวย (มือ)								
แปรงหวี								
ไน								
อ้ว								
หลักไค่นहुก								
เพียน								
กง								
เป็ย								
อัก								
อัก (กระป๋อง)								

* หมายเหตุ แหล่งที่ซื้อ ก. ผลิตเอง ข. พ่อค้า / แม่ค้า ค. อื่นๆ (ระบุ).....

5. ต้นทุนการผลิตต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ได้แก่

ชนิดของผลิตภัณฑ์	จำนวน ผลิตต่อปี (ผืน)	จำนวน ครั้งที่ผลิต ต่อปี	ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง / รุ่น								
			แรงงานจ้าง								
			การซัอมสี			การเตรียมด้ายทางเครือ			การเตรียมด้ายทางพุ่ง		
			จำนวน (คน)	ชม. ทำ / คน/วัน	จำนวน ชม. ทำ (ชม.)	จำนวน (คน)	ชม. ทำ / คน/วัน	จำนวน ชม. ทำ (ชม.)	จำนวน (คน)	ชม. ทำ / คน/วัน	จำนวน ชม. ทำ (ชม.)
การซัอมสีธรรมชาติ											
ผ้าฝ้ายมัดหมี่ซัอมคราม											
ผ้าคลุมไหล่ซัอมคราม 4 ตะกอ											
ผ้าฝ้ายมัดหมี่ ลายคลื่นสลับสี											
ผ้าพันคอ											

ชนิดของผลิตภัณฑ์	จำนวน ผลิตต่อปี (ผืน)	จำนวน ครั้งที่ผลิต ต่อปี	ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง / รุ่น								
			แรงงานจ้าง								
			การทอ			การฟั่น			อื่นๆ(ไปรกระบุ).....		
			จำนวน (คน)	ชม. ทำ / คน/วัน	จำนวน ชม. ทำ (ชม.)	จำนวน (คน)	ชม. ทำ / คน/วัน	จำนวน ชม. ทำ (ชม.)	จำนวน (คน)	ชม. ทำ / คน/วัน	จำนวน ชม. ทำ (ชม.)
การย้อมสีธรรมชาติ											
ผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมคราม											
ผ้าคลุมไหล่ย้อมคราม 4 ตะกั่ว											
ผ้าฝ้ายมัดหมี่ ลายคลื่นสลับสี											
ผ้าพันคอ											

ชนิดของผลิตภัณฑ์	จำนวน ผลิตต่อปี (ชิ้น)	จำนวน ครั้งที่ ผลิตต่อปี	ค่าใช้จ่ายต่อครั้ง / รุ่น								
			ค่าเส้นฝ้าย			ค่าเปลือกไม้			ค่าวัสดุสิ้นเปลือง		
			จำนวนใช้	ราคา/หน่วย	รวม	จำนวนใช้	ราคา/หน่วย	รวม	จำนวนใช้	ราคา/หน่วย	รวม
การย้อมสีธรรมชาติ											
ผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อม คราม											
ผ้าคลุมไหล่ย้อม คราม 4 ตะกั่ว											
ผ้าฝ้ายมัดหมี่ ลายคลื่นสลับสี											
ผ้าพันคอ											

6. ราคาและลักษณะการจัดจำหน่าย

ชนิดของผลิตภัณฑ์	จำนวน ผลิตต่อปี (ฝืน)	การจัดจำหน่าย							
		กลุ่ม		พ่อค้า		ผู้บริโภค		อื่น (โปรดระบุ).....	
		จำนวน (ฝืน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน (ฝืน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน (ฝืน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)	จำนวน (ฝืน)	ราคาต่อหน่วย (บาท)
การข้อมสิทธิ์รวมชาติ									
ผ้าฝ้ายมัดหมี่ข้อม คราม									
ผ้าคลุมไหล่ข้อม คราม 4 ตะกอก									
ผ้าฝ้ายมัดหมี่ ลายคลื่นสลับสี									
ผ้าพันคอ									

7. ท่านทำการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายในช่วงเวลาใด

() ตลอดทั้งปี

() บางเดือน ประมาณ.....เดือน โดย

• ผลิตเป็นประจำในช่วงเดือน.....ถึงเดือน.....

เพราะ.....

• ไม่สามารถระบุช่วงเดือนที่ผลิตเป็นประจำ เพราะ.....

.....

• เฉพาะเมื่อมีการสั่งซื้อ

• อื่นๆ (ระบุ).....

8. กลุ่มของท่านได้เคยมีการจัดการฝึกอบรมการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายหรือไม่

() ไม่เคย (ข้ามไปตอบส่วนที่ 3)

() เคย (ระบุ)

9. หากมีการจัดฝึกอบรมข้างต้น ใครเป็นผู้ดำเนินการ

() 1. กลุ่มผู้ผลิตจัดฝึกอบรมเอง

() 2. หน่วยงานภาครัฐเข้ามาช่วยทำการอบรมให้ โปรดระบุ.....

() 3. อื่นๆ (ระบุ).....

10. การฝึกอบรมดังกล่าวข้างต้นได้ผลเป็นอย่างไร

() 1. ได้ผลดีมาก

() 3. ได้ผลปานกลาง

() 2. ได้ผลดี

() 4. ไม่ได้ผล (ระบุสาเหตุ).....

ส่วนที่ 3 ข้อมูลทางการตลาด

1. ท่านคิดว่าชนิดและรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ท่านทำการผลิตในปัจจุบันมีความเหมาะสมมากน้อยเพียงใด

() 1. เหมาะสม

() 2. ไม่เหมาะสม เพราะ

ก.

ข.

ค.

ง.

ท่านคิดว่าควรมีแนวทางแก้ไขปรับปรุงอย่างไร

ก.

ข.

ค.

ง.

2. ผลิตภัณฑ์ที่ดัดแปลงจากฝ่ายของท่านมีลักษณะพิเศษแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของตำบลอื่นๆ และ/หรือ จังหวัดอื่นหรือไม่ อย่างไร

() 1. ไม่มีลักษณะพิเศษ

() 2. มีลักษณะพิเศษ (ระบุ).....

.....

3. ท่านคิดว่าสินค้าของท่านมีข้อเด่นหรือข้อด้อยอย่างไร

() 1. คุณภาพดี

() 2. ราคาถูก

() 3. สวยงาม

() 4. ใช้วัสดุธรรมชาติ

() 5. อื่นๆ (ระบุ).....

4. ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ท่านผลิตออกไปมีการตีคืนมาบ้างหรือไม่

() 1. ไม่เคยมีการตีคืนเลย

() 2. มีการตีคืน เพราะ.....

5. โดยปกติท่านมีการผลิตสินค้ามากกว่าที่คาดว่าจะขายใช้หรือไม่

() 1. ไม่ใช่

() 2. ใช่ เพราะ.....

6. ท่านมีวิธีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ่ายของท่าน.....ช่องทาง ประกอบด้วย (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ช่องทางการจัดจำหน่าย	ปริมาณการขายของการผลิตได้ทั้งหมด (%)
() 1. ขายให้กับพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อถึงบ้าน	
() 2. ขายให้กับพ่อค้าคนกลาง โดยนำไปขายที่บ้านพ่อค้า	
() 3. ขายให้กับกลุ่มทอผ้าที่ตนเองเป็นสมาชิกอยู่	
() 4. ไปตระเวนขายเอง () ทุกวัน ไปอย่างไร และเสียค่าใช้จ่ายอย่างไร () เดือนละ..... ครั้ง ไปอย่างไร และเสียค่าใช้จ่ายอย่างไร () อื่นๆ (ระบุ) เช่น ไปออกร้านในงานต่างๆ ไปอย่างไร และเสียค่าใช้จ่ายอย่างไร	
() 5. ขายให้กับนักท่องเที่ยวที่มาซื้อในหมู่บ้าน	
() 6. อื่นๆ (ระบุ).....	

7. เมื่อมีผู้สั่งสินค้าเป็นจำนวนมาก ท่านสามารถผลิตได้ทันและตรงต่อเวลาในการขนส่งหรือไม่
- () 1. ทันเวลา
- () 2. ไม่ทันต่อเวลา เนื่องจาก.....
8. วิธีการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์.....
9. ท่านขายผลิตภัณฑ์โดยกำหนดรูปแบบการชำระเงินแบบใด
- () 1. เงินสด.....%
- () 2. ขายเชื่อ.....% โดยให้เชื่อประมาณ.....วัน มูลค่าที่เชื่อต่อครั้ง..... บาท
- ท่านเคยประสบกับปัญหาหนี้สูญหรือไม่
- () 2.1 ไม่เคย () 2.2 เคย
- () 3. ผักขายกับกลุ่ม.....% ระยะเวลา.....วัน กว่าจะได้เงิน
10. ท่านทราบหรือไม่ว่า ลูกค้านของท่านรู้จักผลิตภัณฑ์ของท่านได้อย่างไร
- () 1. ไม่เคยทราบว่าลูกค้าส่วนใหญ่รู้จักผลิตภัณฑ์ของท่านได้อย่างไร
- () 2. ทราบว่าลูกค้ารู้จักโดย (ระบุ).....
11. ท่านคิดว่าในสายตาของลูกค้าของท่าน ผลิตภัณฑ์ของท่านมีลักษณะเป็นเช่นใด
1. ด้านคุณภาพ () 1.1 ดีมาก () 1.3 ปานกลาง
- () 1.2 ดี () 1.4 พอใช้
2. ด้านราคา () 1.1 แพงมาก () 1.3 ข้อมเยา
- () 1.2 แพง () 1.4 ถูกมาก

ส่วนที่ 4 การประเมินผลการดำเนินงาน

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับบริษัท

1. คนในชุมชนของท่านส่วนใหญ่มีงานทำหรือไม่

- () คนมีงานทำจำนวนน้อย
- () คนมีงานทำจำนวนปานกลาง
- () คนมีงานทำจำนวนมาก

2. คนในชุมชนของท่านมีการย้ายไปทำงานที่จังหวัดอื่นหรือไม่

- () คนย้ายไปจังหวัดอื่นมีจำนวนน้อย
- () คนย้ายไปจังหวัดอื่นมีจำนวนปานกลาง
- () คนย้ายไปจังหวัดอื่นมีจำนวนมาก

3. คนในชุมชนของท่านมีที่ดินทำกินเป็นของตนเองหรือไม่

- () คนมีที่ดินทำกินมีจำนวนน้อย
- () คนมีที่ดินทำกินมีจำนวนปานกลาง
- () คนมีที่ดินทำกินมีจำนวนมาก

4. ก่อนที่จะมีการจัดตั้งกลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านพินนา ในชุมชนของท่านได้เคยมีการจัดตั้งกลุ่มอาชีพอื่นมาก่อนหรือไม่

- () ไม่เคย
- () เคยมี (โปรดระบุ).....

5. ระยะเวลาตั้งแต่เริ่มมีการรวมกลุ่มหัตถกรรมครั้งแรกจนถึงปัจจุบันกี่ปี

- () น้อยกว่า 5 ปี
- () มากกว่า 5 ปี

6. จำนวนสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมเมื่อแรกตั้งเปรียบเทียบกับจำนวนสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมในปัจจุบัน

- () มีจำนวนสมาชิกน้อยกว่าเดิม
- () มีจำนวนสมาชิกมากกว่าเดิม

7. ก่อนที่จะมีการรวมกลุ่มหัตถกรรมนี้ท่านมีความต้องการอยากที่จะมีการรวมกลุ่มหัตถกรรมอย่างที่เป็นเช่นปัจจุบันหรือไม่

- () ไม่ต้องการ เพราะ.....
- () ต้องการ เพราะ.....

8. ท่านมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อความต่อไปนี้อย่างไร

ข้อความ	ไม่เห็น ด้วยอย่าง ยิ่ง	ไม่ เห็น ด้วย	เห็น ด้วย	เห็น ด้วย อย่างยิ่ง
• สมาชิกได้มีการพบปะกันอย่างสม่ำเสมอในงานทอดกฐิน ผ้าป่า งานวัดและงานบุญต่างๆ ของชุมชน				
• นอกจากการพบปะกันที่วัดแล้ว สมาชิกยังมีการไปชุมนุมร่วมกันในสถานที่อื่นๆ ในชุมชนอยู่เสมอ				
• เมื่อเว้นว่างจากงานแล้ว สมาชิกมักอยู่กันตามลำพังไม่ค่อยมีโอกาสนทนาพูดคุยกัน				
• หากมีคนนอกหมู่บ้านถามถึงคนใดคนหนึ่งในบ้าน สมาชิกสามารถบอกได้ว่าเป็นลูกเต้าเหล่าใคร				
• ในละแวกบ้านใกล้เคียงภายในหมู่บ้านท่านสมาชิกยังรู้จักสนิทสนมกันดี				

9. สภาพของถนนที่เข้าสู่ที่ทำการกลุ่มของท่านมีลักษณะเป็นเช่นไร

- () สภาพของถนนไม่ดี
() สภาพของถนนดี
() สภาพของถนนดีมาก

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยเข้า

1. ท่านคิดว่าจำนวนสมาชิกของกลุ่มของท่านมีความเพียงพอหรือไม่

- () จำนวนน้อย
() จำนวนปานกลาง(เพียงพอ)
() จำนวนมาก

2. ท่านคิดว่าสมาชิกของกลุ่มมีทักษะในการทำผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด

- () กลุ่มมีสมาชิกที่มีระดับทักษะในการทำผลิตภัณฑ์ดี น้อยกว่าร้อยละ 50
 () กลุ่มมีสมาชิกที่มีระดับทักษะในการทำผลิตภัณฑ์ดี มากกว่าร้อยละ 50

3. ท่านคิดว่ากลุ่มทอผ้าที่ท่านเป็นสมาชิกอยู่มีเงินทุนเพียงพอหรือไม่

- () จำนวนน้อย
 () จำนวนปานกลาง(เพียงพอ)
 () จำนวนมาก

4. กลุ่มของท่านเคยได้รับการสนับสนุนด้านเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐและ/หรือองค์กรเอกชนหรือไม่

- () ไม่เคยได้รับการสนับสนุน
 () เคยได้รับการสนับสนุน (โปรดระบุ).....

5. วัตถุดิบภายในท้องถิ่นที่ใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มท่านมีอะไรบ้าง

.....

6. วัตถุดิบภายในท้องถิ่นที่ใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มท่านมีจำนวนมากน้อยเพียงใด

- () จำนวนน้อย (โปรดระบุ).....
 () จำนวนปานกลาง (เพียงพอ)
 () จำนวนมาก

7. วัตถุดิบที่ใช้ในการทำผลิตภัณฑ์มีคุณภาพอย่างไร

- () คุณภาพไม่ดี (โปรดระบุ).....
 () คุณภาพดี

8. กลุ่มของท่านเคยได้รับการสนับสนุนด้านวัตถุดิบจากหน่วยงานภาครัฐและ/หรือองค์กรเอกชนหรือไม่

() ไม่เคยได้รับการสนับสนุน

() เคยได้รับการสนับสนุน (โปรดระบุ).....

9. วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ในการทำผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย

.....

.....

10. วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ของกลุ่มมีความเพียงพอหรือไม่

() ไม่เพียงพอ (โปรดระบุ).....

() เพียงพอ

11. วัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้ของกลุ่มมีคุณภาพอย่างไร

() คุณภาพไม่ดี (โปรดระบุ).....

() คุณภาพดี

12. กลุ่มของท่านเคยได้รับการสนับสนุนด้านวัสดุอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องใช้จากหน่วยงานภาครัฐและ/หรือองค์กรเอกชนหรือไม่

() ไม่เคยได้รับการสนับสนุน

() เคยได้รับการสนับสนุน (โปรดระบุ).....

13. กลุ่มของท่านมีอาคารสถานที่เฉพาะเพื่อใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มหรือไม่

() ไม่มีอาคารสถานที่เฉพาะ (โปรดระบุสถานที่ที่ใช้ทำการผลิตผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน).....

() มีอาคารสถานที่เฉพาะ จำนวน.....อาคาร เพียงพอกับการดำเนินงานของกลุ่มหรือไม่

() ไม่เพียงพอ (โปรดระบุจำนวนอาคารที่ต้องการเพิ่มเติม).....อาคาร

() เพียงพอ

14. กลุ่มของท่านมีอาคารสถานที่ที่เหมาะสมกับความต้องการใช้ของกลุ่มหรือไม่

() ขนาดไม่เหมาะสม

() ขนาดเหมาะสม

15. กลุ่มของท่านเคยได้รับการสนับสนุนด้านอาคารสถานที่หรือที่ทำการกลุ่มจากหน่วยงานภาครัฐ และ /หรือองค์กรเอกชนหรือไม่

() ไม่เคยได้รับการสนับสนุน

() เคยได้รับการสนับสนุน (โปรดระบุ).....

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการ

1. โปรดระบุว่าในการบริหารงานของกลุ่มของท่านมีหรือไม่มีสิ่งต่อไปนี้

ข้อความ	มี	ไม่มี
• การมีประธานกลุ่มหรือหัวหน้ากลุ่ม		
• การมีการเลือกคณะกรรมการดำเนินงาน		
• การมีการกำหนดระเบียบเป็นลายลักษณ์อักษรเกี่ยวกับกาดำเนินงาน		
• การมีการชี้แจงการดำเนินงานกลุ่มแก่สมาชิกอย่างสม่ำเสมอ		
• การมีการจัดทำบัญชีรายรับ – รายจ่ายในกลุ่ม		
• การมีการจัดสรรผลประโยชน์/ผลกำไรที่ได้จากการรวมกลุ่มอาชีพ		
• การประชุมกลุ่มแต่ละครั้งมีสมาชิกเข้าร่วมประชุมเกินกว่าร้อยละ 60		

2. โปรดระบุความคิดเห็นของท่านที่มีต่อข้อความต่อไปนี้

ข้อความ	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	ไม่เห็นด้วย	เห็นด้วย	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1. ความเป็นผู้นำของประธานกลุ่ม • ผู้นำกลุ่มเป็นผู้ริเริ่มให้มีการรวมกลุ่มอาชีพ • การทำกิจกรรมใหม่ๆ ส่วนใหญ่เกิดจากผู้นำกลุ่ม • ปัญหาที่เกิดขึ้นภายในกลุ่ม ประธานกลุ่มให้ สมาชิก มีโอกาสร่วมในการแก้ไขปัญหาที่เสนอ • ผู้นำกลุ่มสามารถจัดหาวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ • ผู้นำกลุ่มร่วมรับฟังความคิดเห็นของสมาชิก • เมื่อกลุ่มมีปัญหาผู้นำกลุ่มสามารถช่วยแก้ปัญหาได้ • ผู้นำกลุ่มมีความมุ่งมั่นที่จะทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ • ผู้นำกลุ่มมีความรู้ความสามารถในการทำผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม 2. การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม • สมาชิกเข้าร่วมประชุมทุกครั้งที่มีการประชุมกลุ่ม • ทุกครั้งที่กลุ่มมีปัญหา สมาชิกกลุ่มร่วมกันให้ ข้อเสนอแนะในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นอย่างสม่ำเสมอ • เมื่อมีการลงคะแนนเสียงภายในกลุ่ม สมาชิกมีส่วนร่วมอย่างสม่ำเสมอ • สมาชิกกลุ่มเข้าร่วมพบปะสังสรรค์พูดคุยกับสมาชิกท่านอื่นอย่างสม่ำเสมอ • มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นระหว่างสมาชิกกลุ่มด้วยกันอย่างสม่ำเสมอ • สมาชิกกลุ่มช่วยกลุ่มจัดหาตลาดสำหรับจำหน่ายผลผลิตของกลุ่มอย่างสม่ำเสมอ				

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยออก

1. ในเวลา 1 เดือน ท่านทำการผลิตชิ้นงานได้ประมาณ.....ชิ้น
2. ท่านได้รับการจัดสรรผลตอบแทนจากการทำผลิตภัณฑ์จากฝ้ายอย่างไร
 - () ได้รับผลตอบแทนตามชิ้นงาน ชิ้นงานละ.....บาท
 - () อื่น (โปรดระบุ).....
3. ท่านได้รับรายได้จากการผลิตผลิตภัณฑ์จากฝ้ายประมาณเดือนละ.....บาท
4. ท่านคิดว่าได้รับรายได้เพิ่มขึ้นหรือไม่จากการที่เข้ามาเป็นสมาชิกของกลุ่มทอผ้า
 - () ได้รับรายได้เพิ่ม
 - () ไม่ได้รับรายได้เพิ่ม.....
5. ท่านคิดว่าการจัดสรรผลประโยชน์ของกลุ่มมีความเสมอภาคและเป็นธรรมหรือไม่
 - () มีความเสมอภาคและเป็นธรรม
 - () ไม่มีความเสมอภาคและเป็นธรรม เพราะ.....
6. นอกจากผลตอบแทนจากการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายแล้ว กลุ่มของท่านได้มีการจัดสวัสดิการอื่นๆ ให้แก่สมาชิกหรือไม่
 - () มีการจัดสวัสดิการอื่นๆ ให้แก่สมาชิก (โปรดระบุ).....
 - () ไม่มีการจัดสวัสดิการอื่นๆ ให้แก่สมาชิก
7. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มท่านได้มีการพัฒนารูปแบบอยู่เสมอหรือไม่
 - () ไม่มีการพัฒนารูปแบบอยู่เสมอ
 - () มีการพัฒนารูปแบบอยู่เสมอ
 - (โปรดระบุผู้ที่มีส่วนในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์กลุ่ม).....

8. ผลผลิตของกลุ่มของท่านได้รับการยอมรับและเป็นที่ต้องการของตลาดหรือไม่

- () ได้รับการยอมรับและเป็นที่ต้องการของตลาด
() ไม่ได้รับการยอมรับและเป็นที่ต้องการของตลาด

9. ผลผลิตของกลุ่มของท่าน ที่เป็นที่ต้องการของตลาดมีประมาณ.....ชนิด

ได้แก่.....
.....
.....
.....

10. โปรดระบุชื่อผลผลิตของกลุ่มที่ขายดีที่สุด 3 อันดับแรก

อันดับที่ 1 ขายได้ประมาณ.....ชิ้น/เดือน ราคาขายชิ้นละ..... บาท
อันดับที่ 2ขายได้ประมาณ.....ชิ้น/เดือน ราคาขายชิ้นละ.....บาท
อันดับที่ 3ขายได้ประมาณ.....ชิ้น/เดือน ราคาขายชิ้นละ.....บาท

11. ท่านคิดว่าโดยภาพรวมผลผลิตของกลุ่มท่าน เป็นที่ต้องการของตลาดหรือไม่

- () เป็นที่ต้องการของตลาดน้อย
() เป็นที่ต้องการของตลาดปานกลาง
() เป็นที่ต้องการของตลาดมาก

12. วิธีการขายผลผลิตของกลุ่มท่าน ประกอบไปด้วย

- () ขายให้พ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อถึงที่ทำการกลุ่ม
() ขายให้พ่อค้าคนกลางโดยกลุ่มนำไปเสนอขายให้
() กลุ่มนำไปขายตามงานแสดงสินค้า/ตลาดนัด
() อื่น (โปรดระบุ).....

13. กลุ่มของท่านมีแหล่งจำหน่ายผลผลิตประจำหรือไม่

- () ไม่มีแหล่งจำหน่ายผลผลิตประจำ
() มีแหล่งจำหน่ายผลผลิตประจำ

ตอนที่ 5 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง

1. กลุ่มที่ท่านเป็นสมาชิกอยู่ประสบกับปัญหาอะไรหรือไม่ โปรดระบุ

- () ไม่มีปัญหา (ข้ามไปตอบข้อ 2)
 () มีปัญหา ได้แก่ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัญหา	ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุง
() วัตถุดิบภายในท้องถิ่นมีไม่เพียงพอ	
() วัตถุดิบในท้องถิ่นมีคุณภาพไม่ดี	
() จำนวนสมาชิกกลุ่มมีน้อยเกินไป	
() สมาชิกกลุ่มไม่ค่อยมีทักษะในการทำผลิตภัณฑ์	
() กลุ่มมีเงินทุนไม่เพียงพอ	
() แหล่งเงินทุนไม่เพียงพอ	
() ขาดการสนับสนุนด้านเงินทุนจากองค์กรภาครัฐ	
() เครื่องมือเครื่องใช้ของกลุ่มมีไม่เพียงพอ	
() เครื่องมือเครื่องใช้มีคุณภาพไม่ดี	
() อาคารสถานที่เพื่อการดำเนินการผลิตผลิตภัณฑ์มีไม่เพียงพอ	
() ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบไม่เป็นที่ต้องการของตลาด	
() ผลิตภัณฑ์รูปแบบน้อยเกินไป	
() ราคาขายต่ำเกินไป	
() กลุ่มมีแหล่งจำหน่ายผลผลิตน้อย	
() การบริหารงานของกลุ่มไม่มีประสิทธิภาพ	
() สมาชิกของกลุ่มไม่มีความสามัคคี	
() กลุ่มไม่มีแหล่งจำหน่ายผลผลิต	
() ขาดทักษะในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์	
() ปัญหาการประสานงานกับหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง	
() อื่นๆ (โปรดระบุ)	

2. ถึงแม้ว่าตัวท่านและกลุ่มทอผ้าที่ท่านเป็นสมาชิกอยู่จะไม่ประสบกับปัญหาใดๆ ท่านยังมีความต้องการให้หน่วยงานภาครัฐช่วยเหลือสนับสนุนการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าที่ท่านเป็นสมาชิกอยู่อีกหรือไม่

() ไม่ต้องการ

() ต้องการ (โปรดระบุ).....

.....

ส่วนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

ตอนที่ 1 ปัญหาและอุปสรรค

1. จงระบุปัญหาและอุปสรรคในการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายข้อสี่ธรรมชาติ

() 1. ไม่มีปัญหา

() 2. มีปัญหา (ระบุ) ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.1 ปัญหาเกี่ยวกับวัตถุดิบ

() ก. ปัญหาเกี่ยวกับการหายากของวัตถุดิบภายในท้องถิ่น

() ข. ปัญหาวัตถุดิบคุณภาพไม่ดี

() ค. ปัญหาวัตถุดิบมีราคาแพง

() ง. อื่นๆ (ระบุ).....

2.2 ปัญหาเกี่ยวกับแรงงาน

() ก. แรงงานในครอบครัวมีจำกัด

() ข. ขาดแคลนแรงงานที่มีความชำนาญ

() ค. ปัญหาค่าจ้างแรงงานสูง

() ง. สมาชิกในครอบครัวขาดความสนใจในอาชีพหัตถกรรมจากฝ้าย

() จ. อื่นๆ (ระบุ).....

2.3 ปัญหาด้านเงินทุน

- () ก. ปัญหาเกี่ยวกับการไม่เพียงพอของเงินทุน
- () ข. ปัญหาเกี่ยวกับแหล่งเงินทุนเพื่อการกู้ยืมมีน้อย
- () ค. ดอกเบี้ยสูงเกินไป
- () ง. ไม่มีหลักทรัพย์ค้ำประกัน
- () จ. ขาดความรู้ในการกู้ยืม
- () ฉ. ขาดการสนับสนุนเงินทุนจากหน่วยงานภาครัฐ
- () ช. อื่นๆ (ระบุ).....

2.4 ปัญหาเกี่ยวกับเครื่องมือ

- () ก. ความไม่ทันสมัยของเครื่องมือที่ใช้
- () ข. เครื่องมือเครื่องใช้มีราคาแพง
- () ค. อื่นๆ (ระบุ).....

2.5 ปัญหาอื่นๆ ด้านการผลิต

- () ก. ขาดทักษะในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ
- () ข. ขาดความรู้ในการวางแผนการใช้วัตถุดิบเพื่อให้ได้รับประโยชน์สูงสุด
- () ค. สมาชิกในกลุ่มไม่ยอมรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่
- () ง. อื่นๆ (ระบุ).....

2. จงระบุปัญหาและอุปสรรคด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ

- () 1. ไม่มีปัญหา
- () 2. มีปัญหา (ระบุ) ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

2.1 ปัญหาเกี่ยวกับคุณภาพผลิตภัณฑ์

- () ก. ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบไม่เป็นที่ต้องการของตลาด
- () ข. มีรูปแบบผลิตภัณฑ์น้อย
- () ค. อื่นๆ (ระบุ).....

2.2 ปัญหาเกี่ยวกับราคา

- () ก. มีการตัดราคากันระหว่างผู้ขาย
- () ข. จำหน่ายได้ในราคาที่ต่ำ
- () ค. ถูกกดราคาจากพ่อค้าคนกลาง
- () ง. อื่นๆ (ระบุ).....

2.3 ปัญหาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่าย

- () ก. ขาดสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่แน่นอน
- () ข. ไม่มีตลาดรองรับผลิตภัณฑ์ที่แน่นอน
- () ค. ขาดแคลนผู้ที่มีความชำนาญด้านการตลาด
- () ง. ขาดการโฆษณา และประชาสัมพันธ์
- () จ. ปริมาณการจัดจำหน่ายไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับฤดูกาล
- () ฉ. ขาดข้อมูลข่าวสารด้านการตลาด
- () ช. อื่นๆ (ระบุ).....

3. จงระบุปัญหาด้านการประสานงานติดต่อกับหน่วยงานราชการ

- () 1. ไม่มีปัญหา และมีหน่วยงานใดเข้ามาให้การช่วยเหลือบ้าง
 - 1.
 - 2.
 - 3.
- () 2. มีปัญหา โปรดระบุชื่อหน่วยงาน ปัญหาและอุปสรรคที่ประสบ
 - 1.
 - 2.
 - 3.

4. นอกเหนือจากปัญหาด้านการผลิต การตลาด และการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานราชการแล้ว ยังมีปัญหาและอุปสรรคอื่น ๆ ไฉ้อีกหรือไม่

- () 1. ไม่มี
- () 2. มี (ระบุ)
.....

ตอนที่ 2 จุดแข็งและจุดอ่อน

ด้านการผลิต	จุดแข็ง	ปานกลาง	จุดอ่อน
1. อุปกรณ์ทันสมัย			
2. ความสามารถของกำลังคนในการผลิตให้ตรงเวลา			
3. ทักษะด้านเทคนิคและการผลิต			
4. ความได้เปรียบทางด้านวัตถุดิบ			
5. ความมั่นคงทางการเงิน			
6. ต้นทุนการผลิตต่ำ			
7. กลุ่มเป็นที่เชื่อถือและรู้จักของบุคคล			
8. ชื่อเสียงด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์			
9. ต้นทุนในการจัดจำหน่ายต่ำ			
10. การวิจัยและพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์			
11. ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์			
12. ความสามารถในการสร้างกำไรสูง			
13. ภาวะความเป็นผู้นำของกลุ่ม			

14. ปัจจุบันกลุ่มของท่านต้องการให้หน่วยงานของรัฐช่วยเหลือด้านใดบ้าง

.....

.....

.....

แบบสอบถาม

ผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

แบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ในกรณีย้อมสีธรรมชาติ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ในกรณีย้อมสีธรรมชาติ จำนวน 11 ข้อ

คำชี้แจง กรุณาขีดเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเขียนข้อความ หมายเลขลงในบริเวณที่กำหนด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ในกรณีย้อมสีธรรมชาติ

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. ไม่เกิน 20 ปี () 4. 40 – 49 ปี
() 2. 20 – 29 ปี () 5. 50 – 59 ปี
() 3. 30 – 39 ปี () 6. 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- () 1. โสด () 2. สมรส () 3. หย่า, หม้าย, แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

- () 1. ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนต้น () 4. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
() 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย () 5. สูงกว่าปริญญาตรี
() 3. อนุปริญญา/ปวส.

5. อาชีพ

- () 1. รับราชการ () 5. พ่อบ้าน / แม่บ้าน
 () 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ () 6. นักเรียน / นักศึกษา
 () 3. พนักงานบริษัท () 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
 () 4. ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

6. รายได้ของท่านเฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ไม่เกิน 5,000 บาท () 4. 15,001 – 20,000 บาท
 () 2. 5,001 – 10,000 บาท () 5. 20,001 – 25,000 บาท
 () 3. 10,001 – 15,000 บาท () 6. 25,001 บาทขึ้นไป

**ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ในกรณียอม
 สละสิทธิ จำนวน 10 ข้อ**

1. ท่านเคยซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายมาก่อนหน้านี้บ้างหรือไม่

- () 1. ซื้อครั้งแรก (ไปที่ข้อ 3)
 () 2. เคยซื้อ (ไปที่ข้อ 3)
 () 3. ไม่เคยซื้อ (ไปที่ข้อ 2)

2. เหตุผลที่ท่านไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายเนื่องมาจาก (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- () 1. สีสันทนและลวดลาย
 () 2. รูปแบบผลิตภัณฑ์
 () 3. มีราคาแพง
 () 4. หาซื้อไม่สะดวก
 () 5. ไม่มีการโฆษณา และประชาสัมพันธ์
 () 6. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

3. ก่อนตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ท่านได้มีการศึกษาข้อมูลของสินค้าก่อนซื้อหรือไม่

() 1. ไม่ศึกษา

() 2. ศึกษา

() 2.1 นิตยสาร

() 2.2 หนังสือ

() 2.3 อินเทอร์เน็ต

() 2.4 โทรทัศน์

() 2.5 คนรู้จักแนะนำ

() 2.6 อื่นๆ (โปรดระบุ).....

4. ท่านซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายอะไรบ้าง (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

() 1. ผ้าผืน

() 2. ผ้าคลุมไหล่

() 3. เสื้อ

() 4. กางเกง

() 5. กระโปรง

() 6. ผ้าถุง / ผ้าถุง

() 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

5. การใช้ผลิตภัณฑ์จากฝ้าย

() 1. ใช้อย่าง

() 2. ของฝาก

() 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

6. ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

() 1. เดือนละครั้ง

() 2.เดือนต่อครั้ง

() 3. อื่นๆ (โปรดระบุ).....

7. มูลค่าที่ซื้อต่อครั้ง

() 7.1 ประมาณ.....บาท

8. สาเหตุในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย (โปรดใส่หมายเลขเรียงตามลำดับความสำคัญ จากมากไปน้อย)

- () 1. ประโยชน์ของตัวสินค้า
- () 2. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต
- () 3. การรณรงค์ใช้สินค้าไทย
- () 4. สะดุดตา ถูกใจ
- () 5. ความภูมิใจในตัวผลิตภัณฑ์
- () 6. ใส่สบาย ราคาย่อมเยา

9. เกณฑ์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย (โปรดใส่หมายเลขเรียงตามลำดับความสำคัญ จากมากไปน้อย)

- () 1. คุณภาพ
- () 2. ราคา
- () 3. รูปแบบของผลิตภัณฑ์
- () 4. บรรจุภัณฑ์สวยงาม
- () 5. การบริการของพนักงานขาย
- () 6. ชื่อเสียงของแหล่งผลิต

10. ระดับความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายย้อมสีธรรมชาติ (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าตรงกับความพอใจมากที่สุด)

รายการ	ระดับความพึงพอใจ					หมายเหตุ
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1	
<u>1. ผลิตภัณฑ์</u>						
• คุณภาพ						
• สี สดสวย						
• มีความหลากหลาย						
• บรรจุภัณฑ์ หีบห่อ						
• มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว						
<u>2. ราคา</u>						
• มีความเหมาะสม						
• มีมาตรฐาน						
<u>3. ช่องทางการจัดจำหน่าย</u>						
• หาซื้อได้สะดวก						
• การจัดเรียงโชว์สินค้าน่าสนใจ						
<u>4. การส่งเสริมการขาย</u>						
• การรับประกันคุณภาพ						
• กาโฆษณา ประชาสัมพันธ์						
• การให้ส่วนลดในการซื้อ						
• การให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์						
• การบริการของพนักงานขาย						

11. ข้อเสนอแนะในการปรับปรุงแก้ไขผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

ข้อเสนอแนะ	กรณีข้อผิดพลาด
• ด้านผลิตภัณฑ์	
• ด้านราคา	
• ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	
• ด้านการส่งเสริมการตลาด เช่น การโฆษณา ส่งเสริมการขาย เป็นต้น	
• อื่นๆ (โปรดระบุ)	

แบบสอบถาม

ผู้บริโภคที่ไม่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย

แบบสอบถาม ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ในกรณีข้อสมมติ
ธรรมชาติ จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย
ในกรณีข้อสมมติธรรมชาติ จำนวน 1 ข้อ

คำชี้แจง กรุณาขีดเครื่องหมาย ✓ ลงใน () หรือเขียนข้อความ หมายเลขลงในบริเวณที่กำหนด

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ในกรณีข้อสมมติธรรมชาติ

1. เพศ

- () 1. ชาย () 2. หญิง

2. อายุ

- () 1. ไม่เกิน 20 ปี () 4. 40 – 49 ปี
() 2. 20 – 29 ปี () 5. 50 – 59 ปี
() 3. 30 – 39 ปี () 6. 60 ปีขึ้นไป

3. สถานภาพ

- () 1. โสด () 2. สมรส () 3. หย่า, หม้าย, แยกกันอยู่

4. ระดับการศึกษา

- () 1. ไม่เกินมัธยมศึกษาตอนต้น () 4. ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า
() 2. มัธยมศึกษาตอนปลาย () 5. สูงกว่าปริญญาตรี
() 3. อนุปริญญา/ปวส.

5. อาชีพ

- () 1. รับราชการ () 5. พ่อบ้าน / แม่บ้าน
 () 2. พนักงานรัฐวิสาหกิจ () 6. นักเรียน / นักศึกษา
 () 3. พนักงานบริษัท () 7. อื่นๆ (โปรดระบุ).....
 () 4. ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย

6. รายได้ของท่านเฉลี่ยต่อเดือน

- () 1. ไม่เกิน 5,000 บาท () 4. 15,001 – 20,000 บาท
 () 2. 5,001 – 10,000 บาท () 5. 20,001 – 25,000 บาท
 () 3. 10,001 – 15,000 บาท () 6. 25,001 บาทขึ้นไป

ส่วนที่ 2 ข้อมูลด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจไม่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้าย ในกรณี
 ย้อมสีธรรมชาติ จำนวน 1 ข้อ

1. เหตุผลที่ท่านไม่ซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากฝ้ายเนื่องจาก (กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ท่านคิดว่าตรงกับความพอใจมากที่สุด ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัจจัย	เครื่องหมาย	กรณีย้อมสีธรรมชาติ
		เหตุผล
1. ด้านผลิตภัณฑ์		
• สีต้น		
* ฤดูกาล		
* วัสดุ		
* สีตกเมื่อนำไปใช้		
* สีซีดจางเมื่อใช้เป็นเวลานาน		
• ลวดลาย		
* ทันสมัย		
* ไม่เหมาะสม		
* ไม่หลากหลาย		
* อื่นๆ		
• รูปแบบ		

* ขนาด (SIZE)		
* การตัดเย็บ		
* อื่นๆ		
• อื่นๆ		
2. ด้านราคา		
• ราคาสูง / แพง		
• ราคาไม่สมเหตุสมผล		
• อื่นๆ (โปรดระบุ)		
3. ด้านการจัดจำหน่าย		
• หาซื้อได้ไม่สะดวก		
• การจัดเรียง(โชว์) สินค้าไม่สนใจ		
• สถานที่ไม่สะดวก		
• อื่นๆ (โปรดระบุ)		
4. ด้านส่งเสริมการขาย		
• ไม่มีการโฆษณา ประชาสัมพันธ์		
• ไม่มีการรับประกันคุณภาพของสินค้า		
• ไม่มีการให้ส่วนลดในการซื้อ		
• ไม่มีบริการซื้อขายแบบจัดส่งถึงบ้าน		
• การบริการของพนักงานขายไม่เป็นที่พอใจ		
• ไม่มีการให้ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า		
• อื่นๆ (โปรดระบุ)		

ประวัติการศึกษาและการทำงาน

ชื่อ-นามสกุล

นางสาวปวีณา ทศกร

วัน เดือน ปี ที่เกิด

วันที่ 16 เดือนกันยายน พ.ศ. 2525

สถานที่เกิด

จังหวัดอุดรธานี

ประวัติการศึกษา

เศรษฐศาสตรบัณฑิต (เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ)

มหาวิทยาลัยเกริก

