



แนวทางการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไทร
Marketing Development Guidelines of Woven Fabrics for Romsai Fabrics
Weaving Community Enterprise

มนีรัตน์ รัตนพันธ์^{1*}

Maneerat Rattanaphan^{1*}

¹ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

¹Assistant Professor, Department of Marketing Administration, Hatyai Business School,
Hatyai University

*Corresponding author, E-mail: maneerat@hu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอ ร่มไทร (2) วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอ ร่มไทร และ (3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอ ร่มไทร งานวิจัยนี้เป็นการ วิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยวิธีสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอ ร่มไทร หน่วยงาน ภาครัฐและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 30 ท่าน สรุปผลการศึกษา พบว่าจุดแข็ง คือ ผลิตภัณฑ์มีความ โดดเด่นสวยงาม มีลวดลายผ้าทอใหม่ๆ ได้รับรองมาตรฐาน OTOP 5 ดาว และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ราคาผลิตภัณฑ์ไม่สูงเกินไป ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายทั้ง off- line และ online และเป็นศูนย์เรียนรู้เกี่ยวกับการทอผ้า จุดอ่อนคือ การส่งเสริมการตลาดมีน้อย สมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ โอกาสคือ ภาครัฐให้การช่วยเหลือในด้านต่างๆ เข้าร่วมโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry Village: CIV) คู่แข่งขันเป็นคู่แข่ง และข้อจำกัดคือ ราคาปัจจัยการผลิตสูง รสนิยมของ คนรุ่นใหม่ ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ คู่แข่งขันมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า มีนักท่องเที่ยวบางฤดูกาล และมีข้อจำกัดด้านเทคโนโลยี และผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอ ร่มไทรคือ การพัฒนาลวดลาย รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประชาสัมพันธ์ให้ นักท่องเที่ยวรู้จักและเข้ามาเยี่ยมชมศูนย์เรียนรู้การทอผ้า และการสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นๆ

คำสำคัญ: แนวทางการพัฒนาการตลาด ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ วิสาหกิจชุมชนผ้าทอ ร่มไทร

Abstract

The purpose of this research were to (1) study business environment of Romsai Fabric Weaving Community Enterprise; (2) study strengths, weakness, opportunities and



threats of Romsai Fabric Weaving Community Enterprise; and (3) study guidelines for the marketing development of Romsai Fabric Weaving Community Enterprise. This research was quantitative research. This research used in-depth interview 30 member of Romsai Fabric Weaving Community Enterprise, government staffs and educational personal. The results showed that the strengths of Romsai Fabric Weaving Community Enterprise were outstanding product, newly woven fabric pattern, accredited OTOP 5 stars standard and community product standard, price is not too high, diversified channel, and be a learning center on weaving. Community Enterprise's weakness were less marketing promotion and most members are senior. Community Enterprise's opportunities were promote and support from government organizations and participation Creative Industry Village (CIV), and competitors are partners. Community Enterprise's threat were high production cost, competitors have lower production costs, downturn economics, lifestyle of the new gen, uncertain customers, and technology limitations.

The guidelines for marketing development of Romsai Fabric Weaving Community Enterprise following; pattern and new product models development, E-commerce system development, promote to the tourists known and visit the learning center on weaving and creation networking.

Keywords: Guidelines for the marketing development, Woven Fabrics, Romsai Fabric Weaving Community Enterprise

บทนำ

ในปัจจุบันประเทศไทยได้ดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจภายในประเทศให้เข้มแข็งโดยใช้การส่งเสริมและการฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่นในรูปแบบของการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่างๆ ตลอดจนเป็นการสร้างกลไกให้ชุมชนสามารถพัฒนาและมีความเจริญรุ่งเรือง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2555) รวมถึงการดำเนินงานลักษณะของวิสาหกิจชุมชนมีอยู่เป็นจำนวนมากและส่วนใหญ่ยังคงประสบปัญหาด้านการตลาด (จงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังขรัตน์, 2556) และจากการสัมภาษณ์ประธานกลุ่มกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไทร ณ ที่ทำการกลุ่ม ที่ตั้งอยู่ที่บ้านเลขที่ 53 /1 หมู่ 5 ตำบลเกาะยอ อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา โดยผู้วิจัยได้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับการเริ่มทอผ้าซึ่งกลุ่มฯ เริ่มดำเนินการมาตั้งแต่รุ่นบิดา โดยท่านได้รับการยกย่องให้เป็นครูภูมิปัญญาไทยด้านอุตสาหกรรมและหัตถกรรม เป็นผู้ทรงภูมิปัญญาด้านผ้าทอเกาะยอ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตส่วนใหญ่คือผ้าทอเกาะยอสำหรับตัดเสื้อ ผ้าสำหรับตัดชุดไทยที่มีลวดลายเฉพาะผ้าขาวม้า ต่อมามีการประยุกต์นำผ้าทอเป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบต่างๆ เช่น ชุดใส่ทำงาน ตกแต่งโคมไฟ



หุ้มแก้ว อี กล่องใส่กระดาษเช็ดหน้า กล่องดินสอ ผ้าคลุมไหล่ เนคไท ผ้าพันคอ กระเป๋า กล่องสมุดโน้ต กรอบรูป ฯลฯ ปัจจุบันกลุ่มฯ เข้าร่วมโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry Village: CIV) โดยกลุ่มวิสาหกิจได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ ภาคเอกชน และสถาบัน การศึกษาอย่างต่อเนื่อง แต่ปัจจุบันกลุ่มฯ เริ่มประสบปัญหายอดขายที่น้อยลง ซึ่งเป็นผลสืบเนื่อง จากภาวะเศรษฐกิจ โดยกลุ่มฯ มีความต้องการพัฒนาการตลาด เพื่อจะสามารถเพิ่มยอดขายได้

สำหรับขั้นตอนการพัฒนาด้านการตลาดมีความจำเป็นต้องศึกษาสภาพแวดล้อมทั่วไปทางธุรกิจ เพื่อการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกกิจการซึ่งถือเป็นการตรวจสอบว่ามีปัจจัยใดบ้าง ที่จะส่งผลกระทบต่อ การดำเนินธุรกิจเพื่อช่วยให้ผู้บริหารสามารถกำหนดกลยุทธ์ที่ดีสร้างจุดแข็ง ข้อมได้เปรียบจากโอกาส และเอาชนะอุปสรรคหรือทำให้เกิดจุดอ่อนที่น้อยที่สุด (Rothaermel, 2013) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไหม การ วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด ตลอดจนแนวทางการพัฒนาด้านการตลาด เพื่อนำเสนอข้อมูล ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไหมใช้สำหรับการวางแผนการตลาดของวิสาหกิจชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาค้นคว้ามีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

1. ศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไหม ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
2. วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด ในการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนผ้าทอ ร่มไหม ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
3. ศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไหม ตำบลเกาะยอ อำเภอ เมือง จังหวัดสงขลา

แนวคิดที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์ swot เป็นเครื่องมือที่เป็นที่นิยมอย่างมากในการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งจาก ภายในและสภาพแวดล้อมภายนอกกิจการ โดยนำผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคมา กำหนดกลยุทธ์ของกิจการ โดยกลยุทธ์ที่ดีต้องสามารถดึงประโยชน์จากจุดแข็งและโอกาสมาใช้ให้เกิด ประโยชน์สูงสุด และต้องพยายามขจัดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรคให้ได้มากที่สุด (Pearce II & Robinson, 2011)

Wheelen and Hunger (2000) ได้แบ่งสภาพแวดล้อมภายนอกเป็น 2 ประเภทคือ สภาพแวดล้อมทางสังคม ได้แก่ สภาวะทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี การเมืองกฎหมาย สังคมและวัฒนธรรม และ สภาพแวดล้อมที่เกี่ยวกับงาน ได้แก่ ลูกค้ำ รัฐบาล ชุมชน คู่แข่งขัน ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต เป็นต้น



Pitts and Lei (2000) ได้แบ่งสภาพแวดล้อมภายนอกเป็น 2 ประเภทคือ สภาพแวดล้อม มหาภาค ได้แก่ ประชากรศาสตร์ การเมือง สังคมวัฒนธรรม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสภาพแวดล้อมทางด้านการแข่งขัน ได้แก่ ลูกค้ำ คู่แข่งขัน ผู้จำหน่ายปัจจัยการผลิต เป็นต้น

การนำข้อมูลสถานการณ์ต่างๆ มาวิเคราะห์ โดยสิ่งแวดล้อมภายในองค์กรนำมาวิเคราะห์เป็นประเด็นจุดแข็ง และจุดอ่อน (strengths and weaknesses) และสิ่งแวดล้อมภายนอกองค์กรมาวิเคราะห์โอกาส และอุปสรรค (opportunities and threats) รายละเอียดดังนี้

1. จุดแข็ง (strengths) เป็นปัจจัยภายในองค์กรซึ่งองค์กรสามารถควบคุมปัจจัยดังกล่าวได้ และเป็นข้อได้เปรียบหรือเป็นประโยชน์ในการดำเนินงานขององค์กร
2. จุดอ่อน (weaknesses) เป็นปัจจัยภายในองค์กรซึ่งองค์กรสามารถควบคุมปัจจัยดังกล่าวได้ และเป็นข้อเสียเปรียบหรือเป็นปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานขององค์กร
3. โอกาส (opportunities) เป็นปัจจัยภายนอกองค์กรซึ่งองค์กรไม่สามารถควบคุมปัจจัยดังกล่าวได้ โดยปัจจัยนั้นๆ สามารถนำมาใช้ประโยชน์หรือมีส่วนช่วยให้องค์กรสามารถบรรลุวัตถุประสงค์ที่วางไว้
4. อุปสรรคหรือข้อจำกัด (threats) เป็นปัจจัยภายนอกองค์กรซึ่งองค์กรไม่สามารถควบคุมปัจจัยนั้นได้ โดยปัจจัยนั้นๆ อาจเป็นอุปสรรคหรือภัยคุกคามที่มีผลกระทบต่อการดำเนินงานขององค์กร ทำให้องค์กรไม่สามารถบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยไว้ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูล กำหนดผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง 2 กลุ่ม รวมจำนวน 30 คน ได้แก่ (1) ประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไทร จำนวน 15 คน โดยการสัมภาษณ์เป็นรายกลุ่ม (2) เจ้าหน้าที่จากองค์กรภาครัฐ และบุคลากรทางการศึกษาด้านการบริหารธุรกิจและการตลาด จำนวน 15 คน โดยคัดเลือกจากผู้ที่เกี่ยวข้องหรือมีประสบการณ์ทำงานร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไทร โดยการสัมภาษณ์เป็นรายบุคคล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การศึกษาครั้งนี้ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จำนวน 2 ชุด ได้แก่ (1) แบบสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไทร ข้อคำถามเป็นลักษณะปลายเปิด ประกอบด้วย ข้อมูลการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไทร ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด การสนับสนุนจากภาครัฐ การจัดการ คู่แข่งขัน การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอ และ (2) แบบสัมภาษณ์สำหรับเจ้าหน้าที่จากองค์กรภาครัฐ และบุคลากรทางการศึกษา ข้อคำถามเป็นลักษณะปลายเปิดประกอบด้วย ข้อมูลแนวทางการพัฒนาการตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าทอ



การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ นำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งเอกสารและภาคสนามจากการสัมภาษณ์จำนวน 30 ท่าน มาจัดหมวดหมู่ของข้อมูลอย่างเป็นระบบตามเค้าโครงเรื่อง แล้วผู้วิจัยนำข้อมูลทั้งหมดมาสังเคราะห์ และสรุปข้อมูลแบบบรรยายความเรียงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ผลการวิจัย

จากการศึกษาข้อมูลทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไทร สามารถสรุปผลการศึกษาเป็น 3 ประเด็น คือ

1. ศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไทร ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา รายละเอียดดังต่อไปนี้

1.1 สภาพแวดล้อมภายใน ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไทร ดังนี้

(1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

- ผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มผ้าทอร่มไทร คือ ผ้าทอ มีลวดลายผ้า 12 ชนิด คือ ลายจันทร์หอม ลายดอกห้าหนึ่ง ลายชวนชม ลายลูกแก้ว ลายสุพรรณิภา ลายดอกรสสุคนธ์ ลายผกากรอง 8 ตะกอก ลายหมากรุก ลายราชวัตร ลายดอกกรัก ลายร่มไทร ลายเกล็ดปลาขี้ตัง และมีผลิตภัณฑ์ใหม่ ผ้าฝ้ายลายแสงสุรียา ซึ่งพัฒนามาจากลายดอกรสสุคนธ์ (ดอกรสสุคนธ์มีลักษณะดอกเป็นจุก ได้นำมาพัฒนาลายผ้าเป็นลายแสงสุรียา)

- ผลิตภัณฑ์รอง คือผ้าคลุมไหล่ (OTOP 5 ดาว/มผช.) ปกปริญญาบัตร สมุดโน้ต กระเป๋าใส่เหรียญ กระเป๋าสะพาย ผ้าขาวม้า พวงกุญแจ ถุงเงินถุงทอง

- ลายเกล็ดปลาขี้ตัง เป็นลายที่กลุ่มผ้าทอร่มไทรทำขึ้น ซึ่งกลุ่มทอผ้าอื่นๆ ไม่มีลวดลายนี้

- ลายผกากรอง เป็นลายผ้าที่เคยได้รับรางวัลชมเชย ระดับประเทศ เมื่อปี พ.ศ. 2546

- การตกยุคเร็ว ทำให้กลุ่มผ้าทอร่มไทร ไม่ได้มีการผลิตเป็นเสื้อ กางเกง หรือชุดในรูปแบบต่างๆ เนื่องจากลวดลายผ้าที่ตกยุคเร็ว

(2) ปัจจัยด้านราคา

- ผ้าทอฝ้ายราคาจะขึ้นอยู่กับความยากง่าย ความละเอียดในการทอที่แตกต่างกันของลวดลาย เส้นใยผ้า สำหรับผลิตภัณฑ์อื่นๆ ที่ทำจากผ้าทอกำหนดราคาไม่สูงมากนัก

- การกำหนดราคามีความใกล้เคียงกับกลุ่มทอผ้าอื่นๆ ในพื้นที่ โดยเฉพาะกลุ่มราชวัตร

(3) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย

ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอกลุ่มร่มไทร มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายได้แก่

- การจัดจำหน่าย ณ กลุ่มทอผ้า จำหน่ายยังสถานที่ตั้งของกลุ่ม ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคมีความพึงพอใจที่จะเข้าไปเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ต่างๆ ณ ที่ทำการกลุ่ม อาจเป็นเพราะมีผ้าให้เลือกมากและราคาถูกกว่าซื้อจากที่อื่น สามารถสั่งทอผ้าเป็นพิเศษ เช่น หน่วยงาน บริษัท โรงเรียน หรือหน่วยงานจากภาครัฐ



โดยส่วนใหญ่จะแวะเวียนกันมาเลือกชมและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ อีกทั้งกลุ่มผู้ผลิตมีการจัดจำหน่ายแบบค้าส่งให้กับร้านค้าจัดจำหน่ายต่างๆ เพื่อจะไปจำหน่ายต่อให้กับผู้บริโภคในพื้นที่อื่นๆ ด้วยเช่นกัน

- ร้านค้าจัดจำหน่าย ณ ตลาดเกาะยอ ตลอดสองฝั่งของถนน เกาะยอ ซึ่งเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวมาจอดรถแวะพัก เพื่อชมทัศนียภาพและหาซื้อของฝากของขวัญกันได้สะดวก

- ร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก ณ สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา เช่น สถาบันทักษิณคดีศึกษา พิพิธภัณฑ์คติชนวิทยา

- การออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ตามงานแสดงสินค้าต่างๆ โดยส่วนใหญ่งานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นจะเป็นการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น งาน OTOP งานแสดงสินค้าวัฒนธรรมจังหวัดสงขลา งานแสดงสินค้า 5 จังหวัดชายแดนใต้ งานแสดงสินค้าของกรมพาณิชย์ งานเทศกาลอาหารสองทะเล งานกาชาด เป็นต้น

- สั่งซื้อทางไลน์ (Line) ปัจจุบันกลุ่มฯ ได้นำโซเชียลมีเดียมาใช้ในการจัดจำหน่าย

- เว็บไซต์ไทยตำบล

- ปัจจุบันเน้นการทอผ้าตามคำสั่งซื้อ (สั่งทำ) ทำให้สินค้าไม่ค้างสต็อก

(4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด

ไม่นิยมการส่งเสริมการตลาด หากจะมีการส่งเสริมการตลาดบ้างจะใช้วิธีการแถม

(5) ด้านการบริหารจัดการ

- เงินลงทุน/การหมุนเวียนของกระแสเงินสด กลุ่มทอผ้าร่มไทร มีสภาพคล่องทางการเงินที่ดี

- สมาชิกกลุ่มทุกคนช่วยเหลือในการทำงานเป็นอย่างดี สมาชิกกลุ่มมีฝีมือการทอ

เชี่ยวชาญในการทอผ้า แต่ด้วยสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุทำให้มีปัญหาเรื่องสายตา และฝีมือการทอที่ไม่เท่าเทียมกัน

- ก่อตั้งกลุ่มฯ มากกว่า 10 ปี และได้จัดตั้งเป็นศูนย์เรียนรู้กว่า 7 ปี

- อาคาร/แหล่งผลิตมีความพร้อมเป็นทั้งสถานที่ทอผ้า จำหน่ายผลิตภัณฑ์ และศูนย์การเรียนรู้

เรียนรู้

- ขาดคนรุ่นใหม่ในการสืบทอด โดยเฉพาะคนทอผ้า

- กลุ่มผ้าทอร่มไทร ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วม โครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

(Creative Industry Village: CIV) ทำให้มีกลุ่มคน นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมที่ทำการของกลุ่มฯ เพิ่มขึ้น

1.2 สภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย

(1) เศรษฐกิจ เนื่องจากผ้าทอ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาค่อนข้างสูง จึงส่งผลกระทบต่อยอดสั่งผลิต โดยเฉพาะกลุ่มผ้าทอร่มไทร ซึ่งมีลูกค้าหลักคือหน่วยงานภาครัฐ ที่มีปริมาณการสั่งซื้อผ้าทอจำนวนมากในแต่ละปี พบว่าในปัจจุบันมีการสั่งซื้อที่น้อยลง บางหน่วยงานไม่มีการสั่งซื้อเลย



- (2) รสนิยมของคนรุ่นใหม่ ที่สนใจเรื่องแฟชั่นพร้อมๆกับการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย
- (3) กระทรวงอุตสาหกรรม ตระหนักถึงการสร้างรากฐานชุมชน พัฒนาก้าวสู่ชุมชนเพื่อรองรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการตามยุทธศาสตร์ประเทศไทย 4.0 จัดโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
- (4) กรมหม่อนไหม เข้ามาพัฒนาช่วยเสนอแนวคิดใหม่ๆ เช่น รูปแบบผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าเดี่ยว กางเกงเล และพัฒนาลวดลายผ้าลวดลายใหม่ คือ ลายสวาพลิกดอก
- (5) คู่แข่งขัน ในพื้นที่เกาะยอมีกลุ่มผลิตผ้าทอจำนวนมาก ซึ่งมีลักษณะการดำเนินงานแบบเครือข่ายระหว่างกลุ่ม ทำให้กลุ่มผ้าทอเริ่มไม่มองว่ากลุ่มต่างๆ นั้นเป็นคู่แข่ง แต่กลับมองเป็นลูกค้า เช่นกรณีวัดตุ๊ติบไม่เพียงพอ ก็จะมีการขอยืมใช้วัดตุ๊ติบร่วมกัน หรือการสั่งซื้อไหมร่วมกันเพื่อลดต้นทุนหรือในกรณีที่ทอผ้าไม่ทัน ก็จะมีการส่งงานให้แก่กลุ่มอื่นๆ
- (6) ค่าแรงงานแพง เมื่อเทียบกับภาคอื่นๆ
- (7) ต้นทุนวัตถุดิบสูง
- (8) ภาครัฐให้การช่วยเหลือในด้านต่างๆ เช่น สำนักงานวัฒนธรรม อาชีวะ กศน. แรงงานจังหวัด และมหาวิทยาลัย โดยให้การจำหน่ายสินค้าในงานแสดงสินค้าที่ภาครัฐจัดให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่ การให้ความรู้ด้านการตลาด หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- (9) พฤติกรรมของชาวดูได้ นิยมซื้อสินค้าจากที่อื่นมากกว่าผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวชาวมาเลเซียที่เข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลานิยมซื้อของกินมากกว่าของที่ระลึก
- (10) ห้างสรรพสินค้าให้การสนับสนุนในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ แต่ห้างสรรพสินค้าเป็นช่องทางที่ไม่ค่อยเหมาะสมสำหรับสินค้าโอท็อป
- (11) คู่แข่งขันทางอ้อม ได้แก่ โรงงานผ้าทอซึ่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า
- (12) นักท่องเที่ยว เข้ามาเที่ยวเฉพาะบางฤดูกาลทำให้มีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่ตลอดทั้งปี
- (13) ด้านการเมืองตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ปี พ.ศ. 2548 ทำให้การรวมกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนต่างๆ ได้รับการรับรองและจดทะเบียนโดยหน่วยงานภาครัฐ ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้รับการสนับสนุนส่งเสริมทั้งด้านการบริหารจัดการ การจำหน่ายสินค้าในงานแสดงสินค้าที่ภาครัฐจัดให้โดยไม่เสียค่าใช้จ่ายในการเช่าพื้นที่
- (14) ด้านเทคโนโลยีเพื่อช่วยในการบริหารจัดการค่อนข้างน้อยโดยเฉพาะด้านการตลาดและด้านการผลิต

2. ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัด ในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไทร ดังนี้

2.1 จุดแข็ง

2.1.1 ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น มีลวดลายจำนวนมาก และมีการพัฒนาออกแบบลวดลายผ้าทอใหม่ๆ ซึ่งไม่ซ้ำกับลวดลายของกลุ่มทอผ้าอื่นๆ



2.1.2 ผลิตภัณฑ์บางชนิดได้รับรองมาตรฐาน OTOP 5 ดาว และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

2.1.3 ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายทั้ง off line และ online

2.1.4 ราคาผลิตภัณฑ์ไม่สูงเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพการทอ และคู่แข่งในพื้นที่ใกล้เคียง

2.1.5 สมาชิกกลุ่มและประธานกลุ่มมีความมุ่งมั่น เข้มแข็งในการอนุรักษ์ท้องถิ่น และสมาชิกมีฝีมือการทอที่ได้รับการการันตีด้วยรางวัลระดับประเทศ

2.1.6 เป็นศูนย์เรียนรู้เกี่ยวกับการทอผ้าที่มีชื่อเสียงมานานกว่า 7 ปี

2.1.7 สถานที่โรงทอได้มาตรฐาน แสงสว่างเพียงพอ มีพัดลมระบายความร้อนทางเข้าออกไม่คับแคบ

2.2 จุดอ่อน

2.2.1 ขาดคนรุ่นใหม่ในการสืบทอดโดยเฉพาะคนทอผ้า

2.2.2 การส่งเสริมการตลาดมีน้อย

2.2.3 สมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุทำให้มีปัญหาเรื่องสายตา และฝีมือการทอไม่เท่าเทียมกัน

2.3 โอกาส

2.3.1 ภาครัฐให้การช่วยเหลือในด้านต่างๆ โดยเฉพาะกรมหม่อนไหม เข้ามาพัฒนาช่วยเสนอแนวคิดใหม่ๆ ทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์และลวดลายของผ้าทอ และสำนักงานพัฒนาชุมชน พาณิชย์ จังหวัด กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ให้การสนับสนุนการจำหน่ายในงานแสดงสินค้าโดยไม่ต้องเสียค่าเช่าพื้นที่

2.3.2 โครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Creative Industry Village: CIV) ของกระทรวงอุตสาหกรรม ทำให้มีกลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมที่ทำการของกลุ่มร่มไทร เพิ่มมากขึ้น

2.3.3 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงถือได้ว่าเป็นคู่ค้า (พันธมิตร) มีการเกื้อกูลช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

2.4 ข้อจำกัด

2.4.1 ราคาปัจจัยการผลิตและค่าแรงงานมีแนวโน้มสูงขึ้น

2.4.2 รสนิยมของคนรุ่นใหม่ ไม่ค่อยนิยมแต่งกายชุดผ้าทอ

2.4.3 ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลกระทบต่อยอดขายผลิตผ้าทอเนื่องจากผ้าทอเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีราคาค่อนข้างสูง

2.4.4 คู่แข่งขันในพื้นที่ใกล้เคียงมีมากและคู่แข่งทางอ้อมมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า เช่น โรงงานผ้าทอ

2.4.5 มีนักท่องเที่ยวบางฤดูกาลเท่านั้น



2.4.6 มีเทคโนโลยีสำหรับช่วยในการบริหารจัดการค่าน้อยโดยเฉพาะด้านการตลาดและการผลิต

3. แนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอรั่มไทร มีรายละเอียดดังนี้

3.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอรั่มไทร ควรกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่หลากหลายและผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอในรูปแบบที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ เช่น กลุ่มเป้าหมายที่เป็นเด็ก รูปแบบเสื้อที่มีลวดลายการ์ตูน สีสดใส กลุ่มเป้าหมายวัยทำงานเน้นรูปแบบชุดเดรส ชุดทำงานที่มีดีไซน์ที่ทันสมัย เป็นต้น

3.2 นำจุดแข็งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอรั่มไทร ซึ่งเน้นการพัฒนาลวดลายผ้าทอที่มีความแตกต่างจากกลุ่มอื่นๆ โดยออกแบบลวดลายให้มีความผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมและความทันสมัยเพิ่มมากขึ้น

3.3 จัดทำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมคนในยุคปัจจุบัน ซึ่งระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์/ออนไลน์ สามารถเป็นทั้งช่องทางการขายและการสร้างการรับรู้ให้แก่ลูกค้าและคนทั่วไป

3.4 การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอรั่มไทร ด้วยกลยุทธ์การตั้งราคาให้แตกต่างกัน กล่าวคือสามารถตั้งราคาแตกต่างกันตามลวดลาย คุณภาพเส้นใยผ้า ปริมาณการสั่งซื้อ เป็นต้น

3.5 จุดแข็งของกลุ่มฯ เป็นศูนย์เรียนรู้ และเข้าร่วมโครงการ CIV ซึ่งจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมและตัดสินใจซื้อเมื่อได้ชมการผลิต กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอรั่มไทรต้องพัฒนาสมาชิกทุกคนให้มีจิตบริการ (Service mind) มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการเดินทางมายังที่ทำการกลุ่มและประชาสัมพันธ์ให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมศูนย์เรียนรู้ หรือจับมือกับบริษัทนำเที่ยว (ทัวร์) ในการจัดโปรแกรมท่องเที่ยว

3.6 ด้วยความสัมพันธ์อันดีกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ในพื้นที่ ควรร่วมมือกันในการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าซึ่งเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นที่ควรรักษาและการสร้างการตระหนักรู้ให้แก่คนรุ่นใหม่หันมานิยมสวมใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าทอด้วยวิธีการต่างๆ เช่น การจัดงานแสดงสินค้าที่แสดงถึงภูมิปัญญาที่สามารถผสมผสานกับวิถีการใช้ชีวิตในปัจจุบัน

3.7 การทำสื่อออนไลน์สำหรับการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น โดยอาจร่วมกันกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่นๆ ในพื้นที่หรือหน่วยงานภาครัฐ เพื่อสร้างความเข้าใจในการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่นและเป็นช่องทางที่เข้าถึงผู้บริโภคยุคปัจจุบัน ได้แก่ youtube, facebook เป็นต้น

3.8 การสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นๆ เพื่อการพัฒนาสินค้าร่วมกัน เช่น ธุรกิจสิ่งทอเฟอร์นิเจอร์ ธุรกิจแฟชั่น เป็นต้น



สรุปผล

1. จากการศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไทร ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่า สภาพแวดล้อมภายในของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไทร (1) ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ คือ ผ้าทอ มีลวดลายผ้า 12 ชนิด ผลิตภัณฑ์รอง คือผ้าคลุมไหล่ (OTOP 5 ดาว/มผช.) ปกปริญญาบัตร (2) ปัจจัยด้านราคา ผลิตภัณฑ์ผ้าทอผืนราคาจะขึ้นอยู่กับความยากง่าย ความละเอียดในการทอที่แตกต่างกันของลวดลาย เส้นใยผ้า การกำหนดราคามีความใกล้เคียงกับกลุ่มทอผ้าอื่นๆ ในพื้นที่ (3) ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย การจัดจำหน่าย ณ กลุ่มทอผ้า ตลาดเกาะยอ ร้านค้าจำหน่ายของที่ระลึก ณ สถานที่ท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา งานแสดงสินค้าต่างๆ สั่งซื้อทางไลน์ (Line) เว็บไซต์ไทยตำบล (4) ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่นิยมการส่งเสริมการตลาด (5) ด้านการบริหารจัดการ ด้านการเงินลงทุน มีสภาพคล่องทางการเงินที่ดี ก่อตั้งกลุ่มฯ มากกว่า 10 ปี และได้จัดตั้งเป็นศูนย์เรียนรู้กว่า 7 ปี อาคาร/แหล่งผลิตมีความพร้อมเป็นทั้งสถานที่ทอผ้า ชาติคนรุ่นใหม่ในการสืบทอด โดยเฉพาะคนทอผ้ากลุ่มฯ ได้รับการคัดเลือกเข้าร่วมโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ทำให้มีกลุ่มคน นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมที่ทำการของกลุ่มฯ เพิ่มมากขึ้น และสภาพแวดล้อมภายนอก ประกอบด้วย (1) ด้านเศรษฐกิจ เศรษฐกิจส่งผลกระทบต่อยอดขายผลิต พบว่าในปัจจุบันมีการสั่งซื้อที่น้อยลง บางหน่วยงานไม่มีการสั่งซื้อเลย (2) รสนิยมของคนรุ่นใหม่ที่สนใจเรื่องแฟชั่นพร้อมๆ กับการอนุรักษ์วัฒนธรรมไทย (3) ภาครัฐตระหนักถึงการสร้างรากฐานชุมชน ให้การช่วยเหลือในด้านต่างๆ (4) คู่แข่งขัน ในพื้นที่เกาะยอมีกลุ่มผลิตผ้าทอจำนวนมาก แต่กลุ่มผ้าทอร่มไทร มองว่ากลุ่มต่างๆ นั้นเป็นคู่ค้า และคู่แข่งทางอ้อม ได้แก่ โรงงานผ้าทอซึ่งมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า (5) ค่าแรงงานแพง (6) ต้นทุนวัตถุดิบสูง (7) พฤติกรรมของชาวดูได้ นิยมซื้อสินค้าจากที่อื่นมากกว่าผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น (8) ห้างสรรพสินค้าให้การสนับสนุนในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ แต่ห้างสรรพสินค้าเป็นช่องทางที่ไม่ค่อยเหมาะสมสำหรับสินค้าโอท็อป (9) นักท่องเที่ยวเข้ามาเที่ยวเฉพาะบางฤดูกาล (10) ด้านการเมืองตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน ปี พ.ศ. 2548 ทำให้การรวมกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนต่างๆ ได้รับการรับรองและจดทะเบียนโดยหน่วยงานภาครัฐ และ (11) ด้านเทคโนโลยีเพื่อช่วยในการบริหารจัดการค่อนข้างน้อยโดยเฉพาะด้านการตลาดและด้านการผลิต

2. ผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และข้อจำกัดในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผ้าทอร่มไทร ดังนี้

2.1 จุดแข็ง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น มีลวดลายจำนวนมาก ได้รับรองมาตรฐาน OTOP 5 ดาว และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายทั้ง off line และ online ด้านราคาผลิตภัณฑ์ไม่สูงเกินไปเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพการทอ ด้านบุคลากร สมาชิกกลุ่มและประธานกลุ่มมีความมุ่งมั่น เข้มแข็งในการอนุรักษ์ท้องถิ่น และสมาชิกมีฝีมือการทอที่ได้รับการยกย่องในระดับประเทศ

2.2 จุดอ่อน ได้แก่ ด้านบุคลากร ชาติคนรุ่นใหม่ในการสืบทอดโดยเฉพาะคนทอผ้า สมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ด้านการส่งเสริมการตลาดมีน้อย

2.3 โอกาส ได้แก่ ภาครัฐให้การช่วยเหลือในด้านต่างๆ กลุ่มนักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมที่ทำการของกลุ่มร่มไหม เพิ่มมากขึ้น มีคู่แข่ง (พันธมิตร) มีการเกื้อกูลช่วยเหลือซึ่งกันและกัน

2.4 ข้อจำกัด ได้แก่ ด้านราคาปัจจัยการผลิตและค่าแรงงานมีแนวโน้มสูงขึ้น ด้านรสนิยมของคนรุ่นใหม่ ไม่ค่อยนิยมแต่งกายชุดผ้าทอ ด้านภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ด้านคู่แข่งด้านจำนวนนักท่องเที่ยว และด้านเทคโนโลยีสำหรับช่วยในการบริหารจัดการค่อนข้างน้อย

3. แนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไหม มีรายละเอียดดังนี้

3.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไหม ควรกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่หลากหลายและผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอในรูปแบบที่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ

3.2 ออกแบบลวดลายให้มีความผสมผสานระหว่างวัฒนธรรมและความทันสมัยเพิ่มมากขึ้น

3.3 จัดทำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์หรือออนไลน์

3.4 การกำหนดราคา ด้วยกลยุทธ์การตั้งราคาให้แตกต่างกัน

3.5 สมาชิกทุกคนมีจิตบริการ (Service mind) กลุ่มฯ มีป้ายบอกทางที่ชัดเจนเพื่อให้ลูกค้าสะดวกในการเดินทางมายังที่ทำการกลุ่ม และจับมือกับบริษัทนำเที่ยว (ทัวร์) ในการจัดโปรแกรมท่องเที่ยว

3.6 การถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าและการสร้างการตระหนักให้แก่คนรุ่นใหม่หันมานิยมสวมใส่หรือใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าทอด้วยวิธีการต่างๆ

3.7 การทำสื่อออนไลน์สำหรับการโฆษณา ประชาสัมพันธ์เพิ่มขึ้น

3.8 การสร้างความสัมพันธ์กับธุรกิจอื่นๆ เพื่อการพัฒนาสินค้าร่วมกัน

อภิปรายผล

จากการศึกษาสภาพแวดล้อมทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไหม ตำบลเกาะยอ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา แล้วนำมาวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและข้อจำกัดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่มไหม พบว่า ด้านจุดแข็ง ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นสวยงาม มีลวดลายจำนวนมาก และมีลวดลายผ้าทอใหม่ๆ ซึ่งไม่ซ้ำกับลวดลายของกลุ่มทอผ้าอื่นๆ ผลิตภัณฑ์บางชนิดได้รับรองมาตรฐาน OTOP 5 ดาว และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ราคาผลิตภัณฑ์ไม่สูงเกินไป ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายทั้ง off-line และ online และเป็นศูนย์เรียนรู้เกี่ยวกับการทอผ้าที่มีชื่อเสียงมานานกว่า 7 ปี ด้านจุดอ่อน การส่งเสริมการตลาดมีน้อย สมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ฝีมือการทอไม่เท่าเทียมกัน และขาดคนรุ่นใหม่ในการสืบทอด ด้านโอกาส ภาครัฐให้การช่วยเหลือในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การออกแบบลวดลายงานแสดงสินค้า โครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ คู่แข่งขันโดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงถือได้ว่าเป็นคู่แข่ง ด้านอุปสรรค ต้นทุนวัตถุดิบสูง/ค่าแรงงานสูง รสนิยมของคนรุ่นใหม่ไม่ค่อยนิยมแต่งกายชุดผ้าทอ ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำส่งผลกระทบต่อยอดขายผลิตผ้าทอ คู่แข่งขันทางอ้อมมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่า ภาคใต้มีนักท่องเที่ยวบางฤดูกาล และมีเทคโนโลยีสำหรับช่วยในการบริหารจัดการค่อนข้างน้อยโดยเฉพาะด้านการตลาดและการผลิต ทั้งนี้ผลการศึกษาที่มีความสอดคล้องกับการสรุป



สภาพการณ์ของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา ของธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังข์รัตน์ (2556) ที่พบว่าจุดแข็งของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลามีชื่อเสียงด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ได้รับโอกาสในการช่วยเหลือของหน่วยงานภาครัฐ แต่มีอุปสรรคคือชาวบ้านมีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อช่วยในการบริหารจัดการค่อนข้างน้อยโดยเฉพาะด้านการตลาด นอกจากนี้ผลการศึกษายังมีความสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองในเขตภาคเหนือตอนบนของน้ำเพ็ชร วินิจฉัยกุล และคณะ (2551) ที่พบว่ามีจุดแข็งในเรื่องทักษะและภูมิปัญญาที่เด่นชัด ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม มีการปรับปรุงคุณภาพสินค้า และรูปแบบผลิตภัณฑ์ จุดอ่อนคือ ปัญหาการจัดการของกลุ่ม โอกาสได้รับการสนับสนุนจากหลายหน่วยงาน และอุปสรรคเกิดจากการที่อำนาจซื้อของผู้บริโภคลดลง มีการแข่งขันสูงขึ้นกับธุรกิจขนาดเล็กและขนาดย่อม และผลการศึกษาด้านโอกาสที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่วมไทได้เข้าร่วมโครงการหมู่บ้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของภัทรธิดา ผลงาม (2551) ในการพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP: กรณีศึกษาในกลุ่มผ้าพื้นเมืองบ้านนาด้วง อำเภอนาด้วง จังหวัดเลย ที่พบว่าการได้เยี่ยมชมแหล่งผลิตผ้าทอมือ ถือเป็นโอกาสของช่องทางการจัดจำหน่ายที่สำคัญ และแนวทางการพัฒนาการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่วมไท ควรพัฒนาส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ที่มีความสอดคล้องกันกับกลุ่มเป้าหมาย

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาเพื่อพัฒนาลวดลายผ้า และรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีดีไซน์ที่ทันสมัยและมีความเป็นเอกลักษณ์
2. ศึกษาเพื่อพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสมัยใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่วมไท
3. ศึกษาเพื่อพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอร่วมไท

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ที่สนับสนุนงบประมาณการวิจัยในครั้งนี้ รวมทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องที่ช่วยทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

- ธงพล พรหมสาขา ณ สกลนคร และอุทิศ สังข์รัตน์. (2556). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนในเขตลุ่มทะเลสาบสงขลา (รายงานวิจัย). สงขลา : ภาควิชาสารัตถศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- น้ำเพ็ชร วินิจฉัยกุล และคณะ. (2551). การพัฒนาและเสริมสร้างความสามารถการแข่งขันทางเศรษฐกิจของกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองในเขตภาคเหนือตอนบน (รายงานผลการวิจัย). เชียงใหม่ มหาวิทยาลัยแม่โจ้.



ภัทรธิดา พลงาม. (2551). การพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ OTOP: กรณีศึกษาในกลุ่ม
ทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาด้วง อำเภอนาดัง จังหวัดเลย (รายงานการวิจัย). เลย : มหาวิทยาลัย
ราชภัฏเลย.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2555). สรุปสาระสำคัญแผนพัฒนา
เศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบเอ็ด พ.ศ.2555-2559. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการ
พัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, สำนักนายกรัฐมนตรี.

Pearce II, J. A., Robinson, R. B., Jr. (2011). Strategic Management: Formulation,
Implementation, and Control. 12th ed. New York : The McGraw-Hill Companies, Inc.

Pitts, Robert A. and LeL, David. (2000). Strategic Management: Building and Sustaining
Competitive Advantage. 2nd ed. USA. : South-Western College Publishing, Co.

Rothaermel, F.T. (2013). Strategic Management: Concepts and Cases. New York:
The McGraw-Hill Companies, Inc.

Wheelen, Thomas L. and Hunger, J. David. (2000). Strategic Management and Business
Policy. 7th ed. Upper Saddle River, N.J.: Prentice-hall, Inc.