

การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม  
The Development of Value Chain of Silk Products, Nong Khuean Chang Community,  
Maha Sarakham Province

ณัฐฤฎิญา โคหาจักร<sup>1</sup>, และอารีย์ นัยพินิจ<sup>2</sup>

Nattiya Khohachak<sup>1</sup>, Aree Naipinit<sup>2</sup>

<sup>1</sup>นักศึกษาระดับปริญญาโท คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

<sup>2</sup>คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น

<sup>1</sup>Master of Faculty of Business Administration, Khon Kaen University, Thailand

<sup>2</sup>Faculty of Business Administration, Khon Kaen University, Thailand

Corresponding author. Email: nattifra1129@gmail.com

(Received: August 15, 2023; Revised: November 8, 2023; Accepted: November 13, 2023)

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) สภาพปัจจุบันของห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชน บ้านหนองเขื่อนช้าง 2) สภาพปัญหาในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง 3) แนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง จำนวน 56 คน และหัวหน้ากลุ่มทอผ้าไหมจำนวน 9 คน เครื่องมือที่ใช้รวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ร่วมกับการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทอผ้าไหมในกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุน มีระดับปฏิบัติอยู่ในระดับมาก โดยมีปัญหาสำคัญที่เกิดขึ้นห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีดังนี้ ไม่มีการจดบันทึกข้อมูลการจัดเก็บวัตถุดิบ ขาดการวางแผนการผลิต ไม่บันทึกข้อมูลการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า ขาดแคลนวัตถุดิบ อุปกรณ์ และเงินทุนในการจัดหาวัตถุดิบ สมาชิกบางรายไม่ถนัดด้านการใช้เทคโนโลยีและไม่ชำนาญในงานด้านการบริหารงาน จึงเสนอแนวทางในการพัฒนาตามกิจกรรมในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ได้แก่ การจัดโครงสร้างพื้นฐานองค์กร การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ จัดหาเครื่องมือที่เหมาะสมกับศักยภาพของสมาชิก การวางแผนการผลิตเพื่อสั่งซื้อวัตถุดิบ การบันทึกข้อมูลเก็บวัตถุดิบ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในด้านการปฏิบัติการ การจัดทำรายการจัดส่งสินค้า การส่งเสริมใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในการสร้างร้านค้าบนโลกออนไลน์ การให้บริการลูกค้ายืนยันความถูกต้องของการจัดส่งสินค้า ซึ่งสามารถเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ของชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง ได้เพิ่มมากขึ้น

**คำสำคัญ :** ห่วงโซ่คุณค่า; ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม; การพัฒนา; การทอผ้าไหม

### Abstract

The objectives of this study were to study: 1) the current situation of value chain of silk products' Ban Nong Khuean Chang Community, 2) the problems of value chain of silk products' Ban Nong Khuean Chang Community, and 3) guidelines for developing the value chain of silk products' Ban Nong Khuean Chang Community, Muang District, Maha Sarakham Province. The sample group was 56 members of Ban Nong Khuean Chang silk products community, and 9 leaders of the silk weaving group. The tools

used to collect data were questionnaires and interview forms. Data were analyzed using descriptive statistics, including percentage, mean, and standard deviation, together with value chain analysis. The study found that the development of the value chain of the silk weaving group in the main activities and supporting activities were a high level of practice. The major problems that arise in the value chain of silk products were as follows: there weren't record of raw material storage, lack of production planning, there weren't record delivery information to customers, lack of raw materials, equipment and funds to procure raw materials, some members weren't technology savvy and not proficient in administrative work. Therefore, the development guidelines are proposed according to the activities in the value chain of silk products: organizational infrastructure organization, human resource development, provide tools that are appropriate to the potential of members, production planning to order raw materials, recording raw material picking data, application of technology in operations, preparing the shipping list, promoting the use of social media to create online stores, and customer service confirms the correctness of product delivery. That can increase the production efficiency of silk products' of Ban Nong Khuean Chang community.

**Keywords :** value chain; silk product; developing; weaving silk

## 1. บทนำ

ผ้าไหม เป็นสินค้าประเภทสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มที่ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตที่มีคุณภาพของโลกผ้าไหมไทยมีลักษณะที่แตกต่างจากผ้าไหมทั่วไป กล่าวคือ มีความแวววาว เนื้อผ้าฟู ไม่เรียบ อ่อนนุ่ม และมีน้ำหนัก ปัจจุบันหลายประเทศหันมาให้ความสนใจเกี่ยวกับการผลิตและส่งออกผ้าไหม เช่น ประเทศจีน ในเมืองหางซง มณฑลเสฉวน ถือเป็นเมืองผลิตไหมขนาดใหญ่ที่สุดของจีน ในระยะเวลาไม่กี่ปีที่ผ่านมา ศูนย์เศรษฐกิจหางซงได้ผลักดันให้เป็นแหล่งผลิตสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มแนวหน้าของประเทศ และยังเป็นแหล่งส่งออกสิ่งทอจากไหม แหล่งเลี้ยงไหมส่งออก แหล่งการพิมพ์ลายและย้อมผ้าบนสิ่งทอ และเป็นแหล่งให้ความรู้วิจัยค้นคว้าเกี่ยวกับไหมอย่างครบวงจร (จิรัชญา นามวงษ์, ชญานุช หนูทอง และณัฐริกา ดอนวิจารย์, 2562) จากการเปลี่ยนแปลงด้านการผลิตผ้าไหมของโลก ทำให้กลุ่มอาชีพทอผ้าไหมของประเทศไทย มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการพัฒนาศักยภาพ รวมถึงกระบวนการต่าง ๆ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านสินค้าผ้าไหม ทั้งในประเทศและต่างประเทศ

ในประเทศไทยพบหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการทอผ้าไหมที่เก่าแก่ที่สุดประมาณ 3,000 ปีที่แล้ว โดยพบเศษผ้าไหมของวัฒนธรรมบ้านเชียง ณ บ้านนาดี อำเภอหนองหาน จังหวัดอุดรธานี จากต้นกำเนิดของการค้นพบผ้าไหม ทำให้ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เป็นพื้นที่ที่มีอุตสาหกรรมการผลิตผ้าไหมอย่างแพร่หลายตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน โดยแต่ละจังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีการจัดตั้งกลุ่มทอผ้าไหมเป็นจำนวนมาก ปัจจุบันมีการนำผ้าไหมไปสร้างสรรค์ผลงาน ตั้งแต่ผ้าไหมที่สวมใส่ เสื้อผ้า งานตกแต่งบ้าน เฟอร์นิเจอร์ เป็นสินค้า OTOP และสินค้าส่งออกยอดนิยม ซึ่งแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ โดยนำผ้าไหมมาออกแบบให้ดูทันสมัย ประยุกต์ปรับเปลี่ยนตามแฟชั่น (ภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์, 2564) ประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตไหมไทยและผลิตภัณฑ์ไหมไทย ที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงมาก ผ้าไหมไทยมีความโดดเด่น เพราะมีเนื้อผ้าเป็นมันวาวเป็นประกาย มีเอกลักษณ์ของตัวเองที่ไม่เหมือนกับผ้าไหมจากประเทศอื่น ๆ ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เป็นที่นิยมในตลาด ได้แก่ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ เน็คไท เสื้อผ้า ผ้าผืนแต่งบ้าน ปลอกหมอน พรม กระเป๋า รองเท้า ก่อ่งใส่ของบุ

ไหม เป็นต้น จึงมีการจำหน่ายผ้าไหมทั้งในประเทศและส่งออกต่างประเทศ ปี พ.ศ. 2565 ประเทศไทยส่งออกผลิตภัณฑ์ไหมในรูปแบบของผ้าผืนและเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยไทยส่งออกผ้าผืนทำจากไหม มีมูลค่า 97.36 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 3.30 จากปี พ.ศ. 2564 มีมูลค่า 94.25 ล้านบาท ซึ่งมีตลาดสำคัญ ได้แก่ สหรัฐ ฝรั่งเศส ไอร์แลนด์ ฮองกง และญี่ปุ่น และการส่งออกเสื้อผ้าสำเร็จรูปทำจากไหม มีมูลค่า 59.54 ล้านบาท เพิ่มขึ้น ร้อยละ 48.22 จากปี พ.ศ. 2564 มีมูลค่า 40.17 ล้านบาท โดยมีตลาดสำคัญ ได้แก่ ฮองกง สวิตเซอร์แลนด์ ญี่ปุ่น สหรัฐ สิงคโปร์ เป็นต้น (สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน), 2565) โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทยเป็นแหล่งผลิตไหมและผลิตภัณฑ์ไหมที่ใหญ่ที่สุดในประเทศมีสัดส่วนสูงสุดถึงร้อยละ 80

จังหวัดมหาสารคาม เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีกลุ่มทอผ้าไหมในทุกอำเภอ เช่น กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอเมืองมหาสารคาม กลุ่มทอผ้าไหมผ้าฝ้ายบ้านห้วยทราย อำเภอนาเชือก กลุ่มทอผ้าไหมบ้านลาดเจริญ อำเภอกันทรวิชัย และกลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนองบัว หมู่ 2 อำเภอกุดรัง เป็นต้น โดยแต่ละพื้นที่จะมีเอกลักษณ์ที่ถ่ายทอดผ่านลายของผ้าไหมอย่างสวยงาม ความโดดเด่นของผ้าไหมที่เป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัดมหาสารคาม คือ ผ้าไหมลายสร้อยดอกหมาก ซึ่งลายมีความละเอียด สวยงาม และวิจิตรบรรจง ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทผ้าไหมในจังหวัดมหาสารคาม เติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องด้วยผ้าไหมถูกนำมาตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เช่น เสื้อสูทชายและหญิง ผ้าห่ม ผ้าขาวม้า กระเป๋า เป็นต้น โดยใช้สวมใส่หลากหลายโอกาส เช่น การสวมใส่ในวันสำคัญต่าง ๆ นอกจากนี้ หน่วยงานภาครัฐและเอกชนหลายหน่วยงานเริ่มให้ความสนใจในการแต่งกายด้วยผ้าไหมเพื่อเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมการสวมผ้าทอไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2563)

ปัญหาที่พบจากการลงพื้นที่สำรวจเบื้องต้นของกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดมหาสารคาม คือ กระบวนการขั้นตอน การผลิตขาดความทันสมัย มีความล่าช้า ขาดการวางแผนในการผลิตและระยะเวลาในการผลิต ทำให้ไม่สามารถคำนวณต้นทุนและกำลัการผลิตในแต่ละวันได้อย่างถูกต้อง ไม่มีการจัดบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับการจัดซื้อวัตถุดิบ การผลิต รวมทั้งการจัดทำบัญชีรายรับ รายจ่ายของกลุ่มทอผ้าไหม โดยปัญหาที่พบอื่น ๆ คือ การใช้ช่องทางออนไลน์ในการกระจายสินค้า โดยพบว่ามีเพียงบางกลุ่มทอผ้าไหมที่ใช้ช่องทางออนไลน์ในการจำหน่ายสินค้า ส่วนใหญ่จะเป็นการจำหน่ายที่ร้านค้าของตนเอง และ การนำเข้ามาขายในเขตพื้นที่อำเภอเมืองมหาสารคาม ในช่วงเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานบุญเบิกฟ้าและกาชาด งานของดี OTOP หรืองานของดี 4 ภาค และงานประชุมหรือนิทรรศการที่จังหวัดมหาสารคามได้รับมอบหมายให้เป็นเจ้าภาพ รวมทั้งปัญหาด้านการใช้เทคโนโลยีในการจัดการหรือการซื้อขายสินค้า เนื่องด้วยกลุ่มทอผ้าไหมส่วนใหญ่เป็นผู้ที่มีอายุมาก

ห่วงโซ่คุณค่า หรือ Value Chain (Porter, 1985) เป็นแบบจำลองที่มุ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมในโซ่คุณค่าของแต่ละหน่วยธุรกิจ ตั้งแต่ การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ การผลิต รวมถึงการส่งมอบสินค้าและบริการให้กับลูกค้า โดยมุ่งสร้างความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจ ด้วยการวิเคราะห์มูลค่าเพิ่มที่เกิดขึ้นในแต่ละกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่าจะเชื่อมโยงกิจกรรมต่าง ๆ ที่สร้างมูลค่าเพิ่ม เกิดการเชื่อมโยงกับคู่ค้าในโซ่อุปทาน เชื่อมโยงกิจกรรมทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับสินค้าส่งผลกระทบต่อศักยภาพการแข่งขันต่อไป โดยห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ประกอบ กิจกรรมต้นน้ำ ได้แก่ การปลูกหม่อน เลี้ยงไหม การเตรียมเส้นไหม และย้อมสี กิจกรรมกลางน้ำ ได้แก่ การมัดหมี่ การทอผ้าออกมาเป็นผืน การตัดเย็บผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ กางเกงขาก๊วย ของชำร่วย กระเป๋า หมอน ยามลายชนิด และกิจกรรมปลายน้ำ เป็นการจำหน่ายผ้าไหม จากปัญหาข้างต้นพบว่า ธุรกิจผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหมในจังหวัดมหาสารคาม ตามกิจกรรมห่วงโซ่คุณค่า จะพบปัญหาหลักคือ ด้านการตลาดและการขาย รวมทั้ง ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี ที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในโลกยุคปัจจุบันนี้

ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงให้ความสนใจในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่า ในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เนื่องจาก ห่วงโซ่คุณค่าเป็นเครื่องมือที่ใช้ในการวิเคราะห์กิจกรรมของธุรกิจที่มีเป้าหมายชัดเจน เพื่อให้ผู้ประกอบการผ้าไหมได้นำข้อมูลจากการศึกษารุ่นนี้ไปพัฒนาและเพิ่มประสิทธิภาพของผลิตภัณฑ์ให้

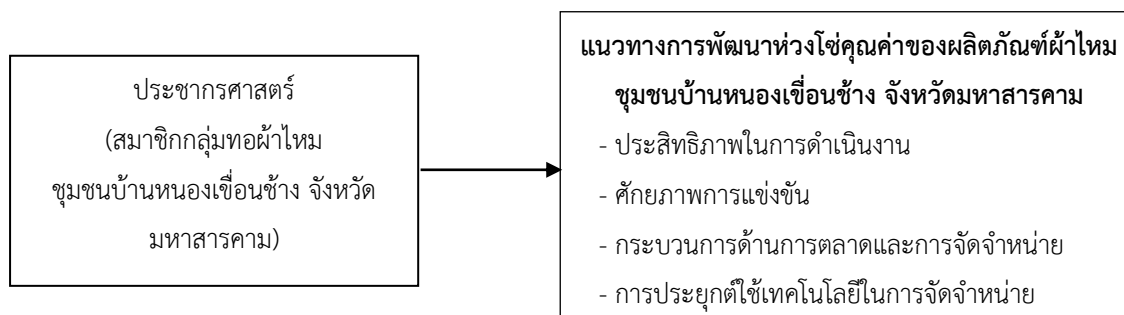
สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมเดียวกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ยั่งยืน และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

## 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอมือเมือง จังหวัดมหาสารคาม
3. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอมือเมือง จังหวัดมหาสารคาม

## 3. กรอบแนวคิด

การศึกษานี้ได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## 4. ขอบเขตการวิจัย

### 4.1 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ กลุ่มทอผ้าไหมจำนวน 9 กลุ่ม สมาชิกกลุ่มรวม 56 คน โดยเป็นประชาชนที่ประกอบอาชีพด้านการทอผ้าไหมในชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอมือเมือง จังหวัดมหาสารคาม

กลุ่มเป้าหมายในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ หัวหน้ากลุ่มทอผ้าไหมชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอมือเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 9 คน

### 4.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอมือเมือง จังหวัดมหาสารคาม

### 4.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ในการศึกษา คือ กลุ่มทอผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอมือเมือง จังหวัดมหาสารคาม

## 5. วิธีการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการศึกษาแบบผสมผสาน (Mixed Method Research) โดยใช้การศึกษาเชิงสำรวจ (Survey) และการสัมภาษณ์ (Interview)

### 5.1 กลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลหลัก

กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ที่ประกอบอาชีพด้านการทอผ้าไหมในชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม นั่นคือ สมาชิกของกลุ่มทอผ้าไหมจำนวน 9 กลุ่ม โดยมีสมาชิกกลุ่มรวมทั้งสิ้น 56 คน

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์ ได้แก่ หัวหน้ากลุ่มทอผ้าไหมชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 9 คน

### 5.2 เครื่องมือที่ใช้เก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล แบ่งเป็น แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ ดังนี้

**แบบสอบถาม** มี 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทอผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง เกี่ยวกับกิจกรรมหลัก ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทอผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง เกี่ยวกับกิจกรรมสนับสนุน

**แบบสัมภาษณ์** สำหรับหัวหน้ากลุ่มทอผ้าไหมหรือผู้แทน เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและปัญหาที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่คุณค่าและปัญหาที่เกิดขึ้นของกลุ่มทอผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม

### 5.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์แล้วนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เมื่ออาจารย์ที่ปรึกษาเห็นชอบ แล้วนำแบบสอบถามฉบับจริงไปแจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อให้สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง กรอกแบบสอบถามด้วยตัวเอง ซึ่งได้รับการตอบกลับแบบสอบถามจำนวน 56 ชุด ในส่วนของการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์หัวหน้ากลุ่มทอผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง จำนวน 9 คน ด้วยตนเอง

### 5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามด้วยสถิติพรรณนา เพื่ออธิบายข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามและความคิดเห็นต่อการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทอผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้รับจากการสัมภาษณ์ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เกี่ยวกับห่วงโซ่คุณค่าและปัญหาที่เกิดขึ้นของกลุ่มทอผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม ร่วมกับการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

## 6. ผลการวิจัย

### 6.1 สภาพปัจจุบันของห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป ระดับการศึกษามัธยมศึกษาตอนปลายหรือต่ำกว่า อายุการเป็นสมาชิกกลุ่ม 16 ปีขึ้นไป โดยมีจำนวนสมาชิกกลุ่ม 11 – 15 คน ประกอบอาชีพทอผ้าไหมเป็นอาชีพหลัก ดำเนินการในกระบวนการทอผ้าไหม ซึ่งประกอบด้วย การฟอกไหม การย้อมไหม การกรอไหม ฟูก การกรอไหมเย็น และการทอผ้าไหมด้วยตนเอง มีลักษณะการทอผ้าไหมเพื่อรจำหน่ายและตามคำสั่งซื้อ การจำหน่ายทั้งเฉพาะลูกค้าทั่วไปและลูกค้าประจำ

ผลการศึกษาความคิดเห็นต่อการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทอผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ระดับการปฏิบัติที่อยู่ในระดับมากทั้งกิจกรรมหลักและกิจกรรมสนับสนุนในห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทอผ้าไหม ดังตารางที่ 1-2 ทั้งนี้ระดับการปฏิบัติในการห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทอผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม อยู่ในระดับปฏิบัติมากที่สุด 19 ปัจจัย ระดับปฏิบัติมาก 21 ปัจจัย และระดับปฏิบัติปานกลาง 23 ปัจจัย

**ตารางที่ 1** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติที่มีต่อการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทอผ้าไหมในกิจกรรมหลักของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

กิจกรรมหลัก	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	S.D.	แปลผล (ระดับการปฏิบัติ)	อันดับที่
1. ด้านการขนส่งขาเข้า	3.84	0.64	มาก	3
2. ด้านการปฏิบัติการ	3.78	0.65	มาก	4
3. ด้านการขนส่งขาออก	3.85	0.61	มาก	2
4. ด้านการตลาดและการขาย	3.84	0.62	มาก	3
5. การบริการ	3.92	0.77	มาก	1
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>3.85</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>	

**ตารางที่ 2** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติที่มีต่อการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มทอผ้าไหมในกิจกรรมสนับสนุนของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

กิจกรรมสนับสนุน	ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )	S.D.	แปลผล (ระดับการปฏิบัติ)	อันดับที่
1. ด้านการจัดหาและจัดซื้อวัตถุดิบ	3.61	0.71	มาก	4
2. ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี	3.74	0.55	มาก	3
3. ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์	4.01	0.70	มาก	1
4. ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร	3.91	0.63	มาก	2
<b>ค่าเฉลี่ย</b>	<b>3.82</b>	<b>0.65</b>	<b>มาก</b>	

จากการสัมภาษณ์สภาพปัจจุบันของห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า

กิจกรรมหลักในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ด้านการจัดหาวัตถุดิบ ประกอบด้วย การผลิตและจัดซื้อเส้นไหม การย้อมสี โดยสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมส่วนใหญ่ใช้วิธีการผลิตเส้นไหมและย้อมสีเอง มีสมาชิกส่วนน้อยที่จัดซื้อเส้นไหมจากเกษตรกรในชุมชน ด้านการปฏิบัติการ สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม ทำการฟอกไหม ย้อมไหม กรอไหมพุ่งไหมยืนด้วยตนเอง มีการทอผ้าไหมทั้งเพื่อจำหน่ายและตามคำสั่งซื้อ ด้านการกระจายสินค้า สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม เปิดร้านเป็นของตนเอง โดยตั้งหน้าร้านเพื่อจำหน่ายผ้าไหมที่บ้านของตนเอง มีบริการจัดส่งสินค้าเองในเขตพื้นที่ใกล้เคียง และจัดส่งด้วยบริษัทขนส่งเอกชน และไปรษณีย์ไทย ด้านการตลาดและการขาย กลุ่มทอผ้าไหมชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง มีการพัฒนาตราสินค้าเป็นของ

ตนเอง มีการตรวจสอบสินค้าก่อนจัดส่งสม่ำเสมอ และมีการติดตามตรวจสอบการจัดส่งและคุณภาพสินค้า ด้านการบริการ มีรถบริษัทขนส่งเอกชนเดินทางมารับพัสดุที่จะจัดส่ง ณ ร้านค้า

กิจกรรมสนับสนุนในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง ด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีรูปแบบการทำงานกันแบบเป็นครอบครัว มีการประชุมกลุ่มทอผ้าไหมเพื่อวางแผนในการกำหนดตลาดและปริมาณการผลิต ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ กลุ่มทอผ้าไหมทำงานร่วมกันได้อย่างเป็นเหมือนครอบครัว ได้รับการฝึกอบรมจากภาครัฐและเอกชน ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมสามารถใช้ไลน์ในการสั่งซื้อวัตถุดิบและจำหน่ายผ้าไหม และได้รับการอบรมการใช้แอปพลิเคชันธนาคารบนมือถือ การจัดหาทรัพยากร ส่วนใหญ่ซื้อเส้นไหมและสีย้อมจากเกษตรกรในชุมชน

## 6.2 สภาพปัญหาในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

สภาพปัจจุบันในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม และจากผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT) ในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง พบว่า มีปัญหา ดังนี้ 1) ไม่มีการจัดโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรที่ชัดเจน และไม่มีการจัดทำลักษณะงาน (Job Descriptive) ของแต่ละตำแหน่ง 2) สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมบางคนไม่ชำนาญในงานด้านการบริหารงานของกลุ่มทอผ้าไหม 3) สมาชิกบางรายไม่ถนัดด้านการใช้เทคโนโลยี หรือสั่งซื้อคอมออนไลน์ และไม่รู้จักประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการทำการตลาดออนไลน์ 4) กลุ่มทอผ้าไหมขาดแคลนวัตถุดิบ อุปกรณ์ และเงินทุนที่เพียงพอต่อการจัดหาวัตถุดิบเพื่อทำเส้นไหมและย้อมสี 5) ไม่มีการจัดบันทึกข้อมูลการจัดเก็บวัตถุดิบ และการนำวัตถุดิบไปใช้ในการผลิตผ้าไหม เช่น เส้นไหม และสีย้อม 6) สมาชิกขาดการวางแผนการผลิตและไม่กำหนดเวลาการผลิต ไม่มีการคำนวณต้นทุนและกำลังการผลิต 7) ไม่บันทึกข้อมูลการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า และไม่มีการจัดบันทึกและแจ้งเลขพัสดุในการจัดส่งสินค้าทางช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ 8) สมาชิกสามารถใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อทำการตลาดและการขายผ้าไหมได้เพียงบางกลุ่มทอผ้าไหมเท่านั้น และ 9) ไม่มีการวางแผนการรับคืนผ้าไหมจากลูกค้าที่อาจผิดขนาดหรือไม่ได้คุณภาพ ดังภาพที่ 2

กิจกรรมสนับสนุน	<p><b>โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร:</b> (S) มีการประชุมกลุ่มทอผ้าไหมเพื่อวางแผนในการกำหนดตลาดและปริมาณการผลิต</p> <p>(S) ทำงานกันแบบเป็นครอบครัว (W) ไม่มีการจัดโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรที่ชัดเจน และไม่มีการจัดทำลักษณะงาน (Job Descriptive) ของแต่ละตำแหน่ง</p>				
	<p><b>การบริหารทรัพยากรมนุษย์:</b> (S) กลุ่มทอผ้าไหมทำงานร่วมกันได้อย่างเป็นเหมือนครอบครัว (S) ได้รับการฝึกอบรมจากภาครัฐและเอกชน (W) การขาดแคลนแรงงาน (W) สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมบางคนไม่ชำนาญในงานด้านการบริหารงานของกลุ่มทอผ้าไหม</p>				
	<p><b>การพัฒนาเทคโนโลยี:</b> (S) สามารถใช้ไลน์ในการสั่งซื้อวัตถุดิบและจำหน่ายผ้าไหม (S) ได้รับการอบรมการใช้แอปพลิเคชันการบนมือถือ (W) สมาชิกบางรายไม่ถนัดด้านการใช้เทคโนโลยี หรือสั่งซื้อคอมออนไลน์ และไม่รู้จักประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการทำการตลาดออนไลน์</p>				
	<p><b>การจัดหาและจัดซื้อวัตถุดิบ:</b> (S) ส่วนใหญ่ซื้อเส้นไหมและสีย้อมจากเกษตรกรในชุมชน (S) เส้นไหมและสีย้อมจากเกษตรกรในชุมชนมีราคาไม่สูงมากนัก (W) กลุ่มทอผ้าไหมขาดแคลนวัตถุดิบ อุปกรณ์ และเงินทุนที่เพียงพอต่อการจัดหาวัตถุดิบเพื่อทำเส้นไหมและย้อมสี</p>				
กิจกรรมหลัก	<p><b>การขนส่งขาเข้า</b></p> <p>(S) ใช้วิธีการผลิตเส้นไหมและย้อมสีเอง</p> <p>(S) ชุมชนฯ มีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ทำให้ราคาต้นทุนไม่สูงมาก</p> <p>(W) ไม่มีการจัดบันทึกข้อมูลการจัดเก็บวัตถุดิบและการนำวัตถุดิบไปใช้ในการผลิตผ้าไหม เช่น เส้นไหม และสีย้อม</p>	<p><b>การปฏิบัติการ</b></p> <p>(S) พอกไหม ย้อมไหม กรอไหม ฟุงไหม ยืนด้วยตนเอง</p> <p>(S) มีการทอผ้าไหมทั้งเพื่อรอจำหน่ายและตามคำสั่งซื้อ</p> <p>(W) สมาชิกขาดการวางแผนการผลิตและไม่กำหนดเวลาการผลิต</p> <p>(W) ไม่มีการคำนวณต้นทุนและกำลังการผลิต</p>	<p><b>การขนส่งขาออก</b></p> <p>(S) เปิดร้านเป็นของตนเอง โดยตั้งร้านค้าที่บ้านของตน</p> <p>(S) มีบริการจัดส่งสินค้าในเขตพื้นที่ใกล้เคียง และส่งบริษัทขนส่งเอกชนและไปรษณีย์ไทย</p> <p>(W) ไม่บันทึกข้อมูลการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า และไม่มีการจัดบันทึกและแจ้งเลขพัสดุในการจัดส่งสินค้าทางช่องทางสื่อสังคมออนไลน์</p>	<p><b>การตลาดและการขาย</b></p> <p>(S) มีการพัฒนาตราสินค้าเป็นของตนเอง</p> <p>(S) มีการตรวจสอบสินค้าก่อนจัดส่ง สม่ำเสมอ และมีการติดตามตรวจสอบการจัดส่งและคุณภาพสินค้า</p> <p>(W) สมาชิกสามารถใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อทำการตลาดและการขายผ้าไหมได้เพียงบางกลุ่มทอผ้าไหมเท่านั้น</p>	<p><b>การบริการ</b></p> <p>(S) ลูกค้ากลุ่มทอผ้าไหมจะได้รับบริการและได้รับการอำนวยความสะดวกในหลังการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า</p> <p>(W) ไม่มีการวางแผนการรับคืนผ้าไหมจากลูกค้าที่อาจผิดขนาดหรือไม่ได้คุณภาพ</p>
	<p>ถ้าไร</p>				

ภาพที่ 2 สภาพปัจจุบันและปัญหาของห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง

### 6.3 แนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

จากเสนอแนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม (ดังภาพที่ 4) มีรายละเอียดดังนี้



### 6.3.1 กิจกรรมหลัก

1) ด้านการขนส่งขาเข้า เมื่อกลุ่มทอผ้าไหมได้รับวัตถุดิบจากซัพพลายเออร์ กำหนดให้มีการบันทึกรายการวัตถุดิบ โดยใช้ตารางบันทึกวัตถุดิบที่ได้สร้างขึ้น แล้วทำการจัดเก็บวัตถุดิบไว้กับฝ่ายจัดซื้อ เมื่อสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมมีความต้องการใช้วัตถุดิบ ลงบันทึกเพื่อขอเบิกวัตถุดิบ โดยใช้ตารางบันทึกข้อมูลการเบิกวัตถุดิบ และทำการส่งมอบวัตถุดิบให้กับสมาชิก

2) ด้านการปฏิบัติการ กลุ่มทอผ้าไหมควรมีการวางแผนการผลิตในแต่ละเดือนและบันทึกข้อมูลทั้งการผลิตตามคำสั่งซื้อและรอกำหนด และมีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อจัดเก็บข้อมูล วางแผนการผลิต คำนวณต้นทุน และกำลังการผลิตผ้าไหม โดยใช้ตารางบันทึกข้อมูลการผลิต ที่ได้สร้างขึ้นในบันทึกข้อมูลการผลิตผ้าไหมของชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง

3) ด้านการขนส่งขาออก มีการจัดทำรายการสินค้าที่ต้องจัดส่งตามลำดับคำสั่งซื้อ ซึ่งมีการบันทึกข้อมูลในตารางบันทึกข้อมูลการจัดส่งสินค้า หลังจากนั้นทำการแพ็คสินค้าลงกล่องเพื่อจัดส่งให้กับลูกค้า ทำการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า และมีการสื่อสารออนไลน์เพื่อแจ้งเลขพัสดุในการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้า

4) ด้านการตลาดและการขาย ส่งเสริมให้กลุ่มทอผ้าไหมทุกกลุ่มใช้สื่อสังคมออนไลน์อย่างมีประสิทธิภาพ ในการสร้างร้านค้าบนโลกออนไลน์ เพื่อเพิ่มช่องทางการตลาดในการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง เช่น เพจเฟซบุ๊ก ไลน์ OA ติ๊กต็อก เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์ร้านค้าโดยช่องทางออนไลน์มากขึ้น ส่งผลให้ลูกค้าสามารถรับรู้ข้อมูลและเข้าถึงสินค้าได้ง่าย และเป็นการเพิ่มฐานลูกค้า โดยมีการจัดการอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการสร้างร้านค้าบนโลกออนไลน์ เพื่อให้สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมได้สร้างเพจเฟซบุ๊ก ไลน์ OA ติ๊กต็อก ของกลุ่มทอผ้าไหม เพื่อใช้ในการโพสต์ขายสินค้า และใช้เป็นช่องทางในการให้ข้อมูลแก่ลูกค้า ทั้งนี้ ในการโพสต์ข้อความต่างๆ มีติดแฮชแท็ก เพื่อเป็นคำค้นหาลูกค้าสามารถค้นหาสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมได้ง่ายขึ้น

5) ด้านการบริการ ฝ่ายการตลาดมีการถ่ายรูปสินค้าส่งให้ลูกค้าเพื่อตรวจสอบถูกต้องของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมตามคำสั่งซื้อของลูกค้าก่อนจัดส่งสินค้า ส่งชื่อและที่อยู่ให้ลูกค้ายืนยันความถูกต้องเพื่อให้การจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว และแจ้งเลขทะเบียนรับให้ลูกค้าตรวจสอบ เพื่อป้องกันไม่ให้สินค้าสูญหาย รวมทั้งมีการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลผ้าไหม โดยมีการกำหนดตัวอย่างข้อความโต้ตอบกับลูกค้า เพื่อให้สะดวกในการให้บริการแก่ลูกค้า

### 6.3.2 กิจกรรมสนับสนุน

1) ด้านการจัดหาและจัดซื้อวัตถุดิบ กลุ่มทอผ้าไหมจัดหาแหล่งเงินทุนเพิ่ม โดยสนับสนุนให้กลุ่มทอผ้าไหมมีการรวมกลุ่มเพื่อขอยืมกู้เงินหมุนเวียนกับธนาคาร เช่น ธนาคารออมสิน ธนาคารกรุงไทย เป็นต้น เพื่อใช้ต่อยอดในการซื้อวัตถุดิบที่ใช้ทอผ้าไหมของกลุ่ม เมื่อมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าทำการวางแผนการผลิตเพื่อสั่งซื้อวัตถุดิบ หลังจากนั้นฝ่ายจัดซื้อติดต่อซัพพลายเออร์เพื่อสั่งซื้อเส้นไหมและสีย้อมผ้า ให้นำมาส่งให้กับกลุ่มทอผ้าไหม โดยจัดทำตารางบันทึกข้อมูลการสั่งซื้อวัตถุดิบ เพื่อให้ฝ่ายจัดซื้อได้บันทึกข้อมูลการสั่งซื้อวัตถุดิบมาใช้ในการทอผ้าไหม

2) ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี กลุ่มทอผ้าไหม ดำเนินจัดหาเครื่องมือที่เหมาะสมกับศักยภาพของสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม และให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการทำงานแก่สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม โดยดำเนินการสำรวจเครื่องมือและสมาร์ตโฟนของสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม ซึ่งสมาชิกทุกคนใช้สมาร์ตโฟน แต่ยังมีบางคนที่ใช้งานสมาร์ตโฟนและใช้เทคโนโลยีในการทำงานยังไม่ชำนาญการ จึงมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการทำงานแก่สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม โดยมีการเชิญวิทยากรที่มีความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ เพื่อมาให้ความรู้เกี่ยวกับใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างร้านค้าบนโลกออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า เช่น เพจเฟซบุ๊ก ไลน์ OA ติ๊กต็อก เป็นต้น

3) ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ มีจัดเตรียมกำลังคนตามโครงสร้างองค์กร และมีการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความรู้ในแต่ละตำแหน่งงาน ประกอบด้วย มีการอบรมให้ความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และแชร์ประสบการณ์กับ

ผู้ที่มีประสบการณ์ ซึ่งดำเนินการได้จัดประชุมกลุ่มสมาชิกทอผ้าไหม เพื่อเสนอให้มีการจัดกลุ่มทอผ้าไหมให้มีโครงสร้างองค์กร ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบัญชี ฝ่ายการตลาด ซึ่งต้องมีสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมอย่างน้อย 4 คน เมื่อมีการจัดกลุ่มทอผ้าไหมให้แต่ละกลุ่มมีประธานกลุ่ม ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบัญชี และฝ่ายการตลาด แล้วนั้น จัดอบรมให้ความรู้ของแต่ละตำแหน่งงาน โดยการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ระดมสมอง และแชร์ประสบการณ์จากแต่ละกลุ่ม เพื่อให้กลุ่มที่มีผู้ที่ชำนาญงานในตำแหน่งประธานกลุ่ม ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบัญชี และฝ่ายการตลาด มีการสอนงานให้กับกลุ่มอื่น ๆ ที่ยังไม่ชำนาญงานในหน้าที่ที่ได้รับแต่งตั้ง

4) ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร กลุ่มทอผ้าไหมควรมีการจัดทำโครงสร้างพื้นฐานองค์กรของกลุ่มทอผ้าไหมให้ชัดเจน และจัดทำลักษณะงาน (Job Descriptive) ของแต่ละตำแหน่ง โดยได้เสนอโครงสร้างองค์กรให้แต่ละกลุ่มทอผ้าไหม ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม ฝ่ายจัดซื้อ ฝ่ายบัญชี ฝ่ายการตลาด และสมาชิกกลุ่ม

กิจกรรมสนับสนุน	<p><b>โครงสร้างพื้นฐานขององค์กร:</b> (1) จัดทำโครงสร้างพื้นฐานองค์กรของกลุ่มทอผ้าไหมให้ชัดเจน และจัดทำลักษณะงาน (Job Descriptive) ของแต่ละตำแหน่ง</p>				
	<p><b>ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์:</b> (1) จัดเตรียมกำลังคนตามโครงสร้างองค์กร (2) พัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีความรู้ในแต่ละตำแหน่งงาน โดยมีการอบรมให้ความรู้ การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และแชร์ประสบการณ์กับผู้ที่มีประสบการณ์</p>				
	<p><b>ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี:</b> (1) ดำเนินจัดหาเครื่องมือที่เหมาะสมกับศักยภาพของสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม และให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการทำงานแก่สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม</p>				
	<p><b>การจัดหาและจัดซื้อวัตถุดิบ:</b> (1) จัดหาแหล่งเงินทุนเพิ่ม (2) เมื่อมีคำสั่งซื้อจากลูกค้าทำการวางแผนการผลิตเพื่อสั่งซื้อวัตถุดิบ หลังจากนั้นฝ่ายจัดซื้อติดต่อซัพพลายเออร์เพื่อสั่งซื้อเส้นไหมและสีย้อมผ้า ให้นำมาส่งให้กับกลุ่มทอผ้าไหม</p>				
กิจกรรมหลัก	<p><b>การขนส่งขาเข้า</b></p> <p>(1) จัดทำบันทึกรายการวัตถุดิบแล้วทำการจัดเก็บวัตถุดิบไว้กับฝ่ายจัดซื้อ</p> <p>(2) เมื่อสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม มีความต้องการใช้วัตถุดิบ ลงบันทึกเพื่อขอเบิกวัตถุดิบ และทำการส่งมอบวัตถุดิบให้กับสมาชิก</p>	<p><b>การปฏิบัติการ</b></p> <p>(1) มีการวางแผนการผลิตในแต่ละเดือน และบันทึกข้อมูลทั้งการผลิตตามคำสั่งซื้อและรอจำหน่าย</p> <p>(2) มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อจัดเก็บข้อมูล วางแผนการผลิต คำนวณต้นทุนและกำลังการผลิตผ้าไหม</p>	<p><b>การขนส่งขาออก</b></p> <p>(1) จัดทำรายการสินค้าที่ต้องจัดส่งตามลำดับคำสั่งซื้อ หลังจากนั้นทำการแพ็คสินค้าเพื่อจัดส่งให้กับลูกค้า</p> <p>(2) มีการสื่อสารออนไลน์เพื่อแจ้งการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้า</p>	<p><b>การตลาดและการขาย</b></p> <p>(1) ส่งเสริมให้กลุ่มทอผ้าไหมทุกกลุ่มใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างร้านค้าบนโลกออนไลน์ เพื่อเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้า เช่น เพจเฟซบุ๊ก ไลน์ OA ติกต็อก</p>	<p><b>ด้านการบริการ</b></p> <p>(1) ถ่ายรูปสินค้าส่งให้ลูกค้าเพื่อตรวจสอบถูกต้องของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมตามคำสั่งซื้อของลูกค้า</p> <p>(2) ส่งชื่อและที่อยู่ให้ลูกค้ายืนยันความถูกต้องเพื่อให้การจัดส่งสินค้าให้ลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว</p> <p>(3) แจ้งเลขทะเบียนรับให้ลูกค้าตรวจสอบ เพื่อป้องกันไม่ให้สินค้าสูญหาย</p>
	กำไร				

ภาพที่ 3 แนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง

## 7. อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

### 7.1 อภิปรายผล

กิจกรรมหลักในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของกลุ่มทอผ้าไหมชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง ด้านการจัดการ วัตถุประสงค์ สมาชิกส่วนใหญ่ผลิตเส้นไหมและย้อมสีเอง ด้านการปฏิบัติการ ทำการฟอกไหม ย้อมไหม กรอไหมพุ่ง ไหมยืนด้วยตนเอง มีการทอผ้าไหมทั้งเพื่อจำหน่ายและตามคำสั่งซื้อ ด้านการกระจายสินค้า มีบริการจัดส่งสินค้าเองในเขตพื้นที่ใกล้เคียง และจัดส่งด้วยบริษัทขนส่งเอกชน และไปรษณีย์ไทย ด้านการตลาดและการขาย มีการตรวจสอบสินค้าก่อนจัดส่ง สม่่าเสมอ ด้านการบริการ ลูกค้ากลุ่มทอผ้าไหมจะได้รับบริการและได้รับการอำนวยความสะดวกในหลังการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า กิจกรรมสนับสนุนในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ด้านโครงสร้างพื้นฐาน มีรูปแบบการทำงานกันแบบเป็นครอบครัว ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ทำงานร่วมกันได้อย่างดีเป็นเหมือนครอบครัว ได้รับการฝึกอบรมจากภาครัฐและเอกชน ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมสามารถใช้ไลน์ในการสั่งซื้อวัตถุดิบและจำหน่ายผ้าไหม การจัดหาทรัพยากร ส่วนใหญ่ซื้อเส้นไหมและสีย้อมจากเกษตรกรในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนาภรณ์ สมานทอง (2561) ได้ศึกษา เรื่อง การจัดการโซ่อุปทานผ้าไหมทอมือในจังหวัดสุรินทร์เพื่อยกระดับให้เป็นสินค้า OTOP PREMIUM พบว่า กลุ่มทอผ้าไหม ส่วนใหญ่ผลิตผ้าไหมทั้งตามคำสั่งซื้อและจำหน่าย การจัดส่งและส่งมอบสินค้าให้ลูกค้า ใช้บริการการขนส่งไปรษณีย์ไทย และบริษัทขนส่งเอกชน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีัญญา นาเหนือ, นวรัตน์ นิธิชัยนันต์ และอะครเดช สุพรรณผ่าย (2563) ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมพื้นเมือง กลุ่มชาติพันธุ์เขมรเพื่อเพิ่มมูลค่าจากเศรษฐกิจฐานราก พบว่า มีการมัดหมี่ ออกแบบลาย และทอผ้าจนสำเร็จเป็นผืนได้ด้วยตนเอง

ปัญหาที่เกิดขึ้นในห่วงโซ่คุณค่าของการผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง มีดังนี้ กิจกรรมหลัก ด้านการขนส่งขาเข้า ไม่มีการจัดบันทึกข้อมูลการจัดเก็บวัตถุดิบ และการนำวัตถุดิบไปใช้ในการผลิตผ้าไหม ด้านการปฏิบัติการ สมาชิกขาดการวางแผนการผลิตและไม่กำหนดเวลาการผลิต ไม่มีการคำนวณต้นทุนและกำลังการผลิต ด้านการขนส่งขาออก ไม่บันทึกข้อมูลการจัดส่งสินค้าให้กับลูกค้า และไม่มีการจัดบันทึกและแจ้งเลขพัสดุในการจัดส่งสินค้าทางช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ด้านการตลาดและการขาย สมาชิกสามารถใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อทำการตลาดและการขายผ้าไหมได้เพียงบางกลุ่มทอผ้าไหมเท่านั้น และด้านการบริการ ไม่มีการวางแผนการรับคืนผ้าไหมจากลูกค้าที่อาจผิดขนาดหรือไม่ได้คุณภาพ สภาพปัญหาห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม จากการดำเนินกิจกรรมสนับสนุน ด้านการจัดการและจัดซื้อวัตถุดิบกลุ่มทอผ้าไหมขาดแคลนวัตถุดิบ อุปกรณ์ และเงินทุนที่เพียงพอต่อการจัดทอผ้าไหมเพื่อทำเส้นไหมและย้อมสี ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี สมาชิกบางรายไม่ถนัดด้านการใช้เทคโนโลยี หรือสื่อสังคมออนไลน์ และไม่รู้จักประยุกต์ใช้สื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการทำการตลาดออนไลน์ ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ การขาดแคลนแรงงาน สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมบางคนไม่ชำนาญในงานด้านการบริหารงานของกลุ่มฯ ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร ไม่มีการจัดโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรที่ชัดเจน และไม่มีการจัดทำลักษณะงาน (Job Descriptive) ที่ชัดเจนของแต่ละตำแหน่งงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตรลดา แก้วมงคล และรุ่งนภา กิตติลาภ (2559) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการทอผ้าไหมของกลุ่มผู้ทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่น พบว่ามีปัญหาด้านการจ้างแรงงาน คือ ขาดแคลนแรงงานที่มีฝีมือและประสบการณ์ กลุ่มอาชีพไม่มีการจัดบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิต จำนวนที่ผลิตได้ และไม่บันทึกค่าใช้จ่ายในการทอผ้าไหม และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิศา มณีรัตนรุ่งโรจน์ และขวัญกมล ดอนขวา (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการโซ่อุปทานของผ้าไหมในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ไม่มีการตั้งเป้าหมายในการดำเนินการและไม่มีการวางแผนจัดบันทึกข้อมูลใด ๆ และสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะดา มณีนิล (2565) ได้ศึกษาปัญหาและความต้องการเพื่อพัฒนากลุ่มอาชีพผู้สูงอายุ (ผ้ามัดย้อม) ตำบลท่าสาป จังหวัดยะลา พบว่า ปัญหาจากการดำเนินงานของกลุ่มอาชีพ คือ ขาดการจัดทำโครงสร้างกลุ่มที่ชัดเจน ขาดการวางแผนการดำเนินงาน ขาดช่องทางการตลาดทางขายออนไลน์ ขาดเงินทุนหมุนเวียนและแหล่งเงินทุน

แนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง ได้เสนอให้กิจกรรมหลักด้านการขนส่งขาเข้า มีการจัดทำบันทึกรายการวัตถุดิบ แล้วทำการจัดเก็บวัตถุดิบไว้กับฝ่ายจัดซื้อ เมื่อมีความต้องการใช้วัตถุดิบ ลงบันทึกเพื่อขอเบิกวัตถุดิบและทำการส่งมอบวัตถุดิบให้กับสมาชิก ด้านการปฏิบัติการ มีการวางแผนการผลิตและบันทึกข้อมูลการผลิตตามคำสั่งซื้อและรอจำหน่าย ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อจัดเก็บข้อมูล และวางแผนการผลิต ด้านการขนส่งขาออก จัดทำรายการสินค้าที่ต้องจัดส่งตามลำดับคำสั่งซื้อ และมีการสื่อสารออนไลน์เพื่อแจ้งการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้า ด้านการตลาดและการขายส่งเสริมให้กลุ่มทอผ้าไหมทุกกลุ่มใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างร้านค้าบนโลกออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายสินค้า ด้านการบริการ มีการถ่ายรูปสินค้าส่งให้ลูกค้าเพื่อตรวจสอบถูกต้องของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ส่งชื่อและที่อยู่ให้ลูกค้ายืนยันความถูกต้องเพื่อให้การจัดส่งสินค้า และแจ้งเลขทะเบียนรับให้ลูกค้าตรวจสอบ กิจกรรมสนับสนุน ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร จัดทำโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรของกลุ่มทอผ้าไหมให้ชัดเจน และจัดทำลักษณะงานของแต่ละตำแหน่ง ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จัดเตรียมกำลังคนตามโครงสร้างองค์กร และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความรู้ในแต่ละตำแหน่งงาน ด้านการจัดหาและจัดซื้อวัตถุดิบ มีการจัดหาแหล่งเงินทุนเพิ่ม และวางแผนการผลิตเพื่อสั่งซื้อวัตถุดิบ ซึ่งการสร้างคุณค่าในห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ในยุคการตลาดออนไลน์นั้น จึงส่งเสริมด้านการตลาดและการขายให้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อขายผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาวดีพร โคกสูง (2566) ที่ศึกษากลยุทธ์การตลาดกลุ่มในยุคดีจิทัล พบว่า การนำเสนอ Content โดยใช้สื่อสังคมออนไลน์จะกระตุ้นพฤติกรรมของผู้บริโภคและการเปิดประสบการณ์ใหม่ในยุคดีจิทัล จนทำให้ลูกค้าสั่งซื้อสินค้า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชญธมภ์ เพ็ญมาศ, เพียงพิศ ศรีประเสริฐ และนัตติกานต์ สมนึก (2564) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น โดยมหาวิทยาลัยเป็นตลาด พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่นที่มีการซื้อผ่านระบบออนไลน์ เมื่อทำการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางแฟนเพจ เฟซบุ๊ก จะทำให้มีจำนวนผู้เข้าถึงและรู้จักสินค้าเพิ่มมากขึ้น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตธวัช บุญทวี (2565) ศึกษาเรื่อง แนวทางการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอผ้าไหมสู่คนรุ่นใหม่ ของกลุ่มทอผ้าไหม ตำบลกาบิน อำเภอกุตุขาวปูน จังหวัดอุบลราชธานี ได้เสนอแนวทางให้หน่วยงานภาคเอกชน สนับสนุนงบประมาณการผลิต การตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย

### 7.2 ข้อเสนอแนะ

- 1) กลุ่มทอผ้าไหมควรมีสร้างเครือข่ายกลุ่มเกษตรกรหรือกลุ่มทอผ้าไหมให้สามารถทำงานร่วมกันหรือทดแทนกันได้
- 2) หน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานเอกชนควรส่งเสริมให้มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการจัดเก็บข้อมูลหรือการดำเนินงานของกลุ่มผ้าไหม เพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการดำเนินงานหรือการตลาดได้
- 3) กลุ่มทอผ้าไหมควรมีการวางแผนในการติดต่อเพื่อรับคืนสินค้าที่ไม่ตรงตามคำสั่งซื้อ โดยใช้การประสานกับผู้ซื้อโดยตรงหลังจากการจัดส่งเสร็จสิ้นแล้ว
- 4) หน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานเอกชนควรส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณการผลิต การตลาด และช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับกลุ่มทอผ้าไหม

### 7.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

ในการวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างให้มากขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย รวมทั้งการเก็บข้อมูลจากกลุ่มทอผ้าไหมจากพื้นที่อื่น ๆ ในจังหวัดมหาสารคาม เพื่อนำมาวิเคราะห์และเปรียบเทียบ จะทำให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้น โดยสามารถนำรูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้แนวคิด ห่วงโซ่คุณค่า และ SWOT มาใช้ได้เช่นกัน

## 8. บทสรุป

จากผลการศึกษาเสนอแนวทางในการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ชุมชนบ้านหนองเขื่อนช้าง มีดังนี้ กิจกรรมหลัก ด้านการขนส่งขาเข้า มีการจัดทำบันทึกรายการวัตถุดิบ แล้วทำการจัดเก็บวัตถุดิบไว้กับฝ้ายจัดซื้อ เมื่อสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม มีความต้องการใช้วัตถุดิบ ให้มีการลงบันทึกเพื่อขอเบิกวัตถุดิบและทำการส่งมอบวัตถุดิบให้กับสมาชิกเพื่อนำไปใช้ในการผลิต ด้านการปฏิบัติการ มีการวางแผนการผลิตในแต่ละเดือนและบันทึกข้อมูลการผลิตตามคำสั่งซื้อและรอจำหน่าย มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อจัดเก็บข้อมูล และวางแผนการผลิต ด้านการขนส่งขาออก จัดทำรายการสินค้าที่ต้องจัดส่งตามลำดับคำสั่งซื้อ และมีการสื่อสารออนไลน์เพื่อแจ้งการจัดส่งสินค้าไปยังลูกค้า ด้านการตลาดและการขายส่งเสริมให้กลุ่มทอผ้าไหมทุกกลุ่มใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างร้านค้าบนโลกออนไลน์เพื่อเพิ่มช่องทางในการจำหน่ายสินค้า ด้านการบริการ มีการถ่ายรูปสินค้าส่งให้ลูกค้าเพื่อตรวจสอบถูกต้องของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ส่งชื่อและที่อยู่ให้ลูกค้ายืนยันความถูกต้อง เพื่อให้การจัดส่งสินค้า และแจ้งเลขทะเบียนรับให้ลูกค้าตรวจสอบ กิจกรรมสนับสนุน ด้านโครงสร้างพื้นฐานขององค์กร จัดทำโครงสร้างพื้นฐานขององค์กรของกลุ่มทอผ้าไหมให้ชัดเจน และจัดทำลักษณะงานของแต่ละตำแหน่ง ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ จัดเตรียมกำลังคนตามโครงสร้างองค์กร และพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความรู้ในแต่ละตำแหน่งงาน ด้านการพัฒนาเทคโนโลยี ดำเนินจัดหาเครื่องมือที่เหมาะสมกับศักยภาพของสมาชิกกลุ่มทอผ้าไหม และให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการทำงาน ด้านการจัดหาและจัดซื้อวัตถุดิบ มีการจัดหาแหล่งเงินทุนเพิ่ม และทำการวางแผนการผลิตเพื่อสั่งซื้อวัตถุดิบ

## 9. เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2563). **ผ้าไหมมัดหมี่ ลายสร้อยดอกหมาก กลุ่มทอผ้าไหมบ้านกุดรัง จ.มหาสารคาม**. สืบค้นวันที่ 19 มิถุนายน 2565, จาก <http://i-san.tourismthailand.org/6993/>.
- กิตติรัช บุษยทวี. (2565). แนวทางการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอผ้าไหมสู่คนรุ่นใหม่ ของกลุ่มทอผ้าไหม ตำบลกาบิน อำเภอกุดข้าวปุ้น จังหวัดอุบลราชธานี. **วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี**, 13(1); 239-254.
- จิตรลดา แก้วมงคล และรุ่งนภา กิตติลาภ. (2559). แนวทางการพัฒนาการทอผ้าไหมของกลุ่มผู้ทอผ้าไหมในจังหวัดขอนแก่น. **ธรรมทรรศน์**, 16(2); 67-74.
- จิรัชญา นามวงษ์, ชญาณุช หนูทอง และณัฐริกา ดอนวิจารย์. (2562). **เจาะตลาดผ้าไหมเสฉวน แหล่งส่งออกใหม่ที่ไทยควรจับตามอง**. สืบค้นวันที่ 11 มิถุนายน 2565, จาก <https://thaibizchina.com/article/บทความ-เจาะตลาดผ้าไหม/>.
- ชนิศา มณีรัตน์รุ่งโรจน์ และขวัญกมล ดอนขวา. (2561). การจัดการโซ่อุปทานของผ้าไหมในจังหวัดนครราชสีมา. **วารสารเทคโนโลยีสุรนารี**, 12(2); 85-107.
- ธนาภรณ์ สมานทอง. (2561). **การจัดการโซ่อุปทานผ้าไหมทอมือในจังหวัดสุรินทร์เพื่อยกระดับให้เป็นสินค้า OTOP PREMIUM**. การค้นคว้าอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ และโซ่อุปทาน วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ปิยะดา มณีนิล. (2565). ปัญหาและความต้องการเพื่อการพัฒนากลุ่มอาชีพผู้สูงอายุ (ผ้ามัดย้อม) ตำบลท่าสาป จังหวัดยะลา. **วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย**, 12(4); 9-16.
- พิชญธมภ์ เพ็ญมาศ, เพียงพิศ ศรีประเสริฐ และนัตติกานต์ สมนึก. (2564). การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นถิ่น โดยมหาวิทยาลัยเป็นตลาด. **วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย**, 11(3); 1-10.
- ภูสิต รัตนกุล เสรีเริงฤทธิ์. (2564). **สนค. หนุนผู้ประกอบการผ้าไหมไทย ป้อนความต้องการของตลาดที่หลากหลาย**. สืบค้นวันที่ 21 มิถุนายน 2566, จาก <http://www.tpsoc.moc.go.th/th/node/11139>.



- วิภาวดีพร โคกสูง. (2566). กลยุทธ์การตลาดกลุ่มในยุคดิจิทัล. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย*, 13(1); 24-30.
- ศรีัญญา นาเหนือ, นวรัตน์ นิธิชัยอนันต์ และอัครเดช สุพรรณฝ้าย. (2563). แนวทางการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าผลิตภัณฑ์ผ้าไหมพื้นเมืองกลุ่มชาติพันธุ์เขมรเพื่อเพิ่มมูลค่าจากเศรษฐกิจฐานราก. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 4(3); 233-248.
- สถาบันส่งเสริมศิลปหัตถกรรมไทย (องค์การมหาชน). (2565). สถิติการค้า รายงานการส่งออกผลิตภัณฑ์หัตถศิลป์ไทย. สืบค้นวันที่ 21 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.sacit.or.th/th/listitem/7175>.
- Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press.