

การจัดการองค์ความรู้การเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าด้านการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในพื้นที่อำเภอฟล จังหวัดขอนแก่น

Knowledge Management, Learning, Product Development to add
Value Development of Silk Products

ณัฐชัย เอกนราจินดาวัตน์

Nattachai Aeknarajindawat

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Suan Sunandha Rajabhat University, Thailand

E-mail: aeknarajindawat@gmail.com

Received: January 31, 2023

Revised: April 29, 2023

Accepted: April 30, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการส่งเสริมอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า และ 2) พัฒนาศักยภาพชุมชนในด้านการทอผ้าไหม การย้อมสี และการทำสีย้อมธรรมชาติ งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกโดยการคัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 13 ราย และการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อำเภอฟล จังหวัดขอนแก่น จำนวน 400 ราย ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการองค์ความรู้การเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เพื่อเพิ่มมูลค่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ลักษณะและองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหม อยู่ในระดับมากทุกราย โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีกระบวนการที่ทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีคุณภาพดีขึ้น มีความปลอดภัยและตลาดเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้น เพื่อการขยายช่องทางการตลาด มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค 2) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เน้นคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย และมีความต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้าไหมที่สร้างผลกำไร เพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการผู้ผลิตและร้านค้าผ้าไหม

คำสำคัญ: การจัดการองค์ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์, ผลิตภัณฑ์ผ้าไหม



Abstract

The objectives of this research were to: 1) study the promotion of silkworm cultivation career and product development to add value; 2) develop community potential in silk weaving, dyeing and natural dyeing 3) develop a living learning base for use in imparting knowledge on silk weaving and dyeing and making natural dyes for community leaders to lead to the establishment of a center providing knowledge in silk weaving. This research uses a mixed method research. In the qualitative research, in-depth interviews were used with those involved in the development of the Mulberry Silkworm Learning Center. and weaving natural silk by selectively selecting 13 people and the sample group in Phon district. In Khon Kaen Province, 400 cases were used to select a convenient sample group. collect data with questionnaires. The data were analyzed in terms of percentage, means and standard deviation.

The results showed that: 1) the level of knowledge management, product development learning to add value to the development of silk products. to increase the overall value at a high level. Characteristics and important elements that affect the success of silk product development at a high level for all. They are arranged in descending order as follows: There is a process that makes a product or a silk product. better quality. It is more secure and the market is changing. To expand marketing channels. Change silk products to meet the needs of consumers. 2) Develop silk products that emphasize the benefits usable and there is a demand for new profitable silk products for the survival of entrepreneur's silk manufacturers and shops, respectively.

Keywords: Knowledge Management, Product Development, Silk Products

บทนำ

ผ้าไหมและผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของไทย เป็นเอกลักษณ์ไทยที่ได้รับการกล่าวขานมานานแล้วในด้านความงดงามของสีสัน และลวดลาย รวมถึงฝีมือการทอผ้าเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดต่อกันมาในอดีตการทอผ้าจะมีอยู่ทุกครัวเรือนในทุกภูมิภาคของประเทศไทย ซึ่งมีลวดลายตามเชิงความคิดและวัฒนธรรมแต่ละแห่งแตกต่างกันไป ถือว่าประเทศไทยเป็นแหล่งผลิตไหมไทยและผลิตภัณฑ์ไหมไทยที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของโลก เพราะผ้าเป็นสิ่งจำเป็นในชีวิตประจำวันของทุกคน ผ้าของแต่ละท้องถิ่น หรือภูมิภาคจะมีลวดลาย คุณลักษณะ และความโดดเด่นที่แตกต่างกันไปตามประสบการณ์ ความชำนาญ และทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น การทอผ้าเป็นสื่อสัญลักษณ์ของคนในแต่ละชุมชน แสดงถึงเชื้อชาติ เผ่าพันธุ์ และความแตกต่างทางวัฒนธรรม ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพเสริมอย่างเดียวคือการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และทอผ้า ซึ่งปัญหาหลักคือ ต้นทุนในการผลิตที่สูงขึ้น ผลกำไรจากการทอผ้าต่ำเมื่อเทียบกับระยะเวลาในการผลิตต่อการจำหน่ายหรือจากการสั่งทอของลูกค้าในแต่ละครั้ง ประกอบกับปัจจุบันตลาดมีความต้องการผ้าทอที่ย้อมจากสีธรรมชาติมากกว่าผ้า

ที่ย้อมจากสีเคมี เป็นเอกลักษณ์ของการย้อมสีธรรมชาติ หรือผลิตภัณฑ์ที่มาจากธรรมชาติปราศจากเคมีมากขึ้น (กรมหม่อนไหม, 2555)

ในสถานการณ์ปัจจุบันนี้มีการนำเข้าเส้นไหมจากต่างประเทศมากกว่าส่งออก การที่เกษตรกรจะขายผลิตเส้นไหมให้ได้ปริมาณและคุณภาพ เพื่อเข้าสู่ตลาดการผลิตผ้าไหมที่ยังคงมีความต้องการใช้เส้นไหมเป็นปริมาณมาก ก็นับว่าเป็นโอกาสของเกษตรกรที่ตลาดยังมีช่องว่างให้ขายได้ แต่อย่างไรก็ตามการผลิตเส้นไหมของเกษตรกรยังไม่มีคุณภาพมากพอที่จะส่งออก เพราะโดยทั่วไปของเกษตรกรไทยจะทำในรูปแบบวิถีชาวบ้าน เพาะพันธุ์ไหมเองซึ่งไข่ไหมจะเป็นพันธุ์พื้นเมือง วิธีการเลี้ยงไหมจะเป็นวิธีแบบดั้งเดิม เมื่อได้รังไหมก็จะนำมาสาวเส้นและทอเป็นผืนผ้า เพื่อใช้ในเทศกาลต่าง ๆ หรือนำมาจำหน่ายในท้องถิ่น คือขาดการรวมกลุ่มเครือข่ายการผลิตเพื่อให้ได้ปริมาณมากพอที่จะนำเสนอหรือต่อรองกับผู้ประกอบการ ทำให้ขาดการเชื่อมโยงสู่ตลาดที่มีความพร้อมและมีความต้องการเส้นไหมเป็นปริมาณมาก การรวมกลุ่มของเกษตรกรเพื่อผลิตเส้นไหมที่มีการบริหารจัดการที่ดีโดยกลุ่มของเกษตรกรเอง มีฝ่ายตลาดที่ชัดเจน มีการคัดเกรดเส้นไหมก็จะทำให้การผลิตเส้นไหมมีคุณภาพและปริมาณเพียงพอกับการนำเสนอผู้ประกอบการที่ต้องการ (กรมหม่อนไหม, 2560) ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญของหลายจังหวัดในประเทศไทย โดยส่วนมากมีแหล่งสำคัญอยู่ที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เส้นไหม จนความนิยมได้แพร่กระจายไปทุกภูมิภาคของประเทศ โดยจังหวัดขอนแก่นเป็นเมืองที่มีศักยภาพในด้านภูมิปัญญาผ้าทอมายาวนาน มีผู้ประกอบการอาชีพหม่อนไหมตลอดจนถึงห่วงโซ่อุปทานทั้งหมด ซึ่งมีความพร้อมที่จะขยายช่องทางการตลาด และขยายโอกาสการจำหน่าย และสร้างโอกาสในการพบปะของคู่ค้าเกี่ยวกับผ้าไหมและผลิตภัณฑ์จากไหม (อารียา หุ่นวงศ์ษา, 2560)

การส่งเสริมผ้าไหมไทยโดยรัฐบาลไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 - 2563 โดยมติคณะรัฐมนตรีเห็นชอบเชิญชวนให้คณะรัฐมนตรีข้าราชการ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และเจ้าหน้าที่ของรัฐ แต่งกายในชุดผ้าไหมหรือชุดไทยในวันปฏิบัติราชการ เพื่อเป็นแบบอย่าง que แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทย และเป็นการกระตุ้นความนิยมในหมู่ประชาชน ก่อเกิดกระแสความรู้สึกนิยมไทย ภาคภูมิใจในความเป็นไทย ทั้งช่วยส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนที่เกี่ยวข้องกับผ้าไทย ผ้าไหมช่วยให้มีการสร้างงาน สร้างรายได้ให้มากขึ้น กระจายไปทั่วประเทศไทย และหวังช่วยลดการนำเข้าสินค้าเครื่องนุ่งห่มจากต่างประเทศด้วย โดยมอบหมายหน่วยงานราชการกรมกองต่าง ๆ ช่วยดำเนินการกระจายทั่วประเทศ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2563)

เพื่อเป็นเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้การเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมในพื้นที่อำเภอฟล จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิจัยครั้งนี้ โดยมุ่งหวังการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาผ้าไหมเป็นจุดขายเพื่อจะนำไปสู่การ สร้างองค์ความรู้ให้พัฒนาเป็นการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพิ่มเติม เพื่อสร้างรายได้และความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของเกษตรกรผู้ทอผ้าต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการส่งเสริมอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า
2. เพื่อพัฒนาศักยภาพชุมชนในด้านการทอผ้าไหม การย้อมสี และการทำสีย้อมธรรมชาติ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้เกี่ยวกับการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม

ความหมายของการจัดการองค์ความรู้

Ruggles (1997) ได้กล่าวถึง การจัดการองค์ความรู้ว่าเกี่ยวข้องกับกระบวนการหลัก 3 กระบวนการ คือ การก่อให้เกิดความรู้ การรวบรวมความรู้และการถ่ายทอดความรู้ การก่อให้เกิดความรู้ หมายถึง การนำความรู้ใหม่ ๆ มาสู่ตนเอง สู่กลุ่ม หรือโลกจากการสร้างสรรค์ขึ้นเองจากความรู้ที่ได้เรียนมา การสังเคราะห์ การรวบรวม และการประยุกต์ใช้ส่วนการรวบรวมความรู้ หมายถึง การหยิบจับและการแสดงความรู้ออกมา

วิจารณ์ พานิช (2551) ให้ความหมายของคำว่า การจัดการความรู้ ไว้ว่าคือ เครื่องมือเพื่อการบรรลุเป้าหมายอย่างน้อย 4 ประการไปพร้อมกัน ได้แก่ 1) บรรลุเป้าหมายของงาน 2) บรรลุเป้าหมายการพัฒนาคน 3) บรรลุเป้าหมายการพัฒนาองค์กรไปเป็นองค์กรเรียนรู้ และ 4) บรรลุความเป็นชุมชน เป็นหมู่คณะ ความเอื้ออาทรระหว่างกันในที่ทำงาน

สุนม อมรวิวัฒน์ (2553) กล่าวว่า การจัดการองค์ความรู้ คือ สถานการณ์อย่างหนึ่งที่มีสิ่งต่อไปนี้เกิดขึ้นได้แก่

1. มีความสัมพันธ์และมีปฏิสัมพันธ์เกิดขึ้นระหว่างผู้สอนกับผู้เรียน ผู้เรียนกับผู้เรียน ผู้เรียนกับสิ่งแวดล้อม และผู้สอนกับผู้เรียนกับสิ่งแวดล้อม
2. ความสัมพันธ์และมีปฏิสัมพันธ์นั้นก่อให้เกิดการเรียนรู้ และประสบการณ์ใหม่
3. ผู้เรียนสามารถนำประสบการณ์ใหม่นั้นไปใช้ได้

แนวคิดเกี่ยวกับศูนย์การเรียนรู้

กิตานันท์ มะลิทอง (2543) ได้ให้ความหมายศูนย์การเรียนรู้ว่าเป็นรูปแบบการจัดประสบการณ์การเรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนเข้าไปศึกษาความรู้ได้ด้วยตนเองตามความสนใจความสามารถ และการควบคุมการเรียนรู้ด้วยตัวผู้เรียนเอง โดยการประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งจะอาศัยสื่อการสอนแบบประสมจัดภายใต้การดูแลของผู้สอน ซึ่งทำหน้าที่ประสานงานพร้อมทั้งเตรียมหาชุดการสอนตามความต้องการของผู้เรียนในระดับต่าง ๆ

สุกฤตา จันทรมล (2545) ได้กล่าวว่า การจัดศูนย์การเรียนรู้ในพื้นที่สถานศึกษา (Institution Based) จัดตั้งขึ้นในลักษณะเป็นส่วนหนึ่งของสถาบันการศึกษา เช่น ภายในโรงเรียนโดยกระทรวงการศึกษาหรือประเภทสถาบันการศึกษาระดับท้องถิ่น องค์ความรู้ในศูนย์การเรียนรู้จึงมีลักษณะที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนมีนิสัยรักการอ่านและเขียนโดยส่งเสริมให้เกิดการฝึกฝนในการค้นหาค้นหาองค์ความรู้ไปสู่การประยุกต์ในสถานการณ์ต่าง ๆ ศูนย์การเรียนรู้ในพื้นที่ชุมชน (Community Based) มีลักษณะร่วมของชุมชน คือ มุ่งเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ของผู้ที่เข้ามาใช้ พื้นที่เป็นเสมือนสถาบันครอบครัวและจุดรวมตัวของลูกบ้าน โดยอาจจะเป็นเพียงพื้นที่ประชุมหรืออ่านหนังสือเพิ่มพูนความรู้ ยกตัวอย่างเช่น ชุมชนแออัด วัด สภา ตำบล มัสยิดและโบสถ์ เมื่อเกิดการรวมตัวแล้วองค์ความรู้ในสถานที่จะเป็นตัวช่วยให้เกิดการพัฒนาไปพร้อม ๆ กัน

องค์ประกอบของศูนย์การเรียนรู้

อาภรณ์ ภูวพิณธุ์ (2552) ได้กล่าวถึง องค์ประกอบหลักที่สำคัญที่องค์การจะต้องพิจารณาเพื่อจัดตั้งศูนย์การเรียนรู้ให้เกิดประสิทธิภาพ ได้แก่ 1) ผู้ให้บริการในศูนย์การเรียนรู้ 2) ช่องทางการเรียนรู้ 3) กระบวนการติดตามผลการเรียนรู้

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2555) ได้กล่าวถึงองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการดำเนินกิจกรรมของศูนย์การเรียนรู้ไว้ 4 ประการ คือ 1) บทบาทของผู้สอน 2) บทบาทของผู้เรียน 3) ชุดการสอน และ 4) การจัดห้องเรียน

ธนวัฒน์ เสนเผือก (2552) ได้กล่าวถึง ศูนย์การเรียนรู้ ว่ามี 3 องค์ประกอบ คือ 1) แหล่งเรียนรู้ 2) องค์ความรู้ และ 3) กระบวนการเรียนรู้

ชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2555) ได้แบ่งองค์ประกอบของศูนย์การเรียนรู้มีส่วนสำคัญในการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้ ศูนย์ดังกล่าวควรประกอบด้วย 1) ปรัชญา 2) ปณิธาน 3) วิสัยทัศน์ 4) เป้าหมาย 5) จุดมุ่งหมาย 6) วัตถุประสงค์ 7) ภารกิจและงาน 8) บุคลากร 9) โครงสร้างพื้นฐาน 10) การติดตามและประเมิน

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น (2555) ได้กำหนดมาตรฐานการบริหารจัดการศูนย์การเรียนรู้ชุมชน เพื่อเป็นตัวชี้วัดขั้นพื้นฐานและตัวชี้วัดขั้นพัฒนาของศูนย์การเรียนรู้ชุมชน ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน ทั้งนี้ ได้กำหนดตัวชี้วัดขั้นพื้นฐาน และตัวชี้วัดขั้นพัฒนาไว้ 7 มาตรฐาน คือ 1) การบริหารจัดการ 2) บุคลากร 3) สื่อวัสดุอุปกรณ์ 4) อาคารสถานที่และสภาพแวดล้อม 5) การให้บริการและการจัดกิจกรรม 6) การประเมินผล และ 7) การมีส่วนร่วมของชุมชน

แนวคิดเกี่ยวกับองค์ความรู้เกี่ยวกับไหมไทย

กรมหม่อนไหม (ม.ป.ป.) ได้อธิบายว่างานส่งเสริมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมได้มีการพัฒนาปรับปรุงเปลี่ยนแปลงมาโดยลำดับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (2564) และมีหน่วยงานที่มีบทบาทอำนาจหน้าที่ในการอำนวยความสะดวกการบริการเผยแพร่ความรู้วิชาการ หลักการเทคนิควิธีการ และเทคโนโลยีการเกษตรแผนใหม่ในการส่งเสริมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมแก่เกษตรกรในชนบทซึ่งมีหน่วยงานที่ตั้งสำนักงาน/ที่ทำการอยู่ในส่วนกลาง และส่วนภูมิภาค กระจายอยู่ทั่วประเทศในปัจจุบัน นอกจากนี้กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ยังได้ดำเนินการจดทะเบียนเกษตรกรผู้เลี้ยงไหมเพื่อผลิตรังไหมและเส้นไหมจำหน่าย เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนการผลิตและการตลาดและสนับสนุนการจัดตั้งกลุ่มผู้เลี้ยงไหมเพื่อให้เกิดความคล่องตัวในการส่งเสริมและบริการความรู้ ติดตามประเมินผลเกษตรกรผู้ร่วมโครงการกรมส่งเสริมการเกษตรได้กำหนดให้มีการจัดตั้งศูนย์ขยายพันธุ์ไหมขึ้นในภูมิภาคต่าง ๆ ของประเทศรวม 5 ศูนย์ ดังนี้คือ

1. สำนักงานหม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ เขต 1 จังหวัดแพร่
2. สำนักงานหม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ เขต 2 จังหวัดอุดรธานี
3. สำนักงานหม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ เขต 3 จังหวัดขอนแก่น
4. สำนักงานหม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ เขต 4 จังหวัดนครราชสีมา
5. สำนักงานหม่อนไหมเฉลิมพระเกียรติฯ เขต 5 จังหวัดชุมพร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในรูปแบบของแบบสอบถามและการสัมภาษณ์ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และประชาชนผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่อำเภอฟล จังหวัดขอนแก่น ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอนในการศึกษา และกลุ่มตัวอย่างใช้สูตรของ Taro Yamane โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษานี้ เท่ากับ 400 ราย ใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีหน่วยวิเคราะห์ คือ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาศูนย์การเรียนรู้การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และการทอผ้าไหมสีธรรมชาติ โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 13 ราย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้ศึกษาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลากหลายกลุ่ม ดังนั้น เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงปริมาณ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ/สถานภาพการทำงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน การทำงาน/ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับศูนย์การเรียนรู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และทอผ้าไหมสีธรรมชาติ ซึ่งข้อคำถามมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (check list)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามการส่งเสริมอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า ผู้วิจัยได้สร้างข้อคำถามแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale) แบ่งเป็น 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แบบสอบถามการพัฒนาศักยภาพชุมชนในด้านการทอผ้าไหม การย้อมสี และการทำสีย้อมธรรมชาติ ใช้ระดับความคิดเห็นแบบลิเคิร์ตสเกล (Likert Scale)

การวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งทำให้ผู้วิจัยได้ทราบมุมมองที่หลากหลาย ถือเป็นข้อมูลเชิงลึกและมุมมองใหม่ที่นอกเหนือจากที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ โดยสามารถนำมาใช้สนับสนุนและประกอบการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยให้ชัดเจนขึ้น ส่วนประเด็นในการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้วางกรอบไว้มีลักษณะเป็นเค้าโครง (Outline) หัวข้อการสนทนาที่มีความยืดหยุ่น (Flexible) เป็นคำถามคร่าว ๆ เพื่อเป็นแนวในการสัมภาษณ์หรือการสนทนาให้ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ โดยใช้แบบคำถามสัมภาษณ์ศึกษาการส่งเสริมอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า และการพัฒนาศักยภาพชุมชนในด้านการทอผ้าไหม การย้อมสี และการทำสีย้อมธรรมชาติ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1) ผู้วิจัยมีหนังสือถึงผู้ให้ข้อมูลการวิจัยเพื่อขออนุญาต และขอความร่วมมือในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

2) ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยส่งแบบสอบถามไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย จากนั้น จึงเก็บรวบรวมแบบสอบถามจากประชากรกลุ่มตัวอย่างจนครบ พร้อมทั้งตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับ

3) นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์มาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ แล้วบันทึกข้อมูลลงในช่องบันทึกที่เตรียมไว้ แล้วนำข้อมูลที่ได้ดังกล่าวไปดำเนินการวิเคราะห์และสรุปผลต่อไป

การวิจัยเชิงคุณภาพ มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลและกระบวนการสัมภาษณ์ ตามขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ผู้วิจัยนำหนังสือขอความร่วมมือในการทำวิจัยจากหน่วยงานถึงผู้ให้ข้อมูลการวิจัยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสัมภาษณ์

ขั้นที่ 2 ผู้วิจัยได้ติดต่อผู้ให้ข้อมูลการวิจัยที่เป็นกลุ่มเป้าหมายที่ต้องการสัมภาษณ์ด้วยวิธีการทางโทรศัพท์ เพื่อขอความร่วมมือในการสัมภาษณ์ นัดเวลาเพื่อเข้าพบและทำการสัมภาษณ์ตามประเด็นข้อคำถามที่ได้เตรียมไว้

ขั้นที่ 3 ผู้วิจัยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึกตามประเด็นคำถามที่ตรงประเด็นกับข้อมูล และเน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ต่อผู้ให้สัมภาษณ์ตั้งแต่ต้นจนจบการสัมภาษณ์ พร้อมเปิดโอกาสให้ผู้ถูกสัมภาษณ์ได้ตั้งคำถามเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และร่วมกันสร้างข้อมูลใหม่ภายใต้ประเด็นคำถาม โดยขอรายละเอียดและความชัดเจนของคำตอบที่ตรงประเด็นคำถาม

ขั้นที่ 4 การบันทึกคำสัมภาษณ์โดยใช้การบันทึกเทป พร้อมการจดบันทึกข้อความที่สำคัญขณะสัมภาษณ์

ขั้นที่ 5 การวิเคราะห์ข้อมูลหลังจากได้คำสัมภาษณ์แล้ว ผู้วิจัยได้การถอดเทปคำให้สัมภาษณ์และอ่านบทความเพื่อให้เกิดความชัดเจน จากนั้นได้จัดทำตารางคำถามเพื่อสรุปประเด็นการให้สัมภาษณ์เป็นรายข้อตามประเภทของผู้เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์ข้อมูลตามประเด็นคำถามแต่ละข้อเพื่อสรุปข้อคำถามและเพื่อเป็นข้อมูลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การจัดกระทำข้อมูลครั้งนี้ ผู้ประเมินมีแนวทางในการดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. ข้อมูลเชิงคุณภาพ ที่ได้จากการวิจัยเอกสารและการสัมภาษณ์เชิงลึกที่ได้ลักษณะความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ผู้วิจัยจำแนกข้อมูล เปรียบเทียบข้อมูล และสร้างข้อสรุปแบบอุปนัย (inductive conclusion) จากนั้นนำเสนอข้อมูลเชิงบูรณาการเพื่อสนับสนุนผลการวิเคราะห์ที่ได้จากการวิจัยเชิงปริมาณ

ผลการวิจัย

1. การส่งเสริมอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า พบว่าระดับของการจัดการองค์ความรู้การเรียนรู้ด้านการส่งเสริมอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.56, SD = 0.36$) ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกรายการ โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ มีการควบคุมโรคและแมลงศัตรูของหม่อนและไหมไม่ให้ความเสียหายแก่หม่อนและไหมให้ได้ ($\bar{X}=4.64, SD = 0.55$) รองลงมาคือ มีการจัดการการวางแผนการดูแลสวนหม่อนและระยะเวลาการเลี้ยงไหมที่ถูกต้องให้สัมพันธ์กับสภาพดินฟ้า อากาศที่เหมาะสมกับการเจริญเติบโต และระยะที่มีใบหม่อนมากเพียงพอ ($\bar{X}=4.59, SD = 0.60$) มีการดัดแปลงวิธีการเลี้ยงที่ทำให้ไหมโตเร็ว แข็งแรง ประหยัดแรงงาน ($\bar{X}=4.55, SD = 0.56$) มีพันธุ์ไหมที่ดี แข็งแรง โตเร็วทนทานต่อโรค ให้ผลผลิตสูง ($\bar{X}=4.52, SD=0.55$) และมีพันธุ์หม่อน ที่ดีและปริมาณมากพอ ($\bar{X}=4.51, SD = 0.21$) ตามลำดับ ดังนั้น จะเห็นว่าจากผลการวิจัยพบว่า การควบคุมโรคและแมลงศัตรูของหม่อนและไหมไม่ให้ความเสียหายแก่หม่อนและไหมและการจัดการวางแผนการดูแลสวนหม่อนและระยะเวลาการเลี้ยงไหมที่ถูกต้อง ให้สัมพันธ์กับสภาพดิน ฟ้า อากาศที่เหมาะสมกับการเจริญเติบโตและระยะที่มีใบหม่อนมากเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดและรองลงมาที่มีผลต่อความสำเร็จของการส่งเสริมอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมของเกษตรกรในพื้นที่อำเภอฟลจังหวัดขอนแก่น

การวิจัยพบว่าระดับของการจัดการองค์ความรู้การเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เพื่อเพิ่มมูลค่าในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.43, SD = 0.04$) ลักษณะและองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหม อยู่ในระดับมากที่สุดทุกราย โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีกระบวนการที่ทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีคุณภาพดีขึ้น มีความปลอดภัยและตลาดเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้น เพื่อการขยายช่องทางการตลาด ($\bar{X}=4.46, SD = 0.64$) มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ($\bar{X}=4.45, SD = 0.63$) มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เน้นคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย ($\bar{X}=4.41, SD = 0.63$) และมีความต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้าไหมที่สร้างผลกำไร เพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการ ผู้ผลิตและร้านค้าผ้าไหม ($\bar{X}=4.38, SD = 0.64$) ตามลำดับ ดังนั้น จะเห็นว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเพื่อเพิ่มมูลค่าต้องมีกระบวนการที่ทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีคุณภาพดีขึ้นมีความปลอดภัยและตลาดต้องการและมีการสร้างผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่มีอยู่เดิมให้มีการเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้น เพื่อการขยายช่องทางการตลาดเป็นลักษณะและองค์ประกอบสำคัญที่สุดและรองลงมาที่มีผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์

2. การพัฒนาศักยภาพชุมชนในด้านการทอผ้าไหม การย้อมสี และการทำสีย้อมธรรมชาติ พบว่าระดับของการจัดการองค์ความรู้การเรียนรู้การออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เพื่อเพิ่มมูลค่าในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.47, SD = 0.38$) ลักษณะและองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม อยู่ในระดับมากที่สุดและมากที่สุด โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีรูปแบบและลวดลายที่สวยงามสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ($\bar{X}=4.52, SD = 0.61$) รองลงมาคือ รูปลักษณ์ที่งดงามสะดุดตาที่เห็นคุณค่าทางความงาม ($\bar{X}=4.48, SD = 0.63$) มีความแปลกใหม่จากผลิตภัณฑ์ผ้าไหมทั่วไปในท้องตลาด (

$\bar{X}=4.47, SD=0.63$) มีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย ($\bar{X}=4.46, SD=0.61$) และมีความสะดวกสบายในการใช้สอยที่เน้นความคล่องตัวในการใช้งาน ($\bar{X}=4.41, SD=0.58$) ตามลำดับ ดังนั้น จะเห็นว่าการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเพื่อเพิ่มมูลค่าต้องมีรูปแบบและลวดลายที่สวยงามสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และต้องมีรูปแบบและลวดลายที่สวยงามสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและต้องมีรูปลักษณ์ที่งดงามสะดุดตาที่เห็นค่าทางความงาม เป็นลักษณะและองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดและรองลงมาที่มีผลต่อความสำเร็จของการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

การวิจัยพบว่า ระดับของการจัดการองค์ความรู้การเรียนรู้การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าด้านการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าไหม เพื่อเพิ่มมูลค่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.38, SD=0.41$) ลักษณะและองค์ประกอบสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหม อยู่ในระดับมากทุกรายการ โดยเรียงตามลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ มีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดพอดี สามารถรับน้ำหนักผลิตภัณฑ์ผ้าไหมได้ การบรรจุเปิด-ปิด สะดวก ไม่ยุ่งยาก ($\bar{X}=4.46, SD=0.58$) รองลงมาคือ มีการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด ($\bar{X}=4.43, SD=0.67$) มีการกำหนดชนิดของวัสดุบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสม สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ผ้าไหมได้ตลอดอายุการวางขาย ($\bar{X}=4.38, SD=0.66$) มีการกำหนดชื่อตราสินค้าหรือเครื่องหมายสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำหรับการบรรจุภัณฑ์ให้ชัดเจน สั้น กระชับ จดจำได้ง่าย ($\bar{X}=4.35, SD=0.60$) และมีการพัฒนารูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปร่างสีสันสวยงาม มีความกลมกลืนสอดคล้องกันกับผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ($\bar{X}=4.27, SD=0.68$) ตามลำดับ ดังนั้น จะเห็นว่าการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าไหม เพื่อเพิ่มมูลค่าต้องมีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดพอดี สามารถรับน้ำหนักผลิตภัณฑ์ผ้าไหมได้ การบรรจุเปิด ปิด สะดวก ไม่ยุ่งยาก และมีการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากที่สุดเป็นลักษณะและองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดและรองลงมาที่มีผลต่อความสำเร็จของการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าไหม เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าไหม

อภิปรายผล

1. การส่งเสริมอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมและการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า การส่งเสริมอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการส่งเสริมอาชีพการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม คือมีการควบคุมโรคและแมลงศัตรูของหม่อนและไหมไม่ให้เกิดความเสียหายแก่หม่อนและไหมให้ได้ รองลงมาคือ มีการจัดการ การวางแผนการดูแลสวนหม่อนและระยะเวลาการเลี้ยงไหมที่ถูกต้องให้สัมพันธ์กับสภาพดินฟ้า อากาศที่เหมาะสมกับการเจริญเติบโต และระยะที่มีใบหม่อนมากเพียงพอ มีการดัดแปลงวิธีการเลี้ยงที่ทำให้ไหมโตเร็ว แข็งแรง ประหยัดแรงงาน มีพันธุ์ไหมที่ดี แข็งแรง โตเร็วทนทาน ต่อโรค ให้ผลผลิตสูง และมีพันธุ์หม่อน ที่ดีและปริมาณมากพอ

ลักษณะและองค์ประกอบสำคัญที่สุดที่มีผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหม เพื่อเพิ่มมูลค่า คือมีกระบวนการที่ทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีคุณภาพดีขึ้น มีความปลอดภัยและตลาดต้องการ รองลงมาคือ มีการสร้างผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่มีอยู่เดิมให้มีการเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้นเพื่อการขยายช่องทาง

การตลาด มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มีการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหมที่เน้นคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย และมีความต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้าไหมที่ สร้างผลกำไร เพื่อความอยู่รอดของผู้ประกอบการ ผู้ผลิตและร้านค้าผ้าไหม องค์ประกอบสำคัญที่สุดที่มีผลต่อ ความสำเร็จของการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าไหม คือ มีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดพอดี สามารถรับน้ำหนักผลิตภัณฑ์ผ้าไหมได้ การบรรจุเปิด-ปิด สะดวก ไม่ยุ่งยาก รองลงมาคือ มีการออกแบบและ พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายมากที่สุด มีการกำหนดชนิดของวัสดุ บรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสม สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ผ้าไหมได้ ตลอดจนอายุการวางขาย มีการกำหนดชื่อ ตราสินค้าหรือเครื่องหมายสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสำหรับการบรรจุภัณฑ์ให้ชัดเจน สั้น กระชับรัด จดจำได้ง่าย และมีการพัฒนารูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปร่างสีอันสวยงาม มีความกลมกลืนสอดคล้องกันกับผลิตภัณฑ์ผ้า ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุทธา สายวาณิชย์ (2554) ที่ศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่ม สร้างเศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็ง ได้ผลการวิจัยพบว่า มีปัญหาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่ม ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และรูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนยังขาดทักษะและความรู้

2. การพัฒนาศักยภาพชุมชนในด้านการทอผ้าไหม การย้อมสี และการทำสีย้อมธรรมชาติ การพัฒนา ศักยภาพชุมชนในด้านการทอผ้าไหม ลักษณะและความนิยมที่มีผลต่อความสำเร็จมากที่สุดของการทอผ้าไหม คือ มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้มีลักษณะที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น คือ เนื้อผ้าแน่น ละเอียด มีความมันวาว ชักแล้วสีไม่ตกไม่ซีดนำไปตัดเย็บเสื้อผ้าตะเข็บไม่แตกง่าย พิถีพิถันในการทอ รองลงมาคือ มีการพัฒนาการทอ ผ้าไหม ตั้งแต่กรรมวิธีการทอ การออกแบบลวดลายให้หลากหลาย การย้อมสีธรรมชาติเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่า สินค้า มีการทอผ้าไหมทอมือให้เป็นงานฝีมือ ที่มีราคาค่อนข้างสูง สามารถนำมาตัดเย็บเสื้อผ้าและผลิตภัณฑ์ ต่าง ๆ มีการทอผ้าไหมทอด้วยเครื่องจักรสามารถนำมาตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้า màn ผ้าห่ม เฟอร์นิเจอร์ให้ เป็นที่นิยมของตลาดโลก และแต่ละคุณสมบัติของผ้าไหมที่ผลิตได้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อเนกประสงค์ ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้บริโภคเป็นหลักตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา ผาแสงและคณะ (2560) เรื่องการศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอพื้นเมืองน่าน กรณีศึกษา: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเอี้ย ตำบลศิลาแลง อำเภอปัว จังหวัดน่าน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดการพัฒนาสามารถผลิตสินค้า แบบใหม่ ๆ เช่น ปลอกหมอนอิง พวงกุญแจ เคสโทรศัพท์มือถือ กระเป๋าถือรูปทรงต่าง ๆ จากเศษผ้าที่เหลือใช้ และลวดลายของผ้าทอพื้นเมืองน่านมีเอกลักษณ์เฉพาะ ดังนั้น จะเห็นว่าในการพัฒนาศักยภาพชุมชนในด้านการ ทอผ้าไหม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้มีลักษณะที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น คือ เนื้อผ้าแน่น ละเอียด มีความ มันวาว ชักแล้วสีไม่ตกไม่ซีดนำไปตัดเย็บเสื้อผ้าตะเข็บไม่แตกง่าย พิถีพิถันในการทอ คือ ลักษณะและความ นิยมที่สุดที่นำไปสู่ความสำเร็จของการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในด้านการทอผ้าไหม

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า

1.1 ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ควรให้ความสำคัญและเอาใจใส่กับกระบวนการที่ทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ผ้าไหม มีคุณภาพดีขึ้น มีความปลอดภัย และตลาดต้องการ และสร้างผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมที่มีอยู่เดิมให้มีการเปลี่ยนแปลงมากยิ่งขึ้น เพื่อขยายช่องทางการตลาด

1.2 ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าไหม ควรมีรูปแบบและลวดลายที่สวยงามสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและเน้นรูปลักษณ์ที่งดงาม สะดุดตา ที่เห็นคุณค่าทางความงาม

1.3 ด้านการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าไหม ควรพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีขนาดพอดีสามารถรับน้ำหนักผลิตภัณฑ์ผ้าไหมได้ การบรรจุเปิด-ปิดสะดวกไม่ยุ่งยาก ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

2. การพัฒนาศักยภาพชุมชนในด้านการทอผ้าไหม การย้อมสีและการทำสีย้อมธรรมชาติ

2.1 ด้านการทอผ้าไหม ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าไหมให้มีลักษณะที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น คือ เนื้อผ้าแน่น ละเอียดย มีความมันวาว ซักแล้วสีไม่ตกไม่ซีด นำไปเย็บเสื้อผ้าตะเข็บไม่แตกง่าย พิถีพิถันในการทอ มีการพัฒนาการทอผ้าไหมตั้งแต่กรรมวิธีการทอ การออกแบบลวดลายให้หลากหลาย การย้อมด้วยสีธรรมชาติ เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้า

2.2 ด้านการย้อมสีและทำสีย้อมธรรมชาติ ควรลอกกาเส้นไหม เพื่อขจัดกาและสิ่งสกปรกเพื่อการย้อมสี ซึ่งมีหลายวิธีแตกต่างกันขึ้นอยู่กับพันธุ์ไหม รูปแบบของไหม สนับสนุนให้มีการย้อมผ้าไหมด้วยสีธรรมชาติ ซึ่งได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากที่สุดในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาเกี่ยวกับการย้อมเส้นไหมด้วยสีธรรมชาติที่ได้จากพืชท้องถิ่นของจังหวัดอื่น ๆ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2563). สืบสาน อนุรักษ์ศิลป์ผ้าถิ่นไทย ดำรงไว้ในแผ่นดิน. ค้นเมื่อ 2 สิงหาคม 2565, จาก https://chumchon.cdd.go.th/wp-content/uploads/sites/106/2020/07/กรมการพัฒนาชุมชน-2020_vol-3.pdf
- กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2555). มาตรฐานศูนย์การเรียนรู้ชุมชน. กรุงเทพฯ: มาตรฐานการบริหารงาน อปท.
- กรมหม่อนไหม. (2555). เอกสารประกอบการประชุมวิชาการหม่อนไหม. กรุงเทพฯ: กรมหม่อนไหม.
- กรมหม่อนไหม. (2560). ทิศทางและแผนปฏิบัติการประจำปี 2561. ค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2564, จาก http://122.154.22.188/newqsds/file_upload/1118compressed-.pdf

- กรมหม่อนไหม. (ม.ป.ป.). *ประวัติกรมหม่อนไหม*. ค้นเมื่อ 17 กรกฎาคม 2564, จาก <https://qsds.go.th/ข้อมูลองค์กร/ประวัติความเป็นมา>
- กิตานันท์ มะลิทอง. (2543). *เทคโนโลยีการศึกษาและนวัตกรรม*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: อรุณการพิมพ์.
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2555). *การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในประมวลสาระชุดวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและสื่อสาร การศึกษากับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ หน่วยที่ 1 สาขาวิชาศึกษาศาสตร์*. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ณรงค์ กุลนิเทศ และ สุดาวรรณ สมใจ. (2558). *ระเบียบวิธีวิจัยขั้นสูง และการออกแบบวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: มาสเตอร์พริ้นท์ สามเสน.
- ธนวัฒน์ เสนเผือก. (2552). *ศูนย์การเรียนรู้เกษตรทฤษฎีใหม่ไชยวาน*. กรุงเทพฯ: กรมวิชาการเกษตร.
- ปวีณา ผาแสง และคณะ. (2560). *การศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผ้าทอพื้นเมืองน่าน กรณีศึกษา: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านเฮี้ย ตำบลศิลาแลง อำเภอปัว จังหวัดน่าน (รายงานการวิจัย)*. วิทยาลัยชุมชนน่าน สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- วิจารณ์ พานิช. (2551). *การจัดการความรู้ ฉบับนักปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม, (สคส.).
- สำนักอนุรักษ์และตรวจสอบมาตรฐานหม่อนไหม. (2558). *พันธุ์ไหมอนุรักษ์*. ค้นเมื่อ 12 กรกฎาคม 2564, จาก <https://qsds.go.th/newocss/wp-content/uploads/sites/74/2021/10/silk58.pdf>
- สุทธา สายวาณิชย์. (2554). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างเศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็ง (รายงานการวิจัย)*. สถาบันวิชาการป้องกันประเทศ วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร.
- สมน อมรวิวัฒน์. (2553). *กระบวนการเรียนรู้จากแหล่งเรียนรู้ในชุมชนและธรรมชาติ*. กรุงเทพฯ: ไทยวัฒนาพานิชย์.
- อาภรณ์ ภูวิทยพันธุ์. (2552). *ศูนย์การเรียนรู้กับการพัฒนาบุคลากร*. กรุงเทพฯ: เอช อาร์ เซ็นเตอร์.
- อารียา หุ่นวงศ์ษา. (2560). *การส่งเสริมกลุ่มอาชีพผ้าไหมไทย. วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 4(1), 53-64.
- Ruggles, R. L. (1997). *Tools for knowledge management: An introduction*. In Knowledge management tools, 1-8. Boston: Butterworth-Heinemann.