

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการक्रमสู่ช่องทางตลาดออนไลน์ ภายใต้การจัดการผลกระทบจากภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19

Potential Development for Indigo Dyeing Entrepreneurs to Online Marketing
Under the Sub-Program Model to Create Local Innovation
for Indigo Farmer Development in Sakon Nakhon Province, Thailand

ศศิกานต์ สังข์ทอง^{1*} ชฎาพร แนบชิด²

^{1,2}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

Sasikarn Sangthong^{1*} Chadarporn Nabchid²

^{1,2}Faculty of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University

*Corresponding Author E-mail: Chadarporn@snru.ac.th

(Received: October 28, 2024; Revised: December 4, 2024; Accepted: December 12, 2024)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพผู้ประกอบการของกลุ่มคราม อำเภอนิวัต จังหวัดสกลนคร และเพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการตลาดออนไลน์โดยใช้การวิจัยพัฒนาเชิงปฏิบัติการแบบผสมผสาน มีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจงเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรกลุ่มคราม อำเภอนิวัต จังหวัดสกลนคร จำนวน 13 กลุ่มรวม 59 คน ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างในการสัมภาษณ์เชิงลึก ตรวจสอบความสามารถในการนำไปใช้พบว่าเหมาะสม วิเคราะห์ข้อมูลวิธีเชิงอุปมานโดยการบรรยายและนำเสนอผลการศึกษาในรูปแบบการพรรณนา

ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรกลุ่มครามเป็นกลุ่มทอผ้าวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการรายเดียว มีลักษณะเด่นด้านการผลิตและมีทักษะด้านการประกอบธุรกิจ มีความสัมพันธ์เครือข่ายที่เข้มแข็ง มีการใช้เทคโนโลยีการติดต่อสื่อสารผ่านช่องทางไลน์และเฟซบุ๊กส่วนตัว แต่ยังขาดองค์ความรู้เรื่องการใช้สื่อออนไลน์เป็นช่องทางในการนำเสนอและจำหน่ายสินค้า ผู้วิจัยได้นำรูปแบบการวิจัยพัฒนาเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มาใช้โดยมีการจัดอบรมพัฒนาความรู้และฝึกทักษะการติดต่อสื่อสารกับเครือข่าย การถ่ายภาพ การไลฟ์สด การโพสต์ขายสินค้า มีการตั้งไลน์กลุ่มและร้านค้าบนเฟซบุ๊กเพื่อทดลองจำหน่ายสินค้าออนไลน์ แม้ว่าผู้ประกอบการจะมีทักษะในการจำหน่ายสินค้าในตลาดออนไลน์เพิ่มขึ้น แต่เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้สูงอายุ จึงมีการใช้กลยุทธ์ ทายาทคราม ที่เป็นลูกหลานมาช่วยในการบริหารจัดการสินค้าและการขับเคลื่อนตลาดออนไลน์ทำให้ผู้ประกอบการสามารถยกระดับเป็น “นวัตกรรมออนไลน์ต้นแบบ” ที่สร้างเครือข่ายออนไลน์เพื่อใช้ประโยชน์ทางธุรกิจ และสามารถนำนวัตกรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นไปเผยแพร่สู่สมาชิกเครือข่ายเพื่อให้มาเข้าร่วมเป็นผู้ประกอบการออนไลน์และเกิดการแพร่กระจายนวัตกรรมในชุมชน

คำสำคัญ: ศักยภาพ, ผู้ประกอบการคราม, ตลาดออนไลน์

Abstract

This research aimed to examine the potential of the Community Enterprise at Wanon Niwat, Sakon Nakhon. Indigo farmers and develop online marketing potential for indigo dyeing entrepreneurs. The researcher utilizes research development in mixed method. The samples was drawn by the purposive sampling methods, total of 59

people from 13 groups who had been community enterprises in Wanon Niwat District. Data were collected by using a structured interview with in-deep interviews, and analyzing the data by quantitate presenting the result in a descriptive pattern.

The study results revealed that most of the community enterprises and entrepreneurs were the sole proprietors of the production business the Wanon Niwat group specialized in production and business skills. The entrepreneurs' assessments are in the strength of indigo dyeing networks. Communication technology is used through social media applications such as Line and Facebook profile. They still lack of knowledge and misunderstanding on marketing communication of indigo dyed fabric. In addition, PAR is used to potential development for Indigo dyeing entrepreneurs to online marketing. Thus, the training on how to be marketing communication skill. They can set up a functioning online store directly on their Facebook Business page and line group to learn a new marketing skill. The entrepreneurs' potential after training was found in marketing communication. Innovator and the indigo-dyed fabric online outlet market community was created using the "descendants of a family business" strategy to drive and communicate online marketing. This article also suggests that the new generation of local innovators should bring innovations to the network to join as online entrepreneurs and spread more innovations in the community.

Keywords: Potential, Indigo Textile Entrepreneurs, Online Marketing

บทนำ

ผ้าย้อมครามธรรมชาติเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดสกลนครที่มีความโดดเด่นด้านการใช้สีครามธรรมชาติมาเป็นวัตถุดิบในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ถือว่าเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและมีความเป็นอัตลักษณ์ที่ฝังตัวอยู่กับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชนเผ่าภูไท ที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสกลนครมาช้านาน ชนเผ่าภูไทเป็นชนเผ่าที่อพยพมาจากเวียดนามตั้งรกรากที่จังหวัดสกลนครตั้งแต่ในอดีต ต่อมาหลังจากวัฒนธรรมการทำผ้าย้อมครามเลือนหายไปจากวิถีชุมชนมากกว่า 30 ปี ที่จังหวัดสกลนครมีการรื้อฟื้นจากลูกหลานเกษตรกรบ้านนาดี อำเภอพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร ได้นำผ้าย้อมครามกลับมาทำใหม่ให้กลายเป็น “สินค้า” จนสกลนครกลายเป็นจังหวัดที่ได้ขึ้นทะเบียนและรับรองมาตรฐานสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ “ผ้าย้อมครามธรรมชาติสกลนคร” และได้รับการรับรองจากสภาหัตถศิลป์โลก (World Crafts Council) ให้จังหวัดสกลนครเป็น “นครหัตถกรรมแห่งสีครามธรรมชาติโลก” (World Craft City for Natural Indigo) ซึ่งถือเป็นสิ่งยืนยันถึงความเป็นเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ทางวิถีวัฒนธรรมและภูมิปัญญาที่ทรงคุณค่าและงดงาม ผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามเป็น 1 ใน 5 ผลิตภัณฑ์ OTOP หลักที่สร้างรายได้ให้กับจังหวัดสกลนคร โดยในปี พ.ศ. 2561 มีมูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์คราม 342,331,013 บาท จากมูลค่ารวมของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) 2,282,206,757 บาท ที่มีกิจกรรมการผลิตที่กระจายทั่วทั้ง 18 อำเภอ (แผนพัฒนาจังหวัดสกลนคร, 2563)

จากการสำรวจข้อมูลการจัดตั้งกลุ่มในรูปแบบต่าง ๆ พบว่า ในเขตพื้นที่อำเภออากาศอำนวย อำเภอพรรณานิคม และอำเภอนวนนิคมมีการรวมกลุ่มที่ค่อนข้างหนาแน่น ซึ่งอำเภอนวนนิคมคิดเป็นร้อยละ 8 ของจำนวนกลุ่มของจังหวัดสกลนคร หรือเมื่อคิดเป็นมูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มากกว่า 16 ล้านบาทต่อปี (แสนสุรีย์ เชื้อวังคำและคณะ, 2564) มีการดำเนินการตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำและปลายน้ำ เริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิตจนเป็นผลิตภัณฑ์ จากต้นคราม กลายเป็นเนื้อครามมาทอหม้อได้น้ำย้อม นำมาย้อมเส้นใยเพื่อนำไป

ผ่านกระบวนการ มัดหมี่ ถัก ทอหรือมัดย้อมจนได้เป็นผลิตภัณฑ์ขั้นต้นมีลวดลายและสีสันที่สวยงาม คงเอกลักษณ์พื้นถิ่นด้วยสีครามธรรมชาติที่สามารถย้อมไล่เฉดสีตั้งแต่สีฟ้าอ่อนไปจนถึงน้ำเงินเข้มเกือบดำ สินค้าส่วนใหญ่ ได้แก่ ผ้าถุง ผ้าทอ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ เสื้อผ้าบุรุษสตรี สินค้าตกแต่งบ้าน เครื่องประดับ เป็นต้น มีการจัดตั้งกลุ่มทอผ้าและผู้ประกอบการในรูปแบบต่างๆมากมายเข้ามาดำเนินการผลิตและจำหน่ายสินค้าผ้าย้อมคราม จนกระทั่งเมื่อทุกประเทศต้องเผชิญความผันผวนของเศรษฐกิจโลกตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 และประเทศของเรายังไม่สามารถหาทางฟื้นตัวจากผลกระทบดังกล่าวได้ ก็ต้องมาเจอกับสถานการณ์ภัยพิบัติการระบาดของไวรัสโควิด 19 ที่ไม่มีใครคาดคิดในปี 2563 ทำให้เกษตรกรผู้ประกอบการผ้าย้อมครามได้รับผลกระทบอย่างถ้วนหน้า สินค้าผ้าย้อมครามไม่สามารถออกสู่ตลาดได้เนื่องจากข้อจำกัดทางด้านมาตรการการป้องกันความปลอดภัยจากโรคระบาดไวรัสโควิด 19 ตลาดถูกปิด ไม่ให้มีการเคลื่อนย้ายไม่ว่าคนหรือสิ่งของ มีความรุนแรงของเชื้อโรคถึงขั้นห้ามประชาชนออกจากเคหะสถาน ทุกอย่างเป็นอัมพาต เกิดภาวะสูญญากาศเศรษฐกิจไทย รัฐบาลต้องเร่งระดมความช่วยเหลือจากหน่วยงานทุกภาคส่วนเพื่อเข้ามาช่วยแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นตามมาจากสถานการณ์โรคระบาดไวรัสโควิด 19

ในขณะที่ทุกภาคส่วนกำลังระดมเพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ได้เปิดโจทย์วิจัยและมีข้อกำหนดว่าต้องเป็นการทำวิจัยเพื่อช่วยเหลือปัญหาโควิด 19 จึงเป็นที่มาของการจัดทำโครงการการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการक्रमสู่ช่องทางการตลาดออนไลน์ร่วมกับโครงการอื่น ๆ ประกอบเป็นชุดโครงการการสร้างนวัตกรรมชุมชนเพื่อพัฒนาเกษตรกรกลุ่มครามจังหวัดสกลนครขึ้น โดยคณะนักวิจัยได้มองเห็นปัญหาที่ผู้ประกอบการक्रमที่ประสบปัญหากันอย่างถ้วนหน้า และจำเป็นที่จะต้องปรับตัวในด้านกระบวนการคิดค้นและผลิตสินค้าหรือบริการให้สอดคล้องกับสถานการณ์และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นให้เร็วที่สุด

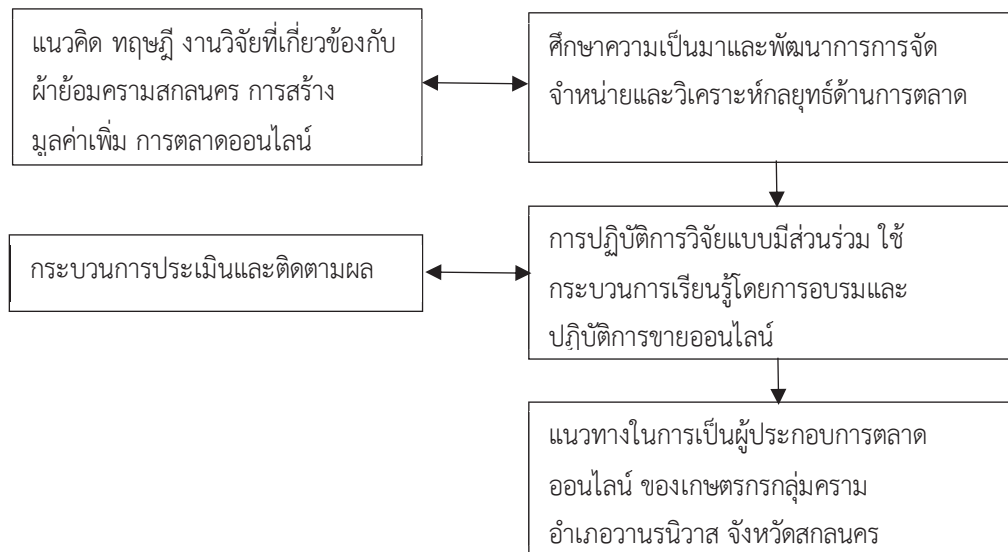
ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาถึงศักยภาพของผู้ประกอบการक्रमธรรมชาติ ค้นหาทุนเดิมที่มีผนวกกับเครื่องมือทางเทคโนโลยีและนวัตกรรมเข้ามาช่วยแก้ไข การสื่อสารการตลาดออนไลน์ซึ่งเป็นช่องทางเดียวที่จะสามารถขับเคลื่อนการจัดจำหน่ายสินค้าให้ดำเนินการไปได้ โดยการดำเนินการวิจัยและโครงการแก้ไขปัญหาผลกระทบจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 ไปในเวลาเดียวกัน นอกจากจะเพื่อนำข้อมูลมาเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นแล้ว ยังเป็นการยกระดับผู้ประกอบการक्रमธรรมชาติให้สามารถใช้การสื่อออนไลน์ ซึ่งมีความจำเป็นต่อการแก้ไขปัญหาในสถานการณ์ที่ได้รับผลกระทบจากเหตุการณ์ภัยพิบัติที่ไม่ได้คาดคิด และสามารถปรับตัวเป็นผู้ประกอบการที่สามารถแข่งขันในตลาดสมัยใหม่ที่มุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างสูงสุดในทุกสถานการณ์ (ศศิกานต์ สังข์ทอง, 2561)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพผู้ประกอบการกลุ่มผ้าย้อมครามธรรมชาติ อำเภอนวนนิवास จังหวัดสกลนคร
2. เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการกลุ่มผ้าย้อมครามธรรมชาติ อำเภอนวนนิवास จังหวัดสกลนคร ด้านการตลาดออนไลน์

ทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยจึงได้นำเสนอกรอบแนวคิดการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการกลุ่มผู้ประกอบการตลาดออนไลน์ภายใต้การจัดการผลกระทบจากภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19 เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ระเบียบวิธีการวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การศึกษาพัฒนาการ (Timeline) ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันของเกษตรกรกลุ่มคราม เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ศักยภาพผู้ประกอบการ และใช้วิธีวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม (PAR) เพื่อมุ่งแก้ปัญหาและพัฒนา โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีองค์ความรู้ภูมิปัญญาและประสบการณ์ร่วมกับทีมวิจัย (อมาลี อัมพันศิริรัตน์ และพิมพ์มล วงศ์ไชยา, 2560)

มีการเลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจงเป็นผู้ประกอบการเกษตรกรกลุ่มคราม อำเภอนวนนิวาส จังหวัดสกลนคร จำนวน 13 กลุ่ม ประกอบไปด้วย

1. กลุ่มสตรีทอผ้าขาวม้าและผ้าย้อมคราม หมู่ 14
2. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่ย้อมครามและสีธรรมชาติ หมู่ 3
3. กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านกุดเรือใหญ่ หมู่ 2
4. กลุ่มแม่บ้านแปรรูปผ้าขาวม้าบ้านซำก่าย หมู่ 1
5. กลุ่มทอผ้ามัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติ-เคมี หมู่ 11
6. กลุ่มรัตนผ้าคราม หมู่ 2
7. กลุ่มทอผ้าบ้านกุดจิก
8. กลุ่มทอผ้าครามตามรอยคุณยาย
9. กลุ่มทอผ้าบ้านกุดเรือ
10. กลุ่มแปรรูปผ้าครามบ้านนาดอกไม้
11. กลุ่มทอผ้าบ้านดอนยานาง

12. กลุ่มทอผ้าสามสาว

13. กลุ่มทอผ้าครามบ้านตาดโตน

เครื่องมือการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์แบบลึก (In-Depth Interview) เพื่อศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสถานการณ์ ฐานข้อมูล ทนเดิม เช่น องค์ความรู้ ภูมิปัญญา พื้นที่ปลูก ปริมาณเนื้อครามที่ผลิต ระบบการบริหารจัดการ ศักยภาพทางการตลาด เป็นต้น จากกลุ่มเป้าหมายประธานหรือสมาชิกกลุ่มทอผ้าย้อมครามธรรมชาติ จำนวน 13 กลุ่ม รวม 59 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ ศักยภาพผู้ประกอบการ

2. การจัดเสวนากลุ่ม (Group Discussion) เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายทั้ง 13 กลุ่ม รวม 59 คน โดยใช้เครื่องมือแบบ สัมภาษณ์เชิงลึก ระดมความคิด สรุปข้อมูล ออกแบบ และวางแผนการดำเนินงานร่วมกันเพื่อความชัดเจนตลอดระยะเวลา การดำเนินงาน

3. การจัดเวทีชุมชน (Public Forum) เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายและผู้มีส่วนได้เสีย ได้แสดงความคิดเห็น แลกเปลี่ยนเรียนรู้ และรับรู้ข้อมูลร่วมกัน

4. การสังเกต แบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม (Participant and Non-Participation Observation) เพื่อวิเคราะห์การ ดำเนินงาน สิ่งที่มีผลต่อการดำเนินงาน เช่น ทักษะการรับรู้ เรียนรู้ของผู้ร่วม บุคลิกภาพ การแสดงออก ความแตกต่างระหว่างบุคคล และการเก็บรวบรวมและสรุปประเด็นทั้งก่อน ระหว่าง และหลังสิ้นสุดการดำเนินงาน

ด้านพื้นที่

กำหนดขอบเขตพื้นที่การศึกษาการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผ้าย้อมครามธรรมชาติ สู่ช่องทางการตลาดออนไลน์ภายใต้ การจัดการผลกระทบจากภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19 อำเภอนวนนิวาส จังหวัดสกลนคร

กลุ่มเป้าหมาย

จากการสมัครเข้าร่วมการวิจัยโดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 59 คน มีเกณฑ์การคัดเลือก คือ เป็นประธานหรือสมาชิกกลุ่มผ้าย้อมครามธรรมชาติ จำนวน 13 กลุ่ม ในเขตพื้นที่อำเภอนวนนิวาส จังหวัดสกลนคร มีอายุตั้งแต่ 40 ปี ขึ้นไป มีองค์ความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการทอผ้าย้อมครามธรรมชาติ สมัครใจเข้าร่วมการวิจัย โดยลงนามยินยอมเป็นลายลักษณ์อักษร เกณฑ์การคัดออก คือ อาสาสมัครที่บอกเลิกการเข้าร่วมการวิจัย ย้ายออกจากพื้นที่ หรือเสียชีวิต

ด้านเนื้อหา

ศึกษาบริบทชุมชน การวิเคราะห์ผลกระทบ การเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจและสังคมของกลุ่มผู้ผลิตและทอผ้าย้อมครามธรรมชาติ หลังสถานการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 โดยการสำรวจข้อมูล ภูมิศาสตร์ ประวัติศาสตร์ การสังเกต จัดเวทีเสวนา การสนทนากลุ่ม สัมภาษณ์ การถอดบทเรียน และจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

ด้านปฏิบัติการ

การศึกษาระบบการสร้างคุณภาพและเพิ่มมูลค่าสินค้าการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการผ้าย้อมครามธรรมชาติ สู่ช่องทางการตลาดออนไลน์ภายใต้การจัดการผลกระทบจากภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19 อำเภอนวนนิวาส จังหวัดสกลนคร ตามกระบวนการผลิตครามของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย

1. การศึกษาและพัฒนาการสร้างเครือข่ายสังคมออนไลน์เพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์คราม วิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มและการตลาด โดยการจัดเวทีแสดงความคิดเห็นและวิเคราะห์ปัญหา การสนทนากลุ่ม ออกแบบและพัฒนาระบบเครือข่าย เก็บรวบรวมข้อมูล วิเคราะห์ สรุปและคืนข้อมูล

2. การประเมินรายได้ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าย้อมครามธรรมชาติ ดำเนินการเก็บข้อมูลก่อนและหลังเข้าร่วมการวิจัย โดยการสัมภาษณ์ แบบสอบถาม เพื่อวิเคราะห์และประเมินรายได้ รายจ่าย หนี้สิน และทรัพย์สิน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data Analysis) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยสถิติที่ใช้ คือ จำนวน (n) และ ร้อยละ (%) เพื่อทราบอธิบายลักษณะของข้อมูล

2. การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม มาถอดบทเรียนสรุปข้อมูล จัดเป็นหมวดหมู่ จากนั้นอธิบายข้อมูลเชิงพรรณนาวิเคราะห์ สรุป และนำข้อมูลมาตรวจสอบหาความถูกต้อง ความสมบูรณ์ ค้นข้อมูลแก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน และวิเคราะห์ผลเพื่อสรุปตามวัตถุประสงค์การวิจัยต่อไป

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการक्रमสู่ช่องทางการตลาดออนไลน์ภายใต้การจัดการผลกระทบจากภัยพิบัติโรคระบาดโควิด 19 มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ศักยภาพผู้ประกอบการผ้าย้อมครามธรรมชาติ อำเภอวานรนิวาส จังหวัดสกลนคร ศึกษาความเป็นมาและพัฒนาการการจำหน่ายและการตลาดของเกษตรกรกลุ่มครามตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน พบว่า ผ้าย้อมครามถือว่าเป็นผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัดสกลนคร และเป็นจังหวัดที่มีการผลิตผ้าย้อมครามที่ยังรักษาคงความเป็นวิถีวัฒนธรรมแบบดั้งเดิมมากที่สุดของประเทศไทย มีการจัดตั้งกลุ่มในรูปแบบต่างๆ มากกว่า 150 กลุ่ม มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากครามของชุมชนเริ่มตั้งแต่ปี 2547 มูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มากกว่า 300 ล้านบาทต่อปี ซึ่งอำเภอวานรนิวาสเป็นพื้นที่ที่มีการผลิตผ้าย้อมครามเป็นอาชีพเสริม มีการประกอบการทั้งแบบผู้ประกอบการรายเดี่ยวและที่จัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน สมาชิกส่วนใหญ่เป็นสตรีที่มีอายุอยู่ในช่วง 35-85 ปี มีผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายไม่ว่าจะเป็น ผ้าถุง ผ้าผืน ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป รองเท้า กระเป๋า เป็นต้น จังหวัดสกลนครได้มีการผลักดันส่งเสริมผ้าย้อมครามเข้าร่วมยุทธศาสตร์การพัฒนาชาวนาไร่โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มทอผ้าย้อมครามธรรมชาติอำเภอวานรนิวาส ได้รับการเชิญให้เข้าร่วมและมีการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ การพัฒนาการทอผ้าเป็นอาชีพ มีการขึ้นทะเบียนเป็นกลุ่ม OTOP ส่งผ้าประกวดผลัดเปลี่ยนกันได้รางวัล 5 ดาวอยู่เป็นประจำทุกปีและได้เข้าร่วมกิจกรรมการพัฒนาทั้งด้านการผลิต การแปรรูป และด้านการตลาด ต่อเนื่องตลอดมา

สินค้าประเภทต่าง ๆ ของผู้ประกอบการक्रम อำเภอวานรนิวาสได้รับความสนใจจากผู้บริโภคซึ่งแรงซื้อส่วนใหญ่ถูกกระตุ้นอุปสงค์โดยการที่จังหวัดสกลนครได้มีนโยบายให้บุคลากรหน่วยงานราชการแต่งกายด้วยชุดผ้าย้อมครามทุกวันศุกร์ จึงทำให้ตลาดสินค้าผ้าย้อมครามมีความคึกคัก ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสามารถขายผ้าได้เป็นจำนวนมากและต่อเนื่อง นอกจากจะมีการสั่งซื้อไปยังกลุ่มที่ทอโดยตรง ยังมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หน่วยงานรัฐจัดให้เพื่อเป็นการส่งเสริมการตลาดให้แก่กลุ่มผ้าย้อมคราม เช่น การจัดตลาดนัดหน้าอำเภอ งานประจำจังหวัด งานประจำปี งานประเพณีต่าง ๆ และที่สำคัญที่สุดคือมีการจัดตั้งถนนคนเดินผ้าย้อมครามที่หน้าวัดพระธาตุเชิงชุมในตัวเมืองไว้คอยให้ผู้บริโภคที่เป็นทั้งคนในจังหวัดเอง นักท่องเที่ยวทั้งคนไทยและต่างประเทศได้ไปเดินเลือกชมและซื้อสินค้าผ้าย้อมครามในวันเสาร์-อาทิตย์ นอกจากนี้ ยังได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง จัดสรรโควตาเพื่อให้ไปจัดจำหน่ายสินค้าตามงานมหกรรมสินค้าที่กรุงเทพมหานคร เช่น งานมหกรรมสินค้า OTOP ไทยแลนด์ที่จัดขึ้นในช่วงปลายปีซึ่งเป็นงานที่สร้างรายได้ให้แก่กลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการผ้าย้อมครามที่ไปจำหน่ายจะมีรายได้เป็นหลักแสนบาทต่อราย ด้วยสภาพแวดล้อมของการประกอบธุรกิจดังกล่าว ทำให้เกษตรกรกลุ่มครามอำเภอวานรนิวาสมีจุดแข็งคือสามารถที่จะเป็นผู้ดำเนินการผลิตผ้าย้อมครามที่มีศักยภาพ สามารถดำเนินการประกอบธุรกิจผ้าย้อมครามได้เองตั้งแต่กระบวนการผลิต การแปรรูปและการจัดจำหน่าย ตลอดจนไปถึง

การมีความพร้อมด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาสนับสนุนการผลิตผ้าอ้อมครามตั้งแต่การผลิตเนื้อคราม การทอผ้าอ้อมครามธรรมชาติ และผู้ประกอบการยังเป็นเกษตรกรหัวก้าวหน้า มีความทันสมัยสังเกตได้จากที่เกษตรกรมีโทรศัพท์แบบสมาร์ตไว้เพื่อใช้ในการติดต่อสื่อสารกันแทบทุกคน การประกอบธุรกิจผ้าอ้อมครามมีพัฒนาการทั้งด้านการบริหารจัดการ การผลิต การตลาดแทบทุกมิติ ถึงแม้ว่าจะเจอปัญหาผลกระทบจากพิษเศรษฐกิจมาหลายรอบแต่กลุ่มผู้ประกอบการผ้าอ้อมครามก็ผ่านมาได้ด้วยดี จนมาถึงช่วงสถานการณ์ที่ได้รับผลกระทบจากปัญหาโรคระบาดไวรัสโควิด 19 การจำหน่ายในส่วนของคุณค่าทุกประเภทต้องหยุดชะงักทุกช่องทาง เนื่องจากรัฐบาลได้กำหนดมาตรการควบคุมโรคระบาดโควิด 19 ระดับเข้มงวดสูงที่สุดคือห้ามประชาชนออกจากบ้าน หรือเดินทางข้ามเขตหรือพื้นที่ที่กำหนด จะมีก็ส่วนผลิตภัณฑ์แปรรูปใหม่ที่เข้ามาชดเชยในเรื่องของการแปรรูปเป็นหน้ากากอนามัยผ้าอ้อมคราม ยิ่งช่วงแรกหน้ากากอนามัยขาดแคลนกลุ่มแปรรูปสามารถมียอดขายได้ถึง 3,000 ชิ้นต่อเดือน สามารถชดเชยส่วนที่ขายไม่ได้ในผลิตภัณฑ์ประเภทอื่น

จากการศึกษาความเป็นมาและพัฒนาการการจำหน่ายและการตลาดของเกษตรกรกลุ่มครามตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันทำให้ทราบถึงศักยภาพผู้ประกอบการของกลุ่มคราม อำเภอมหาชนะชัย จังหวัดยโสธร ทำให้ได้ข้อมูลซึ่งสะท้อนถึงศักยภาพของผู้ประกอบการครามจำแนกได้เป็น 4 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการผลิต เกษตรกรกลุ่มครามมีที่ดินเป็นของตนเองในการปลูกคราม และสามารถทำเนื้อครามที่มีคุณภาพสูงส่งขายทั้งในและนอกพื้นที่ การมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าที่หลากหลาย อาทิผ้าถุง ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ และผ้าผืน เป็นต้น
2. ด้านการแปรรูป มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปบ้านซำก่าย ที่เป็นโรงงานแปรรูปด้วยการตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป เช่น ชุดบุรุษ-สตรี ผ้าถุงสำเร็จรูป เสื้อแจ็กเก็ต กระเป๋า เป็นต้น
3. ด้านการตลาด มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย อาทิ งานแสดงสินค้าทั้งในจังหวัดและกรุงเทพฯ งานประจำปี และมีถนนคนเดินผ้าอ้อมครามหน้าวัดพระธาตุเชิงชุม ในตัวเมืองสกลนครที่เป็นแหล่งซื้อขายผ้าอ้อมครามทุกวันเสาร์-อาทิตย์ และที่สำคัญตลาดที่ใหญ่ที่สุดคือหน่วยงานราชการต่าง ๆ ในจังหวัดที่ถูกกำหนดให้สวมชุดผ้าอ้อมครามในทุกวันศุกร์ก็จะมีคำสั่งซื้อหรือผลิตมาที่ผู้ผลิตโดยตรง
4. ด้านเทคโนโลยี มีการใช้โทรศัพท์สมาร์ทโฟนและมีการใช้เฟซบุ๊ก และ ไลน์ ในการติดต่อสื่อสาร



ภาพที่ 2 ศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูล



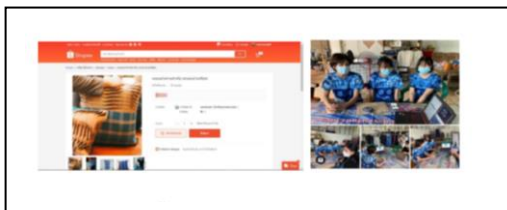
ภาพที่ 3 วิเคราะห์ข้อมูลผู้ประกอบการ

2. การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการค้าข้ามวัฒนธรรมชาติ อำเภอมอนywa จังหวัดสกลนคร ด้านการตลาดออนไลน์ ผลการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการตลาดออนไลน์ จากการดำเนินการวิจัยในระยะที่ 1 พบว่า เดิมเกษตรกรกลุ่มการค้าข้ามวัฒนธรรมชาติ อำเภอมอนywa จังหวัดสกลนคร เป็นผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในทุก ๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต ด้านการแปรรูปหรือด้านการตลาด แต่เมื่อเกิดโรคระบาดไวรัสโควิด 19 การดำเนินการทุกด้านก็ได้รับผลกระทบ และปัญหาสำคัญที่สุดคือปัญหาไม่สามารถขายสินค้าได้ เนื่องจากการดำเนินชีวิตของทุกคนต้องติดอยู่ภายใต้มาตรการป้องกันและควบคุมการระบาดของไวรัส โควิด 19 ระดับเข้มงวดสูงสุด มีทางเดียวที่จะทำให้เกิดการซื้อขายได้นั้นคือช่องทางตลาดออนไลน์ แต่หากการขายออนไลน์ก็ไม่ได้ง่ายอย่างที่คิดและความพร้อมเดียวที่เกษตรกรกลุ่มการค้าข้ามวัฒนธรรมชาติ อำเภอมอนywa มีที่สอดคล้องกับการทำตลาดออนไลน์คือการมีเครื่องมือในการสื่อสารได้แก่สมาร์ทโฟน ร่วมกับการเคยใช้โซเชียลมีเดียในการติดต่อสื่อสาร อาทิ การโพสต์ภาพและข้อความในเฟซบุ๊ก ใช้ไลน์ส่วนตัวในการส่งข้อความและการสื่อสารผ่านช่องทางไลน์ ซึ่งยังไม่เคยนำไปประยุกต์ใช้ในการทำธุรกิจอย่างจริงจัง ดังนั้น ทีมวิจัยจึงได้ดำเนินการพัฒนาศักยภาพเกษตรกรกลุ่มการค้าข้ามวัฒนธรรมชาติด้านการตลาดออนไลน์โดยเริ่มจาก การวิเคราะห์ข้อมูลสร้างบทเรียนร่วมกันกับเกษตรกรกลุ่มการค้าข้ามวัฒนธรรมชาติ เพื่อกำหนดทิศทางการถ่ายภาพ การไลฟ์สดและสร้างและปรับปรุงเฟซบุ๊กส่วนตัวให้ผู้ประกอบการแต่ละรายและตั้งกลุ่มไลน์ (Group Line) ชื่อ “ครามวนร” เพื่อเป็นช่องทางในการขายสินค้า พร้อมทั้งมีการสร้างความเข้าใจและอธิบายแนวคิดเรื่องการตลาดออนไลน์ชี้แจงแนวปฏิบัติในการขับเคลื่อนการขายโดยกำหนดให้ทำ 2 กิจกรรมได้แก่ กิจกรรมที่ 1 การโพสต์ภาพสินค้าพร้อมข้อความและการไลฟ์สดบนเฟซบุ๊กส่วนตัว อย่างน้อยวันละ 1 ครั้ง ควบคู่ไปกับ กิจกรรมที่ 2 คือ การเชิญลูกค้าของแต่ละคนเข้ามาเป็นสมาชิกและโพสต์ภาพสินค้าขายในไลน์กลุ่ม อย่างน้อยวันละ 1 ครั้งจากการสังเกตการณ์ผ่านช่องทางออนไลน์ที่ถูกสร้างไว้ พบว่า มีสมาชิก 3 - 4 รายเท่านั้น โพสต์รูปภาพสินค้าในเฟซบุ๊กส่วนตัวและกลุ่มไลน์ ครามวนร เมื่อลงพื้นที่ไปพูดคุยสอบถามกับเกษตรกรกลุ่มการค้าข้ามวัฒนธรรมชาติ ได้ทราบถึงปัญหาคือ ความไม่เคยชินกับการต้องมาคอยโพสต์หรืออ่านข้อความในเฟซบุ๊ก และไม่ยอมเชิญลูกค้าของตัวเองให้เข้ามาอยู่ในกลุ่มไลน์ เพราะกลัวไปซื้อของเพื่อนในกลุ่มแทน ดังนั้น เมื่อทดลองปฏิบัติการผ่านไปหนึ่งเดือนก็ยังไม่มีมีการซื้อขายเกิดขึ้นตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ จึงทำการประชุมเพื่อแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้น โดยได้แนวทางแก้ไข คือ มีอาสาสมัครที่เป็นเป็นลูกหลานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านแปรรูปผ้าขาวม้าบ้านซำก่าย หมู่ 1 เป็นตัวแทนของสมาชิกกลุ่มค้าข้ามวัฒนธรรมชาติ อำเภอมอนywa ที่ว่างจากการไม่ได้ไปเรียนและต้องการหารายได้พิเศษเนื่องจากมหาวิทยาลัยและโรงเรียนถูกสั่งปิดตามมาตรการป้องกันโรคระบาดโควิด จำนวน 3 คน ประกอบไปด้วยนักเรียนชั้น ม.4 จำนวน 1 คน และนักศึกษามหาวิทยาลัยชั้นปีที่ 1 จำนวน 2 คน อาสามาช่วยในการดำเนินการเป็น “ผู้ขายออนไลน์” ทั้งมีการปรับปรุงสร้างโลโก้และปรับเปลี่ยนหน้าตาให้กับเฟซบุ๊กส่วนตัวของสมาชิกเพื่อให้ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ตั้งกลุ่มไลน์ใหม่เพื่อการติดต่อสื่อสารระหว่างสมาชิกเกษตรกรกลุ่มการค้าข้ามวัฒนธรรมชาติ และสร้างเพจเฟซบุ๊กเป็นช่องทางในการจำหน่ายผ้าขาวม้า โดยกลุ่ม “ทายาทคราม” จะทำการถ่ายภาพสินค้าของสมาชิกทุกคน เพื่อนำมาไว้สำหรับสร้างคอนเทนต์และโพสต์ขายสินค้าเป็นประจำทุกวัน พร้อมทั้งมีการไลฟ์สดขายสินค้าสัปดาห์ละ 1 ครั้ง พบว่าหลังการปฏิบัติการผ่านไป 1 เดือนมียอด

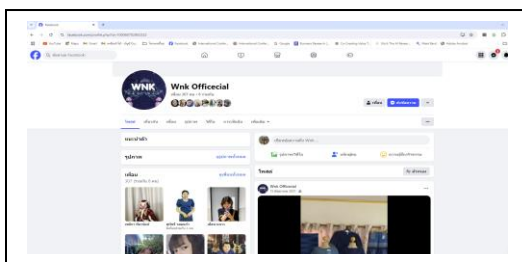
การขายสินค้าผ้าย้อมครามรวมทุกประเภทเฉลี่ยรายละ 5,000 บาท และเมื่อประเมินผลหลังจากจบโครงการเกษตรกรกลุ่มครามมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 15,000 บาทต่อราย ปัจจุบันผู้ประกอบการครามอำเภอวานรนิวาส จังหวัดสกลนครทุกรายมีการขายผ่านตลาดออนไลน์ มีร้านค้าบน เฟซบุ๊ก และ ไลน์ ตลอดจนมีบางกลุ่มสามารถนำสินค้าขึ้นไปจำหน่ายใน ช้อปปี้ (Shopee) และ ลาซาด้า (Lazada) แพลตฟอร์ม 2 ค่ายยักษ์ใหญ่แห่งวงการช้อปปิ้งออนไลน์ จนทำให้ผู้ประกอบการไม่ต้องเดินทางไปขายสินค้ายังตลาดแบบดั้งเดิม และมีผู้ประกอบการบางรายปรับกลยุทธ์ใช้ตลาดดั้งเดิมเป็นเพียงสถานที่แจกจ่ายสินค้าหรือจัดส่งสินค้าให้แก่ลูกค้าหรือผู้บริโภคที่มีการสั่งซื้อผ่านออนไลน์ทำให้เป็นการลดต้นทุน ประหยัดค่าใช้จ่าย และเวลาไม่ต้องไปนั่งรอลูกค้าที่หน้าร้านทุกวัน

ดังนั้น การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการตลาดออนไลน์ เพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับผลิตภัณฑ์คราม ด้วยนวัตกรรมการสื่อสารกับมีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder) ผ่านระบบแอปพลิเคชันไลน์ (Line) และเฟซบุ๊ก (Facebook) โดยใช้กลยุทธ์การตลาด (Social Marketing) คือ การขายสินค้าด้วยสื่อสังคมออนไลน์ เป็นการเพิ่มช่องทางการจำหน่าย ประกอบด้วย

1. การสร้างเพจประจำกลุ่มจำนวน 13 เพจ
2. สร้างเพจกลางภายใต้ชื่อ “WNK Official” โดยเยาวชนทายาทครามวนร ดังภาพที่ 4 และภาพที่ 5
3. สร้างเว็บไซต์ จัดเตรียมความพร้อมผลิตภัณฑ์ ปรับตราสัญลักษณ์สินค้าเชื่อมโยงการจำหน่ายสินค้าจากทั้งเพจ และเว็บไซต์ บนตลาด E-commerce ดังภาพที่ 4 และภาพที่ 5
4. การส่งเสริมและพัฒนาระบบการจัดการหน้าและหลังร้านบนตลาด Shopee และ Lazada



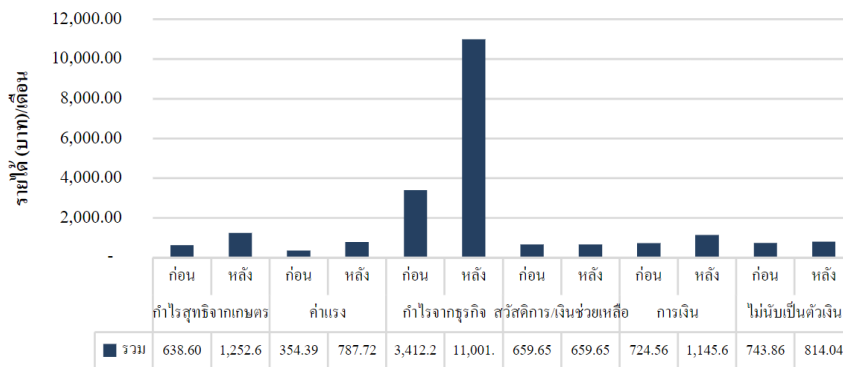
ภาพที่ 4 พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการตลาดออนไลน์



ภาพที่ 5 เฟซบุ๊กกลุ่มทายาทครามอำเภอวานรนิวาส

การประเมินรายได้ของกลุ่มเป้าหมายผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากสมาชิกที่เข้าร่วมโครงการจากทั้งหมด 13 กลุ่ม จำนวน 59 คน ด้วยแบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์และประเมินรายได้ รายจ่าย หนี้สิน และทรัพย์สิน (บาท/คน/เดือน) ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 หมวด บาทต่อคนต่อเดือน และหลังสิ้นสุดโครงการมีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นเท่ากับ 14,408.77 บาทต่อคนต่อเดือน ซึ่งมีรายได้เพิ่มขึ้นจำนวน 7,875.44 บาทต่อคนต่อเดือน หรือคิดเป็นร้อยละ 50 ดังภาพที่ 6

รายได้ก่อนและหลังแยกตามรายหมวด



ภาพที่ 6 รายได้ก่อนและหลังแยกตามรายหมวด

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาพัฒนาการตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันของเกษตรกรกลุ่มกรรม ทั้งหมดจำนวน 13 กลุ่มในพื้นที่อำเภอรณนิวาส จังหวัดสกลนคร ยังคงรักษาและสืบทอดภูมิปัญญาการทำฝ้ายย้อมครามมาอย่างต่อเนื่อง พื้นที่ดังกล่าวจะมีหลายชนเผ่า มีการทอฝ้ายย้อมครามยึดโยงกับวิถีวัฒนธรรม ใช้สวมใส่ในโอกาสสำคัญ ๆ เช่น งานมงคล งานบุญประจำปี หรือสวมใส่ทำไร่ทำนา เป็นต้น ฝ้ายย้อมครามได้ปรับเปลี่ยนแนวคิดการผลิตจากผลิตเพื่อใช้เอง เป็นการผลิตเพื่อจำหน่ายสนองนโยบายภาครัฐที่ส่งเสริมการยกระดับรายได้ จึงได้รับความนิยมและเป็นที่รู้จักของตลาดมากขึ้น แต่ละกลุ่มจะมีการผลิตครบตามห่วงโซ่คุณค่าด้วยวิธีการผลิตที่มีความยุ่งยากและซับซ้อน ทำให้ผลิตได้น้อยใช้เวลาในการผลิตนาน การกำหนดราคานอกจากจะกำหนดด้วยต้นทุน การเติมแต่งความเป็นเอกลักษณ์ถือเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับวินยาภรณ์ พรหมณโชติ (2564) การใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิมในการสร้างผลิตภัณฑ์ผสมผสานกับการตลาดสมัยใหม่มาใช้อย่างค่อยเป็นค่อยไปจนถึงดำเนินการเต็มรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ การผลิตที่เหนือกว่าการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ การใช้เทคโนโลยี การคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ และการมีส่วนร่วมของลูกค้าเป็นแนวทางการพัฒนาเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

2. การศึกษาความเป็นมาและพัฒนาการการจำหน่ายและการตลาดของเกษตรกรกลุ่มกรรมตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันทำให้เราทราบถึงศักยภาพผู้ประกอบการของกลุ่มกรรม อำเภอรณนิวาส จังหวัดสกลนคร แม้จะมีศักยภาพทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการแปรรูป ด้านการตลาดและด้านเทคโนโลยี และได้นำมาพิจารณาเพื่อใช้ในวางแผนและปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการตลาดออนไลน์ โดยการอบรมเพิ่มทักษะด้านการสื่อสาร ได้แก่ การถ่ายภาพ การไลฟ์สด แต่ก็ยังไม่สามารถทำให้เกิดการขับเคลื่อนในเรื่องการตลาดออนไลน์ไปได้เนื่องจากผู้ประกอบการกรรมไม่มีความชำนาญในการดำเนินการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฮัมเดย์ มุดอ และจาริยา อรรถอนุชิต (2564) เรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบการโอท็อป ในพื้นที่เปราะบาง กรณีศึกษาจังหวัดปัตตานี ที่พบว่า นอกจากที่รัฐบาลได้พิจารณาปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาการสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการ ได้แก่ ความพร้อมของเครื่องมือสื่อสาร ความรู้พื้นฐานในการใช้เทคโนโลยี และการตอบโต้ของผู้ประกอบการกับลูกค้า และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้อีคอมเมิร์ซของผู้ประกอบการคือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทักษะการสื่อสาร การที่ผู้ประกอบการต้องมีทักษะและความชำนาญในการใช้อีคอมเมิร์ซ ความรู้ในการใช้อีคอมเมิร์ซจึงจะทำให้การสื่อสารการตลาดผ่านสังคมออนไลน์ประสบความสำเร็จ และจากข้อค้นพบระหว่างทางในเรื่องการใช้ “กลยุทธ์ทายาทกรรม” เข้ามาช่วยเป็นกลไกในการขับเคลื่อนการจำหน่ายสินค้าฝ้ายย้อมครามโดยใช้ช่องทางตลาดออนไลน์จน

ประสบความสำเร็จนั้น เกิดจากการที่ทายาททั้ง 3 คนเป็นลูกหลานของผู้ประกอบการค้าย้อมคราม มีความสนิทสนมและเข้าใจในวัฒนธรรมของเกษตรกรกลุ่มคราม ทำให้ได้รับความรัก รวมไปถึงความไว้วางใจในการนำสินค้าไปจำหน่ายจากย่า ยาย ซึ่งนอกจากจะมาช่วยในการสร้างรายได้แล้วยังเป็นการฝึกการทำงานและสืบทอดความเป็นผู้ประกอบการครามไปในตัวด้วย ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัญชิษา พจน์สมพงษ์ (2560) เรื่องการศึกษาความเต็มใจของทายาทในการสืบทอดธุรกิจครอบครัวในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ความต้องการส่วนบุคคลของทายาทที่ต้องการรักษากิจการครอบครัว และมีการเตรียมพร้อมให้ทายาทมีความสัมพันธ์กับสมาชิกครอบครัวและการยอมให้ทายาทเข้ามามีบทบาทในธุรกิจร่วมกับผู้ก่อตั้งหรือผู้นำคนก่อนหน้าทายาทเป็นปัจจัยที่จะทำให้ธุรกิจสามารถรักษากิจการของครอบครัวและดำเนินการต่อไปได้เป็นอย่างดี

ดังนั้น เมื่อพิจารณาถึงผลที่ได้จากการศึกษาการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการตลาดออนไลน์ สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือองค์ความรู้หรือนวัตกรรมที่จะนำมาใช้ต้องมีความสอดคล้องกับบริบทในชุมชน วิถีชีวิตความเป็นอยู่ และถึงแม้ว่าผู้ประกอบการจะอยู่ในสถานการณ์ที่มีความจำเป็นต้องนำนวัตกรรมนั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์ แต่อย่างไรก็ตามทุกขั้นตอนยังต้องอาศัยเวลา ทำละเอียดให้รอบคอบในทุกมิติ ไม่ว่าจะเป็นด้านสังคม เศรษฐกิจ ประโยชน์ที่ได้รับและการเข้ามามีส่วนร่วมด้วยความเต็มใจ และต้องเป็นปฏิบัติการอย่างค่อยเป็นค่อยไปจนกว่าสิ่งใหม่ที่เกิดขึ้นนั้นได้รับความไว้วางใจ จนกลายมาเป็นกิจวัตรที่เข้ามาเป็นวิถีชีวิตที่จะสามารถทำให้ผู้ประกอบการในชุมชนสามารถนำมาใช้งานแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นด้วยตัวเองได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1. การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ตระหนักถึงการพัฒนาศักยภาพของชุมชนที่สามารถนำไปสู่กระบวนการของการรับรู้การเรียนรู้ ซึ่งทำให้ชุมชนเห็นถึงความสามารถในการเปลี่ยนแปลงการพัฒนาศักยภาพของชุมชนได้ด้วยตัวเองมากขึ้น
2. การดำเนินโครงการพัฒนาหรือการแก้ไขปัญหาก็ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์ทั้งในยามปกติหรือเมื่อเกิดภัยพิบัติอื่นโดยมิได้คาดคิด โดยเฉพาะการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีใดๆมาใช้ นอกจากการรับรู้ถึงประโยชน์ที่จะได้รับของผู้ใช้แล้ว จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึงความง่ายในการนำไปใช้ จนเกิดการยอมรับนวัตกรรมด้วยความเต็มใจและไม่มีผลกระทบสร้างความอึดอัดคับข้องใจ หรือเข้ามาเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตแบบเดิมที่ติงามให้กลายเป็นวิถีชีวิตใหม่อย่างไม่รู้ตัว
3. ผู้ประกอบการ สามารถนำ “กลยุทธ์ทายาทคราม” ไปประยุกต์ใช้กับการประกอบธุรกิจอื่น ๆ แม้ว่าในสถานการณ์ปกติที่รัฐบาลไม่ได้สั่งให้ปิดโรงเรียนหรือมหาวิทยาลัย แต่ก็ยังมีช่วงวันหยุดหรือฤดูกาลปิดภาคเรียนที่จะเป็นโอกาสให้ลูกหลานได้เข้ามาช่วยงาน โดยเฉพาะในเรื่องตลาดออนไลน์
4. ผู้ประกอบการมีความชำนาญในแต่ละกิจกรรมตลอดโซ่อุปทานที่แตกต่างกัน ดังนั้นการพัฒนาศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการตามการจำแนกประเภท ให้เป็น 1) ผู้ประกอบการต้นทางที่มีความสามารถดูแลเรื่องกระบวนการผลิต 2) ผู้ประกอบการกลางทางที่สร้างมูลค่าค้าครามย้อมครามให้เป็นสินค้าแปรรูปส่งต่อไป และ 3) ผู้ประกอบการปลายทางให้เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้า โดยทำหน้าที่แตกต่างกันตลอดโซ่อุปทานน่าจะทำให้การประกอบธุรกิจได้ประสิทธิผลและเกิดประสิทธิภาพสูงที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

1. การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ การฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ การวางแผนและปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการด้านการตลาดออนไลน์ในยุคดิจิทัลที่เหมาะสมมีความจำเป็นอย่างต่อเนื่องต่อการประกอบธุรกิจ
2. การพัฒนาศักยภาพบุคลากรหรือผู้สืบทอดที่เป็นคนรุ่นใหม่มาช่วยงานผู้ประกอบการเดิมซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ มีความจำเป็นอย่างยิ่งโดยเฉพาะในตลาดออนไลน์

กิตติกรรมประกาศ

การทำวิจัยในครั้งนี้สำเร็จลงได้ ผู้วิจัยขอขอบคุณเกษตรกรกลุ่มคราม อำเภอรือเสาะ จังหวัดสตูล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องทุกภาคส่วนในพื้นที่ หน่วยบริหารและจัดการทุนวิจัยและนวัตกรรมด้านการพัฒนาระดับพื้นที่ (บพท.) ปี 2563 มหาวิทยาลัยราชภัฏสตูล

เอกสารอ้างอิง

แผนพัฒนาจังหวัดสตูล. (2563). ฉบับทบทวนประจำปีงบประมาณคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ (ก.บ.จ.)

จังหวัดสตูล. สตูล: สำนักงานจังหวัด.

วินยาภรณ์ พรหมณโชติ. (2564). ฝ่ายฝ่ายทอมือจอมทองกับแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ในตลาดสมัยใหม่.

การวิจัยเชิงคุณภาพ. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. 16(1), 1-10.

ศศิกันต์ สังข์ทอง. (2561). การบูรณาการการสื่อสารสื่อพื้นบ้านกับสื่อใหม่เพื่อส่งเสริมและพัฒนาวัฒนธรรมผ้าไหมคราม

จังหวัดสตูล. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

แสนสุรีย์ เชื้อวังคำ และคณะ. (2564). รายงานการวิจัยเรื่อง การสร้างนวัตกรรมชุมชนเพื่อพัฒนาเกษตรกรกลุ่มคราม

ชุดโครงการการสร้างนวัตกรรมชุมชนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากและบรรเทาผลกระทบจากโควิด 19.

สตูล: มหาวิทยาลัยราชภัฏสตูล.

อมวสี อัมพันศิริรัตน์ และพิมพ์ล วงศ์ไชยา. (2560). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม: ลักษณะสำคัญและการประยุกต์ใช้

ในชุมชน.วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 36(6), 192-202.

อัญชิษา พจน์สมพงษ์. (2560). การศึกษาความเต็มใจของทายาทในการสืบทอดธุรกิจครอบครัวในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลาง

และขนาดย่อม. วิทยานิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหิดล.

อัมเตีย มุดอ และจารียา อรรถอนุชิต. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาการสื่อสารการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ของ

ผู้ประกอบการโอท็อปในพื้นที่เปราะบาง กรณีศึกษาจังหวัดปัตตานี. วารสารเทคโนโลยีสุรนารี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

15(2), 1-17.