

แนวทางการพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี*

GUIDELINES FOR THE DEVELOPMENT OF INDIGO-DYEING ENTREPRENEURIAL GROUPS IN KUT CHAP SUBDISTRICT, KUT CHAP DISTRICT, UDON THANI PROVINCE

ประภาพร สุปัญญา

Prapaporn Supunya

วิทยาลัยนวัตกรรมแห่งบึงกาฬ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี อุดรธานี ประเทศไทย

Bueng Kan College of Innovation, Udon Thani Rajabhat University, Udon Thani, Thailand

Corresponding author E-mail: supunya_1980@hotmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาสภาพกลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า พัฒนากลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า และยกระดับเพิ่มช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า ในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ สมาชิกและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องของกลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมครามภูหินจอมธาตุในตำบลกุดจับ จำนวน 50 ราย เลือกแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างเชิงลึก และการจัดอบรมให้ความรู้แก่สมาชิกของกลุ่มผู้ประกอบการ 2 ครั้ง และการสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ ตามกรอบทฤษฎีทุนของบูร์ดิเยอ ผลการวิจัยพบว่า สภาพกลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า มีทุนทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็งจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการย้อมผ้าคราม ซึ่งถือเป็นการส่งต่อภูมิปัญญาที่โดดเด่นของบรรพบุรุษให้ลูกหลานในชุมชน และมีทุนสังคมที่เกิดจากเครือข่ายความสัมพันธ์ภายในชุมชน ขณะที่ทุนเศรษฐกิจยังมีข้อจำกัดด้านเงินทุน เครื่องมือ และช่องทางตลาด ส่วนทุนสัญลักษณ์มีแนวโน้มเติบโตจากการสร้างแบรนด์และการได้รับการยอมรับในระดับท้องถิ่นและจังหวัด การพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า ตามแนวทางการบูรณาการทุนทั้ง 4 ด้าน ส่งผลให้กลุ่มเกิดการมีส่วนร่วม สามารถพึ่งตนเอง และการขยายตลาดผ่านสื่อออนไลน์ และ ยกระดับเพิ่มช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า โดยมีข้อเสนอเชิงพัฒนาเน้นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลและนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐมาผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุนวัฒนธรรมและการใช้สื่อดิจิทัลในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและสร้างเศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมที่มั่นคงยั่งยืน

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการผ้าย้อมคราม, ทุนทางเศรษฐกิจ, ทุนทางวัฒนธรรม, ทุนทางสังคม, ทุนทางสัญลักษณ์

Abstract

This research aimed to study the status of textile dyeing entrepreneurs, develop them, and enhance their distribution channels in Kut Chap Subdistrict, Kut Chap District, Udon Thani Province. This qualitative study was conducted using 50 purposive sampling methods. Key informants included members and stakeholders of the Phu Hin Chom That indigo-dyed textile entrepreneurs group in Kut Chap Subdistrict. The research instruments included in-depth semi-structured interviews, two training sessions for group members, and both participatory and non-participatory observation. Data were collected through in-depth interviews and descriptive analysis based on Bourdieu's theory of capital. The results revealed that textile dyeing entrepreneurs possess strong cultural capital derived from local wisdom regarding indigo dyeing, which represents the transmission of distinctive wisdom from ancestors to descendants in the community. They also possess social capital derived from community relationships. Economic capital remains limited by capital, tools, and marketing channels. Symbolic capital is expected to grow through branding and recognition at the local and provincial levels. Developing textile dyeing entrepreneurs, based on the integrated approach of four capital dimensions, has resulted in increased group participation, self-reliance, online market expansion, and enhanced distribution channels for textile dyeing entrepreneurs. The development proposal focuses on combining digital technology and government support policies with local wisdom, cultural capital, and the use of digital media to promote community products to enhance competitiveness and create a sustainable cultural economy.

Keywords: Indigo-Dyed Textile Entrepreneurs, Economic Capital, Cultural Capital, Social Capital, Symbolic Capital

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) มุ่งยกระดับศักยภาพการแข่งขันของประเทศ ผ่านแนวคิดหลัก 3 ประการ ได้แก่ การสานต่อจากรากฐานเดิม โดยเน้นการพัฒนาบนฐานเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ทรัพยากร และภูมิปัญญาท้องถิ่นผสมผสานกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ การปรับปรุงผ่านการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านคมนาคม ดิจิทัล และวิทยาศาสตร์ และการก่อรูปคุณค่าใหม่ในอนาคต ที่เน้นการเพิ่มทักษะและสมรรถนะของผู้ประกอบการ ให้แข่งขันได้ในเศรษฐกิจยุคใหม่ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) แนวทางดังกล่าว ช่วยเปิดโอกาสให้ชุมชนสามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ สร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และลดความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ โดยเฉพาะกลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมครามที่ยังขาดศักยภาพด้านการผลิต การพัฒนาแบบ บรรจุมูลค่า และการตลาด รวมถึงเผชิญปัญหาการขาดแรงงานฝีมือผู้ทอผ้ารุ่นใหม่ (บุษบา หินเฑาะว์ และคณะ, 2566) การพัฒนาท้องถิ่นแบบ บูรณาการและนโยบายส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น โครงการ OTOP และโครงการคัดสรรผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP Product Champion) ช่วยสนับสนุนการรวมกลุ่มผู้ผลิตผ้าย้อมครามทั่วประเทศ รวมทั้งผู้ประกอบการ

รายย่อยและวิสาหกิจชุมชน (สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, 2568) พื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี ถือเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ได้รับการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง เช่น การพัฒนาอาชีพ OTOP ผ้าย้อมคราม โครงการโคกหนองนาโมเดล และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ภูหินจอมธาตุ โดยมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีร่วมพัฒนาพื้นที่อย่างใกล้ชิด (มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2566) อย่างไรก็ตาม กลุ่มผู้ประกอบการยังประสบปัญหาหลักด้านการผลิตที่ใช้เวลานาน ผลิตไม่ทันตลาด ขาดทักษะด้านการออกแบบร่วมสมัย และขาดความรู้ด้านการตลาดออนไลน์ ส่งผลให้ไม่สามารถขยายช่องทางจำหน่ายตามแนวโน้มของผู้บริโภคได้อย่างเต็มศักยภาพ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2566)

จากการลงพื้นที่ของผู้วิจัยภายใต้โครงการ “มหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ” เลือกศึกษาพื้นที่ตำบลกุดจับ เนื่องจากเป็นชุมชนที่มี ทุนวัฒนธรรมโดดเด่นด้านผ้าย้อมคราม แต่กำลังเผชิญความเสี่ยงหลายประการ ได้แก่ จำนวนผู้ทอผ้าลดลงอย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ขาดแรงงานรุ่นใหม่ ขาดทักษะออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย การผลิตใช้เวลานานจนไม่ทันต่อความต้องการของตลาด และขาดความรู้ด้านการตลาดดิจิทัล จึงยังไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างเต็มที่ (กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2566); (ณัฐธิดา พลเยี่ยม, 2565) ขณะเดียวกัน พบว่า โครงสร้างการบริหารจัดการกลุ่มยังพึ่งพาประธานกลุ่มเป็นหลัก ทำให้การตัดสินใจ การขายสินค้า และการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ขาดความต่อเนื่องเมื่อผู้นำไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ (บุษบา หินเฑาะว์ และคณะ, 2566) การเลือกศึกษาพื้นที่นี้จึงมีความสำคัญในการวิเคราะห์ศักยภาพเชิงโครงสร้างและทุนทางสังคมของชุมชน โดยผู้วิจัยนำกรอบแนวคิด “ทุน 4 ประเภท” ของบูร์ดิเยอ ได้แก่ ทุนเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสัญลักษณ์ (Bourdieu, P., 1986); (สุทธิวรรณ พงศ์วรรณ, 2563) มาใช้ประเมินความเข้มแข็งของชุมชนและหาแนวทางเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ผลจากการศึกษาได้ช่วยพัฒนาศักยภาพกลุ่มทั้งด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ เทคโนโลยีดิจิทัล และการสร้างอัตลักษณ์ ส่งผลให้ชุมชนสามารถสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กระจายรายได้ ลดความเหลื่อมล้ำ และขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศในมิติ “เศรษฐกิจฐานราก” อย่างยั่งยืนตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

ปัญหาของตำบลกุดจับก็เช่นเดียวกับพื้นที่อื่นแม้ภาครัฐจะผลักดันการพัฒนาท้องถิ่นแบบบูรณาการ และสนับสนุนการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง ทั้งผ่านโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) การคัดสรร OTOP Product Champion รวมถึงการส่งเสริมอาชีพและการพัฒนาคุณภาพชีวิตโดยหน่วยงานระดับพื้นที่ แต่กลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมครามในตำบลกุดจับยังคงประสบข้อจำกัดสำคัญหลายด้าน คล้ายคลึงกับที่พบในย่อหน้าแรก ทั้งในเรื่องจำนวนสมาชิกผู้ทอผ้าที่ลดลง เหลือเพียงผู้สูงอายุ ผลิตไม่ทันต่อความต้องการของตลาด และไม่สามารถพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ แม้จะมีการสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอก เช่น โครงการโคกหนองนาโมเดล การส่งเสริมอาชีพ OTOP ผ้าย้อมคราม และการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ภูหินจอมธาตุ รวมถึงการบูรณาการของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีในระดับพื้นที่ แต่การพัฒนาศักยภาพกลุ่มยังไม่ก้าวหน้าเท่าที่ควร เนื่องจากสมาชิกขาดทักษะด้านการตลาด การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการสร้างความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองตลาดยุคใหม่



นอกจากนี้ ตำบลกุดจับยังมีทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นอย่าง “ผ้าฮ่อมคราม” ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน มีความสำคัญทั้งเชิงเศรษฐกิจและวัฒนธรรม สามารถเชื่อมโยงกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และเชิงนิเวศในพื้นที่ได้อย่างเหมาะสม อันนำไปสู่การกระจายรายได้อย่างเป็นธรรมและยั่งยืน (ณัฐธิดา พลเยี่ยม, 2565) ในฐานะอาจารย์ที่ปรึกษาพื้นที่ ภายใต้โครงการ “มหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ” ได้ลงพื้นที่ศึกษาและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง และพบปัญหาหลักของกลุ่มผ้าฮ่อมครามในด้านการผลิต การออกแบบ และการตลาด จึงมีแนวคิดที่จะต่อยอดภูมิปัญญาชาวบ้านนี้ โดยประยุกต์ใช้แนวคิดทางสังคมวิทยาเพื่อการพัฒนา โดยเฉพาะกรอบแนวคิด “ทุน 4 ประเภท” ได้แก่ ทุนเศรษฐกิจ ทุนวัฒนธรรม ทุนสังคม และทุนสัญลักษณ์ ของกลุ่มผู้ประกอบการ ตามแนวทางของปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Bourdieu, P., 1986); (สุทธิวรรณ พงศ์วรรณ, 2563) จากสภาพปัญหาและความสำคัญดังกล่าว จึงสนใจในการทำวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการผ้าฮ่อมครามในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี เพื่อศึกษาสภาพกลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า พัฒนากลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า และยกระดับเพิ่มช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า ในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี ส่งเสริมศักยภาพกลุ่มเป้าหมายให้สามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่สร้างรายได้ พัฒนาตนเอง และยกระดับคุณภาพชีวิตของครัวเรือนในชุมชนได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพกลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า ในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า ในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี
3. เพื่อยกระดับเพิ่มช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า ในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องนี้ มีวิธีดำเนินการวิจัย ตามลำดับขั้นตอน ดังนี้

รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการผ้าฮ่อมครามในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี พื้นที่วิจัยอยู่ที่บ้านธาตุสามัคคี หมู่ 12 ซึ่งเป็นศูนย์รวมกลุ่มผู้ประกอบการผ้าฮ่อมครามที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสืบทอดการปลูกคราม และการย้อมผ้าแบบธรรมชาติ โดยวิจัยเน้นวิเคราะห์ทุน 4 ประเภท ตามแนวคิดของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอ (สุทธิวรรณ พงศ์วรรณ, 2563) ได้แก่ ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนทางสัญลักษณ์ รวมถึงการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน โดยการเพิ่มช่องทางการผลิต การแปรรูป และจำหน่ายผ่านช่องทางต่าง ๆ

ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประชากรเป็นกลุ่มผู้ประกอบการผ้าฮ่อมครามภูหินจอมธาตุในตำบลกุดจับ สมาชิกกลุ่มย้อมครามที่เป็นสมาชิกไม่น้อยกว่า 1 ปี ครัวเรือนของสมาชิกกลุ่ม และชุมชนที่สมาชิกอาศัยอยู่ เพื่อให้เห็นภาพบริบทเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของชุมชนอย่างครบถ้วน ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการผ้าฮ่อมครามภูหินจอมธาตุในตำบลกุดจับ แบ่งเป็น สมาชิกกลุ่ม 15 ราย ครัวเรือนสมาชิก 15 ราย และผู้ให้ข้อมูลระดับชุมชน 20 ราย ซึ่งรวมทั้งผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน และเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสิ้น จำนวน 50 ราย เลือกแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ทั้งเชิงลึกและกลุ่ม การจัดอบรมให้ความรู้แก่กลุ่มผู้ประกอบการ 2 ครั้ง และการสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม โดยเน้นการเก็บข้อมูลทั้งข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารวิชาการและข้อมูลปฐมภูมิจากพื้นที่วิจัยจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลบริบทชุมชนและแนวทางการพัฒนา ใช้วิธีสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ทั้งเชิงลึกและกลุ่ม การจัดอบรมให้ความรู้แก่กลุ่มผู้ประกอบการ 2 ครั้ง และการสังเกตการณ์ทั้งแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม โดยเน้นการเก็บข้อมูลทั้งข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารวิชาการและข้อมูลปฐมภูมิจากพื้นที่วิจัยจริง

การวิเคราะห์ข้อมูล ได้วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการพรรณนาวิเคราะห์ (Analytical Description) ผ่านการจัดระเบียบข้อมูล การแสดงข้อมูล และการตีความผล รวมถึงการตรวจสอบความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของข้อมูลตามกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ด้วยการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) การตรวจสอบข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูล (Member Check) และการใช้เอกสารทุติยภูมิประกอบการพิจารณาข้อมูลจากภาคสนาม ผลการวิจัยนำเสนอในรูปแบบบรรยาย พร้อมใช้แผนภาพประกอบ เพื่ออธิบายบริบทชุมชน คุณลักษณะทุน และแนวทางการพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมคราม

ด้านจริยธรรมวิจัย ผู้วิจัยผ่านการอบรมหลักสูตรจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี มีการขออนุมัติจากคณะกรรมการจริยธรรม และรักษาความลับข้อมูลผู้ให้ข้อมูลอย่างเคร่งครัด พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์และรับรองสิทธิของผู้เข้าร่วมวิจัยทุกขั้นตอน โดยมีใบรับรองโครงการเลขที่ อว 0622.7/534 (เลขที่ยื่นโครงการ จย.มน.287/2567)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า

ผลการศึกษาสภาพกลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า ในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี มีรายละเอียด ดังนี้

1. บริบทชุมชน บริบททางกายภาพ มีลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ที่มีความเหมาะสมอย่างยิ่งต่อการรวมกลุ่มและดำเนินกิจกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมครามอย่างต่อเนื่อง โดยหมู่บ้านตั้งอยู่บนพื้นที่ราบ มีการวางผังหมู่บ้านอย่างเป็นระบบตามแนวถนนสายหลักและสายรอง ซึ่งเชื่อมโยงทุกส่วนของชุมชนเข้าหากัน แผนที่หมู่บ้านแสดงให้เห็นถึงการกระจายตัวของสิ่งปลูกสร้างสำคัญ ได้แก่ วัด โรงเรียน โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพประจำตำบล และศูนย์รวมกิจกรรมชุมชนต่าง ๆ ทำให้การเข้าถึงการบริการสาธารณะเป็นไปอย่างสะดวก มีพื้นที่รายล้อมด้วยสวนและไร่นา ส่งผลให้กลุ่มสามารถปลูกต้นครามเพื่อใช้ในการผลิตได้เอง ลดการพึ่งพาภายนอก และสร้างความมั่นคงด้านวัตถุดิบ นอกจากนี้ สามารถขยายกิจกรรมกลุ่มในรูปแบบของ “ศูนย์เรียนรู้ชุมชน” หรือ “บ้านตัวอย่าง” ได้ในอนาคต จากการศึกษาบริบททางเศรษฐกิจของชุมชนบ้านธาตุสามัคคี หมู่ที่ 12 พบว่า เศรษฐกิจของชุมชนยังคงมีลักษณะพึ่งพาการเกษตรเป็นหลัก โดยเฉพาะการปลูกถั่วลิสง มันสำปะหลัง ข้าว และอ้อย ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของพื้นที่ แต่ชาวบ้านส่วนใหญ่ก็ยังประสบปัญหาด้านราคาผลผลิตตกต่ำ การพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากภายนอก และขาดระบบจัดการหลังเก็บเกี่ยวที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งยังเป็นปัญหาของภาคเกษตรในชุมชน อย่างไรก็ตามแม้ภาค

การเกษตรในชุมชนมีปัญหา แต่กลุ่มผู้ประกอบการฝ้าย้อมครามก็ได้มีการนำองค์ความรู้ด้านการเกษตรมาผนวกเข้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อต่อยอดสร้างอาชีพเสริม ผ่านกิจกรรมการผลิตฝ้าย้อมครามที่เริ่มขยายตัวมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่ม “ฝ้าย้อมครามภูหินจอมธาตุ” ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสร้างรายได้เสริมให้กับครัวเรือนในชุมชน

จากแผนที่หมู่บ้าน พบว่า สมาชิกของผู้ประกอบการฝ้าย้อมครามกระจายตัวอยู่ทั่วพื้นที่ตามบ้านเลขที่ต่าง ๆ ซึ่งเป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายหลักของกลุ่ม การกระจายตัวเช่นนี้แสดงให้เห็นถึงการฝังตัวของอาชีพในครัวเรือน ดังภาพที่ 1 ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนที่ให้ความสำคัญมีส่วนร่วมในการผลิต บริโภค และจำหน่ายภายในระบบเศรษฐกิจของตนเอง จากการศึกษาบริบททางสังคมและวัฒนธรรม บ้านธาตุสามัคคี หมู่ที่ 12 เป็นชุมชนขนาดกลางที่มีความสัมพันธ์ทางสังคมแน่นแฟ้น ลักษณะการตั้งถิ่นฐานแบบกระจายตัวอย่างมีระเบียบ มีโครงสร้างชุมชนที่มีลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน และเกิดความร่วมมือภายในกลุ่มสูง มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านการทำงานร่วมกันระหว่างสมาชิกในครัวเรือน และระหว่างรุ่นปู่ย่าตายายกับคนรุ่นใหม่ และมีการจัดกิจกรรมกลุ่มฝ้าย้อมคราม เช่น งานบุญผ้าป่าครามหรือการเปิดบုธในงานบุญประจำปี ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการฝ้าย้อมครามมีโอกาสในการเผยแพร่ผลงานควบคู่กับการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีวัฒนธรรมและสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น จากผลการศึกษาในระยะแรก แม้ว่าชุมชนบ้านธาตุสามัคคีแม้จะมีศักยภาพด้านทรัพยากร กายภาพ และวัฒนธรรมที่เอื้อต่อการพัฒนา กลุ่มผู้ประกอบการฝ้าย้อมคราม แต่ยังคงขาดโครงสร้างสนับสนุนที่เป็นระบบทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐานการผลิต การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน การถ่ายทอดองค์ความรู้คนรุ่นใหม่ การใช้เทคโนโลยี และกลไกความร่วมมือในระดับพื้นที่ ซึ่งเป็นช่องว่างสำคัญต่อการยกระดับกลุ่มให้เติบโตอย่างยั่งยืน แสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แผนที่บ้านธาตุสามัคคี หมู่ที่ 12 ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี

2. กระบวนการผลิต (ภายใต้แนวคิด “ทุน” ของปีแอร์ บูดีเยอร์) ได้แก่ (1) “ทุนทางเศรษฐกิจ” ในการศึกษากระบวนการผลิตของกลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมคราม บ้านธาตุสามัคคี แนวคิด “ทุน” ของปีแอร์ บูดีเยอร์ ซึ่งประกอบด้วย ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนเชิงสัญลักษณ์ ได้ถูกนำมาใช้เป็นกรอบสำคัญในการทำความเข้าใจศักยภาพและข้อจำกัดของชุมชนอย่างลึกซึ้ง แนวคิดนี้ช่วยให้การวิจัยมิได้มองเพียงกิจกรรมการผลิตเชิงกายภาพเท่านั้น แต่ยังพิจารณาองค์ประกอบที่ซ่อนอยู่ในวิถีชีวิต ภูมิปัญญา ความสัมพันธ์ทางสังคม และการรับรู้คุณค่าของผลิตภัณฑ์ภายในชุมชนและภายนอกชุมชน การวิเคราะห์ภายใต้กรอบทุนทั้ง 4 ประเภท จึงเป็นกลไกสำคัญที่ใช้ตรวจสอบว่า ชุมชนมีทุนใดเป็น “จุดแข็ง” ที่สามารถนำไปต่อยอดได้ และมีทุนใดเป็น “จุดอ่อน” ที่ต้องพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อให้กระบวนการผลิตผ้าย้อมครามสามารถยกระดับคุณภาพ เพิ่มมูลค่า และตอบสนองตลาดสมัยใหม่ได้อย่างยั่งยืน เมื่อผสานแนวคิดนี้ในการศึกษาภาคสนาม ผลการวิจัยที่ได้จึงสะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากร การปฏิบัติทางสังคม และการผลิตผ้าย้อมครามที่เกิดขึ้นจริงในชุมชนอย่างเป็นระบบดังต่อไปนี้

2.1 “ทุนทางเศรษฐกิจ” การศึกษาเชิงลึกในชุมชนบ้านธาตุสามัคคี หมู่ที่ 12 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมครามได้พัฒนา และใช้กระบวนการผลิตที่ตั้งอยู่บนฐาน “ทุนทางเศรษฐกิจ” อย่างมีประสิทธิภาพ สะท้อนถึงการใช้ทรัพยากรเพื่อสร้างมูลค่า และรายได้ จากแผนที่บ้านธาตุสามัคคี พบว่า สมาชิกหลายหลังคาเรือนเป็นกำลังหลักของกลุ่ม ซึ่งภายในบ้านแต่ละหลังได้จัดพื้นที่เฉพาะสำหรับปลูกต้นคราม หมักคราม และย้อมผ้า ทำให้กลุ่มสามารถผลิตผ้าย้อมครามได้ โดยไม่ต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากภายนอกทั้งหมด ส่งผลให้ลดต้นทุนการผลิต ดังคำตอบในการสัมภาษณ์ของผู้ประกอบการต่อนึงเป็นภาษาอีสานว่า

“...เฮกะสามารถปลูกครามได้เองและย้อมผ้าเองได้เองครบทุกขั้นตอน กะเลยทำเฮ็ดให้บ่ต้องซื้อจากหม่องอื่น กะเลยซ้อยให้ประหยัดขึ้นและซ้อยลดค่าใช้จ่ายได้หลาย...” (ยุพา (นามสมมุติ), 2568)

นอกจากนี้ครัวเรือนส่วนใหญ่ยังใช้แรงงานภายในครอบครัวในการตัดเย็บและจำหน่าย เริ่มต้นจากการเพาะปลูกต้นคราม ซึ่งอาศัยแหล่งน้ำชุมชน มีระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน และภูมิอากาศที่เอื้อต่อการเพาะปลูก ส่งผลให้สามารถควบคุมคุณภาพของใบครามและวัตถุดิบได้ด้วยตนเอง ต่อมาจะเข้าสู่กระบวนการหมักครามในโอ่งดินขนาดใหญ่ ซึ่งต้องใช้ทักษะและเวลาในการควบคุมอุณหภูมิและความเข้มข้นของน้ำคราม ซึ่งเป็นความเชี่ยวชาญเฉพาะตัวของช่างท้องถิ่น หลังจากนั้น ผ้าฝ้ายที่เตรียมไว้จะถูกนำมาย้อมในน้ำครามหลายครั้งจนได้สีตามต้องการ และนำไปตากในพื้นที่โล่งภายในบริเวณบ้าน เมื่อผ้าย้อมครามแห้งจึงนำมาตัดเย็บหรือแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ เช่น เสื้อ กระเป๋า ผ้าพันคอ แล้วจึงจัดจำหน่ายผ่านช่องทาง ทั้งในและนอกพื้นที่ กลุ่มผู้ประกอบการยังมีการพัฒนาแบรนด์ของตนเอง และทำการตลาดผ่านโซเชียลมีเดีย รวมทั้งได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น อบต. สำนักงานพัฒนาชุมชน ซึ่งทำให้กลุ่มสามารถขยายกำลังการผลิตและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้อย่างต่อเนื่อง แสดงได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กระบวนการผลิตกลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมคราม บ้านธาตุสามัคคี หมู่ที่ 12 ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี

2.2 “ทุนทางวัฒนธรรม” จากการศึกษาพื้นที่บ้านธาตุสามัคคี หมู่ที่ 12 พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมครามมีการดำเนินกิจกรรมบนฐานทุนทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็งอย่างชัดเจน กลุ่มผู้ประกอบการ “ผ้าย้อมครามภูหินจอมธาตุ” ได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาการย้อมผ้าด้วยครามธรรมชาติจากบรรพบุรุษมายาวนานกว่า 50 ปี จากการลงพื้นที่ พบว่า ผ้าย้อมครามภูหินจอมธาตุ เป็นศูนย์กลางขององค์ความรู้ที่ยังคงใช้กระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม ทุนทางวัฒนธรรมนี้ยังปรากฏในรูปของ “ทุนที่ได้ รับการยอมรับทางสังคม” กล่าวคือ ชาวบ้านที่มีความรู้ด้านคราม มักได้รับการยอมรับให้เป็นผู้นำกลุ่มหรือเป็นวิทยากรถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับคนในชุมชนและพื้นที่ใกล้เคียง นอกจากนี้ ลวดลายบนผ้าครามที่กลุ่มพัฒนาขึ้นยังสะท้อนเอกลักษณ์วัฒนธรรม เช่น ลายคลื่นน้ำ ลายต้นคราม ลายเมล็ดข้าว การอนุรักษ์ลวดลายเหล่านี้และการประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยถือเป็นการรักษาและแปลงทุนวัฒนธรรมให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทั้งในเชิงเศรษฐกิจและวัฒนธรรม ดังคำตอบในการสัมภาษณ์ตอนหนึ่งว่า

“...เฮารู้ใจที่ได้สืบทอดภูมิปัญญาครามจากบรรพบุรุษ จะต้องรักษาวิธีการดั้งเดิมให้คงอยู่กับชุมชนสืบไป คั้นบ่อรักษาไว้ลูกหลานผู้เกิดทีหลัง กะสืบอมีไผ่สานต่อ...” (สมใจ (นามสมมุติ), 2568)

2.3 “ทุนทางสังคม” จากการศึกษากระบวนการผลิตผ้าย้อมครามในพื้นที่บ้านธาตุสามัคคี หมู่ที่ 12 พบว่า “ทุนทางสังคม” มีบทบาทสำคัญต่อความเข้มแข็งของกลุ่มผู้ประกอบการ การรวมกลุ่มของผู้ประกอบการผ้าย้อมครามในชุมชนบ้านธาตุสามัคคีเกิดขึ้นบนฐานของความสัมพันธ์แบบเครือญาติ เพื่อนบ้าน และความเชื่อมโยงกับสถาบันในชุมชน พบว่า โครงสร้างชุมชน มีการติดต่อประสานงานในการจัดกิจกรรมร่วมกันได้อย่างสะดวกและสม่ำเสมอ ทุนทางสังคมยังสะท้อนผ่านระบบการแบ่งปันและช่วยเหลือกันในกระบวนการผลิต เช่น การแบ่งปันวัตถุดิบคราม การยืมอุปกรณ์ย้อม และการช่วยกันทำตลาด ส่งผลให้ต้นทุนทางเศรษฐกิจลดลง ขณะที่ความเข้มแข็งของกลุ่มเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ กลุ่มยังได้รับการสนับสนุนจากภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น ศูนย์ส่งเสริมอาชีพ องค์การบริหารส่วนตำบลกุดจับ และสำนักงานพัฒนาชุมชน ซึ่งล้วนเป็นทุนเชิงสถาบันที่มีความสัมพันธ์แน่นแฟ้นกับกลุ่มในระยะยาว แสดงให้เห็นถึงการใช้ความสัมพันธ์ ความเชื่อใจ และเครือข่ายในชุมชนเป็นฐานทุนสำคัญที่เอื้อต่อการพัฒนาและยกระดับกลุ่มผู้ประกอบการอย่างมั่นคงและยั่งยืน ดังคำตอบในการสัมภาษณ์ตอนหนึ่งว่า

“...ทุกคนก็มีความสัมพันธ์แน่นแฟ้นเหมือนครอบครัวเดียวกัน เพราะอยู่ด้วยกันมาหลายปี เวลาไปทำงาน ก็ไปด้วยกัน กินข้าวด้วยกัน มีอะไรติดไม้ติดมือก็เอามาฝากกันตามแต่โอกาส ก็ทำให้สนิทกันมากยิ่งขึ้นยิ่งเวลาที่ต้องเดินทางไปทำงานด้วยกันยิ่งทำให้รู้จักกันมากขึ้น...” (ทองสุข (นามสมมุติ), 2568)

2.4 “ทุนทางสัญลักษณ์” จากการศึกษาในพื้นที่บ้านธาตุสามัคคี หมู่ที่ 12 พบว่า กระบวนการผลิตผ้าย้อมครามของกลุ่ม “ผ้าย้อมครามภูหินจอมธาตุ” ไม่ได้มีเพียงคุณค่าทางเศรษฐกิจหรือวัฒนธรรมเท่านั้น แต่ยังสะท้อนให้เห็นถึงการสร้างและใช้ “ทุนทางสัญลักษณ์” อย่างลึกซึ้ง การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่ม ได้รับการรับรองในระดับตำบลและอำเภอว่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น เป็นตัวแทนของภูมิปัญญาชาวภูจุกัด และมีส่วนสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของตำบลภูจุกัดในเวทีระดับจังหวัดและระดับประเทศ กลุ่มผู้ผลิตจึงไม่เพียงเป็น “ผู้ประกอบการ” เท่านั้น แต่ยังเป็น “ผู้แทนทางวัฒนธรรม” ที่ได้รับการยอมรับจากชุมชนและองค์กรภายนอก เป็นจุดศูนย์กลางของการผลิตและจัดแสดงผ้าย้อมคราม มักเป็นสถานที่รองรับคณะศึกษาดูงาน หรือเจ้าหน้าที่จากหน่วยงานราชการและเอกชน นอกจากนี้ยังใช้เป็นสถานที่จัดนิทรรศการและต้อนรับแขกผู้มีเกียรติ ซึ่งเป็นกระบวนการที่เสริมสร้างทุนทางสัญลักษณ์ให้กลุ่มผู้ผลิตในสายตาสังคมภายนอก อีกทั้งการที่ผ้าย้อมครามของกลุ่มนี้ปรากฏในงานมหกรรมระดับจังหวัด งาน OTOP หรืองานวิถีชุมชน ยังช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้เป็นมากกว่าสินค้า กล่าวคือ กลายเป็นสัญลักษณ์ของความภาคภูมิใจ ความดั้งเดิม และความเป็นไทยจากท้องถิ่น ซึ่งผู้บริโภคมองว่าเป็นของดี มีคุณค่า และมี “เรื่องเล่า” ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ในระดับชุมชนเอง และได้รับความร่วมมือจากวัดและโรงเรียนในชุมชน ซึ่งสะท้อนความไว้วางใจและการยอมรับที่เกิดจากทุนทางสัญลักษณ์ที่สั่งสมมา ดังคำตอบในการสัมภาษณ์ตอนหนึ่งว่า

“...ผ้าย้อมครามของเราไม่ใช่แค่สินค้า แต่เป็นตัวแทนภูมิปัญญาและวัฒนธรรมของชุมชนที่พวกเราทุกคนภูมิใจ...” (วิไล (นามสมมุติ), 2568)

การพัฒนาของผู้ประกอบการย้อมผ้า ในเขตพื้นที่ตำบลภูจุกัด อำเภอภูพาน จังหวัดอุดรธานี มีรายละเอียด ดังนี้

1. แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้านเกษตรกรรม ชุมชนมีฐานเศรษฐกิจหลักจากเกษตรกรรมแบบดั้งเดิม ทั้งยังมีการปลูกพืช เช่น ต้นคราม ซึ่งเป็นวัตถุดิบสำคัญในการผลิตผ้าย้อมคราม กลายเป็นจุดเชื่อมโยงระหว่างเศรษฐกิจเกษตรกรรมกับอุตสาหกรรมชุมชน อย่างไรก็ตาม ชาวบ้านส่วนใหญ่ยังประสบปัญหาด้านราคาผลผลิตตกต่ำ การพึ่งพาปัจจัยการผลิตจากภายนอก และขาดระบบจัดการหลังเก็บเกี่ยวที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้เศรษฐกิจเกษตรกรรมยังคงอยู่ในลักษณะ “เลี้ยงตัว” มากกว่าจะ “สร้างมูลค่าเพิ่ม” ดังนั้น แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้านเกษตรกรรม จึงควรมุ่งเน้นไปที่การใช้ศักยภาพในพื้นที่ และการพัฒนาเชิงระบบ ดังนี้ 1) ส่งเสริมการเกษตรแบบผสมผสานและเกษตรอินทรีย์ พื้นที่ในชุมชนมีศักยภาพในการปลูกพืชหลากหลายชนิด เช่น คราม กล้วย มะม่วง และพืชสมุนไพร การส่งเสริมเกษตรผสมผสานและเกษตรอินทรีย์จะช่วยลดต้นทุนการผลิต เพิ่มรายได้ และสร้างความมั่นคงทางอาหารในครัวเรือน 2) เชื่อมโยงเกษตรกรรมกับอุตสาหกรรมพื้นบ้าน การปลูกต้นคราม เพื่อใช้ในกระบวนการย้อมครามควรถูกยกระดับเป็น “ระบบเกษตรพันธะสัญญาในชุมชน” โดยเชื่อมโยงเกษตรกรกับกลุ่มผู้ประกอบการ



ย้อมผ้า ให้มีแผนการผลิตที่ชัดเจน และมีตลาดรองรับแบบแน่นอน ลดความเสี่ยงจากการปลูกครามล้มตลาดหรือขาดแคลนวัตถุดิบ 3) พัฒนานองค์ความรู้และนวัตกรรมการแปรรูป ส่งเสริมการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เช่น ครามหมักสำเร็จรูป ปุยชีวภาพจากคราม หรือสบู่อจากคราม เพื่อต่อยอดมูลค่า และสร้างสินค้าใหม่ในระดับชุมชน โดยใช้ศูนย์เรียนรู้เกษตรชุมชน หรือความร่วมมือกับสถานศึกษาในพื้นที่ 4) จัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือระหว่างเกษตรกร ควรส่งเสริมให้เกษตรกรรวมกลุ่มกันเป็นเครือข่ายผู้ผลิต เพื่อให้สามารถเข้าถึงแหล่งทุน การอบรม เทคโนโลยี และตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้านอุตสาหกรรม ชุมชนมีศักยภาพด้านอุตสาหกรรมชุมชน ที่พัฒนาอยู่บนฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยเฉพาะอุตสาหกรรมผ้าย้อมครามที่มีความโดดเด่นทั้งในด้านการผลิต วัตถุดิบธรรมชาติ และเอกลักษณ์ของลวดลาย ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม “ผ้าย้อมครามภูหินจอมธาตุ” ได้รับการยอมรับในระดับจังหวัด และกำลังพัฒนาไปสู่ตลาดที่กว้างขึ้นในระดับประเทศ แม้อุตสาหกรรมในระดับครัวเรือนเหล่านี้จะมีพื้นฐานที่เข้มแข็ง แต่ยังคงเผชิญกับข้อจำกัดด้านเครื่องมือ เครื่องจักร ความรู้ในการพัฒนาเทคโนโลยี รวมถึงขาดระบบการบริหารจัดการการผลิตและการตลาดที่มีประสิทธิภาพ ดังนั้น แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้านอุตสาหกรรมจึงสามารถกำหนดไว้ในมิติต่าง ๆ ดังนี้ 1) ยกกระดับจากหัตถกรรมสู่กิ่งอุตสาหกรรม ควรสนับสนุนให้กลุ่มผู้ผลิตใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เช่น เครื่องทอผ้ากึ่งอัตโนมัติ เครื่องรีด หรือระบบการจัดการสต็อกและออเดอร์แบบดิจิทัล เพื่อเพิ่มปริมาณการผลิตโดยไม่ลดทอนคุณภาพ และลดภาระงานแรงงานด้วยเครื่องมือที่ทันสมัย 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัย สินค้าจากผ้าย้อมครามควรได้รับการออกแบบให้ทันสมัย ตอบโจทย์ผู้บริโภครุ่นใหม่ เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป กระเป๋า ของตกแต่งบ้าน พร้อมกับพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและสื่อสารเรื่องราวของสินค้า เพื่อเพิ่มมูลค่าและความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ 3) พัฒนาอุตสาหกรรมบนฐาน “ทุนวัฒนธรรม” และ “ทุนสัญลักษณ์” อุตสาหกรรมผ้าย้อมครามควรเน้นการพัฒนาโดยคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น การใช้ลายผ้าที่มีความหมายตามประเพณีท้องถิ่น การผลิตที่ยึดโยงกับพิธีกรรมหรือวิถีชีวิต เช่น การย้อมผ้าในฤดูเก็บใบคราม ซึ่งจะเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรม และสร้างการจดจำในตลาด 4) สร้างศูนย์เรียนรู้และพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน ควรจัดตั้งศูนย์พัฒนาศักยภาพด้านอุตสาหกรรมระดับชุมชน เพื่ออบรมเทคนิคการผลิต การควบคุมคุณภาพ การจัดการทางธุรกิจ และการตลาด โดยใช้ความร่วมมือจากสถานศึกษา หน่วยงานภาครัฐ และผู้เชี่ยวชาญด้านอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 5) ผลักดันเข้าสู่ระบบการค้าดิจิทัล (Digital Commerce) ส่งเสริมให้กลุ่มอุตสาหกรรมชุมชนเข้าสู่ระบบการขายออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มตลาดกลาง เช่น OTOP Online, Facebook, TikTok Shop และการใช้ QR Payment เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคได้กว้างขึ้นและลดช่องว่างทางตลาด 6) สร้างระบบบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม พัฒนารูปแบบการบริหารกลุ่มอาชีพโดยให้สมาชิกมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ ตั้งแต่การตัดสินใจวางแผนผลิต การจัดสรรผลประโยชน์ ไปจนถึงการประเมินผลกิจกรรม เพื่อให้เกิดความโปร่งใสและเชื่อมั่นในกลุ่ม 7) เชื่อมโยงการมีส่วนร่วม กับการสร้างรายได้จริง ส่งเสริมให้ประชาชนที่เข้าร่วมกิจกรรมของชุมชนสามารถต่อยอดไปสู่การสร้างรายได้ เช่น การเปิดเวิร์กช็อปการย้อมผ้า การเป็นผู้ช่วยสาธิตผลิตภัณฑ์ หรือการเป็นตัวแทนจำหน่าย ซึ่งจะสร้างแรงจูงใจในการมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น กล่าวโดยสรุป การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนจำเป็นต้องใช้กระบวนการแบบมีส่วนร่วม โปร่งใส และเป็นธรรม เพื่อให้คนในชุมชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงโอกาสในการมีรายได้ มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และมีความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมต่อกันและชุมชน อันจะส่งผลให้การพัฒนาเป็นไปอย่างยั่งยืน

การยกระดับเพิ่มช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า ในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี มีรายละเอียด ดังนี้

1. การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดยการประชาสัมพันธ์ กลุ่มยังคงอาศัยช่องทาง การขายแบบดั้งเดิมเป็นหลัก เช่น การจำหน่ายที่บ้านของสมาชิก การออกบูธตามงานเทศกาล OTOP หรืองานวิถีชุมชน แต่การจำหน่ายผ่านช่องทางสื่อดิจิทัล หรือการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ยังมีข้อจำกัดด้านทักษะ ความรู้ และทรัพยากร เช่น ขาดผู้ดูแลเพจอย่างต่อเนื่อง หรือขาดวัสดุประชาสัมพันธ์ที่มีคุณภาพ การประชาสัมพันธ์เชิงรุกและการเพิ่มช่องทางการขายสามารถช่วยเพิ่มยอดขาย และขยายฐานลูกค้าได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย และกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านกลุ่มออนไลน์ของตำบล อำเภอ และจังหวัด แนวทางการพัฒนาที่กลุ่มได้ดำเนินการ และพบว่า ประสบความสำเร็จ ได้แก่ 1) การจัดทำเพจ Facebook และ Line Official Group กลุ่มได้จัดทำเพจภายใต้ชื่อ “ผ้าย้อมครามภูหินจอมธาตุ” และเริ่มมีการลงภาพสินค้าอย่างต่อเนื่อง สื่อสารข้อมูลการผลิต การสั่งซื้อ และเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและเข้าถึงลูกค้าในวงกว้าง 2) สร้างเนื้อหาเชิงเรื่องราว (Storytelling) การประชาสัมพันธ์ที่เน้นเล่าเรื่องราวของผู้ผลิต แหล่งที่มาของวัตถุดิบ และขั้นตอนการย้อมผ้าแบบธรรมชาติ ช่วยสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้แตกต่างจากผ้าทั่วไป และเพิ่ม “ทุนทางสัญลักษณ์” ให้แก่ผลิตภัณฑ์ 3) จัดกิจกรรม Live สด และคลิปวิดีโอสั้น กลุ่มได้ทดลองจัดกิจกรรม Live สดผ่าน Facebook ซึ่งทำให้มีลูกค้าเข้ามาสอบถามและสั่งซื้อสินค้าเพิ่มขึ้น รวมถึงมีการจัดทำวิดีโอสั้นแนะนำวิถี การย้อมผ้า การแต่งชุดพื้นเมือง และการใช้งานผลิตภัณฑ์ในชีวิตประจำวัน 4) เชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐและเครือข่ายการค้า การเข้าร่วมกับหน่วยงาน อบต. กุดจับ พาณิชย์จังหวัด และสำนักงานพัฒนาชุมชน ทำให้กลุ่มได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของราชการ เช่น เว็บไซต์จังหวัด หรือกิจกรรมร่วมกับกรมการพัฒนาชุมชน และ 5) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ มีการออกแบบโปสเตอร์ ใบปลิว และแผ่นพับที่มีโลโก้กลุ่ม QR Code และเบอร์โทรศัพท์ รวมถึงจัดทำแพ็คเกจผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับการขายออนไลน์ เช่น การจัดกล่องแบบของฝากผลลัพธ์จากการดำเนินงานในระยะนี้ พบว่า ยอดขายของกลุ่มเพิ่มขึ้น 15-25% ภายในระยะเวลา 3 เดือน และมีจำนวนลูกค้าใหม่ที่เข้ามาทางออนไลน์คิดเป็นร้อยละ 30 ของลูกค้าทั้งหมด นอกจากนี้ สมาชิกกลุ่มยังเริ่มมีความมั่นใจในการสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัลมากขึ้น และสามารถปรับตัวเข้าสู่ระบบตลาดสมัยใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง

2 การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดย Social Network จากการศึกษาภาคสนามในพื้นที่บ้านธาตุสามัคคี หมู่ที่ 12 ตำบลกุดจับ พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมครามมีการพัฒนาแนวทางการตลาดผ่าน Social Network อย่างเป็นรูปธรรมในช่วงปี พ.ศ. 2566-2567 โดยเฉพาะการใช้ Facebook, Line และ TikTok เป็นช่องทางสื่อสารและขายสินค้า ทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้กว้างขวางขึ้น ทั้งในระดับจังหวัดและต่างจังหวัด การประยุกต์ใช้ Social Network เพื่อเพิ่มช่องทางจำหน่าย มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อกลุ่มผู้ผลิตที่เดิมพึ่งพาตลาดนัด งานแสดงสินค้า และการจำหน่ายหน้าบ้านเป็นหลัก เมื่อเริ่มใช้ Social Network พบว่า มีความเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมผู้บริโภค และช่องทางรายได้ คือ Facebook Page: “ผ้าย้อมครามภูหินจอมธาตุ” กลุ่มได้จัดทำเพจของตนเอง เพื่อแสดงภาพผลิตภัณฑ์ อัปเดตราคาสินค้า และเปิด inbox รับออเดอร์จากลูกค้าโดยตรง มีการจัดกิจกรรมไลฟ์สด สาธิตการย้อมผ้า และตอบคำถามลูกค้าแบบเรียลไทม์ ทำให้เกิดความเชื่อมั่นและกระตุ้นยอดขายได้ทันที กลุ่ม Facebook Marketplace และกลุ่มจังหวัด การแชร์สินค้าไปยังกลุ่มขายสินค้าออนไลน์ในจังหวัดอุดรธานี ขอนแก่น และกลุ่ม

เสื้อผ้าพื้นเมือง ทำให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเฉพาะ เช่น ครู แม่บ้าน นักสะสมผ้าพื้นเมือง ซึ่งนิยมสินค้ามีเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น การใช้ Line Official Group กลุ่มสร้างกลุ่มไลน์ของลูกค้าประจำ เพื่อส่งโปรโมชั่น แจ้งสินค้าใหม่ หรือให้ลูกค้าส่งจองล่วงหน้าได้สะดวก โดยมีแอดมินกลุ่มดูแลการตอบกลับ และบริหารคำสั่งซื้ออย่างเป็นระบบ TikTok และวิดีโอสั้น สมาชิกกลุ่มที่เป็นคนรุ่นใหม่เริ่มใช้ TikTok ในการผลิตวิดีโอสั้น เช่น คลิปย้อนกรรมแบบพื้นบ้าน การแต่งกายด้วยชุดพื้นเมือง หรือเบื้องหลังการทำงานจริงในชุมชน ซึ่งช่วยสร้างภาพลักษณ์ให้สินค้าแตกต่างจากสินค้าเชิงพาณิชย์ทั่วไป การใช้ QR Code และระบบชำระเงินออนไลน์ การเชื่อมต่อกับระบบ Prompt Pay หรือบัญชีร้านค้าออนไลน์ผ่าน QR Code ช่วยอำนวยความสะดวกในการซื้อขาย และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้าที่อยู่ไกล จากการประเมินผลพบว่า การใช้ Social Network มีผลให้ยอดขายรวมของกลุ่มเพิ่มขึ้นร้อยละ 25 ภายใน 3 เดือน โดยเฉพาะคำสั่งซื้อจากนอกพื้นที่จังหวัดอุดรธานี คิดเป็นร้อยละ 35 ของยอดขายทั้งหมด สมาชิกในกลุ่มมีความมั่นใจในการสื่อสารกับลูกค้าผ่านออนไลน์มากขึ้น และเริ่มเห็นความสำคัญของการมี “แอดมิน” ผู้รับผิดชอบด้านการตลาดดิจิทัลโดยเฉพาะ การเพิ่มช่องทางจำหน่ายผ่าน Social Network เป็นแนวทางที่มีศักยภาพสูงและเหมาะสมกับบริบทของกลุ่มอาชีพในชนบท เพราะใช้ต้นทุนต่ำแต่เข้าถึงตลาดกว้าง หากได้รับการสนับสนุนด้านอบรมทักษะดิจิทัลและพัฒนาคอนเทนต์อย่างต่อเนื่อง จะสามารถยกระดับรายได้และสร้างความยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

ผลการศึกษาสภาพกลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า ในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี มีดังนี้ 1) บริบทชุมชน ได้แก่ 1.1) บริบททางกายภาพ มีลักษณะทางกายภาพของพื้นที่ที่มีความเหมาะสมอย่างยิ่งต่อการรวมกลุ่ม และดำเนินกิจกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมครามอย่างต่อเนื่อง 1.2) บริบททางเศรษฐกิจ มีลักษณะพึ่งพาการเกษตรเป็นหลัก 1.3) บริบททางสังคมและวัฒนธรรม มีโครงสร้างชุมชนที่มีลักษณะพึ่งพาอาศัยกัน และเกิดความร่วมมือภายในกลุ่มสูง มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ผ่านการทำงานร่วมกันระหว่างสมาชิกในครัวเรือน และระหว่างรุ่นปู่ย่าตายายกับคนรุ่นใหม่ และมีการจัดกิจกรรมกลุ่มผ้าย้อมคราม ทำให้มีโอกาสในการเผยแพร่ผลงานควบคู่กับการสืบสานวัฒนธรรมประเพณีวัฒนธรรมและสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) กระบวนการผลิต (ภายใต้แนวคิด “ทุน” ของปิแอร์ บูดีเยอร์) ได้แก่ 2.1) “ทุนทางเศรษฐกิจ” กลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมครามได้พัฒนาและใช้กระบวนการผลิตที่ตั้งอยู่บนฐาน “ทุนทางเศรษฐกิจ” อย่างมีประสิทธิภาพ 2.2) “ทุนทางวัฒนธรรม” มีการดำเนินกิจกรรมบนฐานทุนทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็งอย่างชัดเจน 2.3) ทุนทางสังคม มีบทบาทสำคัญต่อความเข้มแข็งเกิดขึ้นบนฐานของความสัมพันธ์แบบเครือญาติ เพื่อนบ้าน และความเชื่อมโยงกับสถาบันในชุมชน และ 2.4) ทุนทางสัญลักษณ์ กระบวนการผลิตผ้าย้อมครามของกลุ่ม “ผ้าย้อมครามภูหินจอมธาตุ” สะท้อนให้เห็นถึงการสร้างและใช้ “ทุนทางสัญลักษณ์” อย่างลึกซึ้ง ได้รับการรับรองในระดับตำบลและอำเภอว่า เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น เป็นตัวแทนของภูมิปัญญาชาวกุดจับ และมีส่วนสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของตำบลกุดจับ ในเวทีระดับจังหวัดและระดับประเทศ การเชื่อมโยงกับแนวคิด “ทุน 4 ประเภท” ตามกรอบแนวคิดของ ปิแอร์ บูดีเยอร์ พบว่า ชุมชนตำบลกุดจับสามารถใช้ทุนวัฒนธรรมและทุนสังคมเป็นเครื่องมือหลักในการขับเคลื่อน

การพัฒนาท้องถิ่น ทนวัฒนธรรมที่สะสมผ่านภูมิปัญญาการย้อมผ้าคราม การปลูกต้นคราม และการแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นทุนฝังตัวที่ถ่ายทอดมารุ่นต่อรุ่น ซึ่ง ปีแอร์ บูร์ดิเยอร์ ชี้ว่าทุนลักษณะนี้มีพลังสูงในการสร้างสถานะทางสังคม เมื่อถูกแปลงเป็นทุนเศรษฐกิจ ทุนสังคมในกรณีศึกษานี้ปรากฏชัดผ่านความร่วมมือระหว่างกลุ่มสมาชิก การสนับสนุนจากผู้นำท้องถิ่น และการเชื่อมโยงกับหน่วยงานรัฐ ซึ่งช่วยให้กลุ่มเข้าถึงโอกาสใหม่ ๆ และสร้างความมั่นคงในการดำเนินธุรกิจ (Bourdieu, P., 1986) ในขณะที่ทุนสัญลักษณ์ เช่น การได้รับรางวัลหรือการมีชื่อเสียงในท้องถิ่น ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการขยายตลาด และสร้างความภาคภูมิใจในชุมชน การวิเคราะห์ทุนเศรษฐกิจ พบว่า แม้จะยังไม่เข้มแข็งนัก แต่สามารถถูกเสริมด้วยการลงทุนจากภายนอก การอบรม และการรวมกลุ่มเพื่อใช้ทรัพยากรร่วมกัน ปีแอร์ บูร์ดิเยอร์ กล่าวว่า ทุนทั้งหมดสามารถแปลงให้กันได้หากมีโครงสร้างทางสังคมที่สนับสนุน ซึ่งในกรณีนี้ เครือข่ายและจารีตท้องถิ่นมีส่วนสำคัญในการทำให้การแปลงทุนเกิดขึ้นจริง (Bourdieu, P. & Wacquant, L. J. D., 1992)

การพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า ในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี มีดังนี้ 1) แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้านเกษตรกรรม ชุมชนมีฐานเศรษฐกิจหลักจากเกษตรกรรมแบบดั้งเดิม ทั้งยังมีการปลูกพืช 1.1) เชื่อมโยงเกษตรกรรมกับอุตสาหกรรมพื้นบ้าน การปลูกต้นคราม เพื่อใช้ในกลุ่มผ้าครามควรถูกยกระดับเป็น “ระบบเกษตรพันธะสัญญาในชุมชน” 1.2) พัฒนาองค์ความรู้และนวัตกรรมการแปรรูป และ 1.3) จัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือระหว่างเกษตรกร 2) แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้านอุตสาหกรรม สามารถกำหนดไว้ในมิติต่าง ๆ ดังนี้ 2.1) ยกระดับจากหัตถกรรมสู่กิ่งอุตสาหกรรม 2.2) พัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัย 2.3) พัฒนาอุตสาหกรรมบนฐาน “ทุนวัฒนธรรม” และ “ทุนสัญลักษณ์” 2.4) สร้างศูนย์เรียนรู้และพัฒนาอุตสาหกรรมชุมชน 2.5) ผลักดันเข้าสู่ระบบการค้าดิจิทัล (Digital Commerce) เช่น OTOP Online, Facebook, TikTok Shop และการใช้ QR Payment 2.6) สร้างระบบบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมพัฒนารูปแบบการบริหารกลุ่มอาชีพโดยให้สมาชิกมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ และ 2.7) เชื่อมโยงการมีส่วนร่วมกับการสร้างรายได้จริง เพื่อให้คนในชุมชนทุกกลุ่มสามารถเข้าถึงโอกาสในการมีรายได้ มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และมีความรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมต่อกลุ่มและชุมชน อันจะส่งผลให้การพัฒนาเป็นไปอย่างยั่งยืน แนวคิดเศรษฐกิจชุมชน แนวทางการพัฒนาที่เกิดขึ้นสอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจชุมชนของสำนักงานสภาพัฒน์ฯ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) ที่ส่งเสริมให้ชุมชนใช้ทรัพยากรของตนเอง โดยเฉพาะภูมิปัญญาและวัตถุดิบท้องถิ่น เช่น ต้นคราม น้ำหมักต่างฟาง หรือเครื่องมือทอพื้นบ้าน นำมาสร้างรายได้แบบพึ่งตนเอง ลดการพึ่งพาภายนอก และสร้างกลไกกระจายรายได้ภายในชุมชนอย่างเป็นธรรม การมีส่วนร่วมของกลุ่มสมาชิก เช่น การออกแบบลวดลายผ้าใหม่ การตั้งราคา การบริหารเพจออนไลน์ สะท้อนการเป็นเจ้าของร่วมของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสร้างความยั่งยืนมากกว่าการผลิตตามคำสั่ง การนำเทคโนโลยีมาผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ การถ่ายทอดสดสินค้า หรือการใช้ QR code บนผลิตภัณฑ์ ล้วนแสดงถึงการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนที่ก้าวทันโลกยุคใหม่

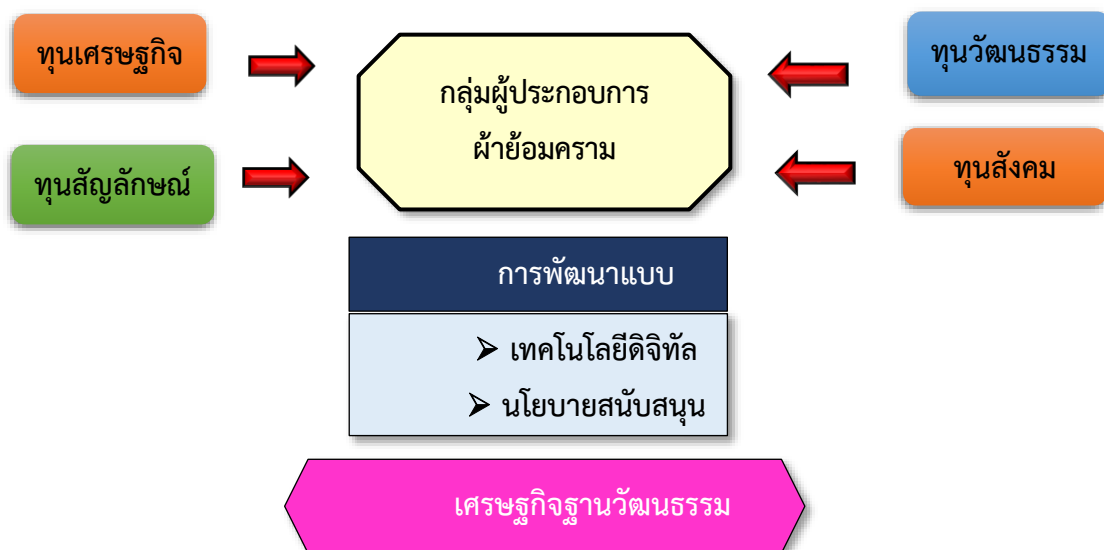
การยกระดับเพิ่มช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า ในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี มีดังนี้ 1) การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดยการประชาสัมพันธ์ เชิงรุกและการเพิ่มช่องทางการขายสามารถช่วยเพิ่มยอดขาย และขยายฐานลูกค้าได้อย่างชัดเจน ได้แก่ 1.1) การจัดทำเพจ Facebook และ Line Official Group กลุ่มได้จัดทำเพจภายใต้ชื่อ “ผ้าครามภูหินจอมธาตุ” 1.2) สร้างเนื้อหาเชิงเรื่องเล่า (Storytelling) ช่วยสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้แตกต่างจากผ้าทั่วไป และเพิ่ม “ทุนทางสัญลักษณ์” ให้แก่ผลิตภัณฑ์ 1.3) จัดกิจกรรม



Live สด และคลิปปิดีโอสั้น 1.4) เชื่อมโยงกับหน่วยงานภาครัฐและเครือข่ายการค้า ทำให้กลุ่มได้รับการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางของราชการ และ 1.5) พัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์อย่างมืออาชีพ ในการสื่อสารกับลูกค้าผ่านช่องทางดิจิทัล และสามารถปรับตัวเข้าสู่ระบบตลาดสมัยใหม่ได้อย่างต่อเนื่อง 2) การเพิ่มช่องทางการจำหน่ายโดย Social Network ทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้กว้างขวางขึ้น ทั้งในระดับจังหวัดและต่างจังหวัด การประยุกต์ใช้ Social Network เพื่อเพิ่มช่องทางจำหน่าย มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อกลุ่มผู้ผลิตที่เดิมพึ่งพาตลาดนัด งานแสดงสินค้า และการจำหน่ายหน้าบ้านเป็นหลัก การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย ของกลุ่มผ้าย้อมครามตำบลกุดจับสะท้อนการประยุกต์ใช้ทุนทั้ง 4 ประเภท ตามแนวคิดของ ปีแอร์ บูร์ดิเยอร์ (Bourdieu, P., 1986) อย่างเป็นระบบ โดยทุนวัฒนธรรมจากภูมิปัญญาท้องถิ่นถูกแปลงเป็นทุนสัญลักษณ์ผ่านการเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ ขณะที่ทุนสังคมปรากฏผ่านความร่วมมือในกลุ่มและการเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายนอก เช่น OTOP และหน่วยงานรัฐ การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Facebook, Shopee และการนำ QR Code มาใช้ สะท้อนถึงการพัฒนา ทุนเศรษฐกิจ ผ่านเทคโนโลยีและการตลาดดิจิทัล (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจชุมชนที่เน้นการพึ่งพาทุนในพื้นที่และการเข้าถึงตลาดสมัยใหม่

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัยเรื่องนี้ได้พบองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับการพัฒนาทุนใน 4 ด้าน ได้แก่ ทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางสังคม และทุนทางสัญลักษณ์ ตามกรอบแนวคิดของปีแอร์ บูร์ดิเยอ (Bourdieu) มาสร้างเป็นโมเดล “การพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมครามด้วยทุน 4 ประเภท” แสดงได้ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 โมเดลการพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมคราม ในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี

การพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมครามด้วยทุน 4 ประเภท ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดที่เชื่อมโยงภูมิปัญญาท้องถิ่นกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน โดยมี “กลุ่มผ้าย้อมคราม” เป็นศูนย์กลาง ซึ่งเป็นการรวมตัวของผู้ผลิตในชุมชนที่สืบทอดความรู้และทักษะการย้อมครามมานานหลายชั่วอายุคน กลุ่มนี้ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงผลิตและ

จำหน่ายสินค้า แต่ยังเป็นผู้รักษาและถ่ายทอดอัตลักษณ์วัฒนธรรมของพื้นที่ ซึ่งหัวใจของโมเดลอยู่ที่การประยุกต์ใช้ทุน 4 ประเภท ตามแนวคิดของปีแอร์ บูร์ดิเยอร์ คือ 1) ทุนเศรษฐกิจ ได้แก่ เงินทุน วัตถุดิบ เครื่องมือ และช่องทางตลาด เพื่อสร้างรายได้และเพิ่มศักยภาพการผลิต 2) ทุนวัฒนธรรม ได้แก่ ความรู้ ทักษะ และลวดลายดั้งเดิมที่สะท้อนวิถีชีวิตชุมชน ซึ่งสามารถปรับประยุกต์ให้ร่วมสมัยเพื่อตอบโจทย์ตลาด 3) ทุนสังคม คือ เครือข่ายความสัมพันธ์ ความร่วมมือ และความไว้วางใจในชุมชน รวมถึงการเชื่อมโยงกับหน่วยงานภายนอกเพื่อเสริมการพัฒนา และ 4) ทุนสัญลักษณ์ ได้แก่ ชื่อเสียง เกียรติภูมิ และการยอมรับจากสังคมที่ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งโมเดลนี้เน้น การพัฒนาแบบบูรณาการ โดยนำทุนทั้ง 4 ประเภทมาผสานกับเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การตลาดออนไลน์ผ่าน Facebook, TikTok, และแพลตฟอร์ม E-commerce ควบคู่กับการสนับสนุนนโยบายจากภาครัฐและเอกชน เช่น การอบรม การเข้าถึงแหล่งทุน และการสร้างเครือข่ายตลาด ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น คือ เศรษฐกิจฐานวัฒนธรรมที่ยั่งยืน ซึ่งจะช่วยเพิ่มรายได้ เสริมสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่น ขยายตลาดทั้งในและต่างประเทศ และทำให้เกิดการมีส่วนร่วมอย่างกว้างขวางในชุมชน ทั้งหมดนี้นำไปสู่ความภาคภูมิใจและการคงอยู่ของภูมิปัญญาท้องถิ่นในโลกยุคใหม่อย่างมั่นคง

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องนี้ สรุปได้ว่า สภาพกลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า ในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี มีดังนี้ ชุมชนตำบลกุดจับ มีศักยภาพด้านทุนวัฒนธรรมเป็นพื้นฐานสำคัญ ซึ่งสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นในรูปแบบของการย้อมผ้าคราม การปลูกต้นครามในครัวเรือน และการแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นลวดลายเฉพาะชุมชน ซึ่งสะท้อนถึงทุนวัฒนธรรมแบบฝังในตัวตน (Embodied Cultural Capital) อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังมีการสะสมทุนสัญลักษณ์ (Symbolic Capital) ผ่านรางวัล OTOP และการยอมรับในระดับท้องถิ่น ซึ่งส่งผลต่อการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกต่อสินค้า ในด้านทุนสังคม (Social Capital) เครือข่ายของกลุ่มผู้ผลิต ผู้นำชุมชน และหน่วยงานราชการในพื้นที่ มีบทบาทสำคัญในการสร้างการรวมกลุ่ม การแลกเปลี่ยนความรู้ และการสนับสนุนซึ่งกันและกัน ขณะที่ทุนเศรษฐกิจ (Economic Capital) ยังเป็นข้อจำกัดของกลุ่ม เนื่องจากขาดแคลนทุนหมุนเวียน เครื่องมือสมัยใหม่ และการเข้าถึงตลาดที่กว้างขวาง การพัฒนาผู้ประกอบการย้อมผ้า ในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ ได้ดำเนินภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจฐานราก โดยเริ่มจากการสนับสนุนให้สมาชิกปลูกต้นครามในระบบเกษตรอินทรีย์ ซึ่งลดต้นทุน เพิ่มมูลค่าผลผลิต และรักษาสิ่งแวดล้อมได้ในระยะยาว การย้อมผ้าด้วยวิธีธรรมชาติและการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีลวดลายร่วมสมัย ทำให้ผ้าครามกลายเป็นสินค้าแฟชั่นที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคยุคใหม่ การรวมกลุ่มในลักษณะวิสาหกิจชุมชนหรือสหกรณ์ ยังมีผลต่อการเพิ่มอำนาจต่อรองและการควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้สามารถพัฒนามาตรฐานสินค้า เช่น ได้รับการรับรอง มผช. หรือ GI ซึ่งเพิ่มทุนสัญลักษณ์ได้อีกระดับ นอกจากนี้ การมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนตลอดกระบวนการ ตั้งแต่การวางแผน การผลิต ไปจนถึงการจำหน่าย สะท้อนถึงแนวทาง “ร่วมคิด-ร่วมทำ-ร่วมรับผลประโยชน์” อย่างแท้จริง การยกระดับเพิ่มช่องทางการจำหน่ายของกลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้า ในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ แสดงให้เห็นว่าการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์มีประสิทธิภาพสูง โดยเฉพาะการใช้ Facebook Page, TikTok, Instagram และ Line Official Account ซึ่งช่วยให้กลุ่มเข้าถึงลูกค้าใหม่ และลดต้นทุนการตลาดแบบเดิม ๆ ได้อย่างชัดเจน กลุ่มผู้ผลิตยังได้รับการอบรมด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การถ่ายภาพสินค้า



การตั้งราคา การตอบลูกค้า และการจัดส่งสินค้า ซึ่งส่งผลต่อยอดขายที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ดังนี้ 1) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนให้ชุมชนบริหารจัดการทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรม ทุนทางเศรษฐกิจ และทุนทางสัญลักษณ์ร่วมกันด้วยการรวมกลุ่มผลิต การสร้างอัตลักษณ์สินค้า และการเชื่อมโยงกับเครือข่ายภายนอก 2) ควรมีการจัดอบรมทักษะการตลาด เช่น การขายออนไลน์ การใช้สื่อสังคม และเทคโนโลยีเพื่อขยายตลาดให้กับกลุ่มผ้าครามในระดับท้องถิ่นและประเทศต่อไป 3) ควรมีการส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่อง การย้อมครามสู่คนรุ่นใหม่ เช่น ผ่านโรงเรียนท้องถิ่น หรือผู้ที่สนใจทั่วไป เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาวต่อไป และมีข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้ 1) ควรมีการวิจัยต่อในเรื่อง Business Ecosystem ของผ้าครามในชุมชน ทั้งในแง่ของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง การบริหารจัดการ การเงิน การตลาด และการขยายตัวเพื่อให้เกิดโมเดลธุรกิจ การผลิต การแปรรูป การจำหน่าย และการปรับตัวได้อย่างยั่งยืน รวมถึงให้เหมาะสมกับบริบทของตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี 2) ควรให้ทีมงานวิจัยเชิงคุณภาพแบบเชิงลึกที่มุ่งศึกษาการมีส่วนร่วมของเยาวชนในการสืบทอดการย้อมคราม การออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย และการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อไม่ให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นหายไปจากวิถีชีวิตคนรุ่นใหม่

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย เรื่อง “การพัฒนา (ยกระดับ) กลุ่มผู้ประกอบการย้อมผ้าครามในเขตพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอกุดจับ จังหวัดอุดรธานี” โดยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี โดยกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (ด้าน ววน.) ประเภท Fundamental Fund: FF ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ผู้วิจัยขอขอบพระคุณหน่วยงานและผู้ให้ข้อมูลทุกท่านในพื้นที่ตำบลกุดจับ อำเภอ กุดจับ จังหวัดอุดรธานี ที่ได้กรุณาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่องานวิจัย และได้เข้าร่วมในโครงการเพื่อพัฒนาในเชิงพื้นที่ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2566). นโยบายเกษตรกรรมเพื่อความยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- ณัฐธิดา พลเยี่ยม. (2565). การส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านผ้าครามตำบลกุดจับ. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 18(3), 112-129.
- ทองสุข (นามสมมุติ). (18 มี.ค. 2568). การสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการผ้าคราม บ้านธาตุสามัคคี. (นางอนงค์ วงศ์จวง, ผู้สัมภาษณ์)
- บุษบา หินเหว้ และคณะ. (2566). การศึกษาแนวทางการพัฒนากลุ่มอาชีพทอผ้า กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอไทยร่วมใจบ้านกร่างท่าวีว ตำบลบ้านกร่าง อำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก. วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 5(1), 61-77.
- มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี. (2566). รายงานผลการดำเนินงานโครงการ “มหาวิทยาลัยสู่ตำบล”. อุดรธานี: ศูนย์วิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

- ยุพา (นามสมมุติ). (8 ก.พ. 2568). การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการผ้าย้อมคราม บ้านธาตุสามัคคี. (นางนิโรบล นานองตุม, ผู้สัมภาษณ์)
- วิไล (นามสมมุติ). (25 มี.ค. 2568). การสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมคราม บ้านธาตุสามัคคี. (นางสุภาวดี ศิริวงศ์, ผู้สัมภาษณ์)
- สมใจ (นามสมมุติ). (14 มี.ค. 2568). การสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มผู้ประกอบการผ้าย้อมคราม บ้านธาตุสามัคคี. (นางบุญเตียง สุตตภักดิ์, ผู้สัมภาษณ์)
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจฐานราก และการพัฒนาอย่างยั่งยืน. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน. (2568). คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2562. กรุงเทพมหานคร: สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน.
- สุทธิวรรณ พงศ์วรรณ. (2563). แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมของ Bourdieu กับการพัฒนาท้องถิ่น. วารสารสังคมศาสตร์, 15(1), 75-94.
- Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital*. New York: Greenwood.
- Bourdieu, P. & Wacquant, L. J. D. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: University of Chicago Press.