



การประเมินผลสัมฤทธิ์ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม

บทนี้จะเป็นการกล่าวถึงการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมา โดยในสวนแรกเป็นการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันตามแนวคิดของ Porter (Porter's Diamond Model) ส่วนที่สองเป็นการวิเคราะห์ตามแบบจำลอง CIPP ส่วนที่สามเป็นการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม ภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ของจังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมา ในด้านผลผลิต (Output) ผลกระทบ (Impact) และประโยชน์ (Utility) และส่วนสุดท้ายเป็นการกล่าวถึงปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม ผลการศึกษาเป็นดังนี้

5.1 การวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันตามแนวคิดของ Porter (Porter's Diamond Model)

ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์ถึงปัจจัยซึ่งเป็นสิ่งบ่งชี้ถึงศักยภาพพื้นฐานของกลุ่มผู้ผลิตไหมจังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมา โดยใช้ Diamond Model ซึ่งเป็นการวิเคราะห์ตามองค์ประกอบสี่ด้าน คือ ปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions) ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือเงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand Conditions) ความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (Related and Supporting Industries) และกลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันขององค์กรธุรกิจ (Firm Strategy, Structure and Rivalry) รวมทั้งโอกาสและสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป และบทบาทของรัฐบาล

5.1.1 ปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต (Factor Conditions)

ปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิต คือองค์ประกอบพื้นฐานทางด้านปัจจัยการผลิตที่มีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน การวิเคราะห์ปัจจัยปัจจัยด้านอุปทานหรือเงื่อนไขทางด้านปัจจัยการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งแบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ประเด็น คือ วัตถุดิบ แหล่งวัตถุดิบ และราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต แรงงานที่ใช้การผลิต การใช้เทคโนโลยีในการผลิต และสาธารณูปโภคที่จำเป็น

1. วัตถุดิบ แหล่งวัตถุดิบ และราคาวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตผ้าไหมคือ เส้นไหมและวัตถุดิบที่ใช้ในการย้อมสีเส้นไหมซึ่งมีทั้งที่เป็นสีเคมีและสีจากธรรมชาติ เช่น ครั่ง แก่นขนุน เข ต้นแค ต้นไพล ต้นขี้เหล็ก ต้นสะเดา คำแสด ดอกอัญชัน เปลือกหว่า โคลน มะเกลือ ฯลฯ โดยแหล่งวัตถุดิบเส้นไหมที่สำคัญของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งมี 2 แห่ง คือ บริษัทจุลไหมไทย จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยเส้นไหมราคาประมาณ 1,340 – 1,500 บาท ต่อกิโลกรัม และเส้นไหมในพื้นที่ของจังหวัดนั้น ราคาประมาณ 700 – 1,000 บาท ต่อกิโลกรัม ซึ่งมีทั้งสมาชิกและชาวบ้านในท้องถิ่นเป็นผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเองและที่ตั้งเป็นกลุ่มในพื้นที่ เช่น กลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านเลี้ยวน้อย จ.ชัยภูมิ กลุ่มสตรีตำบลปราสาททอง จ. สุรินทร์ นอกจากนี้ยังพบว่ามีการซื้อเส้นไหมจากต่างประเทศ เช่น ประเทศจีน ประเทศเวียดนาม แต่พบในปริมาณไม่มากนัก โดยคุณภาพของเส้นไหมจากบริษัทจุลไหมไทยจะมีความเรียบสม่ำเสมอ มีความแข็งแรงและเหนียวมากกว่าเส้นไหมในพื้นที่ และสำหรับสีที่ใช้ย้อมเส้นไหมนั้นพบว่า สีธรรมชาติสามารถหาได้ในท้องถิ่นและบางชนิดมีขายตามร้านค้าเช่นเดียวกับสีเคมี ซึ่งการมีวัตถุดิบและแหล่งวัตถุดิบในพื้นที่จะทำให้การเข้าถึงแหล่งวัตถุดิบทำได้ง่าย มีความสะดวกและรวดเร็วในการส่งมอบ ต้นทุนค่าขนส่งต่ำ ราคาวัตถุดิบต่ำ ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตต่ำ จึงเป็นที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญ

ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดสุรินทร์มีแหล่งวัตถุดิบเส้นไหมในพื้นที่น้อยมาก กล่าวคือ กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมร้อยละ 68 ต้องซื้อเส้นไหมจากบริษัทจุลไหมไทย และรองลงมาร้อยละ 30 ซื้อเส้นไหมจากในพื้นที่ โดยให้เหตุผลสองประการคือ แหล่งวัตถุดิบเส้นไหมในพื้นที่ไม่เพียงพอ กับความต้องการและคุณภาพของเส้นไหมจากบริษัทจุลไหมไทยดีกว่า ในขณะที่จังหวัดชัยภูมิมีแหล่งวัตถุดิบในพื้นที่ กล่าวคือ กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมร้อยละ 54 ซื้อเส้นไหมในพื้นที่ซึ่งมีกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านเลี้ยวน้อยเป็นแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญ รองลงมา ร้อยละ 43 ซื้อเส้นไหมจากบริษัทจุลไหมไทย และจังหวัดนครราชสีมามีแหล่งวัตถุดิบเส้นไหมในพื้นที่บางส่วน กล่าวคือ กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมร้อยละ 47 ซื้อเส้นไหมจากบริษัทจุลไหมไทยและร้อยละ 44 ซื้อเส้นไหมจากในพื้นที่ นอกจากนี้ยังมีการซื้อเส้นไหมจากแหล่งอื่นๆ เช่น จังหวัดขอนแก่น ประเทศจีน ประเทศเวียดนาม ดังนั้นการมีแหล่งวัตถุดิบเส้นไหมในพื้นที่ของจังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมาจึงเป็นข้อได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญ

ตารางที่ 5.1 สัดส่วนการซื้อเส้นไหมจากบริษัทจุลไหมไทยและในพื้นที่

แหล่งวัตถุดิบ	ร้อยละ		
	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
บริษัทจุลไหมไทย	68	43	47
ภายในพื้นที่ของจังหวัด	30	54	44
แหล่งอื่นๆ เช่น ต่างจังหวัด	2	2	8
ประเทศจีน เวียดนาม			

ที่มา : จากการสำรวจ

2. แรงงานที่ใช้ในการผลิต

การผลิตผ้าไหมส่วนใหญ่ใช้แรงงานในการผลิตเป็นหลัก โดยแรงงานที่ใช้ในการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งคือ สมาชิกภายในกลุ่ม ซึ่งกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมแต่ละแห่งมีจำนวนสมาชิกเฉลี่ยต่อกลุ่มดังนี้ คือ กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์มีจำนวนสมาชิกเฉลี่ย 37 คน จังหวัดชัยภูมิ 56 คน และจังหวัดนครราชสีมา 76 คน และมีทักษะความชำนาญในการทอผ้าไหมเป็นอย่างดี

ผลการศึกษาพบว่า จำนวนสมาชิกเฉลี่ยต่อกลุ่มดังกล่าวของทั้งสามแห่งมีความเพียงพอต่อการผลิตของตนเองค่อนข้างมาก นอกจากนี้สมาชิกทั้งหมดยังเป็นคนในพื้นที่ และส่วนใหญ่จะอาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่ใกล้เคียงกันและใกล้กับที่ทำการกลุ่ม ซึ่งมีข้อดีคือ สามารถสนับสนุนแรงงานในการผลิตผ้าไหมได้เป็นอย่างดี การเดินทางมีความสะดวก สามารถติดต่อถึงกันได้อย่างรวดเร็ว ส่งผลให้การผลิตมีความต่อเนื่อง และสมาชิกส่วนใหญ่มีทักษะ ความรู้ความชำนาญในการทอผ้าเป็นอย่างดี เนื่องจากการทอผ้าเป็นสิ่งที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษมาเป็นเวลานาน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพดี ดังนั้นการมีแรงงานที่ใช้ในการผลิตอย่างเพียงพอ และมีทักษะความชำนาญของทั้งสามแห่งจึงเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้เป็นอย่างดี

ตารางที่ 5.2 จำนวนและอายุสมาชิก

ประเด็น	จำนวนสมาชิก		
	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
สมาชิกเฉลี่ยต่อกลุ่ม (คน)	37	56	76
อายุ (ปี)	30-55	35-60	30-60

ที่มา : จากการสำรวจ

3. การใช้เทคโนโลยีในการผลิต

อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตผ้าไหมที่สำคัญคือ กี่ทอผ้าซึ่งมี 2 แบบคือ กี่พื้นบ้านซึ่งมีข้อดีคือสามารถทำให้ผ้าที่ทอได้มีความแน่นสูงแต่มีข้อเสียคือใช้เวลานาน และกี่กระตุก ซึ่งกี่กระตุกถือเป็นเทคโนโลยีอย่างหนึ่งในการผลิตเนื่องจากสามารถทำให้ทอผ้าได้เร็วขึ้น 3 – 4 เท่า โดยส่วนใหญ่จะมีการใช้กี่กระตุกในการทอผ้าพื้นเรียบ แต่ในปัจจุบันพบว่า เริ่มมีการนำกี่กระตุกมาใช้ในการทอผ้าไหมมัดหมี่ด้วยในบางพื้นที่ นอกจากนี้ทอผ้าแล้วยังมีอุปกรณ์อื่นที่ใช้ในการทอผ้าเช่น ที่กวดเส้นไหม ที่กรอเส้นไหม ที่ตีเกลียวเส้นไหม ซึ่งในปัจจุบันมีทั้งที่ต้องใช้แรงคนในการหมุนและที่เป็นในลักษณะที่มีมอเตอร์ช่วยในการหมุนซึ่งจะทำให้เส้นไหมที่ได้มีความสม่ำเสมอและทำได้รวดเร็วมากขึ้น ซึ่งการใช้เทคโนโลยีในการผลิตเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยสร้างความสามารถในการแข่งขันเนื่องจากจะทำให้การผลิตมีความรวดเร็วและได้มาตรฐานสม่ำเสมอทุกครั้ง แต่อย่างไรก็ตามการใช้เทคโนโลยีในการผลิตนั้นต้องมีความเหมาะสมกับลักษณะผลิตภัณฑ์ในแต่ละแห่งจึงจะก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ไม่ค่อยมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตมากนักกล่าวคือ มีกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมเพียงร้อยละ 21 มีการใช้กี่กระตุกในการทอผ้า แต่ร้อยละ 78 ใช้กี่พื้นบ้านในการทอผ้า เนื่องจากเห็นว่าลักษณะลวดลายผ้าที่ตนเองผลิตนั้นเหมาะสมกับการใช้กี่พื้นบ้านและทอได้แน่นมากกว่า จึงทำให้ใช้เวลาในการผลิตต่อชิ้นค่อนข้างนาน ในขณะที่จังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมามีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตมากกว่า กล่าวคือ มีการใช้กี่กระตุกในการทอผ้าร้อยละ 35 และ ร้อยละ 36 ตามลำดับ แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมยังคงมีการใช้กี่พื้นบ้านในการทอผ้า เนื่องจากการทอผ้าไหมมัดหมี่มีความเหมาะสมกับการใช้กี่พื้นบ้าน แต่จากการสำรวจยังพบว่าจังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมาเริ่มมีการนำกี่กระตุกมาใช้ในการทอผ้ามัดหมี่ในบางพื้นที่แต่ยังมีจำนวนไม่มาก ในการใช้เครื่องที่มอเตอร์ในการเตรียมเส้นไหมส่วนใหญ่จะพบในจังหวัดนครราชสีมา ดังนั้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตของจังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมาจึงเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญ

ตารางที่ 5.3 สัดส่วนการใช้ที่พื้นบ้านและที่กระตักในการผลิต

การใช้เครื่องจักร	ร้อยละ		
	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
ที่พื้นบ้าน	78	64	65
ที่กระตัก	21	35	36

ที่มา : จากการสำรวจ

4. สาธารณูปโภคที่จำเป็นในการผลิต*

ระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นในการผลิตได้แก่ ระบบไฟฟ้า น้ำประปาซึ่งมีทั้งที่เป็นประปาของทางราชการและที่หมู่บ้านทำเองซึ่งอาจมีปัญหาในด้านของคุณภาพและความสม่ำเสมอบ้างในบางพื้นที่ ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้ในการชำระล้างอุปกรณ์ต่างๆ ที่ใช้ในการย้อมสี แต่น้ำที่ใช้ในการย้อมสีส่วนใหญ่จะใช้น้ำฝนมากกว่าเนื่องจากน้ำประปามีความเป็นด่างไม่เหมาะสมในการใช้ย้อมสี ระบบบำบัดน้ำเสียจะช่วยในการบำบัดน้ำเสียที่เกิดจากการฟอกย้อมสีเส้นไหมให้มีคุณภาพดีก่อนการปล่อยทิ้ง หากไม่มีระบบบำบัดน้ำเสียนั้นอาจจะส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาวได้ ระบบโทรศัพท์มีทั้งที่เป็นระบบโทรศัพท์พื้นฐานภายในจังหวัดและระบบโครงข่ายโทรศัพท์แบบไร้สายที่ให้บริการอย่างครอบคลุม โดยในปัจจุบันระบบโทรศัพท์ที่มีความทั่วถึงและมีคุณภาพจะเป็นช่องทางการติดต่อระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคที่สำคัญ และระบบคมนาคมขนส่งซึ่งมีส่วนสำคัญในการขนส่งสินค้า การมีระบบคมนาคมขนส่งที่มีความทั่วถึงและมีคุณภาพดีเยี่ยมจะทำให้การขนส่งสินค้ามีความสะดวกรวดเร็วและคล่องตัวมากขึ้น ซึ่งการมีระบบสาธารณูปโภคที่จำเป็นดังกล่าวอย่างทั่วถึงและมีคุณภาพดี จะเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยสร้างความสามารถในการแข่งขันได้ เนื่องจากเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้การผลิตและการจำหน่ายสินค้าทำได้อย่างสะดวกรวดเร็ว

ผลการศึกษาพบว่า ด้านระบบไฟฟ้า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งมีระบบไฟฟ้าและระบบโทรศัพท์ ที่มีความทั่วถึงและมีคุณภาพดี กล่าวคือระบบไฟฟ้าเข้าถึงทั้งที่บ้านและสถานที่ทำการกลุ่ม มีระบบโทรศัพท์พื้นฐานภายในจังหวัดและระบบโครงข่ายโทรศัพท์แบบไร้สายที่มีความครอบคลุม แต่ในด้านระบบน้ำประปา พบว่า จังหวัดสุรินทร์และนครราชสีมามีปัญหาคุณภาพน้ำประปาไม่สะอาดในบางแห่ง และด้านระบบบำบัดน้ำเสียพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งส่วนใหญ่ไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย เนื่องจากไม่มีความรู้ในการจัดทำและต้องใช้

*จากการสำรวจข้อมูลในช่วงเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2549

งบประมาณสูง และด้านระบบคมนาคมขนส่งพบว่า จังหวัดสุรินทร์มีระบบโครงข่ายถนนระหว่างอำเภอและภายในพื้นที่มี 2 ช่องจราจรแต่สภาพถนนไม่ดี การเดินทางในผ่านจังหวัดนครราชสีมาไปสุรินทร์โดยใช้เส้นทางโชคชัย – เดชอุดม กำลังมีการขยายช่องทางการจราจรจึงทำให้ไม่สะดวกในบางช่วง แต่มีเครือข่ายของการขนส่งค่อนข้างสมบูรณ์ เนื่องจากมีเส้นทางรถประจำทางไปยังภาคกลาง ภาคเหนือ และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ในขณะที่จังหวัดชัยภูมิมีระบบโครงข่ายถนนระหว่างอำเภอและภายในพื้นที่มีทั้ง 2 ช่องจราจร และ 4 ช่องจราจร และมีสภาพถนนที่ดี การเดินทางจากจังหวัดนครราชสีมาผ่านทางอำเภอสีคิ้ว ด้านขุนทด อำเภอจัตุรัส กำลังมีการขยายช่องทางการจราจรจึงทำให้ไม่สะดวกในบางช่วง แต่ระบบขนส่งมีเครือข่ายไม่สมบูรณ์ เนื่องจากมีเส้นทางรถประจำทางไปภาคต่างๆ ค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับจังหวัดสุรินทร์และนครราชสีมา ทำให้บางครั้งจำเป็นต้องเดินทางมาต่อรถที่จังหวัดนครราชสีมาอีกต่อหนึ่ง และจังหวัดนครราชสีมาที่มีระบบโครงข่ายถนนระหว่างอำเภอและภายในพื้นที่ส่วนใหญ่มี 4 ช่องจราจร และสภาพถนนอยู่ในเกณฑ์ใช้งานได้เป็นอย่างดี ระบบขนส่งมีเครือข่ายสมบูรณ์มากเนื่องจากจังหวัดนครราชสีมาที่ตั้งเป็นเป็นจุดยุทธศาสตร์ในการขนส่งที่สำคัญ โดยมีเส้นทางรถประจำทางไปยังภาคกลาง โดยเฉพาะกรุงเทพมหานครซึ่งมีเที่ยวรถในการวิ่งทุกๆ 15 นาที รวมทั้งภาคต่างๆ อย่างทั่วถึง

ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่า ทั้งสามแห่งจะมีข้อได้เปรียบจากการมีระบบไฟฟ้าที่ดีและทั่วถึง และการมีระบบโทรศัพท์ทั้งสองรูปแบบดังกล่าว แต่จะมีข้อเสียเปรียบจากการไม่มีระบบบำบัดน้ำเสีย ในด้านการคมนาคมขนส่งพบว่า จังหวัดสุรินทร์และนครราชสีมาจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันจากปัจจัยนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งจังหวัดนครราชสีมา

5.1.2 ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือเงื่อนไขทางด้านอุปสงค์ (Demand Conditions)

ปัจจัยด้านอุปสงค์หรือเงื่อนไขทางด้านอุปสงค์เป็นองค์ประกอบพื้นฐานอีกประการหนึ่งในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับตลาดหรือผู้บริโภค ซึ่งอาจมีผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขัน ในการวิเคราะห์ด้านอุปสงค์แบ่งออกได้เป็น 3 ด้าน คือ ตลาดสินค้าและช่องทางการจำหน่าย ความรู้ของผู้บริโภคภายในประเทศ และราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์

1. ตลาดสินค้าและช่องทางการจำหน่าย

ตลาดสินค้าและช่องทางการจำหน่ายเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่ส่งผลต่อความได้เปรียบในการแข่งขันของแต่ละพื้นที่ โดยตลาดสินค้าของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งแบ่งได้เป็นตลาดต่างประเทศและตลาดในประเทศ โดยตลาดในประเทศสามารถสรุปได้ 3 ลักษณะ คือ

1) งานแสดงสินค้าต่าง ๆ ที่ภาครัฐ / เอกชนจัดขึ้น ซึ่งส่วนใหญ่กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจะนิยมไปขายตามงานแสดงสินค้าที่ไม่เสียค่าเช่าพื้นที่ในการขาย ซึ่งงานที่ทุกกลุ่มนำสินค้ามาจำหน่ายคือ งาน OTOP CITY ที่เมืองทองธานี การจำหน่ายตามงานแสดงสินค้ามีข้อดีคือ มีลูกค้าจำนวนมากทำให้สามารถขายสินค้าได้ดี แต่มีค่าใช้จ่ายในการเดินทางและค่าที่พัก เนื่องจากงานมีการจัดต่อเนื่องหลายวัน

2) ร้านค้าในจังหวัด ร้านค้าในกรุงเทพมหานคร และจังหวัดใหญ่ๆ เช่น เชียงใหม่ ซึ่งมีสองลักษณะคือ การรับจ้างผลิตตามคำสั่งโดยลูกค้าจะเป็นผู้กำหนดลวดลายและสีเส้นมาให้ ซึ่งการรับจ้างผลิตมีข้อดีคือ ตลาดมีความแน่นอน แต่ความต้องการสินค้าอาจไม่สม่ำเสมอ และการผลิตตามแบบที่ตนเองถนัดแล้วนำไปจำหน่ายซึ่งมีข้อดีคือผู้ผลิตสามารถออกแบบลวดลายหรือผลิตได้ตามที่ตนเองถนัดทำให้มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายสำหรับให้ลูกค้าเลือก ซึ่งวิธีนี้เป็นการตลาดในเชิงรุกทำให้สามารถขยายตลาดได้มากขึ้น

3) การมีหน้าร้านเป็นของตัวเอง ส่วนใหญ่เป็นการใช้ที่ทำการกลุ่มหรือบ้านของประธานกลุ่ม ซึ่งการมีหน้าร้านเป็นของตัวเองมีข้อดีคือ เป็นที่สำหรับแสดงสินค้าเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจได้มากขึ้น แต่มีข้อเสียคือ จะต้องใช้เงินลงทุนสูงในการจัดทำร้าน

การมีช่องทางจำหน่ายสินค้าที่หลากหลายจะเป็นที่มาของความได้เปรียบในการแข่งขัน และโดยเฉพาะอย่างยิ่งการมีตลาดต่างประเทศ เนื่องจากเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ทำให้ผู้ผลิตสามารถจำหน่ายสินค้าได้ครั้งละจำนวนมาก นอกจากนี้ยังเป็นส่วนผลักดันให้ผู้ผลิตต้องพัฒนาสินค้าให้ได้มาตรฐานในการส่งออก

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์และชัยภูมิมีตลาดภายในประเทศเป็นหลัก โดยเป็นตลาดทั้งในลักษณะที่หนึ่งและสอง แต่จะแตกต่างกันคือ จังหวัดชัยภูมิจะมีหน้าร้านเป็นของตัวเองค่อนข้างมากแต่ยังไม่มีตลาดต่างประเทศ ในขณะที่จังหวัดนครราชสีมามีตลาดภายในประเทศทั้งสามลักษณะและมีตลาดต่างประเทศ เช่น ประเทศญี่ปุ่น ประเทศสหรัฐอเมริกา ประเทศลาว เป็นต้น ซึ่งการมีตลาดต่างประเทศดังกล่าวของจังหวัดนครราชสีมาจึงเป็นที่มาความได้เปรียบในการแข่งขันที่สำคัญ

ตารางที่ 5.4 มูลค่าการจำหน่ายต่อปีโดยเฉลี่ยต่อกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม

หน่วย : บาท

ตลาด	มูลค่าการจำหน่ายต่อปีโดยเฉลี่ยต่อกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม					
	สุรินทร์		ชัยภูมิ		นครราชสีมา	
	2547	2548	2547	2548	2547	2548
ภายในประเทศ	847,675	1,017,941	723,273	826,277	922,969	1,107,500
ต่างประเทศ	-	-	-	-	307,656	375,000
รวม	847,675	1,017,941	723,273	826,277	1,230,625	1,482,500

ที่มา : จากการสำรวจ

2. ความรู้ของผู้บริโภคภายในประเทศ

กลุ่มลูกค้าภายในประเทศของจังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมาส่วนใหญ่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ซึ่งสามารถแบ่งได้สองกลุ่มดังนี้

1) กลุ่มลูกค้าที่มีความรู้เกี่ยวกับผ้าไหมเป็นอย่างดี มีความต้องการซับซ้อน พิถีพิถันในการเลือก มีความละเอียดรอบคอบ ทราบดีถึงกระบวนการผลิตผ้าไหมตลอดจนวัตถุดิบ อุปกรณ์ต่างๆที่ใช้ในการผลิตผ้าไหมนั้นๆ เช่น แหล่งที่มาของเส้นไหม ขนาดของพื้นที่ ความแน่นของเนื้อผ้าที่ทอออกมา เป็นต้น ซึ่งกลุ่มลูกค้าประเภทนี้จะมีส่วนผลักดันให้กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไปได้เป็นอย่างดี ถือเป็นการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มได้อีกระดับหนึ่ง

2) กลุ่มลูกค้าที่มีความต้องการเพราะมีรสนิยมชื่นชอบผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ ไม่มีความต้องการที่ซับซ้อนเท่าใดนัก เนื่องจากไม่มีความรู้เกี่ยวกับผ้าไหมมากนัก ซื้อเพราะชอบลักษณะของลวดลาย สี สัน หรือบางครั้งซื้อเพราะมีผู้อื่นบอกต่อมาอีกทีหนึ่ง

ผลการศึกษาพบว่า ทั้งสามแห่งมีลูกค้าทั้งสองลักษณะ ซึ่งการมีลูกค้าในลักษณะแรกนั้นจะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม เนื่องจากผู้ผลิตต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ตลอดเวลา

3. ราคาจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ราคาของผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมา มีความแตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากลักษณะของผ้าไหมที่แตกต่างกัน และความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวในแต่ละ

พื้นที่ โดยขึ้นอยู่กับวัตถุดิบที่ใช้ ความยากง่ายของลวดลายที่ทอ เป็นต้น โดยการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์นั้นส่วนใหญ่คิดจากค่าวัตถุดิบและค่าแรงเพียงบางส่วนเท่านั้น ซึ่งราคาผ้าไหมโดยเปรียบเทียบพบว่า ผ้าไหมของจังหวัดสุรินทร์มีราคาสูงที่สุด รองลงมาคือ นครราชสีมา และชัยภูมิ ตามลำดับ

5.1.3 ความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมต่อเนื่อง (Related and Supporting Industries)

ความพร้อมของอุตสาหกรรมสนับสนุนและอุตสาหกรรมต่อเนื่องเป็นปัจจัยอีกหนึ่งซึ่งก่อให้เกิดความได้เปรียบในการแข่งขัน อุตสาหกรรมใดก็ตามที่มีโครงสร้างการผลิตที่เกื้อกูลกัน จะช่วยให้การพัฒนาอุตสาหกรรมนั้นทำได้อย่างสะดวก รวดเร็วและมั่นคง ซึ่งการวิเคราะห์ด้านนี้จะทำการวิเคราะห์อุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องใน 4 ประเภท กล่าวคือ อุตสาหกรรมการผลิตวัตถุดิบ อุตสาหกรรมการขนส่งสินค้า อุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ และองค์กรสนับสนุนการพัฒนาสินค้า มีรายละเอียดดังนี้

1. อุตสาหกรรมการผลิตวัตถุดิบ

การมีอุตสาหกรรมผลิตวัตถุดิบเส้นไหมในพื้นที่จะช่วยสร้างความได้เปรียบให้กับอุตสาหกรรมผลิตผ้าไหม จากความรวดเร็วในการส่งมอบและการมีต้นทุนต่ำ ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดสุรินทร์แทบจะไม่มี การปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในพื้นที่ เนื่องจากประสบปัญหาขาดแคลนแหล่งน้ำและพื้นที่ในการปลูก มีเพียงกลุ่มสตรีตำบลปราสาทที่มีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม แต่ก็มีในปริมาณน้อยมาก ส่วนใหญ่เอาไว้ใช้เองภายในกลุ่มและให้นักท่องเที่ยวชมเท่านั้น แต่ยังไม่สามารถให้การสนับสนุนเส้นไหมให้กับกลุ่มตัวเองและกลุ่มอื่นได้อย่างเพียงพอ ในขณะที่จังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมา มีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในพื้นที่ โดยจังหวัดชัยภูมิมีกลุ่มสตรีทอผ้าไหมบ้านเลี้ยว น้อยเป็นแหล่งผลิตวัตถุดิบที่สำคัญ และจังหวัดนครราชสีมา มีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมในบางพื้นที่ เช่น อำเภอห้วยแถลง อำเภอลำทะเมนชัย กิ่งอำเภอสีดา และกิ่งอำเภอบัวลาย ซึ่งสามารถสนับสนุนเส้นไหมให้กับกลุ่มของตัวเองและกลุ่มอื่นได้แต่ยังไม่มากนัก แต่อย่างไรก็ตามเส้นไหมในพื้นที่ยังมีคุณภาพไม่ดีเท่ากับเส้นไหมจากบริษัทจุลไหมไทย ด้านวัตถุดิบที่ใช้การย้อมสีเส้นไหมพบว่า ทั้งสามแห่งมีลักษณะคล้ายคลึงกันคือ วัสดุจากธรรมชาติที่ใช้ในการย้อมสีสามารถหาได้จากในท้องถิ่น สีเคมีและสารเคมีที่ใช้ในกระบวนการฟอกย้อมสามารถหาซื้อจากร้านค้าในพื้นที่และตัวแทนจำหน่าย

จากกรุงเทพมหานคร ดังนั้นจังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมาที่มีความได้เปรียบในการแข่งขันจากการมีอุตสาหกรรมสนับสนุนด้านผลิตวัตถุดิบในพื้นที่

2. อุตสาหกรรมการขนส่งสินค้า

การมีอุตสาหกรรมขนส่งสินค้าจะช่วยสนับสนุนอุตสาหกรรมการผลิตผ้าไหมในการส่งมอบสินค้าหรือการนำสินค้าไปจำหน่ายยังสถานที่ต่างๆ ผลการสำรวจพบว่าทั้งสามแห่งไม่มีอุตสาหกรรมที่ให้บริการขนส่งผ้าไหมโดยเฉพาะ แต่สามารถสรุปวิธีการขนส่งผ้าไหมได้ใน 3 ลักษณะ ดังนี้

1) การขนส่งโดยใช้รถยนต์ส่วนตัว ซึ่งมีทั้งที่เป็นการขนส่งสินค้าไปขายตามงานแสดงสินค้าต่างๆ และการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าในกรุงเทพมหานครในปริมาณมาก การขนส่งในลักษณะเช่นนี้มีผลดี คือ สามารถส่งสินค้าได้คราวละมากๆ และมั่นใจได้ว่าสินค้าสามารถส่งถึงมือลูกค้าได้อย่างครบถ้วนปลอดภัย แต่มีค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูงเนื่องจากราคาน้ำมันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2) การขนส่งโดยมีลูกค้าไปรับเองที่กลุ่ม ซึ่งวิธีนี้ส่วนใหญ่จะพบในกรณีที่มีการสั่งไว้ล่วงหน้าและปริมาณมาก ซึ่งวิธีนี้ลูกค้าจะเป็นผู้ออกค่าใช้จ่ายในการขนส่งเองทั้งหมด

3) การขนส่งโดยใช้บริการประจำทาง ซึ่งมีการคิดค่าขนส่งเป็นน้ำหนักต่อกิโลกรัมคิดตามระยะทาง และในบางบริษัทไม่มีการรับส่งสินค้าโดยเฉพาะ แต่การฝากส่งของไปกับรถประจำทางขึ้นอยู่พนักงานขับรถจะเป็นผู้เรียกเก็บเองซึ่งมีอัตราไม่แน่นอน

นอกจากนี้ยังมีการขนส่งในลักษณะอื่น เช่น การขนส่งโดยไปรษณีย์ (EMS) ส่วนใหญ่จะเป็นกรณีที่สินค้ามีปริมาณไม่มากนักและจะเรียกเก็บเงินปลายทาง รวมทั้งการขนส่งโดยฝากรถตู้ที่วิ่งรับส่งผู้โดยสารในจังหวัดนั้นๆ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งใช้วิธีการขนส่งสินค้าในลักษณะแรกมากที่สุด รองลงมาคือการขนส่งโดยใช้วิธีที่สอง ซึ่งการขนส่งสินค้านั้นส่วนใหญ่จะขึ้นอยู่กับตลาดของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งและข้อตกลงระหว่างลูกค้าเป็นหลัก แต่หากพิจารณาในด้านของความสมบูรณ์ของระบบคมนาคมขนส่งพบว่า จังหวัดนครราชสีมาจะมีเครือข่ายของการขนส่งสมบูรณ์มากที่สุด โดยมีทั้งสภาพถนนที่ดีและเส้นทางที่มีความทั่วถึงในการเดินทางไปยังภาคต่างๆ ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่จะสนับสนุนให้การขนส่งสินค้าในรูปแบบต่างๆ มีความสะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น โดยจังหวัดสุรินทร์มีระบบคมนาคมขนส่งที่มีความสมบูรณ์

รองลงมา และจังหวัดชัยภูมิมีความสมบูรณ์น้อยที่สุด แต่ระยะเวลาที่ใช้เดินทางจาก กรุงเทพมหานครไปจังหวัดสุรินทร์และชัยภูมิค่อนข้างนาน ดังนั้นการมีระบบคมนาคมขนส่งที่สมบูรณ์มากจึงเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของจังหวัดนครราชสีมา

3. อุตสาหกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์

การแปรรูปผลิตภัณฑ์เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มผ้าไหมมากขึ้น โดยกลุ่มที่มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสามารถแบ่งเป็นสองประเภทใหญ่คือ กลุ่มที่มีการแปรรูปเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าไหมบาติก ผ้าไหมมัดย้อม และกลุ่มหัตถกรรมสิ่งประดิษฐ์จากไหม เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์จากรังไหม เศษผ้าไหม ตึกตาจากเศษผ้า กระเป๋า การแปรรูปผ้าไหมนอกจากจะเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์แล้วยังเป็นการสร้างความต้องการผ้าไหมในพื้นที่ให้มากขึ้นด้วย ดังนั้นการมีอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์ในพื้นที่เดียวกันกับอุตสาหกรรมผลิตผ้าไหมนั้นจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับอุตสาหกรรมการผลิตผ้าไหมได้เป็นอย่างดี

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ไม่เน้นการแปรรูปผลิตภัณฑ์มากนัก แต่เน้นการขายผ้าไหมที่เป็นผืนมากกว่า ที่พบส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มที่มีการแปรรูปเป็นสิ่งประดิษฐ์จากผ้าไหมจำนวน 8 กลุ่ม เท่านั้น แต่การแปรรูปเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปพบน้อยมาก ในขณะที่กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดชัยภูมิมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าไหม แต่ส่วนใหญ่พบในกลุ่มที่เป็นร้านค้าผ้าไหมในเขตอำเภอบ้านเขวาสีมากที่สุด โดยมีกลุ่มที่ทำเสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าไหมบาติก จำนวน 7 กลุ่ม และกลุ่มที่ผลิตสิ่งประดิษฐ์จากผ้าไหม 4 กลุ่ม และกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมของจังหวัดนครราชสีมามีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ค่อนข้างมาก โดยร้อยละ 80 ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งหมดจะมีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เป็นกลุ่มที่ผลิตเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้าไหม ผ้าไหมบาติก ผ้าไหมมัดย้อม ค่อนข้างมากเป็นจำนวน 27 กลุ่ม และที่เหลือเป็นกลุ่มที่แปรรูปเป็นสิ่งประดิษฐ์จากผ้าไหม นอกจากนี้ยังพบว่าประมาณร้อยละ 50 ของยอดการจำหน่ายมาจากเสื้อผ้าสำเร็จรูป ดังนั้นสามารถสรุปได้ว่าจังหวัดนครราชสีมาจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันจากการมีอุตสาหกรรมแปรรูปดังกล่าวมากที่สุด

ตารางที่ 5.5 จำนวนกลุ่มแปรรูปผ้าไหม**

รายการ	จำนวน (กลุ่ม)		
	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
กลุ่มที่มีแปรรูปผ้าไหม เช่น เสื้อผ้า สำเร็จรูป ผ้าไหมบาติก ผ้าไหมมัดย้อม	1	7	27
กลุ่มหัตถกรรมสิ่งประดิษฐ์จากไหม เช่น ดอกไม้ประดิษฐ์จากรังไหม เศษผ้าไหม ตุ๊กตาจากเศษผ้า กระเป๋า ฯลฯ	8	4	10
รวม	9	9	31

ที่มา : กรมพัฒนาชุมชน 2547

4. องค์กรสนับสนุนการพัฒนาสินค้า

องค์กรสนับสนุนการพัฒนาสินค้าผ้าไหมที่สำคัญได้แก่ หน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานอื่นๆ โดยมีการสนับสนุนส่งเสริมการผลิตผ้าไหมในด้านต่างๆ เช่น เทคนิคการผลิต อาทิ การฟอกย้อม การทอ การออกแบบลวดลายส่วนใหญ่จะเป็นการอบรม ด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เช่น กล่องและถุงกระดาษ ด้านการตลาด อาทิ การประชาสัมพันธ์ซึ่งมีทั้งที่ผ่านทาง Website และหนังสือ วารสารของทางราชการ การให้การสนับสนุนด้านอุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต ด้านข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้องกับนโยบายของรัฐ การจัดงานแสดงสินค้า การจัดประกวดสินค้าที่มีทั้งทางราชการและเอกชนเป็นผู้จัด โดยผ่านทาง การส่งหนังสือราชการและการใช้โทรศัพท์แจ้งข้อมูลให้กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทราบ ซึ่งการให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ เหล่านี้ มีส่วนช่วยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและพัฒนาความรู้ของบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนด้านการเงินให้กับกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มซึ่งมีทั้งที่เป็นเงินให้เปล่าและเงินกู้ยืมที่ไม่มีดอกเบี้ยหรืออัตราดอกเบี้ยต่ำ การมีองค์กรที่สนับสนุนในการพัฒนาสินค้าจะมีส่วนช่วยให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมากขึ้น

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งได้รับการสนับสนุนในด้านต่างๆ ดังกล่าว จากหน่วยงานทั้งหน่วยงานราชการ สถาบันการศึกษา และหน่วยงานอื่นๆ ซึ่งเป็นการ

** จำนวนกลุ่มที่มีการแปรรูปดังกล่าวจะเป็นกลุ่มที่ได้รับการคัดสรรให้เป็นสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในปี 2547 เท่านั้นซึ่งไม่รวมจำนวนกลุ่มที่ทำการศึกษา

สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม โดยหน่วยงานบางส่วนที่ให้การสนับสนุน กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งสามารถสรุปได้ดังตาราง

ตารางที่ 5.6 การให้การสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ***

การสนับสนุนในด้าน	หน่วยงาน		
	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
อุปกรณ์ในการผลิต อาคารสถานที่	- กศน. อบต.	- อบต.	- อบต. เกษตรอำเภอสสนับสนุน
การอบรมเทคนิคการ ผลิต การออกแบบ และ ด้านอื่นๆ	- สถาบันราชภัฏสุรินทร์ - อุตสาหกรรมจังหวัด - สนง. พาณิชยจังหวัด	- สถาบันราชภัฏชัยภูมิ	- บ้านนาวิสัยสวัสดิ์ - ศูนย์วิจัยหม่อนไหม - ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 6 - นิคมสร้างตนเองพิมาย - วิทยาลัยเทคนิคปักธงชัย - ชมรมไหมไทยปักธงชัย
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์	- อบต. - อุตสาหกรรมจังหวัด	- อุตสาหกรรมจังหวัด - กรมส่งเสริมการเกษตร	- พัฒนาชุมชนจังหวัด - อุตสาหกรรมจังหวัด
ข้อมูลการตลาด และ ข้อมูลอื่นๆ	- พัฒนาชุมชนจังหวัด	- พัฒนาชุมชนจังหวัด - สนง. พาณิชยจังหวัด - อุตสาหกรรมจังหวัด	- พัฒนาชุมชนจังหวัด
สนับสนุนด้านเงินทุน	- อบจ. อบต. - พัฒนาชุมชนจังหวัด - สนง. พัฒนาสังคม สงเคราะห์จังหวัด - คณะกรรมการหมู่บ้าน โครงการ 1 ตำบล 1 ล้าน - โครงการกองทุนชิป - กรมส่งเสริมการเกษตร	- สหกรณ์ออมทรัพย์บ้านเขว้า - อบต. ธกส. - พัฒนาชุมชนจังหวัด - วิสาหกิจชุมชน - กรมส่งเสริมสหกรณ์ - มูลนิธิชินทาน - โครงการมियाชาวา	- อบต. - พัฒนาชุมชน - กลุ่มนาวิสัยสวัสดิ์โดย - พัฒนาชุมชนจังหวัด - ธกส. - นิคมสร้างตนเองพิมาย

ที่มา : จากการสำรวจระหว่างเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2549

*** ข้อมูลในตาราง เป็นการสรุปจากการสัมภาษณ์ประธานหรือผู้นำกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม ซึ่งอาจจะไม่ครบถ้วนในทุก
หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน และแต่ละกลุ่มจะได้รับการสนับสนุนจากบางหน่วยงานเท่านั้น

5.1.4 กลยุทธ์ โครงสร้าง และสภาพการแข่งขันขององค์กรธุรกิจ (Firm Strategy, Structure and Rivalry)

ปัจจัยที่จะเป็นตัวกำหนดถึงความได้เปรียบในการแข่งขันของอุตสาหกรรมอีกประการหนึ่งคือ รูปแบบขององค์กรธุรกิจที่ถูกสร้างขึ้น การบริหารจัดการ รวมถึงสภาพของการแข่งขันระหว่างองค์กรธุรกิจภายในประเทศ ในการวิเคราะห์จะเป็นการพิจารณาใน 5 ด้าน คือ จุดมุ่งหมาย โครงสร้างขององค์กร เทคนิคด้านการผลิต เทคนิคด้านการตลาด และการส่งเสริมการตลาด และสภาพการแข่งขัน ผลการศึกษาเป็นดังนี้

1. จุดมุ่งหมาย

กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมในแต่ละแห่งย่อมจะมีจุดมุ่งหมายเป็นของตัวเองที่ชัดเจน ทั้งนี้ อาจเนื่องมาจากสภาพแวดล้อม ปัจจัยทางด้านเศรษฐกิจและสังคมที่แตกต่างกัน ซึ่งการมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนในการดำเนินงานของแต่ละแห่งนั้นย่อมจะนำไปสู่การสร้างความสามารถในการแข่งขันได้

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์เป็นกลุ่มที่มีจุดมุ่งหมายชัดเจนในด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและศิลปวัฒนธรรม เนื่องจากได้รับอิทธิพลในด้านประเพณีและวัฒนธรรมจากประเทศกัมพูชา โดยศิลปหัตถกรรมที่เด่นชัดคือ การทอผ้าไหมและเครื่องประดับเงิน นอกจากนี้ลักษณะลวดลายผ้าไหมของสุรินทร์ยังมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวสูง เช่น ผ้าอัมปรม ผ้าไหมมัดหมี่ที่มีลวดลายเป็นรูปสัตว์ คน ปราสาท เป็นต้น ในขณะที่กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดชัยภูมิเป็นกลุ่มที่มีจุดมุ่งหมายในการช่วยให้ชาวบ้านในท้องถิ่นมีอาชีพเพื่อสร้างรายได้จากกิจกรรมที่เกี่ยวกับการผลิตผ้าไหม เช่น รับจ้างทอผ้า รับจ้างทอผ้าไหม สาวไหม ย้อมสีเส้นไหม เป็นต้น ซึ่งเป็นการสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในพื้นที่ได้ค่อนข้างมาก และกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดนครราชสีมาเป็นกลุ่มที่มีจุดมุ่งหมายที่เน้นการผลิตเพื่อการค้าเป็นส่วนใหญ่ โดยมีผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายจากการแปรรูป และมีตลาดทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ

การมีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนและเหมาะสมของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งดังกล่าว ทำให้มีแนวทางในการดำเนินงานที่ชัดเจนและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวของกลุ่ม ทำให้สามารถปฏิบัติตามแนวทางดังกล่าวได้เป็นอย่างดี ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่จะสร้างความสามารถในการแข่งขันของตัวเองได้

2. โครงสร้างขององค์กร

ลักษณะโครงสร้างองค์กรของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งมีความคล้ายคลึงกัน คือ เป็นโครงสร้างองค์กรอย่างง่าย โดยมีประธาน รองประธาน เลขานุการ เหรัญญิก และการตลาด เป็นหลัก การดำเนินงานมีทั้งที่เป็นแบบเป็นทางการคือ มีการบันทึกการประชุม มีการกำหนดกฎระเบียบที่เป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งมีข้อดีคือ มีแนวปฏิบัติการทำงานที่ชัดเจนและเป็นไปในแนวทางเดียวกัน แต่อาจทำให้สมาชิกไม่กล้าแสดงความคิดเห็นมากนัก และแบบไม่เป็นทางการคือ ไม่มีการบันทึกการประชุม ไม่มีการกำหนดกฎระเบียบที่เป็นลายลักษณ์อักษร มีข้อดีคือสมาชิกกล้าแสดงความคิดเห็นสูง แต่ไม่มีแนวปฏิบัติในการดำเนินงานที่ชัดเจนมากนัก ด้านการตัดสินใจมีสองลักษณะคือ ประธานจะเป็นผู้เสนอแล้วถามความคิดเห็นจากสมาชิก แต่ก็มีบางส่วนที่สมาชิกเป็นผู้เสนอความคิดเห็นก่อนซึ่งทำให้ได้ความเห็นที่หลากหลาย ตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง และการตัดสินใจโดยประธานผู้เดียว ซึ่งมีข้อดีคือ มีความรวดเร็วแต่อาจจะเกิดข้อผิดพลาดได้เนื่องจากการตัดสินใจเพียงคนเดียว การมีโครงสร้างองค์กรในรูปแบบต่างๆ ไม่ว่าจะ เป็นในลักษณะที่เป็นทางการหรือไม่เป็นทางการนั้น แต่หากมีความเหมาะสมกับรูปแบบของกลุ่มของตัวเองในด้านต่างๆ เช่น สมาชิก การทำงาน สภาพแวดล้อมทางสังคม เป็นต้น ก็ย่อมจะเป็นปัจจัยสนับสนุนให้กลุ่มมีความสามารถในการแข่งขันได้

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์มีโครงสร้างองค์กรอย่างง่าย แบบไม่เป็นทางการ เนื่องจากกลุ่มมีขนาดเล็กจำนวนสมาชิกต่อกกลุ่มไม่มากนัก มีความสัมพันธ์แบบครอบครัวทำให้สมาชิกส่วนใหญ่กล้าแสดงความคิดเห็น การตัดสินใจส่วนใหญ่เป็นการตัดสินใจร่วมกันและประธานมีความเป็นผู้นำสูง ในขณะที่จังหวัดชัยภูมิโครงสร้างองค์กรแบบเป็นทางการมากขึ้น ในการบริหารงานเนื่องจากการรวมกลุ่มในรูปสหกรณ์ค่อนข้างมาก แต่ความสัมพันธ์ยังคงเป็นแบบครัวเรือน สมาชิกมีการแสดงความคิดเห็นสูง การตัดสินใจส่วนใหญ่เป็นการตัดสินใจร่วมกันและประธานมีความเป็นผู้นำสูง และจังหวัดนครราชสีมามีโครงสร้างองค์กรแบบเป็นทางการมากกว่าทั้งสองแห่ง เนื่องจากกลุ่มมีขนาดใหญ่จำนวนสมาชิกต่อกกลุ่มสูง ทำให้สมาชิกไม่กล้าแสดงความคิดเห็นมากนัก การตัดสินใจมีทั้งที่ประธานเป็นผู้ตัดสินใจเพียงคนเดียว และการตัดสินใจร่วมกัน แต่ก็มีข้อดีคือ สามารถตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว ซึ่งจากการสัมภาษณ์ประธานหรือผู้นำกลุ่มพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมมากกว่าร้อยละ 80 พอใจกับการมีโครงสร้างองค์กรในรูปแบบของตนเอง เนื่องจากเห็นว่ามีเหมาะสมกับลักษณะการทำงานและสมาชิกของกลุ่ม

3. เทคนิคด้านการผลิต

ลักษณะการผลิตผ้าไหมของจังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมามีความแตกต่างกันในรูปแบบการผลิต ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแต่ละพื้นที่โดยขึ้นอยู่กับลักษณะของผลิตภัณฑ์และสภาพแวดล้อม ซึ่งการผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งสรุปได้สองลักษณะคือ การผลิตแบบดั้งเดิมโดยใช้กี่พื้นบ้านในการทอ ใช้สีธรรมชาติในการย้อมสีเส้นไหม อนุรักษ์ลวดลายแบบดั้งเดิม ไม่มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการผลิตแบบทันสมัยมีการใช้เทคโนโลยีในการผลิต ใช้กี่กระตุกในการทอผ้า ใช้สีเคมีในการย้อมสีเส้นไหม มีการประยุกต์ลวดลายและสีเส้นให้เข้ากับสมัยนิยม การผลิตลักษณะนี้จะทำให้ผ้าที่ได้มีความสม่ำเสมอได้มาตรฐานทุกผืน การอนุรักษ์การผลิตแบบดั้งเดิมไว้ถือเป็นสิ่งที่ดี แต่หากมีประยุกต์ลวดลาย สีเส้น และนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตอย่างเหมาะสม ย่อมจะเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความสามารถในการแข่งขันให้มากขึ้นได้

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ส่วนใหญ่เป็นการผลิตแบบดั้งเดิม แต่มีลวดลายที่มีความเป็นเอกลักษณ์สูง ในขณะที่จังหวัดชัยภูมิมีการผลิตทั้งสองลักษณะ โดยมีการย้อมสีเส้นไหมทั้งที่เป็นสีธรรมชาติและสีเคมีที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาด มีนวัตกรรมด้านการย้อมสีเส้นไหมซึ่งทำให้ลดระยะเวลาในการย้อมได้สั้นลงโดยใช้เวลาประมาณ 30 – 45 นาทีเท่านั้น ซึ่งจากเดิมต้องใช้เวลาประมาณ 60 – 90 นาที ต่อการย้อมในแต่ละครั้ง ทำให้สีมีความเรียบสม่ำเสมอมากขึ้น และจังหวัดนครราชสีมามีการผลิตแบบทันสมัยมีการใช้เทคโนโลยีในการผลิต ทำให้ผ้ามีความสม่ำเสมอและได้มาตรฐาน มีการประยุกต์ลวดลาย สีเส้น และผลิตได้รวดเร็ว จากข้อมูลดังกล่าวสรุปได้ว่า ทั้งสามแห่งมีความได้เปรียบจากการมีรูปแบบการผลิตที่เป็นเอกลักษณ์และเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของตัวเอง แต่จังหวัดชัยภูมิจะมีความได้เปรียบจากการย้อมสีในลักษณะดังกล่าวเพิ่มขึ้นอีกประการหนึ่ง และจังหวัดนครราชสีมาจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันจากการผลิตแบบทันสมัยเพิ่มขึ้นอีกประการหนึ่งเช่นกัน

4. เทคนิคด้านการตลาด และการส่งเสริมการตลาด

การตลาดของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งมีลักษณะคล้ายคลึงกัน คือไม่มีกลยุทธ์การตลาดที่ชัดเจนเหมือนกับองค์กรธุรกิจทั่วไป แต่มีตราสินค้าเป็นของตัวเองและมีบรรจุภัณฑ์ซึ่งเป็นสิ่งที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น มีการส่งเสริมการตลาดคือ การประชาสัมพันธ์ผ่านทางหนังสือของทางราชการ วิทยุชุมชน อินเทอร์เน็ตที่ทางหน่วยงานราชการเป็นผู้จัดทำให้ ในบางกลุ่มมีการทำแผ่นพับแนะนำผลิตภัณฑ์ของตัวเอง ทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น และที่สำคัญกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมส่วนใหญ่จะเข้าร่วมประกวดผลิตภัณฑ์ตามงานต่างๆ ที่

ทางราชการหรือเอกชนเป็นผู้จัด เนื่องจากเห็นว่าสามารถเป็นช่องทางในการสร้างชื่อเสียงให้กับกลุ่มของตัวเอง เช่น งานประกวดผ้าไหม หรือ ซิลค์ เฟสติวัล ที่จัดขึ้น ณ พระตำหนักภูพานราชนิเวศน์ จ.สกลนคร นอกจากนี้สมาชิกภายในกลุ่มยังมีส่วนสำคัญในการช่วยประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้อีกทางหนึ่ง

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์มีการเน้นตลาดบนเนื่องจากผลิตภัณฑ์มีราคาต่อหน่วยสูง ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ร้อยละ 30 ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมมีตราสินค้าเป็นของตัวเอง และร้อยละ 58 มีบรรจุกุณท์ ในขณะที่กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดชัยภูมิมีการเน้นตลาดกลางและล่าง ราคาผลิตภัณฑ์ต่อหน่วยอยู่ในระดับกลางและต่ำ ทำให้ผู้บริโภคที่มีรายได้ในระดับปานกลางและต่ำสามารถซื้อได้ ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ร้อยละ 70 มีตราสินค้าเป็นของตัวเอง และร้อยละ 70 มีบรรจุกุณท์ และกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดนครราชสีมามีตลาดที่หลายระดับและมีตลาดต่างประเทศ ด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ร้อยละ 80 มีตราสินค้าเป็นของตัวเอง และร้อยละ 80 มีบรรจุกุณท์ ด้านการประชาสัมพันธ์สินค้าทั้งสามแห่งมีลักษณะคล้ายกันดังกล่าวแล้วข้างต้น

จากข้อมูลด้านการตลาด และการส่งเสริมการตลาด พบว่าทั้งสามแห่งยังไม่มีกลยุทธ์ที่ชัดเจนในด้านการตลาดมากนักทั้งนี้เนื่องจากกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมยังไม่มีความรู้ด้านการตลาดมากนัก ส่วนใหญ่ที่พบจะเป็นเพียงการมีตราสินค้าและการมีบรรจุกุณท์ที่เป็นการส่งเสริมให้สินค้ามีความน่าสนใจมากขึ้นเท่านั้น

ตารางที่ 5.7 สัดส่วนการมีตราสินค้าและบรรจุกุณท์

รายการ	ร้อยละ		
	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
การมีตราสินค้า	30	70	80
การมีบรรจุกุณท์	58	70	80

ที่มา : จากการสำรวจ

5. สภาพการแข่งขัน

สภาพการแข่งขันของจังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมามีการแข่งขันค่อนข้างสูง ทั้งนี้เนื่องจากในจังหวัดชัยภูมิโดยเฉพาะในอำเภอบ้านเขว้าซึ่งเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าขนาดใหญ่ทำให้มีการขายตัดราคาตัวเอง ส่วนจังหวัดนครราชสีมาจะมีผู้ผลิตจำนวนมากมีการแข่งขันสูงเช่นกัน

แต่อย่างไรก็ตามการมีการแข่งขันในพื้นที่นั้นอาจก่อให้เกิดผลดีโดยทำให้ทุกกลุ่มพยายามสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ที่จะผลักดันให้มีความได้เปรียบมากกว่ากลุ่มอื่นมากขึ้น แต่ในส่วนของจังหวัดสุรินทร์นั้นไม่ค่อยมีการแข่งขันกันเองภายในพื้นที่เนื่องจากเน้นการผลิตในรูปแบบดั้งเดิมของตัวเองเป็นหลัก โดยส่วนใหญ่จะเป็นการแข่งขันจากต่างพื้นที่ซึ่งผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตจังหวัดอื่นราคาถูกกว่า

5.1.5 โอกาสและสภาวะที่เปลี่ยนแปลงไป (Chance)

ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในปัจจุบัน โดยเฉพาะเทคโนโลยีด้านการสื่อสารทำให้สามารถเชื่อมต่อกันด้วยเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ข้อมูลข่าวสารจึงสามารถส่งผ่านถึงกันได้ภายในเวลาอันรวดเร็วส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลด้านการตลาดได้สะดวกและมีต้นทุนต่ำ แต่ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับว่าผู้ประกอบการจะสามารถประยุกต์ใช้ความสามารถของเทคโนโลยีได้มากน้อยเพียง ในทำนองเดียวกันผู้บริโภคก็สามารถเข้าถึงข้อมูลของผลิตภัณฑ์ในแต่ละแห่งได้สะดวกและรวดเร็วมากขึ้นเช่นกัน จึงเป็นโอกาสให้ผู้ผลิตและผู้ประกอบการสามารถพบกับได้มากขึ้น ทั้งนี้กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งมีการประยุกต์ใช้อินเทอร์เน็ตในระดับที่ค่อนข้างน้อยเนื่องจากไม่มีความรู้พื้นฐานทางด้านการใช้คอมพิวเตอร์และอินเทอร์เน็ตมากนัก

ปัจจุบันประเทศต่างๆ ในโลกมีการรวมตัวกันเป็นเขตการค้าเสรีในรูปแบบต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อเป็นการลดอุปสรรคการค้าทางด้านภาษีของประเทศในกลุ่มสมาชิกให้น้อยลง แต่กลับมีอุปสรรคหรือการกีดกันทางการค้าที่มีใ้ภาษีเพิ่มมากขึ้น เช่น มาตรการด้านมาตรฐานแรงงาน มาตรฐานความปลอดภัยในการทำงาน มาตรฐานสิ่งแวดล้อม สิ่งเหล่านี้จึงเป็นผลกระทบต่อกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมที่มีการส่งสินค้าไปยังต่างประเทศ แต่การศึกษาในครั้งนี้พบกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมที่มีการส่งสินค้าบางส่วนไปขายต่างประเทศในจังหวัดนครราชสีมา ซึ่งยังไม่ได้รับผลกระทบในส่วนนี้

อุปสรรคที่สำคัญประการหนึ่งของการผลิตผ้าไหมในปัจจุบันที่เห็นได้อย่างชัดเจนในขณะนี้คือ ภาวะราคาน้ำมันที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่องซึ่งส่งผลให้ต้นทุนค่าขนส่งเพิ่มมากขึ้น และส่งผลให้ผู้ผลิตวัตถุดิบขึ้นราคาวัตถุดิบตามไปด้วย ทำให้ต้นทุนในการผลิตผ้าไหมเพิ่มขึ้นมากในขณะที่ราคาสินค้าไม่สามารถปรับให้เพิ่มขึ้นได้มากนัก

สภาวะการณ์ทางการเมืองที่ไม่มีเสถียรภาพในปัจจุบันถือเป็นอุปสรรคในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันเช่นกัน การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง การชุมนุมต่างๆ ที่เกิดขึ้นล้วน

แล้วแต่ส่งผลให้ประชาชนไม่มีความมั่นใจในรัฐบาล ส่งผลในด้านลบต่อกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่ง

5.1.6 บทบาทของรัฐบาล (Role of Government)

นโยบายรัฐบาลมีส่วนสำคัญในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งของอุตสาหกรรม ในการดำเนินกิจกรรมการผลิตผ้าไหมภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์เช่นเดียวกัน นโยบายที่เกี่ยวข้องก็ย่อมส่งผลโดยตรงต่อกลุ่มกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม ผลการศึกษาเป็นดังนี้

การดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระยะ 2 ปีแรก คือ พ.ศ. 2544 – 2545 มีการดำเนินกิจกรรมหลัก 2 กิจกรรมคือ การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ และขึ้นบัญชีหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งกิจกรรมนี้ส่งผลให้กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมมีความตื่นตัวในการส่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเข้าร่วมกิจกรรมเป็นอย่างมาก ต่อมาในปี พ.ศ. 2546 โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้มีนโยบายมุ่งเน้นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เข้าสู่ระบบสากลทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยการคัดสรรสินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของจังหวัด ภาค และประเทศ เพื่อผลักดันให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนมีโอกาสในการพัฒนาคุณภาพมาตรฐานเพื่อการส่งออกได้ และมีการเชื่อมโยงมาตรฐานสินค้าสู่สากล

จากนโยบายการคัดสรรสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น มีการคัดสรรโดยการกำหนดระดับสินค้าออกเป็น 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 – 5 ดาว ซึ่งการคัดสรรนั้นจะพิจารณาจากความต้องการของตลาดเป็นหลัก นอกจากนั้นได้มีการจัดระบบและแนวคิดการพัฒนาโครงการใหม่ โดยให้มีการทำงานร่วมกันของ 4 กระทรวงหลัก คือ กระทรวงมหาดไทย กระทรวงพาณิชย์ กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ และกระทรวงอุตสาหกรรม โดยกำหนดยุทธศาสตร์การดำเนินโครงการ 4 ด้าน คือ 1) การเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2) การสนับสนุนและส่งเสริมด้านการตลาดเพื่อเพิ่มโอกาสและช่องทางในการเข้าถึงผู้บริโภคและกลุ่มเป้าหมายอย่างเป็นระบบ 3) การสนับสนุนการพัฒนาเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนให้เชื่อมต่อการเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนอย่างเป็นระบบและยั่งยืน และ 4) การเสริมสร้างศักยภาพและยกระดับกระบวนการผลิตมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลของการดำเนินนโยบายดังกล่าวของรัฐบาลพบว่า 1) ในปี 2546 มีสินค้าที่เข้ากระบวนการคัดสรร 16,808 รายการ โดยฐานข้อมูลสินค้าจะถูกบันทึกไว้ในเว็บไซต์ไทยตำบลดอทคอม (www.thaitambon.com) เพื่อการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์และเพิ่มช่องทางการตลาด 2) ด้านการพัฒนาคุณภาพ และจัดมาตรฐานผลิตภัณฑ์โดยสำนักงานมาตรฐาน

ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) มีการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและดำเนินการรับรองและตรวจติดตามผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สินค้าชุมชนมีคุณภาพเป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค ส่งเสริมการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สร้างศักยภาพในการแข่งขันของธุรกิจชุมชน โดยในปี 2546 ได้มีการดำเนินการรับรองและตรวจติดตามผลิตภัณฑ์ไปแล้วทั้งสิ้น 760 ราย 3) กรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ดำเนินการส่งเสริมคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาและภูมิปัญญาไทย โดยการจัดอบรมสัมมนาพร้อมให้บริการจดทะเบียนเคลื่อนที่ ส่งผลให้มีผู้ยื่นคำขอแจ้งข้อมูลจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาจำนวน 153 ราย ขอรับหนังสือรับรองจดแจ้งข้อมูลทรัพย์สินทางปัญญาจำนวน 176 ราย รับแจ้งข้อมูลลับทางการค้า 129 เรื่อง และผู้ขอรับทุนสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญาจำนวน 30 ราย 4) สนับสนุนแหล่งทุนให้กับผู้ผลิตในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยการจัดตั้งศูนย์ประสานงานแหล่งทุนวิสาหกิจชุมชนเป็นศูนย์กลางข้อมูลแหล่งเงินทุน โดยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการผลิตไว้แล้ว 225 ราย จากนั้นทางศูนย์ประสานงานให้ข้อมูลด้านแหล่งเงินทุนวิสาหกิจชุมชนขณะนี้อยู่ในขั้นการดำเนินงาน 5) การขยายตลาดภายในประเทศ ได้แก่ การจัดงานแสดงสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ภาค การจัดงานเมืองแห่งภูมิปัญญาไทย (OTOP CITY) ณ ศูนย์แสดงสินค้าอิมแพ็ค เมืองทองธานี ซึ่งมียอดการจำหน่ายสินค้า 835 ล้านบาท โดยประเภทสินค้าที่มียอดจำหน่ายสูงสุด คือ ประเภทศิลปะประดิษฐ์ ของที่ระลึก เครื่องใช้และเครื่องประดับตกแต่งมี ยอดการจำหน่าย 336 ล้านบาท ผ้าและเครื่องแต่งกายมียอดจำหน่าย 285 ล้านบาท และมียอดผู้เข้าชมงาน 1.4 ล้านคน เป็นต้น 6) การขยายตลาดต่างประเทศ โดยกระทรวงพาณิชย์ได้ดำเนินการจัดงานแสดงสินค้านานาชาติภายในประเทศเกี่ยวกับอาหารสำเร็จรูป เสื้อผ้า/สิ่งทอ เครื่องหนัง เครื่องประดับและอัญมณี ฯลฯ ตลอดจนนำกลุ่มผู้ผลิตและผู้ประกอบการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าในต่างประเทศ มีการเชิญคณะผู้แทนการค้าจากต่างประเทศมาร่วมงานแสดงสินค้า เครื่องหนังและงานแฟชั่นในประเทศไทย มีการเจรจาและพัฒนาธุรกิจระหว่างผู้ผลิตและผู้ซื้อจากต่างประเทศ และ Buying Agents ในประเทศไทย ผลการดำเนินงานคือ สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล โอซากา และเบอร์ลิน ได้นำผู้แทนห้างสรรพสินค้าต่างมาเจรจการค้า ซึ่งประกอบด้วย LG Home Shopping Carrefour (Korea) ตัวแทนผู้นำเข้าจากเกาหลี Gemerce Co.,Ltd และ Hanbi Corp. จากประเทศเกาหลี Mitsukoshi จากประเทศญี่ปุ่น บริษัท Metro จากเบอร์ลิน ซึ่งห้างสรรพสินค้าเหล่านี้มีความเห็นว่าจะต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบ/คุณภาพสินค้าให้เหมาะสมกับตลาด รวมทั้งเพิ่มขีดความสามารถในด้านการตลาด และพบว่ามียอดการสั่งซื้อจากประเทศเกาหลีไม่ต่ำกว่า 2,000 ล้านบาท จากเยอรมนีและยุโรปประมาณ 50 ล้านบาท เป็นต้น นอกจากนี้มีการส่งเสริมและพัฒนาตลาดสู่ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ในระดับจังหวัด รวมทั้งพัฒนาและเพิ่มพูนความรู้โดยการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการให้แก่กลุ่มผู้ผลิต ตลอดจน

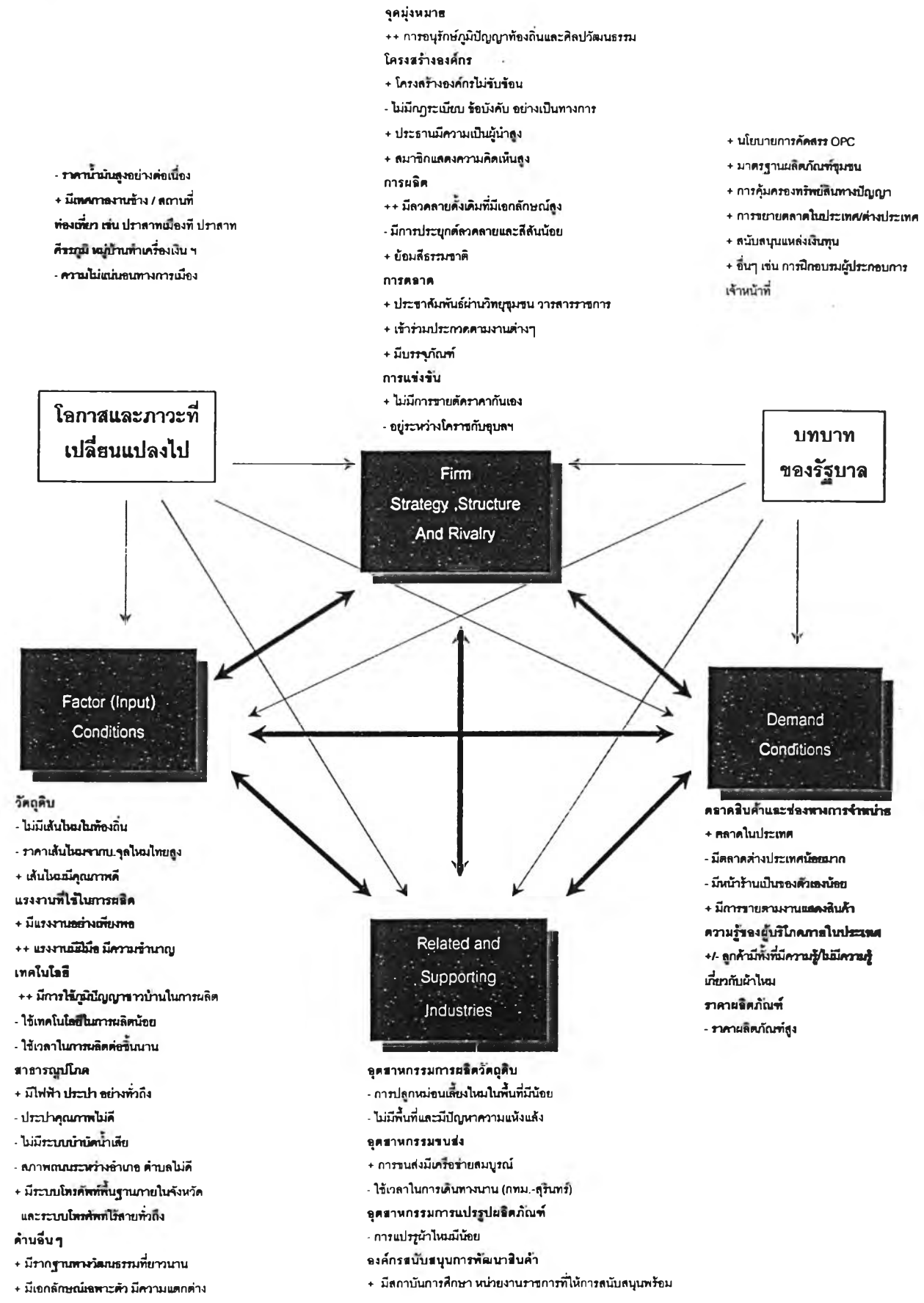
มีการส่งเสริมให้มีการใช้สิทธิ GSP ในการส่งออกสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มากที่สุด เนื่องจากสินค้าสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในกลุ่มสินค้าที่สามารถใช้สิทธิพิเศษทางภาษีศุลกากร

5.1.7 สรุปการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันโดยใช้ Diamond Model

จากการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมาโดยใช้ Diamond Model ดังรายละเอียดข้างต้น สามารถสรุปได้ว่าจังหวัดนครราชสีมา มีความสามารถในการแข่งขันมากที่สุด เนื่องจากมีข้อได้เปรียบที่สำคัญคือ มีการใช้เทคโนโลยีในการผลิตที่ทันสมัย ระบบคมนาคมขนส่งที่มีเครือข่ายสมบูรณ์ มีอุตสาหกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์จำนวนมาก มีหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนในการพัฒนาสินค้า มีตลาดต่างประเทศที่เป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าที่สำคัญ มีจุดมุ่งหมายการผลิตเพื่อการค้า เป็นการผลิตขนาดใหญ่ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และที่สำคัญมีการพัฒนาอย่างยาวนาน ในขณะที่จังหวัดชัยภูมิและจังหวัดสุรินทร์มีความสามารถในการแข่งขันรองลงมาตามลำดับ

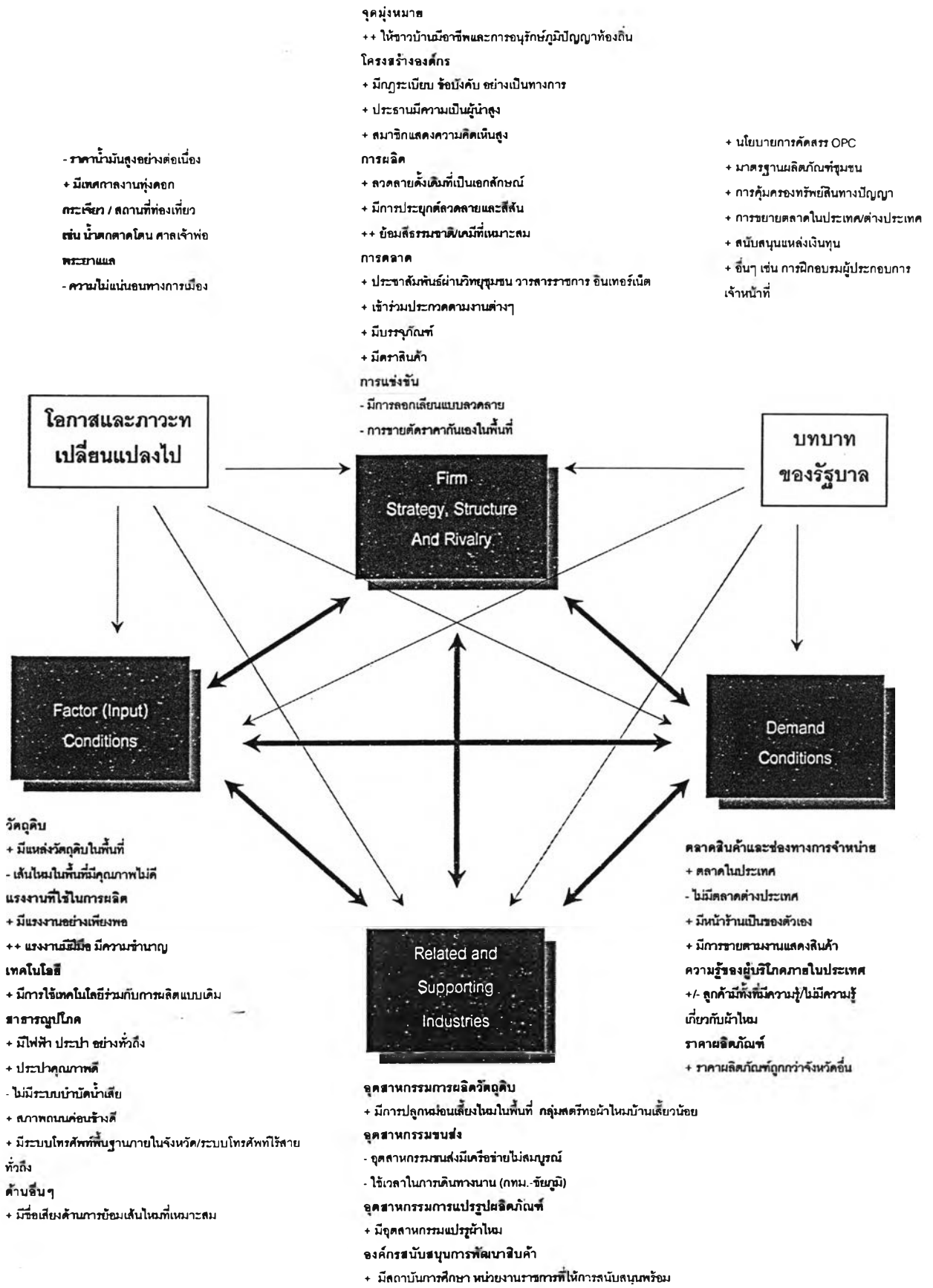
จากรายละเอียดของการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่ง สามารถนำมารวบรวมเฉพาะประเด็นสำคัญในแต่ละด้านทั้งสองประกอบ โดยแสดงเป็นกรอบการวิเคราะห์ทั้ง 4 องค์ประกอบในการสร้างความสามารถในการแข่งขันดังแผนภูมิ

ภาพที่ 5.1 แผนภาพ Diamond Model กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์



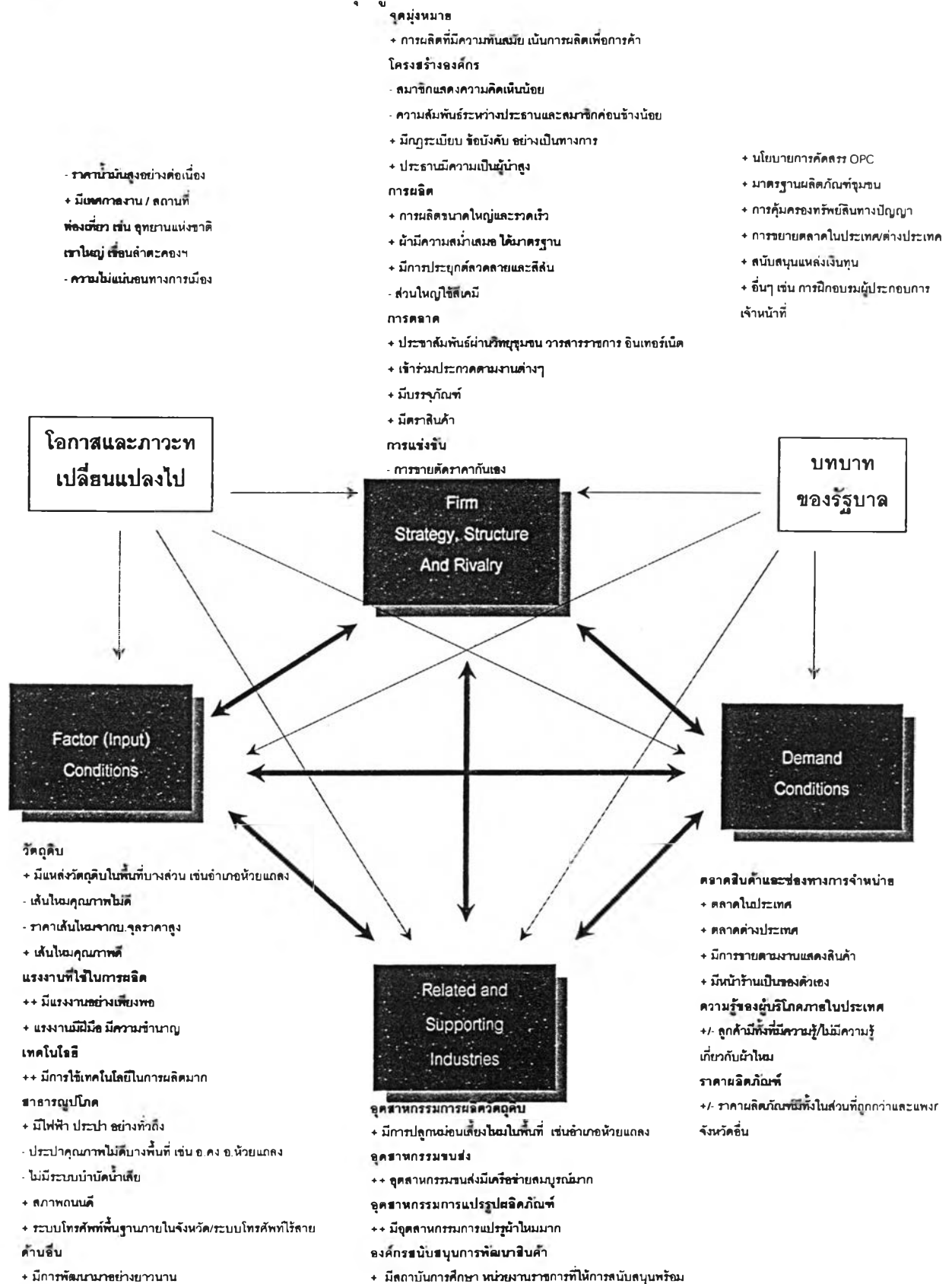
ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจและสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2549

ภาพที่ 5.2 แผนภาพ Diamond Model กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดชัยภูมิ



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจและสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2549

ภาพที่ 5.3 แผนภาพ Diamond Model กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดนครราชสีมา



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจและสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2549

5.1.8 ห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมา

จากข้อมูลเรื่องวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การขนส่งสินค้า ตลาดและช่องทางการจำหน่าย สามารถนำมาสร้างห่วงโซ่คุณค่าของการผลิตผ้าไหมของทั้งสามแห่ง ซึ่งห่วงโซ่คุณค่านี้จะช่วยให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างอุตสาหกรรมต้นน้ำและอุตสาหกรรมปลายน้ำของการผลิตผ้าไหม รวมทั้งอุตสาหกรรมอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง และมีบทบาทในการผลิตผ้าไหมได้เป็นอย่างดี ผลการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งมีผู้ที่เกี่ยวข้องและความสัมพันธ์ของผู้ที่เกี่ยวข้องในการผลิตผ้าไหมสรุปได้ดังนี้

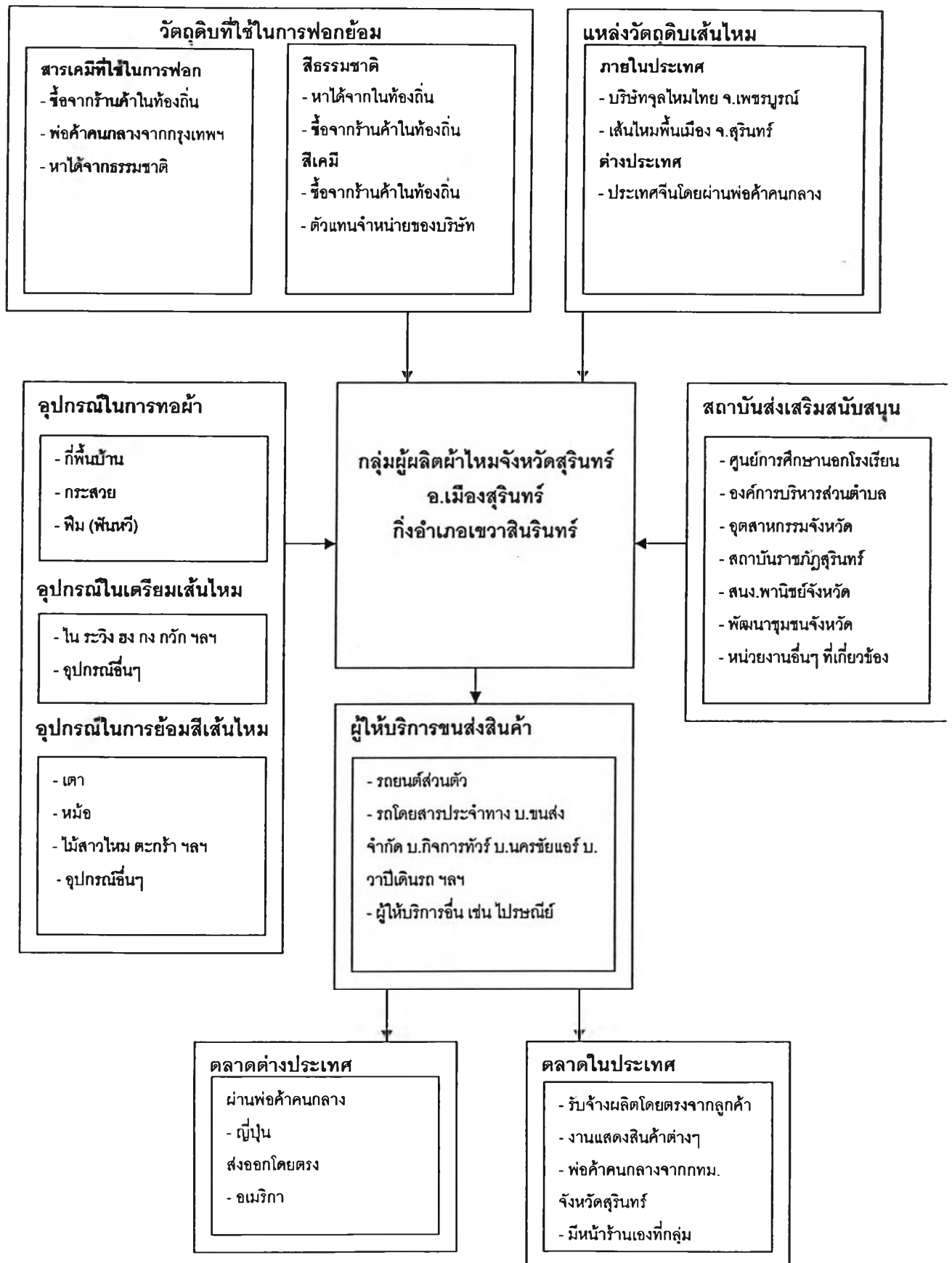
การผลิตและการจำหน่ายผ้าไหมจะเริ่มจากผู้ประกอบการซึ่งก็คือกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมของแต่ละจังหวัดซึ่งซื้อวัตถุดิบจำพวก เส้นไหม วัสดุจากธรรมชาติที่จะใช้ย้อมสี เช่น ครั่ง เปลือกไม้ สี และสารเคมีที่จะใช้ในกระบวนการฟอก ย้อมสีเส้นไหม ซึ่งจังหวัดสุรินทร์มีการซื้อเส้นไหมจากบริษัทจุลไหมไทย การย้อมสีส่วนใหญ่ใช้สีธรรมชาติ จังหวัดชัยภูมิซื้อเส้นไหมจากในพื้นที่ จากบริษัทจุลไหมไทย และจากต่างประเทศ การย้อมสีส่วนใหญ่ใช้ทั้งธรรมชาติและสีเคมี จังหวัดนครราชสีมาซื้อเส้นไหมจากบริษัทจุลไหมไทย จากในพื้นที่และจากต่างประเทศ การย้อมสีส่วนใหญ่ใช้สีเคมี

กระบวนการต่อมาหลังจากได้วัตถุดิบเป็นที่เรียบร้อยแล้วก็คือการเตรียมเส้นไหมสำหรับการทอ ซึ่งจะเริ่มจากการฟอกกวาสเส้นไหมและการย้อมสีเส้นไหม หลังจากนั้นจะเป็นขั้นตอนของการกรอเส้นไหม และเข้าสู่กระบวนการทอ ซึ่งในขั้นตอนการย้อมสี การกรอ และการทอส่วนใหญ่สมาชิกกลุ่มจะเป็นผู้ทำเองแต่ก็มีบางส่วนที่มีการจ้างแรงงานมาทำ ในกรณีที่เป็นผ้าไหมมัดหมี่จะมีการจ้างแรงงานในส่วนของกรรมวิธีการมัดลาย การฟอกและย้อมสีเส้นไหม การแกะเชือก เนื่องจากเป็นงานเล็กน้อยแต่ต้องทำซ้ำๆหลายครั้ง การใช้ก็ในการทอของแต่ละแห่งมีความแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของผ้าไหมในแต่ละพื้นที่ดังได้กล่าวแล้วในหัวข้อข้างต้น

ผ้าไหมที่ทอเสร็จเป็นที่เรียบร้อยแล้วจะมีการจำหน่ายทั้งในลักษณะที่เป็นผ้าผืนขายเป็นชิ้นๆ ไป และบางส่วนที่มีการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์หลายชนิด เช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูป ผ้าม่าน ปลอกหมอน ที่รองจาน-แก้ว เป็นต้น ซึ่งตลาดหลักจะเป็นงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่ทางราชการเป็นผู้จัดให้ และการรับจ้างผลิตตามคำสั่งลูกค้า และในการขนส่งผลิตภัณฑ์ให้กับลูกค้านั้นสามารถทำได้หลายวิธี เช่น การขนส่งโดยรถยนต์ส่วนตัว การใช้บริการของรถตู้ รถโดยสารประจำทางของบริษัทขนส่ง และลูกค้ามารับเองโดยตรง เป็นต้น

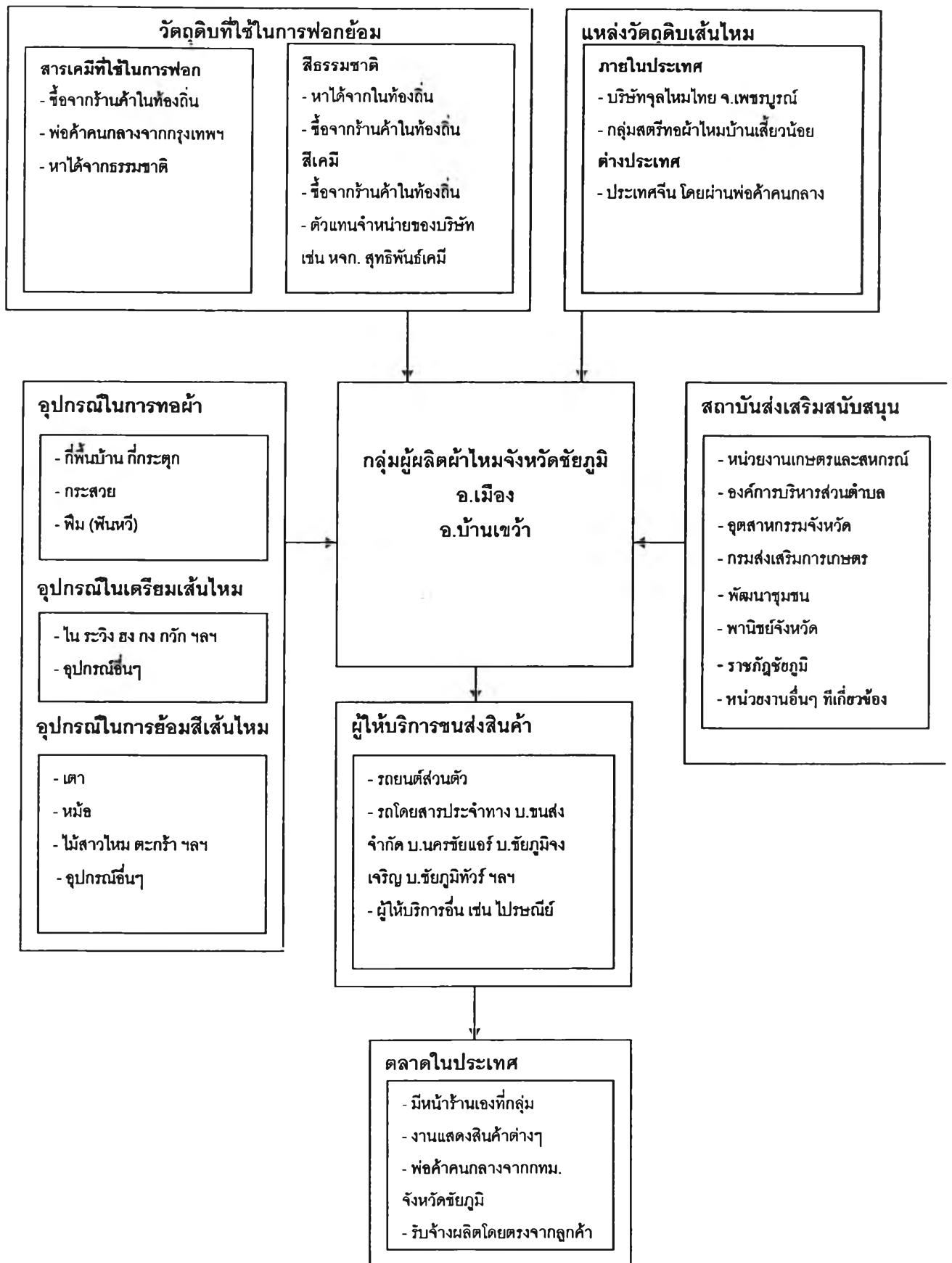
ในแต่ละขั้นตอนของการผลิตและการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมต่างมีสถาบันและหน่วยงานต่างๆ ที่ให้ความช่วยเหลือ สนับสนุนในด้านต่างๆ หลายแห่งทั้งภาครัฐและเอกชน ซึ่งมีระดับความสัมพันธ์ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมกับสถาบันต่างๆ ค่อนข้างมาก ทั้งนี้เพราะเห็นประโยชน์จากการช่วยเหลือ สนับสนุนของสถาบันดังกล่าว ซึ่งสามารถสรุปผู้ที่เกี่ยวข้องและความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมและผู้ที่เกี่ยวข้องอื่นๆ ได้ดังนี้

ภาพที่ 5.4 ห่วงโซ่คุณค่าของการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์



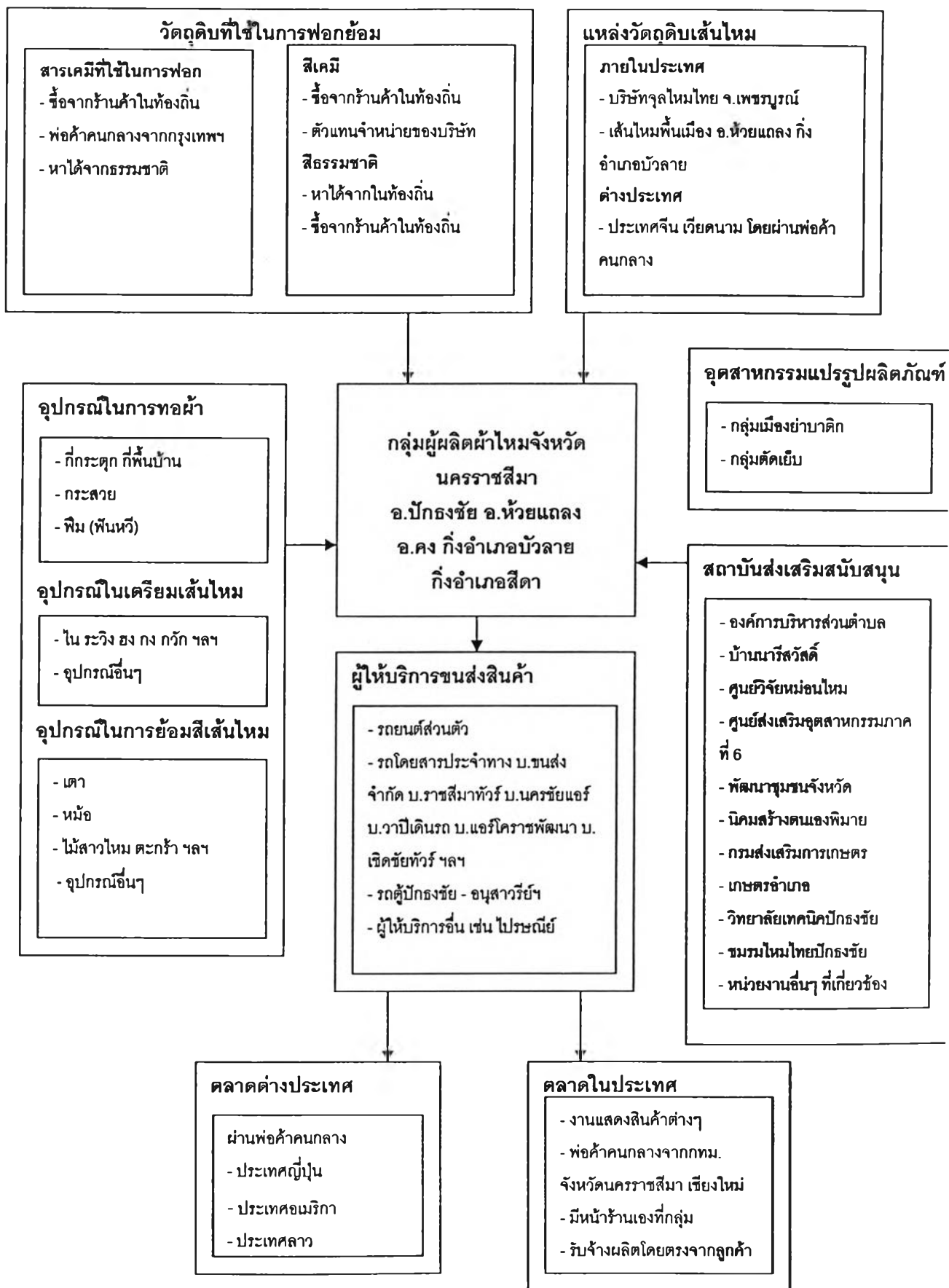
ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจและสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2549

ภาพที่ 5.5 ห่วงโซ่คุณค่าของการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดชัยภูมิ



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจและสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2549

ภาพที่ 5.6 ห่วงโซ่คุณค่าของการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดนครราชสีมา



ที่มา : ข้อมูลจากการสำรวจและสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2549

5.2 การประเมินผลตามแบบจำลอง CIPP

ในส่วนนี้จะเป็นการวิเคราะห์การดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมโดยใช้แบบจำลอง CIPP ซึ่งเป็นการประเมินใน 4 ด้าน คือ บริบท (Context) ปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และ ผลผลิต (Product) ผลการศึกษาเป็นดังนี้

5.2.1 การประเมินบริบท (Context)

การวิเคราะห์บริบทของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมโดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์หลัก 5 ประการ ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ คือ 1) สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน 2) สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเองทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น 3) ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น และ 4) ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 5) ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น เพื่อให้ทราบว่า ยุทธศาสตร์ OTOP ของแต่ละแห่งมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการอย่างไร ผลการศึกษาคือ ดังนี้

จากการวิเคราะห์ยุทธศาสตร์ OTOP ของทั้งสามแห่งให้ผลที่มีความสอดคล้องกัน คือ มีการดำเนินโครงการที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์หลักของโครงการ กล่าวคือ 1) การสนับสนุนด้านการตลาดโดยเพิ่มช่องทางการจำหน่ายด้วยการจัดงานแสดงสินค้าและการจัดงานท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งการสนับสนุนในด้านนี้จะทำให้กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมสามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้เพิ่มขึ้น มีรายได้เกิดขึ้นแก่สมาชิก ส่งผลให้มีการผลิตผ้าไหมซึ่งก่อให้เกิดการสร้างงานให้กับสมาชิก 2) การสร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนด้วยการสนับสนุนการจัดตั้งและพัฒนาเครือข่ายผู้ผลิตผ้าไหมและจำหน่ายผ้าไหม ทั้งในระดับอำเภอ ซึ่งก่อให้เกิดความร่วมมือ ประสานงานระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เกิดความเชื่อมโยงระหว่างกัน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชน 3) ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนด้วยการจัดประกวดภูมิปัญญาผ้าไหม ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนให้กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมสร้างสรรค์ลวดลายผ้าที่จะเข้าร่วมประกวดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ และ 4) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้วยโครงการฝึกอบรมและพัฒนาสินค้า ทั้งในด้านการผลิต การออกแบบ การตลาด ซึ่งการดำเนินโครงการต่างๆ ของทั้งสามแห่ง สามารถสรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 5.8 การดำเนินโครงการตามยุทธศาสตร์จังหวัด

ประเด็น	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
1. สร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน	- งานมหกรรมไหมสุรินทร์ - โครงการส่งเสริมและพัฒนาการค้า การลงทุน และการท่องเที่ยวกับประเทศเพื่อนบ้าน	- งานเจ้าพ่อพญาแลและงานกาชาดจังหวัด - งานเทศกาลของขวัญปีใหม่ - งานเทศกาลท่องเที่ยวดอกกระเจียวบาน - มหกรรมสินค้า OTOP	- โครงการ OTOP Korat Grand Sale - โครงการประชาสัมพันธ์ใหม่ (Road Show) - โครงการสนับสนุนตลาดผลิตภัณฑ์ภูมิภาคจ. นครราชสีมา
2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน	- โครงการพัฒนาเพื่อสร้างเครือข่ายเพื่อการผลิตและการตลาด	- โครงการพัฒนาเพื่อสร้างเครือข่ายเพื่อการผลิตและการตลาด - โครงการหมู่บ้านต้นแบบ OTOP - โครงการส่งเสริมกระบวนการประชาคมและวิสาหกิจชุมชน	- โครงการพัฒนาและสร้างเครือข่ายเพื่อการผลิตและการตลาด
3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น และความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์	- โครงการประกวดภูมิปัญญาผ้าไหมสุรินทร์	- การประกวดผ้าไหมระดับจังหวัด	- การประกวดผ้าไหมระดับจังหวัด
4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และพัฒนาสินค้า	- โครงการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าไหมสู่ภูมิปัญญาสากล - โครงการวิจัยตลาดผ้าไหมในประเทศและต่างประเทศ - โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ - การชี้แจงแนวทางการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์	- ส่งเสริมและพัฒนาระบบมาตรฐานการแปรรูปผลิตภัณฑ์ - โครงการจัดทำบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP - โครงการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์	- โครงการอบรมพอกย้อมใหม่ - โครงการยกระดับคุณภาพมาตรฐานใหม่ไทยเพื่อก้าวสู่เมืองแฟชั่น - โครงการพัฒนารูปแบบและผลิตภัณฑ์ผ้าไหม - โครงการส่งเสริมออกแบบบรรจุภัณฑ์ - โครงการพัฒนาคุณภาพผ้าไหมและสิ่งทอ - โครงการส่งเสริมภาษาอังกฤษสำหรับผู้ประกอบการ

ที่มา : รายงานผลความก้าวหน้าของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี พ.ศ. 2545 – 2548

นอกจากนี้ การวิเคราะห์ความสอดคล้องของการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมกับวัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมส่วนใหญ่มีการดำเนินงานที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในด้านต่างๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านการสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน

การวิเคราะห์ในด้านการสร้างงาน สร้างรายได้แก่ชุมชน พิจารณาได้จากลักษณะของการประกอบอาชีพหรือการใช้เวลาในการทำงานด้านการทอผ้าของสมาชิก ผลการศึกษาพบว่าลักษณะอาชีพของสมาชิกของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะ คือ 1) สมาชิกที่มีอาชีพหลักคือ การทำเกษตรกรรม เช่น การทำนา ทำไร่ หรือกิจกรรมอื่นๆ และมีอาชีพทอผ้าเป็นอาชีพเสริม และ 2) สมาชิกที่มีอาชีพหลักคือ การทอผ้า โดยอาจจะเกิดจากการเปลี่ยนอาชีพจากการทำเกษตรกรรมหรืออาชีพอื่นๆ มาเป็นการทอผ้าหรือ สมาชิกที่ว่างงานมาก่อนแต่มายึดอาชีพทอผ้าเป็นอาชีพหลัก ซึ่งทุกกลุ่มสามารถสร้างงาน สร้างรายได้ให้เกิดขึ้นแก่สมาชิกแต่มีสัดส่วนของการทำงานในทั้งสองลักษณะที่แตกต่างกัน กล่าวคือ กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์มีการทำงานทั้งสองลักษณะในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 50) ขณะที่กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมาส่วนใหญ่ (ร้อยละ 72 และ ร้อยละ 66 ตาม) มีลักษณะการทำงานในแบบที่สองกล่าวคือ มีการทอผ้าและการทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทอผ้าเป็นหลัก

2. สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถคิดเองทำเองในการพัฒนาท้องถิ่น

การวิเคราะห์ความเข้มแข็งของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมพิจารณาจากองค์ประกอบ 3 ด้าน ได้แก่ 1) ระยะเวลาในการดำเนินงานของกลุ่ม 2) ความเป็นผู้นำของประธานกลุ่ม และ 3) การเปลี่ยนแปลงของจำนวนสมาชิก ซึ่งมีผลการศึกษาดังนี้

1) ระยะเวลาในการดำเนินงานของกลุ่ม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมส่วนใหญ่คิดเป็นร้อยละ 70 ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งหมด มีระยะเวลาดำเนินงานติดต่อกันนับแต่เริ่มก่อตั้งเกินกว่า 3 ปี ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มมีการรวมตัวอย่างเข้มแข็งและสามารถดำเนินกิจกรรมของกลุ่มได้อย่างต่อเนื่อง แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายจังหวัดพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดชัยภูมิมีระยะเวลาดำเนินงานของกลุ่มโดยเฉลี่ยยาวนานกว่าจังหวัดอื่น (10 ปี)

2) ความเป็นผู้นำของประธานกลุ่ม ซึ่งเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งของกลุ่ม โดยพิจารณาในลักษณะของการริเริ่มกิจกรรมต่างๆ ของกลุ่ม และการรับฟังความคิดเห็นของสมาชิก ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ทั้งสามแห่งประธานกลุ่มมีความเป็นผู้นำสูง

กล่าวคือ มากกว่าร้อยละ 50 ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งหมด ประธานจะเป็นผู้ริเริ่มกิจกรรมต่างๆ ทั้งภายในกลุ่มและนอกกลุ่ม แต่การดำเนินกิจกรรมดังกล่าวจะต้องได้รับความเห็นชอบจากสมาชิกเป็นส่วนใหญ่ และประธานจะเคารพต่อการตัดสินใจของสมาชิก

3) การเปลี่ยนแปลงจำนวนสมาชิก ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมส่วนใหญ่มีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้นจากจำนวนสมาชิกเริ่มแรกในการก่อตั้งกลุ่ม โดยในแต่ละจังหวัดมีสัดส่วนการเพิ่มขึ้นของสมาชิกเฉลี่ยต่อปีแตกต่างกัน **** กล่าวคือ จังหวัดชัยภูมิมีสัดส่วนการเพิ่มขึ้นสูงสุด (เฉลี่ย 9 คน / ปี) ขณะที่จังหวัดสุรินทร์และนครราชสีมา มีสัดส่วนการเพิ่มขึ้นที่ใกล้เคียงกัน (เฉลี่ย 4.5 และ 5 คน / ปี ตามลำดับ)

จากผลการศึกษาที่กล่าวมา แสดงให้เห็นกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งมีความเข้มแข็ง เนื่องจากมีการระยะเวลาดำเนินงานที่ต่อเนื่อง ประธานกลุ่มมีความเป็นผู้นำ และกลุ่มมีจำนวนสมาชิกเพิ่มขึ้น

3. ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น

การวิเคราะห์ด้านการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น สามารถพิจารณาได้จากการที่กลุ่มสามารถรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เกิดขึ้นและสามารถให้ประโยชน์จากภูมิปัญญาในท้องถิ่นได้ ผลการศึกษาพบว่า ทั้งสามแห่งต่างมีส่วนในการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเองกล่าวคือ กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมผู้ผลิตผ้าไหมยังคงสามารถรักษารูปแบบและลวดลายผ้าดั้งเดิมไว้ได้เป็นอย่างดี แต่ที่เห็นได้อย่างชัดเจนคือ จังหวัดสุรินทร์ที่ยังสามารถคงลักษณะดังกล่าวไว้ได้เป็นอย่างดี แต่ในส่วนของจังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมา ก็คงลักษณะดังกล่าวไว้ได้แต่เริ่มมีการประยุกต์ลวดลายให้ เป็นไปตามสมัยนิยมเพิ่มมากขึ้น และในปัจจุบันการทอผ้าไหมของทั้งสามแห่งต่างมีส่วนช่วยให้ชาวบ้านมีรายได้เกิดขึ้นอีกทางหนึ่งซึ่งเป็นการให้ประโยชน์จากภูมิปัญญาที่เกิดขึ้น

4. ส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์

การวิเคราะห์ด้านส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ พิจารณาได้จากการเข้าร่วมการอบรม ผลการศึกษาพบว่า ภายหลังจากที่มีโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้มีการจัดอบรม ในหัวข้อต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการผลิตให้แก่กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม เช่น การอบรมฟอกย้อมไหม เทคนิค

**** ข้อมูลจากการสำรวจช่วงเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2549

การทอ การออกแบบ เป็นต้น ซึ่งผู้เข้ารับการอบรมดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นประธานหรือผู้นำกลุ่ม หนึ่งหลังจากประธานกลุ่มได้รับการฝึกอบรมจะนำความรู้ที่ได้รับมาถ่ายทอดให้แก่สมาชิกในกลุ่ม

5. ส่งเสริมความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยให้ สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น

การวิเคราะห์ในด้านนี้พบว่า สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งมีวิถีชีวิตที่ ผูกพันกับการทอผ้าตั้งแต่อดีต โดยแต่ละครัวเรือนจะใช้เวลาหลังจากเสร็จงานด้านเกษตรกรรม แล้วมาทอผ้าเพื่อใช้เองภายในครัวเรือน ต่อมาจึงมีการพัฒนาการทอผ้าเพื่อวัตถุประสงค์ที่ แตกต่างกันไปแต่ยังมีความสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่นนั้นๆ กล่าวคือ การ ผลิตผ้าไหมในจังหวัดสุรินทร์มีรูปแบบและลวดลายซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากประเทศกัมพูชา เนื่องจากจังหวัดสุรินทร์มีที่ตั้งติดต่อกับประเทศกัมพูชาทำให้ประชาชนส่วนใหญ่รับเอาวิถีชีวิตและ วัฒนธรรมดังกล่าวมาใช้ ขณะที่จังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมามีการปรับเปลี่ยนรูปแบบและ ลวดลายการทอผ้าตามสมัยนิยมเพิ่มมากขึ้นเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่ เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเศรษฐกิจและสังคม

การประเมินบริบทของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามจังหวัด พบว่า การดำเนิน ยุทธศาสตร์ OTOP จังหวัดสอดคล้องกับกรอบวัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่ง ผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้การดำเนินงานของกลุ่มยังมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ เช่นเดียวกัน

5.2.2 ผลการประเมินปัจจัยนำเข้า (Input)

การวิเคราะห์ ข้อมูลปัจจัยนำเข้าของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่ง พิจารณาในด้านความ เหมาะสมและความเพียงพอของสมาชิก อาคารสถานที่ วัสดุ อุปกรณ์ งบประมาณ สาธารณูปโภค และวัตถุดิบ ผลการศึกษาเป็นดังนี้

1. สมาชิก

กิจกรรมด้านการผลิตผ้าไหมถือเป็นกิจกรรมที่ใช้แรงงานในการผลิตเป็นส่วนใหญ่ (Labor intensive) อาทิ การปลูกหม่อนเลี้ยงไหม การสาวไหม การฟอกย้อมสีเส้นไหม การเตรียม เส้นไหม และการทอ เป็นต้น แม้ในปัจจุบันบางแห่งจะมีการนำเครื่องจักรมาใช้ในการผลิตบาง

ขั้นตอน เช่น การกรอเส้นไหม การคันไหม แต่ยังคงต้องพึ่งพิงทักษะและความชำนาญของคนในการควบคุมและตรวจสอบ

ผลการศึกษาพบว่า แรงงานในการผลิตผ้าไหมของจังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมา มีความเพียงพอกับงานสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 4.55 และ 4.78 ตามลำดับ) เมื่อเทียบกับปริมาณการจำหน่าย เป้าหมายในการผลิตแต่ละครั้งและระยะเวลาในการส่งมอบให้กับลูกค้า เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมา มีจำนวนสมาชิกเฉลี่ยต่อกลุ่มมากที่สุดคือ 76 คน รองลงมาคือ ชัยภูมิ 56 คน ขณะที่แรงงานในการผลิตผ้าไหมของจังหวัดสุรินทร์มีความเพียงพอในระดับสูง (ค่าเฉลี่ย 4.18) แต่ต่ำกว่าในสองจังหวัดข้างต้น เนื่องจากมีจำนวนสมาชิกน้อยกว่าคือ เฉลี่ย 37 คน ต่อกลุ่ม และในช่วงที่มีงานเทศกาล งานบุญหรืองานศพในพื้นที่ สมาชิกจะหยุดการผลิตผ้าไหมส่งผลให้แรงงานไม่เพียงพอในบางช่วง ซึ่งเป็นวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดสุรินทร์ที่ยึดถือกันมาค่อนข้างเคร่งครัด

ด้านทักษะ (ค่าเฉลี่ย 4.27 4.45 และ 4.33) และความรับผิดชอบ (ค่าเฉลี่ย 4.18 4.82 และ 4.11) ของสมาชิกทั้งสามแห่งมีความคล้ายคลึงกันคือ สมาชิกมีความชำนาญและเชี่ยวชาญในการทอผ้าเป็นอย่างดี เนื่องจากครอบครัวสมาชิกส่วนใหญ่มีการทอผ้ามาตั้งแต่บรรพบุรุษและเป็นกิจกรรมที่ทำทุกวัน จึงทำให้มีการเรียนรู้ทักษะต่างๆ ในการทอผ้าไหมจากบรรพบุรุษมาเป็นอย่างดี

ผลการประเมินความเหมาะสมของสมาชิกของกลุ่มผู้ผลิต พบว่า มีความเหมาะสมเป็นอย่างดีเนื่องจากมีจำนวนสมาชิกเพียงพอและสมาชิกมีทักษะ และความชำนาญในการทอผ้า

ตารางที่ 5.9 ผลการประเมินปัจจัยนำเข้าด้านสมาชิก

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย		
	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
1. จำนวนสมาชิกในกลุ่มมีความเพียงพอกับงาน	4.18	4.55	4.78
2. สมาชิกมีทักษะในการทอผ้า	4.27	4.45	4.33
3. สมาชิกมีความรับผิดชอบในการทำงาน	4.18	4.82	4.11

ที่มา : จากการสำรวจ

2. อุปกรณ์ อาคารสถานที่/ที่ทำการกลุ่ม

การผลิตผ้าไหมจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ และสถานที่ในการทำกิจกรรมในแต่ละขั้นตอน โดยในขั้นของการย้อมสีเส้นไหมมีอุปกรณ์ที่สำคัญ คือ เต่า หม้อต้ม ถังน้ำ ไม้สาวไหม ฯลฯ ในขั้นตอนของการเตรียมเส้นไหมมีอุปกรณ์ คือ ใน กง กวัก ฮง ฯลฯ และในขั้นของการทอนั้น อุปกรณ์ที่สำคัญที่สุดคือ กี่ที่ใช้สำหรับทอผ้า ซึ่งมีทั้งที่พื้นบ้านหรือที่ทอมือ และที่กระตุกซึ่งถือเป็นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทอ โดยที่กระตุกนี้สามารถทอได้เร็วกว่าที่พื้นบ้านถึง 3 – 4 เท่า ส่วนใหญ่จะใช้ในการทอผ้าไหมพื้นเรียบ

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งได้แก่ จังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมา มีอุปกรณ์อย่างเพียงพอเมื่อเทียบกับปริมาณงานที่ทำและจำนวนสมาชิกที่ใช้อุปกรณ์ (ค่าเฉลี่ย 4.27 4.27 และ 4.56 ตามลำดับ) และอุปกรณ์ดังกล่าวมีสภาพสมบูรณ์สามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี (ค่าเฉลี่ย 4.00 4.09 และ 4.33 ตามลำดับ) เนื่องจากสมาชิกส่วนใหญ่มีอุปกรณ์ ที่ใช้ในการทอผ้าเป็นของตัวเองทุกคน และดูแลรักษาเป็นอย่างดี รวมทั้งสามารถซ่อมแซมอุปกรณ์ดังกล่าวด้วยตัวเอง

อาคารสถานที่/ที่ทำการกลุ่มที่ใช้สำหรับการผลิตผ้าไหม พบว่า ความเหมาะสมขึ้นอยู่กับลักษณะการทำงานของแต่ละแห่ง กล่าวคือ จังหวัดสุรินทร์มีอาคารสถานที่เพียงพอและเหมาะสมกับลักษณะการทำงานของของกลุ่มค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.82 และ 3.82) เนื่องจากลักษณะการทำงานส่วนใหญ่เป็นการแยกกันทอตามครัวเรือนมากกว่าการทอรวมกัน ส่วนที่ทำการกลุ่มจะใช้บ้านของประธานซึ่งเป็นสถานที่สำหรับรวบรวมผลิตภัณฑ์จากสมาชิกเท่านั้น ขณะที่จังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมามีสถานที่สำหรับการผลิตไม่เพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.36 และ 3.22 ตามลำดับ) และอาคารสถานที่ที่มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.36 และ 3.33 ตามลำดับ) เนื่องจากกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสองจังหวัดเป็นกลุ่มขนาดใหญ่และมีการทำงานในลักษณะทอผ้าในสถานที่เดียวกัน โดยเฉพาะจังหวัดนครราชสีมา จึงจำเป็นต้องใช้สถานที่ขนาดใหญ่ในการวางกี่ และอุปกรณ์ต่างๆ ขณะที่จังหวัดชัยภูมิบางส่วนมีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม แต่ยังคงขาดโรงเลี้ยงไหมซึ่งต้องใช้งบประมาณค่อนข้างสูงในการก่อสร้าง

ผลการประเมินปัจจัยนำเข้าด้านอุปกรณ์ อาคารสถานที่/ที่ทำการกลุ่ม พบว่า จังหวัดสุรินทร์มีความเหมาะสมเป็นอย่างดี ขณะที่กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมามีความเหมาะสมด้านอุปกรณ์ แต่ยังคงขาดอาคารสถานที่

ตารางที่ 5.10 ผลการประเมินปัจจัยนำเข้าด้านอุปกรณ์ อาคารสถานที่ที่ทำการกลุ่ม

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย		
	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
1. ทางกลุ่มมีอุปกรณ์สำหรับใช้ในการทอผ้าอย่างเพียงพอ	4.27	4.27	4.56
2. อุปกรณ์ที่ให้อยู่ในเกณฑ์ที่ใช้งานได้ดี	4.00	4.09	4.33
3. ทางกลุ่มมีจำนวนอาคารสถานที่เพียงพอกับการทำงานของกลุ่ม	3.82	3.36	3.22
4. ทางกลุ่มมีอาคารสถานที่เหมาะสมกับความต้องการใช้ของสมาชิกกลุ่ม	3.82	3.36	3.33

ที่มา : จากการสำรวจ

3. งบประมาณ

แต่เดิมการผลิตผ้าไหมเป็นการผลิตเพื่อใช้เองในครัวเรือน โดยมีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม และประกอบอุปกรณ์ในการทอผ้าขึ้นเอง แต่ปัจจุบันเปลี่ยนเป็นการผลิตเพื่อการค้ามากขึ้น ทำให้การผลิตผ้าไหมต้องใช้เงินทุนสำหรับซื้อวัตถุดิบ วัสดุ อุปกรณ์ ในการทอผ้า ส่งผลให้เงินทุนเป็นปัจจัยนำเข้าที่สำคัญอย่างหนึ่งในการดำเนินกิจกรรมการผลิตผ้าไหม

ผลการศึกษาพบว่า เงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่ง ได้แก่ จังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมา มีความเพียงพอต่อการดำเนินงานในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.18 2.73 และ 2.89 ตามลำดับ) เนื่องจากราคาเส้นไหมซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สำคัญในการผลิตมีราคาสูงและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับการผลิตผ้าไหมใช้ระยะเวลาในการผลิตค่อนข้างนานและบางครั้งไม่สามารถจำหน่ายได้ทันที จึงทำให้มีเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอเท่าที่ควร

ด้านความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนพบว่า ทั้งสามแห่งมีความสามารถในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระดับสูงถึงสูงมาก (ค่าเฉลี่ย 3.73 4.82 และ 4.67) โดยกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมส่วนใหญ่จะได้รับหนังสือจากธนาคารต่างๆ เช่น ธกส.ธนาคารออมสิน เพื่อเสนอเงินกู้ยืมให้กับทางกลุ่ม แต่ส่วนใหญ่ไม่ต้องการกู้ยืมเงินเพราะไม่ยอมรับภาระดอกเบี้ยและการผ่อนชำระคืน

ผลการประเมินปัจจัยนำเข้าด้านงบประมาณพบว่า ยังคงไม่เพียงพอ เนื่องจากกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งต้องการใช้เงินส่วนตัวในการลงทุน มากกว่าการกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนในระบบ

ตารางที่ 5.11 ผลการประเมินปัจจัยนำเข้าด้านงบประมาณ

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย		
	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
1. ทางกลุ่มมีจำนวนเงินทุนหมุนเวียนอย่างเพียงพอ	3.18	2.73	2.89
2. ทางกลุ่มสามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนในระบบได้	3.73	4.82	4.67

ที่มา : จากการสำรวจ

4. สาธารณูปโภค

สาธารณูปโภคเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการผลิตผ้าไหมเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะระบบไฟฟ้าและประปา ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมา มีสาธารณูปโภคอย่างทั่วถึง (ค่าเฉลี่ย 4.18 4.82 และ 4.33 ตามลำดับ) โดยทุกครัวเรือนรวมทั้งสถานที่ที่ใช้ในการผลิตผ้าไหมมีทั้งไฟฟ้าและประปาเข้าถึงทุกแห่งซึ่งประปามีทั้งที่เป็นประปาของทางราชการและประปาที่หมู่บ้านทำเองในบางแห่ง ขณะที่จังหวัดสุรินทร์และนครราชสีมา มีสาธารณูปโภคที่มีคุณภาพในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.27 และ 3.00) เนื่องจากประสบปัญหาน้ำประปาไม่สะอาด ไหลไม่สม่ำเสมอในบางพื้นที่

ผลการประเมินสาธารณูปโภคทั้งสามแห่งพบว่า ส่วนใหญ่มีสาธารณูปโภคทั่วถึงและมีคุณภาพดี แม้ว่าจะมีปัญหาทางด้านคุณภาพของน้ำประปาเล็กน้อยบางพื้นที่ แต่ไม่ได้เป็นอุปสรรคมากนักเนื่องจากน้ำที่ใช้ในขั้นตอนของการย้อมสีเส้นไหมนั้นส่วนใหญ่จะใช้น้ำฝน เนื่องจากน้ำประปาจะมีความเป็นด่างสูงไม่เหมาะสำหรับการย้อมสี ซึ่งการใช้น้ำประปาจะเป็นเพียงในขั้นตอนของการทำความสะอาดอุปกรณ์และสถานที่ที่ใช้ในการย้อมสี

ตารางที่ 5.12 ผลการประเมินปัจจัยนำเข้าด้านสาธารณูปโภค

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย		
	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
1. มีสาธารณูปโภคอย่างทั่วถึง	4.18	4.82	4.33
2. สาธารณูปโภคมีคุณภาพที่ดี	3.27	4.73	3.00

ที่มา : จากการสำรวจ

5. วัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์หลักที่ใช้ในการผลิตคือเส้นไหม ซึ่งในแต่ละพื้นที่มีแหล่งวัตถุดิบที่แตกต่างกันออกไปผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมา มีเส้นไหมสำหรับใช้งานในการผลิตแต่ละครั้งอย่างเพียงพอ (ค่าเฉลี่ย 3.64 4.00 และ 3.64 ตามลำดับ) รวมทั้งคุณภาพของวัตถุดิบที่ผู้ผลิตส่วนใหญ่มีการเลือกใช้เป็นเส้นไหมที่มีคุณภาพสูง (ค่าเฉลี่ย 4.36 4.55 และ 4.11 ตามลำดับ)

ผลการประเมินปัจจัยนำเข้าด้านวัตถุดิบพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งมีวัตถุดิบที่เพียงพอและมีคุณภาพในการผลิตเป็นอย่างดี

ตารางที่ 5.13 ผลการประเมินปัจจัยนำเข้าด้านวัตถุดิบ

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย		
	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
1. วัตถุดิบเพียงพอกับการใช้งาน	3.64	4.00	3.64
2. วัตถุดิบที่ใช้มีคุณภาพดี	4.36	4.55	4.11

ที่มา : จากการสำรวจ

5.2.3 ผลการประเมินกระบวนการ (Process)

การประเมินความเหมาะสมของกระบวนการ พิจารณาใน 3 ประเด็น คือ โครงสร้างองค์กรการผลิต การตลาด และการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ได้ผลการศึกษาดังนี้

1. โครงสร้างองค์กร

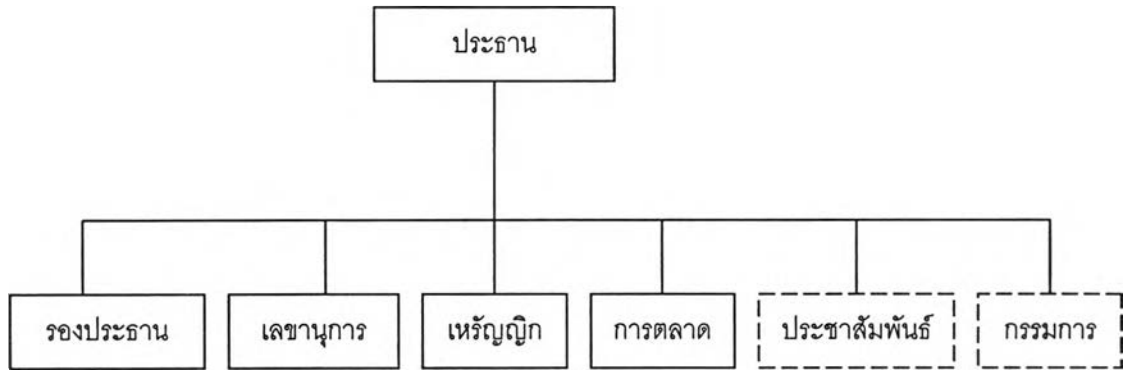
ผลการศึกษาด้านโครงสร้างองค์กรของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งสามารถสรุปได้เป็น 2 ลักษณะ ซึ่งเป็นโครงการองค์กรอย่างง่ายดังนี้

แบบที่ 1 โครงสร้างกลุ่มประกอบด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ เภรัญญิก และการตลาด เป็นหลัก โดยในบางกลุ่มอาจจะมีประชาสัมพันธ์ และคณะกรรมการกลุ่มเพิ่มเติมเข้ามา โดยประธานจะเป็นผู้ทำหน้าที่ในการติดต่อประสานงานกับหน่วยงานราชการ ชี้แจงการดำเนินงานต่างๆ ของกลุ่มให้สมาชิกทราบ ติดต่อลูกค้า ซึ่งโดยส่วนใหญ่ประธานจะทำหน้าที่ด้านการตลาดด้วย รองประธาน เลขานุการ และเภรัญญิกอยู่ในระดับเดียวกันโดยขึ้นตรงประธานกลุ่มทั้งสิ้น ซึ่งโครงสร้างองค์กรในลักษณะนี้มีข้อดีคือ ประธานมีอำนาจสูงสุดสามารถควบคุมหน่วยต่างๆ ได้เพียงคนเดียว อาจเกิดผลดีในด้านของความรวดเร็วในการตัดสินใจสามารถสื่อสารได้โดยตรงกับผู้ทำงานในด้านต่างๆ ได้ทันที แต่มีข้อเสียคือประธานจะมีภาระงานค่อนข้างมาก และอาจจะไม่สามารถดูแลสมาชิกได้ทั่วถึงมากนัก ซึ่งโครงสร้างองค์กรแบบนี้เหมาะสำหรับกลุ่มที่ต้องการความรวดเร็วในการตัดสินใจ และมีการแข่งขันสูง

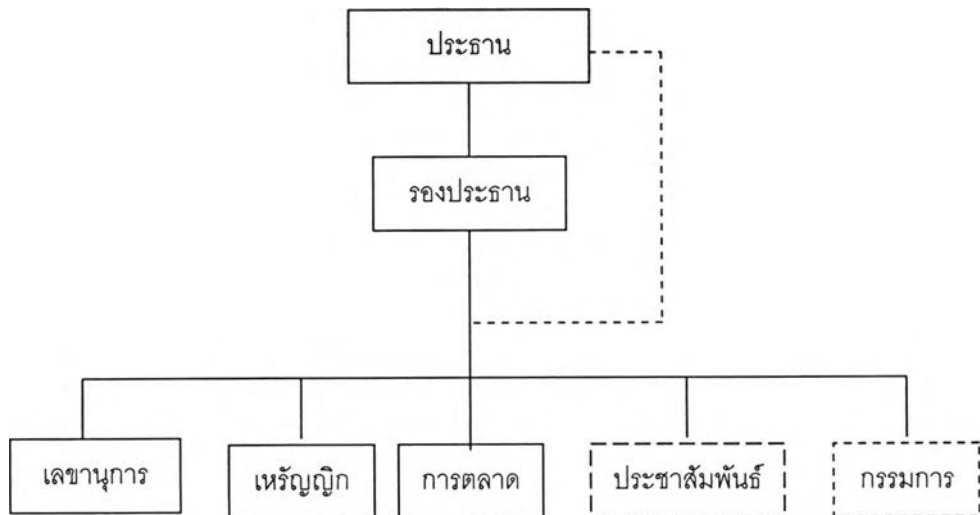
แบบที่ 2 กลุ่มจะประกอบไปด้วย ประธาน รองประธาน เลขานุการ เภรัญญิก และการตลาด เป็นหลัก โดยในบางกลุ่มอาจจะมีประชาสัมพันธ์ และคณะกรรมการกลุ่มเพิ่มเข้ามาอีก เช่นเดียวกับแบบแรก แต่รองประธานมีอำนาจรองจากประธานอีกทีหนึ่ง โดยผู้ที่ทำหน้าที่อื่นๆ เช่น เลขานุการ เภรัญญิก การตลาด จะขึ้นตรงต่อรองประธานก่อนไปถึงประธานอีกทีหนึ่ง ซึ่งโครงสร้างองค์กรในลักษณะนี้มีข้อดีคือ มีผู้ดูแลกลุ่มเพิ่มมากขึ้นอีกหนึ่งคนสามารถแบ่งเบาภาระงานจากประธาน คือ รองประธานสามารถเป็นผู้ที่ทำหน้าที่แทนได้ในกรณีที่ประธานไม่สะดวก เป็นที่ปรึกษาในการตัดสินใจทำให้มีความรอบคอบมากขึ้นและสามารถช่วยดูแลสมาชิกได้ทั่วถึง แต่มีข้อเสียคือ อาจจะทำให้การตัดสินใจทำได้ไม่รวดเร็วมากนัก แต่การมีโครงสร้างองค์กรในแบบที่สองจะมีข้อดีมากกว่าแบบแรกเนื่องจากสามารถตัดสินใจได้ถูกต้องมากขึ้น

ภาพที่ 5.7 โครงสร้างองค์กรของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม

แบบที่ 1



แบบที่ 2



ที่มา : จากการสำรวจระหว่างเดือนมกราคม - กุมภาพันธ์ 2549

ผลการศึกษาพบว่า โครงสร้างองค์กรของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์และชัยภูมิส่วนใหญ่มีโครงสร้างองค์กรแบบที่สอง (ร้อยละ 70 และ 54 ตามลำดับ) และจากการสำรวจพบว่า ลักษณะการดำเนินงานภายในกลุ่มมีความสอดคล้องกัน กล่าวคือ ความสัมพันธ์ระหว่างประธานกับสมาชิกและระหว่างสมาชิกด้วยกันเป็นแบบครอบครัว สมาชิกสามารถพูดคุยแสดงความคิดเห็นได้เป็นอย่างดี ประธานยอมรับฟังความคิดเห็นของสมาชิกและมีความเป็นผู้นำสูง แต่แตกต่างกันในเรื่องของการบันทึกการประชุม และการกำหนดกฎระเบียบที่เป็นลายลักษณ์อักษร ที่กลุ่มในจังหวัดสุรินทร์มีน้อยกว่า ขณะที่จังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่มีโครงสร้างองค์กรในแบบแรก (ร้อยละ 60) ความสัมพันธ์ระหว่างประธานและสมาชิกมีลักษณะเป็นทางการ สมาชิกไม่ค่อยมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นมากนัก ส่วนหนึ่งอาจมาจากการที่กลุ่มมีขนาดใหญ่ และมีสมาชิกจำนวนมาก แต่อย่างไรก็ตามในหลายกลุ่มมีการบันทึกการประชุม การกำหนดกฎระเบียบที่เป็นลายลักษณ์อักษร เนื่องจากกลุ่มมีขนาดใหญ่จึงต้องมีแนวปฏิบัติที่ชัดเจน

2. การผลิต

กระบวนการผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งมีความแตกต่างซึ่งสามารถสรุปลักษณะการผลิตผ้าไหมของแต่ละแห่งได้ดังนี้ จังหวัดสุรินทร์มีลักษณะการผลิตแบบดั้งเดิมไม่เน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้มากนัก ส่วนใหญ่ (ร้อยละ 70) ใช้ที่พื้นบ้านในการทอผ้า และใช้สืบทอดมาในการย้อมเส้นไหม จังหวัดชัยภูมิส่วนหนึ่งมีลักษณะการผลิตแบบดั้งเดิมโดยใช้ที่พื้นบ้าน (ร้อยละ 50) ขณะที่ส่วนที่เหลือทำการผลิตแบบดั้งเดิมร่วมกับนำเทคโนโลยีโดยนำที่กระตุกมาใช้ในกระบวนการผลิตเพิ่มขึ้น (ร้อยละ 50) การย้อมสีเส้นไหมมีทั้งสืบทอดมาและสีเคมี และจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่ทำการผลิตโดยนำเทคโนโลยีมาใช้และใช้ที่กระตุกในการทอผ้าค่อนข้างมาก (ร้อยละ 55) โดยเฉพาะในเขตอำเภอปักธงชัย การย้อมสีส่วนใหญ่ใช้สีเคมี นอกจากนี้กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมมากกว่าร้อยละ 80 มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์

ดังนั้นจากลักษณะที่แตกต่างทำให้ไม่สามารถกำหนดเกณฑ์หรือลักษณะเฉพาะสำหรับประเมินการผลิตร่วมกันทั้ง 3 กลุ่มได้ ทำให้การประเมินกระบวนการผลิตผ้าไหมจึงต้องแยกตามลักษณะเด่นของการผลิตในแต่ละแห่งว่ามีความเหมาะสมกับลักษณะผ้าไหมในแต่ละแห่งมากน้อยเพียงใด ผลการศึกษาเป็นดังนี้

กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ มีกระบวนการผลิตที่เหมาะสมกับงานค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.09) และมีความเป็นเอกลักษณ์สูง (ค่าเฉลี่ย 4.45) คือ เน้นการผลิตแบบดั้งเดิมและมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ค่อนข้างน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.64) นอกจากนี้ยังมีการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) เช่น การปรับเปลี่ยนโหนดสีเส้นไหม ขณะที่จังหวัดชัยภูมิมิมีกระบวนการผลิตที่ความเหมาะสมกับงานค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.36) และมีความเป็นเอกลักษณ์สูง (ค่าเฉลี่ย 4.45) เช่นกัน โดยมีลักษณะการผลิตทั้งแบบดั้งเดิมและสมัยใหม่ นอกจากนี้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบวนการผลิตไม่มากนัก (ค่าเฉลี่ย 2.91) แต่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.18) คือ มีการประยุกต์ลดสายและสีเส้นให้ทันสมัยมากขึ้น สำหรับจังหวัดนครราชสีมาพบว่า กระบวนการผลิตของกลุ่มมีความเหมาะสม (ค่าเฉลี่ย 4.33) และมีความเป็นเอกลักษณ์สูง (ค่าเฉลี่ย 3.89) โดยส่วนใหญ่มีการทอผ้าพื้นเรียบและมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า (ค่าเฉลี่ย 4.00) โดยการแปรรูปผ้าใหม่ การผลิตเน้นเพื่อการค้ามากขึ้นทำให้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ร่วมกับการผลิตค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.89)

ผลการประเมินกระบวนการด้านการการผลิต พบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งมีกระบวนการผลิตที่เหมาะสมและมีความเป็นเอกลักษณ์ตามลักษณะของแต่ละพื้นที่ และมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า แต่มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตไม่มากนักยกเว้นจังหวัดนครราชสีมา

ตารางที่ 5.14 ผลการประเมินกระบวนการด้านการการผลิต

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย		
	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
1. กระบวนการผลิตของกลุ่มมีความเหมาะสมกับงาน	4.09	4.36	4.33
2. กระบวนการผลิตของกลุ่มมีความเป็นเอกลักษณ์	4.45	4.45	3.89
3. มีการนำเทคโนโลยีใหม่ๆ มาใช้ร่วมกับการกระบวนการผลิตเดิม	2.64	2.91	3.89
4. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า	4.00	4.18	4.00

ที่มา : จากการสำรวจ

3. การตลาด

ผลการประเมินกระบวนการด้านการตลาดพบว่า ทั้งสามแห่งได้แก่ จังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมา มีการดำเนินงานด้านการตลาดที่สอดคล้องกัน กล่าวคือ มีการจัดหาตลาดเพิ่มเติมค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 4.10 3.64 และ3.67 ตามลำดับ) โดยการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้า OTOP (ค่าเฉลี่ย 4.10 3.64 และ3.67 ตามลำดับ) และการเข้าร่วมประกวดผลิตภัณฑ์ตามงานต่างๆ (ค่าเฉลี่ย 4.55 5.00 และ4.89 ตามลำดับ) เนื่องจากสามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายและทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีชื่อเสียงและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้น สำหรับการส่งเสริมการขายพบว่า จังหวัดนครราชสีมา มีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต ค่อนข้างมาก (ค่าเฉลี่ย 3.80) เนื่องจากเน้นการผลิตเพื่อการค้ามากขึ้น จึงทำให้กลุ่มให้ความสำคัญในการประชาสัมพันธ์ด้วยตัวเองเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักมากขึ้น ขณะที่จังหวัดสุรินทร์และชัยภูมิมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.40 และ3.00) ซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นทางหน่วยงานราชการในท้องถิ่น จัดทำให้

ผลการประเมินกระบวนการด้านการตลาดพบว่า ส่วนใหญ่มีลักษณะที่คล้ายคลึงกันคือ มีการจัดหาตลาดเพิ่มเติมโดยนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้า OTOP และเข้าร่วมประกวดผลิตภัณฑ์ตามงานต่างๆ แต่จะแตกต่างกันในส่วนของการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ตที่กลุ่มของจังหวัดนครราชสีมา มีการประชาสัมพันธ์ด้วยตัวเองมากกว่า

ตารางที่ 5.15 ผลการประเมินกระบวนการด้านการตลาด

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย		
	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
1. ทางกลุ่มมีการจัดหาตลาดเพิ่มเติมตลอดเวลา	4.10	3.64	3.67
2. ทางกลุ่มมีการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้า OTOP	4.55	5.00	4.89
3. มีการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ โทรทัศน์ และอินเทอร์เน็ต	3.40	3.00	3.80
4. มีการเข้าร่วมประกวดผลิตภัณฑ์ตามงานต่างๆ	4.64	4.73	4.56

ที่มา : จากการสำรวจ

4. การด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

การทอผ้าไหมถือเป็นกิจกรรมที่มีส่วนช่วยในการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่นอยู่แล้ว แต่ทั้งนี้วิธีการที่จะทำให้ศิลปวัฒนธรรมดังกล่าวนั้นคงอยู่อย่างยั่งยืนย่อมเป็นสิ่งที่สำคัญ ผลการศึกษาเป็นดังนี้

ผลการประเมินกระบวนการด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นพบว่า ทั้งสามแห่งมีการสนับสนุนการทอผ้าโดยใช้ลวดลายดั้งเดิมและรูปแบบของท้องถิ่น มีการสนับสนุนส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดความรู้ด้านการทอผ้าแต่เป็นลักษณะการเรียนรู้ภายในครอบครัวที่สืบทอดกันมา ตั้งแต่บรรพบุรุษและเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น นอกจากนี้ยังมีการสนับสนุนให้มีการแต่งกายด้วยผ้าไหมตามประเพณีตามโอกาสต่างๆ แต่อย่างไรก็ตามการบันทึกกระบวนการ / วิธีการทอผ้าไว้เป็นลายลักษณ์อักษรพบว่า มีการบันทึกไว้ไม่มากนักประมาณร้อยละ 50 เนื่องจากสมาชิกมีความชำนาญในเป็นอย่างดีขั้นตอนต่างๆ จึงไม่เห็นความสำคัญของการบันทึกที่เป็นลายลักษณ์อักษร อาจส่งผลให้การอนุรักษ์ไม่ยั่งยืนถ้าขาดการสืบทอดอย่างต่อเนื่อง สำหรับการย้อมสีเส้นไหมพบว่า จังหวัดสุรินทร์ยังคงมีการย้อมสีเส้นไหมโดยใช้วัสดุธรรมชาติทุกกลุ่ม ขณะที่จังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมามีการย้อมสีธรรมชาติร้อยละ 55 และ 66 ตามลำดับ

ผลการประเมินกระบวนการด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม ทั้งสามแห่งมีการดำเนินการที่เป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการทอผ้า แต่เป็นลักษณะการถ่ายทอดในทางปฏิบัติมากกว่า

ตารางที่ 5.16 ผลการประเมินกระบวนการด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ประเด็น	ร้อยละ		
	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
1. ทางกลุ่มมีการสนับสนุนทอผ้าโดยใช้ลวดลายดั้งเดิมและรูปแบบของท้องถิ่น	100	100	100
2. ทางกลุ่มมีการสนับสนุนส่งเสริมให้มีการถ่ายทอดความรู้ด้านการทอผ้า	100	100	100
3. ทางกลุ่มมีการสนับสนุนให้ใช้สีย้อมผ้าดั้งเดิม เช่น ครั่ง เปลือกไม้	100	55	66
4. ทางกลุ่มมีการสนับสนุนให้มีการแต่งกายด้วยผ้าไหม	100	100	100
5. ทางกลุ่มมีการบันทึกกระบวนการ/วิธีการทอผ้าไว้เป็นลายลักษณ์อักษร	50	50	56

ที่มา : จากการสำรวจ

5.2.4 ผลการประเมินผลผลิต (Product)

ผลผลิตที่เกิดขึ้นจากการผลิตผ้าไหมของทั้งสามแห่ง คือ ผลิตภัณฑ์ รายได้ และการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการศึกษาเป็นดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์

ผลผลิตหลักของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งคือ ผ้าไหมผืน และผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการแปรรูปผ้าไหม โดยส่วนนี้จะเป็นการชี้ให้เห็นถึงลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์แต่ละแห่งและผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของลูกค้า ผลการศึกษาเป็นดังนี้

ผลการศึกษาลักษณะเด่นของผ้าไหมแต่ละจังหวัดพบว่า มีลักษณะแตกต่างกัน กล่าวคือ ผ้าไหมของชาวสุรินทร์ได้รับอิทธิพลจากประเทศกัมพูชา ซึ่งลักษณะผ้าไหมของกลุ่มคนไทยเชื้อสายเขมรมีเอกลักษณ์เด่นชัดแตกต่างจากผ้าทอของชาวอีสานทั่วไป คือ ผ้ามัดหมี่ของกลุ่มคนไทยเชื้อสายเขมร (ชาวสุรินทร์เรียกผ้าชนิดนี้ว่า ผ้าปุม) เป็นผ้าทอเส้นพุ่งแบบสามตะกอมี่ลวดลายเด่นชัด มักจะทำลวดลายเป็นรูปคน สัตว์ และรูปสถาปัตยกรรมต่างๆ ซึ่งได้รับอิทธิพลจากชาวเขมรเมืองพนมเปญและพระตะบอง สีและลวดลายของผ้าปุมนิยมใช้สีม่วงเปลือกมังคุด สี

แดง สีเขียว สีครามและสีเหลือง นอกจากนี้ยังมีการทอผ้ายกและผ้าขิดในบางกลุ่ม การแปรรูปผลิตภัณฑ์พบค่อนข้างน้อย ส่วนใหญ่จะเป็นการทอผ้าสำหรับตัดชุด ผ้าผืนใหญ่ เช่น ผ้าคลุมเตียง ผ้าคาดที่นอนตามโรงแรม เป็นต้น สำหรับผ้าไหมจังหวัดชัยภูมิเป็นผ้าไหมมัดหมี่ที่มีลวดลายหลากหลายและสีสันสดใส มีทั้งลวดลายดั้งเดิมและลวดลายประยุกต์ตามสมัยนิยมและตามความต้องการของลูกค้า เช่น ลายหมี่ขอ ลายหมี่คั่น และมีชื่อเสียงด้านการย้อมสีที่เหมาะสมกับความต้องการของลูกค้าที่ท้องถิ่นอื่นไม่สามารถลอกเลียนแบบได้ มีการแปรรูปผ้าไหมในกลุ่มที่มีขนาดใหญ่ และผ้าไหมของจังหวัดนครราชสีมาส่วนใหญ่จะเป็นผ้าไหมพื้นเรียบที่มีสีสันสดใสหลากหลาย ผ้าไหมมัดหมี่ที่มีการประยุกต์ลวดลายที่ทันสมัย ผ้าลายสก๊อต และผ้าหางกระรอก มีการแปรรูปผ้าไหมเกือบทุกกลุ่มเช่น เสื้อผ้าสำเร็จรูปทั้งหญิงและชาย ผ้าไหมมัดย้อม ผ้าไหมบาติก ผ้าสไบ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ และผ้าโสร่ง เป็นต้น

ผลการศึกษาการยอมรับของตลาดต่อผลิตภัณฑ์ทั้งสามแห่ง พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ทุกกลุ่มผลิตออกมาสามารถจำหน่ายได้ต่อเนื่องทุกเดือน โดยมียอดจำหน่ายเฉลี่ยต่อเดือนแตกต่างกัน กล่าวคือ จังหวัดนครราชสีมา มียอดการจำหน่ายต่อเดือนสูงสุดเฉลี่ย 100,000 บาท รองลงมาคือ จังหวัดสุรินทร์และจังหวัดชัยภูมิมียอดการจำหน่ายต่อเดือนเฉลี่ย 80,000 และ 65,000 บาท ตามลำดับ (จากการสำรวจข้อมูลเดือน ม.ค. – ก.พ. 49) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์เป็นที่ต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ที่แต่ละกลุ่มผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพโดยพิจารณาจาก มาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ทุกกลุ่ม ได้รับ คือ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ซึ่งออกโดยสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กระทรวงอุตสาหกรรม และการได้รับคัดสรรเป็นสุดยอดสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในระดับ 4 ดาว ขึ้นไป ในปี 2547

2. รายได้

ผลทางด้านรายได้ที่เกิดจากการผลิตผ้าไหมนั้น จากการสำรวจข้อมูลพบว่า สมาชิกกลุ่มทอผ้ามีรายได้จากการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการทอผ้า ทั้งนี้จำนวนรายได้มากน้อยขึ้นอยู่กับความสามารถของแต่ละคนเป็นสำคัญ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิก 1 คน จังหวัดสุรินทร์และนครราชสีมา มีระดับรายได้เฉลี่ยที่เท่ากัน คือ 3,000 – 4,000 บาท ขณะที่จังหวัดชัยภูมิมีระดับรายได้เฉลี่ย 2,500 – 4,500 บาท

เมื่อวิเคราะห์สัดส่วนรายได้จากการทอผ้าเปรียบเทียบกับรายได้ทั้งหมดพบว่า ทุกกลุ่มมีสัดส่วนรายได้จากการทอผ้าตั้งแต่ร้อยละ 50 ขึ้นไป โดยจังหวัดชัยภูมิมีสัดส่วนรายได้สูงที่สุด คือ ร้อยละ 66 แสดงให้เห็นว่าการทอผ้าเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของสมาชิก

ตารางที่ 5.17 รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือนของสมาชิก

รายการ	รายได้โดยเฉลี่ยต่อเดือน ของสมาชิก (บาท)	สัดส่วนรายได้จากการทอผ้า ต่อรายได้ทั้งหมด (ร้อยละ)
สุรินทร์	3,000 – 4,000	50
ชัยภูมิ	2,500 – 4,500	66
นครราชสีมา	3,000 – 4,000	57

ที่มา : จากการสำรวจช่วงเดือนมกราคม – กุมภาพันธ์ 2549

3. การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

การทอผ้าไหมเป็นศิลปหัตถกรรมที่มีความงดงามและสามารถแสดงออกถึง ประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่นได้เป็นอย่างดี จึงทำให้ผลผลิตที่สำคัญประการหนึ่งของการ รวมกลุ่มผลิตผ้าไหมก็คือการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดสุรินทร์สามารถแสดงให้เห็นถึงการอนุรักษ์ภูมิปัญญา ท้องถิ่นได้ค่อนข้างชัดเจน โดยการที่ยังสามารถรักษาลวดลายตลอดจนวิธีการทอแบบดั้งเดิม ที่คง ความประณีตและความพิถีพิถันในการทอผ้าไหมได้เป็นอย่างดี ในขณะที่จังหวัดชัยภูมิและ นครราชสีมา ส่วนหนึ่งยังคงลวดลายและการผลิตแบบดั้งเดิม และบางส่วนนำลวดลายและวิธีการ แบบดั้งเดิมมาประยุกต์ ทำให้เกิดลวดลายตามสมัยนิยม เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการตลาด รวมทั้งมีการปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตในบางขั้นตอนให้มีความทันสมัย เช่น การใช้เครื่องจักร ในการกรอเส้นไหม การตีเกลียวเส้นไหม แทนการใช้มือ และเปลี่ยนจากการใช้กี่พื้นบ้านมาเป็น กี่กระตุกในการทอผ้าพื้นเรียบ

5.3 การประเมินผลสัมฤทธิ์ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม จังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และ นครราชสีมา

การประเมินผลสัมฤทธิ์ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมเป็นการประเมินโดยพิจารณาใน 3 ประเด็น คือ ผลผลิต (Output) ผลกระทบ (Impact) และ อรรถประโยชน์ (Utility) ได้ผลการศึกษา ดังนี้

5.3.1 ผลผลิต (Output)

ผลผลิตที่เกิดขึ้นจากการผลิตผ้าไหม คือ ผลิตภัณฑ์ รายได้ การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งผลจากการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าทั้งสามแห่งมีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่แตกต่างกัน ประกอบกับผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน ซึ่งเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ได้รับการยอมรับและสามารถจำหน่ายได้อย่างต่อเนื่อง

สำหรับรายได้ของสมาชิก ผลการศึกษาพบว่า การทอผ้าเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญของสมาชิกทุกกลุ่ม ดังจะเห็นได้จากสัดส่วนรายได้ของสมาชิกกว่ากึ่งหนึ่งมาจากการทอผ้าไหม

ด้านการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการศึกษาพบว่า ทุกกลุ่มยังคงรักษาไว้ซึ่งภูมิปัญญาดั้งเดิมของการทอผ้า แม้ว่าบางกลุ่มมีการเปลี่ยนกระบวนการในบางขั้นตอน

จากผลการศึกษาดังกล่าว สรุปได้ว่าผลผลิตที่ได้รับจากการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ กล่าวคือ มีการสร้างงาน สร้างรายได้ และส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

5.3.2 ผลกระทบ (Impact)

1. ผลกระทบจากนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

การดำเนินนโยบายหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ มุ่งส่งเสริมกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมใน 2 ลักษณะ คือ 1) ส่งเสริมด้านการตลาด เช่น การประชาสัมพันธ์ผ่าน Web site การจัดงานแสดงสินค้า และ 2) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคคลกรของกลุ่มด้วยวิธีการอบรม เช่น การอบรมด้านเทคนิคในการทอ การย้อมสี การออกแบบ

1) การส่งเสริมด้านการตลาดโดยการประชาสัมพันธ์ผ่าน Web site เป็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผ้าไหมที่ให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลผลิตภัณฑ์มากขึ้น ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งได้รับผลจากการส่งเสริมดังกล่าวเป็นอย่างดี โดยหน่วยงานราชการได้นำข้อมูลผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไปประชาสัมพันธ์ผ่าน Web site ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น ผู้บริโภคทราบถึงข้อมูลผลิตภัณฑ์และแหล่งผลิตได้รวดเร็วมากขึ้น และการจัดงานแสดงสินค้า เป็นงานที่ทำให้ผู้ผลิตและผู้บริโภคมีโอกาสได้พบกัน และได้เห็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่นำมาจำหน่าย รวมทั้งมีโอกาสได้พูดคุยสอบถามถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้เป็นอย่างดี ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทุกกลุ่มทั้งสามแห่งมีการนำสินค้ามาจำหน่าย

ในงาน OTOP CITY ซึ่งจัดขึ้นในช่วงเดือนธันวาคมของทุกปี ที่เมืองทองธานี ซึ่งถือได้ว่าเป็นตลาดที่สำคัญ กล่าวคือ กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมมากกว่าร้อยละ 80 มีตลาดหลักคืองาน OTOP CITY

2) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรของกลุ่มด้วยวิธีการอบรม เช่น การอบรมด้านเทคนิคในการทอ การย้อมสี การออกแบบ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมที่ทำการศึกษามากกว่าร้อยละ 50 ได้เข้าร่วมการอบรมที่ภาครัฐจัดขึ้น โดยเป็นการส่งตัวแทนกลุ่มเข้าร่วมซึ่งส่วนใหญ่จะเป็นผู้นำกลุ่มที่เป็นผู้เข้าร่วม จากนั้นผู้นำจะนำความรู้ที่ได้มาใช้ประโยชน์ในกระบวนการผลิตและถ่ายทอดให้แก่สมาชิก อย่างไรก็ตามการฝึกอบรมดังกล่าวขาดความต่อเนื่อง ทำให้ไม่สามารถนำไปใช้ได้จริง

2. ผลกระทบจากการรวมกลุ่ม

ผลการศึกษาจากกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งพบว่า การรวมกลุ่มทอผ้าทำให้เกิดผลใน 3 ด้าน ดังนี้

1) การลดต้นทุนการดำเนินงาน การรวมกลุ่มทำการผลิตทำให้ต้นทุนในการดำเนินการต่ำกว่าการผลิตเป็นรายบุคคล เนื่องจาก การผลิตแบบรวมกลุ่มสามารถซื้อวัตถุดิบเป็นจำนวนมากต่อครั้ง ดังนั้น จึงมีอำนาจต่อรองราคากับผู้ผลิตวัตถุดิบสูงขึ้น ทำให้ซื้อได้ในราคาที่ถูกลง รวมทั้งสามารถลดต้นทุนจากการทำกระบวนการผลิตร่วมกัน เช่น การย้อมสีเส้นไหมรวมกัน ก่อให้เกิดการแบ่งงานกันทำ (Labor of skill) ส่งผลให้สมาชิกมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและระยะเวลาที่ใช้ในการย้อมสีสั้นลง นอกจากนี้ยังสามารถลดต้นทุนการขนส่งสินค้า กล่าวคือ จากเดิมผู้ผลิตแต่ละรายจะขนส่งสินค้าด้วยตัวเอง หลังจากที่มีการรวมกลุ่มสมาชิกจะนำสินค้ามารวมกันเพื่อขนส่งในคราวเดียวกัน ทำให้ต้นทุนค่าขนส่งต่อหน่วยต่ำลง

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมสามารถลดต้นทุนการผลิตด้านการขนส่งสินค้าได้โดยมีการขนส่งสินค้ารวมกันทุกกลุ่ม (ร้อยละ 100) ขณะที่การซื้อวัตถุดิบและการย้อมสีเส้นไหมรวมกันได้ผลการศึกษาที่สอดคล้องกันทั้งสามแห่ง กล่าวคือ กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมไม่สามารถซื้อวัตถุดิบได้ในราคาที่ถูกลงกว่าการซื้อปลีก เนื่องจากกลุ่มไม่มีอำนาจในการต่อรองราคากับผู้ผลิตเส้นไหม

2) การทำธุรกรรมใหม่ๆ เช่น การซื้อวัตถุดิบโดยใช้ระบบสินเชื่อ การชำระค่าสินค้าโดยผ่านระบบธนาคาร กำหนดการชำระค่าสินค้าเป็นงวด ซึ่งธุรกรรมใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นจะส่งผลดีต่อกลุ่มทำให้กลุ่มมีสภาพคล่องทางการเงินและมีความคล่องตัวในการดำเนินงานมากขึ้น

ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งส่วนใหญ่มีการซื้อวัตถุดิบโดยใช้ระบบเงินเชื่อ แต่ยังคงมีการชำระค่าสินค้าเป็นเงินสดเนื่องจากมีความแน่นอนและที่ตั้งของกลุ่มในบางพื้นที่ไม่เอื้อต่อการทำธุรกรรมด้านอื่น เช่น ไม่มีธนาคารสาขาในพื้นที่

3) การเชื่อมโยงทั้งในแนวตั้งและแนวนอน ซึ่งการเชื่อมโยงในแนวตั้ง ได้แก่ การร่วมมือกันระหว่างผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ผลิตผ้าไหม ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ บริษัทขนส่ง ตัวแทนจำหน่าย และสถาบันส่งเสริมสนับสนุน ส่งผลให้กระบวนการผลิตมีประสิทธิภาพสามารถทำการผลิตได้อย่างต่อเนื่อง และการเชื่อมโยงในแนวนอน ได้แก่ การร่วมมือกันระหว่างกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม ส่งผลให้การติดต่อแลกเปลี่ยนทรัพยากร ความรู้ ข้อมูลข่าวสาร ระหว่างกลุ่มทำได้ง่ายขึ้น

ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดชัยภูมิและนครราชสีมามีการเชื่อมโยงในแนวตั้งโดยเป็นการเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิตวัตถุดิบ ผู้ผลิตผ้าไหม ตัวแทนจำหน่าย และสถาบันส่งเสริมสนับสนุน แต่ไม่พบการเชื่อมโยงในแนวนอน ส่วนจังหวัดสุรินทร์ไม่พบการเชื่อมโยงทั้งแนวตั้งและแนวนอน

5.3.3 อรรถประโยชน์ (Utility)

การประเมินอรรถประโยชน์ที่กลุ่มผู้ผลิตได้รับจากการดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ พิจารณาได้ในสองลักษณะ คือ อรรถประโยชน์ทางตรง (Direct Utility) และอรรถประโยชน์ทางอ้อม (Indirect Utility) ผลการศึกษาเป็นดังนี้

1. อรรถประโยชน์ทางตรง

กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากการส่งเสริมของภาครัฐในด้านการตลาด กล่าวคือ สามารถประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้แพร่หลายมากขึ้น มีแหล่งจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น บุคคลากรของกลุ่มมีทักษะและความรู้เกี่ยวกับการผลิตเพิ่มขึ้นจากการเข้ารับการฝึกอบรมจากภาครัฐ

2. อรรถประโยชน์ทางอ้อม

นอกจากอรรถประโยชน์ทางตรงดังกล่าวแล้ว การดำเนินโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ยังก่อให้เกิดอรรถประโยชน์ทางอ้อมแก่กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม กล่าวคือ ประชาชนในพื้นที่ที่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มมีรายได้จากการรับจ้างกรอเส้นไหม ทอผ้าไหม และงานอื่นๆ และประโยชน์ที่

ได้จากการสร้างงานลดการอพยพออกไปทำงานนอกพื้นที่ นอกจากนี้รายได้ดังกล่าวสามารถช่วยเหลือค่าใช้จ่ายในครอบครัวได้มากขึ้น

จากการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมดังกล่าว สามารถสรุปผลได้ดังนี้

ตารางที่ 5.18 การประเมินผลสัมฤทธิ์ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหม

ประเด็น	สุรินทร์	ชัยภูมิ	นครราชสีมา
ผลผลิต			
1. ผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓
2. รายได้	✓	✓	✓
3. การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น	✓	✓	✓
ผลกระทบ			
1. ผลกระทบจากนโยบาย OTOP			
1) การตลาด	✓	✓	✓
2) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์	✓	✓	✓
2. ผลกระทบจากการรวมกลุ่ม			
1) ลดต้นทุนการดำเนินงาน			
- ซื้อวัตถุดิบรวมกัน			
- การย้อมสีรวมกัน			
- การขนส่งรวมกัน	✓	✓	✓
2) การทำธุรกรรมใหม่ๆ			
- การซื้อวัตถุดิบโดยใช้ระบบสินเชื่อ	✓	✓	✓
- การชำระค่าสินค้าโดยผ่านระบบธนาคาร			
- กำหนดการชำระค่าสินค้าเป็นงวด			
3) การเชื่อมโยง			
- แนวตั้ง		✓	✓
- แนวนอน			
ประโยชน์			
1. ประโยชน์ทางตรง	✓	✓	✓
2. ประโยชน์ทางอ้อม	✓	✓	✓

ที่มา : จากการสำรวจและการวิเคราะห์

สรุปการประเมินผลสัมฤทธิ์ของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมพบว่า กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดชัยภูมิ และนครราชสีมา มีผลสัมฤทธิ์เกิดขึ้นในระดับที่ใกล้เคียงกัน เมื่อพิจารณาจากผลผลิต ผลกระทบ

และอรรถประโยชน์ดังที่กล่าวมา ในขณะที่จังหวัดสุรินทร์เกิดผลสัมฤทธิ์ในระดับที่ต่ำกว่า เนื่องจากยังขาดการเชื่อมโยงทั้งในแนวตั้งและแนวนอน

5.4 ปัญหาและอุปสรรค

จากการเก็บรวบรวมข้อมูลปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมจังหวัดสุรินทร์ ชัยภูมิ และนครราชสีมา ผลการศึกษาเป็นดังนี้

1. วัตถุดิบ

ปัญหาหลักด้านวัตถุดิบของกลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งคือ ราคาเส้นไหมที่มีราคาสูง และมีแนวโน้มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องโดยเฉพาะในช่วงหน้าแล้งเส้นไหมจะมีราคาแพงส่งผลให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น ในขณะที่การขึ้นราคาผลิตภัณฑ์ทำได้ยาก ด้านคุณภาพวัตถุดิบมีปัญหาเล็กน้อย คือขนาดของเส้นไหมไม่สม่ำเสมอ ขนาดง่ายส่วนใหญพบในกรณีที่ใช้เส้นไหมในพื้นที่

2. แรงงานที่ใช้ในการผลิต

ปัญหาแรงงานไม่เพียงพอในการผลิตส่วนใหญ่พบในช่วงฤดูการทำนา นอกจากนี้ยังมีลักษณะทางวัฒนธรรมและความเชื่อของท้องถิ่นบางประการที่ส่งผลต่อการผลิต อาทิ การหยุดงานเพื่อไปช่วยงานตามประเพณีต่างๆ เช่น งานศพ งานบวช ความเชื่อว่ามีสิ่งศักดิ์สิทธิ์ที่คุ้มครองไม่สามารถย้อมสีเส้นไหมโดยใช้วัสดุธรรมชาติได้

3. เงินทุนหมุนเวียน

กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมทั้งสามแห่งประสบปัญหาเงินทุนหมุนเวียนไม่เพียงพอ เพราะในการผลิตผ้าไหมมีต้นทุนสูงและวัตถุดิบหลักอย่างเส้นไหมมีแนวโน้มราคาที่สูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับผู้ผลิตผ้าไหมไม่ต้องการกู้เงินจากแหล่งเงินทุน เช่น ธนาคารออมสิน ธกส. แต่ต้องการการสนับสนุนเงินทุนให้เปล่าจากภาครัฐ จึงทำให้กลุ่มประสบปัญหาเงินทุนหมุนเวียนมากยิ่งขึ้น

4. วัสดุ อุปกรณ์ อาคาร/สถานที่

กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมประสบปัญหาความไม่เพียงพอของอาคารสถานที่ในกรณีกลุ่มที่มีการทอผ้าในสถานที่เดียวกัน และการขาดโรงเลี้ยงไหมโดยเฉพาะกลุ่มที่มีการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม เนื่องจากต้องสร้างเป็นโรงเรือนที่มีขนาดใหญ่และมีมุ้งลวดเพื่อป้องกันแมลง ซึ่งมีค่าใช้จ่ายในการก่อสร้างสูง

5. การผลิต

กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมประสบปัญหาเล็กน้อยในเรื่องของการผลิตไม่ทันตามกำหนดเวลา เนื่องจากกลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่จะมีการรับงานโดยดูจากความสามารถของกลุ่มเป็นหลัก แต่หากไม่สามารถผลิตได้ทันตามกำหนดทางกลุ่มจะแจ้งให้ลูกค้าทราบล่วงหน้าก่อนถึงกำหนดเพื่อหาทางแก้ไขร่วมกัน โดยลูกค้าส่วนใหญ่จะยอมเลื่อนวันกำหนดส่งออกไปอีกแต่จะไม่นานมากนัก ซึ่งปัญหานี้ส่วนใหญ่จะเกิดในช่วงของการทำนา และหน้าเทศกาล อาจทำให้สมาชิกต้องใช้เวลาทอผ้าในช่วงกลางคืนเพิ่มขึ้นด้วย

6. ผลิตภัณฑ์

กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมประสบปัญหาด้านการลอกเลียนแบบลวดลายจากผู้ผลิตในพื้นที่เดียวกัน ปัญหาการทอไม่ได้ขนาดตามมาตรฐานที่กำหนด ปัญหาด้านลวดลายของผ้าไม่สม่ำเสมอและความแน่นของเนื้อผ้า เนื่องจากการทอผ้าส่วนใหญ่ใช้แรงงานคนที่ต้องอาศัยทักษะและความชำนาญเฉพาะตัวทำให้การควบคุมคุณภาพให้เป็นมาตรฐานเดียวกันทำได้ยาก

7. การตลาด

กลุ่มผู้ผลิตผ้าไหมส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ทางการตลาดมากนัก และขาดรูปแบบการประชาสัมพันธ์ที่น่าสนใจ โดยส่วนใหญ่มีเพียงแผ่นพับที่แนะนำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเท่านั้น นอกจากนี้ ตลาดหลักของกลุ่มส่วนใหญ่ คือ งานแสดงสินค้าที่ทางหน่วยงานราชการจัดให้ ซึ่งมีผู้ประกอบการที่มาจำหน่ายเป็นจำนวนมากทำให้มีการแข่งขันกันสูงและส่วนใหญ่จะใช้กลยุทธ์ด้านราคา โดยการขายตัดราคาทำให้บางกลุ่มลดคุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อทำให้สามารถขายในราคาที่ต่ำกว่าได้

8. ข้อมูลข่าวสาร

กลุ่มผู้ผลิตส่วนใหญ่ได้รับข้อมูลข่าวสารจากทางหน่วยงานราชการอย่างสม่ำเสมอ แต่ประสบปัญหาเอกสารจากทางราชการซ้ำบ้างเล็กน้อย ทำให้กลุ่มไม่ได้รับประโยชน์จากข้อมูลข่าวสารอย่างเต็มที่ เช่น การแจ้งการจัดงานแสดงสินค้าแต่กลุ่มได้รับข้อมูลภายหลังการจัดงานจึงไม่สามารถเข้าร่วมกิจกรรมได้