

แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิง วัฒนธรรมนครกาหลงจังหวัดชัยภูมิ

Guidelines for developing the capacity of supply chain of cultural
community products in Nakhon Kalong , Chaiyaphum Province.

ธนิกานต์ ศรีจันทร์

Thanikarn Srichan

คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏชัยภูมิ

Faculty of Liberal Arts and Sciences, Chaiyaphum Rajabhat University.

E-mail: Srichan.porpia@gmail.com

โทร. 0868716493



Received: 26 September 2025; Revised: 25 April 2026; Accepted: 25 April 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง 2) ศึกษาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง และ 3) ศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง ใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่าง 335 คน ในเขตตำบลคอนสวรรค์ อำเภอคอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิ และข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการและผู้นำชุมชน 5 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการศึกษาห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลงโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) โดยด้านการนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.16$) รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่ายและการบริการ ($\bar{X} = 4.15$) 2) ขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลงโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) โดยด้านผลิตภัณฑ์และบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X} = 4.12$) และ 3) ปัญหาหลักที่พบคือ การขายสินค้าของชุมชนมีปริมาณลดลงจากผลกระทบของโรคระบาด โควิด-19 และการแข่งขันจากสินค้าทดแทนที่มีราคาถูกกว่า ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ภาครัฐและองค์กรท้องถิ่นควรมีนโยบาย หรือโครงการสนับสนุนการตลาดที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และ ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ เพื่อสร้างรายได้และความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนในการรับมือกับสถานการณ์เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง

คำสำคัญ : การพัฒนาขีดความสามารถ, ห่วงโซ่อุปทาน, ผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรม

Abstract

This research aims to 1) Study the supply chain of cultural community product entrepreneurs in Nakhon Kalong. 2) Study the supply chain capabilities of community product entrepreneurs in Nakhon Kalong and cultural areas. 3) Study problems and suggestions for developing the capacity of the supply chain of Nakhon Kalong cultural community products. A mixed-method research method was used, collecting quantitative data from a sample of 335 people in Khon Sawan Subdistrict, Khon Sawan District, Chaiyaphum Province and qualitative data from in-depth interviews with 5 entrepreneurs and community leaders, analyzed using descriptive statistics, including: Mean and standard deviation. The research results found that 1) The overall level of study on the supply chain of Nakhon Kalong cultural community products was at a high level ($\bar{X} = 4.01$). The highest average value was the import of raw materials for production ($\bar{X} = 4.16$), followed by the distribution and service aspect ($\bar{X} = 4.15$). 2) The overall capacity of the supply chain of the cultural community products of Nakhon Kalong is at a high level ($\bar{X} = 3.96$). The product and service aspect had the highest average value ($\bar{X} = 4.12$) and 3) The main problem found is that community product sales have decreased due to the impact of the COVID-19 pandemic and competition from cheaper substitute products. Research recommendations: Government and local organizations should have policies or marketing programs that promote local products and community products with unique identities to generate income and strengthen the community in coping with changing economic situations.

Keywords : Capacity Development, Supply Chain, Community Cultural Products.

บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม โดยภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีพื้นที่ทางการเกษตรมากที่สุดร้อยละ 43 ของประเทศ พื้นที่ทำการเกษตรกรรมส่วนใหญ่อยู่นอกเขตชลประทาน และเป็นเกษตรกรรายย่อย ประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศมีการประกอบอาชีพโดยการเป็นเกษตรกรที่เป็นอาชีพหลักในการขายผลิตภัณฑ์จากผลผลิตทางการเกษตร และมีอาชีพเสริมหรือรายได้เสริมจากการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมตามความรู้ความสามารถที่สืบทอดต่อกันมาจากบรรพบุรุษและตามภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ส่งต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่น ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์และเป็นองค์ความรู้ที่โดดเด่นของแต่ละชุมชน และสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการประกอบอาชีพหลักจากการทำเกษตรกรรม เช่น เครื่องจักสาน ผลิตภัณฑ์ผ้าทอ เป็นต้น ซึ่งผลิตภัณฑ์เหล่านี้เป็นการสร้างกลุ่มให้เกิดความเข้มแข็งขึ้นในชุมชนหรือที่เรียกว่าวิสาหกิจชุมชน เป็นการสร้างรากฐานที่มั่นคงในการพัฒนาประเทศ ประการหนึ่งคือการสร้างความมั่นคงของเศรษฐกิจชุมชนด้วยการบูรณาการกระบวนการผลิตบนฐานศักยภาพ และความเข้มแข็งของชุมชนอย่างสมดุล เน้นการผลิตเพื่อการบริโภคอย่างพอเพียงภายในชุมชน สนับสนุนให้ชุมชนมีการรวมกลุ่มในรูปสหกรณ์ กลุ่มอาชีพ สนับสนุนการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการสร้างสรรค์คุณค่าสินค้าบริการ และสร้างความร่วมมือกับภาคเอกชน ในการลงทุนสร้างอาชีพและรายได้ที่มีการจัดสรรประโยชน์ที่เป็นธรรมแก่ชุมชน รวมทั้งสร้างระบบบ่มเพาะวิสาหกิจ

ชุมชนควบคู่กับการพัฒนาความรู้ด้านการจัดการตลาด และทักษะในการประกอบอาชีพ (สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2562)

อัตลักษณ์ของภาคอีสานนั้นการมีภูมิปัญญาของชาวบ้านแทบจะทุกท้องถิ่นในภาคอีสานที่สามารถสร้างอาชีพและรายได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเหล่านั้น (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2561) ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นอัตลักษณ์และเป็นองค์ความรู้ที่โดดเด่นของแต่ละชุมชน และสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการประกอบอาชีพหลักจากการทำเกษตรกรรม

โดยปัญหาและความต้องการด้านสังคม เป็นปัญหาที่สำคัญปัญหาหนึ่งในพื้นที่ที่เกิดขึ้นจากภาวะการเปลี่ยนแปลงของสังคม การรับอารยธรรมใหม่ ๆ มาจากต่างประเทศ ทำให้เกิดการซึมซับการเปลี่ยนแปลง ในเรื่องการศึกษา ศาสนา และจริยธรรม การเปลี่ยนแปลงของเด็กและเยาวชนปัญหายาเสพติด การจัดสวัสดิการสังคม การขาดโอกาสทางการศึกษา คุณภาพและมาตรฐานทางการศึกษา ปัญหาขาดแคลนแรงงาน ปัญหาด้านศาสนาที่ขาดพระประจำวัด ปัญหาเด็กและเยาวชนมั่วสุมและทะเลาะวิวาท ปัญหาความเสื่อมของวัฒนธรรมประเพณี รวมถึงปัญหาและความต้องการด้านเศรษฐกิจ เป็นปัญหาเกี่ยวกับการดำเนินชีวิตของประชาชน โดยเฉพาะในเรื่องของรายได้และการส่งเสริมอาชีพ การขาดแคลนฝีมือแรงงาน การพัฒนาด้านหัตถกรรม การตลาด ความยากจน ตลาดนัดเอกชน และเศรษฐกิจพอเพียง ซึ่งปัญหาเหล่านี้ เป็นปัญหาความต้องการของประชาชน ที่ต้องการให้จังหวัดให้การสนับสนุน เพื่อให้เศรษฐกิจของจังหวัดชัยภูมิได้รับการพัฒนาให้ดีขึ้น (กลุ่มยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2566).

ซึ่งในพื้นที่อำเภอคอนสวรรค์ จ.ชัยภูมิ ก็เป็นพื้นที่หนึ่งที่ประชาชนในชุมชนได้มีการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างช้านานและมีลายเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชุมชน ได้แก่ สบู่ พวงกุญแจ หมวกผ้าไหม ขนมอบอร์เกอรรี่ ขนมไทย เสื้ออกก ผ้าขิด ผ้าไหมมัดหมี่ จักสานมวนึงข้าว เป็นต้น (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยภูมิ, 2567) โดยมีการสร้างลายอัตลักษณ์ เช่น ผ้ามัดหมี่ผ้าไทคอนสวรรค์ ลายแก้วกาหลง อำเภอคอนสวรรค์ โดยผู้หญิงสวมผ้าถุงลายนครกาหลงสีเม็ดมะขาม เสื้อสีครีมแต่งลายนกเป็ด ชายเสื้อสีครีมแต่งลายนกเป็ด (สำนักงานการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอคอนสวรรค์, 2566)

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลงจังหวัดชัยภูมิ เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานำมาเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเน้นการพัฒนาอย่างยั่งยืนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของชุมชน จนชาวบ้านสามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ สร้างงานสร้างอาชีพภายในชุมชนต่อไป

วัตถุประสงค์การศึกษา

- 1) เพื่อศึกษาห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง
- 2) เพื่อศึกษาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง
- 3) เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1) ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การจัดการห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง ได้แก่ การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การจัดการสินค้าคงคลัง การเคลื่อนย้ายสินค้า การจัดจำหน่าย และการบริการ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ(Product) ด้านราคา(Price) ด้านการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้

ประชากร (Population) คือ ประชาชนที่สามารถให้ข้อมูลหรือเป็นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ในเขตตำบลคอนสวรรค์ อำเภอกอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิ ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของประชากรกลุ่ม ตัวอย่างที่จะทำการสำรวจ ซึ่งเป็นจำนวนรวมทั้งสิ้น 2,619 คน (สำนักงานกลางทะเบียนราษฎร กระทรวงมหาดไทย, 2567) ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

กลุ่มตัวอย่าง (Sample) ที่ใช้ในการศึกษาวิจัย ได้แก่ ประชาชนที่สามารถให้ข้อมูลหรือเป็นผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน ในเขตตำบลคอนสวรรค์ อำเภอกอนสวรรค์ จังหวัด ชัยภูมิ จำนวนทั้งสิ้น 2,619 คน จากสูตรคำนวณ หาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง Krejcie & Morgan (Robert V. Krejcie and Early W. Morgan. Educational and Psychological Measurement, 1970 : 608-609) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 335 ตัวอย่าง โดยการใช้ทฤษฎีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็นแบบการสุ่มแบบชั้น ภูมิ โดยใช้จำนวนหมู่บ้านในตำบลคอนสวรรค์ อำเภอกอนสวรรค์จังหวัดชัยภูมิ จำนวน 4 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่8, หมู่9, หมู่11, หมู่15 มาเป็นเกณฑ์ที่ใช้ในการคำนวณวิธีในการเลือกตัวอย่างในการวิจัย

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นการนำผลจากการศึกษาเชิงปริมาณมาสร้างเป็นประเด็นในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อหาการพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง กลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการและผู้นำชุมชน โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 5 คน เป็นการนำผลจากการศึกษาเชิงปริมาณมาสร้างเป็นประเด็นในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) เพื่อหาการพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) การคัดเลือกผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยได้กำหนดผู้เชี่ยวชาญ (Expertise Verify) ซึ่งเป็นบุคคลที่มีความรู้ประสบการณ์และเชี่ยวชาญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง กลุ่มตัวอย่างจากผู้ประกอบการและผู้นำชุมชน เป็นกลุ่มตัวอย่าง 5 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถาม (Questionnaires) ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ เป็นลักษณะคำถามแบบเลือกตอบและเติมคำสั้น ๆ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะการพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเป็นคำถามปลายเปิด

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง ได้แก่

ส่วนที่ 1 บันทึกชื่อและสถานภาพผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ประเด็นคำถามสัมภาษณ์ และบันทึกสาระจากการสัมภาษณ์ตามตัวแปรที่ศึกษา

ส่วนที่ 3 สรุปประเด็นสาระสำคัญที่ได้จากการสัมภาษณ์

4. การทดสอบเครื่องมือ

ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อตรวจสอบคุณภาพของข้อคำถาม โดยให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาความสอดคล้องและความเหมาะสมของข้อคำถามรายข้อกับนิยามเชิงปฏิบัติการ (Index of Consistency : IOC) (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2560: 9) ที่ใช้ในกรณีที่เครื่องมือเป็นแบบวัดที่เป็นสเกลระดับว่ามีความเหมาะสมหรือไม่ รวมทั้งข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแก้ไขข้อคำถาม ซึ่งผู้วิจัยจะนำแบบสอบถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ .50 ขึ้นไป (นิรัช สุดสังข์, 2559: 69) ซึ่งสามารถตัดสินได้ว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องเหมาะสมกับนิยามเชิงปฏิบัติการ หลังจากนั้นได้ปรับปรุงข้อคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปทดลองใช้ต่อไป โดยผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ มีตั้งแต่ 60% ขึ้นไป หรือมีค่าความสอดคล้องระหว่าง 0.60 - 1.00 ซึ่งตามเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ค่าที่คำนวณได้จะต้องมากกว่า 0.50 ($IOC > 0.50$)

ความเที่ยงของเครื่องมือ นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปทดลองใช้ (Try - Out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้ไปหาคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้ วิเคราะห์ความเชื่อถือได้ (Reliability) ของแบบสอบถามโดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) โดยใช้วิธีครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นของประเด็นคำถาม พบว่า ข้อคำถามมีค่าความเชื่อมั่น สามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้และเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่าความเชื่อมั่น ที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า 0.70 ขึ้นไป

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง

- 1) ศึกษาและทบทวนเอกสารที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์และตัวแปรที่วิจัย
- 2) สร้างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ตามส่วนประกอบ ที่กำหนดไว้อย่างกว้างๆ ในแต่ละประเด็นคำถามสัมภาษณ์ ตามแบบโครงสร้างที่กำหนดไว้
- 3) การพิจารณาคุณภาพของเครื่องมือ พิจารณาและแก้ไขโดยกำหนดประเด็นใหญ่ๆ ไว้อย่างกว้าง ๆ ที่สามารถปรับและหรือยืดหยุ่นได้
- 4) นำแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้านการพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง จำนวน 5 คน พิจารณาเชิงประจักษ์ และปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 1) ข้อมูลปฐมภูมิ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสุ่มตัวอย่างประชากรของ อำเภอคอนสวรรค์ ในจังหวัดชัยภูมิ จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 335 ตัวอย่าง โดยในการสอบถามประชากรกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยทำการวิจัยโดยใช้เทคนิคในการสุ่มตัวอย่าง โดยการใช้ทฤษฎีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็นแบบหลายขั้นตอน โดยการใช้ทฤษฎีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยความน่าจะเป็นแบบการสุ่มแบบขั้นภูมิ จากกลุ่มตัวอย่าง 335 ตัวอย่าง ได้กำหนดให้มีการกระจายของข้อมูล โดยกำหนดพื้นที่การสำรวจในเขตตำบลคอนสวรรค์ อำเภอคอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิ

โดยใช้การออกแบบสอบถามเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง และขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง ใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายตามแผนที่กำหนดไว้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างและบันทึกไว้ และสรุปประเด็นสาระสำคัญไว้เพื่อนำไปใช้ใน

การวิเคราะห์ข้อมูล กลุ่มตัวอย่าง จากผู้ประกอบการและผู้นำชุมชนที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์เกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 5 คน โดยใช้การออกแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับการพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง

2) ข้อมูลทุติยภูมิ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากหนังสือ วิทยานิพนธ์ รายงานวิจัย บทความวารสารสิ่งพิมพ์และแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้อง

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 335 ตัวอย่าง และแบบสัมภาษณ์จากผู้ประกอบการและผู้นำชุมชน โดยมีกลุ่มตัวอย่าง 5 คน

สถานที่ทำการเก็บข้อมูล ได้แก่ ประชากรในเขตตำบลคอนสวรรค์ อำเภอคอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิ

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการแจกแจงความถี่ แสดงผล การ วิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติซึ่งจะวิเคราะห์ผลเป็น ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale)) ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ เป็นลักษณะคำถามแบบเลือกตอบและเติมคำสั้น ๆ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อเสนอแนะของปัญหาและอุปสรรค การพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง ข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นเพิ่มเติมเป็นลักษณะคำถามปลายเปิด(Open end)

วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การแปลผลคะแนนรายข้อและโดยรวมใช้ค่าเฉลี่ยที่มีค่าตั้งแต่ 1.00 – 5.00 ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง การสรุปโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics)

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ระยะ คือ ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงปริมาณ และระยะที่ 2 การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 ผลการวิจัยเชิงปริมาณ

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 335 ตัวอย่าง ประกอบด้วย 3 ส่วนหลัก ได้แก่ ระดับการศึกษาห่วงโซ่อุปทาน ขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทาน และปัญหาและข้อเสนอแนะ

1.1 ระดับการศึกษาห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง

ผลการวิเคราะห์พบว่า ระดับการศึกษาห่วงโซ่อุปทานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$, S.D. = 0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 1

ระดับการศึกษาห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง จำแนกตาม ด้าน

ด้าน	$\bar{X}$	ระดับ	ลำดับ
1. การนำเข้าวัตถุดิบในการผลิต (Procurement)	4.16	มาก	1
2. การจัดจำหน่ายและการบริการ (Distribution)	4.15	มาก	2
3. กระบวนการผลิตสินค้า (Manufacturing)	3.95	มาก	3
4. การเคลื่อนย้ายสินค้า ออกจำหน่าย (Transportation)	3.93	มาก	4
5. การจัดเก็บ (Storage)	3.92	มาก	ภาพรวม
	4.01	มาก	-

1.1.1 ด้านการนำเข้าวัตถุดิบในการผลิต (Procurement)

ระดับการศึกษาด้านการนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.16$) โดยมีรายละเอียดดังนี้

วัตถุดิบมีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.31$, ระดับมากที่สุด)

ปริมาณเพียงพอต่อการผลิต ($\bar{X} = 4.18$, ระดับมาก)

ความสามารถควบคุมต้นทุนวัตถุดิบได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 4.10$, ระดับมาก)

ผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีความเชี่ยวชาญ ($\bar{X} = 4.08$, ระดับมาก)

1.1.2 ด้านกระบวนการผลิตสินค้า (Manufacturing)

ระดับการศึกษาด้านกระบวนการผลิตสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 3.95$) โดยมีรายละเอียดดังนี้

การเลือกวัตถุดิบให้มีรูปร่างและขนาดที่ต้องการ ($x = 4.21$, ระดับมาก)

การจัดเก็บวัตถุดิบอย่างเหมาะสม ($x = 4.10$, ระดับมาก)

การผลิตสินค้าที่มีคุณภาพและตรงตามมาตรฐาน ($x = 3.95$, ระดับมาก)

การคงคุณภาพวัตถุดิบก่อนการใช้งาน ($x = 3.89$, ระดับมาก)

การแปรรูปวัตถุดิบเพื่อผลิตสินค้า ($x = 3.64$, ระดับมาก)

1.1.3 ด้านการจัดเก็บ (Storage)

ระดับการศึกษาด้านการจัดเก็บโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 3.92$) โดยมีรายละเอียดดังนี้

รักษาคุณภาพและความปลอดภัยต่อผู้ซื้อ ($x = 4.04$, ระดับมาก)

การวางแผนการจัดเก็บสินค้าที่ดีและมีประสิทธิภาพ ($x = 3.96$, ระดับมาก)

พื้นที่เพียงพอต่อการจัดเก็บ ($x = 3.77$, ระดับมาก)

1.1.4 ด้านการเคลื่อนย้ายสินค้าออกจำหน่าย (Transportation)

ระดับการศึกษาด้านการเคลื่อนย้ายสินค้าโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 3.93$) โดยมีรายละเอียดดังนี้

การผลิตสะดวกต่อการขนส่ง ($x = 4.10$, ระดับมาก)

การส่งสินค้าค้ำจนถึงระยะเวลาและค่าใช้จ่ายอย่างเหมาะสม ($x = 4.01$, ระดับมาก)

บรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงในการจัดส่ง ($x = 3.95$, ระดับมาก)

สินค้าไม่เกิดความเสียหาย ($x = 3.89$, ระดับมาก)

การวางแผนกระจายสินค้าให้เหมาะสม ($x = 3.70$, ระดับมาก)

1.1.5 ด้านการจัดจำหน่ายและการบริการ (Distribution)

ระดับการศึกษาด้านการจัดจำหน่ายและการบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 4.15$) โดยมีรายละเอียดดังนี้

มีช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์และออฟไลน์ ($x = 4.20$, ระดับมาก)

ป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย ($x = 4.20$, ระดับมาก)

มีการขนส่งที่รวดเร็วและตรงเวลา ($x = 4.05$, ระดับมาก)

1.2 ขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง

ผลการวิเคราะห์พบว่า ขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 3.96$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2

ขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง จำแนกตาม ด้าน (4Ps)

ด้าน	x	ระดับ	ลำดับ
1. ผลิตภัณฑ์และบริการ (Product)	4.12	มาก	1
2. ราคา (Price)	3.95	มาก	2
3. การจัดจำหน่าย (Place)	3.87	มาก	3
4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.87	มาก	3
ภาพรวม	3.96	มาก	-

1.2.1 ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product)

ขีดความสามารถด้านผลิตภัณฑ์และบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 4.12$) โดยมีรายละเอียดดังนี้

มีบรรจุภัณฑ์สวยงามและแข็งแรง ($x = 4.29$, ระดับมาก)

ผลิตภัณฑ์มีความคงทนและมีคุณภาพได้มาตรฐาน ($x = 4.27$, ระดับมาก)

ผลิตภัณฑ์มีลวดลายสวยงามด้านเอกลักษณ์ชุมชน ($x = 4.20$, ระดับมาก)

ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างและหลากหลาย ($x = 4.04$, ระดับมาก)

มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ทันสมัย ($x = 3.83$, ระดับมาก)

1.2.2 ด้านราคา (Price)

ขีดความสามารถด้านราคาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 3.95$) โดยมีรายละเอียดดังนี้

จัดทำราคาสินค้าที่ชัดเจน ($x = 4.10$, ระดับมาก)

การกำหนดราคาสินค้าเป็นมาตรฐาน ($x = 4.05$, ระดับมาก)

ผลิตภัณฑ์มีราคาที่เหมาะสม ($x = 4.02$, ระดับมาก)

ราคามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ($x = 3.88$, ระดับมาก)

คุณภาพผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับราคา ($x = 3.72$, ระดับมาก)

1.2.3 ด้านการจัดจำหน่าย (Place)

ขีดความสามารถด้านการจัดจำหน่ายโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 3.87$) โดยมีรายละเอียดดังนี้

บุคลากรมีความพร้อมในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ($x = 4.02$, ระดับมาก)

มีช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์ เช่น Facebook, TikTok ($x = 3.90$, ระดับมาก)

การออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์นอกสถานที่ ($x = 3.88$, ระดับมาก)

ร้านค้าจัดจำหน่ายสินค้าที่สะดวกต่อลูกค้า ($x = 3.80$, ระดับมาก)

มีความพร้อมด้านอุปกรณ์ในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้า ($x = 3.75$, ระดับมาก)

1.2.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

ขีดความสามารถด้านการส่งเสริมการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($x = 3.87$) โดยมีรายละเอียดดังนี้

บริการหลังการขาย ($x = 4.13$, ระดับมาก)

มีโปรโมชั่น เช่น ลด แลก แจก แถม ($x = 4.08$, ระดับมาก)

มีเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับการขายให้ตรงกับกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ($x = 3.82$, ระดับมาก)

การส่งเสริมด้านเทคนิคการขายที่จูงใจลูกค้า ($x = 3.74$, ระดับมาก)

การประชาสัมพันธ์ที่กว้างขวาง ($x = 3.60$, ระดับมาก)

1.3 ปัญหาและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทาน

จากการวิเคราะห์แบบสอบถามปลายเปิด พบปัญหาและข้อเสนอแนะที่สำคัญ ดังนี้

ปัญหาที่พบ

1. การขายสินค้าของชุมชนมีปริมาณลดลงอย่างต่อเนื่อง
2. สินค้าชุมชนต้องการการสนับสนุนจากนโยบายรัฐในการกระตุ้นการขาย
3. ปัญหาการตลาดจากผลกระทบของโรคระบาดโควิด-19 ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจ
4. การแข่งขันจากสินค้าทดแทนที่มีราคาถูกกว่า

ข้อเสนอแนะ

1. ภาครัฐและองค์กรท้องถิ่นควรมีนโยบายหรือโครงการสนับสนุนการตลาด
2. ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ
3. สร้างรายได้และความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนในการรับมือกับสถานการณ์เศรษฐกิจ

ส่วนที่ 2 ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) กับผู้ประกอบการและผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง สามารถสรุปผลได้ดังนี้

2.1 แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทาน

2.1.1 ด้านการนำเข้าวัตถุดิบในการผลิต (Procurement)

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบแนวทางการพัฒนา ดังนี้

1) ผู้จัดหาวัตถุดิบที่มีความเชี่ยวชาญ

ผู้ประกอบการรับวัตถุดิบโดยตรงจากชุมชนที่ผลิตได้เอง ทั้งผู้ประกอบการและชุมชนผู้ผลิตมีความเชี่ยวชาญในการจัดหาวัตถุดิบจากความรู้และประสบการณ์ที่สั่งสมมา

2) วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้รับการคัดสรรคุณภาพและผ่านการตรวจสอบมาตรฐานจากอุตสาหกรรมจังหวัดทุก 2 ปี ในระดับ 4 ดาว

3) ปริมาณวัตถุดิบเพียงพอต่อการผลิต ชุมชนมีกระบวนการผลิตครบวงจรตั้งแต่การเลี้ยงไหม การได้เส้นไหม จนถึงการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าทอต่างๆ ทำให้มีวัตถุดิบเพียงพอต่อความต้องการ

4) การควบคุมต้นทุนวัตถุดิบ การมีผลผลิตจากชุมชนเองทำให้สามารถควบคุมต้นทุนวัตถุดิบตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทางได้อย่างเหมาะสม

2.1.2 ด้านกระบวนการผลิตสินค้า (Manufacturing)

1) การเลือกวัตถุดิบ มีวัตถุดิบที่เพียงพอในชุมชนจึงสามารถเลือกขนาดและรูปร่างที่เหมาะสมตามต้องการได้

2) การจัดเก็บวัตถุดิบ จัดเก็บวัตถุดิบในคลังร้านค้าและสั่งซื้อโดยตรงจากผู้ผลิตชุมชน โดยไม่จัดเก็บในปริมาณมาก

3) การคงคุณภาพวัตถุดิบ วัตถุดิบมีคุณภาพดีทั้งก่อนและหลังการผลิตออกมาเป็นผลิตภัณฑ์

- 4) การแปรรูปวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์จากผ้าไหมส่วนใหญ่แปรรูปเป็นเสื้อผ้า กระเป๋า และชุดสำเร็จรูป
- 5) การผลิตตามมาตรฐาน มีการตรวจสอบคุณภาพจากส่วนงานภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ

2.1.3 ด้านการจัดเก็บ (Storage)

- 1) การรักษาคุณภาพและความปลอดภัย ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพตามมาตรฐาน คงทนต่อการใช้งาน และปลอดภัยต่อผู้ใช้เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ จากธรรมชาติ
- 2) การวางแผนการจัดเก็บ รับซื้อปริมาณที่พอดีกับความต้องการ ไม่จัดเก็บมากนัก จึงไม่ต้องใช้พื้นที่มาก
- 3) พื้นที่จัดเก็บ ผลิตภัณฑ์มีวัตถุดิบเพียงพอต่อการผลิต ไม่จำเป็นต้องจัดเก็บจำนวนมาก

2.1.4 ด้านการเคลื่อนย้ายสินค้าออกจำหน่าย (Transportation)

- 1) บรรจุภัณฑ์ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงทนทาน เช่น ถุงกระดาษสำหรับขนส่งระยะใกล้ และพลาสติกสำหรับขนส่ง ระยะไกล
- 2) ความสะดวกในการขนส่ง ผู้ซื้อส่วนใหญ่มาซื้อเอง สำหรับการสั่งซื้อออนไลน์มีระบบขนส่งที่สะดวกและปลอดภัย
- 3) การป้องกันความเสียหาย ผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่เสียหายได้ยาก และมีอายุการใช้งานยาวนาน
- 4) การวางแผนกระจายสินค้า ขายผ่านหน้าร้านเป็นหลัก โดยลูกค้าเข้ามาซื้อใช้เองและนำไปขายต่อลูกค้ารายใหม่
- 5) การจัดส่งสินค้า สามารถส่งได้ตามกำหนดเวลาและค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

2.1.5 ด้านการจัดจำหน่ายและการบริการ (Distribution)

- 1) ช่องทางการจำหน่าย ช่องทางออฟไลน์มากกว่าออนไลน์ โดยเป็นลูกค้าประจำและลูกค้าใหม่จากการบอกต่อ
- 2) การขนส่ง มีระบบขนส่งที่รวดเร็ว เรียบร้อย และทันเวลา
- 3) การป้องกันความเสียหาย ป้องกันความเสียหายตั้งแต่กระบวนการผลิตจากวัตถุดิบธรรมชาติที่มีคุณภาพ จนถึงขนส่งที่เน้น ความคงทนของสินค้า

2.2 ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ปัญหาที่พบ ปัญหาการตลาด เริ่มตั้งแต่โรคระบาดโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ ทำให้ปริมาณการขายลดลง รวมถึงการ แข่งขันจากสินค้าทดแทนที่มีราคาถูกกว่า

ข้อเสนอแนะ

ภาครัฐและองค์กรท้องถิ่นควรมีนโยบายหรือโครงการสนับสนุนการตลาดที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์ เพื่อสร้างรายได้และความเข้มแข็งให้ชุมชนพร้อมรับมือกับทุก สถานการณ์ทางเศรษฐกิจ

สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยทั้ง 2 ระยะ สามารถสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลงมีระดับ การศึกษาห่วงโซ่อุปทานและขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานอยู่ในระดับมาก โดยมีจุดแข็งในด้าน คุณภาพผลิตภัณฑ์ การจัดหาวัตถุดิบ และกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐาน อย่างไรก็ตาม ยังมีปัญหา ด้านการตลาดที่จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ โดยเฉพาะในด้านการประชาสัมพันธ์ การ สร้างช่องทางการจำหน่าย และการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการให้สามารถแข่งขันได้ในตลาดที่มี การเปลี่ยนแปลง

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 ระดับห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง ผลการศึกษาพบว่า ระดับห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลงโดยรวมอยู่ใน ระดับมาก โดยด้านการนำเข้าวัตถุดิบในการผลิตมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าชุมชนมีความ เข้มแข็งในการจัดหา วัตถุดิบที่มีคุณภาพ มีผู้จัดหาที่มีความเชี่ยวชาญ และสามารถควบคุมต้นทุนได้ อย่างเหมาะสม ทั้งนี้อาจเป็นผล มาจากชุมชนคอนสวรรค์มีการเลี้ยงไหมและผลิตเส้นไหมเองภายใน ชุมชน ทำให้มีความมั่นคงในห่วงโซ่อุปทาน ตั้งแต่ต้นน้ำ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของอนันตนิช ชุมศรี (2565) ที่พบว่า การมีห่วงโซ่คุณค่าที่ ครบวงจรตั้งแต่การผลิตวัตถุดิบในพื้นที่จนถึงการจำหน่าย ส่งผลให้ผู้ประกอบการสามารถควบคุมต้นทุน และ คุณภาพได้ดีขึ้น อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของอนันตนิช ชุมศรีศึกษาในบริบทของพริกไทยซึ่งเป็น สินค้าเกษตร มี อายุการเก็บรักษาจำกัด และต้องการการจัดการห่วงโซ่ความเย็น ในขณะที่ผลิตภัณฑ์ ผ้าไหมนครกาหลงเป็น สินค้าหัตถกรรมที่มีอายุการใช้งานยาวนาน ไม่ต้องการระบบคลังสินค้าที่ ซับซ้อน จึงมีความได้เปรียบในด้าน การจัดเก็บและการขนส่ง

วัตถุประสงค์ที่ 2 ขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิง วัฒนธรรมนครกาหลง ผลการศึกษาพบว่า ขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรม นครกาหลงโดย รวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (Product) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและแข็งแรง และมีตลาดที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน อย่าง ชัดเจน ขณะที่ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด โดยเฉพาะในด้านการ ประชาสัมพันธ์ ที่กว้างขวาง ซึ่งเป็นจุดอ่อนที่ต้องได้รับการพัฒนา ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการศึกษาของชลิดา ธนินกุล ภรณ์(2564) ที่ศึกษาการพัฒนาขีดความสามารถของเกษตรกรและผู้ประกอบการกาแฟอาราบิก้าในชุมชน จังหวัดเชียงรายพบว่า กลุ่มผู้ประกอบการชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ ได้มีการพัฒนาการเพิ่มขึ้นโดยสามารถยกระดับ คุณภาพของเมล็ดกาแฟเพิ่มขึ้นจากเดิม โดยใช้วิธีการประเมินจาก Cupping Score ซึ่งแต่เดิมค่าต่ำสุดจาก ร้อยละ 64 เพิ่มขึ้นร้อยละ 75 และสูงสุดร้อยละ 78 เพิ่มขึ้นร้อยละ 84 ซึ่งส่งผลให้มูลค่าของเมล็ดกาแฟ เพิ่มขึ้นจากเดิมร้อยละ 21-23 โดยมีรายได้เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 33.17 นอกเหนือจากนั้นยังเกิดการลงทุน ในธุรกิจเพิ่มประมาณ 990,000 บาท และก่อให้เกิดรายได้สู่ชุมชนในด้านการจ้างแรงงานในการจ้างเก็บกาแฟ เชอร์รี่ การจ้างสีเมล็ดกาแฟและคัดกาแฟสาร จำนวนประมาณ 1,450,246 บาท นอกจากนี้ ทั้งสองงานวิจัยต่าง ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการสนับสนุนจากภาครัฐ แต่งานวิจัยนี้เน้น ไปที่การสนับสนุนด้านการตลาดและ การประชาสัมพันธ์ ในขณะที่งานของชลิดาเน้นการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เพิ่มมูลค่า ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มมีความต้องการการ สนับสนุนที่แตกต่างกันตามบริบทและลักษณะของผลิตภัณฑ์

วัตถุประสงค์ที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทาน จากการศึกษาพบว่า ปัญหาหลักของผู้ประกอบการคือ ปริมาณการขายที่ลดลงอย่างต่อเนื่องตั้งแต่เกิด โรคระบาดโควิด-19 และการแข่งขันจากสินค้าทดแทนที่มีราคาถูกกว่า ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงจุดอ่อน สำคัญ 2 ประการของ ผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่

ประการแรก ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีราคาสูงกว่าสินค้าอุตสาหกรรมเนื่องจากเป็นงานฝีมือ ใช้วัตถุดิบ คุณภาพดี และผลิตในปริมาณจำกัด ทำให้กลุ่มลูกค้าเป็นตลาดเฉพาะ (Niche Market) ซึ่งได้รับ ผลกระทบ อย่างหนักจากภาวะเศรษฐกิจชะลอตัว ผู้บริโภคมีกำลังซื้อลดลงและเลือกซื้อสินค้าทดแทน ที่ราคาถูกกว่า

ประการที่สอง ผลิตภัณฑ์ชุมชนพึ่งพาช่องทางการจำหน่ายแบบออฟไลน์เป็นหลัก (ร้านค้าหน้าร้าน การออกงานแสดงสินค้า และการท่องเที่ยว) ซึ่งได้รับผลกระทบโดยตรงจากมาตรการจำกัดการ เดินทางและ การชุมนุมในช่วงโควิด-19 แม้ว่าจะมีช่องทางออนไลน์บ้าง แต่ยังเป็นสัดส่วนน้อยและขาด ทักษะในการทำ

การตลาดดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ข้อเสนอแนะจากการวิจัยที่ว่าภาครัฐควรมีนโยบายสนับสนุนการตลาดนั้นมีความสอดคล้องกับบริบท ของผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งไม่สามารถแข่งขันด้านราคาได้ แต่ต้องสร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Creation) ผ่านการเล่าเรื่อง (Storytelling) ของอัตลักษณ์วัฒนธรรม ภูมิปัญญาท้องถิ่น และกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งต้องอาศัยการประชาสัมพันธ์และการสร้างแบรนด์ (Branding) อย่างเป็นระบบ โดยหน่วยงานภาครัฐสามารถเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงผู้ประกอบการกับช่องทางการตลาดใหม่ๆ เช่น แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ ตลาดสีเขียว และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม จากการสัมภาษณ์เชิงลึกพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงพอใจกับการขายผ่าน ช่องทางเดิมและลูกค้าประจำ ซึ่งอาจสะท้อนถึงความต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลง (Resistance to Change) หรือการขาดทักษะและความมั่นใจในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ดังนั้น การสนับสนุนจากภาครัฐ จึงไม่ควรเป็นเพียงการจัดหาช่องทางการตลาด แต่ต้องมีการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการ (Capacity Building) ไปพร้อมกัน ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ การให้คำปรึกษาแบบพี่เลี้ยง และ การสร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้ประกอบการด้วยกัน

ข้อจำกัดของการวิจัย

การวิจัยนี้มีข้อจำกัดที่ควรพิจารณาในการนำไปใช้ ดังนี้

1. ขอบเขตพื้นที่ การวิจัยทำเฉพาะในเขตตำบลคอนสวรรค์ อำเภอคอนสวรรค์ จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งมีบริบทและลักษณะเฉพาะของชุมชน ผลการวิจัยจึงอาจไม่สามารถนำไปใช้ได้กับ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในพื้นที่อื่นที่มีบริบทแตกต่าง
2. ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล การวิจัยเก็บข้อมูลเพียงครั้งเดียว (Cross-sectional Study) จึง ไม่สามารถวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงหรือผลกระทบระยะยาวของปัญหาต่างๆ เช่น ผลกระทบของโควิด-19 ที่ยังคงส่งผลกระทบต่อ
3. ขนาดกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์เชิงลึกมีผู้ให้ข้อมูลเพียง 5 คน ซึ่ง อาจไม่ครอบคลุมมุมมองที่หลากหลายของผู้ประกอบการทั้งหมดในพื้นที่ โดยเฉพาะ ผู้ประกอบการรายย่อยหรือกลุ่มที่ยังไม่ได้รับการรับรองมาตรฐาน
4. ขาดการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ การวิจัยไม่ได้เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอื่น หรือพื้นที่อื่น ทำให้ไม่ทราบว่าปัญหาที่พบเป็นปัญหาเฉพาะของผลิตภัณฑ์นครกาหลงหรือ เป็นปัญหาทั่วไปของผลิตภัณฑ์ชุมชน
5. การวัดผลเชิงปริมาณ การใช้แบบสอบถามแบบ Rating Scale อาจมีอคติจากการตอบ คำถามแบบมีแนวโน้มไปทางบวก (Positive Response Bias) เนื่องจากผู้ตอบอาจต้องการ แสดงภาพลักษณ์ที่ดีของชุมชนและผลิตภัณฑ์
6. ตัวแปรที่ไม่ได้ศึกษา การวิจัยไม่ได้วิเคราะห์ปัจจัยอื่นๆ ที่อาจส่งผลต่อขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทาน เช่น ทักษะดิจิทัล การเข้าถึงแหล่งเงินทุน ความรู้ด้านการบัญชีและการจัดการ และเครือข่ายทางสังคม (Social Capital) ของผู้ประกอบการ

สรุป

การวิจัยแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานของผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงวัฒนธรรมนครกาหลง ดำเนินการวิจัยแบบผสมผสาน แบ่งเป็น 2 ระยะ สามารถสรุปผลได้ดังนี้

การวิจัยระยะที่ 1: การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ระดับห่วงโซ่อุปทาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ การนำเข้าวัตถุดิบในการผลิต ($\bar{X} = 4.16$) การจัดจำหน่ายและการบริการ ($\bar{X} = 4.15$) กระบวนการผลิต สินค้า ($\bar{X} = 3.95$) การเคลื่อนย้ายสินค้าออกจำหน่าย ($\bar{X} = 3.93$) และการจัดเก็บ ($\bar{X} = 3.92$)

2. ขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) เรียงตามลำดับความสำคัญ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ($\bar{X} = 4.12$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.95$) ด้านการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.87$) และด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.87$) จุดแข็ง: บรรจุภัณฑ์สวยงามและแข็งแรง ($\bar{X} = 4.29$) วัตถุดิบมีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.31$) และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพได้มาตรฐาน ($\bar{X} = 4.27$) จุดที่ต้องพัฒนา: การประชาสัมพันธ์ที่กว้างขวาง ($\bar{X} = 3.60$) การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ที่ทันสมัย ($\bar{X} = 3.83$) และคุณภาพผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับราคา ($\bar{X} = 3.72$)

การวิจัยระยะที่ 2: การวิจัยเชิงคุณภาพ

แนวทางการพัฒนาขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทาน ประกอบด้วย

1. ด้านวัตถุดิบ มีผู้จัดหาที่เชี่ยวชาญและผลิตเองในชุมชน มีการตรวจสอบคุณภาพตาม มาตรฐานอุตสาหกรรมจังหวัด (ระดับ 4 ดาว) สามารถควบคุมต้นทุนตั้งแต่ต้นทางถึงปลายทาง
2. ด้านกระบวนการผลิต มีกระบวนการครบวงจรจากการเลี้ยงไหมถึงผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป มีการตรวจสอบคุณภาพจากภาครัฐอย่างสม่ำเสมอ
3. ด้านการจัดเก็บและการขนส่ง ใช้ระบบ Just-in-Time ชื้อตามความต้องการ ไม่จัดเก็บ จำนวนมาก ผลิตภัณฑ์มีความทนทาน เสียหายได้ยาก
4. ด้านการจัดจำหน่าย เน้นช่องทางออฟไลน์ผ่านหน้าร้านและลูกค้าประจำ มีช่องทางออนไลน์ บ้างแต่ยังเป็นสัดส่วนน้อย

ปัญหาและข้อเสนอแนะ ปัญหาหลัก

1. ปริมาณการขายลดลงจากผลกระทบโควิด-19
2. การแข่งขันจากสินค้าทดแทนที่ราคาถูกกว่า
3. ขาดการสนับสนุนด้านการตลาดจากภาครัฐ

ข้อเสนอแนะ ภาครัฐและองค์กรท้องถิ่นควรมีนโยบายหรือโครงการสนับสนุนการตลาดที่ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีอัตลักษณ์เฉพาะ เพื่อสร้างรายได้และความเข้มแข็งให้ชุมชน สามารถรับมือกับสถานการณ์เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลง

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนควรพัฒนาขีดความสามารถใน 5 ด้านของห่วงโซ่อุปทาน (การจัดหา วัตถุดิบ กระบวนการผลิต การจัดเก็บ การขนส่ง และการจัดจำหน่าย) ควบคู่กับการพัฒนากลยุทธ์ การตลาด 4Ps (ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางจำหน่าย และการส่งเสริมการขาย) โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้าน การประชาสัมพันธ์และการสร้างช่องทางการตลาดออนไลน์ ทั้งนี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากภาครัฐใน การสนับสนุนนโยบายส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชนสามารถแข่งขันได้ อย่างยั่งยืนทั้งในระดับชุมชน ประเทศ และนานาชาติ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรทำการศึกษาเชิงเปรียบเทียบระหว่างพื้นที่หรือผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทต่างๆ เพื่อหารูปแบบที่เหมาะสมสำหรับแต่ละบริบท
2. ควรทำการศึกษาแบบติดตามผล (Longitudinal Study) เพื่อดูแนวโน้มและการเปลี่ยนแปลงของขีดความสามารถห่วงโซ่อุปทานในระยะยาว
3. ควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเฉพาะทักษะดิจิทัลและการเข้าถึงช่องทางการตลาดออนไลน์
4. ควรศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคที่เป็นตลาดเป้าหมายของผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อนำมาพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่ตรงกลุ่ม
5. ควรพัฒนาเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) เพื่อร่วมกับชุมชนในการแก้ไขปัญหาและประเมินผลการพัฒนาอย่างเป็นระบบ

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2561). มรดกภูมิปัญญาอีสาน. กระทรวงวัฒนธรรม.
- กลุ่มยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2566). แผนพัฒนาจังหวัดชัยภูมิ พ.ศ. 2566-2570. สำนักงานจังหวัดชัยภูมิ.
- ชลิดา ธนินกุลภรณ์. (2564). การพัฒนาขีดความสามารถของเกษตรกรและผู้ประกอบการกาแฟอาราบิก้าในชุมชนจังหวัดเชียงรายตลอดห่วงโซ่อุปทาน. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2560). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพมหานคร: อมรการพิมพ์.
- นิรัช สุดสังข์. (2559). ระเบียบวิธีวิจัยทางการออกแบบ. กรุงเทพมหานคร: โอเอสพรีนติ้งเฮาส์.
- สำนักงานการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย. (2566). สรรค์สร้างชุดอัตลักษณ์อำเภอ คอนสวรรค์. กศน.อำเภอคอนสวรรค์.
- สำนักงานกลางทะเบียนราษฎร์. (2567). จำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักร. กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย.
- สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. (2562). ข้อมูลเศรษฐกิจการเกษตร. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดชัยภูมิ. (2567). หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. กรมพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.
- อนันตนิจ ชูศรี. (2565). การประเมินห่วงโซ่คุณค่าผลลัพธ์และผลกระทบของชุดโครงการยกระดับ พริกไทยพันธุ์ปะเหลียนด้วยห่วงโซ่คุณค่าใหม่เพื่อเพิ่มขีดความสามารถของผู้ประกอบการในพื้นที่สู่ ตลาดการแข่งชัน. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย.
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. Educational and Psychological Measurement. 30(3), 607-610.