

**การศึกษาและเสริมสร้างศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนม้ง
บ้านขุนห้วยแม่เปา ตำบลแม่เปา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย
พิมทรัพย์ พิมพิสุทธิ์**

**Studying and Strengthening the Potential of Hmong Batik Community Enterprise Group
at Ban Khun Huay Mae Pao Village, Mae Pao Sub-district,
Payamengrai District, Chiang Rai Province**

Pimsub Pimpisut

สำนักวิชาสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

เลขที่ 80 หมู่ที่ 9 ตำบลบ้านดู่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย 57100

School of Social Sciences, Chiang Rai Rajabhat University

No. 80 Moo 9, Bandu Sub-district, Muang District, Chiang Rai 57100, Thailand

Corresponding author. E-mail address: pimsub99@gmail.com

Received: 5 April 2021; Revised: 6 July 2021; Accepted: 12 July 2021

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพด้านการบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนม้ง บ้านขุนห้วยแม่เปา ตำบลแม่เปา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย 2) เพื่อส่งเสริมศักยภาพกลุ่ม โดยมีการดำเนินการ คือ การสัมภาษณ์ การมีส่วนร่วม การประชุมกลุ่มย่อย เพื่อการวิเคราะห์ศักยภาพ และนำมาซึ่งการเสริมสร้างทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัลในการสร้างช่องทางการจำหน่ายสินค้า ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความสามารถในการตัดเย็บ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพอยู่ในระดับ OTOP 4 ดาว ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน ข้อด้อย ด้านการผลิตสินค้าไม่แน่นอนเนื่องจากเป็นไปตามความต้องการของลูกค้า ด้านการประชาสัมพันธ์ยังมีน้อย การนำเสนอขายสินค้าไม่ต่อเนื่อง มีการใช้ Facebook ส่วนบุคคล ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ขายสินค้า การเสริมสร้างทักษะช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ด้วยระบบเทคโนโลยีดิจิทัล แบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การเสริมสร้างทักษะด้านการถ่ายภาพ และนำเสนอสินค้า และการเสริมสร้างทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีในการสร้างช่องทางทางการตลาด

ผลการประเมิน พบว่า ผู้เข้าร่วมอบรมได้รับประโยชน์และความรู้ ตามความต้องการในระดับดีมาก ร้อยละ 50 และในระดับดี ร้อยละ 50 และความพึงพอใจในภาพรวมของผู้เข้าร่วมอบรม อยู่ระดับดี ร้อยละ 60 และระดับดีมาก ร้อยละ 40 ตามลำดับ กลุ่มวิสาหกิจฯ ได้ใช้เพจ Facebook “ผลิตภัณฑ์ผ้าปักชาวเขาและผ้าเขียนเทียน” การสั่งซื้อสินค้าเป็นลักษณะการสอบถามข้อมูลสินค้า และซื้อสินค้าในลักษณะพ่อค้าคนกลาง ข้อเสนอแนะวิจัยสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ การสร้างกิจกรรมให้เพจมีความเคลื่อนไหว ประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ และควรส่งเสริมให้พัฒนาเว็บไซต์เชิงธุรกิจ เพื่อยกระดับในด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์

คำสำคัญ: ผ้าเขียนเทียนม้ง ตลาดออนไลน์ วิสาหกิจชุมชน ม้ง เทคโนโลยีดิจิทัล บ้านขุนห้วยแม่เปา สินค้าชาวเขา

Abstract

This study aims to 1) examine the administrative potential of Hmong Batik Community Enterprise Group at Ban Khun Huay Mae Pao Village, Mae Pao Sub-district, Payamengrai District, Chiang Rai Province, and 2) strengthen the group's potential. The research methodology includes interview, participation, and small-group meeting in order to analyze the potential and to encourage the digital technology potential to create product-selling channel. The results of the study reveal that the community enterprise's potential is dressmaking; the quality of the product is ranked 4-star OTOP level; the enterprise is supported by both government and private sections. However, the disadvantages of the group include the inconstant production because of the customers' demands, less public relations, and discontinuous product presentation. Personnel Facebook accounts are used to sell products which results in product reliability. The product-selling skills through digital technology encouragement are classified into 2 parts: photoshooting and product presentation skills, and technology application to produce marketing channels.

The results of the evaluation show that the participants of the training gain benefit and knowledge based on their demand in the 'very good' level, for 50 percentage and 'good' level, for 50 percentage. The overall satisfaction on the training in the 'good' level



is 60 percent, while ‘very good’ level is 40 percent. The Group creates Facebook Fan Page name in Thai “ผลิตภัณฑ์ผ้าปักเขาและผ้าเทียน” or embroidered fabric and batik in English. The buying processes are to ask and answer about the product, and buy through the middlemen. The research proposal for the community enterprise group is to create activities so that the Page has movements, to have continuous public relations, and to encourage the development of an economic website, in order to improve the marketing and public relations.

Keywords: Hmong Batik, Online Market, Community Enterprise Group, Hmong, Digital Technology, Ban Khun Huay Mae Pao, Hill Tribe Products

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ที่รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมสนับสนุนและพัฒนามิตินด้านวัฒนธรรม โดยการนำทรัพยากรทางวัฒนธรรมมาสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ประเทศไทยมีต้นทุนทางวัฒนธรรมที่สูงมาก เปรียบเสมือนสินทรัพย์ที่ผ่านการสั่งสมจนเกิดเป็นมูลค่า การประยุกต์และบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมมาใช้สามารถพัฒนาเศรษฐกิจไทยในอนาคตได้ การนำทุนวัฒนธรรมมาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม และสามารถเป็นศูนย์กลางที่เชื่อมโยงกับทุนประเภทอื่นๆ ถือเป็นหัวใจที่สำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ (Norraratputhi, 2019)

วิสาหกิจชุมชน (Small and Micro Community Enterprise: SMCE) คือ กิจการของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้าหรือบริการที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันในรูปแบบใดทั้งที่เป็นนิติบุคคลและไม่เป็นนิติบุคคล เพื่อเสริมสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเอง รวมถึงการประกอบการเพื่อการจัดการทุนชุมชน อันหมายรวมถึง ทรัพยากรผลผลิตทางการเกษตร ความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น (Promsaka Na Sakolnakorn, 2013, p. 2) ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนม้ง บ้านขุนห้วยแม่เปาใต้ หมู่ที่ 17 ตำบลแม่เปา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย คือ กลุ่มสตรีในหมู่บ้านที่รวมกลุ่มผลิตสินค้าทางวัฒนธรรมที่ทำมาจาก “ผ้าเขียนเทียน” เมื่อประมาณปี พ.ศ. 2558 จากการส่งเสริมของสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) ในการส่งเสริมความรู้ การทำผลิตภัณฑ์ด้านการตัดเย็บกระเป๋าและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีรูปลักษณ์ การเขียนเทียน เป็นศิลปะการสร้างลวดลายบนผืนผ้า เป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่นอีกแบบหนึ่งของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง ที่มีการทำในกลุ่มม้งสายเท่านั้น เป็นภูมิปัญญาและศิลปะโบราณดั้งเดิมที่เป็นมรดกตกทอดมาแต่บรรพบุรุษถ่ายทอดสืบต่อกันมาจากรุ่นสู่รุ่นหลายชั่วอายุคน และยังคงสืบทอดมาถึงปัจจุบัน เป็นการสร้างลวดลายบนผืนผ้าด้วยการนำขี้ผึ้งไปต้ม แล้วนำไม้ไผ่ติดปลายด้วยโลหะจุ่มลากขี้ผึ้งเหลวให้เกิดเป็นลวดลายตามจินตนาการที่เกี่ยวข้องวิถีชีวิต สะท้อนลักษณะบริบททางสังคมความเป็นอยู่และธรรมชาติสิ่งแวดล้อม ซึ่งการวาดลายจะใช้รูปทรงเลขาคณิต และเขียนแบบซ้ำๆ เช่น กากบาท ตาราง สี่เหลี่ยม ขดหอย วงกลม เป็นต้น มักพบเห็นความแปลกตาได้จากลวดลายบนกระโปรงของม้ง ที่ทำขึ้นจากผ้าฝ้ายและย้อมสีครามหรือห้อมทั้งผืน เป็นความสามารถของผู้หญิงชาวม้งทุกคนที่ได้เรียนรู้สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ผ้าม้งเขียนเทียนจึงเป็นที่รู้จักและนิยมกันอย่างแพร่หลาย (The Support Arts and Crafts International Centre of Thailand, n.d., p. 2) ผ้าเขียนเทียนของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่แสดงออกทางศิลปะท้องถิ่นอันเกิดจากภูมิปัญญา ใช้ทั้งฝีมือ อุปกรณ์ และองค์ความรู้ที่ได้รับการสั่งสอน สั่งสม และสร้างผลงาน ทั้งเสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม กระเป๋า และผลิตภัณฑ์ต่างๆ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนชาวม้งฯ ใช้องค์ความรู้จากภูมิปัญญาดั้งเดิมผนวกกับความคิดสร้างสรรค์ จึงได้ผลิตภัณฑ์ที่สวยงามปรับให้มีความทันสมัยและเป็นสากล และจัดจำหน่ายเป็นสินค้าที่ระลึก ของใช้ และของฝากที่มีชื่อเสียงของอำเภอพญาเม็งราย และเป็นอาชีพเสริมและสร้างรายได้ให้กับครอบครัว



รูปที่ 1 การวาดผ้าเขียนเทียนของผู้สูงอายุบ้านขุนห้วยแม่เปาใต้ ตำบลแม่เปา อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ

ที่มา: Researcher

จากกระบวนการวิเคราะห์ความต้องการร่วมกับชุมชนเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนมั่งๆ มีความต้องการในการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์สินค้า โดยการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ เป็นการเสริมสร้างศักยภาพทางการตลาดให้กับกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จากผ้าเขียนเทียนของชุมชนชาวมั่งๆ บ้านขุนห้วยแม่เปาใต้ ตำบลแม่เปา อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ เนื่องจากในปัจจุบันรูปแบบของการประชาสัมพันธ์ การสื่อสาร และการส่งผ่านข้อมูลข่าวสารต่างๆ รวมถึง การขายสินค้าในรูปแบบการค้าขายบนโลกออนไลน์ การซื้อขายทางอินเทอร์เน็ต หรือการซื้อขายออนไลน์ (E-Commerce) เป็นช่องทางหนึ่งสำหรับการค้าและการประชาสัมพันธ์ (Soonsuwon, Chanakul, Tungyen, Meechoke, & Amleng, 2017) และสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์

ดังนั้น การศึกษาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนมั่งๆ และเสริมสร้างศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนมั่งๆ บ้านขุนห้วยแม่เปา ตำบลแม่เปา อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ ด้วยการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทในการดำเนินธุรกิจทั้งการติดต่อสื่อสารและการประชาสัมพันธ์ เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของกลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนมั่งๆ ส่งเสริมช่องทางการตลาดในรูปแบบออนไลน์อย่างเหมาะสมและสามารถนำไปสู่การปฏิบัติสร้างเสริมรายได้ให้กับชุมชน และสามารถขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์สินค้าสู่ตลาดพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ พร้อมทั้งเป็นเครื่องมือในการนำเสนอองค์ความรู้ และสืบทอดภูมิปัญญาด้านผ้าเขียนเทียนของกลุ่มชาติพันธุ์มั่งๆ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนมั่งๆ บ้านขุนห้วยแม่เปา ตำบลแม่เปา อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ
2. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนมั่งๆ บ้านขุนห้วยแม่เปา ตำบลแม่เปา อำเภอยางชุมน้อย จังหวัดศรีสะเกษ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนมั่งๆ ได้แก่ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ คณะกรรมการ จำนวน 10 คน มีวิธีการวิจัยโดยรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง (Purposive Sample) โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสังเกตอย่างมีส่วนร่วม (Participant Observation) กับผู้ให้ข้อมูล (Key Informants) ประกอบด้วยนักวิจัย และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนชาวมั่งๆ ด้วยการแสดงความคิดเห็น นำเสนอข้อมูล ด้วยสนทนากลุ่ม (Focus Group) และสังเกตการณ์และการวิเคราะห์ข้อมูล นำไปสู่การเสริมสร้างศักยภาพให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการตลาดออนไลน์



และในระหว่างการทำนินงาน ผู้วิจัยได้คำนึงถึงหลักการเคารพในสิทธิความเป็นส่วนตัว รวมถึงหลักของคุณประโยชน์ ทั้งร่างกายและจิตใจของกลุ่มเป้าหมาย



รูปที่ 2 การดำเนินงานเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจผ้าเขียนเทียนฯ
ที่มา: Researcher

ผลการวิจัย

จากการวิจัย สามารถสรุปผลได้เป็น 2 ส่วน ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนชาวม้งบ้านขุนห้วยแม่เปา

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนชาวม้งบ้านขุนห้วยแม่เปา ตำบลแม่เปา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย เกิดจากการรวมกลุ่มของสตรีและผู้สูงอายุในหมู่บ้านขุนห้วยแม่เปา ประมาณปี พ.ศ. 2558 จากการส่งเสริมของสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) ได้เข้ามาสอนด้านการตัดเย็บกระเป๋าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีรูปลักษณ์ที่ทันสมัย และได้รับการสนับสนุนจากองค์กรทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น โครงการเพิ่มความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากตามโครงการพระราชรัฐ (พ.ศ. 2559) เมื่อใช้หลักการวิเคราะห์ SWOT Analysis กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ สามารถสรุปได้ ดังต่อไปนี้

จุดเด่น

1.1 ด้านการบริหารภายในกลุ่ม

ด้านบริหารมีความชัดเจนและเป็นระบบ โดยแบ่งหน้าที่อย่างชัดเจน เช่น ผู้จัดการและสำรองสินค้า (Stock) การรับงาน (Order) จากลูกค้า และสมาชิกภายในกลุ่ม ทำหน้าที่รับผิดชอบตัดเย็บสินค้า สมาชิกทุกคนต้องช่วยกัน ตามข้อตกลงของกลุ่ม อุปกรณ์และวัตถุดิบต่างๆ ที่ใช้ในการผลิตเป็นของกลุ่มผ้าเขียนเทียนฯ และแบ่งส่วนค่าตัดเย็บ จะเป็นค่าแรงของสมาชิก ซึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม 1 ชิ้นจะแบ่งส่วนค่าใช้จ่าย ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ค่าจ้างผู้ผลิตสินค้า และค่าจ้างสำหรับผู้ขาย

1.2 ด้านคุณภาพของสินค้า

“ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้าเขียนเทียน” เป็นสินค้าที่มีเอกลักษณ์และความสวยงามและภูมิปัญญาของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง รวมถึงการออกแบบให้มีรูปแบบและลักษณะการใช้สอยที่เหมาะสม สินค้ามีราคาตั้งแต่หลักร้อยถึงราคาหลักพันบาท กลุ่มผู้ซื้อจึงเป็นผู้นิยมผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ได้พัฒนารูปแบบกระเป๋าผ้าเขียนเทียน ด้วยการพัฒนารูปแบบกระเป๋าและส่วนประกอบต่างๆ ที่มีคุณภาพ ได้รับการยอมรับอยู่ใน OTOP ระดับ 4 ดาว

1.3 ด้านการตลาดและช่องทางการค้าขาย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนม้งฯ มีโอกาสมาขายผลิตภัณฑ์ผ้าเขียนเทียน ในบริเวณจุดแสดงบ้านชาติพันธุ์ สิมห์ปาร์คเชียงราย ในวันเสาร์-อาทิตย์ และงานเทศกาลประจำปี โดยแต่งกายชาติพันธุ์และร่วมกันขายสินค้ากับกลุ่มชาติพันธุ์ 6 กลุ่ม ได้แก่ ม้ง เมี่ยน อาข่า กะเหรี่ยง ลีซอ และลาหู่ เป็นจุดจำหน่ายสินค้าแห่งแรกของกลุ่มวิสาหกิจ

ชุมชนผ้าเขียนเทียนฯ เป็นสถานที่ที่สามารถใช้นำเสนอผลิตภัณฑ์ และสินค้าขายให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างประเทศ

1.4 ด้านเครือข่ายและกลุ่มธุรกิจ

สินค้าของกลุ่มผ้าเขียนเทียนฯ ที่จำหน่าย ได้แก่ กระเป๋า เสื้อ กระโปรง กระเป๋ามัง ตักตาสวมชุดชาติพันธุ์ พวงกุญแจ และของที่ระลึกต่าง ๆ ซึ่งสินค้ามีการซื้อและขายจากเครือข่ายหรือกลุ่มผู้ค้าผ้าฯ เช่น กลุ่มผู้ขายผ้าและกระเป๋าจากจังหวัดน่าน กลุ่มขายผ้าจากบริเวณจุดผ่อนปรนประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว อำเภอเชียงคำ จังหวัดพะเยา เครือข่ายชาติพันธุ์ม้ง (สาธารณรัฐสังคมนิยมเวียดนาม) และกลุ่มพ่อค้าคนกลางชาวจีน ซึ่งซื้อกระเป๋าและผลิตภัณฑ์เพื่อไปขายยังสาธารณรัฐประชาชนจีน

จุดอ่อนและอุปสรรค

1.1 ด้านการบริหารภายในกลุ่ม

- กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนฯ มีอาชีพหลักของตนเอง ทำให้ไม่มีเวลาในการตัดเย็บกระเป๋า ทำให้จำนวนของสินค้าไม่แน่นอน
- ปัญหาการจัดเก็บ (Stock) สินค้า เช่น ไม่สามารถจัดเก็บสินค้าเป็นจำนวนมาก ๆ ได้ เนื่องจากการขายสินค้าเป็นไปตามความต้องการของผู้ซื้อ (ออเดอร์)

1.2 ด้านการตลาดและช่องทางการค้าขาย

ด้านการประชาสัมพันธ์และช่องทางการขายสินค้าทางโซเชียลมีเดีย ใช้วิธีรับออเดอร์สินค้าผ่านไลน์ และโพสต์ขายสินค้าผ่าน Facebook บุคคล ลักษณะดังกล่าวเป็นไปลักษณะไม่ต่อเนื่อง ทั้งระยะเวลาในการโพสต์ขายสินค้าเป็นระยะเวลานาน จะเห็นได้ว่าช่องทางในการขายสินค้านั้นมีน้อยและไม่น่าเชื่อถือ โดยเน้นวิธีการขายตามงานแสดงสินค้าแต่ยังไม่มีการประชาสัมพันธ์

โอกาส

1.1 การสนับสนุนจากองค์กร ภาครัฐ และภาคเอกชน

ตลอดระยะเวลาที่ผ่านมา มีหน่วยงานองค์กรภาครัฐและเอกชนทั้งในชุมชนและนอกชุมชน ที่ให้การสนับสนุนทั้งด้านงบประมาณ การฝึกอบรม และด้านวัสดุ อุปกรณ์ เช่น สำนักงานการศึกษาอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย (กศน.) ด้วยการสอนการตัดเย็บกระเป๋าผ้าโดยใช้ผ้าเขียนเทียนที่มีอยู่ในชุมชน ให้เป็นรูปแบบกระเป๋าสากล การสนับสนุนจากโครงการเพิ่มความเข้มแข็งของเศรษฐกิจฐานรากตามแนวทางพระราชบัญญัติ 2559 และ OTOP นวัตกรรม รวมถึงการได้รับการออกแบบตราสินค้า “TaPaYa” จากนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย และใช้เป็นตราสินค้าจนถึงปัจจุบัน การสนับสนุนการนำผลงานและผลิตภัณฑ์ไปนำเสนอในสถานที่ที่จัดกิจกรรม งานเทศกาล และงานจัดแสดงสินค้า เช่น งานแสดงสินค้าที่จัดขึ้นโดย กระทรวงวัฒนธรรม การแสดงสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นต้น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสามารถสรุปศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนฯ แสดงในตามตารางที่ 1 ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนฯ

Strength (จุดแข็ง)	Weakness (จุดอ่อน)	Opportunity (โอกาส)	Threat (อุปสรรค)
- กลุ่มวิสาหกิจฯ มีความเข้มแข็ง และมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม - ผู้นำ และสมาชิกกลุ่มมีความรู้ และมีความสามารถ - สินค้ามีคุณภาพ อยู่ในระดับ OTOP 4 ดาว - ผลิตภัณฑ์นำเสนอเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ม้ง	- การประชาสัมพันธ์ยังคมีน้อย - ช่องทางการขายสินค้ายังคงมีน้อย - ไม่มีเพจสินค้าที่เป็นมาตรฐาน (ใช้ Facebook ส่วนบุคคล)	- การได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ทั้งด้านงบประมาณ วัสดุ และอุปกรณ์ และการสร้างศักยภาพให้บุคลากรในกลุ่มฯ - มีเครือข่ายกลุ่มธุรกิจของกลุ่มชาติพันธุ์ม้งทั้งในประเทศและต่างประเทศ - การได้รับพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ	- สมาชิกมีอาชีพหลักจึงมีเวลาน้อยต่อการเข้าร่วมกิจกรรม และมีเวลาตัดเย็บผ้าไม่แน่นอน ทำให้จำนวนการผลิตสินค้าไม่แน่นอน - ไม่สามารถจัดเก็บสินค้าเป็นจำนวนมาก ๆ ได้ เนื่องจากการขายสินค้าเป็นไปตามความต้องการของผู้ซื้อ (ออเดอร์)



2. การพัฒนาศักยภาพให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนฯ ในการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์

ศักยภาพของสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็งและมีการบริหารจัดการที่เหมาะสม ผู้นำและสมาชิกกลุ่มมีความรู้และได้รับการพัฒนาศักยภาพอย่างต่อเนื่อง ได้รับการสนับสนุนและการส่งเสริมศักยภาพจากหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงหน่วยงานการศึกษา มีผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ม้ง อย่างไรก็ตาม ช่องทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ยังคงมีน้อย จึงเป็นที่มาของความต้องการในการพัฒนาทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีในการสร้างช่องทางการตลาดที่เป็นมาตรฐานของกลุ่มและเป็นประโยชน์ต่อวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนม้ง

การส่งเสริมศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าเขียนเทียนผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ ผู้เข้าร่วมอบรม คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นจำนวน 10 คน ตามความสมัครใจ และความสนใจต่อการใช้อินเตอร์เน็ต โดยแบ่งเป็น 2 ช่วงการอบรม ประกอบด้วย 1) การเสริมสร้างทักษะในการถ่ายภาพและการนำเสนอสินค้า 2) การพัฒนาทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีในการสร้างช่องทางการตลาด ดังต่อไปนี้

2.1 การเสริมสร้างทักษะด้านการนำเสนอสินค้า

การฝึกการถ่ายภาพเพื่อการค้าหรือทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ ด้วยการจัดวาง การใช้ส่วนประกอบอื่น ๆ ในการตกแต่งให้สินค้ามีความน่าสนใจ และดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการใช้โปรแกรมประยุกต์ (Application) จากโทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน เพื่อตกแต่งภาพถ่ายทำให้ผลิตภัณฑ์สินค้ามีความน่าสนใจมากขึ้น



รูปที่ 3 กิจกรรมการส่งเสริมทักษะด้านการนำเสนอสินค้า
ที่มา: Researcher

2.2 การพัฒนาทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีในการสร้างช่องทางการตลาด

ก่อนการพัฒนาทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีในการสร้างช่องทางการตลาด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ มีความรู้พื้นฐานของการใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟน ในการใช้สืบค้นข้อมูลจาก Google, YouTube การโพสต์ข้อมูลผ่าน Facebook ส่วนบุคคล แต่ไม่มีความรู้ ด้านการสร้างเพจขายสินค้าออนไลน์ผ่านช่องทาง Facebook หลักการที่จะต้องทำให้เพจสินค้ามีกิจกรรมเคลื่อนไหว เช่น การนำเสนอสินค้า การแนะนำผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการสร้างความน่าเชื่อถือของผู้ซื้อ เป็นต้น

การพัฒนาทักษะการใช้ช่องทางการตลาดสินค้าด้วยระบบออนไลน์ ผู้วิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ได้คัดเลือกระบบ Facebook และ Shopee เนื่องจากในปัจจุบันการใช้ Page Facebook และ Application Shopee ถือเป็นพื้นที่ (Platform) ในการขายสินค้าออนไลน์ที่เป็นที่ยอมรับ และเข้าถึงได้ง่ายทั้งผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงระบบการใช้งานไม่ซับซ้อน

การฝึกใช้โปรแกรมเป็นในลักษณะแบบค่อยเป็นค่อยไป ตามศักยภาพของผู้เข้ารับการอบรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนม้งฯ โดยการใช้โทรศัพท์มือถือสมาร์ทโฟนของกลุ่มเป้าหมายพร้อมเอกสารคู่มือประกอบการสร้างเพจ Facebook และโปรแกรมประยุกต์ Shopee เพื่อให้ได้รับความรู้และความเข้าใจในการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการขายสินค้าหรือการประชาสัมพันธ์กลุ่มฯ รวมทั้งนำความรู้ไปพัฒนาต่อยอดในการประยุกต์ใช้สื่อออนไลน์ด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้ด้วยตนเอง



รูปที่ 4 กิจกรรมการพัฒนาทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีในการสร้างช่องทางการตลาด
ที่มา: Researcher

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ได้รับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการและเสริมสร้างทักษะ 5 ประเด็นหลักแก่ผู้เข้าร่วมการอบรม ได้แก่ 1) ด้านการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างถูกต้องและปลอดภัยในการใช้สื่อ Facebook 2) การประชาสัมพันธ์ตามกลุ่มเป้าหมายอย่างเหมาะสม การประชาสัมพันธ์การขายสินค้าที่สร้างความน่าเชื่อถือ และมีความเชื่อมั่นต่อผู้ส่งสินค้า รายละเอียดการติดต่อของกลุ่มฯ 3) การโปรโมทเพจ (การซื้อโฆษณา) ระบบการตอบรับอัตโนมัติของเพจ 4) การโพสต์นำเสนอสินค้าในกลุ่มสาธารณะ และ 5) มารยาทการขายสินค้าบนสื่อออนไลน์

จากการการพัฒนาทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีในการสร้างช่องทางการตลาด พบว่า ความพึงพอใจในภาพรวมของการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ส่งเสริมช่องทางการตลาดผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลระดับดีมาก ร้อยละ 40 และระดับดี ร้อยละ 60 และความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมอบรมได้รับความรู้ตามความต้องการอยู่ในระดับดีมาก และระดับดี ร้อยละ 50 เท่ากัน การติดตามผลจากผู้ดูแลเพจ Facebook และโปรแกรมประยุกต์ Shopee โดยใช้ชื่อ “ผลิตภัณฑ์ผ้าปักชาวเขาและผ้าเขียนเทียน” พบว่า การประชาสัมพันธ์และขายสินค้าผู้ดูแลเพจสินค้ามีความชำนาญในการใช้เพจ Facebook และสามารถโพสต์ Facebook ประชาสัมพันธ์สินค้า และตอบคำถามผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี การค้นหาข้อมูลสินค้าโดยใช้คำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับ “สินค้าชาวเขา” ทั้งนี้พบว่า การติดต่อสอบถามข้อมูลมาจากพื้นที่ทั้งภาคกลางและภาคใต้ โดยส่วนใหญ่เป็นการติดต่อในลักษณะขอเบอร์โทรศัพท์เพื่อพูดคุยรายละเอียดและสั่งซื้อสินค้าเป็นจำนวนมาก ทำให้เป็นอีกหนึ่งช่องทางในการติดต่อระหว่างพ่อค้าคนกลาง และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนม้งฯ ความต้องการในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนม้งฯ มีความต้องการให้มีการส่งเสริมทักษะด้านการพัฒนาเพจสินค้าให้มีสวยงาม การพัฒนาทักษะในการพัฒนาสร้างเว็บไซต์ที่สามารถใช้ระบบธนาคาร และการจัดการด้านการเงินอย่างมีมาตรฐาน และมีเจ้าหน้าที่ดูแลเพจสินค้าในการรับคำสั่งซื้อสินค้า รวมถึงการทำให้เพจมีกิจกรรมการเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอ

ผลิตภัณฑ์จากการประยุกต์ผ้าเขียนเทียนที่มีลวดลายสวยงาม เป็นทักษะและความชำนาญจากภูมิปัญญากลุ่มชาติพันธุ์ม้งจากรูปแบบดั้งเดิมที่เป็นเพียงเครื่องแต่งกาย ปรับประยุกต์ให้เป็นเครื่องใช้ที่มีความสวยงาม และยังคงคุณค่าเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ เช่น กระเป๋า พวงกุญแจ ตุ๊กตาสวมชุดชาติพันธุ์ทำให้ผู้สนใจผลิตภัณฑ์สินค้าชาวเขามีทางเลือกในการซื้อสินค้ามากขึ้น รวมถึงการเสริมสร้างทักษะด้านการสร้างช่องทางการตลาด สามารถเป็นแนวทางในการนำไปใช้พัฒนาผู้ประกอบการหรือกลุ่มผู้ผลิตสินค้าทางวัฒนธรรม ให้สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสื่อสารสร้างคุณค่าและมูลค่าให้กับสินค้าที่เป็นมรดกทางวัฒนธรรม

อภิปรายผลการศึกษา

ในปัจจุบัน เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญต่อการทำธุรกิจซึ่งงานวิจัยได้เสริมสร้างศักยภาพให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนม้งฯ ในการใช้โปรแกรมประยุกต์ (Application) เพื่อธุรกิจ จะเป็นอีกช่องทางหนึ่งสำหรับการประชาสัมพันธ์และสร้างรายได้เสริมให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ซึ่งสอดคล้อง Saleewong & Iam-khong (2017) ที่ศึกษาการประยุกต์ใช้



เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ โดยได้เสนอองค์ประกอบของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าชุมชนเพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) ชุมชนผู้ผลิตสินค้าชุมชน OTOP Community 2) การมีส่วนร่วมของสังคม Participation 3) การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ Learn and Share 4) การผสมผสาน Integration 5) เทคโนโลยีสารสนเทศเทคโนโลยี Technology กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าชุมชนที่ใช้รูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าชุมชน ใช้รูปแบบการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการบริหารจัดการสินค้าชุมชน ในด้านการแพร่กระจายของข้อมูลและข่าวสารที่ทำให้ง่ายขึ้น และ Jentsantikul (2019) ได้ศึกษาการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนพื้นที่ภาคกลางตอนล่าง 1 เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันในประชาคมอาเซียน ซึ่งผลจากการวิจัยมีแนวทางในการพัฒนาวิสาหกิจ 5 ด้าน ได้แก่ 1) การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ 2) การพัฒนาการเข้าถึงแหล่งทุนและการพัฒนาระบบการจัดการบัญชี 3) การพัฒนาการตลาดโดยเน้นช่องทางการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และ 5) การพัฒนาการสร้างเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งแนวทางการพัฒนาการตลาดจากผลการวิจัย พบว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่มุ่งเน้นตลาดภายในและเป็นการผลิตตามจำนวนที่ลูกค้าสั่ง ผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่รู้จักสินค้า ดังนั้น เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภค วิสาหกิจชุมชนควรเพิ่มช่องทางการเข้าถึงผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อใช้เป็นช่องทางประชาสัมพันธ์ธุรกิจและเป็นช่องทางติดต่อกับลูกค้า ซึ่งปัจจุบันการตลาดออนไลน์ (Digital Marketing) กำลังเป็นที่นิยมอย่างแพร่หลาย เนื่องจากเข้าถึงได้ง่ายและเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ช่องทางตลาดออนไลน์ อาทิ Line, Youtube, Instagram, Facebook, Website, E-mail เป็นต้น

จากกระบวนการวิจัยเป็นลักษณะส่งเสริมศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ซึ่งได้ดำเนินงานโดยมีลักษณะการเป็นพี่เลี้ยง และให้คำปรึกษาและส่งเสริมในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ให้เป็นช่องทางในการขายสินค้าออนไลน์ ซึ่ง Fongissara & Mekara (2020) ที่ศึกษาการจัดการเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์และการเฝ้าระวังทางวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในเชียงรายนั้น มีข้อเสนอเกี่ยวกับการขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการสร้างมูลค่าต่อการท่องเที่ยว การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ สินค้า จำเป็นต้องส่งเสริมขับเคลื่อนผู้ประกอบการในการใช้นวัตกรรมต่อการเพิ่มมูลค่าสินค้า และส่งเสริมการเพิ่มช่องทางการขายผ่านระบบสื่อสังคมออนไลน์ ในลักษณะการเข้าไปเป็นที่ปรึกษาและให้คำแนะนำด้วยการดึงจุดเด่นและศักยภาพของชุมชน ซึ่งการเสริมสร้างทักษะให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนั้น ได้ดำเนินการให้ความรู้เชิงปฏิบัติการด้านการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ การตกแต่งภาพถ่ายเพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้า ด้วยสมาร์โฟนของตนเองเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการขายสินค้าและการประชาสัมพันธ์อย่างเหมาะสมและน่าเชื่อถือ ซึ่งสอดคล้องกับ Suadate (2016) ได้ศึกษากระบวนการส่งเสริมการขายสินค้าชุมชนผ่านช่องทางระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนสายบัว ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนสายบัว โดยประเด็นที่ให้ความสำคัญมากที่สุด คือ ด้านเนื้อหา รองลงมา คือ รูปถ่ายของผลิตภัณฑ์ ความน่าเชื่อถือที่ให้เครดิตความน่าเชื่อถือจากสื่อภายนอก มีสต็อกพร้อมส่ง และการตอบรับข้อความของผู้บริโภคอย่างรวดเร็ว และ Chamnanpon & Lowanichchai (2019) ได้ศึกษาการพัฒนารูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อส่งเสริมศักยภาพผู้ประกอบการ โดยศึกษาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดนครราชสีมา นักวิชาการ ผู้แทนภาคธุรกิจ และผู้นำชุมชน ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการมีความรู้ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการทำธุรกิจออนไลน์อยู่ในระดับน้อย ส่วนใหญ่เป็นเพียงการใช้งานอินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาข้อมูลทางธุรกิจใช้ Facebook และไลน์ในการติดต่อสื่อสาร ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในการประกอบธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการประชาสัมพันธ์สินค้า เพื่อสามารถเพิ่มลูกค้าและยอดขาย โดยรูปแบบที่ต้องการ คือ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line และเว็บสื่อกลางการค้าขาย (E-Market Place) ที่สามารถใช้งานบนสมาร์โฟนได้ จะทำให้เกิดความรวดเร็วในการสื่อสารกับลูกค้าได้ตลอดเวลา นอกจากนี้ ผลการศึกษาของ Somprasong & Thongmak (2015) เกี่ยวกับการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ประสิทธิภาพในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการนำสื่อสังคมออนไลน์มาใช้มากที่สุด ขณะที่การรับรู้ความง่ายในการใช้สื่อสังคมออนไลน์และด้านประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ คือ การเพิ่มยอดขายและขยายฐานลูกค้าเป็นประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของวิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อมมากที่สุด และ JabJone & Lowanitchai (2019) ที่ศึกษาการพัฒนาศักยภาพด้านเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มโอกาสทางการตลาดของผู้ประกอบการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในจังหวัดนครราชสีมา พบว่า ปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการประสบความสำเร็จในการทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ คือ การลดปัญหาด้านการสื่อสาร การเพิ่มช่องทางการติดต่อและการประชาสัมพันธ์ การขยายตลาดตรงกับกลุ่มลูกค้า และต้นทุนการดำเนินงานลดลง ปัญหาที่พบ คือ ขาดการอัปเดตข้อมูล ขาดความเชี่ยวชาญด้านเทคนิค การตอบคำถามและตรวจสอบข้อมูลตลอดเวลา และการแจ้งข้อมูลเท็จ ดังนั้น การทำการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ทำให้เกิดสังคมแห่งการเรียนรู้ สร้างเครือข่ายผู้ประกอบการ สามารถยกระดับคุณภาพการแข่งขันเชิงพาณิชย์ ทั้งด้านการตลาดและการประชาสัมพันธ์สินค้าและเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้แก่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ซึ่งการศึกษาของผู้วิจัยด้านความต่อเนื่องในการประชาสัมพันธ์และการนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้เป็นปัจจุบันนั้น เป็นข้อต่อของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เนื่องจากสมาชิกมีอาชีพหลัก คือ การทำการเกษตร ทำสวน และรับจ้าง สมาชิกให้ความสำคัญกับอาชีพหลักของตนเอง และใช้โซเชียลมีเดียในช่วงที่มีเวลาว่างจากการทำงาน รวมถึงอุปสรรคด้านกำลังการผลิตและการผลิตสินค้าเป็นไปตามคำสั่งซื้อสินค้า ทำให้การนำเสนอและการประชาสัมพันธ์จึงไม่สม่ำเสมอ

การศึกษาและเสริมสร้างศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนมั่ง บ้านขุนห้วยแม่เปา ตำบลแม่เปา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย เป็นส่วนหนึ่งในการสร้างรายได้ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ จากการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและระบบสารสนเทศตามศักยภาพและบริบทของกลุ่มอย่างเหมาะสม โดยไม่ขัดแย้งกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรม และยังคงเป็นพี่เลี้ยงและให้คำปรึกษาในด้านอื่น ๆ หลังจากเสร็จสิ้นงานวิจัย

สรุปผลและข้อเสนอแนะ

ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนมั่ง ตำบลแม่เปา เป็นกลุ่มวิสาหกิจฯ ที่มีความเข้มแข็งและมีการบริหารจัดการที่เหมาะสมตามรูปแบบกลุ่ม ผู้นำและสมาชิกเป็นผู้มีความรู้และความสามารถทั้งด้านการบริหารจัดการและทักษะด้านงานฝีมือ ผลิตภัณฑ์กระเป๋าดำเขียนเทียน คือ สินค้าที่นำเสนอเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์มั่ง และคุณภาพในระดับ OTOP 4 ดาว และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ทั้งด้านงบประมาณ วัสดุ และอุปกรณ์ และการสร้างศักยภาพให้บุคลากรในกลุ่มฯ รวมถึงมีเครือข่ายกลุ่มธุรกิจของกลุ่มชาติพันธุ์มั่งทั้งในประเทศและต่างประเทศ แต่อย่างไรก็ตามสมาชิกมีอาชีพหลัก จึงมีเวลาน้อยต่อการเข้าร่วมกิจกรรม และมีเวลาตัดเย็บผ้าไม่แน่นอน ทำให้จำนวนการผลิตสินค้าไม่แน่นอน และการจัดเก็บวัสดุในการตัดเย็บและจำนวนสินค้า (Stock) ยังมีน้อย ส่งผลกระทบต่อการตัดเย็บและการขายสินค้า นอกจากนี้ ช่องทางการจำหน่ายสินค้า และการประชาสัมพันธ์ยังคงมีไม่มากเท่าที่ควร

การส่งเสริมช่องทางการตลาดผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนมั่งฯ ประกอบด้วย 1) การเสริมสร้างทักษะในด้านการถ่ายภาพและการนำเสนอสินค้า และ 2) การพัฒนาทักษะด้านการใช้เทคโนโลยีในการสร้างช่องทางการตลาด โดยใช้ระบบ Facebook และ Shopee เนื่องจาก Application ดังกล่าวเป็นที่รู้จัก ยอมรับ และเข้าถึงได้ง่ายทั้งผู้ซื้อและผู้ขายรวมถึงระบบการใช้งานไม่ซับซ้อน ซึ่งความพึงพอใจของผู้อบรม ความพึงพอใจในภาพรวมของการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ส่งเสริมช่องทางการตลาดผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล ระดับดี ร้อยละ 60 และระดับดีมาก ร้อยละ 40 ตามลำดับและความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมอบรมได้รับความรู้ตามความต้องการอยู่ในระดับดีมากและระดับดี ร้อยละ 50 เท่ากัน การติดตามผลในการประชาสัมพันธ์และขายสินค้า พบว่า ผู้ดูแลเพจสินค้ามีความชำนาญในการใช้เพจ Facebook มากกว่าโปรแกรมประยุกต์ Shopee และสามารถใช้ Facebook ประชาสัมพันธ์สินค้า และตอบคำถามผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี โดยใช้เพจขายสินค้า Facebook ชื่อ “ผลิตภัณฑ์ผ้าปักชาวเขาและผ้าเขียนเทียน” กลุ่มซื้อสินค้าค้นหาข้อมูล โดยใช้คำสำคัญที่เกี่ยวข้องกับ “สินค้าชาวเขา” และแนวทางในการส่งเสริมทักษะและความต้องการในอนาคตของกลุ่มวิสาหกิจฯ ควรส่งเสริมทักษะด้านการพัฒนาเว็บไซต์ที่สามารถใช้ระบบธนาคาร และการจัดการด้านการเงินอย่างมีมาตรฐาน รวมถึงผู้ทำหน้าที่ดูแล เพจสินค้า ในการรับคำสั่งซื้อสินค้า รวมถึงการทำให้เพจมีกิจกรรมการเคลื่อนไหวอย่างสม่ำเสมอ



การเสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ที่สะท้อนคุณค่าขององค์ความรู้ของกลุ่มชาติพันธุ์ เป็นแนวทางเดียวกับแนวคิดขององค์การยูเนสโก เห็นความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรม ที่เป็นองค์ความรู้และภูมิปัญญา และทำโครงการ “Woman E-nspire Culture” ที่ดำเนินการในปี พ.ศ. 2562 เพื่อส่งเสริมให้สตรีในกลุ่มชาติพันธุ์มีทักษะด้านการเป็นผู้ประกอบการและมีทักษะความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล มีโอกาสในการพัฒนาทักษะด้านการตลาดเพื่อการสร้างรายได้สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งไม่ใช่เพียงกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง แต่รวมถึงกลุ่มชาติพันธุ์ทั้งกะเหรี่ยง อาข่า ซึ่งทำให้กลุ่มชาติพันธุ์สามารถสื่อสารถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาในองค์ความรู้ดั้งเดิมเป็นแนวทางในการถ่ายทอดความรู้ดั้งเดิมสู่รุ่นต่อไป

ข้อเสนอแนะ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนม้งฯ ควรดำเนินการให้ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากผ้าเขียนเทียนม้งมีความเคลื่อนไหวผ่านกิจกรรมประชาสัมพันธ์ในรูปแบบต่างๆ อย่างสม่ำเสมอ เช่น กิจกรรมการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนม้งฯ สินค้าและผลิตภัณฑ์ใหม่ กิจกรรมส่งเสริมการตลาด เป็นต้น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยและพัฒนาเพื่อส่งเสริมสมรรถนะเชิงธุรกิจสำหรับสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ เช่น การพัฒนาเว็บไซต์เชิงธุรกิจ กลยุทธ์ทางการตลาด การเสริมสร้างศักยภาพการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น
2. การวิจัยเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ่านอัตลักษณ์ของความเป็นชาติพันธุ์ม้ง โดยใช้การเล่าเรื่องราวและประสบการณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ (Storytelling Study)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่องการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนจากลวดลายผ้าเขียนเทียนชาวม้ง ผ่านเทคโนโลยีดิจิทัลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนม้ง บ้านขุนห้วยแม่เปา ตำบลแม่เปา อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย ได้รับทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย ประจำปีงบประมาณ 2562 ขอขอบคุณกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าเขียนเทียนม้ง รวมถึงบุคคลที่เกี่ยวข้องที่ให้ความร่วมมือจนทำให้งานวิจัยสามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่น และประสบความสำเร็จ

References

- Chamnanpon, K., & Lowanichchai, S. (2019). A Development Model of Digital Technology for Supporting Entrepreneur. *Ratchaphruek Journal*, 17(2), 130-138.
- Fongissara, N., & Mekara, S. (2020). Creative Economy Management and Cultural Surveillance for Sustainable Tourism in Chiang Rai Province. *Lampang Rajabhat University Journal*, 9(1), 51-63. Retrieved from <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JLPRU/article/view/244110>
- JabJone, S., & Lowanichchai, S. (2019). Development of Information Technology Potential to Enhance Marketing Opportunities of OTOP Entrepreneurs in Nakhon Ratchasima. *Journal of Research and Development, Buriram Rajabhat University*, 14(1), 39-50. Retrieved from <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/RDIBRU/article/view/170620/142138>



Jensantikul, N. (2019). The Development of Community Enterprise in Lower Central Provinces Region 1 to Enhance its Competitiveness in the ASEAN Community. *Political Science and Public Administration Journal*, 10(1), 95–120. Retrieved from <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/polscicmujournal/article/view/125930>

Norrratputhi, K. (2019). *Culture: From Worth to Value*. Retrieved from <http://article.culture.go.th/index.php/template-features/137-2019-07-02-06-14-35>

Promsaka Na Sakolnakorn, T. (2013). *Management and Development of Community Enterprise*. Songkhla: Institute for Peace Studies, Prince of Songkla University.

Saleewong, D., & Iam-khong, N. (2017). An Apply of Information Technology with the Management of Product Community for Sustainable Economic. *Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts)*, 10(3), 2355–2371. Retrieved from <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/111290>

Somprasong, P., & Thongmak, M. (2015). Social Media Use in Thai SMEs: A Focus on Enhancing Customer Relationships. *Journal of Information Systems in Business (JISB)*, 1(1), 86–101. <http://doi.org/10.14456/jisb.2015.8>

Soonswon, K., Chanakul, T., Tungyen, N., Meechoke, J., & Amleng, W. (2017). Development of E-Commerce for Small and Micro Community Enterprise Kuan Namsai Housewife Group, Satun Province. In *The 8th Hatyai National and International Conference, Hatyai University, 22 June 2017* (pp. 1114–1125). Retrieved from [http://www.hu.ac.th/conference/conference2017/proceedings/data/05-2-Poster%20Presentation/6.Information%20Technology/51-090I-P\(กรกมล%20%20สุนสุวรรณ\).pdf](http://www.hu.ac.th/conference/conference2017/proceedings/data/05-2-Poster%20Presentation/6.Information%20Technology/51-090I-P(กรกมล%20%20สุนสุวรรณ).pdf)

Suadate, A. (2016). *Sales Promotion Process for Community Products through E-commerce Channel: A Case Study on Saibua Community Enterprise* (Master's thesis). Thammasat University, Bangkok. Retrieved from http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2016/TU_2016_5600030042_5898_5539.pdf

The Support Arts and Crafts International Centre of Thailand. (n.d.). *Types of Handicrafts Hmong Batik*. Retrieved from https://www.sacict.or.th/uploads/items/attachments/cd9dee20024dab5622a853bfb3f1bcfc/_c37c475fc45f873a3c70ac7b4b96c31a.pdf