



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวทางการพัฒนากระบวนการดำเนินงานกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการพัฒนากระบวนการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง ตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี และ 2) นำเสนอแผนการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaire) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ คณะกรรมการ และสมาชิกกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี จำนวน 5 กลุ่ม สามารถทำการเก็บรวบรวมได้ จำนวน 120 คน ซึ่งสามารถสรุปรายละเอียดของผลการวิเคราะห์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

การนำเสนอผลการวิจัยในครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตามตาราง 3-4

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาวัตถุดิบ ด้านการออกแบบ ด้านการผลิต และ ด้านการตลาด ตามตาราง 5-8

ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานของกลุ่ม

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

76

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ผลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตาราง 3 แสดงจำนวนและร้อยละของข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	จำนวน	ร้อยละ
กลุ่มที่ / หมู่ที่		
กลุ่มที่ 1 หมู่ที่ 4	40	33.3
กลุ่มที่ 2 หมู่ที่ 5	39	32.5
กลุ่มที่ 3 หมู่ที่ 6	11	9.2
กลุ่มที่ 4 หมู่ที่ 7	22	18.3
กลุ่มที่ 5 หมู่ที่ 12	8	6.7
รวม	120	100
เพศ		
หญิง	117	97.5
ชาย	3	2.5
รวม	120	100
อายุ		
ต่ำกว่า 30 ปี	2	1.7
30 – 40 ปี	26	21.7
41 – 50 ปี	59	49.2
51 – 60 ปี	22	18.3
สูงกว่า 60 ปี	11	9.1
รวม	120	100
สถานภาพ		
โสด	11	9.2
สมรส	109	90.8
รวม	120	100



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

77

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	จำนวน	ร้อยละ
การศึกษา		
ประถม	100	83.3
มัธยม	15	12.5
ปวช.	3	2.5
ปริญญาตรี	2	1.7
รวม	120	100
ตำแหน่ง		
ประธาน	5	4.2
เลขานุการ	5	4.2
เหรัญญิก	5	4.2
ประชาสัมพันธ์	5	4.2
อื่นๆ	100	83.3
รวม	120	100
ระยะเวลาการเป็นสมาชิกกลุ่ม		
1-5 ปี	1	0.8
6-10 ปี	53	44.2
11-20 ปี	17	14.2
21-30 ปี	33	27.5
มากกว่า 30 ปี	16	13.3
รวม	120	100
เงินทุนในการดำเนินงานกลุ่ม		
10,000 – 30,000 บาท	33	27.5
30,000 – 50,000 บาท	33	27.5
50,000 – 100,000 บาท	-	-
100,000 – 400,000 บาท	45	37.5
ไม่ตอบ	9	7.5
รวม	120	100



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

78

ตาราง 3 (ต่อ)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์	จำนวน	ร้อยละ
รายได้เฉลี่ยจากการทอผ้า		
3,000 – 4,000 บาท	90	75
4,001 – 5,000 บาท	27	22.5
5,001 – 10,000 บาท	2	1.7
ไม่ตอบ	1	0.8
รวม	120	100
ความรู้ที่ใช้ในการทอผ้า		
ได้รับถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ	81	67.5
มีการพัฒนาเพิ่มเติม	71	59.2
ได้รับจากการอบรม	62	51.7
จากการศึกษาดูงาน	41	34.2
รวม	120	100

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง หมู่ที่ 4 จำนวน 40 คนคิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาเป็นกลุ่มทอผ้าพื้นเมือง หมู่ที่ 5 จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 97.5 และเพศชาย จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 41 - 50 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมาอยู่ในช่วงอายุระหว่าง 30 – 40 ปี จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 21.7 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สมรส จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 90.8 และมีสถานภาพโสด จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 การศึกษาของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ศึกษาระดับประถมศึกษา จำนวน 100 คนคิดเป็นร้อยละ 83.3 รองลงมาศึกษาในระดับมัธยมศึกษา จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 12.5 ตำแหน่งของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตำแหน่งอื่น ๆ (เป็นสมาชิก) จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาตำแหน่งเลขานุการ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 10 ระยะเวลาการเป็นสมาชิกกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงเวลา 6-10 ปี จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

รองลงมาอยู่ในช่วงเวลา 21-30 ปี จำนวน 33 คน คิดเป็น ร้อยละ 27.5 เงินทุนในการดำเนินงานของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีเงินทุน อยู่ระหว่าง 100,001 – 400,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5 รองลงมามีเงินทุนอยู่ระหว่าง 10,000 – 30,000 บาท จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 และมีเงินทุนอยู่ระหว่าง 30,001 – 50,000 บาท จำนวน 33 ราย คิดเป็นร้อยละ 27.5 รายได้เฉลี่ยจากการทอผ้าของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้อยู่ระหว่าง 3,000 – 4,000 บาท จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมามีรายได้อยู่ระหว่าง 4,001 – 5,000 บาท จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 22.5 การได้รับความรู้ ได้รับความรู้จากการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 67.5 มีการพัฒนาเรียนรู้เพิ่มเติม จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 59.2 ได้รับความรู้จากการอบรม จำนวน 62 คน ร้อยละ 51.7 และได้รับความรู้จากการศึกษาดูงานจากพื้นที่อื่น จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3 และส่วนใหญ่ทอผ้าเป็นอาชีพรอง จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 99.2 และทอผ้าเป็นอาชีพหลัก จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8

ตาราง 4 ข้อมูลการจัดตั้งกลุ่มและสมาชิกจัดตั้งและปัจจุบัน

หมู่ที่	จัดตั้งเมื่อ พ.ศ.	จำนวนสมาชิกจัดตั้ง	จำนวนสมาชิกปัจจุบัน
4	2527	20	60
5	2538	25	60
6	2547	9	35
7	2544	12	45
12	2539	9	30

จากตาราง 4 วิเคราะห์ข้อมูลได้ว่ากลุ่มที่มีการจัดตั้งนานที่สุดคือกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองหมู่ที่ 4 ตำบล โคกเจริญ อำเภอ โคกเจริญ จังหวัดลพบุรี รองลงมาคือกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองหมู่ที่ 5 ตำบล โคกเจริญ อำเภอ โคกเจริญ จังหวัดลพบุรี และสมาชิกจัดตั้งมากที่สุดคือกลุ่มทอผ้าหมู่ที่ 5 ตำบล โคกเจริญ อำเภอ โคกเจริญ จังหวัดลพบุรี รองลงมาคือกลุ่มทอผ้าหมู่ที่ 4 ตำบล โคกเจริญ อำเภอ โคกเจริญ จังหวัดลพบุรี และสมาชิกมากสุดในปัจจุบันคือสมาชิกหมู่ที่ 4 และหมู่ที่ 5 ตำบล โคกเจริญ อำเภอ โคกเจริญ จังหวัดลพบุรี รองลงมาคือกลุ่มทอผ้าหมู่ที่ 7 ตำบล โคกเจริญ อำเภอ โคกเจริญ จังหวัดลพบุรี



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

80

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี ใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดหาวัตถุดิบ ด้านการออกแบบ ด้านการผลิต และด้านการตลาด

ตาราง 5 แสดงจำนวนและร้อยละของกระบวนการด้านการหาวัตถุดิบ

ข้อมูลด้านวัตถุดิบ	จำนวน	ร้อยละ
1. เส้นด้าย		
ผลิตเอง	2	1.7
กลุ่มจัดซื้อมาให้	56	46.7
ซื้อร้านค้าในอำเภอ	41	34.2
ซื้อร้านค้าในจังหวัด/ต่างจังหวัด	21	17.5
รวม	120	100
2. สีย้อม		
ผลิตเอง	2	1.7
กลุ่มจัดซื้อมาให้	49	40.8
ซื้อร้านค้าในอำเภอ	48	40.0
ซื้อร้านค้าในจังหวัด/ต่างจังหวัด	21	17.5
รวม	120	100
3. การได้มาของวัตถุดิบ		
กลุ่มจัดหา/ซื้อมาให้	107	89.2
ผู้ว่าจ้างจัดหามาให้	1	0.8
อื่น ๆ (สมาชิกจัดหาเอง)	11	9.2
ไม่ตอบ	1	0.8
รวม	120	100
4. การชำระเงินค่าเส้นด้าย		
เงินสด	60	50
เงินเชื่อ	14	11.7
กลุ่มหักเมื่อมาขายผ้า	46	38.3
รวม	120	100



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

81

ตาราง 5 (ต่อ)

ข้อมูลด้านวัตถุดิบ	จำนวน	ร้อยละ
5. การชำระเงินค่าสีย้อม		
เงินสด	105	87.5
เงินเชื่อ	10	8.3
กลุ่มหักเมื่อมาขายผ้า	5	4.2
รวม	120	100
6. ขนาดเส้นด้ายที่ใช้		
เส้นเล็ก	103	85.8
เส้นเล็กและเส้นใหญ่	17	14.2
รวม	120	100
7. สีที่ใช้ในการผลิต		
สีธรรมชาติ	9	7.5
สีวิทยาศาสตร์	96	80
สีธรรมชาติและวิทยาศาสตร์	15	12.5
รวม	120	100
8. ความพอเพียง		
พอเพียงตลอดปี	104	86.7
ไม่เพียงพอ	9	7.5
รวม	113	94.2

จากตาราง 5 ผลการวิเคราะห์กระบวนการด้านการจัดหาวัตถุดิบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่กลุ่มเป็นผู้จัดซื้อเส้นด้าย จำนวน 56 คนคิดเป็นร้อยละ 46.7 และสีย้อม จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 40.8 มาให้ รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามซื้อจากร้านค้าในอำเภอ จำนวนผู้ซื้อเส้นด้าย จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 34.2 จำนวนผู้ซื้อสีย้อมผ้า จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 40 การได้มาของวัตถุดิบ (เส้นด้าย/สีย้อม) ส่วนใหญ่กลุ่มเป็นผู้จัดหา/ซื้อมาให้ จำนวน 107 คน คิดเป็นร้อยละ 89.2 รองลงมาสมาชิกจัดหาเอง จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 9.2 การชำระเงินค่าวัตถุดิบ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

(เส้นด้าย) ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระเป็นเงินสด จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 50 รองลงมา โคนหักเงินเมื่อมาขายผ้าให้กลุ่ม จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 38.3 ส่วนสีย้อมผ้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชำระเป็นเงินสด จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมา ซื้อเป็นเงินเชื่อ จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 8.3 ขนาดเส้นด้ายที่ใช้ส่วนใหญ่ใช้ด้านเส้นเล็ก จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 85.8 สีย้อมส่วนใหญ่ใช้สีวิทยาศาสตร์ จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 80 ความเพียงพอของวัตถุดิบ ส่วนใหญ่มีความเพียงพอตลอดปี จำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 86.7

ตาราง 6 แสดงจำนวนและร้อยละของกระบวนการด้านการออกแบบ

ข้อมูลด้านการออกแบบ	จำนวน	ร้อยละ
1. การออกแบบลวดลาย		
ออกแบบเอง	54	45
ไม่ได้ออกแบบเอง	66	55
รวม	120	100
ผู้เชี่ยวชาญออกให้	88	73.3
ผู้เชี่ยวชาญไม่ได้ออกให้	31	26.7
รวม	120	100
ลูกค้าออกให้	10	8.3
ลูกค้าไม่ได้ออกให้	110	91.7
รวม	120	100
เลียนแบบผู้อื่น	4	3.3
ไม่ได้เลียนแบบผู้อื่น	116	96.7
รวม	120	100
มีลายประจำกลุ่ม	50	41.7
ไม่มีลายประจำกลุ่ม	70	58.3
รวม	120	100



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 6 (ต่อ)

ข้อมูลด้านการออกแบบ	จำนวน	ร้อยละ
2. การเรียนรู้การออกแบบ		
เรียนรู้เอง	14	11.7
ไม่ได้เรียนรู้เอง	106	88.3
รวม	120	100
เรียนรู้จากสมาชิกในกลุ่ม	22	18.3
ไม่ได้เรียนรู้จากสมาชิกในกลุ่ม	98	81.7
รวม	120	100
เรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ	101	84.2
ไม่ได้เรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ	19	15.8
รวม	120	100
เรียนรู้จากคำแนะนำลูกค้า	16	13.3
ไม่ได้เรียนรู้จากคำแนะนำลูกค้า	104	86.7
รวม	120	100
3. ลักษณะของลวดลาย		
ลายดั้งเดิม	25	20.8
พัฒนาลวดลายใหม่เสมอ	35	29.2
ใช้แบบเดิมและพัฒนาร่วมสมัย	59	49.2
ไม่ตอบ	1	0.8
รวม	120	100

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์กระบวนการด้านการออกแบบพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการออกแบบลวดลายโดยการใช้ผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ออกแบบให้ จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 73.3 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามออกแบบเอง จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 45 สำหรับการเรียนรู้การออกแบบ ส่วนใหญ่ เรียนรู้จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 84.2 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามเรียนรู้จากสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ลักษณะ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

84

ของลวดลาย ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามใช้แบบดั้งเดิมและพัฒนาให้ร่วมสมัย จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามมีการพัฒนาลวดลายใหม่อยู่เสมอ จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 29.2

ตาราง 7 แสดงจำนวนและร้อยละของกระบวนการด้านการผลิต

ข้อมูลด้านการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
1. การขึ้นเครื่องด้าย		
ขึ้นเอง	29	24.2
จ้างคนอื่นขึ้น	42	35.0
กลุ่มขึ้นให้	48	40
ไม่ตอบ	1	0.8
รวม	120	100
2. การมัดหมี่		
มัดเอง	119	99.2
มัดไม่ได้	1	0.8
รวม	120	100
3. การทอผ้า		
ทอผ้าเป็น	120	100
ทอผ้าไม่เป็น	0	0
รวม	120	100
4. ระยะเวลาในการทอผ้า		
ใช้เวลาในการทอผ้าน้อยสุด		
ลายหลุยส์		
ทอเสร็จ ภายใน 2 วัน	62	51.7
ทอไม่เสร็จ ภายใน 2 วัน	58	48.3
รวม	120	100



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

85

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูลด้านการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ดอกพิกุล		
ทอเสร็จ ภายใน 2 วัน	40	33.3
ทอไม่เสร็จ ภายใน 2 วัน	80	66.7
รวม	120	100
ดอกพิกุลวัง		
ทอเสร็จ ภายใน 2 วัน	40	33.3
ทอไม่เสร็จ ภายใน 2 วัน	80	66.7
รวม	120	100
เข็มขัดนาก		
ทอเสร็จ ภายใน 2 วัน	48	40
ทอไม่เสร็จ ภายใน 2 วัน	72	60
รวม	120	100
ขอโคกเจริญ		
ทอเสร็จ ภายใน 2 วัน	51	42.5
ทอไม่เสร็จ ภายใน 2 วัน	69	57.5
รวม	120	100
ขอไบเทศ		
ทอเสร็จ ภายใน 2 วัน	68	56.7
ทอไม่เสร็จ ภายใน 2 วัน	52	43.3
รวม	120	100
แจกัน		
ทอเสร็จ ภายใน 2 วัน	69	57.5
ทอไม่เสร็จ ภายใน 2 วัน	51	42.5
รวม	120	100



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา⁸⁶

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูลด้านการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
ช้างสยาม		
ทอเสร็จ ภายใน 2 วัน	39	32.5
ทอไม่เสร็จ ภายใน 2 วัน	81	67.5
รวม	120	100
วังนารายณ์		
ทอเสร็จ ภายใน 2 วัน	40	33.3
ทอไม่เสร็จ ภายใน 2 วัน	80	66.7
รวม	120	100
ร้อยมะลิ		
ทอเสร็จ ภายใน 2 วัน	58	48.3
ทอไม่เสร็จ ภายใน 2 วัน	62	51.7
รวม	120	100
ดอกมะลิ		
ทอเสร็จ ภายใน 2 วัน	80	66.7
ทอไม่เสร็จ ภายใน 2 วัน	40	33.3
รวม	120	100
5. คุณภาพการผลิต		
ผลิตซ้ำและมีคุณภาพคงเดิม	118	98.3
ผลิตซ้ำแต่คุณภาพด้อยกว่าเดิม	2	1.7
รวม	120	100
6. ปริมาณการผลิต		
ไม่สามารถผลิตได้ตามกำหนด	43	35.8
ผลิตได้ตามกำหนด	75	62.5
อื่น ๆ	1	0.8
ไม่ตอบ	1	0.8
รวม	120	100



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

87

ตาราง 7 (ต่อ)

ข้อมูลด้านการผลิต	จำนวน	ร้อยละ
7. การข้อมผ้า		
ไม่มีผลกระทบ	25	20.8
มีผลกระทบมาก	11	9.2
มีผลกระทบแต่แก้ไขได้	84	70
รวม	120	100
8. การทอผ้า		
ไม่มีผลกระทบ	53	44.2
มีผลกระทบ	11	9.2
มีผลกระทบแต่แก้ไขได้	56	46.7
รวม	120	100

จากตาราง 7 ผลการวิเคราะห์กระบวนการด้านการผลิตพบว่า การขึ้นเครื่องด้วยผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้กลุ่มขึ้นให้ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามจ้างคนอื่นขึ้นให้ จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 35 การมัดหมี่ ส่วนใหญ่ ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถมัดเองได้ จำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 99.2 สำหรับการทอผ้าผู้ตอบแบบสอบถามสามารถทอได้เอง ทั้งหมด จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 100 ระยะเวลาในการทอผ้าทุกลาย ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการทอ จำนวน 2 วัน เฉพาะลายหลุยส์ ลายขอไบเทศ ลายแจกัน และลายดอกมะติ คุณภาพการผลิต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สามารถผลิตซ้ำได้และมีคุณภาพคงเดิม จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 98.3 ปริมาณการผลิต ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ผลิตได้ตามกำหนด จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 62.5 รองลงมาไม่สามารถผลิตได้ตามกำหนด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 การข้อมผ้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่ามีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่สามารถแก้ไขได้ จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าไม่มีผลกระทบ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 สำหรับการทอผ้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่ามีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแต่สามารถแก้ไขได้ จำนวน 56 คน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

คิดเป็นร้อยละ 46.7 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าไม่มีผลกระทบ จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 44.2

ตาราง 8 แสดงจำนวนและร้อยละของกระบวนการด้านการตลาด

ข้อมูลด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
1. แหล่งจำหน่ายหลัก		
ภายในจังหวัด	61	50.8
ต่างจังหวัด	59	49.2
รวม	120	100
2. วิธีการจำหน่าย		
ด้วยตนเอง	30	25
ผ่านตัวแทน	20	16.7
ด้วยตนเองและผ่านตัวแทนในประเทศ	11	9.2
ด้วยตนเองและผ่านตัวแทนในและต่างประเทศ	-	-
มีผู้มาซื้อที่กลุ่ม	87	72.5
รวม	120	100
3. ปริมาณการจำหน่าย		
1 – 5 ชิ้น	43	35.8
6 – 10 ชิ้น	2	1.7
มากกว่า 10 ชิ้น	73	60.8
ไม่ตอบ	2	1.7
รวม	120	100
4. การกำหนดราคา		
ผู้ผลิตกำหนด	99	82.5
พ่อค้าคนกลางกำหนด	14	11.7
อื่น ๆ (ลูกค้ากำหนด)	1	0.8
ไม่ตอบ	6	5
รวม	120	100



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 8 (ต่อ)

ข้อมูลด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
5. ราคาที่ขาย/ชิ้น (4 เมตร มีลวดลาย)		
ต่ำสุด		
550 บาท/ชิ้น	40	33.3
420 บาท/ชิ้น	22	18.3
500 บาท/ชิ้น	19	15.8
700 บาท/ชิ้น	19	15.8
900 บาท/ชิ้น	14	11.7
800 บาท/ชิ้น	4	3.3
600 บาท/ชิ้น	1	.8
1,000 บาท/ชิ้น	1	.8
รวม	120	100
สูงสุด		
1,200 บาท/ชิ้น	43	35.8
850 บาท/ชิ้น	39	32.5
520 บาท/ชิ้น	22	18.3
600 บาท/ชิ้น	11	9.2
1,500 บาท/ชิ้น	2	1.7
1,300 บาท/ชิ้น	1	.8
1,400 บาท/ชิ้น	1	.8
120 บาท/ชิ้น	1	.8
รวม	120	100
6. ความต้องการของลูกค้า		
ลูกค้าเก่าแต่ซื้อไม่สม่ำเสมอ	7	5.8
มีลูกค้าเก่า/ใหม่และสั่งซื้อสม่ำเสมอ	112	9.3
ไม่ตอบ	1	0.8
รวม	120	100



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

90

ตาราง 8 (ต่อ)

ข้อมูลด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
7. ลายที่ขายดีที่สุด		
ลายหลุยส์	51	42.5
ดอกพิกุล	105	87.5
ดอกพิกุลวัง	34	28.3
เข็มขัดนาก	27	22.5
ขอ โศกเจริญ	23	19.2
แจกัน	22	18.3
ช้างสยาม	32	26.7
วังนารายณ์	37	30.8
ร้อยมะลิ	33	27.5
ดอกมะลิ	31	25.8
8. สีที่ขายดี		
สีแดง	24	20.0
น้ำเงิน	32	26.7
ดำ	15	12.5
เขียว	25	20.8
เหลือง	51	42.5
ชมพู	33	27.5
สีเข้ม	38	31.7
สีอ่อน	29	24.2
สีธรรมชาติ	34	28.3
9. การประชาสัมพันธ์		
ภายในจังหวัด	43	35.8
ภายในและต่างจังหวัด	76	63.3
ไม่ตอบ	1	0.80
รวม	120	100



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

91

ตาราง 8 (ต่อ)

ข้อมูลด้านการตลาด	จำนวน	ร้อยละ
10. ลักษณะการประชาสัมพันธ์		
แผ่นพับ	17	14.2
จัดแสดงสินค้า	82	68.3
ทางวิทยุ	1	0.8
สื่อโทรทัศน์	20	16.7
รวม	120	100
11. การประสานงาน		
ภายในกลุ่ม	45	37.5
ภายในตำบล	70	58.3
ภายในอำเภอ/จังหวัด	92	76.7
กลุ่มอาชีพกับ อบต. ในอำเภอ	36	30.0
กลุ่มอาชีพกับ อบต. ในอำเภอและในจังหวัด	7	5.8

จากตาราง 8 ผลการวิเคราะห์กระบวนการด้านการตลาดพบว่าแหล่งจำหน่ายหลักผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่าอยู่ภายในจังหวัดลพบุรี จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 50.8 รองลงมาแหล่งจำหน่ายอยู่ต่างจังหวัด จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 49.2 วิธีการจำหน่าย ส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่ามีผู้มาซื้อที่กลุ่มเอง จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 72.5 สำหรับปริมาณการจำหน่ายผู้ตอบแบบสอบถามสามารถขายได้มากกว่า 10 ชิ้น/ครั้ง จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 60.8 รองลงมา ขายได้ 1-5 ชิ้น/ครั้ง จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 การกำหนดราคาขาย ผู้ตอบแบบสอบถามตอบว่าส่วนใหญ่ผู้ตอบแบบสอบถามกำหนดราคาเอง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 82.5 รองลงมาพ่อค้าคนกลางเป็นผู้กำหนดราคาเอง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 11.7 ราคาต่ำสุดส่วนใหญ่ขายในราคา 550 บาท/ชิ้น จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 33.3 รองลงมาขายในราคา 420 บาท/ชิ้น จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 ราคาขายสูงสุด ราคา 1,200 บาท/ชิ้น จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 รองลงมาขายในราคา 850 บาท/ชิ้น จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 ความต้องการของลูกค้า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่ามีลูกค้าทั้งเก่าและใหม่และสั่งซื้อสม่ำเสมอ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

92

จำนวน 112คน คิดเป็นร้อยละ 93.3 ลายที่ขายดีที่สุดคือลายดอกพิกุล จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 87.5 รองลงมาคือลายหุ่ยส์ จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 สีที่ขายดีที่สุดคือสีเหลือง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 42.5 รองลงมา คือ สีชมพู จำนวน 33 คนคิดเป็นร้อยละ 27.5 และสีเขียวที่ขายดีที่สุด จำนวน 38 คนคิดเป็นร้อยละ 31.7 รองลงมา คือ สีธรรมชาติ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 การประชาสัมพันธ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการประชาสัมพันธ์ทั้งในและนอกจังหวัด จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 63.3 รองลงมาประชาสัมพันธ์ภายในจังหวัด จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 ลักษณะของการประชาสัมพันธ์ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ตอบว่ามีการประชาสัมพันธ์โดยการจัดแสดงสินค้า จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 68.3 รองลงมาโฆษณาผ่านสื่อโทรทัศน์ จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 28.3 มีการประสานงานระหว่างกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ภายในอำเภอและในจังหวัด จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 76.7 รองลงมาประสานภายในตำบล จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัญหาและข้อเสนอแนะในการดำเนินงานของกลุ่ม

ด้านวัตถุดิบ

มีปัญหา ดังนี้

1. ไม่มีวัตถุดิบในพื้นที่
2. ใช้สีเคมีย้อมผ้าเป็นอันตรายต่อร่างกายคนย้อม
3. ไม่มีบ่อน้ำทิ้งสีย้อมผ้าที่ใช้สารเคมีที่ใช้แล้ว
4. ต่างคนต่างซื้อวัตถุดิบทำให้ไม่มีอำนาจในการต่อรองราคาวัตถุดิบ

ด้านการออกแบบ

มีปัญหา ดังนี้

ไม่มีการบันทึกความรู้ลายผ้าที่กลุ่มคิดค้นขึ้นมา เป็นลายลักษณะอักษร เพื่อเป็นการเผยแพร่ให้คนที่สนใจได้เรียนรู้ตกทอดสู่คนรุ่นหลัง

ด้านการผลิต

มีปัญหา ดังนี้

1. ไม่มีการผลิตผ้าที่ขายดีที่สุดสำรองไว้ในกลุ่ม เมื่อมีลูกค้าสั่งจึงจะผลิตทำให้ลูกค้าต้องรอนาน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

2. ไม่มีผู้ตรวจสอบคุณภาพของลายผ้าและเนื้อผ้าที่ทอออกจำหน่ายประจำกลุ่มทำให้การผลิตในหลายครั้งคุณภาพไม่เหมือนเดิม

ด้านการตลาด

มีปัญหา ดังนี้

1. มีนายทุนมาลงทุนให้กลุ่มทอผ้า
2. มีพ่อค้าคนกลางมารับผ้าไปขาย

ตอนที่ 4 แนวทางการพัฒนากระบวนการดำเนินงานกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองและการจัดทำแผนยุทธศาสตร์

ตาราง 9 แสดงประเด็นที่ต้องปรับปรุงยุทธศาสตร์และเป้าประสงค์ของแนวทางการพัฒนา

ประเด็นที่ควรปรับปรุง	ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์
1. ด้านวัตถุดิบ 1.1 การจัดซื้อ/จัดหาวัตถุดิบ 1.2 การมีวัตถุดิบที่เป็นธรรมชาติ	ยุทธศาสตร์การพัฒนา สินค้าให้มีคุณภาพ ยุทธศาสตร์การเสริม ขีดความสามารถของ กลุ่ม	1. กลุ่มสามารถบริหารจัดการ กลุ่มอย่างมีประสิทธิภาพ 2. กลุ่มมีความรู้ความเข้าใจ กระบวนการผลิต
2. ด้านการออกแบบ ไม่มีการบันทึกลวดลายผ้าและมัดย้อม	ยุทธศาสตร์การ เสริมสร้างความ เข้มแข็งให้กับสินค้า	กลุ่มมีความรู้ความเข้าใจ กระบวนการออกแบบและ สามารถถ่ายทอดได้เหมือน ต้นแบบ
3. ด้านการผลิต 3.1 กลุ่มไม่สามารถผลิตผ้าได้ตามลูกค้า กำหนด 3.2 ไม่มีสถานที่ที่ข้อมเสีมีที่มีมาตรฐาน	ยุทธศาสตร์การพัฒนา สินค้าให้มีคุณภาพ ยุทธศาสตร์การพัฒนา ทุนของกลุ่ม	1. กลุ่มมีความรู้ความเข้าใจ กระบวนการผลิต 2. กลุ่มสามารถบริหารทุนของ กลุ่มได้อย่างสมประโยชน์ สูงสุด



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 9 (ต่อ)

ประเด็นที่ควรปรับปรุง	ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์
4. ด้านการตลาด การจำหน่ายผ่านตัวแทน	ยุทธศาสตร์การ เสริมสร้างความ เข้มแข็งให้กับสินค้า	กลุ่มมีความรู้ความเข้าใจ ขั้นตอนการตลาด

การจัดทำแผนยุทธศาสตร์

แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาระบบการดำเนินงานกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรี วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรค กำหนดเป็นยุทธศาสตร์แนวทางการพัฒนา และตัวชี้วัดในแต่ละด้าน ดังนี้

จุดแข็ง (Strengths)

1. สมาชิกมีทุนทางภูมิปัญญาในด้านการสร้างสรรค์ลวดลายการมัดย้อมและย้อมสี ทำให้ง่ายต่อการต่อยอดการตลาดให้ร่วมสมัย
2. กลุ่มมีนวัตกรรมใหม่ ๆ อยู่เสมอเนื่องจากมีภูมิปัญญาอยู่ในกลุ่มจึงเป็นที่รู้จักทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัดทั่วประเทศ ทำให้มีตลาดกว้างขวาง
3. สมาชิกมีความสามารถในการเรียนรู้และมีความชำนาญในการทอผ้าทุกขั้นตอน
4. ผ้าทอของตำบลโคกเจริญมีลักษณะเด่น คือเป็นผ้าทอที่เนื้อดี ทอแน่น มีน้ำหนัก

จุดอ่อน (Weakness)

1. การดำเนินงานกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองตำบลโคกเจริญมีการ แบ่งการบริหารออกเป็นกลุ่มย่อย ตามหมู่บ้าน แต่ขาดการประชุมร่วมกันทุกกลุ่มทำให้ขาดการประสานงานในลักษณะของเครือข่าย
2. สมาชิกไม่กล้าแสดงความคิดเห็นเวลาประชุมกลุ่ม ขาดการสะท้อนปัญหาที่แท้จริงของกลุ่ม ทำให้แก้ปัญหาไม่ตรงจุด
3. สมาชิกส่วนใหญ่มีหนี้สิน จึงขาดเงินทุนในการทอผ้าต้องกู้ยืมเงินจากนายทุนมาทอผ้า ทำให้ไม่มีอำนาจต่อรองในเรื่องสัดส่วนของการตลาด
4. กลุ่มขาดทักษะในการจัดการด้านการตลาดเพราะมีพ่อค้าคนกลางมารับซื้อถึงกลุ่ม และมีนายทุนมาลงทุนขึ้นเครือข่ายให้สมาชิกทอผ้าใช้หนี้



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

95

5. ไม่มีการจัดบันทึกตลาดขายผ้า การมัดข้อมเป็นลายลักษณ์อักษร เมื่อทอผ้าออกมาจำหน่ายและเป็นที่ต้องการของลูกค้า กลุ่มไม่สามารถผลิตผ้าได้เหมือนเดิม

6. กลุ่มไม่มีแผนการดำเนินงานและกำหนดเป้าหมายร่วมกันระหว่างสมาชิกในกลุ่ม ทำให้การดำเนินงานของกลุ่มไม่มีประสิทธิภาพ

โอกาส (Opportunities)

1. นโยบายของรัฐบาลให้การสนับสนุนการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ทั่วประเทศ ทำให้กลุ่มได้รับการสนับสนุนด้านต่าง ๆ มากขึ้น

2. ปัจจุบันประชาชนมีกระแสนิยมการใช้ผ้าทอพื้นเมืองเพิ่มมากขึ้น เพื่อเป็นการสืบสานภูมิปัญญาไทย และสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน

อุปสรรค (Threats)

1. สถานการณ์ทางการเมืองที่รัฐบาลไม่สามารถควบคุมได้ ทำให้ประชาชนระมัดระวังในการใช้จ่ายเงินลง

2. นโยบายของรัฐบาลมีทิศทางการส่งเสริมเน้นการแข่งขัน ให้ความสำคัญเชิงเศรษฐกิจมากกว่าคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญา

3. เนื่องจากเป็นนโยบายสำคัญของทางรัฐบาล จึงมีหน่วยงานหลายหน่วยงานลงไปปฏิบัติงานในเรื่องผลิตภัณฑ์ชุมชนหลายหน่วยงานแต่เป็นในลักษณะเป็นครั้งคราวไม่ต่อเนื่องและขาดการประสานงานระหว่างหน่วยงานให้บูรณาการการทำงานในเรื่องเดียวกัน

4. ปัจจุบันการติดต่อสื่อสารมีหลายช่องทางและสะดวกรวดเร็ว มีการศึกษาดูงานแลกเปลี่ยนความรู้กันระหว่างพื้นที่ต่าง ๆ มีการเลียนแบบกันทำให้เอกลักษณ์ทางภูมิปัญญาแต่ละพื้นที่ไม่มี อีกทั้งเกิดสงครามในการลดราคาเพื่อขายสินค้าได้เพิ่มขึ้น ทำให้ราคาผ้าทอพื้นเมืองต่ำลง ผู้ทอผ้าได้ค่าตอบแทนไม่คุ้มเวลาที่เสียไป จึงเลิกทอผ้าหรือทอให้ได้ปริมาณมากขึ้นทำให้คุณภาพสินค้าลดลง

5. จากกระแสความนิยมการใช้สินค้าที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อมเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดข้อจำกัดของผ้าทอโคกเจริณู เนื่องจากใช้ ฝ้ายหรือไหมประดิษฐ์และสีสังเคราะห์

ตาราง 10 แสดงการวิเคราะห์ TOWS Matrix

ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก	จุดแข็ง (S)	จุดอ่อน (W)
โอกาส (O)	<p>ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ</p> <p>1. สมาชิกมีทุนทางภูมิปัญญาในด้านการสร้างสรรค์ลดทลายการมัตถายและข้อมสึ ทำให้ง่ายต่อการต่อยอดการทอผ้าให้ร่วมสมัย (S)</p> <p>2. ผ้าทอโลกเจริญเนื้อดี ทอแน่น มีน้ำหนัก (S)</p> <p>3. นโยบายรัฐบาลให้การสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่สากล (O)</p>	<p>ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างขีดความสามารถของกลุ่ม</p> <p>1. การบริหารงานเป็นแบบกลุ่มของหมู่บ้าน ขาดการประสานงานในรูปแบบเครือข่าย(W)</p> <p>2. สมาชิกไม่กล้าแสดงความคิดเห็น ทำให้กลุ่มแก้ปัญหาไม่ตรงจุด (W)</p> <p>3. กลุ่มไม่มีแผนการดำเนินงานและกำหนดเป้าหมายร่วมกัน(W)</p>
อุปสรรค (T)	<p>ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้สินค้า</p> <p>1. กลุ่มมีนวัตกรรมใหม่อยู่เสมอทำให้เป็นที่รู้จักทั่วประเทศ (S)</p> <p>2. สมาชิกมีความสามารถในการเรียนรู้ มีความชำนาญในการทอผ้าทุกขั้นตอน (S)</p> <p>1. สถานการณ์ทางการเมืองที่รัฐบาลไม่สามารถควบคุมได้ (T)</p> <p>2. มีการเลียนแบบกันทำให้คุณภาพและเอกลักษณ์ด้อยลง (T)</p>	<p>ยุทธศาสตร์การพัฒนาทุนของกลุ่ม</p> <p>1. สมาชิกส่วนใหญ่มีหนี้สิน ขาดทุนในการทอผ้า ต้องกู้ยืมรายทุน (W)</p> <p>2. กลุ่มขาดทักษะในการจัดการด้านตลาดเพราะมีพ่อค้าคนกลางรับซื้อ (W)</p> <p>3. ไม่มีการจดบันทึกลดทลายและการมัดข้อม (W)</p> <p>1. รัฐบาลเน้นการแข่งขันมากกว่าคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญา (T)</p> <p>2. ไม่มีการบูรณาการการทำงานของหน่วยงานต่าง ๆ (T)</p> <p>3. กระแสนิยมการใช้สินค้าเพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม (T)</p>



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

97

ผลจากการวิเคราะห์หน่วยงาน ผู้วิจัยได้นำไปกำหนดเป็นวิสัยทัศน์ พันธกิจ ยุทธศาสตร์ เป้าประสงค์ ตัวชี้วัด กลยุทธ์ กิจกรรม (งาน) โครงการ และกำหนดผู้รับผิดชอบ รายละเอียดดังนี้

แผนกลยุทธ์

วิสัยทัศน์ : เป็นแหล่งผลิตผ้าทอที่มีคุณภาพ ถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่ชนรุ่นหลัง มุ่งขยายตลาดสู่สากล

ตาราง 11 แสดงแผนกลยุทธ์

พันธกิจ	ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์ /โครงการ	ผู้รับผิดชอบ
สร้างมาตรฐานให้สินค้า	1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ	1. รักษากลุ่มลูกค้าเก่า 2. เพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่	ยอดจำหน่ายเพิ่มขึ้น	1. กลยุทธ์ส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอให้ได้มาตรฐาน 1.1 โครงการพัฒนาเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านผ้าทอพื้นเมือง 1.2 โครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทออย่างสร้างสรรค์ 1.3 โครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอให้ได้มาตรฐาน 1.4 ฝึกอบรมการทอผ้าลายใหม่ให้สมาชิก	อบค. การท่องเที่ยว พัฒนาชุมชน อุตสาหกรรม ราชภัฏเทพสตรี ผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านผ้า KBO จังหวัด
				2. กลยุทธ์ส่งเสริมการบริหารผลิตภัณฑ์ 2.1 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน	พัฒนาชุมชน ราชภัฏเทพสตรี การท่องเที่ยว วัฒนธรรม พาณิชย์ อบค.



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 11 (ต่อ)

พันธกิจ	ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์ /โครงการ	ผู้รับผิดชอบ
				2.2 โครงการส่งเสริม กลุ่มให้มีแผนธุรกิจที่มี มาตรฐาน	
				2.3 โครงการส่งเสริม หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิง อนุรักษ์วิถีชีวิตและภูมิ ปัญญาไทยด้านผ้าทอ พื้นเมือง	
				2.4 โครงการรณรงค์ให้ สมาชิกซื้อวัตถุดิบจาก กลุ่ม	
2. ยุทธศาสตร์	ผ้าทอ	ลูกค้ารู้จัก	ลูกค้ารู้จัก	การส่งเสริมความเข้มแข็ง	พัฒนาชุมชน
การ	พื้นเมือง	และยอมรับ	และยอมรับ	ให้กับผ้าทอ	ราชภัฏเทพสตรี
เสริมสร้าง	ตำบลโคก	ผ้าทอ	ผ้าทอ	1. โครงการจัดทำเว็บไซต์	การท่องเที่ยว
ความเข้มแข็ง	เจริญเป็นที่	พื้นเมือง	พื้นเมือง	ตำบล	วัฒนธรรม
ให้สินค้า	ยอมรับจาก	ตำบลโคก	ตำบลโคก	2. โครงการจัดสร้างศูนย์	พาณิชย์
	ลูกค้าทุก	เจริญเพิ่มขึ้น	เจริญเพิ่มขึ้น	แสดงสินค้าผ้าทอ	อบต.
	ระดับ			พื้นเมือง	KBO จังหวัด
				3. โครงการจัดแสดงผ้าทอ	ประชาสัมพันธ
				พื้นเมืองต่อสื่อมวลชน	จังหวัด
				และสาธารณะชนที่จัด	
				ขึ้นในงานต่าง ๆทั้งใน	
				และนอกประเทศ	
				4. จัดแสดงข่าวเมื่อมีการ	
				ผลิตสินค้าลวดลายใหม่	
				เป็นประจำอย่าง	
				สม่ำเสมอ	
				5. โครงการจัดงานสืบสาน	
				ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านผ้า	
				ทอพื้นเมือง	



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 11 (ต่อ)

พันธกิจ	ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์ /โครงการ	ผู้รับผิดชอบ
สร้างระบบจัดการความรู้และการบริหารจัดการกลุ่ม	3. ยุทธศาสตร์ การเสริมสร้างขีดความสามารถของกลุ่ม	กลุ่มสามารถบริหารจัดการความรู้และจัดการกลุ่มได้	คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มมีความรู้ความเข้าใจ และสามารถบริหารจัดการกลุ่มให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น	1. กลยุทธ์ส่งเสริมกระบวนการจัดการความรู้ของกลุ่ม 1.1 โครงการส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อแก้ไขปัญหาของกลุ่ม 1.2 โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่ม 1.3 โครงการสร้างและพัฒนาครุภูมิปัญญาต้นแบบด้านผ้าทอพื้นเมือง 2. กลยุทธ์เพิ่มศักยภาพเครือข่าย 2.1 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายผ้าทอพื้นเมือง 2.2 โครงการสร้างความร่วมมือระหว่างกลุ่ม เครือข่ายองค์กรชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน	อบต. พัฒนาชุมชน ปกครอง ราชภัฏเทพสตรี เครือข่ายOTOP พัฒนาชุมชน พาณิชย์จังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด ธนาคาร อบต. เครือข่ายองค์กรชุมชน ภาครัฐ และภาคเอกชน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ตาราง 11 (ต่อ)

พันธกิจ	ยุทธศาสตร์	เป้าประสงค์	ตัวชี้วัด	กลยุทธ์/โครงการ	ผู้รับผิดชอบ
	4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาทุนของกลุ่ม	กลุ่มมีความมั่นคงทางด้านเงินทุน	1. มีวัดคูคตเพิ่มขึ้น 2. มีทุนในการผลิตผ้าทอเพิ่มขึ้น 3. มีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น	1. กลยุทธ์ส่งเสริมและพัฒนาทุนให้เข้มแข็ง 1.1 โครงการปลูกฝ้าย ปลูกหม่อน และ ดันไม้ที่เกิดสี 1.2 โครงการณรงค์ให้สมาชิกมีการป้องกันร่างกายขณะย้อมผ้า 1.3 โครงการรณรงค์ให้กลุ่มใช้วัดคูคตจากธรรมชาติในการทอผ้า 1.4 โครงการจัดสร้างบ่อน้ำทิ้งที่ได้มาตรฐานในการย้อมผ้า 1.5 โครงการระดมทุนและจัดหาแหล่งเงินทุนทั้งภายในและภายนอกชุมชน	อบต. สาธารณสุข ทรัพยากรธรรมชาติ เกษตร ศึกษาศึกษาธิการ พาณิชย อุตสาหกรรม ธนาคาร

สรุปแผนกลยุทธ์

จากแผนกลยุทธ์ ผู้วิจัยได้จัดทำวิสัยทัศน์ คือ เป็นแหล่งผลิตผ้าทอที่มีคุณภาพ ถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่ชนรุ่นหลัง มุ่งขยายตลาดสู่สากล และได้กำหนดพันธกิจ สอดรับวิสัยทัศน์ ดังกล่าว จำนวน 3 พันธกิจ 4 ยุทธศาสตร์ 5 เป้าประสงค์ 6 ตัวชี้วัด 6 กลยุทธ์ 19โครงการ เพื่อการพัฒนาการดำเนินงานของกลุ่ม



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ผลจากการวิเคราะห์ SWOT ด้วยตาราง TOWS Matrix สร้างยุทธศาสตร์ได้ 4 ยุทธศาสตร์

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ
2. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้สินค้า
3. ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างขีดความสามารถของกลุ่ม
4. ยุทธศาสตร์การพัฒนาทุนของกลุ่ม

พันธกิจ (Mission)

1. พัฒนาคุณภาพสินค้าให้มีมาตรฐาน
2. สร้างระบบการจัดการความรู้และการบริหารจัดการกลุ่ม
3. การพัฒนาทุนของกลุ่มให้เข้มแข็ง

ประเด็นยุทธศาสตร์

ยุทธศาสตร์การพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพ

เป้าประสงค์

1. รักษากลุ่มลูกค้าเก่า
2. เพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่

ตัวชี้วัด

ยอดการจำหน่ายเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์ / โครงการ

1. กลยุทธ์การส่งเสริมผ้าทอให้ได้มาตรฐาน
 - 1.1 โครงการพัฒนาเยาวชนเพื่อการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านผ้าทอ

พื้นเมือง

- 1.2 โครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองอย่างสร้างสรรค์
- 1.3 โครงการส่งเสริมผ้าทอให้ได้มาตรฐาน
- 1.4 โครงการฝึกอบรมทอผ้าลวดลายใหม่ให้สมาชิก
2. กลยุทธ์ส่งเสริมการบริหารผลิตภัณฑ์
 - 2.1 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอ
 - 2.2 โครงการส่งเสริมกลุ่มให้มีแผนธุรกิจที่มีมาตรฐาน
 - 2.3 โครงการส่งเสริมหมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์วิถีชีวิตและภูมิปัญญาไทย

ด้านผ้าทอ

- 2.4 โครงการรณรงค์ให้สมาชิกซื้อวัตถุดิบจากกลุ่ม



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

102

ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างความเข้มแข็งให้กับสินค้า

เป้าประสงค์

ผ้าทอพื้นเมืองตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรีเป็นที่ยอมรับทุกระดับ
ตัวชี้วัด

ลูกค้ารู้จักและยอมรับผ้าทอตำบลโคกเจริญ อำเภอโคกเจริญ จังหวัดลพบุรีเพิ่มขึ้น
กลยุทธ์ /โครงการ

กลยุทธ์การส่งเสริมความเข้มแข็งให้กับผ้าทอ

1. โครงการจัดทำเว็บไซต์ตำบล
2. โครงการจัดสร้างศูนย์แสดงผลผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง
3. โครงการจัดแสดงผลผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองต่อสื่อมวลชนและสาธารณะชนที่จัดขึ้น

ในงานต่าง ๆ ทั้งในและนอกประเทศ

4. จัดแสดงข่าวเมื่อมีการผลิตสินค้าลวดลายใหม่เป็นประจำสม่ำเสมอ
5. โครงการจัดงานสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านผ้าทอพื้นเมือง

ยุทธศาสตร์การเสริมสร้างขีดความสามารถของกลุ่ม

เป้าประสงค์

กลุ่มสามารถบริหารจัดการความรู้และการจัดการกลุ่มได้

ตัวชี้วัด

คณะกรรมการและสมาชิกมีความรู้ความเข้าใจและสามารถบริหารจัดการกลุ่มให้มี
ประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

กลยุทธ์ /โครงการ

1. กลยุทธ์ส่งเสริมกระบวนการจัดการความรู้ของกลุ่ม
 - 1.1 โครงการส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อแก้ไขปัญหาของกลุ่ม
 - 1.2 โครงการประชุมเชิงปฏิบัติการการส่งเสริมการบริหารจัดการกลุ่ม
 - 1.3 โครงการสร้างและพัฒนาครุภูมิปัญญาต้นแบบด้านผ้าทอพื้นเมือง
2. กลยุทธ์เพิ่มศักยภาพเครือข่าย
 - 2.1 โครงการเพิ่มประสิทธิภาพเครือข่ายผ้าทอพื้นเมือง
 - 2.2 โครงการสร้างความร่วมมือระหว่าง กลุ่ม เครือข่ายองค์กรชุมชนภาครัฐ และ

ภาคเอกชน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

103

ยุทธศาสตร์การพัฒนามูลของกลุ่ม

เป้าประสงค์

กลุ่มมีความมั่นคงทางด้านเงินทุน

ตัวชี้วัด

1. มีวัดตูดิบเพิ่มขึ้น
2. มีทุนในการผลิตผ้าเพิ่มขึ้น
3. มีช่องทางการตลาดเพิ่มขึ้น

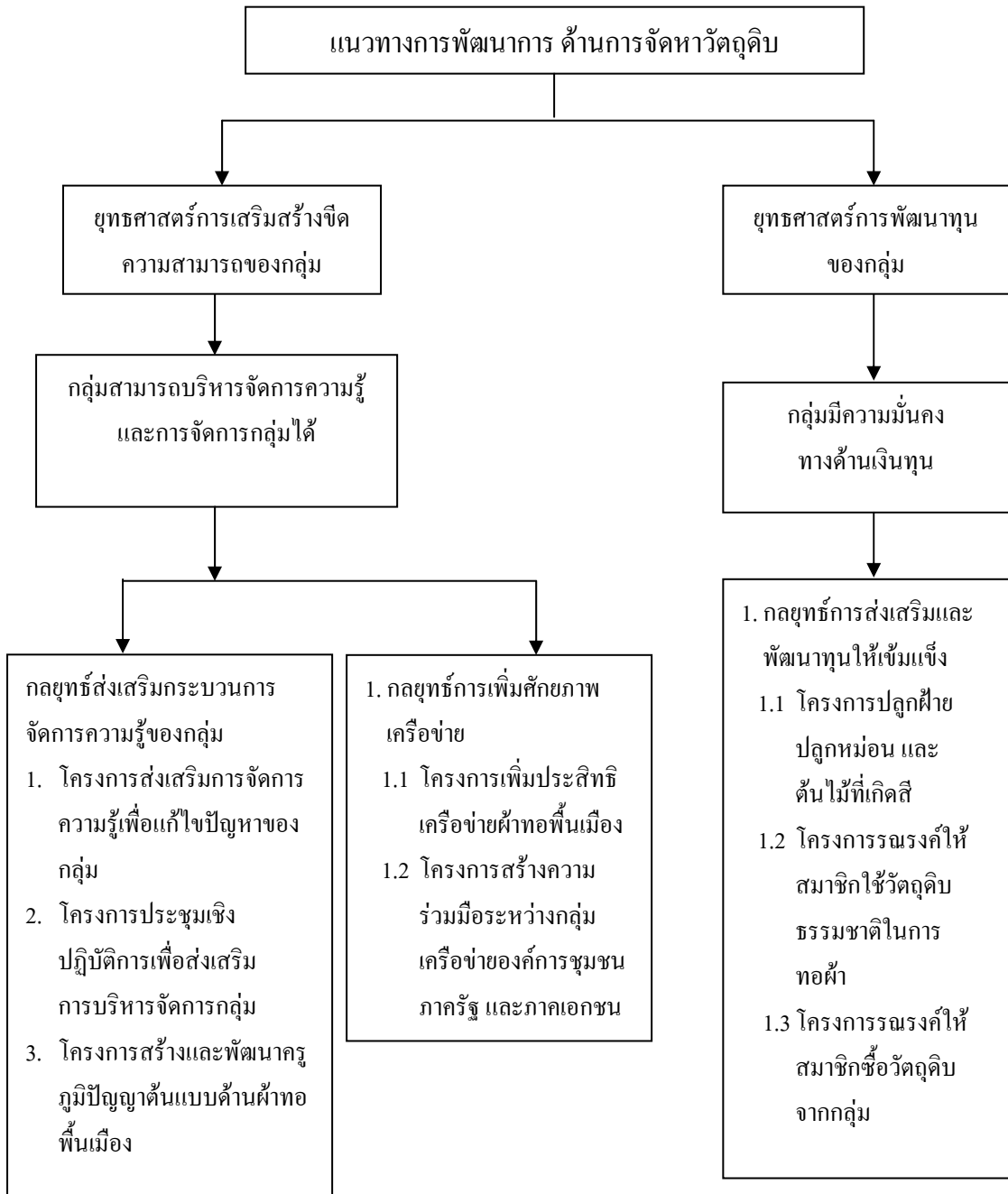
กลยุทธ์/โครงการ

1. กลยุทธ์การส่งเสริมและพัฒนามูลให้เข้มแข็ง
 - 1.1 โครงการปลูกฝ้าย ปลูกหม่อน และต้นไม้ที่เกดสี
 - 1.2 โครงการรณรงค์ให้กลุ่มใช้วัดตูดิบจากธรรมชาติในการทอผ้าพื้นเมือง
 - 1.3 โครงการระดมทุน และจัดหาแหล่งเงินทุนทั้งภายในและนอกชุมชน



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

สรุปแผนยุทธศาสตร์

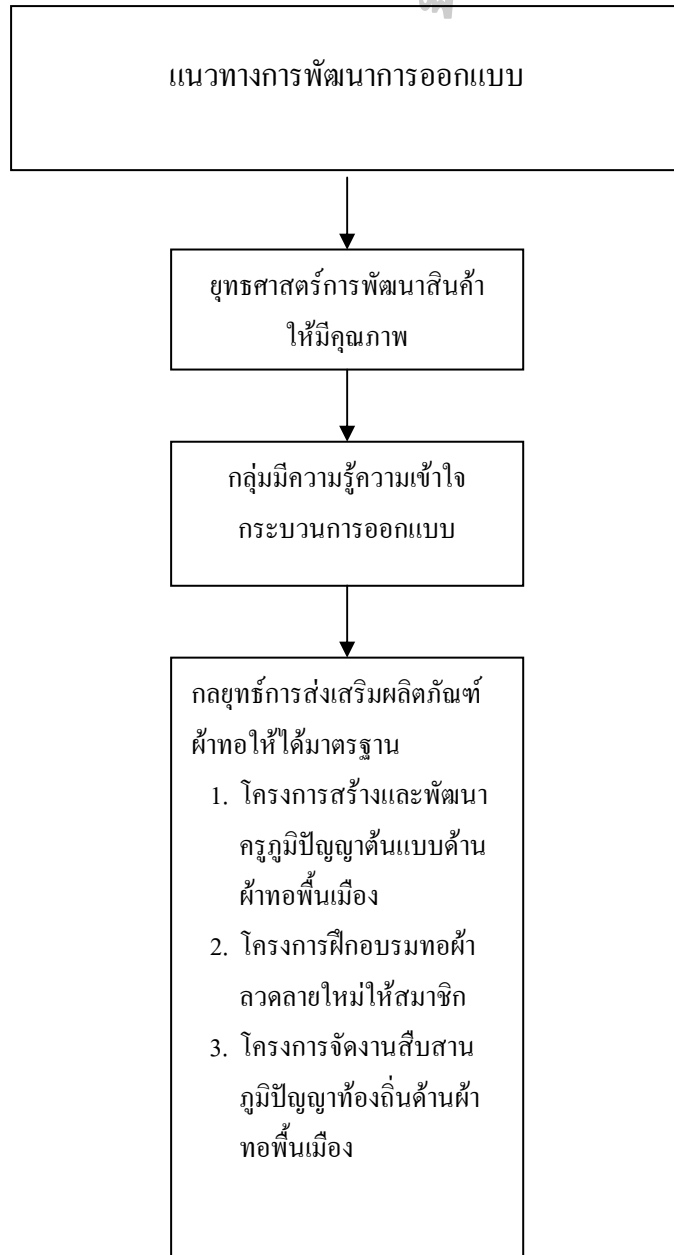


ภาพประกอบ 6 แสดงแนวทางการกระบวนการดำเนินงานของกลุ่ม ในยุทธศาสตร์การพัฒนาการจัดหาวัสดุ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

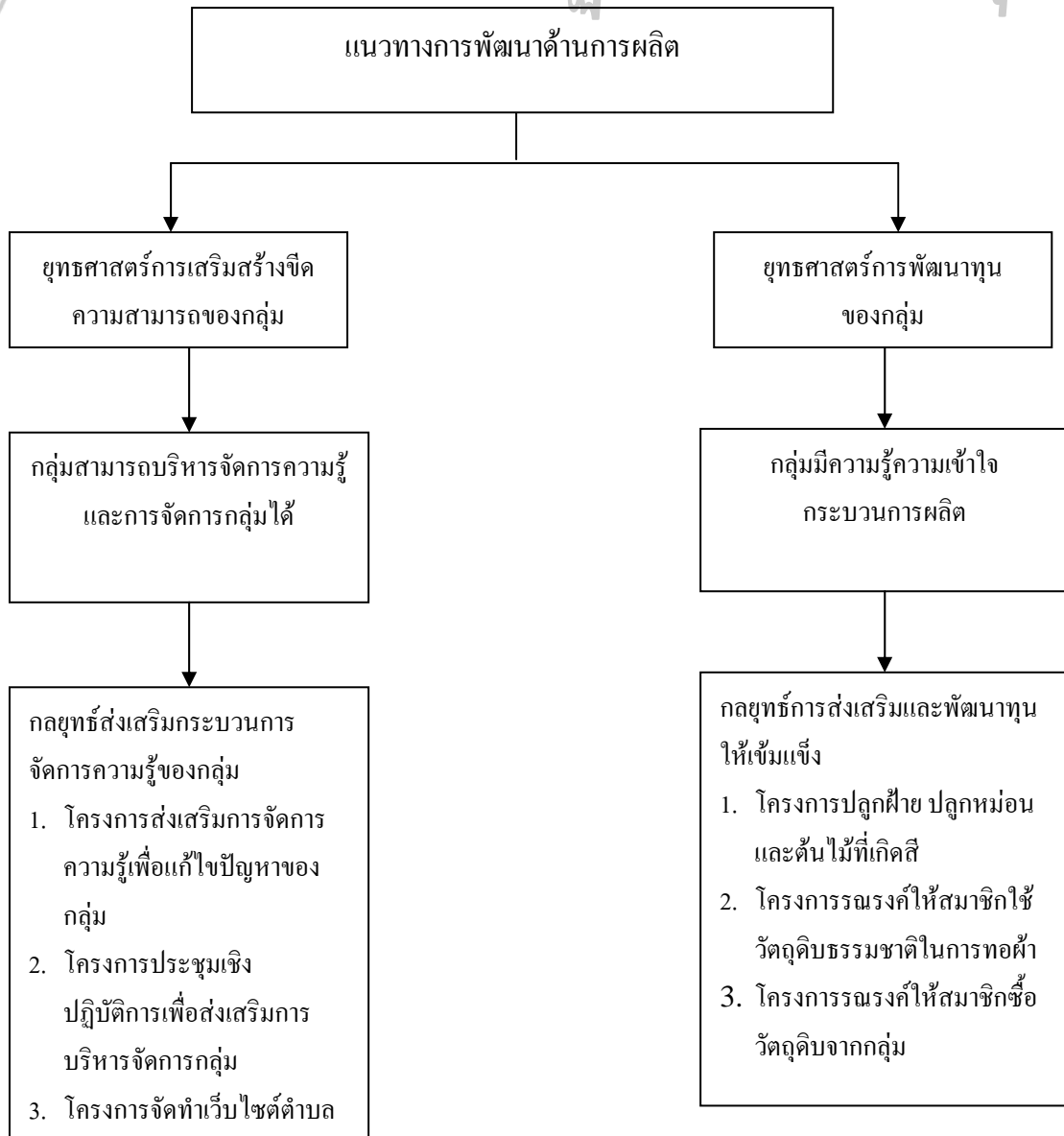
105



ภาพประกอบ 7 แสดงแนวทางการพัฒนากระบวนการดำเนินงานของกลุ่มทอพื้นเมือง
ในยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการออกแบบ



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

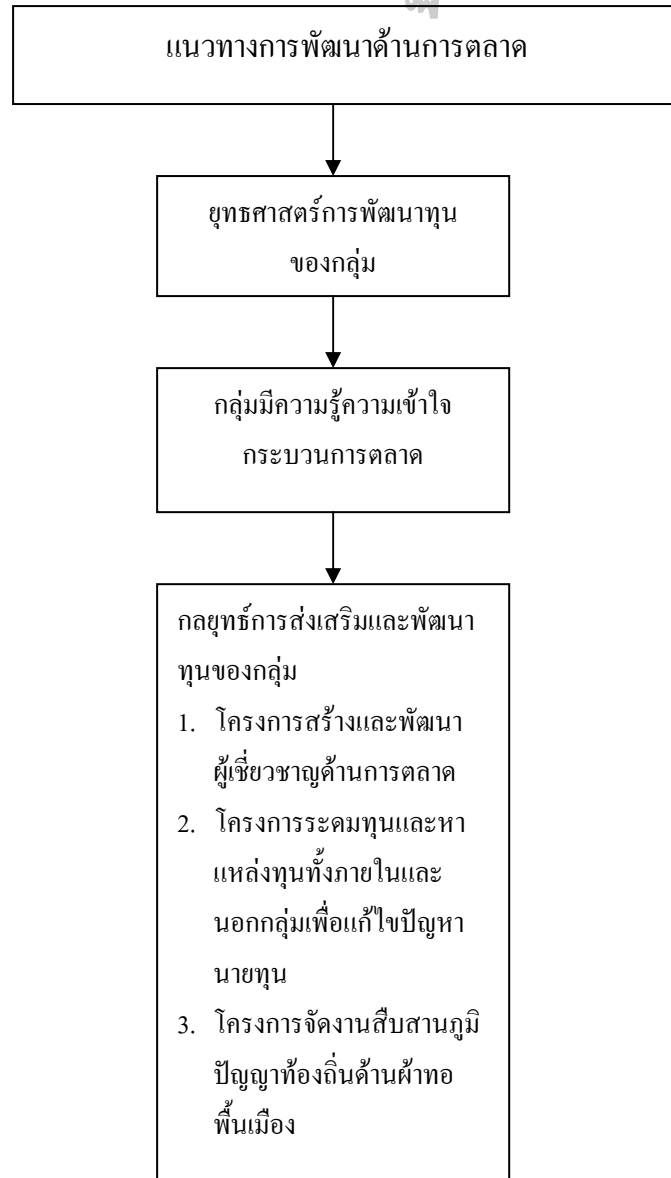


ภาพประกอบ 8 แสดงแนวทางการพัฒนากระบวนการผ้าทอพื้นเมืองตำบลโคกเจริญ
ในยุทธศาสตร์การพัฒนาการผลิต



มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

107



ภาพประกอบ 9 แสดงแนวทางการพัฒนากระบวนการดำเนินงานของกลุ่มทอพื้นเมือง
ในยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านการตลาด