

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “ข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกนกรู้สากล” ได้ทำการศึกษาสภาพและปัญหาของการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ครามในจังหวัดสกนกร จากเอกสารที่เกี่ยวข้อง การตอบแบบสอบถาม และจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล กำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนา และทำการยืนยันยุทธศาสตร์ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามระเบียบวิธีวิจัย รายละเอียดตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพและปัญหาของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกนกร

ระยะที่ 2 จัดทำร่างข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกนกรู้สากล

ระยะที่ 3 ยืนยันข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกนกรู้สากล

โดยแบ่งวิธีการดำเนินการวิจัยข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกนกรู้สากล ตามกระบวนการดำเนินงานวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ดังต่อไปนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพและปัญหาของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกนกร

การวิจัยข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกนกรู้สากล ด้วยระเบียบวิธีวิจัยตามขั้นตอนการดำเนินงาน ในระยะที่ 1 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 1 ผู้ประกอบการที่มาร่วมจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากครามในงาน “วันขึ้นโลก มหกรรมมน้ำมันอีสาน เพื่อพัฒนาบ้านรู้สากล สืบสานผ้าพื้นบ้าน สายงานประณีตศิลป์นครนุ่งขึ้น ร่วมงานมนมั่งอีสาน” ระหว่างวันที่ 26 - 28 กุมภาพันธ์ 2559 ณ ลานวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกนกร กลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามเชิงปริมาณ จำนวน 50 กิจการ การสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาสภาพและปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกนกร การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เป็นหลักการดำเนินการวิจัยแบบพหุวิธี (Multi Methods) หรือแบบวิธีผสม (Mixed Methods Research) โดยใช้เครื่องมือในการวิจัย

ระยะที่ 1 ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยการออกแบบเครื่องมือ (Questionnaire) ลักษณะคำถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) และทำการการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interviews)

ขั้นตอนการวิจัย

ศึกษาสภาพและปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกนกร เพื่อการศึกษาสภาพการบริหารการพัฒนาและปัญหาของการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ครามในจังหวัดสกนกร และศึกษา

สภาพประวัติการใช้ครามสกนกร จากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม 50 ราย และการสัมภาษณ์เชิงลึก 10 ราย โดยผู้วิจัยได้แบ่งยุคการใช้ครามสกนกรเป็น 4 ยุค ประกอบด้วย ยุคดั้งเดิม ยุคถดถอย ยุคฟื้นฟู และยุคปัจจุบัน

ศึกษาปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกนกร ด้านนโยบายและกลยุทธ์ของรัฐ ทักษะของทรัพยากรมนุษย์ ผลิตภัณฑ์ ทักษะการผลิต กลยุทธ์การกำหนดราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ขอบเขตของกลุ่มเป้าหมาย

ระยะที่ 1 วิเคราะห์สภาพและปัญหาการพัฒนาครามสกนกร

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเพื่อการศึกษาสภาพและปัญหาของการประกอบการครามในจังหวัดสกนกรในงาน “วันขึ้นโลก มหกรรมมน้ำมันอีสาน เพื่อพัฒนาบ้านสู่สากล สืบสานผ้าพื้นบ้าน สายงานประณีตศิลป์รณรงค์ขึ้นร่วมงานมนมั่งอีสาน” ระหว่างวันที่ 26 - 28 กุมภาพันธ์ 2559 ณ ลานวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกนกร จำนวน 50 กิจการ และการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In - depth Interviews) ลักษณะคำถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นคำถามเพื่อศึกษาถึงสภาพและปัญหาของผู้ร่วมงานดังกล่าว จำนวน 10 คน รวม 60 คน เพื่อให้ได้สภาพการดำเนินการผู้ประกอบการครามและปัญหาที่พบในการดำเนินการของผู้ประกอบการคราม

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้กระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ด้วยการออกแบบเครื่องมือ (Questionnaire) ลักษณะคำถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) การวิจัยเชิงคุณภาพ การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In - depth Interviews) การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

หลังจากร่างเครื่องมือในการศึกษาสภาพการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกนกรจากแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว นำเสนอให้ที่ปรึกษาทั้งสามท่านพิจารณาความเหมาะสม และปรับตามข้อเสนอแนะ เพื่อใช้เครื่องมือเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บจากผู้ประกอบการที่มาร่วมจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในงาน “วันขึ้นโลก มหกรรมมน้ำมันอีสาน เพื่อพัฒนาบ้านสู่สากล สืบสานผ้าพื้นบ้าน สายงานประณีตศิลป์รณรงค์ขึ้นร่วมงานมนมั่งอีสาน” ระหว่างวันที่ 26 - 28 กุมภาพันธ์ 2559 ณ ลานวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสกนกร กลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถามเชิงปริมาณ จำนวน 50 กิจการ การสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 10 คน เพื่อให้ได้สภาพการดำเนินการผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ครามและปัญหาในการดำเนินการของผู้ประกอบการ

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้สภาพและปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกนกร ด้วยกระบวนการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Method) ด้วยการออกแบบเครื่องมือ (Questionnaire) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

และกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ศึกษาสภาพประวัติการใช้
 ครามสกลนคร และศึกษาปัญหาการพัฒนาครามสกลนคร ด้านนโยบายและกลยุทธ์ของรัฐที่ทักษะของ
 ทรัพยากรมนุษย์ ผลิตภัณฑ์ ทักษะการผลิต กลยุทธ์การกำหนดราคาช่องทางการจัดจำหน่ายและการ
 ส่งเสริมการตลาดใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ระยะที่ 2 จัดทำร่างข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกลนครสู่สากล

การวิจัยข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกลนครสู่สากล ดำเนินการ
 ตามระเบียบวิธีวิจัยด้วยขั้นตอนการดำเนินงาน ในระยะที่ 2 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้จัดทำร่างข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกลนคร
 สู่สากล ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียเพื่อจัดทำ
 เป็นยุทธศาสตร์ จำนวนทั้งสิ้น 15 คน จากผู้มีส่วนได้เสีย 4 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย 1. กลุ่มผู้ผลิต
 2. กลุ่มผู้ขาย 3. กลุ่มผู้ซื้อ 4. กลุ่มภาครัฐ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ระยะที่ 2 จัดทำร่างข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกลนครสู่สากล
 ใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In - depth Interviews) การสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview)
 แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive
 Sampling) วิเคราะห์ SWOT Analysis การวิเคราะห์ TOWS Matrix และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ขั้นตอนและวิธีการวิจัย

จัดทำข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามสกลนครสู่สากล ใช้การสัมภาษณ์
 แบบเชิงลึก (In - depth Interviews) การสัมภาษณ์กลุ่ม (Group-Interview) แบบสอบถามแบบมี
 โครงสร้าง (Structured Interview) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)
 สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียเพื่อจัดทำเป็นยุทธศาสตร์จากผู้มีส่วนได้เสีย 4 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย 1. กลุ่ม
 ผู้ผลิต 2. กลุ่มผู้ขาย 3. กลุ่มผู้ซื้อ 4. กลุ่มภาครัฐ จำนวนทั้งสิ้น 15 คน รายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 ผู้ผลิต

เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าครามที่มีคุณภาพมีชื่อเสียง ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภค
 มีปริมาณการผลิตเพียงพอ และมีลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ จำนวน 3 คน การสุ่มตัวอย่างแบบ
 เจาะจง (Purposive Sampling) จากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินผลิตภัณฑ์คราม ประกอบด้วย

2.1.1 ผู้ผลิตที่ส่งออกจำหน่ายในตลาดสากล

กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ครามส่งออกในตลาดต่างประเทศ
 มีลูกค้าเป็นชาวต่างชาติ จำนวน 3 กลุ่ม ดังนี้

2.1.1.1 กลุ่มผู้ผลิตแม่ที่ตา นางประไพพันธ์ แดงใจ เป็นผู้ฟื้นฟู

การผลิตผ้าย้อมครามในจังหวัดสกลนครนำมาใช้จำหน่ายในเชิงพาณิชย์ โดยเน้นผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ
 ผ้าเย็นมือย้อมคราม ผ้าเย็นธรรมชาติย้อมคราม มีกลุ่มลูกค้าที่เป็นชาวต่างชาติ เช่น ประเทศญี่ปุ่น
 ฝรั่งเศส เป็นต้น ที่ทำการกลุ่มเลขที่ 1 หมู่ 14 บ้านนาดี ตำบลนาหัวบ่อ อำเภอพรรณานิคม จังหวัด
 สกลนคร 47220 โทรศัพท์ 081 954 2205

2.1.1.2 กลุ่มทอผ้าบ้านนาขาม ตำบลเชิงชุม อำเภอพรหมานิคม จังหวัดสกลนคร นางสำหรัป สุณาพรม ผลิตผ้าย้อมครามธรรมชาติ ผลิตภัณฑ์ผ้าฝืน ผ้าพันคอ แปรรูปเสื้อผ้า เส้นใยฝ้ายโรงงานและเรยอน การผลิตตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ และได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐมาอย่างต่อเนื่อง ปัจจุบันส่งผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายในกลุ่มบริษัท คิงเพาเวอร์ และสโมสรรเลสเตอร์ ซิต์ผ่านที่มออกแบบผลิตภัณฑ์ของคิงเพาเวอร์ 7 หมวดรายการ เสื้อที่เข้ตลายปัก เสื้อที่เข้ตลายสกรีน เสื้อโปลิ หมวกเก็บ หมวกไหมพรม กระเป๋ใส่ของ อเนกประสงค์ และผ้าพันคอ

2.1.1.3 กลุ่มทอผ้าบ้านหนองคลอง แบรมด์คลองวิถีหมู่ 4 ตำบลเชิงชุม อำเภอพรหมานนิคม จังหวัดสกลนคร นางวิกุล พรมหากุล เป็นการสืบทอดการทอผ้าย้อมครามเพื่อใช้ในครัวเรือนมาตั้งแต่บรรพบุรุษ มีการผลิตเริ่มจากการปลูกฝ้าย ผลิตเส้นด้าย ปลูกต้นครามเพื่อผลิตสีย้อมเส้นด้าย และการทอผ้า มัดหมี่ แปรรูป ผลิตด้วยมือและใช้วัตถุดิบธรรมชาติ ถ่ายทอดสืบทอดกันมาจนถึงปัจจุบัน การทอผ้าย้อมครามมีทั้งทอผ้าเพื่อใช้ในครัวเรือนและเพื่อขายสร้างรายได้เป็นอาชีพเสริมให้กับครอบครัว

2.1.2 ผู้ผลิตที่มีศักยภาพในการแข่งขัน

ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ครามสกลนครที่มีศักยภาพ มีความสามารถส่งสินค้าไปจำหน่ายในตลาดต่างประเทศได้หากได้รับการสนับสนุนด้านการตลาด จำนวน 3 กลุ่ม ดังนี้

2.1.2.1 กลุ่มทอผ้าบ้านคำข่า แม่พิระ ประเสริฐก้านตง ได้รับรองการผลิตสิ่งทอขนาดเล็กที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ประเภทย้อมสีธรรมชาติ ระดับดีมาก ประจำปี พ.ศ. 2557 - 2560 โดยกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เริ่มการทอผ้าฝ้ายย้อมครามธรรมชาติ เมื่อปี พ.ศ. 2537 ได้จัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขึ้นมีการระดมทุนของสมาชิกภายในกลุ่ม และได้ยกระดับสินค้าในปี พ.ศ. 2547 ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ ทำให้มีการย้อมสีฝ้ายจากเปลือกไม้ต่าง ๆ มาผสมกับคราม เช่น ประดู่ หว้า และสะเดา เป็นต้น

2.1.2.2 คุณธัญญลักษณ์ ทวีกิตติพันธ์ เจ้าของแบรนด์ได้ดำเนินกิจกรรมสร้างสรรค์ผ้าย้อมคราม และต่อยอดการสร้างสรรคผ้าย้อมคราม แบบใหม่ ๆ ให้สอดคล้องกับยุคสมัย ชมการสาธิต การเข้ยฝ้าย การย้อมฝ้าย ทดลองกิจกรรมทำผ้ามัดย้อมคราม เลือกซื้อสินค้าแปรรูปจากผ้าย้อมคราม เช่น เสื้อยืดมัดย้อมคราม เสื้อสำเร็จรูป ปลอกหมอน กระเป๋า เป็นต้น ที่ทำการกลุ่ม กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านถ้ำเต่า 164 หมู่ 1 บ้านถ้ำเต่า ตำบลสามัคคีพัฒนา อำเภออากาศอำนวย จังหวัดสกลนคร คุณธัญญลักษณ์ ทวีกิตติพันธ์ โทร. 087858 8823, 042 168067 (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2559)

2.1.2.3 กลุ่มทอผ้าบ้านดอนกอยคุณถวิล อุปรี ประธานกลุ่มฯ สตรีผู้มีจิตใจมุ่งมั่น คีนชีวิตให้ผ้าย้อมครามแท้ทั้งฝืน มรดกภูมิปัญญาพื้นบ้านที่สืบทอดกันมารุ่นต่อรุ่น สมบัติอันล้ำค่าจากบรรพบุรุษที่ใช้ธรรมชาติของต้นครามมาทำสีย้อมบนเส้นใยฝ้าย จึงได้ก่อตั้งกลุ่มฯ ขึ้นเมื่อสิบกว่าปีที่แล้ว มีสมาชิก 9 คน ปัจจุบันมีสมาชิก 45 คน (ส่วนใหญ่ผู้หญิงวัยกลางคนและผู้สูงอายุ) ทำหน้าที่ของแต่ละสายงานกระบวนการผลิต “ถึงแม้ว่าการทำผ้าย้อมคราม คุณไม่ได้แตกต่างไปจากหมู่บ้านอื่น ๆ ในจังหวัดสกลนครที่ทำก็ตาม แต่ในความเป็นผ้าย้อมครามของบ้านดอนกอยนั้น อยู่ตรงที่เส้นฝ้ายทางพุ่งและทางยืนใช้ฝ้ายย้อมครามธรรมชาติตลอดเส้น เมื่อมือสัมผัสเนื้อผ้าแล้วนั้น เวลานั้นไปตัดเย็บเสื้อ

สวมใส่จะพลั่ว ดุสวย สะดุดตา อีกจุดเด่นคือ สีไม่ตก มีกลิ่นหอมเฉพาะตัว และสามารถป้องกันแสง UV ได้” ตัวแทนกลุ่มสมาชิกบอกลักษณะความต่างให้เห็น สอดคล้องคำขวัญของกลุ่ม “ผ้าครามน้ำดี มัดหมี่สะดุดตา เลิศล้ำคุณค่า ภูมิปัญญาบ้านเฮา” ผ้าลายหมี่สี่ตะกอ สองตะกอ หรือจะเป็นลายดั้งเดิม ลายนกนางแอ่น ลายดอกจำปาสีบรอดภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ มรดกตกทอดกันมาอย่างยาวนานจากรุ่นสู่รุ่นในปัจจุบัน งามจรดผืน ผ้าย้อมครามถิ่นสว่าง บ้านดอนกอย สกลนครสยามรัฐออนไลน์ (2559)

2.2 ผู้ชาย

ผู้ประกอบการ/ร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้า/ผ้าครามในจังหวัดสกลนครที่มีลูกค้าเป็นชาวต่างชาติ มีจำนวน 6 ร้าน ดังนี้

2.1.1 นางสาวณัฐมน เผ่าวงศ์ษา ผู้จัดการฝ่ายขาย แบรินต์ ครามสกล รูปแบบเสื้อผ้าและของใช้ตกแต่งบ้านที่ย้อมด้วยคราม ตั้งแต่ผ้าเช็ดหน้า เนกไท เสื้อผ้า ไปจนถึงผ้าปูที่นอน หมอนสามเหลี่ยม ผ้า màn และโคมไฟ ร้านค้ามีลานเวิร์กช็อปย้อมผ้า และร้านอาหารเล็ก ๆ จุดบรรจบระหว่างดีไซน์มินิมัล และครามเข้มข้นของท้องถิ่นทำให้หัวใจสั่นไหว เรียนจบด้านเทคโนโลยีชีวภาพ ได้พบปะกับชาวบ้านที่ย้อมผ้าครามในโครงการพัฒนาชุมชน ภูมิปัญญาที่แข็งแรงของสกลนครมองเห็นความเป็นตัวกลางในการพางานฝีมือชุมชน ไปสื่อสารกับกลุ่มคนที่สนใจเรื่องธรรมชาติ และดูแลใส่ใจสุขภาพเป็นคนหนึ่งที่ผลักดันส่งเสริม ดึงนักการตลาด ดีไซน์เนอร์ เข้ามาพลิกโฉมครามให้เป็นแฟชั่น เห็นภาพทางการตลาดว่ามันจะไปได้กว้างมาก ๆ เลยพยายามดึงให้คนมาสนใจผ้าธรรมชาติ มันเป็นโอกาสของคนสกลที่มีศักยภาพในการปลูกต้นคราม บ้านเราเต็มที่มีทั้งสีและสายพันธุ์ครามก็เป็นที่ยอมรับ

“ตอนแรกเราก็ยังไม่มั่นใจเท่าไรเรื่องกำลังการผลิต หมู่บ้านหนึ่งอาจจะมีแค่ไม่กี่คนที่ทำเป็น ปรากฏว่าพอมี demand แล้ว supply ก็เกิดได้อย่างรวดเร็ว สมมติว่าเราอยากได้ครามสักตันหนึ่ง ชุมชนก็ทำได้ เพราะมันอยู่ในวิถีชีวิตเขาอยู่แล้ว พูดได้อย่างภาคภูมิใจว่าสกลนครเป็นแหล่งครามที่ผลิตได้มากและมีคุณภาพ ซึ่งเราก็ไม่ได้พูดกันเอง อย่างที่นี้ก็รับย้อมแล้วส่งออกให้บริษัทจากญี่ปุ่นด้วย”

ลูกค้าส่วนใหญ่มีวิถีแบบคนเมือง แต่มีไลฟ์สไตล์ที่อิงกับธรรมชาติและมีการซื้อ ทั้งจากในเมืองไทย ญี่ปุ่น และยุโรป โดยมีทั้งลูกค้าที่ซื้อของสำเร็จรูป และแบรินต์ที่ซื้อวัตถุดิบครามไปผลิตต่อ (สกุณา สาระนั้นท์, 2561)

2.2.2 นางสาวสุจิตต์ แดงใจ “มอญ” อายุ 28 ปี เจ้าของเสื้อผ้าแฟชั่นแบรินต์ “แม่ทีตา” (Mae Teeta) เติบโตมาในครอบครัวที่ยึดอาชีพผลิตและขายผ้าฝ้ายทอมือย้อมคราม จังหวัดสกลนคร ตั้งแต่รุ่นคุณยาย (นางชีตา จันทร์เพ็งเพ็ญ อายุ 84 ปี) ต่อเนื่องถึงคุณแม่ (นางประไพพันธ์ แดงใจ อายุ 58 ปี) เป็นแบรินต์ที่มีเอกลักษณ์ เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่น สู่ตลาดชาวต่างชาติอย่างกว้างขวาง เป็นที่สนใจของลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ “ลูกค้าต่างชาติจะรู้จักผ้าเราดีกว่าคนไทยเสียอีก อย่างที่บอก perception ของคนไทยกับต่างชาติเกี่ยวกับผ้าเราต่างกันมาก ความไม่สม่ำเสมอของลายทอที่เราคิดค้นขึ้นมา และเอาลายโบราณกลับมาพร้อมปรับให้เข้ากับควมสมัยใหม่ ซึ่งไม่มีใครทำได้เหมือนเราแน่นอน มันเป็นผ้าทอแบบเส้นยืนเส้นพุ่งให้มันต่างกันเส้นใหญ่เส้นเล็กสลับกันทำให้ผ้ามีความแตกต่างมีความไม่เรียบเนียนเป็นเอกลักษณ์ (สุจิตต์ แดงใจ, 2561)

2.2.3 ครามทอจากร้าน "Mann Craft" มีสโลแกนของร้าน "Mann Craft" ที่ว่า "สืบสาน สร้างสรรค์ อีสานศิลป์" ถนนสุขุมเกษม กลางเมืองสกลนคร เนื่องจากผ้าฝ้ายเดียวในโลกนี้ มีความสำคัญจนไม่ยอมขาย แม้จะมีคนมาเสนอราคางามให้ก็ตาม จึงนำมาโชว์ให้ผู้ปลายปลี้มได้ชม ได้จับบั้งผ้าของ "Mann Craft" ชาวต่างชาติชอบมาก เนื่องจากใช้วัสดุธรรมชาติทั้งหมด เมื่อเขาารู้ถึง กระบวนการผลิตและคุณภาพผ้าแล้วยิ่งชอบใจกันใหญ่ เพราะพวกเขาชอบทุกอย่างที่เป็นมิตรกับ ธรรมชาติ และยังมี "ก๊าคาดเอา" อันเป็นผลงานประดิษฐ์ที่ถูกชายสร้างขึ้นมาให้ชาวต่างชาติได้ทดลอง ทอผ้าด้วยมือ และให้สมาชิกในครอบครัวช่างทอมีส่วนร่วมในการทอผ้าฝ้ายเล็ก ๆ น้อย ๆ โรงทอ "นานกเค้าหัตถศิลป์ครามทอ" จึงเป็นมิตรกับธรรมชาติ และไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อคนทำและคนใช้ ด้วยผลงานของ "Mann Craft" ยังได้รับการสนับสนุนจากศูนย์ส่งเสริมศิลปาชีพระหว่างประเทศ ไปออกร้านในต่างประเทศ ได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติเป็นจำนวนมาก อย่างที่ประเทศญี่ปุ่น และอิตาลีชอบฝีมือคนไทยมาก ลวดลายที่ปรากฏในผืนผ้าแต่ละผืน เป็นการคิดลายขึ้นมาใหม่ และนำ ลายเก่าลายโบราณมาประยุกต์ เพื่อให้ดูร่วมสมัยมากขึ้น ไม่เก่า ไม่เขย ซ้ำแบบเดิม ๆ และสีที่ใช้ย้อม ผ้านั้น ก็เป็นสีธรรมชาติจากแก่นไม้มงคล เช่น ขนุน คุน (ราชพฤกษ์) และคราม (ประชาชาติธุรกิจ ออนไลน์, 2556)

สินค้าจากร้าน "Mann Craft" ทุกชิ้นเป็นที่ถูกอกถูกใจลูกค้าทุกระดับ โดยเฉพาะคนที่นิยมในผ้าไทย ด้วยเหตุนี้เองที่ทำให้ร้าน "Mann Craft" มีสาขา 2 ที่ตลาดบองมาร์เช่ ประชาชื่น ตามคำเรียกร้องของลูกค้าที่อยากลูกผ้าด้วยมือตัวเอง มากกว่าการดูทางรูปถ่าย และ ไม่ต้องเสียเวลาเดินทางไกล "ลูกค้าอยากลองมาสัมผัสเนื้อผ้ากับมือ ไม่ใช่แค่ตาต้องอย่างเดียว มือก็ อยากต้องด้วย" ใครที่อยากสัมผัสถึงความพลิ้วนุ่มละมุนของใยผ้าและลวดลายอันสวยงามของผ้าทอ "Mann Craft" สามารถเข้าไปเยี่ยมชมได้ทาง www.manncraft.com/facebook : mann craft หรือโทร.08-1055-6301 ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ (2556)

2.2.4 เจษผ้าคราม ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าคราม แบรินด์ "Jade" เป็นผู้ จำหน่ายครามที่มีเครือข่ายในวงครามสกลนคร เป็นที่รู้จักกันดีในนามของ jade นำผ้าครามมาแปรรูป เป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสมมุติเหมาะสำหรับลูกค้ากลุ่มวัยรุ่น วัยทำงาน ทำให้ครามเป็นที่รู้จักมากขึ้นในแวด วงของคนรุ่นใหม่ มีลูกค้าทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ รักและหลงใหลความเป็นครามสร้าง เครือข่ายธุรกิจไว้อย่างกว้างขวาง ซึ่งมีช่องทางในการสื่อสารกับลูกค้าด้วยโซเชียลมีเดียต่าง ๆ เช่น IG : jetsada_studio line : 0963536496 Mail : jade.kb27@gmail.com

2.2.5 วิภาพรผ้าไทยร้านวิภาพรผ้าไทย อ.เมือง จ.สกลนคร จำหน่ายผ้าฝ้าย ย้อมคราม/ย้อมสีธรรมชาติ ของฝากและของที่ระลึกจากจังหวัดสกลนคร จากประสบการณ์ช่างตัด เย็บเสื้อผ้าและได้มองเห็นโอกาสในการเปลี่ยนมาทำห้องเสื้อผ้าคราม ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปจากผ้า ครามมาจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น เป็นที่นิยมและชื่นชอบของลูกค้า ลูกค้าของวิภาพรมีทั้งชาวไทยและชาว ต่างประเทศ นิยมผ้าทอมือ

2.2.6 กลุ่มทอผ้าบ้านคำเจริญ นางนิตยา พลศักดิ์ชาวหมู่ 14 หมู่ ตำบลไร่ อำเภอดงเจริญ จ.สกลนคร แต่เดิมคุณยายป้อ นางบัวพา คำพิบูล เป็นมารดาของนางนิตยา ได้สืบสานต่อการทำผ้าย้อมครามมาจากบรรพบุรุษ แล้วจึงได้นำมาถ่ายทอดให้ยังรุ่นลูก โดยได้ทอ ผ้าส่งให้ครูจิว (แบรินด์ซิติตา) ตั้งแต่ พ.ศ. 2540 จนถึงปัจจุบัน จึงได้เกิดการรวมกลุ่มกันระหว่าง

ทายาทของคุณยายป้อตั้งเป็นกลุ่มทอผ้า เพื่อหาตลาดและจำหน่ายสินค้าของกลุ่มเอง ลักษณะเด่นของผ้ากลุ่มคือผ้าฝ้ายเข้มนมย้อมสีครามและสีจากธรรมชาติ ที่มีลักษณะลวดลวดที่เป็นเอกลักษณ์

2.3 ผู้ซื้อ

ผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าของกลุ่มผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ครามในจังหวัดสกลนคร กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้า และพฤติกรรมการซื้อสินค้าโดยพิจารณาจากส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix)

2.4 ภาครัฐ

ส่วนราชการที่เป็นผู้มีส่วนในการกำหนดนโยบาย และนำไปสู่การปฏิบัติที่จะทำให้เกิดผลกระทบกับผู้ประกอบการ ผู้ผลิต กลุ่มธุรกิจครามในจังหวัดสกลนคร มีจำนวน 2 กลุ่ม ดังนี้

2.4.1 สำนักงานจังหวัดสกลนคร กลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัด

สกลนคร ทำหน้าที่ในการศึกษาวิเคราะห์และแปลงนโยบาย ยุทธศาสตร์รัฐบาล กระทรวงมหาดไทย กรมการพัฒนาชุมชน กลุ่มจังหวัดและจังหวัด สู่การกำหนดแนวทางการปฏิบัติเพื่อให้สามารถกำหนดเป้าหมายและผลสัมฤทธิ์ในการพัฒนาจังหวัดได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลจัดทำยุทธศาสตร์และกำหนดกรอบแนวทางการพัฒนาในระดับจังหวัดให้มีความเหมาะสมกับพื้นที่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาจังหวัดและให้สอดคล้องกับความต้องการของประชาชน ศึกษา วิเคราะห์ จัดทำ และบริหารแผนงาน โครงการพัฒนาชุมชนจังหวัด ตลอดจนบริหารจัดการยุทธศาสตร์จังหวัด รับผิดชอบตามเกณฑ์ชี้วัดการประเมินผลการปฏิบัติราชการ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติให้บรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ กำหนดกรอบแนวทางทางประสานแผนเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานในระดับอำเภอให้สอดคล้องกับนโยบาย ยุทธศาสตร์รัฐบาล กระทรวงมหาดไทย กรมการพัฒนาชุมชน กลุ่มจังหวัดและจังหวัด นิเทศ ติดตาม ตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานตามแผนงาน โครงการ ระดับจังหวัดและอำเภอเพื่อให้เป็นไปตามเป้าหมาย วัตถุประสงค์และบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ รวบรวมข้อมูล วิเคราะห์และรายงานผลการดำเนินงาน ความก้าวหน้าและปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงานตามนโยบายและแผนงาน โครงการของกรมการพัฒนาชุมชน ตลอดจนประเมินสถานการณ์แวดล้อมเพื่อสะท้อนและนำไปสู่การพัฒนา ปรับปรุงระบบงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ประสานการดำเนินงานกับหน่วยงาน ภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อบูรณาการยุทธศาสตร์และแผนการพัฒนาในแต่ละระดับที่เกี่ยวข้องให้สอดคล้องเป็นไปในทิศทางเดียวกันและปฏิบัติงานอื่นที่เกี่ยวข้องตามที่ได้รับมอบหมาย

2.4.2 พัฒนาชุมชนจังหวัดสกลนคร จากภารกิจของกรมการพัฒนาชุมชน

เพื่อพัฒนาระบบและกลไกส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ของชุมชน ส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนาการบริหารจัดการชุมชน ส่งเสริมการพัฒนาาระบบกลไกและกิจกรรมทางเศรษฐกิจของชุมชน ตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง พัฒนาสมรรถนะองค์กรในการทำงานเชิงบูรณาการ พร้อมทั้งกำหนดยุทธศาสตร์ สร้างสรรค์ชุมชนอยู่เย็นเป็นสุข แก้ไขปัญหาครัวเรือนยากจนแบบบูรณาการ เสริมสร้างความสุขมวลรวมชุมชนโดยพัฒนาหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียง เสริมสร้างขีดความสามารถการบริหารงานชุมชน บริหารจัดการข้อมูลเพื่อการพัฒนาชนบทไทยเพิ่มขีดความสามารถผู้นำ องค์กรเครือข่ายขับเคลื่อนและบูรณาการแผนชุมชนสู่การปฏิบัติส่งเสริมการบริหารจัดการความรู้ของชุมชน ส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พัฒนาผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และการตลาดส่งเสริมการสืบสาน

ภูมิปัญญาท้องถิ่นเผยแพร่สู่เวทีโลก พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม เสริมสร้าง
 ธรรมภิบาล และความมั่นคงของทุนชุมชนส่งเสริมธรรมภิบาลของกองทุนชุมชน พัฒนาทุนชุมชน
 ให้มั่นคงสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (กรมพัฒนาชุมชน, 2561)

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (Indebt Interview) และสัมภาษณ์กลุ่ม
 (Group Interview) มาสังเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์ SWOT Analysis การวิเคราะห์ TOWS Matrix
 เป็นการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อจัดทำร่างยุทธศาสตร์การพัฒนานครสู่สากล โดยผู้วิจัยได้
 คัดข้อมูลให้ชุมชนเพื่อนำเสนอร่างยุทธศาสตร์ ให้ชุมชนพิจารณาความเป็นไปได้และความเหมาะสม
 และให้ข้อเสนอแนะในการพัฒนาร่างยุทธศาสตร์ฯ เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอบเขตของกลุ่มเป้าหมาย

ระยะที่ 2 จัดทำข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ฯ การจัดทำร่างข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์
 การพัฒนาผลิตภัณฑ์นครสู่สากล ประกอบไปด้วยผู้มีส่วนได้เสียที่เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
 เป็นผู้เกี่ยวข้องกับผู้กำหนดและผู้ใช้นโยบายการทำธุรกิจรวมสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียเพื่อจัดทำเป็น
 ยุทธศาสตร์จากผู้มีส่วนได้เสีย 4 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย 1. กลุ่มผู้ผลิต 2. กลุ่มผู้ชาย 3. กลุ่มผู้ซื้อ
 4. กลุ่มภาครัฐ จำนวน 15 คน ดังนี้

2.1 ผู้ผลิต

2.1.1 ผู้ผลิตที่ส่งออกจำหน่ายในตลาดสากล

2.1.1.1 กลุ่มผู้ผลิตแม่ทีตา

2.1.1.2 กลุ่มทอผ้าบ้านนาขาม

2.1.1.3 กลุ่มทอผ้าบ้านหนองคลอง

2.1.2 ผู้ผลิตที่มีศักยภาพในการแข่งขัน

2.1.2.1 กลุ่มทอผ้าบ้านคำข่า

2.1.2.2 กลุ่มทอผ้าใต้ตำหนัก

2.1.2.3 กลุ่มทอผ้าบ้านดอนกอย

2.2 ผู้ชาย

2.2.1 นางสาวสุกญา สาระนันท์ เจ้าของแบรนด์ครามสก

2.2.2 นางสาวสุจิต แดงใจ เจ้าของแบรนด์“แม่ทีตา” Mae Teeta

2.2.3 นายปราชญ์ นิยมคำ ร้านครามทอง เจ้าของแบรนด์ "Mann Craft"

2.2.4 นายเจษฎา กัลยาบาล เจ้าของแบรนด์ “Jade”

2.2.5 นางสาวชุตินา ศรีสวัสดิ์ ร้านวิภาพรผ้าไทย

2.2.6 นางบัวพา คำพิบูล กลุ่มทอผ้าบ้านคำเจริญ แบนด์ “ครามภูไท”

2.3 ผู้ซื้อจากผู้ผลิตที่ส่งออกจำหน่ายในตลาดสากล 2 คน

2.4 ภาครัฐ

2.4.1 งานยุทธศาสตร์การพัฒนจังหวัดสกลนคร

2.4.2 พัฒนาชุมชนจังหวัดสกลนคร

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือในระยะที่ 2 จัดทำร่างข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์คราม สกลนครสู่สากล ใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth Interviews) การสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) วิเคราะห์ SWOT Analysis การวิเคราะห์ TOWS Matrix และการวิเคราะห์วิเคราะห์เชิงเนื้อหา

หลังจากร่างเครื่องมือจากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว นำเสนอให้ที่ปรึกษา ทั้งสามท่านพิจารณาความเหมาะสม และปรับตามข้อเสนอแนะ เพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบไปด้วยการเก็บข้อมูลจากผู้มีส่วนได้เสียที่เป็นผู้ให้ข้อมูล สำคัญ เกี่ยวข้องกับผู้กำหนดและผู้ใช้นโยบายการทำธุรกิจคราม สัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้เสียเพื่อจัดทำ เป็นร่างข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ฯ จากผู้มีส่วนได้เสีย 4 กลุ่ม ซึ่งประกอบด้วย 1. กลุ่มผู้ผลิต 2. กลุ่ม ผู้ขาย 3. กลุ่มผู้ซื้อ 4. กลุ่มภาครัฐจำนวน 15 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อจัดทำร่างข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์คราม สกลนครสู่ สากล ใช้การวิเคราะห์ SWOT Analysis การวิเคราะห์ TOWS Matrix ทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา เพื่อจัดทำร่างข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์คราม สกลนครสู่สากล

ระยะที่ 3 ยืนยันข้อข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์คราม สกลนครสู่สากล

การวิจัยข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์คราม สกลนครสู่สากล ด้วยระเบียบ วิธีวิจัยตามขั้นตอนการดำเนินงานในระยะที่ 3 ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญยืนยันข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ด้วยแบบประเมินความเหมาะสม และความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ ผู้ให้ข้อมูลหลักในการยืนยันข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ฯ เป็นผู้มีส่วน เกี่ยวข้องกับวงการผู้ประกอบการคราม เป็นผู้เกี่ยวข้องกับการรับนโยบายสู่การกำหนดแนวทางการ ปฏิบัติงาน และเป็นผู้นำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ จำนวน 10 คน ประกอบด้วย 4 กลุ่ม 1. กลุ่ม นักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในสถาบันอุดมศึกษา 2. หัวหน้าส่วนราชการ 3. หอการค้า 4. ผู้ประกอบการ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ระยะที่ 3 แบบสอบถามเพื่อประเมินความสอดคล้องของยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ร่วม ตัวชี้วัด กลยุทธ์ โครงการ โดยใช้มาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) สถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์ เชิงเนื้อหา การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ขั้นตอนและวิธีการวิจัย

การยืนยันข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ฯ ด้วยแบบสอบถามเพื่อประเมินความสอดคล้องของ ยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ร่วม ตัวชี้วัด กลยุทธ์ โครงการ ผู้ให้ข้อมูลหลักในการ

ยืนยันข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ฯ เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับวงการผู้ประกอบการ เป็นผู้เกี่ยวข้องกับการรับนโยบายสู่การกำหนดแนวทางการปฏิบัติงาน และเป็นผู้นำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ จำนวน 10 คน ประกอบด้วย 4 กลุ่ม 1. กลุ่มนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในสถาบันอุดมศึกษา 2. หัวหน้าส่วนราชการ 3. หอการค้า 4. ผู้ประกอบการ ดังนี้

3.1 กลุ่มนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 7 คน

3.1.1 ดร.วัชรพงษ์ อินทรวงศ์ ตำแหน่ง รองอธิการบดีวิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติจังหวัดสกลนครมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนคร เป็นคณะกรรมการร่วมวางแผนยุทธศาสตร์จังหวัดสกลนคร

3.1.2 นายสนธยา ผาลลาพิง ตำแหน่ง นักวิชาการศึกษานำนาฎการ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตเฉลิมพระเกียรติ จังหวัดสกลนครและ ตำแหน่งที่ปรึกษาคัลส์เตอร์เครื่องนุ่งห่มจังหวัดสกลนคร

3.1.3 รศ.ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

3.1.4 ดร.ปทุมทิพย์ ม่านโคกสูง อาจารย์ประจำสาขาวิชาพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร มีประสบการณ์พัฒนาครามสกลนครอย่างต่อเนื่อง และได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากจังหวัดเพื่อพัฒนาครามสกลนคร

3.1.5 ผศ.อนูรัตน์ สายทอง ผู้เชี่ยวชาญด้านการปฏิบัติการเคมีจากคราม ได้รับการสนับสนุนงบประมาณวิจัยทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยอย่างต่อเนื่อง มากกว่า 20 ปี

3.1.6 ผศ.ดร.พรกมล สาซ้อง อาจารย์สาขาวิชาเคมีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ครามเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดผ้าครามจังหวัดสกลนคร

3.1.7 ผศ.ดร.สมบูรณ์ ชาวชายโฆงผู้เชี่ยวชาญด้านแผน อีดีดีผู้ช่วยอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร มีประสบการณ์จัดทำแผนขออนุมัติโครงการในระดับจังหวัด ภูมิภาค และระดับประเทศ

3.2 นายประสาท ทศคร หัวหน้ากลุ่มงานส่งเสริมการพัฒนาชุมชน รักษาการแทนพัฒนาการจังหวัดสกลนคร

3.3 นายณรงค์เดช อุฬารกุล รองประธานหอการค้าจังหวัดสกลนคร

3.4 นางสกุณา สาระนันท์ เจ้าของแบรนด์ครามสกล

โดยการดำเนินการขั้นตอน และระเบียบวิธีวิจัย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์สภาพและปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์क्रमสกจนคร

ดำเนินการวิจัยแบบพหุวิธี (Multi Methods) หรือแบบวิธีผสม (Mixed Methods) ด้วยการวิจัยเชิงปริมาณ แบบสอบถาม (Questionnaire) และการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ใช้การสังเกต การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) จำนวน 50 กิจกรรม สัมภาษณ์แบบเจาะลึก คำถามแบบมีโครงสร้าง เพื่อศึกษาถึงสภาพและปัญหา ของผู้ร่วมงานดังกล่าว จำนวน 10 คน รวมทั้งสิ้น 60 คน



ขั้นตอนที่ 2 จัดทำข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์

ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) การสัมภาษณ์กลุ่ม (Group-Interview) วิเคราะห์ SWOT Analysis การวิเคราะห์ TOWS Matrix วิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholders) ประกอบด้วย 1. ผู้ผลิต 2. ผู้จัดการ 3. ผู้ซื้อ 4. ภาครัฐ รวมทั้งสิ้น 15 คน



ขั้นตอนที่ 3 ยืนยันข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์

แบบฟอร์มยืนยันยุทธศาสตร์ (Questionnaire) ประกอบด้วย 1. กลุ่มนักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญในสถาบันอุดมศึกษา 2. หัวหน้าส่วนราชการ 3. หอการค้า 4. ผู้ประกอบการ รวมทั้งสิ้น 10 คน

ภาพประกอบ 22 ขั้นตอนการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ ด้วยแบบสอบถาม เพื่อประเมินความสอดคล้องของยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ร่วม ตัวชี้วัด กลยุทธ์ โครงการ โดยใช้มาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 3 ยืนยันข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์

ผู้ให้ข้อมูลหลักยืนยันข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ประกอบไปด้วยผู้ยืนยันข้อมูลในการยืนยันข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ที่เป็นผู้เกี่ยวข้องกับการกำหนดและผู้ใช้นโยบายการ จำนวน 4 กลุ่ม ประกอบด้วย 1. กลุ่มนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในสถาบันอุดมศึกษา 2. หัวหน้าส่วนราชการ 3. หอการค้า 4. ผู้ประกอบการจำนวน 10 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

ระยะที่ 3 ยืนยันข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ฯ ด้วยแบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของยุทธศาสตร์ ด้วยแบบสอบถามเพื่อประเมินความสอดคล้องของยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าประสงค์ร่วม ตัวชี้วัด กลยุทธ์ โครงการ โดยใช้มาตราวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์เนื้อหายุทธศาสตร์จังหวัด สกลนคร และได้สังเคราะห์ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การจัดทำยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์क्रम สกลนครสู่สากลที่ผลักดันการพัฒนาผลิตภัณฑ์क्रमไปสู่การปฏิบัติในเชิงรูปธรรมในอนาคตต่อไป

ขอบเขตพื้นที่เป้าหมาย

ขอบเขตพื้นที่เป้าหมายในการจัดทำยุทธศาสตร์ หมายถึง กลุ่มผู้มีส่วนได้เสีย ผู้เกี่ยวข้องกับผู้กำหนดและผู้ใช้นโยบายการทำธุรกิจตามยุทธศาสตร์ประเทศ ในจังหวัดสกลนคร

ขอบเขตของกลุ่มเป้าหมาย

ระยะที่ 3 ยืนยันข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์ฯ ผู้ให้ข้อมูลหลักยืนยันข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์เป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับบังการผู้ประกอบการ เป็นผู้เกี่ยวข้องกับบังการรับนโยบายสู่การกำหนดแนวทางการปฏิบัติงาน และเป็นผู้นำนโยบายไปสู่การปฏิบัติ จำนวน 10 คน ประกอบด้วย 1. กลุ่มนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในสถาบันอุดมศึกษา 2. หัวหน้าส่วนราชการ 3. หอการค้า 4. ผู้ประกอบการ ดังนี้

3.1 กลุ่มนักวิชาการผู้เชี่ยวชาญในสถาบันอุดมศึกษา จำนวน 7 คน

3.1.1 ดร.วัชรพงษ์ อินทรวงศ์

3.1.2 นายสนธยา ผาลลาพั้ง

3.1.3 รศ.ดร.จิตติ กิตติเลิศไพศาล

3.1.4 ดร.ปทุมทิพย์ ม่านโคกสูง

3.1.5 ผศ.อนูรัตน์ สายทอง

3.1.6 ผศ.ดร.พรกมล สาข้อม

3.1.7 ผศ.ดร.สมบุญณ์ ชาวชายโง

3.2 นายประสาท ทัตคร

3.3 นายณรงค์เดช อุฬารกุล

3.4 นางสกุณา สาระนันท์

โดยผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะจากการยืนยันยุทธศาสตร์ฯ โดยผู้เชี่ยวชาญมาเพื่อปรับยุทธศาสตร์ให้เกิดความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยข้อเสนอเชิงยุทธศาสตร์การพัฒนาผลิตภัณฑ์क्रम สกลนครสู่สากล ดำเนินการวิจัยในระหว่างเดือน มีนาคม 2561 – มกราคม 2562 รวมระยะเวลา 10 เดือน