

กระบวนการจัดการความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชนผ้าย้อมคราม¹

Knowledge Management Process of Indigo Dyed Cloth Community Business

สุทิสรา ขงเหล็กนอก (Sutisa Songleknok)^{2*} ดร.สมาน ลอยฟ้า (Dr.Smarn Loipha)^{**}
 ดร.ชลภัฏษ์ วงษ์ประเสริฐ (Dr.Chollabhat Vongprasert)^{***}

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนผ้าย้อมครามตามห่วงโซ่คุณค่า และปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการความรู้และธุรกิจชุมชนผ้าย้อมคราม เก็บรวบรวมข้อมูลจากปรากฏการณ์ของหน่วยศึกษาที่มีการจัดการความรู้และการจัดการธุรกิจชุมชนที่ดี คือ ทีตาผ้าย้อมครามธรรมชาติ และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านถ้ำเต่า วิธีการวิจัยใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับบริบทชุมชนและการจัดการความรู้ วิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิควิเคราะห์เนื้อหา ผลวิจัยพบว่ากลุ่มธุรกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มมีกระบวนการจัดการความรู้ที่แฝงรวมอยู่ในกระบวนการทำงาน ความรู้ส่วนใหญ่เป็นความรู้ฝังลึก ประกอบด้วยกระบวนการจัดการความรู้ 6 ขั้น ดังนี้ (1) การระบุถึงความรู้ (2) การแสวงหาและจัดหาความรู้ (3) การสร้างความรู้ (4) การจัดระบบและจัดเก็บความรู้ (5) การแลกเปลี่ยนและการถ่ายทอดความรู้ (6) การใช้ความรู้ ซึ่งมีกระบวนการทำงานร่วมกันอย่างเป็นองค์รวมและเกิดขึ้นกับสมาชิกและกลุ่มเครือข่ายผลิต ปัจจัยเอื้อที่มีผลต่อความสำเร็จของกระบวนการจัดการความรู้และธุรกิจชุมชนผ้าย้อมครามตามห่วงโซ่คุณค่าคือ ผู้นำ รายได้ ความไว้วางใจ

ABSTRACT

This qualitative research aimed to examine the knowledge management of indigo dyed cloth community business through a value-chain analysis approach, and examine factors facilitating the knowledge management and indigo dyed cloth community business. The data collection, retrieved from case studies having good knowledge management and community business management systems and outcomes, involved Teeta natural Indigo-dyed textile and Baan Tam Tao Farm Women's Group. Participation and non-participation observation and in depth interview techniques were conducted with key informants concerning the context of

¹ งานวิจัยนี้เป็นวิจัยย่อยในวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาเอก เรื่อง การจัดการความรู้ธุรกิจชุมชนผ้าย้อมครามตามห่วงโซ่คุณค่า

² Correspondent author: songleknok_sutisa@yahoo.com

* นักศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาสารสนเทศศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

** รองศาสตราจารย์ กลุ่มวิชาการจัดการสารสนเทศและการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

*** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ กลุ่มวิชาการจัดการสารสนเทศและการสื่อสาร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น

community and knowledge management. The data was analyzed and synthesized through content analysis technique. The findings revealed that both community enterprise groups reported their working process are implicitly contained or embedded in existing knowledge management, identified as tacit knowledge. In this research, the process of knowledge management was categorized into six stages as follows: (1) Knowledge goal and identification (2) Knowledge acquisition (3) Knowledge creation (4) Knowledge organization and storage (5) Knowledge transfer and sharing, and (6) Knowledge utilization. The working process among those components was integrated as a whole process and could be seen in operation in individual members, as well as within network production groups. The factors facilitating the success of learning management process and community business of indigo dying cloth through a value chain analysis approach, were found to be leader, profit, and trust.

คำสำคัญ : การจัดการความรู้ ผ้าย้อมคราม ธุรกิจชุมชน

Keywords : Knowledge management, Indigo dyed cloth, Community business

บทนำ

กลุ่มธุรกิจชุมชนเป็นองค์กรของชุมชนที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวของคนในชุมชนเน้นการดำเนินการโดยชุมชนเพื่อชุมชนด้วยทุนของชุมชนประกอบด้วย เงิน ทรัพยากร ผลผลิต ความรู้ ภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรม และทุนทางสังคมเพื่อผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของชุมชน ก่อให้เกิดรายได้ ยกระดับคุณภาพชีวิต และเป็นการรักษาและต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น [1, 2, 3] ตั้งแต่ พ.ศ. 2546 รัฐบาลให้ความสำคัญและมีนโยบายส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นในบทบาทกลุ่มธุรกิจชุมชนภาคบริการและภาคพาณิชย์ของประเทศ เช่น วิสาหกิจชุมชน โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เป็นต้น ปรากฏในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติตั้งแต่ฉบับที่ 8 ถึงฉบับปัจจุบัน [4] รัฐบาลออกกฎหมายวิสาหกิจชุมชนเพื่อรับรองธุรกิจชุมชนและสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้ประกาศมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น ไวน์ผลไม้ ผ้าแพรวา ผ้าหม้อห้อม ผ้าคราม เป็นต้น สำหรับตรวจสอบและรับรองผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับลูกค้าทั้งในประเทศและต่างประเทศ [5] จาก

การส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มธุรกิจชุมชนพบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนมีทั้งกลุ่มที่ประสบความสำเร็จและไม่ประสบความสำเร็จ กลุ่มที่ประสบความสำเร็จดำเนินธุรกิจมาต่อเนื่องตั้งแต่ก่อตั้งกลุ่มจนถึงปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ได้รับรองตามเกณฑ์มาตรฐานอุตสาหกรรม และคัดสรรผ่านเกณฑ์โอท็อป จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับกลุ่มธุรกิจชุมชน พบปัญหาด้านบุคลากรในประเด็นความรู้ความสามารถในหน้าที่ผลิตและจัดการผลิตภัณฑ์ การผลิตผลิตภัณฑ์ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และผลิตภัณฑ์ที่ได้มีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐาน [6]

ผ้าย้อมครามเป็นหนึ่งในภูมิปัญญาผ้าและเครื่องแต่งกายที่ถูกละเลยเป็นอาชีวะ จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ในอดีตชาวบ้านในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ภาคเหนือ และภาคใต้มีภูมิปัญญาผ้าย้อมครามที่สืบทอดจากบรรพบุรุษดังหลักฐานที่ปรากฏคือ ถังครามที่เกาะยอ จังหวัดสงขลา และผ้าของสตรีภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และภาคเหนือ ปัจจุบันประเทศไทยมีแหล่งผลิตผ้าย้อมครามลดลงมีบางพื้นที่ที่สืบทอดและเป็นแหล่งผลิตที่สำคัญคือ จังหวัดอุดรธานี จังหวัดสกลนคร

จังหวัดมุกดาหาร และจังหวัดชัยภูมิ ซึ่งจังหวัดสกลนครได้ถูกยอมรับว่าเป็นแหล่งผลิตครามที่ดีที่สุดของประเทศ และได้ถูกผลักดันจากรัฐบาลไทยให้เป็นศูนย์กลางคลัสเตอร์ผ้าย้อมคราม [7-8] นอกจากนี้ยังพบภูมิปัญญาการย้อมครามในต่างประเทศเช่น ประเทศลาว ประเทศญี่ปุ่น ประเทศอินเดีย เป็นต้น ซึ่งภูมิปัญญาการย้อมครามในต่างประเทศเริ่มสูญหาย ผู้สืบทอดภูมิปัญญามีจำนวนลดลง องค์การหัตถกรรม (World Craft Council) ของยูเนสโกตระหนักและเห็นความสำคัญจึงทำนโยบายรักษาหัตถกรรมพื้นบ้านและพื้นฟูการย้อมครามทั่วโลกขึ้นใน พ.ศ. 2541 และจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการครั้งแรกที่จังหวัดหัตถ์เชียงใหม่มีผู้เชี่ยวชาญครามจาก 12 ประเทศเข้าร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์ [9] ส่งผลให้หน่วยงานประเทศไทยเห็นความสำคัญของภูมิปัญญาการย้อมคราม

ในอดีตจังหวัดสกลนครประสบปัญหาเกี่ยวกับการสูญหายของภูมิปัญญาผ้าย้อมครามในบางหมู่บ้านนานกว่า 50 ปี จนกระทั่ง พ.ศ. 2535 มีการรื้อฟื้นภูมิปัญญาผ้าย้อมครามเพื่อผลิตเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับเป็นเครื่องแต่งกายเพื่อจำหน่ายในจังหวัดและต่างจังหวัดโดยเฉพาะกรุงเทพมหานครและเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการผลิตแบบดั้งเดิมและวัตถุดิบจากธรรมชาติ ผลตอบรับผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามจากลูกค้าที่นิยมผลิตภัณฑ์ธรรมชาติมีปริมาณเพิ่มขึ้น จึงเกิดการขยายและเพิ่มกลุ่มผลิตผ้าย้อมคราม และถ่ายทอดภูมิปัญญาผ้าย้อมครามไปยังหมู่บ้านอื่นในจังหวัดสกลนคร หน่วยงานภาครัฐและเอกชนในจังหวัดสกลนครเห็นแนวทางการส่งเสริมอาชีพให้กับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรจึงส่งเสริมการผลิตผ้าย้อมครามเป็นอาชีพด้วยการสนับสนุนงบประมาณความรู้ การแปรรูปผลิตภัณฑ์ และจัดหาตลาดจำหน่ายผ้าย้อมคราม สร้างรายได้และลดจำนวนคนในชุมชนที่ไปรับจ้างทำงานในต่างจังหวัด ต่อมาผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามได้รับการส่งเสริมให้เป็นผลิตภัณฑ์เด่นของจังหวัดสกลนคร [10-11] จนกระทั่ง พ.ศ. 2546 รัฐบาลจัดทำโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

หน่วยงานที่เกี่ยวข้องตระหนักและเห็นความสำคัญของภูมิปัญญาผ้าย้อมคราม จึงสนับสนุนชาวบ้านในจังหวัดสกลนครจัดตั้งกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามและจดทะเบียนกลุ่มกับสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอและสำนักงานเกษตรอำเภอ จึงเป็นการรื้อฟื้น พื้นฟู และอนุรักษ์ภูมิปัญญาผ้าย้อมครามอีกช่องทางหนึ่ง ต่อมาผ้าย้อมครามถูกยกระดับให้เป็นชุดแต่งกายประจำจังหวัด รัฐบาลเห็นความสำคัญของธุรกิจชุมชนผ้าย้อมครามได้สนับสนุนและผลักดันให้จังหวัดสกลนครเป็นศูนย์กลางคลัสเตอร์ผ้าย้อมคราม (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2551;สถาบันคีนัน, 2549) แต่จากการวิเคราะห์การลงทะเบียนกลุ่มผู้ผลิตผ้าย้อมครามตั้งแต่ปี พ.ศ. 2546 ถึง พ.ศ. 2553 [12] พบว่า พ.ศ. 2546 จำนวนกลุ่มผู้ผลิตผ้าย้อมครามผ่านเกณฑ์โอท็อปมีจำนวนน้อย พ.ศ. 2547 ถึง พ.ศ. 2548 จำนวนกลุ่มผู้ผลิตผ้าย้อมครามที่ผ่านเกณฑ์โอท็อปมีจำนวนเพิ่มขึ้นและมีกลุ่มผลิตผ้าย้อมครามรายใหม่เกิดเพิ่มขึ้น แต่หลังจาก พ.ศ. 2548 จนถึง พ.ศ. 2553 พบว่าจำนวนกลุ่มผู้ผลิตผ้าย้อมครามลดลงและคงเหลือประมาณ 60 กลุ่ม ดังนั้นการทำให้ภูมิปัญญาผ้าย้อมครามดำรงอยู่และพัฒนาเป็นอาชีพสู่ลูกหลาน หน่วยงานเกี่ยวข้องต้องมีกระบวนการจัดการธุรกิจชุมชนและความรู้ที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมการทำอาชีพผ้าย้อมครามและเป็นการสืบทอด ถ่ายทอดและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้กับคนรุ่นใหม่ทีสนใจจะประกอบอาชีพผลิตผ้าย้อมคราม หรือเป็นแหล่งศึกษาภูมิปัญญาที่เป็นมรดกของคนในชุมชน

การจัดการความรู้เป็นเครื่องมือหนึ่งที่ใช้เพื่อจัดการความรู้ที่สนับสนุนและเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานขององค์กร ให้อยู่ในรูปแบบที่คนในองค์กรสามารถเข้าถึง แลกเปลี่ยน จัดเก็บความรู้ใหม่ ค้นคืนความรู้ เพื่อนำไปสู่การเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองและองค์กร ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ นวัตกรรมใหม่ ตลอดจนปรับปรุงกระบวนการทำงาน เพื่อนำไปสู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ ยั่งยืน และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันกับองค์กรอื่น ความรู้จะอยู่ใน

กระบวนการทำงาน คน เอกสารและคู่มือ ผลิตภัณฑ์และบริการ [13]

จากการทบทวนวรรณกรรมกลุ่มธุรกิจชุมชน พบประเด็นที่นักวิชาการทำวิจัย 5 ประเด็น คือ การจัดการทางธุรกิจ การจัดการความรู้ผ่านระบบการศึกษาโดยสร้างหลักสูตรใหม่ในสถานศึกษาหรือผนวกเข้ากับหลักสูตรที่มีอยู่เดิมในสถานศึกษา รูปแบบหรือแนวทางในการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จผ่านกระบวนการจัดการความรู้และการจัดการธุรกิจตามกรอบดำเนินงานโครงการโอทอป การศึกษาบางกระบวนการของการจัดการความรู้ การดำเนินงานของธุรกิจชุมชนที่ประสบความสำเร็จ แต่ยังไม่ปรากฏการศึกษาการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนบูรณาเข้ากับห่วงโซ่คุณค่าตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ ซึ่งการศึกษาการจัดการความรู้ธุรกิจชุมชนแบบครบวงจรที่บูรณาการทั้งสององค์ความรู้จะช่วยให้ผู้ประกอบการและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชนเข้าใจกระบวนการจัดการความรู้ในห่วงโซ่คุณค่าของธุรกิจชุมชนที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ และนำมาเป็นกรอบเพื่อศึกษา

ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้แนวคิดการจัดการความรู้เพื่อศึกษากลุ่มธุรกิจชุมชนที่ดำเนินกิจการด้วยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยเลือกศึกษาภูมิปัญญาผ้าเย็บหม้อคราม เพื่อสะท้อนปรากฏการณ์ของการจัดการความรู้ในอดีตที่ครั้งหนึ่งเคยสูญหายไปจากพื้นที่และถูกรื้อฟื้น พัฒนาผลิตภัณฑ์จนเป็นที่ยอมรับ ซึ่งกลุ่มที่เลือกศึกษาเป็นกลุ่มธุรกิจชุมชนผ้าเย็บหม้อครามที่ดำเนินกิจการและมีผลิตภัณฑ์จำหน่ายอย่างต่อเนื่อง เพื่อสะท้อนกระบวนการจัดการความรู้ของกลุ่มธุรกิจชุมชนผ้าเย็บหม้อครามว่ามีกระบวนการจัดการความรู้อย่างไรทั้งความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาและความรู้สมัยใหม่สำหรับบริหารธุรกิจและออกแบบผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของลูกค้า และมีปัจจัยใดบ้างที่เอื้อให้กลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถจัดการความรู้ทั้งภูมิปัญญาและความรู้สมัยใหม่

การพัฒนากรอบแนวคิดเกี่ยวกับการศึกษากระบวนการจัดการความรู้กลุ่มธุรกิจชุมชนผ้าเย็บหม้อคราม ผู้วิจัยใช้การสังเคราะห์ทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการความรู้ขององค์กร [13-17] เพื่อใช้เป็นกรอบสำหรับศึกษาประกอบด้วย การกำหนดเป้าหมายและระบุถึงความรู้ การแสวงหาและจัดหาความรู้ การสร้างความรู้ การจัดระบบและจัดเก็บความรู้ การแลกเปลี่ยนและถ่ายทอดความรู้ และการใช้ความรู้ ในส่วนของการสร้างความรู้ผู้วิจัยนำทฤษฎี SECI ของ Nonaka and Takeuchi [14] ประกอบด้วย กระบวนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การสกัดความรู้จากตัวคน การบูรณาการความรู้ และการสร้างองค์ความรู้ภายในตัวคน มาใช้ศึกษาปรากฏการณ์การสร้างความรู้ในกลุ่มธุรกิจชุมชน และในส่วนของการถ่ายทอดความรู้ผู้วิจัยใช้ทฤษฎีของ Sveiby [18] 10 ขั้นตอน คือ การถ่ายทอดความรู้ระหว่างบุคคล การถ่ายทอดความรู้จากบุคคลไปยังโครงสร้างภายนอก การถ่ายทอดความรู้จากโครงสร้างภายนอกไปยังแต่ละบุคคล การถ่ายทอดความรู้จากสมรรถนะส่วนบุคคลไปยังโครงสร้างภายนอก การถ่ายทอดความรู้จากโครงสร้างภายในไปยังสมรรถนะส่วนบุคคล การถ่ายทอดความรู้ภายในโครงสร้างภายนอก การถ่ายทอดความรู้จากโครงสร้างภายนอกไปยังโครงสร้างภายใน การถ่ายทอดความรู้จากโครงสร้างภายในไปยังโครงสร้างภายนอก และการสร้างมูลค่าสูงสุดเพื่อศึกษาปรากฏการณ์และกระบวนการถ่ายทอดความรู้ภายในกลุ่ม และระหว่างกลุ่มกับคน/หน่วยงานภายนอก ที่สะท้อนกระบวนการจัดการความรู้ในกิจกรรมทางธุรกิจชุมชนได้อย่างครบถ้วนและเป็นองค์รวมตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการความรู้ของธุรกิจชุมชนผ้าเย็บหม้อครามตามห่วงโซ่คุณค่า
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการความรู้

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเพื่อศึกษากระบวนการจัดการความรู้ธุรกิจชุมชนผ้าย้อมครามตามห่วงโซ่คุณค่า และปัจจัยที่เอื้อต่อการจัดการความรู้และธุรกิจชุมชนผ้าย้อมคราม ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. การเลือกพื้นที่ ผู้วิจัยเลือกพื้นที่แบบเจาะจงคือ จังหวัดสกลนคร เพราะเป็นคลัสเตอร์ผ้าย้อมครามของประเทศไทย ผ้าย้อมครามเป็นชุดแต่งกายและผลิตภัณฑ์ขายดีประจำจังหวัด ผ้าย้อมครามเกี่ยวข้องกับกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดสกลนคร และเป็นจังหวัดที่มีกลุ่มธุรกิจชุมชนผ้าย้อมครามจำนวนมากที่สุดในประเทศไทย [12, 19]

2. การคัดเลือกหน่วยที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์การคัดเลือกหน่วยศึกษามีเกณฑ์ดังนี้

2.1 ลักษณะกลุ่มธุรกิจชุมชนผ้าย้อมคราม คือ (1) การก่อตั้งธุรกิจชุมชนเป็นการรวมตัวของคนในชุมชน (2) กิจกรรมการผลิตใช้วัตถุดิบและแรงงานในท้องถิ่น แรงงานเป็นเจ้าของทุนและคนทำงานในกลุ่มเดียวกัน ความรู้เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชน (3) การบริหารจัดการและจัดสรรผลประโยชน์กระทำผ่านสมาชิกหรือคณะกรรมการ (4) ธุรกิจชุมชนมีทุนและงบประมาณสำหรับดำเนินกิจการ (5) ธุรกิจชุมชนมีผลิต และจำหน่ายผลิตภัณฑ์

2.2 ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและได้มาตรฐานจากการคัดสรรผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ระดับ 5 ดาว และได้ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

2.3 การดำเนินกิจกรรมของธุรกิจชุมชนอย่างต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 10 ปี เพื่อให้ได้หน่วยศึกษาที่ดีที่สะท้อนกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาผ้าย้อมครามมาตั้งแต่เริ่มรวมกลุ่มเพื่อประกอบอาชีพเสริมจนปัจจุบันกลายเป็นอาชีพหลักของสมาชิกบางครอบครัวและเห็นวิวัฒนาการของภูมิปัญญาผ้าย้อมคราม

ผลการพิจารณากลุ่มธุรกิจชุมชนตามเกณฑ์ข้างต้นมีกลุ่มธุรกิจชุมชนที่เข้าเกณฑ์และโดดเด่น 2 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านถ้ำเต่า ตำบลสามัคคีพัฒนา อำเภออากาศอำนวย เป็นกลุ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามทั้งในและต่างประเทศ และแหล่งเนื้อครามปริมาณมากสำหรับส่งขายให้กับเครือข่ายธุรกิจชุมชน (2) กลุ่มที่ตาผ้าย้อมครามธรรมชาติ ตำบลนาหัวบ่อ อำเภอพรรณานิคม เป็นกลุ่มแรกที่รื้อฟื้นภูมิปัญญาการย้อมครามและนำผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามออกตลาด ปัจจุบันจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในจังหวัด ต่างจังหวัด และต่างประเทศ

3. ผู้ให้ข้อมูลมี 2 กลุ่ม คือ (1) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบ่งเป็น 2 กลุ่มตามประเด็นที่จะศึกษาปรากฏการณ์ คือบริบทหมู่บ้าน ผู้ให้ข้อมูลหลักได้แก่ผู้ใหญ่บ้าน ผู้อาวุโสประจำหมู่บ้าน ชาวบ้านที่มีความรู้และมีวิถีชีวิตเกี่ยวกับผ้าย้อมครามมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน และบริบทกลุ่มธุรกิจชุมชนผ้าย้อมคราม ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ประธานกลุ่ม กรรมการ สมาชิกกลุ่ม (2) ตัวแทนหน่วยงานที่ปฏิบัติงานหรือมีกิจกรรมร่วมกับธุรกิจชุมชนผ้าย้อมคราม เพื่อรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับบทบาทและการสนับสนุนกลุ่มธุรกิจชุมชนผ้าย้อมคราม ซึ่งหน่วยงานที่จะให้ข้อมูลในประเด็นเหล่านี้ ผู้วิจัยได้รายชื่อจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก

4. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย แนวทางการสัมภาษณ์ 4 ชุดคือ (1) แนวทางการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับบริบทหมู่บ้านและความเกี่ยวข้องของคนในหมู่บ้านกับภูมิปัญญาผ้าย้อมคราม (2) แนวทางการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับการจัดการธุรกิจชุมชนผ้าย้อมคราม (3) แนวทางการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักเกี่ยวกับความรู้ผ้าย้อมครามในฐานะภูมิปัญญาของชุมชน (4) แนวทางการสัมภาษณ์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจชุมชนผ้าย้อมคราม ร่วมกับแบบบันทึกการสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม

5. การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลใช้หลายวิธี คือ ข้อมูลจากเอกสารในชุมชนและที่เกี่ยวข้อง

การสัมภาษณ์ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วมจากกลุ่มธุรกิจชุมชนผ้าย้อมครามจำนวน 2 กลุ่ม คือ ที่ตาผ้าย้อมครามธรรมชาติ จำนวน 24 คน และกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านถ้ำเต่า จำนวน 30 คน เพื่อศึกษาปรากฏการณ์การจัดการความรู้ธุรกิจชุมชนผ้าย้อมครามตามห่วงโซ่คุณค่าและปัจจัยเอื้อ ซึ่งเทคนิคการคัดเลือกผู้ถูกสัมภาษณ์จะให้ผู้ถูกสัมภาษณ์เป็นผู้แนะนำผู้ให้สัมภาษณ์คนถัดไป จนได้ข้อมูลครบและคำสัมภาษณ์จากผู้ให้ข้อมูลหลักไม่แตกต่างกัน รวมถึงสัมภาษณ์ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนการทำธุรกิจชุมชนผ้าย้อมคราม

6. การวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา ซึ่งเนื้อหาได้จากการถอดเทปแบบคำต่อคำในลักษณะของบทสนทนาพร้อมกับหลักฐานประกอบการสนทนา เช่น ภาพถ่าย ผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมคราม หนังสือ เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์ประเด็นข้อมูลตามปรากฏการณ์ในพื้นที่ และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างประเด็นข้อมูลเพื่อสะท้อนภาพรวมของข้อมูลและความสัมพันธ์ของข้อมูลด้วยการจำแนกและจัดข้อมูลเป็นหมวดหมู่ตามเนื้อหา(Category) วิเคราะห์เปรียบเทียบข้อมูลเพื่อหาข้อสรุปในแต่ละประเด็นและภาพรวมตามกรอบแนวคิด และนำมาสังเคราะห์เชิงระบบ (Systematic synthesis) เพื่อหาประเด็นร่วมหรือประเด็นหลักและอธิบายเนื้อหา

ผลการวิจัย

1. สภาพบริบทชุมชนของกลุ่มธุรกิจชุมชนผ้าย้อมคราม 2 กลุ่ม พบลักษณะที่คล้ายกันคือ การสืบทอดวัฒนธรรมการแต่งกายและการทอผ้าของสตรีซึ่งถ่ายทอดความรู้จากสมาชิกในครอบครัว แต่ละกลุ่มธุรกิจชุมชนมีบริบทชุมชนโดยสังเขปดังนี้ กลุ่มที่ตาผ้าย้อมครามธรรมชาติตั้งอยู่ที่บ้านนาดี หมู่ 14 ตำบลพรรณานิคม จังหวัดสกลนคร พื้นที่โดยรอบหมู่บ้านมีคลองชลประทานเขื่อนน้ำอูนไหลผ่านหมู่บ้าน อาชีพของคนในหมู่บ้านและหมู่บ้านใกล้เคียงทำเกษตรกรรม เช่น ทำนา ทำสวนแตงโม ทำสวนแคนตาลูป เป็นต้น ผู้หญิงในหมู่บ้านสืบทอดวัฒนธรรมการทอเสื้อและทอ

ผ้าจากบรรพบุรุษ การทอผ้าจะใช้สีและเส้นด้ายจากโรงงานเช่น ไหมโทเร ผ้าโรงงาน สีเคมี เป็นต้น ซึ่งซื้อจากตลาดนัดหมู่บ้าน รดเร่ หรือร้านค้าในอำเภอและจังหวัด ต่อมาประธานกลุ่มที่ตาผ้าย้อมครามธรรมชาติมองเห็นช่องทางในการทำธุรกิจคือ ไม่มีผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามวางขายในตลาด ประกอบกับมีความชอบส่วนตัวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมคราม เมื่อ พ.ศ. 2534 ประธานกลุ่มได้รื้อฟื้นภูมิปัญญาการผลิตผ้าย้อมคราม ซึ่งภูมิปัญญาการย้อมครามได้สูญหายไปจากบ้านนาดีและหมู่บ้านใกล้เคียงมาเป็นเวลาไม่น้อยกว่า 50 ปี เหลือเพียงความรู้เกี่ยวกับการทอผ้า การเส้นผ้าเท่านั้น ประธานกลุ่มจึงเริ่มแสวงหาและรวบรวมวัตถุดิบเกี่ยวกับการผลิตผ้าย้อมคราม เช่น เม็ดครามสำหรับปลูกต้นคราม และเมล็ดฝ้ายสำหรับปลูกฝ้ายพื้นเมือง เป็นต้น รวมถึงภูมิปัญญาการย้อมครามตั้งแต่การปลูกต้นคราม การทำเนื้อคราม การก่อกหม้อคราม และการย้อมครามจากผู้สูงอายุที่เคยมีประสบการณ์การย้อมคราม การรวบรวมความรู้และทำตามความรู้ที่ได้รวบรวมมาโดยมีสมาชิกในครอบครัวคือ มารดาและเพื่อนบ้าน ที่ร่วมกันทำจำนวน 5 คน โดยนำความรู้ที่รวบรวมได้มาผลิตซ้ำและปรับปรุงความรู้ให้เหมาะสมกับบริบทชุมชนใช้เวลาประมาณ 2 ปีจึงได้ผลิตภัณฑ์ผ้าคราม นำมาแปรรูปเป็นเครื่องแต่งกายสวมใส่ในชีวิตประจำวัน จนกระทั่งลูกค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษเริ่มสั่งผลิตตามความต้องการของลูกค้า และเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเพื่อจำหน่ายและตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมคราม คือ ที่ตา หรือ Teeta

พ.ศ. 2541 ยูเนสโกมีโครงการฟื้นฟูการย้อมครามทั่วโลก ซึ่งจัดกิจกรรมครั้งแรกที่จังหวัดเชียงใหม่ ประธานกลุ่มที่ตาได้มีโอกาสเข้าร่วมประชุมและนำเสนอผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามภายใต้ชื่อที่ตา การประชุมครั้งนี้ประธานกลุ่มที่ตาได้ความรู้และเทคนิคการผลิตผ้าย้อมครามของแต่ละประเทศ และได้นำความรู้เหล่านั้นมาพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ โดยเริ่มทำวิจัยร่วมกับนักวิจัยของมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนครเพื่อแก้ปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมคราม เช่น การพัฒนาวิธีทำเนื้อครามให้มีคุณภาพและได้ปริมาณเนื้อครามเพิ่ม

ขึ้น การพัฒนาวิธีการทำน้ำย้อมโดยใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติเพื่อเร่งปฏิกิริยาให้เกิดสีครามเร็วขึ้น การตรวจสอบคุณภาพผ้าย้อมครามต่อการกันแสงยูวี สรรพคุณของต้นครามทางการแพทย์ เป็นต้น ทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมครามได้รับการยอมรับ และปรับราคาผลิตภัณฑ์เทียบเท่าผ้าไหม จนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนและจังหวัด และที่ตาผ้าย้อมครามธรรมชาติเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับชาวบ้านที่ต้องการศึกษาและพัฒนาอาชีพในการผลิตผ้าย้อมครามจนถึงปัจจุบัน

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านถ้ำเต่าตั้งอยู่ที่บ้านถ้ำเต่า หมู่ 1 ตำบลสามัคคีพัฒนา อำเภอบางบาล จังหวัดสุพรรณบุรี พื้นที่หมู่บ้านเป็นที่ราบลุ่ม ลำน้ำยมไหลผ่าน กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรได้รับการสนับสนุนให้ทำอาชีพเสริมนอกเหนือจากการทำนาและรับจ้าง คือ จับปลา ทอเสื่อ และทอผ้า จากสำนักงานพัฒนาชุมชน และสำนักงานเกษตรอำเภอบางบาล ช่วงแรกชาวบ้านได้รับการสนับสนุนให้ปลูกหม่อน เลี้ยงไหม และทอผ้าไหมภายใต้การดูแลและให้การสนับสนุนจากพระตำหนักภูพานราชนิเวศ ต่อมาสตรีที่ปลูกหม่อน เลี้ยงไหมอายุมากขึ้นทำงานไม่ไหวและขาดลูกหลานสืบทอด การทอผ้าไหมจึงหายไปจากหมู่บ้าน และสตรีบ้านถ้ำเต่าได้เริ่มใช้วัตถุดิบจากโรงงานในการทอผ้า และใช้สีเคมีสำหรับย้อมผ้าทำให้ภูมิปัญญาการย้อมครามได้เริ่มสูญหายไปเหลือเพียงบางครอบครัวเท่านั้นที่ประกอบอาชีพรับจ้างย้อมผ้าหรือเส้นฝ้ายด้วยครามเพื่อสวมใส่ไปทำไร่ทำนา

ต่อมามีคน ผู้ใหญ่บ้าน และตัวแทนชาวบ้านที่มีความรู้การย้อมครามได้เข้าร่วมประชุมเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับผ้าย้อมครามที่มหาวิทยาลัยราชภัฏสุพรรณบุรี และได้พบปะกับกลุ่มที่ตาผ้าย้อมครามธรรมชาติ จึงเกิดเครือข่ายการผลิตผ้าย้อมครามระหว่างกลุ่มที่ตาผ้าย้อมครามธรรมชาติและชาวบ้านบ้านถ้ำเต่า และผู้นำกลุ่มเกษตรกรบ้านถ้ำเต่าได้เห็นสู่ทางในการพัฒนาอาชีพจึงพัฒนากลุ่มผลิตผ้าย้อมคราม ปัจจุบันบ้านถ้ำเต่าเป็นแหล่งผลิตผ้าย้อมครามที่มียอดจำหน่ายปริมาณมากเน้นการผลิตให้กับกลุ่มลูกค้า

ระดับกลาง มีเครือข่ายการผลิตร่วมกับกลุ่มธุรกิจชุมชนอื่นเพื่อช่วยผลิตกรณีรายการผลิตมีปริมาณมาก ผู้นำกลุ่มมีวิสัยทัศน์ได้เพิ่มช่องทางจำหน่ายผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับครามคือ เนื้อคราม จำหน่ายให้กับกลุ่มอาชีพผลิตผ้าทอด้วยสีธรรมชาติในต่างจังหวัด เช่น พิษณุโลก สุรินทร์ เป็นต้น จากการประกอบอาชีพผลิตผ้าย้อมครามที่ดำเนินมาต่อเนื่อง นอกจากก่อให้เกิดอาชีพและรายได้ ช่วยแก้ปัญหาการออกไปรับจ้างต่างจังหวัด

2. แหล่งความรู้สำหรับการผลิตผ้าย้อมคราม ประกอบด้วย บุคคล หน่วยงาน วัตถุดิบ เครื่องมือ สื่อสิ่งพิมพ์ และทรัพยากรธรรมชาติเป็นแหล่งความรู้ที่ประธานกลุ่มและสมาชิกต้องทำความเข้าใจดังนี้

1) แหล่งบุคคล หมายถึง บุคคลที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญ และประสบการณ์การผลิตผ้าย้อมครามบางกระบวนการหรือทั้งกระบวนการทั้งในและนอกชุมชน ซึ่งเป็นผู้ถ่ายทอดและร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับประธานกลุ่มและสมาชิก ประกอบด้วย (1) ผู้รู้/ผู้เชี่ยวชาญ เป็นชาวบ้านที่มีความรู้ประสบการณ์เกี่ยวกับกระบวนการผลิตผ้าย้อมคราม โดยเฉพาะกระบวนการทำเนื้อคราม ก่อหม้อ ย้อมคราม และดูแลหม้อคราม ซึ่งกระบวนการเหล่านี้ต้องใช้ประสาทสัมผัสทั้งห้า คือ ตมกลิ่น ชิม สัมผัส ฟัง เสียง ดู ร่วมกับทักษะและประสบการณ์ที่สั่งสมไม่น้อยกว่า 10 ปี สำหรับการเรียนรู้การก่อหม้อ การย้อมคราม และการดูแลหม้อคราม และได้รับการยอมรับจากคนในหมู่บ้านหรือนอกหมู่บ้าน (2) นักวิชาการ/นักวิจัยที่ทำงานวิชาการและงานวิจัยเกี่ยวกับผ้าย้อมครามบางกระบวนการหรือครบทุกกระบวนการตั้งแต่เมล็ดพันธุ์คราม การปลูกและเก็บเกี่ยว การผลิตเนื้อคราม การก่อหม้อ การย้อมคราม การดูแลหม้อคราม การออกแบบลายผ้าทอ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์รวมถึงคุณสมบัติอื่นเช่น คุณสมบัติทางเคมีของผ้าย้อมครามเกี่ยวกับการป้องกันรังสียูวี คุณสมบัติของกลิ่นครามกับการระงับกลิ่นตัว เป็นต้น ปัจจุบันนักวิชาการได้ศึกษาและทำวิจัยเกี่ยวกับผ้าย้อมครามเพิ่มขึ้น งานวิจัยแต่ละเรื่องตอบคำถามที่ประธานกลุ่มต้องทำความเข้าใจและอธิบายให้กับลูกค้าผ้าย้อมครามถึง

ความแตกต่างของครามกับการย้อมด้วยสีธรรมชาติอื่น และคุณสมบัติของฝ้ายย้อมครามที่สร้างคุณค่าและมีมูลค่าเท่าเทียมผ้าไหม รวมถึงการนำผลวิจัยมาใช้พัฒนากระบวนการผลิตฝ้ายย้อมคราม และงานวิจัยบางเรื่องประธานกลุ่มได้ทำวิจัยร่วมกับนักวิจัยในฐานะผู้ช่วยวิจัย (3) ลูกค้า หมายถึง บุคคลที่ซื้อผลิตภัณฑ์ฝ้ายย้อมคราม หรือบุคคลที่สั่งผลิตฝ้ายย้อมครามตามรายการสั่งผลิตและจัดทำสัญญาผลิตเป็นลายลักษณ์อักษร ซึ่งลูกค้าเหล่านี้จะพูดคุย แลกเปลี่ยน เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ฝ้ายย้อมคราม เช่น การออกแบบ เจดสี ลักษณะเส้นใยที่ใช้ผลิตผ้า เป็นต้น ตามทัศนะและมุมมองของลูกค้า ซึ่งข้อมูลความต้องการของลูกค้าเหล่านี้ประธานกลุ่มจะนำมาใช้เป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ (4) สมาชิกกลุ่ม/กลุ่มเครือข่าย หมายถึง สมาชิกกลุ่ม/กลุ่มเครือข่ายที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในกระบวนการใดกระบวนการหนึ่งของการผลิตฝ้ายย้อมคราม เช่น การก่อกหม้อและย้อมคราม การมัดหมี่ การทอผ้า เป็นต้น ซึ่งสมาชิกคนดังกล่าวจะใช้เวลาในฝึกฝน พัฒนาทักษะและความเชี่ยวชาญจนเป็นสมาชิกผู้เชี่ยวชาญประจำกลุ่ม ซึ่งประธานกลุ่มให้ความไว้วางใจและมอบหมายให้ทำหน้าที่แทนบางกิจกรรม เช่น วิทยากร ตัวแทนกลุ่มเข้าร่วมอบรมสัมมนา เป็นต้น (5) สมาชิกในครอบครัวหรือเครือญาติ เป็นบุคคลที่มีความรู้ ทักษะ ที่ได้เรียนรู้จากสถาบันการศึกษา หรือความสนใจเฉพาะเรื่อง และนำความรู้ที่มีนำมาเป็นเครื่องมือในพัฒนาผลิตภัณฑ์และการดำเนินธุรกิจของกลุ่ม เช่น การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสำหรับออกแบบแผ่นพับ เฟสบุ๊คกลุ่ม เว็บไซต์กลุ่ม เป็นต้น

2) หน่วยงาน หมายถึง หน่วยงานภาครัฐและเอกชน มีหน้าที่ส่งเสริมและสนับสนุนความรู้ อาชีพให้กับกลุ่มชาวบ้าน ผู้ประกอบการทั่วไป เพื่อผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในและต่างประเทศ ทั้งความรู้การผลิตฝ้ายย้อมครามและย้อมสีธรรมชาติ การออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าและแปรรูป การตลาด ซึ่งผู้วิจัยแบ่งประเภทหน่วยงานสนับสนุนตามประเภทความรู้ดังนี้ (1) ด้านการผลิตและการออกแบบ เป็นหน่วยงานที่ให้ความรู้ด้านการผลิต ออกแบบ และแปรรูป

ผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การอบรมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงาน การสัมมนา และส่งเสริมการออกตลาดผ่านกิจกรรมของหน่วยงาน ซึ่งกลุ่มธุรกิจชุมชนต้องลงทะเบียนเป็นสมาชิกกับหน่วยงาน เช่น สำนักงานจังหวัดสกลนคร มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 5 เป็นต้น (2) หน่วยงานที่สนับสนุนความรู้ด้านการตลาด เป็นหน่วยงานที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการทำตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการตลาดฝ้ายย้อมคราม เช่น สำนักงานจังหวัดสกลนคร สำนักงานพาณิชย์จังหวัด สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด หอการค้าจังหวัด กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กรมการพัฒนาชุมชน เป็นต้น (3) หน่วยงานที่สนับสนุนความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานคุณภาพผลิตภัณฑ์ เป็นหน่วยงานที่ให้ความรู้เกี่ยวกับเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ฝ้ายย้อมคราม เช่น สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด เป็นต้น

3) วัตถุดิบ หมายถึง วัตถุดิบที่ใช้ในกระบวนการผลิตฝ้ายย้อมคราม เช่น เนื้อคราม น้ำดั่ง ปูน เป็นต้น เครื่องปรุงหม้อ เช่น กล้วยน้ำหว้า น้ำตาลไม่ฟอกสี มะขามเปียก เป็นต้น เป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติที่หาได้ในหมู่บ้านและหมู่บ้านข้างเคียง ในจังหวัดสกลนคร ประธานและสมาชิกต้องมีความรู้เกี่ยวกับวัตถุดิบแต่ละชนิด รวมถึงการส้างความรู้ใหม่เกี่ยวกับวัตถุดิบทดแทนหากวัตถุดิบเดิมไม่มีหรือขาดแคลน เช่น การใช้น้ำตาลไม่ฟอกสีแทนอ้อย เป็นต้น

4) เครื่องมือ หมายถึง วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในกระบวนการผลิตฝ้ายย้อมครามประกอบด้วย (1) วัสดุ/เครื่องมือสำหรับปลูกต้นครามเช่น เสียม จอบ คราด พลาสติกคลุมดิน สายยางหรือบัวรดน้ำ เป็นต้น (2) วัสดุ/เครื่องมือสำหรับทำเนื้อคราม เช่น โองม้งกรหรือถังพลาสติกสำหรับแช่กิ่งใบคราม ส้อมสำหรับตีน้ำแช่ใบคราม ผ้าสำหรับกรองเนื้อคราม โองม้งกรหรือถังพลาสติกสำหรับเก็บเนื้อคราม เป็นต้น (3) วัสดุหรืออุปกรณ์สำหรับก่อกหม้อครามและย้อม

คราม เช่น ขันพลาสติกใช้ตัดและดวงเนื้อคราม แก้ว
กินน้ำสำหรับดักและดวงน้ำดั่ง ถึงเจาะรูรองกันด้วย
ผ้าอีกชั้นเพื่อกรองน้ำแช่ดั่ง ถึงเปล่าสำหรับรองน้ำแช่
ดั่ง เป็นต้น (4) วัสดุหรืออุปกรณ์สำหรับหมักฝ้าย
ย้อมคราม เช่น ถังพลาสติกที่มีฝาปิดมิด ถุงพลาสติก
แบบใส เป็นต้น (5) วัสดุหรืออุปกรณ์สำหรับตากฝ้าย
ย้อมคราม เช่น ไม้ไผ่ลำยาวสำหรับผึงเส้นฝ้าย เป็นต้น
(6) วัสดุและอุปกรณ์สำหรับทอผ้า ส่วนใหญ่สืบทอด
เป็นมรดกมาจากการตาหรือญาติพี่น้อง เช่น กี่ทอผ้า
พื้ม เขา กระสวย เป็นต้น สมาชิกกลุ่มมีพื้นฐานการทอ
ผ้ามาบ้างแล้วจากการเรียนรู้กับมารดาและญาติพี่น้อง
(7) วัสดุและอุปกรณ์สำหรับทำฝ้ายเส้น ปัจจุบันสมาชิก
นำดอกฝ้ายเข้ากระบวนการของโรงงานตีฝ้าย เช่น บ้าน
ภูและ อำเภวาริชภูมิ จากนั้นสมาชิกจะนำฝ้ายที่รีด
จากโรงงานมาล้อด้วยไม้ให้เป็นม้วน และนำม้วนฝ้าย
มาเส้นให้เป็นเส้นด้วย และนำเส้นฝ้ายมาเปียให้เป็น
ใจฝ้าย ก่อนจะถูกมัดหมี่และย้อมสีคราม

5) สื่อสิ่งพิมพ์ หมายถึง หนังสือ วารสาร
เอกสารทางวิชาการ หนังสือวิจัย ที่ได้จากการเข้าร่วม
อบรม สัมมนา กับหน่วยงาน หรือซื้อหนังสือตามร้าน
หนังสือทั่วไป หรือหนังสือทางวิชาการ/วิจัยที่ร่วม
วิจัยกับนักวิชาการจากหน่วยงานการศึกษา และการ
หาความรู้จากห้องสมุด เช่น ห้องสมุดของกรมส่งเสริม
กระทรวงพาณิชย์ เป็นต้น

6) ทรัพยากรธรรมชาติ หมายถึง พืช
ต้นไม้ น้ำ ดิน ในพื้นที่หมู่บ้านและกลุ่มเครือข่ายที่
เป็นแหล่งผลิตฝ้ายย้อมครามที่นำมาเป็นปัจจัยหรือ
สนับสนุนการผลิต เช่น พืชหรือต้นไม้ที่ให้สเค็ม
สำหรับเผาทำดั่ง ความเข้าใจในน้ำและดินที่มีค่าความ
กรดเป็นเบสของแต่ละพื้นที่แตกต่างกันซึ่งมีผลต่อ
คุณลักษณะของพืช ต้นไม้ และการให้สีคราม ดัง
คำกล่าวที่ว่ากลุ่มฝ้ายย้อมครามที่อยู่บนภูพานสีน้ำย้อม
ครามจะเป็นสีน้ำเงินเข้มเกือบดำ กลุ่มย้อมคราม
อำเภอพรรณานิคมสีน้ำย้อมครามจะเป็นสีน้ำเงิน กลุ่ม
ย้อมครามอำเภอกาฬสินธุ์สีน้ำครามเป็นสีฟ้า
 เป็นต้น

แหล่งความรู้ที่แตกต่างของหน่วยศึกษา
คือ กลุ่มที่ตาฝ้ายย้อมครามธรรมชาติได้ลงทะเบียน
เป็นสมาชิกกับหน่วยงานที่สนับสนุนความรู้ด้านการ
ผลิต การออกแบบ และการตลาดโดยตรง ซึ่งมีทั้ง
ต้องเสียค่าสมาชิกและไม่เสียค่าสมาชิก เช่น ศูนย์
สร้างสรรค์งานออกแบบ (Thailand Creative &
Design Center – TCDC) หรือ ทีซีดีซี การลง
ทะเบียนผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์
สีเขียว (Green Product) กับกรมส่งเสริมคุณภาพ
สิ่งแวดล้อม กระทรวงทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม
 เป็นต้น เพราะเป้าหมายการผลิต คือลูกค้าระดับ
กลางและระดับบน เพื่อมีสิทธิในการรับรู้ข่าวสาร
เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ การผลิตสินค้า
ประเภทหัตถกรรม อบรมเชิงปฏิบัติการ และการ
ออกตลาด

3. ความรู้ที่ใช้ในการผลิตฝ้ายย้อมคราม
จำแนกความรู้ตามกิจกรรมการผลิตฝ้ายย้อมครามมี
ดังนี้ (1) ความรู้เกี่ยวกับการทำเนื้อครามเป็นความรู้
ดั้งเดิมที่สืบทอดมาจากรุ่นบรรพบุรุษยังมีความรู้ที่ได้จาก
งานวิจัยของนักวิชาการในการพื้นที่จังหวัดสกลนครที่ได้
เผยแพร่และนำไปสู่กระบวนการปรับปรุงกระบวนการ
ดั้งเดิมให้มีประสิทธิภาพ การทำเนื้อครามเพื่อใช้
เป็นวัตถุดิบหลักสำหรับการเตรียมสีครามเพื่อย้อม
ฝ้าย ประกอบด้วยความรู้ย่อย คือ เมล็ดพันธุ์คราม
การปลูกต้นคราม การเก็บเกี่ยวกิ่งใบคราม การหมัก
กิ่งใบคราม การกวนและตีน้ำแช่กิ่งใบคราม และการ
เก็บน้ำคราม และความรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือ
และอุปกรณ์ร่วมในกระบวนการต่างของการทำเนื้อ
คราม รวมถึงความรู้เกี่ยวกับเทคนิคของสีคราม
เป็นการเพิ่มปริมาณการให้สีครามในกระบวนการปลูก
ต้นครามและการตีเนื้อครามมีความรู้ย่อยประกอบด้วย
เทคนิคการใส่ปุ๋ยเพื่อให้ต้นครามมีปริมาณใบคราม
มาก ใบหนา และมีสีเขียวเข้ม ส่งผลต่อการให้เนื้อ
ครามปริมาณมาก เทคนิคการเก็บเกี่ยวกิ่งใบครามใน
ช่วงอายุที่เหมาะสมสำหรับใบครามที่ให้เนื้อคราม
ปริมาณมาก เทคนิคการเติมปูนขาวสำหรับการตก

ตะกอนของเนื้อครามเพื่อให้ได้สีของเนื้อครามที่ออกสีน้ำเงินเข้ม (2) ความรู้เกี่ยวกับน้ำดั่งเป็นความรู้ดั้งเดิมเกี่ยวกับการทำน้ำดั่ง เพื่อจะได้น้ำดั่งที่มีรสเค็มสำหรับเตรียมสีครามย้อมฝ้าย ซึ่งมีความรู้ย่อยประกอบด้วย ชนิดของไม้ การเผาไม้เพื่อทำดั่ง การทำน้ำดั่ง (3) ความรู้เกี่ยวกับปูนเป็นความรู้ใหม่ เพราะการทำปูนชาวบ้านใช้การเผาหอยกาบก็ซึ่งเป็นหอยที่หาได้ตามแหล่งน้ำจืดในท้องถื่นมาทำเป็นปูน ปัจจุบันชาวบ้านใช้ปูนเคี้ยวหมากที่ซื้อได้ตามตลาดมีทั้งปูนขาวและปูนแดง (4) ความรู้เกี่ยวกับฝ้ายเส้นเป็นความรู้เกี่ยวกับการเตรียมเส้นใยฝ้ายสำหรับย้อมคราม เป็นความรู้ดั้งเดิมที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ ประกอบด้วยความรู้ย่อยคือ การเก็บเมล็ด การปลูก การรดน้ำ การดูแล การเก็บดอกฝ้าย การตากฝ้าย การอ้าวฝ้าย การตีดฝ้าย การลื้อฝ้าย การเส้นฝ้าย การเปียฝ้าย ความรู้เกี่ยวกับเครื่องมือและอุปกรณ์สำหรับการทำงานฝ้ายเส้น และความรู้เกี่ยวกับคุณสมบัติของฝ้ายสำหรับการทำงานเครื่องนุ่งห่ม (5) คุณสมบัติการปกป้องแสงยูวีของผลิตภัณฑ์ฝ้ายย้อมครามเป็นองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยของนักวิจัยในพื้นที่และเป็นเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ฝ้ายย้อมสีธรรมชาติอื่น (6) คุณสมบัติของต้นครามในฐานะของพืชสมุนไพรเป็นความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษว่าต้นครามมีคุณสมบัติที่นำมาใช้เป็นสมุนไพร เช่น การชงใบครามมาประคบแผลให้กับวัวควาย การชงยี่น้ำครามมาย้อมผมขาว การนำฝ้ายย้อมครามมาประคบบริเวณแผลฟกช้ำ เป็นต้น (7) ความรู้เกี่ยวกับฝ้ายโรงงานทดแทนฝ้ายเส้น ปัจจุบันมีการนำฝ้ายโรงงานมาใช้ผลิตฝ้ายย้อมครามรวมกับการใช้ฝ้ายเส้นมือ เช่น ชีกงว เป็นต้น ชีกงวนิยมนำมาย้อมและทอเป็นผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ ส่วนฝ้ายไม่ฟอกสีหรือฝ้ายกรีนคอตตอนเป็นฝ้ายที่มีความทนทานมากกว่าฝ้ายชีกงว ขนาดของเส้นฝ้ายเล็กกว่าฝ้ายเส้นมือจะถูกนำมาเป็นวัตถุดิบในการย้อมครามและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป (8) ความรู้เกี่ยวกับการเตรียมสีย้อมและการแก้ปัญหาหม้อคราม ประกอบด้วย การเตรียมสีย้อมหรือการก่อหม้อ การย้อมคราม การดูแลหม้อครามหลังย้อมคราม การแก้ปัญหาฝ้ายย้อม

ครามไม่ติดสีหรือหม้อนิลหนึ่ กระบวนการเกิดสีครามของหม้อคราม ข้อจำกัดของปริมาณฝ้ายในการย้อมคราม 1 หม้อ (9) การออกแบบลวดลายผ้าทอ ในระยะแรกกลุ่มฝ้ายย้อมครามจะใช้การมัดหมี่ลวดลายดั้งเดิมที่สืบทอดจากบรรพบุรุษ ลวดลายมีขนาดใหญ่ลายหมี่เกิดจากจินตนาการจากธรรมชาติที่อยู่รอบตัว เช่น เตา ฝี่เลื้อ เป็นต้น ต่อมาได้พัฒนาลายผ้าที่ร่วมสมัยและเป็นสากล (10) การสร้างลายผ้าทอเน้นลายร่วมสมัยและสากล เช่น ลายจากการทอขัดระหว่างฝ้ายเส้นยืนกับเส้นพุ่งที่สีต่างกันเกิดเป็นลายตารางหรือลายสก็อต ลายผ้าที่เกิดจากการทอผสมผสานระหว่างฝ้ายย้อมสีครามหลายเฉดสี ลวดลายที่เกิดจากการมัดหมี่จะเน้นหมี่เล็กหรือลายเล็ก (11) ความรู้เกี่ยวกับการทอผ้าเป็นความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการเก็บเขาเพื่อสร้างลวดลายบนพื้นผ้า เทคนิคการเหยียบเขาเพื่อก่อให้เกิดลวดลายบนพื้นผ้า เทคนิคการสับเส้นยืนด้วยสีฝ้ายที่แตกต่างกัน เทคนิคการทอควบของเส้นพุ่ง (12) การออกแบบและแปรรูปผลิตภัณฑ์เน้นการสอดคล้องกับยุคสมัยและกลุ่มลูกค้า เช่น เสื้อ หมวก ยาม กางเกง เป็นต้น ประกอบด้วย การทำแพทเทิร์น การจัดวางผ้า และการเย็บผ้า (13) การตรวจสอบคุณภาพผ้าทอและผลิตภัณฑ์แปรรูป คือ การตรวจสอบคุณภาพของผ้าทอ ประกอบด้วย ความต่อเนื่องและสม่ำเสมอในของเส้นพุ่ง ความชัดเจนของลวดลายจากการมัดหมี่ การตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์แปรรูป ประกอบด้วย รูปทรงเสื้อผ้าตามแพทเทิร์นที่ออกแบบ ความประณีตของการตัดเย็บ ความเรียบร้อยของกระดุม (14) การเตรียมผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่าย คือ การทำสะอาดผ้าผืนและผลิตภัณฑ์แปรรูป การเตรียมบรรจุภัณฑ์ (15) การกำหนดราคาผลิตภัณฑ์มีขั้นตอนและความรู้ที่ใช้ในการกำหนดราคาดังนี้ ความรู้เกี่ยวกับการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ ความรู้เกี่ยวกับการติดตามราคา ความรู้เกี่ยวกับการปรับลดราคาผลิตภัณฑ์ (16) การประชาสัมพันธ์ กลุ่มธุรกิจชุมชนต้องใช้ความรู้ในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และชื่อเสียงของกลุ่มผ่านช่องทางการประชาสัมพันธ์หลายช่องทางมีความรู้ที่ใช้ดังนี้ ความรู้เกี่ยวกับการออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ประกอบด้วยการจัดวางผลิตภัณฑ์และตกแต่งร้าน ซึ่งมีพื้นที่ในการออกตลาดในประเทศและต่างประเทศ แต่ตลาดหลักของกลุ่มคือ กรุงเทพมหานคร ซึ่งการออกร้านทำให้ประธานกลุ่มได้เจอกับลูกค้าโดยตรง เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การสนับสนุนและประชาสัมพันธ์โดยหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ด้วยวิธีการสัมภาษณ์หรือเป็นแหล่งศึกษาวิจัย และมีการเผยแพร่ข้อมูล ความรู้ผ่านสื่อสิ่งพิมพ์และโทรทัศน์ การจัดทำข้อมูลผ่านเว็บไซต์และเฟสบุ๊คโดยหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และคนในครอบครัว (17) ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ประธานกลุ่มเรียนรู้และหาความรู้เกี่ยวกับการนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายร่วมกับหน่วยงานภายใต้เงื่อนไขของแต่ละหน่วยงาน และความเหมาะสมของสถานที่และลักษณะงานที่จะนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย มีความรู้เกี่ยวกับช่องทางการจำหน่ายดังนี้ การออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่จัดขึ้นโดยหน่วยงานภาครัฐ และเอกชนทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านเว็บไซต์ เฟสบุ๊ค และโทรศัพท์

3. กระบวนการจัดการความรู้ฝ้าย้อมครามของกลุ่มธุรกิจชุมชนฝ้าย้อมคราม ประกอบด้วย

1) การระบุถึงความรู้เป็นการกำหนดเป้าหมายเพื่อระบุถึงความรู้ที่ต้องใช้ในการทำธุรกิจ หน่วยศึกษาทั้งสองกลุ่มมีประธานกลุ่มเป็นผู้กำหนดความรู้ที่กลุ่มต้องใช้ในการดำเนินธุรกิจชุมชนฝ้าย้อมคราม ตั้งแต่กิจกรรมการจัดหาวัตถุดิบ การผลิต และการตลาด ซึ่งมีทั้งความรู้ที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น และความรู้ที่เป็นความรู้สมัยใหม่ ซึ่งการกำหนดเป้าหมายการผลิตฝ้าย้อมครามจะระบุถึงความรู้ตั้งแต่การจัดหาวัตถุดิบและเครื่องมือ การปลูกเนื้อคราม การผลิตเนื้อคราม และการทอหม้อและย้อมคราม รวมถึงเทคนิคใหม่เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม

2) การแสวงหาและจัดหาความรู้ กลุ่มธุรกิจชุมชนมีวิธีการแสวงหาและจัดหาความรู้ดังนี้ (1) การเสาะหาความรู้ตามที่ประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่มกำหนดหรือระบุถึง ประธานกลุ่มและ/หรือสมาชิกที่ได้รับมอบจะทำหน้าที่ไปหาความรู้ เช่น การสอบถามผู้รู้ในหมู่บ้านหรือกลุ่มเครือข่ายผลิตผ้า

ย้อมคราม การอบรมเชิงปฏิบัติการ การศึกษาดูงาน เป็นต้น (2) การถ่ายทอดความรู้ที่กำหนดโดยหน่วยงานราชการ/เอกชนที่เป็นหน่วยงานให้บริการความรู้ด้านการตลาด หรือการเข้าร่วมโครงการหรือ/และการลงทะเบียนเข้าร่วมเป็นสมาชิกกับหน่วยงาน (3) สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือและวารสารที่ให้ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ หนังสือเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าไทย ทั้งจากห้องสมุดหรือการซื้อจากร้านหนังสือทั่วไป (4) การออกตลาดเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทั้งในประเทศและต่างประเทศเป็นการร่วมออกร้านเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ประสบการณ์และความรู้ที่ได้รับคือ รูปแบบและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพอื่น ความรู้จากหน่วยงานที่ร่วมออกร้าน ความรู้จากลูกค้า ซึ่งเป็นความรู้ที่มีประโยชน์ต่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

3) การสร้างความรู้ กลุ่มธุรกิจชุมชนใช้ความรู้ดั้งเดิมเป็นพื้นฐานในการผลิตและบูรณาการความรู้เดิมเข้ากับความรู้ใหม่ที่ได้จากการฝึกอบรม การถ่ายทอดผลการวิจัยของนักวิชาการสู่กลุ่มธุรกิจชุมชน เช่น เทคนิคการย้อมสีครามกับสีธรรมชาติอื่น การออกแบบลาย และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ฝ้าย้อมคราม เป็นต้น ซึ่งความรู้ที่สร้างส่วนใหญ่จะเป็นความรู้ที่ฝังอยู่ในตัวบุคคลโดยใช้วิธีการผลิตซ้ำทางความรู้ที่ก่อให้เกิดทักษะและความชำนาญ

4) การจัดระบบและจัดเก็บความรู้ กลุ่มธุรกิจชุมชนทั้งสองกลุ่มไม่มีระบบหรือวิธีการจัดเก็บที่เป็นรูปธรรม แต่ใช้การจัดระบบและจัดเก็บความรู้ได้ง่ายและเหมือนกันคือ หากเป็นความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จะจัดเก็บผ่านตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ส่วนความรู้ทางด้านทักษะการทำงานจะเก็บเป็นความรู้ฝังลึกในตัวบุคคลผ่านวิธีการทำซ้ำ จนก่อให้เกิดเป็นความรู้ ทักษะ และความชำนาญ

5) การแลกเปลี่ยนและการถ่ายทอดความรู้เป็นการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างสมาชิก กลุ่มเครือข่าย บุคคลอื่น ผ่านการบอกเล่า การสาธิต การฝึกปฏิบัติจริงดังนี้ (1) การถ่ายทอดความรู้ให้กับคนในครอบครัวและสมาชิกกลุ่ม กลุ่มที่ตาฝ้าย้อมคราม

ธรรมชาติมีการถ่ายทอดความรู้ระหว่างกันในช่วงของการรื้อฟื้นความรู้ฝ้าย้อมคราม (2) การถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มบุคคลที่สนใจเข้ามาศึกษาและดูงานที่กลุ่มทั้งชาวบ้านที่สนใจจะประกอบอาชีพผลิตฝ้าย้อมคราม นักวิจัย นักวิชาการ โดยใช้การการบอกเล่า การสาธิต ซึ่งมีทั้งความรู้ที่อธิบายได้และความรู้เชิงเทคนิคที่ต้องอาศัยประสบการณ์ในการปฏิบัติที่สั่งสม โดยเฉพาะการบำรุงรักษาหม้อครามและการกุ่มหม้อครามกรณีที่หม้อครามกำลังจะตายหรือหม้อนิลหนี (3) การถ่ายทอดความรู้ผ่านการจ้างงานเด็กในหมู่บ้านช่วงว่างจากการเรียนหนังสือ เช่น หลังเลิกเรียน วันหยุด ปิดภาคเรียน เป็นต้น โดยคิดค่าจ้างเป็นชั่วโมง (4) การเป็นวิทยากรเพื่อทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ให้กับนักเรียนในโรงเรียน มหาวิทยาลัย และหน่วยงานอื่น (5) การถ่ายทอดความรู้ในลักษณะเอกสาร งานวิจัย บทความ วิทยุทัศน์ โดยนักวิจัย นักวิชาการ หรือเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐและเอกชน (6) การถ่ายทอดความรู้ผ่านรายการทีวี การทำวิทยุทัศน์ของนักเรียน/นักศึกษาเผยแพร่บนเว็บไซต์

6) การใช้ความรู้แบ่งตามลักษณะหน้าที่ปฏิบัติเป็น 3 ลักษณะ คือ (1) เพื่อปฏิบัติงานตามวิถีการผลิตของกลุ่มเป็นการผลิตซ้ำความรู้ที่มีอยู่ในตน และการใช้ความรู้ใหม่ร่วมกันทำงานผ่านปฏิบัติจนเกิดเป็นความชำนาญ ประสบการณ์ และทักษะส่วนบุคคล เช่น การก่อหม้อ การย้อมคราม การออกแบบลายผ้าทอ/ผลิตภัณฑ์แปรรูป เป็นต้น (2) การต่อยอดความรู้เดิม ประธานกลุ่มจะใช้ความรู้ใหม่มาผสมผสานกับความรู้เดิมเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้งผ้าผืนและผลิตภัณฑ์แปรรูป (3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมด้วยการใช้ความรู้ใหม่ร่วมกับความรู้เดิม เช่น การผสมสีธรรมชาติอื่นกับสีคราม เป็นต้น

3. ปัจจัยเอื้อต่อการจัดการความรู้กลุ่มธุรกิจชุมชนฝ้าย้อมครามที่หน่วยศึกษา 2 หน่วยมีเหมือนกัน คือ (1) ผู้นำ เป็นบุคคลที่มีส่วนสนับสนุนและเป็นกลไกหลักที่สำคัญในการจัดการความรู้สำหรับการดำเนินธุรกิจชุมชน การวางแผนการบริหารจัดการ วัตถุประสงค์ การผลิตฝ้าย้อมคราม และการตลาด ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างความรู้ เพื่อพัฒนาศักยภาพ

ทักษะ ความสามารถในการผลิตฝ้าย้อมครามของสมาชิกกลุ่มและกลุ่มเครือข่าย สนับสนุนให้สมาชิกกลุ่มและกลุ่มเครือข่ายเข้าร่วมอบรมสัมมนากับหน่วยงานภาครัฐหรือเรียนรู้จากผู้ที่มีความรู้ ผู้นำของหน่วยศึกษาทั้งสองกลุ่มมีลักษณะคล้ายกันคือ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี มีประสบการณ์ทำงานกับองค์กรภาครัฐและเอกชน ซึ่งความรู้และประสบการณ์เหล่านี้มีส่วนช่วยสนับสนุนให้การบริหารจัดการและดำเนินธุรกิจชุมชนเป็นไปอย่างมีทิศทาง (2) รายได้จากสถานะฝ้าย้อมครามที่มีสัญญาในการเป็นเครื่องแต่งกายสำหรับสวมใส่ทำงานกลางแจ้งเปลี่ยนบทบาทเป็นผ้าที่มีคุณค่าและมูลค่าต่อผู้สวมใส่ สตรีในหมู่บ้านเห็นความสำคัญและประกอบอาชีพทอฝ้าย้อมครามเพิ่มขึ้น ทำให้มีรายได้ส่งลูกหลานเรียนหนังสือถึงระดับปริญญาตรีทั้งในจังหวัดสกลนครและต่างจังหวัด เช่น กรุงเทพฯ ขอนแก่น เป็นต้น ตลอดจนมีเงินเก็บสำหรับซื้อที่ดินหรือซ่อมแซม/ก่อสร้างบ้าน และชาวบ้านไม่ต้องไปขายแรงงานที่ต่างจังหวัด (3) ความไว้วางใจ หมายถึง ความเชื่อใจในฝีมือ ความเชื่อใจในวัตถุดิบที่ใช้ผลิต และความซื่อสัตย์ ความเชื่อมั่นในการทำงานให้แล้วเสร็จตามเวลาที่กำหนด

อภิปรายผลการวิจัย

1. การถ่ายทอดและสืบทอดความรู้ในครอบครัว เครือญาติ หรือคนในกลุ่มอาชีพเดียวกัน เพราะการผลิตฝ้าย้อมครามเป็นงานหัตถกรรม และเป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิต ดังนั้นการผลิตงานตามคำสั่งผลิตหากกระทำเฉพาะในครอบครัว เครือญาติ หรือกลุ่มบางครั้งอาจไม่เสร็จทันตามกำหนด สอดคล้องกับงานวิจัยของธงชัย [20] ที่สะท้อนให้เห็นถึงการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการทอผ้าที่ถ่ายทอดให้กับกลุ่มเครือญาติและคนในครอบครัว เพราะถือเป็นสมบัติที่ตกทอดให้กับคนในครอบครัว แต่จากการลงพื้นที่พบปรากฏใหม่เพิ่มเติม คือ การถ่ายทอดความรู้ฝ้าย้อมครามให้กับสมาชิกเครือข่ายผลิตที่กลุ่มธุรกิจชุมชนฝ้าย้อมครามไว้วางใจ เพื่อให้มีกระบวนการทำงานที่เป็นมาตรฐาน และผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ

ใกล้เคียงกัน กรณีที่ผลิตจากแหล่งผลิตหลายแหล่ง

2. การจัดเก็บข้อมูลของกระบวนการผลิต ฝ่ายมัธยมศึกษาของทั้งสองกลุ่มเหมือนกันคือ ไม่มีการจัดเก็บในลักษณะของสื่อบันทึกที่ปรากฏเห็นชัดเจน แต่ใช้วิธีการจัดเก็บผ่านการกระบวนการผลิตซ้ำจนก่อให้เกิดความทักษะ ชำนาญในตัวเอง นอกจากนี้ยังเก็บผลิตภัณฑ์เป็นชิ้นงานหรือภาพถ่าย เพื่อใช้เป็นสื่อกลางในการอธิบายหรือถ่ายทอดความรู้ หรือเพื่อใช้ในการพัฒนาชิ้นงานใหม่ต่อยอดจากชิ้นงานเดิม สอดคล้องทฤษฎีการสร้างความรู้ของ Nonaka I, Takeuchi H.[14] และสอดคล้องกับผลวิจัยของธงชัย [20] พบว่าการถ่ายทอดความรู้ การทอผ้าจะจัดเก็บในตัวบุคคล

3. ปัจจัยความสำเร็จที่ปรากฏทั้งในการจัดการความรู้และการจัดการธุรกิจคือ ประธานกลุ่มเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุน ผลักดัน และจัดการให้กลุ่มธุรกิจชุมชนสามารถดำเนินธุรกิจได้ต่อเนื่อง โดยอาศัยความรู้ ประสบการณ์และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลของประธานกลุ่มกับเครือข่ายความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อใช้เป็นช่องทางในการหาตลาดเพื่อกระจายผลิตภัณฑ์ ตลอดจนเครือข่ายการค้าในรูปของรายการสั่งผลิตในปริมาณมาก ซึ่งการผลิตในปริมาณมากต้องอาศัยเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสมาชิกมาร่วมผลิตตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะ

1. การจัดตั้งศูนย์รวมในชุมชน เพื่อใช้เป็นพื้นที่รวบรวม จัดเก็บ แลกเปลี่ยนและเผยแพร่ ภูมิปัญญาฝ่ายมัธยมศึกษาตามบริบทชุมชน รวมถึงเป็นแหล่งเรียนรู้และวิจัยเกี่ยวกับฝ่ายมัธยมศึกษา การบริหารจัดการศูนย์รวมควรมีคณะกรรมการที่เป็นตัวแทนของคนในชุมชน ตัวแทนหน่วยงานในชุมชน เช่น โรงเรียน องค์การบริหารส่วนตำบล/อำเภอ สำนักงานพัฒนาชุมชน สำนักงานการเกษตร เป็นต้น มาร่วมขับเคลื่อนเพื่อให้ศูนย์รวมมีความยั่งยืน และคน

ในชุมชนรู้สึกถึงความเป็นเจ้าภูมิปัญญาและศูนย์รวม

2. ผลการวิจัยพบว่า กระบวนการจัดการความรู้ที่เห็นเด่นชัด คือ การจัดเก็บความรู้แบบฝังลึกผ่านกระบวนการผลิตซ้ำ จนก่อให้เกิดความจำ เคยชินเชี่ยวชาญ และนำไปสู่การพัฒนาคนให้เป็นผู้เชี่ยวชาญ ดังนั้นควรมีกระบวนการถ่ายทอดความรู้แบบฝังลึกในคนให้เป็นความรู้แบบชัดแจ้งในลักษณะของฐานความรู้เพื่อเก็บรักษาความรู้ ภูมิปัญญาฝ่ายมัธยมศึกษา รวมถึงกระจายความรู้ที่บุคคลแต่ละคนสามารถเข้าถึงความรู้และเรียนรู้ได้ ซึ่งการพัฒนาฐานความรู้ควรมีหน่วยงานมาทำหน้าที่รับผิดชอบโดยตรง เพื่อทำหน้าที่กลั่นกรองความรู้ จัดเก็บความรู้ และเผยแพร่ความรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ให้เหมาะสมกับลักษณะความรู้ในแต่ละประเภท เช่น ความรู้ประเภททักษะ จะใช้การเผยแพร่ความรู้ผ่านวิถีทัศน์พร้อมคำบรรยาย เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

1. Phipatseritham K. OTOP local – community marketer Bangkok: AR business press; 2004.
2. Community Development Sakon Nakhon Provincial Office (CDD). One Tambon One Product Sakon Nakhon: CDD; 2004.
3. Jommuang L, Wasusopapon S. Traditional weaving cloth of Tai Lue: Legend of Change San Bangkok: Creative publication; 2003.
4. Office of the National Economics and Social Development Board (NESC). The 11th National Economics and Social Development Plan B.E. 2555–2559 Bangkok: NESC; 2011.

5. Thai Industrial Standards Institute (TISI). Announcement of TISI No. 1570 (2011) on cancellation and standards of community product for Morhom cloth or natural Indigo dyed cloth [Internet]. [Updated 2014 Sept 25; cited 2014 Nov 14]. Available from: http://app.tisi.go.th/otop/pdf_file/tcps50_53.pdf.
6. Sanposh K. A potential development of community business: A case study of Udon Thani handicraft [PhD Thesis] Khon Khen: Khon Khen University; 2003.
7. Kenan Institute Asia. Final report on enterprise cluster mapping to upgrade competitive competence in production and service sector Bangkok: Udomrat publication and design; 2006.
8. Thongchern P. Indigo: Action research project to retrieve indigo dye process from local dying fabric in the Southern region Songkla: The Research Coordination Office for Area-Based Collaborative Research for Development in Five Provinces, The Thailand Research Fund; 2009.
9. Department of Industrial Promotion (DIP), World Craft Council (WCC), UNESCO. Workshop handouts on revival of natural indigo dye. Bangkok: The Bureau of Cottage Handicraft Industrial Development, DIP.; 1998.
10. Saithong A. Indigo product from indigo plants Sakon Nakhon: Sakon Nakhon Rajabhat Institute; 2000.
11. Payakkapong P. The value of Indigo dyes in capitalist society [M.A. Thesis] Khon Khen: Khon Khen University; 2006.
12. Thai Tambon Dot Com. The selection of provincial product champion. [Online].; 2013 [cited 2013 Jan 12. Available from: <http://www.thaitambon.com/> .
13. Wongprasert C. Knowledge management for business organization Bangkok: Expernet; 2005.
14. Nonaka I, Takeuchi H. The knowledge-creating company Oxford: Oxford Univ Press; 1995.
15. American Society for Training and Development (ASTD). The ASTD Awards 2001 Alexandria, VA: ASTD; 2011.
16. King W. Knowledge Management and Organizational Learning. In King W. Knowledge Management and Organizational Learning.: Springer; 2009.
17. Lorsuwannarat T. Management Tools Bangkok: Ratanatrai publication; 2008.
18. Sveiby K. What is knowledge management. [Online].; 2003 [cited 2007 June 1. Available from: <http://www.co-i-l.com/coi/knowledge-garden/kd/whwtiskm.shtml>.
19. Community Development Department. Report of producers, entrepreneurs, and 2012 OTOP certified products. [Online].; 2013 [cited 2013 July 14. Available from: <http://164.115.23.30/cddReport/> .
20. Phabu T. Knowledge management model for community business: Thai OTOP champion [PhD Thesis] Khon Khen: Khon Khen University; 2009.