

การพัฒนาศักยภาพภาษาอังกฤษเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาพุทธศาสนา
ในสินค้าโอท็อปประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าทอของผู้ผลิตและจำหน่าย
ในอำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน

The Development of English Ability to Transfer Buddhist
Wisdom Knowledge in OTOP Products of Textile Fabric
Manufacturers and Distributors in Tha Wang Pha District
Nan Province

ปริยารัตน์ ศรีชัยวงศ์

Preeyarut Srichaiwong^{*}

Received: September 23, 2019

Revised: January 21, 2020

Accepted: May 28, 2025

บทคัดย่อ

โครงการวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) เพื่อศึกษากระบวนการทอผ้าโดยใช้วัสดุอุปกรณ์ แนวความคิดและที่มาของผลิตสินค้าและบริการของสินค้าโอท็อปในประเภทผ้าทอ ๒) เพื่อศึกษาแนวทางของการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาพุทธศาสนาผ่านลวดลายผ้าทอในการผลิตสินค้าและบริการของสินค้าโอท็อปในประเภทผ้าทอ ๓) เพื่อศึกษาการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ของผู้ผลิตและจำหน่ายโอท็อปในประเภทผ้าทอด้านลวดลายงานหัตถกรรมที่มีในปัจจุบันผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ๗PS กลุ่มตัวอย่างคือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมืองบ้านฝายมูล จังหวัดน่าน จำนวน ๔๒ คน โดยการใช้เครื่องมือวิจัยคือ แบบสอบถามรายบุคคลและรายกลุ่ม เพื่อบันทึกและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติแบบปริมาณ

^{*} สาขาวิชาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ลำปาง English for International Communication Major, Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna, Thailand



ข้อมูลบรรยายเชิงคุณภาพเพื่อนำเสนอสินค้าผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ๗PS

ผลการดำเนินงานตามโครงการวิจัยปรากฏว่า การทอผ้าพื้นเมืองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านฝายมูล ใช้กระบวนการ อุปกรณ์ด้าย ก็ อุปกรณ์ลำเลียงด้ายการเป็นลำดับขั้นตอนด้วยแนวความคิดภูมิปัญญาชาวบ้านที่ได้รับการถ่ายทอดมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ลวดลายที่สื่อถึงจิตนาการอันงดงามจากธรรมชาติแวดล้อมและธรรมเนียมประเพณี ความเชื่อ ยังคงยึดมั่นประเพณีการสวมใส่แบบดั้งเดิมและปฏิบัติอย่างต่อเนื่องถ่ายทอดผ่านการฟ้อนรำ งานประเพณี ด้านการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ของผู้ผลิตและจำหน่ายโอท็อปในประเภทผ้าทอด้านลวดลายงานหัตถกรรมที่มีในปัจจุบัน ได้ทำผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ๗PS ด้วยการผ่านโปรแกรมแสดงบทความผ้าขึ้นบ้านฝายมูลบนอินเทอร์เน็ต (Blog) โปรแกรมซื้อขายสินค้าผ่าน Line โปรแกรมซื้อขายสินค้าผ่าน Facebook ซึ่งเนื้อหาประกอบเรื่องราวของการทอผ้า ประกอบการนำเสนอบนสื่อออนไลน์ดังกล่าว ยังอยู่ในระดับที่ต้องได้รับการปรับปรุง

คำสำคัญ: ผ้าทอ, ผลิตภัณฑ์ (OTOP), ภูมิปัญญาชาวบ้าน

Abstract

The purposes of this research are to: 1) study the weaving process using materials, devices, concepts and sources of OTOP products in textile fabric; 2) study the patterns of conservation and inheritance patterns of Buddhism through woven fabrics in the production of OTOP products and services in textile fabrics. 3) study the communication in English, producers and distributors of OTOP in the field of handcrafted textiles, currently through 7-Commerce (E-Commerce). The participants were 42 members of the local textile weaving community in Nan province. Research tools were individual and group questionnaires in order to record and analyze quantitative statistical data.

The results showed that local weaving of the Ban Fai Mun Community Enterprise used a number of threading devices, thread conveyors, sequencing



with the concept of local wisdom that has been conveyed since the ancestors including traditional wear and dance tradition. For the communication in English of manufacturers and distributors of OTOP, they are currently using the E-Commerce 7 PS through programs: Blog, Line and Facebook to sell products. However, the content presented on these programs are needed to be improved.

Keywords: Textile Fabric, OTOP Product, Local Wisdom

๑. บทนำ

การสื่อสารด้านภาษาเพื่อการพัฒนาและถ่ายทอดการสร้างสรรค์สินค้าและบริการเป็นแนวทางไปสู่การนำเสนอสินค้าในกระแสโลก เพื่อแลกเปลี่ยนสินค้าอันเป็นทรัพยากรที่มีค่าเพื่อการสร้างงาน สร้างรายได้ส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งทางด้านการจัดจำหน่ายสินค้าและบริการที่สังคมไทยยังคงต้องการการพัฒนา ปัจจัยที่มีผลต่อความที่หลากหลายในแรงจูงใจของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับเป้าหมายในการบริโภคสินค้าที่มีความคุ้มค่าและตรงกับความต้องการในการบริโภคสินค้านั้นๆ^๒

การใช้ภาษาเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป็นการเพิ่มศักยภาพของผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าโอท็อป (OTOP) จำเป็นต้องมีสื่ออิเล็กทรอนิกส์เพื่อนำเสนอสินค้าที่แสดงออกถึงบทบาทในสังคมด้วยด้วยเรื่องราวและสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ งานประณีตศิลป์บนผืนผ้าอาภรณ์ เช่น ผ้าลายน้ำไหลบ่งบอกถึงความผูกพันกับสายน้ำ ผ้าทอสกุลน่านที่ถ่ายทอดมาจากจิตกรรมวัดผาพันกัณฑ์ภูมินทร์ ผ้าทอลายโบราณ เป็นผ้าทอที่มีลวดลายอันโดดเด่น^๓ ผ้าทอ

^๒ Isak Barbopoulos and Lars-Olof Johnasson, (๒๐๑๗). The Consumer motivation scale: Development of a Multi-Dimensional and Context-Sensitive Measure of Consumer Goals. (Journal of Business Research, ๒๐๑๗), ๑๑๘-๑๒๖.

^๓ ภาณุรังษี เดือนโฮ้ง และวาณี อรรถจันสาธิต. นครน่านเมืองเก่าที่มีชีวิต: อัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมสัมมนาวิชาการนำเสนองานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ ๑๕. (เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ, ๒๕๕๗), ๑๒๓.



ถือเป็นส่วนหนึ่งของชีวิตที่ถูกถ่ายทอดจากบรรพบุรุษถึงคนในยุคปัจจุบัน ด้วยการแต่งกายด้วยผ้าทอเป็นสิ่งสำคัญในชีวิตประจำวันและประกอบพิธีกรรมในเทศกาลต่างๆ ดังเช่น วันสงกรานต์ วันทำบุญทางศาสนา การประกอบอาชีพขายสินค้าโอท็อปมีส่วนช่วยให้ยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ด้วยการจัดการสินค้าที่เป็นจุดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของตนมีความสอดคล้องกับวัฒนธรรมในท้องถิ่นที่สามารถนำสินค้าจำหน่ายในตลาดทั้งในและต่างประเทศ^๔

การนำตลาดอิเล็กทรอนิกส์เข้ามาช่วยเป็นสื่อเพื่อเพิ่มอัตราการขายสินค้าโอท็อป โดยนำเอาการเสนอขายผ่านเว็บไซต์ เป็นวิธีที่ง่ายและอำนวยความสะดวกในการสื่อสารให้กับผู้ผลิตและจำหน่ายและลูกค้าอีกด้วย แต่ปัจจุบันนี้ ผู้ประกอบการธุรกิจการซื้อขายของสินค้าโอท็อปยังคงมีความต้องการและคาดหวังที่จะเพิ่มพูนความรู้ในการหาช่องทางสำหรับการจำหน่ายสินค้าโอท็อปผ่านทางตลาดอิเล็กทรอนิกส์ด้วยตนเองมากที่สุด หากนำสินค้าไปฝากขายมักพบว่าสินค้าเสียหาย ขำรด หמדอายุ และถูกส่งคืน นอกจากนั้น การใช้เทคโนโลยีผู้ขายสินค้าสามารถนำมาช่วยในการส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการจัดส่งและบรรจุสินค้าสำหรับส่งโดยผ่านหน้าเว็บไซต์ได้อีกด้วย^๕ นอกจากนั้น ในการใช้ภาษาเพื่อการซื้อขายกับชาวจีนยังคงให้ความสำคัญอย่างชัดเจนกับช่องทางการซื้อขายแบบออนไลน์หรือ E-Commerce มีมูลค่าการขยายตัวร้อยละ ๓๐ ขึ้นไปต่อปีและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่สินค้าประเภทผ้าของไทยยังคงเป็นสินค้ามีโอกาสในการนำเสนอขายแก่ชาวจีนมากนัก แม้มีช่องทางเว็บไซต์การซื้อสินค้าที่เป็นที่นิยมและอำนวยความสะดวกสำหรับชาวจีน คือ ช่องทาง E-Commerce แบบทั่วไป เช่น ผู้ให้บริการ Online Platform ได้แก่ Taobao, Tmall, Dangdang และ JD.com และช่องทางออนไลน์ (Cross-Border E-commerce) ผู้ให้บริการ Online Platform ได้แก่ Tamll Global และ JD World wide. พฤติกรรมการบริโภคของชาวจีนในปัจจุบัน คือ คนรุ่นใหม่ชอบความพรีเมียม สินค้าเพื่อสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุเป็นที่นิยม แต่ละมณฑลมีพฤติกรรมการบริโภคที่ต่างกัน

^๔ พิกุล สายดวง. การเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี. (วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๒, ๒๕๕๙), ๒๖๒

^๕ ณัตตยา เอี่ยมคงและดนุชา สลิวงค์. สภาพปัจจุบันสภาพปัจจุบัน ความต้องการและความคาดหวังของผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า โอท็อปที่มีต่อการขายสินค้าผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์. วารสารวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ. (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ๒๕๕๙), ๓๘.



กำลังซื้อเพิ่มขึ้นในหลายพื้นที่ เข้าสู่ยุคออนไลน์อย่างชัดเจนและชอบซื้อของฝากจากไทย สิ่งสำคัญในการส่งเสริมการขายกับชาวจีนต้องใช้ภาษาจีนในการสื่อสารเป็นอย่างดี เนื่องจากผู้บริโภคชาวจีนใช้ภาษาจีนเป็นหลักและไม่ใช้ภาษาอังกฤษในการติดต่อการซื้อขาย^๖ สิ่งที่น่าทึ่งในการนำเสนอสินค้าด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากลของสินค้าโอท็อปในประเทศไทยที่ประสบปัญหาอยู่ คือ การนำเสนอขายผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่ปรากฏในปัจจุบัน ที่ผ่านหน้าเว็บไซต์ www.otoptoday.com และ www.otopstar.com และ www.thaitambon.com หรือการติดต่อการซื้อขายทาง www.facebook.com และ โปรแกรมสนทนาผ่านสื่อไลน์ (Line) ยังไม่ได้นำเสนอข้อมูลที่สะท้อนถึงมรดกเชิงวัฒนธรรม อิทธิพลด้านแนวความคิด ความเชื่อและคุณค่าที่มีผลต่อการผลิตสินค้าและการบริการในประเภท ผ้าของสินค้าโอท็อป ที่ส่งจะผลต่อการเพิ่มคุณค่าในสินค้านั้นๆ อย่างแท้จริง อีกทั้งข้อมูลต่างๆ เหล่านี้ หากลูกค้าที่เป็นทั้งชาวไทยหรือชาวต่างชาติที่ใช้ภาษาอังกฤษและภาษาจีนในการสื่อสารการเสนอขายสินค้าโอท็อปก็ยังไม่ได้รับความนิยมเท่าที่ควร ดังนั้น จึงมีความจำเป็นต้องใช้ประโยชน์เพื่อนำเสนอความรู้จากการใช้งานด้วยอินเทอร์เน็ตเพื่อนำเสนอขายสินค้าโอท็อปให้แก่ผู้ผลิตและจำหน่าย เพื่อการจัดระบบข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวกับสินค้า อย่างสะดวก รวดเร็ว ทันสมัย สามารถเชื่อมโยงธุรกิจไปยังประเทศต่างๆ ทั่วโลกได้อีกด้วย

การขายสินค้าโดยผ่านสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์จึงเป็นสิ่งที่น่าสนใจสำหรับธุรกิจผ้าทอในจังหวัดน่าน เนื่องจากปัจจุบันนี้การใช้งานทางอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงผู้ผลิตและจำหน่ายทุกคน เพื่อเป็นเพิ่มยอดขายสินค้าผ้าทอสื่อทางอิเล็กทรอนิกส์ในสังคมออนไลน์ที่มีลักษณะพิเศษ คือ รวดเร็วแพร่กระจายได้ง่ายและมีต้นทุนต่ำ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ทุกที่ทุกเวลา^๗ คณะผู้ทำโครงการวิจัยจึงมีความสนใจการขายสินค้าออนไลน์ด้วยการนำเสนอและถ่ายทอดวิธีการให้แก่ผู้ผลิตสินค้าประเภทผ้าทอเมืองน่านให้ โดยการพัฒนาศักยภาพด้านภาษาอังกฤษและภาษาจีน

^๖ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. โดนใจคนจีน เพิ่มโอกาส E-commerce ไทย [Online], ข้อมูลวิจัย กรกฎาคม ๒๕๖๐. แหล่งที่มา

https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Thai-E-Commerce_Chinese.pdf

^๗ ปุณณช เดชमानนท์, (๒๕๕๖). การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาจำกัด. (คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ๒๕๕๖).



เพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาสินค้าและบริการในสินค้าโอท็อปประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าของผู้ผลิตและจำหน่ายในจังหวัดน่าน เพิ่มความสะดวกและมีประสิทธิภาพอันนำมาซึ่งรายได้และส่งเสริมให้เพิ่มพูนความรู้ความสามารถทางด้านการขายสินค้าที่มีคุณค่าอันเป็นมรดกท้องถิ่นของชาวจังหวัดน่านได้อย่างดี

๒. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ ๓ ข้อ คือ

๑. เพื่อศึกษากระบวนการทอผ้าโดยใช้วัสดุ อุปกรณ์ แนวความคิดและที่มาของผลิตสินค้าและบริการของสินค้าโอท็อปในประเภทผ้าทอ

๒. เพื่อศึกษาแนวทางของการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาพุทธศาสนาผ่านลวดลายผ้าทอในการผลิตสินค้าและบริการของสินค้าโอท็อปในประเภทผ้าทอ

๓. เพื่อศึกษาการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ของผู้ผลิตและจำหน่ายโอท็อปในประเภทผ้าทอลวดลายงานหัตถกรรมที่มีในปัจจุบันผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ๗PS

๓. วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยตามลำดับขั้นตอนดังต่อไปนี้

๑. ผู้วิจัยได้ทำการจัดทำแผนการดำเนินงานวิจัยโดยแบ่งเป็นกิจกรรมจำนวน ๖ กิจกรรม ได้แก่

กิจกรรมที่ ๑ การประชุมระดมความคิดเห็นของคณะวิจัย

กิจกรรมที่ ๒ ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นประมวลประเด็นปัญหาจากลูกค้าเมื่อผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าโอท็อป คือ ใช้ภาษาไทยเพื่อขายสินค้าให้แก่คนไทย ใช้ภาษาอังกฤษและใช้ภาษาจีนเพื่อขายสินค้า

กิจกรรมที่ ๓ กำหนดกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มประชากรผู้ทอผ้าสินค้าโอท็อปในอำเภอท่าวังผาในจังหวัดน่านและดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์ ช่างทอผ้าเมืองจำนวน ๔๒ คน และนำข้อมูลที่ได้จากการดำเนินการข้อ ๒ ออกแบบสำรวจข้อมูลออนไลน์ในเวปไซด์ด้านความเห็นของลูกค้าผู้สนใจสินค้าประเภทผ้าทอโอท็อป

กิจกรรมที่ ๔ รวบรวมข้อมูลที่ได้จากกิจกรรม ๑-๓ เรียบเรียงและประมวลประเด็นเพื่อถ่ายทอดภูมิปัญญาพุทธศาสนาสู่



กิจกรรมที่ ๕ นำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยที่ได้จากกิจกรรมแปลเป็นภาษาอังกฤษ ภาษาไทยและภาษาจีนใช้ในการสื่อสารระหว่างผู้ผลิตและจำหน่ายและลูกค้าโดยผ่านช่องทางอิเล็กทรอนิกส์

กิจกรรมที่ ๖ ถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ได้จากผลการดำเนินงานของโครงการวิจัย ตามวัตถุประสงค์และวิธีการที่ยึดหลักตามพุทธศาสนา ถ่ายทอดมายังผืนผ้าและปัจจัยส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม และเก็บข้อมูลเชิงสถิติที่ได้จากการปัจจัยการตลาดสินค้าเปรียบเทียบกับปัจจัยด้วยการประผลจากวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยข้อที่ ๑-๓ แล้ววิเคราะห์และประมวลผลเชิงพรรณ จากการศึกษาเปรียบเทียบเชิงตัวเลขเชิงสถิติ

๔. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนี้ได้ค้นพบประเด็นที่ตอบวัตถุประสงค์ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ ๑ เพื่อศึกษากระบวนการทอผ้าโดยใช้วัสดุ อุปกรณ์ แนวความคิด และที่มาของผลิตภัณฑ์และการบริการของสินค้าโอท็อป ในประเภทผ้าทอ

ข้อค้นพบที่ ๑

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้ทอผ้า จากการสำรวจ พบว่า ทุกคน ร้อยละ ๑๐๐ เป็นเพศหญิง มีทักษะในการทอผ้า มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ชั้นประถมศึกษา จำนวน ๓๗ คน หรือร้อยละ ๘๘.๑ มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน ๕ คน หรือร้อยละ ๑๑.๙ มีประสบการณ์ระยะเวลาการทอผ้า ช่วงระหว่าง ๑ ถึง ๓ ปี จำนวน ๓ คน หรือร้อยละ ๗.๑ ช่วงระหว่าง ๖-๑๐ ปี หรือร้อยละ ๙.๕ ช่วง ๑๐ ปีขึ้นไป ๓๕ คน หรือ ร้อยละ ๘๓.๓ ข้อมูลด้านลวดลาย จากการสำรวจพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๓๐ คน หรือ ร้อยละ ๗๑.๔ ให้ความเห็นว่า ผ้าชิ้นมันเป็นเอกลักษณ์ผ้าบ้านฝายมูลมากที่สุตรงลงมาคือ ผ้าชิ้นลายน้ำไหลเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน จำนวน ๖ คน หรือร้อยละ ๑๔.๓ ผ้าชิ้นป้อมเป็นเอกลักษณ์เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน จำนวน ๓ คน หรือร้อยละ ๗.๑ ผ้าชิ้นคำเคิบเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน จำนวน ๑ คน หรือร้อยละ ๒.๔ ตามลำดับ

ข้อค้นพบที่ ๒ กระบวนการทอผ้าตามขั้นตอนการทอผ้าพื้นเมืองไทยพวน

ขั้นตอนที่ ๑ ซึงด้ายเข้ากับที่เรียบร้อย

ขั้นตอนที่ ๒ ใช้กระสวยซึ่งบรรจุเอาหลอดด้ายใส่ไว้ในร่องของกระสวยสำหรับสอดเส้นด้ายในแนวขวาง (พุ่ง)



ขั้นตอนที่ ๓ สอดกลับไปกลับมาอยู่เสมอเวลาสอด ๑ ครั้งก็ต้องเหยียบไม้เหยียบตีน ๑ ครั้ง

ขั้นตอนที่ ๔ ขณะเหยียบใช้พื้กระทบจัดให้เข้ากันเพื่อคัดเส้นด้ายให้แน่นเข้ามีย่นไปไม่ถึงก็ปลดเส้นด้ายที่ซึ่งก่อนแล้วม้วนเข้าไปในไม้ม้วนผ้าจะดิ่งทำแบบนี้ไปเรื่อย ๆ

ขั้นตอนที่ ๕ ทำต่อไปจนกระทั่งเสร็จแล้วจึงเอาม้วนผ้าที่ทอได้ออกก็เป็นอันเสร็จสิ้นการทอผ้านั้น

ข้อค้นพบที่ ๓ แนวความคิดและที่มาของผลิตสินค้า

๓.๑ แนวความคิดและที่มาที่เกิดจากการเรียนรู้การทอผ้าที่ได้รับการถ่ายทอด โดยจากบรรพบุรุษ แม่ พี่ น้อง บ้า น้ำ อา สอนลูกสอนหลานให้สามารถทอผ้าได้ การทอผ้าเป็นทักษะหนึ่งที่มีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตโดยเฉพาะบ้านใดมีลูกผู้หญิง ต้องหัด ต้องฝึกให้ลูกของตนเองสามารถทอผ้าได้อย่างงดงาม

๓.๒ แนวความคิดและที่มาที่ได้จากค่านิยมในการให้คุณค่าของชาวไทยพวนในการสวมใส่ผ้าทอ หญิงใส่ผ้าซิ่น ชายจะมีผ้าขาวม้าพาดบ่าหรือคาดเอว ส่วนหญิงสาวที่ยังไม่แต่งงานจะใส่ผ้าซิ่นชายผ้าหรือตีนซิ่นสีแดงและเสื้อลักษณะใส่ผ้าซิ่นผูกหรือมัดไว้ที่หน้าอกสีแดง หากแต่งงานแล้วจะใส่ผ้าซิ่นทอที่ตีนซิ่นผ้าสีดำเสื้อลักษณะใส่ผ้าซิ่นผูกหรือมัดไว้ที่หน้าอกสีดำ ผู้หญิงไทยพวนหากไม่มีทักษะการทอผ้าอาจหาสามีไม่ได้ ส่วนผู้ชายที่ตีเหล็กไม่เป็นก็จะไม่มีหญิงใดเหลียวแลเช่นกัน

ข้อค้นพบที่ ๔ แนวความคิดและที่มาของลวดลายผ้าทอไทยพวนบ้านฝายมูล

๔.๑ ลายดอกไม้ เช่น ลายดอกพิกุล ดอกมะหมาย ดอกบัวลอย

๔.๒ ลายของใช้ เช่น ลายโดม ผาสาท (ปราสาท)

๔.๓ ลายสัตว์ เช่น ลายนก นกกินน้ำต้น (คนโท) พญานาค นาคชน นาคหัว (กระหวัด) ช้าง ช้างต่างม้า ม้าต่างหงส์ กระต่าย

๔.๔ ลายเรขาคณิต เช่น ลายเส้นตรง ลายเหลี่ยม สีเหลี่ยมผืนผ้า สีเหลี่ยมขนมเปียกปูน ขอน้อย ขอลวง ขอเหลี่ยม

๔ ลายอื่นๆ เช่น ลายกาบ กาบหลวง กาบซ้อน เขี้ยวหมา (ลายยอด) รวมทั้งลายลือชนิดต่างๆ ลวดลายผ้าแบบอื่นๆ ที่นำมาประยุกต์กับผ้าทอบ้านฝายมูลมีอาทิ เช่น ผ้าทอลายน้ำไหล ผ้าตีนจก โดยการนำมาประดับหรือขลิบริมขอบเสื้อ หรือชุดที่ตัด



ข้อค้นพบที่ ๕ แนวความคิดและที่มาของรูปแบบของการผลิตสินค้าผ้าทอ

๕.๑ สะไบผ้าทอบ้านฝายมูลใช้พาดไหล่เมื่อมีการผ่อนรำ เมื่อมีพิธีกรรมต่างๆ

๕.๒ ผ้าโพกศีรษะใช้เมื่อมีกิจกรรม เช่น เข้าร่วมกระบวนแห่ งานชนเผ่าต่างๆ

๕.๓ ถุงผ้าทอ หรือ ยาม ใช้ในหลายกรณี อาทิ เช่น ใส่สิ่งของในการเดินทางไปซื้อของ เป็นต้น บางที่เรียกว่า ถุงยาม ใช้ในการใส่สิ่งของเรื่องใช้ในชีวิตประจำวัน ที่ใช้บ่อยมากคือ ใส่ห่อข้าวไปนาไปสวน ถุงยามนี้ จะมีสายสะพาย และจะมีสีที่เป็นเอกลักษณ์คือ สีแดง บางทีจึงเป็นที่รู้จักกันในนาม “ถุงแดง” มักจะมีลายดอกไม้ ลายรูปทรงเรขาคณิต

๕.๔ ชิ่นเชียงแสน มีมานานตั้งแต่สมัยปู่ ย่า ตา ทวด ไม่เรียกชิ่นฝายมูล เพราะว่าเรียกชิ่นเชียงแสนมาแต่เดิม

๕.๕ ชิ่นบ้องมีเอกลักษณ์เด่นแตกต่างจากชิ่นม่าน คือมีลายเล็กลงและมีจำนวนมากกว่า ดูเหมือนเป็นปล้องๆ จึงเรียก “ชิ่นบ้อง” ตีนชิ่นจะมีเชิงแลดูสวยงามอีกแบบ

๕.๖ มีลายดอก หรือ เชิง ผ้าชิ่นบ้านฝายมูล มีลายดอกจะมี ดอกพิกุล ดอกมะหมาย ดอกบัวลอย

๕.๗ ผ้าชิ่นบ้านฝายมูล มีชื่อเรียกว่าผ้าชิ่นม่าน ผ้าชิ่นบ้อง ชิ่นเชียงแสน ผ้าชิ่นคำเคิบ

๕.๘ ผ้าปูที่นอน หรือ ที่เรียกว่า ผ้าลบ นำไปใช้ประโยชน์ ใช้ตั้งแต่สมัย ปู่ ย่า ตายาย ใช้เป็นผ้าปูที่นอน ปัจจุบันเราประยุกต์มาใช้เป็นผ้าปูโต๊ะ ผ้าม่าน บางคนนำมาตกแต่งเสื้อผ้า หรือ นำมาประดิษฐ์เป็นกระเป๋าถือ กระเป๋าเสื้อผ้าสิ่งของ เครื่องใช้

๕.๙ ตุ่งหรือธง ผ้าทอที่เป็นของบ้านฝายมูล มีความยาว ๒ เมตร ลวดลายก็จะมีดอก เช่น ดอกจันทร์ ดอกอเนียง เบ็ด และรูปช้าง รูปม้า รูปปราสาท การใช้ก็จะใช้ในงานบุญ งานทาน ผ้าป่า กฐิน

ข้อค้นพบที่ ๖ แนวความคิดและที่มาของการฝึกการทอผ้าของผู้ทอผ้าฝายมูล

ช่างทอผ้าบ้านฝายมูลเกือบทุกคน ฝึกฝนทอผ้ามาตั้งแต่จบการศึกษาชั้น ป.๔ โดยมีแม่ที่ ป้า น้า ช่วยสอนให้บางคนได้รับการฝึกฝนมาตั้งแต่อายุ ๑๘ ปี โดยได้รู้ได้เห็นการทอผ้ามาในชีวิตประจำวัน บางทีเห็นแม่ทอผ้าทุกวันก็หมั่นสังเกตจดจำ และลองฝึกฝนด้วยตนเองบ้าง แอบฝึกฝน บ้าง พอเห็นกว้างก็ลองฝึกฝนบ้าง ทีละเล็กทีละน้อย บางคนก็ฝึกทอง่ายๆไปก่อน อาทิ เช่น ผ้าลบ ไม้ใช้ในครัวเรือน ผ้าห่ม ลายตาๆ ฝึกฝนไปเรื่อยๆหลากหลายชนิด จนกว่าแต่งงาน ก็ยังทอผ้ามาเรื่อยๆจนกระทั่งปัจจุบัน



ข้อค้นพบที่ ๗ แนวความคิดและที่มาของสีผ้าทอมือไทยพวนบ้านฝายมูล

เป็นชิ้นที่มีลายขวางสลับริ้วสีพื้นไม่เกิน ๓-๔ สี สีที่ใช้ เช่น สีดำ สีแดง สีนํ้าเงิน (หรือสีฟ้า) และสีม่วง มีลักษณะที่เด่นคือ มีบ้าน การจัดช่องขนาดของลายไม่เท่ากัน ตีนขึ้นจะต้องมีสีแดงและบ้านใหญ่ที่ต่อจากตีนขึ้นขึ้นไปจะใช้สีนํ้าเงินเข้มหรือสีม่วง เพียงสีแดงและคันด้วยริ้วไหมเงินไหมทองทอสลัทั้งผืนของตนเองอย่างชัดเจน มีการอนุรักษ์ภาษาพูดของชาวไทยพวนด้วยการสืบทอดเพื่อใช้ภาษาต่อกันมาจนถึงปัจจุบัน

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ ๒.

เพื่อศึกษาแนวทางของการอนุรักษ์และสืบทอดภูมิปัญญาพุทธศาสนาผ่านลวดลายผ้าทอในการผลิตสินค้าและการบริการของสินค้าโอท็อปในประเภทผ้าทอ

จากการตอบแบบสอบถามตอนที่ ๒ สํารวจ แนวความคิดและที่มาของผลิตสินค้าและการบริการของสินค้าโอท็อปในประเภทผ้าทอการอนุรักษ์ผ้าทอของชาวไทยพวนด้วยการนํานํ้าหมชาวไทยพวนจะให้ความสำคัญต่อการทอผ้าด้วยฝีมือของตนเอง ถ่ายทอดจินตนาการเป็นลวดลายลงบนผืนผ้าอย่างงดงาม ตามแนวทางการอนุรักษ์ผ้าทอไทยพวน ดังนี้

ข้อค้นพบที่ ๑ ด้านการอนุรักษ์ผ้าทอตามเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน

๑. ชาวไทยพวนมีเอกลักษณ์ในการปฏิบัติตนตามประเพณีของตนเองและแต่งกายด้วยผ้าทอของตนเองอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ อดีตจนถึงปัจจุบัน

๒. ชาวไทยพวนใช้ภาษาพูดที่มีเอกลักษณ์เป็นของตนเองที่ได้รับการสืบทอดมาจากบรรพบุรุษจนถึงรุ่นลูกหลาน

๓. ชาวไทยพวนมีอาชีพที่เป็นเอกลักษณ์ตนเอง เช่น ผู้ชายตีเหล็ก มีด จอบ เสียม ผู้หญิงทอผ้า

ข้อค้นพบที่ ๒ ด้านการอนุรักษ์ผ้าทอตามประเพณีของชาวไทยพวนบ้านฝายมูล

ชาวไทยพวนจะแต่งกายด้วยผ้าทอพื้นเมืองของตนเองในประเพณีต่างๆ โดยไม่กระทำการกิจกรรมใดๆ ที่มีเสียงอึกกะทิกศึกโครม เช่น ไม่ตีเหล็ก ไม่ตำข้าว ไม่ทอหูกหรือไม่ทอผ้า ไม่ปั่นฝ้ายแต่ปฏิบัติมาด้วย ๓ ประเพณี ดังนี้



๑. ประเพณีกำผ้าฮั่ว มาฮาย จัดขึ้นในวันขึ้น ๑ ค่ำ ๑๕ ค่ำ และวันแรม ๑๔ หรือ ๑๕ ค่ำ ชาวไทยพวนยึดถือประเพณีที่ชาวไทยพวนจะอยู่ในช่วงเวลาแห่งความสงบ

๒. ประเพณีกำเกียงหรือกำโล้ยไล่เกียง จัดขึ้นในวันขึ้น ๑๒ ค่ำ เดือน ๑๐ เหนือ ของ ทุกๆ ปี ช่วงเช้าวัน ประเพณีนี้ชาวไทยพวนจะไม่ทำกิจการงานใดๆ ที่มีเสียงอึกกะตึกคึกโครม เช่น ไม่ตีเหล็ก ไม่ตำข้าว ไม่ทอหูกหรือไม้ทอผ้า ไม่ปั่นฝ้าย จนกระทั่งรับประทานอาหารเช้าแล้วเสร็จ ถึงจะเริ่มกิจการหรืองานอื่นใดได้

๓. ประเพณีกำฟ้า หรือ “กำ” หมายถึง ประเพณีที่ชาวไทยพวนต้องหยุดการกระทำ กิจการงานทุกสิ่งที่ทำให้เกิดเสียงดัง การจัดประเพณีกำฟ้ามี่ทั้งหมด ๑ ครั้ง ที่ถือว่าชาวไทยพวน ฝายมูลจะประกอบกิจการงานใดๆ นอกจากการประกอบอาชีพตามความถนัด เช่น ลำเนื้อ ทอดแห หาปู หาปลา สำหรับผู้ที่อยู่ในวัยหนุ่มสาวจะมีการละเล่นเพื่อความสนุกสนาน เช่น การ เล่นสะบ้า เล่ามาก่อน ประเพณีนี้จะจัดขึ้นตามเวลาที่กำหนดตามปฏิทินจันทรคติ

ข้อค้นพบที่ ๓ การอนุรักษ์ผ้าทอด้วยเหตุผลจากประโยชน์ทางคุณสมบัติของผ้าทอที่ ดีเหมาะสำหรับการนุ่งห่ม

๓.๑ ซักง่าย ไม่ต้องตากแดด ซักด้วยสบู่ หรือน้ำยาปรับผ้านุ่ม

๓.๒ ใช้ได้นานสีไม่ตก

๓.๓ ได้มีโอกาสสืบทอด และอนุรักษ์ผ้าทอให้คนรุ่นหลัง

๓.๔ ใส่แล้วไม่ร้อน

วัตถุประสงค์ที่ ๓. เพื่อศึกษาการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ของผู้ผลิตและจำหน่ายโอ ทอปในประเภทผ้าทอด้านลวดลายงานหัตถกรรมที่มีในปัจจุบันผ่านช่องทางพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ๗PS

การสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ของผู้ผลิตและจำหน่ายผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ยังไม่เป็นที่นิยมนักในหมู่ผู้ทอผ้าไทยพวนเนื่องจาก การทอผ้าทอบ้านฝายมูลอยู่ที่มียู่ตามบ้าน ของผู้ผลิตเอง เพราะผลิตและจำหน่ายไปอย่างรวดเร็ว บางครั้งผลิตไม่ทัน จึงไม่ได้ทำเป็น พิพธิภัณฑ์ไว้แนวทาง การซื้อขายผ้าทอบ้านฝายมูล มีอยู่ ๒ ลักษณะคือ

๑. ซื้อขายตามสถานที่ที่มีการทอผ้าบ้านฝายมูล อาทิ เช่น บ้านเรือนของแม่บ้านที่เป็น ช่างทอ ประมาณ ๑๐ หลังคาเรือน อาทิ เช่น แม่ทองพูล ออดลาว แม่ทองใบ ศิริ แม่จันทร์

จินะปัด แม่โชติ สิทธิ แม่ปู้ด กาวี แม่กั้งแก้ว วิชา แม่ละเอียด วิชา แม่ปาน วิชา แม่เผื่อ ปาติ แม่นารี วิชา เป็นต้น

๒. ซื่อขายโดยนำผลิตภัณฑ์ผ้าไปจำหน่ายตามงานแสดงสินค้าตามต่างๆ ซึ่งบางครั้งจะเป็นการได้รับคำแนะนำและช่วยเหลือจากเจ้าหน้าที่ ที่เป็นพัฒนากร อำเภอนาทอง ได้ให้คำแนะนำในการเดินทางไปจำหน่ายและแสดงผลภัณฑ์รวมทั้งอำนวยความสะดวกให้พาหนะในการเดินทางและจองสถานที่ (บูท) วางจำหน่ายด้วย บางครั้งก็ได้ไปจำหน่ายที่เมืองทองธานี หรือต่างจังหวัดไกลๆด้วยในการนี้ แม่นารี วิชา และแม่ทองพูลอ้อตลาว เป็นตัวตั้งตัวตีในการเดินทางไปจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอดังกล่าว

๕. สรุป

วัตถุประสงค์ที่ ๑ เพื่อศึกษากระบวนการทอผ้าโดยใช้ที่มาวัสดุ อุปกรณ์ แนวความคิดและของผลิตสินค้าและการบริการของสินค้าโอท็อปในประเภทผ้าทอ

สรุปผลจากวัตถุประสงค์ที่ ๑ ข้อมูลด้าน เพศของกลุ่มประชากรผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ทุกคน ร้อยละ ๑๐๐ เป็นเพศหญิง มีทักษะในการทอผ้า มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ชั้นประถมศึกษา จำนวน ๓๗ คน หรือร้อยละ ๘๘.๑ มีการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จำนวน ๕ คน หรือร้อยละ ๑๑.๙ มีประสบการณ์ระยะเวลาการทอผ้า ช่วงระหว่าง ๑ ถึง ๓ ปี จำนวน ๓ คน หรือร้อยละ ๗.๑ ช่วงระหว่าง ๖-๑๐ ปี หรือร้อยละ ๙.๕ ช่วง ๑๐ ปีขึ้นไป ๓๕ คน หรือ ร้อยละ ๘๓.๓

ในข้อมูลด้านลวดลาย จากการสำรวจพบว่า มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน ๓๐ คน หรือร้อยละ ๗๑.๔ ให้ความเห็นว่า ผ้าชิ้นมันเป็นเอกลักษณ์ผ้าบ้านฝายมูลมากที่สุตรงลงมาคือ ผ้าชิ้นลายน้ำไหลเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน จำนวน ๖ คน หรือร้อยละ ๑๔.๓ ผ้าชิ้นป่องเป็นเอกลักษณ์เป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน จำนวน ๓ คน หรือร้อยละ ๗.๑ ผ้าชิ้นคำเคิบเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยพวน จำนวน ๑ คน หรือร้อยละ ๒.๔ ตามลำดับ

การผลิตสินค้าเพื่อรูปลักษณ์ที่เป็นผ้าไทยพวนคุณสมบัติ ลักษณะเด่นที่ลูกค้าสามารถมองเห็นได้จากภายนอกที่ถูกถ่ายทอดลงบนผืนผ้าจากความคิดเพื่อประโยชน์ในการใช้สอยในผลิตสินค้าเพื่อประโยชน์ใช้สอยในประเพณีต่างๆ แสดงถึงคุณค่าของผ้าอย่างชัดเจน เช่น ลายผ้าที่เป็นรูปดอกพิกุลในผ้าชิ้นมันสอดด้นเงิน ด้นทอง ด้นแดงอย่างละเอียดและงดงาม

อิทธิพลที่มีต่อรูปลักษณ์การออกแบบผลิตสินค้าแรงบันดาลใจที่ได้รับธรรมชาติ ที่ผู้ออกแบบให้ความสำคัญทั้งที่มีชีวิต เช่น พืช สัตว์ต่างๆ ถูกถ่ายทอดลงบนผืนผ้าตามจินตนาการ



ที่ผสมผสานกับชีวิตประจำวันได้อย่างลงตัวและรูปทรงที่ไม่มีชีวิต เช่น ลายเรขาคณิต ที่สลับซับซ้อนแถบลายบรรจงวิจิตรทอขึ้นอย่างเป็นระเบียบชาวไทยพวนสร้างเอกลักษณ์ที่แตกต่างจากชนชาติอื่นด้วยการทอผ้าและใช้นุ่งห่มในประเพณีของตนเองในหมู่บ้านที่จัดขึ้นเป็นประจำทุกปี

วัตถุประสงค์ที่ ๒. เพื่อศึกษาแนวทางการอนุรักษ์และสืบทอดลวดลายผ้าทอในการผลิตสินค้าและการบริการของสินค้าโอท็อปในประเภทผ้าทอ

สรุปตามแนวคิด ทฤษฎีและข้อมูลที่มีผลต่อการผลิตสินค้า

๑. การผลิตที่คำนึงถึงรูปแบบสินค้าก่อนประโยชน์การใช้สอย (Function follows form) ผู้ผลิตมักคำนึงถึงความนิยมของผู้บริโภคสินค้าที่เน้นความสวยงามเป็นประการแรก เพื่อวัตถุประสงค์ในการยกระดับสินค้าให้สูงขึ้นและมีราคาแพงขึ้นอีกด้วยดังจะศึกษาได้จากงานประเพณีต่างๆ ที่ชาวไทยพวนถือปฏิบัติกันมาเป็นประจำ เช่น ประเพณีกำฟ้า ประเพณีงานแต่ง ประเพณีฮีบ้าน

๒. การผลิตที่คำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยก่อนรูปแบบของสินค้า (Form follow function) รูปแบบสินค้านั้นๆ เน้นรูปทรง สีสัณและประโยชน์ในการใช้สินค้าที่เหมาะสม คำนึงกับสภาพความเป็นไปทางสังคม ราคาสินค้ากลุ่มนี้เหมาะสำหรับผู้ซื้อที่ใช้สินค้านั้นๆ การกำหนดราคาเป็นไปตามความเหมาะสมที่ผู้ผลิตสินค้าตั้งขึ้นเอง ซึ่งมีราคาไม่แพงนัก การใส่สีสัณจะมีเฉดสีที่แบบดั้งเดิมไม่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัยที่นิยมมากนัก คงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ตามแต่จิตนาการของชาวไทยพวนที่นิยมสวมใส่อย่างเสมอสม

๓. การผลิตที่คำนึงถึงการตลาดมาก่อนการออกแบบ (Design follow marketing) ยังไม่มีการออกแบบที่เป็นความต้องการของตลาดมากนัก เนื่องจากผู้ผลิตยังเป็นเฉพาะกลุ่มการตลาดเพื่อการผลิตสินค้าที่ยึดหลักทั้งคุณภาพและการออกแบบเฉพาะตัวเพื่อยกระดับสินค้านั้นๆ ยังคงต้องการการยกระดับจะทำให้สินค้ามีราคาสูงขึ้น ลูกค้านั้นเป็นกลุ่มเป้าหมายมักเป็นลูกค้าชั้นดีมีความมั่นคงและมีความสามารถในการซื้อสินค้าด้วย

วัตถุประสงค์ที่ ๓. เพื่อศึกษาการสื่อสารด้วยภาษาอังกฤษ ภาษาไทยและภาษาจีนของผู้ผลิตและจำหน่ายโอท็อปในประเภทผ้าทอด้านลวดลายงานหัตถกรรมที่มีใน ปัจจุบันผ่านช่องทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ๗PS

การถ่ายทอดความรู้ มีหลากหลายรูปแบบ และการถ่ายทอดความรู้ครั้งนี้ เพื่อศึกษาการสื่อสารภาษาอังกฤษ ของผู้ผลิตสินค้าโอท็อปในครั้งนี้ โดยผ่านช่องทางกระบวนการสอนโดย การสอนกลุ่มเป้าหมายของผู้วิจัยในการใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ทางผู้วิจัยได้ จัดสอนการสร้างเว็บเพจ ในการขายสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ตขึ้นมา แล้วนำมาสอนให้กับ กลุ่มเป้าหมาย ซึ่งได้สอดแทรกภาษาอังกฤษ ภาษาไทยและภาษาจีนลงไปด้วย เพื่อเป็นการศึกษา การสื่อสารไปในตัวอีกเช่นกัน ช่องทางการขนส่งให้ถึงมือผู้ซื้อการค้าทางออนไลน์ ลูกค้าไม่สามารถจับต้องได้จำเป็นต้องเลือก สินค้าได้ก่อนจะได้แต่เพียงแค่อารมณ์ภาพและคำบรรยาย เราต้องให้ ภาพที่ชัดเจนและรายละเอียดของ สินค้า เพื่อเป็นข้อมูลในการตัดสินใจให้มากที่สุด แต่ต้องไม่เกิน ความจริง รูปภาพชัดเจน ไม่มัว มีมิติ คำ วางตำแหน่งภาพสมดุล มีทั้งขนาด preview และ full หากเป็นสินค้าบริการต้องให้เห็นส่วนสำคัญ ของการบริการที่มีระดับ มีคุณภาพ บรรยายภาพที่ดี การเขียนข้อความบรรยายต้องเขียนให้กระชับได้ ใจความ และเชิญชวนเพื่อสร้างโอกาสและ ความแตกต่างของสินค้า (Product component) สินค้ามีลักษณะหรือคุณค่าที่แตกต่างจาก สินค้าที่ผลิตโดยคู่แข่ง (Competitive differentiation) ด้วยสื่ออิเล็กทรอนิกส์จากการวิจัยใน ครั้งนี้ ที่สร้างขึ้นจากการศึกษาสินค้าโอท็อปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมืองบ้านฝายมูล ประกอบด้วย Line add Facebook และ Blog รายละเอียดประกอบด้วยคุณสมบัติของสินค้า (Product component) ด้วยองค์ประกอบพื้นฐาน รูปลักษณ์ คุณภาพ การบรรจุภัณฑ์หรือตรา สินค้า ที่สามารถเข้าถึงคุณค่าในจิตใจแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และเป็นแนวทางในการการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ (Product development) จากสินค้าเดิมมีการพัฒนาสินค้าใหม่ขึ้นเพื่อการปรับปรุง ให้ดีขึ้น (New product) โดยผู้ผลิตสินค้าคำนึงถึงความสามารถในการส่งมอบคุณค่าเพื่อ ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้มากขึ้น ด้วยองค์ประกอบด้วย ๗P ดังต่อไปนี้

๑. ผู้ผลิต (Producer) สามารถเสนอขายสินค้าเพื่อตอบสนองความพึงพอใจหรือความต้องการของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วยสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ ด้วยการแสดงสีของผลิตภัณฑ์ รูปลักษณ์ ราคา คุณภาพ ตราสินค้า โดยผ่านอินเทอร์เน็ต ด้วยราคาสามารถกำหนดเองได้

๒. ราคา (Price) ที่ไม่แพง เหมาะสม โดยสามารถติดต่อกับผู้ผลิตได้โดยตรงด้วยการใช้ งานผ่านช่องทางดังกล่าว

๓. ช่องทางในการจัดจำหน่าย (Place หรือ Distribution) การกระจายสินค้าออกสู่ ตลาด (Physical Distribution หรือ Market Logistic) ด้วยวิธีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เป็นการ ควบคุมการเคลื่อนย้ายวัตถุดิบ ช่างทอผ้าสามารถนำปัจจัยการผลิตและสินค้าสำเร็จรูป จาก



จุดเริ่มต้น คือ ผู้ผลิตสินค้ามาทอไปยังผู้บริโภคโดยตรง เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้วยมุ่งหวังผลกำไรให้แก่ผู้ผลิตสินค้าโอท็อปโดยตรง

๔) การส่งเสริมการขาย (Promotion) การติดต่อสื่อสารที่เกี่ยวข้องกันระหว่างผู้ซื้อและผู้ขายเพื่อสร้างทัศนคติ แนวคิด ความเชื่อ เพื่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้คน (Personal Selling) และไม่ใช้คน (Non Personal Selling) ผลจากการใช้วิธีการซื้อสื่ออิเล็กทรอนิกส์ด้วยการส่งเสริมการขายโดยใช้ทั้งภาษาอังกฤษและภาษาจีนเพื่อให้ถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ดี เป็นเครื่องมือที่เป็นประโยชน์สำหรับการสื่อสาร

๕) บุคลากร (People) หรือ พนักงาน (Employee) อาศัยการคัดเลือก (Selection) การฝึกอบรม (Training) การจูงใจ (Motivation) เพื่อให้สามารถสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าได้ แตกต่างเหนือคู่แข่ง งานบริการจำเป็นต้องอาศัยความสามารถของพนักงาน มีทัศนคติที่ดีต่อการให้บริการสามารถตอบสนองลูกค้าเกิดความพึงพอใจสูงสุด มีความคิดริเริ่ม มีการติดต่อกับลูกค้า ความสามารถแก้ปัญหาเฉพาะหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างค่านิยมที่ดีให้กับธุรกิจบริการ

๖) ลักษณะทางกายภาพ (Physical evidence) ลักษณะทางกายภาพจะมีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกใช้บริการ โดยทั้งนี้จะรวมถึงสภาพแวดล้อมได้แก่ การตกแต่งสถานที่ บรรยากาศภายใน สีสนของร้าน ผงที่ตั้ง ด้านความสะอาดในส่วนที่ลูกค้าสามารถมองเห็น ผู้ที่เป็นลูกค้าอาจเป็นนักท่องเที่ยว หรือผู้คนที่มีส่วนร่วมในประเพณีรื่นเริงต่างๆ เป็นต้น

๗) ระบบการให้บริการ (Process) ระบบการให้บริการ ได้แก่ นโยบายต่าง ๆ ของสถานบริการ ขั้นตอนการให้บริการ วิธีการให้บริการที่รวดเร็วและประทับใจลูกค้า จากที่กล่าวมาข้างต้น สรุปได้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือในการ ตอบสนองความต้องการให้แก่ลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมาย นักการตลาดจะต้องให้ความสำคัญการวางกลยุทธ์และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้าในการซื้อสินค้าหรือเลือกใช้ บริการ เพื่อให้สามารถแข่งขันเหนือคู่แข่ง ลูกค้าเกิดความประทับใจและซื้อซ้ำในอนาคต

บรรณานุกรม

๑. คัมภีร์พระไตรปิฎกและหนังสือภาษาไทย

ณัตตยา เอี่ยมคงและดนุชา สลึงศ์. สภาพปัจจุบันสภาพปัจจุบัน ความต้องการและความคาดหวังของผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้า โอท็อปที่มีต่อการขายสินค้าผ่านตลาดอิเล็กทรอนิกส์. วารสารวิชาการ คณะบริหารธุรกิจ. (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ๒๕๕๙), ๓๘.

ภาณุรังษี เดือนโสภา และวาณี อรรถจันสาธิต. นครน่านเมืองเก่าที่มีชีวิต: อัตลักษณ์ทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมสัมมนาวิชาการนำเสนองานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ ๑๕. (เครือข่ายบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ, ๒๕๕๗), ๑๒๓.

พิกุล สายดวง. การเพิ่มสมรรถนะและพัฒนาศักยภาพการใช้ภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อรองรับการเป็นประชาคมอาเซียน ในเขตพื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี. (วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๒, ๒๕๕๕), ๒๖๒.

ปุลณซ์ เดชमानนท์, (๒๕๕๖). การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วงเวลาจำกัด. (คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ๒๕๕๖).

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. โดนใจคนจีน เพิ่มโอกาส E-commerce ไทย [Online], ข้อมูลวิจัยกรกฎาคม ๒๕๖๐. แหล่งที่มา

https://www.kasikornbank.com/th/business/sme/KSMEKnowledge/article/KSMEAnalysis/Documents/Thai-E-Commerce_Chinese.pdf

๒. หนังสือภาษาอังกฤษ

Isak Barbopoulos and Lars-Olof Johnsson, (๒๐๑๗). The Consumer motivation scale: Development of a Multi-Dimensional and Context-Sensitive Measure of Consumer Goals. (Journal of Business Research, ๒๐๑๗), ๑๑๘-๑๒๖.

