



รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๔ เรื่อง

กลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี
Marketing Strategy on Buddhist Way of Right Occupation Group of the
Teen Chok Fabric of Ratchaburi Clan

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

ผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และ
การตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
Teen Chok Fabric of Ratchaburi Clan: History, Knowledge, Product
Development and Marketing in Buddhist Way to Increase

โดย

พระครูวิสุทธิธานันท์คุณ, ผศ. ดร.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MCU 65027



รายงานการวิจัย

รายงานการวิจัยย่อยที่ ๔ เรื่อง

กลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี
Marketing Strategy on Buddhist Way of Right Occupation Group of the
Teen Chok Fabric of Ratchaburi Clan

ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง

ผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และ
การตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน
Teen Chok Fabric of Ratchaburi Clan: History, Knowledge, Product
Development and Marketing in Buddhist Way to Increase

โดย

พระครูวิสุทธิธานันท์คุณ, ผศ. ดร.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

พ.ศ. ๒๕๖๕

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

MCU 65027

(ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย)



Research Report

Sub - Research Report 4

Marketing Strategy on Buddhist Way of Right Occupation Group of the
Teen Chok Fabric of Ratchaburi Clan

By

Phrakhru Wisutthanantakhun, Asst. Prof. Dr.

Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Ratchaburi Buddhist College

B.E. 2565

Research Project Founded by Mahachulalongkornrajavidyalaya University

MCU 65027

(Copyright Mahachulalongkornrajavidyalaya University)

ชื่อรายงานวิจัย	: กลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี
ผู้วิจัย	: พระครูวิสุทธาจารย์นันทคุณ, ผศ. ดร.
ส่วนงาน	: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี
ปีงบประมาณ	: ๒๕๖๕
ทุนอุดหนุนการวิจัย	: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ๒) สร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี และ ๓) พัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี เป็นการวิจัยและพัฒนา (R&D) ได้แก่ การวิจัยเชิงเอกสาร ด้วยการค้นคว้าหนังสือ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากวิธีการสุ่มแบบเจาะจง จำนวน ๑๕ ท่าน การสนทนากลุ่มเฉพาะ โดยการสุ่มแบบแบบเจาะจง จำนวน ๑๐ ท่าน และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ จำนวน ๕๐ คน ผลการวิจัยพบว่า

๑. การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี คือ การสร้างตลาดชุมชนและสหกรณ์ขึ้นในท้องถิ่น เพื่อจัดจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจกราชบุรี และสร้างตลาดออนไลน์ การสร้างศูนย์จำหน่ายสินค้าตามจุดสำคัญต่าง ๆ ทั่วทั้งจังหวัด เพื่อการส่งออกสินค้าที่กลุ่มผู้ทอผ้าขึ้นตีนจกผลิตขึ้น ทั้งยังเป็นการแสดงสินค้าให้เข้าถึงบริโภคอย่างทั่วถึง ที่จะรับรู้ถึงการมีอยู่ของผ้าขึ้นตีนจกราชบุรี ได้แก่ ๑) หน้าร้าน : ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านราชบุรี กาดวิถีชุมชนคูบัว ตลาดนัดโอ๊ะป่อย ตลาดน้ำดำเนินสะดวก พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดขนอน และอุทยานหินเขางู เป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายผ้าจก ๒) องค์การบริหารส่วนตำบล : หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่นให้การส่งเสริม การประชาสัมพันธ์ และการจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจกทุกชนิด ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลคูบัว องค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองโพ-บางกะโด ๓) OTOP ผ้าไทยในจังหวัดราชบุรี : กรมการพัฒนาชุมชนได้ลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมกับสภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์ จัดทำโครงการ “สืบสาน อนุรักษ์ศิลป์ผ้าถิ่นไทย ดำรงไว้ในแผ่นดิน” สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดราชบุรีได้จัดทำแค็ตตาล็อกผ้าถิ่นไทย ประจำจังหวัดราชบุรี เพื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้สนใจได้สั่งซื้อผ้าจากผู้ประกอบการ OTOP และ ๔) ตลาดออนไลน์ : เพจ ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี การตลาดออนไลน์ เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเจ้าของธุรกิจกับลูกค้า เป็น

การลงทุนทำการตลาดที่มีราคาไม่สูง สามารถแก้ไขหรืออัปเดตข้อมูลได้เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์หรือแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ธุรกิจต้องการให้ลูกค้าทราบ ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis ตลาดผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี พบว่า จุดแข็งทรัพยากรบุคคล คนในชุมชนมีฝีมือผลิตผ้าทอจกที่มีงานคุณภาพและมีเอกลักษณ์ จุดอ่อนทรัพยากรบุคคลขาดผู้สืบทอดวิธีการทอผ้าเนื่องจากคนรุ่นหลังไม่ให้ความสนใจในการสืบทอดอาชีพทอผ้าต่อไป โอกาสเศรษฐกิจองค์การบริหารส่วนตำบลดนตรี เข้ามาช่วยเหลือทางด้านของเงินทุนและสร้างร้านสวัสดิการรัฐ ให้ชาวบ้านในชุมชนได้ใช้ประโยชน์ และอุปสรรคเศรษฐกิจอยู่ในช่วงถดถอย ไม่แน่นอน ทำให้การซื้อขายผลิตภัณฑ์ผ้าทอจกในปัจจุบันลดลงอย่างเห็นได้ชัด

๒. การสร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี การสร้างแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าขึ้นตีนจก การสร้างขั้นตอนทอผ้าขึ้นให้มีผลผลิตที่ทันสมัยหลากหลาย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด และหน่วยงานภาครัฐมีส่วนช่วยสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ การนำผลการวิเคราะห์จากผลการวิจัยของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้าทำวิจัยพื้นที่ไปใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าขึ้นตีนจก ทั้งนี้กลุ่มผู้วิจัยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าขึ้นตีนจกในการนำมาใช้ประโยชน์ใหม่ อาทิ กระเป๋า ยามสะพาย เป็นต้น ส่วนกลยุทธ์ราคา คือ การมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาผ้าที่มีผลผลิตเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ด้วยกลยุทธ์ราคาสูงราคาประมาณ ๑๒,๐๐๐ - ๒๘,๐๐๐ บาท เพื่อขายให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าที่มีฐานะดี หรือชื่นชอบผ้าทอที่มีการถ่ายทอดผ่านวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน ส่วนกลยุทธ์ราคาเหมาะสมกับคุณภาพนั้นจะใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าฐานะปานกลาง ราคาผืนละ ๕,๐๐๐ - ๑๕,๐๐๐ บาท โดยมีราคาต่ำ ๘๐๐ - ๑,๕๐๐ บาท ต่อผืน โดยจำแนก ๑) เพจ ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี และ ๒) พรีเมียมเตอร์สวมใส่เสื้อลายจก

๓. การพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี การนำหลักพระพุทธศาสนา มาพิจารณาภายใต้กรอบความคิด หลักการตลาดโดยใช้หลักหรือทฤษฎีการตลาดเป็นตัวตั้ง แล้วนำหลักธรรมมาเป็นตัวเสริม เพื่ออธิบายนี้ถือเป็นบูรณาการประเภท “ธรรมวิทยาหรือธรรมโมลยี การบูรณาการนี้ไม่เพียงเป็นการสร้างนวัตกรรมใหม่สู่วงการการตลาด แต่ยังเป็นกุศโลบายอีกทางหนึ่ง ที่ช่วยเผยแผ่ธรรมะเข้าสู่คนรุ่นใหม่ในรูปแบบที่เหมาะสมกับยุคและความต้องการ และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนความรู้ในวิชาชีพการตลาดสู่โลกตะวันตก เพื่ออธิบายหลักธรรมในรูปแบบของหลักการตลาด กลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี สร้างตลาดจำหน่ายสินค้าที่ยั่งยืน ใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายต่อเนื่อง การสร้างจุดขาย การทอมือ การสร้างอัตลักษณ์ให้น่าสนใจ ที่เป็นเอกลักษณ์ที่ลงตัวน่าสนใจ การจัดให้มีการแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ รวมทั้งการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผ้าขึ้นตีนจกภายในชุมชน ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอเชิงสร้างสรรค์ดำเนินการ ๕ แนวทาง คือ ๑) การเพิ่มจำนวน

ลดลายบนผืนผ้า ๒) การปรับลดจำนวนลดลายบนผืนผ้า ๓) การพัฒนาผ้าทอตีนจกให้มีเป็นลดลายใหม่ ๔) การใช้วัตถุดิบของเส้นด้ายย้อมสีธรรมชาติ และ ๕) การสร้างตราสัญลักษณ์ ทั้งนี้ผ้าลายจกตระกูลคูบัว เป็นผ้าที่มีชื่อเสียงและเป็นสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั่วประเทศ จึงนำหลักการตลาด “4Ps” ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับกับความสนใจและความต้องการของผู้ซื้อ ที่นำเสนอประวัติการทอผ้าขึ้นนั้น ๆ โดยการอิงพื้นที่ที่ได้รับการยอมรับ อาทิ ผ้าลายจกตระกูลคูบัว ด้านราคา กำหนดให้ราคามีความหลากหลายสอดคล้องกับกำลังซื้อของผู้สนใจ อาทิ ลด แลก แจก แถม ด้านการจัดจำหน่าย การนำผลิตภัณฑ์ไปออกบูธจำหน่าย อาทิ งานประจำปีวัดหลวงพ่อสธรรมกายาราม จังหวัดราชบุรี งานสัปดาห์ส่งเสริมพระพุทธศาสนาวันมหาธาตุวิหารจังหวัดเพชรบุรี และด้านการส่งเสริมการขาย การให้ฟรีเซนเตอร์สวมใส่เสื้อผ้าต่าง ๆ แล้วนำมาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ อาทิ เพจ ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี



Research Title : Marketing Strategy on Buddhist Way of Right Occupation
Group of the Teen Chok Fabric of Ratchaburi Clan

Researchers : Phrakhru Wisutthanantakhun, Asst. Prof. Dr.

Department : Mahachulalongkornrajavidyalaya University,
Ratchaburi Buddhist College

Fiscal Year : 2565/2022

Research

Scholarship Sponsor : Thailand Science Research and Innovation (TSRI)
And Buddhist Research Institute
Mahachulalongkornrajavidyalaya University

ABSTRACT

This research aims to 1) study the distribution of products and products from the wisdom of the Ratchaburi Sarong Life Livelihood Group, 2) create marketing channels for distribution of products and products of the Ratchaburi Sarong Life Livelihood Group, and 3) develop strategies. Buddhist way of life marketing of the Teen Jok Sarongs of the Ratchaburi family It is research and development (R&D), including documentary research. by searching for books, documents and related research qualitative research Use interviews with key informants. From the random purposive method, 15 persons, specific group discussions. by purposive random sampling of 10 people and operational research of 50 people.

1. Distributing products and products from the wisdom of the Teen Jok Sarong Welfare Group of the Ratchaburi family is the creation of local community markets and cooperatives. to distribute Teen Chok Ratchaburi skirts and create an online marketplace Creation of product distribution centers at various important points throughout the flu for exporting products produced by Teen Jok Pipes. It is also a showcase of products to reach consumers thoroughly. To recognize the existence of the Tin Chok Ratchaburi cloth, which are: 1) Storefront: Ratchaburi Folk Handicraft Center Khu Bua community way of life Oh Poi Market Damnoen Saduak Floating Market Nang Yai Wat Khanon Museum and Khao Ngu Stone Park 2)

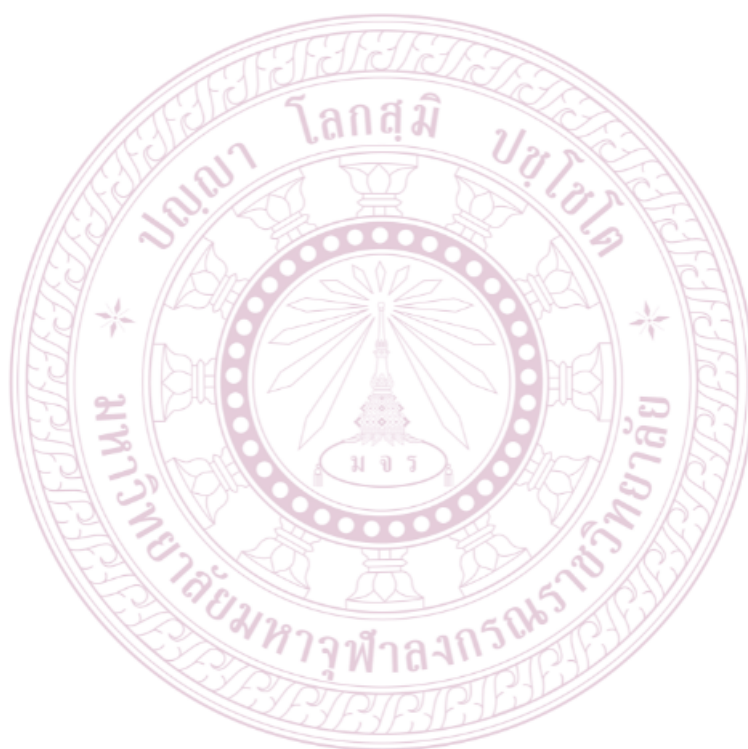
Subdistrict Administrative Organizations: Local government agencies promote public relations And the sale of all kinds of Tin Jok fabrics, namely Khu Bua Subdistrict Administrative Organization Don Rae Subdistrict Administrative Organization Nong Pho-Bangkado Subdistrict Administrative Organization 3) OTOP Thai fabrics in Ratchaburi Province : The Community Development Department has signed a memorandum of understanding with the National Women's Council under the Royal Patronage of H.M. maintained in the land.” The Community Development Office of Ratchaburi Province has created a catalog of local Thai fabrics. of Ratchaburi Province To publicize and invite interested people to order fabric from OTOP entrepreneurs and 4) Online market: Teen Jok Pha Sin page, Ratchaburi, online marketing. It is a presentation of a product or service. that uses the internet as a medium that helps in advertising and public relations And used as a channel of communication between business owners and customers. It is a marketing investment that is not expensive. You can always edit or update information. Whether it's posted Or share information that businesses want customers to know. The results of SWOT Analysis of the Ratchaburi family's Teen Chok Sarong market found that the strength of human resources. People in the community are skilled in producing quality and unique textiles. Weaknesses in human resources: Lack of successors to the weaving method because the latter generations are not interested in inheriting the weaving profession. Economic Opportunity of Don Rae Subdistrict Administrative Organization Come to help with funding and create a government welfare shop. for the people in the community to take advantage And the economic obstacles are in recession, unstable, causing the current trading of woven fabric products to decrease significantly.

2. Creation of marketing channels for distributing products and products of the Teen Jok Sarong Cloth Society of the Ratchaburi family. Creation of ways to create added value for local wisdom products in Tin Teen Jok weaving Creation of the process of weaving a sarong with a variety of modern patterns to meet market demands and government agencies contribute to support the budget Applying the analysis results from the research results of various agencies doing research in the area to utilize and conserve products from local wisdom, Teen Jok cloth. The research group has designed products from the scraps of Teen Jok fabric for reuse

such as bags, shoulder bags, etc. The price strategy is to participate in setting the price of fabrics with unique patterns of the community. With a high price strategy, the price is about 12,000 - 28,000 baht to sell to a target group who is a well-off customer. Or love woven fabrics that have been transmitted through culture for a long time. As for the price strategy, suitable for quality, it is used with target groups who are middle class customers, priced at 5,000 -15,000 baht per piece, with a low price of 800 - 1,500 baht per piece. Ratchaburi and 2) the presenter wears a Jok pattern shirt

3. The development of Buddhist marketing strategies of the Right Livelihood of the Teen Jok Sarongs of the Ratchaburi family, taking into consideration the principles of Buddhism under the conceptual framework Marketing principles using marketing principles or theories as a set and bring the principles as a supplement To explain this is considered an integration type. "Thammawittaya or Dharmamologi This integration not only creates new innovations in the market. But it's also another way of thinking. that helps propagate Dharma to the new generation in a format suitable for the era and needs It can also be used as a tool to exchange knowledge in the marketing profession to the Western world to explain the principles in the form of marketing principles. Buddhist Marketing Strategies of the Right Livelihood of the Teen Jok Sarongs of the Ratchaburi Family Create a sustainable marketplace Use public relations systems in a variety of successively Creating a selling point, handcrafting, creating an interesting identity that is unique and interesting organizing exhibitions at various locations Including the establishment of Teen Jok cloth housewives within the community. Therefore, the development of creative woven fabric products was carried out in 5 ways: 1) increasing the number of patterns on the fabric, 2) reducing the number of patterns on the fabric, 3) developing the Teen Jok fabric. to have a new pattern 4) the use of natural dyed yarn raw materials and 5) the creation of a logo However, the Chok pattern of the Ku Bua family It is a famous fabric and is a product that is accepted by children all over the country. Therefore, the marketing principle "4Ps" is applied, namely, product manufacturing products that meet the interests and needs of buyers Which presents the history of weaving that piece by referring to an area that is recognized, such as the Khu Bua family pattern cloth, in terms of price, determines the price to be

diverse in accordance with the purchasing power of interested parties, such as discounts, exchanges, giveaways, distribution Bringing products to the booth for sale, such as the annual event of Wat Luang Por Sod Thammakayaram. Ratchaburi Province Buddhist Promotion Week at Wat Mahathat Worawihan Phetchaburi Province and sales promotion Having the presenters wear various clothes and publicizing them through online media such as Pha Sin Teen Jok page, Ratchaburi.



กิตติกรรมประกาศ

โครงการย่อยที่ ๔ เรื่อง “กลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจก
ตระกูดราชบุรี” เป็นโครงการของแผนการวิจัยเรื่อง “ผ้าขึ้นตีนจกตระกูดราชบุรี: ประวัติศาสตร์,
ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน”

คณะผู้วิจัยขอขอบคุณวิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์
วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) และสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
ที่สนับสนุนงบประมาณการวิจัย ๒๕๖๕

ขออนุโมทนาขอผู้ให้ข้อมูลสำคัญทั้ง ๑๕ ท่าน ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ ทั้ง ๑๐
ท่าน และผู้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการทั้ง ๕๐ คน ตลอดจนทีมงานวิจัยและผู้มีส่วนร่วมทุกท่านที่
ขับเคลื่อนโครงการวิจัยนี้จนประสบความสำเร็จทุกประการ

ผู้วิจัย

พระครูวิสุทธิธานันท์คุณ, ผศ. ดร.

๓๐ มิถุนายน ๒๕๖๖

สารบัญ

เรื่อง	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ค
กิตติกรรมประกาศ	จ
สารบัญ	ฉ
สารบัญตาราง	ณ
สารบัญแผนภาพ	ญ
สารบัญภาพ	ฎ
บทที่ ๑ บทนำ	๑
๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	๑
๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย	๓
๑.๓ ปัญหาการวิจัย	๓
๑.๔ ขอบเขตการวิจัยและกรอบแนวคิด	๓
๑.๕ นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย	๕
๑.๖ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย	๖
บทที่ ๒ แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๗
๒.๑ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับชาติพันธุ์ไท-ยวน	๗
๒.๒ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผ้าซิ่นตีนจกตระกูลราชบุรี	๑๓
๒.๓ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนา	๑๕
๒.๔ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดออนไลน์	๓๔
๒.๕ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค	๓๖
๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	๓๗
บทที่ ๓ วิธีดำเนินการวิจัย	๔๒
๓.๑ รูปแบบการวิจัย	๔๒
๓.๒ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย	๔๔

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง	หน้า
๓.๓ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ และผู้เข้าร่วมกิจกรรม เชิงปฏิบัติการ	๔๔
๓.๔ เครื่องมือการวิจัย	๔๖
๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย	๔๙
๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล	๕๑
๓.๗ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย	๕๒
บทที่ ๔ ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	๕๔
๔.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิ ปัญญาของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี	๕๕
๔.๒ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่าย สินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี	๖๓
๔.๓ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้น ตีนจกตระกูลราชบุรี	๖๗
๔.๔ องค์ความรู้จากการวิจัย	๗๕
๔.๔.๑ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย	๗๕
๔.๔.๒ องค์ความรู้ที่สังเคราะห์ได้จากการวิจัย	๗๘
บทที่ ๕ สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	๗๙
๕.๑ สรุป	๗๙
๕.๒ อภิปรายผล	๘๒
๕.๓ ข้อเสนอแนะ	๘๗
๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย	๘๗
๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ	๘๗
๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป	๘๘
บรรณานุกรม	๘๙

สารบัญ (ต่อ)

เรื่อง

ภาคผนวก

หน้า

๙๔

ภาคผนวก ก หนังสือขอสัมภาษณ์

๙๕

ภาคผนวก ข แบบสัมภาษณ์

๑๑๑

ภาคผนวก ค แบบสนทนากลุ่มเฉพาะ

๑๑๗

ภาคผนวก ง ชุดกิจกรรมการวิจัยเชิงปฏิบัติการ

๑๒๒

ภาคผนวก จ ภาพประกอบ

๑๒๔

ภาคผนวก ฉ รายชื่อผู้ให้ข้อมูล

๑๒๖

ภาคผนวก ช ประวัติผู้วิจัย

๑๒๙



สารบัญแผนภาพ

แผนภาพที่

หน้า

๑.๑ กรอบแนวคิดการวิจัย

๗

๔.๒ การวิเคราะห์ SWOT Analysis ตลาดฟ้าขึ้นดินจกตระกูลราชบุรี

๕๗



สารบัญภาพ

ภาพที่

- ๔.๑ เพจ ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี
๔.๒ ปริ้นเตอร์สวมใส่เสื้อลายจก

หน้า

- ๖๔
๖๕



บทที่ ๑

บทนำ

๑.๑ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประวัติศาสตร์จังหวัดราชบุรีมีมายาวนานก่อนที่จะประเทศไทยจะก่อกำเนิดขึ้นเป็นรัฐชาติ โดยเป็นดินแดนที่มีชื่อปรากฏในสมัยทวารวดี ซึ่งในยุคนั้นยังไม่มีกำหนดดินแดนที่แน่นอน กลุ่มคนกลุ่มต่าง ๆ ที่อาศัยในพื้นที่บริเวณดังกล่าวจึงมีความผสมผสานวัฒนธรรม ความเชื่อ และประเพณีร่วมกันมาก^๑ ราชบุรีจึงเป็นพื้นที่สังคมพหุวัฒนธรรมหลากหลายชาติพันธุ์ ได้แก่ กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยพื้นถิ่น กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายจีน กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายมอญ กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายยวน กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายกะเหรี่ยง กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายเขมร กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายลาวโซ่ง และกลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายลาวเวียง

ยวนราชบุรี เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีอัตลักษณ์ทั้งทางภาษาและวัฒนธรรม นักภาษาศาสตร์จัดกลุ่มภาษายวนให้อยู่ในตระกูลภาษาไท-กระได ภาษายวนมีอัตลักษณ์ทั้งภาษาพูดและภาษาเขียนที่คล้ายคลึงกับภาษาไทยถิ่นเหนือและมีการใช้รูปอักษรธรรมล้านนาในการบันทึกคัมภีร์ทางพุทธศาสนา โดยเฉพาะคัมภีร์ใบลาน และในส่วนของอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของยวนที่ยังคงดำรงอยู่ คือ ภาษาพูด ผู้เฒ่าผู้แก่ชาวยวนยังคงพูดภาษายวนกับลูกหลานในชุมชน ทว่าอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมบางอย่างเริ่มสั่นคลอนในปัจจุบัน^๒

ทั้งนี้ ฝ้าจากตระกูลราชบุรี ถือเป็นมรดกทางภูมิปัญญาของไท-ยวน ที่เคลื่อนย้ายถิ่นฐานจากเมืองเชียงแสนมาตั้งหลักแหล่งที่จังหวัดราชบุรี ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๓๔๗ ที่แสดงเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมธรรมการทอผ้าจากการใช้หูกทอผ้าแบบโบราณ พุงกระสวยด้วยมือ ย้อมด้วยสีธรรมชาติ เป็นการทอที่ทำให้เกิดลวดลายผ้าไปพร้อม ๆ กัน การจกคือการทอลวดลายบนผืนผ้าด้วยวิธีการเพิ่มด้ายเส้นพุ่งพิเศษเข้าไปเป็นช่วง ๆ ไม่ติดต่อกันตลอดหน้ากว้างของผ้า การจกจะใช้ไม้หรือขนเม่นหรือนิ้วมียอกขึ้นจก (ควัก) เส้นด้ายสีสันท่าง ๆ ขึ้นมาบนเส้นยืนให้เกิดลวดลายตามที่ต้องการ

^๑บุญยัจริย สรสีสม, สงคราม ๙ ท้า และประวัติศาสตร์เมืองราชบุรี: กระบวนทัศน์การสืบสานอัตลักษณ์ ๘ กลุ่มชาติพันธุ์, (ราชบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, ๒๕๕๕), หน้า ๑.

^๒เรื่องเดียวกัน, หน้า ๙.

ผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี เป็นผ้าจกที่พบในหมู่ช่างทอผ้าชาวไท-ยวน ในจังหวัดราชบุรี มีแหล่งกำเนิดแตกต่างกัน โดยแบ่งตามลักษณะของลวดลายได้เป็น ๓ ตระกูลใหญ่ คือ (๑) ผ้าขึ้นตีนจกคูบัว เป็นผ้าขึ้นตีนจกที่มีลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตัวเอง เช่น ลายดอกเซีย ลายหักนกคู่ ลายโค้งแก้ง ลายหน้าหมอน และลายนกคู่กินน้ำอ่วมเต้า ผ้าขึ้นตีนจกคูบัวจะพบมากใน ตำบลคูบัว อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี เพราะมีชุมชนไท-ยวนอาศัยอยู่ โดยในการจกจะใช้เส้นด้ายยืนสีดำ ฟุ้งดำ โดยไม่มีลายประกอบมากลาย พื้นผ้าเว้นพื้นดำไว้มากตามแบบของลวดลาย เพื่อจกให้เห็นลายชัดเจน ส่วนสีเส้นของเส้นใยที่ใช้ทอ จะใช้เส้นใยที่มีสีสันทากหลาย เช่น จะใช้ฟุ้งดำจากแดง แชมเหลืองหรือเขียว เป็นต้น (๒) ผ้าขึ้นตีนจกบางกะโด เป็นผ้าขึ้นตีนจกที่มีลวดลายขนาดและสีเส้นที่มีความใกล้เคียงกับจกคูบัว เป็นผ้าจกที่ได้จากชุมชนไท-ยวน ในชุมชนบางกะโด ตำบลบ้านสิงห์ อำเภอโพธาราม โดยผ้าขึ้นตีนจกบางกะโด จะมีความแตกต่างจากผ้าจกคูบัวตรงที่ชายของตีนขึ้นจะมีการเว้นพื้นที่ดำระหว่างลายเซเปถึงเลียบเหลืองไว้กว้างมากกว่าผ้าจกคูบัว และ (๓) ผ้าขึ้นตีนจกดอนแร่ เป็นผ้าขึ้นตีนจกที่มีลายที่มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง เช่น ลายกาบ ลายกาบดอกแก้ว และลายนกคู่กินน้ำอ่วมเต้า พบมากในชุมชนไท-ยวน ตำบลดอนแร่ ตำบลห้วยไผ่ ตำบลหนองปลาหมอ และตำบลรางบัว โดยลักษณะของการจกจะประกอบด้วยหลากหลายของลวดลาย และจะมีการจกลายแน่นเต็มพื้นผ้า มีการเว้นพื้นดำไว้น้อย ทำให้ลดความเด่นชัดของลายหลักลงไป โดยจะคงสีเส้นของเส้นใยเป็นสีแดงเป็นหลัก จะไม่นิยมใช้เส้นใยหลายสี

ดังเดิมนั้น ผ้าขึ้นตีนจก มิได้มุ่งเน้นเพื่อการจำหน่าย แต่ในปัจจุบันนี้ การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมได้กลายเป็นศูนย์กลางของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวที่ทุก ๆ ประเทศพยายามที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมในประเทศของตนเอง เพราะนอกจากการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมจะสามารถสร้างรายได้และนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจทั้งระดับประเทศและระดับภูมิภาคแล้ว การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสืบทอดวัฒนธรรมให้คงอยู่ต่อไปด้วย การนี้ ผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี จึงมีบทบาทสำคัญในฐานะเป็น “ภูมิปัญญามรดกวัฒนธรรม”

อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบในปัจจุบัน คือ วัฒนธรรมและประเพณีแบบโบราณกำลังเลือนหายไป ปัญหาความขัดแย้งและความไม่เข้าใจกันระหว่างคนรุ่นใหม่กับคนรุ่นเก่าเนื่องมาจากการไหลบ่าของวัฒนธรรมตะวันตก ทำให้แนวความคิด ความรู้สึก วิธีการดำเนินชีวิต เปลี่ยนแปลงไป ก่อให้เกิดปัญหาต่อการถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าขึ้นตีนจก ปัญหาการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ ปัญหาทางการตลาด ฯลฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง อิทธิพลจากผลกระทบของสถานการณ์การระบาดโรคติดต่อไวรัสโคโรนา ๒๐๑๙ (COVID-19) ยิ่งส่งผลให้เศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรีซบเซาลงอย่างเห็นได้ชัด

ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดออนไลน์วิิพทุฑรของกลุ่มสั้มาชิพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี” โดยมีจุดเน้นที่การสร้างช่องทางการตลาด (Marketing) ในการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสั้มาชิพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ที่สอดคล้องกับโครงสร้างทางสังคมของชุมชนในยุคชีวิติวิิทุฑรใหม่ (New Normal)

๑.๒ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑.๒.๑ เพื่อศึกษาการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสั้มาชิพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

๑.๒.๒ เพื่อสร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสั้มาชิพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

๑.๒.๓ เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิิพทุฑรของกลุ่มสั้มาชิพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

๑.๓ ปัญหาการวิจัย

๑.๓.๑ ผลวิเคราะห์การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสั้มาชิพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี เป็นอย่างไร

๑.๓.๒ ช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสั้มาชิพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ควรเป็นอย่างไร

๑.๓.๓ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิิพทุฑรของกลุ่มสั้มาชิพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ควรเป็นอย่างไร

๑.๔ ขอบเขตการวิจัยและกรอบแนวคิด

๑.๔.๑ ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัย เรื่อง “กลยุทธ์การตลาดออนไลน์วิิพทุฑรของกลุ่มสั้มาชิพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี” มีขอบเขตเนื้อหาเชื่อมโยงการสร้างช่องทางการตลาด (Marketing) ในการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสั้มาชิพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ที่สอดคล้องกับโครงสร้างทางสังคมของ

ชุมชนในยุค New Normal โดยครอบคลุม ๓ ตระกูล ประกอบด้วย (๑) ผ้าขึ้นตีนจกตระกูลคุบัว (๒) ผ้าขึ้นตีนจกตระกูลบางกะโด และ (๓) ผ้าขึ้นตีนจกตระกูลดอนแร่

๑.๔.๒ ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการสัมภาษณ์ ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ และผู้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ

การวิจัยครั้งนี้ กำหนดขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากการสัมภาษณ์ ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ และผู้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ ดังนี้

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ตามลักษณะการเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จากวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน ๑๕ ท่าน โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) เป็นเครื่องมือในการถอดบทเรียนการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ดังนี้

๑. ผู้นำชุมชน/ผู้นำองค์กรภาคประชาชน จำนวน ๓ ท่าน
๒. หัวหน้าเผ่ากลุ่มชาติพันธุ์ไท-ยวน จำนวน ๓ ท่าน
๓. ปราชญ์ชาวบ้าน/ครูภูมิปัญญาชุมชนชาติพันธุ์ไท-ยวน จำนวน ๓ ท่าน
๔. บุคลากรของหน่วยงานภาครัฐหรือสถานศึกษาในพื้นที่ จำนวน ๓ ท่าน
๕. สมาชิกกลุ่มสมาชิก/เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการในพื้นที่ จำนวน ๓ ท่าน

ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) ตามลักษณะการเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จากวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน ๑๐ ท่าน โดยการใช้การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) เป็นเครื่องมือในการออกแบบกลยุทธ์การตลาด (Marketing) เป็นช่องทางใหม่ในการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ดังนี้

๑. ผู้นำชุมชน/ผู้นำองค์กรภาคประชาชน จำนวน ๒ ท่าน
๒. หัวหน้าเผ่ากลุ่มชาติพันธุ์ไท-ยวน จำนวน ๒ ท่าน
๓. ปราชญ์ชาวบ้าน/ครูภูมิปัญญาชุมชนชาติพันธุ์ไท-ยวน จำนวน ๒ ท่าน
๔. บุคลากรของหน่วยงานภาครัฐหรือสถานศึกษาในพื้นที่ จำนวน ๒ ท่าน
๕. สมาชิกเจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการในพื้นที่ จำนวน ๒ ท่าน

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ การสร้างช่องทางการตลาด (Marketing) จำนวน ๕๐ คน โดยใช้แบบประเมินผลการปฏิบัติการ (รายตัวชี้วัด) ในการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชิพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ที่สอดคล้องกับโครงสร้างทางสังคมของชุมชนในยุค New Normal ประกอบด้วย

๑. ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน ๕ คน
๒. หัวหน้าหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน จำนวน ๕ คน
๓. สมาชิกกลุ่มสมาชิพ/เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการในพื้นที่ จำนวน ๒๐ คน
๔. ประชาชนกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ยวน จำนวน ๒๐ คน

๑.๔.๓ ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ชุมชนไท-ยวน ราชบุรี จำนวน ๘ ชุมชน ประกอบด้วย

๑. ชุมชนไท-ยวน บ้านคูบัว ราชบุรี
๒. ชุมชนไท-ยวน บ้านดอนตะโก ราชบุรี
๓. ชุมชนไท-ยวน บ้านหนองโพ ราชบุรี
๔. ชุมชนไท-ยวน บ้านบางกะโด ราชบุรี
๕. ชุมชนไท-ยวน บ้านดอนแร่ ราชบุรี
๖. ชุมชนไท-ยวน บ้านห้วยไผ่ ราชบุรี
๗. ชุมชนไท-ยวน บ้านหนองปลาหมอ ราชบุรี
๘. ชุมชนไท-ยวน บ้านรางบัว ราชบุรี

๑.๔.๔ ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่ เดือนตุลาคม พ.ศ. ๒๕๖๔ ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. ๒๕๖๕ รวมระยะเวลาทำการวิจัย ๑๒ เดือน

๑.๕ นิยมศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

กลยุทธ์การตลาด หมายถึง แบบแผนพื้นฐานหรือแนวทางที่กำหนดขึ้นสำหรับสร้างผลิตภัณฑ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย โดยจัดสรรทรัพยากรมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการสร้างผลผลิต โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานที่ชัดเจน

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าที่เป็นผลผลิตผลจากภูมิปัญญาท้องถิ่นและมรดกวัฒนธรรมผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ทั้งในส่วนที่ทอดกเป็นผืนตามวัตถุประสงค์การใช้งานห่มตามลวดลายเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น หรือในส่วนที่นำไปแปรรูปเป็นสินค้าประเภทอื่น ๆ ด้วย

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง พื้นความรู้ของชาวบ้านกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ยวน ที่รับรู้ เข้าใจ ร่วมกัน และยอมรับให้ผ้าขึ้นตีนจกเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมที่สั่งสมงอกงามขึ้นจากความรอบรู้ และประสบการณ์ ผนวกกับพัฒนาการในการปรับเปลี่ยนองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิม ให้เพิ่มพูนคุณค่าขึ้นอย่างเหมาะสมกับสังคมไท-ยวน

กลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี หมายถึง กลุ่มผู้ประกอบการอาชีพผลิตและจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ซึ่งเป็นผลผลิตทางวัฒนธรรมไท-ยวน ที่มีเอกลักษณ์และมีคุณค่า ซึ่งเกิดขึ้นในอดีตและได้รับการสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง จนเป็นที่ยอมรับ และแสดงให้เห็นถึงภูมิความรู้หรือภูมิปัญญาของชุมชนชาติพันธุ์ไท-ยวน

ผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี หมายถึง ผ้าขึ้นที่เป็นมรดกทางภูมิปัญญาของไท-ยวน จังหวัดราชบุรี แสดงเอกลักษณ์ทางศิลปวัฒนธรรมกรรมการทอผ้าจากการใช้หูกทอผ้าแบบโบราณ พุ่งกระสวยด้วยมือ ย้อมด้วยสีธรรมชาติ เท่านั้น

ชุมชนไท-ยวน หมายถึง ชุมชนชาติพันธุ์ไทย-ยวนในพื้นที่จังหวัดราชบุรี รวม ๘ ชุมชน ได้แก่ ชุมชนไท-ยวนบ้านคูบัว ชุมชนไท-ยวนบ้านดอนตะโก ชุมชนไท-ยวนบ้านหนองโพ ชุมชนไท-ยวนบ้านบางกะโด ชุมชนไท-ยวนบ้านดอนแร่ ชุมชนไท-ยวนบ้านห้วยไผ่ ชุมชนไท-ยวนบ้านหนองปลาหมอ และชุมชนไท-ยวนบ้านรางบัว เท่านั้น

๑.๖ ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

๑.๖.๑ ได้ผลการศึกษาการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

๑.๖.๒ ได้สร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

๑.๖.๓ ได้พัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

บทที่ ๒

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดออนไลน์วิถีพุทธของกลุ่มสมาชิพ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี” ได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) อย่างเป็นระบบและมีความเชื่อมโยงกัน ดังนี้

- ๒.๑ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับชาติพันธุ์ไท-ยวน
- ๒.๒ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี
- ๒.๓ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนา
- ๒.๔ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดออนไลน์
- ๒.๕ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค
- ๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๒.๑ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับชาติพันธุ์ไท-ยวน

บริบทนี้ ครอบคลุมสาระว่าด้วยชาติพันธุ์ไท-ยวน โดยมีรายละเอียดตามลำดับ ดังนี้
พื้นที่สังคมพหุวัฒนธรรมหลากหลายชาติพันธุ์ของจังหวัดราชบุรี ประกอบด้วย กลุ่มชาติพันธุ์ที่หลากหลาย (ไม่นับรวมไทยพื้นถิ่น) ได้แก่

- กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายจีน
- กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายมอญ
- กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายยวน
- กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายกะเหรี่ยง
- กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายเขมร

กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายลาวโซ่ง

กลุ่มชาติพันธุ์ชาวไทยเชื้อสายลาวเวียง

โดยในส่วนของกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ยวนนั้น ตามหลักฐานทางประวัติศาสตร์ แสดงไว้ว่า ในปีพุทธศักราช ๒๓๔๕ พระเจ้าประดุยกษัตริย์พม่ายกกองทัพมาตีเมืองเชียงใหม่ อินแะ หุ่น เป็นแม่ทัพล้อมเมืองเชียงใหม่ไว้ทั้งสี่ด้าน พระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลก ทรงทราบข่าวศึก จึงมีพระบรมราชโองการให้กรมพระราชวังบวรมหาสุรสิงหนาท เสด็จขึ้นไปบัญชาการศึก มีเจ้าฟ้าหลวงเทพหริรักษ์กับพระยายมราช คุณกองทัพลวง และกรมขุนสุนทรภูเบศร์กับพระองค์เจ้าลำดวน พระองค์เจ้าอินทปัตย์ คุณกองทัพน้อยขึ้นไปช่วยพระยาภาวดีเจ้าเมืองเชียงใหม่กองทัพของวังหน้าเข้าตีพม่าได้ก่อน พม่าที่ล้อมเมืองเชียงใหม่ไว้ได้แตกพ่าย หนีไปซ่อนสมุทกำลังพลอยู่ในเมืองเชียงแสน ส่วนกองทัพของวังหลวงที่เจ้าฟ้ากรมหลวงเทพหริรักษ์ และพระยายมราช คุณไปนั้นทำการรบไม่เข้มแข็ง กรมพระราชวังบวรมหาสุรสิงหนาท ทรงปรับโทษให้ขึ้นไปตีพม่าที่ช่องสุ่ม ณ เมืองเชียงแสน ให้พ้นไป จากเขตล้านนาไทยให้จงได้

ในปี พ.ศ. ๒๓๔๖ กองทัพของเจ้าฟ้ากรมหลวงเทพหริรักษ์ และพระยายมราชยกขึ้นไปล้อมเมืองเชียงแสน ขณะเดียวกันกองทัพเมืองลำปาง เมืองน่าน เมืองเชียงใหม่ และกองทัพเมืองเวียงจันทน์ก็ยกเข้าไปตีเมืองเชียงแสนด้วยเช่นกันรวมเป็นห้ากองทัพ กองทัพทั้งห้าล้อมเมืองเชียงแสนอยู่จนถึงเดือนห้า ปีชวด พ.ศ. ๒๓๔๗ ราษฎรไทยในเมืองเชียงแสนขาดเสบียงอาหาร ผู้คนอดอยากต้องฆ่าช้าง ม้า วัว ควาย กินเกือบจะหมดสิ้น ราษฎรไทยจึงเป็นกบฏพากันเปิดประตูเมืองรับกองทัพไทย ทหารไทยฆ่าฟันพม่าแตกหนีออกไปจากเมืองเชียงแสนจนหมดสิ้น นาชาที่ได้รับแต่งตั้งจากพม่าให้นั่งเมืองเชียงแสนก็พาครอบครัวหนี ทหารไทยได้รู้กำแพงเมือง เผาบ้านเรือนเพื่อมิให้เป็นที่อยู่อาศัยและช่องสุ่มกำลังของพม่าได้อีกต่อไป จากนั้นก็ได้อพยพครัวเรือนของชาวเชียงแสนได้ประมาณ ๒๓,๐๐๐ กว่าคน จัดแบ่งครัวเรือนออกเป็นห้าส่วนโดยแบ่งให้กับกองทัพเมืองเชียงใหม่ เมืองน่าน เมืองลำปาง เมืองเวียงจันทน์ และกองทัพเมืองหลวง กองทัพละหนึ่งส่วน ดังนั้นชาวโยนกเชียงแสนจึงต้องเดินอพยพครอบครัวไปอยู่ตามเมืองดังกล่าวข้างต้น ส่วนกองทัพเมืองหลวงก็นำเอาชาวโยนกเชียงแสนส่วนหนึ่งเดินทางลงมาที่กรุงเทพมหานคร มีบางส่วนขอตั้งหลักแหล่งที่เมืองสระบุรี ส่วนที่เหลือทรงโปรดเกล้าฯ ให้ไปตั้งถิ่นฐาน ณ เมืองราชบุรี บริเวณริมฝั่งขวาของแม่น้ำแม่กลอง ห่างจากตัวเมืองราชบุรีไปทางทิศตะวันออกประมาณ ๒ กิโลเมตร เรียกว่า บ้านไร่นา (ภาษายวนพื้นบ้านเรียกกันว่าเมืองละพี) ปัจจุบันบริเวณนี้เริ่มตั้งแต่วัดศรีชมพู ตลอดไปจนถึงบริเวณ วัดเทพอาวาส อำเภอมือง จังหวัดราชบุรี^๑

^๑อุดม สมพร, *ผาจากไทยวน-ราชบุรี*, (ราชบุรี: โรงพิมพ์การพิมพ์, ๒๕๔๐), หน้า ๘-๑๑.

ชาวไท-ยวนได้ตั้งถิ่นฐานอยู่ริมแม่น้ำแม่กลองริมฝั่งขวา ถัดจากตัวเมืองปัจจุบันไปทางทิศ ตะวันออกประมาณ ๒ กิโลเมตร ดังกล่าวมาแล้ว ต่อมาขยายครัวเรือนออกไปจากที่เดิมอีกหลายพื้นที่ เช่น ในอำเภอเมือง ที่ตำบลคูบัว ตำบลอ่างทอง ตำบลดอนแร่ ตำบลห้วยไผ่ ตำบลเจดีย์หัก ตำบลหิน กองเป็นต้น ชาวไท-ยวนต่างก็สร้างวัดไว้ทำบุญของตนเอง เช่น วัดคูบัว วัดดอนตะโก วัดใหญ่อ่างทอง วัดนาหนอง วัดนวมพุด วัดเขาลอยมูลโค วัดใหม่นครบาล ฯลฯ

อำเภออื่น ๆ ก็มีชาวไท-ยวน อำเภอโพธารามที่ตำบลหนองโพ ตำบลบางกะโด อำเภอ บ้านโป่ง ที่ตำบลหนองปลาหมอ อำเภอปากท่อที่ตำบลอ่างหิน ตำบลนาออก ตำบลทุ่งหลวง (บางส่วน) ตำบลบ่อกระดาน อำเภอบางแพที่ตำบลวัดแก้ว อำเภोजอมบึง ที่ตำบลรางบัว อำเภอสวน ผีเสื้อ ที่ตำบลท่าเคย นาขุนแสน ทุ่งแหลมบ้านป่าห้วย บ้านซำหนองหมี่ บ้านนาไฮ้เดียว บ้านหนอง กลางเนิน ฯลฯ

ชาวไท-ยวนได้รับบรรดาศักดิ์จากทางราชการแต่งตั้งให้มีบรรดาศักดิ์ มีหน้าที่เก็บส่วยส่ง หลวง ลูกหลานของท่านได้สืบเชื้อสายและนำบรรดาศักดิ์ตั้งเป็นนามสกุล เช่น พระบริรักษ์ภักดี เป็นต้นตระกูลของ “บริรักษ์” อยู่ที่ห้วยไผ่ พระวิชิตสงคราม เป็นต้นตระกูลของ “พระวิชิต” อยู่ที่ดอน ตะโก พระณรงค์ภักดี เป็นต้นตระกูลของ “พระณรงค์” อยู่ที่บางกะโด หนองโพ ฯลฯ

ด้วยเหตุที่ริมแม่น้ำแม่กลอง บริเวณบ้านไร่นาที่ไม่เพียงพอต่อการเพาะปลูก ชาวไท-ยวน โยนกเชียงแสนบางส่วนจึงได้พากันเคลื่อนย้ายไปตั้งถิ่นฐานบ้านเรือน ณ บริเวณใกล้เคียง เช่น ที่ตำบล คูบัวเมื่อชุมชนมากขึ้นจึงได้ขยายครัวเรือนออกไปตั้งถิ่นฐานห่างออกไปในตำบลต่างๆ ของจังหวัด ราชบุรีและจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดนครปฐมที่บ้านทัพหลวง จังหวัดกาญจนบุรีที่บ้านรางสาส์ บ้านแปดหลัง อำเภอไทรโยคที่บ้านพุเตย บ้านพุด ฯลฯ

ในระยะแรกการตั้งถิ่นฐานในจังหวัดราชบุรีชาวไท-ยวนยังคงรักษาวิถีชีวิต ภูมิปัญญา ศิลปวัฒนธรรมของไท-ยวนไว้อย่างเคร่งครัด ต่อมาเมื่อเวลาเปลี่ยนไปได้ผสมผสานกลมกลืนกับ ประเพณีวัฒนธรรม ของชุมชนภาคกลางซึ่งเป็นชุมชนดั้งเดิมของราชบุรี ความเคร่งครัดในวิถีชีวิตแบบ ดั้งเดิมเริ่มลดน้อยถอยลงไป ชีวิตเริ่มปรับเปลี่ยนให้เข้ากับสภาพแวดล้อมเพื่อความอยู่รอด ศิลปวัฒนธรรมและวิถีชีวิต เช่น การเกิด การกิน การตาย ความเชื่อและความศรัทธาเริ่มเลือนหายไป ในขณะที่เดียวกันก็ยอมรับความแปลกใหม่ ความเป็นอารยะจากวัฒนธรรมอื่นเข้ามาแทนที่ สายเลือด ไท-ยวนล้านนาที่อยู่ในตัวของลูกหลานไท-ยวนเริ่มจางลง แม้เวลาเพียงผ่านมา 191 ปีเท่านั้น ปัจจุบัน เกือบไม่มีเอกลักษณ์แสดงความเป็นไท-ยวนในอดีตให้เห็น นอกจากภาษาพูด และศิลปะการทอผ้าจาก ซึ่งเป็นมรดกทางภูมิปัญญาและศิลปวัฒนธรรมการแต่งกายของชาวไท-ยวน ซึ่งยังคงหลงเหลืออยู่บ้าง ในบางท้องที่ เช่น ตำบลคูบัวตำบลดอนแร่ ตำบลห้วยไผ่ ในอำเภอเมือง และตำบลรางบัว ในอำเภอ จอมบึง

ภาษาไทยยวนเป็นภาษาของชาวไทยงถิ่นไทยเหนือถิ่นหนึ่ง ควรเรียกว่าภาษา ไต หรือ ภาษา กนไต (คนไท) แต่เนื่องจากเรียกว่า ยวนหรือโยน มาช้านานแล้วคำเรียกนี้จึงเป็นที่คุ้นเคยของคนทั่วไป ต่อมาสังคมล้านนามีพัฒนาการมากขึ้น พบว่า แท้จริงแล้วสังคมล้านนาก็มีคนอีกหลายเผ่าพันธุ์ เช่น คนลัวะ คนอาข่า (อีเก้อ) คนเมี่ยน (เย้า) คนกระเหรี่ยง ฯลฯ จึงเกิดการเรียกคนเมืองหรือคนที่มิใช่คนชาวตอย มิใช่ผู้คนที่อาศัยอยู่ในป่าเขา หากแต่อาศัยอยู่เป็นกลุ่มก้อนในที่ราบลุ่มรวมกันสร้างบ้านแปลงเมือง เมื่อเรียกว่าคนเมือง ภาษาของคนเมืองจึงเรียกว่า คำเมือง ไปด้วย (ซึ่งคำมีค่าความหมายเท่ากับ ภาษา) การเรียกว่า คำเมือง เพิ่มขึ้นเมื่อประมาณร้อยกว่าปีมานี้เอง แม้ในพงศาวดารก็เรียกประชากรของล้านนาว่าลาว หรือคนลาว หรือลาวล้านนา และเรียกชาวฝั่งซ้ายแม่น้ำโขงว่า ลาวล้านช้าง อีกคำหนึ่งที่เกี่ยวพันกับไทยยวน คือคำว่า ไทยพายัพ ดังที่ พระธรรมราชา นวรัตน์ (ฟู อุตตสิโว) ได้ทำหนังสือ “หลักภาษาไทยพายัพ” ซึ่งก็คือภาษาคนยวน หรือภาษาของคนล้านนา แต่ท่านใช้ทิศพายัพ (ทิศตะวันตกเฉียงเหนือ) มาเรียกเป็นชื่อภาษา คล้ายกับที่มีการใช้ทิศอีสาน (ทิศตะวันออกเฉียงเหนือ) มาเรียกเป็นทั้งชื่อภาษาและเป็นทั้งชื่อคนไปในคราวเดียวกัน การนำทิศมาเรียกเช่นนี้ทำให้ทราบว่าเป็นศูนย์กลางของทิศคือที่กรุงเทพฯ ฯ เพราะมีการใช้ภาษาถิ่นกรุงเทพฯ ฯ เป็นภาษากลาง หรือภาษาราชการ^๒

ชาวไท-ยวนแต่โบราณ พูดภาษาคำเมืองกันทุกคน อักษรที่ใช้สื่อสารก็คือ อักษรไท-ยวนโบราณ แต่ในปัจจุบันลูกหลานไท-ยวนที่อยู่ในชุมชนเมืองหรือที่ติดกับตัวเมืองไม่พูดคำเมือง จะมีก็แต่ผู้เฒ่ารุ่นปู่ ย่า เท่านั้นที่พูดคำเมือง ชุมชนที่มีเชื้อสายไท-ยวนดั้งเดิมแต่ไม่พูดคำเมือง เช่น หมู่บ้านไร่นาที่ หมู่บ้านวัดเทพอวาส หมู่บ้านดอนตะโก หมู่บ้านเจดีย์หัก ฯลฯ ส่วนชุมชนที่อยู่ห่างไกลจากตัวเมือง เช่น ตำบลคูบัว ตำบลดอนแร่ ตำบลห้วยไผ่ ตำบลรางบัว ตำบลท่าเคย ตำบลนาดอก ตำบลอ่างหิน ตำบลหนองปลาหม้อ ฯลฯ ยังคงพูดคำเมือง และอนุรักษ์ภาษากันเป็นส่วนใหญ่^๓

ภาษาไทย-ยวนเป็นภาษาในท้องถิ่นของกลุ่มชนที่มีบรรพบุรุษอยู่ทางดินแดนตอนล่างของประเทศไทย โดยตั้งหลักแหล่งทำมาหากินอยู่แถวจังหวัดเชียงราย กลุ่มชนชาวไท-ยวนนี้ต่อมาได้อพยพเข้ามาอยู่ในจังหวัดราชบุรีแถวตำบลคูบัว ตำบลดอนแร่ ตำบลดอนตะโก ตำบลห้วยไผ่ ฯลฯ กลุ่มชนชาวไท-ยวนนี้เป็นกลุ่มชนที่มีสภาพความเป็นอยู่ ความเชื่อ ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม ตลอดจนภาษาที่ใช้ใกล้เคียงกับภาษาถิ่นเหนือมาก^๔

^๒สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี, **คนราชบุรี**, (ราชบุรี: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี, ๒๕๕๐), หน้า ๑๑๑.

^๓อุดม สมพร, **ผ้าจากไทยยวน-ราชบุรี**, หน้า ๑๘.

^๔ระวีวรรณ อินทร์แฮม, **ภาษาถิ่น**, (ราชบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, ๒๕๔๒), หน้า

ชาวไทย-ยวน มีประเพณีสืบมาหลายชั่วอายุคน ปัจจุบันประเพณีต่างๆ เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพเศรษฐกิจและสังคม ประเพณีไท-ยวนเท่าที่ทราบจากการบอกเล่าของผู้รู้ มีดังนี้

๑. ประเพณีไปเซ็ง: เป็นประเพณีที่หนุ่มๆ ในหมู่บ้านไท-ยวน รวมกลุ่มกัน กลุ่มละประมาณ ๗-๑๐ คน ในวันเทศกาลสงกรานต์ หรือวันขึ้นปีใหม่ของไทย แล้วออกเดินทางพร้อมด้วยอุปกรณ์เครื่องดนตรีมีกลอง แคน ฉิ่ง ฉาบ เป็นต้น หนุ่มๆ เหล่านี้จะร้องรำทำเพลงแว่เวียนไปตามบ้าน เมื่อถึงบ้านใดบ้านเจ้าของบ้านจะเชิญให้ขึ้นบ้านให้การต้อนรับหุงหาอาหารเลี้ยงดู บางครั้งอาจให้เงิน หรือข้าวสารอาหารแห้งไว้เป็นเสบียง และหากค้ำลังที่บ้านใดก็จะพักค้างคืนที่บ้านนั้นด้วย คณะเซ็งจะเดินทางรอนแรมไปหลายวัน เมื่อขึ้นบ้านใดพบหญิงสาวถูกใจก็จะหมายตาไว้และจะหาโอกาสติดต่อผูกพันจนถึงขั้นสู่ขอแต่งงาน ต่อไป

๒. ประเพณีเที่ยวช่วง: ในสมัยก่อนไม่มีโรงสี และข้าวบรรจุถุงสำเร็จอย่างเช่นทุกวันนี้ ชาวไท-ยวน ต้องตำข้าวกินอุปกรณ์ที่สำคัญ คือ ครก มีทั้งครกที่ทำด้วยมือ และครกกระเดื่อง หรือที่ชาวไท-ยวน เรียกว่า “มอง” สาว ๆ ชาวไท-ยวน นิยมตำข้าวกันในยามค่ำหลังจากเสร็จจากนา สาวๆ จะแบกข้าวจากเรือนมาคนละคระบุงมารวมกลุ่มตำข้าวด้วย “มอง” (ครกกระเดื่อง) ขณะที่ตำข้าวอยู่นั้นหนุ่มๆ ในหมู่บ้านที่หมายปองก็จะเข้ามาเที่ยว เรียกว่า “เที่ยวช่วง” ช่วง คือ บริเวณบ้านที่ตำข้าว โดยหนุ่มไท-ยวน จะมากันเป็นกลุ่ม ๆ ละ ๓-๔ คน เมื่อมาถึงช่วง หนุ่มสาวคู่ใดรักชอบกันก็จะอยู่ช่วยตำข้าวเป็นโอกาสได้ใกล้ชิดกัน โดยคนอื่นจะหลีกเลี่ยงให้ ในขณะเดียวกันหากมีหนุ่มกลุ่มอื่นเข้ามาเที่ยวช่วง หนุ่มกลุ่มแรกก็จะออกจากช่วงไปเปิดโอกาสให้หนุ่มกลุ่มใหม่ได้มาเกี่ยวสาวบ้าง ในบางครั้ง ถ้าหนุ่มที่หลงรักหญิงสาวเกิดหึงหวงไม่ต้องการให้หนุ่มอื่นเข้าไปเกี่ยวสาวที่ตนรัก ก็จะแอบอยู่ปากทางเพื่อคอยดักตีหัวหนุ่มคู่อริอีกด้วย การเที่ยวช่วงจึงสนุกสนานและตื่นเต้น ประทับใจ ที่หนุ่มสาวกว่าจะได้แต่งงานกัน ก็ต้องฝ่าฟันอุปสรรคนานามาไม่น้อยทีเดียว^๕

๓. ประเพณีบุญกลางบ้าน: เป็นประเพณีที่เกิดจากความเชื่อ และเป็นประเพณีที่ไม่เหมือนกับกลุ่มชนใดที่ว่า ในรอบปีหนึ่ง ๆ ชุมชนหมู่บ้านซึ่งประกอบด้วยหลายครัวเรือนและในแต่ละครัวเรือนอาจจะจะมีบางคนไปทำให้ “ผิดผี” จนผีต้องมาทำร้ายด้วยรูปแบบต่างๆ เช่น ทำให้เกิดเจ็บไข้ไม่สบาย สัตว์เลี้ยงล้มตาย นอกจากจะแก้ไขปัญหากับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเป็นรายกรณีแล้ว วิธีการหนึ่งที่ช่วยเสริมสร้างกำลังใจให้ชาวไทยยวนชุมชน คือ การทำบุญกลางบ้าน หรือเป็นพิธีกรรมเพื่อปัดรังควานให้ห่างหายไปจากหมู่บ้านนั่นเอง^๖

^๕สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี, ๘ **ชาติพันธุ์ในราชบุรี**, (ราชบุรี: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี, ๒๕๔๗), หน้า ๕๙-๖๐.

^๖สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี, **คนราชบุรี**, หน้า ๑๒๔.

การเล่นพื้นบ้านของกลุ่มชนไท-ยวน จังหวัดราชบุรี มีดังนี้

๑. จ้อย: เป็นการละเล่นชนิดหนึ่ง ลักษณะมุขปาฐะ คือ เป็นการเล่าเรื่องสืบทอดกันมา เนื้อหาส่วนใหญ่จะแบ่งออกเป็น ๒ ประเภท คือ ประเภทคำสอน เช่น จ้อยปู่สอนหลาน และประเภทการร้องเกี่ยวกับระหว่างหนุ่ม สาว มักใช้ร้องเล่นกันในเทศกาลต่าง ๆ

๒. ต่อโก: เป็นการเล่นยามว่างหลังฤดูทำนาของชาวไท-ยวน การเล่นต่อโกจะแบ่งผู้เล่นออกเป็น ๒ ฝ่าย คือ ฝ่ายชายและฝ่ายหญิง อุปกรณ์ที่ใช้ได้แก่ สุ่มไก่ และผ้าคลุมสุ่มไก่ วิธีการเล่น ตัวแทนฝ่ายหนึ่งจะเข้าไปอยู่ในสุ่มไก่ที่มีผ้าคลุมไว้ ทำที่เป็นไก่ที่ถูกจับไว้ ฝ่ายตรงข้ามคอยปฏิบัติตามคำสั่งแล้วแต่จะขอให้ทำอะไร อาจขอให้รำร้องหรือแสดงท่าทางต่างๆ ถ้าทายชื่อผิดก็เปลี่ยนให้อีกฝ่ายหนึ่งมาเป็นไก่ในสุ่มแทน ผลัดเปลี่ยนกันทายต่อไป

๓. ผีอ้อ หรือผีกะลา: เป็นการละเล่นอีกอย่างหนึ่ง โดยคัดเลือกผู้ที่จะยอมให้ผีเข้า ปิดตาแล้วนั่งบนกะลาคนอื่น ๆ นั่งเรียกผีให้มาเข้าสิง เมื่อผีเข้าสิงแล้วก็จะประคองตัวมานั่งเพื่อจะถามเรื่องราวต่าง ๆ หรือจะให้ร้องรำทำเพลงตามแต่จะนึกสนุก

๔. ผีสุ่ม: วิธีการเล่นคล้ายผีอ้อหรือผีกะลา เพียงแต่เปลี่ยนอุปกรณ์จากกะลาเป็นสุ่ม วิธีการเล่นให้ผู้ที่จะให้ผีเข้านั่งบนสุ่ม คนอื่น ๆ ร้องว่า “นางสุ่มเอ๋ย สุ่มบกสุ่มหนอง สุ่มปลาในคลองแม่ทองสุ่มเอ๋ย” ร้องหลาย ๆ เที้ยวจนกว่าผีจะเข้า เมื่อผีเข้าสิงแล้ว ก็จะถามเรื่องต่างๆ อาจเป็นเรื่องทำนายทายทักเนื้อคู่โชคชะตาต่าง ๆ

๕. ผีมะกวก: อุปกรณ์ใช้มะกวก ซึ่งเป็นอุปกรณ์ที่ใช้ในการเตรียมเส้นฝ้ายสำหรับทอผ้า นำมะกวกมาตกแต่งแขนขา นำไม้สอดในมะกวกนำไปแขวนไว้กลางทุ่งนา พร้อมเครื่องเช่นผีประกอบด้วย ข้าวหน้าหม้อ ๑ ปั้น ไข่ต้ม ๒ ฟอง หมาก พลู ดอกไม้ ธูปเทียน ทั้งมะกวกไว้ ๓-๔ ฝ้า สังเกตจนเห็นว่า มะกวกเริ่มแกว่งไปมา แสดงว่าผีเข้าแล้วจึงเชิญมะกวกมาสู่ขวัญบ้าน แล้วถามเรื่องต่าง ๆ เช่น การทำนายทายทักดวงชะตา เนื้อคู่^๗

ความเชื่อของชาวไท-ยวน โดยทั่วไป มีดังนี้

๑. ทุกครัวเรือนของไท-ยวน ยังคงเชื่อและนับถือผีบรรพชน เช่น บรรพสรวง (เลี้ยงผี) เช่น เมื่อลูกสาวบ้านใดแต่งงาน หรือทำผิดผีจะต้องไปบอกกล่าว หรือขอขมาผีประจำตระกูล (ผีบรรพชน) ผีแต่ละตระกูลชอบเครื่องเช่นไม่เหมือนกัน บางตระกูลชอบขนมหวาน บางตระกูลชอบเหล้า มะพร้าวอ่อน ไก่หนุ่ม (ไข่) แต่ละตระกูลจะมีผู้รับเป็นเจ้าพิธี ลูกหลานผู้ใดต้องการจะเช่นสรวงก็ต้องนำเครื่องเช่นไปให้เจ้าพิธีเป็นผู้ทำพิธีบรรพสรวง

^๗สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี, ๘ ขาดิพนธ์ในราชบุรี, หน้า ๕๘-๕๙.

ตามปกติแต่ดั้งเดิมผู้ที่มีผีประจำตระกูลผีเดียวกัน (ผีเฮือนเดียวกัน) จะนับถือเป็นญาติพี่น้องกัน ผู้ที่มีผีเฮือนเดียวกันจะไม่แต่งงานกัน ทุกๆ ๓ ปี ผู้มีผีเฮือนเดียวกันจะนัดพบรวมญาติ เพื่อทำพิธีไหว้ผีประจำตระกูลของตน และมีการกินเลี้ยงสังสรรค์ ซึ่งเรียกว่า “กินปางใหญ่” แต่ถ้าปีใดมีเดือนแปดสองหน ปีนั้นก็จะกินปางใหญ่กันอีก มีคำพูดเพื่อเตือนเวลาให้กินปางใหญ่ว่า “สองปีฮามสามปีเลี้ยง”

อย่างไรก็ตาม วิถีชีวิตของกลุ่มชนไท-ยวน กำลังเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลาของสังคมและกระแสโลกาภิวัตน์ วิถีชีวิตที่เคร่งครัดในความเชื่อตามคติโบราณที่ถ่ายทอดมาจนถึงปัจจุบันกำลังจะถูกกลบออกจากประเพณี เนื่องจากความความสะดวกสบาย ของวัฒนธรรมแบบใหม่ที่เข้ามาแทนที่ การนับถือผีบรรพบุรุษก็จะหายไปจากกลุ่มชนไท-ยวน ถ้าลูกหลานยังไม่มีควมสำนึกในสายเลือดต้นตระกูลและพระคุณของบรรพชน^๑

สรุปได้ว่า ไท-ยวน ราชบุรี ได้สืบทอดวิถีชีวิตแบบดั้งเดิม ตลอดจนได้แสดงความเป็นชาติพันธุ์ในรูปของการดำรงชีวิต ภายใต้ขนบธรรมเนียม ประเพณีอันทรงคุณค่าของกลุ่มชนที่สืบทอดกันมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ภูมิปัญญาแสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมและธรรมชาติ รู้จักการใช้ภูมิปัญญา และหาวัตถุดิบที่ได้จากพืชในท้องถิ่น โดยมี ผ้าจากไท-ยวนราชบุรี ที่มรดกทางวัฒนธรรมที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มชนไท-ยวน แก่สาธารณชนอย่างกว้างขวาง

๒.๒ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

บริบทนี้ ครอบคลุมสาระว่าด้วยผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี โดยมีรายละเอียดตามลำดับดังนี้

“ผ้าจก ไท-ยวน” เป็นผ้าจกของชาวไท-ยวน ราชบุรี ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยเป็นผ้าที่ทอสำหรับประกอบหรือตกแต่งผ้าผืนใหญ่ เป็นเครื่องนุ่งห่มสำหรับหญิงและชาย เช่น ประกอบเชิงขึ้นเรียกว่า ขึ้นตีนจก หรืออาจทอผ้าขึ้นเป็นลวดลายจกทั้งผืนก็ได้ ประเภทของผ้าจกไท-ยวน ราชบุรีแบ่งออกเป็น ๔ ประเภท ตามลักษณะและโอกาสที่นำไปใช้ ดังนี้

๑. ผ้าขึ้นตีนจก หมายถึง ขึ้นที่ประกอบด้วยส่วนที่เป็นผ้าซึ่งทอลวดลาย โดยวิธีการทอด้วยการควักเส้นด้ายพิเศษมาผูกมัดกับเส้นยืนเป็นลวดลายต่างๆ ตามแบบ มักจะใช้ในโอกาสพิเศษต่าง ๆ ผ้าขึ้นจกของชาวไท-ยวนราชบุรี มี ๓ ลักษณะ คือ

^๑อุดม สมพร, ผ้าจกไทยวน-ราชบุรี, หน้า ๑๙.

๑.๑ ชินตีนจก จกเฉพาะตีน ตัวชินเป็นผ้าพื้นสีดำหรือสีคราม ชินบางพื้นมีตัวชินทอด้วยวิธีมุก ส่วนหัวชินใช้ผ้าขาว ผ้าแดงเย็บต่อกันแล้วจึงต่อกับตัวชิน

๑.๒ ชินจกทั้งตัว ทั้งตีนชินและตัวชินทอด้วยวิธีจกแต่ทอเป็นผ้าคนละชินแล้วนำมาเย็บต่อกันเป็นผ้าผืนเดียว ตัวชินที่พบส่วนมากทอจกด้วยลายกูด ลายนก หรือลายมะลิเลื้อยพันรอบตัวชิน

๑.๓ ชินตีนจกด้วยกมุก มีตีนชินทอด้วยการจกเช่นเดียวกับชินตีนจกทั่วไป ส่วนตัวชินทอด้วยวิธียกมุก

๒. ผ้าชินตา ชินตาชาวไท-ยวนราชบุรี มีศิลปะการทอรองจากชินตีนจก เรียก “ชินตาหมู่” ชินตาหมู่ชนิดนี้แตกต่างจากชินอื่นตรงที่ส่วนตัวชินมีการจกลายประกอบเป็นหมู่ๆ พันรอบตัวชินเว้นระยะเป็นช่วง ๆ ลายที่ใช้จกส่วนใหญ่เป็นลายหักขอเหลี่ยม ลายมะลิเลื้อย ลายดอกจัน เป็นต้น เป็นชินที่มีศิลปะการทอรองจากชินตีนจก ส่วนใหญ่เป็นลายที่ทอง่าย ๆ

๓. ผ้าชินชีว เป็นชินที่ทอขึ้นเพื่อใช้นุ่งในการทำงานอยู่กับบ้าน ตีนชินเป็นผ้าพื้นสีดำ ส่วนตัวชินเป็นสีเขียวจกลายประกอบระหว่างรอยต่อตีนกับตัว และตัวกับหัวชิน

๔. ผ้าชินแล เป็นชินที่ใช้นุ่งทำงานทั้งในบ้านและนอกบ้าน มีวิธีการทอไม่ยาก ผู้หญิงไท-ยวนในสมัยก่อนมีชินแลไว้นุ่งกันทุกคน

ผู้หญิงไท-ยวนในสมัยก่อนจะต้องฝึกหัดทอผ้าขึ้นใช้เอง ทั้งผ้าชินและผ้าที่ใช้ในวิถีชีวิต โดยเฉพาะผู้หญิงทุกคนจะต้องทอผ้าชินตีนจกให้เป็น เพราะมีค่านิยมกันว่าสตรีใดที่สามารถทอผ้าจกได้จะเป็นผู้มีคุณสมบัติของกุลสตรี เหมาะสมพร้อมที่จะแต่งงานเป็นแม่บ้านได้ ฉะนั้น ในแต่ละครัวเรือนจะต้องมีการสอนและฝึกหัดให้ลูกสาว เมื่อใดผู้เป็นลูกสาวแต่งงาน เมื่อนั้นผู้เป็นแม่จะต้องเตรียมผ้าชินตีนจกไว้สำหรับรับไหว้ ผ้าชินตีนจกผืนนั้นผู้เป็นลูกสาวจะใช้นุ่ง หรือเก็บรักษาไว้จนเป็นมรดกตกทอดถึงลูกหลานในเวลาต่อมา ผ้าชินตีนจกบางผืนถูกเก็บงำไว้จนถึงปัจจุบัน มีอายุยาวนานมากกว่าร้อยปี^๙ ปัจจุบัน ผ้าจกไท-ยวน ราชบุรี พบว่า มีแหล่งกำเนิดแตกต่างกันตามลักษณะของลวดลาย แบ่งเป็น ๓ ตระกูล คือ

๑. ผ้าจกตระกูลคุบัว แหล่งที่พบมากคือ ตำบลคุบัว และตำบลดอนตะโก ลายที่ใช้ทอจกได้แก่ ลายดอกเขีย ลายหักนกคู่ ลายโค้งแก้ง ลายหน้าหมอน และลายนกคู่กินน้ำฮวมเต้า โดยสร้างลวดลายด้วยการใช้ด้ายยืนเป็นสีดำ ด้ายพุ่งสีดำ จกแดงแซมเหลืองหรือเขียวพื้นผ้าเ็นพื้นดำไว้มาก เพื่อให้เห็นลายจกเด่นชัด ลายประกอบมีไม่มาก ความกว้างของตีนชินประมาณ ๙-๑๑ นิ้ว

^๙เรื่องเดียวกัน, หน้า ๔๐.

๒. ผ้าจกตระกูลดอนแร่ แหล่งที่พบมากคือ ตำบลดอนแร่ ตำบลห้วยไผ่ ตำบลหนองปลาหมอกและตำบลรางบัว ลวดลายที่ใช้ได้แก่ ลายกาบ ลายกาบดอกแก้ว ลายนกคู่กินน้ำอ่วมเต้า สร้างลวดลายด้วยการจกเต็มพื้นผ้าใช้ลายประกอบมาก เว้นพื้นดำไว้น้อยเพื่อให้ความเด่นชัดของลายหลัก ลวดลายลงไม่นิยมใช้หลายสีโดยจะใช้สีแดงเป็นหลัก ความกว้างของตีนขึ้นประมาณ ๑๔-๑๕ นิ้ว

๓. ผ้าตระกูลจกหนองโพ-บางกะโด แหล่งที่พบคือ ตำบลหนองโพ บางกระโด มีลวดลายสีสันและขนาดใกล้เคียงกับผ้าจกตระกูลคูบัว แตกต่างกันตรงชายผ้าตีนขึ้นผ้าจกของตระกูลหนองโพ-บางกะโด เว้นพื้นดำระหว่างชายชะเปาถึงเล็บบลือวงไว้มากกว่าผ้าจกตระกูลคูบัวลักษณะของลายนกคู่กินน้ำอ่วมเต้าของตระกูลหนองโพ-บางกะโด มีหางยาวมากกว่าคล้ายกับพญาหงส์ใกล้เคียงกับลายนกของผ้าไท-พวนในภาคเหนือ

สรุปได้ว่า ผ้าขึ้นตึก หรือผ้าจก ไท-ยวนราชบุรี เป็นผ้าจกของชาวไท-ยวน ราชบุรี ซึ่งเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง โดยเป็นผ้าที่ทอสำหรับประกอบหรือตกแต่งผ้าผืนใหญ่ เป็นเครื่องนุ่งห่มสำหรับหญิงและชาย เช่น ประกอบเชิงขึ้นเรียกว่า ขึ้นตึก หรืออาจทอผ้าขึ้นเป็นลวดลายจกทั้งผืนก็ได้

๒.๓ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนา

บริบทนี้ ครอบคลุมสาระว่าด้วยกระบวนการพัฒนา โดยมีรายละเอียดตามลำดับ ดังนี้

คำว่า พัฒนา ในภาษาไทย มาจาก วุฒฺณ ในภาษาบาลี และ วรณ ในภาษาสันสกฤต แปลว่า ความเจริญ^{๑๐} (เจริญ หรือ จำเริญ หมายถึง เติบโต งอกงาม มากขึ้น หรือสมบูรณ์^{๑๑}) คำว่า การพัฒนา เป็นคำกลาง ๆ มิได้มีความหมายในทางดีหรือชั่ว ขึ้นอยู่กับว่าจะพัฒนาไปทางไหน ให้เกิดอะไรขึ้น ถ้าการพัฒนานั้นประกอบด้วยสติปัญญา นำมาซึ่งประโยชน์สุขอย่างถูกต้องก็เป็นของดี หากเป็นไปในทางตรงกันข้าม คือ มีต้นเหตุอุปาทานเป็นเจ้าเรือน ก็เรียกว่า เป็นการพัฒนาเพื่อความพินาศหาใช่วิวัฒนาการไม่ ส่วนคำว่า พัฒนา ตรงกับภาษาบาลีว่า วุฒฺณ แปลว่า รก ดังพุทธภาษิตว่า น สียา โลกวุฒฺโน ซึ่งมักแปลกันว่า ไม่พึงเป็นคนรกโลก ซึ่งคนรกโลกก็คือคนที่ทำโลกให้รกไปด้วยสิ่งที่ไม่มียุติประโยชน์ ชีวิตของผู้คนนั้นจึงไม่มีประโยชน์^{๑๒}

^{๑๐}ราชบัณฑิตยสถาน, พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (กรุงเทพมหานคร: บริษัท ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์ จำกัด (มหาชน), ๒๕๕๖), หน้า ๘๒๗.

^{๑๑}เรื่องเดียวกัน, หน้า ๓๒๒.

^{๑๒}วรมนุช สิปปารักษ์, เอกสารประกอบการสอน รายวิชา การพัฒนาสังคม, (ปทุมธานี: คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๘), หน้า ๓.

โดยรูปศัพท์ คำว่า พัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เกิดความเจริญเติบโต งอกงามและดีขึ้นจนเป็นที่พึงพอใจ ซึ่งความหมายดังกล่าวนี้เป็นที่มาของความหมายในภาษาไทยและเป็นแนวทางในการกำหนดความหมายอื่น ๆ ด้วย^{๓๓} การพัฒนา ตรงกับคำภาษาอังกฤษว่า Development แปลว่าการเปลี่ยนแปลงที่ละเล็กละน้อย โดยผ่านลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ระดับที่สามารถขยายตัวขึ้นเติบโตขึ้น มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเหมาะสมกว่าเดิมหรืออาจก้าวหน้าไปถึงขั้นที่อุดมสมบูรณ์เป็นที่น่าพอใจ^{๓๔} การพัฒนา คือ การเปลี่ยนแปลงตามแผนหรือการเปลี่ยนแปลงที่มีการกำหนดทิศทาง (Planned or Directed Change) นั่นคือการพัฒนามิได้เป็นเรื่องธรรมชาติ หากเป็นความพยายามของมนุษย์ที่จะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขึ้นโดยกำหนดทิศทางหรือรายละเอียดเอาไว้ล่วงหน้าว่าจะพัฒนาอะไร พัฒนาอย่างไร ช้าเร็วอย่างไร ใครจะเป็นผู้พัฒนาและเป็นผู้ถูกพัฒนา เป็นต้น^{๓๕}

แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาชีวิตได้เกิดขึ้นหรือมีมานานแล้ว อาทิเช่น แนวคิดของนักปราชญ์ชาวกรีก คือ เพลโต (Plato) ที่ปรากฏในหนังสืออูตมรัฐ (The Republic) แนวคิดของอริสโตเติล (Aristotle) ในหนังสือการเมือง (Politics) และแนวคิดนักปรัชญาตะวันออก เช่น แนวคิดของพระบรมศาสดาพุทธเจ้า (Buddha) ที่ปรากฏอยู่ในพระไตรปิฎก (Tripitaka) เป็นต้น แต่แนวคิดในเชิงวิชาการนั้น คำว่า การพัฒนา หรือ Development เกิดขึ้นในคริสต์ศตวรรษที่ ๑๙ โดยกลุ่มนักเศรษฐศาสตร์ได้บัญญัติคำนี้ขึ้นเพื่อนำมาใช้เรียกการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการปฏิวัติอุตสาหกรรมในทวีปยุโรป^{๓๖}

คริสต์ศตวรรษที่ ๑๙ นักเศรษฐศาสตร์ได้นิยามคำว่า การพัฒนา หมายถึง ความเจริญเติบโต โดยเน้นความเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจเป็นสำคัญ เช่น ผลผลิตรวมของประเทศเพิ่มขึ้น รายได้ประชาชาติเพิ่มขึ้น รายได้เฉลี่ยต่อหัวต่อคนของประชากรเพิ่มขึ้น มีการขยายตัวทางเศรษฐกิจมากขึ้น ประชากรมีรายได้เพียงพอที่สามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานของตนได้ ซึ่งล้วนแต่เป็นการพัฒนาเป็นกระบวนการทางสังคม ที่ผลผลิตออกมาในรูปซึ่งสามารถวัดได้ด้วยเกณฑ์ทางเศรษฐศาสตร์ เพราะเหตุที่ นักเศรษฐศาสตร์กำหนดความหมายของการพัฒนา โดยรูปศัพท์และความหมายทั่วไป คือ ความเจริญเติบโต แต่เป็นความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ตามเนื้อหาของวิชาเศรษฐศาสตร์

^{๓๓}สนธยา พลศรี, **ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน**, พิมพ์ครั้งที่ ๕, (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๗), หน้า ๕.

^{๓๔}เกศินี จุฑาวิจิตร, **การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, (นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์, ๒๕๔๒), หน้า ๓๗.

^{๓๕}สัญญา สัญญาวิวัฒน์, **ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม**, พิมพ์ครั้งที่ ๘, (กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๑), หน้า ๓.

^{๓๖}ณัฐวุฒิ ทรัพย์อุบลัมภ์, **ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน**, (จันทบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๕๘), หน้า ๑.

ซึ่งเป็นการเน้นความหมายเชิงปริมาณ คือ การเพิ่มขึ้นหรือการขยายตัวทางเศรษฐกิจมากกว่าด้านอื่นๆ นั่นเอง^{๑๗}

การปฏิวัติอุตสาหกรรมในคริสต์ศตวรรษที่ ๑๙ นี้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและวัฒนธรรมอย่างรวดเร็ว อาทิ การเปลี่ยนแปลงการใช้แรงงานจากคนและสัตว์เป็นพลังงานจากเทคโนโลยี ได้แก่ เครื่องจักร เครื่องยนต์ต่าง ๆ ทำให้วิถีการดำรงชีวิตเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมหลายประการ เช่น อาชีพเปลี่ยนจากเกษตรกรรมเป็นอุตสาหกรรม สถานที่ประกอบอาชีพเปลี่ยนจากเรือนสวนไร่นาเป็นโรงงานอุตสาหกรรม ระบบการผลิตแบบเพื่อการยังชีพเป็นเพื่อการค้า ที่อยู่อาศัยเปลี่ยนจากชนบทไปเป็นเมือง สิ่งแวดล้อมเปลี่ยนจากสิ่งแวดล้อมธรรมชาติเป็นสิ่งแวดล้อมที่มนุษย์สร้างขึ้น เป็นต้น อย่างไรก็ตาม ชีวิตในโรงงานอุตสาหกรรมยังไม่ได้รับมาตรฐานหลายประการ เช่น การขาดสวัสดิภาพและความปลอดภัย โรงงานคับแคบ แสงสว่างไม่เพียงพอ มีการใช้แรงงานจากเด็กและผู้หญิง การได้รับค่าจ้างต่ำ เป็นต้น

นักเศรษฐศาสตร์จึงได้นำคำว่าพัฒนามาใช้เพื่อเรียกวิถีการยกระดับมาตรฐานความเป็นอยู่ของชาวยุโรปในขณะนั้นให้สูงขึ้น และเวลาต่อมาก็ได้รับการยอมรับจากนักสังคมศาสตร์โดยทั่วไป โดยเฉพาะนักสังคมวิทยาพัฒนาการและนักมานุษยวิทยาพัฒนาการ จึงทำให้คำว่าพัฒนาได้รับการยอมรับและนำไปใช้กันอย่างแพร่หลาย^{๑๘}

หลังสิ้นสุดสงครามโลกครั้งที่สอง คำว่าพัฒนาได้ถูกนำไปใช้กันกว้างขวางมากขึ้น โดยประธานาธิบดี แฮร์รี เอส. ทรูแมน (Harry S. Truman) แห่งประเทศสหรัฐอเมริกา ได้เป็นผู้จุดประกายให้กับชุมชนโลก โดยมีนัยของการผลักดันความคิดเรื่องของการพัฒนาซึ่งได้รับการวิเคราะห์ว่าเกี่ยวข้องกับความพยายามที่จะต่อต้านลัทธิคอมมิวนิสต์ ในขณะเดียวกันก็เป็นการสร้างบทบาทของสหรัฐอเมริกาในชุมชนโลก ดังคำกล่าวสุนทรพจน์ของ ทรูแมน (Truman) เมื่อวันที่ ๒๐ มกราคม ค.ศ. ๑๙๔๙ ซึ่งเป็นวันเข้ารับตำแหน่งประธานาธิบดี คนที่ ๓๓ ของสหรัฐอเมริกา และถือว่าเป็นศักราชใหม่ของโลก คือ ศักราชแห่งการพัฒนา โดยได้กล่าวว่า “เราจะต้องเริ่มลงมือทำงานอันหาญกล้าขึ้นใหม่ของเรา คือ การนำความก้าวหน้าทางศาสตร์ต่าง ๆ และทางอุตสาหกรรมของเรามาใช้ประโยชน์ในการปรับปรุงและสร้างความเติบโตในแถบถิ่นด้อยพัฒนา คติจักรวรรดินิยมแบบเก่า ซึ่งได้แก่ การเอารัดเอาเปรียบเพื่อประโยชน์จากต่างชาตินั้นไม่มีอยู่ในแผนงานของเรา งานที่เราได้วางไว้ คือ การพัฒนาโดยมีมโนทัศน์ว่าจะใช้ความยุติธรรมแบบประชาธิปไตยเป็นพื้นฐาน”^{๑๙}

^{๑๗} เกคินี จุฑาวิจิตร, การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, หน้า ๓๘.

^{๑๘} ธีรยุทธภูมิ ทรัพย์อุปถัมภ์, ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน, หน้า ๒.

^{๑๙} แฮร์รี เอส. ทรูแมน (Harry S. Truman) อ้างใน นันทนีย์ กมลศิริพิชัยพร, การพัฒนาสังคม, (จันทบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๕๔), หน้า ๒.

โดยคำว่า “ด้อยพัฒนา” จึงตีความได้ว่า ประชาชนอเมริกามากกว่าสองพันล้านคน คือ คนด้อยพัฒนา ตามความคิดของ ทรูแมน (Truman) ในทันที ซึ่งในช่วงแรก ๆ การพัฒนาไม่มีความหมายที่ชัดเจนนัก แต่เป็นการเปรียบเทียบกับสภาพของการด้อยพัฒนา ซึ่งมีความหมายรวม ๆ ถึงสภาพของประเทศโลกที่สามที่มีรายได้ต่ำ สุขภาพอนามัยและการศึกษาต่ำ โดยได้มีการนำเสนอแนวคิดที่ว่าประเทศที่ร่ำรวยควรให้ความช่วยเหลือทางเศรษฐกิจแก่ประเทศที่ด้อยพัฒนา สหรัฐอเมริกาซึ่งมีบทบาทสำคัญในสหประชาชาติจึงเป็นหัวหอกสำคัญในการช่วยสร้างการพัฒนาให้แก่ประเทศด้อยพัฒนาต่าง ๆ ทั่วโลก^{๒๐}

ทั้งนี้ การที่ประเทศต่าง ๆ ที่ประสบปัญหาภายหลังจากสงคราม ทำให้ต้องทำการปรับปรุงแก้ไขสภาพทางสังคม เศรษฐกิจและการเมืองของประเทศตนให้กลับฟื้นคืนสู่สภาพเดิม บางประเทศที่ได้รับเอกราชให้ปกครองตนเองก็ต้องหาแนวทางและวิธีการในการพัฒนาประเทศตนเอง เพื่อให้หลุดพ้นจากการเป็นประเทศที่ด้อยพัฒนา

ต่อมา ในปี ค.ศ. ๑๙๖๐ ประธานาธิบดี จอห์น ฟิตซ์เจอร์รัลด์ เคนเนดี (John Fitzgerald Kennedy) ได้เสนอองค์การสหประชาชาติ (United Nations) ถือว่าปี ค.ศ. 1960-1969 เป็นทศวรรษแห่งการพัฒนาของโลก ซึ่งเป็นที่ยอมรับและยังได้ประกาศเพิ่มเติมให้ปี ค.ศ. ๑๙๗๐-๑๙๗๙ เป็นทศวรรษที่สองของการพัฒนาโลกต่อไปอีกด้วย ด้วยเหตุนี้ คำว่า การพัฒนาจึงได้ถูกนำไปใช้กันอย่างแพร่หลายมากขึ้น คำว่า การพัฒนา ในความหมายตามธรรมชาติได้เริ่มเปลี่ยนแปลงไป โดยมีการให้คุณค่าเพิ่มเติม ซึ่งคุณค่าที่มีการกล่าวถึงนี้ คือ วิธีการผลิตโดยเฉพาะวิธีการผลิตแบบอุตสาหกรรมที่ถูกมองว่าเป็นการวิวัฒนาการของสังคมชั้นสูง การกำหนดคุณค่าดังกล่าวทำให้การพัฒนา มีลักษณะของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่ถูกกำหนดให้มีวิวัฒนาการไปในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ วิธีการผลิตแบบอุตสาหกรรม ซึ่งเป็นพัฒนาการทางประวัติศาสตร์แบบตะวันตก ด้วยเหตุนี้ จึงมีการวิเคราะห์ว่า การพัฒนาเป็นเหมือนลัทธิอาณานิคมใหม่ที่จะเป็นการครอบงำจากทางประเทศตะวันตก ทำให้มีการจัดแบ่งประเทศในโลกออกตามระดับของการพัฒนาประเทศและอุดมการณ์ทางการเมือง ประกอบด้วย

๑. ประเทศในกลุ่มที่ได้พัฒนาอุตสาหกรรมในระดับสูงตามลัทธิทุนนิยม ได้แก่ อเมริกา อังกฤษ ฝรั่งเศส เยอรมัน และญี่ปุ่น เป็นต้น

๒. ประเทศในกลุ่มสังคมนิยมภายใต้ระบบสังคมนิยมเต็มรูปแบบ ได้แก่ รัสเซีย จีน โปแลนด์ เชโกสโลวาเกีย เป็นต้น

^{๒๐}จามะรี เชียงทอง, สังคมวิทยาการพัฒนา, (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๙), หน้า ๒๙.

๓. ประเทศในโลกที่สาม ส่วนใหญ่เป็นประเทศซึ่งแต่เดิมเคยเป็นอาณานิคมของจักรวรรดินิยมตะวันตก มีระดับการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศในระดับต่ำ ได้แก่ ประเทศในแอฟริกาและเอเชีย เช่น เอธิโอเปีย อียิปต์ บราซิล ลาว พม่า รวมทั้งไทย เป็นต้น

โดยประเทศในโลกที่สามซึ่งส่วนใหญ่เป็นประเทศซึ่งแต่เดิมเคยเป็นอาณานิคมของจักรวรรดินิยมตะวันตก ที่เรียกว่า ประเทศด้อยพัฒนา (Underdeveloped Countries) นี้ ต่อมา มีการเปลี่ยนการเรียกชื่อให้ดูดีกว่าเดิมว่า ประเทศกำลังพัฒนา (Developing Countries)^{๒๑}

ในส่วนของประเทศไทยนั้น ปรากฏหลักฐานว่า มีการใช้คำว่า พัฒนา เมื่อประมาณ พ.ศ. ๒๕๐๒ (สมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์) นับตั้งแต่คณะปฏิวัติได้เข้าบริหารราชการแผ่นดินเป็นต้นมา ตามที่ จอมพลถนอม กิตติขจร นายกรัฐมนตรีในสมัยนั้น โดยฐานะที่เป็นประธานสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติ ได้ระบุไว้อย่างชัดเจนในบทนำของแผนพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ (พ.ศ. ๒๕๐๔-๒๕๐๖-๒๕๐๙) ระยะที่สอง (พ.ศ. ๒๕๐๗-๒๕๐๙)

ความว่า “นับตั้งแต่คณะปฏิวัติได้เข้าบริหารราชการแผ่นดินเป็นต้นมา ได้ถือการพัฒนาประเทศและส่งเสริมความสมบูรณ์พูนสุขของประชาชนชาวไทยโดยรีบเร่งเท่าที่จะพึงกระทำได้ เป็นนโยบายสำคัญที่สุด รัฐบาลชุดที่แล้ว ซึ่งมี ฯพณฯ จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เป็นนายกรัฐมนตรี ได้พิจารณาเห็นว่า ความเจริญรุ่งเรืองและเสถียรภาพในด้านเศรษฐกิจของประเทศนั้น นอกจากจะเป็นการส่งเสริมเพิ่มรายได้และมาตรฐานการครองชีพของประชาชนแล้ว ยังเป็นสิ่งที่จะนำมาซึ่งความมั่นคงในด้านการป้องกันประเทศ เสถียรภาพด้านการเมือง ความเสมอภาพในระบบสังคม ตลอดจนส่งเสริมอารยธรรมและวัฒนธรรมของชาติด้วย ในการพัฒนาเศรษฐกิจนั้นจำเป็นต้องอาศัยการพัฒนาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ภายในประเทศ กำลังคนในสาขาวิชาการต่าง ๆ และเงินทุนเป็นสำคัญ นอกจากนั้นจำเป็นจะต้องวางนโยบาย แนวทาง และมาตรการที่เหมาะสม ทั้งจะต้องมีหน่วยงานระดับชาติเป็นผู้ดำเนินการให้บรรลุถึงจุดหมาย เพื่อสนองนโยบายของรัฐบาลดังกล่าวข้างต้น รัฐบาลจึงเห็นเป็นการสมควรที่จะจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติขึ้น เพื่อใช้เป็นหลักในการพัฒนา โดยกำหนดแนวทางเป้าหมาย และจัดทำโครงการที่แน่นอน เพื่อประโยชน์ในการประเมินผลที่ได้จากการพัฒนาเศรษฐกิจ ตรวจสอบผลงานของส่วนราชการที่มีหน้าที่พัฒนา และเพื่อให้ต่างประเทศทราบถึงนโยบายและมาตรการของรัฐบาลในการพัฒนาประเทศ รัฐบาลจึงได้ตั้งสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติขึ้นเมื่อเดือนกรกฎาคม ๒๕๐๒ ประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาการต่าง ๆ เป็นกรรมการ และได้ตั้งสำนักงานสภาพพัฒนาการเศรษฐกิจแห่งชาติเป็นหน่วยปฏิบัติงานในความควบคุมของคณะกรรมการบริหาร ฯ”

^{๒๑} ธีรพันธุ์ ทรัพย์อุทัย, ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน, หน้า ๓.

ในเชิงวิชาการของประเทศไทย จึงปรากฏมีคำว่า การพัฒนา ตามที่ระบุไว้ใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ ซึ่งได้เริ่มเป็นทางการในปี พ.ศ. ๒๕๐๔ ซึ่งเป็นปีแรกที่มีการประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติของประเทศไทย กระทั่งปัจจุบัน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติทุกฉบับ จึงได้แสดงนโยบายและแนวคิดหลักในการวางแผนและกลยุทธ์ การพัฒนาตลอดจนผลกระทบต่อประเทศเมื่อเสร็จสิ้น ซึ่งแตกต่างกันไปตามแต่ละช่วงเวลา ที่ประกาศใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติแต่ละฉบับ^{๒๒}

สืบเนื่องจาก สภาพธรรมชาติที่มนุษย์เป็นสัตว์สังคม ซึ่งหมายความว่า มนุษย์โดยธรรมชาติ ย่อมอยู่รวมกันเป็นกลุ่ม ไม่อยู่อย่างโดดเดี่ยว แต่มีข้อยกเว้นที่มนุษย์อยู่โดดเดี่ยวตามลำพัง เช่น ฤๅษี การอยู่รวมกันเป็นกลุ่มของมนุษย์อาจมีได้หลายลักษณะและเรียกต่างกัน เป็นต้นว่า ครอบครัว (Family) เผ่าพันธุ์ (Tribe) ชุมชน (Community) สังคม (Society) และประเทศ (Country) และเมื่อมนุษย์อยู่รวมกันเป็นกลุ่มย่อมเป็นธรรมชาติที่ในแต่ละกลุ่มจะต้องมีผู้นำกลุ่มและผู้ตามคือประชาชนหรือคนในกลุ่ม รวมทั้งมีการควบคุมดูแลกันภายในกลุ่มหรือการจัดระเบียบภายในกลุ่ม ซึ่งอาจเรียกว่า การบริหาร หรือการพัฒนาภายใน ทั้งนี้ เพื่อให้เกิดความสงบเรียบร้อยและความสุข และในบางกรณีการควบคุมดูแลอาจเกี่ยวข้องกับภายนอกด้วย เช่น กรณีการติดต่อ ประสานงาน การต่อสู้ หรือการทำสงคราม กับกลุ่มอื่น สภาพเช่นนี้ได้มีวิวัฒนาการตลอดมา โดยผู้นำกลุ่มขนาดใหญ่ เช่น ในระดับประเทศอาจเรียกว่านักบริหารหรือผู้บริหาร ขณะที่การควบคุมดูแลหรือการจัดระเบียบนั้นเรียกว่าการบริหาร ที่กล่าวมานี้ เป็นมุมมองในแง่ของนักบริหาร แต่ถ้าในมุมมองของนักพัฒนา อาจเรียกผู้บริหารและการบริหารนั้นว่า นักพัฒนาและการพัฒนา ตามลำดับ ด้วยเหตุผลเช่นนี้ มนุษย์จึงไม่อาจหลีกเลี่ยงจากการพัฒนาได้ง่าย และทำให้กล่าวได้อย่างมั่นใจว่า ที่ใดมีกลุ่ม ที่นั่นย่อมมีการพัฒนา^{๒๓}

โดยนัยนี้ ความสำคัญของการพัฒนามีขึ้นโดย ๓ ฐานะ ได้แก่ (๑) การพัฒนาในฐานะที่เป็นกระบวนการ การพัฒนาในฐานะนี้เกี่ยวกับทฤษฎีวิวัฒนาการทั้งแนวเก่า แนวใหม่ ความแตกต่างทางสังคม การผสม ผสมและการปรับตัวด้วยการทำให้ดีขึ้น ตลอดจนขั้นตอนของวิวัฒนาการทางสังคม (๒) การพัฒนาในฐานะที่เป็นการปฏิสัมพันธ์ เป็นการพัฒนาของสังคมที่ด้อยพัฒนาด้วยการติดต่อสัมพันธ์ และการขาดตอนของกระบวนการวิวัฒนาการ และ (๓) การพัฒนาในฐานะที่เป็นการปฏิบัติการ โดยฐานะที่การพัฒนานั้นจะต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบและตรวจสอบกระบวนการ

^{๒๒}จามะรี เชียงทอง, สังคมวิทยาการพัฒนา, (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๙), หน้า ๒๙.

^{๒๓}วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, ความหมายของการพัฒนา คำที่มีความหมายใกล้เคียง และแนวคิดพื้นฐานของการพัฒนา, (ม.ป.ท.: ม.ป.พ., ม.ป.ป.), หน้า ๓.

แห่งความเจริญเติบโต และการเปลี่ยนแปลงโดยมีเป้าหมายให้เลือกสำหรับการพัฒนาหลาย ๆ เป้าหมาย^{๒๔}

อย่างไรก็ตาม เมื่อสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป แนวทางการพัฒนาที่ทำอยู่เดิมไม่เหมาะสม ก็จำเป็นต้องปรับแนวทางการพัฒนาหรือปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าเดิม ความสำคัญของการพัฒนาจึงมีใน ๒ แนวทาง คือ เพื่อแก้ปัญหา และพัฒนาสิ่งที่มีอยู่แล้วให้ดีกว่าเดิม^{๒๕} ดังนี้

๑. เพื่อแก้ไขปัญหา

ในบริบทของประเทศไทย ตั้งแต่มีการวางแผนพัฒนาประเทศมาจนกระทั่งถึงปัจจุบัน การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยได้รับผลสำเร็จในระดับหนึ่งซึ่งเป็นที่น่าพอใจ สร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับสูงอย่างต่อเนื่องยาวนาน แต่เป็นการเจริญเติบโตในเชิงปริมาณ ยังขาดคุณภาพ และตั้งอยู่บนพื้นฐานการพัฒนาที่ไม่สมดุลและไม่ยั่งยืน ปัญหาเชิงโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมของประเทศที่สะสมมานาน คือ ความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้และการกระจายผลประโยชน์ของการพัฒนาระหว่างกลุ่มคนและระหว่างสังคมเมืองกับสังคมชนบท โดยในสังคมเมืองเป็นฐานธุรกิจ บริการ และอุตสาหกรรมที่ก้าวหน้าและเป็นแหล่งดึงดูดทรัพยากรและแรงงานจากชนบท เพื่อสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ขณะที่สังคมชนบทเป็นฐานการเกษตรที่ล้าหลังและเป็นกลุ่มคนส่วนใหญ่ของประเทศซึ่งยังมีรายได้ต่ำ และขาดโอกาสการพัฒนาให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ ปัญหาเชิงโครงสร้างดังกล่าวยังคงเป็นปัญหาสะสมต่อเนื่องและยังไม่ได้รับการแก้ไขให้เป็นรูปธรรมอย่างจริงจัง

ตั้งแต่เกิดวิกฤติเศรษฐกิจเมื่อปี ๒๕๔๐ ส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมไทย เกิดภาวะการว่างงานเพิ่มขึ้นเกือบ ๓ เท่าตัว ความยากจนมากขึ้นกว่าก่อนเกิดวิกฤติ จึงได้มีการพัฒนาประเทศมาตามลำดับทุกปี จนถึงประมาณปี ๒๕๔๕ ให้ความยากจนลดลง แต่การกระจายรายได้ของครอบครัวยังไม่ดีขึ้น กลับมีปัญหาค่าความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้มากขึ้น^{๒๖}

รัฐบาลจึงได้มีการกำหนดมาตรการการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค ตั้งแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๐ ทั้งในเรื่องระบบบริการพื้นฐานทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการกระจายการลงทุน มาตรการปรับปรุงโครงสร้างด้านการคลัง เพื่อนำระบบภาษีมาเป็นรายได้บำรุงท้องถิ่น

^{๒๔}เรื่องเดียวกัน, หน้า ๗-๘.

^{๒๕}ธีรวัลย์ ศิลารัตน์, การจัดการความรู้ชุมชน, (จันทบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๔๙), หน้า ๘-๙.

^{๒๖}สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ๒ ปี แห่งการเปลี่ยนแปลง, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๔๖), หน้า ๗๓.

มาตรการปรับโครงสร้างด้านการเกษตร การปฏิรูปที่ดิน การพัฒนาบริการสาธารณสุข เป็นต้น นอกจากนี้ สภาพปัญหาทางการเมืองก็ส่งผลทำให้การพัฒนาในด้านต่าง ๆ ของประเทศเกิดความล่าช้าและมีผลกระทบต่อเนื่องเป็นลูกโซ่ในทุกด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจที่มีการถดถอย การขยายตัวทางเศรษฐกิจลดลงจากที่ประมาณการอย่างมาก การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของประเทศเกิดความล่าช้า ไม่สามารถเบิกจ่ายงบประมาณในการลงทุนได้ เป็นต้น สถานการณ์เศรษฐกิจมีแนวโน้มขยายตัวต่ำ มีข้อจำกัดจากความไม่แน่นอนของสถานการณ์ทางการเมืองที่ยังไม่สามารถหาข้อยุติได้ จึงส่งผลกระทบต่อการขยายตัวและการขับเคลื่อนมาตรการเศรษฐกิจที่สำคัญ ๆ นอกจากนั้น ยังส่งผลกระทบต่อการฟื้นตัวของการใช้จ่ายและการลงทุนภาคเอกชน ขณะที่การฟื้นตัวของการส่งออกที่มีแนวโน้มช้ากว่าที่คาดไว้เดิม ตามแนวโน้มความล่าช้าในการฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลก

๒. เพื่อพัฒนาสิ่งที่มีอยู่แล้วให้ดีกว่าเดิม

การพัฒนาสิ่งที่มีอยู่แล้วให้ดีกว่าเดิม เป็นแนวคิดการพัฒนาให้สอดคล้องกับสภาพการณ์ที่เปลี่ยนไป โดยแนวคิดการพัฒนาประเทศในอดีตได้ให้ความสำคัญกับการเร่งรัดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ยุทธศาสตร์การพัฒนาได้มุ่งเน้นการพัฒนาอุตสาหกรรมและการผลิตเพื่อส่งออก โดยอาศัยความได้เปรียบทางทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์มาใช้ขยายฐานการผลิตเพื่อสร้างรายได้และการมีงานทำ ซึ่งถือว่ามีความเหมาะสมสำหรับช่วงเวลานั้น แต่การรุดหน้าทางเศรษฐกิจโดยรวมและความเจริญด้านวัตถุที่เพิ่มมากขึ้น ก็ไม่ได้ทำให้สังคมไทยมีความอยู่ดีกินดีอย่างทั่วหน้า วัฒนธรรมและวิถีชีวิตที่ตึงเครียดและเรียบง่ายได้เปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและความไม่มั่นคงของครอบครัว ชุมชนและสังคม ดังนั้น จึงได้มีการปรับแนวคิดการพัฒนาดังแต่แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๘ เป็นต้นมา จากเดิมที่มุ่งเน้นการพัฒนาด้านเศรษฐกิจเป็นหลักมาเป็นการเน้นคนเป็นศูนย์กลางในการพัฒนา เพราะคนเป็นปัจจัยชี้ขาดความสำเร็จของการพัฒนาในทุกด้าน โดยการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นเพียงเครื่องมืออย่างหนึ่งที่จะช่วยให้คนมีความสุขและมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น นอกจากนี้ ยังได้ปรับเปลี่ยนการวางแผนจากการแยกส่วนมาเป็นแบบการเชื่อมโยงบูรณาการเพื่อให้เกิดการเกื้อกูลต่อกัน และใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในทุกระดับทุกขั้นตอนเป็นหลักในการดำเนินงานด้านการพัฒนา ด้วยการร่วมกันคิด ร่วมกันทำ ร่วมกันรับผิดชอบ ในลักษณะเป็นเครือข่ายการพัฒนา^{๒๗} แนวคิดการพัฒนาที่ใช้คนเป็นศูนย์กลางและเป็นเป้าหมายของการพัฒนาได้นำมาใช้โดยกำหนดวิสัยทัศน์ที่เน้นคนและความอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันของคนในสังคมเป็นสำคัญ เนื่องจาก คนเป็นทั้งผู้ขับเคลื่อนการพัฒนา และผู้ได้รับผลกระทบจากการพัฒนา ดังนั้น การพัฒนาคน ให้มีคุณลักษณะที่เหมาะสม สามารถสร้างภูมิคุ้มกัน และรองรับความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นได้อย่างเท่าทัน จึงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญ ในขณะที่ทุกคนในทุกช่วงวัยจำเป็นต้องได้รับการ

^{๒๗} ญัตติวุฒิสภา ทรัพยากรมนุษย์, ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน, หน้า ๒๗-๒๘.

เสริมสร้างความรู้ ทักษะ และศักยภาพในทุกด้านอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นฐานรากสำคัญทางสังคมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศในอนาคตอย่างยั่งยืน^{๒๘}

การพัฒนามีความสำคัญในแง่ของความก้าวหน้า ในแง่ที่เกี่ยวข้องกับการวางแผนเพื่อให้เกิดความเจริญ และในแง่ของวิธีการในการดำเนินการพัฒนา เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น^{๒๙}

โดยนัยนี้ การพัฒนา ในเชิงสังคมวิทยาอาจจำแนกได้ ๓ ระดับ คือ ระดับตนเอง ระดับชุมชนสังคม และระดับประเทศชาติ ดังนี้

๑. การพัฒนาตนเอง

การพัฒนาตนเองเป็นความชวนชวนสนใจใฝ่รู้ของบุคคล เพื่อสั่งสมพัฒนาศักยภาพ ความรู้ความสามารถของตนเอง ด้วยการศึกษาค้นคว้าหาความรู้ พัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งรู้จักพัฒนา ปรับปรุง ประยุกต์ใช้ความรู้เชิงวิชาการ รวมถึงเทคโนโลยีต่าง ๆ^{๓๐} การพัฒนาตนเองเป็นกระบวนการในการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงตนเองของบุคคล โดยปรับพฤติกรรมใหม่ของบุคคลให้เป็นคนที่มีสมบูรณ์แบบ ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาตนเองด้านร่างกาย อารมณ์ สังคม สติปัญญา เพื่อให้บุคคลนั้นสามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพการณ์ที่เกิดขึ้นตลอดจนสภาพแวดล้อมของโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงไปตลอดเวลา บุคคลที่สามารถพัฒนาตนเองตลอดเวลา ย่อมปรับตัวอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุขและสามารถที่จะแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นกับตนเองได้ ดังนั้น บุคคลที่จะพัฒนาตนเองได้จะต้องเป็นผู้มุ่งมั่นที่จะเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงตัวเอง โดยมีความเชื่อหรือแนวคิดพื้นฐานในการพัฒนาตนเองที่ถูกต้อง ทั้งนี้ แนวคิดพื้นฐานในการพัฒนาตนเองที่สำคัญ คือ

... มนุษย์ทุกคนมีศักยภาพที่มีคุณค่าอยู่ในตัวเองทำให้สามารถที่จะฝึกหัดและพัฒนาตนเองได้ในเกือบทุกเรื่อง

... ไม่มีบุคคลใดที่มีความสมบูรณ์พร้อมทุกด้านจนไม่จำเป็นต้องพัฒนาในเรื่องใด ๆ อีก

^{๒๘}สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, **การพัฒนาคนเพื่ออนาคตประเทศไทย**, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๓), หน้า คำนำ.

^{๒๙}นำชัย ทนุผล, **พัฒนาชุมชน หลักการ และยุทธวิธี**, (เชียงใหม่: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร สถาบันเทคโนโลยี การเกษตรแม่โจ้, ๒๕๕๐), หน้า ๔๕.

^{๓๐}จีระ งอกศิลป์, **การประเมินสมรรถนะทางการบริหาร**, (กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๕๑), หน้า ๖๔.

... แม้บุคคลจะเป็นผู้ที่รู้จักตนเองดีที่สุด แต่ก็ไม่สามารถปรับเปลี่ยนตนเองได้ในบางเรื่อง ยังต้องอาศัยความช่วยเหลือจากผู้อื่นในการพัฒนาตนเอง การควบคุมความคิด ความรู้สึก และการกระทำของตนเอง มีความสำคัญเท่ากับการควบคุมสิ่งแวดล้อมภายนอก

... อุปสรรคสำคัญของการปรับปรุงและพัฒนาตนเอง คือ การที่บุคคลมีความคิดติดยึด ไม่ยอมปรับเปลี่ยนวิธีคิด จึงไม่ยอมสร้างนิสัยใหม่ หรือฝึกทักษะใหม่ ๆ ที่จำเป็นต่อตนเอง

... การปรับปรุงและพัฒนาตนเองสามารถดำเนินการได้ตลอดเวลาและอย่างต่อเนื่องเมื่อพบปัญหาหรือข้อบกพร่องเกี่ยวกับตนเอง

การพัฒนาตนเองจึงมีแนวคิดพื้นฐานจากการยอมรับว่ามนุษย์ทุกคนที่เกิดมาไม่มีใครที่จะสมบูรณ์แบบแต่ที่เหมือนกัน คือ ทุกคนมีศักยภาพ มีความสามารถที่จะพัฒนาตนเองได้เพื่อความสมบูรณ์แบบของตน บุคคลควรมีการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดเวลาและควรพัฒนาตนเองไปอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต นั้นเอง^{๓๑} เทคนิคในการพัฒนาตนเอง (Self-Development) มีดังนี้

๑.๑ การควบคุมตน (Self-control) เป็นเทคนิควิธีการพัฒนาตนอย่างหนึ่ง เป็นการควบคุมภายใน สำหรับการควบคุมตนมีผู้ให้ความหมายไว้ว่า หมายถึง พฤติกรรมที่บุคคลกระทำเพื่อให้ได้สิ่งที่ตนต้องการ โดยสิ่งนั้นเป็นสิ่งที่ตนเองพิจารณาตัดสินใจเลือกด้วยตนเอง หรือการควบคุมตน คือ กระบวนการที่บุคคล ใช้วิธีการหนึ่งวิธีการใด หรือ หลายวิธีรวมกัน เพื่อเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนเอง จากพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ไปสู่พฤติกรรมที่พึงประสงค์

๑.๒ การทำสัญญากับตน (Self-Contract) เป็นเครื่องมือที่มีพลังต่อการก้าวไปสู่ความสำเร็จการทำสัญญากับตนเป็นข้อตกลงที่เขียนเป็นลายลักษณ์อักษรที่ทำกับตนเอง

๑.๓ การกำกับตน (Self-Regulation) เป็นเทคนิคการพัฒนาตนอีกวิธีหนึ่ง เป็นการกำกับพฤติกรรมของตน การกำกับตนประกอบด้วย มาตรฐานของพฤติกรรม ความรู้สึกต่อพฤติกรรม และการเปรียบเทียบระหว่างพฤติกรรม ๒ อย่าง และเมื่อใดมีความรู้สึกว่าการพัฒนานั้นไม่เหมาะสม การปรับพฤติกรรมโดยวิธีการกำกับตนหรือวิธีอื่นก็จะเกิดขึ้น

๑.๔ การปรับตน (Self-Modification) การปรับตนจะสามารถทำได้สำเร็จต้องอาศัยองค์ประกอบ คือ การรู้จักตน (Self-Knowledge) การวางแผน (Planning) การรวบรวมสารสนเทศ (Information Gathering) และการปรับเปลี่ยนแผนโดยอาศัยสารสนเทศใหม่^{๓๒}

^{๓๑}จิราภรณ์ พรหมทอง, “การพัฒนาตนเองให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้เพื่อเข้าสู่ศตวรรษที่ ๒๑”, วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (เมษายน-มิถุนายน ๒๕๕๙): ๖๔-๖๕.

^{๓๒}ไพศาล ไกรสิทธิ์, การพัฒนาตน, (ราชบุรี: สถาบันราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, ๒๕๔๒), หน้า ๒๐.

โดยหลักการ การพัฒนาตนเอง ต้องให้ความสำคัญกับกระบวนการ ๓ ขั้นตอน ประกอบด้วย (๑) ขั้นการตระหนักรู้ถึงความจำเป็นในการปรับปรุงตนเอง เป็นขั้นที่ต้องการจะพัฒนาตนเองเพื่อความสำเร็จ คือ การพัฒนาตนเองในแง่ความรู้และในทุกด้านให้ดีที่สุด (๒) ขั้นการวิเคราะห์ตนเอง โดยการสังเกตตนเอง ประเมินตนเอง และสังเกตผู้อื่น และ (๓) ขั้นการวางแผนและตั้งเป้าหมาย^{๓๓}

๒. การพัฒนาชุมชนและสังคม

การพัฒนาทุกด้านต่างมุ่งสร้างสังคมให้เกิดความเข้มแข็ง เนื่องจากสังคมเข้มแข็งจะเป็นรากฐานการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ให้ดีขึ้นด้วย เมื่อสังคมเข้มแข็งก็จะเป็นรากฐานให้เศรษฐกิจดี การเมืองดี การเรียนรู้หรือการศึกษาดี และศีลธรรมดี แต่ถ้าหน่วยงานภาครัฐ สถาบันการศึกษา และสื่อสารมวลชน สถาบันเศรษฐกิจ และสถาบันศาสนา ไม่ส่งเสริมหรือทำลายความเข้มแข็งของชุมชน สังคมย่อมขาดฐาน ทุกอย่างก็จะสลายลงถึงแม้จะมีความพยายามสอนให้คนเป็นคนดีแต่ศีลธรรมเหล่านี้ก็ไม่สามารถเกิดขึ้นได้^{๓๔}

การพัฒนาชุมชนมีความสลับซับซ้อน การดำเนินงานให้ประสบความสำเร็จต้องอาศัยเครื่องมือและเทคนิคในการส่งเสริมกลวิธีเพื่อการพัฒนาตามหลักการพัฒนาชุมชนและสังคมแบบจัดการ ซึ่งเป็นหลักการที่สนับสนุนแนวความคิดและการปฏิบัติสำหรับนักพัฒนาในการจัดการส่งเสริมและสนับสนุนการทำงานในชุมชน ดังนี้

๒.๑ หลักการช่วยกันคิด (Non-Directive Method) หมายถึง การพัฒนาที่เจ้าหน้าที่พัฒนาประชาชน หรือหน่วยงานอื่น ๆ เช่น องค์กรพัฒนาเอกชน (NGOs) องค์กรธุรกิจเอกชนบางประเภทที่คำกำไร แต่ก็ทำงานพัฒนาร่วมกับประชาชน หลักการนี้คือ การสมุหวักันระหว่างผู้เกี่ยวข้อง ดำเนินการพัฒนาชุมชน หลักการนี้เป็นส่วนหนึ่งของหลักการ PAR (Participatory Action Research) ตรงตัว A คือการพัฒนา

๒.๒ หลักการ PAR (Participatory Action Research) คือ การดำเนินการพัฒนาและวิจัยการพัฒนาพร้อมกันไป โดยทั้งเจ้าหน้าที่พัฒนาและประชาชนร่วมช่วยกันดำเนินการ

๒.๓ หลักการพึ่งตนเอง (Self-Reliance) หลักการนี้ต้องอาศัยปัจจัย ๕ ตัวด้วยกันที่เรียกว่า TERMS (Technology Economic Resource Mental and Socio-cultural) ดังนี้

T เทคโนโลยีคือ มีเครื่องมือเครื่องใช้ที่จำเป็น

^{๓๓}ปราณี รามสูตร และจำรัส ดวงสุวรรณ, พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร: ธารนิพนธ์, ๒๕๔๕), หน้า ๑๒๕.

^{๓๔}ประเวศ วะสี, ยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ สังคม และศีลธรรม, (กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์หมอชาวบ้าน, ๒๕๔๔), หน้า ๓๑-๓๒.

E เศรษฐกิจ คือ มีอาชีพและรายได้พออยู่พอกิน

R ทรัพยากรธรรมชาติ คือ มีความสมดุลในสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติ

M จิตใจ คือ มีจิตใจที่เข้มแข็งและแน่วแน่ที่จะพึ่งตนเองได้ รู้จักพอในผลของความพยายาม

S - สังคมและวัฒนธรรม คือ การมีคนจำนวนหนึ่งสมัครสมานสามัคคี มีผู้นำที่เข้มแข็ง มีค่านิยม และอุดมการณ์ส่งเสริมการพึ่งตนเอง

๒.๔ หลักการ BAN (Balance Ability and Networking) ซึ่งนี้มีสาระ ๓ ประการ คือ (๑) การรักษาสมดุล (balance) คือ บุคคลแต่ละคน ควรมีความสุขอนามัยที่ดี ในแต่ละครอบครัว ควรมีความมั่นคง และในแต่ละชุมชน ควรเป็นชุมชนที่เข้มแข็ง หรือเป็นชุมชนที่มีความสมัครสมานสามัคคี (๒) การสร้างความสามารถ (Ability) คือ ความสามารถในการทำให้เกิดการพึ่งตนเองได้ ซึ่งต้องมีปัจจัย ๕ ด้าน ดังที่กล่าวแล้ว ในระหว่างที่เสริมสร้างความสามารถเหล่านั้นอยู่ มีความจำเป็นต้องรักษาสมดุลหรือการที่ปัจจัยเหล่านั้นต้องมีความมั่นคงเข้มแข็ง ดำเนินการเพิ่มขีดความสามารถไปเรื่อย ๆ อย่างมั่นคง และขณะเดียวกันต้องรักษาสมดุลระหว่างปัจจัย ๕ ด้านนั้นด้วย และ (๓) การสร้างเครือข่าย (Networking) หรือการมีเพื่อน พันธมิตร การพัฒนาซึ่งอาจเป็นบุคคล ชุมชนองค์กรหนึ่งใดก็ได้ มิตรเหล่านี้จะเป็นที่พึ่งของกันและกัน อาจเรียนรู้จากกันและกัน ช่วยเหลือกันเวลามีปัญหา ช่วยเหลือกันเสริมสร้างความเจริญก้าวหน้า หรือช่วยเหลือกันป้องกันศัตรูคู่แข่งกัน ให้หยิบยืมเทคโนโลยีหรืองบประมาณแก่กันและกัน

๒.๕ หลักการจัดการ (management) ซึ่งต้องรู้จักตนเอง รู้สภาพของชุมชน รู้ปัญหา และรู้ความต้องการของตนและชุมชน มีการส่งเสริมการศึกษาอบรม และมีการสร้างกลุ่มเพื่อช่วยเหลือตนเอง^{๓๔}

ประการสำคัญ คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการพัฒนาสังคม ได้แก่ ทุน ซึ่งมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาไม่ว่าจะเป็นทุนที่เป็นเงินทอง ทุนในรูปแบบทรัพย์สิน ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งทุนทางสังคม ซึ่งได้แก่ สิ่งต่าง ๆ ที่ทำให้คนในสังคมนั้น มีวิถีการดำเนินชีวิตที่ดี มีความเป็นปึกแผ่น มีความสามัคคี มีความสมานฉันท์ มีคุณธรรม จริยธรรม ประพฤติดี ปฏิบัติชอบ มีเอกลักษณ์เฉพาะของสังคมนั้น ดังนั้น ทุนทางสังคมจะเกี่ยวข้องกับขนบธรรมเนียม ประเพณี ศิลปะ วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ วิถีการดำเนินชีวิต ภูมิปัญญา ภาษาที่ใช้ ความเชื่อทางศาสนา สิ่งเหล่านี้ทำให้สังคมนั้น ๆ มีวิถีที่ดำเนินไปในทางที่ดี มีความสามัคคี มีความเอื้ออาทร ช่วยเหลือเกื้อกูลกัน นำไปสู่สังคมที่มีความเข้มแข็ง มีพลังที่จะร่วมแรงร่วมใจในการพัฒนาให้ก้าวหน้ายิ่งขึ้น การเปลี่ยนแปลงทาง

^{๓๔}สัญญา สัญญาวิวัฒน์, ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม, หน้า ๑๔๑-๑๔๔.

สภาพแวดล้อม ความเป็นโลกาภิวัตน์ ทำให้ค่านิยมของความเป็นไทยแต่เดิมเปลี่ยนแปลงไปเป็นวิถีชีวิตแบบตะวันตกยิ่งขึ้น การฟื้นฟูทุนทางสังคมไทยจึงเป็นสิ่งที่ควรพิจารณาพัฒนา ปรับปรุง และฟื้นฟูให้ทุนทางสังคมไทยมีความเข้มแข็ง โดยนัยนี้ องค์ประกอบของการฟื้นฟูทุนทางสังคมของไทยประกอบด้วย

องค์ประกอบที่ ๑ คน ซึ่งเป็นทุนทางสังคมที่สำคัญ ต้องพัฒนาคนส่วนใหญ่ให้มีคุณภาพที่ดี สุขภาพที่ดี มีความรู้เท่าทันการเปลี่ยนแปลง มีระเบียบวินัย ความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น มีความซื่อสัตย์สุจริต มีคุณธรรม จริยธรรม มีความเพียร มีค่านิยมและรักความเป็นไทย รู้ขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมที่ดีงาม รู้ประวัติศาสตร์ไทย ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นเรื่องที่ต้องพัฒนาและปรับระบบความคิด ระบบการศึกษาต้องทำอย่างต่อเนื่อง ปลูกฝังอย่างจริงจัง เน้นที่เยาวชนคนรุ่นใหม่ ความสำเร็จต้องใช้เวลานานชั่วอายุคน ซึ่งต้องวางแผนปรับพื้นฐานให้ดี

องค์ประกอบที่ ๒ วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม ประเพณีที่ดีของคนไทย ต้องได้รับการส่งเสริม สนับสนุนให้มีการสืบทอด เพราะวัฒนธรรมและประเพณีที่ดีเหล่านี้ ล้วนเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของคนไทย การสร้างความสามัคคีให้เกิดขึ้นในระดับครอบครัว และชุมชน สร้างสังคมให้มีความเอื้ออาทรต่อกัน วัฒนธรรม ประเพณีหลายเรื่อง เช่น เทศกาลงานบุญต่าง ๆ การละเล่นของไทย ความกตัญญูกตเวที การเคารพผู้ใหญ่ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้ต้องมีการทำความเข้าใจ ความเข้าใจอย่างละเอียด และวางระบบสืบทอดส่งเสริมให้มีการปฏิบัติอย่างต่อเนื่องและกว้างขวางต่อไป

องค์ประกอบที่ ๓ ศิลปะ ไม่ว่าจะเป็นสิ่งก่อสร้าง การแสดงละคร และศิลปะการป้องกันตัวของไทย ล้วนเป็นเรื่องที่มีคุณค่าที่ควรรักษา และสืบทอดให้ยาวนาน สิ่งเหล่านี้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะมีคุณค่าทางจิตใจที่เชื่อมโยงให้คนไทยรักในความเป็นไทยไว้

องค์ประกอบที่ ๔ ภาษา การใช้ภาษาไทยที่ถูกต้องทั้งการพูด การเขียน เป็นเรื่องสำคัญที่ควรส่งเสริมและสร้างค่านิยมที่ถูกต้องในด้านนี้ให้กว้างขวางขึ้น ภาษาประจำท้องถิ่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะที่ควรให้การส่งเสริมเช่นกัน สิ่งเหล่านี้ได้ยึดโยงความเป็นไทยไว้ แต่ทั้งนี้ก็ควรส่งเสริมให้คนไทยได้รู้ภาษาอื่น ๆ จะช่วยให้มีความรู้ความเข้าใจกว้างขวางขึ้น มีทุนทางความรู้มากยิ่งขึ้น

องค์ประกอบที่ ๕ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและภูมิปัญญาไทย เป็นทุนทางสังคมที่จะสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน สามารถพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น ควรมีการส่งเสริมประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับสถานะที่เปลี่ยนแปลงไป และสืบทอดความรู้ให้กว้างขวางก้าวหน้ายิ่งขึ้น เป็นทุนทางความรู้ ทุนทางปัญญา

องค์ประกอบที่ ๖ กระบวนการประชาคม เป็นการรวมตัวของชาวชุมชนที่ทำให้เกิดการร่วมคิดร่วมทำของคนในสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งที่ผ่านมาประสบความสำเร็จในระดับชุมชนอยู่พอสมควรที่สามารถนำมาเป็นตัวอย่างขยายผล ทำให้การพัฒนาชุมชนเข้มแข็งดำเนินไปได้ แต่เป็นกระบวนการที่

ต้องใช้เวลาอย่างเป็นขั้นตอนและสนับสนุนให้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ การเตรียมความพร้อมในหลาย ๆ ด้าน จึงเป็นขั้นตอนที่มีความสำคัญ^{๓๖}

๓. การพัฒนาประเทศไทย

การพัฒนาประเทศไทย ขณะที่เริ่มแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑ ขณะนั้นประเทศไทยยังมีทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์ สิ่งแวดล้อมที่ยังบริสุทธิ์ แต่เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่ถูกเรียกว่าพัฒนาแล้ว คนไทยยังยากจนอยู่ มีระดับการศึกษาโดยเฉลี่ยที่ต่ำ มีการว่างงานมาก และภาคเอกชนก็ยังไม่เข้มแข็ง เพื่อแก้ไขปัญหา ณ ช่วงเวลานั้น รัฐจึงต้องเป็นผู้นำในการพัฒนา เปรื่องลงทุนสร้างโครงสร้างพื้นฐาน มุ่งสร้างงาน ให้คนไทยมีรายได้ พ้นจากความยากจนให้รวดเร็วที่สุด^{๓๗} ตั้งแต่เริ่มใช้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ เป็นเครื่องมือนำทางในการพัฒนาประเทศเป็นต้นมา ตั้งแต่ พ.ศ. ๒๕๐๔ มีแนวความคิดการพัฒนาที่ได้จำแนกตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติแต่ละฉบับ ดังนี้

ตารางที่ ๒.๑

การพัฒนาประเทศไทยตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติแต่ละฉบับ^{๓๘}

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	แนวคิดหลัก
ฉบับที่ ๑-๒ (๒๕๐๔-๒๕๑๔)	เน้นการเติบโตทางเศรษฐกิจเพื่ก้าวสู่ความทันสมัย (Modernization Theory)
ฉบับที่ ๓ (๒๕๑๕-๒๕๑๙)	เน้นการปรับโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการพัฒนา (Structural Adjustment) ยังคงยึดหลักการพัฒนาประเทศไปสู่ความทันสมัย
ฉบับที่ ๔ (๒๕๒๐-๒๕๒๔)	ฟื้นฟูฐานะเศรษฐกิจของชาติ และรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ (ยังคงให้ความสำคัญกับการเติบโตทางเศรษฐกิจ)

^{๓๖} สรรเสริญ วงศ์ชะอุ่ม, การวางแผนพัฒนาประเทศ, (กรุงเทพมหานคร: ศูนย์การพิมพ์เพชรรุ้ง, ๒๕๕๔), หน้า ๘๒-๘๕.

^{๓๗} สันติ บางอ้อ, “สภาพัฒน์กับการพัฒนาประเทศ: การพัฒนาที่ยั่งยืนของไทย ตอนที่ ๒”, โพสต์ทูเดย์, (๒๑ มิถุนายน ๒๕๕๖): ๙.

^{๓๘} เกศินี จุฑาวิจิตร, การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น, หน้า ๗๒-๗๓.

ตารางที่ ๒.๑ (ต่อ)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ	แนวคิดหลัก
ฉบับที่ ๕-๖ (๒๕๒๕-๒๕๓๔)	พัฒนาแนวรุกเน้นการเติบโตการกระจายความเจริญ (Redistribution with Growth) โดยยึดพื้นที่เป็นหลัก มีการกำหนดความจำเป็นพื้นฐานและดัชนีชี้วัด เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตประชาชน
ฉบับที่ ๗ (๒๕๓๕-๒๕๓๙)	สังคมโลกเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ ประเทศไทยเริ่มเห็นความจำเป็นในการนำแนวคิดการพัฒนาแบบยั่งยืนมาใช้
ฉบับที่ ๘ (๒๕๔๐-๒๕๔๔)	การพัฒนาแบบองค์รวมเน้น คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา (Holistic/People-Centered Oriented)
ฉบับที่ ๙ (๒๕๔๕-๒๕๔๙)	เน้นการพัฒนาสู่สังคมที่เข้มแข็งและมีคุณภาพ ยึดหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง
ฉบับที่ ๑๐ (๒๕๕๐-๒๕๕๔)	มุ่งพัฒนาสู่สังคมอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกัน (Green and Happiness Society) คนไทยมีคุณธรรมนำความรอบรู้ เท้าทันโลก ครอบครัวยุบอุ่น ชุมชน สังคม สันติสุข เศรษฐกิจมีคุณภาพ เสถียรภาพ และเป็นธรรม สิ่งแวดล้อมมีคุณภาพและทรัพยากรธรรมชาติที่ยั่งยืน
ฉบับที่ ๑๑ (๒๕๕๕-๒๕๕๙)	คนไทยภาคภูมิใจในความเป็นไทย มีมิตรไมตรีบนวิถีชีวิตแห่งความพอเพียง ยึดมั่นวัฒนธรรมประชาธิปไตย และหลักธรรมาภิบาล การบริการสาธารณะขั้นพื้นฐานที่ทั่วถึง มีคุณภาพ สังคมมีความปลอดภัยและมั่นคง อยู่ในสภาวะแวดล้อมที่ดี เกื้อกูลและเอื้ออาหารซึ่งกันและกัน ระบบการผลิตเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความมั่นคงด้านอาหารและพลังงาน อยู่บนฐานทางเศรษฐกิจที่พึ่งตนเองและแข่งขันได้ในเวทีโลก สามารถอยู่ในประชาคมภูมิภาคและโลกได้อย่างมีศักดิ์ศรี

ปัจจุบัน อยู่ในช่วง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (๒๕๖๐-๒๕๖๔) มีแนวคิดการพัฒนาที่ใช้คนเป็นศูนย์กลางและเป็นเป้าหมายของการพัฒนาได้นำมาใช้โดยกำหนด วิสัยทัศน์ที่เน้นคนและความอยู่เย็นเป็นสุขร่วมกันของคนในสังคมเป็นสำคัญ เนื่องจาก คนเป็นทั้งผู้ ขับเคลื่อนการพัฒนา และผู้ได้รับผลกระทบจากการพัฒนา

ดังนั้น การพัฒนาคน ให้มีคุณลักษณะที่เหมาะสม สามารถสร้างภูมิคุ้มกัน และรองรับ ความเสี่ยงที่จะเกิดขึ้นได้อย่างเท่าทัน จึงเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญ ในขณะเดียวกันคนในทุกช่วงวัย จำเป็นต้องได้รับการเสริมสร้างความรู้ ทักษะ และศักยภาพในทุกด้านอย่างต่อเนื่องเพื่อเป็นฐานราก สำคัญทางสังคมที่มีบทบาทต่อการพัฒนาประเทศในอนาคตอย่างยั่งยืน^{๓๙}

การพัฒนาประเทศด้วยแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ เป็นจุดเปลี่ยน ครั้งสำคัญของการพัฒนา เพราะได้เชื่อมต่อกับภาพอนาคตประเทศไทยใน ๒๐ ปีข้างหน้าสู่การปฏิบัติ ในระยะเวลา ๕ ปี (๒๕๖๐-๒๕๖๔) โดยแต่ละยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ กำหนดแผนงานหรือโครงการสำคัญที่ต้องดำเนินการให้เห็นผลเป็นรูปธรรมในช่วง ๕ ปี แรกของการขับเคลื่อนภาพอนาคตเพื่อวางรากฐานการพัฒนาในระยะยาวสู่ประเทศพัฒนาแล้วและ รองรับการเปลี่ยนแปลงในอนาคตได้อย่างเหมาะสม

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ มุ่งพัฒนาให้คนไทยทุกช่วงวัย เป็น คนที่สมบูรณ์ มีคุณธรรมจริยธรรม มีระเบียบวินัย ค่านิยมที่ดี มีจิตสาธารณะ และมีความสุข โดยมีสุข ภาวะและสุขภาพที่ดี ครอบครัวยุคใหม่ เป็นคนเก่งที่มีทักษะความรู้ความสามารถและพัฒนาดตนเองได้ ต่อเนื่องตลอดชีวิต รวมถึง มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ได้รับความเป็นธรรมในการเข้าถึง ทรัพยากรและบริการทางสังคมที่มีคุณภาพ ผู้ด้อยโอกาสได้รับการพัฒนาศักยภาพรวมทั้งชุมชนมี ความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้^{๔๐}

การพัฒนามีลักษณะเป็นกระบวนการ (Process) เปลี่ยนแปลงที่ต้องมีองค์ประกอบของ เครื่องชี้วัดที่สำคัญและต้องผสมผสานระหว่าง (๑) การเปลี่ยนแปลง (Change) ในทางบวก ได้แก่ การ ปรับปรุงเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิตเสมอ ถ้าเปลี่ยนแปลงในทางลบไม่ถือว่าเป็นการพัฒนา คือ การ เปลี่ยนแปลงนั้นจะต้องดีขึ้น เจริญขึ้น งอกงามขึ้น และต้องเกี่ยวข้องกับ ๔ แกนหลัก คือ คน โครงสร้าง เทคโนโลยี และระบบหรืองาน (รวมทั้งสิ่งแวดล้อมด้วย) (๒) การเปลี่ยนแปลงนั้นต้องมีการควบคุม

^{๓๙}สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, การพัฒนาคนเพื่ออนาคตประเทศไทย, หน้า คำนำ.

^{๔๐}สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แผนฯ ๑๒ ฉบับประชาชน นวัตกรรมคือหัวใจของการพัฒนา, (กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ม.ป.ป.), หน้า ๑๕.

(Control) ทิศทางของการเปลี่ยนแปลงได้ โดยการกำหนดเป็นแผนที่ชัดเจนและนำไปสู่การปฏิบัติที่ดำเนินตามเป้าหมายอย่างเด่นชัดและปรับเปลี่ยนยืดหยุ่นได้ตามความเหมาะสมของสถานการณ์และเวลาที่เปลี่ยนแปลงไป โดยมีจุดเน้นของการพัฒนาโดยประชาชน เพื่อประชาชน และเป็นการพัฒนาแบบยั่งยืน และ (๓) ผลของการพัฒนานั้นต้องเกิดความเสมอภาค (Equity) และการกระจายใหม่ (Redistribution) ในการกระจายความเป็นธรรมในเรื่องรายได้ และการกระจายความเป็นธรรมในเรื่องคุณภาพชีวิต (Quality of Life) แก่กลุ่มคนในสังคมอย่างยุติธรรมและจะต้องทำให้เกิดความเท่าเทียมกันอย่างแท้จริงในเรื่องโอกาส (การศึกษา การทำงาน ความก้าวหน้า ฯลฯ)^{๔๑}

องค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (The United National Educational Scientific and Cultural Organization: UNESCO) ระบุว่า

$$D = f(P+M)$$

เมื่อ D = Development คือ การพัฒนา

f = Function คือ หน้าที่

P = Planning คือ การวางแผน

M = Management คือ การบริหารงานหรือการจัดการ

ดังนั้น การพัฒนาจะเกิดขึ้นได้ด้วยการวางแผนที่ดี มีการบริหารงานและการจัดการอย่างเป็นระบบ ทำให้การดำเนินการเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ^{๔๒}

การพัฒนาเป็นกระบวนการ (Process) ที่ได้รับการตีค่าในระดับสูง ส่งผลให้สิ่งที่ตรงกันข้ามกับกระบวนการนี้ไม่ได้รับการตีค่ากลายเป็นความด้อยพัฒนา สิ่งที่ตรงกันข้ามกับแนวคิด การพัฒนา ที่อาจมีคุณค่าสูงยิ่งอาจยากที่จะประเมินคุณค่าหลายอย่าง เช่น เรื่องภูมิปัญญาชาวบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นต้น

การพัฒนาไม่ว่าจะในระดับใดก็ตาม ก็ล้วนมีลักษณะที่สำคัญ ๕ ประการ คือ

๑. การพัฒนาเป็นกระบวนการ (Process) การพัฒนาเป็นกระบวนการศึกษา วิเคราะห์ปัญหา และความต้องการของมนุษย์ รวมทั้ง ศึกษาแนวทางในการแก้ปัญหา และความต้องการของ

^{๔๑}ดิเรก ฤกษ์ห่วย, “ทฤษฎีและแนวทางการพัฒนาสังคม”, ใน เอกสารการสอนชุดวิชาคหกรรมศาสตร์กับการพัฒนาชุมชน, (นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๓), หน้า ๒๘๒.

^{๔๒}อัจฉรา โพธิยานนท์, การศึกษากับการพัฒนาชุมชน, (กรุงเทพมหานคร: เทคนิคปริ้นติ้ง, ๒๕๓๙), หน้า ๑๑.

มนุษย์ทุกด้านอย่างเป็นบูรณาการ และอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจะต้องเริ่มต้นตั้งแต่ระดับครอบครัว ชุมชน สังคม ไปจนถึงระดับประเทศ

๒. การพัฒนาเป็นวิธีการ (Method) การพัฒนา ประกอบด้วย วิธีการในการจัดการระบบ ทรัพยากรต่าง ๆ และทักษะที่จำเป็นสำหรับการดำเนินการ เพื่อให้การพัฒนามีความต่อเนื่อง วิธีการพัฒนานี้รวมเอาการสร้างองค์การพัฒนา และเสริมสร้างทักษะและความรู้ของประชาชนในสังคมโดยผ่านกระบวนการเรียนรู้ร่วมกันในแต่ละท้องถิ่น

๓. การพัฒนาคือการเคลื่อนไหว (Movement) การพัฒนามีลักษณะเคลื่อนไหวไม่หยุดนิ่ง อยู่กับที่ การพัฒนาจึงมีความเกี่ยวข้องกับการระดมความร่วมมือทางสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการระดมความร่วมมือจากกลุ่มบุคคลที่เป็นเป้าหมายของการพัฒนา ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลด้อยโอกาสในการแสดงความคิดเห็น สะท้อนปัญหา ความต้องการรวมตัวและตระหนักถึงปัญหาความต้องการพื้นฐานร่วมกัน รวมทั้งร่วมกันคิดและแก้ปัญหาต่าง ๆ เหล่านั้น ขณะเดียวกันการพัฒนามีความจำเป็นที่จะให้กลุ่มบุคคลภายใต้โครงการพัฒนาต่าง ๆ เข้าใจบริบททางสังคม วัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมของตน รวมทั้งปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน กลุ่มบุคคลจะต้องมีการกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ เปลี่ยนแปลงความคิดและทัศนคติไปในทางก้าวหน้าและสร้างสรรค์

๔. การพัฒนาคือการจัดทำโครงการหรือโปรแกรม (Project or Program) โครงการหรือโปรแกรมเป็นการปฏิบัติการอย่างหนึ่งของการพัฒนาสังคม โครงการพัฒนาต่าง ๆ ทำให้วัตถุประสงค์ของการพัฒนาเป็นจริงขึ้นมาได้ โครงการพัฒนาที่ได้รับผลสำเร็จจะต้องได้รับความร่วมมือจากบุคคลกลุ่มต่าง ๆ โดยเฉพาะกลุ่มเป้าหมายของการพัฒนา ซึ่งเป็นกลุ่มบุคคลที่ด้อยโอกาสทางเศรษฐกิจ สังคม และสติปัญญาในองค์กร กลุ่มบุคคลที่เป็นเป้าหมายของการพัฒนา ประกอบด้วย บุคคลทุกระดับชั้นนับตั้งแต่กลุ่มผู้นำ และกลุ่มผู้ปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ

๕. การพัฒนาคือการให้โอกาส (Opportunity) การให้โอกาสแก่บุคคลในการพัฒนาชีวิต สังคม ชุมชน และสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งจำเป็น คนที่จะได้รับโอกาสมากยิ่งขึ้น คือ คนยากจนหรือคนด้อยโอกาส ยิ่งด้อยโอกาสมากที่สุดยิ่งควรได้รับโอกาสมากขึ้นเท่านั้น ซึ่งจะช่วยให้ได้รับสิทธิมากขึ้นในเรื่องความยุติธรรมทางสังคม (Social Justice) และการพัฒนาคุณภาพของคน^{๔๓}

การพัฒนาที่ถูกต้องควรเป็นไปเพื่อสภาพชีวิตที่ดี อุปมาชีวิตที่สมบูรณ์จำต้องมีพสกยาแห่งชีวิต ได้แก่ กายพสกยา คือ การพัฒนาร่างกายให้เจริญถูกต้องด้วยการเจริญกายภาวนา จิตตพสกยา คือ การพัฒนาจิตให้มีสุขภาพและสมรรถภาพทำหน้าที่ได้ดีด้วยการเจริญสมถกรรมฐานให้พ้น

^{๔๓}กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, ระบบการพัฒนาสังคมที่นำไปสู่ความมั่นคงของมนุษย์, (กรุงเทพมหานคร: เทพเพ็ญวนิสัย, ๒๕๔๙), หน้า ๑๕-๑๖.

จากนิเวศน์รบกวนจิตใจด้วยการเจริญภาวนา โพธิพฤษา คือ การพัฒนาสติปัญญาให้เห็นโลกและชีวิตตามเป็นจริงด้วยการเจริญวิปัสสนากรรมฐานให้พ้นจากอำนาจอวิชชาครอบงำ (ความไม่รู้) ด้วยการเจริญภาวนา และเมตเตยยพฤษา คือ การสร้างมิตรภาพที่มีรากฐานมั่นคงในเพื่อนมนุษย์มีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันในฐานะเพื่อนร่วมทุกข์เกิดแก่เจ็บตายด้วยกัน มีเมตตาอย่างปราศจากความเบียดเบียนและแบ่งฝักแบ่งฝ่ายเป็นศัตรูกัน^{๔๔}

การพัฒนามีลักษณะที่ก้าวหน้า (Progress) ซึ่งเป็นเรื่องเกี่ยวกับเทคนิคที่ต้องดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญ นักพัฒนา หรือนักบริหาร เพื่อนำเทคนิคเข้ามามีใช้ในการปฏิบัติงานพัฒนาให้สำเร็จ โดยถือว่าความก้าวหน้าหรือการพัฒนานั้น คือ ความเจริญเติบโต (Growth) ซึ่งชีวิตจากถาวรวัตถุประเทศพัฒนาแล้ว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง สหรัฐอเมริกาเป็นตัวแทนของการพัฒนาที่ก้าวหน้า โดยความก้าวหน้าดังกล่าวครอบคลุมถึงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในทุกด้าน อันเป็นส่วนสำคัญทำให้ประเทศมีความมั่งคั่ง รายได้ของประเทศสูง ขณะเดียวกัน ประชาชนก็มีรายได้สูง มีวิถีชีวิตที่หรูหราฟุ่มเฟือย และสะดวกสบาย^{๔๕}

สรุปได้ว่า การพัฒนา คือ การทำให้ดีขึ้น หรือการทำให้เจริญกว่าที่เป็นอยู่ ซึ่งเป็นผลผลิตจากการใช้ปัจจัยนำเข้า และกระบวนการต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดผลผลิตนั้น เป็นลักษณะของการเปลี่ยนแปลงให้ดีขึ้นกว่าเดิมโดยมีการกำหนดทิศทางหรือแผนงานการดำเนินงานไว้อย่างชัดเจน มิใช่เกิดขึ้นโดยความบังเอิญ การพัฒนา มีความสำคัญใน ๒ แนวทาง คือ เพื่อแก้ไขปัญหา และเพื่อพัฒนาสิ่งที่มียอยู่แล้วให้ดีกว่าเดิม ด้วยเหตุนี้ เมื่อสถานการณ์เปลี่ยนแปลงไปย่อมก่อให้เกิดปัญหาใหม่ ๆ ขึ้นได้ และในขณะเดียวกัน เมื่อสถานการณ์หรือสิ่งแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไป แนวทางการพัฒนาที่ทำอยู่เดิม อาจไม่มีความเหมาะสม จำเป็นต้องปรับแนวทางดำเนินงานไปจากแบบเดิม หรือปรับปรุงให้ดีขึ้นกว่าเดิม ดังนั้น การพัฒนาจึงมีความสำคัญอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ตราบใดที่สิ่งแวดล้อมยังคงมีการเปลี่ยนแปลงไป การพัฒนาเป็นบริบทของการดำเนินงานในแง่ของความก้าวหน้า โดยต้องการให้เกิดการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ดีขึ้น ทั้งนี้ การพัฒนา อาจจำแนกได้ ๓ ระดับ คือ ระดับตนเอง ระดับชุมชนสังคม และระดับประเทศชาติ

^{๔๔}พุทธทาสภิกขุ (เงื่อม อินทปญโญ), *เยาวชนกับความรอดของสังคม*, (กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุภาพใจ, ๒๕๔๙), หน้า ๔๕-๔๖.

^{๔๕}วิรัช วิรัชนิการวรรณ, *ความหมายของการพัฒนา คำที่มีความหมายใกล้เคียง และแนวคิดพื้นฐานของการพัฒนา*, หน้า ๓๕.

๒.๔ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับตลาดออนไลน์

การตลาดออนไลน์ เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเจ้าของธุรกิจกับลูกค้า เป็นการลงทุนทำการตลาดที่มีราคาไม่สูง สามารถแก้ไขหรืออัปเดตข้อมูลได้เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์ หรือแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ธุรกิจต้องการให้ลูกค้าทราบ ก็สามารถทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว เกิดจากการเข้ามาของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกรรมทางการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตัวบุคคล องค์กร หรือตัวบุคคลกับองค์กร เพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ^{๖๖} ที่เกี่ยวข้องกับการกระบวนการซื้อสินค้า การขายสินค้า การจัดส่งสินค้าการแลกเปลี่ยนสินค้า หรือบริการ หรือสารสนเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ต^{๖๗} และเริ่มเข้ามาเผยแพร่ในประเทศไทยตั้งแต่ปี ๒๕๔๐ เป็นต้นมา^{๖๘} การปฏิบัติเทคโนโลยีต่างๆ ให้อยู่ในรูปของดิจิทัล ทำให้ทุกวันนี้โลกเราสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น เราสามารถสั่งซื้อสินค้าต่างๆ ทั่วทุกมุมโลกได้เพียงปลายนิ้วสัมผัส โทรศัพท์มือถือ คอมพิวเตอร์ อินเทอร์เน็ต ฯลฯ และเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น อีกทั้งหน้าที่ต่างๆ ทางอินเทอร์เน็ตทุกวันนี้จะเป็นแหล่งของข้อมูลข่าวสาร เป็นแหล่งของความบันเทิง เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสาร เป็นช่องทางในการทำธุรกรรม รวมทั้งเป็นช่องทางในการจัดจำหน่าย กล่าวคือ คนทั่วไปสามารถใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสถานที่สำหรับจับจ่ายซื้อของหรือช้อปปิ้ง สามารถส่งจดหมายอิเล็กทรอนิกส์ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่างๆ^{๖๙}

ปัจจุบันการตลาดออนไลน์เริ่มเข้ามามีบทบาทมากขึ้นกับธุรกิจ เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภค การเลือกใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์ที่เหมาะสม จึงเป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการธุรกิจควรให้ความสำคัญ เพื่อที่จะทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จได้

๑. จดหมายอิเล็กทรอนิกส์ หรือ อีเมล (Email) เป็นระบบไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ สำหรับรับและส่งจดหมายทางออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นข้อความ ตัวอักษร รูปภาพ แฟ้มข้อมูล โดยผ่านระบบไปยังเครือข่ายคอมพิวเตอร์อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถติดต่อสื่อสารเชื่อมโยงกันได้ทั่วโลก สะดวกปลอดภัย สามารถส่งและรับได้ตลอดเวลา และสามารถส่งจดหมายให้บุคคลที่ต้องพร้อมกันได้ โดย

^{๖๖}ทวิศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce). (กรุงเทพมหานคร: เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์, ๒๕๕๒).

^{๖๗}วรินทร์พิพัชร วัชรพงษ์เกษม. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา: พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, ๒๕๖๐).

^{๖๘}บัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ. การตลาดทางตรง. (ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๖๑).

^{๖๙}สุวิมล แม้นจริง. การจัดการการตลาด. (กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น, ๒๕๕๖).

ไม่จำกัดจำนวนผู้รับ ทำให้ประหยัดแรงงาน ทรัพยากร และเงินทุน^{๕๐} การทำการตลาดด้วยอีเมล เป็นเครื่องมือการตลาดที่สามารถสร้างฐานลูกค้าใหม่และรักษาฐานลูกค้าเก่าเพื่อสร้างผลกำไรที่ยั่งยืนให้กับองค์กร โดยทำให้เกิดการประหยัดต้นทุนในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ามากขึ้นกว่าเดิม อีกทั้งยังง่าย สะดวก และรวดเร็วในการดำเนินการอีกด้วย อีเมลมีประสิทธิภาพในการส่งจำนวนมากต่อการส่งหนึ่งครั้ง รูปแบบมีสีสันสวยงาม และตกแต่งให้เพิ่มความน่าเชื่อถือ ทำให้เกิดภาพพจน์ที่ดีต่อองค์กรได้ไม่ยาก^{๕๑}

๒. เว็บไซต์ เป็นส่วนที่สำคัญที่บริษัทต้องจัดทำขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการติดต่อสื่อสารกับผู้บริโภค ดังนั้นการทำการตลาดผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องออกแบบและจัดทำเว็บไซต์ขึ้นมาเสียก่อน^{๕๒} การขายสินค้าในระบบ E-Commerce จะใช้เว็บไซต์เป็นหน้าร้านในการติดต่อระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการออกแบบหน้าเว็บให้มีความประทับใจ น่าสนใจและสะดวกสำหรับผู้เข้าชมเว็บไซต์ ซึ่งเทคนิคในการออกแบบเว็บไซต์ที่เป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จของเว็บไซต์ ได้แก่ รูปลักษณ์ เนื้อหา ชุมชนเพื่อการติดต่อสื่อสาร การปรับแต่ง การติดต่อสื่อสาร การเชื่อมต่อเว็บไซต์ และการทำธุรกรรม^{๕๓}

๓. การตลาดเชิงเนื้อหา เป็นการตลาดในรูปแบบที่นำเสนอเนื้อหาที่ตรงจุด สร้างเนื้อหาหรือข่าวสารให้โดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่ง เพิ่มคุณค่า ความน่าสนใจ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ และมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า/บริการและเกิดแรงจูงใจในการซื้อสินค้า และ/หรือ อยากใช้บริการ นำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับสินค้าหรือบริการที่ตรงประเด็นดึงดูดความสนใจ เกิดการบอกต่อในโลกออนไลน์ และสามารถสร้างความต้องการ สร้างแรงจูงใจ เพิ่มทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้า/บริการ การตลาดเชิงเนื้อหา (Content Marketing) นิยมใช้ช่องทางการสื่อสารผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และจดหมายข่าว หรือ E-newsletter, VDO, Blog Post, Image/ Info graphic ผู้บริโภคชอบการทำการตลาดเชิงเนื้อหาเพราะมีประโยชน์มากกว่า ผู้บริโภคอยากซื้อสินค้าจากองค์กรที่สร้างการตลาดเชิงเนื้อหา

๔. การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จะเป็นตัวช่วยในการโปรโมทเว็บไซต์ของกิจการ และช่วยผลักดันให้เว็บไซต์ของกิจการขยับไปอยู่ในอันดับที่ดีขึ้นในเว็บไซต์ของ Google ซึ่งข้อดีของการท

^{๕๐} อธิธิวัฒน์ รัตนพองบุ๋. E-Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์. (กรุงเทพมหานคร: วิดีทัศน์, ๒๕๕๕).

^{๕๑} เรื่องเดียวกัน, บัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ การตลาดทางตรง. ๒๕๖๑.

^{๕๒} อ่างแล้ว,

^{๕๓} เรื่องเดียวกัน, ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce). ๒๕๕๒.

การตลาดบนสังคมออนไลน์ คือ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวดเร็ว ทันใจและช่วยในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการบอกต่อในหมู่คนได้อย่างง่ายดาย^{๕๔}

๕. การตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา เป็นกลยุทธ์ที่ทำให้เว็บไซต์ของเราปรากฏเป็นอันดับต้นๆ เมื่อมีคนใช้ keyword ต่างๆ ค้นหาใน search engine ถ้าเว็บไซต์ของเราอยู่ในอันดับดีมากเท่าไร คนก็จะเข้าถึงธุรกิจของเราได้ง่ายขึ้นเท่านั้น เป็นการเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าและทำให้แบรนด์เป็นที่รู้จัก^{๕๕} ซึ่งคำสำคัญ (Keyword) คือ กุญแจสำคัญที่ช่วยให้ลูกค้าเข้าสู่หน้าเว็บไซต์ ได้จากการค้นหาข้อมูล ในประเทศไทยนิยมค้นหาข้อมูลผ่านทาง Google เป็นหลัก

๒.๕ แนวคิด ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค กระบวนการตัดสินใจ ซึ่งเป็นกระบวนการปฏิบัติของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการซื้อและการใช้สินค้าหรือบริการ^{๕๖} ซึ่งมีลำดับขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ ๕ ขั้นตอน ได้แก่การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินผลก่อนการซื้อ การตัดสินใจซื้อ และการประเมินผลหลังการซื้อโดยในปัจจุบันพฤติกรรมผู้บริโภคมีลักษณะเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม เพราะความเจริญก้าวหน้าทางการสื่อสาร และเครื่องมือในการนำเสนอสินค้าและบริการมีความหลากหลายมากขึ้น การนำเสนอขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ หรือทางอินเทอร์เน็ต ก็เป็นสิ่งที่ทำให้ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป^{๕๗} ผู้บริโภคไม่ซื้อของโดยบังเอิญอีกต่อไปแล้ว คนจะมีความต้องการซื้อสินค้าอยู่ในใจและหาข้อมูลเพิ่มเติมก่อนการตัดสินใจซื้อผู้บริโภคจะวิ่งเข้าหาสินค้าที่เชื่อว่าจะเต็มเต็มความต้องการได้ รับผิดชอบต่อโฆษณาที่ไม่เกินจริงและให้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างยุติธรรม^{๕๘} พฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคตมีแนวโน้มที่จะสนใจและใช้ข้อมูลจากเว็บไซต์มากขึ้น เนื่องจากการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้สะดวก และใช้ประโยชน์จากเว็บไซต์ในการค้นหาสินค้า การสั่งซื้อสินค้า การค้นหาความคิดเห็นจากผู้ที่มีประสบการณ์จากการใช้สินค้า เป็นต้น และพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีเวลาจำกัด และเห็นความสำคัญของเวลา จึงมักเลือกซื้อสินค้า หรือสั่งซื้อสินค้าผ่านทางเว็บไซต์หรือโทร

^{๕๔} เรื่องเดียวกัน, วรินทร์พิพัชร วัชรพงษ์เกษม. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา: พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์. ๒๕๖๐.

^{๕๕} ณัฐศา สุทธิธาดา. ONLINE MARKETING ใดๆ ก็ทำได้ชนะใจลูกค้า เหนือกว่าคู่แข่ง. (กรุงเทพมหานคร: วิดีทัศน์, ๒๕๕๙).

^{๕๖} เกษศิริรินทร์ ภิญญาคง. หลักการตลาด (Principle of Marketing). (ร้อยเอ็ด: มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, ๒๕๕๔).

^{๕๗} เรื่องเดียวกัน, อธิวิวัฒน์ รัตนพองบุ. E-Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์. ๒๕๕๕.

^{๕๘} เรื่องเดียวกัน, บัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ. การตลาดทางตรง. ๒๕๖๑.

ศัพท์มือถือหรือการให้บริการส่งสินค้าถึงบ้านเพื่อช่วยประหยัดเวลาในการเดินทาง^{๕๙} แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคในอนาคตว่า ผู้บริโภคในอนาคตจะมีระดับการศึกษาที่สูงขึ้น ผู้บริโภคมีอำนาจซื้อเพิ่มขึ้น ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าหรือบริการที่ตอบสนองความต้องการในเรื่องคุณค่าของตัวเองมากขึ้น ผู้บริโภคมีความต้องการข่าวสารข้อมูลของสินค้าหรือบริการมากขึ้น ผู้บริโภคมีความต้องการสินค้าหรือบริการที่มีความง่าย สะดวกและปลอดภัยมากขึ้น ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้ามากกว่าราคา และผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องของสุขภาพและการมีชีวิตที่มีคุณภาพมากขึ้นในปี ๒๕๖๑^{๖๐} สำนักงานพัฒนาธุรกรรมอิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย (องค์การมหาชน) (สพธอ.) ได้ออกมาเปิดเผยผลการสำรวจเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตประเทศไทยในปี ๒๕๖๑ ซึ่งจากการสำรวจพบว่า คนไทยมีพฤติกรรมการใช้งานอินเทอร์เน็ตที่เพิ่มมากขึ้น โดยใช้อินเทอร์เน็ตเฉลี่ยนานขึ้นเป็น ๑๐ ชั่วโมง ๕ นาทีต่อวันเพิ่มขึ้นจากปีก่อน ๓ ชั่วโมง ๔๑ นาทีต่อวัน อีกทั้งยังนิยมใช้ Social Media ไม่ว่าจะเป็น Facebook Instagram หรือ Twitter ในระยะเวลาที่สูงมากถึง ๓ ชั่วโมง ๓๐ นาทีต่อวัน

๒.๖ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บริบทนี้ ครอบคลุมสาระว่าด้วยงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดตามลำดับ ดังนี้

สุชาดา แสงดวงดี, นนทกร ภิรมย์ภู, ณัฐนันท์ ชันศรี และนันทสิทธิ์ เนียมสังข์ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าจากเศษผ้าทอจากคุบัว” จากผลการวิจัยพบว่า การพัฒนากลยุทธ์ทางการผลิตผ้าทอจากคุบัว เริ่มจากการสำรวจความต้องการ และข้อปัญหาเบื้องต้น และสรุปวิเคราะห์ความต้องการของผู้ผลิตผ้าทอจาก จากผลสรุปดังกล่าวพบว่า ปัญหาจากปัจจัยภายในและภายนอกของกลุ่มพัฒนาอาชีพผ้าทอจากคุบัว เพื่อให้เกิดกลยุทธ์ทางการผลิตผ้าทอจากแก่กลุ่มพัฒนาอาชีพ และชาวบ้านในชุมชนคุบัว จากนั้นจึงได้นำทฤษฎีการคิดสร้างสรรค์มาปรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ โดยพัฒนาจากลวดลายของผ้าทอจากคุบัว ที่มีความงดงามตามแบบดั้งเดิมตั้งแต่สมัยโบราณ เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะสอดคล้องกับการนำทฤษฎีการสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้กล่าวไว้ ดังนี้ “การสร้างหรือผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นมานั้น จำเป็นต้องมีความแตกต่างเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ตัวผลิตภัณฑ์ เจาะกลุ่มเป้าหมายรายใหม่

^{๕๙} ปณิศา มีจินดา, ๒๕๕๓ อ่างในวุฒิ สุขเจริญ. พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior). (พิมพ์ครั้งที่ ๒). (กรุงเทพมหานคร: จี.พี.ไซเบอร์พริ้นท์, ๒๕๕๕).

^{๖๐} เกษศิริพันธ์ ภิญญาคง. หลักการตลาด (Principle of Marketing). (ร้อยเอ็ด: มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, ๒๕๕๔).

จากรายเดิมที่ยังคงเดิมไว้ แต่อาจทำให้เกิดความจำเจกับตัวผลิตภัณฑ์เดิมที่ยังไม่ได้มีความพัฒนา รูปแบบ การสร้าง“มูลค่าเพิ่ม” ที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์” ทั้งยังเป็นการเสริมสร้างความร่วมมือกันในกลุ่ม ชุมชน เพื่อให้กระบวนการผลิตผ้าทอจากคุบัวมีประสิทธิภาพมากขึ้นจากการร่วมมือระหว่าง กลุ่ม พัฒนาอาชีพ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีหน้าที่หลักในการช่วยให้คำแนะนำกับชาวบ้านในหมู่บ้านให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ทางการผลิต โดยผู้ทำวิจัยได้มีการนำทฤษฎีการมีส่วนร่วมใน ชุมชนมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการทำวิจัยครั้งนี้ควบคู่กันเพื่อให้ธุรกิจชุมชนบ้านใต้ ตำบลคุ บัว มีรายได้เข้าชุมชนมากขึ้น เสริมสร้างรายได้ให้แก่แต่ละครัวเรือนให้ได้รายได้มากขึ้นจากเดิมสอดคล้อง กับทฤษฎีธุรกิจชุมชนที่เน้นพัฒนาธุรกิจชุมชนให้มีความน่าสนใจและเสริมสร้างรายได้แก่ชุมชนและ ครัวเรือน อย่างไรก็ตาม การวิจัยครั้งนี้ มีข้อค้นพบสำคัญ คือ ผู้ผลิตผ้าทอจากในตำบลคุบัว มีความ ประสงค์เพื่อเผยแพร่กลยุทธ์ทางการผลิตผ้าทอจาก ที่ทำการพัฒนาโดยการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและ ภายนอกแล้ว แก่ชาวบ้านที่ประกอบอาชีพทอผ้าจากคุบัว หรือบุคคลภายนอกที่สนใจทำการศึกษา กลยุทธ์และกระบวนการต่าง ๆ ในทำทำธุรกิจทอผ้าทอจากคุบัว และกลุ่มพัฒนาอาชีพผ้าทอจากคุบัว ต้องการให้ผู้ทำวิจัยอธิบายและช่วยเหลือในด้านการอธิบายความรู้ความเข้าใจกลยุทธ์ในการผลิตแก่ ชาวบ้านในหมู่บ้านให้เข้าใจ และสามารถนำกลยุทธ์นี้ไปปรับใช้ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมี ประสิทธิภาพ และตกลงยินดีเข้าร่วมการพัฒนากลยุทธ์ทางการผลิตผ้าทอจากในอนาคตต่อไป^{๒๑}

รสา สุนทรายุทธ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การออกแบบผลิตภัณฑ์และการบริการสำหรับ ชุมชนหัตถกรรมท้องถิ่นผ้าจาก ไทยวน จังหวัดราชบุรี เพื่อขยายกลุ่มงานผลิตภัณฑ์ออกแบบตกแต่ง ภายในด้วยนวัตกรรมขึ้นรูปผ้าด้วยแม่พิมพ์และสิ่งทอสีเขียว” จากผลการวิจัยพบว่า การออกแบบ ผลิตภัณฑ์และการบริการสำหรับชุมชนหัตถกรรมท้องถิ่นผ้าจาก ไทยวน จังหวัดราชบุรี เพื่อขยายกลุ่ม งานผลิตภัณฑ์ออกแบบตกแต่งภายในด้วยนวัตกรรมขึ้นรูปผ้าด้วยแม่พิมพ์และสิ่งทอสีเขียว เป็น โครงการที่นำเอาภูมิปัญญางานหัตถกรรมท้องถิ่นมาใช้ร่วมกับนวัตกรรมการออกแบบในระบบ อุตสาหกรรมที่ชุมชนสามารถเข้าถึงได้ง่ายด้วยตนเอง เพื่อเป็นการเปิดตลาดสินค้าใหม่ ๆ และมีการนำ ระบบการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมมาใช้ รวมไปถึงการใช้แนวคิดการออกแบบการบริการมาช่วยจัดการ และบริหารทรัพยากรให้เกิดคุณค่าสูงสุด โดยมีผลผลิตของโครงการนี้ที่แสดงออกมาอย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่ (๑) ก่อให้เกิดแนวทางการผลิตของผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมโดยนวัตกรรมสิ่งทอสีเขียว ได้ ผลงานการย้อมผ้าและไหมธรรมชาติด้วยสีสกัดจากธรรมชาติที่มีความสวยงาม มีคุณค่าและ ปลอดภัยต่อมนุษย์และสิ่งแวดล้อม (๒) ผลงานผลิตภัณฑ์เพื่อการออกแบบตกแต่งภายในที่ประกอบ

^{๒๑}สุชาติดา แสงดวงดี, นนทกร ภิรมย์ภู, ญัฐนันท์ ชันศรี และนัทธสิทธิ์ เนียมสังข์, “การพัฒนากลยุทธ์ ผลิตภัณฑ์ผ้าจากเศษผ้าทอจากคุบัว”, งานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๑๑ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, (๑๑-๑๒ กรกฎาคม ๒๕๖๒).

ไปด้วย ตัวเก็บของ ชั้นวางของ งานตกแต่งผนัง งาน partition wall โต๊ะข้าง โคมไฟ และงานโครงสร้างบล็อกปูน จากการผสมผสานเทคนิควิธีการขึ้นรูปผ้าในแบบต่าง ๆ และ (๓) การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร แนวทางการออกแบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารและพื้นที่เรียนรู้สร้างสรรค์ รวมไปถึงต้นแบบธุรกิจที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้อีกต่อไป สำหรับแนวทางการพัฒนาต่อยอดในอนาคต สามารถทำได้โดยการนำเอากระบวนการทำงานจากโครงการวิจัยนี้มาพัฒนาสร้างสรรค์ต่อเนื่องด้านต่าง ๆ ทั้งด้านเครื่องมือ เทคนิควิธีการผลิต รวมไปถึงการกระจายสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ จัดให้เกิดกิจกรรมความร่วมมือกับกลุ่มนักออกแบบ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ต่อกัน อย่างไรก็ตาม จากการตรวจสอบข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ใช้กลุ่มเป้าหมายทำให้เกิดข้อเสนอแนะและการพัฒนาต่อยอดไปในอนาคตในด้านการนำเอารูปแบบแนวทางในการออกแบบมาพัฒนาสร้างสรรค์มากขึ้นกว่าเดิมที่เคยเป็น โดยการจัดให้เกิดกิจกรรมความร่วมมือการออกแบบกับกลุ่มนักออกแบบศิลปิน และนักเรียน นักศึกษาด้านการออกแบบเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ต่อกัน สร้างความยั่งยืนให้กับงานหัตถกรรมของชุมชน นอกจากนี้ยังมีนวัตกรรมการขึ้นรูปผ้าและการทำผ้าทอให้กันน้ำอีกมากมาย เช่น การเคลือบนาโนเทคโนโลยี เป็นต้น ซึ่งหากเทคโนโลยีเหล่านี้แพร่หลายและเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น ผู้ประกอบการเองก็สามารถปรับรูปแบบการผลิตให้เหมาะสม แปลงใหม่ สวยงาม และคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น^{๒๒}

เสรี เพิ่มชาติ อัญชลี จันทาโก วราภรณ์ ลัมเปรมวัฒนา และพฤกษ์ จิรสัตยาภรณ์ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การจัดการความรู้เพื่อสร้างสรรค์คุณค่าผ้าจากราชบุรี” จากผลการวิจัยพบว่า (๑) สภาพการณ์ ปัญหา และความคิดเห็นต่อผ้าจากราชบุรี ดังนี้ กลุ่มผู้ผลิต สภาพการณ์การผลิตผ้าจากปัจจุบันเปลี่ยนไปจากลักษณะของกลุ่มทอผ้าและศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านเป็น ๓ ลักษณะคือ แหล่งผลิตที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มผลิตและจำหน่ายทั่วไป แหล่งผลิตที่แยกตัวกันผลิตและจำหน่ายทั่วไป และแหล่งผลิตที่รวมตัวกันเป็นกลุ่มผลิตและจำหน่ายตามคำสั่งของลูกค้า ลักษณะการผลิตใช้วิธีการแบบดั้งเดิม วัสดุที่ใช้ส่วนใหญ่ เป็นใยสังเคราะห์ มีการประยุกต์ลวดลายและสีสันทันใหม่ตามความต้องการของผู้บริโภค และมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ปัญหาการผลิต ได้แก่ วัสดุมีราคาแพง ขาดคนทอผ้า วัสดุไม่ได้คุณภาพ ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการทำธุรกิจใช้ระยะเวลานานในการทอผ้า เป็นต้น และความคิดเห็นต่อผ้าจากราชบุรีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ตามลำดับ กลุ่มผู้สนับสนุน สภาพการณ์สนับสนุนโดยทั่วไป มีการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้ผ้าจากเป็นที่รู้จัก

^{๒๒}ปรา สุนทรายุทธ, “การออกแบบผลิตภัณฑ์และการบริการสำหรับชุมชนหัตถกรรมท้องถิ่นผ้าจากไทยวน จังหวัดราชบุรี เพื่อขยายกลุ่มงานผลิตภัณฑ์ออกแบบตกแต่งภายในด้วยนวัตกรรมขึ้นรูปผ้าด้วยแม่พิมพ์และสิ่งทอสีเขียว”, วารสารศิลปกรรมบูรพา, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๒).

แพร่หลาย และส่งเสริมให้เป็นสินค้าโอท็อปของจังหวัดราชบุรี โดยผ่านกิจกรรมด้านสังคม วัฒนธรรม ประเพณี กิจกรรมสร้างจิตสำนึกร่วมกันในชุมชนในโอกาสสำคัญ กิจกรรมเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการจำหน่าย ปัญหาที่กลุ่มผู้สนับสนุนตระหนัก ได้แก่ ขาดคนทอผ้า ขนาดและรูปแบบไม่มาตรฐาน การรับรู้และประชาสัมพันธ์ ขาดการรวมกลุ่มเป็นเครือข่าย พฤติกรรมการบริโภคเครื่องแต่งกายสำเร็จรูป และนโยบายการสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ชัดเจน และความคิดเห็นต่อผ้าจกราชบุรีโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ตามลำดับ กลุ่มผู้บริโภค สภาพการณ์โดยรวมผ้าจกราชบุรี ยังคงเป็นที่ต้องการของผู้บริโภคโดยเฉพาะในกลุ่มคนวัยทำงาน ด้วยความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว มีลวดลายที่สวยงาม และคุณค่าทางจิตใจ แม้จะมีราคาแพงแต่มีแนวโน้มในการบริโภคซ้ำอีก นิยมนำไปตัดเป็นเครื่องแต่งกายและเครื่องประดับ ส่วนใหญ่ซื้อผ้าจากแหล่งผลิตด้วยตนเอง ความถี่ ๗-๑๒ เดือนต่อครั้ง จำนวนซื้อครั้งละ ๒-๓ ผืน มูลค่าการซื้อตั้งแต่ ๑,๐๐๑-๓,๐๐๐ บาท มีการเปรียบเทียบราคาจากแหล่งผลิต การรับรู้ข้อมูลข่าวสารของผ้าจกโดยวิธีบอกต่อ ปัญหาการบริโภคผ้าจก ได้แก่ คุณภาพของผ้าจก ขนาดและรูปแบบไม่มาตรฐาน จำนวนและปริมาณการผลิต ลวดลายที่หลากหลายแปลกใหม่ การรับรู้และประชาสัมพันธ์ในคุณค่าผ้าจก มีราคาแพง และความคิดเห็นต่อผ้าจกราชบุรีโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ตามลำดับ^{๖๓}

ธัชพล จริยากุลธนา ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายผ้าจกไท-ยวนราชบุรี สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าจก” โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายผ้าจก ชาว ไท-ยวน ของกลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าจก หมู่ ๔ บ้านใต้ ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ลวดลายผ้าจก ไท-ยวน ของกลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าจก หมู่ ๔ บ้านใต้ ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในชุมชนจากอัตลักษณ์ลวดลายผ้าจกไท-ยวน ของกลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าจก หมู่ ๔ บ้านใต้ ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี และเพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ลวดลายผ้าจกไท-ยวน ของกลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าจก หมู่ ๔ บ้านใต้ ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลวดลายของผ้าจกชาวไท-ยวน เกิดจากการสเกียด้ายเส้นยืนขึ้นเป็นระยะตามต้องการให้เส้นด้ายพุ่งพิเศษผ่านจากอีกด้านหนึ่งไปอีกด้านตามหน้ากว้างของผ้า ความเชื่อที่ว่าผ้าชนิดเป็นของสูงจึงมีการอนุรักษ์ไว้นิยมทอใช้เป็นสไบหรือผ้าเปี่ยงทางพิธีศาสนา ลายที่เป็นเอกลักษณ์

^{๖๓} เสรี เพิ่มชาติ อัญชลี จันทาโก วราภรณ์ ลีเมปรวัฒนา และพฤกษ์ จิรสัตยาภรณ์, “การจัดการความรู้เพื่อสร้างสรรค์คุณค่าผ้าจกราชบุรี”, วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๕๖).

เฉพาะคือ ลายดอกเซีย ลายโก้งแก้ง ลายหน้าหมอน ลายนกคู่กินน้ำร่วมเต้าเป็นลายหลักเทคนิคพิเศษ คือ การจกใช้ด้ายสีดำเว้นพื้นไว้มากเพื่อจกลายหักให้มีความเด่นชัดมันคงไม่มีความ หลากหลายของ ลายประกอบ การใช้สีจะเป็นพื้นดำจกแดงและแซมเหลืองเป็นหลัก ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ลวดลายผ้าจก ไท-ยวน ของกลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าจก หมู่ ๔ บ้านใต้ ตำบลคูบัวจังหวัดราชบุรี พบว่าการสร้างแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตเพื่อหาความต้องการเบื้องต้นของ กลุ่มผู้บริโภคถึง ประเภทของผลิตภัณฑ์ สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการคือ คือผลิตภัณฑ์ประเภทรองประกอบการแต่งกาย^{๒๔}

วรรณา โขบรรดาสุข, กุลยา อนุโลก และวรลักษณ์ ทองประยูร ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าตีนจกไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี” จากผลการวิจัยพบว่า ลวดลายผ้าตีนจกซึ่งเป็นลายดั้งเดิมของชาวไท-ยวนราชบุรี มี ๘ ลาย คือ ดอกเซีย กาบ หน้าหมอน โก้งแก้ง กาบ ดอกแก้ว โก้งแก้งซ้อนเซีย กาบซ้อนหัก และหักนกคู่ ส่วนกลุ่มบ้านคุณยายซ้อน กำลังหาญ ลักษณะของลวดลายและการเรียกชื่อลาย มีความแตกต่างกันไปบ้าง แต่มี ๘ ลายเช่นเดียวกัน ได้แก่ เซียซ้อนหัก เซียซ้อนเซีย หักซ้อนหัก โก้งแก้ง หน้าหมอน เกี้ยวซ้อนกาบ ซ้อนกาบ และหักดำ ผู้วิจัยได้รวบรวมลายกราฟของผ้าตีนจก แล้วจัดเก็บอย่างเป็นระบบด้วยการจัดทำเป็นคู่มือการทอผ้าตีนจกไท-ยวนราชบุรี เผยแพร่ถ่ายทอดคู่มือไปยังกลุ่มคนที่สนใจ และจัดฝึกอบรมให้กับช่างทอผ้าตีนจกรุ่นใหม่ ได้รับความรู้ในการทอผ้าเพิ่มขึ้น สามารถทอผ้าตีนจกลายพื้นฐานได้ และลวดลายผ้าตีนจกมากขึ้น^{๒๕}

^{๒๔}ธัชพล จริยากุลธนา, “การศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายผ้าจกไท-ยวนราชบุรี สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าจก”, วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, (บัณฑิตวิทยาลัย : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, ๒๕๖๑).

^{๒๕}วรรณา โขบรรดาสุข, กุลยา อนุโลก และวรลักษณ์ ทองประยูร, “การถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าตีนจกไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี”, วารสาร สมาคมนักวิจัย, ปีที่ ๒๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๕๙).

บทที่ ๓

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดออนไลน์วิิพทุฑของกลุ่มสัฒมาซัฟผ้าซัันตัันจกตระกูลราชบุรี” มีวิธีดำเนินการวิจัยตามลัํดับ ดังนั้

- ๓.๑ รูปแบบการวิจัย
- ๓.๒ พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย
- ๓.๓ ผู้ให้ข้อมูลสัํคัญ และผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ
- ๓.๔ เครื่องมือการวิจัย
- ๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย
- ๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล
- ๓.๗ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

๓.๑ รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (R&D) ซั้ประกอบด้วย การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ดังนั้

๓.๑.๑ การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) มุ่งเน้นการศัษารวบรวมข้อมูล จากหนังสือ เอกสารและงานวิจัยที่เกัียวซัอง โดยมีซั้ตอนดังนั้

๑. ศัษาวิเคราะห์ข้อมูลจากพระไตรปิฎก หนังสือ รายงานการวิจัย และเอกสารทางวิชาการ ต่าง ๆ ที่เกัียวซัองกับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์วิิพทุฑของกลุ่มสัฒมาซัฟผ้าซัันตัันจกตระกูลราชบุรี

๒. ศัษาวิเคราะห์ข้อมูลจากพระไตรปิฎก หนังสือ รายงานการวิจัย และเอกสารทางวิชาการ ต่าง ๆ ที่เกัียวซัองกับกลยุทธ์การตลาดออนไลน์วิิพทุฑของกลุ่มสัฒมาซัฟผ้าซัันตัันจกตระกูลราชบุรี

๓.๑.๓. การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยดำเนินการดังนี้

๑. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ตามลักษณะการเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จากวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน ๑๕ ท่าน ดังนี้

ผู้นำชุมชน/ผู้นำองค์กรภาคประชาชน จำนวน ๓ ท่าน

หัวหน้าเผ่ากลุ่มชาติพันธุ์ไท-ยวน จำนวน ๓ ท่าน

ปราชญ์ชาวบ้าน/ครูภูมิปัญญาชุมชนชาติพันธุ์ไท-ยวน จำนวน ๓ ท่าน

บุคลากรของหน่วยงานภาครัฐหรือสถานศึกษาในพื้นที่ จำนวน ๓ ท่าน

สมาชิกกลุ่มสัมมาชีพ/เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการในพื้นที่ จำนวน ๓ ท่าน

๒. การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามลักษณะของการเป็นตัวแทนของกลุ่มที่เหมาะสม จำนวน ๑๐ ท่าน ดังนี้

ผู้นำชุมชน/ผู้นำองค์กรภาคประชาชน จำนวน ๒ ท่าน

หัวหน้าเผ่ากลุ่มชาติพันธุ์ไท-ยวน จำนวน ๒ ท่าน

ปราชญ์ชาวบ้าน/ครูภูมิปัญญาชุมชนชาติพันธุ์ไท-ยวน จำนวน ๒ ท่าน

บุคลากรของหน่วยงานภาครัฐหรือสถานศึกษาในพื้นที่ จำนวน ๒ ท่าน

สมาชิกกลุ่มสัมมาชีพ/เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการในพื้นที่ จำนวน ๒ ท่าน

๓.๑.๓ การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยดำเนินการดังนี้

การวิจัยครั้งนี้ มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ การสร้างช่องทางการตลาด (Marketing) จำนวน ๕๐ คน โดยใช้แบบประเมินผลการปฏิบัติการ (รายตัวชี้วัด) ในการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ที่สอดคล้องกับโครงสร้างทางสังคมของชุมชนในยุค New Normal ประกอบด้วย

๑. ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน ๕ คน

๒. หัวหน้าหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน จำนวน ๕ คน

๓. สมาชิกกลุ่มสัมมาชีพ/เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการในพื้นที่ จำนวน ๒๐ คน

๔. ประชาชนกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ยวน จำนวน ๒๐ คน

๓.๒ พื้นที่ในการศึกษาวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ กำหนดพื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย คือ ชุมชนไท-ยวน ราชบุรี จำนวน ๘ ชุมชน ประกอบด้วย

๑. ชุมชนไท-ยวน บ้านคูบัว จังหวัดราชบุรี
๒. ชุมชนไท-ยวน บ้านดอนตะโก จังหวัดราชบุรี
๓. ชุมชนไท-ยวน บ้านหนองโพ จังหวัดราชบุรี
๔. ชุมชนไท-ยวน บ้านบางกะโด จังหวัดราชบุรี
๕. ชุมชนไท-ยวน บ้านดอนแร่ จังหวัดราชบุรี
๖. ชุมชนไท-ยวน บ้านห้วยไผ่ จังหวัดราชบุรี
๗. ชุมชนไท-ยวน บ้านหนองปลาหมอ จังหวัดราชบุรี
๘. ชุมชนไท-ยวน บ้านรางบัว จังหวัดราชบุรี

โดยทั้ง ๘ ชุมชน ล้วนเป็นชุมชนกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ยวน ในพื้นที่จังหวัดราชบุรี ที่มีผลผลิตทางวัฒนธรรมผ้าจากไท-ยวน หรือมรดกวัฒนธรรมผ้าขึ้นต้นจกตระกูลราชบุรี ซึ่งแสดงให้เห็นถึงภูมิความรู้หรือภูมิปัญญาของชุมชนชาติพันธุ์ไท-ยวน ที่มีเอกลักษณ์และมีคุณค่าซึ่งเกิดขึ้นในอดีตและได้รับการสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่อีกรุ่นหนึ่ง จนเป็นที่ยอมรับ

๓.๓ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ และผู้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ

การวิจัยครั้งนี้ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) และผู้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ดังนี้

๓.๓.๑ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) จากวิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามลักษณะการเป็นตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จำนวน ๑๕ ท่าน ประกอบด้วย

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/หน้าที่
๑. ดร.นภสร ไตรกศรี	วัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี
๒. นายสาโรจน์ มูลมาก	นายกองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่

๓. อาจารย์อำนวย บุญณรงค์	ข้าราชการบำนาญ (อาชีพครู) ประธานวัฒนธรรมตำบลหนอง ปลาหมอ
๔. คุณอุไร พรหมพรวน	ปราชญ์ชุมชนรางบัว
๕. คุณอุทัย พักแพง	แพทย์ประจำตำบลห้วยไผ่
๖. คุณนิภา มณีจันทร์	ประธานศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้าน วัดนาหนอง
๗. คุณนพพร สมัยสมภาพ	ปราชญ์ชาวบ้าน
๘. คุณพนมศักดิ์ ศรีคำ	ปราชญ์ชาวบ้านรางบัว
๙. คุณสุนันท์ พวงมาลัย	กลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกรางบัว
๑๐. คุณจุฬาลักษณ์ มณีจันทร์	สมาชิกช่างทอศูนย์ทอผ้าขึ้นตีนจก วัดนาหนอง
๑๑. คุณทองดำ จาโสด	สมาชิกกลุ่มทอผ้า
๑๒. คุณศศิณีภา ไพร์ทอง	สมาชิกกลุ่มทอผ้า
๑๓. คุณพิมพ์วิทย์ อัจฉิกรณ์	สมาชิกช่างทอ
๑๔. คุณปัญญา ฝอยทอง	สมาชิกช่างทอ
๑๕. คุณนภา ศรีจันทร์เพ็ญ	ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น

๓.๓.๒ ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)

ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) โดยการสุ่มแบบแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามลักษณะของการเป็นตัวแทนของกลุ่มที่เหมาะสม จำนวน ๑๐ ท่าน ประกอบด้วย

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/หน้าที่
๑. นายสาโรจน์ มูลมาก	นายกองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่
๒. คุณดลตววรรณ มณีจันทร์	รองประธานกลุ่มทอผ้าวัดนาหนอง

- | | |
|--------------------------|-----------------------------|
| ๓. อาจารย์อำนวย บุญณรงค์ | ข้าราชการบำนาญ (อาชีพครู) |
| | ประธานวัฒนธรรมตำบลหนอง |
| | ปลาหมอ |
| ๔. คุณอุไร พรหมพรวน | ปราชญ์ชุมชนรางบัว |
| ๕. คุณอุทัย พักแพง | แพทย์ประจำตำบลห้วยไผ่ |
| ๖. คุณนิภา มณีจันทร์ | ประธานศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้าน |
| | วัดนาหนอง |
| ๗. คุณนพพร สมัยสมภาพ | ปราชญ์ชาวบ้าน |
| ๘. คุณพนมศักดิ์ ศรีคำ | ปราชญ์ชาวบ้านรางบัว |
| ๙. คุณสุนันท์ พวงมาลัย | กลุ่มทอผ้าขึ้นต้นจรงรางบัว |
| ๑๐. คุณนภา ศรีจันทร์เพ็ญ | ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น |

๓.๓.๓ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Action Research)

การวิจัยครั้งนี้ มีผู้เข้าร่วมกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ ตามลักษณะของการวิจัยปฏิบัติการ (Action Research) ในกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ “การสร้างช่องทางการตลาด (Marketing)” จำนวน ๕๐ คน ประกอบด้วย

๑. ผู้ทรงคุณวุฒิ/ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด จำนวน ๕ คน
๒. หัวหน้าหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน จำนวน ๕ คน
๓. สมาชิกกลุ่มสัมมาชีพ/เจ้าของกิจการ/ผู้ประกอบการในพื้นที่ จำนวน ๒๐ คน
๔. ประชาชนกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ยวน จำนวน ๒๐ คน

๓.๔ เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) และแบบบันทึกรายละเอียดผลการปฏิบัติการ (รายตัวชี้วัด) โดยมีลักษณะของเครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

๓.๔.๑ ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) และแบบบันทึกรายละเอียดผลการปฏิบัติการ (รายตัวชี้วัด) ซึ่งมีลักษณะดังนี้

๑. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่ระลึกจากภูมิปัญญามรดกทางวัฒนธรรมของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี มีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่รอบด้านและลึกซึ้ง นำไปสู่การสนทนา ซึ่งผู้ให้ข้อมูลมีบทบาทกำหนดทิศทางการสนทนาร่วมกับผู้สัมภาษณ์เพื่อบรรลุเป้าหมายในการทำความเข้าใจประเด็นคำถามร่วมกันตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

๒. การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)

แบบสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) เพื่อออกแบบวิธีการที่เหมาะสมในการจัดอบรมการพัฒนาฝีมือเพื่อยกระดับทักษะการผลิตสินค้าในเชิงสร้างสรรค์ที่มีมูลค่าเพิ่ม ในชุมชนเป้าหมาย จากผู้ที่เข้าร่วมการสนทนากลุ่ม (ขนาดกลาง) โดยการอภิปรายโต้ตอบแสดงความเห็น/เล่าเรื่องประสบการณ์ ตามประเด็นที่ผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) กำหนดขึ้นมาอย่างเจาะจงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ข้อมูลหลังไหลออกมาจากการปฏิสัมพันธ์ในแนวราบระหว่างสมาชิกในกลุ่มด้วยกันเองและระหว่างกลุ่มสมาชิกกลุ่มกับผู้ดำเนินการสนทนา

๓. แบบบันทึกรายละเอียดผลการปฏิบัติการ (รายตัวชี้วัด)

แบบประเมินผลการปฏิบัติการ (รายตัวชี้วัด) สำหรับค้นหาความจริงในกรอบวิธีการปฏิบัติงานกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ “การสร้างช่องทางการตลาด (Marketing)” ในลักษณะของการวิจัยปฏิบัติการ (Action Research) โดยออกเป็น ๒ ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ลักษณะเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ ๒ แบบประเมินผลการปฏิบัติการ (รายตัวชี้วัด) รวม ๔ ด้าน ลักษณะมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ๕ ระดับ ประกอบด้วย

ประเมินบริบท (Context Evaluation) มีคำถามจำนวน ๓ ข้อ

ประเมินปัจจัยนำเข้า (Input Evaluation) มีคำถามจำนวน ๑๒ ข้อ

ประเมินกระบวนการ (Process Evaluation) มีคำถามจำนวน ๑๐ ข้อ

ประเมินผลผลิต (Product Evaluation) มีคำถามจำนวน ๕ ข้อ

มีเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

๕ หมายถึง มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับ มากที่สุด

๔ หมายถึง มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับ มาก

๓ หมายถึง มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับ ปานกลาง

๒ หมายถึง มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับ น้อย

๑ หมายถึง มีระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับ น้อยที่สุด

สำหรับในตอนท้าย ๒ นี้มีการแปลความหมายของค่าเฉลี่ยโดยยึดเกณฑ์^๑ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๔.๕๐-๕.๐๐ หมายความว่า ระดับความคิดเห็น มากที่สุด

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๓.๕๐-๔.๔๙ หมายความว่า ระดับความคิดเห็น มาก

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๒.๕๐-๓.๔๙ หมายความว่า ระดับความคิดเห็น ปานกลาง

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๑.๕๐-๒.๔๙ หมายความว่า ระดับความคิดเห็น น้อย

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ ๑.๐๐-๑.๔๙ หมายความว่า ระดับความคิดเห็น น้อยที่สุด

๓.๔.๒ ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) และแบบบันทึกรายละเอียดผลการปฏิบัติการ (รายตัวชี้วัด) ซึ่งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

๑. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางการกำหนดกรอบแนวคิดสำหรับการสร้างเครื่องมือการวิจัย

๒. กำหนดกรอบแนวคิดในการสร้างเครื่องมือการวิจัย

๓. สร้างเครื่องมือ และนำเสนอร่างเครื่องมือการวิจัยต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบ โดยดำเนินการหาความเที่ยงตรง (Validity) ซึ่งเป็นผลจากการนำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมในภาพรวมด้านเนื้อหา ภาษา และความครอบคลุม

^๑ประกอบ กรรณสูตร, สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์, พิมพ์ครั้งที่ ๓, (กรุงเทพมหานคร: ด่านสุทธาการพิมพ์, ๒๕๔๒), หน้า ๑๐๘.

แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไขให้เหมาะสม ทั้งนี้ ผู้เชี่ยวชาญทั้ง ๕ ท่าน ที่ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (CVI)^๒ ประกอบด้วย

- | | |
|---------------------------------------|---|
| ๑. พระครูวิสุทธาจารย์นันทคุณ, ผศ. ดร. | วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช-
วิทยาลัย |
| ๒. รศ.ดร.ศุภณัฐ ทรัพย์นาวิน | ประธานหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร
มหาบัณฑิต (รป.ม.)
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี |
| ๓. ผศ.ดร.วิภาวดี เผือกบัวขาว | คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี |
| ๔. ดร.เทวี มณีรัตน์ | สาขาวัตกรรมการเกษตร
และการจัดการ (วิชาเอกการจัดการ
ศัตรูพืช)
คณะทรัพยากรธรรมชาติ
มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ |
| ๕. ผศ.ดร.สาโรจน์ เผือกบัวขาว | อาจารย์เกษียร
(จากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี) |

โดยผลการใช้ดัชนีวัดความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา ได้ค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาทั้งฉบับ (Content Validity for Scale , S-CVI) มีค่าตั้งแต่ ๐.๘๐ ขึ้นไป พร้อมกันนี้ได้นำความคิดเห็นและข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข แล้วจึงนำไปใช้จริงเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

๓.๕ การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) และกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Action) ดังนี้

^๒Wynd C.A., Schmidt B., & Schaefer M.A., “ Two Quantitative Approaches for Estimating Content Validity”, *Western Journal of Nursing Research*, 25(2003): 508-518.

๓.๕.๑ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) มีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

๑. ขั้นเตรียมการสัมภาษณ์ คือ การเตรียมความพร้อมก่อนลงพื้นที่เพื่อรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้เริ่มต้นด้วยการนัดหมายวันเวลาที่จะสัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลหลัก พร้อมกับเตรียมเอกสาร และศึกษาวิธีใช้เครื่องบันทึกเสียง สมุดบันทึก และอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้พร้อมก่อนดำเนินการสัมภาษณ์

๒. ขั้นดำเนินการด้านเอกสาร คือ ผู้ศึกษาวิจัยได้นำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากต้นสังกัด (มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี) ไปถึงผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อขออนุญาตเก็บข้อมูลเพื่อการศึกษาวิจัย

๓. ขั้นดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก คือ การปฏิบัติการเก็บข้อมูลเพื่อการวิจัยโดยการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก โดยคณะผู้วิจัยจะสนทนาร่วมกันกับผู้ให้ข้อมูลหลัก แจ้งวัตถุประสงค์ของการสัมภาษณ์ อธิบายเหตุผลและขออนุญาตใช้เครื่องบันทึกเสียงในขณะที่สัมภาษณ์ ขออนุญาตใช้กล้องถ่ายรูปเพื่อใช้อ้างอิงในการสัมภาษณ์ รวมทั้งแจ้งให้ทราบว่าข้อมูลต่าง ๆ ที่บันทึกเสียงไว้คณะผู้วิจัยจะเก็บไว้เป็นความลับ หากผู้ให้สัมภาษณ์ไม่ประสงค์ที่จะให้บันทึกเสียงในช่วงใด คณะผู้วิจัยจะไม่ทำการบันทึกเสียงไว้

๓.๕.๒ การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)

การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) มีการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

๑. ขั้นการประสานงาน คือ การติดต่อผู้ทรงคุณวุฒิในเบื้องต้นทั้งทางโทรศัพท์และด้วยตนเองเพื่อแนะนำตัวผู้วิจัย ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการทำวิจัย และขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะเพื่อให้ข้อมูลที่เกื้อกูลต่อการวิจัยครั้งนี้

๒. ขั้นการเตรียมการ คือ การนำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลจากมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี ซึ่งเป็นหน่วยงานต้นสังกัดของผู้วิจัย เพื่อขอให้ผู้ทรงคุณวุฒิเข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ

๓. ขั้นดำเนินการสนทนากลุ่มเฉพาะ คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพที่กระตุ้นให้สมาชิกในกลุ่มสนทนาขนาดกลาง ได้อภิปรายโต้ตอบแสดงความเห็น/เล่าเรื่องประสบการณ์ ตามประเด็นที่ผู้ดำเนินการสนทนากำหนดขึ้นมาอย่างเจาะจงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อให้ได้

ข้อมูลหลังไหล (Flow) ออกมาจากการปฏิสัมพันธ์ในแนวราบระหว่างสมาชิกในกลุ่มผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะด้วยตนเอง และระหว่างผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะกับผู้ดำเนินการสนทนา

๓.๕.๓ กิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Action)

กิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Action) การสร้างช่องทางการตลาด (Marketing) ซึ่งเป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลักษณะของการวิจัยปฏิบัติการ (Action Research) โดยการประเมินผลปฏิบัติการ (รายตัวชี้วัด) ในการดำเนินงานสร้างช่องทางการตลาด (Marketing)

๓.๖ การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ได้นำข้อมูลเชิงเอกสาร (Documentary Research) และที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) ไปวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ดังนี้

๓.๖.๑ ข้อมูลจากการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research)

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการศึกษาเอกสารต่าง ๆ อย่างเป็นระบบและมีความเชื่อมโยงกัน

๓.๖.๒ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยผู้วิจัยพยายามรักษาสำนวนเดิมของผู้ให้สัมภาษณ์รวมทั้งปรับแก้ให้มีความชัดเจนทางการสื่อสาร ความหมาย และลดข้อความที่ซ้ำซ้อนกัน

๓.๖.๓ ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) ที่ประกอบด้วยผู้ดำเนินการสนทนา (Moderator) ผู้จดบันทึก (Note Taker) ผู้ช่วยทั่วไป (Assistant) และผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งใช้หัวข้อสนทนาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย และวิเคราะห์โดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

๓.๖.๔ ข้อมูลจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research)

การวิเคราะห์ข้อมูลจากกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ (Action) เป็นการวิเคราะห์กระบวนการปฏิบัติงาน ซึ่งครอบคลุม Input - Process - Output - Outcome (รายตัวชี้วัด) ร่วมกับสถิติอ้างอิงจะ

ใช้เพื่ออธิบายความพึงพอใจ และค้นหาความจริงจากการปฏิบัติงาน ตามรูปแบบของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research)

๓.๗ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ซึ่งเป็นข้อมูลจากการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ครอบคลุม Input - Process - Output - Outcome (รายตัวชี้วัด) ร่วมกับสถิติอ้างอิงประกอบด้วย

๑. ค่าร้อยละ (Percentage)^๓ ดังนี้

$$P = \frac{X \times 100}{N}$$

P คือ ค่าร้อยละ

X คือ จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

N คือ จำนวนประชากร

๒. ค่าเฉลี่ย (Mean) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย (Mean)^๔

$$\bar{X} = \frac{\sum fx}{N}$$

$\bar{X}$ คือ ค่าเฉลี่ย

$\sum fx$ คือ ผลรวมของผู้ตอบแบบสอบถาม

N คือ จำนวนประชากร

๓. ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ดังนี้

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)^๕

^๓นิภา เมธาวีชัย, *วิทยาการวิจัย*, (กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏธนบุรี, ๒๕๔๓), หน้า ๑๒๘.

^๔สงศรี ชมภูวงศ์, *การวิจัย*, (นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, ๒๕๔๗), หน้า

๕๕.

^๕ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, *เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา*, (กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น, ๒๕๔๐), หน้า ๕๓.

$$S = \sqrt{\frac{N \sum fx^2 - (\sum fx)^2}{N(N-1)}}$$

S คือ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

$\sum fx$ คือ ผลรวมของผู้ตอบแบบสอบถามแต่ละระดับ

N คือ จำนวนประชากร

ทั้งนี้ นอกจากการวิเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวข้างต้นแล้ว ยังแสดงหลักฐานเพิ่มเติมอื่น ๆ เช่น
รูปภาพ เป็นต้น



บทที่ ๔

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดออนไลน์วิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกุลราชบุรี” มีวัตถุประสงค์เพื่อ ๑) ศึกษาการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกุลราชบุรี ๒) สร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกุลราชบุรี และ ๓) พัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกุลราชบุรี ซึ่งเป็นการวิจัยและพัฒนา (R&D) สามารถนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยเชิงเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) และการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) อย่างเป็นระบบและมีความเชื่อมโยงกัน ดังนี้

๔.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกุลราชบุรี

๔.๒ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกุลราชบุรี

๔.๓ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกุลราชบุรี

๔.๔ องค์ความรู้จากการวิจัย

๔.๔.๑ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย

๔.๔.๒ องค์ความรู้ที่สังเคราะห์ได้จากการวิจัย

๔.๑ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่ม สัมมาชีพผ้าขึ้นดินจกตระกูลราชบุรี

๔.๑.๑ สินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นดินจกตระกูล ราชบุรีที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค

๑. **หน้าร้าน :** ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านราชบุรี วัดนาหนอง เป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายผ้าจก ผ้าพื้นเมืองของคนในชุมชน โดยผ้าทอไทยวน เป็นผ้าทอที่มีความประณีต สวยงาม และมีความเป็นเอกลักษณ์ทำให้ผ้าทอไท-ยวนของ จังหวัดราชบุรี มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง รวมทั้งมีการจัดตั้งตลาดไท-ยวน วัดนาหนอง เป็นแหล่งจำหน่ายใช้สอยสินค้าพื้นเมือง สินค้าการเกษตรของคนในชุมชน เพื่อส่งเสริมให้คนในชุมชนนำสินค้ามาจำหน่าย อาทิ พืชผักสวนครัว อาหาร ซึ่งจะเป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้คนในชุมชน นอกจากนี้มีการจัดงานวัฒนธรรมและประเพณีเป็นประจำทุกปี อาทิ ประเพณีบุญเดือน ๓ (ตักบาตรข้าวต้มมัด) ประเพณีที่ ๑ ปีมีครั้งเดียว ซึ่งสืบทอดมาจกบรรพบุรุษมากกว่า ๘๒ ปี ประเพณีตักบาตรเทโว สงกรานต์ ถวายสลากภัตแด่พระสงฆ์ ซึ่งทำให้ชุมชนสงบสุขไม่มีปัญหาต่างๆ อาทิ ยาเสพติด ลักขโมย อาชญากรรม เกิดขึ้นในชุมชน ปัจจุบันชุมชนคุณธรรมวัดนาหนอง มีจุดเด่นที่เป็นไฮไลต์ หรือเสน่ห์ของชุมชนฯ ซึ่งจะทำให้นักท่องเที่ยวสนใจที่จะมาเที่ยวในชุมชนฯ คือ มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม ประเพณีที่โดดเด่น อาทิ จุดชมรอยพระพุทธบาทบนเขาวัดนาหนอง สะพานไม้ไผ่ (สระบัว-นาข้าว) มีโฮมสเตย์ ที่พัก และโรงแรม ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าพักได้ในชุมชน หรือชุมชนใกล้เคียง โดยมีบรรยากาศแบบท้องถิ่น สัมผัสกลิ่นอายธรรมชาติ และร่วมทำอาหารชาติพันธุ์กับเจ้าของบ้าน นอกจากนี้มีเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน อำเภอ จังหวัดอื่นๆ อาทิ กาตวิถีชุมชนคูบัว อำเภอเมือง ตลาดนัดไธ้ะปอย อำเภอสวนผึ้ง ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดขนอน อำเภอโพธาราม และอุทยานหินเขางู อำเภอเมือง เป็นต้น ซึ่งนับเป็นชุมชนคุณธรรมฯ ที่มีความพร้อมและโดดเด่นในทุกด้าน นับเป็นตัวอย่างในการสร้างสังคมแห่งความสงบสุขอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นดินจกตระกูลราชบุรี^๑

๒. **องค์การบริหารส่วนตำบล :** หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่นให้การส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ และการจำหน่ายผ้าขึ้นดินจกทุกชนิด ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลคูบัว องค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองโพ-บางกะโด นอกจากนี้มีเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน อำเภอ จังหวัดอื่นๆ อาทิ กาตวิถีชุมชนคูบัว อำเภอเมือง ตลาดนัดไธ้ะปอย อำเภอสวนผึ้ง ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก พิพิธภัณฑ์

^๑ รัฐบาลไทย. **ด้านวัฒนธรรมท่องเที่ยวฯ**. <https://shorturl.asia/nzBYK> ๙ มิถุนายน ๒๕๖๖

หนังใหญ่วัดขนอน อำเภอโพธาราม และอุทยานหินเขางู อำเภอเมือง เป็นต้น ซึ่งนับเป็นชุมชนคุณธรรมฯ ที่มีความพร้อมและโดดเด่นในทุกด้าน นับเป็นตัวอย่างในการสร้างสังคมแห่งความสงบสุขอย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี^๒

๓. OTOP ผ้าไทยในจังหวัดราชบุรี : กรมการพัฒนาชุมชนได้ลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมกับสภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์ จัดทำโครงการ “สืบสาน อนุรักษ์ศิลปผ้าไทย ดำรงไว้ในแผ่นดิน” มีวัตถุประสงค์เพื่อสืบสานพระราชปณิธานสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง ที่ทรงอนุรักษ์ส่งเสริม และเชิดชูอัตลักษณ์คุณค่าผ้าไทย ทำให้ผ้าไทยคงอยู่คู่แผ่นดิน และเพิ่มรายได้ให้ผู้ประกอบการ OTOP ในประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดราชบุรีได้จัดทำแค็ตตาล็อกผ้าไทย ประจำจังหวัดราชบุรี เพื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้สนใจได้สั่งซื้อผ้าจากผู้ประกอบการ OTOP ในจังหวัดราชบุรี^๓

๔. ตลาดออนไลน์ : เพจ ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี การตลาดออนไลน์ เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเจ้าของธุรกิจกับลูกค้า เป็นการลงทุนทำการตลาดที่มีราคาไม่สูง สามารถแก้ไขหรืออัปเดตข้อมูลได้เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์ หรือแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ธุรกิจต้องการให้ลูกค้าทราบ ก็สามารถทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว เกิดจากการเข้ามาของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งเป็นการดำเนินธุรกรรมทางการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตัวบุคคล องค์กร หรือตัวบุคคลกับองค์กร เพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ^๔ ที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการซื้อสินค้า การขายสินค้า การจัดส่งสินค้าการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ หรือสารสนเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ตการสร้างช่องทางสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี สร้างแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าขึ้นตีนจก มีการทอผ้าขึ้นให้มีลวดลายที่ทันสมัยหลากหลาย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด และหน่วยงาน

^๒ เรื่องเดียวกัน, รัฐบาลไทย. **ด้านวัฒนธรรมท่องเที่ยว**. <https://shorturl.asia/nzBYK> ๙ มิถุนายน ๒๕๖๖.

^๓ ประชาสัมพันธ์. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดราชบุรีเชิญชวนผู้สนใจสั่งซื้อผ้าจากผู้ประกอบการ OTOP. <https://shorturl.asia/79HGr> ๙ มิถุนายน ๒๕๖๖

^๔ ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. **พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)**. (กรุงเทพมหานคร: เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์, ๒๕๕๒).

^๕ วรินทร์พิพัชร วัชรพงษ์เกษม. **เอกสารประกอบการสอนรายวิชา: พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์**. (บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, ๒๕๖๐).

ภาครัฐควรมีส่วนช่วยสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ การนำผลการการวิเคราะห์จากผลการวิจัยของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้าทำวิจัยพื้นที่ไปใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าขึ้นตีนจก ทั้งนี้กลุ่มผู้วิจัยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าขึ้นตีนจกในการนำมาใช้ประโยชน์ใหม่ อาทิ กระเป๋า ยามสะพาย เป็นต้น^๖ ประชาชนผู้ผลิตผ้าขึ้นตีนจกตราขบุรียังไม่เข้าในระบบตลาดแนวใหม่^๗ การตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จะเป็นตัวช่วยในการโปรโมทเว็บไซต์ของกิจการ และช่วยผลักดันให้เว็บไซต์ของกิจการขยับไปอยู่ในอันดับที่ดีขึ้นในเว็บไซต์ของ Google ซึ่งข้อดีของการทำการตลาดบนสื่อสังคมออนไลน์ คือ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวดเร็ว ทันใจและช่วยในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการบอกต่อในหมู่ญาติได้อย่างง่ายดาย^๘

๔.๑.๒ การวิเคราะห์ SWOT Analysis ตลาดผ้าขึ้นตีนจกตราขบุรี

จากการลงพื้นที่ศึกษาการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตราขบุรี สามารถการวิเคราะห์ SWOT Analysis ตลาดผ้าขึ้นตีนจกตราขบุรี ได้ดังนี้

การวิเคราะห์ SWOT Analysis ตลาดผ้าขึ้นตีนจกตราขบุรี

แผนภาพที่ ๔.๑ การวิเคราะห์ SWOT Analysis ตลาดผ้าขึ้นตีนจกตราขบุรี

จุดแข็งของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจก ตราขบุรี	จุดอ่อนของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจก ตราขบุรี
๑. ด้านทรัพยากรบุคคล คนในชุมชนมีฝีมือผลิตผ้าทอจกที่มีงานคุณภาพและมีเอกลักษณ์	๑. ด้านทรัพยากรบุคคลขาดผู้สืบทอดวิธีการทอผ้าเนื่องจากคนรุ่นหลังไม่ให้ความสนใจในการสืบทอดอาชีพทอผ้าต่อไป
๒. ด้านการเงินการผลิตผ้าทอจก สามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และนำเงินที่ได้ใช้นั้นมาหมุนเวียนในกระบวนการผลิต	๒. ด้านการเงินรายได้ที่ได้จากการทอผ้าจกไม่มีความแน่นอน คนในชุมชนส่วนใหญ่มีฐานะปานกลางจนถึงยากจนบางกลุ่มกล่าวว่า วัสดุที่ใช้มีราคาสูงขึ้น
๓. ด้านการตลาด จังหวัดตราขบุรีมีสถานที่จัดแสดงผ้าทอกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตราขบุรี	

^๖ สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒, นายกองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^๗ สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๓, ช่างทอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^๘ เรื่องเดียวกัน, วรินทร์พิพัชร วัชรพงษ์เกษม. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา: พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์. ๒๕๖๐.

ราชบุรี เพื่อให้ชาวบ้านนำผ้าของแต่ละครอบครัวมาจัดวางและจำหน่าย ๔. ด้านการผลิตกระบวนการผลิตมีข้อได้เปรียบเนื่องจากแต่ละครัวเรือนมีอุปกรณ์ทอผ้าเป็นของตัวเอง และมีผู้เชี่ยวชาญด้านการทอผ้าจกมาจัดการดูแลการผลิตด้วยตนเอง	๓. ด้านการตลาดมีการจัดแสดงผ้าเฉพาะภายในชุมชนทำให้การขายตลาดทำได้ยาก ๔. ด้านการผลิตมีความล่าช้า ผู้ผลิตอยู่ในช่วงอายุที่สูงและเป็นงานฝีมือที่ต้องใช้ความพิถีพิถันไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า ๕. ด้านการจัดการระบบการบริหารจัดการไม่มีระบบที่มีประสิทธิภาพ
โอกาสของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจก ตระกูลราชบุรี ๑. ด้านเศรษฐกิจองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่เข้ามาช่วยเหลือทางด้านของเงินทุนและสร้างร้านสวัสดิการรัฐให้ชาวบ้านในชุมชนได้ใช้ประโยชน์ ๒. ด้านสังคม/วัฒนธรรมผ้าทอจกมีลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ที่คนในชุมชนได้รักษาเอาไว้ทำให้มีกลุ่มลูกค้าที่ชื่นชอบในลวดลายผ้าทอจกคุณบัวมาซื้อผลิตภัณฑ์เป็นประจำ ๓. ด้านเทคโนโลยีมีการนำเทคโนโลยีสารสนเทศเพจทางเฟซบุ๊กชื่อ “ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี” เพื่อประชาสัมพันธ์สร้างความรู้จักให้กับลูกค้าและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ๔. ด้านคู่แข่งผลิตภัณฑ์กลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ได้เปรียบเรื่องลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ยากต่อการเลียนแบบ	อุปสรรคของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจก ตระกูลราชบุรี ๑. ด้านเศรษฐกิจอยู่ในช่วงถดถอย ไม่แน่นอนทำให้การซื้อขายผลิตภัณฑ์ผ้าทอจกในปัจจุบันลดลงอย่างเห็นได้ชัด ๒. ด้านสังคม/วัฒนธรรมลวดลายที่นำมาถักทอในผ้าทอกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี เป็นลวดลายที่มีมาตั้งแต่สมัยโบราณส่วนใหญ่เป็นลวดลายดั้งเดิม ไม่มีการพัฒนาเป็นลวดลายใหม่ๆ ทำให้ไม่เจอะตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่ๆ ที่เป็นในสมัยนี้ ๓. ด้านเทคโนโลยีขาดเทคโนโลยีด้านการผลิตที่ทันสมัย ทำให้การผลิตในแต่ละครั้งใช้เวลานานไม่พอต่อความต้องการของลูกค้า ๔. ด้านคู่แข่งมีคู่แข่งทางการค้าในธุรกิจประเภทผ้าทอจกจำนวนมาก ทั้งระดับภูมิภาคและระดับจังหวัดที่ชาวไทย-ยวนอาศัยอยู่

การพัฒนากลยุทธ์ทางการผลิตผ้าทอจากคุบัว

ได้นำข้อมูลที่ได้มาจากการสัมภาษณ์แบบสนทนากลุ่มมาพัฒนาเป็นกลยุทธ์ทางการแบบ TOWS Matrix ได้ดังนี้

กลยุทธ์ที่ ๑ S+O (Strength + Opportunities) หรือแผนกลยุทธ์เชิงรุก เนื่องจากธุรกิจกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี มีจุดแข็งในเรื่องของการมีผู้เชี่ยวชาญที่ผลิตผ้าทอจากด้วยตัวเอง มีศูนย์จัดแสดงผลิตภัณฑ์ทั้งยังมีเอกลักษณ์ที่เป็นลวดลายดั้งเดิมของผ้าทอจาก เมื่อนำมารวมกับโอกาสที่มีทั้งการช่วยเหลือของทางภาครัฐ นั้นทำให้เป็นประโยชน์แก่กลุ่มพัฒนาอาชีพ และชาวบ้านในชุมชนคุบัวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ที่ ๒ S+T (Strength + Threats) หรือแผนกลยุทธ์เชิงป้องกันเนื่องจากมีจุดแข็งในด้านการมีผู้เชี่ยวชาญที่รู้จักวิธีการทอผ้าจาก แต่มีด้านอุปสรรคที่เศรษฐกิจช่วงนี้อยู่ในช่วงไม่แน่นอน ทั้งยังไม่มีการพัฒนาเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย ทำให้อาจต้องควบคุมกระบวนการผลิตให้อยู่ในปริมาณที่เหมาะสม เพื่อลดความเสี่ยงในการจำหน่าย

กลยุทธ์ที่ ๓ W+O (Weakness + Opportunities) หรือ แผนกลยุทธ์เชิงแก้ไขเนื่องด้วยจุดอ่อน และโอกาสมีปริมาณที่สูง จึงต้องหลีกเลี่ยงการเกิดจุดอ่อน เพื่อเพิ่มโอกาสในการผลิตผ้าทอจาก โดยมีจุดอ่อน คือ การมีผลผลิตที่ซ้ำในการผลิตแต่ละครั้ง แต่ยังได้รับการสนับสนุนจากทางภาครัฐที่คอยช่วยสนับสนุนอยู่

กลยุทธ์ที่ ๔ W+T (Weakness + Threats) หรือแผนกลยุทธ์เชิงตั้งรับเนื่องจากจุดอ่อน และอุปสรรคสูงทั้งคู่ การพัฒนาจึงสามารถทำได้แต่ใช้ระยะเวลาเพราะเศรษฐกิจ ภายในประเทศยังไม่คงที่การพัฒนากระบวนการผลิตจึงอาจใช้ระยะเวลานาน

สรุปได้ว่า การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี การสร้างตลาดชุมชนและสหกรณ์ขึ้นในท้องถิ่น เพื่อจัดจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจกราชบุรี และสร้างตลาดออนไลน์ การสร้างศูนย์จำหน่ายสินค้าตามจุดสำคัญต่าง ๆ ทั่วทั้งจังหวัด เพื่อการส่งออกสินค้าที่กลุ่มผู้ทอผ้าขึ้นตีนจกผลิตขึ้น ทั้งยังเป็นการแสดงสินค้าให้เข้าถึงบริโภคอย่างทั่วถึง ที่จะรับรู้ถึงการมีอยู่ของผ้าขึ้นตีนจกราชบุรี ได้แก่ ๑) หน้าร้าน : ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านราชบุรี วัฒนาหนอง กาดวิถีชุมชนคุบัว อำเภอเมือง ตลาดนัดไผ่ป้อย อำเภอสวนผึ้ง ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดขนอน อำเภอโพธาราม และอุทยานหินเขางู อำเภอเมือง เป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายผ้าจาก ผ้าพื้นเมืองของคนในชุมชน โดยผ้าทอไทยวน เป็นผ้าทอที่มีความประณีต สวยงาม และมีความเป็นเอกลักษณ์ทำให้ผ้าทอไทยวนของ จังหวัดราชบุรี มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ๒) องค์การบริหารส่วนตำบล : หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่นให้การส่งเสริม

การประชาสัมพันธ์ และการจำหน่ายผ้าตีนจกทุกชนิด ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลคูบัว องค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองโพ-บางกะโด นอกจากนี้มีเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน อำเภอ จังหวัดอื่นๆ ๓) OTOP ผ้าไทยในจังหวัดราชบุรี : กรมการพัฒนาชุมชนได้ลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมกับสภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์ จัดทำโครงการ “สืบสาน อนุรักษ์ศิลป์ผ้าถิ่นไทย ดำรงไว้ในแผ่นดิน” สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดราชบุรีได้จัดทำแค็ตตาล็อกผ้าถิ่นไทย ประจำจังหวัดราชบุรี เพื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้สนใจได้สั่งซื้อผ้าจากผู้ประกอบการ OTOP และ ๔) ตลาดออนไลน์ : เพจ ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี การตลาดออนไลน์ เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเจ้าของธุรกิจกับลูกค้า เป็นการลงทุนทำการตลาดที่มีราคาไม่สูง สามารถแก้ไขหรืออัปเดตข้อมูลได้เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์หรือแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ธุรกิจต้องการให้ลูกค้าทราบ ก็สามารถทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว เกิดจากการเข้ามาของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ส่วน ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis ตลาดผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ได้ดังนี้ จุดแข็งทรัพยากรบุคคล คนในชุมชนมีฝีมือผลิตผ้าทอจากที่มีงานคุณภาพและมีเอกลักษณ์ จุดอ่อนทรัพยากรบุคคลขาดผู้สืบทอดวิธีการทอผ้าเนื่องจากคนรุ่นหลังไม่ให้ความสนใจในการสืบทอดอาชีพทอผ้าต่อไป โอกาสเศรษฐกิจองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่เข้ามาช่วยเหลือทางด้านของเงินทุนและสร้างร้านสวัสดิการรัฐให้ชาวบ้านในชุมชนได้ใช้ประโยชน์ และอุปสรรคเศรษฐกิจอยู่ในช่วงถดถอย ไม่แน่นอน ทำให้การซื้อขายผลิตภัณฑ์ผ้าทอในปัจจุบันลดลงอย่างเห็นได้ชัด

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสัมภาษณ์

การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี จากอดีตถึงปัจจุบัน มีพัฒนาการเป็นอย่างไร

ลวดลายในผ้าจกของชาวไท-ยวนราชบุรี มีจำนวน ๘ ลายหลัก ได้แก่ ลายกาบ ลายกาบซ้อนหัก ลายกาบดอกแก้ว ลายดอกเซีย ลายโค้งแก้ง ลายโค้งแก้งซ้อนเซีย ลายหน้าหมอน ลายหักนกคู่ ต่อมาในปี ๒๕๓๘ อาจารย์อุทุม สมพร ได้ออกแบบลายผ้าตีนจกใหม่ โดยนำรูปทรงของดอกแคทรายมาสร้างเป็นลายผ้าจกลายที่ ๙ ชื่อ “ลายแคทราย”^๔ หากวิเคราะห์การตลาดของกลุ่มทอผ้าทอตีนจกควรสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดให้ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ การใช้ตราสัญลักษณ์

^๔ วรรณ โขภรรตาสสุข กุลยา อนุโลก วรลักษณ์ ทองประยูร, การถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าตีนจกไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี, วารสาร สมาคมนักวิจัย, ปีที่ ๒๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - เมษายน ๒๕๕๙) : ๑๗๑.

ราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการขาย สภาพการดำเนินงานในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาผ้าขึ้นตีนจก ดำเนินการด้านผู้นำกลุ่ม ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านการถ่ายทอดภูมิปัญญา ด้านการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐ และการจัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์^{๑๐} สร้างตลาดชุมชนและสหกรณ์ขึ้นในท้องถิ่น เพื่อจัดจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจกราชบุรีและสร้างตลาดออนไลน์^{๑๑} ควรสร้างศูนย์จำหน่ายสินค้าตามจุดสำคัญต่าง ๆ ทั่วทั้งจังหวัด เพื่อการส่งออกสินค้าที่กลุ่มผู้ทอผ้าขึ้นตีนจกผลิตขึ้น ทั้งยังเป็นการแสดงสินค้าให้เข้าถึงบริโภคอย่างทั่วถึง ที่จะรับรู้ถึงการมีอยู่ของผ้าขึ้นตีนจกราชบุรี^{๑๒} ควรสืบทอดให้ยั่งยืนต่อไป^{๑๓} ทั้งนี้ การจำหน่าย คือ การนำผ้าทอออกจำหน่ายไปยังสถานที่ต่าง ๆ หรือสถานที่ที่หน่วยราชการ ขอให้ไปจัดแสดงสินค้ากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด มีการใช้กลยุทธ์ในการลดราคาผ้าทอให้แก่ลูกค้าเมื่อมีการจัดกิจกรรมทางพุทธศาสนา การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านการสาธิตการทอผ้าและการจัดแสดงสินค้าร่วมกับการจัดงานของหน่วยราชการ^{๑๔}

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่มย่อย

การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

การสร้างหน้าร้านจำหน่ายสินค้า และออกบูธจำหน่ายสินค้าตามงานๆ ทั้งภายในและภายนอกจังหวัด^{๑๕} สร้างตลาดชุมชนและสหกรณ์ขึ้นในท้องถิ่น เพื่อจัดจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจกราชบุรีและสร้างตลาดออนไลน์^{๑๖} ควรสร้างศูนย์จำหน่ายสินค้าตามจุดสำคัญต่าง ๆ ทั่วทั้งจังหวัด เพื่อการส่งออกสินค้าที่กลุ่มผู้ทอผ้าขึ้นตีนจกผลิตขึ้น ทั้งยังเป็นการแสดงสินค้าให้เข้าถึงบริโภคอย่างทั่วถึง ที่

^{๑๐} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒, นายกองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๑๑} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๓, ช่างทอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๑๒} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๙, ช่างทอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๑๓} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑, สมาชิกกลุ่มทอผ้า, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๑๔} รัชฎาพร บุญเรือง, กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองลาวครั้งแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มแม่บ้านผู้นำร้อน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี, วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๔ (เมษายน ๒๕๖๔) : ๒๕๗.

^{๑๕} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒, รองประธานศูนย์หัตถกรรมพื้นล้านราชบุรี วัดนาหนอง, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๑๖} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๓, ช่างทอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

จะรับรู้ถึงการมีอยู่ของผ้าขึ้นตีนจกราชบุรี^{๑๗} ควรสืบทอดให้ยังยืนต่อไป^{๑๘} ควรปรับราคาให้เหมาะสมต่อการเลือกซื้อ โดยการมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งผลิตด้วยการทอผ้าจากกลุ่มแม่บ้านที่สืบเชื้อสายจากบรรพบุรุษมีความประณีตในการทอ มีการคัดสรรลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ ผ่านความเชื่อที่ตกทอดต่อ ๆ กันมาด้วยกลยุทธ์ราคาสูง ราคาประมาณ ๑๒,๐๐๐ - ๒๘,๐๐๐ บาท เพื่อจำหน่ายให้กับกลุ่มเป้าหมายที่ฐานะดี ซึ่งชอบผ้าทอพื้นเมืองที่มีการถ่ายทอดผ่านวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน ส่วนกลยุทธ์ราคาเหมาะสมกับคุณภาพนั้น ใช้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าฐานะปานกลาง ราคาผืนละ ๕,๐๐๐ - ๑๕,๐๐๐ บาท ผ้าทอจะมีลวดลายธรรมดา โดยกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้มีรายได้น้อยถึงปานกลาง แต่เป็นผู้ที่ชื่นชอบศิลปวัฒนธรรมของกลุ่มผ้าทอพื้นพื้น โดยมีราคาต่ำที่จักต้องได้ประมาณ ๘๐๐ - ๑,๕๐๐ บาท ต่อผืน

สรุปได้ว่า การสร้างหน้าร้านจำหน่ายสินค้า และออกบูธจำหน่ายสินค้าตามงานๆ ทั้งภายในและภายนอกจังหวัด^{๑๙} สร้างตลาดชุมชนและสหกรณ์ขึ้นในท้องถิ่น เพื่อจัดจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจกราชบุรีและสร้างตลาดออนไลน์^{๒๐} สร้างศูนย์จำหน่ายสินค้าตามจุดสำคัญต่าง ๆ ทั่วทั้งจังหวัด เพื่อการส่งออกสินค้าที่กลุ่มผู้ทอผ้าขึ้นตีนจกผลิตขึ้น ทั้งยังเป็นการแสดงสินค้าให้เข้าถึงบริโภคอย่างทั่วถึงที่จะรับรู้ถึงการมีอยู่ของผ้าขึ้นตีนจกราชบุรี ทั้งนี้ ปรับราคาให้เหมาะสมต่อการเลือกซื้อ โดยการมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งผลิตด้วยการทอผ้าจากกลุ่มแม่บ้านที่สืบเชื้อสายจากบรรพบุรุษมีความประณีตในการทอ มีการคัดสรรลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ ผ่านความเชื่อที่ตกทอดต่อ ๆ กันมาด้วยกลยุทธ์ราคาต่ำ-สำหรับผู้สนใจทั่วไป ราคาสูง-สำหรับนักสะสมหรือผู้ทุนทรัพย์สูง

^{๑๗} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๙, ช่างทอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๑๘} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑, สมาชิกกลุ่มทอผ้า, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๑๙} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒, รองประธานศูนย์หัตถกรรมพื้นล้านราชบุรี วัดนาหนอง, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๒๐} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๓, ช่างทอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

๔.๒ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

ช่องทางสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ที่สอดคล้องกับแนวโน้มทางการตลาด ดังนี้

๑. เพจ ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี

การตลาดออนไลน์ เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเจ้าของธุรกิจกับลูกค้า เป็นการลงทุนทำการตลาดที่มีราคาไม่สูง สามารถแก้ไขหรืออัปเดตข้อมูลได้เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์ หรือแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ธุรกิจต้องการให้ลูกค้าทราบ ก็สามารถทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว เกิดจากการเข้ามาของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ซึ่งเป็นการดำเนินการธุรกรรมทางการค้าผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ การใช้เทคโนโลยีเป็นสื่อกลางระหว่างผู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ตัวบุคคลองค์กร หรือตัวบุคคลกับองค์กร เพื่อช่วยสนับสนุนและอำนวยความสะดวกในการดำเนินกิจกรรมต่างๆ^{๒๑} ที่เกี่ยวข้องกับการกระบวนการซื้อสินค้า การขายสินค้า การจัดส่งสินค้าการแลกเปลี่ยนสินค้าหรือบริการ หรือสารสนเทศผ่านทางอินเทอร์เน็ต^{๒๒} การสร้างช่องทางสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ควรสร้างแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าขึ้นตีนจก ควรมีการทอผ้าขึ้นให้มีลวดลายที่ทันสมัยหลากหลาย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด และหน่วยงานภาครัฐควรมีส่วนช่วยสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ การนำผลการวิเคราะห์จากผลการวิจัยของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้าทำวิจัยพื้นที่ไปใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าขึ้นตีนจก ทั้งนี้กลุ่มผู้วิจัยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าขึ้นตีนจกในการนำมาใช้ประโยชน์ใหม่ อาทิ กระเป๋า ยามสะพาย เป็นต้น^{๒๓} ประชาชนผู้ผลิตผ้าขึ้นตีนจกราชบุรียังไม่เข้าในระบบตลาดแนวใหม่^{๒๔} ดังนั้น กลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ คือ ผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์และสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าด้วยผ้าทอพื้นเมืองเป็นผ้าขึ้นตีนจกที่มีสีสัน

^{๒๑} ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ. พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce). (กรุงเทพมหานคร: เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์, ๒๕๕๒).

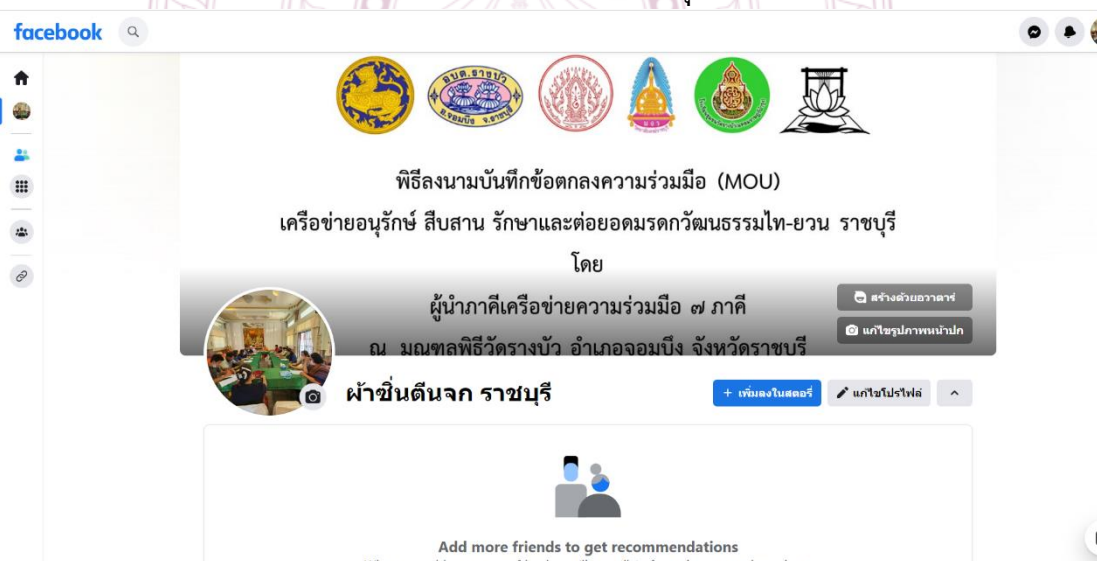
^{๒๒} วรินทร์พิพัชร วัชรพงษ์เกษม. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา: พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. (บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, ๒๕๖๐).

^{๒๓} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒, นายกองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๒๔} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๓, ช่างทอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สดใส่สะดุดตา กลยุทธ์ราคา คือ การมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนพุน้ำร้อนด้วยกลยุทธ์ราคาสูงราคาประมาณ ๑๒,๐๐๐ - ๒๘,๐๐๐ บาท เพื่อขายให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าที่มีฐานะดีที่ชื่นชอบผ้าทอที่มีการถ่ายทอดผ่านวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน ส่วนกลยุทธ์ราคาเหมาะสมกับคุณภาพนั้นจะใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าฐานะปานกลาง ราคาผืนละ ๕,๐๐๐ - ๑๕,๐๐๐ บาท โดยมีราคาต่ำ ๘๐๐ - ๑,๕๐๐ บาทต่อผืน กลยุทธ์ช่องทางการตลาด คือ การนำผ้าทอออกจำหน่ายไปยังสถานที่ต่างๆ หรือสถานที่ที่หน่วยราชการขอให้ไปจัดแสดงสินค้ากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด มีการใช้กลยุทธ์ในการลดราคาผ้าทอให้แก่ลูกค้าเมื่อมีการจัดกิจกรรมทางพุทธศาสนาภายในวัดพุน้ำร้อน การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านการสาธิตการทอผ้าและการจัดแสดงสินค้าร่วมกับการจัดงานของหน่วยราชการ^{๒๕} เพราะการตลาดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ จะเป็นตัวช่วยในการโปรโมทเว็บไซต์ของกิจการ และช่วยผลักดันให้เว็บไซต์ของกิจการขยับไปอยู่ในอันดับที่ดีขึ้นในเว็บไซต์ของ Google ซึ่งข้อดีของการทำการตลาดบนสังคมออนไลน์ คือ สามารถเข้าถึงลูกค้าได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย รวดเร็ว ทันใจและช่วยในการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้เกิดการบอกต่อในหมู่มากได้อย่างง่ายดาย^{๒๖}

เพจ ผ้าขึ้นดินจก ราชบุรี



ภาพที่ ๔.๑ เพจ ผ้าขึ้นดินจก ราชบุรี

^{๒๕} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒, นายกองค้การบริหารส่วนตำบลดอนแร่, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๒๖} เรื่องเดียวกัน, วรินทร์พิพัชร วัชรพงษ์เกษม. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา: พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์. ๒๕๖๐.

๒. ฟรีเซนเตอร์สวมใส่เสื้อลายจก



ภาพที่ ๔.๒ ฟรีเซนเตอร์สวมใส่เสื้อลายจก

ผลิตภัณฑ์เสื้อลายจก ผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลและสวมใส่เสื้อของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นดินจกตระกูลราชบุรี วัดนาหนอง ทั้งกลยุทธ์ช่องทางการตลาด คือ การนำผ้าทอออกจำหน่ายไปยังสถานที่ต่างๆ หรือสถานที่ที่หน่วยราชการขอให้ไปจัดแสดงสินค้ากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด มีการใช้กลยุทธ์ในการลดราคาผ้าทอให้แก่ลูกค้าเมื่อมีการจัดกิจกรรมทางพุทธศาสนาภายในวัดพุน้ำร้อน การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านการสาธิตการทอผ้าและการจัดแสดงสินค้าร่วมกับการจัดงานของหน่วยราชการ^{๒๗}

^{๒๗} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒, นายกองค้การบริหารส่วนตำบลคอนแร่, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สรุปได้ว่า การช่องทางสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี การสร้างแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าขึ้นตีนจก การสร้างขั้นตอนทอผ้าขึ้นให้มีลวดลายที่ทันสมัยหลากหลาย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด และหน่วยงานภาครัฐควรมีส่วนช่วยสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ การนำผลการวิเคราะห์จากผลการวิจัยของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้าทำวิจัยพื้นที่ไปใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าขึ้นตีนจก ทั้งนี้กลุ่มผู้วิจัยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าขึ้นตีนจกในการนำมาใช้ประโยชน์ใหม่ อาทิ กระเป๋า ยามสะพาย เป็นต้น ส่วนกลยุทธ์ราคา คือ การมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนพุน้ำร้อนด้วยกลยุทธ์ราคาสูงราคาประมาณ ๑๒,๐๐๐ - ๒๘,๐๐๐ บาท เพื่อขายให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าที่มีฐานะดีที่ชื่นชอบผ้าทอที่มีการถ่ายทอดผ่านวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน ส่วนกลยุทธ์ราคาเหมาะสมกับคุณภาพนั้นจะใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าฐานะปานกลาง ราคาผืนละ ๕,๐๐๐ - ๑๕,๐๐๐ บาท โดยมีราคาต่ำ ๘๐๐ - ๑,๕๐๐ บาท ต่อผืน โดยจำแนก ๑) เพจ ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี และ ๒) พรีเมียมเตอร์สวมใส่เสื้อลายจก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่มย่อย

การสร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ที่สอดคล้องกับแนวโน้มทางการตลาด

การสร้างตลาดรองรับสินค้า และประชาสัมพันธ์ช่องทางตลาด^{๒๘} การจัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มแม่บ้านนั้นจะดำเนินการแบบมีส่วนร่วมในการร่วมมือกันจัดกิจกรรมในทางพุทธศาสนา เช่น งานบุญประเพณีสงกรานต์ งานบุญปฏิบัติธรรมในวันวิสาขบูชา งานบุญวันเข้าพรรษา การสวดมนต์ข้ามปี เป็นต้น ทั้งนี้ทุกครั้งที่มีการจัดกิจกรรมทางพุทธศาสนา กลุ่มแม่บ้าน มีการนำผ้าทอพื้นเมืองฝีมือของกลุ่มแม่บ้านมาสวมใส่ เพื่อแสดงถึงขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม การแต่งกาย และวิถีชีวิตดั้งเดิมที่สืบทอดกันต่อมา ซึ่งกิจกรรมนี้เป็นส่วนหนึ่งของการมีส่วนร่วมในการทำการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองให้เป็นที่รู้จักกันมากขึ้น^{๒๙} กลยุทธ์ช่องทางการตลาด คือ การนำผ้าทอออกจำหน่ายไปยังสถานที่ต่างๆ หรือสถานที่ที่หน่วยราชการขอให้ไปจัดแสดงสินค้า กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด มีการใช้กลยุทธ์ในการลดราคาผ้าทอให้แก่ลูกค้าเมื่อมีการจัดกิจกรรม

^{๒๘} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒, รองประธานศูนย์หัตถกรรมพื้นล้านราชบุรี วัดนาทอง, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๒๙} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒, นายกองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

ทางพุทธศาสนาภายในวัดพุทธรังษี การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านการสาธิตการทอดผ้าและการจัดแสดงสินค้าร่วมกับการจัดงานของหน่วยราชการ^{๓๐}

สรุปได้ว่า ควรมีตลาดรองรับสินค้า และประชาสัมพันธ์ช่องทางตลาด^{๓๑} การจัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มแม่บ้านนั้นจะดำเนินการแบบมีส่วนร่วมในการร่วมมือกันจัดกิจกรรมในทางพุทธศาสนา เช่น งานบุญประเพณีสงกรานต์ งานบุญปฏิบัติธรรมในวันวิสาขบูชา งานบุญวันเข้าพรรษา การสวดมนต์ข้ามปี เป็นต้น ดังนั้น กลยุทธ์ช่องทางการตลาด คือ การนำผ้าทอดออกจำหน่ายไปยังสถานที่ต่างๆ หรือสถานที่ที่หน่วยราชการขอให้ไปจัดแสดงสินค้ากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด มีการใช้กลยุทธ์ในการลดราคาผ้าทอดให้แก่ลูกค้าเมื่อมีการจัดกิจกรรมทางพุทธศาสนาภายในวัดพุทธรังษี การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านการสาธิตการทอดผ้าและการจัดแสดงสินค้าร่วมกับการจัดงานของหน่วยราชการ

๔.๓ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นดินจกตระกูลราชบุรี

๔.๓.๑ กลยุทธ์การตลาดการสร้างแบรนด์กลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นดินจกตระกูลราชบุรีโดยการบูรณาการหลักพุทธธรรม

การนำหลักพระพุทธศาสนามาพิจารณาภายใต้กรอบความคิด ของหลักการตลาดโดยใช้หลักหรือทฤษฎีการตลาดเป็นตัวตั้ง แล้วนำหลักธรรมมาเป็นตัวเสริมเพื่ออธิบายนี้ถือเป็นบูรณาการประเภท “ธรรมวิทยาหรือธรรมโมโลยี-Dhammology” ตามหลักของพระพรหมบัณฑิตการบูรณาการ ๒ ศาสตร์นี้เข้าหากันน่าจะเกิดประโยชน์อย่างยิ่งในวงการการตลาด เพราะศาสตร์การตลาดจัดเป็นสายงานที่ต้องนำข้อมูลจำนวนมากสื่อต่อไปสู่สังคมผู้บริโภค หากสามารถนำหลักพุทธศาสนา “เข้าหา” นักการตลาดในเชิงรุก สามารถทำให้นักการตลาดสามารถใช้หลักธรรมมาบูรณาการเป็นเครื่องมือช่วยทำงานการตลาด ภายใต้หลักการใหม่นี้ ที่ต่อไปจะใช้ชื่อว่า “ธรรมโมโลยี-การตลาด : Dhammology-Marketing” บูรณาการนี้ ไม่เพียงเป็นการสร้างนวัตกรรมใหม่สู่วงการการตลาด แต่ยังเป็นกุศโลบายอีกทางหนึ่ง ที่ช่วยเผยแผ่ธรรมะเข้าสู่คนรุ่นใหม่ในรูปแบบที่เหมาะสมกับยุคและความต้องการ และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนความรู้ในวิชาชีพการตลาดสู่โลก

^{๓๐} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒, นายกองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๓๑} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒, รองประธานศูนย์พัฒนกรรมพื้นล้านราชบุรี วัดนาหนอง, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

ตะวันตกเพื่ออธิบายหลักธรรมในรูปแบบของหลักการตลาด ตัวอย่างของบูรณาการนี้คือการวางแผนการตลาดด้วยหลักสี่ปฐพีธรรม ๗ (Sappurisa-dhamma Marketing Plan Canvas) เป็นต้น^{๓๒} ดังนั้น กลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิผ้าขึ้นดินจกตระกูลราชบุรี ควรต้องสร้างตลาดจำหน่ายสินค้าที่ยั่งยืน ใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายต่อเนื่อง การสร้างจุดขาย การทอมือ การสร้างอัตลักษณ์ให้น่าสนใจ ที่เป็นเอกลักษณ์ที่ลงตัวน่าสนใจ^{๓๓} การจัดให้มีการแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ รวมทั้งการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผ้าขึ้นดินจกภายในชุมชน^{๓๔}

๔.๓.๒ กลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิผ้าขึ้นดินจกตระกูลราชบุรีร่วมกับองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)

ผ้าทอของชาวบ้านดอนแร่ จังหวัดราชบุรี เป็นผ้าทอที่มีความประณีต สวยงาม และมีความเป็นเอกลักษณ์ทำให้ผ้าทอดอนแร่ มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักกันอย่างกว้างขวางในหมู่ดีไซเนอร์ และนักอนุรักษ์ ผู้นิยม และหลงใหลเสน่ห์ของผ้าขึ้นไทย หากย้อนตำนานและที่มาที่ไปจะพบว่า เอกลักษณ์ผ้าทอของชาวดอนแร่นั้น ได้รับอิทธิพลและการสืบสานมาจากบรรพบุรุษเชื้อสายไท-ยวน ซื้อมาได้สืบทอดวัฒนธรรมการทอผ้ากันมานับตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ ๑ แห่งราชวงศ์จักรี ผูกสานวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่นจวบจนถึงปัจจุบัน กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านราชบุรี วัฒนาหนอง เป็นการรวมกลุ่มของชาวบ้านดอนแร่ โดยจัดตั้งศูนย์ขึ้นภายในบริเวณวัดนาหนอง เพื่อเป็นศูนย์กลางและสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยจะมีการแบ่งงานให้สมาชิกในกลุ่มในการทอผ้า และเมื่อทอเสร็จแล้วจะนำมาขายให้กับทางกลุ่มเพื่อนำไปจำหน่ายหรือจัดส่งตามคำสั่งซื้อของลูกค้า โดยผ้าทอบางผืนอาจจะใช้เวลาจนถึง ๖ เดือน และต้องใช้ผู้ทอถึง ๓ คน เนื่องจากลวดลายโบราณบางลายมีความซับซ้อนต้องใช้เวลาในการทอค่อนข้างนาน^{๓๕} การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอเชิงสร้างสรรค์ควรดำเนินการ ๕ แนวทาง คือ ๑) การเพิ่มจำนวนลวดลายบนผืนผ้า ๒) การปรับลดจำนวนลวดลายบนผืนผ้า ๓) การพัฒนาผ้าทอขึ้นดินจกให้มีเป็นลวดลายใหม่ ๔) การใช้วัตถุดิบของเส้นด้ายย้อมสีธรรมชาติ และ ๕) การสร้างตราสัญลักษณ์ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ “ผ้าทอขึ้นดินจก” อันเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ยวนราชบุรีทั้ง ๓ ตระกูล คือ ๑) ผ้าจกตระกูลคูบัว ๒) ผ้าจกตระกูลหนองโพ-บางกะโด และ ๓) ผ้าจกตระกูลดอนแร่ ให้มีผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่ทันสมัย หลากลวดลาย หลากสี หลากราคา หลากรูปแบบ มีอัตลักษณ์ที่

^{๓๒} จรรย์จารี ธรรมา และกมลาศ ภูวนาธิพงษ์, ธรรมโมโลยี-การตลาด: พุทธศาสนากับงานบริหารการตลาด, สุทธิปริทัศน์, (ฉบับพิเศษ) : ๒๖๓

^{๓๓} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๓, ช่วงทอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๓๔} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๙, ช่วงทอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๓๕} องค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่. ผ้าจกทอมือดอนแร่ราชบุรี. <https://shorturl.asia/MDUE5> ๙ มิถุนายน ๒๕๖๖.

แตกต่างจากผ้าทอของกลุ่มทอผ้าอื่น ๆ ในจังหวัดอื่น ๆ การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตต้นทุนสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหลายกลุ่ม ที่สำคัญกลุ่มทอผ้าสามารถขายผ้าได้ในปริมาณที่มากขึ้นและราคาที่สูงขึ้น เพิ่มรายได้ ชักจูงความยากจน ก่อให้เกิดการพัฒนาขีดความสามารถของกลุ่มทอผ้าบนฐานทรัพยากรพื้นถิ่น เพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากและเศรษฐกิจหมุนเวียนในพื้นที่เพื่อการพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน^{๓๖}

๔.๓.๓ กลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรีด้วยการสร้างโลกออนไลน์

แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าขึ้นตีนจก ต้องพัฒนาควบคู่กับไป ๕ ด้าน ได้แก่ ๑) ด้านผู้นำกลุ่ม ในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าขึ้นตีนจก ผู้นำกลุ่มมีความร่วมมือกันและประชุมกันเป็นกลุ่มขนาดเล็ก เพื่อปรึกษากันในการบริหารจัดการการทอผ้า มีการจัดหาทรัพยากรในชุมชน และจัดหาทรัพยากรเข้ามาเพิ่มเติมเพื่อแก้ไขปัญหาการขาดเหลือ ซึ่งจะทำให้ทรัพยากรมีความเพียงพอต่อการทอผ้า กลุ่มทอผ้า จะมีการรวมกลุ่มกัน คอยกัน เพื่อทราบความเป็นมาหรือจุดเด่น จุดด้อยของชุมชน เพื่อพัฒนาจุดนั้น ๆ และผู้นำของกลุ่มทอผ้ามีการติดตามดูแล และคอยถามทุกบ้านที่ทอผ้าขึ้นตีนจก เพื่อเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ๒) ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าขึ้นตีนจก การออกแบบรูปแบบลวดลายผ้าขึ้นตีนจกใหม่ ๆ มีความทันสมัยขึ้น โดยจะเข้ามาจากผู้นำกลุ่มใหญ่ๆ ของจังหวัด เพื่อทำให้มีจุดเด่น สวย นามอง การออกแบบลวดลายที่ทันสมัย จึงมีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน การทอผ้าขึ้นต้องนำไปเย็บต่อกัน โดยมี ๓ ส่วน จึงมีลวดลายที่หลากหลายและแตกต่างกัน โดยความที่เป็นเอกลักษณ์ ความทันสมัย ความสวยงาม ๓) ด้านการถ่ายทอดภูมิปัญญา ในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าขึ้นตีนจก กลุ่มจัดตั้งการถ่ายทอดภูมิปัญญา ศูนย์การถ่ายทอดภูมิปัญญาของชุมชนคือบ้านของผู้นำในการทอผ้าขึ้นตีนจก เพื่อให้ความเห็นภาพจริงต่อผู้ที่มาติดต่อหรือลูกหลานในชุมชนให้คำปรึกษาได้ เวลามีคนสนใจสอบถามสามารถอธิบายให้แก่ผู้ที่สนใจฟังได้อย่างดี เพื่อให้ลูกหลานมาเรียนรู้ และศึกษาดูงานและได้เข้าใจถึงภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเองมากขึ้น ๔) ด้านการส่งเสริมของหน่วยงานภาครัฐ ในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าขึ้นตีนจก ปัจจุบันหน่วยงานภาครัฐยังไม่มีส่วนช่วยส่งเสริมและสนับสนุนให้แก่กลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจก และไม่มีบทบาทในการเข้ามาพัฒนากลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกของชุมชนทางกลุ่มทอผ้าได้มีการหาทุนในการทอผ้าและด้ายในการทอผ้ามาจากกลุ่มทอผ้าของตนเองที่มีอยู่เท่านั้น และ ๕) ด้านจัดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์

^{๓๖} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒, นายกองค์การบริหารส่วนตำบลคอนแร่, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าขึ้นตีนจก กลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกมีการจัดจำหน่ายจากผู้ที่มารับผ้าจากกลุ่มทอผ้าในชุมชนไปส่งให้กับทางร้านใหญ่ๆ มีการจัดจำหน่ายส่งเสริมนำไปในทางการตลาดและทางออนไลน์ทางเพจเฟซบุ๊ก (Facebook) และการนำผ้าขึ้นตีนจกไปส่งที่ร้านขายผ้าขึ้นโดยตรง^{๓๗}

การนำเสนอส่วนผสมทางการตลาด (Marketing Mix) ที่เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้ เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ ๔ กลุ่ม ดังที่รู้จักกัน ว่าเป็น “4Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) โดยมีรายละเอียดดังนี้

๑. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อตอบสนองใจการจัดหาการใช้หรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ อาทิ บรรจุภัณฑ์สีราคาคุณภาพ ตราสินค้าบริการและชื่อเสียงของผู้ขายผลิตภัณฑ์อาจจะเป็นสินค้าบริการ สถานที่ บุคคล หรือความคิด ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ผลิตภัณฑ์ต้องมีรรถประโยชน์ (Utility) มีคุณค่า (Value) ในสายตาของลูกค้า จึงจะมีผลทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถขายได้ ทั้งนี้ การแต่งกายด้วยผ้าลายจกในงานบุญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตามเทศกาลพระพุทธศาสนา และเทศกาลส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรมของภาครัฐ ในวันสำคัญที่กำหนดขึ้นเป็นการเฉพาะ หรือทุกวันอังคาร เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์แบบเคลื่อนไหว ให้ผู้พบเห็นสนใจสอบถาม รวมไปถึงชาวต่างชาติที่พบเห็นที่ถือเป็นการส่งเสริมเอกลักษณ์ท้องถิ่น ทั้งนี้ควรจัดให้มีการประกวดการแต่งกายด้วยผ้าลายจก ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอเชิงสร้างสรรค์ควรดำเนินการ ๕ แนวทาง คือ ๑) การเพิ่มจำนวนลวดลายบนผืนผ้า ๒) การปรับลดจำนวนลวดลายบนผืนผ้า ๓) การพัฒนาผ้าทอขึ้นตีนจกให้เป็นลวดลายใหม่ ๔) การใช้วัตถุดิบของเส้นด้ายย้อมสีธรรมชาติ และ ๕) การสร้างตราสัญลักษณ์ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ “ผ้าทอขึ้นตีนจก” อันเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ยวนราชบุรีทั้ง ๓ ตระกูล คือ ๑) ผ้าจกตระกูลคูบัว ๒) ผ้าจกตระกูลหนองโพ-บางกะโด และ ๓) ผ้าจกตระกูลดอนแร่

๒. ราคา (Price) หมายถึง จำนวนที่ต้องจ่ายเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์/บริการ หรือเป็นคุณค่าทั้งหมดที่ลูกค้ารับรู้ เพื่อให้ได้ผลประโยชน์จากการใช้ผลิตภัณฑ์/บริการคุ้มกับเงินที่จ่ายไป ผู้บริโภคจะ

^{๓๗} เรื่องเดียวกัน, โชติ บดีรัฐ เบญจมาศ สุริวงษ์ อิศราพร ต๊ะเทียน ก้องภพ มโนรา ญัฐกิจ พงษ์ม และธีระภัทร ใจบุญเรือง, การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาผ้าขึ้นตีนจกชุมชนบ้านสำราญราษฎร์ ตำบลไทยชนะศึก อำเภอทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย, วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, ปีที่ ๔ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๖๓) : ๖๔-๖๕.

เปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์กับราคา (Price) ของผลิตภัณฑ์นั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นผู้กำหนดกลยุทธ์ด้านราคาต้องคำนึงถึง การพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี การสร้างรูปแบบการตลาดที่เน้นการโฆษณา “ลด แลก แจก” เพื่อสร้างความน่าสนใจสินค้าและเกิดความจดต่อผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจกไท-ยวนราชบุรี^{๓๘}

๓. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ หรือความคิด หรือต่อบุคคล โดยใช้จุดใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ (Remind) ในผลิตภัณฑ์โดยคาดว่าจะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกความเชื่อและพฤติกรรมการซื้อหรือเป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย (Personal selling) ทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยไม่ใช้คน (Non-personal selling) ต้องสร้างตลาดจำหน่ายสินค้าที่ยั่งยืน ใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายต่อเนื่อง การสร้างจุดขาย การท่อมือ สร้างอัตลักษณ์ที่น่าสนใจ ที่เป็นเอกลักษณ์ที่ลงตัวน่าสนใจ^{๓๙} การจัดให้มีการแสดงสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ รวมทั้งการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผ้าขึ้นตีนจกภายในชุมชน^{๔๐}

๔. ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางซึ่งประกอบด้วยสถาบันและกิจกรรมใช้ เพื่อเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการจากองค์กรไปยังตลาด สถาบันที่นำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเป้าหมาย คือ สถาบันการตลาด ส่วนกิจกรรมที่ช่วยในการกระจายตัวสินค้าและช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel) หมายถึง กลุ่มของบุคคลหรือธุรกิจที่มีความเกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ หรือบริการสำหรับการใช้หรือบริโภค หรือหมายถึงเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์ และกรรมสิทธิ์ที่ผลิตภัณฑ์ถูกเปลี่ยนมือไปยังตลาด ในระบบช่องทางการจัดจำหน่ายจึงประกอบด้วยผู้ผลิตคนกลาง ผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะใช้ช่องทางตรง (Direct Channel) จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม และใช้ช่องทางอ้อมจากผู้ผลิต ผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม^{๔๑}

^{๓๘} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒, รองประธานศูนย์หัตถกรรมพื้นล้านราชบุรี วัฒนานอง, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๓๙} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๓, ช่างทอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๔๐} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๙, ช่างทอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๔๑} Kotler, 2003 อ่างในพงศ์เทพ ทรงศาศรี. ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (4Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรในจังหวัดมหาสารคาม. วารสารโครงการทวีปริญญาทางรัฐประศาสนศาสตร์และบริหารธุรกิจ, หน้า ๕.

สรุปได้ว่า กลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี สร้างตลาดจำหน่ายสินค้าที่ยั่งยืน ใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายต่อเนื่อง การสร้างจุดขาย การท่อมือ การสร้างอัตลักษณ์ให้น่าสนใจ ที่เป็นเอกลักษณ์ที่ลงตัวน่าสนใจ การจัดให้มีการแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ รวมทั้งการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผ้าขึ้นตีนจกภายในชุมชน ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอเชิงสร้างสรรค์ควรดำเนินการ ๕ แนวทาง คือ ๑) การเพิ่มจำนวนลวดลายบนผืนผ้า ๒) การปรับลดจำนวนลวดลายบนผืนผ้า ๓) การพัฒนาผ้าทอต้นจกให้มีเป็นลวดลายใหม่ ๔) การใช้วัตถุดิบของเส้นด้ายย้อมสีธรรมชาติ และ ๕) การสร้างตราสัญลักษณ์ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ ผ้าลายจกตระกูลคูบัว เป็นผ้าที่มีชื่อเสียงและเป็นสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั่วประเทศ จึงนำหลักการตลาด “4Ps” ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับกับความสนใจและความต้องการของผู้ซื้อ ที่นำเสนอประวัติการทอผ้าขึ้นนั้น ๆ ขึ้นมา โดยการอิงพื้นที่ที่ได้รับการยอมรับ อาทิ ผ้าลายจกตระกูลคูบัว ด้านราคา (Price) กำหนดให้ราคามีความหลากหลายสอดคล้องกับกำลังซื้อของผู้สนใจ อาทิ ลด แลก แจก แถม ด้านการจัดจำหน่าย (Place) การนำผลิตภัณฑ์ไปออกบูธจำหน่าย อาทิ งานประจำปีวัดหลวงพ่อดุสิตธรรมกายาราม จังหวัดราชบุรี งานสัปดาห์ส่งเสริมพระพุทธศาสนาวันมหาธาตุวชิหาร จังหวัดเพชรบุรี และด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) การให้ฟรีเซนเตอร์สวมใส่เสื้อผ้าต่าง ๆ แล้วนำมาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ อาทิ เพจ ผ้าขึ้นตีนจกราชบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสนทนากลุ่มย่อย

การพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

การพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี การสร้างรูปแบบการตลาดที่เน้นการโฆษณา “ลด แลก แจก” เพื่อสร้างความน่าสนใจสินค้าและเกิดความจดจำต่อผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจกไท-ยวนราชบุรี^{๔๒} ต้องสร้างตลาดจำหน่ายสินค้าที่ยั่งยืน ใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายต่อเนื่อง การสร้างจุดขาย การท่อมือ สร้างอัตลักษณ์ให้น่าสนใจ ที่เป็นเอกลักษณ์ที่ลงตัวน่าสนใจ^{๔๓} การจัดให้มีการแสดงสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ รวมทั้งการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผ้าขึ้นตีนจกภายในชุมชน^{๔๔} การแต่งกายด้วยผ้าลายจกในงานบุญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตามเทศกาล

^{๔๒} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒, รองประธานศูนย์หัตถกรรมพื้นล้านราชบุรี วัดนาหนอง, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๔๓} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๓, ช่างทอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

^{๔๔} สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๙, ช่างทอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

พระพุทธศาสนา และเทศกาลส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรมของภาครัฐ ในวันสำคัญที่กำหนดขึ้นเป็นการเฉพาะ หรือทุกวันอังคาร เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์แบบเคลื่อนไหว ให้ผู้พบเห็นสนใจสอบถาม รวมไปถึงชาวต่างชาติที่พบเห็นที่ถือเป็นการส่งเสริมเอกลักษณ์ท้องถิ่น ทั้งนี้ควรจัดให้มีการประกวดการแต่งกายด้วยผ้าลายจก

สรุปได้ว่า การสร้างรูปแบบการตลาดที่เน้นการโฆษณา “ลด แลก แจก” เพื่อสร้างความน่าสนใจสินค้าและเกิดความจذبต่อผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจกไท-ยวนราชบุรี ต้องสร้างตลาดจำหน่ายสินค้าที่ยั่งยืน ใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายต่อเนื่อง การสร้างจุดขาย การท่อมือ สร้างอัตลักษณ์ให้น่าสนใจ ที่เป็นเอกลักษณ์ที่ลงตัวน่าสนใจ การจัดให้มีการแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ รวมทั้งการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผ้าขึ้นตีนจกภายในชุมชน การแต่งกายด้วยผ้าลายจกในงานบุญต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นตามเทศกาลพระพุทธศาสนา และเทศกาลส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรมของภาครัฐ ในวันสำคัญที่กำหนดขึ้นเป็นการเฉพาะ หรือทุกวันอังคาร เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์แบบเคลื่อนไหว ให้ผู้พบเห็นสนใจสอบถาม รวมไปถึงชาวต่างชาติที่พบเห็นที่ถือเป็นการส่งเสริมเอกลักษณ์ท้องถิ่น ทั้งนี้ควรจัดให้มีการประกวดการแต่งกายด้วยผ้าลายจก

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกิจกรรมภาคปฏิบัติการ (Action)

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดออนไลน์วิถีพุทธของกลุ่มสมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี” สามารถสรุปกิจกรรมภาคปฏิบัติการได้ดังนี้

ตารางที่ ๔.๑ กิจกรรมภาคปฏิบัติการ (Action)

ชื่อกิจกรรม	จุดมุ่งหมาย	ลักษณะกิจกรรม	ผู้เข้าร่วมกิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ
๑. การสร้างช่องทางตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี	เพื่อสร้างช่องทาง การตลาดสำหรับ จัดจำหน่าย สินค้าและ ผลิตภัณฑ์ของ กลุ่มสมาชีพ ผ้าขึ้นตีนจก ตระกูลราชบุรี	กิจกรรมอบรม ฯ	อาสาสมัครกลุ่ม สมาชีพ/ วิสาหกิจชุมชน	คณะผู้วิจัย/ อบต.คูบัว/ อบต.ดอนแร่/ อบต.บางกะโด

ชื่อกิจกรรม	จุดมุ่งหมาย	ลักษณะกิจกรรม	ผู้เข้าร่วมกิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ
	ตระกูลราชบุรี สอดคล้องกับ ปัจจัยใหม่ ทางด้าน เทคโนโลยี			
๒. การพัฒนากล ยุทธ์การตลาดวิธี พุทธของกลุ่ม สมาชิพผ้าขึ้นตีน จกตระกูลราชบุรี	เพื่อพัฒนากล ยุทธ์การตลาดวิธี พุทธของกลุ่ม สมาชิพผ้าขึ้น ตีนจกตระกูล ราชบุรี ที่ เหมาะสมและ สอดคล้องกับ ศักยภาพของ สมาชิกกลุ่ม สมาชิพ	กิจกรรมอบรม ฯ	อาสาสมัครกลุ่ม สมาชิพ/ วิสาหกิจชุมชน	คณะผู้วิจัย/ อบต.คูบัว/ อบต.ดอนแร่/ อบต.บางกะเณ/พัฒนากรฯ

จากตารางที่ ๔.๑ กิจกรรมภาคปฏิบัติการ (Action) พบว่า ด้านการสร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชิพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ควรสร้างแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าขึ้นตีนจก ควรมีการทอผ้าขึ้นให้มีลวดลายที่ทันสมัยหลากหลาย เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด และหน่วยงานภาครัฐ ควรมีส่วนช่วยสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ การนำผลการวิเคราะห์จากผลการวิจัยของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้าทำวิจัยพื้นที่ไปใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าขึ้นตีนจก ทั้งนี้ กลุ่มผู้วิจัยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าขึ้นตีนจกในการนำมาใช้ประโยชน์ใหม่ อาทิ กระเป๋า ยามสะพาย เป็นต้น ส่วนกลยุทธ์ราคา คือ การมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนพุน้ำร้อนด้วยกลยุทธ์ราคาสูงราคาประมาณ ๑๒,๐๐๐ - ๒๘,๐๐๐ บาท เพื่อขายให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าที่มีฐานะดีที่ชื่นชอบผ้าทอที่มีการถ่ายทอดผ่านวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน ส่วนกลยุทธ์ราคาเหมาะสมกับคุณภาพนั้นจะใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าฐานะปานกลาง ราคาผืน

ละ ๕,๐๐๐ - ๑๕,๐๐๐ บาท โดยมีราคาต่ำ ๘๐๐ - ๑,๕๐๐ บาทต่อผืน และด้านการพัฒนากลยุทธ์ การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ควรสร้างตลาดจำหน่ายสินค้าที่ยั่งยืน ใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายต่อเนื่อง การสร้างจุดขาย การทอมือ การสร้างอัตลักษณ์ให้น่าสนใจ ที่เป็นเอกลักษณ์ที่ลงตัวน่าสนใจ ควรจัดให้มีการแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ รวมทั้งการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผ้าขึ้นตีนจกภายในชุมชน ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอเชิงสร้างสรรค์ควรดำเนินการ ๕ แนวทาง คือ ๑) การเพิ่มจำนวนลวดลายบนผืนผ้า ๒) การปรับลดจำนวนลวดลายบนผืนผ้า ๓) การพัฒนาผ้าทอขึ้นตีนจกให้มีเป็นลวดลายใหม่ ๔) การใช้วัตถุดิบของเส้นด้ายย้อมสีธรรมชาติ และ ๕) การสร้างตราสัญลักษณ์ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ “ผ้าทอขึ้นตีนจก” อันเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ไท-ยวนราชบุรีทั้ง ๓ ตระกูล คือ ๑) ผ้าจกตระกูลคูบัว ๒) ผ้าจกตระกูลหนองโพ-บางกะโด และ ๓) ผ้าจกตระกูลดอนแร่

๔.๔ องค์ความรู้จากการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดออนไลน์วิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี” สามารถสรุปองค์ความรู้จากการวิจัยได้ดังนี้

๔.๔.๑ องค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัย

๑. การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี การสร้างตลาดชุมชนและสหกรณ์ขึ้นในท้องถิ่น เพื่อจัดจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจกราชบุรีและสร้างตลาดออนไลน์ การสร้างศูนย์จำหน่ายสินค้าตามจุดสำคัญต่าง ๆ ทั่วทั้งจังหวัด เพื่อการส่งออกสินค้าที่กลุ่มผู้ทอผ้าขึ้นตีนจกผลิตขึ้น ทั้งยังเป็นการแสดงสินค้าให้เข้าถึงบริโภคอย่างทั่วถึง ที่จะรับรู้ถึงการมีอยู่ของผ้าขึ้นตีนจกราชบุรี ได้แก่ ๑) หน้าร้าน : ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านราชบุรี วัดนาหนอง กาดวิถีชุมชนคูบัว อำเภอเมือง ตลาดนัดโอ๊ะป่อย อำเภอสวนผึ้ง ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดขนอน อำเภอโพธาราม และอุทยานหินเขางู อำเภอเมือง เป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายผ้าจก ผ้าพื้นเมืองของคนในชุมชน โดยผ้าทอไทยวน เป็นผ้าทอที่มีความประณีต สวยงาม และมีความเป็นเอกลักษณ์ทำให้ผ้าทอไท-ยวนของ จังหวัดราชบุรี มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ๒) องค์การบริหารส่วนตำบล : หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่นให้การส่งเสริม การประชาสัมพันธ์ และการจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจกทุกชนิด ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลคูบัว องค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองโพ-บางกะโด นอกจากนี้มีเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเส้นทาง

ท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน อำเภอ จังหวัดอื่นๆ ๓) OTOP ผ้าไทยในจังหวัดราชบุรี : กรมการพัฒนาชุมชนได้ลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมกับสภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์ จัดทำโครงการ “สืบสาน อนุรักษ์ศิลปผ้าไทย ดำรงไว้ในแผ่นดิน” สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดราชบุรีได้จัดทำแค็ตตาล็อกผ้าไทย ประจำจังหวัดราชบุรี เพื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้สนใจได้สั่งซื้อผ้าจากผู้ประกอบการ OTOP และ ๔) ตลาดออนไลน์ : เพจ ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี การตลาดออนไลน์ เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเจ้าของธุรกิจกับลูกค้า เป็นการลงทุนทำการตลาดที่มีราคาไม่สูง สามารถแก้ไขหรืออัปเดตข้อมูลได้เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์ หรือแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ธุรกิจต้องการให้ลูกค้าทราบ ก็สามารถทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว เกิดจากการเข้ามาของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ส่วน ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis ตลาดผ้าขึ้นตีนจก ตระกูลราชบุรี ได้ดังนี้ จุดแข็งทรัพยากรบุคคล คนในชุมชนมีฝีมือผลิตผ้าทอจกที่มีงานคุณภาพและมีเอกลักษณ์ จุดอ่อนทรัพยากรบุคคลขาดผู้สืบทอดวิธีการทอผ้าเนื่องจากคนรุ่นหลังไม่ให้ความสนใจในการสืบทอดอาชีพทอผ้าต่อไป โอกาสเศรษฐกิจองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่เข้ามาช่วยเหลือทางด้านของเงินทุนและสร้างร้านสวัสดิการรัฐให้ชาวบ้านในชุมชนได้ใช้ประโยชน์ และอุปสรรคเศรษฐกิจอยู่ในช่วงถดถอย ไม่แน่นอน ทำให้การซื้อขายผลิตภัณฑ์ผ้าทอจกในปัจจุบันลดลงอย่างเห็นได้ชัด

๒. การสร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

การช่องทางสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี การสร้างแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าขึ้นตีนจก การสร้างขั้นตอนทอผ้าขึ้นให้มีผลผลิตที่ทันสมัยหลายหลาก เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด และหน่วยงานภาครัฐควรมีส่วนช่วยสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ การนำผลการการวิเคราะห์จากผลการวิจัยของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้าทำวิจัยพื้นที่ไปใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าขึ้นตีนจก ทั้งนี้กลุ่มผู้วิจัยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าตีนจกในการนำมาใช้ประโยชน์ใหม่ อาทิ กระเป๋า ยามสะพาย เป็นต้น ส่วนกลยุทธ์ราคา คือ การมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาผ้าที่มีผลผลิตเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนพุน้ำร้อนด้วยกลยุทธ์ราคาสูงราคาประมาณ ๑๒,๐๐๐ - ๒๘,๐๐๐ บาท เพื่อขายให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าที่มีฐานะดีที่ชื่นชอบผ้าทอที่มีการถ่ายทอดผ่านวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน ส่วนกลยุทธ์ราคาเหมาะสมกับคุณภาพนั้นจะใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าฐานะปานกลาง ราคาผืนละ ๕,๐๐๐ - ๑๕,๐๐๐ บาท โดยมีราคาต่ำ ๘๐๐ - ๑,๕๐๐ บาท ต่อผืน โดยจำแนก ๑) เพจ ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี และ ๒) ปริเซนเตอร์สวมใส่เสื้อลายจก

๓. การพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

การนำหลักพระพุทธศาสนามาพิจารณาภายใต้กรอบความคิด ของหลักการตลาดโดยใช้หลักหรือทฤษฎีการตลาดเป็นตัวตั้ง แล้วนำหลักธรรมมาเป็นตัวเสริมเพื่ออธิบายนี้ถือเป็นบูรณาการประเภท “ธรรมวิทยาหรือธรรมโมโลยี-Dhammology” ตามหลักของพระพรหมบัณฑิตการบูรณาการ ๒ ศาสตร์นี้เข้าหากันน่าจะเกิดประโยชน์อย่างยิ่งในวงการการตลาด เพราะศาสตร์การตลาดจัดเป็นสายงานที่ต้องนำข้อมูลจำนวนมากส่งต่อไปสู่สังคมผู้บริโภค หากสามารถนำหลักพุทธศาสนา “เข้าหา” นักการตลาดในเชิงรุก สามารถทำให้นักการตลาดสามารถใช้หลักธรรมมาบูรณาการเป็นเครื่องมือช่วยทำงานการตลาด ภายใต้หลักการใหม่นี้ ที่ต่อไปจะใช้ชื่อว่า “ธรรมโมโลยี-การตลาด: Dhammology-Marketing” บูรณาการนี้ ไม่เพียงเป็นการสร้างนวัตกรรมใหม่สู่วงการการตลาด แต่ยังเป็นกุศโลบายอีกทางหนึ่ง ที่ช่วยเผยแผ่ธรรมะเข้าสู่คนรุ่นใหม่ในรูปแบบที่เหมาะสมกับยุคและความต้องการ และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนความรู้ในวิชาชีพการตลาดสู่โลกตะวันตก เพื่ออธิบายหลักธรรมในรูปแบบของหลักการตลาด ตัวอย่างของบูรณาการนี้คือการวางแผนการตลาดด้วยหลักสัปบุริสธรรม ๗ (Sappurisa-dhamma Marketing Plan Canvas) เป็นต้น กลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี สร้างตลาดจำหน่ายสินค้าที่ยั่งยืน ใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายต่อเนื่อง การสร้างจุดขาย การท่อมือ การสร้างอัตลักษณ์ที่น่าสนใจ ที่เป็นเอกลักษณ์ที่ลงตัวน่าสนใจ การจัดให้มีการแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ รวมทั้งการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผ้าขึ้นตีนจกภายในชุมชน ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอเชิงสร้างสรรค์ควรดำเนินการ ๕ แนวทาง คือ ๑) การเพิ่มจำนวนลวดลายบนผืนผ้า ๒) การปรับลดจำนวนลวดลายบนผืนผ้า ๓) การพัฒนาผ้าทอตีนจกให้มีเป็นลวดลายใหม่ ๔) การใช้วัตถุดิบของเส้นด้ายย้อมสีธรรมชาติ และ ๕) การสร้างตราสัญลักษณ์ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ผ้าลายจกตระกูลคูบัวเป็นผ้าที่มีชื่อเสียงและเป็นสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั่วประเทศ จึงนำหลักการตลาด “4Ps” ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับกับความสนใจและความต้องการของผู้ซื้อ ที่นำเสนอประวัติการทอผ้าขึ้นนั้น ๆ ขึ้นมา โดยการอิงพื้นที่ที่ได้รับการยอมรับอาทิ ผ้าลายจกตระกูลคูบัว ด้านราคา (Price) กำหนดให้ราคามีความหลากหลายสอดคล้องกับกำลังซื้อของผู้สนใจอาทิ ลด แลก แจก แถม ด้านการจัดจำหน่าย (Place) การนำผลิตภัณฑ์ไปออกบูธจำหน่าย อาทิ งานประจำปีวัดหลวงพ่อสวดธรรมกายาราม จังหวัดราชบุรี งานสัปดาห์ส่งเสริมพระพุทธศาสนาวันมหาธาตุวรวินัย จังหวัดเพชรบุรี และด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) การให้ฟรีเซ็นเตอร์สวมใส่เสื้อผ้าต่าง ๆ แล้วนำมาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ อาทิ เฟซบุ๊ก ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี

๔.๔.๒ องค์ความรู้ที่สังเคราะห์ได้จากการวิจัย

๑. การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

ควรมีหน้าร้านจำหน่ายสินค้า และออกบูธจำหน่ายสินค้าตามงานๆ ทั้งภายในและภายนอกจังหวัด สร้างตลาดชุมชนและสหกรณ์ขึ้นในท้องถิ่น เพื่อจัดจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจกราชบุรีและสร้างตลาดออนไลน์ ควรสร้างศูนย์จำหน่ายสินค้าตามจุดสำคัญต่าง ๆ ทั่วทั้งจังหวัด เพื่อการส่งออกสินค้าที่กลุ่มผู้ทอผ้าขึ้นตีนจกผลิตขึ้น ทั้งยังเป็นการแสดงสินค้าให้เข้าถึงบริโภคอย่างทั่วถึง ที่จะรับรู้ถึงการมีอยู่ของผ้าขึ้นตีนจกราชบุรี ทั้งนี้ ควรปรับราคาให้เหมาะสมต่อการเลือกซื้อ โดยการมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ ซึ่งผลิตด้วยการทอผ้าจากกลุ่มแม่บ้านที่สืบเชื้อสายจากบรรพบุรุษมีความประณีตในการทอ มีการคัดสรรลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ ผ่านความเชื่อที่ตกทอดต่อ ๆ กันมาด้วยกลยุทธ์ราคาต่ำสำหรับผู้สนใจทั่วไป ราคาสูงสำหรับนักสะสม/ผู้ทุนทรัพย์สูง

๒. การตลาดของผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

ควรมีตลาดรองรับสินค้า และประชาสัมพันธ์ช่องทางตลาด การจัดกิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดของกลุ่มแม่บ้านนั้นจะดำเนินการแบบมีส่วนร่วมในการร่วมมือกันจัดกิจกรรมในทางพุทธศาสนา เช่น งานบุญประเพณีสงกรานต์ งานบุญปฏิบัติธรรมในวันวิสาขบูชา งานบุญวันเข้าพรรษา การสวดมนต์ข้ามปี เป็นต้น ดังนั้น กลยุทธ์ช่องทางการตลาด คือ การนำผ้าทอออกจำหน่ายไปยังสถานที่ต่างๆ หรือสถานที่ที่หน่วยราชการขอให้ไปจัดแสดงสินค้ากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด มีการใช้กลยุทธ์ในการลดราคาผ้าทอให้แก่ลูกค้าเมื่อมีการจัดกิจกรรมทางพุทธศาสนาภายในวัดพุทธน้ำร้อน การโฆษณา การประชาสัมพันธ์ผ่านการสาธิตการทอผ้าและการจัดแสดงสินค้าร่วมกับการจัดงานของหน่วยราชการ

๓. การพัฒนาการตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

ควรสร้างรูปแบบการตลาดที่เน้นการโฆษณา “ลด แลก แจก” เพื่อสร้างความน่าสนใจสินค้าและเกิดความจดจำผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจกไทย-ยวนราชบุรี ต้องสร้างตลาดจำหน่ายสินค้าที่ยั่งยืน ใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายต่อเนื่อง การสร้างจุดขาย การทอมือ สร้างอัตลักษณ์ให้น่าสนใจ ที่เป็นเอกลักษณ์ที่ลงตัวน่าสนใจ ควรจัดให้มีการแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ รวมทั้งการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผ้าขึ้นตีนจกภายในชุมชน การแต่งกายด้วยผ้าลายจกในงานบุญต่างๆ ที่เกิดขึ้นตามเทศกาลพระพุทธศาสนา และเทศกาลส่งเสริมศิลปะและวัฒนธรรมของภาครัฐ ในวันสำคัญที่กำหนดขึ้นเป็นการเฉพาะ หรือทุกวันอังคาร เป็นต้น เพื่อประชาสัมพันธ์แบบเคลื่อนไหว ให้ผู้พบเห็นสนใจสอบถาม รวมไปถึงชาวต่างชาติที่พบเห็นที่ถือเป็นการส่งเสริมเอกลักษณ์ท้องถิ่น ทั้งนี้ควรจัดให้มีการประกวดการแต่งกายด้วยผ้าลายจก

บทที่ ๕

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดออนไลน์วิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (๑) ศึกษาการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี (๒) สร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี และ (๓) พัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรีโดยมีรายละเอียดดังนี้

๕.๑ สรุป

๕.๒ อภิปรายผล

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

๕.๑ สรุป

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดออนไลน์วิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี” สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

๕.๑.๑ การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี การสร้างตลาดชุมชนและสหกรณ์ขึ้นในท้องถิ่น เพื่อจัดจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจกราชบุรีและสร้างตลาดออนไลน์ การสร้างศูนย์จำหน่ายสินค้าตามจุดสำคัญต่าง ๆ ทั่วทั้งจังหวัด เพื่อการส่งออกสินค้าที่กลุ่มผู้ทอผ้าขึ้นตีนจกผลิตขึ้น ทั้งยังเป็นการแสดงสินค้าให้เข้าถึงบริโภคอย่างทั่วถึง ที่จะรับรู้ถึงการมีอยู่ของผ้าขึ้นตีนจกราชบุรี ได้แก่ ๑) หน้าร้าน : ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านราชบุรี วัดนาหนอง กาดวิถีชุมชนคูบัว อำเภอเมือง ตลาดนัดไธ้ะป่อย อำเภอสวนผึ้ง ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดขนอน อำเภอโพธาราม และอุทยานหินเขางู อำเภอเมือง เป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายผ้าจก ผ้าพื้นเมืองของคนในชุมชน โดยผ้าทอไทยวน เป็นผ้าทอที่มีความประณีต สวยงาม และมีความเป็นเอกลักษณ์ทำให้ผ้าทอไทยวนของ จังหวัดราชบุรี มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ๒) องค์การบริหารส่วนตำบล : หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่นให้การส่งเสริม การประชาสัมพันธ์ และ

การจำหน่ายผ้าตีนจกทุกชนิด ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลคูบัว องค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองโพ-บางกะโด นอกจากนี้มีเส้นทางการท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน อำเภอ จังหวัดอื่นๆ ๓) OTOP ผ้าไทยในจังหวัดราชบุรี : กรมการพัฒนาชุมชนได้ลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมกับสภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์ จัดทำโครงการ “สืบสาน อนุรักษ์ศิลปผ้าถิ่นไทย ดำรงไว้ในแผ่นดิน” สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดราชบุรีได้จัดทำแค็ตตาล็อกผ้าถิ่นไทย ประจำจังหวัดราชบุรี เพื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้สนใจได้สั่งซื้อผ้าจากผู้ประกอบการ OTOP และ ๔) ตลาดออนไลน์ : เพจ ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี การตลาดออนไลน์ เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเจ้าของธุรกิจกับลูกค้า เป็นการลงทุนทำการตลาดที่มีราคาไม่สูง สามารถแก้ไขหรืออัปเดตข้อมูลได้เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์ หรือแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ธุรกิจต้องการให้ลูกค้าทราบ ก็สามารถทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว เกิดจากการเข้ามาของการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ส่วน ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis ตลาดผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี ได้ดังนี้ จุดแข็งทรัพยากรบุคคล คนในชุมชนมีฝีมือผลิตผ้าทอจกที่มีงานคุณภาพและมีเอกลักษณ์ จุดอ่อนทรัพยากรบุคคลขาดผู้สืบทอดวิธีการทอผ้าเนื่องจากคนรุ่นหลังไม่ให้ความสนใจในการสืบทอดอาชีพทอผ้าต่อไป โอกาสเศรษฐกิจองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่เข้ามาช่วยเหลือทางด้านของเงินทุนและสร้างร้านสวัสดิการรัฐให้ชาวบ้านในชุมชนได้ใช้ประโยชน์ และอุปสรรคเศรษฐกิจอยู่ในช่วงถดถอย ไม่แน่นอน ทำให้การซื้อขายผลิตภัณฑ์ผ้าทอจกในปัจจุบันลดลงอย่างเห็นได้ชัด

๕.๑.๒ การสร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

การช่องทางสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี การสร้างแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าขึ้นตีนจก การสร้างขั้นตอนทอผ้าขึ้นให้มีลวดลายที่ทันสมัยหลายหลาก เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด และหน่วยงานภาครัฐควรมีส่วนช่วยสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ การนำผลการวิเคราะห์จากผลการวิจัยของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้าทำวิจัยพื้นที่ไปใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าขึ้นตีนจก ทั้งนี้กลุ่มผู้วิจัยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าตีนจกในการนำมาใช้ประโยชน์ใหม่ อาทิ กระเป๋า ยามสะพาย เป็นต้น ส่วนกลยุทธ์ราคา คือ การมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนพุน้ำร้อนด้วยกลยุทธ์ราคาสูงราคาประมาณ ๑๒,๐๐๐ - ๒๘,๐๐๐ บาท เพื่อขายให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าที่มีฐานะดีที่ชื่นชอบผ้าทอที่มีการถ่ายทอดผ่านวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน ส่วนกลยุทธ์ราคาเหมาะสมกับคุณภาพนั้นจะให้กับกลุ่มเป้าหมายที่

เป็นลูกค้าฐานปานกลาง ราคาผืนละ ๕,๐๐๐ - ๑๕,๐๐๐ บาท โดยมีราคาต่ำ ๘๐๐ - ๑,๕๐๐ บาท ต่อผืน โดยจำหน่าย ๑) เพจ ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี และ ๒) พรีเมเตอร์สวมใส่เสื้อลายจก

๕.๑.๓ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

การนำหลักพระพุทธศาสนามาพิจารณาภายใต้กรอบความคิด ของหลักการตลาดโดยใช้หลักหรือทฤษฎีการตลาดเป็นตัวตั้ง แล้วนำหลักธรรมมาเป็นตัวเสริมเพื่ออธิบายนี้ถือเป็นบูรณาการประเภท “ธรรมวิทยาหรือธรรมโมโลยี-Dhammology” ตามหลักของพระพรหมบัณฑิตการบูรณาการ ๒ ศาสตร์นี้เข้าหากันน่าจะเกิดประโยชน์อย่างยิ่งในวงการการตลาด เพราะศาสตร์การตลาดจัดเป็นสายงานที่ต้องนำข้อมูลจำนวนมากส่งต่อไปสู่สังคมผู้บริโภค หากสามารถนำหลักพุทธศาสนา “เข้าหา” นักการตลาดในเชิงรุก สามารถทำให้นักการตลาดสามารถใช้หลักธรรมมาบูรณาการเป็นเครื่องมือช่วยทำงานการตลาด ภายใต้หลักการใหม่นี้ ที่ต่อไปจะใช้ชื่อว่า “ธรรมโมโลยี-การตลาด: Dhammology-Marketing” บูรณาการนี้ ไม่เพียงเป็นการสร้างนวัตกรรมใหม่สู่วงการการตลาด แต่ยังเป็นกุศโลบายอีกทางหนึ่ง ที่ช่วยเผยแผ่ธรรมะเข้าสู่คนรุ่นใหม่ในรูปแบบที่เหมาะสมกับยุคและความต้องการ และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนความรู้ในวิชาชีพการตลาดสู่โลกตะวันตก เพื่ออธิบายหลักธรรมในรูปแบบของหลักการตลาด ตัวอย่างของบูรณาการนี้คือการวางแผนการตลาดด้วยหลักสัปปริสธรรม ๗ (Sappurisa-dhamma Marketing Plan Canvas) เป็นต้น กลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี สร้างตลาดจำหน่ายสินค้าที่ยั่งยืน ใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายต่อเนื่อง การสร้างจุดขาย การท่อมือ การสร้างอัตลักษณ์ที่น่าสนใจ ที่เป็นเอกลักษณ์ที่ลงตัวน่าสนใจ การจัดให้มีการแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ รวมทั้งการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผ้าขึ้นตีนจกภายในชุมชน ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอเชิงสร้างสรรค์ควรดำเนินการ ๕ แนวทาง คือ ๑) การเพิ่มจำนวนลวดลายบนผืนผ้า ๒) การปรับลดจำนวนลวดลายบนผืนผ้า ๓) การพัฒนาผ้าทอตีนจกให้มีเป็นลวดลายใหม่ ๔) การใช้วัตถุดิบของเส้นด้ายย้อมสีธรรมชาติ และ ๕) การสร้างตราสัญลักษณ์ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ผ้าลายจกตระกูลคูบัวเป็นผ้าที่มีชื่อเสียงและเป็นสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั่วประเทศ จึงนำหลักการตลาด “4Ps” ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับกับความสนใจและความต้องการของผู้ซื้อ ที่นำเสนอประวัติการทอผ้าขึ้นนั้น ๆ ขึ้นมา โดยการอิงพื้นที่ที่ได้รับการยอมรับอาทิ ผ้าลายจกตระกูลคูบัว ด้านราคา (Price) กำหนดให้ราคามีความหลากหลายสอดคล้องกับกำลังซื้อของผู้สนใจ อาทิ ลด แลก แจก แถม ด้านการจัดจำหน่าย (Place) การนำผลิตภัณฑ์ไปออกบูธจำหน่าย อาทิ งานประจำปีวัดหลวงพ่อสดธรรมกายาราม จังหวัดราชบุรี งานสัปดาห์ส่งเสริมพระพุทธศาสนาวันมหาธาตุ

วรวิหาร จังหวัดเพชรบุรี และด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) การให้ฟรีเซนเตอร์สวมใส่เสื้อผ้าต่าง ๆ แล้วนำมาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ อาทิ เฟซบุ๊ก ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี

๕.๒ อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดออนไลน์วิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี” สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

๕.๒.๑ การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี การสร้างตลาดชุมชนและสหกรณ์ขึ้นในท้องถิ่น เพื่อจัดจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจกราชบุรีและสร้างตลาดออนไลน์ การสร้างศูนย์จำหน่ายสินค้าตามจุดสำคัญต่าง ๆ ทั่วทั้งจังหวัด เพื่อการส่งออกสินค้าที่กลุ่มผู้ทอผ้าขึ้นตีนจกผลิตขึ้น ทั้งยังเป็นการแสดงสินค้าให้เข้าถึงบริโภคอย่างทั่วถึง ที่จะรับรู้ถึงการมีอยู่ของผ้าขึ้นตีนจกราชบุรี ได้แก่ ๑) หน้าร้าน : ศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านราชบุรี วัดนาหนอง กาดวิถีชุมชนคูบัว อำเภอเมือง ตลาดนัดไธ้ะป่อย อำเภอสวนผึ้ง ตลาดน้ำดำเนินสะดวก อำเภอดำเนินสะดวก พิพิธภัณฑ์หนังใหญ่วัดขนอน อำเภอโพธาราม และอุทยานหินเขางู อำเภอเมือง เป็นศูนย์กลางในการจำหน่ายผ้าจก ผ้าพื้นเมืองของคนในชุมชน โดยผ้าทอไทยวน เป็นผ้าทอที่มีความประณีต สวยงาม และมีความเป็นเอกลักษณ์ทำให้ผ้าทอไทย-ยวนของ จังหวัดราชบุรี มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ๒) องค์การบริหารส่วนตำบล : หน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่นให้การส่งเสริม การประชาสัมพันธ์ และการจำหน่ายผ้าขึ้นตีนจกทุกชนิด ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลคูบัว องค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองโพ-บางกะโด นอกจากนี้มีเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวที่สำคัญของชุมชน อำเภอ จังหวัดอื่นๆ ๓) OTOP ผ้าไทยในจังหวัดราชบุรี : กรมการพัฒนาชุมชนได้ลงนามบันทึกข้อตกลงร่วมกับสภาสตรีแห่งชาติในพระบรมราชินูปถัมภ์ จัดทำโครงการ “สืบสาน อนุรักษ์ศิลปผ้าถิ่นไทย ดำรงไว้ในแผ่นดิน” สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดราชบุรีได้จัดทำแค็ตตาล็อกผ้าถิ่นไทย ประจำจังหวัดราชบุรี เพื่อประชาสัมพันธ์เชิญชวนให้ผู้สนใจได้สั่งซื้อผ้าจากผู้ประกอบการ OTOP และ ๔) ตลาดออนไลน์ : เฟซบุ๊ก ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี การตลาดออนไลน์ เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์หรือบริการ ที่ใช้อินเทอร์เน็ตเป็นสื่อกลางที่ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และใช้เป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกันระหว่างเจ้าของธุรกิจกับลูกค้า เป็นการลงทุนทำการตลาดที่มีราคาไม่สูง สามารถแก้ไขหรืออัปเดตข้อมูลได้เสมอ ไม่ว่าจะเป็นการโพสต์ หรือแชร์ข้อมูลข่าวสารที่ธุรกิจต้องการให้ลูกค้าทราบ ก็สามารถทำได้ง่าย สะดวก และรวดเร็ว เกิดจากการเข้ามาของการ

พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ส่วน ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis ตลาดผ้าขึ้นตีนจก ตระกูลราชบุรี ได้ดังนี้ จุดแข็งทรัพยากรบุคคล คนในชุมชนมีฝีมือผลิตผ้าทอจากที่มีงานคุณภาพและมีเอกลักษณ์ จุดอ่อนทรัพยากรบุคคลขาดผู้สืบทอดวิธีการทอผ้าเนื่องจากคนรุ่นหลังไม่ให้ความสนใจในการสืบทอดอาชีพทอผ้าต่อไป โอกาสเศรษฐกิจองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่เข้ามาช่วยเหลือทางด้านของเงินทุนและสร้างร้านสวัสดิการรัฐให้ชาวบ้านในชุมชนได้ใช้ประโยชน์ และอุปสรรคเศรษฐกิจอยู่ในช่วงถดถอย ไม่นั่นอน ทำให้การซื้อขายผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากในปัจจุบันลดลงอย่างเห็นได้ชัด สอดคล้องกับธัชพล จริยากุลธนา ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายผ้าจากไท-ยวนราชบุรี สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าจาก” โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายผ้าจาก ชาว ไท-ยวน ของกลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าจาก หมู่ ๔ บ้านใต้ ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ลวดลายผ้าจาก ไท-ยวน ของกลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าจาก หมู่ ๔ บ้านใต้ ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในชุมชนจากอัตลักษณ์ลวดลายผ้าจากไท-ยวน ของกลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าจาก หมู่ ๔ บ้านใต้ ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี และเพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่มีผลต่อผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ลวดลายผ้าจากไท-ยวน ของกลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าจาก หมู่ ๔ บ้านใต้ ตำบลคูบัว จังหวัดราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ลวดลายของผ้าจากชาวไท-ยวน เกิดจากการสะกิดด้ายเส้นยืนขึ้นเป็นระยะตามต้องการให้เส้นด้ายพุ่งพิเศษผ่านจากอีกด้านหนึ่งไปอีกด้านตามหน้ากว้างของผ้า ความเชื่อที่ว่าผ้าชนิดเป็นของสูงจึงมีการอนุรักษ์ไว้นิยมทอใช้เป็นสไบหรือผ้าเปี่ยงทางพิธีศาสนา ลายที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะคือ ลายดอกเขีย ลายโค้งแก้ง ลายหน้าหมอน ลายนกคู่กินน้ำร่วมเต้าเป็นลายหลักเทคนิคพิเศษคือ การจกใช้ด้ายสีดำเว้นพื้นไว้มากเพื่อจกลายหักให้มีความเด่นชัดมันคงไม่มีความ หลากหลายของลายประกอบ การใช้สีจะเป็นพื้นด่างแดงและแซมเหลืองเป็นหลัก ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ลวดลายผ้าจาก ไท-ยวน ของกลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าจาก หมู่ ๔ บ้านใต้ ตำบลคูบัวจังหวัดราชบุรี พบว่าการสร้างแบบสอบถามทางอินเทอร์เน็ตเพื่อหาความต้องการเบื้องต้นของ กลุ่มผู้บริโภคถึงประเภทของผลิตภัณฑ์ สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการคือ คือผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องประกอบการแต่งกาย^๑

๕.๒.๒ การสร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

การช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี การสร้างแนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการทอผ้าขึ้นตีนจก การ

^๑ธัชพล จริยากุลธนา, “การศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายผ้าจากไท-ยวนราชบุรี สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าจาก”, วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, (บัณฑิตวิทยาลัย : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, ๒๕๖๑).

สร้างขั้นตอนทอผ้าขึ้นให้มีลวดลายที่ทันสมัยหลายหลาก เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด และหน่วยงานภาครัฐควรมีส่วนช่วยสนับสนุนในเรื่องงบประมาณ การนำผลการการวิเคราะห์จากผลการวิจัยของหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้าทำวิจัยพื้นที่ไปใช้ประโยชน์และอนุรักษ์ผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นผ้าขึ้นตีนจก ทั้งนี้กลุ่มผู้วิจัยมีการออกแบบผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าตีนจกในการนำมาใช้ประโยชน์ใหม่ อาทิ กระเป๋า ยามสะพาย เป็นต้น ส่วนกลยุทธ์ราคา คือ การมีส่วนร่วมในการกำหนดราคาผ้าที่มีลวดลายเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนพุน้ำร้อนด้วยกลยุทธ์ราคาสูงราคาประมาณ ๑๒,๐๐๐ - ๒๘,๐๐๐ บาท เพื่อขายให้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าที่มีฐานะดีที่ชื่นชอบผ้าทอที่มีการถ่ายทอดผ่านวัฒนธรรมมาอย่างยาวนาน ส่วนกลยุทธ์ราคาเหมาะสมกับคุณภาพนั้นจะใช้กับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นลูกค้าฐานะปานกลาง ราคาผืนละ ๕,๐๐๐ - ๑๕,๐๐๐ บาท โดยมีราคาต่ำ ๘๐๐ - ๑,๕๐๐ บาท ต่อผืน โดยจำนวน ๑) เพจ ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี และ๒) ปริเซนเตอร์สวมใส่เสื้อลายจก สอดคล้องกับสุชาติ แสงดวงดี, นนทกร ภิรมย์ภู, ณัฐนันท์ ชันศรี และนัทธสิทธิ์ เนียมสังข์ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าจากเศษผ้าทอจกคุบัว” จากผลการวิจัยพบว่า การพัฒนากลยุทธ์ทางการผลิตผ้าทอจกคุบัว เริ่มจากการสำรวจความต้องการ และข้อปัญหาเบื้องต้น และสรุปวิเคราะห์ความต้องการของผู้ผลิตผ้าทอจก จากผลสรุปดังกล่าวพบว่า ปัญหาจากปัจจัยภายในและภายนอกของกลุ่มพัฒนาอาชีพผ้าทอจกคุบัว เพื่อให้เกิดกลยุทธ์ทางการผลิตผ้าทอจกแก่กลุ่มพัฒนาอาชีพ และชาวบ้านในชุมชนคุบัว จากนั้นจึงได้นำทฤษฎีการคิดสร้างสรรค์มาปรับใช้เป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ โดยพัฒนาจากลวดลายของผ้าทอจกคุบัว ที่มีความงดงามตามแบบดั้งเดิมตั้งแต่สมัยโบราณ เพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะสอดคล้องกับการนำทฤษฎีการสร้างมูลค่าเพิ่มและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้กล่าวไว้ ดังนี้ “การสร้างหรือผลิตผลิตภัณฑ์ขึ้นมานั้น จำเป็นต้องมีความแตกต่างเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ตัวผลิตภัณฑ์ เจาะกลุ่มเป้าหมายรายใหม่จากรายเดิมที่ยังคงเดิมไว้ แต่อาจทำให้เกิดความจำเจกับตัวผลิตภัณฑ์เดิมที่ยังไม่ได้มีความพัฒนารูปแบบ การสร้าง “มูลค่าเพิ่ม” ที่ติดมากับตัวผลิตภัณฑ์” ทั้งยังเป็นการเสริมสร้างความร่วมมือกันในชุมชน เพื่อให้กระบวนการผลิตผ้าทอจกคุบัวมีประสิทธิภาพมากขึ้นจากการร่วมมือระหว่าง กลุ่มพัฒนาอาชีพ ซึ่งเป็นบุคคลที่มีหน้าที่หลักในการช่วยให้คำแนะนำกับชาวบ้านในหมู่บ้านให้มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนากลยุทธ์ทางการผลิต โดยผู้ทำวิจัยได้มีการนำทฤษฎีการมีส่วนร่วมในชุมชนมาปรับใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในการทำวิจัยครั้งนี้ควบคู่กันเพื่อให้ธุรกิจชุมชนบ้านได้ ตำบลคุบัว มีรายได้เข้าชุมชนมากขึ้น เสริมสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือนให้ได้รายได้มากขึ้นจากเดิมสอดคล้องกับทฤษฎีธุรกิจชุมชนที่เน้นพัฒนาธุรกิจชุมชนให้มีความน่าสนใจและเสริมสร้างรายได้แก่ชุมชนและครัวเรือน อย่างไรก็ตาม การวิจัยครั้งนี้ มีข้อค้นพบสำคัญ คือ ผู้ผลิตผ้าทอจกในตำบลคุบัว มีความประสงค์เพื่อเผยแพร่กลยุทธ์ทางการผลิตผ้าทอจก ที่ทำการพัฒนาโดยการวิเคราะห์ปัจจัยภายในและภายนอกแล้ว แก่ชาวบ้านที่ประกอบอาชีพทอผ้าจกคุบัว หรือบุคคลภายนอกที่สนใจทำการศึกษากลยุทธ์และ

กระบวนการต่าง ๆ ในทำทำธุรกิจทอผ้าทอจากคุบัว และกลุ่มพัฒนาอาชีพผ้าทอจากคุบัว ต้องการให้ผู้ทำวิจัยอธิบายและช่วยเหลือในด้านการอธิบายความรู้ความเข้าใจกลยุทธ์ในการผลิตแก่ชาวบ้านในหมู่บ้านให้เข้าใจ และสามารถนำกลยุทธ์นี้ไปปรับใช้ และแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตกลงยินดีเข้าร่วมการพัฒนากลยุทธ์ทางการผลิตผ้าทอจากในอนาคต่อไป^๒

๕.๒.๓ การพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

การนำหลักพระพุทธศาสนามาพิจารณาภายใต้กรอบความคิด ของหลักการตลาดโดยใช้หลักหรือทฤษฎีการตลาดเป็นตัวตั้ง แล้วนำหลักธรรมมาเป็นตัวเสริมเพื่ออธิบายนี้ถือเป็นบูรณาการประเภท “ธรรมวิทยาหรือธรรมโมโลยี-Dhammology” ตามหลักของพระพรหมบัณฑิตการบูรณาการ ๒ ศาสตร์นี้เข้าหากันน่าจะเกิดประโยชน์อย่างยิ่งในวงการการตลาด เพราะศาสตร์การตลาดจัดเป็นสายงานที่ต้องนำข้อมูลจำนวนมากสื่อกันไปสู่สังคมผู้บริโภค หากสามารถนำหลักพุทธศาสนา “เข้าหา” นักการตลาดในเชิงรุก สามารถทำให้นักการตลาดสามารถใช้หลักธรรมมาบูรณาการเป็นเครื่องมือช่วยทำงานการตลาด ภายใต้หลักการใหม่นี้ ที่ต่อไปจะใช้ชื่อว่า “ธรรมโมโลยี-การตลาด: Dhammology-Marketing” บูรณาการนี้ ไม่เพียงเป็นการสร้างนวัตกรรมใหม่สู่วงการการตลาด แต่ยังเป็นกุศโลบายอีกทางหนึ่ง ที่ช่วยเผยแผ่ธรรมะเข้าสู่คนรุ่นใหม่ในรูปแบบที่เหมาะสมกับยุคและความต้องการ และยังสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการแลกเปลี่ยนความรู้ในวิชาชีพการตลาดสู่โลกตะวันตก เพื่ออธิบายหลักธรรมในรูปแบบของหลักการตลาด ตัวอย่างของบูรณาการนี้คือการวางแผนการตลาดด้วยหลักสัปปุริสธรรม ๗ (Sappurisa-dhamma Marketing Plan Canvas) กลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี สร้างตลาดจำหน่ายสินค้าที่ยั่งยืน ใช้ระบบการประชาสัมพันธ์ในหลากหลายต่อเนื่อง การสร้างจุดขาย การท่อมือ การสร้างอัตลักษณ์ที่น่าสนใจ ที่เป็นเอกลักษณ์ที่ลงตัวน่าสนใจ การจัดให้มีการแสดงสินค้าตามสถานที่ต่างๆ รวมทั้งการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านผ้าขึ้นตีนจกภายในชุมชน ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอเชิงสร้างสรรค์ควรดำเนินการ ๕ แนวทาง คือ ๑) การเพิ่มจำนวนลวดลายบนผืนผ้า ๒) การปรับลดจำนวนลวดลายบนผืนผ้า ๓) การพัฒนาผ้าทอขึ้นตีนจกให้มีเป็นลวดลายใหม่ ๔) การใช้วัตถุดิบของเส้นด้ายย้อมสีธรรมชาติ และ ๕) การสร้างตราสัญลักษณ์ เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้ผ้าลายจกตระกูลคุบัว เป็นผ้าที่มีชื่อเสียงและเป็นสินค้าที่ได้รับการยอมรับจากลูกค้าทั่วประเทศ จึงนำหลักการตลาด “4Ps” ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) การผลิตผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับกับความสนใจและความต้องการของผู้ซื้อ ที่

^๒สุชาติดา แสงดวงดี, นนทกร ภิรมย์ภู, ณัฐนันท์ ชันศรี และนัทธสิทธิ์ เนียมสังข์, “การพัฒนากลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ผ้าจากเศษผ้าทอจากคุบัว”, งานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๑๑ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, (๑๑-๑๒ กรกฎาคม ๒๕๖๒).

นำเสนอประวัติการทอผ้าขึ้นนั้น ๆ ขึ้นมา โดยการอิงพื้นที่ที่ได้รับการยอมรับอาทิ ผ้าลายจกตระกูล
บัว ด้านราคา (Price) กำหนดให้ราคามีความหลากหลายสอดคล้องกับกำลังซื้อของผู้สนใจ อาทิ ลด
แลก แจก แถม ด้านการจัดจำหน่าย (Place) การนำผลิตภัณฑ์ไปออกบูธจำหน่าย อาทิ งานประจำปี
วัดหลวงพ่อดุสิตธรรมกายาราม จังหวัดราชบุรี งานสัปดาห์ส่งเสริมพระพุทธศาสนาวันมหาธาตุวิหาร
จังหวัดเพชรบุรี และด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) การให้ฟรีเซนเตอร์สวมใส่เสื้อผ้าต่าง ๆ
แล้วนำมาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ อาทิ เพจ ผ้าขึ้นตีนจก ราชบุรี สอดคล้องกับรสา สุนทรา
ยุทธ ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การออกแบบผลิตภัณฑ์และการบริการสำหรับชุมชนหัตถกรรมท้องถิ่นผ้า
จก ไทยวน จังหวัดราชบุรี เพื่อขยายกลุ่มงานผลิตภัณฑ์ออกแบบตกแต่งภายในด้วยนวัตกรรมขึ้นรูป
ผ้าด้วยแม่พิมพ์และสิ่งทอสีเขียว” จากผลการวิจัยพบว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์และการบริการ
สำหรับชุมชนหัตถกรรมท้องถิ่นผ้าจก ไทยวน จังหวัดราชบุรี เพื่อขยายกลุ่มงานผลิตภัณฑ์ออกแบบ
ตกแต่งภายในด้วยนวัตกรรมขึ้นรูปผ้าด้วยแม่พิมพ์และสิ่งทอสีเขียว เป็นโครงการที่นำเอาภูมิปัญญา
งานหัตถกรรมท้องถิ่นมาใช้ร่วมกับนวัตกรรมการออกแบบในระบอบอุตสาหกรรมที่ชุมชนสามารถ
เข้าถึงได้ง่ายด้วยตนเอง เพื่อเป็นการเปิดตลาดสินค้าใหม่ ๆ และมีการนำระบบการจัดการด้าน
สิ่งแวดล้อมมาใช้ รวมไปถึงการใช้แนวคิดการออกแบบการบริการมาช่วยจัดการและบริหารทรัพยากร
ให้เกิดคุณค่าสูงสุด โดยมีผลผลิตของโครงการนี้ที่แสดงออกมาอย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่ ๑) ก่อให้เกิด
แนวทางการผลิตของผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรมโดยนวัตกรรมสิ่งทอสีเขียว ได้ผลงานการย้อมผ้าและ
ไหมธรรมชาติด้วยสีสกัดจากธรรมชาติที่มีความสวยงาม มีคุณค่าและปลอดภัยต่อมนุษย์และ
สิ่งแวดล้อม ๒) ผลงานผลิตภัณฑ์เพื่อการออกแบบตกแต่งภายในที่ประกอบไปด้วย ตู้เก็บของ ชั้นวาง
ของ งานตกแต่งผนัง งาน partition wall โต๊ะข้าง โคมไฟ และงานโครงสร้างบล็อกปูน จากการ
ผสมผสานเทคนิควิธีการขึ้นรูปผ้าในแบบต่าง ๆ และ ๓) การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร แนวทางการ
ออกแบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสารและพื้นที่เรียนรู้สร้างสรรค์ รวมไปถึงต้นแบบธุรกิจที่
สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดได้อีกต่อไป สำหรับแนวทางการพัฒนาต่อยอดในอนาคต สามารถทำ
ได้โดยการนำเอากระบวนการทำงานจากโครงการวิจัยนี้มาพัฒนาสร้างสรรค์ต่อเนื่องด้านต่าง ๆ ทั้งด้าน
เครื่องมือ เทคนิควิธีการผลิตรวมถึงการกระจายสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ จัดให้เกิดกิจกรรมความ
ร่วมมือกับกลุ่มนักออกแบบ เพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ต่อกัน อย่างไรก็ตาม จากการตรวจสอบ
ข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้ใช้กลุ่มเป้าหมายทำให้เกิดข้อเสนอแนะและการพัฒนาต่อยอดไปใน
อนาคตในด้านการนำเอารูปแบบแนวทางในการออกแบบมาพัฒนาสร้างสรรค์มากขึ้นกว่าเดิมที่เคย
เป็น โดยการจัดให้เกิดกิจกรรมความร่วมมือการออกแบบกับกลุ่มนักออกแบบ ศิลปิน และนักเรียน
นักศึกษาด้านการออกแบบเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ต่อกัน สร้างความยั่งยืนให้กับงาน
หัตถกรรมของชุมชน นอกจากนี้ ยังมีนวัตกรรมการขึ้นรูปผ้าและการทำผ้าทอให้กันน้ำ อาทิ การ

เคลื่อนบานโนเทคโนโลยี ซึ่งหากเทคโนโลยีเหล่านี้แพร่หลายและเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น ผู้ประกอบการสามารถปรับรูปแบบการผลิตให้เหมาะสม แปลกใหม่ สวยงาม และคุ้มค่ามากยิ่งขึ้น^๓

๕.๓ ข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การตลาดออนไลน์วิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี” ค้นพบข้อเสนอแนะดังนี้

๕.๓.๑ ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

๑. หน่วยงานภาครัฐ ควรให้การสนับสนุนและมีตลาดรองรับ สนับสนุนประชาชนในชุมชนมีอาชีพพึ่งพาตนเองได้ จากการจำหน่ายสินค้าผ้าขึ้นตีนจกราชบุรี

๒. วัฒนธรรมจังหวัด ควรส่งเสริมการประดิษฐ์หรือปรับใช้นวัตกรรมในเชิงสร้างสรรค์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

๓. วัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรพัฒนาเครือข่ายสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

๔. วัดและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรส่งเสริมวัดกรรมวิธีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

๕. วัฒนธรรมจังหวัด ควรจัดงานวันชาวไทย-ยวนระดับชาติและนานาชาติขึ้น เพื่อแลกเปลี่ยนและฟื้นฟูศิลปะและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์

๕.๓.๒ ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

๑. ภาครัฐ ควรมีการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ประชาชนรู้จักมากขึ้น ประชาสัมพันธ์ความสวยงามและคุณค่าของผ้าขึ้นตีนจก เพื่อเพิ่มการรับรู้ถึงสินค้าที่มีอยู่ซึ่งจะเกี่ยวข้องต่อการสืบสานผ้าขึ้นตีนจก

^๓รสา สุนทรยุทธ์, “การออกแบบผลิตภัณฑ์และการบริการสำหรับชุมชนหัตถกรรมท้องถิ่นผ้าจก ไทยวน จังหวัดราชบุรี เพื่อขยายกลุ่มงานผลิตภัณฑ์ออกแบบตกแต่งภายในด้วยนวัตกรรมขึ้นรูปผ้าด้วยแม่พิมพ์และสิ่งทอสีเขียว”, วารสารศิลปกรรมบูรพา, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๒) : ๒๗-๒๘.

๒. วัฒนธรรมจังหวัด ควรส่งเสริมการตั้งกลุ่มผ้าขึ้นตีนจกของชาวไทย-ยวน ที่กระจายตัวอยู่ตามชนบทของพื้นที่ต่างๆ ให้มากขึ้น และต้องมีผู้นำจัดหลักสูตรการเรียนรู้แก่เยาวชนรุ่นให้มีสถานที่ศึกษาเรียนรู้เรื่องผ่านขึ้นตีนจก

๓. กลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจก ควรหาเทคโนโลยีใหม่มาทดแทนวัสดุที่ใช้แบบดั้งเดิม อาทิ “ขนเม่นที่นำมาจกด้าย (การเย็บผ้าและสร้างลวดลายจากล่างขึ้นบน)” มาเสริมการทอ

๔. กลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านราชบุรี ลงนามบันทึกความเข้าใจ” (MOU : Memorandum of Understanding) กับวัดและหน่วยงานราช เพื่อนำผลิตภัณฑ์ผ้าขึ้นตีนจกไปจัดแสดงและจำหน่าย

๕.๓.๓ ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

๑. ควรศึกษาวิจัยเพื่อให้บุคคลทราบถึงประวัติศาสตร์ผ้าขึ้นตีนจกราชบุรีให้เผยแพร่ทั่วไปตามฐานข้อมูล เพื่อความสะดวกต่อการศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับผ้าขึ้นตีนจกให้มากที่สุด

๒. กลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจก ควรเสนอรูปแบบการพัฒนาลายผ้าที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

๓. ควรศึกษา รูปแบบการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับประเทศ

๔. ควรศึกษารูปแบบการพัฒนาของกลุ่มหัตถกรรมพื้นบ้านราชบุรี วัดนาหนองเพื่อสร้างเครือข่ายกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

๕. ควรศึกษา การสร้างเครือข่ายผ้าขึ้นตีนจกของชาวไทย-ยวนตระกูลราชบุรีวิถีพุทธต้นแบบ

บรรณานุกรม

- กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์, **ระบบการพัฒนาสังคมที่นำไปสู่ความมั่นคงของมนุษย์**, กรุงเทพมหานคร: เทพเพ็ญวานิชย์, ๒๕๔๙.
- เกศินี จุฑาวิจิตร, **การสื่อสารเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, นครปฐม: เพชรเกษมการพิมพ์, ๒๕๔๒.
- เกษศิริรินทร์ ภิญญาคง, **หลักการตลาด (Principle of Marketing)**, ร้อยเอ็ด: มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, ๒๕๕๔.
- เกษศิริรินทร์ ภิญญาคง, **หลักการตลาด (Principle of Marketing)**, ร้อยเอ็ด: มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด, ๒๕๕๔.
- จีระ งามศิลป์, **การประเมินสมรรถนะทางการบริหาร**, กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๕๑.
- จิราภรณ์ พรหมทอง, “การพัฒนาตนเองให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้เพื่อเข้าสู่ศตวรรษที่ ๒๑”, **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยฟาร์อีสเทอร์น**, ปีที่ ๑๐ ฉบับที่ ๒ (เมษายน-มิถุนายน ๒๕๕๙): ๖๔-๖๕.
- จรรยาจารี ธรรมา และกมลลาศ ภูวนาธิพงศ์, **ธรรมโมโลยี-การตลาด: พุทธศาสนากับงานบริหารการตลาด, สุธิปริทัศน์, (ฉบับพิเศษ) : ๒๖๓**
- จามะรี เชียงทอง, **สังคมวิทยาการพัฒนา**, กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์, ๒๕๔๙.
- ณัฐวุฒิ ทรัพย์อุปถัมภ์, **ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน**, จันทบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๕๘.
- ณัฐศา สุทธิธาดา, **ONLINE MARKETING ใครๆ ก็ทำได้ชนะใจลูกค้า เหนือกว่าคู่แข่ง**, กรุงเทพมหานคร: วิดีทัศน์, ๒๕๕๙.
- ดิเรก ฤกษ์ห่วย, “ทฤษฎีและแนวทางการพัฒนาสังคม”, ใน **เอกสารการสอนชุดวิชาคหกรรมศาสตร์กับการพัฒนาชุมชน**, นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๓.
- ทวีศักดิ์ กาญจนสุวรรณ, **พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce)**, กรุงเทพมหานคร: เคทีพี คอมพ์ แอนด์ คอนซัลท์, ๒๕๕๒.
- ธีรวัลย์ ศิลารัตน์, **การจัดการความรู้ชุมชน**, จันทบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๔๙.
- ธัชพล จริยากุลธนา, “การศึกษาอัตลักษณ์ลวดลายผ้าจากไท-ยวนราชบุรี สำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้กลุ่มพัฒนาอาชีพทอผ้าจาก”, **วิทยานิพนธ์ครุศาสตรบัณฑิต**

- มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, บัณฑิตวิทยาลัย : สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, ๒๕๖๑.
- นันทนีย์ กมลศิริพิชัยพร, **การพัฒนาสังคม**, จันทบุรี: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สถาบันราชภัฏรำไพพรรณี, ๒๕๔๔.
- นิภา เมธาวีชัย, **วิทยาการวิจัย**, กรุงเทพมหานคร: สถาบันราชภัฏธนบุรี, ๒๕๔๓.
- นำชัย ทนุผล, **พัฒนาชุมชน หลักการ และยุทธวิธี**, เชียงใหม่: ภาควิชาส่งเสริมการเกษตร สถาบันเทคโนโลยี การเกษตรแม่โจ้, ๒๕๕๐.
- บัณฑิต สวรรยาวิสุทธิ. **การตลาดทางตรง**. ขอนแก่น: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยขอนแก่น, ๒๕๖๑.
- บุญยจริย์ สรสีสม, **สงคราม ๙ ทัพ และประวัติศาสตร์เมืองราชบุรี: กระบวนทัศน์การสืบสานอัตลักษณ์ ๘ กลุ่มชาติพันธุ์**, ราชบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, ๒๕๕๕.
- ประเวศ วะสี, **ยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ สังคม และศีลธรรม**, กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์หมอชาวบ้าน, ๒๕๔๔.
- ประกอบ กรรณสูตร, **สถิติเพื่อการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์**, พิมพ์ครั้งที่ ๓, กรุงเทพมหานคร: ด่านสุทธาการพิมพ์, ๒๕๔๒.
- ประชาสัมพันธ์. **สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดราชบุรีเชิญชวนผู้สนใจสั่งซื้อผ้าจากผู้ประกอบการ OTOP**. <https://shorturl.asia/79HGr> ๙ มิถุนายน ๒๕๖๖
- ปราณี รามสูตร และจำรัส ดั่งสุวรรณ, **พฤติกรรมมนุษย์กับการพัฒนาตน**, พิมพ์ครั้งที่ ๓, กรุงเทพมหานคร: ธนะการพิมพ์, ๒๕๔๕.
- พุทธทาสภิกขุ (เจ้าอม อินทปญโญ), **เยาวชนกับความรอดของสังคม**, กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์สุภาพใจ, ๒๕๔๙.
- ไพศาล ไกรสิทธิ์, **การพัฒนาตน**, ราชบุรี: สถาบันราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, ๒๕๔๒.
- รัชฎาพร บุญเรือง, **กลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองลาวครึ่งแบบมีส่วนร่วมของกลุ่มแม่บ้านผู้นำร้อน อำเภอด่านช้าง จังหวัดสุพรรณบุรี, วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ**, ปีที่ ๖ ฉบับที่ ๔ (เมษายน ๒๕๖๔) : ๒๕๗.
- รัฐบาลไทย. **ด้านวัฒนธรรมท่องเที่ยว**. <https://shorturl.asia/nzBYK> ๙ มิถุนายน ๒๕๖๖
- ระวีวรรณ อินทร์แหมม, **ภาษาถิ่น**, ราชบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง, ๒๕๔๒.
- รสา สุนทรายุทธ, “การออกแบบผลิตภัณฑ์และการบริการสำหรับชุมชนหัตถกรรมท้องถิ่นผ้าจาก ไทยวน จังหวัดราชบุรี เพื่อขยายกลุ่มงานผลิตภัณฑ์ออกแบบตกแต่งภายในด้วยนวัตกรรมขึ้นรูปผ้าด้วยแม่พิมพ์และสิ่งทอสีเขียว”, **วารสารศิลปกรรมบูรพา**, ปีที่ ๘ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-มิถุนายน ๒๕๖๒).

ราชบัณฑิตยสถาน, **พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. ๒๕๕๔**, พิมพ์ครั้งที่ ๒, กรุงเทพมหานคร:
บริษัท ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์ จำกัด (มหาชน), ๒๕๕๖.

วุฒิ สุขเจริญ. พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior). (พิมพ์ครั้งที่ ๒). กรุงเทพมหานคร: จี.พี.
ไซเบอร์พริ้นท์, ๒๕๕๙.

วรรณนา โชคบรรดาลสุข กุลยา อนุโลก วรลักษณ์ ทองประยูร, การถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าตีนจก
ไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี, **วารสาร สมาคมนักวิจัย**, ปีที่ ๒๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม -
เมษายน ๒๕๕๙) : ๑๗๑.

วรินทร์พิพัชร วัชรพงษ์เกษม. เอกสารประกอบการสอนรายวิชา: พาณิชยอิเล็กทรอนิกส์. บุรีรัมย์:
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, ๒๕๖๐.

วิรัช วิรัชนิภาวรรณ, **ความหมายของการพัฒนา คำที่มีความหมายใกล้เคียง และแนวคิดพื้นฐาน
ของการพัฒนา**, ม.ป.ท.: ม.ป.พ., ม.ป.ป..

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, **เทคนิคการวิจัยทางการศึกษา**, กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น,
๒๕๔๐.

วรรณช ลิปิยารักษ์, **เอกสารประกอบการสอน รายวิชา การพัฒนาสังคม**, ปทุมธานี: คณะมนุษยศาสตร์
และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, ๒๕๕๘.

วรรณนา โชคบรรดาลสุข, กุลยา อนุโลก และวรลักษณ์ ทองประยูร, “การถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้า
ตีนจกไท-ยวนในจังหวัดราชบุรี”, **วารสาร สมาคมนักวิจัย**, ปีที่ ๒๑ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-
เมษายน ๒๕๕๙).

สงศรี ชมภูวงศ์, **การวิจัย**, นครศรีธรรมราช: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช, ๒๕๔๗.

สุชาดา แสงดวงดี, นนทกร ภิรมย์ภู, ณัฐนันท์ ชันศรี และนันทสิทธิ์ เนียมสังข์, “การพัฒนากลยุทธ์
ผลิตภัณฑ์ผ้าจากเศษผ้าทอจกคุบัว”, **งานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ ๑๑
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม**, (๑๑-๑๒ กรกฎาคม ๒๕๖๒).

สัญญา สัญญาวิวัฒน์, **ทฤษฎีและกลยุทธ์การพัฒนาสังคม**, พิมพ์ครั้งที่ ๘, กรุงเทพมหานคร:
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, ๒๕๕๑.

สันติ บางอ้อ, “สภาพัฒน์กับการพัฒนาประเทศ: การพัฒนาที่ยั่งยืนของไทย ตอนที่ ๒”, **โพสต์ทูเดย์**,
(๒๑ มิถุนายน ๒๕๕๖): ๙.

สนธยา พลศรี, **ทฤษฎีและหลักการพัฒนาชุมชน**, พิมพ์ครั้งที่ ๕, กรุงเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์,
๒๕๔๗.

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑, **วัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี**, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๒, **นายกองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่**, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน
๒๕๖๖.

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๓, ข้าราชการบำนาญ (อาชีพครู) ประธานวัฒนธรรมตำบลหนองปลา

หมอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๔, ปราชญ์ชุมชนรางบัว, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๕, แพทย์ประจำตำบลห้วยไผ่, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๖, ประธานศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านวัดนาหนอง, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๗, ปราชญ์ชาวบ้าน, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๘, ปราชญ์ชาวบ้านรางบัว, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๙, กลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกรางบัว, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๐, สมาชิกช่างทอศูนย์ทอผ้าขึ้นตีนจกวัดนาหนอง, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๑, สมาชิกกลุ่มทอผ้า, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๒, สมาชิกกลุ่มทอผ้า, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๓, สมาชิกช่างทอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๔, สมาชิกช่างทอ, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลลำดับที่ ๑๕, ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น, สัมภาษณ์วันที่ ๒๕ เมษายน ๒๕๖๖.

สรสรเสริญ วงศ์ชะอุ่ม, การวางแผนพัฒนาประเทศ, กรุงเทพมหานคร: ศูนย์การพิมพ์เพชรรุ่ง, ๒๕๕๔.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แผนฯ ๑๒ ฉบับประชาชน

นวัตกรรมคือหัวใจของการพัฒนา, กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ม.ป.ป..

เสรี เพิ่มชาติ อัญชลี จันทาโก วราภรณ์ ลิ้มเปรมวัฒนา และพฤกษ์ จิรสัตยาภรณ์, “การจัดการความรู้เพื่อสร้างสรรค์คุณค่าผ้าจกราชบุรี”, วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, ปีที่ ๑ ฉบับที่ ๓ (กันยายน-ธันวาคม ๒๕๕๖).

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, การพัฒนาคนเพื่ออนาคตประเทศไทย, กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๕๗.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ๒ ปี แห่งการเปลี่ยนแปลง, กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, ๒๕๔๖.

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี, นครราชบุรี, ราชบุรี: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี, ๒๕๕๐.

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี, ๘ ชาติพันธุ์ในราชบุรี, ราชบุรี: สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี, ๒๕๕๗.

สุวิมล แม้นจริง. การจัดการการตลาด. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น, ๒๕๕๖.

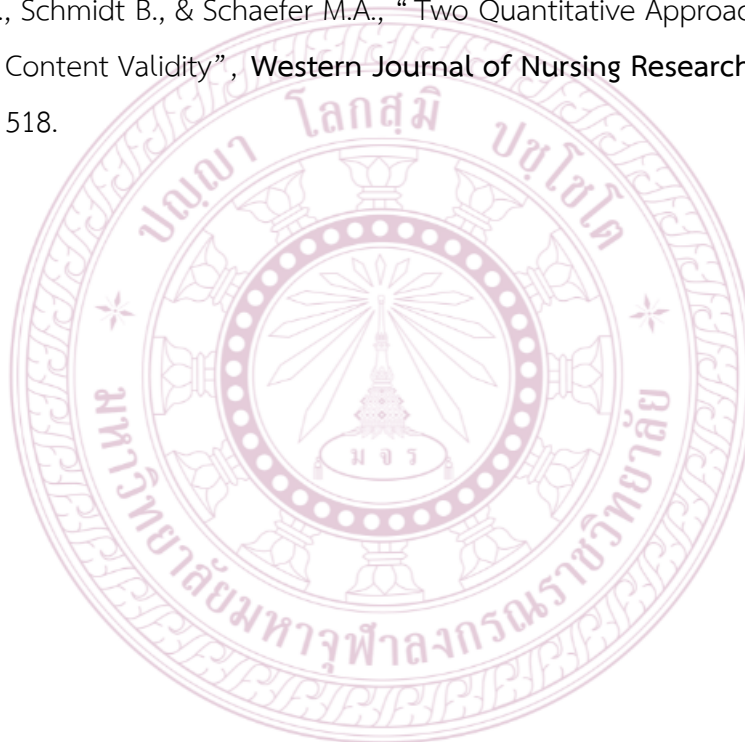
องค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่. ฝ่าจากทอมือดอนแร่ราชบุรี. <https://shorturl.asia/MDUE5> ๙ มิถุนายน ๒๕๖๖.

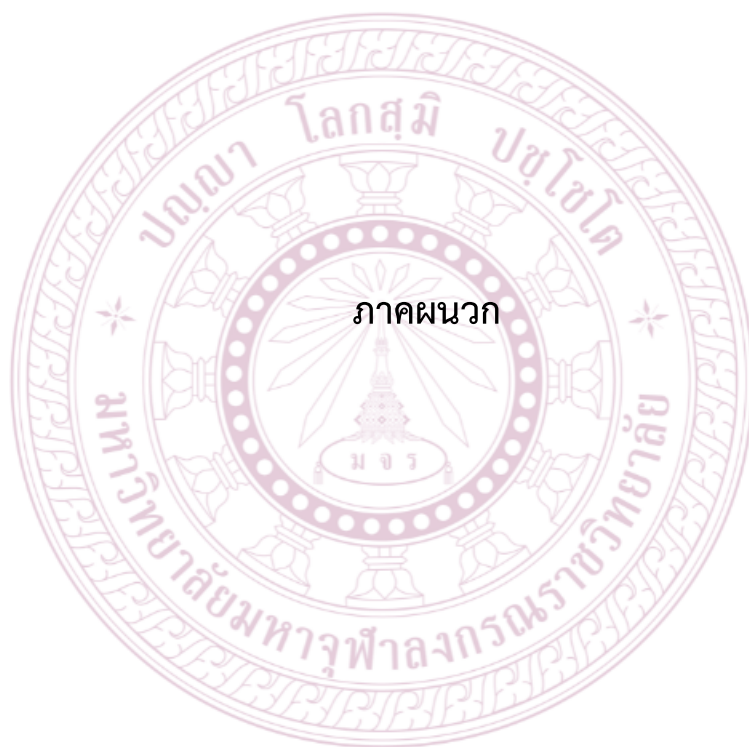
อิทธิวัฒน์ รัตนพองบุ๋. E-Marketing การตลาดอิเล็กทรอนิกส์. กรุงเทพมหานคร: วิตตีกรู๊ป, ๒๕๕๕.

อุดม สมพร, ฝ่าจากไทยวน-ราชบุรี, ราชบุรี: โรงพิมพ์การพิมพ์, ๒๕๕๐.

อัจฉรา โพธิยานนท์, การศึกษากับการพัฒนาชุมชน, กรุงเทพมหานคร: เทคนิคปรีนติ้ง, ๒๕๓๙.

Wynd C.A., Schmidt B., & Schaefer M.A., “Two Quantitative Approaches for Estimating Content Validity”, *Western Journal of Nursing Research*, 25(2003): 508-518.







ที่พิเศษ / ๒๕๖๖



วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

๑๐๙ หมู่ ๙ ตำบลแพ่งพวย

อำเภอดำเนินสะดวก

จังหวัดราชบุรี ๗๐๑๓๐

๒๓ เมษายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย

เจริญพร ดร.นภสร ไครกศรี วัดนวมธรรมจังหวัดราชบุรี

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารประกอบการสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ พระครูวาทีวรมณ, ดร. ได้ทำการวิจัยตามแผนงานวิจัยเรื่อง “ผ้าขึ้นดินจกตระกูลราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน” โดยงบประมาณสนับสนุนจากสถาบัน วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี

บัดนี้กระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว โดยสามารถประสานงานกับคณะผู้วิจัย เพื่อดำเนินการตามกระบวนการต่อไป

จึงเจริญพรมมาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์

-อ.นภสร ไครกศรี
ได้อบรมอบรม

เจริญพร

(พระครูปลัดสุราวุธ สิริวิฑฒโก, ดร.)

หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย

(นางนภสร ไครกศรี)

วัฒนธรรมของเครือข่าย
๒๕ เมษายน ๒๕๖๖

ประสานงาน

ที่ พิเศษ / ๒๕๖๖



วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี
๑๐๙ หมู่ ๙ ตำบลแพงพวย
อำเภอดำเนินสะดวก
จังหวัดราชบุรี ๗๐๑๓๐

๒๓ เมษายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย
เจริญพร นายสำเริง มุลพวก นายกองค์การบริหารส่วนตำบลตอนแร
สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารประกอบการสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด
ตามที่ พระครูวาทิรวรวัฒน์, ดร. ได้ทำการวิจัยตามแผนงานวิจัยเรื่อง “ผ้าขึ้นตีนจกตระกูล
ราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขัน” โดยงบประมาณสนับสนุนจากสถาบัน วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี
บัดนี้กระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่า
ท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว โดยสามารถ
ประสานงานกับคณะผู้วิจัย เพื่อดำเนินการตามกระบวนการต่อไป
จึงเจริญพรมหาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์

อนุทินในสิ่งพิมพ์สิ่งพิมพ์

(พระครูปลัดสุวิทย์ สิริวิฑฒโก, ดร.)

ภาควิชาการศึกษาศาสตร์
หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย

ประสานงาน

ที่ พิเศษ / ๒๕๖๖



วิทยาลัยสกลนคร

๑๐๔ หมู่ ๗ ตำบลแพงพวย

อำเภอคำเนินสะดวก

จังหวัดสกลนคร ๔๐๑๓๐

๒๓ เมษายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย

เจริญพร อาจารย์อานวย บุญณรงค์ ข้าราชการบำนาญ (อาชีพครู)

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารประกอบการสัมภาษณ์ จำนวน ๓ ชุด

ตามที่ พระครูวาทีวรัณน, ดร. ได้ทำการวิจัยตามแผนงานวิจัยเรื่อง "ผ้าขึ้นตีนจกกระดุม
ราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขัน" โดยงบประมาณสนับสนุนจากสถาบัน วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี

บัดนี้กระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่า
ท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว โดยสามารถ
ประสานงานกับคณะผู้วิจัย เพื่อดำเนินการตามกระบวนการต่อไป

จึงเจริญพรมหาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์

ขอฝากให้สัมภาษณ์
ได้ตามโครงการ.

เจริญพร

(พระครูปลัดสุวิฑูรี สิริวฑฒโก, ดร.)

(นายวิวัฒน์ บุญเกิด)

หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย

มีเอกสารแนบรวม ๓ ชุด/กรุณาส่งมาให้ผม
(ท-ยวพ) (คุณเอกมาศ ๒/๖)

ประสานงาน

อ. รามมณี

ที่พิเศษ / ๒๕๖๖



วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี
๑๐๙ หมู่ ๗ ตำบลแพงพวย
อำเภอดำเนินสะดวก
จังหวัดราชบุรี ๗๐๑๓๐

๒๓ เมษายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย

เจริญพร คุณไฉ่ พรหมพรวน ปราชญ์ชุมชนรางวัล

สิ่งที่ยั่งยืน เอกสารประกอบการสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ พระครูวาทีวรัณฺณ, ดร. ได้ทำการวิจัยตามแผนงานวิจัยเรื่อง "ผ้าขึ้นดินจกตระกูล
ราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขัน" โดยงบประมาณสนับสนุนจากสถาบัน วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี

บัดนี้กระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่า
ท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว โดยสามารถ
ประสานงานกับคณะผู้วิจัย เพื่อดำเนินการตามกระบวนการต่อไป

จึงเจริญพรมหาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์

๐๙ มีนาคม ๒๕๖๖
๙/๔/๖๖
๒๕/๔/๖๖

เจริญพร

(พระครูปลัดสุวิทย์ สิริวิฑฒโก, ดร.)

หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย

ประสานงาน

ที่พิเศษ / ๒๕๖๖



วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี
๑๐๙ หมู่ ๘ ตำบลแพงพวย
อำเภอดำเนินสะดวก
จังหวัดราชบุรี ๗๐๑๓๐

๒๓ เมษายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย

เจริญพร คุณอุทัย พักแพ่ง แพทย์ประจำตำบลห้วยไผ่

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารประกอบการสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ พระครูวาทิววัฒน์, ดร. ได้ทำการวิจัยตามแผนงานวิจัยเรื่อง “ผ้าขึ้นตินจกตระกูล
ราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขัน” โดยงบประมาณสนับสนุนจากสถาบัน วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

บัดนี้กระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่า
ท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว โดยสามารถ
ประสานงานกับคณะผู้วิจัย เพื่อดำเนินการตามกระบวนการต่อไป

จึงเจริญพรมหาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์

เจริญพร

อรุณรัตน์ในสิ่งมงคล
๐๘

25 12 ๖6

ประสานงาน

(พระครูปลัดสุวรรณี สิริวิฑิตโก, ดร.)

หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย

ที่ พิเศษ / ๒๕๖๖



วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

๑๐๙ หมู่ ๙ ตำบลพงพวย

อำเภอดำเนินสะดวก

จังหวัดราชบุรี ๗๐๑๓๐

๒๓ เมษายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย

เจริญพร คุณนิภา มณีจันทร์ ประธานศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้านวัดนาหนอง

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารประกอบการสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ พระครูวาทีวรวัฒน์, ดร. ได้ทำการวิจัยตามแผนงานวิจัยเรื่อง “ผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน” โดยงบประมาณสนับสนุนจากสถาบัน วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี

บัดนี้กระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว โดยสามารถประสานงานกับคณะผู้วิจัย เพื่อดำเนินการตามกระบวนการต่อไป

จึงเจริญพรมมาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์

เจริญพร

อนุศาสตราจารย์

พ.ท. มณีจันทร์

๒๕ เม.ย. ๖๖

(พระครูปลัดสุวิมล สิริวิฑฺฒโก, ดร.)

หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย

ประสานงาน

ที่ พิเศษ / ๒๕๖๖



วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

๓๐๙ หมู่ ๘ ตำบลพงพวย

อำเภอดำเนินสะดวก

จังหวัดราชบุรี ๗๐๑๓๐

๒๓ เมษายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย

เจริญพร คุณนพพร สมัยสมภพ ปราชญ์ชาวบ้าน

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารประกอบการสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ พระครูวาทีวรมณี, ดร. ได้ทำการวิจัยตามแผนงานวิจัยเรื่อง “ผ้าขึ้นสันจกตระกูลราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน” โดยงบประมาณสนับสนุนจากสถาบัน วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี

บัดนี้กระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว โดยสามารถประสานงานกับคณะผู้วิจัย เพื่อดำเนินการตามกระบวนการต่อไป

จึงเจริญพรมหาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์

เจริญพร

(พระครูปลัดสุรัต สิริวิฑฒโก, ดร.)

25/mc. ๒6

หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย

ประสานงาน

ที่ พิเศษ / ๒๕๖๖



วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

๑๐๙ หมู่ ๙ ตำบลแพะหวาย

อำเภอดำเนินสะดวก

จังหวัดราชบุรี ๗๐๑๓๐

๒๓ เมษายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย

เจริญพร คุณพนมศักดิ์ ศรีคำ ปราชญ์ชาวบ้านรางบัว

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารประกอบการสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ พระครูวาทิวัณณ, ดร. ได้ทำการวิจัยตามแผนงานวิจัยเรื่อง “ผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน” โดยงบประมาณสนับสนุนจากสถาบัน วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี

บัดนี้กระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว โดยสามารถประสานงานกับคณะผู้วิจัย เพื่อดำเนินการตามกระบวนการต่อไป

จึงเจริญพรมมาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์

อ.พนมศักดิ์ ศรีคำ

พนม ๒๖ ๒ ไร่

๒๕ เม.ย. ๖๖

เจริญพร

(พระครูปลัดสุวิมล สิริวัฑฒโก, ดร.)

หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย

ประสานงาน

ที่พิเศษ / ๒๕๖๖



วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี
๑๐๙ หมู่ ๗ ตำบลพงพวย
อำเภอดำเนินสะดวก
จังหวัดราชบุรี ๗๐๑๓๐

๒๓ เมษายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย
เจริญพร คุณสุนันท์ พงษ์มัลย์ กลุ่มทอผ้าจกวางบัว
สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารประกอบการสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ พระครูวาทีวรวัฒน์, ดร. ได้ทำการวิจัยตามแผนงานวิจัยเรื่อง “ผ้าขึ้นดินจกตระกูลราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน” โดยงบประมาณสนับสนุนจากสถาบัน วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี

บัดนี้กระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว โดยสามารถประสานงานกับคณะผู้วิจัย เพื่อดำเนินการตามกระบวนการต่อไป

จึงเจริญพามาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์

อ.คุณสุนันท์ พงษ์มัลย์
คุณสุนันท์ พงษ์มัลย์
25 เม.ย. 66

เจริญพร

(พระครูปลัดสุราวุฒิ สิริวิฑฒโก, ดร.)

หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย

ประสานงาน

ที่พิเศษ / ๒๕๖๖



วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี
๑๐๙ หมู่ ๗ ตำบลพงพวย
อำเภอดำเนินสะดวก
จังหวัดราชบุรี ๗๐๑๓๐

๒๓ เมษายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย

เจริญพร คุณจุฬาลักษณ์ มณีจันทร์ สมาชิกช่างทอศูนย์ทอผ้าจกวัดนาหนอง

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารประกอบการสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ พระครูวาทิววัฒน์, ดร. ได้ทำการวิจัยตามแผนงานวิจัยเรื่อง “ผ้าขึ้นดินจกตระกูล
ราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขัน” โดยงบประมาณสนับสนุนจากสถาบัน วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

บัดนี้กระบวนกรวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่า
ท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว โดยสามารถ
ประสานงานกับคณะผู้วิจัย เพื่อดำเนินการตามกระบวนกรต่อไป

จึงเจริญพรมมาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์

เจริญพร

อนุญาติให้สัมภาษณ์

จุฬาลักษณ์ มณีจันทร์

(พระครูปลัดสุวิมล สิริวัฑฒโก, ดร.)

หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย

๒๓ เม.ย. ๖๖

ประสานงาน

ที่พิเศษ / ๒๕๖๖



วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี
๑๐๙ หมู่ ๗ ตำบลแพทพวย
อำเภอดำเนินสะดวก
จังหวัดราชบุรี ๗๐๑๑๐
๒๓ เมษายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย

เจริญพร คุณทองคำ จาโสด สมาชิกกลุ่มทอผ้า

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารประกอบการสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ พระครูวาทีวรวัฒน์, ดร. ได้ทำการวิจัยตามแผนงานวิจัยเรื่อง “ผ้าขึ้นดินจกตระกูล
ราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขัน” โดยงบประมาณสนับสนุนจากสถาบัน วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี

บัดนี้กระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่า
ท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว โดยสามารถ
ประสานงานกับคณะผู้วิจัย เพื่อดำเนินการตามกระบวนการต่อไป

จึงเจริญพรมหาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์

เจริญพร

อนุทิน/น.ค.พ.ท.ม.ค.
ทองคำ จาโสด

(พระครูปลัดสุธรรม์ สิริวฑฒโก, ดร.)
หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย

25 เม.ย. 66

ประสานงาน

ที่พิเศษ / ๒๕๖๖



วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี
๑๐๕ หมู่ ๘ ตำบลพงพวย
อำเภอดำเนินสะดวก
จังหวัดราชบุรี ๗๐๑๓๐

๒๓ เมษายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย

เจริญพร คุณศศินิภา ไพรทอง สมาชิกกลุ่มทอผ้า

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารประกอบการสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ พระครูวาทิววัฒน์, ดร. ได้ทำการวิจัยตามแผนงานวิจัยเรื่อง “ผ้าขึ้นคันทนจักตระกูล
ราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขัน” โดยงบประมาณสนับสนุนจากสถาบัน วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี

บัดนี้กระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่า
ท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว โดยสามารถ
ประสานงานกับคณะผู้วิจัย เพื่อดำเนินการตามกระบวนการต่อไป

จึงเจริญพรมมาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์

เจริญพร

(พระครูปลัดสุวรรณ์ สิริวิฑฺฒโก, ดร.)

หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย

อนุญัตินันท์สัมภาษณ์

สลิทิม ไข่มุก

๒๔ เม.ย. ๖๖

ประสานงาน

ที่ พิเศษ / ๒๕๖๖



วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี
๑๐๙ หมู่ ๗ ตำบลเทพางค์
อำเภอดำเนินสะดวก
จังหวัดราชบุรี ๗๐๑๓๐
๒๓ เมษายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย
เจริญพร คุณพิมพ์วิณี อางชัยกรณ์ สมาชิกช่างทอ
สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารประกอบการสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด
ตามที่ พระครูวาทิวัธน์, ดร. ได้ทำการวิจัยตามแผนงานวิจัยเรื่อง “ผ้าขึ้นตีนจกตระกูล
ราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขัน” โดยงบประมาณสนับสนุนจากสถาบัน วิทยาลัยสงฆ์เพชรบุรี
บัดนี้กระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่า
ท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว โดยสามารถ
ประสานงานกับคณะผู้วิจัย เพื่อดำเนินการตามกระบวนการต่อไป
จึงเจริญพรมหาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์

นายอภิวัฒน์ วัฒน
พันธ์ อภินันท์
25 เม.ย. 66

เจริญพร

(พระครูปลัดสุธรรม์ สิริวิฑิตโก, ดร.)
หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย

ประสานงาน

ที่ พิเศษ / ๒๕๖๖



วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี
๑๐๙ หมู่ ๙ ตำบลพงพวย
อำเภอดำเนินสะดวก
จังหวัดราชบุรี ๗๐๑๓๐

๒๓ เมษายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย

เจริญพร คุณปัญญา ฝอยทอง สมาชิกช่างทอ

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารประกอบการสัมภาษณ์ จำนวน ๑ ชุด

ตามที่ พระครูวาทิรวินัย, ดร. ได้ทำการวิจัยตามแผนงานวิจัยเรื่อง “ผ้าขึ้นต้นจกตระกูล
ราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถ
ในการแข่งขัน” โดยงบประมาณสนับสนุนจากสถาบัน วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

บัดนี้กระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่า
ท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว โดยสามารถ
ประสานงานกับคณะผู้วิจัย เพื่อดำเนินการตามกระบวนการต่อไป

จึงเจริญพามาเพื่อยกย่องให้สัมภาษณ์

เจริญพร

(พระครูปลัดสุธรรม์ สิริวฑฒโก, ดร.)

หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย

ปัญญา ฝอยทอง

๒๕ เม.ย. ๖๖

ประสานงาน

ที่ พิเศษ / ๒๕๖๖



วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี
๑๐๙ หมู่ ๗ ตำบลเทพางค์
อำเภอดำเนินสะดวก
จังหวัดราชบุรี ๗๐๑๓๐

២៣ មេសា ២០១៦

เรื่อง ขอสัมภาษณ์ประกอบการวิจัย

เจริญพร คุณนภา ศรีจันทร์เพื่อ ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น

สิ่งที่ส่งมาด้วย เอกสารประกอบการสัมภาษณ์ จำนวน ๓ ชุด

ตามที่ พระครูวาทีวรัณฺณ, ดร. ได้ทำการวิจัยตามแผนงานวิจัยเรื่อง “ผ้าขึ้นตินจกตระกูลราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน” โดยงบประมาณสนับสนุนจากสถาบัน วิจัยลัยสงฆ์เพชรบุรี

บันทึกกระบวนการวิจัยดำเนินการถึงการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คณะผู้วิจัยได้พิจารณาเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความเชี่ยวชาญ โดยสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยดังกล่าว โดยสามารถ ประสานงานกับคณะผู้วิจัย เพื่อดำเนินการตามกระบวนการต่อไป

จึงเจริญพรมมาเพื่อกรุณาให้สัมภาษณ์

เจริญพร

อนญาตให้ส่งมาขอ
หม สว่างศรีเพ็ญ
๒๕ เม.ย ๖๖.

(พระครูปลัดสุวรรณ์ สิริวฑฒโก, ดร.)
หัวหน้าโครงการ/นักวิจัย

ประสานงาน

ภาคผนวก ข
แบบสัมภาษณ์



เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย



โครงการวิจัยย่อยที่ ๔

เรื่อง

กลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นดินจกตระกูลราชบุรี

ภายใต้แผนงานวิจัย

เรื่อง

ผ้าขึ้นดินจกตระกูลราชบุรี: ประวัติศาสตร์, ความรู้, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และ
การตลาดวิถีพุทธเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

โดย

พระครูวิสุทธิธานันท์คุณ, ผศ. ดร.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

พ.ศ. ๒๕๖๕

สำหรับ: สมาชิกกลุ่มสัมมาชีพ/ ผู้ประกอบการ/หัวหน้าเผ่า/ปราชญ์ชาวบ้าน/ครูภูมิปัญญา
ชุมชนชาติพันธุ์ไท-ยวน/ผู้นำชุมชน/ผู้นำองค์กรภาคประชาชน/บุคลากรของหน่วยงาน
ภาครัฐหรือสถานศึกษา



แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย เรื่อง

กลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกุลราชบุรี

คำชี้แจง

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่ม
สัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกุลราชบุรี เพื่อนำไปสู่การสร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและ
ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกุลราชบุรี และพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่ม
สัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกุลราชบุรี ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับศักยภาพของสมาชิกกลุ่มสัมมาชีพ

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ-นามสกุล
การศึกษา (สูงสุด)
ตำแหน่ง/หน้าที่
วันที่ให้สัมภาษณ์
สถานที่ให้สัมภาษณ์

๑. ท่านเห็นว่า สินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิพ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี
ประเภทใด ที่ได้รับความนิยมจากผู้บริโภค



๒. ท่านเห็นว่า การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจก
ตระกลุราชบุรี จากอดีตถึงปัจจุบัน มีพัฒนาการเป็นอย่างไร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

๓. ท่านเห็นว่า ช่องทางสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ที่สอดคล้องกับแนวโน้มทางการตลาด เป็นอย่างไร



๔. ท่านเห็นว่า กลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ควรบูรณาการหลักพุทธธรรม เข้ามาใช้ในการ
ด้านการตลาด อย่างไร



๕. ท่านเห็นว่า กลยุทธ์การตลาดวิธีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ควรเป็นอย่างไร

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณ/อนุโมทนาในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการ

พระครูวิสุทธิธรรมาธิบดีคุณ, ผศ. ดร.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

(ผู้วิจัย)



สำหรับ: บุคลากรหน่วยงานรัฐหรือสถานศึกษา/ผู้นำชุมชน/ผู้นำองค์กรภาคประชาชน/หัวหน้า
เผ่า/ปราชญ์ชาวบ้าน/ครูภูมิปัญญาชุมชนชาติพันธุ์/สมาชิกกลุ่มสัมมาชีพ/เจ้าของ
กิจการ/ผู้ประกอบการในพื้นที่



แบบสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)

เรื่อง

กลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

คำชี้แจง

การวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่ม
สัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี เพื่อนำไปสู่การสร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้า
และผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี และพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของ
กลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับศักยภาพของสมาชิกกลุ่ม
สัมมาชีพ

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ

ชื่อ-/นามสกุล
การศึกษา (สูงสุด)
ตำแหน่ง/หน้าที่
.....

ตอนที่ ๒ แบบประเมินองค์ความรู้การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ การสร้าง ช่องทางการตลาด และพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธ

คำชี้แจง : แบบประเมินนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินความเหมาะสมขององค์ความรู้ ฯ โดยมีลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การให้คะแนน ๕ ระดับ ตามเกณฑ์การประเมิน ดังนี้

๕ หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

๔ หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

๓ หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

๒ หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

๑ หมายถึง มีเหมาะสมน้อยที่สุด

โปรดกรอกแบบสอบถามโดยใช้เครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ☐ ที่ตรงกับความเป็นจริงที่สุดเพียงข้อเดียว

ประเด็น	ผลการประเมิน				
	ความเหมาะสม				
	๕	๔	๓	๒	๑
ความนิยมของผู้บริโภคต่อสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิพผ้าขึ้นดินจกตระกูลราชบุรี					

ความเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประเด็น	ผลการประเมิน				
	ความเหมาะสม				
	๕	๔	๓	๒	๑
กระบวนการของการจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูราบุรี					

ความเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประเด็น	ผลการประเมิน				
	ความเหมาะสม				
	๕	๔	๓	๒	๑
ช่องทางสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูราบุรี ที่สอดคล้องกับแนวโน้มทางการตลาด					

ความเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ประเด็น	ผลการประเมิน				
	ความเหมาะสม				
	๕	๔	๓	๒	๑
การบูรณาการหลักพุทธธรรมเข้าใช้ในการจัดการด้าน การตลาดของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี					

ความเห็นเพิ่มเติม (ถ้ามี)

.....

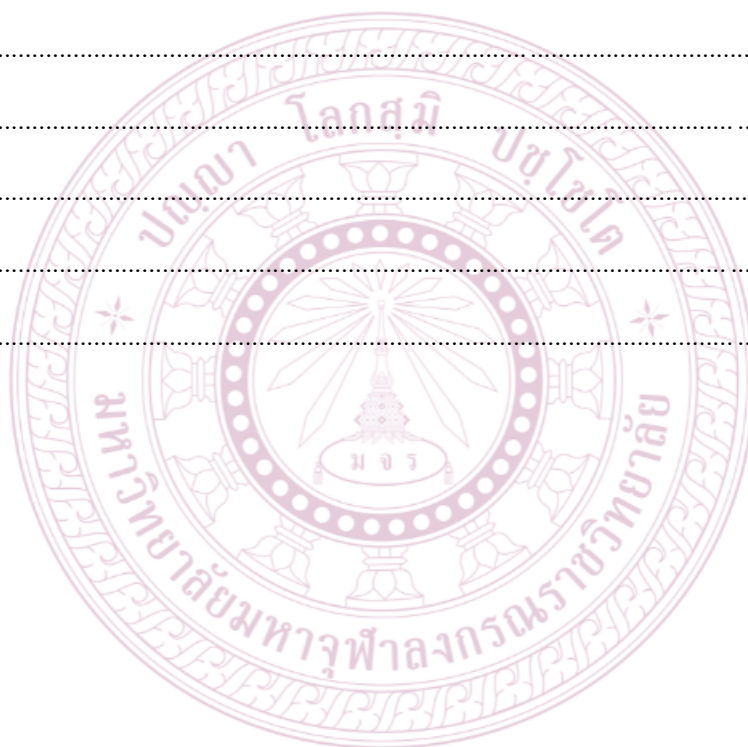
.....

.....

.....

.....

.....



คำชี้แจง

การสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) ครั้งนี้ มุ่งวิเคราะห์การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี เพื่อนำไปสู่การสร้างช่องทางการตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี และพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสมาชิกผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับศักยภาพของสมาชิกกลุ่มสมาชิก

๑. การจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ การสร้างช่องทางการตลาด และพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี

☒ รูปแบบ



☒

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

☒

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

☒

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

☒

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

☒

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณ/อนุโมทนาในความเอื้อเฟื้อทางวิชาการ

พระครูวิสุทธาันทคุณ, ผศ. ดร.

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

(ผู้วิจัย)



กิจกรรมภาคปฏิบัติการ (Action)

ชื่อกิจกรรม	จุดมุ่งหมาย	ลักษณะกิจกรรม	ผู้เข้าร่วมกิจกรรม	ผู้รับผิดชอบ
๑. การสร้างช่องทางตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี	เพื่อสร้างช่องทางตลาดสำหรับจัดจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี สอดคล้องกับปัจจัยใหม่ทางด้านเทคโนโลยี	กิจกรรมอบรม ฯ	อาสาสมัครกลุ่มสัมมาชีพ/วิสาหกิจชุมชน	คณะผู้วิจัย/ อบต.คูบัว/ อบต.ดอนแร่/ อบต.บางกะโด
๒. การพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี	เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาดวิถีพุทธของกลุ่มสัมมาชีพผ้าขึ้นตีนจกตระกูลราชบุรี ที่เหมาะสมและสอดคล้องกับศักยภาพของสมาชิกกลุ่มสัมมาชีพ	กิจกรรมอบรม ฯ	อาสาสมัครกลุ่มสัมมาชีพ/วิสาหกิจชุมชน	คณะผู้วิจัย/ อบต.คูบัว/ อบต.ดอนแร่/ อบต.บางกะโด/ พัฒนากรฯ







ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants)

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/หน้าที่
๑. ดร.นภสร โศทรกศรี	วัฒนธรรมจังหวัดราชบุรี
๒. นายสาโรจน์ มุลมาก	นายกองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่
๓. อาจารย์อำนาจ บุญณรงค์	ข้าราชการบำนาญ (อาชีพครู)
	ประธานวัฒนธรรมตำบลหนองปลาหมอ
๔. คุณอุไร พรหมพรวน	ปราชญ์ชุมชนรางบัว
๕. คุณอุทัย พักแพง	แพทย์ประจำตำบลห้วยไผ่
๖. คุณนิภา มณีจันทร์	ประธานศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้าน
	วัดนาหนอง
๗. คุณนพพร สมัยสมภาพ	ปราชญ์ชาวบ้าน
๘. คุณพนมศักดิ์ ศรีคำ	ปราชญ์ชาวบ้านรางบัว
๙. คุณสุนันท์ พวงมาลัย	กลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกรางบัว
๑๐. คุณจุฬาลักษณ์ มณีจันทร์	สมาชิกช่างทอศูนย์ทอผ้าขึ้นตีนจก
	วัดนาหนอง
๑๑. คุณทองดำ จาโสด	สมาชิกกลุ่มทอผ้า
๑๒. คุณศศิณีภา ไพร์ทอง	สมาชิกกลุ่มทอผ้า
๑๓. คุณพิมพ์ปิ๋ว อางธัญกรณ์	สมาชิกช่างทอ
๑๔. คุณปัญญา ฝอยทอง	สมาชิกช่างทอ
๑๕. คุณนภา ศรีจันทร์เพ็ญ	ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น

ผู้เข้าร่วมการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion)

ชื่อ-นามสกุล	ตำแหน่ง/หน้าที่
๑. นายสาโรจน์ มูลมาก	นายกองค์การบริหารส่วนตำบลดอนแร่
๒. คุณดลตวรรณ มณีจันทร์	รองประธานกลุ่มทอผ้าวัดนาหนอง
๓. อาจารย์อำนาจ บุญรงค์	ข้าราชการบำนาญ (อาชีพครู)
	ประธานวัฒนธรรมตำบลหนอง
	ปลาหมอ
๔. คุณอุไร พรหมพรวน	ปราชญ์ชุมชนรางบัว
๕. คุณอุทัย พักแพง	แพทย์ประจำตำบลห้วยไผ่
๖. คุณนิภา มณีจันทร์	ประธานศูนย์หัตถกรรมพื้นบ้าน
	วัดนาหนอง
๗. คุณนพพร สมัยสมภาพ	ปราชญ์ชาวบ้าน
๘. คุณพนมศักดิ์ ศรีคำ	ปราชญ์ชาวบ้านรางบัว
๙. คุณสุนันท์ พวงมาลัย	กลุ่มทอผ้าขึ้นตีนจกรางบัว
๑๐. คุณนภา ศรีจันทร์เพ็ญ	ครูภูมิปัญญาท้องถิ่น



ประวัตินักวิจัย

ชื่อ - นามสกุล : พระครูวิสุทธาณันทคุณ, ผศ. ดร.



การศึกษา

: นักธรรมชั้นเอก

:เปรียญธรรม ๓ ประโยค

: ปริญญาตรี พุทธศาสตรบัณฑิต (พธ.บ.) (การจัดการเชิงพุทธ)

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

: ปริญญาโท พุทธศาสตรมหาบัณฑิต (พธ.ม.) (การจัดการเชิงพุทธ)

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

: ปริญญาเอก พุทธศาสตรดุษฎีบัณฑิต (พธ.ด.) (การจัดการเชิงพุทธ)

มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ประสบการณ์ทำงาน

: อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐศาสตรบัณฑิต วิทยาลัยสงฆ์ราชบุรี

ผลงานวิชาการ

บทความวิจัย

พระศักดิ์จรินทร์ ฐิตสวโร พระมหากังวาล ธีรธมโม พระครูวิสุทธาณันทคุณ, การจัดการศึกษาธรรมศึกษา
ของคณะสงฆ์ อำเภอบัวชุม จังหวัดราชบุรี, วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมการบริหารธรรม,
ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๑ (มกราคม - มิถุนายน ๒๕๖๓) : ๒๓-๓๓.

พระสุคนธ์ ญาณาวุโธ พระครูวิสุทธธานันท์คุณ และพระครูวาทีวรวัฒน์, การส่งเสริมประชาชนในการ
ดำเนินชีวิตตามหลักพรหมธรรม ของพระสงฆ์ อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี, วารสาร
สหวิทยาการนวัตกรรมการบริหารศรัณ, ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๓) : ๒๕-
๓๙.

พระสมุห์สุรินทร์ รตนโชโต พระครูวิสุทธธานันท์คุณ, พระสมุทรวชิโรโสภณ, ความพึงพอใจของ
พุทธศาสนิกชนที่มีต่อการจัดปฏิบัติธรรม ของวัดป่าพุทธาราม อำเภอโพธาราม จังหวัด
ราชบุรี, วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมการบริหารศรัณ, ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม - ธันวาคม ๒๕๖๒) :
๑-๑๐.

พระวีรสิขฐ์ กมมสุโข พระมหากังวาล อธิธมโม และพระครูวิสุทธธานันท์คุณ. การใช้เทคโนโลยี
สารสนเทศของพระสงฆ์เพื่อการสอนศีลธรรมในโรงเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย อำเภอ
โพธาราม จังหวัดราชบุรี. วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมการบริหารศรัณ, ปีที่ ๒ ฉบับที่ ๒ (กรกฎาคม -
ธันวาคม ๒๕๖๒) : ๑๑-๒๓.

พระครูวิสุทธธานันท์คุณ. การบริหารจัดการวัดเพื่อความมั่นคงแห่งพระพุทธศาสนา. วารสารวิชาการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร, ปีที่ ๗ ฉบับที่ ๒ (ตุลาคม ๒๕๕๙).

พระครูวิสุทธธานันท์คุณ. การจัดการเรียนการสอนพระปริยัติธรรมแผนกธรรมของคณะสงฆ์อำเภอโพ
ธารามจังหวัดราชบุรี. วารสาร มจร. สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, ปีที่ ๕ ฉบับที่ ๒ (ฉบับพิเศษ
พฤษภาคม - สิงหาคม ๒๕๕๙)

พระครูวิสุทธธานันท์คุณ. ยุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการวัดเพื่อความมั่นคงแห่งพระพุทธศาสนา.
วารสาร มจร. สันติศึกษาปริทรรศน์, ปีที่ ๓ ฉบับที่ ๑ (มกราคม-เมษายน ๒๕๕๘).



แบบ สท.๐๑.

หนังสือรับรองการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยหรืองานสร้างสรรค์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

วันที่ 10 พฤศจิกายน 2566

เรื่อง การรับรองการใช้ประโยชน์ของผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

เรียน ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาฯ

ข้าพเจ้า ดร. อรวรรณ ทศพร

ตำแหน่ง

อาจารย์

ชื่อหน่วยงาน/องค์กร/ชุมชน คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

ที่อยู่ 85/1 หมู่ 6 ต.โพธิ์ตาก อ.โพธิ์ตาก จ.หนองบัวลำภู

โทรศัพท์

โทรสาร

ขอรับรองว่าได้มีการนำผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ ของมหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เรื่อง กลไกของตลาดออนไลน์ของพ่อค้าแม่ค้ารายย่อยในพื้นที่จังหวัดหนองบัวลำภู มาใช้ประโยชน์

ซึ่งเป็นผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ของ ผอ. ดร. วิมลทิพย์ นาคหิรัญกิต, ผอ. ดร.

โดยนำไปใช้ประโยชน์ ดังนี้

- ☒ การใช้ประโยชน์เชิงวิชาการ เช่น การบรรยาย การสอน การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอน
- ☐ การใช้ประโยชน์ด้านความรู้ในพระพุทธศาสนา
- ☐ การใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ เช่น งานวิจัยและ/หรืองานสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาสิ่งประดิษฐ์
- ☐ การใช้ประโยชน์เชิงนโยบายหรือระดับประเทศ
- ☐ การใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์เป้าหมายของงานวิจัย/งานสร้างสรรค์

ช่วงเวลาที่น่าไปใช้ประโยชน์ ตั้งแต่ 21 พฤศจิกายน 2566 จนถึง 21 พฤศจิกายน 2566 ซึ่งการนำ

ผลงานวิจัย/งานสร้างสรรค์ เรื่องนี้ไปใช้ประโยชน์นั้น ก่อให้เกิดผลดี ดังนี้

- นวัตกรรมของพ่อค้าแม่ค้ารายย่อยในพื้นที่จังหวัดหนองบัวลำภู

1. นวัตกรรม

2. นวัตกรรม

3. E-book

ขอรับรองว่าข้อความข้างต้นเป็นจริงทุกประการ

ลงชื่อ

(ดร. อรวรรณ ทศพร)

ตำแหน่ง

อาจารย์

หมายเหตุ: ท่านสามารถประทับตราของหน่วยงานในเอกสารนี้ได้ (ถ้ามี)