

นวัตกรรมการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าพื้นเมือง จังหวัดเพชรบุรี Creative Innovation of Thai Local Woven Product in Phetchaburi Province

ณัฐอร มหาทำนุโชค โสภาพร กล่ำสกุล
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี
38 หมู่ 8 ตำบลนาวัง อำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี 76000
Nataorn Mahatamnuchok, Sopaporn Klamsakul
Faculty of Management Science, Phetchaburi Rajabhat University
38 Moo 8 Nawung, Mueang, Phetchaburi, 76000
E-mail : nataorn.mah@mail.pbru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่มาจากผ้าขาวม้าพื้นเมือง 2) เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้การพัฒนาด้านการตลาดสำหรับชุมชน โดยเป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ วิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นบ้านท่าไต้ จังหวัดเพชรบุรี เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย คือ การสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า การนำเศษผ้าทอมือขาวม้าพื้นเมืองโดยใช้วิธีการตัดต่อผ้าซึ่งเรียกว่าวิธี Patchwork นำมาขึ้นรูปต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย แบบ 1 เสื้อขาวม้าคอแก้ว แบบ 2 เสื้อขาวม้าทรงสตรี แบบ 3 กางเกงขาวม้าสามส่วน แบบ 4 กระโปรงขาวม้า แบบ 5 กระเป๋าขาวม้าทรงย่ามลายใบแมงมุม แบบ 6 กระเป๋าสะพายขาวม้าหลากหลายตัดต่อ แบบ 7 กระเป๋าสะพายทรงสี่เหลี่ยม แบบ 8 ชุดเสืวกางเกงลายชิ้นแต่งโมแบบ 9 ชุดผ้าถุงลายน้ำไหลสายฝน และพบว่า บทบาทการตลาดออนไลน์ เช่น วางขายผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และการบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ เทคนิคการถ่ายภาพเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เทคนิคการนำเสนอภาพผลิตภัณฑ์บนออนไลน์ส่งผลต่อกำไรของธุรกิจชุมชน

คำสำคัญ: นวัตกรรมการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าพื้นเมือง บ้านท่าไต้ จังหวัดเพชรบุรี

Abstract

This research aims to 1) create a prototype product from local sarongs and 2) transfer knowledge on marketing development for the community. This is a mixed-method research. The main informants are the Tha-Lo local weaving community enterprise in Phetchaburi province. The research instruments are interviews and questionnaires. The statistics used for data analysis are mean, percentage, frequency, and standard deviation. The research results

found that using scraps of local hand-woven sarongs using the fabric cutting and splicing method, called Patchwork, to form new prototype products, consisting of Model 1: Lotus-necked sarong Model 2: Women's sarong Model 3: Three-quarters sarong Model 4: Sarong skirt Model 5: Spider-web-patterned sarong bag Model 6: Multi-colored sarong shoulder bag with patchwork pattern Model 7: Square-shaped shoulder bag Model 8: Watermelon sarong shirt and pants set Model 9: Rainwater flowing sarong set It was found that the role of online marketing, such as selling products through online platforms and managing online stores, photography techniques for selling products, and techniques for presenting product images online, affect the profits of community businesses.

Keywords: Creative innovation, Thai local woven product, Ban-Tha-Lo, Phetchaburi

บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเกิดจากแรงขับเคลื่อนด้านโครงสร้างประชากรศาสตร์ ทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ดีจะเป็นพื้นฐานที่สำคัญต่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชากร และเศรษฐกิจ สังคมที่ยั่งยืน หากได้รับการส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่เกิดจากการใช้ทรัพยากรทางธรรมชาติที่ก่อให้เกิดประโยชน์ในส่วนของด้านการผลิตและการบริโภค ภายใต้แรงกดดันจากโครงสร้างสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปไม่ว่าจะเป็นเทคโนโลยี นวัตกรรม การพัฒนาโครงสร้างพื้นที่ที่เต็มไปด้วยคุณภาพจึงมีความสำคัญเพราะเป็นรากฐานของสังคมซึ่งจะนำไปสู่ความเจริญรุ่งเรืองของเศรษฐกิจและความผาสุกของประชากรผ่านการเชื่อมโยงหลักการและแนวคิดในการพัฒนาคนซึ่งให้ความสำคัญกับการจัดปัญหาความยากจนและความหิวโหย ความสามารถในการลดความเหลื่อมล้ำในสังคมผ่านการสร้างการมีงานทำผ่านอาชีพ ประเด็นที่สองคือสิ่งแวดล้อม เน้นให้ความสำคัญกับการให้คุณค่า ปกป้องและรักษาทรัพยากรธรรมชาติให้ทุกคนสามารถใช้ร่วมกันได้ ประเด็นที่สามเกี่ยวกับเศรษฐกิจและความมั่งคั่งเพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีความเป็นอยู่ที่ดีโดยสอดคล้องกับธรรมชาติ ประเด็นที่สี่เกี่ยวกับสันติภาพและความยุติธรรมคือการเป็นที่ยึดหลักอยู่ร่วมกันอย่างสันติและไม่แบ่งแยก และประเด็นที่ห้าเกี่ยวข้องกับความเป็นหุ้นส่วนในการพัฒนาจะเน้นการสร้างความร่วมมือกันในการขับเคลื่อนสังคมของทุกภาคส่วนให้เกิดความยั่งยืนและอยู่คู่กับสังคม (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

บทบาทแนวคิดวิทยาศาสตร์ การวิจัยและนวัตกรรมเป็นอีกหนึ่งกลไกสำคัญที่สามารถช่วยสร้างสรรคสังคมและนำไปสู่การเรียนรู้อย่างถูกต้องตามแนวคิดและองค์ความรู้ที่เชื่อถือได้ผ่านกระบวนการด้วยระเบียบวิธีวิทยาศาสตร์ที่สามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจใหม่ได้จนสามารถขยายตลาดท้องถิ่นไปสู่ตลาดระดับโลกได้ ดังนั้น การพัฒนาชุมชนท้องถิ่นจึงเน้นไปที่การปรับปรุงกระบวนการผลิตและแก้ไขปัญหาเพื่อเพิ่มคุณค่าให้ผลิตภัณฑ์และบริการ ให้เกิดความสามารถในการแข่งขันผ่านกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่น การใช้

เทคโนโลยีเข้ามาปรับปรุงคุณภาพการผลิตและเร่งพัฒนาทักษะในการคิดสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดความแตกต่างของผลิตภัณฑ์และบริการได้

การพัฒนาและยกระดับการผลิตสิ่งทอของชุมชนในจังหวัดเพชรบุรีถือเป็นสิ่งที่น่าสนใจและสามารถสร้างสรรค์ให้เกิดผลงานที่มีคุณภาพและตอบโจทย์ตลาดได้ ดังนั้น การปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผ่านการจัดสรรวัตถุดิบ กระบวนการผลิตและการเข้าถึงบริโภคได้อย่างตรงจุดนั้นจึงเป็นอย่างที่เราควรให้คุณค่า ชาวบ้านวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นบ้านท่าไต้ ตำบลยางหย่อง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ได้ประกอบอาชีพนี้มาเป็นระยะเวลายาวนาน นอกจากการทอผ้าแล้ว ก็ยังประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นอาชีพเสริมเพิ่มจากการทอผ้า การทอผ้านับเป็นกิจกรรมหรือเรียกได้ว่าเป็นงานหลักของชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในพื้นที่บ้านท่าไต้ อำเภอท่ายาง ซึ่งงานทอผ้านับเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ให้แก่ชาวบ้านและที่สำคัญยังเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งนับเป็นมรดกทางวัฒนธรรมของชาวบ้านอีกด้วย (องค์การบริหารส่วนตำบลยางหย่อง จังหวัดเพชรบุรี, 2565) ด้วยเหตุนี้จึงเกิดการรวมตัวจัดตั้งกลุ่มภายใต้ชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นบ้าน ตำบลยางหย่อง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่มาจากผ้าขาวม้าพื้นเมือง
2. เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้การพัฒนาด้านการตลาดสำหรับชุมชน

ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่จากมุมมองของวิถีวัฒนธรรม

แนวคิดนี้คือการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่เชิงวัฒนธรรม (Cultural Products) หมายถึง สิ่งประดิษฐ์ ผลิตภัณฑ์ที่ถูกสร้างขึ้นโดยมีความเชื่อมโยงและมีความสัมพันธ์กับแนวคิด ความเชื่อ ค่านิยมของคนในท้องถิ่นที่ถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาโดยมีความแตกต่างและมีความเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นในแต่ละท้องถิ่น Parkhomenko and Berezovska (2020); Khan et al. (2022) แนวคิดนี้สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เชิงวัฒนธรรม เก่งกล้าดี กลิ่นเทศ (2566) และนครินทร์ น้ำใจดี (2565) แนวคิดนี้ถูกสร้างสรรค์ผ่านภูมิปัญญา วิธีการใช้ชีวิต ความสามารถในการใช้ทรัพยากรที่มีให้เกิดประโยชน์ผ่านการแปรรูปวัตถุดิบด้วยการใช้เทคโนโลยี นวัตกรรมและแนวคิดทางวิทยาศาสตร์ พอหทัย ชุ่นสัน (2566) มุมมองของแนวคิดการผลิตผลิตภัณฑ์ใหม่จากมุมมองของวิถีวัฒนธรรมถูกมองผ่านองค์ประกอบ ดังนี้

1. พุทธทางวัฒนธรรม หมายถึง ภูมิปัญญาสิ่งประดิษฐ์ที่ถูกสะสมจากค่านิยม ความเชื่อ ทักษะคิดที่ถูกสร้างสรรค์และถูกผลิตขึ้นเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าและรากฐานมาจากแนวคิดจากวัฒนธรรมท้องถิ่นและส่งผลให้เกิดการพัฒนาอัตลักษณ์ซึ่งท้องถิ่นนำไปสู่การค้าเชิงพาณิชย์
2. คุณค่าผ่านอัตลักษณ์สร้างแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่จากเอกลักษณ์ลายผ้าพื้นเมือง (Local Idea generation) หมายถึง ความสามารถในการสร้างสรรค์และเน้นการการแสดงผลตัวตนของชุมชนเพื่อสร้าง

ผลิตภัณฑ์เพื่อสะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะที่มีอยู่ในตัวบุคคล องค์กร กลุ่มชุมชน การสร้างคุณค่าผ่านอัตลักษณ์จึงเป็นสิ่งที่สร้างความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

3. การแปรสภาพทรัพยากรท้องถิ่น หมายถึง กระบวนการหรือกิจกรรมการผลิตที่มุ่งเน้นการแปรสภาพวัตถุดิบเพื่อผลิตเป็นสินค้าและบริการเพื่อจัดจำหน่ายผ่านกระบวนการผลิตและใช้เทคโนโลยี แนวคิดและองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยผลิตสินค้าและบริการเพื่อให้เกิดเป็นธุรกิจชุมชนได้ ประเมินและคัดเลือกแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์โดยวิธีตัดต่อผ้าเรียกว่า patchwork

จากการทบทวนแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากภูมิของวิถีวัฒนธรรม สรุปได้ว่า เป็นเรื่องของความสามารถในการแปรสภาพทรัพยากรท้องถิ่นทางธรรมชาติร่วมกับการสร้างสรรค์ทุนทางวัฒนธรรมในแต่ละพื้นที่ที่มีความจำเพาะและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว นำมาสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านกรรมวิธีหรือแนวคิดทางศิลปะทำให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถสร้างตัวตนและจำหน่ายได้ในท้องตลาดผ่านการเชื่อมโยงของวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น ซึ่งถูกสร้างผ่านความคิดสร้างสรรค์ผ่านกระบวนการแปรรูป ขึ้นรูปจนสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าในท้องถิ่นเพื่อจำหน่ายสู่ตลาดเชิงพาณิชย์ได้ภายใต้แนวคิดภูมิของวิถีวัฒนธรรม

แนวคิด BCG model (Bio-Circular-Green Economy)

BCG model เน้นการพัฒนาจากทรัพยากรทางธรรมชาติที่มีอยู่เดิมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มโดยเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในเรื่องกระบวนการผลิตและนำไปใช้ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน กล่าวถึง การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมให้เกิดความสมดุลโดยหลักคิดที่ต้องอยู่บนพื้นฐานของความมีเหตุผล สร้างภูมิคุ้มกันให้แก่ตนเองและนำศักยภาพที่มีออกมาใช้ให้เกิดการพึ่งพาตัวเองและชุมชนในสังคม (กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564)

วิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นบ้าน บ้านท่าไต้ ถูกพัฒนาตามแนวคิดการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาสร้างสรรค์โดยอาศัยวิถีคิดการดำเนินชีวิตของชุมชนเป็นพื้นฐานในการสร้างคุณค่าของท้องถิ่น และการนำทรัพยากรไปใช้ด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จนกลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าซึ่งสามารถจัดจำหน่ายสู่ท้องตลาดได้ ทั้งนี้ การพัฒนานั้นถูกทำผ่านโดยอาศัยแนวคิดความเป็นอัตลักษณ์ การสร้างความโดดเด่นความคิดสร้างสรรค์ ผ่านลวดลายผ้า การผสมสี วิธีการตัดเย็บ การทอผ้า การเลือกใช้สีของผ้าที่แตกต่างจากที่อื่น สิ่งที่สำคัญคือเป็นงานทอมือ/ผลิตจากมือ handmade จากสมาชิกในชุมชนผ่านแนวคิด BCG Model กับการพัฒนาชุมชน ดังนี้

แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวมที่ต้องการพัฒนาทั้งสามมิติด้วยกัน ประกอบด้วย

1. เศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) จะเป็นการมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเป็นการเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง ในส่วนของผ้าพื้นเมืองนำผ้าทอมือพื้นเมืองสร้างมูลค่าเพิ่มโดยใช้ศิลปะการตัดต่อผ้า เรียกว่า patchwork เป็นการใช้เศษผ้ามาตัดต่อเป็นชิ้นเล็กๆ เป็นรูปต่างๆ เช่น สามเหลี่ยม สีเหลี่ยมขนมเปียกปูนห้าเหลี่ยม แล้วนำมาเย็บต่อกันเป็นลวดลายต่างๆ ทำเป็นกระเป๋าถือจากเศษผ้าได้

2. เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) การนำวัสดุกลับมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ผ้าขาวม้าลายพื้นเมืองที่ขายเป็นผืน นอกจากนี้ สามารถนำมาออกแบบและตัดเย็บ วางขายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มขึ้น ผ่านศิลปะการตัดต่อเศษผ้าและการตัดเย็บ

3. เศรษฐกิจสีเขียว (Green Economy) เป็นการรักษาสภาพแวดล้อม ลดของเสียโดยการใช้เศษผ้ามาตัดต่อและตัดเย็บเป็นรูปทรงต่างๆ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันซึ่งถูกผลิตโดยชุมชน ดังนั้น จะไม่เหลือเศษผ้าและเป็นการลดของเสียจากวัสดุเหลือใช้ นำไปสู่การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

แนวคิดด้านนวัตกรรมการสร้างสรรคเพื่อธุรกิจของชุมชน

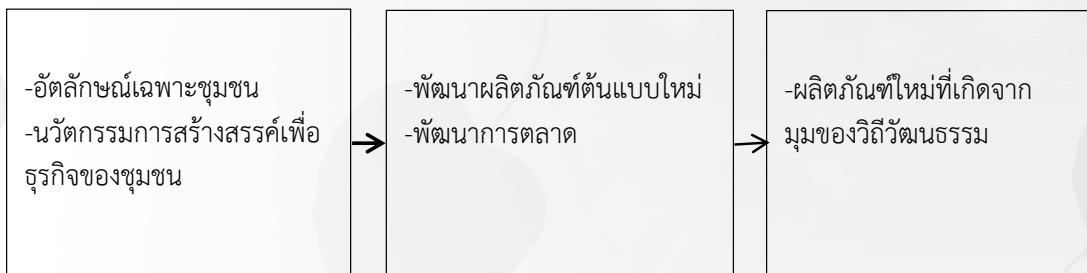
นวัตกรรมการสร้างสรรคเพื่อธุรกิจชุมชน หมายถึง ความสามารถในการคิดริเริ่มสิ่งใหม่ผ่านกระบวนการ วิธีการ แนวคิดหรือหลักการเพื่อพัฒนาหรือประดิษฐ์สิ่งใหม่ขึ้นซึ่งอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์และบริการที่พร้อมด้วยคุณค่าประโยชน์ในการใช้สอยเพื่อสนองต่อความต้องการของลูกค้าเชิงประจักษ์ Waliuddin and Umar (2021) ซึ่งการพัฒนานวัตกรรมนั้นสามารถทำผ่านการพัฒนาบุคคลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน หรืออาจทำผ่านโดยการเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมต่อการผลิตสินค้าและบริการ ดังนั้น การพัฒนานวัตกรรมการสร้างสรรคจึงเป็นเรื่องที่สำคัญสำหรับธุรกิจที่จ้องตระหนักเพราะจะนำไปสู่ผลการดำเนินงานที่เกิดประสิทธิภาพซึ่งจะอยู่ในรูปของกำไร ยอดขาย ผู้บริโภคเกิดความจงรักภักดีและการกลับมาซื้อซ้ำ Maier (2018) นวัตกรรมการสร้างสรรคมี 2 ประเภท ดังนี้

2.1 นวัตกรรมด้านกระบวนการ (process innovation) หมายถึง การประดิษฐ์ คิดค้น ค้นคว้า ทดลองด้วยวิธีการใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อน มีการสร้างสรรคใหม่หรือเปลี่ยนแนวทางในการผลิตสินค้าและบริการที่แตกต่างจากเดิม

2.2 นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ (product innovation) หมายถึง การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ดีกว่าเดิม ผ่านการปรับเปลี่ยนลักษณะโครงสร้างการออกแบบและวัสดุที่ใช้ต้องแข็งแรงทนทาน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และการปรับเปลี่ยนมาตรฐานบรรจุภัณฑ์ของสินค้าและบริการ

จากการทบทวนแนวคิดนวัตกรรมการสร้างสรรคเพื่อธุรกิจของชุมชน สรุปได้ว่า เป็นขั้นตอนของการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการผลิตเพื่อจัดจำหน่ายในตลาดผ่านการรักษาคุณภาพในการผลิต การคัดกรองตรวจสอบขั้นตอนกรรมวิธีการผลิต และการคัดสรรวัตถุดิบเพื่อใช้ในการผลิตสินค้าและบริการอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งผู้ประกอบการท้องถิ่นสามารถนำแนวคิดนวัตกรรมสร้างสรรคนี้ไปออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มโดยการสร้างแบบใหม่ผ่านองค์ประกอบของศิลปะการออกแบบลายเส้น ส่วนผสมที่เกิดจากวัสดุ แสง เงา และสีที่ใช้ในการออกแบบที่เกิดจากการใช้แนวคิดการสร้างสรรคนวัตกรรมเพื่อธุรกิจชุมชน

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

หมายเหตุ. ดัดแปลงจาก “การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าทอลายหน้าหมอน กลุ่มเมืองแจ่ม จังหวัดเชียงใหม่,” โดย ปิยะนุช เจตียยอด, 2565, วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 14(4), 349.

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed research) ระหว่างเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพโดย

ขั้นตอน 1 ศึกษาบริบทข้อมูลของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นบ้านท่าโล้ อำเภอยาง จังหวัด เพชรบุรี เพื่อสำรวจและศึกษาต่อการดำเนินการวางแผนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1.1 ศึกษาข้อมูลบริบทของวิสาหกิจชุมชนบ้านท่าโล้ อำเภอยาง จังหวัดเพชรบุรี ค้นคว้าเอกสาร ตำรา บทความและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผ้าทอพื้นถิ่น ศึกษาขั้นตอนและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ ต้นแบบใหม่ แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับงานผ้าและการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับสินค้าประเภท เครื่องนุ่งห่มและประเภทเครื่องสวยงาม รวมถึงแนวคิดพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนของผู้บริโภค

1.2 ลงพื้นที่สำรวจโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก In-depth interview จำนวน 7 คน ผู้ให้ข้อมูลหลักคือ ประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท่าโล้

ขั้นตอน 2 วางแผนเพื่อการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์โดยการมีส่วนร่วมในกระบวนการคิด ของสมาชิกในชุมชนและผู้เชี่ยวชาญเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่ถูกสร้างสรรค์โดยวิสาหกิจชุมชนทอผ้า พื้นบ้าน ดังนี้

2.1 ออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มาจากผ้าทอมือโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและผู้เชี่ยวชาญในการ ออกแบบร่วมกันคิดค้นและสามารถนำแนวคิดศิลปะการตัดต่อผ้า patchwork ไปใช้ในการเพิ่มมูลค่าสินค้า

2.2 เริ่มสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่มาจากผ้าทอมือโดยการแปรสภาพจากผ้าให้กลายเป็นของใช้ที่มาจากผ้าทอมือผ่านกระบวนการปรับปรุงเทคนิคการผลิตโดยใช้ศิลปะการตัดต่อผ้ามาใช้ในการสร้างสรรค์ผลงาน ใหม่ โดยการนำผ้ามาตัดตามขนาดที่ต้องการหรือเป็นชิ้นเล็กๆ มาเย็บต่อกันโดยไม่กำหนดรูปร่างและขนาด อาจไม่เท่ากัน และตกแต่งรอยต่อด้วยลูกไม้ ด้วยลวดลายสัตว์ตามต้องการ

ขั้นตอน 3 ประเมินความพึงพอใจในการอบรมเชิงปฏิบัติการการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อยกระดับและส่งเสริมการตลาดแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนี้

3.1 จัดการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการพัฒนาการตลาดให้ชุมชนโดยจัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อยกระดับและส่งเสริมการตลาดแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน

3.2 สร้างแบบสอบถามเพื่อวัดความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมการพัฒนาการตลาด

ขั้นตอน 4 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

สร้างเครื่องมือแบบสอบถามเพื่อวัดความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรม โดยโครงสร้างแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ส่วนที่ 2 ความพึงพอใจที่มีต่อการอบรมในครั้งนี้ ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขั้นตอน 5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยแสดงค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า เพื่อตอบวัตถุประสงค์ 1) สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่มาจากผ้าขาวม้าพื้นเมือง ซึ่งการออกแบบการพัฒนาอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านงานผ้าโดยได้นำแนวคิดวิธีการตัดต่อผ้าถูกเรียกว่า patchwork โดยใช้วิธีการนำผ้าตัดเป็นชิ้นเล็กๆหรือเป็นรูปทรงต่างๆ เช่น รูปลวดลายดอกไม้ ลวดลายสัตว์ ทรงเรขาคณิต ทรงขนมเปียกปูน สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ในส่วนของอัตลักษณ์งานผ้าบ้านท่าโล้นนั้นจะเป็นลายผ้าขาวม้าพื้นเมืองแบบตาใหญ่ มีลายชิ้นแดงโม ลายน้ำไหลสายฝน แล้วนำมาตัดเย็บขึ้นรูปเป็นต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้าทอมือ แบบ 1 เสื้อขาวม้าคอบัว แบบ 2 เสื้อขาวม้าทรงสตรี แบบ 3 กางเกงขาวม้าสามส่วน แบบ 4 กระโปรงขาวม้า แบบ 5 กระเป๋าขาวม้าทรงย่ามลายใยแมงมุม แบบ 6 กระเป๋าสะพายขาวม้าหลากสีลายตัดต่อจากเศษผ้า แบบ 7 กระเป๋าสะพายทรงสี่เหลี่ยม แบบ 8 ชุดเสื้อกางเกงลายชิ้นแดงโม แบบ 9 ชุดผ้าถุงลายน้ำไหลสายฝน จากแนวคิดการนี้ทำให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าท้องถิ่น ทำให้สินค้าของชุมชนมีหลากหลายขึ้นซึ่งจากเดิมมีแค่เพียงเป็นการขายผ้าเป็นแบบผืนเท่านั้น นอกจากนี้ ยังไม่เกิดเศษวัสดุเหลือใช้ส่งผลให้ชุมชนสามารถลดของเสียจากเศษผ้าและยังสามารถรักษาสิ่งแวดล้อมได้ นำสู่ไปแนวทางการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม แสดงในภาพที่ 2 ดังต่อไปนี้

ผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าและรายละเอียดผลิตภัณฑ์



แบบ 1 เสื้อขาวม้าคอแก้ว แบบ 2 เสื้อขาวม้าทรงสตรี



แบบ 3 กางเกงขาวม้าสามส่วน แบบ 4 กระโปรงขาวม้า



แบบ 5 กระเป๋าขาวม้าทรงย่ามลายใยแมงมุม



แบบ 6 กระเป๋าสะพายขาวม้าหลายสีตัดต่อ



แบบ 7 กระเป๋าสะพายทรงสี่เหลี่ยม



แบบ 8 ชุดเสื้อกางเกงลายขึ้นแดงโม



แบบ 9 ชุดผ้าถุงลายน้ำไหลสายฝน

ภาพที่ 2 แสดงรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าและรายละเอียดผลิตภัณฑ์

2) เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้การพัฒนาการตลาด เรื่องการใช้สื่อดิจิทัลและการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือพื้นเมืองบ้านท่าไต้ โดยมีผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมด 30 คน ผู้ที่เข้าร่วมเริ่มตระหนักและเข้าใจถึงบทบาทความสำคัญการตลาดออนไลน์โดยเฉพาะการวางขายผลิตภัณฑ์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และการบริหารจัดการร้านค้าออนไลน์ เข้าใจถึงวิธีที่จะนำเสนอผลิตภัณฑ์วางขาย เข้าใจเทคนิคการถ่ายภาพเพื่อจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์หลักคือเพื่อขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้นให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงหน้าร้านได้ตลอดเวลาและสามารถเลือกซื้อได้ในเวลาที่ตนเองสะดวกเห็นได้ว่าแพลตฟอร์มเทคโนโลยีในปัจจุบันมีผลต่อการพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ของชุมชน เช่น SHOPEE เป็นต้น ดังนั้น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์จะเป็นประโยชน์ต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทางการตลาดออนไลน์เป็นองค์ประกอบการตลาดแบบใหม่ที่เน้นการติดต่อสื่อสารผ่านออนไลน์รวมถึงผ่านช่องทางการจำหน่ายทางออนไลน์ หน้าร้านค้าเป็นในรูปแบบเว็บไซต์หรือแพลตฟอร์มอื่นที่ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้มากขึ้นและสะดวกต่อการใช้งาน ผ่านองค์ประกอบสำคัญ ดังนี้ การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ จะเกี่ยวข้องกับ 1) กลยุทธ์การสร้างสรรคงานโฆษณาและยุทธวิธีการโฆษณา 2) กลยุทธ์สื่อเป็นการเสนอขายผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ โดยผู้ขายต้องสร้างความน่าสนใจและความน่าเชื่อถือเพื่อให้เกิดการขายและสร้างความสัมพันธ์อันดีกับลูกค้า มีการส่งเสริมการขาย เพื่อเป็นสิ่งจูงใจระยะสั้นที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อหรือขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นเครื่องมือกระตุ้นความต้องการซื้อของผู้บริโภคได้ดี แสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 กิจกรรมการอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงปฏิบัติการส่งเสริมการตลาดโดยชุมชน

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลผลของความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงปฏิบัติการส่งเสริมการตลาดโดยชุมชน จำนวน 30 คน

ความพึงพอใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ความรู้ความสามารถของวิทยากร	4.40	0.675	มาก
ความเข้าใจในเนื้อหาสาระ	4.53	0.572	มาก
นำความรู้ไปต่อยอดได้	4.60	0.563	มาก
ความสะดวกในการเข้าอบรม/อุปกรณ์ที่ใช้เข้าถึงและเข้าใจง่าย	4.50	0.507	มาก
รวม	4.43	0.765	มาก

จากตารางที่ 1 ผลจากการถ่ายทอดการอบรมความรู้เชิงปฏิบัติการส่งเสริมการตลาดโดยชุมชน พบว่า ผลเฉลี่ยโดยรวมของผู้เข้าอบรม ($\bar{x}$ = 4.43, S.D. = 0.765) ให้ความสำคัญมากต่อการอบรมการส่งเสริมตลาด นอกจากนี้ยังพบว่า ผู้เข้าอบรมสามารถนำความรู้ไปต่อยอดได้ ($\bar{x}$ = 4.60, S.D. = 0.563) ซึ่งได้ให้ความสำคัญมาก ต่อมาผู้เข้าอบรมให้ความสำคัญต่อความเข้าใจในเนื้อหาสาระ ($\bar{x}$ = 4.53, S.D. = 0.572) มีความสำคัญและเป็นประโยชน์มาก และให้ความสำคัญมากต่อความสะดวกในการเข้าอบรม/อุปกรณ์ที่ใช้เข้าถึงและเข้าใจง่าย ($\bar{x}$ = 4.50, S.D. = 0.507) และเห็นให้ความสำคัญต่อความรู้ความสามารถของวิทยากร ($\bar{x}$ = 4.40, S.D. = 0.675) เป็นเรื่องที่สำคัญมากต่อการนำความรู้ไปใช้ในการประกอบอาชีพ

สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการออกแบบรูปร่างให้สอดคล้องกับเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ มีประโยชน์ในการใช้สอยและสะดวกในการพกพา ต้องมีความทันสมัยและมีคุณค่าทางวัฒนธรรม ดังนั้น การพัฒนาอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านงานผ้าโดยเน้นการประยุกต์นำเศษผ้าทอมือชาวม้าพื้นเมืองโดยใช้วิธีการ ตัดต่อผ้าชิ้นเล็กหลายชิ้นซึ่งถูกเรียกว่า patchwork เป็นแนวคิดการนำเศษผ้ามาตัดเป็นชิ้นเล็กชิ้นเป็นรูปร่าง เช่น ทรงเรขาคณิต สามเหลี่ยม สี่เหลี่ยม ทรงขนมเปียกปูน ลวดลายสัตว์ แล้วขึ้นรูปร่างผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย แบบ 1 เสื้อชาวม้าคอโบว์ แบบ 2 เสื้อชาวม้าทรงสตรี แบบ 3 กางเกงชาวม้าสาม ส่วน แบบ 4 กระโปรงชาวม้า แบบ 5 กระเป๋าชาวม้าทรงย่ามลายใยแมงมุม แบบ 6 กระเป๋าสะพายชาวม้า หลากสีลายตัดต่อจากเศษผ้า แบบ 7 กระเป๋าสะพายทรงสี่เหลี่ยม แบบ 8 ชุดเสื้อกางเกงลายขึ้นแดงโม แบบ 9 ชุดผ้าถุงลายน้ำไหลสายฝน ผลิตภัณฑ์ใหม่เกิดจากผ้าชาวม้าลายพื้นเมืองแสดงความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น บ้านท่าไต้ ในส่วนของด้านส่งเสริมพัฒนาการตลาดนั้นมีการถ่ายทอดความรู้การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าจากชุมชนเพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน และมีสมาชิกชุมชนสามารถเข้าใจ ถึงวิธีการใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์ สามารถบริหารจัดการผลิตภัณฑ์หน้าร้านออนไลน์และวางจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้

อภิปรายผลการวิจัย

บริบทและเอกลักษณ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มาจากผลิตภัณฑ์จากผ้าชาวม้าพื้นเมือง อำเภอท่ายาง จังหวัดเพชรบุรี ที่ชุมชนมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับการยอมรับของตลาดเพื่อนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านอัตลักษณ์ของชุมชนโดยการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เชิง วัฒนธรรม ซึ่งเป็นแนวคิดการสร้างสรรค์ผลงานผ่านการปรับปรุงคุณภาพการผลิตเน้นการผสมผสานเทคนิค ศิลปะการตัดต่อจากเศษผ้าและการออกแบบโดยวิธี patchwork แนวคิดนี้เป็นการนำผ้าทอมือมาแปรสภาพ และเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ผ่านกระบวนการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพการผลิตโดยใช้ศิลปะการตัดต่อ ผ้ามาสร้างสรรค์ผลงาน ซึ่งยังคงสะท้อนถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่มาจากวิถีชีวิต ผ่านศิลปวัฒนธรรมดั้งเดิม โดยชุมชนที่อุดมไปด้วยด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่น เน้นคุณค่าของวัสดุและคุณค่าทางวัฒนธรรม และขึ้นรูปเป็น

ผลิตภัณฑ์จากชุมชน เช่น กระเป๋าสะพายในรูปทรงต่างๆ ชุดเสื้อ กางเกง กระโปรง แนวคิดนี้ทำให้เกิดความสามารถในการลดของเสียจากเศษผ้าเหลือใช้ นำไปสู่การรักษาสิ่งแวดล้อมโดยชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมัทธนี ปราโมทย์เมือง (2564) กล่าวว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ควรเน้นคุณค่าในเรื่องของความงาม รูปแบบ สีสัน ลวดลายในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณสมบัติและคุณค่าของวัสดุ เน้นการออกแบบที่เต็มไปด้วยความเป็นเอกลักษณ์และคุณค่าจากทุนทางวัฒนธรรม มีคุณประโยชน์ในการใช้สอยและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และไปเชื่อมโยงกับงานวิจัยของพอหทัย ชุ่นสั้น (2566) ได้ศึกษาอัตลักษณ์และออกแบบผ้าบาติพิมพ์ให้กับอำเภอบางละมุง จังหวัดชลบุรี พบว่า ลวดลายที่ได้แรงบันดาลใจจากแนวคิดทุนทางวัฒนธรรมและแนวคิดของด้านวัฒนธรรมอำเภอบางละมุงมีจุดเด่นอยู่ที่สิ่งปลูกสร้างทางสถาปัตยกรรมและอาหาร ด้านนิเวศเป็นพื้นที่ที่มีความสวยงาม พื้นที่สูงล้อมรอบด้วยภูเขาและมีทะเลหมอกเกิดขึ้นในหลายพื้นที่นำมาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของผ้า นอกจากนี้ อำเภอ แสงจันทร์ไทย และ พงษ์ธรรม ณรงค์วิทย์ (2562) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทอมือและได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ่านแนวคิดการเพิ่มมูลค่า กระบวนการเลือกโทนสีจับคู่ การเลือกใช้วัสดุผสมผสานกับงานหัตถกรรมเพื่อให้น่าสนใจมากขึ้น มีการพัฒนาผ้าขาวม้าทั้งหมด 4 รูปแบบ ได้แก่ กระเป๋าข้าง กระเป๋าสตางค์ กระเป๋าสะพายหลัง เบาะรองนั่ง หมอนอิงหลัง ลวดลายผ้าขาวม้าเดิมจะเป็นลายตารางหมู่แบบโบราณ ผ้าขาวม้าตามะกอก ผ้าขาวม้าลายตาเล็กและลายตาใหญ่ซึ่งเป็นลวดลายที่บรรพบุรุษเป็นผู้สร้างสรรค์สอดคล้องกับณรงค์ เจนใจ (2563) พบว่า ผ้าทอลายไก่อเป็นภูมิปัญญาการทอผ้าของชุมชนบ้านแม่ลอยหลวงที่สืบทอดมาตั้งแต่อดีต มีลวดลายที่สะท้อนถึงธรรมชาติ ใช้เทคนิคการพันด้ายสีต่างกันสองเส้นให้กลายเป็นเส้นย่นหนึ่งเส้นเพื่อให้เกิดมิติและความสวยงาม สินค้าทางวัฒนธรรมจากผ้าทอลายไก่อที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและอัตลักษณ์ของชุมชน คือ ตุ๊กตาแม่อยู่กับหลานสาวและถุงย่ามลายไก่อ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะนุช เจริญยอด (2565) การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยทุนทางวัฒนธรรมและสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและการจัดโทนสีในผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์บนพื้นฐานของมรดกทางวัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมของชุมชน เห็นได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอนั้นจะมีลักษณะแนวคิดที่มุ่งเน้นเรื่องของอัตลักษณ์ประจำท้องถิ่นและการใช้ศิลปะในการเชื่อมโยงเรื่องราวความเป็นมาจากทุนทางวัฒนธรรมบรรพบุรุษนำมาร้อยเรียงและสร้างให้เกิดตัวตนอย่างเป็นรูปธรรมผ่านเครื่องใช้ไม้อ้อย เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและก่อให้เกิดรายได้ พร้อมกับยังคงรักษาศิลปวัฒนธรรมและอนุรักษ์รักษาสีสิ่งแวดล้อมไปด้วย ด้านส่งเสริมพัฒนาการตลาดนั้นมีการถ่ายทอดความรู้การใช้สื่อดิจิทัลเพื่อขยายช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าจากชุมชนเพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน และสมาชิกชุมชนสามารถเข้าใจถึงวิธีการใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์ สามารถบริหารจัดการผลิตภัณฑ์หน้าร้านออนไลน์และวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ นอกจากนี้ยังพบว่า การขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้นให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงหน้าร้านได้ตลอดเวลา และสามารถเลือกซื้อได้ในเวลาที่ตนเองสะดวก เห็นได้ว่าแพลตฟอร์มเทคโนโลยีในปัจจุบันมีผลต่อการพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ของชุมชน เช่น TIK TOK, FACEBOOK, SHOPEE เป็นต้น ดังนั้น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์จะเป็นประโยชน์ต่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์มากขึ้น (จารุมาศ เสน่หา และ นิพัทธ์ โพธิ์วิจิตร, 2567) ยังกล่าวถึง ปัจจัยส่วนประสมทาง

การตลาดออนไลน์ว่าเป็นเครื่องมือการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขาย อย่างต่อเนื่อง และ (นิสากร พุทธวงศ์ และคณะ, 2567) กล่าวถึงการโปรโมทเผยแพร่แพลตฟอร์มออนไลน์ให้โดยการแชร์เนื้อหาของแพลตฟอร์มออนไลน์ ลูกค้ามีช่องทางในการเลือกซื้อสินค้าและบริการมากขึ้น และได้รับการบริการที่สะดวกสบายตลอด 24 ชั่วโมง ผู้ร่วมสนับสนุนหรือคู่ค้า ได้ช่องทางการกระจายสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้น แต่ทั้งนี้กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ต้องคำนึงถึงการรักษาความเป็นส่วนตัวของผู้บริโภค เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและน่าไว้วางใจแก่ผู้บริโภค (สุกัญญา พยุงสิน และ จิราวรรณ สมหวัง, 2567) รวมถึงการให้บริการส่วนบุคคลในรูปแบบการโต้ตอบร่วมกันระหว่างผู้ขายกับผู้บริโภคแบบเฉพาะเป็นรายบุคคล เพื่อสร้างความเป็นกันเองและรู้สึกการได้รับการเอาใจใส่เป็นอย่างดี สร้างความเชื่อมั่นและประทับใจส่งผลต่อการจูงใจให้ลูกค้าต่อเพจจำหน่ายสินค้า หรือบริการ เพื่อหวังผลในการซื้อซ้ำในโอกาสต่อไป ดังนั้น การตลาดดิจิทัลบนแพลตฟอร์มออนไลน์ต้องตอบสนองรูปแบบการดำเนินชีวิตของลูกค้าให้เกิดความพึงพอใจเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อซ้ำ

ข้อเสนอแนะ

1. การนำไปใช้ประโยชน์จากงานวิจัย

1.1 ผลผลิตขั้นต้นแบบสำหรับชุมชนที่เกี่ยวกับงานศิลปะผ้าทอมือชุมชนมีตัวอย่างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มาจากผ้าทอมือไทยทรงดำทั้งหมด 9 แบบ ประกอบไปด้วย กระเป๋าลายขาวม้าลายหลากหลายสีลายตัดต่อ กระเป๋าทรงย่ามลายใยแมงมุม กระเป๋าทรงสี่เหลี่ยมลายตัดต่อ ชุดเสื้อ กางเกง กระโปรง ชุดจากผ้าขาวม้า ผ้าขึ้นลายแดงโมและลายน้ำไหลสายฝน ซึ่งสามารถนำต้นแบบไปสร้างสรรค์และจัดจำหน่ายขายโดยวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นบ้านท่าไผ่ได้

1.2 การอบรมเชิงปฏิบัติการส่งเสริมการพัฒนาด้านการตลาดและส่งเสริมการเข้าถึงช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือพื้นบ้านท่าไผ่และการใช้สื่อดิจิทัลเพื่อยกระดับและส่งเสริมการตลาดแก่ชุมชน การอบรมเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์และโพสภาพเพื่อวางขายสินค้าในแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อให้เป็นที่น่าสนใจแก่ผู้บริโภค

1.3 แนวทางในการพัฒนามิติต้านเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน

1.3.1 มิติต้านเศรษฐกิจ เกิดแหล่งรายได้จากผลิตภัณฑ์โดยชุมชนซึ่งสามารถคนในพื้นที่สามารถเลี้ยงตัวเองได้อย่างยั่งยืน มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นเพราะรายได้จากการขายสินค้านี้ นอกจากนั้น ยังสามารถลดปัญหาการว่างงานและส่งเสริมอาชีพให้แก่ธุรกิจชุมชนในอนาคตต่อไป พร้อมทั้ง เกิดศักยภาพใหม่ในธุรกิจชุมชนทำให้เกิดความสามารถในการแข่งขัน

1.3.2 มิติต้านสังคม เกิดการตื่นตัวในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าของชุมชน โดยชุมชนและผู้ประกอบการสามารถนำทรัพยากรทางธรรมชาติในท้องถิ่นมาแปรสภาพให้เกิดเป็นรายได้แก่ท้องถิ่นอย่างยั่งยืน เกิดการเปลี่ยนแปลงของวิสาหกิจชุมชนทอผ้าในระดับท้องถิ่น องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นหน่วยงาน

ภาครัฐและผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือพื้นเมืองสามารถนำผลการวิจัยไปกำหนดและวางแผนเพื่อส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อธุรกิจของชุมชน

1.3.3 มิติด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน วิสาหกิจชุมชนเข้าในหลักการพื้นฐานในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายโดยใช้แนวคิดศิลปะการตัดต่อจากเศษผ้าเข้ามาช่วยในการปรับปรุงการผลิต ทำให้ชุมชนเกิดแนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและใช้ทรัพยากรคุ้มค่าคือการไม่เหลือเสียจากเศษวัสดุเหลือใช้ส่งผลให้เกิดการรักษาสิ่งแวดล้อม ชุมชนเริ่มเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนผ่านการปรับปรุงกระบวนการผลิตโดยวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นบ้านท่าไผ่ จังหวัดเพชรบุรี

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 นักวิชาการและนักวิจัยสามารถพัฒนาและเพิ่มเติมตัวแปรใหม่ในการวิจัยที่นำไปสู่ผลลัพธ์และข้อมูลที่ชัดเจนขึ้น และควรมีการรักษาอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนร่วมกันระหว่างนักวิจัยและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อช่วยกันรักษาแนวคิดให้อยู่คู่กับสังคมต่อไป

2.2 ควรวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่่ออกอย่างต่อเนื่อง และยังคงมีการขยายมาตรฐานสินค้าของชุมชนอีกด้วย

2.3 ควรศึกษาแนวคิดและทฤษฎีการตลาดสมัยใหม่โดยเฉพาะด้านการตลาดดิจิทัลเพื่อให้ผู้ประกอบการชุมชนได้เรียนรู้แนวคิดการตลาดอย่างต่อเนื่องและสามารถนำไปใช้ในส่วนของการทำธุรกิจได้

บรรณานุกรม

- กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). *แผนปฏิบัติการด้านการขับเคลื่อนการพัฒนาประเทศไทยด้วยโมเดลเศรษฐกิจ BCG พ.ศ. 2564-2570*. สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. <https://shorturl.asia/uOpJQ>
- แก่งภักดี กลิ่นเทศ. (2566). ภูมิปัญญาผ้าขึ้นในคุ้มเจ้านายเมืองน่านสู่การพัฒนาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการออกแบบสิ่งทอร่วมสมัย. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, 17(1), 155-189. <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/jhusocbru/article/view/1462>
- จารุมาศ แสนหล และ นิพนธ์ โพธิ์วิจิตร. (2567). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศ*, 11(4), 260-269. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMND>
- ณรงค์ เจนใจ. (2563). การพัฒนาผ้าทอลายโกเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมโดยการมีส่วนร่วมชุมชนบ้านแม่ลอยหลวง จังหวัดเชียงราย. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 12(2), 144-155.
- นครินทร์ น้ำใจดี. (2565). การพัฒนาสินค้าทางวัฒนธรรม ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในย่านเมืองเก่าเชียงราย อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 14(2), 218-231. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/249965>

นิสากร พุทธรังค์, คงฤทธิ์ รื่นวงศ์, และ รัตนา สุวรรณทิพย์. (2567). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ของกลุ่มฮักงานผ้า ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดนครพนม. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 12(2), 107-116.

<https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JCDLQ/article/view/267113/179769>

ปิยะนุช เจริญยอด. (2565). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากผ้าทอลายหน้าหมอน กลุ่มเมืองแจ่ม จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 14(4), 343-359.

พอหทัย ชุ่นสั้น. (2566). การสร้างสรรค์ลวดลายผ้าบาติกพิมพ์เพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้อำเภอเบตง จังหวัดยะลา. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 7(4), 160-181.

<https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSC/article/view/262926/177063>

มัทธนีย์ ปราโมทย์เมือง. (2564). การออกแบบบรรจุภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากทุนทางวัฒนธรรมของชาติพันธุ์ไท-ยวน กรณีศึกษาผ้าทอพื้นเมืองไท-ยวน จังหวัดสระบุรี. *วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่*, 13(5), 343-356.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570*. สำนักนายกรัฐมนตรี.

http://www.nesdc.go.th/download/Plan13/Doc/Plan13_DraftFinal.pdf

สุกัญญา พยุงสิน, และ จิรารรณ สมหวัง. (2567). การพัฒนาช่องทางการตลาดออนไลน์ของผลิตภัณฑ์น้ำมันหอมระเหยขมิ้นวิสาหกิจชุมชนวิชาชีพเกษตรอินทรีย์ไร้ทหารสานประชา ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด*, 18(1), 110-121.

<https://so03.tci-thaijo.org/index.php/reru/article/view/272165/183114>

องค์การบริหารส่วนตำบลยางหย่อง จังหวัดเพชรบุรี. (2565). *ผ้าทอและผ้าขาวม้าไทยทรงดำบ้านท่าไต้*.

<https://shorturl.asia/njYA0>

อำไพ แสงจันทร์ไทย และ พงษ์ธรรม ณรงค์วิทย์. (2562). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทอมือของกลุ่มผ้าทอมือบ้านคลองเจริญเพื่อพัฒนาอาชีพและผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอลานกระบือ จังหวัดกำแพงเพชร. *ลักทอง วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 25(3), 76-86.

<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/tgt/article/view/219055/151655>

Khan, I. A, Shar, A. H., & Junejo, M. A. (2022). Measuring the impact of cultural innovation, marketing innovation, and product innovation on the firm's performance of small-medium enterprises. A study of textile industry in Multan region. *Multicultural Education*, 8(10), 9-24. <http://ijdri.com/me/wp-content/uploads/2022/10/2.pdf>

Maier, D. (2018). Product and process innovation: a new perspective on the organizational development. *International Journal of Advances Engineering and Management*

Research, 3(6), 132-138.

https://ijaemr.com/uploads/pdf/archivepdf/2020/ijaemr_01_333.pdf

Parkhomenko, I. & Berezovska, K. (2020). The concept of cultural product in the context of interdisciplinary approach. *Socio-Cultural Management Journal*, 3(2), 57-74.

<https://doi.org/10.31866/2709-846X.2.2020.222647>

Waliuddin, A. N., & Umar, F. (2021). The impact of product innovation on marketing performance. *Advances in Economics, Business and Management Research*, 204, 328-335. <https://www.scribd.com/document/697830650/125968808>