



แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอชาวไทดำ บ้านสะแกรายรัมย์เย็น
ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอชาวไทดำ บ้านสะแกรายรัมย์เย็น
ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

**DEVELOPMENT IN THE PROCESS AND OPPORTUNITY IN DISTRIBUTION
THE HOMESPUN SAKAERAAY VILLAGE NAKHONPATHOM**



ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

An Independent Study Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for the Degree

MASTER OF BUSINESS ADMINISTRATION

Program of Entrepreneurship

Graduate School

SILPAKORN UNIVERSITY

2010

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร อนุมัติให้การค้นคว้าอิสระเรื่อง “ แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอชาวไทดำ บ้านสะแกรายรัมย์ ตำบลดอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ” เสนอโดย นายสุรเดช โตมาตร เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการประกอบการ

.....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานใจ ชารัทสนวงศ์)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.....

อาจารย์ที่ปรึกษาการค้นคว้าอิสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์

คณะกรรมการตรวจสอบการค้นคว้าอิสระ

ประธานกรรมการ

(อาจารย์ ดร.ธนิษฐ์ รัตนพงศ์กัญญา)

...../...../.....

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นงนัทย์ หอมตุ๊ด)

...../...../.....

กรรมการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์)

...../...../.....

ผลงานวิจัยนี้ศึกษา ระดับปริญญาตรี

51602366 : สาขาวิชาการประกอบการ

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ / ช่องทางการจัดจำหน่าย

ชุดฯ โทมาตร์ : แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่ม
ทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม. อาจารย์ที่ปรึกษา
การค้นคว้าอิสระ : ผศ.ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์. 120 หน้า.

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาถึงรูปแบบและการวางแผนทางการพัฒนา
รูปแบบผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอชาวไทดำ บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยาย
หอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ด้วยการสัมภาษณ์ระดับลึก (In-depth Interviews) โดยผู้ให้ข้อมูล
หลัก ได้แก่ สมาชิกกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายรัมย์เย็น เจ้าหน้าที่ในสำนักงานปกครองท้องถิ่น
ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม รวมทั้งผู้ซื้อสินค้าเพื่อจำหน่ายต่อและผู้ซื้อสินค้า
เพื่อใช้ประโยชน์เอง จำนวนทั้งสิ้น 32 คน

ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำของกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น
ควรมีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทางกลุ่มจึงพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอ
ไทดำเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด ลูกค้าน่าสนใจขึ้นชอบผลิตภัณฑ์
เสื้อผ้าสำเร็จรูปของกลุ่มผ้าทอเพราะรูปแบบของเสื้อผ้าเป็นแบบเรียบง่ายไม่เป็นทางการ นอกจากนี้
ทางกลุ่มได้เพิ่มประสิทธิภาพช่องทางการจัดจำหน่ายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มความ
น่าสนใจในผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำ โดยการเสนอให้สร้างสถานที่ในการจัดจำหน่ายมีความ เพื่อ
อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า และจากสถานการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันที่มีการต่อสู้แข่งขันกัน
สูงช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมในสภาพปัจจุบันจึงได้เร่งพัฒนา ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่าน
เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการเสนอขายหน้าโฮมเพจในรูปแบบเว็บไซต์ (E-Commerce) โดยใช้
คอมพิวเตอร์เชื่อมโยงอินเทอร์เน็ตออนไลน์ เพื่อให้มีการทำงานร่วมกัน ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถ
สื่อสารกันได้โดยทางอีเมลล์ หรือ โทรศัพท์ มีความสะดวกสำหรับลูกค้าในการเปรียบเทียบราคา
คุณสมบัติต่างๆของสินค้าที่ระบุไว้ในเว็บไซต์ นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตยังช่วยเพิ่มช่องทางการจัด
จำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์สินค้าได้อีกทางหนึ่ง

สาขาวิชาการประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2553

ลายมือชื่อนักศึกษา.....

ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

51602366 : MAJOR : ENTREPRENEURSHIP

KEY WORDS : DEVELOP STYLE / DISTRIBUTION

SURADACH TOMART : DEVELOPMENT IN THE PROCESS AND OPPORTUNITY
IN DISTRIBUTION THE HOMESPUN SAKAERAAY VILLAGE NAKHONPATHOM.
INDEPENDENT STUDY ADVISOR : ASST.PROF.PITAK SIRIWONG, Ph.D. 120 pp.

The purpose of research is the studying of pattern and method to develop style and distribution of Thai Dum people at Sa-gare-rai-rom-yen village, T. Don Yai Hom , A. Muang , Nakorn Prathom province. The research use "In-Depth Interviews" with 32 people of Thai Dum woven cloth members, local govern officers, retailers and end users to collect the information.

The research found that the product should be various and compatible with customer demand. The customers are satisfied in this product because of comfortable style. Moreover, the way to distribute the product is very important that can increase product competability. E-commerce is one best way that customer and supplier can communicate together directly. It is more energetic in trading and advertising.



ผลงานวิทยานิพนธ์ ระดับปริญญาตรี

Program of Entrepreneurship Graduate School, Silpakorn University Academic Year 2010

Student's signature

Independent Study Advisor's signature

กิตติกรรมประกาศ

การค้นคว้าอิสระฉบับนี้สามารถสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี โดยการได้รับความช่วยเหลือและความอนุเคราะห์จากบุคคลเหล่านี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พิทักษ์ ศิริวงศ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เป็นผู้ให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง รวมทั้งให้ความเอาใจใส่ติดตามผลงานอย่างใกล้ชิด

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.ชนินทร์รัฐ รัตนพงษ์พิบูลย์ เป็นผู้ให้คำแนะนำการสัมภาษณ์ และให้ความรู้ทางด้านการวิเคราะห์ผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ สำหรับการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นภนัท หอมสุต เป็นผู้ให้คำแนะนำการให้คำแนะนำเรื่องงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสำหรับการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คุณสรวิฐ ศงสนอม ประธานกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายร่มเย็น ตำบลคอนยายหอม คุณทศดาว มีดี รองประธานกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายร่มเย็น ตำบลคอนยายหอม และคณะกรรมการบริหารกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายร่มเย็น ตำบลคอนยายหอม ตลอดจนสมาชิกกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายร่มเย็น ตำบลคอนยายหอม ทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือให้ข้อมูลวิจัยและตอบแบบสอบถามการทำวิจัยในครั้งนี้

สุดท้ายผู้วิจัยใคร่กราบขอบพระคุณ บิดา มารดา ที่ให้ความรักความห่วงใย เป็นกำลังใจ และสนับสนุน ส่งเสริมในทุก ๆ ด้านแก่ผู้วิจัยตั้งแต่เริ่มต้น จนวิจัยฉบับนี้สำเร็จลงด้วยดี

ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญ

		หน้า
	บทคัดย่อภาษาไทย	ง
	บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
	กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
	สารบัญภาพ	ญ
บทที่		
1	บทนำ	1
	ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
	วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
	ขอบเขตในการวิจัย.....	3
	ขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก.....	3
	ขอบเขตด้านเนื้อหา.....	3
	ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
2	วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง.....	5
	ความเป็นมาของ ไทยทรงดำ.....	5
	ข้อมูลกลุ่มทอผ้า ไทยทรงดำ บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลดอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.....	10
	วัฒนธรรมผ้าทอสี ลวดลาย ของชาวไทยทรงดำ.....	11
	ลวดลายบนผ้าทอไทยทรงดำ.....	11
	ประเภท ลักษณะ และความหมายของลายผ้าไทยทรงดำ.....	12
	สีย้อมผ้า	27
	แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง.....	28
	แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและอนุรักษ์.....	28
	แนวคิดกลยุทธ์ 4Ps	29
	แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย	30
	แนวคิดการจัดการธุรกิจตามทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง	40
	ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค.....	42

บทที่	หน้า
	งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 44
3	วิธีดำเนินการวิจัย..... 47
	ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก 47
	การเก็บรวบรวมข้อมูล 47
	เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย 48
	การสร้างเครื่องมือ..... 49
	ขั้นตอนการวิจัย..... 49
	การวิเคราะห์ข้อมูล..... 50
	ระยะเวลาการวิจัย..... 50
4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล 52
	ตอนที่ 1 ความเป็นมาของกลุ่มผ้าทอมือหมู่บ้านสะแกกรังเย็น ตำบล คอนขายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 52
	ตอนที่ 2 ศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์..... 54
	ตอนที่ 3 ศึกษาช่องทางการจัดจำหน่าย 57
	ตอนที่ 4 วิเคราะห์และวางแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 58
	ตอนที่ 5 วิเคราะห์และวางแนวทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย..... 62
5	สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ..... 64
	สรุปผลการวิจัย 64
	อภิปรายผล..... 69
	ข้อเสนอแนะ..... 71
	ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย..... 71
	ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป..... 72
บรรณานุกรม.....	74
ภาคผนวก.....	79
	ภาคผนวก ก แนวคำถามที่ใช้สัมภาษณ์..... 80
	ภาคผนวก ข ตัวอย่างบทสัมภาษณ์..... 83

ภาคผนวก ค บริบทของหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น	86
ภาคผนวก ง ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มทอผ้าไทคำบ้านสะแกรายรัมย์เย็น	92
ภาคผนวก จ ประเพณีชาวไทคำ	98
ภาคผนวก ฉ ภาพวิถีไทคำบ้านสะแกรายรัมย์เย็น	104
ภาคผนวก ช อภิทานศัพท์	117
ประวัติผู้วิจัย	120



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ลายแดงโม.....	12
2	ลายดอกจัน.....	13
3	ลายดอกเต้า.....	13
4	ลายขอกูด.....	14
5	ลายดอกผักแว่น.....	14
6	ลายดอกแก้ว.....	15
7	ลายดอกพรม.....	15
8	ลายขาบัว.....	16
9	ลายดอกมะลิ.....	16
10	ลายดอกพิกุล.....	17
11	ลายงา.....	17
12	ลายดอกแปด.....	18
13	ลายนาคน.....	18
14	ลายงูเหลือม.....	19
15	ลายม้า.....	19
16	ลายนกแก้ว.....	20
17	ลายหมาขี้.....	20
18	ลายกบ.....	21
19	ลาย.....	21
20	ลายปลา.....	22
21	ลายหน้าเสือ.....	22
22	ลายแมงป่อง.....	23
23	ลายแมงมุม.....	23
24	ลายสิงโต.....	24
25	ลายผีเสื้อ.....	24
26	ลายช้าง.....	25
27	ลายตัวลิง.....	25

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ภาพที่		หน้า
28	ลายสายรุ้ง.....	26
29	ลายดาวลอย.....	26
30	บ้านของชาวไทดำ.....	105
31	บริเวณชั้นบน จะเห็นมุ้งสีดำ สำหรับผู้หญิงที่เตรียมตัวเป็นเจ้าสาวจะต้อง ถักขอบสีแดง ด้วยตัวเองตามธรรมเนียม.....	105
32	บริเวณที่ขายผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำ.....	106
33	บริเวณที่แสดงวิธีการทอผ้าไทดำแก่นักท่องเที่ยว.....	106
34	แผนที่แสดงการอพยพของชาวไทดำ.....	107
35	ภาษาตัวอักษรของชาวลาวโซ่ง หรือ ไทดำ ปัจจุบัน คนรุ่นใหม่ ๆ ที่เป็น ลาวโซ่งจะไม่ค่อย ได้ใช้เท่าไร รวมถึงภาษาที่ใช้พูดจะเป็นภาษาไทย จะส่วนใหญ่.....	107
36	เสื้อผู้หญิงของอุ้ยยคนหนึ่ง ตัวเล็กมากเนื่องจากแกเป็นคนผอม ตัวเล็ก แต่กระดุมติดเรียงกันแน่นขนาด ช่วงเอวมีการเย็บเข้าเอว และเพื่อคลุม สะโพกด้วย ตามสภาพจริงของร่างกายเพศหญิง.....	108
37	เสื้อรุ่นใหม่ที่ทำขายจะมีขนาดใหญ่เนื่องจากคนสมัยนี้นิยมสวมเสื้อตัวโคร่ง ไม่รัดตัวแบบคนโบราณเคยได้กัน.....	108
38	เสื้ออีชาย มีลายไม่มากเท่าของเสื้ออีหญิง.....	109
39	สีข้างของเสื้ออีชาย มีปักลายเป็นแนว ปลายเส้นมีวนดูเหมือนยอดผักกูด.....	109
40	ผ้าซิ่นลายแดงโม.....	110
41	ลายปกหน้าหมอนของชาวไทดำ.....	110
42	ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้าน ซึ่งเป็นผ้าทอลายเฉพาะของชาวไทยทรงดำ และการ แปรรูปผ้าทอเพื่อเป็นของใช้เฉพาะของชาวไทยทรงดำ.....	111
43	สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	111
44	ผ้าซิ่นลายแดงโมนั้นเห็นผ้ามีสีดำอมคราม แต่ว่าเดินเส้นยืนด้วยด้ายแดง.....	112
45	เครื่องกรอผ้า ของที่เคยใช้เมื่อก่อนถูกวางไว้ข้างล่าง ซึ่งปัจจุบันหันมาใช้ล้อ รถจักรยานแทน เพราะว่ามีอายุการใช้งานนานกว่า.....	112
46	วงแคนประยุกต์ร่วมแสดงในงานประเพณีสงกรานต์ที่ผ่านมา.....	113
47	พี่น้องไทดำมาร่วมงานกันมากมาย นอกจากนี้ยังมีพี่น้องจากจังหวัดอื่นๆด้วย เช่น เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ลพบุรี และสุพรรณบุรี เป็นต้น.....	113

ภาพที่		หน้า
48	ภาพถ่ายเก่าสมัยรัชกาลที่ ๔ แสดงชุดชายใส่เสื้อโท และสองคนทางขวาใส่ เสื้อสีในภาพจะเห็นว่าบางคนจะมีกระเป๋าคาดเอวด้วย	114
49	ครอบครัวไทยดำ สวมใส่เสื้อผ้าด้วยความภาคภูมิใจ	114
50	กรรมการกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายรัมย์	115
51	การสนทนากลุ่มเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำ.....	115
52	ศูนย์วัฒนธรรมไตโซ่งดำ ตำบลคอนยายหอม	116
53	แผนที่แสดงที่ตั้งของหมู่บ้านสะแกรายรัมย์	116



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 1

บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ผ้าเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิตและความเป็นอยู่ประจำวันที่ทำเป็นอย่างหนึ่งของมนุษย์ นอกจากใช้นุ่งห่มแล้วยังสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในด้านอื่น ๆ อีกหลายด้าน การทอผ้าเป็นศิลปะอีกแขนงหนึ่งที่มีความเป็นอันยาวนานก่อนประวัติศาสตร์ การผลิตเริ่มจากกรรมวิธีการผลิตอย่างง่าย ๆ โดยอาศัยการศึกษาค้นคว้าพัฒนาการผลิตและถ่ายทอดสืบต่อกันมา จากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง จนเกิดเป็นเอกลักษณ์การทอของแต่ละกลุ่มชน ศิลปะความสวยงามของผ้าทอสามารถสะท้อนบ่งบอกวิถีการดำรงชีวิตและวัฒนธรรมของกลุ่มชนนั้นได้เป็นอย่างดี

ผ้าทอมีความผูกพันและเกี่ยวข้องกับพิธีกรรมทางศาสนาและวิถีชีวิตของชนบทมานานนับศตวรรษ จนอาจเรียกได้ว่าเป็นมรดกทางสังคม ซึ่งสะท้อนให้เห็นความเป็นมาในอดีต การย้ายถิ่น โครงสร้างสังคม การค้า ตลอดจนแนวคิดจากนามธรรมซึ่งคลั่งกรองจากการสังเกตปรากฏการรอบตัว การทอการเตรียมเส้นใยและการย้อมสีแม้กระทั่งการวางลายทอแบบดั้งเดิมล้วนเป็นกิจกรรมของสตรี และเปรียบเสมือนบันทึกเรื่องราวของสังคมผ่านสายตาของสตรีผู้ทอ (ทรงศักดิ์ ปรารงค์วัฒนากุล 2536 : 21)

ชาวไทยทรงดำ ได้เป็นชนกลุ่มหนึ่งในอดีตได้อพยพ มาจากเมืองแกลง ลุ่มแม่น้ำดำและแกลงในประเทศเวียดนามเหนือ ได้อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนในจังหวัดเพชรบุรีก่อน จากนั้นได้ขยับขยายไปยังจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดสุพรรณบุรี นครปฐม นครสวรรค์ เป็นต้น (ทรงพันธ์ วรรณมาศ 2547 : 25)

ในปัจจุบันแม้สภาพบ้านเมือง เศรษฐกิจ และสังคม จะเปลี่ยนไป แต่ชาวไทยทรงดำก็ยังคงรักษาวัฒนธรรมประเพณีที่มีอยู่เดิมอย่างเคร่งครัด

วัฒนธรรมการใช้ผ้าทอของชาวไทยทรงดำหรือลาวโซ่งนั้นถือเป็นลักษณะที่โดดเด่น โดยเฉพาะผู้หญิงมีการนุ่งผ้าซิ่นที่เรียกว่าซิ่นแดงโม ซึ่งเป็นผ้าฝ้ายย้อมครามทอสอดด้วยไหมสีแดง ตัวซิ่นมีลายเส้นสีขาว เป็นลายเส้นคู่ และเส้นเดี่ยว การนุ่งผ้าซิ่นลายแดงโมจะใส่กับเสื้อก้อม ส่วนเสื้อสีจะใส่เมื่อมีพิธีการ ส่วนฝ่ายชายจะมีกางเกงสีดำขลิบเรียกว่ากางเกงช่วงฮีใช้ใส่กับเสื้อก้อมและเสื้อฮีเหมือนกัน

ผลิตภัณฑ์ของชาวไทยทรงดำบ้านสะแกรายร่วมชิ้นส่วนใหญ่ยังคงเป็นผลิตภัณฑ์แบบดั้งเดิม คือ ผ้าชิ้นลายแดงโม เสื้อก้อม เสื้อฮี และลายปักต่าง ๆ ที่ปักเสื้อ ผ้าคล้องคอ สายคาดเอว ถูย้อม หรือหน้าหมอน เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ของชาวไทยทรงดำเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงวัฒนธรรมของชาวไทยทรงดำอย่างชัดเจน จากการใช้สีและลวดลาย การปักและแปะผ้าสีต่าง ๆ อย่างไรก็ตามเมื่อเปรียบเทียบผลิตภัณฑ์ของชาวไทยทรงดำหรือลาวโซ่งกับชาวลาวกลุ่มอื่นๆ ยังถือว่าผลิตภัณฑ์ของชาวไทยทรงดำยังเป็นที่รู้จักไม่มากนัก และมีราคาต่ำกว่า

วิบูลย์ ลีสุวรรณ (2532 : 129) ได้เสนอแนวคิดในการสืบสานศิลปหัตถกรรมไว้ว่า ท้องถิ่นใดสามารถทำงานศิลปหัตถกรรมมาส่งเสริมให้เป็นสินค้าได้ เท่ากับเป็นการสืบทอด และฟื้นฟูฝีมือด้านศิลปหัตถกรรมดั้งเดิม และที่สำคัญยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับทรัพยากรท้องถิ่นที่มีอยู่เดิมแต่นำไปใช้ประโยชน์ได้ไม่เต็มที่ เมื่อนำมาเป็นสินค้าที่ระลึก ก็จะได้ราคาดี เพราะนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูง และเป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับแรงงานท้องถิ่น ซึ่งถือเป็นการพัฒนาชนบทอย่างยั่งยืนสมบูรณ์

หลังจากภาวะวิกฤติเศรษฐกิจช่วงปีพ.ศ.2540 เป็นต้นมา ทำให้เกิดการชะลอตัวทั้งในภาคอุตสาหกรรมและเกษตรกรรม เศรษฐกิจฝืดเคือง ประชาชนมีรายได้อันลดลง การหันมาสนใจพัฒนาศักยภาพที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นความรู้ ความชำนาญ ความสามารถ ทักษะประสบการณ์ในการผลิตสินค้าที่บ่งบอกถึงความเป็นเอกลักษณ์ไทย เพื่อนำไปสู่การพึ่งพาตนเองได้ โดยเริ่มต้นจากการพัฒนาชุมชนในแต่ละท้องถิ่นให้เข้มแข็งแต่เมื่อปีพ.ศ.2547ทางรัฐบาลได้มีนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมกระบวนการพัฒนาชุมชนท้องถิ่นให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างรายได้ โดยการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล ซึ่งนโยบายดังกล่าวได้ก่อให้เกิดโครงการการวิจัยพัฒนาวัตถุดิบและกระบวนการผลิตให้ได้คุณภาพและมาตรฐานการทอผ้าพื้นบ้านทุกภูมิภาคขึ้น (ทรงพันธ์ วรรณมาศ 2547 : 25)

ผลงานวิจัยนำที่ปรากฏบนงานทอผ้าก็จะหมดไปทีละน้อยและเป็นไป

ได้ที่จะสูญหายไปมากที่สุด ทั้งนี้ด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น ความเจริญก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ความผันแปรของภาวะเศรษฐกิจ สภาพสังคม ค่านิยม สิ่งเหล่านี้มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและกระบวนการผลิตงานทอผ้าอย่างมาก อีกทั้งการมุ่งส่งเสริมขององค์กรหน่วยงานต่างๆ ที่ขาดการศึกษาถึงข้อมูลและความเป็นมาอย่างละเอียดถี่ถ้วน อาจก่อให้เกิดผลเสียมากกว่าผลดี ซึ่งผู้มีหน้าที่ส่งเสริมเกี่ยวกับกิจกรรมทอผ้าควรให้ความระมัดระวังต่อขบวนการส่งเสริมเป็นพิเศษ เพราะจะเป็นผลกระทบต่ออนุรักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมประเภทสิ่งทออันเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นได้ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี 2543 : บทนำ)

จากเหตุผลดังกล่าว จึงทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของการใช้ วัตถุประสงค์ วิธีการผลิต ลวดลายผ้าทอชาวไทยทรงดำและการพัฒนารูปแบบของสินค้า ช่องทางจัดจำหน่าย ตลอดจนการได้รับการส่งเสริมการทอผ้าชาวไทยทรงดำบ้านสะแกรายรัมย์ ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ซึ่งผลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของผ้าทอผ้าทอชาวไทยทรงดำ บ้านสะแกรายรัมย์ ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมและถิ่นอื่นๆที่เป็นชุมชนชาวไทยทรงดำให้มีศักยภาพการผลิตที่ยั่งยืนซึ่งเป็นเอกลักษณ์หรือการสืบทอดศิลปะและวัฒนธรรมพร้อมๆกับการตอบสนองความต้องการของตลาดสืบต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและวางแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ผ้าทอชาวไทดำ บ้านสะแกรายรัมย์ ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
2. ศึกษาและวางแนวทางการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายของกลุ่มทอผ้าไทยทรงดำ บ้านสะแกรายรัมย์ ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ขอบเขตในการวิจัย

การศึกษานี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของประชากร ผู้ให้ข้อมูลหลัก และเนื้อหา ดังต่อไปนี้

1. ขอบเขตด้านประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้ทอผ้าชาวไทยทรงดำ บ้านสะแกรายรัมย์ ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

1.2 ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้ทอผ้าพื้นเมืองที่อาศัยอยู่ในบ้านสะแกรายรัมย์ ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม และเป็นสมาชิกกลุ่มทอผ้าที่ได้รับการส่งเสริมสนับสนุนการทอผ้าจากหน่วยงานภาครัฐจำนวนกลุ่มตัวอย่าง

2. ขอบเขตด้านเนื้อหา

ทำการศึกษาข้อมูลการผลิตผ้าทอชาวไทยทรงดำ บ้านสะแกรายรัมย์ ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม อันได้แก่

2.1 ประวัติการทอผ้าพื้นเมือง

2.2 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ผลิต

2.2.1 ข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา เชื้อสายเดิม

2.2.2 ข้อมูลด้านครอบครัว ได้แก่ อาชีพ รายได้ จำนวนสมาชิกระยะทางจากบ้านถึงอำเภอ สาธารณูปโภค

2.2.3 ข้อมูลด้านการผลิตผ้าทอ ได้แก่ ความคิดเห็นด้านรูปแบบ วัตถุประสงค์การผลิต ลวดลายผ้าทอ

2.3 ข้อมูลด้านการจำหน่าย

2.4 ข้อมูลด้านการอนุรักษ์ผ้าทอ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ทราบถึงแนวทางที่เหมาะสมที่สุดในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอชาวไทยทรงดำ บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
2. ทราบถึงแนวทางที่เหมาะสมที่สุดในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอชาวไทยทรงดำ บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 2

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอชาวไทดำ บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม เป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์กลุ่มชาวไทดำให้เป็นที่รู้จักแพร่หลายมากขึ้น มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ร่วมสมัย ตลอดจนหาระบบการดำเนินงานและการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม จึงได้ทำการศึกษาข้อมูลต่างๆ วัฒนธรรมประเพณี แนวคิด ทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. ความเป็นมาของไททรงดำ
2. ไททรงดำ และ ข้อมูลกลุ่มทอผ้าไททรงดำ บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
3. วัฒนธรรมผ้าทอ ลี ลวดลาย และการแต่งกาย
4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
 - 4.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและอนุรักษ์
 - 4.2 แนวคิดกลยุทธ์ 4Ps
 - 4.3 แนวคิดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
 - 4.4 แนวคิดการจัดการธุรกิจตามทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง
 - 4.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภค
5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

1. ความเป็นมาของไททรงดำ

สารานุกรมไทยคำล้าค่าของกลุ่มนักศึกษา โครงการเรียนรู้ร่วมกันสร้างสรรค์ชุมชน กล่าวถึงไทดำไว้ว่า ไทดำหรือไตดำ (Tai Dam, Black Tai) เป็นกลุ่มชาติพันธุ์ที่มีชื่อเรียกหลายชื่อ เช่น ผู้ไทยดำ ไททรงดำ ไช่ง ลาวไช่ง ไทไช่ง เรียกอย่างไรคงไม่ผิด เพราะเป็นที่เข้าใจถึงกลุ่มชนเดียวกัน กลุ่มชนชาวไทดำมีชื่อเรียกตนเองว่า "ไต" - ผู้ไต - ผู้ไตดำ (หรือไทดำ)

ความหมายของคำว่า "ไต" คือกลุ่มชาติพันธุ์คนไทยสาขาหนึ่งที่มีความเป็นอิสระ คำว่า "ดำ" หมายถึงการแต่งกายด้วยเครื่องนุ่งห่มสีดำ ชื่อเรียกขานในนาม "ไทดำ" จึงมีความหมายโดยรวม ว่ากลุ่มชาติพันธุ์คนไทยสาขาหนึ่งในบรรดาหลายชนเผ่า ที่แต่งกายด้วยสีดำนั่นเอง ซึ่งถือ

ได้ว่าเป็นเอกลักษณ์ของชาวไทยคำด้วย ไทยคำได้ถูกอพยพเข้าสู่ดินแดนของประเทศไทยตั้งแต่สมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี ใน พ.ศ.2322 เมื่อกองทัพไทยไปตีเวียงจันทน์ แล้วกวาดต้อนไทยคำที่อพยพมาจากสิบสองจุไท ส่งไปตั้งถิ่นฐานที่บ้านท่าแร่ อำเภอบ้านแหลม เมืองเพชรบุรี ต่อมาได้กวาดต้อนเข้ามาเพิ่มเติมอีก ในสมัยรัชกาลที่ 1 ใน พ.ศ.2335 และสมัยรัชกาลที่ 3 ใน พ.ศ.2381 ก่อนจะย้ายมาตั้งถิ่นฐานบริเวณหนองปรังในปัจจุบัน และถือว่าแผ่นดินหนองปรังนี้ คือบ้านเกิดเมืองนอนของชาวไทยคำ มีการสืบเชื้อสายมาหลายชั่วอายุคนจนถึงปัจจุบัน และได้กระจายกันอยู่ในพื้นที่หลายจังหวัด เช่น ราชบุรี นครปฐม สุพรรณบุรี พิจิตร พิษณุโลก กาญจนบุรี ลพบุรี สระบุรี ชุมพร และสุราษฎร์ธานี ในสปป.ลาว ไทยคำได้อพยพเข้าสู่หลวงน้ำทาในปี พ.ศ.2438 เพราะเกิดศึกสงครามแย่งชิงอำนาจกันระหว่างบรรดาหัวหน้าของไทคำกลุ่มต่าง ๆ ได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานครั้งแรกในหลวงน้ำทาที่บ้านปู่บ้านทุ่งดี บ้านทุ่งอ้อม บ้านน้ำเงินและบ้านทุ่งใจดี ต่อมาเกิดความไม่สงบในสิบสองจุไทขึ้นอีก เนื่องจากศึกฮ่อซึ่งเป็นพวกกบฏได้เผงที่ถูกทางการจีนปราบปรามแตกหนีเข้ามาปล้นสะดมและก่อความวุ่นวายในเขตสิบสองจุไททำให้ชนเผ่าไทคำอพยพจากเมืองสะกอบและเมืองวา แขวงไลเจา เข้าตั้งถิ่นฐานอยู่ที่บ้านปู่บ้านนาลือและบ้านใหม่ ในปี พ.ศ.2439 เมื่อมีประชากรเพิ่มมากขึ้น จึงได้กระจายกันออกไปตั้งหมู่บ้านอยู่ทั่วเขตทุ่งราบหลวงน้ำทา ของสปป.ลาว ชาวไทยทรงคำ หรือลาวโซ่ง ซึ่งมีบรรพบุรุษและถิ่นฐานดั้งเดิมอยู่ที่เวียดนาม ประเทศเวียดนาม ย้ายเข้ามาตั้งถิ่นฐานในแถบเมืองเพชรบุรี เป็นที่แรกในประเทศไทย เมื่อกว่า 200 ปีมาแล้ว กลุ่มที่ย้ายมาอยู่ในเมืองไทยนี้เป็นกลุ่มที่อาศัยอยู่ในประเทศลาว คนไทยแต่ไหนแต่ไรมาจึงเรียกชนกลุ่มนี้โดยใช้คำนำหน้าว่า “ชาวลาว” ซึ่งที่มาของชื่อชนกลุ่มนี้ยังเป็นที่ถกเถียงกันอยู่ บ้างก็ว่ามาจาก “ไทสง” อันเป็นภาษาในสิบสองจุไท หมายถึงคนที่อาศัย ตามป่าเขา ต่อมาเพี้ยนเป็น ไทยโซ่ง แต่บ้างก็ว่าน่าจะเป็น ช้วง ซึ่งมาจากคำว่า “ช่วงก้อม” อันเป็นคำเรียกกางเกงผู้ชาย (มีลักษณะขายาวแคบ สีดำ) จึงเรียกกันว่า “ลาวช่วงดำ” หรือ “ลาวโซ่ง” ภายหลังด้วยเหตุผลทางการปกครอง จึงเรียกว่า “ไทยโซ่ง” หรือ “ไทยช่วงดำ” และ “ไทยทรงคำ” แต่สำหรับเจ้าของวัฒนธรรมพึงพอใจที่จะให้ใคร ๆ เรียกว่า “ไทยโซ่ง” หรือ “ไทยทรงคำ” มากกว่า เพราะ มีความรู้สึกผูกพันและกลมกลืนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในความเป็นไทย คนไทยคำมีภาษาพูดและภาษาเขียนเป็นของตนเอง ภาษาไทยคำจัดอยู่ในตระกูลภาษาไท (Tai Language-Family) กลุ่มตะวันตกเฉียงใต้ เช่นเดียวกับภาษาไทยและภาษาลาว สำเนียงพูดของคนไทยคำแต่ละท้องถิ่นจะแตกต่างกันไปบ้างแต่ก็ไม่มาก ลักษณะตัวอักษรมีความสวยงามคล้ายกับอักษรลาวและอักษรไทยบางตัว ชาวไทยคำมีความเชื่อว่าตนสืบเชื้อสายมาจากบรรพบุรุษดั้งเดิม 2 ตระกูลคือ ตระกูลผีผู้ท้าวที่สืบเชื้อสายมาจากชนชั้นเจ้านาย ชนชั้นปกครอง และตระกูลผีผู้น้อย สืบเชื้อสายมาจากชนชั้นสามัญ ชาวไทยคำนับถือผีและมีการบวงสรวงผีเป็นประจำ โดยจะทำ “กะล่อหอง” เอาไว้ที่มุมหนึ่งในบ้านเพื่อใช้เป็นที่เช่นไหว้บูชาผีบรรพบุรุษ สำหรับในการประกอบ

พิธีกรรมไทดำจะถือว่าผีผู้ท้าวนั้นมีศักดิ์สูงกว่าผีผู้น้อย ผู้น้อยจะต้องให้ความเคารพยำเกรง แต่สำหรับการดำเนินชีวิตนั้นทั้งสองตระกูลสามารถอยู่ร่วมกันได้อย่างเสมอภาคการอพยพของชาวไทดำ (ผศ.มนู อุคมเวช แห่งคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี บรรยายเมื่อวันที่ 6 มิถุนายน 2548 เวลา 13.30-15.30 น. ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธรจัดการบรรยาย เรื่อง “ประวัติศาสตร์ไทดำในประเทศไทย” การบรรยายครั้งนี้ เป็นการนำเสนอผลการวิจัย “ประวัติศาสตร์ชาวไทดำในประเทศไทย” ของ ผศ.มนู ซึ่งได้ศึกษาประวัติความเป็นมาของชาวไทดำในประเทศไทย ความเปลี่ยนแปลงและการปรับตัวทางเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมของชุมชนไทดำ โดยเน้นช่วงเวลาตั้งแต่สมัยต้นรัตนโกสินทร์จนถึง พ.ศ.2540 วิธีการศึกษาใช้หลักฐานเอกสารและการสัมภาษณ์ประกอบกัน) การอพยพของชาวไทดำชาวไทยทรงดำ คือ ลาวทรงดำ หรือ ลาวโซ่ง เป็นชนกลุ่มน้อยกลุ่มหนึ่งที่ตั้งบ้านเรือนอยู่ตั้งแต่บริเวณมณฑลทวนเกียง ลี ยูนาน ตังเกี๋ย กลุ่มแม่น้ำดำและแม่น้ำแดง จนถึงแคว้นสิบสองจุไทย ในประเทศเวียดนามตอนเหนือ ได้อพยพเข้ามาในประเทศไทยในสมัยกรุงธนบุรี (พ.ศ. 2322) จากการถูกกวาดต้อนเป็นเชลยศึกสงคราม พระเจ้ากรุงธนบุรีโปรดเกล้าให้ไปตั้งบ้านเรือนอยู่ที่เมืองเพชรบุรี เพราะมีภูมิประเทศเป็นป่าเขา ห้วย ลำธาร คล้ายคลึงกับถิ่นฐานเดิม ชาวไทยทรงดำ หรือ ลาวโซ่งได้ถูกกวาดต้อนเข้ามา และได้ปลูกบ้านเรือนอยู่เป็นหมู่ กระจายกันไปตามจังหวัดใกล้เคียง เช่น จังหวัดราชบุรี นครปฐม สุพรรณบุรี ในสมัยรัชกาลที่ 5 (พ.ศ. 2438) ในราชหัตถเลขาของพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงมีถึงกรมหมื่นดำรงราชานุภาพ (ยศในขณะนั้น) ได้กล่าวถึงชาวลาวทรงดำประมาณ 700 คน ที่ได้อพยพมาจากจังหวัดเพชรบุรี เพื่อไปหาที่ทำกินใหม่ ที่ตำบลดอนมะเกลือ อำเภอร่องทอง จังหวัดสุพรรณบุรี บรรพบุรุษที่ผ่านมามาจนถึงปัจจุบันได้ประมาณ 3-4 ช่วงอายุคน จากหลักฐานที่กล่าวมานั้น ทำให้สันนิษฐานได้ว่า ชาวไทยทรงดำได้พยายามเคลื่อนย้ายถิ่นฐานไปทางทิศเหนือของประเทศไทย สาเหตุเพราะต้องการกลับไปยังถิ่นฐานเดิม คือเมืองแดง และบางกลุ่มต้องการหาที่ทำกินใหม่ จึงอพยพขึ้นไปทางเหนือของประเทศไทย จึงทำให้มีการกระจายกันอยู่ตามจังหวัดต่างๆ เช่น จังหวัดนครสวรรค์ พิจิตร พิษณุโลก และชัยนาท ส่วนที่จังหวัดเพชรบุรี ก็เป็นพื้นที่ที่ชาวไทยทรงดำอยู่กันหนาแน่น โดยเฉพาะที่ตำบลหนองปรัง อำเภอเขาย้อย จนเป็นที่รู้จักกันในปัจจุบัน ส่วนจังหวัดราชบุรีชาวไทยทรงดำจะอาศัยอยู่มากที่อำเภอจอมบึง อำเภอดำเนินสะดวก และอำเภอปากท่อ ที่เขาภูทอง เขตอำเภอบางแพะที่ดอนคา และที่จังหวัดนครปฐมที่อำเภอบางเลน และอำเภอกำแพงแสน จังหวัดราชบุรีหรืออยู่ในอำเภอร่องทอง ที่บ้านดอนสระยายโสม และดอนมะเกลือ เขตอำเภอเมืองที่ตำบลบางกุ้ง

บรรพบุรุษของชาวไทยคำในประเทศไทย ส่วนใหญ่เข้ามาอยู่ในดินแดนประเทศไทย ปัจจุบันตั้งแต่สมัยกรุงธนบุรี สมัยรัชกาลที่ 1 และรัชกาลที่ 3 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์ตามลำดับ โดยเข้ามาด้วยอำนาจบังคับของกองทัพสยาม ที่กวาดต้อนชาวไทยคำมาไว้ที่เพชรบุรี 3 ครั้ง

ในช่วง พ.ศ.2350-2400 ชาวไทยคำได้ตั้งถิ่นฐานอยู่ภายในจังหวัดเพชรบุรีก่อน หลังจากนั้นจึงเริ่มการอพยพไปอยู่ในพื้นที่อื่น กล่าวคือ ในช่วงปี พ.ศ.2400 มีการอพยพไปอยู่ที่สุพรรณบุรี, ในปี พ.ศ.2420 มีการอพยพไปทางนครปฐม ต่อมาในราว พ.ศ.2440 มีการอพยพครั้งใหญ่จากเพชรบุรีไปอยู่ที่หุมพธู ราชบุรี นครปฐม สุพรรณบุรี นครสวรรค์ และในช่วง พ.ศ.2460 มีการอพยพใหญ่อีกครั้งจากนครปฐม สุพรรณบุรี และเพชรบุรี ไปยังนครสวรรค์ พิจิตร และพิษณุโลก ส่วนในช่วง พ.ศ.2469-2475 มีการอพยพเป็นครั้งคราว ไปสุโขทัย ประจวบคีรีขันธ์ พิษณุโลก กาญจนบุรี นครปฐม นครสวรรค์ นอกจากนี้ยังมีการอพยพเข้ามาจากประเทศลาวเข้ามาทางจังหวัดเลยด้วย

สาเหตุสำคัญที่ทำให้ชาวไทยคำอพยพ คือ ปัญหาเรื่องที่ดินทำกินและภัยแล้ง ชาวไทยคำจำนวนมากอพยพจากภูมิลำเนาเดิมเพื่อไปหาที่ดินทำกินใหม่ที่อุดมสมบูรณ์กว่าเดิม โดยไม่คำนึงถึงปัญหาความห่างไกลจากเส้นทางคมนาคมหรือภูมิลำเนาเดิม ไม่มีหลักฐานหรือบันทึกของรัฐบาลที่แสดงถึงการรับรู้เรื่องราวการอพยพเนื่องจากความทุกข์ยากของชาวไทยคำเลย ทั้งที่เป็นกระบวนการที่กินเวลายาวนานนับร้อยปี แสดงให้เห็นว่ารัฐบาลการเอาใจใส่ต่อคนกลุ่มนี้ เศรษฐกิจของชุมชนไทยคำ เดิมชุมชนไทยคำเป็นชุมชนพึ่งตนเองในทางเศรษฐกิจ ทำนาเป็นอาชีพหลัก แม้จะอพยพไปอยู่ในพื้นที่ใหม่ชาวไทยคำก็ยังคงทำนาอยู่ แต่อาจเปลี่ยนไปเพาะปลูกพืชอย่างอื่นนอกเหนือจากข้าว ที่ผ่านมามีแนวโน้มว่าชาวไทยคำจะอพยพไปอยู่ในที่ดินที่ห่างไกลความเจริญออกไปเรื่อยๆ ทำให้ได้รับความยากลำบากเนื่องจากอยู่ห่างไกลเส้นทางคมนาคมและตลาด วิธีการได้มาซึ่งที่ดินใหม่ของผู้อพยพชาวไทยคำ มีตั้งแต่การซื้อด้วยทุนเดิม ซื้อด้วยทุนที่สะสมอดออมขึ้นใหม่ แลกด้วยวัตถุสิ่งของต่างๆ ไปจนถึงการหักรั้งถางพง จับจองที่ดินที่ยังไม่มีเจ้าของ

ผลทางวัฒนธรรมที่สืบมาจกขบปลิดภูมิกวาศรี
ชาวไทยคำนิยมผลิตเครื่องใช้ไม้สอยต่างๆ ด้วยตนเอง งานหัตถกรรมที่โดดเด่นคือ การผลิตเสื้อผ้า ซึ่งเริ่มตั้งแต่การปลูกพืชเลี้ยงไหมเพื่อผลิตเส้นใยและทอผ้าเอง กล่าวได้ว่างานผลิตเสื้อผ้านั้นเกี่ยวพันกับวัฒนธรรมอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของชาวไทยคำ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันกิจกรรมการผลิตเสื้อผ้าของชาวไทยคำเริ่มจางหายไป เนื่องจากมีเสื้อผ้าราคาถูกจากโรงงานเข้ามาจำหน่ายมากขึ้น นอกจากนี้ ชาวไทยคำยังสนใจประกอบอาชีพอื่นๆ นอกภาคเกษตรมากขึ้นเป็นลำดับ ทั้งนี้ น่าจะเป็นอิทธิพลของการศึกษาและการสื่อสารที่พัฒนาขึ้น

ปัจจัยพื้นฐานของชีวิตไทยคำ ชาวไทยคำโดยทั่วไป มีความผูกพันกับเครือญาติและชาวไทยคำด้วยกันเองค่อนข้างสูง วิถีชีวิตของชาวไทยคำในรอบปีมีระบบที่แน่นอน เช่น เดือนอ้ายเป็นฤดูเก็บเกี่ยว, เดือน 4-5 ว่าง, เดือน 6 เตรียมการเพาะปลูก, เดือน 7-12 ทำนา

ชาวไทดำมีภาษาของตนเอง ซึ่งมีศัพท์แสงแตกต่างจากภาษาไทยภาคกลางมาก ทั้งยังมีตัวอักษรของตนเอง อันเป็นสมบัติเฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ที่ใช้กันแถบลุ่มน้ำแดง-ลุ่มน้ำดำในเวียดนาม อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันภาษาเฉพาะของไทดำกำลังถดถอย โดยเฉพาะการอ่าน-เขียนที่เริ่มไม่ค่อยมีผู้รู้แล้ว

ที่อยู่อาศัยของชาวไทดำ เป็นเรือนเครื่องผูก มีชดกุดบนหลังคาเหนือจั่ว มุงแฝกหรือหญ้าคา ใต้ถุนสูง ส่วนเครื่องใช้ไม้สอยต่างๆ ในชีวิตประจำวันก็ผลิตเอง โดยใช้ไม้ไผ่รวกเป็นหลัก

อาหารการกิน ชาวไทดำนิยมรับประทานข้าวเหนียวกับปลา ซึ่งมีการนำมาแปรรูปแบบต่างๆ เช่น ปลาสร้อย ปลาต้ม นอกจากนี้ยังนิยมดื่มเหล้ากันมาก

เครื่องนุ่งห่ม เดิมชาวไทดำจะผลิตเสื้อผ้าเอง มีการปลูกหม่อน เลี้ยงไหม และทอผ้าใช้เอง การแต่งกายในแต่ละพื้นที่แตกต่างกันบ้าง เครื่องแต่งกายหลักคือ “เสื้อฮี” ซึ่งเป็นเสื้อแขนสั้น และโปกผ้าเปียว นอกจากนี้ผู้หญิงไทดำในอดีตยังแต่งผมด้วยการ “ปั้นเกล้า” ตั้งแต่ยังเป็นวัยรุ่น แต่ปัจจุบันมีแต่ผู้สูงอายุ 80 ปีขึ้นไปเท่านั้นที่ยังปั้นเกล้าอยู่ (มีการสาธิตวิธีการปั้นเกล้าโดยผู้หญิงไทดำให้ชมด้วย) ส่วนการทอผ้า ชาวไทดำก็เลิกทอมาตั้งแต่ พ.ศ.2490-2500 เป็นต้นมา

ปัจจัยระดับสูงของชีวิตไทดำ ปัจจัยระดับสูงที่แสดงถึงความเป็นชนเผ่าที่มีวัฒนธรรมเฉพาะของชาวไทดำ ได้แก่ การศึกษาและอักษร สมัยก่อนชาวไทดำได้รับการศึกษาน้อยมาก เพราะยากจน และโรงเรียนตั้งอยู่ห่างไกลจากหมู่บ้าน ชาวไทดำมีอักษรบันทึกวัฒนธรรม เช่นที่ปรากฏใน “คำขับเขยบอกทาง” (เพื่อบอกทางไปเมืองแดงแก้ววิญญาน) ขับขึ้นบ้านใหม่ความรู้ต่างๆ มีการถ่ายทอดกันในครอบครัว แต่ปัจจุบันผู้อ่านอักษรไทดำได้กำลังหมดไป

ดนตรี การขับร้อง และการละเล่น ใช้แคนและการปรบมือเป็นพื้นฐาน มีเพลงชุดสะแนน เวียง พู่จำดอก และเกริงสร้อย ดิสลาแคนมีทั้งแคนเล่น และแคนเดิน การ “ขับ” ใช้ในโอกาสรื่นเริง “ว่า” เป็นคารร้ายถึงมีทำนอง ใช้ในพิธีกรรม ในวัฒนธรรมของชาวไทดำนั้น ดนตรี การขับร้อง และการละเล่นจะปะปนผสมผสานกันอยู่มากใน “อันกอน” ช่วงเดือน 5 การหาคู่ครอง ตามแบบแผนเดิม ชาวไทดำมักหาคู่ครองด้วยการ ไป “อันกอน” ในเดือน 5 ซึ่งเป็นกระบวนการที่ฝ่ายชายจะไปเล่นลูกช่วงตามหมู่บ้านต่างๆ ที่มีหญิงสาวคอยเล่นด้วย โดยฝ่ายชายมักจะไปค้างแรมคืนต่างหมู่บ้านไปเรื่อยๆ ตลอดทั้งเดือน 5 นอกจากนี้ ชายและหญิงไทดำยังมีโอกาสพบปะกันใน “ช่วง” (ลานบ้าน) อันเป็นที่ดำข้าว บั่นด้าย ฯลฯ ของบ้านที่มีลูกสาว ซึ่งเปิดโอกาสให้ฝ่ายชายไปคุยได้ หากรักชอบกันก็จะนำไปสู่การแต่งงานในที่สุด

ศาสนา การนับถือผีเป็นเรื่องสำคัญตามประเพณีไทดำ โดยเฉพาะผีบรรพบุรุษ ความเชื่อเกี่ยวกับผีบรรพบุรุษนั้นเป็นสาระสำคัญที่นำไปสู่ประเพณีและพิธีกรรมอื่นๆ ในวัฒนธรรมชาวไทดำ เช่น ประเพณี “ปาดตง” และพิธี “เสนเฮือน” (เช่นเรือน) ซึ่งกระทำทุก 3 ปี หรือ 5 ปี นอกจากนี้

ทุกบ้านยังมี “กะลื้อห้อง” และมีการ “หนึ่งก้อ” ทุกครั้งที่ดื่มเหล้า คือให้ผีบรรพบุรุษดื่มก่อน อาจกล่าวได้ว่า ความผูกพันกับบรรพบุรุษนั้นเป็นแก่นของวัฒนธรรมไทดำเลยทีเดียว

นอกจากนี้ชาวไทดำยังมีความเชื่อเรื่องขวัญ เมื่อเกิดความเจ็บป่วย จะมีการทำพิธีเรียกขวัญ หรือเสนขวัญ โดยมี “แม่มด” เป็นผู้ทำพิธี ทำหน้าที่ต่ออายุ และแก้ไขการกระทำต่างๆ ที่ผิดศีลอันเป็นสาเหตุให้เกิดความเจ็บป่วย ความเปลี่ยนแปลง

ชาวไทดำประกอบอาชีพทำนามาตั้งแต่บรรพบุรุษ มีความถนัดในการทำเกษตร และได้รักษาอาชีพในแนวทางนี้มาตลอด แม้ว่าพื้นที่บางแห่งที่ไม่สะดวกแก่การทำนา จะมีการเปลี่ยนไปทำไร่ ทำสวน และเลี้ยงไก่บ้างก็ตาม ทั้งนี้ผู้วิจัยมองว่า คุณสมบัติเด่นของชาวไทดำคือความสามารถในการเรียนรู้ และความทรหดอดทนต่อความยากลำบาก

ปัจจัยพื้นฐานของชีวิตในชุมชนไทดำ ส่วนใหญ่ได้เปลี่ยนแปลงไปตามสภาพสังคมสมัยใหม่ เช่น เครื่องใช้ไม้สอยต่างๆ ปัจจุบันชาวไทดำก็ซื้อหาจากท้องตลาด เนื่องจากราคาถูกและหาซื้อได้ง่าย ทำให้ไม่ต้องเสียเวลาและแรงงานมากมายไปในการจัดหาวัสดุจากธรรมชาติมาจัดทำขึ้นเอง ทำให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในส่วนนี้ของชาวไทดำกำลังสูญหายไปอย่างน่าเสียดาย

ส่วนปัจจัยระดับสูงของวิถีชีวิตไทดำ ซึ่งเป็นสิ่งที่แสดงออกถึงอัตลักษณ์ของเผ่าพันธุ์คือ ความผูกพันที่มีต่อบรรพบุรุษนั้น ยังคงดำรงอยู่ในฐานะแก่นของวัฒนธรรมไทดำ กระนั้นก็ตาม บริบทสังคมที่เปลี่ยนไปก็ทำให้วัฒนธรรมบางอย่าง เช่น กระบวนการหาคู่ครอง การเดินทางเพื่อ “อันกอน” ล่อยๆ จางหายไป

2. ไทยทรงดำ และ ข้อมูลกลุ่มทอผ้าไทยทรงดำ บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมืองจังหวัดนครปฐม

บ้านสะแกรายรัมย์เย็น เป็นหมู่บ้านหนึ่งใน ต. คอนยายหอม อ.เมือง จ.นครปฐม มีประชากรประมาณ 550 คน จำนวนมากหลังการเรือน อาชีพหลักของชุมชนคือเกษตรกรรม และการประมง ในปัจจุบันบ้านสะแกรายรัมย์เย็นได้มีการก่อตั้งศูนย์หัตถกรรมไทยทรงดำขึ้น โดยเน้นไปในเรื่องการทอผ้า

ศูนย์หัตถกรรมไทยทรงดำบ้านสะแกรายรัมย์เย็น ในปัจจุบันมีนายสราวุธ คงถนอม เป็นประธานศูนย์ โดยมีสมาชิกประมาณ 20 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุเกินครึ่ง ในอดีตงานทอผ้าไทยทรงดำจะทอกันเมื่อแม่บ้านเว้นว่างจากงานเกษตร ส่วนพ่อบ้านจะทำการจักสาน ผ้าที่ทอมาขึ้นจะใช้ในพิธีการสำคัญตามประเพณี

ผ้าทอไทยทรงดำนั้นเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาจากรุ่นสู่รุ่น วิธีการทอ การปักลายได้รับการถ่ายทอดจากคนรุ่นเก่าและยึดเป็นแบบอย่างสืบทอดกันมา ปัจจุบัน นางไหม จอมบุญ อายุ

71 ปี นางสาววย คงถนอม อายุ 68 ปี นางคำ ชันทอง อายุ 64 ปี นางสมบุญ สายวี อายุ 54 ปี ยังคงถ่ายทอดภูมิปัญญาการทอผ้าไทยทรงดำอันเป็นความภูมิใจในเผ่าพันธุ์ให้แก่คนรุ่นหลังไว้ใช้เป็นสินทรัพย์ทางปัญญาของท้องถิ่นสืบไป

3. วัฒนธรรมผ้าทอ สี ลวดลาย และการแต่งกาย

ผ้าทอไทยทรงดำ เป็นผ้าที่ทอไว้ใช้เองในครอบครัว ซึ่งเป็นการทอด้วยมือโดยการใช้นิ้วโป้ง มี 2 ตะกอ ส่วนลวดลายบนผ้าทอจะใช้การปักและการปะผ้าเป็นรูปแบบเฉพาะ โดยได้รับอิทธิพลมาจากวัฒนธรรมพุงเหยียน – กองซอน

สุมาลย์ โทมัส (2525 : 22) ได้กล่าวถึงเทคนิค กรรมวิธีการทอผ้าของชาวไทยทรงดำว่าเป็นกรรมวิธีการทอผ้าที่เป็นวิชาที่อาศัยความจำและความชำนาญเป็นสิ่งสำคัญ ไม่มีตำราหรือหลักฐานอื่นๆ อาศัยความจำวิธีการแล้วถ่ายทอดสืบต่อกันมา โดยรักษาวิธีการ การทำลวดลาย การย้อมสี การทอแบบดั้งเดิมโดยเครื่องครัด

การเย็บปักและปะของชาวไทยทรงดำ เรียกว่า การทำเอื้อแล้ว คำว่า “เอื้อ” คือ การปักสอดเส้นด้ายให้เป็นลวดลายต่างๆ “แล้ว” คือ สร้อยคำ การทำอีกแบบหนึ่งเป็นการเย็บดอกรวมแล้วเรียกว่า “เอื้อแล้ว” ดังนั้นลวดลายของผ้าไทยทรงดำจึงมักมีชื่อเอื้อนำหน้า เช่น เอื้อแกนแดง เอื้อตาหลวง หรือเอื้อตานกแก้ว เอื้อลายดินจิ้งจก ลวดลายต่างๆเหล่านี้ ในปัจจุบันหาได้ไม่ได้แล้ว และคนยุคปัจจุบันเองก็ไม่รู้จัก ชาวไทยทรงดำในสมัยก่อนมีการเย็บปักตั้งแต่เริ่มเป็นสาว จะหัดลงขวง เป็นโอกาสให้หนุ่มสาวรู้จักเรียนรู้วิถีหาคู่ครอง

การปักปะลวดลายต่าง ๆ นั้น ใช้ลวดลายเดิมแต่วัสดุจะเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมแต่ละท้องถิ่น ลวดลายเดิมมีรูปแบบเรขาคณิต จัดวางให้เกิดลายดอกลักษณะต่างๆแตกต่างกันไป ชาวไทยทรงดำจะนำดอกแต่ละดอกมาประกอบทำหน้าหมอน “หมอนลาว” หมอนลูกสี่เหลี่ยมผืนผ้า เรียกว่า หมอนตะพานบ้างนอกจากนี้ยังใช้ลายต้นไม้มงคลทำขอบหมอน เรียกว่าขอบพุ่ม และทำขอบผ้าห่ม (มุ้งดำ) เพื่อใช้ในพิธีแต่งงาน โดยฝ่ายเจ้าสาวจะต้องทำให้เสร็จภายในวันเดียว และใช้ตกแต่งเสื้อผู้ชาย เสื้อผู้หญิง

3.1 ลวดลายบนผ้าทอไทยทรงดำ

ลวดลายบนผ้าทอไทยทรงดำ แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ

3.1.1 ลายผ้าทอของไทยทรงดำมักจะทอเป็นลายขัดธรรมดา ลายทอผ้าชิ้นจะประกอบด้วยหลากหลายลาย เช่น ลายตาหมู่ ลานตาเก็บ หรือ ตาคู่ ลายก้านกาง หรือตาฮั่ว และลายประ

3.1.2 ลายปัก หรือ ลายแซว เป็นการปักโดยใช้เส้นด้าย หรือไหมปักแบบหน้าเดียว และปักแบบ 2 หน้าเหมือนกัน ลายที่ปักจะเป็นลวดลายรูปทรงเลขาคณิต คล้ายผ้าทอของภาคอีสาน ในการทำลวดลายหน้าหมอน ผ้าเปียว (ผ้าสไบ) ลายประกอบตัวเสื้อฮี ได้แก่ ลายขอกูด ลายดอกเต้า (ลวดลายดอกน้ำเต้า) และลายดอกผักแว่น

3.1.3 ลายปะผ้า เป็นลวดลายที่นิยมกันมาก เป็นลวดลายที่ใช้ทำหน้าหมอน ลายเสื้อฮี ลายกระเป๋าคาดเอวผู้ชาย และลายตกแต่งมุ้งสำหรับพิธีแต่งงาน

3.2 ประเภท ลักษณะ และความหมายของลายผ้าไทยทรงดำ

3.2.1 ลายพันธุ์พฤกษา

ลายพันธุ์พฤกษาเป็นลายที่สื่อความหมายถึง ต้นไม้ ใบไม้ ดอกไม้ หรือผลไม้ สำหรับปักและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำมีลวดลายลายพันธุ์พฤกษาดังนี้

1. ลายแดงโม ชาวไทยทรงดำนำลายของแดงโมมาทอเป็นลายแนวสลับระหว่างผ้าฝ้ายสีครามกับสีขาว โดยลักษณะลายเส้นสีขาวจะมีสีเขียวและคู่ สลับกันโดยมีความเชื่อว่าการแยกจากกันเปรียบเหมือนชาวไทยทรงดำต้องพลัดพรากจากบ้านเกิดเมืองนอน ส่วนลายเส้นหนาห่างกันสองเส้น เรียกว่า ลายตาหมี หรือ ลายตาควีน มีการรวมกลุ่มหรือใกล้ชิดกันระหว่างพี่น้อง ไทย ลาว และเวียดนาม ลายเส้นเล็กเส้นเดี่ยว เรียกว่าลายตาเดี่ยว เป็นลายที่แสดงถึงการแยกจากกันเปรียบเหมือนชาวไทยทรงดำต้องพลัดพรากจากบ้านเกิดเมืองนอน ส่วนลายเส้นหนาห่างกันสองเส้น เรียกว่า ลายตาหมี หรือลายตาควีน หมายถึง ชาวไทยทรงดำที่ถูกแยกจากกันไม่มีโอกาสจะมาพบบรรจบกันได้ หรือต้องพลัดพรากระหว่างพี่น้องไทยทรงดำในเวียดนาม และไทยทรงดำในประเทศไทย



ภาพที่ 1 ลายแดงโม

2. ลายดอกจัน ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อกันว่าดอกจันเป็นตำนานรักอมตะของชาวไทยทรงดำเวียงคนามในอดีต ปัจจุบันจึงนิยมใช้ลายดอกจันประดิษฐ์เพื่อมอบให้เจ้าบ่าวและเจ้าสาวหรือผู้อาวุโสในหมู่บ้าน เป็นการแสดงความรักอันบริสุทธิ์ที่มั่นคง



ภาพที่ 2 ลายดอกจัน

3. ลายดอกเต้า (ดอกน้ำเต้า) เป็นพืชไม้เลื้อยมีลักษณะเคลือบขาวมีลูกออกไม่รู้จักบักสัน นิยมนำมาใช้ประดิษฐ์ผ้าในวันแต่งงานเพราะเชื่อว่าการแต่งงานเป็นจุดเริ่มต้นของการกำเนิดเพื่อขยายเผ่าพันธุ์



ภาพที่ 3 ลายดอกเต้า

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอยาย้อย จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 49.

4. ลายขอกูด ตำนานของชาวไทยทรงดำเล่าต่อกันมาว่าผักกูดจะปลูกไว้ที่ปลายไร่ ลูกหรือหลานสาวจะต้องไปเก็บมาให้ พ่อ แม่ ปู่ ย่า ตา ยาย กินเป็นอาหาร วันหนึ่งออกไป

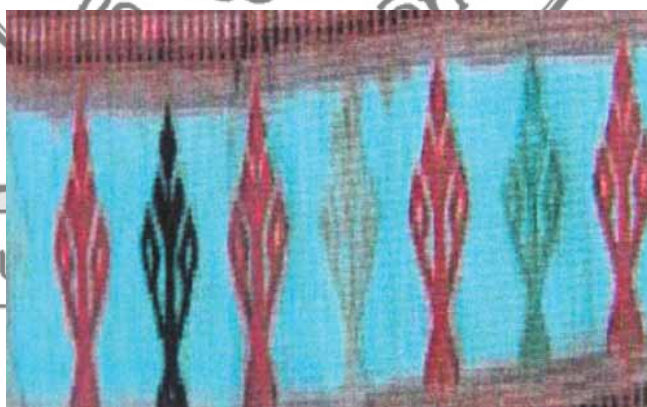
หาผักกูดไม่มีผักกูดจึงร้องไห้ น้ำตาตกดินทำให้เห็นถึงความกตัญญู ผักกูดจึงแข่งกันออกช่อ จึงเป็นที่มาของลายชอกูดบนผ้าทุกชิ้น โดยเฉพาะผ้าเปียว ผ้าห่ม และด้านข้างของเสื้ออี



ภาพที่ 4 ลายชอกูด

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอยะย้อย จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 49.

5. ลายดอกผักแว่น ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่าใครสามารถปักลายดอกผักแว่นได้ย่อมแสดงถึงความอดทน ความเอื้อเฟื้อ ประณีต ละอียดอ่อน ดังนั้น ลายนี้นิยมมอบให้คู่บ่าวสาวในวันแต่งงาน หรือผู้ใหญ่ที่เคารพนับถือ



ภาพที่ 5 ลายดอกผักแว่น

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอยะย้อย จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 52.

6. ลายดอกแก้ว เป็นไม้พุ่มขนาดเล็ก ดอกมีกลิ่นหอมชาวไทยทรงดำรู้จักการขีด และปักจากลายนี้เป็นลำดับแรก เพราะแสดงถึงความอดทนและเยือกเย็น



ภาพที่ 6 ลายดอกแก้ว
ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ่านและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอบางขัน จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 49.

7. ลายดอกพรม เป็นไม้พุ่มมีหนามที่กิ่งก้าน ดอกออกช่อที่ปลายกิ่งกลีบดอก เชื่อมติดกันเป็นหลอดสีขาว มีกลิ่นหอม ชาวไทยทรงดำนิยมปะผ้าประดิษฐ์เป็นลายดอกพรมเป็น ส่วนมาก เพราะเห็นดอกพรมอยู่คู่กับทุ่งนามาแต่เด็ก และเป็นลายที่ง่ายในการใช้เป็นต้นแบบ



ภาพที่ 7 ลายดอกพรม

8. ลายขาบัว (ดอกบัว) ดอกบัวเป็นไม้น้ำจะบานในช่วงเช้า และหุบในตอนเย็นชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่า ดอกบัวเป็นสัญลักษณ์การชูก้านดอก เพื่อให้น้ำโคลนตม เป็นการประพาศพิศพลาดเพียงใดถ้าทุกคนมีความตั้งใจจริง การคิดลายขาบัว หรือดอกบัวตามจินตนาการนี้ เพื่อเป็นการขอมาหรือทอถวายพระ



ภาพที่ 8 ลายขาบัว

9. ลายดอกมะลิ ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่าลักษณะของดอกมะลิเปรียบเหมือนผู้หญิง 4 วย วยเด็ก วยรุ่น วยผู้ใหญ่ และวยชรา เหมือนลักษณะการเจริญเติบโตของดอกมะลิจากดอกตูม แรกแย้ม บานเต็มที่ และแห้งร่วงลงพื้นที่ดิน จึงให้ตระหนักถึงคุณค่าของลูกผู้หญิงที่ไม่ประพฤตินอกคูลูกนอกทาง



ภาพที่ 9 ลายดอกมะลิ

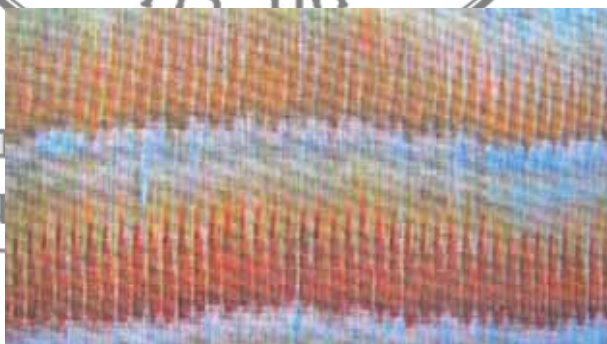
10. ลายดอกพิกุล ชาวไทยทรงดำนิยมปลักลายดอกพิกุลไว้บนหน้าหมอนสาบเสื้อฮี เพราะมีความเชื่อที่แสดงถึงความอดทน การหลุดพ้นลักษณะของลายเป็นลายละเอียดใช้เวลาในการปักนานผู้หญิงคนไหนสามารถปักลายนี้ได้หมายถึงพร้อมที่จะออกเรือนได้



ภาพที่ 10 ลายดอกพิกุล

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอบางขัน จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 56.

11. ลายงา มีความเชื่อว่าการนำงา มาร่วมกันเป็นกลุ่มจะเกิดความงามได้ จึงนำมาทำเป็นลายบนผืนผ้า สื่อถึงความสามัคคีและมีความเจริญ



ภาพที่ 11 ลายงา

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอบางขัน จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 55.

12. ลายดอกแปด เป็นลายที่เกิดจากจินตนาการของชาวไทยทรงดำ โดยอัญเชิญ
 แถนทั้ง 8 องค์ มาประดิษฐ์เป็นลายผ้าประกอบด้วย แถนหลวง แถนสิง แถนแนน แถนชาด แถน
 บัวกำล่ำวี แถนแม่นาง แถนนุ่งขาว และแถนบุญ โดยเฉพาะเสื้อสี ที่มีลวดลายดอกแปดโดยใช้ใน
 การคลุมโลงศพ หรือเป็นการเย็บปะผ้าสี



ภาพที่ 12 ลายดอกแปด

3.2.2 ลายสัตว์

ลวดลายเกิดจากจินตนาการเกี่ยวกับความเชื่อเรื่องบุญคุณ ถิ่นกำเนิด ความขำเกรง
 ความรัก ความสวยงาม การคุ้มครอง ความคิดถึง และอำนาจวาสนา โดยสื่อออกมาเป็นรูปร่างของ
 สัตว์ประเภทต่างๆ ด้วยวิธีการทอ ปัก ปะ และขีด เช่น

1. ลายนาค ชาวไทยทรงดำ มีความเชื่อว่านาคเป็นเจ้าแห่งงูทั้งหลาย เป็น
 ผู้กำเนิดฝนให้ตกต้องตามฤดูกาล ทำให้เกิดความสมบูรณ์ ส่วนใหญ่นาคนี้จะมีแต่ผู้สูงอายุที่ทำได้
 เพราะผู้สูงอายุจะได้รับการเคารพยำเกรงของคนทั่วไป

ผลงานวิจัย



ชาติตรี

ภาพที่ 13 ลายนาค

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง
 อำเภอบางบาล จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 58.

2. ลายงูเหลือม ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อเกี่ยวกับงูมาก ถ้านำงูมาเป็นลายของผ้าจีจะต้องดูความเหมาะสม หากทำไปถวายพระสงฆ์นั้นทำได้ แต่ไม่นิยมทำให้กับหญิงสาว เนื่องจากงูมักเลื้อยขดไปขดมา เป็นการเปรียบเทียบและสั่งสอนผู้หญิงไม่ให้ประพฤติปฏิบัติเหมือนกับงู แต่ลายงูเหลือมสามารถมอบให้กับหญิงที่แต่งงานแล้วได้ เพราะหญิงที่แต่งงานแล้วจะสามารถเผชิญกับอุปสรรคและแก้ปัญหาได้ นับว่าเป็นคนที่มีชีวิตที่สมบูรณ์แล้ว



ภาพที่ 14 ลายงูเหลือม

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอยะโฮย จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 64.

3. ลายม้า ในอดีตม้าเป็นพาหนะเดินทางขนส่งสัมภาระ ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่าม้าวิ่งห้อย หมายถึง ความเร็ว ความอดสาหพยายาม ความแข็งแกร่ง ความกล้าหาญ จึงได้ใช้ลวดลายม้าเพื่อยกย่องและทดแทนบุญคุณ



ภาพที่ 15 ลายม้า

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอยะโฮย จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 61.

4. ลายตานกแก้ว นกแก้วเป็นสัตว์ที่มีความเชื่อว่าเชื่อสัตย์และมีความสามัคคี สามารถเรียนเสียงภาษาคนและสามารถเฝ้ายามคอยระวังคนแปลกหน้าได้ ลายตานกแก้ว ใช้เป็นลายหน้าหมอนเพื่อใช้ในพิธีแต่งงาน



ภาพที่ 16 ลายนกแก้ว

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปร่ง อำเภอบางขัน จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 57.

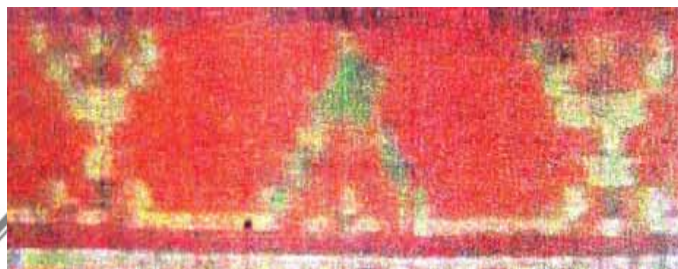
5. ลายหมาขำ เป็นลวดลายที่ประดิษฐ์ขึ้นมาเพื่อรำลึกถึงหมาที่คอยนอนเฝ้าระวังและปกป้องดูแลในขณะที่ผู้หญิงนั่งทอผ้าอยู่ใต้ถุนบ้าน จึงได้นำรอยเท้าที่หมาขำมาประดิษฐ์เป็นลวดลาย



ภาพที่ 17 ลายหมาขำ

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปร่ง อำเภอบางขัน จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 57.

6. ลายกบ เนื่องจากชาวไทยทรงดำทำนาเป็นอาชีพหลัก จึงมีความใกล้ชิดกับกบ เชื่อกันว่าเสียงร้องของกบเป็นการขอฝนและอวยพรให้ข้าวได้ผล และยังเป็นสัญลักษณ์ของการเกิด การเริ่มต้นใหม่ ลายกบมักจะปรากฏบนผ้าขาวม้าซึ่งเจ้าสาวจะต้องเตรียมไว้เป็นของขวัญให้ให้กับญาติฝ่ายชายในวันแต่งงาน



ภาพที่ 18 ลายกบ

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอบางขัน จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 65

7. ลายปู ชาวไทยทรงดำนำลายปูมาประดิษฐ์เป็นลายลงบนผ้า ไว้เป็นอุทาหรณ์เพื่อเตือนสติ ให้คิดให้รอบคอบเสียก่อนที่จะทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดลงไป ดังเช่นชายที่ฆ่าปูโดยลืมไปว่าตัวเองผูกเกี่ยวไว้กับปลายอีกข้างหนึ่งบนคานหาบข้าวที่นำไปกระแทกปู เสียวจึงตัดคอของชายคนนั้นขาด และลักษณะของตัวปูที่เดินเร็ว วิ่งเร็ว แสดงถึงความคล่องแคล่ว จึงมักทำเพื่อมอบให้แก่ผู้ป่าวสาวในงานวันแต่งงาน เชื่อว่าจะทำมาหากินได้สำเร็จรวดเร็ว

ผลงาน



ภาพที่ 19 ลายปู

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอบางขัน จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 66.

8. ลายปลา เป็นลายที่ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อสร้างจิตสำนึกให้มีความตั้งใจในการฟื้นฟูอุปสรรคทั้งหลายจนไปถึงจุดหมายปลายทางได้สำเร็จ เนื่องจากในอดีตมีเรื่องเล่าเกี่ยวกับปลาที่ว่ายทวนกระแสน้ำ เพื่อกระโดดข้ามแก่งหินที่ขวางกั้นอยู่ในแม่น้ำดำด้วยความยากลำบาก เพื่อไปวางไข่ที่ต้นน้ำ จึงมีคติสอนใจว่า “คนจนมีสิทธิรวยได้” ถ้ามีความมุ่งมั่นและความพยายามเหมือนปลาที่ฟันฝ่าอุปสรรคได้



ภาพที่ 20 ลายปลา

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอบางขัน จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 62.

9. ลายหน้าเสือ มีเรื่องเล่ากันว่าในหมู่บ้านเกิดความแห้งแล้งขาดน้ำในการทำเกษตร ทำให้ชาวบ้านต้องเดินทางไปตามแถบถึงบนฟ้า เมื่อถึงประตูทางเข้ามีคลองเขวนอยู่หน้าทางเข้า ชาวบ้านจึงตีกลอง แดนจึงร้องถามว่าใครแล้วจึงสั่งให้เสือซึ่งขึ้นเป็นยามเฝ้าหน้าประตูออกมาดู แต่เสือไม่ทำอันตรายเพราะคนเป็นผู้ร้องขอ และบอกเสือว่าให้ช่วยพูดกับแดนเพื่อขอน้ำให้กับหมู่บ้านของตน เพราะเกิดความแห้งแล้ง ชาวไทยทรงดำจึงถือว่าเสือเป็นวิญญาณผู้พิทักษ์แห่งการเกษตร โดยใช้ภาพเสือเป็นเครื่องหมายของฤดูกาลเก็บเกี่ยว จึงทอผ้าเป็นรูปหน้าเสือเพื่อเป็นการระลึกถึงน้ำใจของเสือ

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 21 ลายหน้าเสือ

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอบางขัน จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 65.

10. ลายแมงป่อง ชาวไทยทรงดำประดิษฐ์ลายนี้เพื่อใช้ในการข่มขวัญศัตรู และด้วยลักษณะของลายที่มีความละเอียดมากจึงถูกนำมาเป็นลายต้นแบบบน ผ้าจิดของชาวไทยทรงดำจำนวนมาก



ภาพที่ 22 ลายแมงป่อง

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอบางขัน จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 61.

11. ลายแมงมุม เป็นลายที่เกิดจากการเล่าถึงคุณงามความดีมีน้ำใจและระลึกถึงบุญคุณที่แมงมุมได้ช่วยเหลือไว้โดยชายผู้หนึ่งได้ถูกเสือไล่จนหนีเข้าถ้ำ แมงมุมเกิดความสงสารจึงชักใยปิดปากถ้ำช่วยเหลือให้รอดพ้นจากเสือได้ ชายคนนั้นกลับบ้านมาบ้านได้เล่าให้เมียฟัง เมียจึงคิดลวดลายทอเป็นลายแมงมุม



ภาพที่ 23 ลายแมงมุม

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอบางขัน จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 59.

12. ลายสิงโต สิงโตเป็นสัตว์ป่าที่มักพบเห็นบ่อยๆในการทำหน้าที่เป็นยามเฝ้ารักษาการอยู่ในสถานที่ต่างๆ เพื่อไว้ป้องกันสิ่งชั่วร้าย ชาวไทยทรงดำจึงนำลายสิงโตมาผลิตบนผืนผ้า แสดงถึง อำนาจ ศักดิ์ศรี ความกล้าหาญ ความอดทน และความแข็งแกร่ง นิยมทำขึ้นเพื่อมอบให้กับผู้อาวุโส



ภาพที่ 24 ลายสิงโต

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 64.

13. ลายผีเสื้อ เป็นลวดลายโบราณที่หมายถึง บรรพบุรุษ หรือหมายถึง เลื้อเมืองหรือเถน ที่คอยช่วยคุ้มครองดูแลทุกข์สุข ช่วยเหลือมนุษย์ให้พ้นจากภัยความเดือดร้อน ลายนี้นิยมทำเพื่อมอบให้กับญาติผู้ใหญ่ที่เคารพนับถือ



ภาพที่ 25 ลายผีเสื้อ

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอบ้านฝาง จังหวัดขอนแก่น (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 59.

14. ลายช้าง ช้างเป็นสัตว์บกที่มีขนาดใหญ่ ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่าช้างเป็นสัตว์ศักดิ์สิทธิ์ แสดงถึงความยิ่งใหญ่ ความเจริญรุ่งเรือง และช้างเป็นสัตว์ที่เกี่ยวข้องกับพุทธศาสนาด้วย



ภาพที่ 26 ลายช้าง

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอบางขัน จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 63.

15. ลายตัวลิง ลายเกิดจากการเล่าว่าการระลอกถึงลูกๆจากหญิงหม้าย ซึ่งมีฐานะยากจน ไม่มีข้าวให้ลูกๆกิน ลูกๆจึงหนีเข้าไปป่ากลายเป็นลิง ซึ่งมีผลไม้ในป่าเป็นอาหาร จึงไม่กลับมาหาแม่อีก นางจึงเกิดความคิดที่จะทอผ้าเป็นรูปลิงเมื่อยามคิดถึงลูก



ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 27 ลายตัวลิง

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอบางขัน จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 60.

3.2.3 ลายเบ็ดเตล็ด

ลายเบ็ดเตล็ด เป็นลายที่ประดิษฐ์ลงบนผืนผ้าของชาวไทยทรงดำ เป็นลายที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติบนท้องฟ้า มี 2 ลาย คือ

1. ลายสายรุ้ง ชาวไทยทรงดำเชื่อว่า สายรุ้งคือบันไดที่แดนส่งมนุษย์ลงมาเกิด และคอยรับผู้เสียชีวิตขึ้นไปอยู่กับแดน สายรุ้งที่ปรากฏบนผืนผ้าและเครื่องนุ่งห่ม จึงมีเฉพาะผ้าเปียวหรือผ้าพันศีรษะเท่านั้น เชื่อกันว่าสายรุ้งเป็นของสูงและเป็นทางเดินของแดน



ภาพที่ 28 ลายสายรุ้ง

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอนาหว้า จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 71.

2. ลายดาวลอย ชาวไทยทรงดำเชื่ออีกว่า ดาวเป็นสิ่งที่อยู่บนฟ้าให้แสงสว่าง นำความเจริญ ความก้าวหน้า และความเฉลียวฉลาดมาสู่ผู้คนได้ ลายดาวลอยที่ปรากฏบนผืนผ้า เชื่อว่าดวงดาวบนท้องฟ้า ดาวแต่ละดวงเป็นตัวกำหนดความเชื่อ หมายถึง ความมีโชคกลาง ความอุดมสมบูรณ์ เป็นความหมายที่เป็นสิริมงคลทั้งสิ้น



ภาพที่ 29 ลายดาวลอย

ที่มา : บุญเสริม ดินตะสุวรรณ, ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอนาหว้า จังหวัดเพชรบุรี (กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545), 70.

3.2.4 ลายปัจจุบัน

ลวดลายจากการปะผ้า การปักผ้าบนผ้าเปียวโดยใช้ลวดลายเดิมมาผสมผสานให้เกิดลวดลายใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมายในปัจจุบัน จึงไม่ได้มีการตั้งชื่อ เพียงแต่รู้ว่าลายใหม่เกิดจากลายอะไรผสมกับลายอะไรบ้าง เช่น ลายดอกจันผสมลายขาไก่ เป็นต้น การใช้สีในการทำลวดลายยังยึดการใช้สีเดิมอยู่ แต่บางท้องที่จะใช้สีสมัยใหม่ เช่น สีฟ้า สีชมพู สีม่วง เพื่อให้ขายได้ และเข้ากับยุคสมัย

3.3 สีย้อมผ้า

สีย้อมผ้าของชาวไทยทรงดำ มี 6 สี คือ สีครามเข้ม สีเหลือง สีส้ม สีเขียว สีแดง หรือสีแดงเลือดหมู และสีขาว ซึ่งแต่ละสีจะมีวัฒนธรรมความเชื่อดังนี้

1. สีครามเข้ม หรือสีดำ เป็นสีหลักของผืนผ้าและการใช้งานโดยมีความเชื่อว่าจะเกิดจากการเก็บกคที่ต้องพลัดพรากจากบ้านเกิดเมืองนอนมาเป็นชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย
2. สีครามเข้ม เป็นลวดลายการวางสีขาวสลับสีครามเข้มบนผ้าชิ้น โดยสื่อความหมายถึงความเดียวดายที่ต้องพลัดพรากจากญาติพี่น้อง และบ้านเกิดเมืองนอน ปัจจุบันจะมีสีครามเข้มหรือสีดำ และสีฟ้าบนผ้าชิ้นลายแดงโม
3. สีเหลือง เป็นสีที่แทรกอยู่บนลวดลายที่ใช้ตกแต่งผ้า และเครื่องนุ่งห่ม มีความหมายถึงความสว่างไสว ความเจริญ การเติบโต ความก้าวหน้า ให้ความรู้สึกผ่อนคลายมีชีวิตชีวา
4. สีส้ม เป็นสีที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น จึงนำมาประคิษฐ์กับสิ่งที่อยู่ใกล้ตัว เช่น ในเครื่องรางผูกไว้กับผ้าอ้อมเด็ก เพื่อป้องกันภูตผี และใช้เป็นสีประกอบลวดลายบนหน้าหมอนลายปะหรือลายปักเพื่อถวายพระภิกษุ หรือผู้ใหญ่ที่นับถือ
5. สีเขียว เป็นสีของธรรมชาติพันธุ์ไม้ต่างๆ ให้ความรู้สึกผ่อนคลายสดชื่น เยือกเย็น ดูแล้วสบายตาสบายใจ
6. สีแดง หรือสีแดงเลือดหมู เป็นสีที่เด่นสะดุดตา ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่าเป็นสีของเลือดเนื้อหรือสิ่งมีชีวิต สื่อความหมายถึงพวกเผ่าพันธุ์เดียวกัน นอกจากนี้ยังหมายถึงการหยุดการสิ้นสุด การหลุดพ้น เช่น การใช้ผ้าแพรสีแดงปิดหน้าศพ การใช้ผ้าฝ้ายสีแดงปิดโลงศพ หรือสีแดงของธงที่ปักเป็นชั้นบันได เป็นความเชื่อในการส่งผู้ตายไปเฝ้าถน
7. สีขาว เป็นสีที่แสดงถึงความสงบเยือกเย็น ความบริสุทธิ์ สุภาพ และความเบิกบาน ชาวไทยทรงดำมีความเชื่อว่า สีขาว หมายถึง วิญญาณ จึงใช้สีขาวในพิธีไหว้ผี และพิธีงานศพ

4. แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

4.1 แนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและอนุรักษ์

4.1.1 แนวความคิดการพัฒนาเศรษฐกิจและการพัฒนาคนให้มีคุณภาพ จากสภาวะวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ.2540 ของประเทศไทย นายสรรเสริญ วงศ์ช่อม เลขาธิการสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในขณะนั้น ได้เสนอแนวทางในทางเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ ซึ่งเป็นปัญหาหลักของการพัฒนาประเทศ โดยแสดงให้เห็นปรากฏการณ์ตามลำดับว่า หลังปลายปี พ.ศ.2540 ประเทศไทยประสบปัญหาเศรษฐกิจทั้งระบบที่อยู่ในภาวะถดถอยทั้งระดับมหภาคและจุลภาค อาทิเช่น การขาดดุลบัญชีเดินสะพัด การขาดสภาพคล่องทางการเงิน เกิดการขาดความเชื่อถือในการบริหารเศรษฐกิจของประเทศและนำไปสู่การที่ค่าเงินบาทตกต่ำเข้าขั้นวิกฤต ส่วนในด้านการเมืองนั้นมีการเปลี่ยนแปลงรัฐธรรมนูญใหม่ที่มุ่งเน้นคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์จึงมีความจำเป็นตามมา ในด้านการพัฒนาชนบททรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ก็ให้มีวัตถุประสงค์ที่เอื้อต่อการพัฒนาคน สังคม และเศรษฐกิจตามลำดับ

ณรงค์วิทย์ แส่นทอง (2544) แสดงทัศนะว่า ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของทุกองค์กรเมื่อเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด ทรัพยากรมนุษย์เป็นทรัพยากรที่สร้างสรรคคุณค่าให้แก่องค์กรสูงสุด โดยเฉพาะอย่างยิ่งเป็นทรัพยากรประเภทมีมูลค่าเพิ่ม (Value added) เพราะยังใช้ยังทำให้มีประสิทธิภาพและทักษะเพิ่มมากขึ้น

Harvey and Bowin (1996 : 6) ในเกรียงศักดิ์ เขียวยิ่ง (2543:8) นิยามว่าเป็นการบริหารกิจการที่ดำเนินเพื่อดึงดูด (Attract) พัฒนา (Develop) และการธำรงรักษา (Maintain) กำลังคนให้ปฏิบัติงานได้ผลสูงสุด (Hight performance workforce) รวมไปถึงการมุ่งไปสู่ความเป็นเลิศขององค์กร (CORPOATE EXCELLENCE) โดยผสมผสานความต้องการความเจริญรุ่งเรืองและการพัฒนาของบุคคลกับเป้าหมายขององค์กร

4.1.2 แนวความคิดการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เอกวิทย์ ฌ กลาง (2546 : 6) การ

อนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นมิให้สูญหาย โดยการปลูกฝังถ่ายทอดองค์ความรู้จากคนรุ่นหนึ่งสู่อีกคนหนึ่งในทุกๆด้าน เช่น ด้านสุขภาพ ศิลปวัฒนธรรม โดยมีภูมิปัญญาจริยธรรมเป็นตัวอย่างให้เห็นและจับต้องได้และที่สำคัญจะต้องมีเป้าหมายมากกว่าแค่การอนุรักษ์หรือแค่การสร้างกรุแล้วเก็บไว้เท่านั้น เช่น สามารถพัฒนาให้เป็นวิชาชีพนำมาสร้างเศรษฐกิจได้ หรือนำมาประยุกต์ให้ทันสมัยเพื่อให้เกิดความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาของตนและทำให้มีการพัฒนาภูมิปัญญาของชุมชน

จากแนวความคิดการพัฒนาและอนุรักษ์สรุปได้ว่า การให้ความสำคัญต่ออัตลักษณ์และ ภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้นเป็นสิ่งที่สำคัญ เพราะ เป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นถึงคุณค่าของ ทรัพยากร

มนุษย์ และเมื่อทรัพยากรมนุษย์ได้รับการสนับสนุนอย่างถูกต้องก็จะสามารถสร้างความเป็นเลิศให้แก่องค์กรได้ หากองค์กรใดก็ตามสามารถนำความสามารถและภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นมาพัฒนาให้สร้างเศรษฐกิจได้ ก็ยิ่งจะทำให้เกิดการอนุรักษ์และพัฒนาควบคู่กันไป รายได้ที่เกิดขึ้นจะก่อให้เกิดความภูมิใจในภูมิปัญญาของตน ซึ่งในส่วนนี้จะนำมาใช้เป็นกรอบการวิจัยต่อไป

4.2 แนวคิดกลยุทธ์ 4Ps

ซีร็วรณ เสรีร์ตัน (2541: 28) ได้กล่าวถึงทฤษฎีส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ปัจจัยทางการตลาดที่ควบคุมได้ ซึ่งบริษัทต้องใช้ร่วมกันเพื่อสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ซึ่งเรียกว่า 4 Ps นั่นคือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) แต่อย่างไรก็ตามในธุรกิจค้าปลีก ซีร็วรณ เสรีร์ตัน ได้เพิ่มอีก 3 Ps ได้แก่ บุคคล (People) การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence and Presentation) และกระบวนการ (Process) รวมทั้งหมดเป็น 7 Ps มีรายละเอียดดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่น่าเสนอแก่ตลาดเพื่อให้เกิดความสนใจ ความต้องการเป็นกรรมสิทธิ์ การใช้ หรือการบริโภค ประกอบด้วยทั้งสินค้าและบริการ ซึ่งแบ่งระดับการผลิตออกเป็น 3 ระดับ คือ

1.1 แก่นผลิตภัณฑ์ หมายถึง อรรถประโยชน์หรือผลประโยชน์สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ให้แก่ผู้ซื้อ

1.2 รูปร่างผลิตภัณฑ์ หมายถึง ส่วนที่เป็นรูปร่างผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยคุณลักษณะ 5 ประการ คือ ระดับคุณภาพ ลักษณะ รูปแบบ ตราผลิตภัณฑ์ และการบรรจุหีบห่อ

1.3 ประโยชน์เพิ่มของผลิตภัณฑ์ หมายถึง ประโยชน์ที่ผู้ซื้อจะได้รับนอกเหนือ ไปจากประโยชน์สำคัญของผลิตภัณฑ์

2. ราคา (Price) หมายถึง มูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดให้อยู่ในรูปของตัวเงิน ซึ่งในการกำหนดมูลค่าของผลิตภัณฑ์ของนักการตลาดนั้นจะมีจุดมุ่งหมายหรือวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน โดยจะสามารถแยกได้ 3 ประการ คือ การตั้งราคาโดยมุ่งกำไร การตั้งราคาโดยมุ่งที่การขายและการตั้งราคาเพื่อคงไว้ซึ่งฐานะเดิม

3. การจัดจำหน่าย (Place) หมายถึง กิจกรรมที่จะนำผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดเป้าหมายหรือผู้บริโภค โดยวิธีการจัดจำหน่ายผ่านคนกลางหรืออาจจะจำหน่ายโดยตรงเพื่อให้ไปยังผู้บริโภคหรือกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึง การติดต่อสื่อสารจำหน่ายกับกลุ่มลูกค้าหรือผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการรับทราบวัตถุประสงค์หรือแนวคิดในการจำหน่าย ซึ่งแบ่งเป็น 4 ประการ คือ

4.1 การโฆษณา หมายถึง รูปแบบการเสนอและการส่งเสริมความคิดเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการของผู้จำหน่ายไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อทำให้เกิดการรับรู้ในวงกว้าง

4.2 การใช้พนักงานขาย หมายถึง การเสนอข้อมูลด้วยคำพูดของพนักงานขายไปยังผู้ซื้อโดยตรงเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อ

4.3 การส่งเสริมการขาย หมายถึง เครื่องมือส่งเสริมที่ใช้ในระยะสั้นเพื่อให้เกิดการซื้อ

4.4 การประชาสัมพันธ์ หมายถึง การให้ข่าวสารของสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างความคิดเห็นหรือทัศนคติที่ดี รวมทั้งการแก้ไขความเข้าใจผิด

จากกลยุทธ์ 4Ps สรุปได้ว่าตามที่ได้กล่าวมานี้เป็นเครื่องมือพื้นฐานที่นักธุรกิจส่วนใหญ่นำไปใช้เป็นบรรทัดฐานในการทำการตลาดให้กับบริษัทของตนเองกันทุกคน โดยมีข้อแตกต่างกันตรงที่บางบริษัทกับประสบความสำเร็จแบบวงบริษัทกับล้มเหลวอย่างสิ้นเชิง เหตุผลที่เป็นเช่นนั้นก็เพราะบริษัทที่ล้มเหลวไม่อาจจะสร้างองค์ประกอบทางกลยุทธ์ด้วที่ขึ้นมาได้ครบทุกตามวงจร ดังนั้นผู้ประกอบการที่สนใจจะใช้กลยุทธ์นี้ทำการตลาดให้ได้อย่างเห็นผลประจักษ์จะต้องเอาใจใส่ในทุกรายละเอียดของแต่ละกลยุทธ์เพื่อสร้างสรรค์ตัว P ทั้ง 4 ให้เกิดขึ้นมาได้ ในส่วนนี้ใช้เป็นรอบการวิจัยและแนวทางในการสัมภาษณ์

4.3 แนวคิดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

4.3.1 ความหมายของช่องทางการจัดจำหน่าย

Stanton and Futrell (1987 : 643) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel) หมายถึง เส้นทางที่ผลิตภัณฑ์และ/หรือกรรมสิทธิ์ของผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายไปยังตลาด หรือหมายถึงกลุ่มบุคคลหรือองค์กรซึ่งอำนาจการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังลูกค้า

Kotler (1988 : 508) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กลุ่มขององค์กรอิสระที่เข้ามาเกี่ยวข้องในกระบวนการที่จะทำให้สินค้าและบริการถึงมือผู้บริโภคอย่างเหมาะสม

Berman (1996 : 5) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง เครือข่ายองค์กรขององค์กรและสถาบัน ซึ่งมีการประสานงานกันเพื่อปฏิบัติกิจกรรมในช่องทางทั้งหมดที่ต้องการ เพื่อเชื่อมโยงผู้ผลิตกับผู้ซื้อเพื่องานการตลาดบรรลุเป้าหมาย

Stern (2001 : 1) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง องค์กรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกันในกระบวนการที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรือบริการเคลื่อนย้ายไปสู่ผู้บริโภค เพื่อการใช้หรือการบริโภค

Stern and El-Ansary (2000 : 9) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายหมายถึง ช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นกลุ่มขององค์การอิสระที่สัมพันธ์กันในเรื่องที่จะส่งผ่านสินค้าและบริการจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค

ปริญ ลักขิตานนท์ (2544 : 2) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายหมายถึง ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภค ซึ่งประกอบกิจกรรมสร้างสรรค์การกระจายสินค้าและบริการไปยังตลาด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างอรรถประโยชน์และมีบทบาทความสำคัญตามลักษณะการเปลี่ยนแปลงของสังคมและเศรษฐกิจ

ประพาพรัตน์ ชัยชูพฤกษ์ (2549 : 125) ได้ให้ความหมายไว้ว่า ช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง กระบวนการหรือเครือข่ายในการนำสินค้าและบริการ จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เมื่อผู้บริโภคต้องการ

หลักสำคัญที่ต้องพิจารณาสำหรับการจัดการช่องทางการตลาด หรือ ช่องทางการจัดจำหน่าย คือ ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายนั้นต้องสอดคล้องตรงกับความต้องการของลูกค้า(Right Goods) โดยวางจำหน่ายในสถานที่ที่เหมาะสม (Right Places) ลูกค้าสามารถหาซื้อได้ง่ายในเวลาที่ถูกความต้องการ (Right Time) เพื่อให้ต้นทุนต่ำที่สุด (Least Cost)

4.3.2 องค์ประกอบช่องทางการจัดจำหน่าย

โครงสร้างช่องทาง (Channel Structure) ช่องทางการจัดจำหน่าย ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก คือ ความยาวของช่องทาง (Length of Channel) ความหนาแน่นในระดับชั้นต่าง ๆ (Intensity at Various Levels) และชนิดของคนกลาง (Types of Intermediaries)

4.3.2.1 ความยาวของช่องทาง (Length of Channel)

ประพาพรัตน์ ชัยชูพฤกษ์ (2549 : เว็บไซท์) กล่าวว่า ความยาวของช่องทางนั้นจะสามารถพิจารณาได้จากจำนวนของระดับชั้นการจัดจำหน่าย (Number of Channel Levels) หรือจำนวนคนกลางที่เข้ามาแทรกระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคนั้นเอง โดยระดับชั้นการจัดจำหน่าย สินค้าสามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ระดับ ซึ่งมีความยาวแตกต่างกัน ดังนี้

1. ช่องทางศูนย์ระดับ (Zero - level Channel) หรือช่องทางการตลาดโดยตรง (Direct Marketing Channel) เป็นช่องทางที่ผู้ผลิตจะทำหน้าที่ขายผลิตภัณฑ์โดยตรงไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย โดยไม่ผ่านคนกลาง ตัวอย่างเช่น การขายตามบ้าน การขายทางไปรษณีย์ (Direct Mail) การขายผ่านอินเทอร์เน็ต (Website) การขายโดยผ่านร้านค้าของผู้ผลิตเอง (Company – owned Stores) เป็นต้น

2. ช่องทางหนึ่งระดับ (One - level Channel) เป็นช่องทางที่ผู้ผลิตจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยผ่านคนกลางเพียงรายเดียว เช่น พ่อค้าปลีก (Retailer) เป็นต้น จึงมักเป็นการ

ติดต่อกันระหว่างผู้ผลิตขนาดใหญ่กับผู้ค้าปลีกขนาดใหญ่ด้วยกัน หรือระหว่างผู้ผลิตขนาดย่อม แต่ใช้การจัดจำหน่ายในร้านเฉพาะ (Exclusive Distribution) หรือการจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร(Selective Distribution)

3. ช่องทางสองระดับ (Two – level Channel) เป็นช่องทางซึ่งประกอบด้วยคนกลางสองราย ได้แก่ พ่อค้าส่ง (Wholesalers) และพ่อค้าปลีก (Retailers) เป็นต้น โดยช่องทางในระดับนี้นั้น ผู้ผลิตอาจเป็นรายใหญ่หรือรายเล็กก็ได้ ที่ใช้การจัดจำหน่ายอย่างหนาแน่น (Intensive Distribution)

4. ช่องทางสามระดับ (Three – level Channel) เป็นช่องทางซึ่งประกอบด้วยคนกลางสามราย ได้แก่ ตัวแทนจำหน่าย (Agents of Brokers) ขายให้แก่พ่อค้าส่ง (Wholesaler) และพ่อค้าส่งจะขายให้แก่พ่อค้าปลีก (Retailer) อีกทอดหนึ่ง ช่องทางในระดับนี้มักเหมาะสม กับสินค้าที่มีอายุสั้น อย่างเช่น หนังสือพิมพ์ หรือ สินค้าที่เน่าเสียได้ง่าย เช่น อาหารสด เป็นต้น ซึ่งสินค้าเหล่านี้จำเป็นต้องกระจายออกสู่ตลาดให้เร็วที่สุด จึงต้องใช้การจัดจำหน่ายที่มีความถี่สูง

Stanton and Futrell (1987 : 643) กล่าวว่า จำนวนระดับของช่องทางการจัดจำหน่าย หมายถึง จำนวนระดับของคนกลางภายในเส้นทางที่ผลิตภัณฑ์เคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตไปยังตลาดในการจัดจำหน่าย และการกำหนดระดับช่องทางการจัดจำหน่ายอาจไม่ต้องผ่านคนกลางก็ได้ การกำหนดจำนวนระดับช่องทางการจัดจำหน่ายมี 2 แบบ คือ ช่องทางตรงและช่องทางอ้อม ดังนี้

1. ช่องทางตรง (Direct Channel) เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ผลิตขายสินค้าโดยตรงให้กับผู้บริโภคหรือผู้ใช้อุตสาหกรรม ช่องทางตรงมีข้อดีคือสามารถควบคุมนโยบายการตลาดได้ดีและพนักงานขาย ของผู้ผลิตมีความรู้เกี่ยวกับสินค้าและลูกค้าเป็นอย่างดีเนื่องจากการรับภาระสินค้าของผู้ผลิตเพียงหนึ่งรายจึงสามารถทำงานได้ตามขั้นตอนการขายให้บรรลุผล

2. ช่องทางอ้อม (Indirect Channel) หมายถึง เส้นทางที่สินค้าจะเคลื่อนย้ายจากผู้ผลิตผ่านคนกลางไปยังลูกค้า คนกลางอาจจะเป็นตัวแทน ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก ผู้จำหน่าย ข้อดีของช่องทางอ้อม คือ สามารถสร้างยอดขายได้มากกว่าช่องทางตรงแต่อาจมีปัญหาเรื่องการส่งเสริมการขายและสนับสนุนสินค้าของผู้ผลิตจากคนกลาง เนื่องจากคนกลางจำหน่ายสินค้าของผู้ผลิตหลายรายซึ่งแข่งขันกันอยู่แล้ว คนกลางจึงไม่สามารถเอาใจใส่สินค้าผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งได้มากเป็นพิเศษ

2.1 ช่องทางหนึ่งระดับ (One Level Channel) ประกอบด้วยคนกลางคือ ผู้ค้าปลีก แต่ถ้าเป็นตลาดอุตสาหกรรมจะเป็นตัวแทน นายหน้า ผู้ค้าส่ง หรือผู้จัดจำหน่าย

2.2 ช่องทางสองระดับ (Two Level Channel) ประกอบด้วยในช่องทางสองฝ่ายในตลาดผู้บริโภครวม ประกอบด้วยผู้ค้าส่ง และผู้ค้าปลีกในตลาดอุตสาหกรรม อาจจะเป็นตัวแทนการขายและผู้ค้าส่ง หรือผู้จัดจำหน่าย

2.3 ช่องทางสามระดับ (Three Level Channel) ประกอบด้วยคนกลางสามฝ่าย ประกอบด้วยผู้ค้าส่ง ผู้ค้าส่งอิสระ ผู้ค้าปลีก ทำหน้าที่ซื้อสินค้าจากผู้ค้าส่งและขายต่อให้ผู้ค้าปลีกรายย่อย ซึ่งไม่สามารถซื้อจากผู้ค้าส่งได้โดยตรง ทำหน้าที่ซื้อสินค้าจากผู้ค้าส่งและขายต่อให้ผู้ค้าปลีกรายย่อย ซึ่งไม่สามารถซื้อสินค้าจากผู้ค้าส่งได้โดยตรง ส่วนตลาดอุตสาหกรรมโดยทั่วไปไม่มีช่องทางสามระดับเพราะตลาดอุตสาหกรรมมีช่องทางค่อนข้างสั้น

2.4 ช่องทางการจัดจำหน่ายมากกว่าสามระดับ (Higher Three Level Channel) เกิดขึ้นในกรณีที่มีการนำสินค้าจากผู้ค้าส่ง ผู้ค้าอิสระ และผู้ค้าปลีก ซึ่งแต่ละฝ่ายมีกลุ่มย่อยชนวนดำเนินการ

Kotler (1988 : 508) กล่าวว่า ผู้ผลิตและผู้บริโภครวมเป็นส่วนหนึ่งของทุกๆ ช่องทางการตลาด เราจึงใช้จำนวนคนกลางเป็นตัวกำหนดความยาวของช่องทางการตลาด

1. ช่องทางการจัดจำหน่ายศูนย์ระดับ (Zero – level Channel) หรืออาจเรียกว่า ช่องทางตลาดทางตรง (Direct – marketing Channel) ประกอบด้วยผู้ผลิตที่ขายสินค้าโดยตรงแก่ผู้บริโภคซึ่งมีหลายวิธี เช่น การขายตรงถึงบ้าน การจัดปาร์ตี้แนะนำสินค้า การส่งช่องทางไปรษณีย์ การขายทางโทรศัพท์ การขายผ่านสื่อทีวี การขายผ่านอินเทอร์เน็ต

2. ช่องทางการจัดจำหน่ายหนึ่งระดับ (One – level Channel) มีคนกลางเกี่ยวข้องหนึ่งระดับ ได้แก่ ร้านค้าปลีก (Retailer)

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายสองระดับ (Two – level Channel) ประกอบด้วยคนกลางสองระดับ ได้แก่ ร้านค้าส่ง (Wholesaler) และร้านค้าปลีก (Retailer)

4. ช่องทางการจัดจำหน่ายสามระดับ (Three – level Channel) ประกอบด้วยคนกลางสามระดับ คือ ร้านค้าส่ง (Wholesaler) จ๊อบเบอร์ (Jobber) และร้านค้าปลีก (Retailer) ช่องทางการจัดจำหน่ายอาจมีได้มากกว่าสามระดับ ยิ่งช่องทางการจัดจำหน่ายยาวเท่าไรโอกาสที่ผู้ผลิตจะได้ข้อมูลจากผู้บริโภคและการควบคุมช่องทางการจัดจำหน่ายยิ่งลำบากมากขึ้นเท่านั้น

ดริกา เสาร์ม (ม.ป.ป. : 164) ช่องทางการจัดจำหน่ายแบ่งตามลักษณะของสินค้าสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อการบริโภค (Distribution of Consumer Goods) และช่องทางการจัดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์เพื่อการอุตสาหกรรม (Distribution of Industrial Goods) ดังนี้

1. ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อการบริโภคช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเพื่อการบริโภคที่ใช้กันอยู่ทั่วไปมีอยู่ 5 ทางด้วยกัน เริ่มต้นด้วยการขายโดยตรงจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคซึ่งเป็นแนวทางที่สั้นและง่ายที่สุดไปจนถึงทางที่ต้องผ่านคนกลางหลาย ๆ ชั้นที่อยู่ยากและสลับซับซ้อน เพื่อนำสินค้าผ่านไปยังผู้บริโภค

ช่องทางที่ 1 ผู้ผลิต → ผู้บริโภค เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่สั้นที่สุดและง่ายที่สุด คือจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภคคนสุดท้ายเลยทีเดียว ไม่มีคนกลางเข้ามาเกี่ยวข้องด้วย ผู้ผลิตอาจนำสินค้าไปขายตามบ้าน เช่น การขายนมสด ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรบางอย่าง หรืออาจขายโดยส่งทางไปรษณีย์ เป็นต้น

ช่องทางที่ 2 ผู้ผลิต → พ่อค้าปลีก → ผู้บริโภค ตามช่องทางนี้ จะมีพ่อค้าปลีกรายใหญ่ซื้อสินค้าโดยตรงจากผู้ผลิต และพ่อค้าปลีกเหล่านี้จะนำสินค้าไปขายให้กับผู้บริโภคอีกทอดหนึ่ง บางครั้งผู้ประกอบการผลิตจะต้องร้านขายปลีกของตนเอง แต่วิธีการเช่นนี้ ไม่เป็นที่นิยมกันมากนัก

ช่องทางที่ 3 ผู้ผลิต → พ่อค้าส่ง → พ่อค้าปลีก → ผู้บริโภค แนวทางนี้เป็นแบบเก่าแก่ดั้งเดิม (Traditional) ของการจัดจำหน่ายสินค้าบริโภคที่ได้รับความนิยมมาก เพราะเป็นแนวทางที่ประหยัดที่สุด ที่ผู้ประกอบการผลิตขนาดย่อมและพ่อค้าปลีกขนาดย่อยเลือกปฏิบัติได้

ช่องทางที่ 4 ผู้ผลิต → ตัวแทน → พ่อค้าปลีก → ผู้บริโภค ตามแนวทางนี้ แทนที่ผู้ประกอบการผลิตจะจำหน่ายสินค้าผ่านไปทางพ่อค้าส่ง แต่หันไปใช้ตัวแทนผู้ผลิต (Manufacturer's Agent) ตัวแทนขาย (Selling agent) นายหน้า (Broker) หรือคนกลางที่มีลักษณะเป็นตัวแทนประเภทอื่น ๆ เพื่อนำผลิตภัณฑ์ของตนไปสู่ตลาดค้าปลีก

ช่องทางที่ 5 ผู้ผลิต → ตัวแทน → พ่อค้าส่ง → ผู้บริโภค เมื่อเราต้องการที่จะให้สินค้าผ่านไปถึงพ่อค้าปลีกย่อยจำนวนมาก ผู้ผลิตอาจอาศัยคนกลางประเภทตัวแทนต่าง ๆ เพื่อส่งผ่านสินค้าไปยังพ่อค้าส่งซึ่งจะทำหน้าที่ขายสินค้าไปยังร้านค้าปลีกเล็ก ๆ อีกทอดหนึ่ง

2. ช่องทางการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์เพื่อการอุตสาหกรรม ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อการอุตสาหกรรมที่ใช้กันอยู่โดยทั่วไป มีอยู่ 4 แนวทางด้วยกัน ซึ่งปกติแล้วมีเส้นทางที่สั้นกว่าช่องทางจำหน่ายสินค้าเพื่อการบริโภค ดังกล่าวมาแล้วในตอนต้น ผลิตภัณฑ์เพื่อการอุตสาหกรรมส่วนใหญ่จะไหลผ่านช่องทางใดช่องทางหนึ่งใน 4 ทาง

ช่องทางที่ 1 ผู้ผลิต → ผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์เพื่อการอุตสาหกรรมส่วนใหญ่มักจะขายส่งผ่านโดยตรงจากผู้ประกอบการผลิตไปยังผู้ใช้อุตสาหกรรม

มากกว่าเส้นทางอื่น ๆ ทั้งหมด โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องยนต์ เครื่องจักรขนาดใหญ่ เครื่องกำเนิดไฟฟ้าและพลังความร้อนต่าง ๆ เป็นต้น

ช่องทางที่ 2 ผู้ผลิต → ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม → ผู้ใช้
ผลิตภัณฑ์ประเภทวัสดุที่ใช้ประกอบการผลิตและเครื่องอุปกรณ์ขนาดเล็กต่าง ๆ โดยทั่วไปแล้วมักจะขายส่งผ่านทางผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมก่อน ก่อนที่จะไปถึงมือผู้ใช้ ผลิตภัณฑ์เหล่านี้จะมีขนาดเล็ก ๆ ราคาไม่แพงนัก เช่น เครื่องมอเตอร์ไฟฟ้าขนาดเล็ก วัสดุก่อสร้าง อุปกรณ์เครื่องปรับอากาศและวัสดุอะไหล่โดยทั่วไป

4.3.2.2 ความหนาแน่นในระดับชั้นต่าง ๆ (Intensity at Various Levels)

Stanton and Futrell (1987 : 643) กล่าวว่า ความครอบคลุมตลาด (Market Coverage) หรือความหนาแน่นในระดับชั้น เป็นการพิจารณาถึงจำนวนคนกลางในแต่ละระดับช่องทาง ซึ่งจะต้องถือเกณฑ์ที่สำคัญประกอบด้วย ความสามารถในการผลิตและทรัพยากรทางการตลาด ลักษณะตลาดเป้าหมาย และรูปแบบพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าที่มีศักยภาพและผลิตภัณฑ์ หลังจากประเมินปัจจัยเหล่านี้ผู้ผลิตจะสามารถเลือกความเข้มข้น (จำนวนคนกลาง) ของความครอบคลุมตลาด (Intensity of Market Coverage) การเลือกจำนวนคนกลางในช่องทางมี 3 ทางดังนี้

1. การจัดจำหน่ายแบบทั่วถึง (Intensive Distribution) เป็นการใช้อนุคนกลางในช่องทางให้มากที่สุด เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีการกระจายไปยังตลาดได้อย่างกว้างขวางที่สุด ซึ่งคนกลางจะช่วยเก็บรักษาสินค้าและขายสินค้าสำหรับผู้บริโภค การจัดจำหน่ายแบบทั่วถึงจะทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อในร้านที่อยู่ใกล้บ้าน ได้ จึงทำให้เสียค่าใช้จ่ายต่ำ และใช้เวลาน้อย ในการที่จะซื้อสินค้า กรณีนี้เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ (Convenience Product) เช่น ลูกอม บุหรี่ สบู่ ยาสีฟัน แปรงสีฟัน ฯลฯ

2. การจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร (Selective Distribution) เป็นการเลือกคนกลางเหมาะสมจำนวนหนึ่งสำหรับผลิตภัณฑ์ในแต่ละอาณาเขตทางภูมิศาสตร์ กรณีนี้ เหมาะสำหรับสินค้า เช่น เฟอร์นิเจอร์ อุปกรณ์ภายในบ้าน เสื้อผ้า นอกจากนี้ยังมีผู้ให้สิทธิทางการตลาด (Franchisers) สำหรับการจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร ซึ่งจะใช้เพื่อขายสินค้าและบริการในเขตใดเขตหนึ่ง

3. การจัดจำหน่ายแบบผูกขาด (Exclusive Distribution) เป็นการใช้นุคนกลางหนึ่งรายหรือน้อยรายสำหรับผลิตภัณฑ์ในเขตภูมิศาสตร์ขนาดใหญ่ การจัดจำหน่ายแบบผูกขาดเหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์เจาะจงชื่อ (Specialty Goods) ที่ผู้ซื้อ ซื้อด้วยความภาคภูมิใจใน ผู้ผลิต

จะใช้สถานที่ตามความต้องการโดยพิจารณาจากความต้องการหลากหลายประการ เช่น ระดับสินค้าคงเหลือ การฝึกอบรมการขาย คุณภาพการให้บริการ กระบวนการรับประกัน เกี่ยวกับคนกลางที่จะทำหน้าที่ผู้กลาง

Kotler (1988 : 508) ความหนาแน่น ในที่นี้คือ จำนวนคนกลางในแต่ละระดับชั้นที่เป็นประเภทเดียวกัน ปกติแล้วความหนาแน่นการจัดจำหน่ายแบ่งออกเป็น 3 ระดับดังนี้

1. การจัดจำหน่ายอย่างหนาแน่น (Intensive Distribution) เป็นการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ต้องการไปให้กว้างที่สุดเท่าที่จะกว้างได้ เหมาะสำหรับสินค้าสะดวกซื้อ (Convenience Goods) ซึ่งเป็นสินค้าที่ซื้อหาได้ง่าย มีการแข่งขันสูง และมีสินค้าทดแทนประเภทอื่นมากมายให้เลือกซื้อได้ โดยปกติแล้วลูกค้ามักไม่ออกไปซื้อไกล ๆ ดังนั้น ผู้ผลิตจึงจำเป็นต้องจัดให้มีการขายให้ครอบคลุมในวงกว้าง

2. การจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร (Selective Distribution) การจัดจำหน่ายประเภทนี้ ผู้ผลิตจะพิจารณาเลือกสรรช่องทางการจัดจำหน่ายในแต่ละท้องที่เพียงไม่กี่แห่ง การเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่ดีเพื่อจำหน่ายสินค้าไปยังผู้บริโภค มีประโยชน์โดยสามารถควบคุมได้ง่าย ลดค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทางการตลาด และลดความเสี่ยง เนื่องจากสามารถเลือกจำหน่ายเฉพาะร้านที่มีฐานะทางการเงินมั่นคงได้

3. การจัดจำหน่ายในร้านเฉพาะ (Exclusive Distribution) ช่องทางการจัดจำหน่ายแบบนี้ จะขายผ่านคนกลางที่ได้รับการแต่งตั้งเพียงรายเดียว หรือน้อยรายมาก พ่อค้าคนกลางเปรียบเสมือนตัวแทนของบริษัท สินค้าก็มีราคาแพง ผู้ผลิตคาดหวังให้ผลิตภัณฑ์ของตนได้รับการเอาใจใส่ สามารถควบคุมนโยบายราคาต่อบริษัทตัวแทนได้โดยตรงตลอดทั้งในด้านการโฆษณาประชาสัมพันธ์ และการบริการหลังการขาย ตัวอย่างเช่น ตัวแทนขายรถยนต์ เป็นต้น

ผลงานวิจัยนี้ศึกษาเกี่ยวกับปริมาณ (Number of Intermediaries) หรือความหนาแน่นประกอบด้วย

1. การจัดจำหน่ายแบบเจาะจง (Exclusive Distribution) โดยการจำกัดจำนวนคนกลาง กลยุทธ์นี้ใช้เมื่อผู้ผลิตต้องการควบคุมคนกลางในเรื่องของการให้บริการ และผลงานของคนกลาง โดยการให้สิทธิพิเศษด้านการจัดจำหน่ายแก่คนกลางโดยคาดหวังว่าคนกลางจะอุทิศตัวและทำงานอย่างเต็มความสามารถ จนในที่สุดอาจเป็นส่วนหุ้นส่วนธุรกิจร่วมกัน นิยมใช้กับการจัดจำหน่ายในอุตสาหกรรมรถยนต์ เครื่องใช้ไฟฟ้า เครื่องแต่งกายสตรี

2. การจัดจำหน่ายแบบเลือกสรร (Selective Distribution) เป็นการเลือกสรรผู้จัดจำหน่ายในจำนวนที่เหมาะสม โดยไม่ต้องคำนึงว่าจะมีจำนวนร้านค้ามากเกินไป แต่

ให้สามารถครอบคลุมพื้นที่ตลาดได้กว้างขวาง เพื่อจะได้ควบคุมได้ดีขึ้น โดยใช้ต้นทุนต่ำเมื่อเปรียบเทียบกับวิธีจัดจำหน่ายแบบทั่วถึง

3. การจัดจำหน่ายแบบทั่วถึง (Intensive Distribution) ผู้ผลิตพยายามวางจำหน่ายสินค้าให้ได้จำนวนร้านค้ามากที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เหมาะกับสินค้าประเภทบูทหรือขนมขบเคี้ยว หมากฝรั่ง ซึ่งผู้บริโภคต้องการความสะดวก ผู้ผลิตที่พยายามเปลี่ยนวิธีการจัดจำหน่ายจากแบบเจาะจง หรือแบบเลือกสรรไปเป็นวิธีการจัดจำหน่ายแบบทั่วถึง โดยคิดว่าจะเพิ่มการครอบคลุม และเพิ่มยอดขาย อาจจะได้ผลในระยะสั้นเท่านั้น แต่อาจเกิดปัญหาตามมา โดยเฉพาะอย่างยิ่งสินค้าที่วางตำแหน่งไว้ระดับสูง

4.3.2.3 ชนิดของคนกลาง (Types of Intermediaries)

ประพาฬรัตน์ ชัยชูพลกุลย์ (2549 : 33) กล่าวว่า คนกลาง สามารถเป็นได้ทั้งบุคคลและองค์กร ผู้ซึ่งสร้างและแลกเปลี่ยนอรรถประโยชน์ (Utility) จากความสัมพันธ์ระหว่างคน 2 ฝ่ายหรือมากกว่า เป็นการสร้างคุณค่าจากการลดช่องว่างระหว่างผู้ผลิตกับผู้บริโภคให้เกิดโอกาสในการซื้อ - ขายสินค้าและบริการขึ้น คุณค่าที่ลูกค้าได้รับ (Customer Value) จากคนกลางนี้ ประกอบด้วย

1. อรรถประโยชน์ด้านรูปแบบ (Form Utility) เกิดจากการที่คนกลางได้ทำการแปรรูปสินค้าให้ตรงตามความต้องการของลูกค้า ทำให้เกิดความสะดวกในการบริโภคหรือการใช้งาน และได้รับประโยชน์จากสินค้ามากยิ่งขึ้น

2. อรรถประโยชน์ด้านสถานที่ (Place Utility) คนกลางจะช่วยกระจายสินค้าและบริการให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ดียิ่งขึ้น จึงเกิดอรรถประโยชน์จากการที่ลูกค้าสามารถจับจ่ายซื้อสินค้าได้อย่างสะดวกในสถานที่ที่เกิดความต้องการ

3. อรรถประโยชน์ด้านความเป็นเจ้าของ (Possession Utility) การส่งมอบความเป็นเจ้าของสินค้าแก่ลูกค้า สามารถทำได้อย่างสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น ลดขั้นตอนต่าง ๆ จากในอดีตให้ลูกค้าครอบครองสินค้าอย่างถูกต้องสมบูรณ์ได้อย่างง่ายดาย

4. อรรถประโยชน์ด้านเวลา (Time Utility) เป็นประโยชน์ที่ลูกค้าได้รับทางด้านเวลา ซึ่งลูกค้าสามารถซื้อหาสินค้าได้ทันทีในเวลาที่ต้องการ หรือการได้รับสินค้าทันเวลาที่ต้องการใช้

5. การรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships) คนกลางนั้นในสายตาของลูกค้าเปรียบเสมือนตัวแทนของผู้ผลิต ที่จะสามารถติดต่อสอบถามได้เมื่อเกิดปัญหา และสามารถบอกความต้องการของตนได้ ดังนั้นผู้ผลิตจึงสามารถตอบสนองความต้องการและพัฒนาสินค้าและบริการของตนให้มีประสิทธิภาพได้ดียิ่งขึ้นในช่องทางการตลาดหรือช่องทางการ

จัดจำหน่ายนั้น จะประกอบไปด้วยคนกลางมากมาย โดยทั่วไปจะสามารถแบ่งชนิดของคนกลางได้ เป็นพ่อค้าปลีก (Retailers) และพ่อค้าส่ง(Wholesalers) แม้ว่าพ่อค้าปลีกและพ่อค้าส่ง ต่างก็เป็น ส่วนหนึ่งของช่องทางการตลาด แต่ก็มี ความแตกต่างที่สำคัญระหว่างกิจกรรมการตลาดของ คนกลางทั้ง 2 ชนิดนี้ โดย

5.1 พ่อค้าปลีก (Retailers) คือ ผู้ประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับการขายสินค้าและบริการแก่ให้ลูกค้า เพื่อใช้ในการส่วนตัว หรือใช้ในครัวเรือน ซึ่งเป็นขั้นตอน สุดท้ายในกระบวนการจัดจำหน่าย จึงมีความสำคัญอย่างมาก เนื่องจากเป็นผู้ติดต่อสัมพันธ์กับ ผู้บริโภคคนสุดท้ายโดยตรง

5.2 พ่อค้าส่ง (Wholesalers) คือ ผู้ประกอบกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง กับการซื้อหรือการขายสินค้าแก่ลูกค้าที่เป็นองค์กร พ่อค้าปลีกหรือพ่อค้าส่งรายอื่น ๆ แต่ไม่ใช่เพื่อ การขายแก่ผู้บริโภคคนสุดท้ายเป็นสำคัญ ดังนั้นจึงเป็นการขายเพื่อให้สินค้านั้นถูกส่งผ่านหรือ นำไปแปรรูปต่อเป็นสินค้าสู่มือผู้บริโภคคนสุดท้ายต่อไป

Stanton and Futrell (1987 : 643) ช่องทางการจัดจำหน่าย งานใน ช่องทางการจัดจำหน่ายมีดังนี้

1. ช่องทางการจัดจำหน่าย

1.1 การวิเคราะห์โครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Structure) การออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม และการกำหนดจำนวนระดับ ของช่องทาง

1.2 การกำหนดจำนวนคนกลางในช่องทาง (Number of Intermediaries) ความหนาแน่นของคนกลางในช่องทาง

1.3 การพิจารณาตำแหน่งทำเลที่ตั้งของแหล่งจำหน่าย (Location)

1.4 การเลือกประเภท (ชนิด) ของคนกลาง (Middleman Type) ใน แต่ละระดับช่องทาง

1.5 การคัดเลือกคนกลาง (Middleman Selection)

1.6 การบริหารจัดการช่องทางการจัดจำหน่าย (Distribution Channel Management) คือ

1.6.1 การวางแผนช่องทาง หรือการออกแบบช่องทางและกลยุทธ์ ช่องทาง

1.6.2 การจัดองค์กร หรือรูปแบบการจัดองค์กรช่องทางการจัด จำหน่าย

1.6.3 การประสานงานในช่องทางการจัดจำหน่าย

1.6.4 การควบคุม หรือการประเมินผลช่องทางการจัดจำหน่าย

1.6.5 การพิจารณาส่วนประกอบของสถาบันการตลาด ได้แก่

การค้าปลีก หรือโครงสร้างกลยุทธ์การค้าส่ง หรือโครงสร้างและกลยุทธ์

2. การสนับสนุนการกระจายสินค้า และการกระจายสินค้า การสนับสนุน และการกระจายตัวสินค้า หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายปัจจัยการผลิต และตัวสินค้า จากแหล่งปัจจัยการผลิตผ่านโรงงานของผู้ผลิตแล้วกระจายไปยังผู้บริโภค หรือผู้ใช้ทางอุตสาหกรรม หรือลูกค้าอุตสาหกรรม กระจายตัวสินค้า หมายถึง กิจกรรมการขนส่ง และเก็บรักษาสินค้าของ ธุรกิจหนึ่ง ภายในระบบช่องทางเพื่อให้เกิดการประสานงาน ให้เกิดต้นทุนในการจำหน่ายต่ำสุดโดย มีระดับการให้บริการลูกค้าที่เหมาะสม การกระจายสินค้าเป็นส่วนหนึ่งของการสนับสนุนการ กระจายตัวสินค้า งานที่เกี่ยวข้องกับการกระจายสินค้า คือ

2.1 การกำหนดวิธีการขนส่ง

2.2 การกำหนดระบบการควบคุมสินค้าหรือการบริการสินค้า

2.3 การกำหนดระบบการเก็บรักษาสินค้า คลังสินค้า

2.4 การพิจารณาต้นทุนการจัดจำหน่ายรวมให้ต่ำสุด

2.5 การดำเนินงานที่เกี่ยวข้องกับการสั่งซื้อ

2.6 การคาดคะเนความต้องการซื้อสินค้า

2.7 การกำหนดขั้นตอนในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ธุรกิจให้เกิด

ประสิทธิภาพ

2.8 การกำหนดศูนย์การจัดจำหน่าย (Distribution Center) และ

วิเคราะห์ทำเลที่ตั้งที่เหมาะสมสำหรับโรงงาน (Location for Plant)

2.9 การบรรจุภัณฑ์เพื่อการป้องกัน (Protective Packaging)

3. หน้าที่การตลาดภายในช่องทางการจัดจำหน่าย

ประพาพรัตน์ ชัยชูพฤกษ์ (2549 : 25) สถาบันการตลาดจะทำหน้าที่ การตลาด(Marketing Function) ซึ่งหมายถึง กิจกรรมทางธุรกิจที่ทำให้สินค้าหรือบริการเคลื่อนย้าย จากผู้ผลิตไปยังลูกค้า สถาบันการตลาดจะมีหน้าที่การตลาดเหมือนกับผู้ผลิต ดังนี้

3.1 ระบบข้อมูลการตลาด การวิจัยการตลาดประกอบด้วยบุคคล อุปกรณ์กระบวนการในการจัดประเภท การวิเคราะห์และประเมินผลการจัดจำหน่ายที่ถูกต้อง และ ทันที สำหรับผู้ตัดสินใจในทางการตลาด ส่วนการวิจัยตลาดหมายถึง การรวบรวมและการวิเคราะห์

ข้อมูลที่มีเป้าหมาย เพื่อใช้แก้ปัญหาทางการตลาดที่เกิดขึ้น สถาบันการตลาดต้องมีงานทั้งสองประเภทนี้ เพื่อช่วยวางแผน ตัดสินใจ และแก้ไขปัญหาการตลาด

3.2 การขาย (Selling) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ในช่องทางการจัดจำหน่ายประกอบด้วยผู้ขายปัจจัยการผลิตให้ผู้ผลิต แล้วจำหน่ายผ่านคนกลางไปยังผู้บริโภคหรือผู้ซื้ออุตสาหกรรม สถาบันผู้ผลิตและสถาบันคนกลางต้องทำหน้าที่ขายสินค้า การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์สินค้า

3.3 การเจรจาต่อรอง (Negotiation) และการจ่ายเงิน (Payment) ภายในช่องทางจะมีการตกลงราคาสินค้าและกำหนดเงื่อนไขการชำระเงินเพื่อให้เกิดการโอนกรรมสิทธิ์สินค้า

3.4 การดำเนินงานเกี่ยวกับคำสั่งซื้อ (Order Processing) เป็นขั้นตอนการจัดการด้านการสั่งซื้อของลูกค้า

3.5 การกระจายสินค้า (Physical Distribution) เป็นงานที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งวัตถุดิบผ่านผู้ผลิตสินค้าไปยังผู้บริโภค ประกอบหน้าที่การขนส่ง การเก็บรักษาสินค้า ซึ่งต้องอาศัยคลังสินค้าและการบริหารสินค้าคงเหลือ

3.6 การรับภาระความเสี่ยง (Risk Taking) คนกลางในช่องทางจะรับภาระความเสี่ยงในการทำธุรกิจ

สรุป จากแนวคิดเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย การที่ผู้ผลิตตัดสินใจในการใช้ช่องทางในการจัดจำหน่าย เท่ากับยอมมอบอนาคตส่วนหนึ่งของสินค้าของตนไว้ในมือของคนกลางโดยหลักการทั่วไปในการเลือกผู้จัดจำหน่ายต้องคำนึงถึงความเต็มใจและขีดความสามารถของผู้จัดจำหน่ายว่าสามารถทำงานตามที่ได้รับมอบหมายได้อย่างเต็มที่เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความ

พึงพอใจสูงสุด ถ้ายังมีคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่ายมากขึ้นเท่าใดก็จะมีทางเลือกมากขึ้น ยิ่งช่องทางในการจัดจำหน่ายมากขึ้นเท่าใดก็ยิ่งบริหารและควบคุมมากขึ้นเท่านั้น ทั้งนี้เพราะหากคนกลางเหล่านี้มาทำหน้าที่ของตนอย่างเต็มที่หรือเกี่ยงกันทำหน้าที่ที่มีโอกาสขัดแย้งหรือแก่งแย่งผลประโยชน์กันเอง

4.4 แนวคิดการจัดการธุรกิจตามทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียง

อภิชัย พันธเสน (2546: 259) ได้เสนอแนะสำหรับการประยุกต์เศรษฐกิจพอเพียงเข้ากับธุรกิจหรืออุตสาหกรรมว่าจะต้องประกอบด้วยหลักการจัดการ 9 ประการ ดังต่อไปนี้

1. ใช้เทคโนโลยีที่ถูกหลักวิชาการ แต่มีราคาถูกระบายคืนได้
2. ใช้ทรัพยากรทุกชนิดอย่างประหยัดและมีประสิทธิภาพสูงสุด

3. เน้นการจ้างงานเป็นหลัก โดยไม่นำเทคโนโลยีมาทดแทนแรงงาน ยกเว้นในกรณี
ที่ก่อให้เกิดความเสียหายแก่ผลิตภัณฑ์

4. มีขนาดการผลิตที่สอดคล้องกับความสามารถในการบริหารจัดการ

5. ผู้ประกอบการไม่โลภจนเกินไปและไม่เน้นกำไรระยะสั้นเป็นหลัก

6. ผู้ประกอบการซื่อสัตย์สุจริตในการประกอบการ ไม่เอาर्डเอาเปรียบผู้บริโภค
และไม่เอาर्डเอาเปรียบแรงงานหรือลูกค้า ตลอดจนไม่เอาर्डเอาเปรียบผู้จำหน่ายวัตถุดิบ

7. เน้นการกระจายความเสี่ยงจากการมีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย และ/หรือมี
ความสามารถในการปรับเปลี่ยนผลผลิตได้ง่าย

8. เน้นการบริหารความเสี่ยงต่ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งไม่ก่อหนี้เงินเกินขีดความสามารถ
ในการบริหารจัดการ

9. เน้นการใช้วัตถุดิบภายในท้องถิ่นและการตอบสนองตลาดภายในท้องถิ่น ภูมิภาค
ตลาดภายในประเทศและต่างประเทศตามลำดับเป็นหลัก

นอกจากนี้ อภิชาติ พันธเสน (2546 : 274) เสนอแนวทางในการพัฒนาอาชีพของ
บุคคลในชุมชนไว้ว่าจะต้องเลือกอาชีพที่ตนเองมีความสนใจมีความเหมาะสม ในการดำเนิน
กิจกรรมของกลุ่มสตรีทอผ้าพื้นเมืองนาควังสามารถนำแนวความคิดทฤษฎีการเติบโตของธุรกิจ
ขนาดย่อมนี้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานของผ้าทอ โดยที่แต่ละขั้นตอนควร
พิจารณาอย่างรอบคอบ กล่าวคือ ในขั้นตอนที่ 1 การเริ่มเข้าสู่ธุรกิจจะต้องทราบว่าลูกค้าของธุรกิจ
คือใครบ้างและอยู่ที่ไหน จะต้อง “เข้าไปหถึง” ลูกค้าเป้าหมายรวมทั้งยังต้องคำนึงถึงเงินลงทุนใน
ขั้นตอนนี้ด้วยว่ามีเพียงพอหรือไม่ ธุรกิจที่ทำนั้นต้องลงทุนมากน้อยแค่ไหน ต้องซื้ออะไรบ้าง ถ้า
เงินทุนไม่เพียงพอต้องทำอะไร

ต่อมาในขั้นตอนที่ 2 เมื่อมีลูกค้าที่แน่นอน ควรคำนึงถึงรายได้รายจ่ายและผลกำไร
รวมทั้งเตรียมการเพื่อสร้างตลาดใหม่ แสวงหากู้ลูกค้าเป้าหมายใหม่ ซึ่งในขั้นตอนนี้จะปรับปรุง
ผลิตภัณฑ์เดิม หรือสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อสร้างกลุ่มเป้าหมายเพิ่ม

ส่วนในขั้นตอนที่ 3 เมื่อธุรกิจสามารถดำเนินมาถึงขั้นตอนนี้ได้โดยไม่ล่มสลายไป
ก่อน และสามารถสร้างตลาดได้มากขึ้น จำเป็นต้องขยายงาน ดังนั้นในขั้นตอนนี้จำเป็นต้องสร้าง
ระบบการบริหาร การจัดการ โดยพิจารณาหาผู้รับผิดชอบในแต่ละฝ่ายอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อ
สร้างความมั่นคงทางธุรกิจ

ส่วนในขั้นตอนที่ 4 นั้นธุรกิจชุมชนบางประเภทอาจก้าวไปไม่ถึง ในธุรกิจที่ดำเนิน
มาถึงขั้นนี้ เป็นขั้นที่มีการขยายเป็นสาขาต่าง ๆ ทั่วประเทศ และได้บริหารงานอย่างมีประสิทธิภาพ
จนดำเนินมาถึงขั้นที่ 5 การอ้อมตัวของธุรกิจ ในขั้นนี้ธุรกิจมั่นคง บรรลุเป้าหมาย

ดังนั้นการดำเนินกิจกรรมและการจัดการธุรกิจตามทฤษฎีเศรษฐกิจพอเพียงจึงควรยึดหลักแนวคิดจากทฤษฎีนี้ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานของกิจการ ให้มั่นคงสามารถดำเนินธุรกิจได้ในทุกรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ตามกระแสและแรงกดดันจากภายในและภายนอกประเทศ ดังนี้

1. รสนิยม รสนิยมในการใช้จ่ายมากหรือน้อย เป็นอุปนิสัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน อาจทำให้พฤติกรรมในการใช้จ่ายแตกต่างกันไปด้วย แต่บางครั้งคนที่มีอายุเท่ากันรายได้ไม่แตกต่างกันนัก แต่กลับปรากฏว่ามีรสนิยมในการใช้จ่ายแตกต่างกันมาก คือ คนหนึ่งมีแนวโน้มในการประหยัด อีกคนหนึ่งเป็นคนสุรุ่ยสุร่าย แต่โดยทั่วไปพอจะสรุปได้ว่าคนที่มีอายุน้อยจนถึงวัยกลางคนจะมีแนวโน้มในการใช้จ่ายมากกว่าคนชรา

2. อัตราดอกเบี้ย โดยที่อัตราดอกเบี้ยมีอิทธิพลต่อการออม กล่าวคือถ้าอัตราดอกเบี้ยสูง ประชาชนจะลดการบริโภคลง เพื่อเก็บเงินออมให้มากขึ้น นั่นหมายถึงการบริโภคขอมลดลงด้วย

3. ระดับราคา ราคามีบทบาทต่อการบริโภค ถ้าราคาสินค้าชนิดใดเพิ่มสูงขึ้น ผู้บริโภคย่อมเปลี่ยนไปซื้อสินค้าที่ใช้ทดแทนกันได้ (Substitutes) ทำให้สินค้าที่ขึ้นราคามียอดขายลดลง

สรุปในการพัฒนาศักยภาพและมาตรฐานผ้าทอเน้นสามารถนำแนวความคิดจากทฤษฎีการบริโภคในเรื่องรสนิยมและระดับราคา เพื่อมาพิจารณาในการปรับปรุงให้สินค้านั้น ๆ สอดคล้องกับรสนิยมของผู้บริโภค อีกทั้งระดับราคาควรพิจารณาราคาให้สอดคล้องกับตลาดในปัจจุบัน โดยในส่วนนี้ใช้เป็นกรอบในการวิจัย

4.5 ทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค

การผลิตสินค้าต่างๆจากผ้าไทดำโดยแนวคิดวัฒนธรรมชาวไทดำในการพัฒนารูปแบบและช่องทางการจัดจำหน่ายได้ศึกษาทฤษฎีและแนวคิดเกี่ยวกับการตัดสินใจของผู้บริโภค ดังนี้

4.5.1 การตัดสินใจ (Decision Making)

การตัดสินใจ หมายถึง กระบวนการในแนวการเลือกที่จะกระทำสิ่งใดสิ่งหนึ่งจากทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ซึ่งผู้บริโภคมักจะตัดสินใจในทางเลือกต่าง ๆ ที่มีอยู่ ในประเภทสินค้าและการบริการในชีวิตประจำวัน โดยที่เขาจะเลือกสินค้าหรือบริการตามข้อมูลและข้อจำกัดของสถานการณ์การตัดสินใจจึงเป็นกระบวนการที่สำคัญและอยู่ภายใต้จิตใจของผู้บริโภค ซึ่งถ้านักการตลาดสามารถทำความเข้าใจ และเข้าถึงจิตใจของผู้บริโภคการวางแผนการกระจายสินค้าและสร้างความยอมรับของผู้บริโภคก็จะมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

4.5.2 กระบวนการซื้อ (Buying as a Process)

กระบวนการซื้อ ในแง่ของความคิด การซื้อเป็นเพียงขั้นตอนหนึ่งของ ปฏิริยาที่ผู้บริโภครู้ได้กระทำลงไป แต่เพื่อที่จะทำความเข้าใจขั้นตอนนี้เพียงขั้นเดียว เราจำเป็นต้อง พิจารณาเหตุการณ์ต่าง ๆ ซึ่งเกิดขึ้นก่อนและหลังการซื้อ ดังรูปจำลองแบบง่าย ๆ ดังนี้



แผนภูมิที่ 1 แสดงการพิจารณาระบบการซื้อของผู้บริโภค

ที่มา : อดุลย์ จาตุรงค์กุล, พฤติกรรมผู้บริโภค (กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546), 11.

เมื่อพิจารณาระบบการซื้อของผู้บริโภค เราจะพบว่าปฏิริยาหรือพฤติกรรม ของผู้บริโภคนั้นเกิดขึ้นมาจากอิทธิพลปัจจัยต่าง ๆ มากมาย รวมไปถึงอิทธิพลของสิ่งแวดล้อม ภายนอก การปฏิบัติของผู้บริโภคต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลเหล่านี้เกี่ยวข้องกับกระบวนการทางจิตวิทยา ของตัวผู้บริโภคเองด้วย

การตัดสินใจซื้อ อาจจะเกิดจากอิทธิพลที่ได้รับมาจากปัจจัยต่าง ๆ รวมกับ กระบวนการต่าง ๆ ภายในความคิดของผู้บริโภคเอง อย่างไรก็ตาม การซื้อสินค้าอาจจะไม่เกิดขึ้นก็ ได้ถึงแม้ว่าผู้บริโภคจะได้ตัดสินใจซื้อสินค้าดังกล่าวแล้ว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเหตุผลอื่น ๆ หลาย ประการ เช่น การใช้ความพยายามทางการตลาดไม่เพียงพอ และการใช้ความพยายามนี้ไม่มี ประสิทธิภาพพอที่จะกระตุ้นให้เกิดการซื้อขายได้ ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจึงจำต้อง ขึ้นอยู่กับการทำความเข้าใจตัวแปรต่าง ๆ ทางสังคม ตัวบุคคลและสถาบันที่มีอิทธิพลต่อการ ตัดสินใจของผู้บริโภค (อดุลย์ จาตุรงค์กุล 2546: 12)

กระบวนการตัดสินใจซื้อ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการแต่ละ ประเภทที่แตกต่างกัน สำหรับสินค้าบางประเภทต้องใช้เวลาในการตัดสินใจนานและต้องการข้อมูล มาก แต่สำหรับสินค้าบางประเภทกลับใช้เวลาสั้นไม่ต้องการข้อมูลมากนักในการตัดสินใจ หรือ

บางครั้งผู้บริโภคอาจจะตัดสินใจในทันที โดยไม่ต้องพิจารณาข้อมูลเพิ่มเติม อย่างไรก็ตามก็ดีไม่ว่าจะเป็น การตัดสินใจ สำหรับสินค้าหรือบริการประเภทใด ผู้บริโภคจะมีความเสี่ยงจากการตัดสินใจ คือ นอกจากสิ่งที่เขาคาดหวังว่าจะได้รับแล้ว ผู้บริโภคต้องยอมรับในสิ่งที่เขาไม่พึงปรารถนาจากการ ตัดสินใจซื้อชิ้น ๆ ด้วย (ฉัตรยาพร เสมอใจ 2545 : 24)

สรุป ผู้บริโภคแต่ละคนจะมีความแตกต่างกันในด้านต่าง ๆ ซึ่งมีผลมาจาก ความแตกต่างกันของลักษณะทางกายภาพและสภาพแวดล้อมของแต่ละบุคคล ทำให้การตัดสินใจ ซื้อของแต่ละบุคคลมีความแตกต่างกัน ดังนั้นนักการตลาดจึงจำเป็นต้องศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผล ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างเหมาะสม

5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุเมธ นวเศรษฐวิสูตร(2544) ตลาดผ้าทอเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย ดังนั้นกลุ่ม ควรมีความรู้ความสามารถในการออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปเสียก่อนจึงจะทำการพัฒนา ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ทันกับยุคสมัย

บุญเสริม ดินตะสุวรรณ (2545) ได้ทำการศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรุง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี มีจุดประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาประวัติความเป็นมาของ ผ้าและเครื่องนุ่งห่มชาวไทยทรงดำ (2) ศึกษาความเชื่อ พิธีกรรม ที่เกี่ยวกับผ้าและเครื่องนุ่งห่ม (3) ศึกษาวิเคราะห์รูปแบบ สี ลวดลายผ้า เครื่องนุ่งห่ม และเครื่องใช้ที่ทำด้วยผ้า

ผลการศึกษาพบว่าชาวไทยทรงดำที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นที่อยู่อาศัยในประเทศไทย ตั้งแต่ สมัยกรุงธนบุรี จนถึงสมัยรัตนโกสินตอนต้น การเรียกชื่อกลุ่มชนที่อาศัยอยู่ในเวียดนามและลาวว่า “ไทดำ” หรือ “ผู้ไทดำ” เมื่ออพยพเข้ามาอยู่ในประเทศไทยมีชื่อเรียกว่า “ลาวโซ่ง” หรือ “ไทยทรงดำ” มีการสืบทอดการทอผ้าจาก บรรพบุรุษในสิบสองจุไทย โดยค้นพบหลักฐานผ้าที่ทอด้วยเส้นใย จากฝ้ายและไหมตลอดจนอุปกรณ์ที่ใช้ในการปั่นฝ้ายของชาวไทยทรงดำ ที่ตำบลหนองปรุง อำเภอ เขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี ว่ามีลักษณะใกล้เคียงกับผ้าที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

สำหรับรูปแบบผ้าและเครื่องนุ่งห่มแบ่งแยกเป็นของผู้ชาย ผู้หญิง และเด็ก โดยมี ลักษณะการใช้ในชีวิตประจำวันและในพิธีกรรม ส่วนการใช้สีแบ่งออกเป็น 2 วรรณะ คือ วรรณะ ร้อน แสดงถึงอารมณ์กระฉับกระเฉง ความรื่นเริง และความขัดแย้ง ได้แก่ สีเหลือง สีส้ม สีแดง และ สีแดงเลือดหมู วรรณะเย็น แสดงถึง ความเศร้าโศก อ้างว้าง และเดี๋ยวตาย ได้แก่ สีเขียว และสีคราม การผลิตผ้าและเครื่องนุ่งห่มขึ้นอยู่กับช่างทอผ้าว่าอยู่ในสภาวะหรือสถานการณ์ใด สีของผ้าก็จะ แสดงอารมณ์ออกมาทางผืนผ้านั้น ส่วนลวดลายมีการประดิษฐ์ด้วยวิธีการทอ ปัก ปะ และขีด มีชื่อ

และลักษณะรูปร่างที่สื่อความหมาย สัมพันธ์กับวิถีชีวิตและความเชื่อของชาวไทยทรงดำ จำนวน 5 ลาย คือ ลายพันธุ์พุกญา ลายสัตว์ ลายเครื่องมือเครื่องใช้ ลายสถานที่และสิ่งของ และลายเบ็ดเตล็ด

ศูนย์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (2545) การแข่งขันการตลาดบนเว็บไซต์สูงมากขึ้นทุกปีทั้งนี้เนื่องจากเป็นช่องทางการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคตลอดเวลา มีความต่อเนื่องของกลุ่มตลาดเป้าหมาย สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทัดเทียมกัน และเป็นการเสริมภาพลักษณ์ขององค์กร ในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ รวมถึงความทันสมัยของข้อมูลในเว็บไซต์

พรพิมล เฝ้าภูริ (2546 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าไทยของนิสิตนักศึกษามหาวิทยาลัยของรัฐ ในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าไทยของนิสิตนักศึกษาที่มีพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าไทยทุกด้านในระดับปฏิบัติเป็นบางครั้ง และปัจจัยด้านสิ่งเร้าทางการตลาดที่จูงใจให้นิสิตนักศึกษาบริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าไทยมากที่สุด คือปัจจัยด้านสถานที่ เมื่อการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับปัจจัยด้านสิ่งเร้าทางการตลาด พบว่ารายได้มีความสัมพันธ์กับปัจจัยด้านสิ่งเร้าทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าไทยของนิสิตนักศึกษาพบว่า 1) รายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าไทย ด้านการรับรู้ปัญหาและกระบวนการหลังการซื้อ 2) อาชีพของมารดา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าไทย ด้านการรับรู้ปัญหา 3) สถานที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าไทย ด้านการสืบเสาะข้อมูล การประเมิน และการเลือก การซื้อจากร้านที่เลือก และกระบวนการหลังการซื้อส่วนร่วมและความเป็นกันเอง แต่ถึงอย่างไรก็ตามคณะกรรมการก็ยังมีประสบการณ์ไม่พอเพียงในด้านการใช้ระบบข้อมูลเพื่อการบริหารและผลิต ควรได้รับการพัฒนาต่อไป

นวลจิตต์ เรืองศรีใส (2546 : 57) กลุ่มเน้นการผลิต ผลิตภัณฑ์ ตามคำสั่งซื้อของลูกค้า เพื่อจำหน่ายที่กลุ่มเป็นหลัก โดยไม่มีส่วนร่วมในการตลาด ทำให้ปริมาณการผลิตมากกว่าปริมาณการจำหน่าย ถึงแม้ว่าสมาชิกภายในกลุ่มจะเคยได้รับการอบรมพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากหน่วยงานต่างๆ แต่ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการฝึกอบรมจะต้องอาศัยความชำนาญในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับมาตรฐานและคุณภาพของสินค้าเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดผู้บริโภคให้ซื้อสินค้า

ยุนต์ิ จารุลักขณา (2548 : บทคัดย่อ) ได้ศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายกระเบื้องเซรามิก ในนครปักกิ่ง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ของบริษัท เซรามิกอุตสาหกรรมไทย จำกัด พบว่าจากการศึกษาทฤษฎีของช่องทางการจัดจำหน่ายเกี่ยวกับการเลือกประเภทคนกลาง จำนวนคนกลาง หน้าที่ความรับผิดชอบของคนกลาง และเครื่องมือการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อนำมาพิจารณาร่วมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สามารถแยกเป็นลูกค้าระดับบน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายระดับล่าง

หรืองานโครงการอื่น ๆ นำมาพิจารณากับปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยแวดล้อมภายนอกในด้านสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ปัจจัยแวดล้อมภายในเกี่ยวกับนโยบายการตลาด ระบบการกระจายสินค้าของคู่แข่ง การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ขนาดของการซื้อ ความสะดวกในการขนส่งและการเก็บรักษา

ธิดารัตน์ ศิริศักดิ์พาณิชย์ (2548) ลูกค้าส่วนใหญ่ชอบผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบเรียบง่าย สวมใส่แล้วสวยงามดูภูมิฐานสง่าผ่าเผย สุกภาพเรียบร้อยเข้ากับลักษณะของกลุ่มวัยตนเอง

รุ่งศักดิ์ วิลามาต (2549: 3) กล่าวว่าปัจจุบัน ผู้ประกอบการ หรือ ธุรกิจ หันมาให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการจัดจำหน่าย ที่มีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในการแข่งขัน เนื่องจากธุรกิจมีเทคโนโลยีในการผลิต มีการตั้งราคาตลอดจนการส่งเสริมทางการตลาดที่ไม่แตกต่างกันจึงทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้บริโภคและสินค้าของผู้ผลิต เป็นตัวชี้ขาดในการแข่งขัน ธุรกิจใดสามารถดำเนินกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งผลิตไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ทันกับความต้องการของผู้บริโภค จึงจะประสบความสำเร็จ

สิบลักษณ์กรวรรณ สุ่มมาตย์ (2551 : บทคัดย่อ) ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เลือกซื้อผ้าไหมและผ้าฝ้าย ทรงข้อมูล ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองจากเพื่อน มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อคือ ซื้อเพื่อใช้เองในโอกาสต่างๆ เป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมไทย ส่วนใหญ่เคยซื้อมาแล้วเป็นระยะเวลามากกว่า 1 ปี ด้วยการจ่ายเงินสด ซื้อต่อครั้งไม่เกิน 1,000 บาท ซื้อแต่ละครั้งจำนวน 1 ชิ้น โดยมีการเปรียบเทียบ ราคา ก่อนซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง และมีการพิจารณาถึงแหล่งผลิตในการตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ยังคงสวมใส่ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองต่อไป ถึงแม้ว่าภาครัฐจะไม่มีมาตรการบังคับให้สวมใส่ สำหรับในการเลือกซื้อแต่ละครั้ง นิยมเลือกซื้อจากแหล่งผลิต เพราะมีความสะดวก และเลือกซื้อ ดีอ่อน สบายธรรมชาติ ส่วนด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ผ้าทอพื้นเมืองคือ การประชาสัมพันธ์ เหตุผลที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อคือ ราคาถูก มีโอกาสเลือกได้รูปแบบได้มากและสินค้ามีคุณภาพ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอชาวไทดำ บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม” เป็นการศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองตามกรอบแนวคิดของกระบวนการจัดการเชิงกลยุทธ์

1. ประชากรและผู้ให้ข้อมูลหลัก

ประชากร (Population) และ ผู้ให้ข้อมูลการศึกษาครั้งนี้ ผู้ศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ประชากรและกลุ่มตัวอย่างจากกลุ่มทอผ้าไทดำ บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยมีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 22 คน ประกอบด้วย

1. ประธานกลุ่ม จำนวน 1 คน
2. รองประธานกลุ่มและคณะบริหาร จำนวน 5 คน
3. สมาชิกกลุ่ม จำนวน 10 คน
4. เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน จำนวน 1 คน
5. เจ้าหน้าที่ในสำนักงานปกครองท้องถิ่นที่ทำหน้าที่ส่งเสริมอาชีพ จำนวน 5 คน โดย

ประชากรที่เป็นสมาชิกกลุ่มเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง ประกอบไปด้วย เற்றுณิก เลขานุการ ฝ่ายตลาด ฝ่ายตัดเย็บและการผลิต ฝ่ายออกแบบและการผลิต และที่ปรึกษา เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างดังกล่าวได้ร่วมดำเนินงานกับกลุ่มตั้งแต่ก่อตั้งกลุ่ม เป็นคณะกรรมการที่ได้รับการเลือกตั้งจากสมาชิก และได้ดำเนินงานของกลุ่มในด้านต่าง ๆ ตามที่ได้รับการแต่งตั้ง จึงมีความเหมาะสมที่จะให้ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการศึกษาในครั้งนี้

6. กลุ่มลูกค้า จำนวน 10 คน

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้ ใช้วิธีการสัมภาษณ์อย่างไม่เป็นทางการกับผู้ให้ข้อมูล ประกอบกับการสังเกตอย่างไม่มีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต การจำหน่าย การบรรจุหีบห่อ โดยผู้ศึกษาได้เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเองตามขั้นตอน ดังนี้

1. เตรียมการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการลงภาคสนามและสร้างความคุ้นเคยกับผู้ให้ข้อมูล และชี้แจงถึงวัตถุประสงค์ในการศึกษา รวมทั้งประโยชน์ที่จะได้รับจากการศึกษา และขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้ศึกษาได้นัดหมายวันเวลาในการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่ในสำนักงานปกครองท้องถิ่นที่ทำหน้าที่ส่งเสริมอาชีพ และลูกค้าที่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์กลุ่มฯ ไปจำหน่าย

2. ดำเนินการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างเป็นรายบุคคล โดยจดบันทึกข้อมูลอย่างละเอียด

3. ดำเนินการแยกแยะ จัดหมวดหมู่ และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการศึกษา แล้วนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์ข้อมูล

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่ตัวของผู้วิจัยในฐานะเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลงานวิจัยเชิงคุณภาพ สมุดจดบันทึก เครื่องบันทึกเสียง และเครื่องบันทึกภาพ โดยนำมาใช้เพื่อ

1. การสัมภาษณ์ระดับลึก โดยการสัมภาษณ์ระดับลึกในครั้งนี้ แบ่งเป็น

1.1 แนวคำถามในการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มทอผ้า เกี่ยวกับบริบทกลุ่มทอผ้า และการพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ เช่น

1.1.1 ประวัติผ้าทอไทยทรงดำ

1.1.2 ความหมายและความหมาย ตลอดจนการนำไปใช้

1.1.3 ประวัติความเป็นมาของกลุ่มทอผ้าไทยทรงดำบ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบล

ดอนยายหอม อ.เมือง จ.นครปฐม

1.1.4 การอนุรักษ์และสืบทอด

1.1.5 นโยบายดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าไทดำ บ้านสะแกรายรัมย์เย็น

ผลงานวิจัยนักศึกษาระดับปริญญาตรี

1.1.7 กลยุทธ์การผลิตและการตลาดในอนาคต

1.2 แบบสัมภาษณ์ข้าราชการส่วนท้องถิ่น ทั้งข้าราชการการเมือง และข้าราชการประจำ เกี่ยวกับแผนการส่งเสริม พัฒนาและอนุรักษ์การทอผ้าไทยทรงดำ เช่น

1.2.1 วิสัยทัศน์การอนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น

1.2.2 การส่งเสริมให้เป็นอาชีพ และช่องทางการจัดจำหน่าย

1.2.3 แนวทางการสนับสนุน

2. การสนทนาแบบกลุ่ม โดยผู้ทำการวิจัยแบ่งผู้ให้ข้อมูลออกเป็นกลุ่ม กลุ่มละ 5 -10 คน ใช้เวลาในการสนทนา 1-2 ชั่วโมง ผู้วิจัยได้ทำการเตรียมแนวคำถามเพื่อเป็นแนวทางในการสนทนา กลุ่ม โดยคำถามจะเน้นในเรื่อง ปัญหาที่เผชิญ ความต้องการในการอนุรักษ์และพัฒนา เช่น

- 2.1 ปัญหาเรื่องการส่งเสริมการจัดจำหน่าย
- 2.2 ปัญหาการขาดการร่วมมือกันพัฒนาของข้าราชการส่วนท้องถิ่น
- 2.3 ปัญหาการดำรงค้อยู่ของผ้าทอไทยทรงดำ

ในการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยได้เขียนแนวการสัมภาษณ์ไว้เป็นคำถามปลายเปิด เชิง ชักถามหาเหตุผลและร่วมกันหาคำตอบ ประเด็นคำถามได้จากวัตถุประสงค์การวิจัย โดยนำมาแจกแจงว่าวัตถุประสงค์ดังกล่าว ต้องการค้นหาหรือศึกษาถึงอะไร

4. การสร้างเครื่องมือ

การสัมภาษณ์ระดับลึกและการสนทนากลุ่ม มีวิธีการสร้างต่อไปนี้

1. สร้างข้อคำถาม และประเด็นการสัมภาษณ์
2. นำข้อคำถาม และประเด็นการสัมภาษณ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาให้ครอบคลุมเรื่อง ที่ต้องการจะศึกษา
3. จัดทำบทสัมภาษณ์ฉบับสมบูรณ์

5. ขั้นตอนการวิจัย

5.1 ศึกษาและวิเคราะห์บริบทตลอดจนศักยภาพของกลุ่มผ้าไทยทรงดำ ซึ่งใช้การ สัมภาษณ์เพื่อให้ทราบถึงปัญหาของกลุ่มตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงปัจจุบัน โดยใช้การประชุมเพื่อระดม ความคิดเห็น จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ เพื่อเป็นแนวทางการอนุรักษ์และพัฒนา กลุ่มทอ ผ้าต่อไป โดยมีกระบวนการดังต่อไปนี้

5.1.1 ศึกษาบริบทชุมชน ตลอดจนงานวิจัยที่มีผู้เคยวิจัยมาแล้ว

5.1.2 สัมภาษณ์เชิงลึก

5.1.3 สนทนากลุ่ม เพื่อเป็นการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ปัญหา และอุปสรรคใน การจัดตั้งกลุ่มทอผ้าไทยทรงดำ

5.1.4 จัดเวทีประชาคมหมู่บ้านเพื่อนำแนวทางที่ได้จากการปฏิบัติ ในข้อ 2 ข้อ3 ข้อ เพื่อนำมาใช้ในการอนุรักษ์และพัฒนา กลุ่มทอผ้าไทยทรงดำต่อไป

5.2 การพัฒนาการทอผ้าไทยทรงดำ ในขั้นตอนนี้ นำผลที่ได้จากขั้นตอนที่ 1 มา ดำเนินการต่อ

5.3 การนำไปปฏิบัติ ในขั้นตอนนี้เป็นการสรุปผลการดำเนินงานต่างๆร่วมกันระหว่างนักวิจัย สมาชิกในท้องถิ่น และผู้ที่เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เกี่ยวกับกิจกรรมที่ได้ดำเนินการนั้นเกิดประโยชน์อะไรบ้าง อย่างไร กิจกรรมใดบ้างที่เหมาะสมและเป็นไปได้ในการนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผ้าทอและช่องทางการตลาด ในขั้นตอนนี้มีกิจกรรม ดังนี้

5.3.1 สอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคผ้าทอพื้นบ้านเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผ้าทอมือ และการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือในโครงการ

5.3.2 การจัดเวทีชาวบ้าน โดยมีสมาชิกในชุมชน สมาชิกในกลุ่มทอผ้า รวมทั้งตัวแทนจากหน่วยงานอื่นๆที่เกี่ยวข้อง ร่วมสรุปผลการดำเนินงาน แล้วสรุปบทเรียนที่ได้

6. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลที่ได้เพื่อให้ตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยและให้ได้ข้อมูลอย่างครบถ้วนสมบูรณ์และมีความน่าเชื่อถือ โดยใช้วิธีการสอบถาม การสังเกต และสัมภาษณ์จากบุคคลที่ให้ข้อมูล โดยการตรวจสอบข้อมูลในการวิจัยได้กระทำพร้อมๆกับการเก็บข้อมูล ซึ่งเป็นการตรวจสอบทันทีและตรวจสอบในช่วงของการวิเคราะห์ข้อมูลเป็นระยะๆจนสู่ขั้นตอนการสรุปผลการวิเคราะห์ จึงได้ตรวจสอบอีกครั้งหนึ่งเพื่อให้คำตอบที่ถูกต้องครบถ้วนสามารถตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้

วิธีการตรวจสอบข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลโดยใช้เทคนิคสามเส้า ซึ่งเป็นการตรวจสอบข้อมูลโดยการพิจารณาถึงเวลา สถานที่ บุคคล ถ้าหากมีการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับเวลา สถานที่ และบุคคลผู้ให้ข้อมูลแล้ว ข้อมูลที่ได้จะเหมือนเดิมหรือไม่

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยวิธีการการวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ในเบื้องต้น ไปพร้อมๆกับการเก็บข้อมูลโดยในแต่ละครั้งที่ทำการเก็บข้อมูลจะบันทึกข้อมูลอย่างละเอียดแล้วนำมาจัดเป็นหมวดหมู่ แยกประเภท และวิเคราะห์ข้อมูลตามแนวคิดหรือทฤษฎีเพื่อหาข้อสรุปแล้วจึงนำเสนอรายงานผลการวิจัยแบบบรรยาย

7. ระยะเวลาการวิจัย

ระยะเวลาในการวิจัยครั้งนี้ ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม พ.ศ.2553 – 31 ธันวาคม พ.ศ.2553 ระยะเวลาที่ทำการวิจัย และแผนการดำเนินงานตลอดโครงการวิจัย ระยะเวลาการทำวิจัย ม.ค. 2553 – ธ.ค. 2553

ตารางที่ 1 แสดงระยะเวลาในการวิจัย

กิจกรรม	ระยะเวลา											
	ม.ค	ก.พ	มี.ค	เม.ย	พ.ค	มิ.ย	ก.ค	ส.ค	ก.ย	ต.ค	พ.ย	ธ.ค
1 คั่นคว้าข้อมูล และ ทบทวนวรรณกรรมใน การเขียน โครงร่างวิจัย	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓			
2.ระยะเวลาในการเก็บ ข้อมูล									✓	✓		
3. วิเคราะห์ข้อมูล										✓		
4. สรุปและวิจารณ์ผล											✓	
5. ตรวจสอบความถูกต้อง โดยผู้เชี่ยวชาญ												✓
6.จัดทำรายงานผลวิจัย และเผยแพร่ผลงาน												✓

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลและการนำเสนอผลการวิเคราะห์ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย เรื่อง “แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่มทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม” ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก และการสังเกตแบบมีส่วนร่วมของผู้ที่วิจัย ถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าไทดำหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

จากนั้นนำมาวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย ในการประกอบการธุรกิจผ้าทอ

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในบทนี้ จึงแบ่งออกเป็น 5 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ประวัติความเป็นมาของเจ้าของกลุ่มทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ตอนที่ 2 ศึกษา รูปแบบผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 3 ศึกษาช่องทางการจัดจำหน่าย

ตอนที่ 4 วิเคราะห์และวางแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 5 วิเคราะห์และวางแนวทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

รายละเอียดการวิจัยแต่ละส่วนสามารถอธิบายได้ดังนี้

ตอนที่ 1 ความเป็นมาของกลุ่มผ้าทอมือหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ในอดีตที่ผ่านมา เมื่อชาวไทดำหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็นเมื่อว่างเว้นจากการทำนา ทำสวน มักหางานง่ายๆมาทำเพื่อฆ่าเวลา บางคนก็ทำงานฝีมือบางอย่าง เพื่อประดิษฐ์สิ่งของเครื่องใช้ภายในครอบครัวประชาชนในชุมชนหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็นส่วนหนึ่งทอผ้าไทดำเอาไว้ใช้เองในครอบครัว และนำไปจำหน่ายในส่วนที่เหลือใช้แล้วแต่สภาพของแต่ละครอบครัว ในการทอผ้าไทดำนั้น ในอดีตสมาชิกอาวุโสในแต่ละครอบครัวเป็นผู้มารวมตัวช่วยกันทำเพียงเพื่อเป็นการพบปะสังสรรค์กันของผู้อาวุโส ต่อมาจึงเริ่มมีการเผยแพร่ภูมิปัญญาการทอผ้าไทดำนี้ให้แก่คนรุ่นใหม่ที่มีความสนใจใคร่ว่างอยู่ก็ลองหิบบลองทำไม่นานก็ทำเป็นและทอได้ ดังนั้น จึงทำให้สมาชิกและเด็ก ๆ รุ่นต่อไป

ได้เรียนรู้ และสืบทอดต่อ ๆ กันมาจนกลายเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านของชุมชนหมู่บ้านสะแกรายร่มเย็น

ตามที่กล่าวมาแล้ว ว่า ชุมชนบ้านหมู่บ้านสะแกรายร่มเย็น เป็นชุมชนเกษตรกรรมมาตั้งแต่ดั้งเดิม ประชาชนส่วนใหญ่มีอาชีพหลักในปัจจุบัน คือ การทำเกษตรกรรม เช่น การเพาะปลูกพืชผักสวนครัว การปลูกไม้ผล การเลี้ยงปลา การเลี้ยงกุ้ง และมีอาชีพเสริมบางครัวเรือน คือการทอผ้าไทดำ เพื่อนำมาใช้ในครอบครัว และจำหน่ายบ้าง

จากการพูดคุยและสัมภาษณ์ชาวบ้าน ทำให้ทราบว่า การทอผ้าไทดำเป็นภูมิปัญญาชาวบ้านซึ่งสืบทอดกันมานานหลายสิบปีต่อมารการทอผ้าไทดำของหมู่บ้านสะแกรายร่มเย็นค่อย ๆ สูญหายไปจากชุมชน เนื่องจากสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงเป็นอุตสาหกรรมมากขึ้น และความนิยมในการใช้ผ้าทอไทดำลดลง เพราะมีเสื้อผ้าสำเร็จรูปรูปแบบทันสมัยต่างๆเข้ามา ตลอดจนในพิธีกรรมต่างๆของชาวไทดำที่แต่เดิมครอบครัวชาวไทดำมักจะแต่งกายด้วยผ้าไทดำร่วมพิธีนั้น ได้มีการเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยยกเว้นคือ คนรุ่นใหม่ส่วนมากมักยึดความสะดวกมากกว่าความคิดที่จะอนุรักษ์และสืบสานขนบธรรมเนียมประเพณีที่ดำรงนั้นไว้ จนถึง ปี พ.ศ. 2544 รัฐบาลปัจจุบันได้ประกาศนโยบายกองทุนหมู่บ้านและชุมชนเมืองและสนับสนุนให้ทุกหมู่บ้านหรือชุมชนร่วมกัน จัดตั้งกองทุนหมู่บ้านขึ้น เพื่อให้ประชาชนได้กู้ยืมเงินเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาอาชีพ และเพิ่มรายได้ ดังนั้น จึงมีชาวบ้านกลุ่มหนึ่งจำนวน 13 คน ได้รวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มอาชีพทอผ้าไทดำขึ้นมา โดยใช้ชื่อว่า “กลุ่มทอผ้าไทดำหมู่บ้านสะแกรายร่มเย็น” เมื่อวันที่ 25 เดือน มกราคม พ.ศ. 2544 ทั้งนี้ เพื่อที่จะใช้สิทธิกู้ยืมเงินจากกองทุนหมู่บ้านมาพัฒนาอาชีพ โดยได้ทำการกู้ยืมเงินกองทุนหมู่บ้านในครั้งแรก จำนวน 5,000 บาท และได้นำเงินที่กู้ยืมมา ส่วนหนึ่งไปดำเนินการในเรื่องการจัดเตรียมวัตถุดิบต่างๆ เมื่อดำเนินการผลิตผ้าทอไทดำไประยะแรกพบว่า การดำเนินงานยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร แต่สมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่ก็ยังสู้ต่อไปเพราะเล็งเห็นความสำคัญของการสืบสานการทอผ้าไทดำ จึงต้องการอนุรักษ์ภูมิปัญญาไว้

หากเลิกทำอาชีพนี้ก็น่าเสียดาย เพราะเป็นงานฝีมือที่พ่อแม่สืบทอดทำกันมา เราต้องอนุรักษ์ไว้ ให้ลูกหลานต่อไป (วรรณมา แฝงคด 2553)

ปัจจุบันกลุ่มทอผ้าไทดำมีจำนวนสมาชิกทั้งหมด 39 คน เป็นชาย 10 คนเป็นหญิง 29 คน โดยแบ่งตามช่วงอายุ ได้แก่ อายุ 51 - 60 ปี มากที่สุด คือ จำนวน 8 คน รองลงไปอายุ 41 - 50 ปีคือจำนวน 12 คน อายุ 31 - 40 ปีคือ 15 คน และน้อยที่สุดอายุน้อยกว่า 30 ปี จำนวน 4 คน จะเห็นได้ว่าสมาชิกส่วนใหญ่เป็นกลุ่มแม่บ้านที่ได้ร่วมกันสืบทอดการทอผ้าไทดำไว้ ซึ่งเห็นว่าเป็นการเพิ่มรายได้ และสามารถช่วยเหลือจุนเจือครอบครัวได้อีกทางหนึ่ง โดยมีคุณสรารุช คงถนอม เป็นผู้ก่อตั้งและเป็นประธานกลุ่มกลุ่มทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายร่มเย็น คนปัจจุบัน

ถึงเมื่ออาชีพนี้ รายได้ที่ทำนั้นยังได้ไม่มากนัก แต่ฉันก็ภูมิใจเพราะทำด้วยน้ำพักน้ำแรงของตัวเอง ดีกว่าอยู่เฉย ๆ (นิตยา มีดี 2553)

ส่วนใหญ่สมาชิกกลุ่มที่ร่วมกันทอผ้าก็เป็นคนในหมู่บ้านนี้แหละ มีแต่คนอายุมากแล้ว ทั้งนั้นมาจับกลุ่ม กันทำ (นันทนา ปิ่นทอง 2553)

ประวัติประธานกลุ่มทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็นคือ คุณสรราช คงถนอม ซึ่งเป็นผู้ก่อตั้งกลุ่มทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น คุณสรราช เกิดวันที่ 25 มีนาคม 2515 สมรสกับคุณวาสนา คงถนอม เมื่อพ.ศ. 2540 มีบุตร 1 คน คือ คุณทัตดาว คงถนอม

วุฒิกการศึกษา สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี วิทยาศาสตร์บัณฑิต(วท.บ.)จากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมเมื่อ พ.ศ. 2537

ตำแหน่งทางสังคม เป็นคณะกรรมการการศึกษา โรงเรียนบ้านตากแดด ปี พ.ศ. 2546 รองประธานกองทุนหมู่บ้าน หมู่ 9 ต.ดอนยายหอม อ.เมือง จ.นครปฐม พ.ศ. 2547 สมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2547 ที่ปรึกษาคณะกรรมการชมรมผู้เลี้ยงกุ้งขาวเขต จ.นครปฐม พ.ศ. 2549 ประธานกลุ่มทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น

แนวทางปฏิบัติของ คุณสรราช คือเผยแพร่งานอาชีพที่ตนเองถนัด ให้กับผู้ที่สนใจ สนับสนุนทั้งด้านสติปัญญา และทุนทรัพย์ในการสร้างบุคลากร ที่มีคุณภาพออกสู่สังคมร่วมกับหน่วยงาน องค์กร ทั้งทางภาครัฐและเอกชนในการร่วมมือสร้างสรรค์สังคมทุกด้าน ทุกวิถีทาง ที่สามารถกระทำได้ ทั้งนี้ เพื่อบรรลุเป้าหมาย อันพึงปรารถนาของสังคมโดยรวมต่อไป

ที่ตั้ง กลุ่มทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น บ้านเลขที่ 27/2 หมู่ ตำบลดอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม 73100 โทรศัพท์ (034)982135, (084)8021890

ตอนที่ 2 ศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (4P's) ของ Phillip Kotler มาใช้ในการอธิบายถึงองค์ประกอบที่สำคัญของรูปแบบผลิตภัณฑ์ ที่ใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลดอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม โดยมีผลการศึกษา ดังนี้

ด้านผลิตภัณฑ์(Product) จากการศึกษาพบว่า การดำเนินการด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตลอดระยะเวลาของการดำเนินงานกลุ่มตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน ในการออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์มีไม่ต่ำกว่าหนึ่งร้อยรายการ สินค้าส่วนมากเป็นรูปแบบดั้งเดิม เริ่มจากแนวคิดมาจากการผลิตไว้ใช้กันเองในครอบครัวชาวไทดำ ต่อจากนั้นจึงพัฒนาไปทางธุรกิจและรับผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าได้ นอกจากนี้ทางกลุ่มยังได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอมา

อย่างต่อเนื่อง โดยการส่งเสริมให้สมาชิกเข้ารับการอบรมเพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการออกแบบ ลวดลายใหม่ ๆ จนทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มมีรูปแบบที่หลากหลายเพิ่มขึ้นเช่น การนำลายปัก ต่าง ๆ มาปักตกแต่งเสื้อก๊อม เสื้อฮี และผ้าชิ้นเป็นต้น แต่ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้รับความนิยมจากลูกค้า มากนัก เนื่องจากมีผู้ประกอบการกลุ่มทอผ้าไทดำกลุ่มอื่นๆที่มีรูปแบบผลิตภัณฑ์คล้ายๆกันทำให้ ลูกค้ามีโอกาสเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ตามความพึงพอใจ นอกจากนี้ ลูกค้าส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญ ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่มีความสะดวกสบายต่อการใช้งานเพิ่มมากขึ้น

ผ้าทอไทดำนั้นมีความคล้ายกันในส่วนของผลิตภัณฑ์ในหลายๆรูปแบบ ส่วนมากมี ความสัมพันธ์กันทั้งในด้านขนบธรรมเนียมประเพณีของชาวไทยไทดำหรือความเกี่ยวข้องกับในเรื่อง ของแหล่งการเรียนรู้ในการนำเอาภูมิปัญญาไทดำมาประยุกต์ไปในเชิงธุรกิจที่เดียวกัน ตลาดหรือ พ่อค้าคนกลางเดียวกัน โดยผลิตภัณฑ์แตกต่างกันบ้างเล็กน้อยในส่วนประกอบของรายละเอียด ลวดลายปักและรูปแบบของผลิตภัณฑ์

ถ้าหากอยากขายผ้าทอได้ดีก็ต้องผลิตหลากหลายแบบ เริ่มแรกดิฉันเคยทำงาน เป็นช่าง ตัดเสื้อผ้า หลังจากนั้นได้เข้ากลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น แต่ว่าตอนแรกๆได้เงินมาไม่มากนัก จึง หันมาพัฒนารูปแบบผลิตให้เน้นไปในแนวทางที่มีรูปแบบทันสมัยขึ้น โดยอาศัยคูจากรายการ โทรทัศน์ และการไป ดูงานที่กลุ่มทอผ้าอื่นๆ (พรัดนา สร้อยทอง 2553)

ด้านราคาผลิตภัณฑ์ (Prices) จากการศึกษาพบว่า หลักเกณฑ์ตั้งราคาผลิตภัณฑ์ของ กลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น ได้มาจากเมื่อตอนเริ่มการที่กลุ่มทอผ้าแห่งนี้ได้อ้างอิงราคา ผลิตภัณฑ์ของตนเองกับราคาผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกันของกลุ่มทอผ้าไทดำแห่งอื่นๆ ที่อยู่ในจังหวัด นครปฐม และจังหวัดเพชรบุรี มาเป็นเกณฑ์ในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ โดยการการตั้งราคาเองต้น ของผลิตภัณฑ์ต่างๆ เช่น เสื้อก๊อม เสื้อฮี ราคาตัวละ 400บาท ฟ้านุ่งผืนละ 350บาท ผ้าผืนราคา 300 บาท และผ้าคล้องไหล่ราคา 200บาท แต่เมื่อทางกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็นได้เริ่มมีการ ปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากตลาดนัดแห่งอื่นๆ ก็ได้มีการปรับราคาผลิตภัณฑ์เฉลี่ย ขึ้นละ 100 บาท

ทางกลุ่มเป็นผู้ตั้งราคาของผลิตภัณฑ์ขึ้นเอง โดยพิจารณาจากต้นทุนการผลิตทั้งหมด และลูกค้าที่ซื้อสินค้าปริมาณมาก สามารถซื้อสินค้าได้ถูกกว่าลูกค้าที่ซื้อสินค้าจำนวนน้อยขึ้น เพราะทางกลุ่มได้เปรียบเทียบราคากับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอื่นๆ เนื่องจากทุกวันนี้เรายังขาด ประสบการณ์ในการแข่งขันทางการตลาด (วิทยา จอมบุญ 2553)

จำนวนผลิตภัณฑ์ในร้านจำหน่ายตรงของกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น จากการ สังเกตผู้วิจัยเห็นว่ามีความมากมายหลายขนาดหลายรูปแบบ ยากต่อการจำชื่อเรียก และราคาใน ส่วนนี้พนักงานขายประจำร้านได้ให้ข้อมูลถึงราคาที่ขายหน้าร้านว่า

วิธีการจําราคาขายใช้การดูจากรูปแบบของผลิตภัณฑ์แบ่งเป็นเสื้อผ้าถุง ผ้าฝืน และ ของที่ระลึก โดยแบ่งเป็นขนาดของผู้ใหญ่ และเด็กหรือถ้าตัวไหนจําราคาไม่ได้ หรือไม่แน่ใจ ก็สอบถามจากเพื่อนที่ขายด้วยกันหรือเช็คราคาจากสมุดรายการสินค้าอีกที (อุไร เขียววาง 2553)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย(Place) ตลาดผ้าทอไทดำในปัจจุบันนี้ยังไม่กว้างขวางและแพร่หลายเท่าที่ควร เมื่อเปรียบเทียบกับผ้าทอพื้นบ้านชนิดอื่นๆ กลุ่มลูกค้าของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จึงเป็นขาประจำและมีเพียงส่วนน้อยมากสำหรับกลุ่มลูกค้าจร ทางกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายรัมย์เย็นได้แบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่ม คือ

1. กลุ่มลูกค้าขาประจำ ได้แก่ลูกค้าที่มาเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำในร้านค้าของกลุ่มอยู่เป็นประจำ ส่วนมากเป็นข้าราชการ และ คนในพื้นที่เอง
2. กลุ่มลูกค้าขายส่งหรือพ่อค้าคนกลาง ได้แก่ลูกค้าที่สั่งสินค้าไปเพื่อจัดขายปลีกหรือส่งให้ร้านค้าทั่วไป หรือส่งตามร้านขายสินค้าพื้นเมือง หรือส่งต่างประเทศ มีปริมาณการซื้อมาก
3. กลุ่มลูกค้าจร ได้แก่ลูกค้าที่มาเยี่ยมชมกลุ่มทอผ้าโดยมาในลักษณะการมาดูงานหรือมาเป็นกรุ๊ปทัวร์เป็นการซื้อใช้เองโดยตรงหรือซื้อเป็นของฝากของที่ระลึก แต่มีปริมาณการซื้อที่น้อยถึงปานกลาง

การเดินทางไปยังกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายรัมย์เย็นสามารถเดินทางได้ 2 วิธี ได้แก่

- 1) รถประจำทาง เริ่มต้นที่ตลาดเทศบาลนครปฐม ขึ้นรถโดยสารประจำทางสายนครปฐม-บ้านแพ้ว มาลงที่หมู่บ้านล้มะเอียง แล้วต่อรถรับจ้างให้มาส่งยังหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น 2) รถยนต์ส่วนตัวสามารถเดินทางได้ ดังนี้ ถ.เพชรเกษม ขับมาตามเส้นทาง สายนครปฐม-บ้านแพ้ว ระยะทาง 16 กิโลเมตร จะเจอสี่แยก ให้เลี้ยวขวาเข้าไปอีกกิโลเมตรก็จะถึงร้านค้าของกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น

ทางกลุ่มใช้ช่องทางค้าส่งโดยประมาณ 20 % ช่วงแรกเป็นการนำไปฝากขายที่ร้านปิยชนกที่เป็นแหล่งการเรียนรู้ภูมิปัญญาไทดำที่ ตำบลคอนยายหอมจนปัจจุบันได้พัฒนาเป็นการขายส่งให้กับทางร้าน และร้านอื่นๆในต่างจังหวัด เป็นส่วนใหญ่ (สรารุช คงถนอม 2553)

กลุ่มลูกค้าจรส่วนมากเป็นนักท่องเที่ยว บางทีก็มาเป็นเป็นคณะทัวร์ บางที ขับรถผ่านแล้วแวะซื้อเป็นของฝากก็มี (สรารุช คงถนอม 2553)

ด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion) โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการจากการมีระบบการผลิตที่ได้ทำการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากนี้ทางกลุ่มยังได้มีโอกาสร่วมงานกับกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็นไปทั่วประเทศ ผ่านทางสื่อโทรทัศน์ เช่น เมื่อปี 2535 ได้ออกรายการคนไทยวันนี้ ทางช่อง 7 นอกจากนี้ยังมีหน่วยงานและบุคคลสำคัญมาเยี่ยมชมกิจการมากมาย เช่น ผู้ว่าราชการจังหวัด เจ้ากรมการสัตว์ทหารบก อธิบดีรัฐมนตรีว่าการ

กระทรวงพัฒนาสังคม คณะนักศึกษาศาสนาธรรมบาล นักเรียนโรงเรียนขอแซฟฟูปถัมภ์ ข้าราชการครู สปอ.ธารโต จังหวัดยะลา เจ้าหน้าที่จากสำนักงานการประถมศึกษาแห่งชาติฝ่ายสวัสดิการครู นอกจากนี้ยังได้ร่วมกับคณะครู จัดทำหลักสูตรท้องถิ่น และให้ความร่วมมือกับทางศูนย์การศึกษา นอกโรงเรียน ในการเผยแพร่อาชีพสู่ชุมชน ส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมและเป็น การส่งเสริมการขายให้กับผ้าทอไทดำบ้านสะแกรายร่วมเย็นอีกทางหนึ่งด้วย

นอกจากนี้ทางกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายร่วมเย็นยังมีกิจกรรมพิเศษที่จัดขึ้นภายใน ช่วงเทศกาลสำคัญต่างๆโดยมีการใช้รถประชาสัมพันธ์และใช้การขอความร่วมมือ ไปยังชุมชนชาว ไทดำใกล้เคียงให้มาร่วมกิจกรรมนอกจากนี้ยังได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานราชการต่างๆใน การประชาสัมพันธ์กิจกรรมดังกล่าวที่จะเกิดขึ้นเพื่อให้ผู้นักท่องเที่ยว ได้รับรู้ข่าวสารที่เกิดขึ้น เช่น วันสงกรานต์ วันเข้าพรรษา วันออกพรรษา เป็นต้น

ตอนที่ 3 ศึกษาช่องทางการจัดจำหน่าย

จากการศึกษาพบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอไทดำ ของกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกราย ร่วมเย็นมีช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ 3 ช่องทางคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายหน้าร้าน ช่องทางการจัด จำหน่ายโดยการใช้งานขายตรง และ ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยขายส่งไปยังร้านค้าที่จำหน่าย ผ้าทอพื้นเมือง ซึ่งผลปรากฏว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายทั้ง 3 ช่องทางนี้ จากการสัมภาษณ์บุคคลที่มี ส่วนเกี่ยวข้อง พบว่า ช่องทางที่ได้รับความนิยม หรือ มียอดการจำหน่ายสูงสุด คือ ช่องทางการ จำหน่ายหน้าร้าน รองลงมาคือช่องทางการจำหน่ายโดยการขายส่งไปยังร้านค้าที่จำหน่ายผ้าทอ พื้นเมือง และสุดท้ายคือช่องทางการจำหน่ายโดยพนักงานขายตรง

จากการศึกษาช่องทางการจัดจำหน่ายทั้ง 3 ช่องทางดังกล่าว สามารถนำมาวิเคราะห์ได้

ดังนี้

ผลงานวิจัยนี้ศึกษา ระดับปริญญาตรี

ช่องทางการจัดจำหน่ายหน้าร้าน เป็นการขายที่เน้นถึงทางแสดงออกในเชิงการอนุรักษ์ ภูมิปัญญาของชาวไทดำ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มักเป็นผู้ที่ให้ความสนใจในด้านศิลปะพื้นบ้าน และเห็นคุณค่าในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของท้องถิ่น และมักได้รับคำแนะนำแบบปากต่อปากจาก ลูกค้าที่เข้ามาเยี่ยมชมกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายร่วมเย็น หรือทราบมาจกสื่อต่างๆ ในการศึกษา พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายหน้าร้านนั้นมีจุดเด่น คือ เป็นช่องทางที่มีความยืดหยุ่นสูง การ นำเสนอผลิตภัณฑ์ต่างๆเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการ นำเสนอในการจำหน่ายได้ตามสถานการณ์และลักษณะของลูกค้า การตอบข้อสงสัยหรือข้อซักถาม ต่างๆของลูกค้าได้ทันที ทำให้เกิดความเชื่อมั่นและความประทับใจในสินค้าและบริการ แต่ ช่องทางการจัดจำหน่ายหน้าร้านนั้นมีจุดด้อย คือ เป็นการสื่อสารทางเดียวทำให้ไม่สามารถทราบถึง

ความต้องการของกลุ่มลูกค้าใหม่ๆได้ อีกทั้งกลไกด้านราคาที่ถูกค้าสามารถเปรียบเทียบราคาของผลิตภัณฑ์ต่างๆกับคู่แข่ง หรือ ผลิตภัณฑ์อื่นที่ใช้ทดแทนกันได้

2. ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการขายส่งไปยังร้านค้าที่จำหน่ายผ้าทอพื้นเมือง เป็นช่องทางที่มีพ่อค้าคนกลางเข้ามารับซื้อสินค้าเป็นทอดๆโดยซื้อสินค้าจากกลุ่มไปจำนวนมาก ๆ และนำไปขายต่อก่อให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาดในสินค้านั้น ๆ ทั้งนี้พ่อค้าคนกลางทำหน้าที่เป็นพ่อค้าขายปลีก และ พ่อค้าคนกลาง ช่องทางนี้เป็นช่องทางการกระจายสินค้าไปยังพื้นที่อื่น และมีผลต่อการปรับเปลี่ยนรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสภาพการณ์ในปัจจุบัน ในการศึกษา พบว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการขายส่งไปยังร้านค้ามีจุดเด่น คือ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้าได้รวดเร็วและรวดเร็ว ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการสต็อกสินค้าและสินค้าคงคลัง ส่งผลให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้นเพราะขายเป็นจำนวนมากและสามารถประมาณการซื้อล่วงหน้าได้ดี แต่มีจุดด้อย คือ ความสามารถในการทำกำไรน้อย มีค่าใช้จ่ายในการขนส่งค่อนข้างสูง อีกทั้งความเสี่ยงในการผลิตสินค้าแล้วพ่อค้าคนกลางยังไม่สามารถกระจายสินค้าให้ได้ หรือการถูกพ่อค้าคนกลางกดราคาสินค้า

3. ช่องทางการจำหน่ายโดยพนักงานขายตรง เป็นช่องทางการจัดจำหน่ายโดยใช้พนักงานขายตรงออกไปขายสินค้าตามแหล่งท่องเที่ยวและงานเทศกาลต่างๆโดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และเป็นการตลาดที่กำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุดในกรณีนำเสนอสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่กำหนดให้มีจุดมุ่งหมายในการขายเพื่อเสนอการขายเฉพาะอย่างในระยะเวลาที่กำหนด ผ่านเทคนิคการขายที่จำเป็นต้องรู้ว่าลูกค้าต้องการอะไรและจะเข้าถึงได้อย่างไร จากการศึกษา พบว่า การจำหน่ายโดยพนักงานขายตรงมีจุดเด่น คือ เป็นช่องทางที่ตอบสนองโดยตรง สามารถชี้วัดได้และเป็นช่องทางที่มุ่งสู่กลุ่มลูกค้าแบบทันทีทันใด สามารถเลือกสรรกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ ขั้นตอนวิธีการจำหน่ายมีความยืดหยุ่นและมีประสิทธิภาพ และมีประสิทธิภาพในการติดต่อสื่อสารกับกลุ่มลูกค้าสูงกว่าสื่ออื่นๆ ส่วนข้อเสีย พบว่า ข้อจำกัดในกลุ่มลูกค้าที่มีศักยภาพในการซื้อสินค้าซึ่งผู้จำหน่ายจะต้องเสียค่าใช้จ่ายในการได้มาของฐานข้อมูลของลูกค้า มีต้นทุนในการดำเนินการสูงเมื่อเทียบกับช่องทางการจัดจำหน่ายช่องทางอื่นๆ จำนวนพนักงานขายตรงที่มีความสามารถมีจำนวนน้อย ส่งผลต่อการฝึกอบรมพนักงานขายตรงรุ่นใหม่ ๆ

ตอนที่ 4 วิเคราะห์และวางแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์

ในขั้นตอนนี้เป็นการนำเสนอข้อมูลจากการวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำของกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์ เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าทอให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด การรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

1. ผลการศึกษาปัญหาและความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น ร่วมกันสนทนาและวิเคราะห์ปัญหาและความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม มีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ปัญหาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่ม จากการสนทนากลุ่ม พบว่าในปัจจุบันตลาดทอผ้าเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วทำให้ความรู้ความเข้าใจที่สมาชิกเคยได้รับมาจากการอบรมที่ผ่านมา ประกอบกับแนวทางที่กลุ่มเคยปฏิบัติกันอยู่เดิมไม่เริ่มไม่สอดคล้องกับสภาพสังคมปัจจุบันเท่าที่ควร เช่น ความนิยมในลักษณะและรูปแบบผลิตภัณฑ์เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงไปด้วย แต่กลุ่มไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอให้มีรูปแบบแปลกใหม่ที่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของความต้องการทางการตลาดได้ เนื่องจากขาดสมาชิกที่มีความรู้และทักษะฝีมือการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย

จากการวิเคราะห์ปัญหาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มส่วนใหญ่มีรูปแบบเดิมๆ ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการและความนิยมของลูกค้า และมีลักษณะไม่โดดเด่นหรือแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นๆ ภายในพื้นที่ สมาชิกขาดความรู้ความชำนาญด้านทักษะฝีมือในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ทำให้ไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบแปลกใหม่ที่ทันต่อการตอบสนองความต้องการของตลาดได้ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มได้รับความนิยมน้อยลง ทำให้ปริมาณการผลิตมากกว่าปริมาณการจำหน่าย สมาชิกกลุ่มให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มลดลง

1.2 ความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จากการสนทนากลุ่ม พบว่ากลุ่มมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอให้เป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป โดยการแปรรูปผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีความหลากหลายเพิ่มมากขึ้นและสามารถตอบสนองความต้องการของตลาด โดยเน้นการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าทอผืนตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป เนื่องจากลูกค้าให้ความนิยมผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีความสะดวกสบายต่อการใช้งานเพิ่มมากขึ้น ซึ่งเห็นได้จากประสบการณ์ที่ผ่านมา ประกอบกับการนำผลิตภัณฑ์ผ้าทอชนิดต่างๆ ไปออกร้านตามงานเทศกาลหรืองานประจำปี พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าทอรูปแบบเดิมไม่ค่อยเป็นที่นิยมของลูกค้าและผลิตภัณฑ์ของลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการเป็นจำนวนมาก คือ ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับผู้ใหญ่ เพราะบุคคลที่เข้ามาสอบถามมักอยู่ในวัยกลางคนถึงสูงอายุ แต่เนื่องจากกลุ่มยังขาดสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถด้านทักษะฝีมือในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป จึงต้องการพัฒนาความรู้ของสมาชิกกลุ่มด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อให้สมาชิกมีความรู้และทักษะ

ฝีมือในการตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป เพื่อไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด โดยการจ้างวิทยากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปมาให้ความรู้แก่สมาชิกกลุ่ม

จากการวิเคราะห์ความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น พบว่า กลุ่มต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เหมาะสมกับกลุ่มวัยกลางคนถึงสูงอายุ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ผ้าทอรูปแบบเดิมไม่ค่อยเป็นที่นิยมของลูกค้าและผลิตภัณฑ์ของลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการเป็นจำนวนมาก คือ ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป เพราะบุคคลที่เข้ามาสอบถามมักเป็นผู้ใหญ่ที่อยู่ในวัยกลางคนถึงสูงอายุ แต่เนื่องจากกลุ่มยังขาดสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถด้านทักษะฝีมือในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป จึงต้องการพัฒนาความรู้ของสมาชิกกลุ่ม โดยการจ้างวิทยากรที่มีความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปมาให้ความรู้แก่สมาชิกกลุ่ม เพื่อให้สมาชิกมีความรู้และทักษะฝีมือในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดต่อไป

2. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มผ้าทอหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น การวิจัยตามขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็นนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วม โดยการประชุมระดมสมองและการประชุมเชิงปฏิบัติการ ซึ่งมีขั้นตอนในการดำเนินการ คือ พัฒนาความรู้, ผลิต, ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป, ศึกษาความเห็นของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป การดำเนินการในขั้นตอนนี้ ผู้เข้าร่วมประชุมดำเนินการพัฒนาความรู้ประกอบด้วยผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มจำนวน 10 คน และ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ได้เชิญเข้ามาเพิ่มเติมอีก ซึ่งมีทั้งผู้เชี่ยวชาญในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป การดำเนินการในขั้นตอนนี้ใช้ระยะเวลาประมาณ

1 เดือน

ผลงานวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มผ้าทอหมู่บ้าน

สะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการดำเนินการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

2.1 ผลการพัฒนาความรู้ของสมาชิก จากการวิเคราะห์ผลการพัฒนาความรู้ของสมาชิกกลุ่ม พบว่า สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น มีความกระตือรือร้นที่พัฒนาตนเอง ตั้งใจเรียนรู้และฝึกทักษะฝีมือในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป ตามที่วิทยากรถ่ายทอดให้ จนเกิดองค์ความรู้มีทักษะฝีมือสามารถออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับผู้ใหญ่ได้

2.2 ผลการผลิต ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป จากการวิเคราะห์ผลการผลิต ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป พบว่า กลุ่มได้ร่วมกันกำหนดให้เสื้อผ้าสำหรับผู้ใหญ่มี 4 รูปแบบ คือ เป็นเสื้อคอกลม แขนสั้น มีกระเป๋าด้านซ้าย ชายเสื้อตัดตรงมีขอบยื่นสำหรับติดกระดุม ต่อมาเป็นเสื้อคอกลม แขนสั้น มีกระเป๋าช้างลำตัว ลักษณะคล้ายเสื้อของชาวล้านนา ต่อมาเป็นเสื้อสำหรับสุภาพสตรี เป็นเสื้อคอกลม แขนกุด ไม่มีกระเป๋าด้านซ้าย และสุดท้ายเป็นผ้าถุงและกางเกงสำเร็จรูป ตัวเสื้อ กางเกง และผ้าถุง ทั้งหมดใช้ผ้าสีพื้นเดิมของชาวไทยดำ ตกแต่งด้วยลายปักเพิ่มเติมให้สวยงาม โดยมีสมาชิกสตรีของกลุ่มช่วยกันออกแบบและตัดเย็บเป็นเสื้อสำเร็จรูปที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มวัยกลางคนถึงสูงอายุ

3. ผลความคิดเห็นของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป จากวิจัยตามขั้นตอนนี้เป็น การดำเนินการนำผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปไปสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ ซึ่งกลุ่มลูกค้าเป็นผู้ใหญ่ที่อยู่ในวัยกลางคนถึงสูงอายุ ที่มาเยี่ยมชมชุมชนชาวไทยดำ และกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เป็นแนวทางการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยปรากฏ ดังนี้

3.1 ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของลูกค้า พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ชอบผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปที่มีรูปแบบเรียบง่าย สวมใส่แล้วสวยงามดูมีฐานะ สุภาพเรียบร้อยเข้ากับลักษณะของวัยตนเอง ส่วนเรื่องสีสันของตัวเสื้อผ้ามีโทนสีเข้มหรือเกินไป และอาจยังไม่เหมาะกับรูปร่างและผิวพรรณของแต่ละบุคคลนั้น ลูกค้าส่วนใหญ่เข้าใจ เพราะว่าเป็น สีสันเสื้อผ้าแบบนี้ถือเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนชาวไทยดำที่สืบต่อกันมา ส่วนการตัดเย็บผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปของกลุ่มมีความละเอียดเรียบร้อยดี และรอยเย็บแต่ละส่วนของตัวเสื้อมีความสม่ำเสมอ ปลายปักมีความสมบูรณ์ เข้ากันได้ดีกับเสื้อผ้า สามารถสวมใส่ได้ในทุกๆ โอกาส

3.2 ด้านราคา จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของลูกค้า พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เห็นว่า ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปราคาตัวละ 550 บาท ส่วนผ้าถุงและกางเกงราคา 400 บาทและ 350 บาท ตามลำดับ นั้นไม่แพงเกินไปเมื่อเทียบกับการซื้อผ้าผืนไปตัดเย็บเอง สามารถซื้อหามาใช้ได้

3.3 ด้านการจัดจำหน่าย จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของลูกค้า พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เห็นว่า การหาซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าไทยดำยังยากอยู่เพราะช่องทางในการจัดจำหน่ายยังน้อย อีกทั้งยังมีผลิตภัณฑ์รูปแบบใกล้เคียงกันอยู่มากมายตามท้องตลาด ซึ่งสามารถใช้ทดแทนกันได้

3.4 ด้านการส่งเสริมการขาย จากการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของลูกค้า พบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เห็นว่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าไทยดำมีคุณภาพดีหากมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์อย่างมีประสิทธิภาพทางกลุ่มน่าจะประสบความสำเร็จได้ไม่ยาก และจะเป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลายมากกว่านี้

จากการวิเคราะห์ผลความคิดเห็นของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ พบว่า ลูกค้าที่อยู่ในวัยกลางคนถึงสูงอายุ มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปของกลุ่มผ้าทอหมู่บ้านสะแกรายรัมย์ มีความแตกต่างกันตามความนิยมหรือความชอบเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ชอบ

ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับกลุ่มผ้าทอหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น เพราะรูปแบบของเสื้อผ้าเป็นแบบเรียบง่ายไม่เป็นทางการ สวมใส่แล้วดูภูมิฐาน สุภาพเรียบร้อยเข้ากับลักษณะของวัยตนเอง ราคาไม่แพงเกินไปเมื่อเทียบกับการซื้อผ้าผืนไปตัดเย็บเอง สามารถซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปไปใช้ได้ แต่ควรมีการเพิ่มประสิทธิภาพในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำให้มากยิ่งขึ้น

ตอนที่ 5 วิเคราะห์และวางแนวทางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ในขั้นตอนนี้เป็นการนำเสนอข้อมูลจากการวิเคราะห์ความต้องการเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำของกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด การรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีแนวทางดังนี้

1. การสร้างสถานที่ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า จากการสนทนากลุ่ม เห็นว่า เมื่อมีสถานที่ในการรวมกลุ่มกันทำกิจกรรม และการรวมกลุ่มกันเพื่อใช้เป็นสถานที่ในการจำหน่าย ควรเป็นสถานที่ที่สะอาด มีสิ่งแวดล้อมสวยงามน่าประทับใจ และเพื่อเป็นการชักชวนให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังเปรียบเสมือนโชว์รูมผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ใช้เป็นที่เก็บรวบรวมผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้สถานที่ควรอยู่ในศูนย์กลางของชุมชน มีความสะดวกสบายในการเดินทาง

2. มีการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าทอให้มีความหลากหลาย และมีคุณภาพได้มาตรฐาน มีมาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อวางจำหน่ายอย่างชัดเจน เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น

จากการสนทนากลุ่ม เห็นว่า การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทดำนั้น มีเพียง เสื้อกางเกง ผ้าถุง ผ้าคลุมไหล่ และผ้าผืน เท่านั้น ไม่มีความหลากหลาย ส่วนความพยายามในการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น ผลผลิตที่ได้ถึงแม้ว่าจะตรงตามความต้องการของตลาดแต่ผลิตภัณฑ์ที่ได้ยังมีคุณภาพต่ำ จึงควรมีการควบคุมคุณภาพให้ได้มาตรฐานตรงตามความต้องการ ทำให้ลูกค้าสามารถตัดสินใจได้ง่ายและรวดเร็วยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการกระตุ้นให้สมาชิกกลุ่มทอผ้ามีความกระตือรือร้นในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของตนเองอยู่เสมอ และเป็นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อีกด้วย

3. ส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆ จากการสนทนากลุ่ม เห็นว่า จากสภาพการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันที่มีการต่อสู้แข่งขันกันสูง ผลิตภัณฑ์ต่างๆมีรูปแบบที่หลากหลาย มีมาตรฐานสูง และมีราคาใกล้เคียงกัน ดังนั้นการจะอยู่รอดในสภาพเช่นนี้ได้ จึงต้องมีการพัฒนา

ตนเองอยู่เสมอไม่หยุดนิ่ง จะต้องเพิ่มเติมรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ตลอดจนการมองหากลุ่มลูกค้า และช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆอยู่เสมอ โดยช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทางกลุ่มคิดว่าเหมาะสมใน สภาพปัจจุบันและควรเร่งพัฒนาคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการ เสนอขายหน้าโฮมเพจในรูปแบบเว็บไซต์ โดยใช้คอมพิวเตอร์เชื่อมโยงอินเทอร์เน็ตออนไลน์ เพื่อให้มี การทำงานร่วมกัน ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถสื่อสารกันได้โดยทางอีเมลล์ หรือ โทรศัพท์ มีความสะดวก สำหรับลูกค้าในการเปรียบเทียบราคา คุณสมบัติต่างๆของสินค้าที่ระบุไว้ในเว็บไซต์ อีกทั้งยัง สามารถสั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตได้ และชำระเงินผ่านบัตรเครดิตอัตโนมัติ นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตยัง ช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าได้อีกทางหนึ่ง



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่องแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่มทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายรัมย์ ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ในครั้งนี้เพื่อศึกษาถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าไทดำ จากนั้นนำมาวิเคราะห์แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย ในการประกอบการธุรกิจผ้าทอ

1. สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่องแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่มทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายรัมย์ เป็นงานที่เริ่มต้นจากการทำไว้ใช้เองในครอบครัว ต่อมาจึงทำการค้าขายแบบธุรกิจค้าปลีก ลูกค้าเป็นผู้เข้าเยี่ยมชมชุมชนไทดำบ้านสะแกรายรัมย์และซื้อเป็นของฝาก จากนั้นมีการพัฒนาการผลิต การออกแบบให้มีความทันสมัย ทันความต้องการที่เปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย เช่น การออกแบบเป็นหมอน ผ้าพันคอ หรือ เสื้อผ้าสำเร็จรูปทั่วไป เป็นต้น กลุ่มทอผ้าไทดำหมู่บ้านสะแกรายรัมย์จึงนำรูปแบบที่ได้พบเห็นจากสื่อต่างๆ และการออกไปศึกษาดูงานจากกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองท้องถิ่นอื่นๆ มาศึกษาและพัฒนาเป็นรูปแบบในอัตลักษณ์ของตนเอง เมื่อกลุ่มทอผ้าเริ่มดำเนินงาน ยุคแรก เริ่มผลิตไม่ตรงต่อความต้องการของตลาด จึงไม่เป็นที่นิยม แต่จากความร่วมมือของคนในชุมชนด้วยการเชิญชวนผู้ที่มีความสนใจเข้าร่วมฝึกฝน การตัด การเย็บ จากวิทยากรที่ทางกลุ่มจัดหามาให้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นไปตามรูปแบบที่ลูกค้าต้องการ

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ เริ่มด้วยการสังเกตสภาพพื้นที่ ในเขตชุมชนหมู่บ้านสะแกรายรัมย์ ลักษณะของพื้นที่เป็นที่ราบเกษตรกรรม เส้นทางคมนาคมหลักใช้การสัญจรทางรถยนต์ กลุ่มชาวบ้านรวมตัวกันผลิตผ้าทอ ใช้ส่วนหนึ่งของบ้านพักอาศัยเป็นที่ผลิตสินค้า การค้าปลีกของผ้าทอไทดำอยู่บริเวณวัดสะแกรายรัมย์ซึ่งเป็นที่ตั้งของศูนย์การเรียนรู้ภูมิปัญญาไทดำ ลักษณะร้านค้าเป็นแบบชั่วคราวเป็นโรงเรือนชั้นเดียวขนาดไม่ใหญ่นัก

วิธีค้นหาข้อมูลการดำเนินการของกลุ่มทอผ้าใช้วิธีการสัมภาษณ์ และขอข้อมูลจากประธานและสมาชิกกลุ่มทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายรัมย์ถึงรูปแบบผลิตภัณฑ์ และ ช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอไทดำหมู่บ้านสะแกรายรัมย์ จากประวัติความเป็นมาของกลุ่มทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายรัมย์ ก่อนประสบความสำเร็จ ต้องใช้แรงกายแรงใจทุ่มเท ในการสร้างรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้า

ทอให้เป็น ที่นิยม ต้องใช้แรงบันดาลใจ ความตั้งใจที่มีอยู่เดิม ความมุ่งมั่นความอดทนอย่างสูง และต้องพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยนิยมอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาฐานลูกค้าที่ร่วมซื้อสินค้าให้ยั่งยืน

ผลลัพธ์ที่ได้จากการวิจัยพบว่าการทอผ้าไทดำไม่เพียงสร้างรายได้ให้กับบรรดาสมาชิกกลุ่มทอผ้าเท่านั้น แต่การมีสถานที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์อันเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นนี้ ถือเป็นการพัฒนาชุมชนและประเทศชาติด้วยการสร้างอาชีพที่เกี่ยวข้องกับการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวไทดำให้กับผู้ที่อยู่ในชุมชนและบริเวณใกล้เคียง อีกทั้งยังสร้างอาชีพเสริมให้กับคนในชุมชนที่มาร่วมงาน สร้างรายได้ให้แก่ประเทศชาติในรูปของการเสียภาษีบำรุงท้องที่อีกด้วย

ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย เพื่อให้ได้ทราบถึงทราบถึงแนวทางที่เหมาะสมที่สุดในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอชาวไทดำทรงคำบ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม รวมถึงการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายให้กับกลุ่มผู้ประกอบการทั้งรายเก่าและรายใหม่ที่สนใจในการดำเนินธุรกิจประเภทนี้ สรุปได้ดังนี้

รูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมตลอดระยะเวลาของการดำเนินงานกลุ่มตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงปัจจุบัน ในการออกแบบสินค้าส่วนมากเป็นรูปแบบดั้งเดิมต่อนั้นจึงพัฒนาไปในทางธุรกิจและรับผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้า นอกจากนี้ทางกลุ่มยังได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทออย่างต่อเนื่องมีการส่งเสริมให้สมาชิกเข้ารับการอบรมเพิ่มพูนความรู้และทักษะด้านการออกแบบลวดลายใหม่ๆจนทำให้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มมีรูปแบบที่หลากหลายเพิ่มขึ้นแต่ผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้รับความนิยมจากลูกค้ามากนักเนื่องจากมีผู้ประกอบการกลุ่มทอผ้าไทดำกลุ่มอื่นๆที่มีรูปแบบผลิตภัณฑ์คล้ายๆกันทำให้ลูกค้ามีโอกาสเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้ตามความพึงพอใจนอกจากนั้นลูกค้าส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่มีความสะดวกสบายต่อการใช้งาน หลักเกณฑ์ตั้งราคาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น ได้มาจากเมื่อตอนเริ่มการที่กลุ่มทอผ้าแห่งนี้ ได้อ้างอิงราคาผลิตภัณฑ์ของตนเองกับราคาผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกันของกลุ่มทอผ้าไทดำแห่งอื่นๆ ที่อยู่ในจังหวัดนครปฐม และจังหวัดเพชรบุรี มาเป็นเกณฑ์ในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ แต่เมื่อทางกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็นได้เริ่มมีการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้แตกต่างจากตลาดนัดแห่งอื่นๆ จึงสามารถปรับราคาผลิตภัณฑ์ผ้าทอให้สูงขึ้นสำหรับตลาดผ้าทอไทดำในปัจจุบันนี้ยังไม่กว้างขวางและแพร่หลายเท่าที่ควร เมื่อเปรียบเทียบกับผ้าทอพื้นบ้านชนิดอื่นๆ กลุ่มลูกค้าของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่จึงเป็นขาประจำและมีเพียงส่วนน้อยมากสำหรับกลุ่มลูกค้าขาจร ทางกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายรัมย์เย็นได้แบ่งลูกค้าออกเป็นกลุ่ม คือกลุ่มลูกค้าขาประจำ ได้แก่ลูกค้าที่มาเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำในร้านค้าของกลุ่มอยู่เป็นประจำ

ส่วนมากเป็นข้าราชการ และ คนในพื้นที่เอง กลุ่มลูกค้าชายส่งหรือพ่อค้าคนกลาง ได้แก่ลูกค้าที่สั่งสินค้าไปเพื่อจัดขายปลีกหรือส่งให้ร้านค้าทั่วไป หรือส่งตามร้านขายสินค้าพื้นเมือง หรือส่งต่างประเทศ มีปริมาณการซื้อมาก และ กลุ่มลูกค้าชาจร ได้แก่ลูกค้าที่มาเยี่ยมชมกลุ่มทอผ้าโดยมาในลักษณะการมาดูงานหรือมาเป็นที่รู้จักหรือเป็นการซื้อใช้เองโดยตรงหรือซื้อเป็นของฝากของที่ระลึก แต่มีปริมาณการซื้อที่น้อยถึงปานกลาง นอกจากนี้ทางกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายรัมย์ยังได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ จากการมีระบบการผลิตที่ได้ทำการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทำให้เริ่มเป็นที่รู้จักมากขึ้น นอกจากนี้ทางกลุ่มยังได้มีโอกาสประชาสัมพันธ์กลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์ไปทั่วประเทศ ผ่านทางสื่อโทรทัศน์

ช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอไทดำ ของกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายรัมย์มีช่องทางการจัดจำหน่ายอยู่ 3 ช่องทางคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายหน้าร้านเป็นการขายที่เน้นถึงการแสดงออกในเชิงการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของชาวไทดำ เนื่องจากกลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่มักเป็นผู้ที่ให้ความสนใจในด้านศิลปะพื้นบ้าน และเห็นคุณค่าในการอนุรักษ์ภูมิปัญญาของท้องถิ่น และมักได้รับคำแนะนำแบบปากต่อปากจากลูกค้า สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอในการจำหน่ายได้ตามสถานการณ์และลักษณะของลูกค้า การตอบข้อสงสัยหรือข้อซักถามต่างๆของลูกค้าได้ทันที ทำให้เกิดความเชื่อมั่นและความประทับใจในสินค้าแต่ช่องทางการจัดจำหน่ายหน้าร้านนั้นมีจุดด้อย คือ เป็นการสื่อสารทางเดียวทำให้ไม่สามารถทราบถึงความต้องการของกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ได้ ต่อมาคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยขายส่งไปยังร้านค้าที่จำหน่ายผ้าทอพื้นเมือง มีพ่อค้าคนกลางเข้ามารับซื้อสินค้าเป็นทอดๆ โดยซื้อสินค้าจากกลุ่มไปจำนวนมากๆ และนำไปขายต่อก่อให้เกิดส่วนแบ่งทางการตลาดในสินค้านั้นๆ ทั้งนี้พ่อค้าคนกลางทำหน้าที่เป็นพ่อค้าขายปลีก และ พ่อค้าคนกลางช่องทางการนี้ เป็นช่องทางการกระจายสินค้าไปยังพื้นที่อื่น ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการกระจายสินค้าได้รวดเร็วและรวดเร็วกว่า ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการสต็อกสินค้าและสินค้าคงคลัง ส่งผลให้สามารถจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้นเพราะขายเป็นจำนวนมากแต่มีกำไรเพียงเล็กน้อย

พ่อค้าคนกลางยังไม่สามารถกระจายสินค้าให้ได้ หรือการถูกพ่อค้าคนกลางกดราคาสินค้า และสุดท้าย ช่องทางการจัดจำหน่ายโดยการใช้พนักงานขายตรง ใช้พนักงานขายตรงออกไปขายสินค้าตามแหล่งท่องเที่ยวและงานเทศกาลต่างๆ โดยไม่ผ่านพ่อค้าคนกลาง และเป็นการตลาดที่กำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด ในการนำเสนอสินค้าชนิดใดชนิดหนึ่งที่กำหนดให้มีจุดมุ่งหมายในการขาย เพื่อเสนอการขายเฉพาะอย่างในระยะเวลาที่กำหนด ผ่านเทคนิคการขายที่จำเป็นต้องรู้ว่าลูกค้าต้องการอะไรและจะเข้าถึงได้อย่างไร สามารถตอบสนองโดยตรงมุ่งสู่กลุ่มลูกค้าแบบทันทีทันใดสามารถเลือกสรรกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ แต่มีต้นทุนในการดำเนินการสูงเมื่อเทียบกับช่องทาง

การจัดจำหน่ายช่องทางอื่นๆ จำนวนพนักงานขายตรงที่มีความสามารถมีจำนวนน้อย ส่งผลต่อการฝึกอบรมพนักงานขายตรงรุ่นใหม่ฯ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำของกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็นให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด การรายงานผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีรายละเอียดดังนี้

1. ปัญหาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่ม ปัญหาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มส่วนใหญ่มีรูปแบบเดิมๆ ไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลงความต้องการและความนิยมของลูกค้า และมีลักษณะไม่โดดเด่นหรือแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นๆ ภายในพื้นที่ สมาชิกขาดความรู้ความชำนาญด้านทักษะฝีมือในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย ทำให้ไม่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบแปลกใหม่ที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มได้รับความนิยมน้อยลง ทำให้ปริมาณการผลิตมากกว่าปริมาณการจำหน่าย สมาชิกกลุ่มให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มลดลง

2. ความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ความต้องการเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น พบว่า กลุ่มต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่เหมาะสมกับกลุ่มวัยกลางคนถึงสูงอายุ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ผ้าทอรูปแบบเดิมไม่ค่อยเป็นที่นิยมของลูกค้าและผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าส่วนใหญ่ต้องการเป็นจำนวนมาก คือ ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูป เพราะบุคคลที่เข้ามาสอบถามมักเป็นผู้ใหญ่ที่อยู่ในวัยกลางคนถึงสูงอายุ แต่เนื่องจากกลุ่มยังขาดสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถด้านทักษะฝีมือในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป จึงต้องการพัฒนาความรู้ของสมาชิกกลุ่ม โดยการจ้างวิทยากรที่มีความรู้ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปมาให้ความรู้แก่สมาชิกกลุ่ม เพื่อให้สมาชิกมีความรู้และทักษะฝีมือในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดต่อไป

3. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มผ้าทอหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอของกลุ่มผ้าทอหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม มีขั้นตอนการดำเนินการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

3.1 ผลการพัฒนาความรู้ของสมาชิก สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น มีความกระตือรือร้นที่พัฒนาตนเอง ตั้งใจเรียนรู้และฝึกทักษะฝีมือในการออกแบบผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป ตามที่วิทยากรถ่ายทอดให้ จนเกิดองค์ความรู้มีทักษะฝีมือสามารถออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับผู้ใหญ่ได้

3.2 ผลการผลิต ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป การผลิตผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ทางกลุ่มได้ร่วมกัน กำหนดให้ผลิตเสื้อผ้าสำหรับผู้ใหญ่ มี 4 รูปแบบ คือ เป็นเสื้อคอกลม แขนสั้น มีกระเป๋าด้านซ้าย ชายเสื้อตัดตรงมีขอบยื่นสำหรับติดกระดุม ต่อมาเป็นเสื้อคอกลม แขนสั้น มีกระเป๋าด้านซ้าย ลักษณะคล้ายเสื้อของชาวล้านนา ต่อมาเป็นเสื้อสำหรับสุภาพสตรี เป็นเสื้อคอกลม แขนกุด ไม่มีกระเป๋าด้านซ้าย และสุดท้ายเป็นผ้านุ่งและกางเกงสำเร็จรูป ตัวเสื้อ กางเกง และผ้านุ่ง ทั้งหมดใช้ผ้าสีพื้นเดิมของชาวไทดำ ตกแต่งด้วยลายปักเพิ่มเติมให้สวยงาม โดยมีสมาชิกสตรีของกลุ่มช่วยกัน ออกแบบและตัดเย็บเป็นเสื้อสำเร็จรูปที่มีความเหมาะสมกับกลุ่มวัยกลางคนถึงสูงอายุ

4. ผลความคิดเห็นของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ความคิดเห็นของลูกค้าต่อผลิตภัณฑ์ พบว่า ลูกค้าที่อยู่ในวัยกลางคนถึงสูงอายุ มีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปของกลุ่มผ้าทอหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น มีความแตกต่างกันตามความนิยมหรือความชอบเฉพาะตัวของแต่ละบุคคล ซึ่งลูกค้าส่วนใหญ่ชอบผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปของกลุ่มผ้าทอหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น เพราะรูปแบบของเสื้อเป็นแบบเรียบง่ายไม่เป็นทางการ สวมใส่แล้วดูภูมิฐาน สุภาพเรียบร้อยเข้ากับลักษณะของวัยตนเอง ราคาไม่แพงเกินไปเมื่อเทียบกับการซื้อผ้าผืนไปตัดเย็บเอง สามารถซื้อผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปไปใช้ได้ แต่ควรมีการเพิ่มประสิทธิภาพในเรื่องช่องทางการจัดจำหน่าย และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้มากขึ้นเพื่อเพิ่มความน่าสนใจในผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำให้มากยิ่งขึ้น

การวางแผนทางช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำของกลุ่มผ้าทอหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด มีการเสนอให้สร้างสถานที่ในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่อำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า เนื่องจากทางกลุ่มคิดว่า สถานที่ในการรวมกลุ่มกันทำกิจกรรม และการรวมกลุ่มกันเพื่อใช้เป็นสถานที่ในการจำหน่าย ควรเป็นสถานที่ที่สะอาด มีสิ่งแวดล้อมสวยงาม น่าประทับใจ และเพื่อเป็นการชักชวนให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมชม และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ อีกทั้งยังเปรียบเสมือนโชว์รูมผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ใช้เป็นที่เก็บรวบรวมผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้สถานที่ควรอยู่ในศูนย์กลางของชุมชน มีความสะดวกสบายในการเดินทาง ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอควรมีรูปแบบที่หลากหลาย และมีคุณภาพได้มาตรฐาน ตรงตามความต้องการของตลาด และมีมาตรฐานการคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อวางจำหน่ายอย่างชัดเจน เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้มากขึ้น

นอกจากนี้ จากสภาวะการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันที่มีการต่อสู้แข่งขันกันสูง ผลิตภัณฑ์ต่างๆมีรูปแบบที่หลากหลาย มีมาตรฐานสูง และมีราคาใกล้เคียงกัน ดังนั้นการจะอยู่รอดในสภาพเช่นนี้ได้ จึงต้องมีการพัฒนาตนเองอยู่เสมอไม่หยุดนิ่ง จะต้องเพิ่มเติมรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆตลอดจนการมองหาลูกค้าและช่องทางการจัดจำหน่ายใหม่ๆอยู่เสมอ โดยช่องทางการจัด

จำหน่ายที่เหมาะสมในสภาพปัจจุบันและควรเร่งพัฒนาคือ ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเครือข่าย อินเทอร์เน็ต ซึ่งเป็นการเสนอขายหน้าโฮมเพจในรูปแบบเว็บไซต์ โดยใช้คอมพิวเตอร์เชื่อมโยง อินเทอร์เน็ตออนไลน์ เพื่อให้มีการทำงานร่วมกัน ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถสื่อสารกันได้โดยทางอีเมลล์ หรือ โทรศัพท์ มีความสะดวกสำหรับลูกค้าในการเปรียบเทียบราคา คุณสมบัติต่างๆของสินค้าที่ ระบุไว้ในเว็บไซต์ อีกทั้งยังสามารถสั่งซื้อผ่านอินเทอร์เน็ตได้ และชำระเงินผ่านบัตรเครดิตอัตโนมัติ นอกจากนี้อินเทอร์เน็ตยังช่วยในการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าได้อีกทางหนึ่ง

2. อภิปรายผล

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไม่มีลักษณะโดดเด่นหรือแตกต่างจากผู้ผลิตรายอื่นภายในพื้นที่ เนื่องจากภายในพื้นที่ที่มีกลุ่มทอผ้าเพียงรายเดียว นอกจากนั้นกลุ่มยังมีปัญหาและข้อจำกัดในการ พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย ซึ่งมีความสอดคล้องกับผลการศึกษาของนวลจิตต์ เรื่องศรีใส (2546 : 57) กลุ่มเน้นการผลิต ผลิตภัณฑ์ ตามคำสั่งซื้อของลูกค้าเพื่อจำหน่ายที่กลุ่มเป็น หลัก โดยไม่มีส่วนร่วมในการหาตลาด ทำให้ปริมาณการผลิตมากกว่าปริมาณการจำหน่าย ถึงแม้ว่า สมาชิกภายในกลุ่มจะเคยได้รับการอบรมพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ จากหน่วยงานต่างๆ แต่ ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการฝึกอบรมจะต้องอาศัยความชำนาญในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ เพื่อยกระดับ มาตรฐานและคุณภาพของสินค้าเพื่อเป็นสิ่งดึงดูดผู้บริโภคให้ซื้อสินค้า

สาเหตุการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำมาตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป เนื่องจากสภาพ สังคมปัจจุบันมีความนิยมผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปที่มีความสะดวกสบายต่อการใช้งานมากขึ้น ซึ่ง สอดคล้องกับผลการศึกษาของสุเมธ นวเศรษฐวิสูตร(2544) ตลาดผ้าทอเริ่มมีการเปลี่ยนแปลงตาม ไปด้วย ดังนั้นกลุ่มควรมีความรู้ความสามารถในการออกแบบและตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปเสียก่อนจึง

จะทำการพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้ทันกับยุคสมัย ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของนวลจิตต์ เรื่องศรีใส (2546) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านน้ำพริกมีขั้นตอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การพัฒนาความรู้ของสมาชิกกลุ่ม พบว่า สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจในการ ตัด เย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป สามารถนำความรู้ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลายได้ ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพนั้น ต้องอาศัยความชำนาญและความเชี่ยวชาญด้านทักษะฝีมือในการตัดเย็บ ด้วย ดังนั้นสมาชิกควรมีการพัฒนาทักษะฝีมือการตัดเย็บอยู่ตลอดเวลา เพื่อให้เกิดความชำนาญมาก ขึ้น 2) การผลิต ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านน้ำพริกในครั้งนี้ สมาชิกกลุ่มทุกคนได้ช่วยกันกำหนด จุดมุ่งหมายผลผลิตและกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูป โดยคำนึงถึงรูปแบบให้มีความสวยงาม โอกาสในการสวมใส่

นอกจากนี้วัยและลักษณะรูปร่างของผู้สวมใส่ด้วย 3) การศึกษาความคิดเห็นของลูกค้านต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม จากกลุ่มลูกค้าในท้องถิ่นตำบลยาง

โกลน ที่เป็นสุภาพบุรุษซึ่งอยู่ในวัยกลางคนถึงสูงอายุ พบว่า ลูกค้ามีความคิดเห็นเกี่ยวกับความนิยมหรือชอบรูปแบบผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปสำหรับสุภาพบุรุษแตกต่างกันตามความชอบเฉพาะตัวของแต่ละรายบุคคล ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของชิดาร์ตัน ศิริศักดิ์พานิชย์ (2548) ลูกค้าส่วนใหญ่ชอบผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบเรียบง่าย สวมใส่แล้วสวยงามดูภูมิฐานสง่าผ่าเผย สุภาพเรียบร้อยเข้ากับลักษณะของกลุ่มวัยตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของสิริธัญญา ศิริพันธุ์บุปผา (2549)

การบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทคำโดยรวมอยู่ในระดับน้อย เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ได้แก่ การคัดเลือกคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย และการวิเคราะห์โครงสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายเนื่องจาก ผู้ประกอบการได้เล็งเห็นความสำคัญของการบริหารช่องทางการจัดจำหน่ายเพื่อกระจายสินค้าไปสู่ลูกค้าได้รวดเร็ว ให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค และได้รับส่วนแบ่งทางการตลาดเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยუნดี จารุลักษณ์ (2548) พบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายกระเบื้องเซรามิกในนครปักกิ่ง ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ของบริษัทเซรามิกอุตสาหกรรมไทยจำกัด เกี่ยวกับการเลือกประเภทคนกลาง จำนวนคนกลาง หน้าที่ความรับผิดชอบของคนกลาง และเครื่องมือการบริหาร ช่องทางการจัดจำหน่าย เมื่อนำมาพิจารณาร่วมกับเซรามิกอุตสาหกรรมไทยจำกัด กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สามารถแยกเป็นลูกค้าระดับบน กลุ่มลูกค้าเป้าหมายระดับล่าง หรืองานโครงการอื่น ๆ นำมาพิจารณากับปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ ปัจจัยแวดล้อมภายนอกในด้านสภาพเศรษฐกิจ สังคม การเมือง ปัจจัยแวดล้อมภายในเกี่ยวกับนโยบายการตลาด ระบบการกระจายสินค้าของคู่แข่ง การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ขนาดของการซื้อ ความสะดวกในการขนส่งและการเก็บรักษา สอดคล้องกับแนวคิดของ รุ่งศักดิ์ วิลามาศ (2549: 3) กล่าวว่าปัจจุบัน ผู้ประกอบการ หรือ ธุรกิจ หันมาให้ความสำคัญกับการบริหารช่องทางการจัดจำหน่าย ที่มีบทบาทเพิ่มมากขึ้นในการแข่งขัน เนื่องจากธุรกิจมีเทคโนโลยีในการผลิต มีการตั้งราคาตลอดจนการส่งเสริมทางการตลาดที่ไม่แตกต่างกันจึงทำให้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่เป็นตัวเชื่อมระหว่างผู้บริโภคและสินค้าของผู้ผลิต เป็นตัวชี้ขาดในการแข่งขัน ธุรกิจใดสามารถดำเนินกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายสินค้าจากแหล่งผลิต ไปสู่ผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็ว ทันกับความต้องการของผู้บริโภค จึงจะประสบความสำเร็จ

การวางแนวทางช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตมีความจำเป็นอย่างมากก่อนเริ่มดำเนินกิจการ เพื่อกำหนดทิศทางและแผนการดำเนินงานที่เหมาะสมกับกิจการ ส่วนวิธีการจัดทำเว็บไซต์ เป็นขั้นตอนการนำสินค้าและบริการเข้าสู่การดำเนินงานบนอินเทอร์เน็ต และเป็นแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ทั้งยังเป็นแหล่งติดต่อระหว่างผู้ซื้อและผู้ขาย ในการจัดทำเว็บไซต์สามารถจัดทำได้หลายวิธี ได้แก่ การจ้างบริษัทรับทำเว็บไซต์ โดยมากในเว็บไซต์จะประกอบด้วยเว็บหน้าร้าน รายละเอียดของสินค้า ตะกร้าสั่งซื้อ เป็นต้น โดยเฉลี่ยค่าใช้จ่ายในการจัดทำเว็บไซต์อยู่ที่ประมาณตั้งแต่ 5,000 บาทขึ้นไป ในระยะแรกของการเริ่มต้นประกอบธุรกิจและดำเนินช่องทางการตลาดผ่านเว็บไซต์ บุคลากรด้านเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์และการจัดทำเว็บไซต์ มีความจำเป็นอย่างมากที่จะต้องพัฒนาความรู้และติดตามเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ส่วนการพัฒนากระบวนการชำระเงิน จำเป็นต้องมีกฎหมายที่รองรับชัดเจน จึงจะทำให้มีการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเว็บไซต์ ส่งเสริมการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างครบวงจร สอดคล้องกับผลการรายงานของศูนย์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (2545) การแข่งขันการตลาดบนเว็บไซต์สูงมากขึ้นทุกปีทั้งนี้เนื่องจากเป็นช่องทางการตลาดที่เข้าถึงผู้บริโภคตลอดเวลา มีความต่อเนื่องของกลุ่มตลาดเป้าหมาย สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทัดเทียมกัน และเป็นการเสริมภาพลักษณ์ขององค์กรในการประชาสัมพันธ์เว็บไซต์ รวมถึงความทันสมัยของข้อมูลในเว็บไซต์

3. ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายกลุ่มทอผ้าหมู่บ้านสะแกรายร่วมเย็น ตำบลคอนขาหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

3.1 ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า จากการเปลี่ยนแปลงทางการตลาดในยุคปัจจุบันที่มีการแข่งขันทางธุรกิจสูง การสร้างแนวทางสร้างความอยู่รอดของธุรกิจจึงเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงเป็นอันดับแรก เพื่อให้ธุรกิจสามารถดำเนินกิจการไปอย่างราบรื่น ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรให้ความสำคัญในเรื่องรูปแบบผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย ดังนี้

1. การจัดการพื้นที่ขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าควรปรับเปลี่ยนให้มีลักษณะโปร่งโล่งสบาย ภายในร้านมีสินค้าหลากหลายในปริมาณที่มากพอและมีการจัดเรียงเป็นระเบียบ ควรแยกเก็บสินค้าคงคลังไว้คนละส่วนกับสินค้าขาย หากสินค้าขายออกไปเหลือปริมาณน้อยลงแล้วจึงนำออกมา ทำให้พื้นที่การเลือกสินค้าได้สะดวกขึ้น

2. ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มควรปรับปรุงเปลี่ยนแปลงรูปแบบผลิตภัณฑ์ของคนให้ใหม่อยู่เสมอ เพราะเมื่อใดที่ผลิตภัณฑ์ไม่ทันสมัยไม่ตรงกับความต้องการของตลาด ย่อมเป็นสาเหตุให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจำหน่ายไม่ได้ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปด้านการผลิต กลุ่มควรมีการศึกษาวิธีการผลิตให้เป็นระบบมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน เพื่อลดระยะเวลาในการผลิตและลดการสูญเสียวัตถุดิบ ทำให้ต้นทุนในการผลิตลดลงตามไปด้วยและสมาชิกที่มีความรู้เรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูป ควรถ่ายทอดความรู้ให้กับสมาชิกคนอื่นๆ เพื่อให้เกิดกำลังในการผลิตเพิ่มมากขึ้น ด้านการตลาด กลุ่มควรจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอในลักษณะของผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปมากกว่าที่เป็นผ้าผืน

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลและข้อค้นพบจากการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอไทดำ ต้องทดลองผลิตผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่อยู่เสมอ ด้วยการศึกษารูปแบบ การตัด การเย็บ การตกแต่ง ทดลองส่งผลิตภัณฑ์ออกวางจำหน่ายที่ร้านของกลุ่ม เพื่อทดลองตลาด หาทางสร้างตลาดและเพิ่มปริมาณการผลิตขึ้นเรื่อย ๆ

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่าการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอ ไทดำ พบว่า ผู้ประกอบการกลุ่มทอผ้าควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการบริหารจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งควรให้ความสำคัญกับคนกลางในช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อสร้างแรงจูงใจในการเคลื่อนย้ายสินค้าเข้าสู่ผู้บริโภคได้มากขึ้น ซึ่งจะช่วยให้สามารถ กระจายสินค้าได้อย่างรวดเร็วและทันตามความต้องการของลูกค้า นอกจากนี้ควรนำกลยุทธ์ในด้านอื่น ๆ เพิ่มเติมเช่น ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการขาย หรือด้านบรรจุภัณฑ์ การบรรจุหีบห่อเพื่อสร้างความได้เปรียบในแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น

นอกจากนี้ จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่าการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอไทดำ คงเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ซึ่งในอนาคตการศึกษาข้อมูลต่างๆ คงมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย จึงมีการศึกษาข้อมูลใหม่ๆ เพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน แนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรเลือกศึกษาปัจจัยด้านในด้านหนึ่ง ได้แก่ ด้านกลยุทธ์การตลาด ด้านกลยุทธ์ช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์เฉพาะด้าน

3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาครั้งต่อไป

จากการวิจัยครั้งนี้ พบว่าการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอไทดำ ในเขตตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม คงเป็นประโยชน์ต่อผู้ศึกษาวิจัยในครั้งต่อไป ในอนาคตการศึกษาข้อมูลต่างๆ คงมีการเปลี่ยนแปลงตามยุคสมัย จึงมีการศึกษาข้อมูลใหม่ๆ เพิ่มขึ้นจากปัจจุบัน แนวทางสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรเลือกศึกษาปัจจัยด้านใน

ด้านหนึ่ง ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่เป็นประโยชน์เฉพาะด้าน และควรเพิ่มระยะเวลาติดตามผลการวางแผนทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายให้ยาวขึ้นไปอีก อาจจะเป็น 1 ปี หรือมากกว่า และก่อนเริ่มการวิจัยควรมีการประชาสัมพันธ์ให้ทุกคนมีส่วนร่วมเพื่อให้ทุกๆ คนในชุมชนเข้าใจถึงการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นอย่างถูกต้อง เกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของการวิจัย

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. สาระสำคัญวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม, 2542.

กฤษณา วงษาสันต์ และคณะ. วิถีไทย. กรุงเทพฯ : บริษัทคอนฟอร์มจำกัด, 2542.

กาญจนา แก้วเทพ. เครื่องมือการทำงานแนววัฒนธรรมชุมชน. กรุงเทพฯ : สภาคทอเล็กแห่งประเทศไทยเพื่อการพัฒนา (สกทพ) จัดพิมพ์, 2538.

จารุวรรณ ธรรมวัตร. การถ่ายทอดภูมิปัญญาพื้นบ้านอีสาน: ในทิศทางหมู่บ้านไทย. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์, 2531.

จิตต์ไส แก้วบุญเรือง. การดำเนินงานโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ประสบความสำเร็จในจังหวัดลำปาง. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2546.

ชวลิต ศุภศักดิ์. "ความสำเร็จในการนำแนวคิดการจัดการความรู้ไปปฏิบัติในองค์กรและผลของการจัดการความรู้ต่อบุคลากร." วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ สาขาพัฒนาแรงงานและสวัสดิการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2550.

ชวลิต นุ่มละออ. "ยุทธศาสตร์อุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม." เอกสารวิจัยส่วนบุคคลหลักสูตรการป้องกันราชอาณาจักรรัฐร่วมเอกชน รุ่นที่ 9 วิทยาลัยป้องกันราชอาณาจักร, 2539 - 2540.

จิรวัดน์ นิเจนตร. การศึกษาลับการพัฒนาชุมชน. กรุงเทพฯ : หน่วยงานพิเศษ กรมการฝึกหัดครู, 2528.

ชูศรี เทพประทุม. โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือ. กรุงเทพมหานคร กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2543.

จิตร์รัตน์ เหมษ์จิตติ. "ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อผ้าไหมมัดหมี่ เพื่อตัดชุดโอกาสพิเศษของข้าราชการสตรีสถาบันราชภัฏในเขตกรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2541.

ทพวงมหาวิทยาลัย. ลวดลายพื้นผ้าสืบสานภูมิปัญญาไทย. กรุงเทพฯ : บริษัท พรินต์โพร จำกัด, 2541.

ทรงพันธ์ วรรณมาศ. การจัดระบบฐานข้อมูลแบบลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์และสืบย้อนธรรมชาติในผ้าทอพื้นบ้านภาคเหนือเพื่อพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยระบบคอมพิวเตอร์. เชียงใหม่ : อินฟินิตี้ ดิจิทัล ดีไซน์, 2547.

ทรงศักดิ์ ปรารักษ์วัฒนากุล. ผ้าเอเชีย : มรดกร่วมทางวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ : สำนักงาน

คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ, 2536.

ทิพย์อ่อนงค์ เลื่อนพุกวัฒน์ และสุนี เลิศแสงกิจ. ภูมิปัญญาท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วังอักษร,
2547.

ธิดารัตน์ ศิริศักดิ์พาณิชย์. "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผ้าทอมือ ของผู้บริโภคตามโครงการ
หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จังหวัดสุพรรณบุรี." วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาวิชา
สาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา, 2548.

นวลจิตต์ เรืองศรีใส. การออกแบบเสื้อผ้าสุภาพบุรุษด้วยผ้าทอพื้นเมือง. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริม
อุตสาหกรรมสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมรายสาขาอุตสาหกรรมสิ่งทอ และงานออกแบบ
สิ่งทอ, 2546.

นวลจิตต์ เรืองศรีใส. การออกแบบลายผ้า. กรุงเทพฯ : ส่วนอุตสาหกรรมสิ่งทอ สำนักพัฒนา
อุตสาหกรรมรายสาขา กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2545.

นันทนา ปิ่นทอง. สมาชิกกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกราษฎร์เย็น. สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2553.

นิตยา มีดี. สมาชิกกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกราษฎร์เย็น. สัมภาษณ์, 21 มิถุนายน 2553.

นิพนธ์ เทียนนิหารและคณะ. ความรู้ท้องถิ่น การจัดการความรู้สู่การจัดการทางสังคม. กรุงเทพฯ :
วิทยาลัยการจัดการทางสังคม, 2537.

บงอร พงษ์ประพันธ์. "อาชีพทอผ้าจกของชาวไทยยวน จังหวัดราชบุรี." วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตร
มหาบัณฑิต สาขาไทยคดีศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2547.

บุญเสริม ดินตะสุวรรณ. ศึกษาผ้าและเครื่องนุ่งห่มของชาวไทยทรงดำ ตำบลหนองปรัง อำเภอบาง
ย้อย จังหวัดเพชรบุรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2545.

ประไพ จรุงนารอด. การสร้างกลยุทธ์ในการจัดการความรู้. กรุงเทพฯ : บริษัท เอ็คซเปอร์เน็ท จำกัด,
2547.

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประเวศ วะสี. การสร้างสรรคภูมิปัญญาไทยเพื่อการพัฒนา : ชุมชนพัฒนา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์
จุฬาลงกรณ์วิทยาลัย, 2530.

ปริมรัตน์ แจกเพ็ญ. รายงานการศึกษาเรื่องทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผ้าไทย. กรุงเทพฯ : สำนัก
พัฒนาอุตสาหกรรมในครัวเรือนและหัตถกรรม กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2542.

ปานิ เดชวิทยาพร. ผ้าไทยกับวิถีชีวิตของคนไทย. กรุงเทพฯ : บริษัท เอส เอ็ม เอ ธุรกิจ และ การพิมพ์
จำกัด, 2548.

ปิยะพร กัญชนะ. วันเวลาของผ้าไทย. กรุงเทพฯ: ที เจ เจ, 2546.

ฝ่ายวิจัยบรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย. "การเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของอุตสาหกรรมสิ่งทอ." พศจิกายน 2539.

พรรัตน์ สร้อยทอง. สมาชิกกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกกรายรัมย์เย็น. สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2553.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. วิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ:

ศูนย์หนังสือจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2540.

เพ็ชรี รูปะวิเชตร์. สภาพการดำเนินการสร้างตลาดชุมชนอำเภอเชียงดาวจังหวัดเชียงใหม่ ด้วยการ

ประชุมอย่างมีส่วนร่วมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน ตามแนวทฤษฎีแบบเศรษฐกิจแบบ

พอเพียง. เชียงใหม่ : ภาควิชาอาชีวศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่,

2548.

ฟิลิป คอตเลอร์ และแกรี อาร์มสตรอง. หลักการตลาด The Principle of Marketing. แปลโดย วารุณี

ตั้งดวงศวาณิช และคณะ. กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า, 2545.

มนตรี ชมชื่น. "คู่มือการตลาดสายผ้าตีนจกไท-ยวน จังหวัดราชบุรี." วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษา

มหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 2548.

มัทนา พลอาสา. "ปัจจัยที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสำเร็จรูปของข้าราชการสตรีในเขต

กรุงเทพมหานคร." วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2538.

มานิตา เชื้อนขันซ์. ภาษาและขนบธรรมเนียมประเพณีท้องถิ่นชาวลาวโซ่ง บ้านดอน มะเกลือ

ตำบลดอนมะเกลือ อำเภออุ้มทอง จังหวัดสุพรรณบุรี. กรุงเทพฯ : สำนักงาน

คณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ กระทรวงศึกษาธิการ, 2541.

มารุต อัมรานนท์. "แนวทางในการศึกษาศิลปะพื้นบ้าน." วารสารสถาบันวิจัย ศิลปวัฒนธรรม 1 , 2

(มกราคม - มิถุนายน 2543) : 4 -16.

เมธา สุธีร์โรจน์. "การศึกษาแนวทางก้าวไกลแผนกลยุทธ์การตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าไหมของ

มูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ." วิทยานิพนธ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2540.

ยิ่งยง เทาประเสริฐ. ภูมิปัญญาพื้นบ้าน. กรุงเทพฯ : สถาบันราชภัฏเชียงราย, 2537.

รุ่ง แก้วแดง. แนวทางส่งเสริมปัญญาไทยในการจัดการศึกษา. กรุงเทพฯ : บริษัทพิมพ์ดี จำกัด,

2541.

วนิดา แก้วเนตร. "ปัจจัยในการเลือกซื้อสินค้าของที่ระลึกประเภทหัตถกรรมพื้นบ้านของ
นักท่องเที่ยวชาวไทย : กรณีศึกษาบ้านถวาย อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่."
การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรมการ
ท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2545.

วรรณภา ประยุกต์วงศ์ และ อัมพร ศรีประสิทธิ์. พฤติกรรมการใช้ผ้าทอพื้นบ้านภาคใต้ กรณีศึกษา
ในอำเภอหาดใหญ่. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 2545.

วรรณภา แผงคด. สมาชิกกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายรัมย์เย็น. สัมภาษณ์, 17 มีนาคม 2553.

วิทยา จอมบุญ. สมาชิกกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายรัมย์เย็น. สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2553 .

วิบูลย์ ลีสุวรรณ. ผ้าไทยพัฒนาการทางอุตสาหกรรมและสังคม. กรุงเทพฯ : บริษัทพิมพ์ดี จำกัด,
2530.

วิบูลย์ ลีสุวรรณ. ศิลปหัตถกรรม. กรุงเทพฯ : การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2532.

ศูนย์การพัฒนาพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ "นโยบายพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของประเทศไทย." เอกสาร
ประกอบการสัมมนา กรุงเทพฯ .16 ตุลาคม 2545.

สมพงษ์ ทิมแจ่มใส. ผ้าพื้นเมืองสยาม. กรุงเทพฯ .บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง จำกัด,
2545.

สรารุช คงถนอม. ผู้ก่อตั้งและอดีตประธานกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายรัมย์เย็น. สัมภาษณ์, 17
มีนาคม 2553.

สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี. อัตลักษณ์ผ้าฝ้ายทอมือกับความอยู่รอดในเชิงพาณิชย์. อุทัยธานี:
สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุทัยธานี, 2543

สินธุ์ สโรบล. นี่คือผ้าทอพื้นบ้าน. กรุงเทพฯ : หจก.วนิดาการพิมพ์, 2548.

สิริรัชฎ์ สิริพันธ์บุปผา. "การศึกษาและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของที่ระลึกจากผ้าทอ
ชาวไทยทรงดำจังหวัดเพชรบุรี." วิทยานิพนธ์ปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2549.

สิริพิชญ์ เหลืองสุวรรณ. การยกระดับความรู้ด้านสิ่งทอและเสื้อผ้าสำหรับผู้ประกอบการ SMEs
และ OTOP. สุโขทัย : มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 2548.

สุชาติ พิบูลแถว. "การศึกษากระบวนการฟื้นฟูภูมิปัญญาการทอผ้าจาก ชุมชนไท-ยวนราชบุรี ตำบล
คูบัว อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ในมิติทางการพัฒนาชุมชน." วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชน
มหาบัณฑิต สาขาพัฒนาชุมชน คณะสังคมสงเคราะห์ศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์,
2550.

สุภาพค์ จันทวานิช. วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2548.

- สุมาลย์ โทมัส. ผ้าพื้นเมือง. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2525.
- สุวดี ชนประสิทธิ์พัฒนา. การทอผ้า. กรุงเทพฯ : หจก.วนิดาการพิมพ์, 2542.
- สุวัฒน์ คงแป้น. ชุมชนคนไทย. กรุงเทพฯ : บริษัทเคล็ดไทย, 2549.
- เสฐียร โกเศศ. รู้ไว้. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์คลังวิทยา, 2509.
- เสรี พงศ์พิศ. ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการพัฒนาชนบทเล่ม1-2. กรุงเทพฯ : บริษัทอมรินทร์พริ้นติ้ง
กรุ๊ป จำกัด, 2536.
- อดุลย์ จาคูรงค์กุล. พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2546.
- อภิชัย พันธเสน. การประยุกต์พระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียงกับอุตสาหกรรมขนาดกลางและ
ขนาดย่อม. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.), 2546
- อำนาจ ชีระวนิช. การจัดการธุรกิจขนาดย่อม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเกษตร, 2544.
- อุไร เขียววาง. สมาชิกกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสระแกรายรมเย็น. สัมภาษณ์, 5 สิงหาคม 2553.

ภาษาอังกฤษ

- Coffey, Amanda and Paul Atkinson. Making Sense of Qualitative Data : Complementary
Research Strategies. London : SAGE Publications, 1996.
- Kotler, Philip. Marketing Management, 10 th ed. New Jersey : Prentice-Hall, 2000.
- Leonard, D and S. Sensiper. "The Role of Tacit Knowledge in Group Innovation." California
Management Review 40 (1998) : 112-132.
- Punch, F. Keith. Introduction to Social Research Quantitative and Qualitative. London : SAGE
Publications, 1997.
- Silverman, David. Qualitative Research Theory, Method and Practice. London : SAGE
Publications, 1997.

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

แนวคำถามที่ใช้สัมภาษณ์ผู้ประกอบการธุรกิจสถานบันเทิง

ประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายรัมย์เย็น

1. ความเป็นมาของการประกอบผ้าทอไทดำ

- 1.1 ประวัติความเป็นมาของชุมชนสะแกรายรัมย์เย็น
- 1.2 การเริ่มต้นของการรวมกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายรัมย์เย็น
- 1.3 สถานที่ตั้งและเส้นทางการเดินทาง

2. รูปแบบการประกอบธุรกิจผ้าทอ

- 2.1 กลุ่มทอผ้ามีรูปแบบการดำเนินธุรกิจอย่างไร
- 2.2 ลักษณะของลูกค้าเป็นอย่างไร
- 2.3 จำนวนสมาชิกในกลุ่มทอผ้า

3. การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน

- 3.1 ด้านผลิตภัณฑ์
 - การออกแบบรูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไรอย่างไร
- 3.2 ด้านราคา
 - การกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์มีวิธีการอย่างไร
- 3.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด
 - มีใช้วิธีการใดในการส่งเสริมการขาย
- 3.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

มีช่องทางการจัดจำหน่ายแบบใด และเป็นอย่างไร

4. การศึกษาเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอไทดำในปัจจุบัน

- 4.1 รูปแบบการจัดจำหน่ายผ้าทอไทดำเป็นอย่างไร
- 4.2 รูปแบบช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีประสิทธิภาพที่สุด

5. การศึกษาการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน

- 5.1 ด้านผลิตภัณฑ์
 - การพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไรอย่างไร
- 5.2 ด้านราคา
 - การกำหนดราคาภายหลังจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นอย่างไร
- 5.3 ด้านการส่งเสริมการตลาด
 - การส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพเป็นอย่างไร

5.4 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

มีช่องทางการจัดจำหน่ายแบบใด และเป็นอย่างไร

6. การศึกษาการพัฒนาเรื่องช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอไทดำ

6.1 ควรมีการพัฒนารูปแบบการจัดจำหน่ายผ้าทอไทดำเป็นอย่างไร

6.2 แนวโน้มการใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายในอนาคต

กลุ่มลูกค้า

1. ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลูกค้า

เพศ อายุ สถานภาพ การศึกษา อาชีพ รายได้

2. ทำไมหรือปัจจัยใดในการเลือกซื้อผ้าทอไทดำเป็นอย่างไร และ เพราะอะไร

3. ความถี่ในการซื้อผ้าทอไทดำ

4. ท่านมีความประทับใจต่อผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำหรือไม่ เพราะอะไร

5. ปัญหาอุปสรรคที่พบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ในความคิดของท่านต้องการให้มีการแก้ไข

หรือข้อเสนอแนะอย่างไร

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ตัวอย่างบทสัมภาษณ์

คุณดวงเดือน ดงถนอม อายุ 48 ปี กรรมการกลุ่มทอผ้าไทดำ

สวัสดีครับ ผม สุรเดช โตมาตร์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาประกอบการ คณะวิทยาการ
จัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร ผมทำวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย
ผ้าทอไทดำ โดยเลือกบ้านสะแกรายร่มเย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐมเป็น
พื้นที่ศึกษา วันนี้ผมอยากขอความร่วมมือจากคุณนงค์สัมภาษณ์ในหลายประเด็นที่จะสะท้อนให้
เห็นถึงวิธีการผลิตและการถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นการผลิตผ้าจากภูบัวและศึกษาแนวทางในการ
พัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่าย ผ้าทอไทดำ บ้านสะแกรายร่มเย็น ตำบลคอนยายหอม
อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ประเด็นแรกผมจะสอบถามเกี่ยวกับ วิธีการดำรงอยู่ของผ้าไทดำและ
การจัดการความรู้

- ผู้สัมภาษณ์ อะไรทำให้ชาวบ้านยังทอผ้าไทดำใช้เองอยู่
คุณดวงเดือน การทอผ้าเป็นรายได้เสริมจากงานที่ทำอยู่และเป็นการอนุรักษ์ศิลปะ
การทอผ้าไทดำไว้
- ผู้สัมภาษณ์ ปัจจุบันภูมีลำเนาอาศัยอยู่
คุณดวงเดือน หมู่ 9 ต.คอนยายหอม อ.เมือง จ.นครปฐม
- ผู้สัมภาษณ์ อาชีพหรืออะไรที่ทำ คือ
คุณดวงเดือน เป็นเกษตรกร และเป็นกรรมการกลุ่มทอผ้า
- ผู้สัมภาษณ์ ชาวบ้านส่วนใหญ่ทอผ้าแล้วจะไปฝากขายที่ไหน
คุณดวงเดือน ศูนย์ศิลปะหัตถกรรมภูมิปัญญาไทดำ ที่วัดสะแกรายร่มเย็น
- ผู้สัมภาษณ์ การทอผ้าไทดำได้รับความสนใจจากคนรุ่นหลังมากน้อยเพียงใด
คุณดวงเดือน น้อย ถ้าเทียบสมัยน้ำเต้ารุ่นหลังจะไม่ค่อยได้สนใจในการทอผ้าเท่าไร
- ผู้สัมภาษณ์ การทอผ้าในอดีตกับปัจจุบันแตกต่างกันอย่างไร
คุณดวงเดือน แตกต่าง ส่วนมากช่างฝีมือทอผ้าจะเป็นอาชีพโดยตรง คือ ไม่นั่งทอผ้า
เพื่อการอนุรักษ์ เนื่องจากทอช้าเพราะมีความละเอียด ซึ่งใช้เวลานาน
ในการทอ ช่างทอส่วนใหญ่จึงนิยมทอผ้าประยุกต์กัน ซึ่งไม่เน้นการ
อนุรักษ์ แต่เน้นเพื่อราคา
- ผู้สัมภาษณ์ สำหรับคุณดวงเดือนเป็นการทอผ้าแบบไหนครับ

- คุณดวงเดือน ตนเองนั้นยังทอผ้าเพื่อการอนุรักษ์อยู่ เก็บไว้บ้างหรือในบางครั้งก็จะขายบ้าง คือ เราต้องการอนุรักษ์งานของเราไว้เพราะใจมันชอบทอเก็บไว้เพื่อความภูมิใจ รวมถึงให้รุ่นลูกรุ่นหลานดู
- ผู้สัมภาษณ์ มีการถ่ายทอดการทอผ้าให้กับลูกหลานอย่างไร
- คุณดวงเดือน มีการสอนให้ตัวต่อตัวแต่ต้องขึ้นอยู่กับว่าเขามีความสนใจมากน้อยแค่ไหน เพราะการทอผ้าเป็นงานละเอียดอ่อน ถ้าไม่ได้ชอบแล้วงานที่ทำจะออกมาไม่ดี
- ผู้สัมภาษณ์ ในอดีตมีกิจกรรมอะไรที่ส่งเสริมการทอผ้าไทดำ
- คุณดวงเดือน ก็มีการประกวดการแต่งกายด้วยผ้าไทดำ การประกวดออกแบบผ้า การแข่งขันการทอผ้า แต่กิจกรรมเหล่านี้ก็ไม่ค่อยมีให้เห็นแล้วเพราะขาดการสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน
- ผู้สัมภาษณ์ ในชุมชนมีการจัดเก็บองค์ความรู้เกี่ยวกับการทอผ้าไทดำอย่างไร
- คุณดวงเดือน มีการทำหนังสือ มีการนำเทคโนโลยีด้านคอมพิวเตอร์มาใช้จัดเก็บองค์ความรู้เป็นสื่อการเรียนการสอน การจัดตั้งสถานที่ทอผ้า การสร้างพิพิธภัณฑ์รวบรวมวัตถุที่เป็นตัวแทนขององค์ความรู้ การเสริมหลักสูตรการเรียนการสอนผ้าจกในและนอกชุมชน

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาคผนวก ค
บริบทของหมู่บ้านสระทรายร่มเย็น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

บริบทของหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

1. ประวัติชุมชน

ในส่วนประวัติชุมชนได้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ระดับลึกผู้นำหมู่บ้านและบุคคลผู้อาวุโส ในหมู่บ้านได้ข้อมูลว่าความเป็นมาเริ่มตั้งแต่แรก ชาวบ้านเชื้อสายไทยใหญ่ (เงี้ยว) และไทดำ ชาวบ้านที่อพยพมาจากเมืองแกลง ลุ่มแม่น้ำดำและแดงในประเทศเวียดนามเหนือ ได้อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานบ้านเรือนในจังหวัดเพชรบุรีก่อน ไม่ปรากฏหลักฐานชัดเจน ว่าอพยพเข้ามาอยู่ในหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น และหลาย ๆ หมู่บ้านโดยรอบ ซึ่งในแต่ละแห่งปัจจุบันเหลือจำนวนเพียงเล็กน้อยเท่านั้น ชาวไทดำมีเป็นบางส่วน ที่ตั้งถิ่นฐานอยู่ในหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ที่ถูกพม่าขับไล่มาจากเมืองเชียงตุงเนื่องจากพื้นที่บริเวณเหล่านี้อุดมสมบูรณ์ไปด้วยพืชพันธุ์ธัญญาหาร ทั้งดินและน้ำอุดมสมบูรณ์ดีเหมาะแก่การเพาะปลูกพืชและเลี้ยงสัตว์

ที่มาของชื่อหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็นตั้งชื่อนี้เพราะในหมู่บ้านเป็นที่ราบมีต้นสะแกขึ้นหนาที่มาก และมีคลองไหลผ่านตรงกลางป่าต้นสะแก ชื่อหมู่บ้านก็เลยตั้งชื่อว่า หมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ส่วนผู้ที่เข้ามาตั้งรกรากหมู่บ้านครั้งแรกนั้นก่อนที่จะมาถึง บ้านสะแกรายรัมย์เย็นนั้นมีหลายครอบครัวอพยพมา ซึ่งกลุ่มแรกคือครอบครัวของนายทองใบ ทับชม ย้าย มาจากเพชรบุรี

ในปัจจุบันมีผู้คนมากมายที่อพยพครอบครัวมาจากต่างถิ่นมี ทั้งภาคกลาง ภาคเหนือ ภาคใต้ และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอีสานได้ย้ายเข้ามา จึงทำให้มีศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี ที่หลากหลายมีการปกครองท้องถิ่นที่เกิดการแข่งขันมากมายเพื่อที่จะได้เป็น ผู้นำหมู่บ้าน เนื่องจากหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็นเป็นหมู่บ้านที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยทรัพยากรธรรมชาติ มีการแสวงหาผลประโยชน์มากมายในพื้นที่ทั้งด้านเศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง

ในปัจจุบันเศรษฐกิจโดยรวมของหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม โดยทั่วไปขึ้นอยู่กับเศรษฐกิจภาคการเกษตร เกษการประมง (การเลี้ยงกุ้ง) พืชที่สำคัญคือ ข้าว ผักและผลไม้ต่างๆ และหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็นยังได้รับการส่งเสริมให้ทำการเกษตรอินทรีย์ ซึ่งเป็นผักและผลไม้ที่ปลอดสารเคมีและสารตกค้าง ปัจจุบันสามารถส่งออกไปยังต่างประเทศ

วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในหมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ตำบลคอนยายหอม นับว่ามีวิถีชีวิตที่เรียบง่ายบนภูมิประเทศที่มีความอุดมสมบูรณ์ อิทธิพลศาสนาพุทธและพราหมณ์ ตลอดจนความเชื่อเรื่องผีและวิญญาณบรรพบุรุษมีผลต่อวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนในพื้นที่นี้ ประเพณีที่นับว่าสำคัญและมีการสืบทอดกันจนถึงปัจจุบัน ได้แก่ ป่าดง เสนเอือน การไหว้ศาลประจำหมู่บ้าน ส่วนประเพณีทั่วไป ได้แก่ สืบชะตา เรียกขวัญ รับขวัญ ฯลฯ

2. ลักษณะทางกายภาพ

ในการศึกษาลักษณะทางกายภาพนี้ใช้การสังเกต และการสนทนากลุ่ม มีราย ละเอียด ดังนี้

หมู่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น ที่รู้จักในอดีตคือส่วนหนึ่งของหมู่บ้านตากแดด ซึ่งเดิมตั้งอยู่ที่ หมู่ที่ 3 ตำบลตลาดจินดา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม แต่ปัจจุบันตั้งอยู่หมู่ที่ 9 ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ในอดีตราษฎรส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรมแต่ปัจจุบันนี้เปลี่ยนมาเป็นนาถั่ว ส่วนคำว่าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น แบ่งออกเป็น 3 คำ คำแรกคำว่า คำแรกคำว่า “บ้าน ” ในที่นี้ หมายถึง หมู่บ้าน คนได้จะเรียกสั้นๆว่า บ้าน คำที่สอง “สะแกราย ” หมายถึง ป่าต้นสะแกที่มีอยู่มากมาย และคำที่สาม คำว่า “รัมย์เย็น” หมายถึง การอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข รวมความแล้วบ้านสะแกรายรัมย์เย็น หมายถึง หมู่บ้านที่เต็มไปด้วยต้นสะแกซึ่งอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขทั้งกายและใจ (ส่วนหนึ่งมาจากการที่บ้านสะแกรายรัมย์เย็นนั้นแยกตัวมาจากหมู่บ้านตากแดด)

3. สภาพทั่วไปของหมู่บ้าน

ที่ตั้ง อยู่ห่างจากศาลากลางจังหวัด ไปทางทิศตะวันตกเฉียงใต้ ระยะทาง 8 กิโลเมตร

อาณาเขต ทิศเหนือ ติดต่อกับ หมู่ 7 บ้านคอนขนาก ต.คอนยายหอม

ทิศใต้ ติดต่อกับ ตำบลคอนคา อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ หมู่ 3 อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ ตำบลคอนคา อำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี

พื้นที่ มีพื้นที่ทั้งหมด 47 ตารางกิโลเมตร

สภาพพื้นที่ มีลักษณะดังนี้

บ้านสะแกรายรัมย์เย็นมีลักษณะเป็นที่ราบลุ่ม มีลำคลองสายหลักผ่ากลางหมู่บ้าน ซึ่งเป็นสายเดียวกับคลองเจดีย์บูชา มีที่ราบลุ่มเป็นที่ตั้งชุมชนและราษฎรประกอบอาชีพเกษตรกรรม

ประชากร รวม 632 คน เป็นชาย 319 คน จำนวนครัวเรือน 198 ครัวเรือน

ศาสนา นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 97

นับถือศาสนาคริสต์ คิดเป็นร้อยละ 2

นับถือศาสนาอิสลาม คิดเป็นร้อยละ 1

สภาพทางเศรษฐกิจ รายได้เฉลี่ยของคนในพื้นที่ 80000 บาท/คน/ปี

อาชีพ 1. อาชีพหลัก ได้แก่ เกษตรกรรม และประมง(เลี้ยงกุ้ง)

2. อาชีพเสริม ได้แก่ รับจ้างทั่วไป , เลี้ยงสัตว์ , ค้าขาย

หน่วยบริการสาธารณะทางสังคม/การศึกษา/สาธารณสุข

1. มีโรงเรียน 1 แห่ง คือโรงเรียนบ้านตากแดด
2. วัด 1 แห่ง คือวัดสะแกรายรัมย์เย็น
3. มีสถานีอนามัย 1 แห่ง เป็นศูนย์สุขภาพชุมชนที่ 9 ตำบลคอนยายหอม
4. มีสมาคม / ชมรม / กองทุน / กลุ่มต่างๆ ดังนี้
 - 4.1. กองทุนฌาปนกิจสงเคราะห์ จำนวน 2 กองทุน
 - 4.2. กองทุนเงินล้าน จำนวน 1 กองทุน
 - 4.3. กองทุนหมู่บ้าน SML จำนวน 1 กองทุน
 - 4.4. กลุ่มออมทรัพย์ จำนวน 2 กลุ่ม
 - 4.5. กลุ่มอาชีพการทอผ้าไทดำ จำนวน 1 กลุ่ม

โครงสร้างพื้นฐาน

1. ไฟฟ้า มีไฟฟ้าใช้ 270 ครัวเรือน
2. แหล่งน้ำอุปโภค บริโภค มีประปาหมู่บ้าน 3 แห่ง บ่อบาดาลส่วนตัว 3 บ่อ
3. แหล่งน้ำเพื่อการเกษตร มีแหล่งน้ำตื้นดิน (ห้วย หนอง คลอง บึง สระ) 1 แห่ง
4. การคมนาคม มีถนนลาดยาง 4 สาย, ถนนคอนกรีต 1 สาย

แหล่งท่องเที่ยวสำคัญและน่าสนใจในหมู่บ้าน

ศูนย์การเรียนรู้และศูนย์หัตถกรรมชาวไททรงดำ ตั้งอยู่บริเวณวัดสะแกรายรัมย์เย็น ซึ่งเป็นที่แสดงผลงานหัตถกรรมพื้นบ้านไทดำ ตลอดจนวิถีชีวิต บ้านเรือน วัฒนธรรมประเพณีและการละเล่นต่างๆ

สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ/มีชื่อเสียงในหมู่บ้าน

ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในหมู่บ้าน มีปลานิลแคคเคียว และ ผักปลอดสารพิษ โดยทางหมู่บ้านสามารถส่งสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ออกจำหน่ายต่างจังหวัดและกรุงเทพฯ ได้

ข้อมูลด้านอื่นๆ

พื้นที่หมู่ที่ 9 มีราษฎรประกอบอาชีพประมง(การเลี้ยงกุ้ง) 82 ราย ในปีหนึ่งสามารถสร้างรายได้ประมาณกว่า 100 ล้านบาท ทำให้เกิดการจ้างงาน และการทะลักเข้ามาของคนต่างจังหวัดและแรงงานต่างด้าว ทำให้ราษฎรได้มีงานทำไม่น้อยกว่า 400 คน

4. โครงสร้างประชากร

โครงสร้างทางด้านเพศ (ข้อมูลทะเบียนราษฎร์) ปี พ.ศ. 2551

1. เพศชาย จำนวน 419 คน
2. เพศหญิง จำนวน 413 คน

โครงสร้างทางด้านอายุ (ข้อมูล จปฐ 2) ปี พ.ศ. 2551

ตารางที่ 2 แสดงโครงสร้างทางด้านอายุของประชากร ปี พ.ศ. 2551

ช่วงอายุประชากร	จำนวนเพศชาย (คน)	จำนวนเพศหญิง (คน)	จำนวนรวม (คน)
น้อยกว่า 1 ปีเต็ม	30	18	48
1 ปีเต็ม – 2 ปี	21	15	36
3 ปีเต็ม – 5 ปี	19	14	33
6 ปีเต็ม – 11 ปี	19	24	43
12 ปีเต็ม – 14 ปี	23	12	35
15 ปีเต็ม – 17 ปี	25	33	58
18 ปีเต็ม – 49 ปี	120	135	455
50 ปีเต็ม – 60 ปีเต็ม	41	20	61
มากกว่า 60 ปีเต็มขึ้นไป	21	42	63
รวมทั้งหมด	319	313	632

ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงประชากร

จำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นในชุมชน ได้ส่งผลกระทบต่อชุมชนในด้านต่างๆ คือ

1. ด้านที่อยู่อาศัย คือ จากกรณีที่มีจำนวนประชากรในชุมชนเพิ่มขึ้นทำให้พื้นที่ที่เป็นที่อยู่อาศัยนั้นมีความหนาแน่น และแออัดมากขึ้นส่งผลส่งได้ส่งผลกระทบต่อด้านอื่นๆด้วย
2. ด้านการศึกษา เนื่องจากจำนวนประชากรที่เพิ่มขึ้นทำให้ประชากรที่มีช่วงอายุในวัยที่กำลังศึกษานั้นมีจำนวนมากส่งผลทำให้ได้รับการศึกษาที่ไม่ทั่วถึง
3. ด้านอาชีพ เป็นผลมาจากการที่จำนวนประชากรในวัยแรงงานมีจำนวนมากแต่ในขณะเดียวกันแหล่งงานกลับลดน้อยลงทำให้กลุ่มประชากรที่อยู่ในวัยแรงงานต้องออกหางานต่างถิ่นมากขึ้น

4. สุขภาพและสุขอนามัย สืบเนื่องมาจากปัญหาแหล่งที่มีความแออัดได้ส่งผลทำให้แหล่งที่อยู่มีปัญหาด้านความสะอาด ส่งผลกระทบถึงประกรทำให้ประชากรมีปัญหาด้านสุขภาพต่างๆ

5. ข้อมูลด้านการเมือง และการปกครอง

บ้านสะแกรายรัมย์เย็น มีระบบการปกครองแบบประชาธิปไตยมานานโดยการปกครองภายในหมู่บ้านจะมีผู้ใหญ่บ้านเป็นผู้ดูแลทุกข์สุขของชาวบ้านทั้งหมด มีผู้ช่วยผู้ใหญ่บ้านเป็นคนช่วยในการดูแลชาวบ้านอีกทอดหนึ่งรองจากผู้ใหญ่บ้าน เช่น เกิดเรื่องมีคนทะเลาะวิวาทขึ้นภายในหมู่บ้านเมื่อคู่กรณีไม่สามารถตกลงกันได้ผู้ใหญ่บ้านซึ่งเป็นผู้ดูแลหมู่บ้านต้องเป็นผู้ที่ไกล่เกลี่ยปัญหาให้กับลูกบ้าน ถ้าผู้ใหญ่บ้านไม่สามารถจะไกล่เกลี่ยเรื่องได้ก็สามารถที่จะส่งเรื่องต่อไปให้กับเจ้าพนักงานตำรวจซึ่งเป็นผู้ดูแลกฎหมายเป็นผู้ดำเนินเรื่องต่อไปได้

การปกครอง

ผู้ใหญ่บ้านสะแกรายรัมย์เย็น หมู่ 9 คนปัจจุบัน คือ นายสะอาด มีดี

การเมืองท้องถิ่น

ส.อบต. บ้านบ้านสะแกรายรัมย์เย็น หมู่ 9 ตำบลอนายหอม

1. นางรัชณี ปัญญาเลิศทรัพย์ ส.อบต.
2. นายไถว ปิ่นทอง ส.อบต.
3. นายสุรินทร์ แอ่นศรี รองนายก อบต. อนายหอม

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาคผนวก ง
ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสระแกรทรายรัมย์เย็น

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายรัมย์เย็น

ประวัติกิจการกลุ่มทอผ้าฝ้ายสะแกราย ส่วนใหญ่แล้วสมาชิกในกลุ่มจะประกอบอาชีพด้านการเกษตร และมีเวลาว่างงานบางเวลา สมาชิกส่วนใหญ่มีความรู้เรื่องทอผ้า สืบต่อกันมาจากบรรพบุรุษเป็นชาวไทยทรงดำหรือลาวโซ่ง ซึ่งทอผ้ามาใช้ในครอบครัว เช่น ผ้าซิ่น ผ้าขาวม้าใช้ในชีวิตประจำวัน อีกทั้งยังเป็นการอนุรักษ์ไว้ซึ่งความเป็นไทยดำ และนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต

แนวคิดในการก่อตั้งกิจการ สร้างงาน สร้างอาชีพ กระจายรายได้ให้แก่ชุมชน ให้มีอาชีพเสริมที่พึงพอใจ ครอบครัวอยู่ดีมีสุข พื้นฟูอนุรักษ์ ขนบธรรมเนียมประเพณีวัฒนธรรมของบรรพบุรุษสืบไว้

เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2548 ได้มีการประชาคมหาความต้องการของประชาชนในหมู่บ้านและได้ไปทัศนศึกษาดูงานที่บ้านกึ่งวงษ์ หมู่ที่ 9 ตำบลกำโลน อำเภอลานสกา จังหวัดนครศรีธรรมราช และที่บ้านหนองขาว อำเภอนำมวง จังหวัดกาญจนบุรี จากนั้นได้รับงบประมาณสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบลคอนยายหอม จำนวนเงิน 60,000 บาท จัดซื้อกี่กระตุกด้ายและอุปกรณ์ต่าง ๆ

ในปี พ.ศ. 2549 ได้รับงบประมาณจากยุทธศาสตร์จังหวัดนครปฐม จำนวนเงิน 230,000 บาท ได้ซื้อกี่กระตุกทอผ้าเพิ่มอีก 5 ตัว พร้อมทั้งอุปกรณ์ และมีการจัดอบรมการทอผ้า และการจกลายผ้า

จากนั้นได้ลงทะเบียนกลุ่มอาชีพ OTOP ไว้กับสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครปฐม ได้รับการพัฒนาเป็นระดับ 3 และผ่านการประเมินการพัฒนาให้มีความเข้มแข็งทุกด้าน โดยมี นางสาวโน ปิ่นทอง เป็นประธานกรรมการและเป็นผู้ประสานงานของกลุ่มในเรื่องการจำหน่าย การตลาด มีรายได้เฉลี่ยสุทธิหักค่าใช้จ่ายแล้ว เดือนละ 3,000 – 5,000 บาท ตลาดมีประจำคือ ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ นครปฐม ศูนย์เรียนรู้ภูมิปัญญาไทย (ปิยะชนก) ร้าน OTOP ถนนเทศบาล ซอย 2 งานไทยทรงดำทั่วไปและงานที่หน่วยราชการจัด

การบริหารงานของกลุ่ม

1. คณะกรรมการบริหารงานกลุ่มทอผ้าสะแกราย มีความรู้ความเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเป็นอย่างดีมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ไม่เอารัดเอาเปรียบซึ่งกันและกัน
2. มีการระดมหุ้นของสมาชิก (หุ้นละ 100 – 500 บาท) จำนวนสมาชิก 22 คน มีเงินลงหุ้น จำนวน 6,300 บาท มีสมาชิกตำบลคอนคา อำเภอบางแพะ จังหวัดราชบุรีร่วมด้วย เกิดการรวมตัวอย่างเหนียวแน่นทำให้ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากส่วนราชการต่าง ๆ เพื่อเป็นทุน

ดำเนินการของกลุ่ม

3. มีการพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจของผู้บริโภค
4. ได้รับการคัดเลือกโดยทำประชาคมจัดเป็นหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และขึ้นบัญชีระดับอำเภอและจังหวัด
5. มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่แน่นอนและที่ทำกรกลุ่ม ซึ่งเป็นร้านค้าชุมชนแบบเศรษฐกิจพอเพียง นอกจากนั้นได้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าสะแกรายไปจำหน่ายตามสถานที่จัดงานต่าง ๆ ตามที่ส่วนราชการและภาคเอกชนจัด เช่น บั๊มน้ำมันบางจาก ตลาดน้ำวัดศาลเจ้า และร้านค้าชุมชน ซึ่งร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของร้านค้าหมู่บ้านตั้งอยู่ที่บ้านเลขที่ 1 หมู่ที่ 9 ตำบลคอนยายหอม ซึ่งได้งบประมาณยุทธศาสตร์อยู่ดีมีสุข 200,000 บาท
6. มีการจัดทำทะเบียนบัญชีวัดคู่/ครุภัณฑ์ รางระเบียบข้อบังคับกลุ่มทอผ้าสะแกราย เพื่อให้สมาชิกถือปฏิบัติร่วมกัน
7. มีการศึกษาดูงานกลุ่มอาชีพอื่น ๆ ที่ประกันความสำเร็จ โดยได้รับการสนับสนุนจากการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เพื่อนำมาเป็นแนวในการดำเนินงานของกลุ่ม ดังนี้
 - 7.1 หมู่บ้านศิรีวงศ์
 - 7.2 หมู่บ้านคูบัว
 - 7.3 หมู่บ้านหนองขาว
8. ร่วมเป็นสมาชิกเครือข่ายกลุ่มอาชีพระดับอำเภอ มีการประชุมร่วมกันของกลุ่มทุกเดือน เดือนละ 1 ครั้ง
9. มีการเพิ่มพูนทักษะให้กับสมาชิกกลุ่มทอผ้าสะแกรายตลอดมา เช่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ / การพัฒนาให้ได้มาตรฐาน มผช. / การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ / การตลาด / การทำแผนธุรกิจ
10. ร่วมเป็นวิทยากรให้แก่กลุ่มอื่น ๆ เพื่อนำไปประกอบอาชีพแก่ทุกกลุ่ม รวมทั้งนักเรียนนักศึกษาจากสถานศึกษาต่าง ๆ
11. กลุ่มทอผ้าสะแกรายรวมตัวกันอย่างเหนียวแน่น สามารถบริหารงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้อยู่ตลอดเวลา
12. กลุ่มบริหารงานกันเองมีการประชาสัมพันธ์กันเป็นประจำและผ่านการรองรับมาตรฐานคุณภาพสินค้าหรือ มผช.

ผลงานที่ภาคภูมิใจของกลุ่ม

1. ส่งผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า เข้าคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ปี 2549 ได้ระดับ 3 ดาว

2. ส่งผลิตภัณฑ์ผ้าลายแดงโม เข้าคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิต ปี 2552 ได้ระดับ 4 ดาว

3. ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จากสำนักงานส่งเสริมอุตสาหกรรม

ผลิตภัณฑ์

1. ผ้าซิ่นลายแดงโม

2. ผ้าขาวม้า

3. ผ้าพื้น

4. ผ้าซิ่นลายผ้าจก

5. ผ้าสไบ (ผ้าเปี้ยว)

6. ผ้าไทยทรงดำ

7. เสื้ออิชาย – หญิง

8. เสื้อไทยประยุกต์

9. กระเป๋า

10. สายรัดเอว ทั่วไป

หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน

1. องค์การบริหารส่วนตำบลคอนยายหอม

2. สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเมืองนครปฐม

3. สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดนครปฐม

4. สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม

5. ผู้ว่าราชการจังหวัด

ที่ตั้ง

บ้านเลขที่ 27/2 หมู่ ตำบลคอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

ก่อตั้งเมื่อ

วันที่ 25 มกราคม 2544

ประธานกลุ่ม

นางสาวโน ปิ่นทอง

จำนวนสมาชิกปี 2550

จำนวนทั้งสิ้น 117 คน

รายนามคณะกรรมการกลุ่ม

1.นางสาวโน	ปิ่นทอง	ประธานกลุ่ม
2.นางอมรรัตน์	ทวยหุ่น	รองประธาน 1
3.นางสมพงษ์	จอมบุญ	รองประธาน 2
4.นายวิทยา	มียอด	เลขานุการ
5.นางนงเยาว์	จอมบุญ	เหรัญญิก
6.นางรัชณี	ปัญญาเลิศทรัพย์	ปฏิคม
7.นางดวงเดือน	คงถนอม	ประชาสัมพันธ์

วัตถุประสงค์ของกลุ่ม

1. เพื่อให้ชุมชนมีกลุ่มอาชีพที่เข้มแข็ง และสามารถพึ่งพาตนเองได้
2. เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักรวมกลุ่มช่วยเหลือซึ่งกันและกัน
3. เพื่อระดมสรรพกำลัง และทรัพยากรด้านต่างๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า
4. เพื่อสนองนโยบายทั้งภาครัฐ และเอกชน ที่ส่งเสริมให้ชุมชนมีการรวมกลุ่มกัน เพื่อ

ดำเนินกิจกรรมร่วมกัน

5. เพื่อเสริมสร้างศักยภาพ และความเข้มแข็งทางด้านเศรษฐกิจ และสังคม

วิสัยทัศน์

เราจะผลิตสินค้าของกลุ่มให้ได้มาตรฐาน ทั้งด้านปริมาณ และคุณภาพ เพื่อสนองความต้องการของตลาดและผู้บริโภค ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยจะเน้นการขยายตลาดไปสู่ต่างประเทศ (GOINTER) และมุ่งพัฒนาไปสู่ความเป็นเลิศ

พันธกิจ

1. มุ่งผลิตสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ
2. ควบคุมด้านการผลิตให้ได้มาตรฐาน ทั้งปริมาณและคุณภาพ
3. ติดต่о ประสานงาน ประสานความร่วมมือกับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุเป้าหมาย
4. เผยแพร่ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ เกี่ยวกับสินค้าของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วกัน โดยสื่อนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย

กลยุทธ์

1. ระดมทุนในรูปแบบต่างๆ เช่น ระดมหุ้นและเงินฝากจากสมาชิก ขอรับการสนับสนุนจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน และโดยการกู้ยืมจากแหล่งเงินทุนต่างๆ เพื่อการลงทุน
2. ระดมสมองจากทุกฝ่าย เพื่อช่วยกันพัฒนาสินค้าของกลุ่มให้ได้มาตรฐาน และขยายตลาดออกสู่ต่างประเทศ
3. ระดมสรรพกำลัง และทรัพยากรด้านต่างๆ มาใช้ให้เกิดประโยชน์อย่างสูงสุด

ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิทยานิพนธ์ศึกษา ระดับปริญญาตรี

ประเพณีชาวไทดำ

พิธีเสนเรือน

พิธีเสนเรือน เป็นพิธีเช่นไหว้ผีเรือนของชนเผ่าไทดำซึ่งเป็นผีบรรพบุรุษได้แก่ พ่อ แม่ ปู่ ย่า ตา ยาย และบรรพบุรุษ ที่ล่วงลับ ไปแล้ว ตามปกติพิธีเสนเรือนจะปฏิบัติกันทุกครอบครัวเป็นประจำ 2-3 ปีต่อครั้ง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับฐานะและความพร้อมของ ครอบครัว เพื่อคุ้มครองบุตรหลานให้อยู่เย็นเป็นสุข ทำมาหากินเจริญก้าวหน้า ผู้ประกอบพิธีกรรมคือ “หมอเสน” ส่วนผู้ร่วม พิธีได้แก่ บรรดาลูกหลานและญาติ ๆ รวมทั้งแขกเชิญ ในกรณีที่เจ้าบ้าน หรือสมาชิกในครอบครัวเป็นพนักงานของรัฐมี ตำแหน่งสำคัญจะเชิญแขกจำนวนมาก บางครั้งแขกมาร่วมงาน 200-300 คน ญาติที่มาร่วมงาน แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือญาติสืบสายโลหิตจะแต่งกายแบบธรรมดา และ ญาติจากการแต่งงาน ได้แก่ฝ่ายเขยหรือสะใภ้ จะแต่งกายพิเศษด้วยชุด “เสื่อฮี” หรือเสื่อยาวเพื่อเป็นการเคารพ ผีเรือนและเป็นที่สังเกตให้ผู้มาร่วมงานรู้ว่า เป็นเขยหรือสะใภ้ ก่อนทำพิธีเสนเรือน จะจัดเตรียมสิ่งของ ที่ใช้ประกอบ พิธีกรรม ได้แก่ เหล้า หมู 1 ตัว ตามปกติจะเตรียมต้มเหล้าไว้ล่วงหน้าใส่ไหฝังดินไว้ 6 เดือน ถึง 1 ปี เพื่อให้ได้เหล้า ที่มีคุณภาพดี ส่วนหมูจะเตรียมเลี้ยงไว้ล่วงหน้าเป็นเวลา 1 ปี พิธีเสนเรือน เริ่มตั้งแต่ในตอนเช้า โดยมีหมอเสน เป็นผู้ประกอบพิธีกรรมในห้อง ผีเรือน ผู้เข้าร่วมพิธีได้แก่ญาติที่อยู่ในสังหรือตระกูลเดียวกัน พิธีกรรม เริ่มจากเจ้า บ้านยกตำรับเครื่องเช่นถวายผีเรือน จากนั้นหมอเสนจะเริ่มประกอบพิธี โดยกล่าวเชิญผีเรือนให้มารับเครื่องเช่น โดยเรียกชื่อผีเรือนจาก “ปู่” รายชื่อผีเรือน ให้มากินเครื่องเช่นที่ละคน ขณะที่เรียกชื่อผีเรือนหมอเสน จะใช้ไม้ทู่ (ตะเกียบ) คีบอาหารและเครื่องเช่นป้อนให้ผีเรือนกิน โดยหย่อนลงทางช่องเล็ก ๆ ลงไปใต้ถุนบ้าน แล้วหยอด น้ำตามลงไป จนกระทั่งเรียกชื่อผีเรือนครบทุกคน พิธีเช่นให้ผีกินอาหาร เช่นนี้จะทำ 2 ครั้ง คือมือเช้าและกลางวัน หลังจากนั้นจะเสนเหล้า หลวง โดยใช้เหล้า 1 ขวด และกับแกล้มเป็นเครื่องเช่น หมอเสนจะทำพิธีเรียก ผีบรรพบุรุษมากินตามรายชื่อในบั้ง ผีเรือน จนครบทุกคนเป็นเสร็จพิธี พิธีเสนเรือน เป็นพิธีสำคัญของลาวโซ่ง ซึ่งจะ ขาดหรือละเลยไม่ได้ เนื่องจากเชื่อว่าเป็นการ กระทำที่เพิ่มความเป็นสวัสดิมงคลแก่ครอบครัว จะต้องจัดป ีละ ครั้งเป็นอย่างน้อย คำว่า เสน แปลว่า เช่น หรือสังเวย เสนเรือน หมายถึงการเช่นไหว้ผีเรือน ได้แก่ การเช่นไหว้ ปู่ย่า ตายาย รวมทั้งบรรพบุรุษทุกคน การทำพิธีเสนเรือน เจ้าภาพจะเชิญหมอเสน มาเป็นผู้ประกอบพิธี พร้อมกับ แจ้งญาติพี่น้องให้ทราบ กำหนดวันทำพิธี และจัดเตรียมเครื่อง ใช้ในการทำพิธีให้เรียบร้อย เช่น เสื่อฮี – ส้วงฮี สำหรับเจ้าภาพสวมใส่ในขณะที่ทำพิธี ปานเฟื่อน (ภาชนะคล้ายกระเจาด ขนาด ใหญ่ใช้บรรจุอาหาร และเครื่อง เช่นผีเรือน) ปานข้าว (ภาชนะใส่อาหารในหม้อเสน) ตั่งกำ (แก้อหรือม้านั่งสำหรับหมอ เสนนั่งทำพิธีในห้องผีเรือน) และอาหารที่เป็นเครื่องเช่นต่าง ๆ หมูจู้บ

(เนื้อหมู เครื่องในหมูยา) แกงไ่กับหน่อไม้เปรี้ยว เนื้อหมูคิบ ซึ่โครงหมู ไส้หมู ขำต้มผัด มันเทศต้ม ผือกต้ม อ้อย ขนมและผลไม้ต่าง ๆ ตามฤดูกาล ข้าวเหนียวหนึ่งเจ็ดห่อ ตะเกียบเจ็ดคู่ หมากพลู บุหรี่ และเหล้า เป็นต้น เมื่อได้เวลาเช่นไหว้ผีเรือน เจ้าภาพจะจัดเครื่องเช่นต่าง ๆ บรรจงลงในพาน เพื่อนที่เตรียมไว้ และยกเข้าไปวางไว้ในห้องผีเรือนที่เรียกว่า กะล่อห้อง ซึ่งเป็นสถานที่ทำพิธี หมอเสนาจะเริ่มพิธี ีด้วย การกล่าวเชิญบรรดาผีเรือนที่เป็นบรรพบุรุษของเจ้าภาพ โดยเรียกชื่อบรรพบุรุษตามบัญชีรายชื่อที่เจ้าภาพจดไว้ ้ใน สมุดผีเรือน เรียกว่า บั๊ผีเรือน จนครบทุกชื่อสามครั้ง เมื่อครบแต่ละครั้ง หมอเสนาจะใช้ตะเกียบกั้หมุกั้ขนม ทิ้งลงไป ใน ช่องเล็ก ๆ ด้านขวาของห้องผีเรือนแล้ว เช่นเหล้าแก่ผีเรือนอีกสองครั้ง หลังจากเช่นไหว้ผีเรือน เรียบร้อยแล้ว หมอเสนาจะทำ พิธีเลี้ยงทายให้แก่เจ้าภาพเรียกว่า ส่องไ่ ด้วยการพิจารณาลักษณะของดิน ไ่ในแกงหน่อไม้เปรี้ยวที่เจ้าภาพนำมาให้ และทำนายตามลักษณะของดินไ่ จากนั้นเจ้าภาพจะทำพิธีขอบ คุณหมอเสนา เรียกว่า ฟายหมอ แล้วจึงเลี้ยงอาหารแขก ที่มาช่วยงานเป็นอันเสร็จพิธี

ประเพณีการเกิด

นับตั้งแต่เริ่มปฏิสนธิจนถึงวันคลอด ผู้เป็นแม่คงทำงานตามปกติ ไม่มีการพักผ่อน โดยเชื่อว่าการออกใช้แรงงานนั้นจะทำให้คลอดคลุกง่าย เมื่อมีอาการเจ็บท้องก่อนคลอด จะทำพิธีเช่นผีเรือนเรียกว่า “ วานขวัญผีเรือน ” การประกอบพิธีกรรมให้หมอขวัญเป็นผู้ทำพิธีฆ่าไ่ 1 ตัว เช่นให้ผีญาติพี่น้องที่ตายทั้งกลมหรือตายในขณะที่คลอดคลุกกินก่อน เพื่อไม่ให้มารังควานรบกวนในขณะที่คลอด เมื่อเด็กคลอดพ้นจากครรภ์มารดาแล้วก็จะตัดสายรกซึ่งเรียกว่าสายแห่ ยาวประมาณ 2 ข้อมือ ออบน้ำเด็กน้อยด้วยน้ำอุ่น แล้วนำไปวางไว้ในกระด้งรองจนกระทั่งสายรกลุดออกมา เมื่อสายรกลุดพ้นออกจากครรภ์แล้วนำไปล้างบรรจุใส่กระบอกไม้ไผ่ที่เตรียมไว้ แล้วนำไปแขวนที่คิบไม้ใหญ่ในป่าข้างแห่ซึ่งเป็นป่าสำหรับทิ้งรกเด็กแรกเกิด โดยแขวนสูงจากพื้นดินระดับเสมอสีรษะคนเดินผ่าน ส่วนแม่ก็ให้ล้างชำระทำความสะอาดร่างกายเล็กน้อยแล้วนั่งอยู่ไ่เรียกว่า “ อยู่กำเดือน ” เมื่อถึงเตาไฟให้หันหน้าเข้าหาเตาไฟเอามือควักเขม่าควันไ่พม่ากิน หลังจากนั้นดื่มน้ำร้อน อยู่ไ่และออบน้ำร้อนที่ดัมผสมใบไม้ซึ่งเป็นสมุนไพรพื้นบ้านจนครบเดือน การอยู่กำ หรือ อยู่ไ่ ภายหลังคลอดเริ่มอยู่ไ่ตั้งแต่วันแรกเป็นเวลา 30 วัน ในระยะแรกการอยู่ไ่จะนั่งอยู่ที่เตาไฟตลอดเวลา 3 วัน เรียกว่า “ อยู่กำไฟ ” แม่กำเดือน หรือ หญิงที่อยู่ไ่จะต้องระมัดระวังเรื่องอาหาร รับประทานได้แต่ข้าวเหนียวหนึ่งกับเกลือคั่วหรือเกลือเผาจนครบ 3 วัน จึงจะ “ ออกกำไฟ ” ในระยะนี้จะมีญาติพี่น้องและผู้ใกล้ชิดมาเยี่ยมเยียนและอยู่เป็นเพื่อตลอด เวลาเมื่อออกกำไฟแล้ว ให้ไปสระผมที่ทำน้ำแต่จะไม่ออบน้ำใช้ผ้ารัดเอวไว้ผืนหนึ่งพร้อมกับคาด “ ผ้าฮ้ายผืนไ่ไฟ ” (ชุดคิดไฟ) ทับไว้อยู่ข้างนอกเพื่อให้เกิดความอบอุ่นแก่ร่างกาย เมื่อกลับมาถึงเรือนแล้งทำพิธีเช่นผียาไฟโดยใช้ไ่ไ่ 1 ฟอง

ไปวางไว้ตรงที่ทารกคลอด ทำพิธีสู่ขวัญให้แก่เด็กน้อย สู่ขวัญนมและสู่ขวัญที่นอน เพื่อขอให้ช่วยดูแลรักษาและเลี้ยงดูเด็กน้อยที่เกิดใหม่ ส่วนแม่ใช้ไก่ต้ม ข้าวต้มขม จัดใส่สำหรับทำพิธีสู่ขวัญ หลังจากนั้นเมื่อถึงเวลากลางคืนก็ให้แม่และเด็กน้อยย้ายไปนอนบริเวณที่นอน ตามปกติ แต่ผู้เป็นแม่จะต้องอยู่ไฟต่อไปจนกระทั่งครบ 30 วัน จึงออกจาก “ อยู่กำเดือน ” อาหารการกินเวลาอยู่ไฟจะไม่รับประทาน เนื้อสัตว์ทั่วไป มีแต่ผักและปลาบางชนิด เช่น ปลาคิง ปลาแก้ม โดยนำมาปิ้ง เมื่อครบ 20 วัน ฆ่าเป็ด 1 ตัว ทำพิธีเช่นผีเต่า จากนั้นจึงเริ่มรับประทานเนื้อสัตว์ได้โดยเริ่มจากเปิดก่อน ต่อมาเป็นไก่ หมู ปลาอย่าง ปลาไหลอย่าง ห้ามรับประทานเนื้อสัตว์ใหญ่ เช่น เนื้อวัว เนื้อควาย จนกว่าจะออกจากกำเดือน โดยเฉพาะเนื้อควายเพื่อห้ามรับประทานเด็ดขาด เพราะจะทำให้มีอาการแสดง อาจถึงตายได้ การเลี้ยงดูทารก แม่จะเลี้ยงดูลูกน้อยด้วยนมแม่เป็นหลัก ต่อมาจึงให้อาหารเสริม จนกระทั่งเด็กเดินได้หรือเริ่มตั้งครกใหม่ จึงหย่านม

ประเพณีการตาย

ประเพณีไทดำเมื่อมีคนตาย ในหมู่บ้านจะมีการยิงปืนขึ้นฟ้า 3 นัด เพื่อเป็นสัญญาณบอกกล่าวแก่ชาวบ้าน ซึ่งทุกคนจะหยุดทำงานจนกว่าจะนำศพไปฝัง ภายหลังจากตายบรรดาญาติพี่น้องจะช่วยกันอาบน้ำศพ จากนั้นก็แต่งตัวด้วยชุดเสื้อผ้าของเผ่าไทดำ นำผ้าแพรสีขาวมาเย็บเป็นถุงบรรจุศพแล้วใช้ไหมเย็บติดให้เรียบร้อย บรรจุลงในโลงศพโดยใช้ผ้าคลุมหน้าศพไว้ผืนหนึ่ง กรณีเด็กน้อยตายจะไม่ประกอบพิธีกรรม ตายวันไหนให้นำไปฝังในวันนั้น ส่วนคนหนุ่มสาวถ้าตายตอนกลางคืนในเช้าวันรุ่งขึ้นให้ฆ่าหมูหรือวัวควาย 1 ตัว ทำอาหารจัดสำหรับทำบุญอุทิศให้ผู้ตายกิน เรียกว่า เฮ็ดงายพอ ถึงตอนเย็นก็นำไปฝัง ส่วนคนวัยกลางคนหรือผู้สูงอายุตายเก็บศพไว้ 1 – 2 คืน แล้วจึงนำไปฝัง และฆ่าหมูหรือวัวควาย 1 ตัว เฮ็ดงายให้ผู้ตายในเช้าของวันที่จะนำไปฝังการทำพิธีฝังฆ่าหมู 1 ตัว อุทิศให้เรียกว่า หมูเข้าขุม หลังจากนั้นอีก 3 วัน จะทำพิธีเฮ็ดเฮียว ทำบุญอุทิศส่วนกุศลให้ โดยนำเครื่องเสวยไปส่งให้ที่บ้าน

สงฆ์ปริยัติบัณฑิตศึกษา ระดับปริญญาตรี

พิธีบอกทาง เป็น พิธีส่งวิญญาณผู้ตายไปสู่สวรรค์จะประกอบพิธีกรรมที่เรือนผู้ตาย หลังจากฝังศพ แล้ว 3 วัน เริ่มจากการจัดเตรียมสิ่งของที่ใช้ในพิธี เช่น เสียว เงิน ของใช้ในครัวเรือน เครื่องมือประกอบอาชีพ สัตว์เลี้ยง โดยทำเป็นสิ่งของจำลอง กระจาดและกระบุงใส่อาหาร บรรจุเสื้อผ้าและข้าวเหนียว อาหาร น้ำ และสิ่งของเครื่องใช้ส่วนตัว เหล้า 1 ขวด เมื่อได้เวลาแล้ว เขยกหรือสามีของลูกสาวคนโตของผู้ตายจะทำพิธีเชิญผีเรือนมากินเครื่องเช่นและรับเอาสิ่งของเครื่องใช้ จากนั้นจะอ่านคำบอกทางจากสถานที่อยู่ปัจจุบันไปยังเมืองไล เมืองแกลง ซึ่งเป็นถิ่นเดิมของไทดำเพื่อขึ้นไปเฝ้าแดนที่เมืองฟ้าต่อไป

เสียว มี ลักษณะเป็นขงสามเหลี่ยมทำด้วยผ้าไหม ผูกติดกับราวไม้ไผ่ขดเป็นวงกลมยึดติดกับเสาเรียกว่า เสาหลวง สูงราว 3 – 4 เมตร แบ่งออกเป็น 3 ชนิด ได้แก่

1. เสียวเครื่องใหญ่ ประกอบด้วยเสียวจำนวน 80 อัน ทำเป็นกอ ๆ ละ 40 อัน การประกอบพิธีกรรมฆ่าควายอย่างน้อย 1 ตัว วัว 1 ตัว เป็น เสียวของสิงลอคำ ซึ่งเป็นสิงท้าวที่สืบเชื้อสายของขุนนานหรือเจ้าผู้ครอบเมืองในเขตสิบสองจุไทในอดีต

2. เสียวเครื่องกลาง ประกอบด้วยเสียวจำนวน 40 อัน การประกอบพิธีฆ่าควายหรือวัว 1 ตัว เป็น เสียวของสิงลอน้อย หรือ สิงขวาน ซึ่งเป็นตระกูลของไพร่ ถ้าหากมีคนในตระกูลสิงลอคำ และสิงลอน้อยตายในระยะเวลาใกล้เคียงกัน จะต้องทำพิธีกรรมอุทิศให้สิงลอคำก่อนแล้วจึงทำพิธีอุทิศให้สิงลอน้อย ถ้าทำพิธีให้สิงลอน้อยก่อนเชื่อว่าจะไม่ได้รับส่วนบุญส่วนกุศลเพราะสิงลอคำหรือสิงท้าวจะแย่งไปกินหมด

3. เสียวเครื่องเล็ก ไม่ทำพิธีให้เสียว แต่จะฆ่าหมูทานอุทิศให้ ถ้ามีฐานะยากจนอาจจะไม่ฆ่าหมูก็ได้ จัดสำหรับอาหารเล็กน้อยอุทิศให้ตามฐานะของครอบครัว

ในธรรมเนียมการจัดงานศพของไทยคนนั้น เขยกก จะ ทำหน้าที่เป็นเม่งานทั้งหมด กล่าวคือเป็นผู้ควบคุมการดำเนินงานให้เรียบร้อย ไปด้วยความเรียบร้อย บรรดาญาติฝ่ายเขยหรือสะใภ้ทุกคนจะแต่งกายด้วยเสื้อผ้าชุดสีขาวไว้ทุกข์ เขยกกจะใช้ผ้าสีขาวคาดศีรษะไว้เป็นสัญลักษณ์ให้สังเกต ในขณะที่นำศพไปฝังที่ป่าช้านั้น ญาติจะจัดสำหรับอาหาร ไปทานอุทิศให้ผู้ตายด้วยก่อนขุดหลุมฝังศพจะทำการเสียดายด้วยการโยน โส่ไปกล่ลงพื้นดินเพื่อเลือกหาทำเลที่ขุดหลุมฝังถ้าหากไม่แตกตรง จุดใดก็ขุดหลุมฝังบริเวณนั้น จากนั้นใช้เชือก ไหมสายใจ ผูกมัดร่างศพแล้วหย่อนศพลงสู่หลุมกลบดินฝังพูนดินให้สูงเหนือระดับพื้นดินเล็กน้อย สร้างเรือนจำลองหลังเล็ก ๆ ครอบหลุมฝังศพนำสิ่งของเครื่องใช้และเงินจำนวนหนึ่งเรียกว่า เงินเทียน โส่ไว้ในเรือน โยง สายใจ ที่ ผูกมัดร่างศพต่อขึ้นไปบนเรือนจำลองแล้วโยงขึ้นไปสู่ปลายเสียวเพื่อส่งวิญญาณ ผู้ตายขึ้นไปยังเมืองฟ้าเมืองสวรรค์ บนปลายสุดของเสาหลวงทำหุ่นจำลองม้า หรือเก้าอึ้งตั้งไว้ โดยมีธูปอันเล็ก ๆ ทางป้องกันแดดฝนด้านบนสุด ถ้าผู้ตายเป็นผู้ชายจะใช้ม้าจำลอง ถ้าเป็นผู้หญิงจะใช้เก้าอึ้ง โดยมีความเชื่อว่าผู้ตายจะได้ใช้เป็นพาหนะ สำหรับนั่งไปยังเมืองฟ้าเพื่อพบแดน

เมื่อเสร็จพิธีฝังศพ ผู้ไปร่วมพิธีศพทุกคนจะลงไปอาบน้ำชำระร่างกายและสระผมในแม่น้ำ เพื่อชำระสิ่งอัปมงคลทั้งหลายออกจากร่างกาย พอถึงตอนเย็นหมอขวัญจะทำพิธีสู่ขวัญให้แก่ครอบครัวของผู้ตายและผู้ที่เป็นผู้ไปส่ง ศพ เพื่อความเป็นสิริมงคลแก่ทุกคน หลังจากนั้นครอบครัวของผู้ตายจะจัดสำหรับอาหาร ไปทานอุทิศให้ที่หลุมฝังศพผู้ตายเป็นเวลา 7 วัน พอครบวันที่เจ็ด เขยกก จะทำพิธีเชิญขวัญหรือวิญญาณของผู้ตายขึ้นไปเป็นผีเรือน โดยนำไปไว้ด้านในสุดของเรือนเรียกว่า กะล่อหอง เพื่อ ปกป้องคุ้มครองลูกหลานและสมาชิกในครอบครัวให้อยู่ดีมีสุขตลอดไป หลังจาก

นั้นเมื่อครบรอบวันตายทุก ๆ 10 วัน จะจัดพาข้าวเป็นสำหรับเล็ก ๆ ทำพิธีเช่นผีเรือนเรียกว่า เสน เทวดา ปาดตง หรือ มือปาดตง นำไปวางไว้ที่ห้องผีเรือนโดยใช้อาหารจากที่สมาชิกในครอบครัว รับประทานในชีวิตประจำวันส่วนการ เสนปาดตง พิเศษ จะทำในช่วงเวลาที่ได้ผลผลิตจากการ เก็บเกี่ยวข้าว ทำพิธีเสนปาดตงเพื่อทานข้าวใหม่ให้ผีเรือนกินก่อนสมาชิกของครอบครัว เป็นการ แสดงความกตัญญูทวดที่ต่อผู้มีพระคุณ เพื่อให้เป็นสิริมงคลแก่ครอบครัวและลูกหลาน



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี



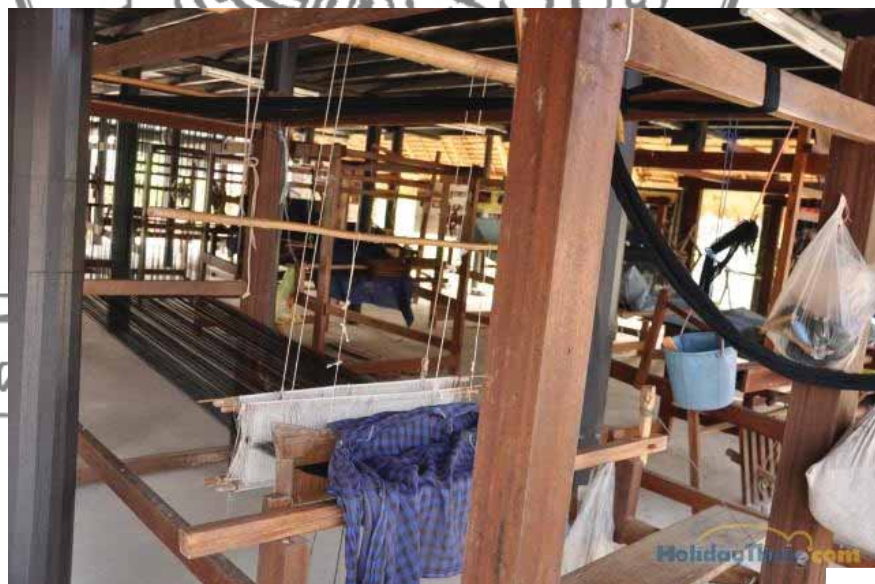
ภาพที่ 30 บ้านของชาวไทดำ



ภาพที่ 31 บริเวณชั้นบน จะเห็นมุ้งสีดำ สำหรับผู้หญิงที่เตรียมตัวเป็นเจ้าสาวจะต้องถักขอบสีแดงด้วยตัวเองตามธรรมเนียม



ภาพที่ 32 บริเวณที่ขายผลิตภัณฑ์ผ้าทอไม้ดำ



ภาพที่ 33 บริเวณที่แสดงวิธีการทอผ้าไม้ดำแก่นักท่องเที่ยว



ภาพที่ 34 แผนที่แสดงการอพยพของชาวไทดำ



ภาพที่ 35 ภาษาตัวอักษรของชาวลาวโซ่ง หรือ ไทดำ ปัจจุบัน คนรุ่นใหม่ๆ ที่เป็นลาวโซ่งจะไม่ค่อยได้ใช้เท่าไร รวมถึงภาษาที่ใช้พูดจะเป็นภาษาไทยซะส่วนใหญ่



ภาพที่ 36 เสื้อผู้หญิงของคุณชายคนหนึ่ง ตัวเล็กมากเนื่องจากแกเป็นคนพอม ตัวเล็ก แต่กระดุมติดเรียงกันแน่นขนาด ช่วงเอวมักกระชับแล้วเอว และเพื่อคลุมสะโพกด้วย ตามสภาพจริงของร่างกายพลหญิง



ภาพที่ 37 เสื้อรุ่นใหม่ที่ทำขายจะมีขนาดใหญ่เนื่องจากคนสมัยนี้นิยมสวมเสื้อตัวโคร่งไม่รัดตัวแบบคนโบราณเคยใส่กัน



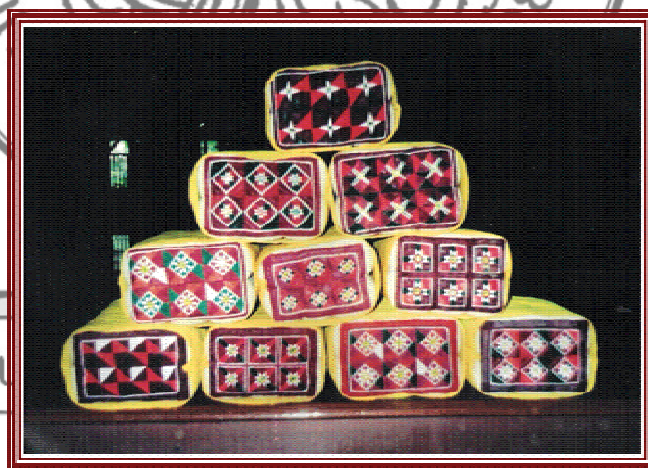
ภาพที่ 38 เสื้ออีชาย มีลายไม่มากเท่าของเสื้ออีหญิง



ภาพที่ 39 เสื้ออีชาย มีปักลายเป็นแนว ปลายเส้นม้วนดูเหมือนยอดผักกูด



ภาพที่ 40 ผ้าซิ่นลายแดงโม



ภาพที่ 41 ลายปักหน้าหมอนของชาวไทดำ



ภาพที่ 42 ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้าน ซึ่งเป็นผ้าทอลายเฉพาะของชาวไทยทรงดำ และการแปรรูปผ้าทอเพื่อเป็นของใช้เฉพาะของชาวไทยทรงดำ



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 43 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 44 ผ้าชิ้นลายแดงโมนั้นเห็นผ้ามีลวดำอมคราม แต่ว่าเดินเส้นยืนด้วยด้ายแดง



ภาพที่ 45 เครื่องกรอผ้า ของที่เคยใช้เมื่อก่อนถูกวางไว้ข้างล่าง ซึ่งปัจจุบันหันมาใช้ล้อรถจักรยานแทน เพราะว่ามีอายุการใช้งานนานกว่า



ภาพที่ 46 วงแคนประยุกต์ร่วมแสดงในงานประเพณีสงกรานต์ที่ผ่านมา



ภาพที่ 47 พี่น้องไทดำมาร่วมงานกันมากมาย นอกจากนี้ยังมีพี่น้องจากจังหวัดอื่นๆด้วย เช่น เพชรบุรี ประจวบคีรีขันธ์ ลพบุรี และสุพรรณบุรี เป็นต้น



ภาพที่ 48 ภาพถ่ายทาสสมัยรัชกาลที่ ๕ แสดงผู้ชายใส่เสื้อโง และสองคนทางขวาใส่เสื้อฮีในภาพ จะเห็นว่าบางคนจะมีกระเป๋าคาดเอวด้วย



ภาพที่ 49 ครอบครัวไทยดำ สวมใส่เสื้อผ้าด้วยความภาคภูมิใจ



ภาพที่ 50 กรรมการกลุ่มทอผ้าไทดำบ้านสะแกรายรัมย์



ภาพที่ 51 การสนทนากลุ่มเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำ
ผลงานวิจัยนภคศึกษา ระดับปริญญาตรี



ภาพที่ 52 ศูนย์วัฒนธรรมไตโซ่งดำ ตำบลคอนยายหอม



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ภาพที่ 53 แผนที่แสดงที่ตั้งของหมู่บ้านสะแกกรายเริ่มเขียน



ผลงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาตรี

ตารางที่ 3 แสดงอภิธานศัพท์

ภาษาไทยทรงดำ	คำแปล
กินดอง หรือกินหลอง	(ก.) กินเลี้ยงในพิธีแต่งงาน
ขอดชอย	(ก.) ทรงผมที่ขมวดคล้ายกันหอย
ขั่วล่วน	(น.) สะพานทำด้วยราวไม้ไผ่ใช้แขวนเสื้อผ้าของญาติผู้ตาย
คิ่นเฮือน	(ก.) เจ้าสาวต้องกลับไปอยู่บ้านเจ้าบ่าวเมื่อการแต่งงานเสร็จ
จาว	(น.) เชือกหรือเส้นใย
ชนชั้นผู้ด้าว	(น.) บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่สืบเชื้อสายมาจากเจ้าหรือผู้ปกครอง
ชนชั้นผู้น้อย	(น.) บุคคล หรือกลุ่มบุคคลที่เกิดในตระกูลสามัญชน
ต๊ับปั้ง	(น.) ผ้าที่ใช้ปิดที่ลับของเด็กผู้หญิง
ด้าวกำ	(น.) ลูกกรรยาหลวงของด้าวหน่อ
ด้าวเขือย	(น.) ผู้สืบสืบประจำตระกูลที่เป็นผู้หญิง
ด้าวโตง	(น.) ผู้สืบสืบประจำตระกูลที่เป็นผู้ชาย
ด้าวแรด	(น.) ลูกกรรยาน้อยของด้าวหน่อ
ด้าวหน่อ	(น.) ต้นตระกูลของผู้ด้าว
ด้าวแอมด้าว	(น.) ชนชั้นผู้น้อยที่ได้รับความไว้วางใจให้เป็นผู้รับใช้ใกล้ชิดชนชั้นผู้ด้าว
ป่าแฮ้ว	(น.) ทุ่งนาซึ่งจัดไว้เป็นที่ฝังหรือที่เผา ศพ
ผ้าชันลาว	(น.) ผ้าเช็ดหน้า
ผ้าชัน	(น.) ผ้าถุง
ผ้าชีโป้ว	(น.) ผ้าขาวม้า
ผ้าเปี้ยว	(น.) ผ้าพันศีรษะ
ผ้าหลา	(น.) ผ้าที่ใช้สะพายลูก
มะหังหนง	(น.) เครื่องรางที่ผูกติดกับผ้าหลา
มู่	(น.) หมวก
เรือนแส	(น.) มุ้งขนาดใหญ่ทำด้วยผ้าขาว หรือทำเป็นม่านคลุมรอบโลงศพ
ส้วง	(น.) กางเกง

ตารางที่ 3 (ต่อ)

ภาษาไทยทรงดำ	คำแปล
ส้วงก้อม	(น.) กางเกงขาสั้น
ส้วงซ็อน	(น.) กางเกงใน
ส้วงฮี	(น.) กางเกงขายาว
สายแเอา	(น.) เชือกผูกแเอา
สิง	(น.) ตระกูล
เสนเรื่อน	(ก.) การนำอาหารไปเช่นผีเรื่อน
เสื่อก้อม	(น.) เสื่อที่มีรูปทรงสั้นๆ มีความยาวตั้งแต่คอเสื่อถึงสะโพก
เสื่อจาง	(น.) เสื่อของผู้ที่ทำหน้าที่แนะนำพิธีกรรมต่างๆ
เสื่อตัก	(น.) เสื่อที่ทำจากผ้าฝ้ายดิบสีขาว ใช้เฉพาะพิธีศพ
เสื่อโตหรือเสื่อโท	(น.) เสื่อจำลองขนาดใหญ่ของผู้ชาย
เสื่อน้อย เสื่อกระโปรง และเสื่อซ็อน	(น.) เสื่อชั้นใน
เสื่อฟูก	(น.) ที่นอน
เสื่อห่มเหง	(น.) เสื่อที่ใช้ใส่ไปทำนา ทำสวน ทำไร่ และเลี้ยงสัตว์
เสื่อฮี	(น.) เสื่อผี เสื่อยาว
หมอนตัวเสื่อนั่ง	(น.) หมอนที่ใช้หนุนหรือพิง
หมอนหน้าอิฐ	(น.) หมอนที่มีลักษณะคล้ายท่อนไม้
หยั่น	(น.) มື່ງ
หลวม	(น.) กระเป๋าคาดแเอา
อยู่กรรม	(น.) นอนใกล้ไฟซึ่งเชื่อว่าความร้อนอาจทำให้มดลูกเข้าสู่ภาวะปกติได้เร็ว
อ้วน	(ก.) การเชิญ หรือการนำขบวน
อินก๋อน	(น.) การละเล่นลูกช่วง
เอ็ดแสว หรือเอ็ดแสว	(น.) พิธีศพ
เอื่อมไหล่	(น.) ทรงผมที่ปล่อยยาวพอดิบ่า

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล นาย สุรเดช โดมาตร์
 ที่อยู่ 11/2 หมู่ 3 ตำบลตลาดจินดา อำเภอสามพราน
 จังหวัดนครปฐม 73110
 ที่ทำงาน ธุรกิจส่วนตัว

ประวัติการศึกษา

พ.ศ. 2544

สำเร็จการศึกษาปริญญาตรี สาขาการปกครอง

คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

พ.ศ. 2551

ศึกษาต่อระดับปริญญาโท สาขาบริหาร

สาขาวิชา การประกอบการ

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ประวัติการทำงาน

พ.ศ. 2549 - 2550

โรงเรียนบ้านตากแดด ตำแหน่งวิทยากรท้องถิ่น

พ.ศ. 2550 – ปัจจุบัน

ธุรกิจส่วนตัว



ผลงานวิจัยนักศึกษา ระดับปริญญาตรี