

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดผ่าน ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น จังหวัดศรีสะเกษ*

Guideline for Product Development and Increasing Marketing Channels Through E-commerce System for Thai Local Textile Community Enterprises in Sisaket Province

นริศรา ลอยฟ้า

Naritsara Loiypa

มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

Sisaket Rajabhat University, Thailand

E-mail: naritsara.l@sskru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น อำเภอยะชุมนุ้ม จังหวัดศรีสะเกษ 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น อ.ยะชุมนุ้มจังหวัดศรีสะเกษ 3) พัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น จังหวัดศรีสะเกษ รูปแบบการวิจัยประยุกต์แบ่งตามวัตถุประสงค์การวิจัยกลุ่มเป้าหมายคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษเครื่องมือวิจัยคือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์เชิงลึก สันทนากลุ่ม แบบประเมิน โปรแกรมสำเร็จรูปในการพัฒนาระบบ วิเคราะห์เชิงคุณภาพและนำเสนอเชิงพรรณนาความ วิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพการดำเนินงานของกลุ่มทอผ้าท้องถิ่นมีการผลิตและจำหน่ายสินค้าพบมากที่สุดคือ สินค้าผ้าคลุมไหล่ ผ้าสบู่ ผ้าถุงสำเร็จรูปและเสื้อแก้ม ตามลำดับ กลุ่มลูกค้าเป็นลูกค้าทั่วไปและหน่วยงานราชการ การจำหน่ายส่วนมากในรูปแบบของแบบออฟไลน์ตามงานแสดงสินค้าและตามกลุ่มสินค้าชุมชน

*ได้รับบทความ: 4 เมษายน 2566; แก้ไขบทความ: 16 มกราคม 2567; ตอรับตีพิมพ์: 13 มีนาคม 2567

Received: April 4, 2023; Revised: January 16, 2024; Accepted: March 13, 2023



2. ด้านแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนี้ 1) การแปรรูปผ้าทอจากเศษผ้าทอเหลือใช้โดยการแปรรูปเป็นกระเป๋าและเครื่องประดับสตรี 2) การแปรรูปต่อยอดผลิตภัณฑ์ พบว่า กรอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ 1) รูปแบบทันสมัยตอบสนองต่อผู้บริโภค 2) มีเอกลักษณ์ 3) เน้นความเรียบง่าย 4) ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย

3. การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น พบว่า มีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้ 1) สินค้า 2) ตะกร้าสินค้า 3) เมนูสั่งซื้อและการชำระเงิน 4) กิจกรรมและการประชาสัมพันธ์ 5) เมนูติดต่อเรา ผลการประเมินระบบพบว่า ความพึงพอใจภาพรวมระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 มีการออกแบบระบบตามวัฏจักรการพัฒนาระบบและตามความต้องการของผู้ใช้งานเน้นการออกแบบเรียบง่ายเหมาะกับผลิตภัณฑ์ชุมชน

คำสำคัญ: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น; แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์; พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

Abstract

The objectives of the current research were to study the operational circumstances of Local weaving community enterprise group, Khukhan District, Sisaket Province, to study approach of product development, and to develop e-commerce systems of local weaving community enterprise group, Khukhan District, Sisaket Province. An applied research was deployed. The Local weaving community enterprises group, Khukhan District, Sisaket Province was participated in this research. The research instruments consisted of questionnaire, in-depth interview, focus group discussions, assessment form, and package software. The data were analyzed by qualitative analysis and quantitative analysis using percentage, mean, and standard deviation.

The results show that:

1. The most available products are shawls, breast cloths, ready-made sarongs and gaep shirts, respectively. Most of the product distribution modes are offline, according to trade fairs and by community groups. Regarding the customers, they are general customers and government agencies.

2. The four key approaches for product development include (1) processing of woven fabrics from waste woven fabrics by processing into bags and women's accessories, (2) processing to modernize products based on consumers' needs and have uniqueness, (3) emphasizing simplicity, and (4) the variety of products.



3. The e-commerce system contains five components namely, product, shipping cart, order and payment, activities and public relations, and contact us. The findings on the system satisfaction as being “high level” with mean of 4.47 and a standard deviation of 0.45. In terms of suggestions, it was found that the system is designed according to the system development cycle and according to user requirements, focusing on simple design suitable for community products.

Keywords: Local Textile Community Enterprises; Approach to Enhance the Products; Electronic Commerce

1. บทนำ

ในพื้นที่จังหวัดศรีสะเกษมีการรวมกลุ่มกันของชุมชนในการขายสินค้าในรูปแบบวิสาหกิจชุมชน มีการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อขายสินค้าจากชุมชนมากมายหลากหลายอย่างล้วนมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน อาทิ เช่น กลุ่มทอผ้าไหม ผ้าหมัดหมี่ ผ้าย้อมมะเกลือ และผ้าลายลูกแก้ว ที่เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพและความสำคัญอย่างยิ่งที่ควรส่งเสริมสินค้าสู่การแข่งขันต่อตลาดโลกได้ จากการลงพื้นที่สำรวจ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ มีการรวมกลุ่มผลิตสินค้าและจำหน่ายตามร้านขายของฝากและเทศกาลประจำปีตามโอกาส ช่องทางการจัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ยังไม่ได้ทั่วถึงและทำการตลาดเพื่อเป็นที่รู้จักเท่าที่ควร ในด้านของผลิตภัณฑ์ยังไม่มีการสร้างคุณค่าในผลิตภัณฑ์ให้เกิดมูลค่าเพิ่ม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความต้องการที่จะยกระดับผลิตภัณฑ์และต้องการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ซึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผู้ประกอบการต้องมีการพัฒนาสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค

จำเป็นต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่ม (ทิชากร เกสรบัว, 2556, หน้า 155-174) และในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นจำเป็นต้องตระหนักถึงคุณค่าและมูลค่าผลิตภัณฑ์ (สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และปิยวัน เพชรหมี่, 2560, หน้า 62-85) และจากงานวิจัยของนริสราลอยฟ้า (2563, หน้า 214-226) ที่พบว่า การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยยังคงอัตลักษณ์ตามท้องถิ่นและทำการประยุกต์ให้ร่วมสมัยกับปัจจุบันโดยพิจารณาจากปรากฏการณ์ของผู้บริโภคและภูมิปัญญาท้องถิ่นเดิมของชุมชน โดยมีแนวทางการเพิ่มมูลค่าสินค้าคือการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมด้วยการเพิ่มลวดลายให้มีเอกลักษณ์และการส่งเสริมพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบประยุกต์ให้ทันสมัย และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น ซึ่งการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นควรใช้แนวคิดผู้บริโภคเป็นศูนย์กลางทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค (จิตต์โสภา เณรียศักดิ์ และคณะ, 2562, หน้า 226-237) การสร้างคุณค่า “Value Creation” ให้กับผลิตภัณฑ์จะเน้นจากการกำหนดลักษณะ (Attributes) ของสินค้า การสร้างจุดเด่น (Features)



ให้สินค้าเกิดประโยชน์ (Benefits) ของสินค้าและสร้างคุณค่า (Value) สินค้าต่อไป อย่างสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) อันนำไปสู่มูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ (เสรี วงษ์มณฑา, 2549)

การพัฒนาศักยภาพชุมชนและเพิ่มความเข้มแข็งเพื่อให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ และรับส่วนแบ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น ให้มีอำนาจในการแข่งขันได้อย่างยั่งยืนนั้น ประเด็นที่สำคัญอย่างมากในการประชาสัมพันธ์สินค้า ส่งเสริมการตลาด การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การเข้าถึง การประชาสัมพันธ์ก็เป็นอย่างยิ่งในการจะช่วยเพิ่มส่วนแบ่งทางเศรษฐกิจสู่ชุมชนอย่างมากขึ้นและยั่งยืน จะเห็นได้ว่าสินค้าและผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคแล้ว สินค้าและผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องประกอบด้วยภาพลักษณ์ที่ดี ไม่ว่าจะเป็นองค์กร ตราสินค้า และบรรจุดัชนีที่ดีจะช่วยส่งเสริมการตลาดใจซื้อและเพิ่มมูลค่าของสินค้าได้ (จิตติมา จารุวรรณ และอรรถกัญญา โฆษิตานนท์, 2555, หน้า 38-49) และอีกประการหนึ่งการตลาดอิเล็กทรอนิกส์ จะช่วยตอบสนองด้านการติดต่อสองทางระหว่างลูกค้าและผู้จำหน่ายเข้าถึงกันได้อย่างรวดเร็วทุกมุมโลก เพิ่มช่องทางรายได้และทันต่อการแข่งขันในตลาดโลกได้ ประกอบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายให้มีความแปลกใหม่ ทันสมัย พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงของผู้บริโภคตลอดเวลา (นิธิดา พระยาหล่อ และลำปาง แม่นมาตย์, 2558, หน้า 38-51)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้นการวิจัยเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า

ท้องถิ่นและการเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะช่วยในการเพิ่มศักยภาพพัฒนาชุมชนและเพิ่มความเข้มแข็งเพื่อให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ และรับส่วนแบ่งผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้นและจะเป็นสิ่งขับเคลื่อนให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้าอันจะสามารถสร้างรายได้ อย่างยั่งยืนให้กับชุมชนและช่วยส่งเสริมประชาสัมพันธ์ จัดจำหน่ายและเข้าถึงผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศมากยิ่งขึ้น

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น อำเภอยะรัง จังหวัดศรีสะเกษ
2. เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น อำเภอยะรัง จังหวัดศรีสะเกษ
3. เพื่อพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น อำเภอยะรัง จังหวัดศรีสะเกษ

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้รูปแบบการวิจัยประยุกต์ (Applied Research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งมีการดำเนินการวิจัยดังนี้

กลุ่มเป้าหมายและผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นอำเภอยะรัง



ชุมชน จังหวัดศรีสะเกษ โดยได้เลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นในพื้นที่อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ ที่มีการประกอบการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการทอผ้าท้องถิ่น มีการผลิตจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไปและมีการรวมกลุ่มกันในการผลิตและการจำหน่ายอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลาตั้งแต่การจัดตั้งกลุ่มจนถึงปัจจุบันและเป็นพื้นที่ในการบริการวิชาการจำนวน 2 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนิคม เขต 7 2) กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านนาค้อ กลุ่มตัวอย่างใช้การสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ในการสัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 5-10 รายต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประเด็นการสัมภาษณ์ทั่วไปเกี่ยวกับการดำเนินงานบริบททั่วไปของวิสาหกิจและแนวทางการพัฒนาสินค้าและการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้สินค้าชุมชนที่เป็นการสร้างรายได้ของชุมชนจากกลุ่มเป้าหมายเพื่อระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ใช้ข้อคำถามในการสัมภาษณ์กับตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยประเด็นคำถามเน้นสภาพการดำเนินงานของกลุ่มภายใต้ตัวแปรหรือองค์ประกอบของส่วนผสมทางการตลาด (4P's) และแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นเป็นหลักและการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ใช้ข้อคำถามในการตั้งประเด็นสอบถามความคิดเห็นโดยรวมของสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนถึงแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นโดยแบบสอบถามผู้วิจัยได้สร้างขึ้นจากกรอบแนวคิดการวิจัย ในการเปรียบเทียบความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาและระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นโดยใช้มาตราวัดแบบลิเคิร์ท 5 ระดับ (5 Point Likert Scale)

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน พบว่า ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ด้วยดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มีความสอดคล้องระหว่าง 0.68-1.00 เป็นไปตาม IOC $\geq .50$ แสดงว่าการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 และวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาสภาพการดำเนินงานและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น จังหวัดศรีสะเกษ เครื่องมือการวิจัยใช้แบบสัมภาษณ์ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้ ศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี แนวปฏิบัติและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (Documentary Study) กับสภาพการดำเนินงานและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษ

1. ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทำการวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้

2. ศึกษาวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Study) ด้วยแบบสอบถามการสนทนากลุ่ม (Focus Group) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นตามกรอบส่วนผสมทางการตลาด (4P's) สอบถามข้อมูลจากผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง ประกอบ



ด้วย ประธานกลุ่ม รองประธาน สมาชิกกลุ่ม และ ผู้นำชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวนทั้งสิ้น 10 คน

3. สัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Key Informant) ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธาน สมาชิกกลุ่ม และผู้นำชุมชน และผู้ที่เกี่ยวข้อง จำนวนทั้งสิ้น 10 คนเพื่อให้ทราบข้อมูลถึง ปัญหา ความต้องการ แนวทางการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น จังหวัดศรีสะเกษ ดังกล่าว โดยทำการสัมภาษณ์แยกประเด็นดังนี้ 1) ลักษณะของผลิตภัณฑ์เดิม 2) ผลิตภัณฑ์ในร้านยอดจำหน่ายสูงสุด 3) รูปแบบและผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการของตลาดและกลุ่มผู้บริโภคในปัจจุบัน 4) ลักษณะรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการของกลุ่มผู้ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์

4. ทำการสำรวจตลาดของผลิตภัณฑ์ จังหวัดศรีสะเกษ และงานแสดงสินค้าของชุมชน ตามงานประจำอำเภอ งานประจำจังหวัดศรีสะเกษ และห้างสรรพสินค้า ร้านผ้าไทย ร้านขายของฝาก และสื่ออื่นๆ เพื่อศึกษารูปแบบการแปรรูปผลิตภัณฑ์

5. นำข้อมูลที่ได้มาสรุปเป็นประเด็นขององค์ประกอบของแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษ แล้วนำเสนอผลต่อกลุ่มชุมชนทอผ้าท้องถิ่น

การวิเคราะห์ข้อมูลสังเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และแบบสัมภาษณ์ และสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการรายงานข้อค้นพบ (Descriptive Methodology) การตีความหมาย (Interpretive

Methodology)

การศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 3 การพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น จังหวัดศรีสะเกษ เครื่องมือในการพัฒนาระบบใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ และทำการพัฒนาระบบตามวัฏจักรการพัฒนาระบบ (SDLC) โดยการสร้างต้นแบบ (Prototyping) ประกอบด้วย 1) การหาความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้ 2) การออกแบบต้นแบบ 3) การนำต้นแบบไปทดลองใช้ 4) การปรับปรุงต้นแบบ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. ทำการศึกษาความต้องการในการพัฒนาระบบจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น โดยการสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม และการหาความต้องการพื้นฐานของผู้ใช้โดยผู้วิจัยได้ศึกษาความต้องการของผู้ใช้โดยทำการศึกษาวิเคราะห์ความต้องการจากกลุ่มผู้บริโภค และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการซื้อออนไลน์ และจากการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยของเว็บไซต์ขายออนไลน์ โดยนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนาองค์ประกอบของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อนำมาออกแบบและสร้างต้นแบบ (Prototype)

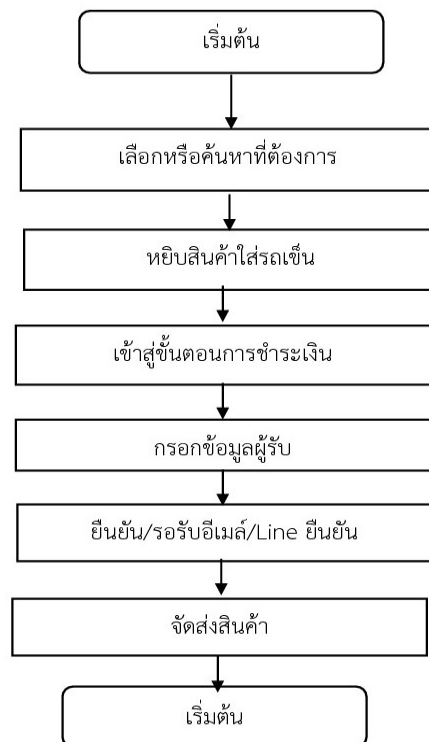
2. การออกแบบต้นแบบต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ โดยดำเนินการตามขั้นตอนการพัฒนาระบบสารสนเทศ วงจรการพัฒนาระบบ (System Development Life Cycle: SDLC) โดยประกอบด้วย 1) การออกแบบรายงาน (Output Design) ประกอบด้วย รายงานการสั่งซื้อของลูกค้าแต่ละคน 2) การออกแบบจอภาพ (Input Design)



ประกอบด้วย 1) หน้าแรกของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ประกอบไปด้วยตราสินค้าและป้ายโฆษณาเพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์แสดงถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ภาพกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 2) เมนูสินค้า จะประกอบไปด้วย ประเภทสินค้าที่มีการจำหน่าย คือ ผ้าไหม ผ้าคลุมไหล่ ชุดสำเร็จรูป ผ้าขึ้นใหม่ กระเป๋า 3) เมนูประวัติ จะเป็นการนำเสนอข้อมูลประวัติความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น จังหวัดศรีสะเกษ

4) เมนูข้อมูลผู้ใช้ จะเป็นเมนูสำหรับผู้จัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้ 5) เมนูดติดต่อเรา จะเป็นเมนูสำหรับติดต่อกับทางร้านค้าออนไลน์ 6) เมนูคำสั่งซื้อ จะเป็นเมนูสำหรับตรวจสอบการสั่งซื้อ 7) กิจกรรม/การประชาสัมพันธ์ จะเป็นเมนูสำหรับรวบรวมกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น

3. การออกแบบผังระบบ (System Flowchart) แสดงลำดับขั้นตอนการสั่งซื้อของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังแสดงตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 แสดงลำดับขั้นตอนการสั่งซื้อของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

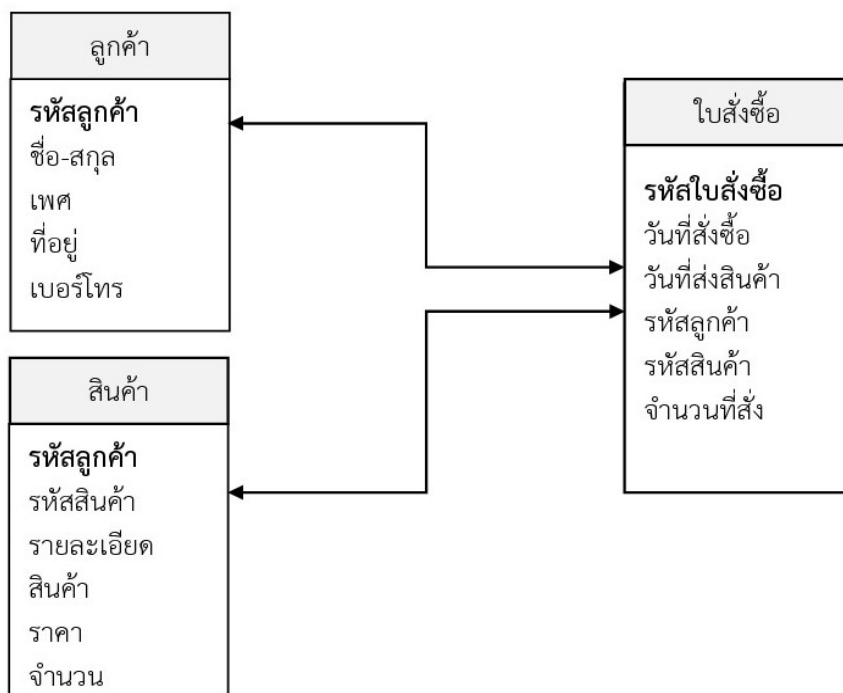
4. การออกแบบฐานข้อมูล (Database Design) ฐานข้อมูลระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

ประกอบด้วยข้อมูลดังนี้ 1) ลูกค้า (รหัสลูกค้า, ชื่อ-สกุล, เพศ, ที่อยู่, เบอร์โทร) สำหรับเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ



ลูกค้า 2) สินค้า (รหัสสินค้า, รายละเอียดสินค้า, ราคา, จำนวน) และ 3) ใบสั่งซื้อ (รหัสใบสั่งซื้อ,

วันที่สั่งซื้อ, วันที่ส่งสินค้า, รหัสลูกค้า, รหัสสินค้า, จำนวนที่ส่ง) สำหรับเก็บข้อมูลการสั่งซื้อสินค้า



ภาพที่ 2 แสดงเอนทิตี แอทริบิวต์และความสัมพันธ์ในระบบฐานข้อมูล

5. การสร้างต้นแบบ (Prototype) ผู้วิจัยได้ทำการสร้างต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้จากการออกแบบองค์ประกอบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ตามองค์ประกอบการออกแบบหน้าจอ ประกอบด้วย 1) หน้าแรกของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย ตราสินค้าและป้ายโฆษณาเพื่อแสดงความเป็นเอกลักษณ์แสดงถึงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าทอท้องถิ่น และประกอบด้วยข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า ภาพกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าทอท้องถิ่น 2) เมนูสินค้า ประกอบด้วย ประเภทสินค้าที่มีการ

จำหน่าย คือ ผ้าไหม ผ้าคลุมไหล่ ชุดสำเร็จรูป ผ้าสไบ 3) เมนูประวัติ จะเป็นการนำเสนอข้อมูลประวัติความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าทอท้องถิ่น ตำบลนิคมพัฒนา อำเภوخุขันธุ์ จังหวัดศรีสะเกษ 4) เมนูข้อมูลผู้ใช้ จะเป็นเมนูสำหรับผู้ใช้งานจัดการข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้ใช้ 5) เมนูติดต่อเรา จะเป็นเมนูสำหรับติดต่อกับทางร้านค้าออนไลน์ 6) เมนูคำสั่งซื้อ จะเป็นเมนูสำหรับตรวจสอบการสั่งซื้อ 7) กิจกรรม จะเป็นเมนูสำหรับรวบรวมกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าทอท้องถิ่น



ในการสร้างระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยเครื่องมือที่ใช้และวิธีการสร้าง ดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการสร้างระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้ 1) โปรแกรมกราฟิกใช้ในการตกแต่งภาพสินค้า และภาพกิจกรรม และเมนูการใช้งานต่างๆ 2) โปรแกรมที่ใช้จำลองเว็บเซิร์ฟเวอร์ใช้ Apache 3) โปรแกรมที่ใช้ในการสร้างฐานข้อมูลใช้ PhpMyAdmin 4) โปรแกรมสำเร็จรูปในการสร้างเว็บไซต์ใช้โปรแกรม Joomla 3.8 ในการสร้างและระบบการสั่งซื้อใช้ฟังก์ชันเพิ่มเติมที่ประกอบด้วยแอปพลิเคชันสำเร็จรูป

2. ขั้นตอนในการสร้างระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ดังนี้ 1) ทำการรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย ภาพสินค้า ภาพกิจกรรม รายละเอียด 2) นำข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาตกแต่งด้วยโปรแกรมกราฟิก 3) ทำการสร้างโดยทำการจำลองเครื่องคอมพิวเตอร์เป็นเว็บเซิร์ฟเวอร์โดยใช้ Apache 4) ทำการสร้างฐานข้อมูลด้วย โปรแกรมที่ใช้ในการสร้างฐานข้อมูลใช้ PhpMyAdmin 5) ทำการสร้างเว็บพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยโปรแกรม Joomla 3.8 สำหรับสร้างและจัดทำระบบการสั่งซื้อใช้ฟังก์ชันเพิ่มเติมที่ประกอบด้วยแอปพลิเคชันสำเร็จรูป 6) ทำการอัปโหลดเว็บไซต์ผ่านโปรแกรม FTP 7) นำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญและกลุ่มเป้าหมาย 8) การปรับปรุงต้นแบบผู้วิจัยได้นำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ไปประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้มีข้อเสนอแนะในด้านความสวยงามการ

ปรับสีที่ใช้ให้ดูเรียบง่ายและขนาดตัวอักษรให้เป็นรูปแบบเดียวกัน และสีที่ใช้ควรชัดเจน อ่านง่าย รูปภาพปรับให้ขนาดใหญ่ขึ้นและคมชัด สินค้าควรแสดงให้ชัดเจนและใส่รายละเอียดให้มากยิ่งขึ้น ด้านการใช้งาน การใช้งานมีการติดต่อกับผู้ใช้ได้เหมาะสมและครอบคลุม ควรเพิ่มรายละเอียดการชำระเงินของลูกค้าและผู้รับสินค้าเพิ่มเติม หลังจากนั้นได้ทำการปรับปรุงตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ได้นำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ได้ปรับปรุงแล้วนำไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 15 คน ได้มีข้อเสนอแนะดังนี้ ด้านความสวยงาม ความสวยงามใช้สีได้เรียบดูสบายตา แต่ควรเพิ่มขนาดตัวอักษร ด้านการใช้งานเหมาะสมแต่ควรเพิ่มคำอธิบายการใช้งานประกอบด้านผู้วิจัยได้นำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไขระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด และ 9) นำไปใช้ผู้วิจัยได้นำระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าทอท้องถิ่น จังหวัดศรีสะเกษไปใช้งานผ่านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบสอบถาม วิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสอบถาม สอดทนกลุ่ม (Focus Group) และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยการรายงานข้อค้นพบ (Descriptive Methodology) การตีความหมาย (Interpretive Methodology)



4. สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาสามารถอธิบายตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. สภาพการดำเนินงานทั่วไปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการผลิตตามยอดสั่งซื้อของลูกค้าประจำ โดยส่วนมาก พบว่า เป็นหน่วยงานราชการ รัฐวิสาหกิจ และลูกค้าทั่วไปในพื้นที่ กลุ่มลูกค้าเป็นกลุ่มวัยทำงานโดยส่วนใหญ่ รองลงมาคือ กลุ่มผู้สูงอายุ ด้านการจัดจำหน่าย พบว่า ทำการขายสินค้าที่กลุ่มโดยตรงและขายตามเทศกาลงานประจำปีของอำเภอ งานประจำจังหวัด โดยสินค้าโดยทั่วไปที่พบเป็นผ้าสำหรับตัดชุด และผ้าคลุมไหล่และเสื้อสำเร็จรูปทรงกระบอก ด้านการส่งมอบสินค้า ทำการส่งมอบโดยตรงกับผู้ซื้อที่พื้นที่ขายมีเพียงบางส่วนเท่านั้นที่ดำเนินการส่งมอบโดยการขนส่งทางไปรษณีย์ และด้านการบรรจุหีบห่อบรรจุภัณฑ์ จัดส่งแบบใช้ถุงกระดาษทั่วไปและไม่มีเครื่องหมายการค้าที่ชัดเจน ด้านการประชาสัมพันธ์โฆษณา มีเพียงวิธีการบอกต่อโดยไม่มีการประชาสัมพันธ์

บนสื่อออนไลน์หรือสังคมออนไลน์ โดยเมื่อพิจารณาข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าทอท้องถิ่นโดยการทอส่วนมากนิยมทอเป็นเป็นลายลูกแก้ว ลายพริกไท เป็นที่นิยมของผู้บริโภคสำหรับตัดเป็นชุดสำนักงานและงานประเพณีต่างๆ โดยเรียงลำดับจากผ้าที่นิยมมากที่สุด คือ ผ้าฝ้าย และผ้าไหม เมื่อพิจารณาจากสีที่มียอดการสั่งซื้อมากที่สุดในช่วงที่ผ่านมาสามปี คือ สีดำ สีฟ้า สีเหลือง และสีชมพู และโทนสีสุภาพ ซึ่งเมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการจัดจำหน่ายสินค้าแบบผ้าทอสำหรับตัดชุดมากที่สุด ส่วนการแปรรูปการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยังไม่มีรูปแบบที่ชัดเจนโดยส่วนมากจะทำการแปรรูปเป็นผ้าชิ้น ผ้าคลุมไหล่ และผ้าสไบ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอท้องถิ่น โดยขอบเขตการวิจัยภายใต้การต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น จังหวัดศรีสะเกษ การประยุกต์รูปแบบตามปรากฏการณ์ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นที่พบมากที่สุด 3 ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 ภาพแสดงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น จังหวัดศรีสะเกษ (นริศรา ลอยฟ้า, 2563)

จากภาพที่ 3 แสดงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น พบมากที่สุด คือ ผ้า

เมตรสำหรับตัดชุด เป็นชนิดผ้าไหมและผ้าฝ้าย การทอลายที่ พบมากที่สุดคือ ลายลูกแก้ว ลายพริกไท



ตามลำดับถัดมา ประเภทผ้าชิ้นใหม่ เป็นผ้าไหม สำหรับสวมใส่ และผ้าคลุมไหล่ เป็นชนิดผ้าฝ้าย พบมากที่สุดลายลูกแก้ว ลายพริกไท ตามลำดับ

2. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นพบว่า มีแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดังนี้ 1) การแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากเศษผ้าเหลือใช้ 2) การแปรรูปต่อยอดผลิตภัณฑ์จากสินค้าเดิมโดยทำการประยุกต์ให้ทันสมัย โดยกรอบของการพัฒนาโดยวิเคราะห์กรอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า 1)

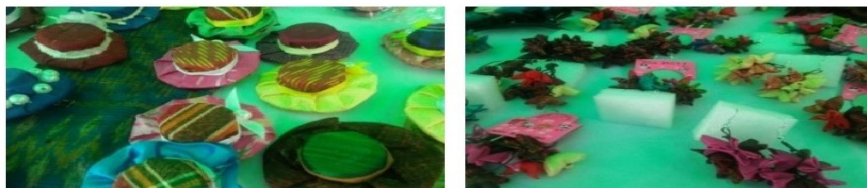
รูปแบบทันสมัยและตอบสนองต่อผู้บริโภค 2) เพิ่มความเป็นเอกลักษณ์ 3) เน้นความเรียบง่ายตามท้องถิ่นและชุมชนสามารถผลิตเองได้ 4) ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย จากการรอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอ พบว่า ด้านที่ 1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากเศษผ้าเหลือใช้ มีรูปแบบดังนี้ 1) การแปรรูปเป็นกระเป๋าจากเศษผ้า 2) การแปรรูปเป็นของประดับสตรี เช่น เครื่องประดับสตรี ดังแสดงดังภาพที่ 4 และ 5



ภาพที่ 4 การแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากเศษผ้าเหลือใช้ (นริศรา ลอยฟ้า, 2563)

จากภาพที่ 4 การแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากเศษผ้าเหลือใช้ เป็นประเภทกระเป๋าต่างคัสตรี ขนาด กว้าง 10 x ยาว 20 cm ผ้าทอที่ใช้เศษผ้าไหม

และผ้าฝ้าย เทคนิค คือ ขอบกระเป๋าใช้ด้ายปักขอบ เล่นลวดลาย สีให้กลมกลืน สวยงาม ราคาขาย 250-350 บาท ตามลักษณะผ้าทอฝ้ายหรือผ้าไหม



ภาพที่ 5 การแปรรูปเป็นเครื่องประดับสตรี (นริศรา ลอยฟ้า, 2563)

จากภาพที่ 3 แสดงการแปรรูปเป็นเครื่องประดับสตรีที่ประดับผมสตรีขนาด กว้าง 3x3 cm ผ้าทอที่ใช้เศษผ้าไหม และผ้าฝ้ายสีที่ใช้เป็นโทนสี

สลับสีเล่นลวดลายที่พบมากที่สุดจากเศษผ้าจะเป็น สีชมพู เหลือง สีม่วง สีฟ้าและลายชิ้นใหม่ เทคนิค คือ ใช้ด้ายปักผ้าทอ และใช้ลวดลาย และสีให้

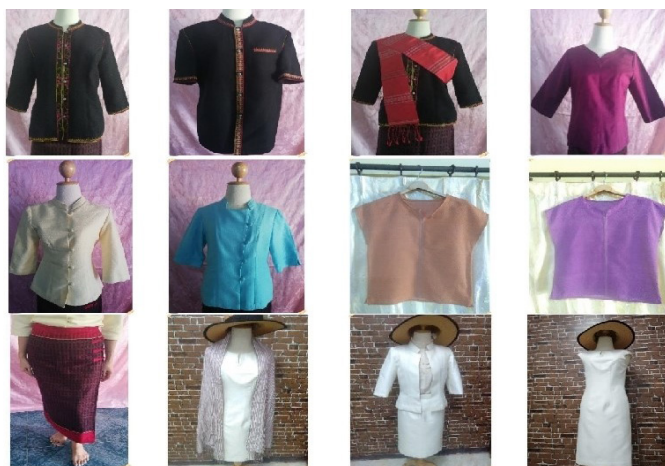


กลมกลืน โดดเด่นเพิ่มความสวยงาม ราคาขาย 15-25 บาทขึ้นอยู่กับลักษณะของผ้าทอชนิดฝ้ายหรือผ้าไหมและประเภทต่างหุสตรียาผ้าทอที่ใช้เศษผ้าไหมและผ้าฝ้ายสีที่ใช้เป็นโทนสีเดียวกันที่พบมากจากเศษผ้าจะเป็นสีชมพู สีม่วง สีฟ้า และลายผ้าไหมเทคนิค คือ ใช้เศษผ้าทอนำมาทำเป็นดอกไม้แล้วผู้กรัดด้วยด้ายเพื่อจัดช่องต่างหุ โดยใช้ลวดลายผ้า และสีให้กลมกลืน และสวยงามราคาขาย 20-25 บาทขึ้นอยู่กับลักษณะของผ้าทอชนิดฝ้ายหรือผ้าไหม

การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าทอเหลือใช้ ประกอบด้วย ผ้าไหม ผ้าฝ้ายที่เหลือจากการแปรรูปผ้าทอเหลือใช้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของกมลวรรณ พัทธพรพิพัฒน์ (2558, หน้า 60-105) ศึกษาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นประเภทกระเป๋ากจากเศษผ้าฝ้ายทอเหลือใช้ กรณีศึกษาผ้าฝ้ายทอไทลื้อบ้านเฮี้ย อำเภอบัว จังหวัดน่าน โดยค้นหาแนวทางในสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นประเภทกระเป๋ากจากเศษผ้าฝ้ายทอเหลือใช้

จากกระบวนการตัด โดยรูปทรง และขนาดของกระเป๋ารูปทรงที่เหมาะสมเป็นทรงที่ไม่มีความซับซ้อนในแม่แบบสามารถทำได้ง่าย สามารถขยายขนาดได้ มีความเหมาะสมกับความต้องการ และการใช้ชีวิตประจำวันของกลุ่มเป้าหมาย และประยุกต์ร่วมสมัย นอกจากนั้นเศษผ้าทอเหลือใช้ยังสามารถนำมาออกแบบเป็นเครื่องประดับสตรี เช่น ต่างหู กิ๊บ ดังแสดงที่ภาพที่ 4 ซึ่งเศษผ้าเหลือใช้ยังสามารถนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนอีกทางหนึ่งยังก่อให้เกิดผลงานสร้างสรรค์และสร้างรายได้มากยิ่งขึ้น

ด้านที่ 2 การแปรรูปต่อยอดผลิตภัณฑ์จากสินค้าเดิมโดยทำการประยุกต์ให้ทันสมัยโดยกรอบของการพัฒนาโดยวิเคราะห์กรอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า 1) รูปแบบทันสมัยและตอบสนองต่อผู้บริโภค 2) เพิ่มความเป็นเอกลักษณ์ 3) เน้นความเรียบง่ายตามท้องถิ่นและชุมชนสามารถผลิตเองได้ 4) ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย จากกรอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอมีรูปแบบดังภาพที่ 6 ดังนี้



ภาพที่ 6 รูปแบบการต่อยอดผลิตภัณฑ์จากสินค้าเดิมโดยทำการประยุกต์ให้ทันสมัย (นริสรา ลอยฟ้า, 2563)



จากภาพที่ 6 แสดงรูปแบบการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าทอที่มีการออกแบบให้ทันสมัยตอบสนองต่อผู้บริโภค มีความเป็นเอกลักษณ์ เน้นความเรียบง่ายตามท้องถิ่นและชุมชนสามารถผลิตเองได้และมีความหลากหลาย สอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติพงษ์ เกียรติวิภาค (2559, หน้า 13-51) ที่ได้ทำการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากผ้าฝ้ายทอมือบ้านดอนหลวง โดยผลงานที่ได้รับการออกแบบใช้ขอบเขตการออกแบบ คือ ต้องมีคุณค่าของธรรมชาติหรืองานหัตถกรรม มีเอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น วัสดุและกรรมวิธีการผลิตของท้องถิ่น ความสวยงามและความน่าสนใจ และรูปแบบแปลกใหม่ สะดุดตา การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอท้องถิ่นที่เกิดจากการมีส่วนร่วมต่อยอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษของชุมชนกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอรูปแบบใหม่ร่วมสมัยที่ได้จากบรรพบุรุษ สามารถสร้างโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงความรู้และเกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ กับประสบการณ์จากผลงานที่ผ่านมาและสอดคล้องกับงานวิจัยของนริสรา ลอยฟ้า (2563, หน้า 214-226) ที่พบว่า แนวทางการเพิ่มมูลค่าสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการออกแบบต้องคำนึงถึงคุณค่า วัฒนธรรม อัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน โดยประยุกต์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคและให้มีความหลากหลาย มีการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ให้ทันสมัยกับปรากฏการณ์ผู้บริโภคในปัจจุบัน จากผลการสำรวจความต้องการผู้บริโภคและการจำหน่ายสินค้าผ้าทอท้องถิ่นในสถานที่ต่างๆ ได้แก่ งานเทศกาลของดีประจำปีจังหวัดศรีสะเกษ งานแคนโกลนตาอำเภ

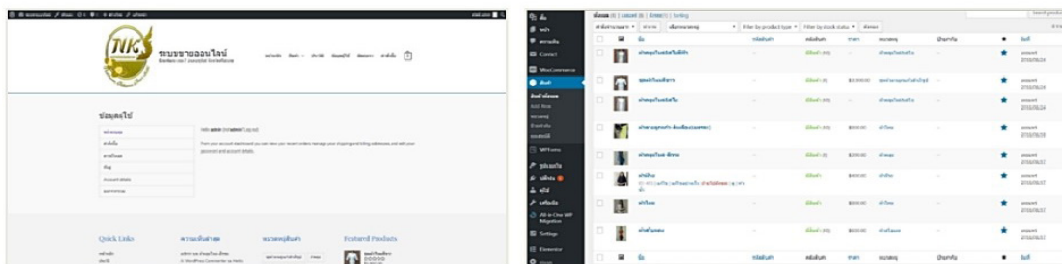
ขุขันธ์ เพื่อสำรวจความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค และสำรวจผลิตภัณฑ์ของชุมชนแล้วนำไปวิเคราะห์สังเคราะห์ข้อมูลแล้วมาปรับปรุงเพิ่มเติมให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในระดับต่างๆ ซึ่งจะส่งผลให้กลุ่มสมาชิกผู้ผลิตผ้าทอท้องถิ่นและคนในชุมชนตื่นตัวกับปรากฏการณ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์นำไปสู่แนวความคิดการต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนโดยใช้ข้อมูลที่ได้มาสร้างองค์ความรู้ในการพัฒนาร่วมกันซึ่งจะก่อให้เกิดเครือข่ายสังคมแห่งการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกัน อีกทั้งชุมชนมีเครือข่ายและสามารถนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติด้วยผลิตภัณฑ์ผ้าทอรูปแบบใหม่ร่วมสมัยโดยอาศัยกระบวนการทางสังคมที่มีเครือข่ายทางปัญญา เป็นชุมชนอิสระซึ่งทำหน้าที่จัดการความรู้เพื่อประโยชน์ในการสร้างรายได้ให้กับครอบครัวและมีแนวโน้มในการเพิ่มเศรษฐกิจให้กับชุมชนแต่ละท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

3. ผลการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น ปรากฏผลดังนี้แบ่งตามการใช้งานออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้ 1) ส่วนของผู้เยี่ยมชมสามารถเลือกดูข้อมูลสินค้า รายละเอียดสินค้า ราคา จำนวนสินค้าจาก e-catalog และสามารถเรียกดูรายการสินค้าที่สั่งซื้อได้ และสามารถลบ แก้ไข รายการที่สั่งซื้อได้ และสามารถแจ้งการชำระเงินและการจัดส่งสินค้าได้และสามารถสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าผ่านทางส่วนของติดต่อเราได้ 2) ส่วนของผู้ดูแลเว็บไซต์ ในส่วนของผู้ดูแลเว็บไซต์สามารถ เพิ่มรายการสินค้า ลบรายการสินค้า แก้ไขรายการสินค้า พร้อมทั้งจัดการรายการสั่งซื้อของลูกค้าได้สามารถเพิ่ม

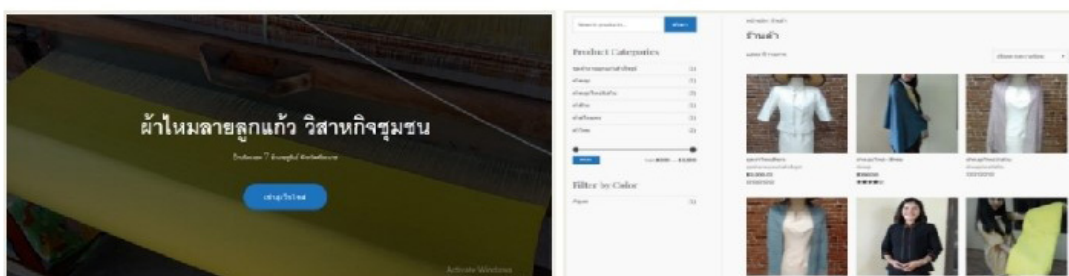


กิจกรรม จัดการกิจกรรม สามารถแก้ไขข้อมูลเกี่ยวกับเว็บไซต์และเพิ่มข้อมูลเกี่ยวกับข่าวประชา

สัมพันธ์ เพิ่มกิจกรรมได้ และสามารถจัดการเมนูการใช้งานได้



ภาพที่ 7 แสดงหน้าผู้ดูแลระบบและแสดงการจัดการสินค้า



ภาพที่ 8 แสดงหน้าแรกและแสดงรายการสินค้า

4. ผลการประเมินระบบพาณิชย์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น การประเมินจาก

กลุ่มเป้าหมายของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินจากกลุ่มเป้าหมายของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการใช้งาน			
มีเมนูที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน	4.33	0.58	มาก
สะดวกในการเลือกรายการสินค้า	4.00	0.00	มาก
มีขั้นตอนในการสั่งซื้อที่ง่ายไม่ยุ่งยาก	4.33	0.58	มาก
สามารถเรียกดูข้อมูลสินค้าได้	4.33	0.58	มาก
มีการจัดประเภทหมวดหมู่สินค้า	4.00	0.00	มาก
ข้อมูลสินค้าถูกต้องและชัดเจน	4.67	0.58	มากที่สุด



รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
มีการแจ้งยอดการชำระเงิน	4.67	0.58	มากที่สุด
มีข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มวิชาชีพชุมชนถูกต้องและชัดเจน	4.67	0.58	มากที่สุด
มีข้อมูลติดต่อกับทางร้าน	4.33	0.58	มาก
ภาพรวมของการใช้งาน	4.33	0.58	มาก
ความสวยงามของเว็บไซต์			
ขนาดของตัวอักษรมีรูปแบบสวยงามและอ่านง่าย	4.33	0.58	มาก
รูปภาพมีขนาดพอดีและสวยงาม	4.33	0.58	มาก
ภาพประกอบสื่อความหมายถึงสินค้าได้	5.00	0.00	มากที่สุด
รูปแบบของเว็บไซต์มีความสวยงาม น่าสนใจ	4.33	0.58	มาก
การจัดวางตำแหน่งสินค้าเหมาะสม	4.33	0.58	มาก
การใช้สีเหมาะสม	4.33	0.58	มาก
มีการออกแบบเว็บไซต์เหมาะกับสินค้า	4.00	0.00	มาก
ภาพรวมของเว็บไซต์	4.00	0.00	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.33	0.40	มาก

จากตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินจากกลุ่มเป้าหมายของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทอผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษจากกลุ่มวิชาชีพชุมชนทอผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษพบว่า ความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.40 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อค่าเฉลี่ยสามอันดับแรก คือ ภาพประกอบสื่อความหมายของสินค้าได้ ค่าเฉลี่ย 5.00 ระดับมากที่สุดรองลงมาข้อมูลสินค้าถูกต้องและชัดเจนมีการแจ้งยอดการชำระเงินมีข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มวิชาชีพ

ชุมชนทอผ้าท้องถิ่นถูกต้องและชัดเจนซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.67 ระดับมากที่สุด และมีเมนูที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน มีขั้นตอนในการสั่งซื้อที่ง่าย ไม่ยุ่งยาก สามารถเรียกดูข้อมูลสินค้าได้ มีข้อมูลติดต่อกับทางร้าน ภาพรวมของการใช้งาน ขนาดของตัวอักษรมีรูปแบบสวยงามและอ่านง่าย รูปภาพมีขนาดพอดีและสวยงาม รูปแบบของเว็บไซต์มีความสวยงาม น่าสนใจ การจัดวางตำแหน่งสินค้าเหมาะสม การใช้สีเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.33 ระดับมาก ตามลำดับ



ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินจากกลุ่มเป้าหมายของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษ

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการใช้งาน			
มีเมนูที่ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน	4.60	0.51	มากที่สุด
สะดวกในการเลือกรายการสินค้า	4.33	0.49	มาก
มีขั้นตอนในการสั่งซื้อที่ง่ายไม่ยุ่งยาก	4.07	0.26	มาก
สามารถเรียกดูข้อมูลสินค้าได้	4.80	0.41	มากที่สุด
มีการจัดประเภทหมวดหมู่สินค้า	4.33	0.49	มาก
ข้อมูลสินค้าถูกต้องและชัดเจน	4.67	0.49	มากที่สุด
มีการแจ้งยอดการชำระเงิน	4.57	0.51	มากที่สุด
มีข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ถูกต้องและชัดเจน	4.73	0.46	มากที่สุด
มีข้อมูลติดต่อกับทางร้าน	4.67	0.49	มากที่สุด
ภาพรวมของการใช้งาน	4.64	0.50	มากที่สุด
ความสวยงามของเว็บไซต์			
ขนาดของตัวอักษรมีรูปแบบสวยงามและอ่านง่าย	4.47	0.52	มาก
รูปภาพมีขนาดพอดีและสวยงาม	4.67	0.49	มากที่สุด
ภาพประกอบสื่อความหมายถึงสินค้าได้	4.80	0.41	มากที่สุด
รูปแบบของเว็บไซต์มีความสวยงาม น่าสนใจ	4.20	0.41	มาก
การจัดวางตำแหน่งสินค้าเหมาะสม	4.13	0.35	มาก
การใช้สีเหมาะสม	4.67	0.49	มากที่สุด
มีการออกแบบเว็บไซต์เหมาะกับสินค้า	4.13	0.35	มาก
ภาพรวมของเว็บไซต์	4.33	0.49	มาก
ค่าเฉลี่ย	4.47	0.45	มาก

จากตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินจากกลุ่มเป้าหมายของระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ทอ

ผ้าท้องถิ่นจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษพบว่า ความพึงพอใจในภาพรวม



อยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อค่าเฉลี่ยสามอันแรก คือ สามารถเรียกดูข้อมูลสินค้าได้ภาพประกอบสื่อความหมายถึงสินค้าได้ค่าเฉลี่ย 4.80 ระดับมากที่สุดรองลงมา มีข้อมูลเกี่ยวกับจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษถูกต้องและชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.73 ระดับมากที่สุด และข้อมูลสินค้าถูกต้องและชัดเจนมีข้อมูลติดต่อกับทางร้านรูปภาพมีขนาดพอดีและสวยงามการใช้สีเหมาะสมค่าเฉลี่ย 4.67 ระดับมากที่สุด ตามลำดับ

5. อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาอภิปรายผลการวิจัย ดังนี้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอท้องถิ่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า (ประสิทธิ์ รัตนพันธ์, มณีรัตน์ รัตนพันธ์ และจาริณี แซ่ว่อง, 2561, หน้า 42-51) สอดคล้องกับแนวคิดของฐิติพันธ์ จันทรหอม (2559, หน้า 181-192) เน้นความทันสมัยคุณภาพให้สูงขึ้นแบบอย่างสากล ในราคาที่เป็ธรรมสอดคล้องกับสมบัติ ประจัญสานต์ (2558, หน้า 331-338) และผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย การพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอของที่ระลึกมีการพัฒนาประยุกต์มาจากแบบดั้งเดิมและมีเอกลักษณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของกิตติพงษ์ เกียรติวิภาค (2559, หน้า 13-51) ผลการศึกษางานที่ได้รับการออกแบบควรใช้ขอบเขตคือต้องมีคุณค่าของธรรมชาติหรืองานหัตถกรรม มีเอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น วัสดุและ

กรรมวิธีการผลิตของท้องถิ่น ความสวยงามและความน่าสนใจและรูปแบบแปลกใหม่ สะดุดตา และสอดคล้องกับงานวิจัยของนริสรา ลอยฟ้า (2563, หน้า 214-226) ที่ศึกษาแนวทางการเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยทำการต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมและประยุกต์กับสมัยใหม่ในปัจจุบันแต่ยังคงความเป็นท้องถิ่น อัตลักษณ์ วัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้น พร้อมทั้งทั้งจากปรากฏการณ์ของผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอที่เกิดจากการมีส่วนร่วมต่อยอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษของชุมชนกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอรูปแบบใหม่ร่วมสมัยที่ได้จากบรรพบุรุษ สามารถสร้างโอกาสให้ประชาชนเข้าถึงความรู้และเกิดความคิดสร้างสรรค์ใหม่ๆ กับประสบการณ์จากผลงานที่ผ่านมา จากการจำหน่ายในงานเทศกาลของดีประจำปี งานงานแซนโฌนตาอำเภอบุขันธ์ เพื่อประเมินกลุ่มผู้บริโภคแล้วนำไปปรับปรุงเพิ่มเติมให้สอดคล้องกับลูกค้าในระดับต่างๆ ซึ่งจะส่งผลให้กลุ่มสมาชิกผู้ผลิตผ้าทอและคนในชุมชนตื่นตัวกับปรากฏการณ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งชุมชนมีเครือข่ายและสามารถนำความรู้ไปสู่การปฏิบัติด้วยผลิตภัณฑ์ผ้าทอรูปแบบใหม่ร่วมสมัยโดยอาศัยกระบวนการทางสังคมที่มีเครือข่ายทางปัญญา เป็นชุมชนอิสระซึ่งทำหน้าที่จัดการความรู้เพื่อประโยชน์ในการสร้างรายได้ให้กับครอบครัวและมีแนวโน้มในการเพิ่มเศรษฐกิจให้กับชุมชนแต่ละท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน จากงานวิจัยการส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจทอผ้าท้องถิ่น พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตนมีอยู่ให้มีการต่อยอด เพิ่มสีสัน เพิ่มลวดลายความเป็นท้องถิ่น และการประยุกต์เข้ากับรูปแบบใหม่ที่ทันสมัยจะช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์



น่าสนใจต่อกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นและยังสามารถเพิ่มกลุ่มของลูกค้าที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น

ด้านการพัฒนาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าท้องถิ่น จังหวัดศรีสะเกษ สามารถสร้างช่องทางการตลาดและประชาสัมพันธ์สินค้าของชุมชนได้เป็นอย่างดี สอดคล้องกับกฤษณะ ดาราเรือง (2560, หน้า 131-143) ที่กล่าวว่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะช่วยให้เพิ่มช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายและช่วยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วทุกมุมโลก การพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มีการนำเสนอในรูปแบบ e-catalog ตะกร้าสินค้า (Shipping Cart) ข้อมูลการชำระเงินและการจัดส่งสินค้า และในส่วนข่าว กิจกรรม การประชาสัมพันธ์และติดต่อเรา สอดคล้องกับงานของกนกพัชร กอประเสริฐและคณะ (2561, หน้า 111-121) ที่พบว่า การออกแบบพัฒนาเว็บไซต์จะต้องประกอบด้วย การนำเสนอสินค้า ข้อมูลข่าวสารบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของนริศรา ลอยฟ้า (2563, หน้า 214-226) ที่พบว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ที่ช่วยเพิ่มช่องทางการตลาดและการจัดจำหน่ายได้อย่างดีและจะต้องมีองค์ประกอบที่สำคัญคือ การนำเสนอสินค้า การสั่งซื้อสินค้า การชำระเงิน การขนส่งสินค้าและการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะช่วยให้ประชาสัมพันธ์และการจัดจำหน่ายสินค้าที่สอดคล้องกับผู้บริโภคในปัจจุบันในยุคอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ได้เป็นอย่างดี (วงศ์กร ปลื้มอารมย์, สุพาดา สิริกุดตา และณัฏฐ์ กุสิษฐ์, 2554, หน้า 105-117) ด้านผลการประเมินจากกลุ่มเป้าหมายของระบบพาณิชย์

อิเล็กทรอนิกส์เสื้อผ้าท้องถิ่นจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเสื้อผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษ พบว่า ความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.47 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.45 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อค่าเฉลี่ยสามอันแรก คือ สามารถเรียกดูข้อมูลสินค้าได้ภาพประกอบสื่อความหมายถึงสินค้าได้ค่าเฉลี่ย 4.80 ระดับมากที่สุด รองลงมา มีข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเสื้อผ้าท้องถิ่นถูกต้องและชัดเจน ค่าเฉลี่ย 4.73 ระดับมากที่สุด และข้อมูลสินค้าถูกต้องและชัดเจน มีข้อมูลติดต่อกับทางร้านรูปภาพมีขนาดพอดีและสวยงามการใช้สีเหมาะสม ค่าเฉลี่ย 4.67 ระดับมากที่สุด ตามลำดับ จากผลการประเมินจะเห็นว่าระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเสื้อผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษ มีการออกแบบระบบภายใต้หลักการทฤษฎีการออกแบบตามวัฏจักรการพัฒนาระบบ (SDLC) และการทำต้นแบบระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านการออกแบบตามหลักการทฤษฎีการออกแบบระบบ โดยใช้หลักการออกแบบตามความต้องการของผู้ใช้งานเป็นหลักสอดคล้องกับบริบทชุมชนและเทคโนโลยีในปัจจุบันและใช้หลักการออกแบบเน้นความเรียบง่ายสะดวกในการใช้งานการใช้สีเหมาะสมใช้โทนสีดูสบายตาและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชน ประกอบกับการใช้ภาพประกอบสื่อความหมายที่ชัดเจนมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชุมชน การใช้งานที่มีโครงสร้างเว็บไซต์ที่เข้าถึงข้อมูลได้ง่าย และมีข้อมูลการติดต่อที่ชัดเจนที่มีประโยชน์ต่อผู้ใช้งานจึงทำให้ภาพรวมอยู่ในระดับเป็นที่พึงพอใจซึ่งประการที่สำคัญประการหนึ่งในข้อค้นพบการพัฒนาระบบ



พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์คือความเรียบง่าย เข้าถึง และใช้งานง่าย มีความเหมาะสมกับบริบทชุมชน และความเป็นจุดเด่นบอกเล่าเรื่องราวสินค้าชุมชน ในลักษณะ Softpower เพื่อสร้างอัตลักษณ์ภายใต้ วิถีชีวิตชุมชนเพื่อเป็นเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับสินค้า และผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่น่าสนใจมากยิ่งขึ้น

6. ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ควรนำลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ของ ผ้าทอหรือลวดลายที่แสดงถึงศิลปวัฒนธรรมของ ท้องถิ่นศรีสะเกษ มาประยุกต์ใช้ เพื่อเป็นการ อนุรักษ์และพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น ให้เกิด ประโยชน์เชิงพาณิชย์ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ควรคำนึง ถึงการนำวัสดุ เทคนิคการผลิตนวัตกรรมด้านสิ่งทอ มาใช้ในการผลิตและควรศึกษาแนวโน้มการ ออกแบบ (Trend) ที่เป็นปัจจุบันเพื่อทราบแนวทาง การออกแบบในด้านรูปแบบวัสดุ การใช้สีและ กระบวนการผลิต เพื่อให้เหมาะสมกับความนิยม ของผู้บริโภค

2.2 ในการพัฒนาระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ควรพิจารณานำเทคโนโลยีใน

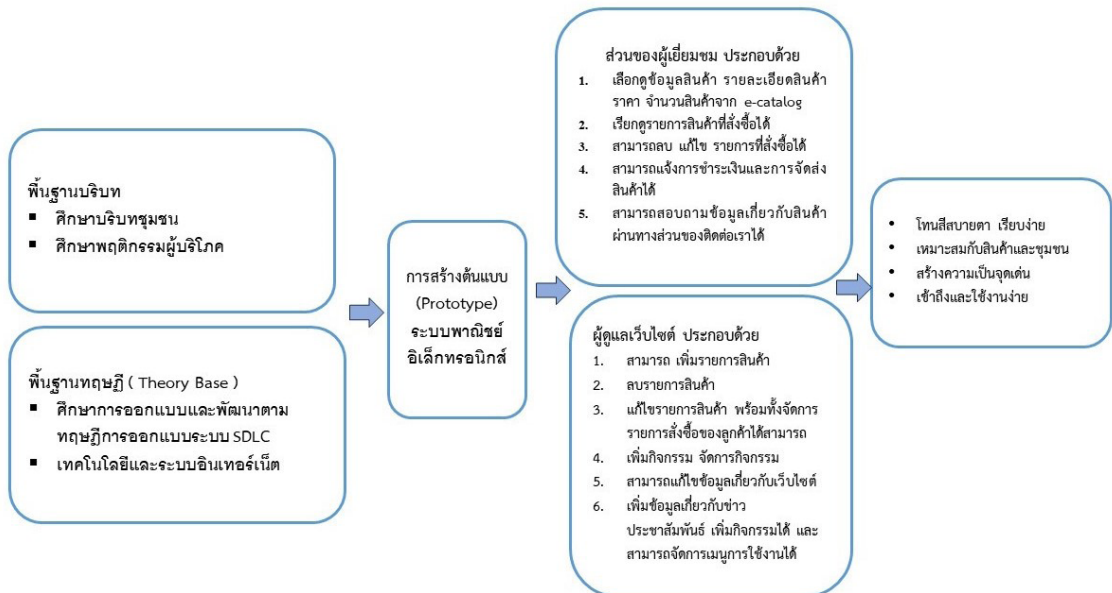
ปัจจุบันมาประยุกต์ใช้เพื่อสอดคล้องกับสถาน การณ์ปัจจุบันและสอดคล้องกับบริบทชุมชนและ อำนาจความสะดวกในการใช้งานที่เหมาะสมกับ ชุมชน

7. องค์ความรู้ที่ได้รับ

ในการศึกษาศึกษาแนวทางการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ผ้าทอผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อสร้าง มูลค่าเพิ่มให้สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า ท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษพบว่า การออกแบบที่ เหมาะสมต้องอาศัยหลักการออกแบบให้สอดคล้อง ภายใต้อารมณ์ของชุมชนและเอกลักษณ์และศิลป วัฒนธรรมของท้องถิ่นมีความเป็นอัตลักษณ์แสดง ความเป็นท้องถิ่นชุมชนนั้นๆ นำเสนอเรื่องราวผ่าน การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ทรงคุณค่า และร่วมสมัย สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้ามีคุณภาพมี ความหลากหลาย ในด้านการพัฒนาระบบพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์มีการออกแบบและพัฒนาตามหลัก การทฤษฎีของการออกแบบตามวัฏจักรการพัฒนาระบบ (SDLC) โดยใช้หลักการออกแบบตามความ ต้องการของผู้ใช้งานเป็นหลักสอดคล้องกับบริบท ชุมชนโดยคำนึงถึงเทคโนโลยีที่ใช้ในการพัฒนา ปัจจุบันที่เหมาะสมกับชุมชนดังภาพ



ภาพที่ 9 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษ



ภาพที่ 10 องค์ความรู้ที่ได้รับ



เอกสารอ้างอิง

- กมลวรรณ พชรพรพิพัฒน์. (2558). แนวทางในการพัฒนาศักยภาพการออกแบบผลิตภัณฑ์แฟชั่นประเภท กระเป๋าจากเศษผ้าฝ้ายทอเหลือใช้: กรณีศึกษาผ้าฝ้ายทอไทลื้อบ้านเฮี้ย อำเภอปัว จังหวัดน่าน. *วารสารวิจิตรศิลป์*, 8(1), 60-105.
- กฤษณะ ดาราเรือง. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 31(100), 131-143.
- กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค. (2559). การศึกษาและพัฒนาการนำผ้าฝ้ายทอมือมาประยุกต์ใช้ในการสร้างสรรค์ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษา: กลุ่มหมู่บ้าน ผ้าฝ้ายทอมือบ้าน ดอนหลวง อำเภอป่าซาง จังหวัด ลำพูน. *ศิลปกรรมสาร*, 11(1), 13-51.
- จิตต์โสภา เฉลียวศักดิ์ และคณะ. (2562). การออกแบบ และเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น: ผ้าถุงพิมพ์ลาย ผ้าชิ้นอีสาน. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 7(3), 226-237.
- จิตติมา จารุวรรณ และอรกัญญา โฆษิตานนท์. (2555). พฤติกรรมและปัจจัยสำคัญที่มีต่อการซื้อผลิตภัณฑ์ ของผู้บริโภคจากการสื่อสารการตลาดในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์. *วารสารปัญญาภิวัฒน์*, 3(2), 38-49.
- จิตติพันธ์ จันทน์หอม. (2559). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอภูมิปัญญาของชาวไทยทรงดำในภูมิภาคตะวันตก ของประเทศไทย. *วารสารสมาคมนักวิจัย*, 21(1), 181-192.
- ทิชากร เกสรบัว. (2556). แนวทางการพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product: OTOP) เพื่อการส่งออกในตลาดอาเซียน. *วารสารมนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 30(2), 155-174.
- นริศรา ลอยฟ้า. (2563). การเพิ่มมูลค่าสินค้าและเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมลายลูกแก้วตำบลนิคมพัฒนา อำเภอยะรัง จังหวัดศรีสะเกษ. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 8(1), 214-226.
- นิธิดา พระยาโล และลำปาง แม่นมาตย์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภท ผลิตภัณฑ์อาหาร ในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคที่ผลิตในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิจัย มข. (ฉบับบัณฑิตศึกษา) สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 3(1), 38-51.
- ประสิทธิ์ รัตนพันธ์, มณีรัตน์ รัตนพันธ์ และจาริณี แซ่ว่อง. (2561). การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย และการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหารในจังหวัดสงขลา. *วารสารการวิจัย เพื่อการพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 11(4), 42-51.



- วงศ์กร ปลื้มอารมย์, สุพาดา สิริกุตตา และณัฏฐ์ กุลิสร်. (2554). พฤติกรรมการค้นหาข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตในการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ของผู้บริโภคในประเทศไทย. *วารสารศรีนครินทรวิโรฒวิจัยและพัฒนา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 3(6), 105-117.
- สมบัติ ประจัญตานต์. (2558). ลวดลายเรขศิลป์ส่วนประดับของปราสาทขอมบนผ้าไหมมัดหมี่ต่อการออกแบบเครื่องแต่งกาย. *วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 3(3), 331-338.
- สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และปิยวัน เพชรหมี่. (2560). การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย: กรณีศึกษา ผ้าทอลายโบราณ. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน*, 10(4), 62-85.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2549). *การตลาดคือการสร้างคุณค่า*. เข้าถึงได้จาก <https://www.manager.co.th/Business/ViewNews.aspx?NewsID=9490000114546>