

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาพัฒนาการ วิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคการทอดผ้าจาก
โดยใช้ E-Commerce เพิ่มศักยภาพการตลาดกับสินค้าทางวัฒนธรรมของชาวไท-ยวน ตำบลคูบัว
อำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี ในการส่งออก ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจาก สมาชิกสหกรณ์การเกษตรไท-ยวน
ราชบุรี จำกัด ทั้งหมด 433 คน โดยการสัมภาษณ์แบบลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม และการ
สนทนากลุ่มช่วงทอดผ้า

ผลการวิจัยพบว่า สมาชิกสหกรณ์ฯ ซึ่งเป็นช่างทอดผ้า เป็นแม่บ้านอยู่ในวัยกลางคน ทอดผ้า
เป็นอาชีพรอง มีรายได้ 3,500 บาทต่อเดือน ได้เรียนรู้การทอดผ้าจากคนในชุมชน รวมถึงการแกะ
ลายจากผ้าจากโบราณซึ่งใช้เวลานาน จนกระทั่งนำระบบคอมพิวเตอร์มาช่วยทำลวดลายต้นแบบ
 อีกทั้งได้รับความรู้เพิ่มเติมจากการอบรม ทำให้เกิดพัฒนาการทอดผ้าจากเร็วขึ้น ช่วยลดข้อผิดพลาด
ได้มาก ลายผ้าจากที่นิยมกันมากและหายากที่สุดคือลายดอกเขีย ผู้วิจัยเลือกใช้ SWOT วิเคราะห์
ภาพรวมของสหกรณ์ฯ เพื่อเป็นแนวทางกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดอีกอย่างหนึ่ง

ปัญหาจากการทอดผ้าคือการขายตัดราคาตัวเอง ประธานสหกรณ์ฯจึงแก้ไขปัญหาโดยการ
จัดประชุมผู้นำกลุ่มทอดผ้าจากและผู้ประกอบการ เพื่อร่วมกันกำหนดราคาที่เหมาะสม รวมทั้งการหา
ต้นทุนการผลิตที่แท้จริง สำหรับการนำ E-Commerce มาใช้โดยสร้าง Web Site ของผ้าจากคูบัว
โดยเฉพาะ หรือการเข้าร่วมโครงการกับทางราชการ เช่น โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้เพิ่ม
ช่องทางจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมผู้บริโภคมากขึ้น ทั้งให้ประโยชน์ในเรื่องการเผยแพร่วัฒนธรรม
และภูมิปัญญาไทยด้วย แต่ต้องปรับปรุงจุดอ่อนในการใช้ E-Commerce กับผ้าจากซึ่งเป็นสินค้า
ทางวัฒนธรรม เพื่อประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภคและชุมชนคูบัวคือ การกำหนดกลยุทธ์ด้านราคา
และมาตรฐานคุณภาพของผ้าจาก

ABSTRACT

TE147471

The objectives of this research were to study the development of, the analysis of problems and obstacles in Chok cloth weaving by using E-commerce to increase marketing potential for the cultural products of Thai-Yuan in Tambon Khu Bua, Amphoe Mueang, Ratchaburi Province for export. Data were collected by the researcher from a total number of 433 members of the Thai-Yuan Ratchaburi Agricultural Cooperative Limited by means of an in-depth interview, participatory observation and conversation with leaders of weavers.

The results of the research were found that members of the Cooperative who were weavers were housewives in middle age. They weaved cloth as a secondary career, earning income of 3,500 baht per month. These members had learned the techniques of Chok cloth weaving from people in the community including making patterns from original Chok cloth by means of stenciling which took a long time until a computer system was introduced to assist in making pattern models. These weavers also acquired additional knowledge from training which resulted in improvement, faster weaving of Chok cloth and helped reduce errors to a great extent. It was noted that the most preferred design which was also the most difficult to weave was the Sia flowery design. The researcher used SWOT analysis to analyze an overview of the Cooperative to determine an approach for devising a marketing strategy.

Price cutting among weavers was a problem arising from weaving cloth. The Chairman of the Cooperative therefore solved this problem by holding a meeting of the leaders of Chok cloth weavers and entrepreneurs to jointly set suitable prices and determined actual product costs. In respect of the application of E-Commerce by constructing a specific website for Khu Bua's Chok cloth or participation in various programs with government authorities such as the One Tambon One Product (OTOP) program, they increased distribution channels to reach a greater number of consumers and provided benefits in relation to the dissemination of Thai culture and wisdom. However, the weak point in applying E-Commerce for Chok cloth which was a cultural product should be remedied. The formulation of price strategies and the quality standards of Chok cloth should be carried out in the best interests of consumers and the Khu Bua community