Received: 2021-09-28
Revised: 2021-11-23
Accepted: 2021-11-27

การศึกษาการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาด โดยใช้ภาษาอังกฤษจังหวัดน่าน

The Study of Knowledge Management for Marketing Promotion of Kham Kheob Textile Product by Using English Language at Nan Province

ปรียารัตน์ ศรีชัยวงค์*
Preeyarut Srichaiwong*
Faculty of Business Administration and Liberal Arts,
Rajamangala University of Technology Lanna, Lampang, Thailand.*
E-mail: pkapunya@hotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การศึกษาการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษจังหวัดน่าน มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดการความรู้การถ่ายทอดการทอผ้าคำเคิบเมืองน่านด้วยภาษาอังกฤษเพื่อสร้างมูลค่าทางการตลาด 2. เพื่อศึกษากลวิธีการทำให้สำเร็จในการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าผ้าทอของเรื่องราวทางวัฒนธรรมของผ้าทอคำเคิบ และ 3. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในการขายผ้าทอคำเคิบโดยใช้กลวิธีทำให้สำเร็จ งานวิจัยเล่มนี้เป็นงานวิจัยเชิงผสานวิธี โดยมีกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเฉพาะเจาจงจำนวน 20 คน จาก 4 วิสาหกิจชุมชนผ้าทอคำเคิบ จังหวัดน่านเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลวิจัยคือ แบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) โดยกระบวนการจัดการความรู้ทั้ง 7 ขั้นตอน

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ผ้าทอคำเคิบถือเป็นผ้าทอที่มีเอกลักษณ์อันโดดเด่น จากการจัดการความรู้ร่วมกับชุมชน 7 ขั้นตอน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทำคำเคิบจังหวัดน่านมีทั้งหมด 4 กลุ่ม โดยกลุ่มวิสาหกิจผ้าทอคำเคิบบ้านซาวหลวงเป็นกลุ่มที่มีการจัดการความรู้ด้านภาษาอังกฤษที่เป็นระบบมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มวิสาหกิจวิสาหกิจชุมชนบ้านนาปงพัฒนา วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านดอนไชย และวิสาหกิจชุมชนทอผ้าลายตีนจกน้ำปั้ว ตามลำดับ ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า การจัดการความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้กลวิธีในการส่งเสริมทักษะภาษาอังกฤษให้สำเร็จ โดยมีกลวิธีสอนตามแนวโครงสร้าง ทั้งหมด 5 กลวิธีสำคัญ ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่า คะแนนการประมวลความรู้ความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนก่อนและหลังการพัฒนาทักษะทางภาษาอังกฤษมีคะแนนเฉลี่ยเพิ่มขึ้น โดยคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 9.97 คิดเป็นร้อยละ 49.83 (S.D. = 2.76) และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 15.94 คิดเป็นร้อยละ 74.5 (S.D. = 2.26) จากการวิจัยทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอคำเคิบมีการพัฒนาและได้แนวทางในการจัดการความรู้ต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: การจัดการความรู้, ผ้าทอคำเคิบ, ส่งเสริมการตลาด, ภาษาอังกฤษ

Abstract

This study aimed 1) To promote and develop the marketing of Kham Kheob fabric weaving products in Nan province, 2) To manage knowledge of Kham Kheob fabric weaving products using English and 3) To promote the marketing of Kham Kheob fabric weaving products by using English. This research was mixed method research. There were 20 key informants from 4 weaving community enterprises at Nan province. The research tools were structured interview and focus group based on 7 steps of knowledge management system.

The result on the first research objective showed that Kham Kheob fabric weaving is a unique fabric that the 4 community enterprise groups showed the 7-steps knowledge management results as follows: Ban Sao Luang Woven Fabric Enterprise Group was the group that had the most systematic management of English language knowledge followed by Ban Na Pong Pattana Community Enterprise Group. Ban Don Chai Tourism Community Enterprise and Teen Jok Nam Pua weaving community enterprises, respectively. The results of the research according to objective number 2 revealed that the knowledge management of community enterprise groups had a strategy to successfully promote English language skills as there were 5 important teaching strategies. The results of the research according to the third objective revealed that the scores on the competency assessment of the community enterprise groups before and after the English language skill development had an increase in average scores. The average score of pre-test was 9.97, representing 49.83% (S.D. = 2.76), and the average score of post-test was 15.94, representing 74.5% (S.D. = 2.26). In addition, the Kham Kheob Weaving Community Enterprise Group has developed and obtained guidelines for knowledge management in the future.

Keywords: Knowledge Management, Kham Kheob fabric weaving, Marketing promote, English language

บทนำ

ผ้าทอคำเคิบเมืองน่าน ถือได้ว่าเป็นคุณสมบัติอันเป็นเอกลักษณ์ของชาวจังหวัดน่านเป็นเครื่องแสดงถึงภูมิปัญญา อัตลักษณ์อันทรงคุณค่า ตลอดจนบ่งบอกถึงประวัติความเป็นมาและวิถีชีวิตที่ถ่ายทอดลงบนผืนผ้าด้วยความอัจฉริยะ และความรู้ภูมิปัญญาผ้าคำเคิบของคนเมืองน่าน ที่สืบสานผ้าคำเคิบ เป็นการอนุรักษ์เป็นการจัดการความรู้ เป็นการถ่ายทอดการมรดกทางภูมิปัญญาในการทอผ้าเมืองน่านโดยเฉพาะผ้าคำเคิบ อันมีมาแต่ดั้งเดิม การส่งเสริมรายได้ให้แก่ผู้ทอผ้าผ่านการตลาดโดยการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาดและประเมินความต้องการจากผู้บริโภคโดยการจำหน่ายผ้าทอคำเคิบให้เป็นที่รู้จักในสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้น นั้นเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ผ้าทอคำเคิบให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ผ้าทอเมืองน่านนับเป็นความงดงามทางด้านหัตถศิลป์ประเภทสิ่งทอของสตรีชาวน่านด้วยมีเทคนิคการทอที่ละเอียดประณีต จึงมีรูปแบบและลวดลายที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์การทอผ้าและการใช้สอยผ้า ในวัฒนธรรมเมืองน่านโดยเฉพาะในด้านการแต่งกายนอกจากจะมีความสำคัญในฐานะเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่ที่มนุษย์จำเป็นต้องใช้ในการดำรงชีวิตด้วยเหตุผล เพื่อใช้ปกปิดร่างกายให้ความอบอุ่นแก่ร่างกายป้องกันสัตว์และแมลงแล้วยังแสดงให้เห็นถึงการรับรู้และ

เข้าใจถึงกระบวนการทางความคิดที่สะท้อนถึงสภาพของการดำรงชีวิตที่เรียบง่ายของชาวน่าน ภายใต้วัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตนลักษณะอันโดดเด่นทางด้านรูปแบบของผ้าทอเมืองน่านนับเป็นร่องรอยจากอดีตที่แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ ที่ได้อาศัยอยู่ในพื้นที่เมืองน่านโดยเฉพาะกลุ่มชาติพันธุ์ไทยวนและกลุ่มชาติพันธุ์ไทลื้อจากการอยู่อาศัยร่วมกันจนมีความสัมพันธ์ที่เกี่ยวเนื่องกันนั้นได้ก่อให้เกิดการผสมผสานทางวัฒนธรรมการทอผ้าระหว่างสองกลุ่มชาติพันธุ์นี้ขึ้นและได้หล่อหลอมจนกลายเป็นรูปแบบผ้าทอที่มีเอกลักษณ์เด่นชัดในแบบเฉพาะของวัฒนธรรมเมืองน่าน

ในปัจจุบันการทอผ้าของชาวเมืองน่านเป็นไปเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาด มีการประยุกต์รูปแบบให้เหมาะสมกับความนิยม โดยที่กระแสแฟชั่นและตลาดเป็นตัวกำหนดรูปแบบ ผ้าทอที่มีการทอแบบเดียวกันทั้งหมด ไม่ว่าจะทอในเมืองน่านหรือที่ไหนในประเทศไทย ต่างมีรูปแบบเหมือนกันทั้งสิ้น จนในที่สุดผลผลิตก็ล้นตลาด ไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค อีกทั้งยังมีการดัดแปลงหน้าที่การใช้สอยให้ผิดไปจากเดิมและกระแสความต้องการของตลาดการค้าผ้าโบราณ ทำให้ผ้าโบราณเมืองน่านที่มีรูปแบบดั้งเดิมสูญหายไปจากท้องถิ่นส่งผลให้ช่างทอผ้าไม่สามารถหารูปแบบ ดั้งเดิมมาเป็นตัวอย่างเพื่อใช้ในการทอขึ้นใหม่ได้ หากปัญหานี้ยังดำเนินต่อไปก็จะส่งผลให้รูปแบบ ผ้าทอเมืองน่านสูญเสียซึ่งเอกลักษณ์และไม่สามารถค้นหาอัตลักษณ์ของกลุ่มได้ ในอดีตนั้นการทอผ้านับเป็นวิถีชีวิตที่สำคัญประการหนึ่งของสตรีเมืองน่านเช่นเดียวกับสตรีในพื้นที่อื่นๆ ของล้านนาอันเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สืบทอดมาจากบรรพบุรุษ มีวิธีการและเทคนิคการทอที่ประณีตมีลวดลายที่สวยงาม แตกต่างเป็นเอกลักษณ์ดังนั้นผ้าจึงเป็นส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมที่บ่งบอกความเป็นท้องถิ่นของตนเองได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะ “ผ้าคำเคิบ” หนึ่งในสุดยอดลายผ้าซิ่นของเมืองไทย คือผ้าทอคำเคิบจังหวัดน่าน จากการสืบค้นไปจนถึงชาติพันธุ์ชาวไทยลื้อ พบว่า ชาวลื้อที่อาศัยในมณฑลยูนานประเทศจีน ซึ่งต่อมาได้อพยพถิ่นฐานเข้ามาอาศัยอยู่บริเวณเขตถิ่นฐานที่บ้านล้าหลวง อ.เชียงคำ จ.พะเยา และตั้งถิ่นฐานอยู่ที่บ้านหนองบัว บ้านต้นฮ่าง ต.ป่าคา อ.ท่าวังผา จ.น่าน และบ้านดอนมูล อ.ท่าวังผา จ.น่าน ตั้งแต่ประมาณปี พ.ศ.2379 จนถึงปัจจุบันนี้ พบว่าชาวไทลื้อได้รักษาวัฒนธรรมของตัวเองไว้อย่างเหนียวแน่นมาก มีภาษาพูดของตัวเอง และได้นำศิลปะและภูมิปัญญาจากพรรพบุรุษของตน ติดตัวมาด้วย รวมถึงเทคนิคและลวดลายการทอผ้า ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตน โดยต่อมาชาวไทยลื้อได้พัฒนารูปแบบลวดลายให้สวยงามตามแบบท้องถิ่นน่าน แสดงความอัจริยะทางด้านภูมิปัญญา การสังเกต การต่อยอด จนได้ลวดลายน้ำไหล หรือ ผ้าลายน้ำไหล ซึ่งชื่อผ้าลายน้ำไหลนี้ได้มาจากลวดลายของผ้าซิ่นที่มีความพลิ้วไหวเหมือนสายน้ำที่ไหลนั้น ในสมัยโบราณเทคนิคที่จะทำให้เกิดความระยิบระยับนั้น นิยมใช้ด้ายเงิน เรียกว่าไหมเงิน และ ด้ายทองหรือ ไหมทอง หรือดิ้นเงินดิ้นทอง ทอเข้าไปในส่วนในส่วนของลายน้ำเพื่อให้เกิดลวดลาย และ ลีลาความระยิบระยับเหมือนดั่งผิวน้ำยามที่ต้องกระทบกับแสงอาทิตย์ สะท้อนจินตนาการและความสามารถและลีลาเฉพาะตัวของผู้ทอ ที่มากประสบการณ์ ต่อมาได้มีการพัฒนาลวดลายมากขึ้นสอดแทรกรูปต่างๆเข้าไปแต่ผ้าทอเมืองน่านยังคงเอกลักษณ์ลายน้ำไหลอยู่ในผ้าโดยไม่หายไปไหน ผ้าน่าน ผ้าลายน้ำไหลไทลื้อ เป็นภูมิปัญญาของชาวบ้านหนองบัว อ.ท่าวังผา จ.น่าน จึงมีชื่อเสียงเรื่องความละเอียด สร้างสรรค์ สวยงามนับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

แต่ทว่าการอนุรักษ์และสืบทอดงานหัตถศิลป์อันงดงามตามแบบ “ผ้าซิ่นคำเคิบ” ในปัจจุบันนี้ ยังมีการเพิ่มโอกาสทางการตลาดด้วยการใช้ภาษาอังกฤษไม่มากนัก เพื่อเป็นโอกาสในการสืบทอดภูมิปัญญาแบบวัฒนธรรมลงบนผืนผ้าแบบดั้งเดิมให้เป็นที่แพร่หลาย การใช้ภาษาอังกฤษที่เป็นภาษาสากลเพื่อส่งเสริมการตลาดบนสื่อออนไลน์ เป็นช่องทางหนึ่งที่ได้รับความนิยมทั้งในประเทศและต่างประเทศเนื่องจากการส่งเสริมการตลาดเป็นตัวกระตุ้นความต้องการซื้อ การติดต่อสื่อสารทางการตลาดมีความสำคัญมากการใช้ภาษาอังกฤษเพื่อบรรยายถึงรายละเอียด คุณสมบัติ ที่มาของวัฒนธรรมผ่านผ้าทอ “คำเคิบ” จังหวัดน่าน ที่ให้

เป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น ภาษาอังกฤษเป็นสื่อกลางไปยังผู้บริโภคในปัจจุบันยังไม่เพียงพอ นอกจากนั้น ในปัจจุบันนี้การแข่งขันทางการตลาดอย่างมากการเสนอผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มโอกาสการบริโภคของลูกค้าด้วยการใช้ภาษาอังกฤษสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายและจูงใจผู้บริโภค และเป็นการสนับสนุนการตลาดและภาวะเศรษฐกิจภายในประเทศและต่างประเทศ การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย และภาษาอังกฤษยังเป็นเครื่องมือที่จะสามารถกระตุ้นยอดขายได้จากการศึกษาพบว่าในปัจจุบันการอนุรักษ์รูปแบบดั้งเดิมของผ้าทอเมืองน่านนั้น ยังขาด การศึกษา และ การสืบทอดภูมิปัญญาดั้งเดิม เป็นผลทำให้วัฒนธรรมการทอผ้าและการใช้สอยผ้าของชาวเมืองน่านเปลี่ยนแปลงไปอย่างขาดความเข้าใจจากปัญหาดังกล่าวทำให้รูปแบบดั้งเดิมของผ้าคำเคิบ เมืองน่านเริ่มสูญหายไปพร้อมๆ กับผ้าทอชนิดอื่นๆ ชาวเมืองน่านทั่วไปไม่รู้จักชื่อและรูปแบบของ ผ้าคำเคิบ จะรู้จักหรือคุ้นเคยก็เฉพาะในกลุ่มช่างทอผ้าผู้สูงอายุ ด้วยเหตุนี้จึงต้องศึกษาค้นคว้าเพื่อ ค้นหาความรู้ และรูปแบบดั้งเดิมของผ้าตีนทอคำเคิบมืองน่านให้คืนกลับมา ทั้งนี้เพื่อเป็นการอนุรักษ์ ผ้าคำเคิบเมืองน่าน ” ให้คงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ของชาวเมืองน่าน และเป็นประโยชน์ในด้านการฟื้นฟูต่อไปการจูงใจที่เสนอคุณค่าพิเศษของผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเมืองน่าน แก่ผู้บริโภคนั้น ผู้จัดจำหน่าย วิสาหกิจชุมชนนั้น จะต้องตระหนักถึง การส่งเสริมการขายเป็นการให้เป็นสิ่งจูงใจพิเศษเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อส่งเสริมการขายเพื่อกระตุ้นให้เกิดการซื้อจำนวนมากขึ้น และสามารถตัดสินใจซื้อได้ในเวลาทันทีทันใด นอกจากนี้การส่งเสริมการขายสามารถใช้ในการจูงใจกลุ่มผู้บริโภค ได้ดังนี้คือ 1) การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภค (Consumer promotion) เป็นการส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่ผู้บริโภคคนสุดท้าย (ultimate consumer) เพื่อจูงใจให้เกิดการซื้อจำนวนมากขึ้น ตัดสินใจซื้อได้รวดเร็วขึ้น เกิดการทดลองใช้ถือว่าเป็นการใช้กลยุทธ์แบบดึง (pull strategy) 2) การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่คนกลาง (trade promotion) เป็นการส่งเสริมการขายที่ มุ่งสู่พ่อค้าคนกลาง (middleman) ผู้จัดจำหน่าย (distributor) หรือผู้ขาย (dealer) ถือว่าเป็นการใช้กลยุทธ์แบบผลัก (push strategy) 3) การส่งเสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (sales-force promotion) เป็นการส่ง เสริมการขายที่มุ่งสู่พนักงานขาย (salesman) หรือหน่วยงานขาย (sales-force) เพื่อให้ใช้ความพยายามในการขายมากขึ้น ถือว่าเป็นการใช้กลยุทธ์ผลัก (push strategy) ด้วยเช่นกัน

การจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษ จังหวัดน่าน มุ่งศึกษาแนวทางการจัดการความรู้การถ่ายทอดการทอผ้าคำเคิบเมืองน่านด้วยภาษาอังกฤษเพื่อสร้างมูลค่าทางการตลาดด้วยทฤษฎีการจัดการความรู้ (KM Process) และศึกษากลวิธีที่ทำให้ประสบผลสำเร็จในการสื่อสารเพื่อการขายสินค้าผ้าทอคำเคิบ ตลอดจนเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านทักษะการสื่อภาษาอังกฤษในการขายผ้าทอคำเคิบ ในการสื่อสารให้ประสบความสำเร็จ ทาโรน (Tarone, 1977) ได้ให้คำจำกัดความว่า การสนทนาเป็นหน้าที่ของผู้พูดที่จะต้องทำให้ผู้ฟังเข้าใจถึงข้อความที่ส่งไป เมื่อคู่สนทนาแสดงออกถึงความไม่เข้าใจ ผู้พูดต้องนำกลวิธีต่างๆ ออกมาเพื่อทำให้คู่สนทนาเข้าใจข้อความที่ส่งไป นอกจากนี้ บราวน์ (Brown, 1994) มองว่า การที่การสนทนาไม่ประสบความสำเร็จนั้น เกิดจากความรู้ทางภาษาไม่เพียงพอ ทำให้ได้ข้อมูลไม่ครบถ้วน จากมุมมองของนักวิจัยทั้งสอง กลวิธีที่จะทำให้ประสบความเร็จในการสื่อสาร (English Communication Strategies) คือการแบ่งกลวิธีการสื่อสารออกเป็น 2 ประเภทคือ กลวิธีการเลี่ยง (Avoidance strategies) และกลวิธีการทำให้สัมฤทธิ์ผล (Achievement strategies) เพื่อที่จะให้การสื่อสารประสบความสำเร็จ

กลวิธีการเลี่ยง (Avoidance strategies) หมายถึง กลวิธีที่ผู้พูดใช้เพื่อหลีกเลี่ยงปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะสื่อสารในภาษาเป้าหมาย เช่น การละทิ้งข้อมูล การเลี่ยงหัวข้อสนทนา หรือการตัดข้อมูลเพื่อเปลี่ยนไปพูดเรื่องที่ตนสามารถพูดได้ โดยคอร์เดอร์ (Corder, 1983) ได้แบ่งกลวิธีประเภทนี้ออกเป็น 4 กลวิธีย่อย ได้แก่ การเลี่ยงหัวข้อสนทนา การละทิ้งข้อความ การเลี่ยงความหมาย และการตัดทอนข้อความ

กลวิธีการทำให้สัมฤทธิ์ผล (Achievement strategies) หมายถึง กลวิธีที่ผู้พูดใช้วิธีการต่างๆ เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในขณะสื่อสารในภาษา เป้าหมายเพื่อให้การสื่อสารยังคงดำเนินต่อไปได้

อย่างไรก็ตาม การจัดการความรู้ที่มุ่งนำกลวิธีการสื่อสารมาใช้เพื่อพัฒนาทักษะการสื่อสารยังมีน้อย ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยต่างๆ เช่น ผู้สอนให้ความสำคัญกับกลวิธีการสื่อสารน้อยและการขาดแนวคิดและวิธีการในการประยุกต์กลวิธีการสื่อสารกับเนื้อหาที่สอน ดังนั้น กลยุทธ์ที่จะนำไปสู่ความสำเร็จทางภาษาอังกฤษ (English Achievement Strategies) คือ การที่ผู้เรียนเลือกใช้กลยุทธ์ในการเข้าถึงข้อมูลหรือความรู้ทางภาษา โดยกลยุทธ์นี้ช่วยให้ผู้เรียนภาษาเลือกใช้แผนการที่หลากหลายเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการสื่อสารไม่ว่าจะมีทรัพยากรหรือข้อมูลใดๆ ก็ตาม

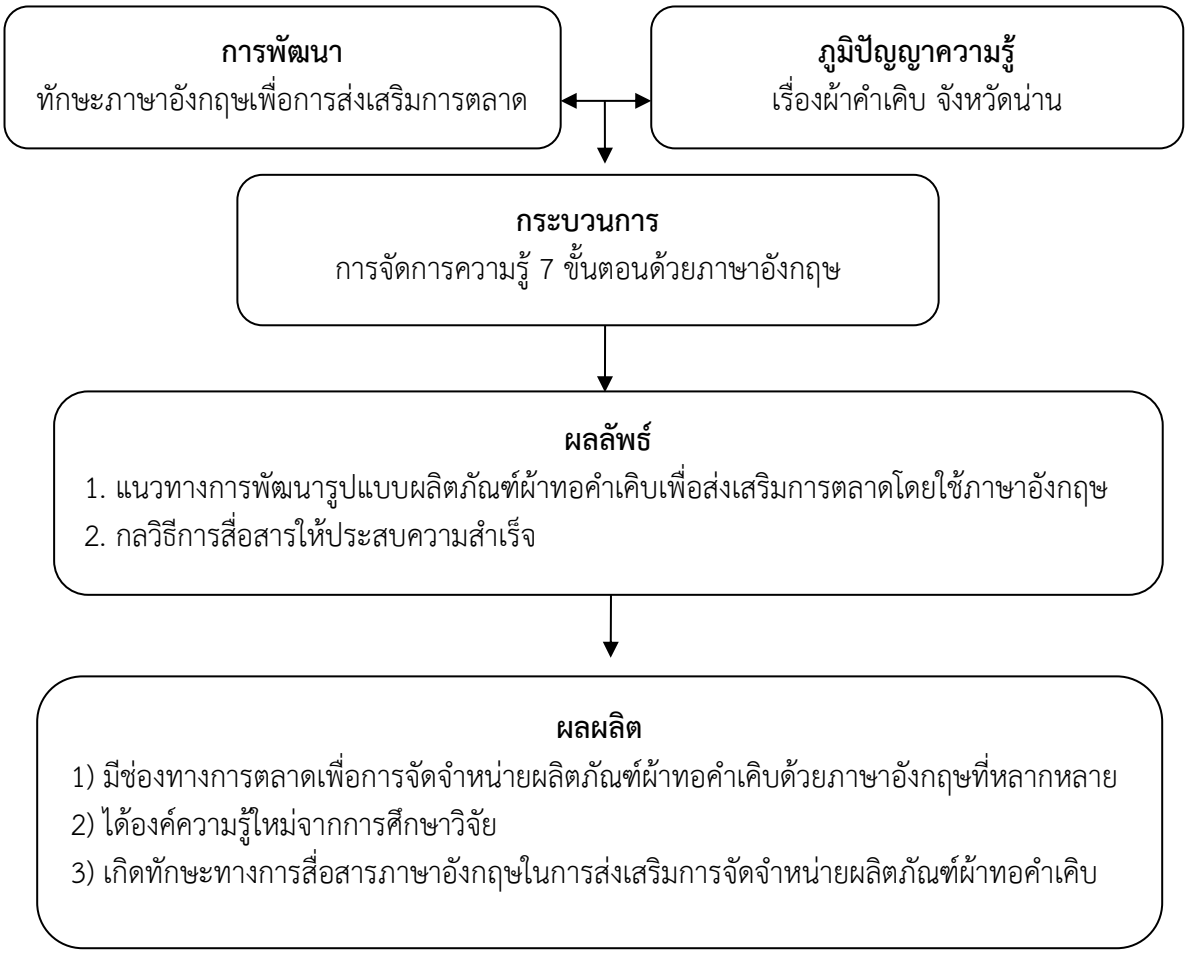
การศึกษาครั้งนี้จึงศึกษากระบวนการการจัดการความรู้ที่ผู้ทอใช้ในการถ่ายทอดลาย “คำเคิบ”และ “พญาคำเคิบ” ภายในแต่ละกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แลกเปลี่ยนความรู้และการเรียนรู้พร้อมกับทดลองการตลาดโดยการใช้ข้อมูล รายละเอียดที่ได้จากการศึกษาโดยผ่านภาษาอังกฤษเพื่อให้เกิดแรงจูงใจตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อันงดงามและการบริการเพิ่มช่องทางกระบวนการติดต่อสื่อสารข้อมูลระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อให้มากขึ้นโดยผ่านกระบวนการส่งเสริมการตลาด การโฆษณา (Advertising) การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) และการให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) ทั้งรูปแบบออนไลน์ สื่อประชาสัมพันธ์และแบบหนังสือภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เป็นการส่งเสริมการตลาดให้มีความน่าสนใจแก่ผู้ประกอบการทั้งนี้ผู้วิจัยยังได้นำวิชาการจัดการในรูปแบบ “การจัดการความรู้” ซึ่งเป็นหลักวิชาที่เน้นกระบวนการในการบริหารจัดการความรู้อย่างเป็นระบบมาใช้การศึกษาโดยการนำความรู้ เรื่องผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษ มาบริหารจัดการตามกรอบแนวคิดว่าด้วยกระบวนการจัดการความรู้ (Knowledge Management Process) ทั้งหมด 7 ขั้นตอนคือ การบ่งชี้ความรู้ การสร้างและแสวงหาความรู้ การจัดความรู้ให้เป็นระบบ การประมวลและกลั่นกรองความรู้ การเข้าถึงความรู้ การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้ และการเรียนรู้ เพื่อเผยแพร่ความรู้เรื่องผ้าตีนจกเมืองน่านผ่านเอกสาร เผยแพร่ความรู้เรื่องผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษเมืองน่าน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดการความรู้การถ่ายทอดการทอผ้าคำเคิบเมืองน่านด้วยภาษาอังกฤษเพื่อสร้างมูลค่าทางการตลาด
2. เพื่อศึกษากลวิธีการทำให้สำเร็จในการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าผ้าทอของเรื่องราวทางวัฒนธรรมของผ้าทอคำเคิบ
3. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในการขายผ้าทอคำเคิบโดยใช้กลวิธีทำให้สำเร็จ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำหลักการจัดการความรู้ 7 ขั้นตอน (Knowledge Management) และ การพัฒนาทักษะทางภาษาอังกฤษเพื่อส่งเสริมการตลาด มาใช้ในการจัดการ ความรู้ และบูรณาการเข้ากับความรู้ทางด้านจิตวิทยาสังคม และพฤติกรรมองค์กร มาประยุกต์เพื่อกำหนดกรอบความคิดในการวิจัย โดยใช้รูปแบบปฏิสัมพันธ์นิยม (Interactionism Model) เพื่อค้นหาสาเหตุและแนวทางการพัฒนารูปแบบการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย
การจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษจังหวัดน่านมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงผสานวิธี (Mixed Method) โดยผู้วิจัยได้ใช้รูปแบบการทำงานวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research-PAR) มุ่งเน้นการพัฒนาและสร้างกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อ

ยกระดับ คุณภาพของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอคำเคิบ เพื่อการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบในการส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษจังหวัดน่าน โดยกำหนดแผนการเรียนรู้ การจัดกิจกรรมพัฒนาคุณภาพของสมาชิกวิสาหกิจกลุ่มผ้าทอ ในการพัฒนาทักษะด้านการสื่อสารภาษาอังกฤษจากการลงศึกษาภาคสนาม (Field Trip) และ การประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ของผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัย ร่วมกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าทอคำเคิบ โดยใช้กระบวนการจากรูปแบบการวางแผนแบบมีส่วนร่วม (Appreciation Influence Control - AIC)

1) การศึกษาในเชิงเอกสาร (Documentary Study) คณะผู้วิจัยได้ทำการศึกษาและรวบรวมข้อมูล จากหนังสือ วารสาร วิทยานิพนธ์ พงศาวดาร คัมภีร์โบราณ ตำนาน จารึกเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ล้านนา ประวัติศาสตร์เมืองน่าน ภาพถ่าย จิตรกรรมฝาผนังวัดหนองบัว อำเภอท่าวังผา จังหวัดน่าน เอกสารแสดงความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบ ความสัมพันธ์ ตลอดจนกระบวนการทอผ้าและข้อมูลอื่นๆที่เกี่ยวข้องดังนี้

1.1) ศึกษา ค้นคว้า และรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องทั้งหนังสือ รายงานการวิจัย และเอกสารอื่นๆ โดยอาศัยแนวคิด ทฤษฎี กระบวนการการจัดการความรู้ (Knowledge Management) การใช้ภาษาอังกฤษเพื่อธุรกิจการตลาด กลักการส่งเสริมการตลาด และ การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม จากการลงศึกษาและบันทึกบริบทจริงภาคสนาม (Field note) และ การประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ของผู้วิจัยและผู้ช่วยนักวิจัย โดยใช้กระบวนการในการจัดการความรู้ 7 ขั้นตอนลงพื้นที่ภาคสนาม ดังต่อไปนี้

1. การบ่งชี้ความรู้
2. การสร้างและแสวงหาความรู้
3. การจัดความรู้ให้เป็นระบบ
4. การประมวลและกลั่นกรองความรู้
5. การเข้าถึงความรู้
6. การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้
7. การเรียนรู้

1.2) ทำการศึกษาวิเคราะห์กระบวนการ การจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษ ทั้งในระดับนโยบาย ระดับประชาชน ระดับองค์กรและสถาบันการศึกษาทางด้านการส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษ

1.3) ศึกษาวิเคราะห์รูปแบบ กระบวนการและแนวทางการพัฒนาตัวชี้การจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบ เชิงความสัมพันธ์ทางการตลาดและภาษาอังกฤษในมิติต่างๆ

1.4) สรุปผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบการประยุกต์ใช้ตัวชี้วัด เพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษ

2) การศึกษาเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในภาคสนาม (Field Study) เพื่อทราบถึงแนวคิด หลักการ ความเป็นมา รูปแบบ ความสัมพันธ์ กระบวนการสร้าง การใช้ตัวชี้วัดการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษทั้งในระดับนโยบาย ประชาชน ชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอคำเคิบ องค์กร/สถาบันการศึกษา ในพื้นที่ที่เป็นกรณีศึกษา โดยมีขั้นตอนการศึกษาค้นคว้า ดังนี้

2.1) ทำการศึกษาและคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจผ้าทอคำเคิบในจังหวัดน่าน จำนวน 4 กลุ่ม และคัดเลือกสมาชิกเป็นกลุ่มละ 5 ราย โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ตามบทบาทและหน้าที่ ที่สัมพันธ์กับกระบวนการผลิตผ้าทอคำเคิบ และแนวทางการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษ

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

การวิจัยเป็นการศึกษาวิจัยในเชิงลึกมุ่งเน้นการสัมภาษณ์และประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ร่วมกับนักวิจัยและกลุ่มเป้าหมายสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจผ้าทอคำเคิบ 4 กลุ่ม ประกอบด้วย

1) วิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าบ้านซาวหลวง	จำนวน	8	ราย
2) วิสาหกิจชุมชนบ้านนาปงพัฒนา	จำนวน	7	ราย
3) วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านดอนไชย	จำนวน	8	ราย
4) วิสาหกิจชุมชนทอผ้าลายตีนจกน้ำปั้ว	จำนวน	7	ราย
	รวมทั้งสิ้น	**30**	**ราย**

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

การดำเนินการตามโครงการวิจัยดังกล่าว เน้นการศึกษาวิเคราะห์และการมีส่วนร่วมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย รายงานการประชุมที่เกี่ยวข้อง การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ส่วนการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลนั้นเน้นวิธีการแสวงหาความรู้ จากการตั้งประเด็นหลักในการศึกษาความสัมพันธ์และการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษ โดยดำเนินการและใช้เครื่องมือที่สำคัญ ได้แก่

1) การสัมภาษณ์ คณะผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In–depth Interviews) สำหรับสมาชิกกลุ่มผ้าทอเป้าหมาย และผู้เกี่ยวข้องกับการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษ โดยพัฒนาเป็นแบบสัมภาษณ์ที่พัฒนาจากเอกสาร รายงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อค้นหาแนวคิดหลักการ ความเป็นมา กระบวนการสร้าง การใช้ตัวชี้วัดด้านการจัดการความรู้ของชุมชน และแนวทางการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษ

2) การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) ร่วมกับทีมงานวิจัย และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจผ้าทอคำเคิบเป้าหมายทั้ง ๔ กลุ่ม (โดยทีมงานวิจัยได้แบ่งงานรับผิดชอบแต่ละกลุ่ม) เพื่อทราบถึงทิศทางและการพัฒนาแนวคิด กระบวนการสร้าง การใช้ตัวชี้วัด ด้านการจัดการความรู้ของชุมชน และแนวทางการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษ

3) ศึกษาและติดตามผลการปฏิบัติหน้าที่ในการสร้าง การใช้ตัวชี้วัดด้านการจัดการความรู้ของชุมชน และแนวทางการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษร่วมกัน

4) การสังเกตซึ่งเป็นการสังเกตพฤติกรรมและการแสดงออกของสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจผ้าทอคำเคิบที่จะทำควบคู่กับการสัมภาษณ์ และเข้าร่วมกิจกรรมกับกลุ่มฯ เพื่อให้สามารถมองเห็นถึงกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับตัวชี้วัดด้านการจัดการความรู้ของชุมชน และแนวทางการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษ

ดังนั้น จึงมีเครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วย

1) แบบสอบถามประกอบการสัมภาษณ์ (Interview Guideline) และแนวคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม

2) แบบสอบถามความพึงพอใจ

3) แบบประเมินการวิเคราะห์เปรียบเทียบด้านการจัดการความรู้ของชุมชน และแนวทางการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษ

เกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถามความพึงพอใจ

เกณฑ์การให้คะแนนในแบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นข้อคำถามชนิดประเมินค่า (Rating scale) ประเมินค่า 5 ระดับ เกณฑ์การตอบมี 5 ระดับ ดังนี้ 5 หมายถึงพึงพอใจมากที่สุด 4 หมายถึงพึงพอใจมาก 3 หมายถึงพึงพอใจปานกลาง2 หมายถึงพึงพอใจน้อย 1 หมายถึงพึงพอใจน้อยที่สุดเกณฑ์การให้คะแนนวัดระดับความพึงพอใจ(แปลผล)จากการคำนวณอัตรภาคชั้น โดยใช้สูตร

$$\frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนระดับ}}$$

$$= \frac{5 - 1}{5}$$

$$= 0.80$$

ได้เกณฑ์ 5 ระดับ ดังนี้	พึงพอใจมากที่สุด	ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00
	พึงพอใจมาก	ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20
	พึงพอใจปานกลาง	ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40
	พึงพอใจน้อย	ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60
	พึงพอใจน้อยที่สุด	ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้รายงานผลการดำเนินการวิจัยในรูปแบบพรรณนาโวหารลักษณะความเรียงในประเด็นการศึกษารวบรวมความรู้ภูมิปัญญา ส่วนในด้านกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้เกี่ยวกับตัวชี้วัดด้านการจัดการความรู้ของชุมชน และแนวทางการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษซึ่งผู้วิจัยใช้กระบวนการ การจัดการความรู้ร่วมกับชุมชน 7 ขั้นตอน เพื่อรายงานผลการวิจัย ดังนี้

1.) ผลการศึกษาวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดการความรู้การถ่ายทอดการทอผ้าคำเคิบเมืองน่านด้วยภาษาอังกฤษเพื่อสร้างมูลค่าทางการตลาด

จากผลการศึกษาวิจัยภาคสนามของผู้วิจัยที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอคำเคิบ จังหวัดน่าน ทั้ง 4 กลุ่ม โดยนำกระบวนการจัดการความรู้ 7 ขั้นตอนมาใช้ในการศึกษาวิจัย ในภาพรวม พบว่า

1.1 การบ่งชี้ความรู้

พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอคำเคิบจังหวัดน่าน ทั้ง 4 กลุ่ม มีวิสัยทัศน์ พันธกิจ เป้าหมายชัดเจน ได้แก่ การรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอคำเคิบของแต่ละกลุ่มเพื่อเป็นสถานที่ทำงาน เก็บรวบรวมและแสดงผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบต่าง ๆ ที่กระจัดกระจายอยู่ให้เป็นหมวดหมู่ สวยงาม เพื่ออนุรักษ์สิ่งของล้ำค่าของวัดไว้อย่างปลอดภัยโดยมีภาษาอังกฤษกำกับด้วยบ้างบางรายการ แต่ยังไม่ครอบคลุม

1.2 การสร้างและแสวงหาความรู้

พบว่า ระยะ 2 ปีที่ผ่านมาทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทำคำเคิบจังหวัดน่าน ได้มีการสร้างความรู้ใหม่ แสวงหาความรู้จากภายนอกมาเสริมไว้ในกลุ่ม ได้แก่ การสร้างพื้นที่จัดแสดงผ้าทอคำเคิบดั้งเดิม บอร์ดและแผ่นพับประชาสัมพันธ์การแสดงประวัติความเป็นมาของผ้าทอคำเคิบ และสถานที่ต้อนรับและให้ข้อมูลด้านผ้าทอคำเคิบ จังหวัดน่าน บริการนักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไป ส่วนใหญ่เป็นข้อมูลภาคภาษาไทย แต่ยังรักษาของเดิมไว้ครบถ้วน

1.3 การจัดความรู้ให้เป็นระบบ

พบว่า มีการวางโครงสร้างวางระบบการบริการแก่ประชาชน,นักท่องเที่ยวและผู้สนใจทั่วไป เป็นกลุ่ม ๆ เช่นกลุ่มการทอผ้าคำเคิบ กลุ่มออกแบบลวดลายและกลุ่มจัดแสดงสิ้นค้าเพื่อจำหน่ายเป็นต้น

1.4 การประมวลและกลั่นกรองความรู้

พบว่า ยังไม่พบการปรับปรุงเอกสาร และยังไม่มีข้อมูลด้านภาษาอังกฤษ ตลอดจนช่องทางการนำเสนอสินค้าผ้าทอของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทำคำเคิบจังหวัดน่านในรูปแบบสื่อออนไลน์เพื่อการเข้าถึงของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายและคลอบคลุมทุกภูมิภาคทั่วโลกซึ่งเนื้อหาสาระของผ้าทอคำเคิบจังหวัดน่านจะได้กลั่นกรองออกมาเป็นรูปธรรม ในขั้นตอนอื่น ๆต่อไป

1.5 การเข้าถึงความรู้

พบว่า มีการนำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) มาใช้ในการเข้าถึงความรู้บ้างแล้ว ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ค เว็บไซต์ หรือ Applicationต่างๆ ตลอดจนมีการนำคิวอาร์โค้ด (QR Code) มาใช้ในการบริหารจัดการสินค้าบ้างแล้ว แต่ยังไม่ครอบคลุม

1.6 การแบ่งปันแลกเปลี่ยนความรู้

พบว่า มีการแบ่งปันแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในหลาย ๆ วิธีการ เช่น มีการจัดทำป้ายประวัติกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอคำเคิบจังหวัดน่าน, แผ่นพับประวัติความเป็นมา, ขั้นตอน, กระบวนการ, ลวดลายผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์ ตลอดจนแผ่นพับประชาสัมพันธ์ หรือบุคลากรบรรยายประจำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้าทอคำเคิบจังหวัดน่าน เป็นต้น

1.7 การเรียนรู้

พบว่า วิสาหกิจชุมชนผ้าทอคำเคิบบ้านซาวหลวง จังหวัดน่านเป็นแหล่งเรียนรู้ประวัติความเป็นมาของผ้าทอคำเคิบ จังหวัดน่านที่มีการรวบรวมขั้นตอน, กระบวนการ, ลวดลายผ้าทอที่เป็นเอกลักษณ์ด้วยภาษาอังกฤษเพื่อสร้างมูลค่าทางการตลาดได้เป็นอย่างดี แต่ยังไม่คลอบคลุม ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจนี้ มีรูปแบบการจัดการภายในกลุ่มที่เป็นระบบมากที่สุด สามารถต่อยอดในการสร้างมูลค่าทางการตลาดและสามารถเป็นสถานที่เรียนรู้ของผู้สนใจทั้งหลายได้พร้อมมากที่สุด

ดังนั้น จึงมาสามารถสรุปได้ว่า กลุ่มวิสาหกิจผ้าทอคำเคิบบ้านซาวหลวงเป็นกลุ่มที่มีการจัดการความรู้ด้านภาษาอังกฤษที่เป็นระบบมากที่สุด รองลงมาคือกลุ่มวิสาหกิจวิสาหกิจชุมชนบ้านนาปงพัฒนา วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านดอนไชย และวิสาหกิจชุมชนทอผ้าลายตีนจกน้ำปั้ว ตามลำดับ

2) ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

เพื่อศึกษากลวิธีการทำให้สำเร็จในการสื่อสารภาษาอังกฤษเพื่อการขายสินค้าผ้าทอของเรื่องราวทางวัฒนธรรมของผ้าทอคำเคิบ

กลวิธีในการส่งเสริมทักษะภาษาอังกฤษให้สำเร็จ ควรจะเสริมสร้างในด้านทักษะการฟัง พูด ภาษาอังกฤษให้แก่ผู้ที่ฟัง พูด สามารถสื่อสารตามหลักภาษาศาสตร์ วิธีสอนตามแนวโครงสร้าง ดังนี้

กลวิธีที่ (๑) ผู้สอนต้องเป็นแบบอย่างที่ดีในการใช้ภาษาที่เรียนให้แก่ผู้เรียน

กลวิธีที่ (๒) ผู้สอนจะจัดนำคำศัพท์และประโยคมาสร้างเป็นรูปประโยคให้นักเรียนพูดตาม

กลวิธีที่ (๓) ผู้สอนมุ่งเรื่องการฝึกรูปประโยคทางภาษาในห้องเรียน

กลวิธีที่ (๔) ผู้เรียนจะต้องฝึกภาษาที่เรียนอย่างสม่ำเสมอ

กลวิธีที่ (๕) ผู้เรียนสามารถปฏิบัติตามครูจากสิ่งที่ง่ายไปหาสิ่งที่ยาก

และอีกกระบวนการหนึ่ง คือ การสอนแบบอภิปราย (Discussion Method) ซึ่งเป็นวิธีการสอนที่มุ่งให้ผู้เรียน รู้จักการทำงานเป็นกลุ่ม รวมพลังความคิดเพื่อพิจารณาหาทางแก้ไขปัญหา หาข้อเท็จจริง คือ

๑. ฝึกให้นักเรียนกล้าแสดงออก กล้าแสดงความคิดเห็นกล้าพูด อย่างมีเหตุผล

๒. ครูสร้างสถานการณ์ให้นักเรียนได้แก้ปัญหาร่วมกัน ซึ่งเป็นวิธีการสอนที่มุ่งให้ผู้เรียน รู้จักการทำงานเป็นกลุ่ม รวมพลังความคิดเพื่อพิจารณาหาทางแก้ไขปัญหา หาข้อเท็จจริง

การถามความคิดเห็นของผู้เรียนที่มีต่อวิชาภาษาอังกฤษและหาแนวทางร่วมกันว่าผู้เรียนคิดอย่างไรกับภาษาอังกฤษ หรืออยากจะเรียนอะไร และสามารถแนะนำกันได้ เพื่อหาวิธีแนวทางที่จะให้ผู้เรียนมีความรู้ความสามารถในด้านภาษาอังกฤษ

2) ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในการขายผ้าทอคำเคิบโดยใช้กลวิธีทำให้สำเร็จ

	คะแนนก่อนเรียน คะแนนเต็ม 20		**คะแนนหลังเรียน คะแนนเต็ม 20**	
	คะแนน	**ร้อยละ**	**คะแนน**	**ร้อยละ**
$\overline{x}$	9.97	49.83	14.9	74.5
S.D.	2.76		2.26	

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ พบว่า ความสามารถของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญในด้านทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษที่เกี่ยวข้องกับการขายผ้าทอคำเคิบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน โดยคะแนนความสามารถด้านการฟัง พูด อ่าน และเขียน ภาษาอังกฤษของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 30 คนมีคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียนเท่ากับ 9.97 คิดเป็นร้อยละ 49.83 (S.D. = 2.76) และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 15.94 คิดเป็นร้อยละ 74.5 (S.D. = 2.26)

อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ทำให้เกิดรูปแบบการจัดการความรู้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผ้าทอคำเคิบ โดยกระบวนการจัดการความรู้ทั้ง 7 ขั้นตอนจะช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผ้าทอคำเคิบได้มีรูปแบบการจัดการที่ดี ส่งผลดีต่อทั้งด้านการตลาดและด้านความรู้ ผลการวิจัยพบว่า ผ้าคำเคิบมีประวัติมาอย่างยาวนาน โดยนอกจากจะเป็นเครื่องนุ่มห่มแล้ว ผ้าคำเคิบยังถ่ายทอดความเชื่อของคนโบราณผ่านลวดลายต่างๆ บนผืนผ้าสะท้อนถึงสภาพของการ ดำรงชีวิตที่เรียบง่ายของชาวเมืองน่านภายใต้วัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตน ทั้งนี้เกิดจากการที่สมัยก่อนมีผู้คนอพยพเข้ามาอยู่อาศัยในพื้นที่ มีการทอผ้าใช้กันในครัวเรือน ผู้หญิงไทลื้อทุกคนต้องทอผ้าได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิบูลย์ (2531) ที่ว่า คุณสมบัติกุลสตรี เหมาะสมที่จะแต่งงานเป็นแม่บ้านได้ต้องสามารถทอผ้าลายน้ำไหลไทลื้อได้ ต่อมามีการเปลี่ยนบทบาทและคุณค่าต่อสังคมจากคุณค่าทางวัฒนธรรมมาเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ทั้งอาชีพเสริมและอาชีพหลัก สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพพร พวงสมบัติ (2547) ที่ว่า จากเดิมการทอผ้าเป็นการบ่งบอกถึงความพร้อมของสตรีที่จะออกไปมีครอบครัว แต่ปัจจุบันได้มีการเปลี่ยนไปเป็นการทอผลิตเพื่อการขายหารายได้เข้าครอบครัว ต่อมามีการตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ผลิตผ้าทอคำเคิบ การนำเอากระบวนการจัดการความรู้ 7 ขั้นตอนเข้าไป จะทำให้เกิดการจัดการที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ซึ่งงานวิจัยของศิรประภา โคบายาชิ และคณะ (2555) ได้แสดงให้เห็นว่า เมื่อนำกระบวนการจัดการความรู้ทั้ง 7 ขั้นตอนมาใช้ก่อให้เกิดประโยชน์อย่างมาก นอกจากนี้ การที่สามารถเข้าถึงแหล่งข้อมูลหรือแหล่งประชาสัมพันธ์ของสินค้าได้ง่าย จะช่วยให้สามารถสร้างตลาดหรือการรวมกลุ่ม ส่งผลให้สามารถส่งเสริมการขายและกระตุ้นตลาด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศิรินทิพย์ ผูกพันธ์ (2548) ที่ว่า ภาครัฐควรส่งเสริมในงานหัตถกรรมเพื่อสร้างตลาดและสร้างคุณภาพให้แก่ชุมชน และยิ่งไปกว่านั้น การมีความรู้ทางด้านภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะจะเป็นการตอบสนองต่ออาชีพและตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน สอดคล้องกับ Mackay และ Mountford (1978) ซึ่งได้สรุปแนวคิดว่า ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ เป็นการสอนภาษาที่สนองตอบความต้องการด้านอาชีพ (Occupational Requirements) มีจุดมุ่งหมายในการนาภาษาไปใช้ในการฝึกอบรมด้านอาชีพ (Vocational Training Programmers) และจุดมุ่งหมายเหล่านี้จะเกี่ยวข้องกับความต้องการในการศึกษาเพื่อความเชี่ยวชาญทางด้านอาชีพ ไม่ได้เน้นภาษาที่เรียน นอกจากนี้ผลของการส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษในการเจาะกลุ่มตลาดต่างประเทศทำให้สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค โดยปริมาณการขายของสินค้าเพิ่มขึ้นจาก 9 ชิ้น เป็น 16 ชิ้น คิดเป็นร้อยละ 77.8% คิดเป็นมูลค่ายอดขายที่เพิ่มขึ้นเท่ากับ 6,810 บาท ส่งผลถึงกำไรที่ได้จากเดิม 4,540 บาท หรือ 49.6% เพิ่มขึ้นเป็น 7,700 บาท หรือ 60.2% กำไรเพิ่มขึ้นจากเดิม 3,160 บาท หรือ 10.5% ทั้งนี้ภาษาอังกฤษซึ่งเป็นสิ่งที่ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางการสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้าชาวต่างชาติ ซึ่งการเจาะตลาดกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติโดยใช้ภาษาอังกฤษ ทำให้ลูกค้าเหล่านี้ได้รับรู้ถึงประวัติความเป็นมาของผ้าคำเคิบ กระบวณการทำลวดลายต่างๆ รวมไปถึงส่วนประกอบในการทำลวดลายให้มีเอกลักษ์อันสวยงาม นอกจากนี้ยังมีความหมายของลวดลายต่างๆ ซึ่งลวยลายของผ้าแต่ละชนิดล้วนมีที่มาและมีความหมาย สามารถเพิ่มมูลค่าให้แก่ผ้าคำเคิบแต่ละชนิด ดังนั้นการแปลข้อมูลเหล่านี้เป็นภาษาอังกฤษ ส่งผลให้กลุ่มชาวต่างชาติสามารถรับรู้ถึงคุณค่าของผ้าคำเคิบและตัดสินใจที่จะซื้อได้ง่ายขึ้น

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาการจัดการความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าทอคำเคิบเพื่อส่งเสริมการตลาดโดยใช้ภาษาอังกฤษจังหวัดน่าน ได้ข้อค้นพบที่ใช้เป็นข้อเสนอแนะดังนี้

1) ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งระดับชุมชน จนถึงระดับผู้มีอำนาจเชิงนโยบาย สามารถนำข้อค้นพบไปใช้ประโยชน์ ทั้งในแง่การกำหนดนโยบาย และการนำเข้าสู่การปฏิบัติเพื่อส่งเสริมอาชีพในชุมชน

2. การมีส่วนร่วมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรกระทำอย่างต่อเนื่อง แลกเปลี่ยนเรียนรู้จัดเวทีสาธารณะ สะท้อนผลการดำเนินงานและมีการประเมินผลอย่างเป็นระบบ

2) ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการรวบรวมผ้าทอให้มีความหลากหลาย โดยแบ่งเป็นภูมิภาค

2. ผลการศึกษาสามารถนำมาใช้เป็นแหล่งข้อมูลออนไลน์สำหรับผ้าคำเคิบและผ้าทอชนิดอื่นๆ

บรรณานุกรม

ดรรชนี เอมพันธุ์, **การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการจัดกิจกรรมโฮมสเตย์,** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 2550.

ณัฏฐพัชร มณีโรจน์, การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน, **วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทย นานาชาติ,** 13(2), 25-46, 2560.

ณรงค์ สมพงษ์, ศศิฉาย ธนะมัย และสุรชัย ประเสริฐสรวย, “การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วมของชุมชนที่มีต่อการพัฒนาการศึกษา และอาชีพการเกษตรในท้องถิ่น.” **ศึกษาศาสตร์ปริทัศน์** 27, 1 (มกราคม-เมษายน 2555): 97-109.

ทรงศักดิ์ ปรางค์วัฒนากุล และแพทรีเซีย ซีแมน, **ผ้าล้านนา ยวน ลื้อ ลาว**, (2530), หน้า 13.

นพพร พวงสมบัติ, “กระบวนการเรียนรู้ของผู้ผลิตผ้าทอซิ่นตีนจก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่เพื่อรักษาและสืบทอดเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ท่ามกลางบริบทสังคมบริโภคนิยม”, วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต.

ประเวศ วะสี, **การจัดการความรู้: กระบวนการปลดปล่อยมนุษย์ สู่ศักยภาพ เสรีภาพ และความสุข**, (กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการจัดการเรียนรู้เพื่อสังคม, 2548).

วิจารณ์ พานิช, **การจัดการความรู้กับการบริหารราชการแนวใหม่**, (เอกสารประกอบการบรรยายเรื่องการจัดการความรู้กับการบริหารราชการแนวใหม่ สถาบันส่งเสริมการจัดการความรู้เพื่อสังคม, 2548), หน้า 5-6.

วิบูลย์ ลี้สุวรรณ และคณะ, **โครงการศิลปะอุตสาหกรรมไทย ชุดที่ 2 ผ้าไทยพัฒนาการทางอุตสาหกรรมและสังคม**, (กรุงเทพมหานคร: บรรษัทเงินทุนอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย, 2530).

ศิรประภา โคบายาชิ และคณะ, การจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านการจักสานผลิตภัณฑ์จากผักตบชวาของกลุ่มแม่บ้านหมู่บ้านต๋อมดง ตำบลบ้านต๋อม อำเภอเมือง จังหวัดพะเยา, **วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่** 4, 4 (มีนาคม-เมษายน 2555), หน้า 21-35.

Brown, H. (1994). **Principles of language learning and teaching**. New York: Pearson Education.

Corder, S. P. (1981**). Error analysis and interlanguage. Oxford University Press.**
Corder, S. P. (1983). Strategies in interlanguage communication. London: Longman.

Tarone, E. (1977). **Conscious communication strategies in interlanguage: A progress report.** TESOL 77, 194-203.