



รายงานวิจัยการยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์
และสร้างเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ตำบลบางเสร์ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี

Enhancement of the fabric printing products in order to increase
product value and create community economy of Bangsare
printing group in Bangsare, Chonburi

ทีมนักวิจัยและนักวิจัยชุมชน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปัทวี สัตยวงศ์ทิพย์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชญรัตน์ เหมนาไลย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ว่าที่ร้อยตรี ดร.ธนภณ นิธิเชาวกุล

นางนิลุบล ประดับพร

นางจุฑารัตน์ ชโลธร

นางโชติกานต์ บุญเพ็ชร

นางवासนา แก้วครวน

นางศุภธิดา ทรัพย์ประเสริฐ

นางสาวกนกกุล เตียยะกุล

นายพิลาภ พูลกระจำง

นางสาวพัชรภรณ์ ศิริพงษ์

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

พ.ศ. 2566



รายงานวิจัยการยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์
และสร้างเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี
Enhancement of the fabric printing products in order to increase
product value and create community economy of Bangsare
printing group in Bangsare, Chonburi

ทีมนักวิจัยและนักวิจัยชุมชน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปัทวี สัตยวงศ์ทิพย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชญรัตน์ เหมนาไลย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ว่าที่ร้อยตรี ดร.ธนภณ นิธิเชาวกุล
นางนิลุบล ประดับพร
นางจุฑารัตน์ ชโลธร
นางโชติกานต์ บุญเพ็ชร
นางวาสนา แก้วครวน
นางศุภธิดา ทรัพย์ประเสริฐ
นางสาวกนกกุล เตียยะกุล
นายพิลาภ พูลกระจำง
นางสาวพัชรภรณ์ ศิริพงษ์

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ

พ.ศ. 2566

กิตติกรรมประกาศ

โครงการการยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ตำบลบางเสร์ อำเภอมือง จังหวัดชลบุรี (Enhancement of the fabric printing products in order to increase product value and create community economy of Bangsare printing group in Bangsare, Chonburi) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ พัฒนาคูณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ และพัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ตำบลบางเสร์ อำเภอมือง จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการสัมภาษณ์เจาะลึก เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาสมาชิกกลุ่มพิมพ์ผ้า จำนวน 23 คน

งานวิจัยชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี เพราะได้รับความกรุณาและความช่วยเหลือจากหลายฝ่ายประกอบด้วย

สำนักงานการวิจัยแห่งชาติที่สนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัยจากสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ ประจำปีงบประมาณ 2566

ขอขอบคุณคณบดีคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และหัวหน้าภาควิชาศาสนาและปรัชญาที่เปิดโอกาสให้ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ไปทำวิจัย

ขอขอบพระคุณทีมกลไกส่วนกลางที่มีการประชุมและอบรมให้ความรู้เพิ่มเติมในด้าน Impact Pathway และการวิเคราะห์ความเหลื่อมล้ำ ทำให้ทีมวิจัยมีความเข้าใจและชัดเจนในงานของตนเองมากขึ้น

ขอขอบพระคุณรองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา แก้วเทพ ผู้ทรงคุณวุฒิของสำนักงานการวิจัยแห่งชาติที่เมตตาคอยให้คำแนะนำในการทำงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น (CBR) อยู่เสมอ

ขอขอบคุณเทศบาลตำบลบางเสร์ คณะผู้บริหาร ครู และนักเรียนที่ให้พื้นที่และมีส่วนร่วมในการทำวิจัยจนลุล่วงไปด้วยดี

ขอขอบคุณทีมนักวิจัย นักวิจัยชุมชนและสมาชิกกลุ่มพิมพ์ผ้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการทำวิจัยที่ร่วมเรียนรู้ไปด้วยกันตั้งแต่ต้นจนจบโครงการวิจัย ตลอดจนผู้คนในชุมชนบางเสร์และนักท่องเที่ยวที่ตอบแบบสอบถามทุกท่าน

คุณค่าและประโยชน์ที่เกิดจากรายงานวิจัยชิ้นนี้ ขอมอบเป็นสิ่งบูชาพระคุณของบิดา มารดา ญาติพี่น้อง และครอบครัว รวมถึงคุณครูบาอาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน ตลอดจนชุมชนชาวบางเสร์ทุกท่านที่มีส่วนโดยตรงและโดยอ้อมกับงานวิจัยชิ้นนี้

ผู้วิจัย

บทสรุปผู้บริหาร

รายงานวิจัยการยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์
และสร้างเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี

Enhancement of the fabric printing products in order to increase
product value and create community economy of Bangsare
printing group in Bangsare, Chonburi

ชื่อผู้วิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปัทวี สัตยวงศ์ทิพย์ มหาวิทยาลัยบูรพา เลขที่ 169 ถนนลงหาดบางแสน
ตำบลแสนสุข อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี 20131 โทรศัพท์มือถือ 0811570221 E-mail :
pattawee@go.buu.ac.th

งบประมาณและระยะเวลาทำงาน

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปี 2566 จำนวน 300,000 บาท
ระยะเวลาทำการวิจัย ตั้งแต่ เมษายน 2566 ถึง เมษายน 2567

สรุปโครงการวิจัย

ถอดบทเรียนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ 3 ประเด็น ได้แก่ การทบทวนประสบการณ์
ของกลุ่มพิมพ์ผ้า ความคาดหวัง/เป้าหมายต่อไปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และแนวทางการทำงานเพื่อ
บรรลุเป้าหมาย การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ผ่านกิจกรรมการมี
ส่วนร่วมของคนในชุมชนและกลุ่มพิมพ์ผ้า ประกอบด้วยกิจกรรมการสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่
เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ทั้งในและนอกชุมชน กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตผลิตภัณฑ์โดยเทคนิค
แบบสกรีน และกิจกรรมการตลาด กิจกรรมพัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ผ่านสื่อ
ออนไลน์ที่จะสามารถเข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกวัย ไม่จำกัดเวลา และสถานที่ โดยกลุ่มนักเรียนที่เป็นคนรุ่นใหม่
ในชุมชน งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้า พัฒนา
คุณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้า พัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่
ตำบลบางเสร่ อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเอกสาร การ
สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการสัมภาษณ์เจาะลึก เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมี
กลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาสมาชิกกลุ่มพิมพ์ผ้า จำนวน 23 คน

ผลการศึกษาพบว่า

จากการถอดบทเรียนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ได้ข้อสรุปการทำงานของกลุ่มฯ
โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1) การทบทวนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้า เป็นการทบทวน
ประสบการณ์การทำงานหลังจากการรวมกลุ่มกัน เป็นการทบทวนสะท้อนความคิดถึงสิ่งที่เกิดขึ้นและผ่าน

มาแล้วของกลุ่มฯ เป็นสิ่งที่ได้จากการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง ซึ่งได้ทบทวนและรวบรวมเป็นประเด็นต่าง ๆ 2) ความคาดหวัง/เป้าหมายต่อไปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทางสมาชิกกลุ่มฯ มีความคาดหวังและเป้าหมายของกลุ่มอย่างชัดเจนร่วมกัน โดยมีความคาดหวังและเป้าหมาย ได้แก่ ทางกลุ่มมีความต้องการได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากภาครัฐ มีการสร้างฐานลูกค้าเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า การได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ความต้องการด้านการส่งเสริมความรู้ และการสร้างเครือข่ายภายนอกให้เข้มแข็ง 3) แนวทางการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของกลุ่มพิมพ์ผ้า จากปัญหาอุปสรรค นำมาสู่ความคาดหวังและเป้าหมายสมาชิกกลุ่มจึงได้มีแนวทางการทำงานร่วมกัน ได้แก่ การอนุรักษ์และสืบทอดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าดำรงอยู่ต่อเนื่องและยั่งยืนในชุมชน การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม ส่งเสริมความพร้อมด้านการให้บริการ พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการหาเครือข่ายภายนอกที่มั่นคง

การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและกลุ่มพิมพ์ผ้า ได้แก่ กิจกรรมการสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ มีการเก็บข้อมูลความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยเลือกเก็บคนในชุมชนบางเสร่ และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนบางเสร่ ระหว่างเดือนสิงหาคม - กันยายน 2566 จำนวน 323 คน ในประเด็น 1) สินค้าชุมชนกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ที่ผู้บริโภคสนใจเลือกซื้อในสถานที่ท่องเที่ยว สินค้าชุมชนกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ 2) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ 3) ชนิดของสินค้า/ประเภทของสินค้าชุมชนที่ซื้อในแต่ละครั้ง 4) จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าชุมชนกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่แต่ละครั้งโดยประมาณ 5) บุคคลหรือสิ่งที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ 6) ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ด้านผลิตภัณฑ์ 7) ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ด้านราคา 8) ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย 9) ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ด้านการส่งเสริมการตลาด กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าโดยเทคนิคแบบสกรีน โดยมีอุปกรณ์ ได้แก่ โต๊ะสกรีน แบบ 3 หัว ยางปาด ที่คนสี หรือตักสี กาวยึดผ้า เทปกาว หมึกสีสกรีน บล็อกสกรีน และผลิตภัณฑ์ที่ใช้สกรีน ประกอบด้วยเสื้อยืดและกระเป๋าสะพาย ขั้นตอนในการสกรีน 1) ลงกาวยึดผ้า 2) สวมเสื้อลงบนแป้นพิมพ์ 3) วางบล็อกลงเสื้อ 4) เทหมึกสีสกรีนลงบนบล็อก 5) ยางปาด และ 6) ยกบล็อกออกตากให้แห้ง กิจกรรมการทดลองตลาด ทดลองตลาดในช่วงเดือนมกราคม - เดือนกุมภาพันธ์ 2567 ได้เก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์การตลาด ได้แก่กลุ่มลูกค้าในชุมชน และกลุ่มลูกค้านอกชุมชน

ในการพัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ เพื่อเป็นสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกวัย ไม่จำกัดเวลา และสถานที่ นำคนรุ่นใหม่ในชุมชนมาพัฒนาทักษะในการสื่อสารให้กับคนนอกชุมชนได้รู้จักผ่านสื่อออนไลน์อันเป็นช่องทางที่ทำให้คนได้รู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ จึงจัดฝึกอบรมถ่ายภาพและถ่ายทำคลิปวิดีโอด้วยโทรศัพท์มือถือ ณ โรงเรียนบ้านบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี โดยมีผู้เข้าร่วมเป็นนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลาย จำนวน 28 คน นักวิจัยชุมชน จำนวน 7 คน โดยมีขั้นตอน ได้แก่ 1) ประชุมวางแผนงาน กำหนดวัตถุประสงค์ กำหนด

กลุ่มเป้าหมาย กำหนดผลลัพธ์ที่ต้องการ กำหนดวันเวลาและสถานที่ และกำหนดวิทยากรและอุปกรณ์ 2) กำหนดเนื้อหาและขอบเขตของกิจกรรม โดยกำหนดกิจกรรม 7 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมสร้างความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชนบางเสร่ กิจกรรมบรรยาย หัวข้อ คอนเทนต์ (Content) สไตล์ “ตัวเอง” กิจกรรมเรียนรู้ การจัดแสงและเงา โซวให้ดู มอบหมายงานและฝึกปฏิบัติ นำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย สรุปผลงานและมอบหมายงาน และติดตามผลงานและสรุปกิจกรรม จากการดำเนินกิจกรรมยังไม่เห็นผล เป็นรูปธรรมเนื่องจากเป็นการเริ่มต้นในการใช้ช่องทางสื่อออนไลน์ ที่ต้องการสื่อสารให้คนนอกชุมชนได้เห็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากอัตลักษณ์ของชุมชนบางเสร่

ข้อเสนอแนะกลุ่มพิมพ์ผ้า

1. ต่อยอดองค์ความรู้ด้านการพิมพ์ผ้า นำไปสู่การผลิตผลิตภัณฑ์สินค้าอัตลักษณ์ของท้องถิ่นให้ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเป็นที่ยอมรับของลูกค้าในการเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มฯ
2. พัฒนารูปแบบการบริหารจัดการกลุ่มให้เป็นระบบตามรูปแบบของกรมพัฒนาชุมชน ได้กำหนดไว้จะช่วยให้กลุ่มพิมพ์ผ้ามุ่งดำเนินงานไปได้อย่างประสบความสำเร็จในอนาคต

ข้อเสนอแนะกลุ่มภาคีเครือข่าย

1. กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่เริ่มเป็นรู้จักจากองค์กรภายนอกมากขึ้น เห็นได้จากเริ่มมีการมาขอศึกษาดูงานของกลุ่มองค์กรภายนอกชุมชน หน่วยงานราชการที่มีหน้าที่ด้านพัฒนาชุมชน พัฒนากลุ่มอาชีพอาจเข้ามาช่วยให้ความสะดวกด้านต่าง ๆ เช่น อาคารสถานที่ การต้อนรับ วัสดุอุปกรณ์ เพิ่มมากขึ้น
2. สถานศึกษาในเขตเทศบาลบางเสร่ควรมีการบูรณาการการเรียนการสอนนอกห้องเรียน ระหว่างสมาชิกกลุ่มพิมพ์ผ้ากับนักเรียน เพื่อให้นักเรียนที่เป็นเยาวชนรุ่นใหม่เห็นถึงองค์ความรู้ด้านการพิมพ์ผ้าอันเป็นอัตลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชนบางเสร่ และมีการสืบทอดต่อไปในอนาคต

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง การยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ เพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ และเพื่อพัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการสัมภาษณ์เจาะลึก เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ผลการศึกษาพบว่า มีการถอดบทเรียนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ โดยทบทวนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้า ความคาดหวังเป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้า และแนวทางการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของกลุ่มพิมพ์ผ้า มีการจดทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ในนามกลุ่ม “ผ้าพิมพ์มือบางเสร่” บทเรียนที่ได้จากการแลกเปลี่ยนดังกล่าวนี้ สะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินงานของกลุ่มอย่างมีเป้าหมาย กล่าวคือการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ และการขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: ยกระดับผลิตภัณฑ์, งานพิมพ์ผ้า, เศรษฐกิจชุมชน, ตำบลบางเสร่, จังหวัดชลบุรี

Abstract

The purposes of the research entitled “Enhancement of the fabric printing products in order to increase product value and create community economy of Bangsare printing group in Bangsare, Chonburi” were 1) to study problems and obstacles of fabric printing products of Bangsare fabric printing groups 2) to develop and upgrade the quality of products of Bangsare fabric printing group and 3) to develop and increase the channels for delivering the products of Bangsare fabric printing group in Chonburi province. It is a participatory research and conducted by mixed methods by integrating related documents, structured interview and in-depth interview.

The results showed that there were lessons learned among Bangsare fabric printing group by sharing their experience expectation goal and strategies. Moreover, people registered their names in order to be OTOP entrepreneur known as Bangsare hand printed fabric group. Lessons learned that were extracted from sharing their experiences indicate that the Bangsare fabric-printing group performed their job with effective and goal and strategies namely, development of the quality of products and increasing the channels for selling the products.

Key words: enhancement of products, fabric printing work, community economy, Bangsaray Chonburi.

สารบัญเรื่อง

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	จ
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ฉ
สารบัญเรื่อง.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฌ
สารบัญภาพ.....	ฎ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย.....	1
ปัญหา/โจทย์การวิจัย.....	4
วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย.....	5
ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย.....	5
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจฐานราก.....	6
แนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม.....	7
แนวคิดเรื่องความเหลื่อมล้ำทางสังคม.....	9
แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์.....	10
แนวคิดวัฒนธรรม.....	11
แนวคิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า.....	13
แนวคิดการพัฒนากลุ่มอาชีพให้มีความเข้มแข็ง.....	14
แนวคิดการตลาดแบบ B2B และ B2C.....	16
แนวคิดเทคนิคการพิมพ์ซิลค์สกรีน.....	18
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	21
กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	23
นิยามศัพท์ปฏิบัติการ.....	24
3 ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย.....	25
ขอบเขตการวิจัย.....	25
วิธีการในการวิจัย.....	25
4 ผลการวิจัย.....	30
ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้า	
บางเสร่.....	30
พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่.....	34
พัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่.....	63
วิเคราะห์ความเหลื่อมล้ำของกลุ่มเป้าหมาย.....	70
ผลของการเสริมพลังกลุ่มภาคี.....	75

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	85
สรุปผลการศึกษา.....	85
อภิปรายผลการศึกษา.....	89
ข้อเสนอแนะ.....	91
บรรณานุกรม.....	93
ภาคผนวก.....	97
ก แบบสอบถามงานวิจัย.....	98
ข ค่าความเชื่อมั่นส่วนประสมทางการตลาด IOC.....	103
ค แบบสำรวจตัวชี้วัดความเหลื่อมล้ำ ก่อนดำเนินโครงการ.....	107
ง แบบสำรวจตัวชี้วัดความเหลื่อมล้ำ หลังดำเนินโครงการ.....	113
จ แบบวัดศักยภาพนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้าน.....	119
ฉ แบบประเมินพลังกลุ่ม/เครือข่ายที่ทำงาน.....	120
ช แบบวัดการมีส่วนร่วมและการเปลี่ยนแปลงของภาคี.....	121
ซ แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย (สำหรับประชาสัมพันธ์)	122
ณ แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย (สำหรับเผยแพร่ในระบบ EXPLORE)	124
ญ แบบฟอร์มประเมินผลการวิจัยในการนำไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม.....	126

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างชนิดของความเหลื่อมล้ำ กลไกความเหลื่อมล้ำและกลไกการสร้างความเป็นธรรม.....	9
3.1 แสดงแผนการบริหารจัดการโครงการ.....	26
4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	34
4.2 สินค้าชุมชนกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ที่ผู้บริโภคสนใจเลือกซื้อในสถานที่ท่องเที่ยว.....	36
4.3 เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์.....	36
4.4 ชนิดของสินค้า/ประเภทของสินค้าชุมชนที่ซื้อในแต่ละครั้ง เช่น อาหาร เสื้อผ้าของที่ระลึกเครื่องดื่ม.....	37
4.5 จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าชุมชนกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์แต่ละครั้งโดยประมาณ.....	37
4.6 บุคคลหรือสิ่งที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์.....	38
4.7 ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ด้านผลิตภัณฑ์.....	38
4.8 ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในแต่ละด้าน.....	40
4.9 ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ด้านราคา.....	40
4.10 ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	41
4.11 ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	41
4.12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ด้านผลิตภัณฑ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว.....	44
4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ด้านราคา.....	46
4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย.....	46
4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ด้านการส่งเสริมการตลาด.....	47
4.16 แสดงการคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเสื้อต่อตัวด้วยวิธีพิมพ์แบบแม่พิมพ์..	60
4.17 แสดงการคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์จากกระเป๋าสะพายต่อใบด้วยวิธีพิมพ์แบบแม่พิมพ์.....	60
4.18 แสดงการคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเสื้อต่อตัวด้วยวิธีการพิมพ์แบบสกรีน.....	61
4.19 แสดงการคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์จากกระเป๋าสะพายต่อใบด้วยวิธีการพิมพ์แบบสกรีน.....	62
4.20 ตารางเปรียบเทียบต้นทุน ราคาขายและกำไรของเสื้อด้วยวิธีการผลิตแต่ละแบบ.....	63

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.21 ตารางเปรียบเทียบต้นทุน ราคาขายและกำไรของกระเป๋าสะพายด้วยวิธีการผลิตแต่ละแบบ.....	63
4.22 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการจำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร.....	70
4.23 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร.....	71
4.24 แสดงผลผลตอบแทนจากการทำงานของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร.....	71
4.25 แสดงผลกำไรจากผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร.....	72
4.26 แสดงผลรายได้สุทธิของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร.....	73
4.27 แสดงผลเงินช่วยเหลือสวัสดิการของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร.....	73
4.28 แสดงผลรายได้จากทรัพย์สินทางการเงินของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร.....	74
4.29 แสดงผลรายได้ไม่เป็นตัวเงินของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร.....	74
4.30 แสดงผลรายได้ต่อปีของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร.....	75
4.31 แสดงผลการวัดศักยภาพนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้าน.....	77
4.32 แสดงความสามารถการทำวิจัยของนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้าน	77
4.33 แสดงความเข้มแข็งของกลุ่ม/เครือข่าย.....	78
4.34 ตารางแสดงการเข้ามามีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายก่อนร่วมโครงการและหลังร่วมโครงการ.....	81
4.35 ตารางแสดงการเปลี่ยนแปลงของภาคีเครือข่ายก่อนร่วมโครงการและหลังร่วมโครงการ.....	82

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย.....	23
4.1 โตะสกรีน.....	49
4.2 ยางปาด.....	49
4.3 คนสีหรือที่ตักสี.....	49
4.4 กาวยัดผ้า.....	50
4.5 เทปกาว.....	50
4.6 หมึกสีสกรีน.....	51
4.7 ภาพต้นฉบับจากการวาดและภาพบล็อกสกรีน.....	51
4.8 ภาพที่เกาะและทำบล็อกสกรีนอัตลักษณ์เพิ่มเติม.....	52
4.9 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้สกรีน.....	52
4.10 ลงกาวยัดผ้า.....	53
4.11 สวมเสื้อลงในแป้นพิมพ์.....	53
4.12 วางบล็อกลงเสื้อ.....	54
4.13 เทหมึกสีสกรีนลงบนบล็อก.....	54
4.14 ยางปาด.....	55
4.15 ผลิตภัณฑ์จากการสกรีนเสื้อ.....	55
4.16 ผลิตภัณฑ์พิมพ์ผ้าจากกระเป๋าสะพาย.....	56
4.17 ล้างบล็อกสกรีน.....	56
4.18 รูปภาพกลุ่มศึกษาดูงาน.....	59
4.19 บรรยายคอนเทนต์ (Content) สไลด์ “ตัวเอง”	65
4.20 บรรยายการจัดแสงและเงา.....	65
4.21 บรรยายการถ่ายคลิบและตัดต่อภาพเคลื่อนไหว.....	66
4.22 นักเรียนแต่ละกลุ่มทดลองถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว.....	66
4.23 นำเสนอผลงานภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว.....	67
4.24 วิทยากร นักเรียน และกลุ่มพิมพ์ผ้าที่เข้าร่วมอบรม.....	67
4.25 ภาพคลิบที่ถ่ายทอดอัตลักษณ์บางเสร์.....	68
4.26 ภาพคลิบที่ถ่ายทอดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวภายในตำบลบางเสร์.....	68
4.27 ประธานกลุ่มฯ มอบใบประกาศนียบัตรให้กับนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ.....	69
4.28 นักวิจัยชุมชนคุณวาสนา วาสนา แก้วครวน.....	76
4.29 นักวิจัยชุมชนนางศุภธิดา ทรัพย์ประเสริฐ.....	76
4.30 นักวิจัยชุมชนนางสาวพัชรภรณ์ ศิริพงษ์.....	76

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.31 ตราภาคีเครือข่ายเทศบาลตำบลบางเสร่.....	79
4.32 ภาคีเครือข่ายโรงเรียนชุมชนบ้านบางเสร่.....	80
4.33 ภาคีเครือข่าย Chalee House.....	80

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาที่ทำการวิจัย

กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ เกิดขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2563 ภายใต้การนำของคุณธราทิพย์ ขวนชื่น หรือที่ชาวบ้านมักจะเรียกว่า “ผู้ใหญ่เอื้อย” เป็นอดีตผู้ใหญ่บ้าน และเป็นผู้ดำเนินธุรกิจงานพิมพ์ผ้าในครัวเรือน ผู้ใหญ่เอื้อยเล็งเห็นถึงความสำคัญของกลุ่มผู้รายได้น้อยและกลุ่มผู้ว่างงานในตำบลบางเสร์ จึงได้นำการพิมพ์ผ้าที่ตนเองมีองค์ความรู้มาช่วยเหลือชาวบ้านในตำบลบางเสร์ให้เกิดอาชีพและมีรายได้ในชุมชน ด้วยงานพิมพ์ผ้าเป็นงานที่ทำได้ง่าย ต้นทุนวัสดุอุปกรณ์ไม่สูงมาก รวมทั้งมีขั้นตอนการทำที่ไม่ซับซ้อน ทำให้ได้ชิ้นงานและผลผลิตออกมาได้เร็วกว่า สามารถพิมพ์ได้ออกมาได้หลายรูปแบบ และสามารถแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลากหลาย เป็นงานที่สามารถพิมพ์สิ่งที่เราต้องการได้โดยไม่ต้องใช้เครื่องจักรเข้ามาช่วยงานเป็นงานที่ใช้มือในการทำจึงได้ร่วมมือกับเทศบาลตำบลบางเสร์จัดอบรมและสอนวิธีการพิมพ์ผ้าให้กับกลุ่มแม่บ้าน กลุ่มสตรีที่สนใจเข้ามาเรียนรู้วิชาการพิมพ์ผ้า โดยใช้ชื่อโครงการว่า โครงการฝึกอบรมส่งเสริมอาชีพระยะสั้น (งานพิมพ์ผ้า) ประจำปีงบประมาณ 2564 เมื่อวันที่ 1-2 ธันวาคม 2563 ณ เทศบาลตำบลบางเสร์ อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี โดยมีผู้เข้าร่วมเป็นกลุ่มแม่บ้าน ผู้ว่างงาน และผู้ที่ต้องการมีอาชีพเสริม จำนวน 20 คน หลังจากอบรมและรวมตัวของสมาชิกได้ไม่นานการดำเนินการของกลุ่มพิมพ์ผ้าได้หยุดชะงักลง เนื่องจากทางหน่วยงานเทศบาลไม่ได้เข้ามาสนับสนุนและส่งเสริมการทำงานของกลุ่มพิมพ์ผ้าอย่างต่อเนื่อง ประกอบกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา-19 เข้ามาต่อมาช่วงเดือนกันยายน พ.ศ. 2564 สำนักงานการวิจัยแห่งชาติได้สนับสนุนงบประมาณในการทำวิจัยเรื่อง การพัฒนางานพิมพ์ผ้าเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากแบบมีส่วนร่วมเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของชุมชนตำบลบางเสร์ อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี ทำให้ได้เกิดการรวมกลุ่มกันของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์อีกครั้ง โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าและพัฒนากลไกด้านการตลาด โดยได้นำภาคีเครือข่ายประกอบด้วยเทศบาลตำบลบางเสร์ โรงเรียนในเขตเทศบาลตำบลบางเสร์ และผู้นำชุมชนเข้าร่วมกระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม

ในการพัฒนางานพิมพ์ผ้าในครั้งนั้น ได้รับความร่วมมือของเครือข่ายในชุมชนประกอบเทศบาลบางเสร์ ผู้นำชุมชน ประชาชน กลุ่มผู้อาวุโส และสถานศึกษา ผ่านกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ กิจกรรมการค้นหาอัตลักษณ์ชุมชน โดยผู้นำชุมชน ประชาชนชาวบ้าน และกลุ่มชาวบ้านอาวุโส ได้ค้นพบอัตลักษณ์ของชาวชุมชนบางเสร์ 7 อย่าง ได้แก่ วิธีการทำประมง ทะเล (เกาะเปิด) วัดหลวงพ่อทองอยู่ หางเครื่อง ค่ายลูกเสือและต้นยางนา อาหาร ได้แก่ ปิ้งบ และหมักน้ำดำ และสุดท้ายประเพณีสงกรานต์ 9 วัน จากนั้นได้นำอัตลักษณ์ชุมชนบางเสร์ ทั้ง 7 อย่าง ทำกิจกรรมการประกวดวาดภาพสีอัตลักษณ์ชุมชนบางเสร์ โดยนักเรียนที่เรียนในโรงเรียนในเขตเทศบาลตำบลบางเสร์ ประกอบด้วยโรงเรียนชุมชนบ้านบางเสร์ โรงเรียนเกล็ดแก้ว โรงเรียนบ้านเขาชีจรรย์ และโรงเรียนจุฬเทพ มีนักเรียนส่งผลงานทั้งหมด 72 ชิ้น แบ่งเป็นระดับชั้นประถมศึกษาจำนวนทั้งหมด 60 ชิ้น และแบ่งเป็นระดับชั้นมัธยมศึกษาตอนต้นจำนวนทั้งหมด 12 ชิ้น และได้เชิญคณะกรรมการตัดสินภาพวาด จำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วยตัวแทนเจ้าหน้าที่จากเทศบาลจำนวน 1 ท่าน ตัวแทนประชาชนบ้าน จำนวน 2 ท่าน และตัวแทนจากกลุ่มพิมพ์ผ้า จำนวน 2 ท่าน คัดเลือกภาพวาด โดยได้ภาพวาดอัตลักษณ์ของชุมชนบางเสร์ ที่ได้รับรางวัล จำนวน 11 ชิ้น

แบ่งเป็นระดับประถมศึกษาตอนปลาย จำนวน 5 ชั้น ประกอบด้วย รางวัลที่ 1 - 3 จำนวน 3 ชั้น รางวัลชมเชย 2 ชั้น และระดับมัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 6 ชั้น ประกอบด้วย รางวัลที่ 1-3 จำนวน 3 ชั้น และรางวัลชมเชย จำนวน 3 ชั้น เพื่อนำไปเป็นแบบในการทำแบบพิมพ์เพื่อแกะเป็นแบบพิมพ์ลงพื้นผ้า

เมื่อได้ภาพวาดที่จะทำเป็นแบบพิมพ์เพื่อแกะเป็นแบบพิมพ์ลงพื้นผ้าแล้ว ทางกลุ่มจึงได้จัดกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการด้านเทคนิคและวิธีการในการพิมพ์ผ้าโดยได้เชิญวิทยากรที่มีความรู้และประสบการณ์ในการทำพิมพ์ผ้า มาให้ความรู้แก่สมาชิกกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ โดยมีกระบวนการ 6 ขั้นตอน ประกอบด้วย การลอกลายภาพอัตลักษณ์ชุมชน การแกะสลักภาพอัตลักษณ์ชุมชน การผสมสีอะคริลิกกับน้ำยากันเหนียว การกลิ้งสีบนแบบพิมพ์ที่แกะแล้ว การกลิ้งสีบนผลิตภัณฑ์ และขั้นตอนสุดท้ายการยกแบบพิมพ์ออกจากผลิตภัณฑ์ จากกิจกรรมดังกล่าว ทำให้กลุ่มพิมพ์ผ้า ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีลายอัตลักษณ์ชุมชน ออกมาจำนวน 3 ชิ้นได้แก่ เสื้อยืดกระเป๋าสะพาย และกระเป๋าใส่เหรียญ จากการลงมือปฏิบัติและได้ผลิตภัณฑ์ออกมา ทางกลุ่มได้มีการถอดบทเรียนพบว่า สมาชิกในกลุ่มยังขาดทักษะการแกะสลักแบบพิมพ์ เนื่องจากสมาชิกหลาย ๆ ท่านยังไม่เคยมีประสบการณ์ในการแกะสลักมาก่อน หรือบางท่านไม่เคยใช้มีดแกะสลักเลย ทำให้แบบพิมพ์ที่แกะสลักออกมาไม่ได้ตามแบบวาดลายเดิม เส้นของสีที่ติดกับผลิตภัณฑ์ยังไม่เรียบและภาพคมชัดมากนัก ในการผสมสีอะคริลิก สมาชิกบางท่านยังมองไม่ออกว่าผสมขนาดไหนสามารถนำมาใช้ได้ และสีที่ใช้ในการพิมพ์ลงบนผลิตภัณฑ์ยังเป็นสีเดียวทำให้ไม่เกิดความหลากหลาย การกลิ้งสีลงแบบพิมพ์และผลิตภัณฑ์ ด้วยความที่ยังไม่ชำนาญในการกลิ้งสีลงบนแบบพิมพ์และผลิตภัณฑ์ ทำให้เมื่อแกะแบบออกมาผลิตภัณฑ์บางชิ้นสีจาง บางชิ้นสีเข้ม บางชิ้นสีติดไม่ทั่วผลิตภัณฑ์ที่ใช้แบบพิมพ์ลงไป

หลังจากนั้นทางกลุ่มพิมพ์ผ้าจึงได้พัฒนากลไกทางด้านการตลาดเพื่อรองรับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้า โดยได้ดำเนินงาน 3 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ การอบรมความรู้ด้านการตลาด และการทดลองตลาด ผลการดำเนินงานพบว่า ด้านการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบางเสร่ คู่แข่งงานพิมพ์ผ้าที่เป็นลายอัตลักษณ์ท้องถิ่นยังไม่มี กลุ่มลูกค้าจะเป็นกลุ่มคนทำงาน และนักท่องเที่ยว การออกแบบโลโก้ผลิตภัณฑ์จะเป็นโลโก้รูปอัตลักษณ์ของชุมชนบางเสร่ 7 อย่างที่กล่าวมาแล้ว ด้านการสื่อสารเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ายังมีข้อจำกัดที่ยังไม่มีสื่อที่เข้าถึงกลุ่มลูกค้าภายนอกได้ อุปสรรคที่หลีกเลี่ยง กลุ่มควรยึดมั่นในแนวทางของผลิตภัณฑ์ของตนเองที่ไม่เหมือนใคร และไม่มีใครเหมือน การติดตามตรวจสอบ พบว่า กลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์จากทางกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ มี 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มคนทำงาน กับกลุ่มนักท่องเที่ยว โดยทั้งสองกลุ่มให้เหตุผลในการซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มว่าเป็นสินค้าที่ทำด้วยมือ (Handmade) มีอัตลักษณ์ท้องถิ่น ราคาไม่แพง และซื้อไปเป็นของฝากให้กับคนที่บ้าน ด้านการตลาดของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่พบว่า Product สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ที่กลุ่มพิมพ์ผ้าได้ผลิตขึ้นมาเพื่อจำหน่าย เป็นผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มจำหน่ายเป็นสินค้าที่มีแบรนด์ (Brand) เป็นของตนเอง ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สินค้ามีประโยชน์ในการใช้สอย และสินค้ามีประวัติความเป็นมา (Story) โดยเฉพาะเรื่องราวที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน Price การตั้งราคา ทางกลุ่มพิมพ์ผ้าฯ ได้ตั้งราคาโดยคำนวณจากต้นทุนคงที่ ต้นทุนแปรผัน และค่าแรง ประกอบด้วย เสื้อยืด ต้นทุนราคา 100 บาท ราคาขายตัวละ 179 บาท และเพิ่มตามราคาไซส์ ๆ ละ 10 บาท กระเป๋าสะพาย ราคาต้นทุน 80 บาท ราคาขาย 120 บาท และกระเป๋าใส่เหรียญ ราคาต้นทุน 10 บาท ราคาขาย 20 บาท Promotion การส่งเสริมการขาย เพื่อให้เข้ากับบริบทของสถานที่จำหน่ายสินค้าที่ส่วนใหญ่จะเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยว และกลุ่มศึกษาดูงาน ในการส่งเสริมการขายมีได้หลายรูปแบบได้แก่ การจัดสินค้าเป็น Set แล้วลดราคา ซื้อหลายชิ้นมีส่วนลดลงตามเปอร์เซ็นต์ เป็นต้น Place สถานที่และช่องทางการจำหน่ายสินค้า ประกอบด้วย 1) อาคารค่ายลูกเสือ สวนสาธารณะหาดบางเสร่ ซึ่งทางเทศบาล

ได้ให้พื้นที่สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้มาใช้พื้นที่ จึงได้ใช้พื้นที่เป็นสถานที่ผลิตสินค้า แสดงสินค้า และ จัดจำหน่ายสินค้า พื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ที่ติดกับชายทะเลบางเสร่ที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวจะมีนักท่องเที่ยวเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะวันเสาร์ อาทิตย์ และวันหยุดราชการ และกลุ่มผู้ที่เข้ามาศึกษาดูงานของเทศบาลบางเสร่ 2) ถนนคนเดินสายวัฒนธรรม วิถีถิ่น วิถีชุมชนบางเสร่ ชายทะเลบางเสร่ ซึ่งจะจัดทุกวันเสาร์ของทุกเดือน เวลา 16.00 น. เป็นต้นไป และมีช่องทางจำหน่ายอื่น ๆ ได้แก่ การนำสินค้าไปวางจำหน่ายในงาน OTOP ของจังหวัด งานแสดงสินค้าตามสถานที่ต่าง ๆ และประชาสัมพันธ์ในเพจ Facebook ของทางกลุ่มฯ

จากนั้นได้ทำการทดลองตลาดเป็นระยะเวลา 1 เดือน โดยสินค้าที่นำมาทดลองการตลาดจำนวน 3 ชนิดประกอบด้วย เสื้อ จำนวน 10 ตัว กระเป๋าสะพาย จำนวน 5 ใบ กระเป๋าใส่เหรียญ จำนวน 5 ใบ นำสินค้าไปวางจำหน่าย ในงานถนนคนเดินสายวัฒนธรรม วิถีถิ่น วิถีชุมชนบางเสร่ และวางจำหน่ายที่อาคารค่ายลูกเสือ สวนสาธารณะหาดบางเสร่ และโซเชียลมีเดียใน Facebook โดยใช้ชื่อเพจว่า “กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่” จากการทดลองตลาดทางกลุ่มได้นำเงินต้นทุนและรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิดมาเปรียบเทียบ พบว่า ต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเสื้อ จะมีต้นทุนรวมอยู่ที่ตัวละ 123.10 บาท เมื่อนำมาคำนวณกับราคาขายที่ 179 บาท จะได้กำไรต่อตัวอยู่ที่ ราคาขาย - ต้นทุน = $179 - 123.10 = 55.90$ ดังนั้นหากจำหน่ายเสื้อ 1 ตัวจะได้กำไรตัวละ 55.90 บาท กระเป๋าสะพาย จะมีต้นทุนรวมอยู่ที่ใบละ 103.40 บาท เมื่อนำมาคำนวณกับราคาขายที่ 120 บาท จะได้กำไรต่อใบอยู่ที่ ราคาขาย - ต้นทุน = $120 - 103.40 = 16.60$ ดังนั้น หากจำหน่ายกระเป๋าสะพาย 1 ใบจะได้กำไรใบละ 16.60 บาท กระเป๋าใส่เหรียญ จะมีต้นทุนรวมอยู่ที่ใบละ 16.36 บาท เมื่อนำมาคำนวณกับราคาขายที่ 20 บาท จะได้กำไรต่อใบอยู่ที่ ราคาขาย - ต้นทุน = $20 - 16.36 = 3.64$ ดังนั้น หากจำหน่ายกระเป๋าใส่เหรียญ 1 ใบตัวจะได้กำไรใบละ 3.64 บาท เมื่อเรานำเงินต้นทุนและรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิด นำมาคำนวณรายได้จากการขาย - เงินต้นทุนของผลิตภัณฑ์ = $2,132 - 1,829.8 = 302.2$ ผลกำไรจากการทดลองตลาดของผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ชนิด มีผลกำไรอยู่ที่ 302.2 บาท

จากการสอบถามลูกค้าที่ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้า สามารถแบ่งได้เป็นลูกค้า 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มคนทำงาน และกลุ่มนักท่องเที่ยว ลูกค้ากลุ่มคนทำงานให้เหตุผลว่า เป็นงาน Handmade ทำด้วยมือทำให้ลูกค้าตัดสินใจที่จะซื้ออย่างไม่ลังเล และไม่ขอต่อราคาสินค้า สินค้ามีเรื่องราวที่มาของสินค้า มีลวดลายที่สื่อให้เห็นถึงความเป็นอัตลักษณ์ของคนในท้องถิ่น ราคา เป็นราคาที่ลูกค้ายอมรับได้ มีการให้บริการดูแลลูกค้าที่ดีเป็นกันเอง สี ของผลิตภัณฑ์ถูกใจกับกลุ่มลูกค้า เช่น เสื้อสีดำเป็นสีที่กลุ่มวัยทำงานนิยมซื้อกันมากที่สุด เพราะไม่เปื้อนง่ายเหมือนเสื้อโทนสีอ่อน ๆ ทำเลหรือสถานที่จำหน่ายติดกับสถานที่ท่องเที่ยว ไม่ยากต่อการหาหรือมองเห็น การเดินทางไปมาสะดวกรวมถึงการตกแต่งร้านนำเข้าสำหรับลูกค้า สำหรับลูกค้ากลุ่มท่องเที่ยวที่ได้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ให้เหตุผลว่าเป็นงาน Handmade เป็นสินค้าที่มีตัวเดียว ชิ้นเดียว ไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือน มีลายอัตลักษณ์บนเสื้อผ้า เปรียบเสมือนสิ่งที่บ่งบอกตัวตนและความเชื่อที่มาจากลายที่ปรากฏบนผ้าพิมพ์ คู่มือเรื่องเล่า และที่มา ลายบนเสื้ออัตลักษณ์บางเสร่ มีความแปลกและสะดุดตา ในการเลือกซื้อเสื้อนิยมซื้อเป็นคู่ ถ้ามาเป็นครอบครัว หรือกลุ่มเพื่อนจะใส่เป็นทีมเหมือน ๆ กัน ซื้อเป็นของฝากคนที่บ้าน จึงพอสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าเป็นงาน Handmade มีลวดลายอัตลักษณ์ของท้องถิ่น และราคาไม่แพง

จากผลดำเนินการของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ มีการเก็บข้อมูลรายได้ของสมาชิกในกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ที่เข้าร่วมโครงการก่อนและหลังดำเนินโครงการพบว่า กลุ่มที่ 1 ต่ำกว่าเส้นยากจน ก่อนเข้าร่วม

โครงการ มีจำนวนร้อยละ 30 หลังจากดำเนินโครงการแล้ว เหลือจำนวนร้อยละ 10 กลุ่มที่ 2 ไม่ยากจน แต่ต่ำกว่า 40% มีจำนวนร้อยละ 25 หลังดำเนินโครงการ มีร้อยละ 35 กลุ่มที่ 3 สูงกว่า 40% แต่ต่ำกว่า มัธยมศึกษา ก่อนเข้าร่วมโครงการ มีจำนวนร้อยละ 10 หลังดำเนินโครงการ เหลือร้อยละ 5 และกลุ่มที่ 4 สูงกว่ามัธยมศึกษา ก่อนเข้าร่วมโครงการ มีร้อยละ 35 และหลังดำเนินโครงการ มีร้อยละ 50 ดังนั้นจะเห็นได้ว่า ผู้ที่เป็นสมาชิกกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ สามารถลดความเหลื่อมล้ำของคนในชุมชนได้

จากการดำเนินงานที่ผ่านมาทางกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของผู้ที่มีรายได้น้อย กลุ่มคนว่างงาน มารวมตัวโดยใช้ชื่อกลุ่มว่า “กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่” โดยได้รวบรวมนำปราชญ์ชาวบ้าน ระดมความคิดหาภูมิปัญญาท้องถิ่นบางเสร่อันเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน 7 อย่าง นำมาเป็นหัวข้อให้กับ นักเรียนในชุมชนได้แข่งขันวาดภาพเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนบางเสร่ และนำผลการแข่งขันมาเป็น แบบเพื่อใช้ในการแกะสลักแม่แบบพิมพ์ โดยกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ได้ทดลองการทำแบบพิมพ์และได้พิมพ์ แบบที่มีรูปอัตลักษณ์บางเสร่ลงในผลิตภัณฑ์จำนวน 3 ชนิด ได้แก่ เสื้อยืด กระเป๋าสะพาย และกระเป๋าใส่ เหยียด จากนั้นนำผลิตภัณฑ์ทดลองขายให้กับคนในชุมชนบางเสร่ และคนนอกชุมชนบางเสร่ โดยได้รับ ผลการตอบรับจากลูกค้าทั้งในและนอกชุมชนเป็นอย่างดี มีการทำช่องทางเพื่อประชาสัมพันธ์กลุ่มฯ และ ผลผลิตของกลุ่ม ในเพจ Facebook ชื่อเพจว่า “กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่” เมื่อมองบทวนการทำงานของ สมาชิกทุกคนต่างมีความรักในงานพิมพ์ผ้ามีความต้องการที่จะให้ผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าพัฒนาต่อไปให้มี คุณภาพและได้มาตรฐาน และกลุ่มสามารถดำเนินงานไปได้เรื่อยๆ แต่ยังพบว่ามีข้อจำกัดในการ พัฒนางานพิมพ์ผ้า อันได้แก่ ตัวผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่ได้คุณภาพและมีมาตรฐาน ดังนั้น ทางกลุ่มจึงต้อง ทบทวนปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ว่ามี ข้อควรปรับปรุงอย่างไร โดยศึกษาหาข้อมูลจากกลุ่มลูกค้า ทั้งภายในชุมชนและภายนอกชุมชนที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้หรือมุมมองจากกลุ่มลูกค้าที่จะมาเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มในอนาคต เพื่อนำมาปรับปรุงและพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้ได้ตามความต้องการของกลุ่ม ลูกค้า ตลอดจนปัญหาของการเข้าถึงช่องทางในการขายสินค้าที่กลุ่มลูกค้ายังไม่สามารถเข้าถึงหรือกลุ่ม ลูกค้าอื่น ๆ ที่ยังไม่รู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมากนัก

จากที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงต้องศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการผลิต ผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่เพื่อทบทวนและนำมาแก้ไขปรับปรุงตามความสนใจของกลุ่มลูกค้าเพื่อนำมา ยกกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าให้มีคุณภาพมากขึ้น ตลอดจนการพัฒนาและขยายช่องทางการขาย ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ให้เป็นที่รู้จักของคนในชุมชนและนอกชุมชนมากยิ่งขึ้นอันจะนำมาซึ่ง รายได้ของสมาชิกในกลุ่มและสร้างเศรษฐกิจให้เกิดขึ้นในชุมชนบางเสร่

1.2 ปัญหา/โจทย์การวิจัย

1.2.1 ในการดำเนินงานของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ที่ผ่านมามีปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงาน ว่ามี ข้อควรพัฒนาและปรับปรุงอย่างไร?

1.2.2 กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพได้อย่างไร?

1.2.3 กลุ่มสามารถขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ได้อย่างไร?

1.3 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1.3.1 เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ตำบลบางเสร์ อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา

1.3.2 เพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ตำบลบางเสร์ อำเภอมะนัง จังหวัดยะลาให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า

1.3.3 เพื่อพัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ตำบลบางเสร์ อำเภอมะนัง จังหวัดยะลา

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

1.4.1 กลุ่มเป้าหมายมีงานทำ ทำให้เกิดรายได้ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยลดความเหลื่อมล้ำของคนในชุมชน

1.4.2 เกิดความร่วมมือในการพัฒนาคนในชุมชนของเครือข่ายทั้งภาครัฐ และเอกชน ทั้งในและนอกชุมชน

1.4.3 เกิดพื้นที่การศึกษาดูงานทางด้านการรวมกลุ่มในการทำผลิตภัณฑ์ชุมชนขององค์กรภายนอกชุมชน

บทที่ 2

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยเรื่อง การยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมตามหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจฐานราก
2. แนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม
3. แนวคิดเรื่องความเหลื่อมล้ำทางสังคม
4. แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์
5. แนวคิดวัฒนธรรม
6. แนวคิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า
7. แนวคิดการพัฒนากลุ่มอาชีพให้มีความเข้มแข็ง
8. แนวคิดการตลาดแบบ B2B และ B2C
9. แนวคิดเทคนิคการพิมพ์ซิลค์สกรีน
10. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
11. กรอบแนวคิดของการวิจัย
12. นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจฐานราก

เศรษฐกิจฐานราก เป็นระบบเศรษฐกิจของชุมชน ที่สามารถพึ่งตนเองภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีการช่วยเหลือเอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน มีคุณธรรม และเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ในพื้นที่ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม ผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน มีแนวทางการพัฒนาและการจัดการโดยชุมชนครบวงจร มีการสร้างทุนและกองทุนที่เข้มแข็ง มีการผลิตพื้นฐาน การแปรรูป การบริการ การตลาด การผลิตอาหาร และความจำเป็นพื้นฐานต่าง ๆ สำหรับคนในพื้นที่อย่างพอเพียง และพัฒนาเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคม

ระบบเศรษฐกิจฐานราก เป็นระบบเศรษฐกิจแนวราบที่ส่งผลและสร้างความสัมพันธ์ทั้งทางเศรษฐกิจและสังคมระหว่างผู้คนในชุมชนท้องถิ่น มิใช่เป็นเฉพาะเศรษฐกิจแนวตั้งแบบปัจเจก สามารถทำความร่วมมือ เกิดโอกาสและความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเศรษฐกิจร่วมของชุมชนกับเศรษฐกิจของปัจเจก เป็นระบบเศรษฐกิจที่มีลักษณะความร่วมมือเป็นหุ้นส่วนสร้างความสัมพันธ์ทั้งในชุมชนท้องถิ่นและในระดับที่กว้างขวางอื่น ๆ และภายนอกกระบวนเศรษฐกิจฐานราก การมีส่วนร่วมของคนในตำบลต่าง ๆ ทั้งขนาดย่อมหรือขนาดใหญ่ขึ้น โดยใช้ทั้งความรู้ที่สั่งสมในพื้นที่ หรือที่เป็นเอกลักษณ์วัฒนธรรมของพื้นที่ และมีการพัฒนาให้ทันสมัย พร้อมกับมีเทคนิควิทยาการและความรู้

มีการนำเทคโนโลยีมาพัฒนาชุมชนให้เหมาะสมกับตลาด หรือสังคมเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป ทำให้ผู้คนและชุมชนท้องถิ่นโดยรวมสามารถพึ่งตนเอง มีรายได้มากกว่ารายจ่าย และสามารถพัฒนาเป็นผู้ผลิต ผู้สร้างงานบริการต่าง ๆ จากท้องถิ่นที่เข้มแข็ง สร้างสรรค์ หลากหลาย มีเอกลักษณ์ ทันสมัย และ

เชื่อมโยงกับระบบตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ ระบบเศรษฐกิจฐานรากจะต้องมีความหลากหลายพอเพียง เพื่อเปิดโอกาสและแบ่งปันให้คนทุกกลุ่มทุกวัยสามารถมีพื้นที่ และมีโอกาสในการร่วมพัฒนาได้อย่างผสมผสานและสร้างสรรค์ รวมทั้งสามารถเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจอื่น ๆ ได้อย่างดี อย่างเป็นมิตร เป็นธรรมและมีความสัมพันธ์อย่างเท่าเทียม

องค์ประกอบสำคัญของเศรษฐกิจฐานรากที่เข้มแข็ง

- 1) มีการรวมกลุ่ม เพื่อสร้างพลังในการทำงานร่วมกัน ความสามารถที่จะเจรจาต่อรองและประสานงานทั้งภายในและกับภายนอกอย่างมีประสิทธิภาพ
- 2) มีการจัดการระบบการเงินของชุมชน การบูรณาการทุนร่วมกัน มีกองทุนของชุมชนที่เข้มแข็ง สามารถเป็นกลไกการเงินของชุมชนในการพัฒนาทั้งเศรษฐกิจสังคม อาชีพ วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อมของชุมชน และของคนในชุมชน
- 3) มีระบบการจัดการทุนชุมชนที่ครอบคลุมทุนทางสังคม ทุนคน ทุนพุทธิยากร วิถีวัฒนธรรม ภูมิปัญญา อัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น ประวัติศาสตร์
- 4) มีระบบข้อมูลที่ทันสมัยรอบด้านทั้งภายในและภายนอก เพื่อการวิเคราะห์ระบบของท้องถิ่น อาชีพ รายได้รายจ่าย การผลิต ฐานเศรษฐกิจ ที่ดิน ความเป็นอยู่ของคนในชุมชน ข้อมูลความรู้ระบบเศรษฐกิจเกี่ยวข้องภายนอก เป็นฐานสำคัญในการวางแผนชุมชน การวางแผนเพื่อการตัดสินใจการติดตาม วัดผลและรายงานผล
- 5) มีระบบการผลิตของชุมชนทั้งขั้นพื้นฐานและก้าวหน้า ที่ได้มาตรฐาน มีมูลค่าเพิ่มและสามารถเชื่อมโยงระบบเศรษฐกิจภายนอกได้
- 6) สร้างความร่วมมือในทุกระดับและทุกมิติ เพื่อให้เกิดความร่วมมือให้บรรลุเป้าหมายและสัมพันธ์ภาพที่ดี ทั้งระดับกลุ่มต่อกลุ่ม กลุ่มกับชุมชน ตำบล อำเภอ จังหวัด ภูมิภาค หรือรวมตัวกันเป็นเครือข่ายประเด็นต่าง ๆ ได้ เช่น เครือข่ายเกษตรอินทรีย์ เครือข่ายข้าว เครือข่ายประมงพื้นบ้าน เครือข่ายท่องเที่ยวโดยชุมชน เครือข่ายภูมิณีวัฒนธรรม หรือการสร้างร่วมมือระหว่างชุมชนกับหน่วยงานต่าง ๆ เป็นต้น
- 7) มีระบบการอยู่ร่วมกัน หรือเคารพกติกา จารีตประเพณีในการอยู่ร่วมกัน ระบบสวัสดิการการดูแลซึ่งกันและกันและการอยู่ร่วมกับธรรมชาติและสังคมใหญ่อย่างสร้างสรรค์และเกื้อกูล
- 8) มีคุณธรรม จริยธรรมในการทำกิจกรรม การประกอบกิจการ ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม หรือการดำรงชีวิต
- 9) ความเป็นเจ้าของร่วมกัน โดยคนในชุมชนร่วมทุนร่วมกิจกรรมหรือกิจการ ในการพัฒนาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชุมชน มีสำนึกถึงความเป็นเจ้าของร่วมกัน
- 10) คนในพื้นที่ของชุมชนสามารถมีส่วนร่วม มีความรู้เรื่องราวการพัฒนาในพื้นที่ และความรู้ในสังคมอื่น ๆ มีคุณภาพ มีความมั่นใจที่จะให้ความรู้ความเห็น ร่วมคิดร่วมทำตัดสินใจ มีความสร้างสรรค์ มีคุณธรรมจริยธรรมพื้นฐาน ครอบคลุมมีความเข้มแข็ง และสามารถพึ่งตนเองทางเศรษฐกิจได้มากที่สุด

2.2 แนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) เป็นรูปแบบการวิจัยที่มีการผสมผสานการปฏิบัติการ (Action) กับการมีส่วนร่วม (Participation) ทำให้เกิดกระบวนการวิจัยที่มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมการวิจัยในขั้นตอนต่าง ๆ ของกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ทุกฝ่ายตั้งแต่เริ่มต้นจนการวิจัยสิ้นสุด ซึ่งจะทำให้ผู้ที่มีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัยเกิดการสร้างองค์ความรู้เพื่อสามารถนำไปพัฒนาในมิติต่าง ๆ ได้อย่างตรงตามความต้องการ

ไพบูลย์ สุธิต (2554) ได้อธิบายขั้นตอนของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม มีดังนี้

ขั้นตอนของการวิจัยเริ่มจากระยะก่อนการทำวิจัย ประกอบด้วย การคัดเลือกชุมชน การบูรณาการตัวนักวิจัยเข้ากับชุมชนการศึกษาชุมชน

1. ระยะของการทำวิจัย ประกอบด้วย การวิเคราะห์ปัญหาร่วมกับชุมชน การฝึกอบรมทีมวิจัย ท้องถิ่น แกนนำชุมชน การกำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหา การออกแบบการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล การนำเสนอข้อมูลต่อที่ประชุม

2. ระยะการจัดทำแผน ประกอบด้วย การอบรมทีมงานวิจัยท้องถิ่น การกำหนดโครงการหรือกิจกรรม การศึกษาความเป็นไปได้ของแผนงาน การแสวงหางบประมาณ ทรัพยากรสนับสนุน การวางแผนการประเมิน

3. ระยะการนำแผนไปปฏิบัติ

4. ระยะการติดตามและประเมินผลการปฏิบัติงาน ประกอบด้วย การจัดตั้งทีมงานการประเมินผลการปฏิบัติงาน และการนำเสนอผลการประเมินต่อที่ประชุม

การมีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย

การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) เป็นการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ในชุมชน ดังนั้นการมีส่วนร่วมจึงเป็นวิธีการที่เป็นหัวใจ เพราะการมีส่วนร่วมเป็นสิทธิของชุมชนต่อการตัดสินใจนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการจัดสรร (Allocation) การใช้ประโยชน์ (Utilization) ของทรัพยากรเพื่อการผลิต ซึ่งเป็นความจำเป็นที่ชุมชนต้องเข้าร่วมในการวางแผนเพื่อคุณภาพชีวิตของตน ซึ่งการมีส่วนร่วมมีหลายมิติ ดังนี้ (ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์, 2527)

1. มิติการร่วมศึกษาและวิเคราะห์ปัญหา โดยชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการศึกษาชุมชน วิเคราะห์ชุมชน ค้นหาปัญหาและสาเหตุของปัญหาในชุมชน ที่เป็นการกระตุ้นให้ชุมชนได้เรียนรู้สภาพชุมชน วิถีชีวิต สังคม ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมเพื่อใช้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการวางแผนการวิจัย

2. มิติการร่วมวางแผน โดยการนำข้อมูลเบื้องต้นมาวิเคราะห์ปัญหาเพื่อร่วมกันกำหนดวัตถุประสงค์ของโครงการ วิธีการ แนวทางการดำเนินงาน การกำหนดทรัพยากรที่จะใช้ในการวิจัย

3. มิติการร่วมดำเนินการ โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนในการดำเนินการตามแผนงานวิจัยที่วางไว้ ขั้นตอนนี้ชุมชนสามารถมีส่วนร่วมในการสนับสนุนด้านเงินทุน วัสดุอุปกรณ์ และแรงงาน รวมทั้งการเข้าร่วมบริหารงาน การประสานงาน เป็นต้น

4. มิติการร่วมรับผลประโยชน์ โดยชุมชนต้องมีส่วนร่วมในการจัดสรรผลประโยชน์จากกิจกรรมการวิจัยในชุมชนบนพื้นฐานที่เท่าเทียมและเสมอภาคและมีการมีส่วนร่วมติดตามประเมินผลการดำเนินงานวิจัย โดยการติดตามผลของการพัฒนาจากการดำเนินการว่าประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์หรือไม่ มีปัญหาอุปสรรคและข้อจำกัดอย่างไร เพื่อแก้ไขปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ทันทีและนำข้อผิดพลาดไปเป็นบทเรียนในการดำเนินการต่อไป

การวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมนั้นเป็นการวิจัยที่แม้จะมีระบบ แต่ทว่าก็มีความยืดหยุ่น เพราะการวิจัยเชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วมนั้น การเสริมพลังอำนาจให้กับผู้มีส่วนร่วม การให้ทุกคนมี

อำนาจในการตัดสินใจทำให้งานวิจัยเป็นเสมือนแหล่งเรียนรู้ที่ผู้ร่วมวิจัยในทุกกระบวนการได้สะท้อนคิด และเกิดการพัฒนาศักยภาพตนเอง การวิจัยแบบนี้จึงเน้นสร้างองค์ความรู้ใหม่ที่ผสมผสานระหว่างองค์ความรู้วิชาการกับองค์ความรู้ท้องถิ่นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน องค์ความรู้ที่ได้จึงเป็นองค์ความรู้ที่มาจาก การปฏิสัมพันธ์และการบูรณาการ ดังนั้น องค์ความรู้ของการวิจัยเชิงปฏิบัติการเป็นผลจากการ เชื่อมโยงการวิจัยและการปฏิบัติ องค์ความรู้ที่ได้จึงเป็นองค์ความรู้ที่เกิดจากความเข้าใจ (Cognitive structure) เป็นความรู้ที่อยู่ในระดับคุณค่า (Valence and Value) นำไปสู่การสร้างคุณค่าใหม่ให้กับผู้ ร่วมวิจัยและเป็นความรู้ที่ได้จากการปฏิบัติและกระบวนการมีส่วนร่วมที่ทุกคนเป็นเจ้าของงานวิจัย

2.3 แนวคิดเรื่องความเหลื่อมล้ำทางสังคม

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2558) ได้แบ่งความเหลื่อมล้ำ ในประเทศไทย เป็น 6 ด้าน ได้แก่ ด้านรายได้ ด้านสินทรัพย์ทางการเงิน ด้านการถือครองที่ดิน ด้าน การศึกษา ด้านคุณภาพการให้บริการด้านสาธารณสุข และด้านความไม่เสมอภาคทางเพศ

กรอบการพิจารณาความเหลื่อมล้ำได้พัฒนามาจากแนวคิดของ Göran Therborn ซึ่งจัด ประเภทของ ความเหลื่อมล้ำเป็น 3 ประเภท คือ

1. ความเหลื่อมล้ำในชีวิต หมายถึง โอกาสในชีวิตที่เหลื่อมล้ำกันที่เกิดจากบริบททางสังคม
2. ความเหลื่อมล้ำในการดำรงอยู่ของมนุษย์ หมายถึง การจัดสรรคุณค่าเกี่ยวกับบุคคลที่เหลื่อม ล้ำ เช่น ความเป็นอิสระ ศักดิ์ศรี เสรีภาพและสิทธิที่จะได้รับการเคารพและพัฒนาตนเอง
3. ความเหลื่อมล้ำด้านทรัพยากร หมายถึง การทำให้มนุษย์มีทรัพยากรที่เหลื่อมล้ำกันในการ กระทำ โดยทรัพยากรในที่นี้หมายรวมทั้งทรัพยากรที่มีมูลค่า (Buyable) และไม่มีคุณค่า (Non-buyable) เช่น โอกาส การเคลื่อนย้ายทางสังคม เป็นต้น Therborn ยังได้เสนอแนวในการวิเคราะห์กลไกของความ เหลื่อมล้ำและกลไกในการสร้างความเป็นธรรมด้วย ซึ่งโครงการฯ นี้ใช้เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนารอบ วิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 2.1 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างชนิดของความเหลื่อมล้ำ กลไกความเหลื่อมล้ำและกลไก การสร้างความเป็นธรรม

กลไกของความเหลื่อมล้ำ	ชนิดของความเหลื่อมล้ำ	กลไกสร้างความชอบธรรม
การสร้างระยะห่าง (Distanciation)	ความเหลื่อมล้ำในชีวิต	การเพิ่มเติมต่อ (Approximation)
การกีดกัน (Exclusion)		การผนวกรวม (Inclusion)
การสร้างชั้นบังคับบัญชา (Hierarchization)	ความเหลื่อมล้ำในสถานะความ เป็นอยู่	การลดชั้นบังคับบัญชา (De-hierachization)
การขูดรีด (Exploitation)		การจัดสรรใหม่และการฟื้นฟู สมรรถนะ (Redistribution & Rehabilitation)

ที่มา : Therborn, 2013, pp. 49-64

จากการประชุมพี่เลี้ยง CBR ทั้ง 4 ภาคที่สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช) จัดขึ้นเมื่อวันที่ 11 - 12 ตุลาคม 2562 ได้แบ่งประเภทความเหลื่อมล้ำจากฐานการทำงานของตน โดยแบ่งเป็น 5 กลุ่มย่อย ดังนี้ (กาญจนา แก้วเทพ, 2563)

1. ความเหลื่อมล้ำด้านเศรษฐกิจฐานรากด้านการเกษตร ที่ครอบคลุมตั้งแต่เรื่องเกษตรอินทรีย์ การประมงพื้นบ้าน การสร้างตลาดทางเลือก เป็นต้น
2. ความเหลื่อมล้ำด้านเศรษฐกิจฐานรากด้านการท่องเที่ยวชุมชน (Community Based Tourism: CBT) เนื่องจากในฝ่ายงานวิจัยท้องถิ่นมีโครงการวิจัย CBR จำนวนมากที่ทำงานเพื่อลดความเหลื่อมล้ำในเรื่องการท่องเที่ยวโดยใช้ “รูปแบบการท่องเที่ยวชุมชน” เป็นเครื่องมือ
3. ความเหลื่อมล้ำด้านการศึกษา ที่ครอบคลุมทุกระบบการศึกษา ตั้งแต่ประเด็นเรื่องโรงเรียนขนาดเล็ก การจัดการศึกษาโดยใช้ชุมชนเป็นฐาน การฟื้นฟูภาษาที่ใกล้สูญหาย จนกระทั่งถึงการสร้างกระบวนการอ่านเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนทุกกลุ่ม
4. ความเหลื่อมล้ำด้านสวัสดิการ/ สุขภาพ ที่อยู่ในรูปแบบของกองทุนสวัสดิการต่าง ๆ รวมถึงการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบสุขภาพทางเลือกและระบบสุขภาพแบบพึ่งตนเอง เช่น การใช้สมุนไพร
5. ความเหลื่อมล้ำด้านการจัดการทรัพยากรทุกประเภท ตั้งแต่ทรัพยากรที่เป็นปัจจัยพื้นฐานของการผลิต เช่น ป่า น้ำ ดิน ฯลฯ ไปจนถึงปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ เช่น การจัดการขยะ การจัดการหมอกควัน เป็นต้น

อย่างไรก็ตามการจัดประเภทความเหลื่อมล้ำทั้ง 5 รูปแบบมีการแยกแยะความเหลื่อมล้ำออกเป็นด้านต่าง ๆ แต่การแยกแยะดังที่กล่าวเป็นเพียงเพื่อความชัดเจนในการศึกษาและวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางแก้ไขเท่านั้น แต่ในสภาพความเป็นจริงการแยกดังกล่าวไม่ได้แยกขาดออกจากกันอย่างเด็ดขาดและโดยสิ้นเชิง ในทางตรงกันข้ามด้านต่าง ๆ ของความเหลื่อมล้ำมักจะเกี่ยวโยงกันเป็นห่วงโซ่ ดังนั้น เช่น ความยากจน ก็มีโอกาสน้อยที่จะได้เข้ารับการการศึกษาที่สูง ส่งผลให้ไม่ได้รับรู้ถึงสิทธิและสวัสดิการที่ตนพึงได้ เป็นต้น ดังนั้น การแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำแม้จะเริ่มต้นที่ใดเมื่อแก้ไขถึงที่สุดก็ต้องย้อนรอยต่อเนื่องในกันเป็นลักษณะห่วงโซ่เช่นเดียวกัน

2.4 แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์

เชียวขวัญ ภูษมงคล (2549) ได้ศึกษาแนวคิดอัตลักษณ์ โดยได้สรุปว่า อัตลักษณ์ของบุคคลหนึ่งเป็นการมองตนเองเพื่อตอบคำถามว่า “ฉันคือใคร” และ “ฉันเหมือนหรือต่างจากคนอื่นอย่างไร” โดยลักษณะนั้นคงอยู่ด้วยตัวเองอย่างต่อเนื่อง เมื่อผ่านวิกฤตการณ์แต่ละขั้นตอนแล้ว บุคคลนั้นก็จะมีภาพของอัตลักษณ์ในตัวเองอย่างสมบูรณ์ และสามารถปรับตัวให้เข้ากับมาตรฐานของสังคมที่เผชิญอยู่

โดย ได้แบ่งประเภทของอัตลักษณ์ออกเป็น 5 ประเภท ได้แก่

1. อัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล (Individual Identity)
2. อัตลักษณ์ร่วม (Collective Identity)
3. อัตลักษณ์องค์กร (Corporate Identity)
4. อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity)
5. อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Identity)

เชียวขวัญ ภูษมงคล ได้กล่าวอธิบายต่อไปอีกว่า อัตลักษณ์ของปัจเจกบุคคล จะพบว่าบุคคลหนึ่งจะมีหลายอัตลักษณ์ ซึ่งการมองตนเองในมุมต่าง ๆ ในฐานะสมาชิกคนหนึ่งในสังคม เช่น เชื้อชาติ ถิ่นกำเนิด

เพศ อาชีพ ศาสนา เป็นต้น ในฐานะสมาชิกคนหนึ่งในสังคม บุคคลจะมองตนเองในหลายมุม เช่น นาย ก. มองว่าตนเองเป็นคนไทย กำเนิดในภาคอีสาน นับถือพุทธศาสนา การมองตนเองแบบนี้เป็นการมองอัตลักษณ์ตนเองในแง่มุม ๆ ของ นาย ก. นั่นเอง

เมื่อมีบุคคล รวมกันเป็นกลุ่มสังคม ก็จะมีเอกลักษณ์ร่วมกัน ท่านอธิบายว่า เป็นกระบวนการสร้างสำนึกรวมของกลุ่มในสังคมที่ทำให้สมาชิกตระหนักถึงลักษณะร่วมกันของกลุ่ม และเข้าใจว่า “พวกเรา” มีลักษณะแตกต่างจาก “พวกเขา” อย่างไร การเกิดสำนึกร่วมกันสามารถสร้างและปรับเปลี่ยนโดยอาศัยสัญลักษณ์ที่ถูกสร้างขึ้นในระบบวัฒนธรรมกลุ่ม เช่น การจัดงานเทศกาลต่าง ๆ ทำให้พบว่าสังคมและวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการสร้าง ดำรงรักษา และปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์โดยตรง

อัตลักษณ์องค์กร เกิดจากการจัดระบบของสังคมโดยกลุ่มสถาบันในสังคม ได้แก่ สถาบันทางเศรษฐกิจ สถาบันทางสังคม และสถาบันทางการเมือง สถาบันเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลกับสมาชิกในสังคม บุคคลหนึ่งต้องปรับเปลี่ยนอัตลักษณ์ของตนเองเมื่อเข้าเป็นสมาชิกใหม่ในองค์กร อัตลักษณ์บุคคลและอัตลักษณ์ร่วมต้องเปลี่ยนไปตามสภาพแวดล้อมและสังคมในองค์กร

Barker (2000) (อ้างถึงใน เชิญขวัญ ฤชณรงค์, 2549) ได้กล่าวถึง อัตลักษณ์ทางสังคมและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมควบคู่กันว่า อัตลักษณ์ทางสังคมเป็นผลผลิตที่สั่งสมมาจากการใช้วาจากรรม (Product of Discourse) หรือเกิดจากการปฏิบัติทางสังคมร่วมกัน (Social Practice) ในชีวิตประจำวัน ทำให้อัตลักษณ์นี้ไม่ใช่อัตลักษณ์ที่ติดตัวมาตามธรรมชาติ แต่เป็นการสร้างขึ้นมาร่วมกัน (Social Construction) ทำให้บุคคลที่มีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเดียวกันถูกยอมรับจากสมาชิกภายในสังคมเดียวกัน

2.5 แนวคิดวัฒนธรรม

กาญจนา แก้วเทพ (2567) ได้เสนอคำนิยามเชิงวิเคราะห์ คำว่าวัฒนธรรม ไว้ใน การวิจัยเพื่อท้องถิ่นกับการพัฒนาตัวชี้วัดความเหลื่อมล้ำ ด้านสังคม-วัฒนธรรม และการศึกษา : บทสังเคราะห์ (เล่ม 2) ไว้ว่า

1. วัฒนธรรมเป็นกระบวนการ (process) ที่มนุษย์ใช้จัดการความสัมพันธ์ ของมนุษย์กับธรรมชาติ มนุษย์กับมนุษย์ และมนุษย์กับสิ่งเหนือธรรมชาติ โดยมีแรงผลักดันเพื่อความอยู่รอดของตนเอง กลุ่ม เผ่าพันธุ์ สังคม หรือมาจากแรงบันดาลใจเพื่อพัฒนาตนเองและสังคมให้ดีขึ้น

2. ผลผลิตเชิงวัฒนธรรม (cultural product) เป็นกระบวนการจัดการกับความสัมพันธ์ 3 ด้านข้างต้น ในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น อาหาร เสื้อผ้า ที่อยู่อาศัย ศาสนา/พิธีกรรม ยารักษาโรค ภาษา การทำมาหากิน ศิลปะดนตรี ตำนาน เป็นต้น

3. วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มจะมีลักษณะเฉพาะ (distinctive) หรือปัจจุบันที่รู้จักกันว่ามี อัตลักษณ์ (identity) ที่ยอมรับ/เป็นข้อตกลงร่วมกัน ของกลุ่มคนนั้น ๆ วัฒนธรรมของแต่ละกลุ่มจึงมีลักษณะร่วมกับกลุ่มอื่น ๆ แต่ต้องมี ลักษณะเฉพาะตัว

4. วัฒนธรรมเป็นสมบัติร่วมของคนในแต่ละกลุ่ม (common property) ดังนั้น ผลิตรกรรมทางวัฒนธรรม จึงเป็นสมบัติร่วมของคนกลุ่มนั้นจึงมีความรู้สึกเป็นเจ้าของ เมื่อกลุ่มคนอพยพย้ายถิ่นไปที่อื่นก็จะพาวัฒนธรรมติดไปด้วย เมื่อต้องการจะให้มีการเปลี่ยนแปลงแก้ไขวัฒนธรรมต้องขอความคิดเห็น เพื่อให้ได้ข้อสรุปร่วมจากบรรดาสมาชิกของวัฒนธรรมด้วย

5. การสืบทอดวัฒนธรรม (cultural transmission) มีรูปแบบที่หลากหลายและดำเนินการผ่านสถาบันในชุมชน/สังคม เช่น การถ่ายทอดจากพ่อแม่ถึงลูกในครอบครัว ถ่ายทอดในโรงเรียน วัด กลุ่มช่างวิชาชีพ โดยอาจผ่านกระบวนการ “ปู้ย่าพาทำ” ผ่านการเข้าร่วมกิจกรรม ผ่านการเล่าเรื่องตำนาน ผ่านการเรียนในโรงเรียน

6. ทวิลักษณ์ของการสืบทอดวัฒนธรรม ขณะที่วัฒนธรรมเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นในคนรุ่นหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่งในบริบทหนึ่งเมื่อสืบทอดสู่คนรุ่นหนึ่งในอีกช่วงเวลาหนึ่ง ในบริบทอีกแบบหนึ่ง จะเกิดลักษณะทวิลักษณ์ทางวัฒนธรรม กล่าวคือ กลุ่มหนึ่งต้องการสืบทอดอนุรักษ์ให้เหมือนเดิม (conservative) แต่อีกด้านหนึ่งต้องการปรับปรุงเปลี่ยนแปลง (adaptive) ให้เข้ากับบริบทใหม่

เมื่อมองการปรับเปลี่ยนอาจมีได้ 2 รูปแบบ กล่าวคือ

ก. การปรับเปลี่ยนเองโดยธรรมชาติหรือตามยถากรรม

ข. การปรับเปลี่ยนอย่างที่มีมนุษย์ตั้งใจออกแบบ (by design)

7. วัฒนธรรมมีส่วนประกอบทั้ง “รูปธรรม” และ “นามธรรม” นักมานุษยวิทยาบางกลุ่มเสนอว่าวัฒนธรรมทุกประเภท เปรียบเสมือนต้นไม้ที่มีอย่างน้อย 3 ส่วน 2 ส่วนแรก คือ ดอก - ใบ - ผล และลำต้น ส่วนที่อยู่เหนือพื้นดินจึงมองเห็นได้ เป็นรูปธรรม แต่ส่วนที่ 3 คือส่วนของรากประเภทต่าง ๆ จะเป็นส่วนที่อยู่ใต้ดินจึงมองไม่เห็น (invisible) ส่วนนี้เป็นนามธรรม คุณลักษณะนี้เป็นทั้งรูปธรรมและนามธรรมของวัฒนธรรม จึงเป็นที่มาของแนวคิด เรื่อง วัฒนธรรมที่ตายแล้ว แม้ว่าอาจจะจะมีเห็นร่างอยู่ เช่น มีบทสวดอยู่ แต่ถูกเก็บไว้ในพิพิธภัณฑ์ ไม่มีการนำมาใช้

8. วัฒนธรรมทุกอย่างถูกสร้างสรรค์ขึ้นมาให้มีบทบาทหน้าที่ เช่น วัฒนธรรมความเชื่อเรื่องเทวดารักษาเทวารักษ์ต้นไม้ใหญ่ ความเชื่อนี้ทำหน้าที่รักษาความอุดมสมบูรณ์ของป่า และสิ่งแวดล้อม หากวัฒนธรรมใดสูญหายไป บทบาทหน้าที่ที่เคยกระทำของวัฒนธรรมนั้นก็จะสูญหายตามไปด้วย การสืบทอดวัฒนธรรม ทำได้ในแง่การสืบทอดและการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงเพิ่มลดบทบาทหน้าที่ ในปัจจุบันสังคมไทยได้เพิ่มเติมบทบาทด้านเศรษฐกิจให้แก่วัฒนธรรมในรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือ soft power เป็นต้น

9. การวิเคราะห์วัฒนธรรมหนึ่ง ๆ ต้องดูบริบทประกอบอยู่เสมอ หากเราเรียกวัฒนธรรมหนึ่ง ๆ ว่าเป็น “ตัวบท” (text) ตัวบทนั้นต้องก่อเกิดมาจาก “บริบท” (context) ที่แวดล้อมห่อหุ้มอยู่ในการวิเคราะห์จึงต้องวิเคราะห์ทั้ง “ตัวบท” และ “บริบท” เช่น วัฒนธรรมลงแขกเกี่ยวข้าว (ตัวบท) เกิดขึ้นภายใต้บริบทของสังคมที่เป็นคนทำนาเป็นวิถีการหาเลี้ยงชีพ และการทำนานั้นต้องอาศัยแรงงานคนเป็นหลัก ไม่มีเทคโนโลยีสมัยใหม่ ความสัมพันธ์ระหว่างคนในชุมชนจึงต้องเป็นแบบพี่น้อง เครือญาติ เพื่อนบ้าน ที่เน้นคุณค่า การช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เป็นต้น หากส่วนประกอบย่อยใดเปลี่ยนแปลง เช่น เกิดมีรถไถนาเข้ามา ความจำเป็นที่ต้องพึ่งแรงงานเครือญาติและเพื่อนบ้านก็จะหมดไป วัฒนธรรมการลงแขกเกี่ยวข้าวภายใต้บริบทรถไถต้องหลีกเลี่ยงให้แก่วัฒนธรรมรูปแบบใหม่ เช่น ชุมชนอาจสร้างระบบการใช้รถไถร่วมกัน เป็นการปรับเปลี่ยนรูปแบบ แต่ยังคงรักษารากคุณค่า/ความหมายเดิมไว้

10. วัฒนธรรมย่อย ๆ มักจะอยู่ร่วมกันเป็น “ตาข่ายวัฒนธรรม” เช่น พิธีกรรมไหว้ผีบรรพบุรุษ และผีที่ปกปักษ์รักษาธรรมชาติของชาวไทยใต้ จังหวัดนครพนม พิธีกรรมนี้มีส่วนประกอบย่อย ๆ เช่น การแต่งกายพื้นเมือง งานสานเสื่อใบเตย ดนตรีท้องถิ่น ภาษาอีสาน สมุนไพรพื้นเมือง และบายศรีผู้ใหญ่ จากส่วนประกอบดังกล่าวหากส่วนประกอบใดขาดหายไป ก็จะประกอบพิธีกรรมไม่ได้

11. วัฒนธรรมหนึ่งจะไม่เคยอยู่อย่างโดดเดี่ยวตามลำพัง หากอยู่ร่วมกับวัฒนธรรมอื่น ๆ อยู่เสมอ และจะมีการปะทะ สัมผัส และแลกเปลี่ยนกันบ้าน ถูกครอบงำหรือเป็นฝ่ายครอบงำบ้าง กับวัฒนธรรมอื่น ๆ อยู่เสมอ เช่น วัฒนธรรมความเชื่อเรื่องการไหว้ผีปะทะกับวัฒนธรรมแบบวิทยาศาสตร์ วัฒนธรรมด้านภาษาของคนกลุ่มน้อย กับวัฒนธรรมของคนกลุ่มน้อย เป็นต้น

12. การศึกษาวัฒนธรรมการรับรู้ทั้งจากคนในและคนนอกวัฒนธรรม เป็นความสำคัญกับการเก็บข้อมูลจาก “คนกลุ่มต่าง ๆ” ต้องแยกแยะให้ละเอียดว่าเป็นคนในหรือคนนอกวัฒนธรรม มีความใกล้ชิดกับวัฒนธรรมมากน้อยเพียงใด

13. การจำแนกประเภทของวัฒนธรรม สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ วัฒนธรรมหลัก (Dominant Culture) เช่น สังคมไทยใช้ภาษาไทยภาคกลางเป็นวัฒนธรรมหลัก และวัฒนธรรมย่อย (Subculture) เช่น ภาษาของคนในแต่ละภูมิภาค ก็จะใช้ภาษาถิ่นของตน

2.6. แนวคิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า

กระบวนการกลายเป็นสินค้า (commodification) หมายถึง การที่ผลผลิตถูกทำให้เกิดขึ้นต่อระบบตลาด โดยผลผลิตจะถูกผลิตเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และผู้ผลิตจะทำการผลิตเพื่อแสวงหากำไร โดยระบบทุนนิยมจะมีกระบวนการแปลงทุกสิ่งทุกอย่างให้กลายเป็นสินค้า โดยมีการตั้งราคาเป็นกลไกสำคัญให้แก่สินค้านั้น ทำให้วัตถุหรือสิ่งของขยับจากการอยู่ใต้กฎเกณฑ์ของมูลค่าใช้สอยไปสู่มูลค่าแลกเปลี่ยน (ทราย์ทิพย์ ชีระเดชพงศ์. (2553) อ้างถึงในกาญจนา แก้วเทพ และสมสุข หินวิมาน, 2551)

กระบวนการทำให้กลายเป็นสินค้าในปัจจุบันมีหลายรูปแบบ เช่น

1. การกล่อมเกลாதาสังคม (Socialization) ถูกเปลี่ยนให้กลายมาเป็นมูลค่าแลกเปลี่ยน เช่น สังคมที่สร้างให้ผู้หญิงต้องอยู่กับเหย้าเฝ้ากับเรือน เลี้ยงดูลูก ทำอาหาร ถูกระบบทุนนิยมนำเอากระบวนการซื้อขายแลกเปลี่ยนเข้ามาเพื่อแลกกับแรงงานเหล่านั้น

2. การแปรรูปให้เป็นเอกชน (Privatization) ของการให้บริการภาครัฐเท่ากับเป็นการให้บริการภาครัฐที่เป็นสวัสดิการไปสู่การซื้อขายอยู่ในระบบตลาด

3. กระบวนการทำให้เป็นอาชีพ (Professionalization) ของนักกีฬาสมัครเล่น จากที่เคยเป็นเพียงการเล่นเพื่อผ่อนคลาย ถูกทำให้มาอยู่ในระบบตลาดเพื่อซื้อขายแลกเปลี่ยน และผู้เล่นกีฬายึดเป็นอาชีพเพื่อหาเลี้ยงตนเอง

การขยายกระบวนการทำให้เป็นสินค้าเป็นกระบวนการที่ย้อนแย้ง กล่าวคือกระบวนการนี้จะลดทอนการเป็นมนุษย์ (dehuman) และลดทอนความหมายบางอย่าง (demeaning) ลงไป ขณะเดียวกันในกระบวนการยังมีความก้าวหน้า (progressive) เช่นกระบวนการนี้จะทำให้สถานะผู้หญิงสามารถประกอบอาชีพเลี้ยงตนเองหารายได้ได้ แต่ขณะเดียวกันกลับตกอยู่ในกระบวนการลดทอนความเป็นมนุษย์ลงกลายเป็นสินค้า

อำนาจของกระบวนการทำให้กลายเป็นสินค้า วางอยู่บนพื้นฐานของประโยชน์การแบ่งงานกันทำเป็นส่วนหนึ่งของการกล่อมเกลาทาสังคม ปัจจัยอิทธิพลของระบบทุน ระบบการกล่อมเกลาทาสังคมจึงกลายเป็นเนื้อเดียวกันไปกับกระบวนการกลายเป็นสินค้า

กระบวนการแปรรูปเป็นสินค้า จึงทำให้ทุนเติบโต สร้างความมั่งคั่งทางการค้า นายทุนเป็นผู้ครอบครองทุนการผลิตและปัจจัยการผลิตที่สำคัญ โดยมีชนชั้นแรงงานเป็นผู้ทำงานหรือปัจจัยการผลิตที่

สำคัญ ระบบทุนนิยมยังปลดปล่อยพันธนาการทางการค้าสู่การค้าเสรีสู่ตลาดของการแข่งขัน ในการแสวงหาความมั่งคั่ง ในอุตสาหกรรมการผลิตระบบทุนนิยมมองสินค้าที่รอการแลกเปลี่ยนออกมาในรูปของเงินตรามากขึ้นเพื่อแสวงหาผลกำไรในการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจสังคมและวัฒนธรรม จึงเป็นความสัมพันธ์ระบบตลาดด้วย ระบบทุนนิยมในการสะสมความมั่งคั่งจะมาจากการผลิตสินค้าเพื่อขาย ผลผลิตต่าง ๆ ที่ผลิตได้ในสังคมและวัฒนธรรมจะถูกแปรเปลี่ยนให้เป็นสินค้า

ในระบบทุนนิยมมีกระบวนการแปลงทุกสิ่งให้เป็นสินค้านอกจากแรงงานของมนุษย์ที่ถูกแปลงให้กลายเป็นสินค้าแล้ว จิตวิญญาณก็สามารถเปลี่ยนให้เป็นสินค้าได้ กลไกที่สำคัญที่ช่วยแปลงทุกสิ่งทุกอย่างให้เป็นสินค้า คือ การตั้งราคา ให้แก่สิ่งต่าง ๆ ซึ่งทำให้สิ่งของเปลี่ยนจากการอยู่ภายใต้กฎเกณฑ์ของมูลค่าใช้สอยไปสู่มูลค่าแลกเปลี่ยน กระบวนการแปรเปลี่ยนทุกอย่างให้กลายเป็นสินค้าจึงเป็นกลไกที่สำคัญที่ทำให้เกิดปรากฏการณ์ที่ในระบบทุนนิยมจะมองเห็นแต่วัตถุสิ่งของ แต่จะมองไม่เห็นกระบวนการผลิต คือ มองไม่เห็นแรงงานที่บรรจุภายในสินค้านั้น สิ่งของที่ควรจะมีหน้าที่เป็นตัวสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่างมนุษย์ด้วยกัน แต่ความสัมพันธ์ในระบบทุนนิยมกลายเป็นว่าผู้คนกลายมาเป็นสื่อกลางเชื่อมโยงระหว่างสิ่งของกับสิ่งของ

2.7 แนวคิดการพัฒนากลุ่มอาชีพให้มีความเข้มแข็ง

กรมการพัฒนาชุมชน (2560) ได้ให้ความหมายไว้ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน ให้ความหมายกลุ่มอาชีพไว้ว่า คือการเลี้ยงชีวิต การทำมาหากิน อันหมายถึงอาชีพที่ไม่เบียดเบียนตนเอง ผู้อื่น สิ่งแวดล้อม และมีรายได้มากกว่ารายจ่าย

กลุ่มอาชีพ หมายถึง การรวมตัวกันของชาวบ้านที่ประกอบอาชีพเดียวกัน ดำเนินกิจกรรมด้านอาชีพ ผลิต และจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง โดยอยู่ในรูปของคณะกรรมการ และมีระเบียบข้อบังคับ โดยมีวัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่มอาชีพ ได้แก่

1. ส่งเสริมให้ชุมชนมีการรวมกลุ่มช่วยเหลือกัน มีความมั่นคงในการประกอบอาชีพ และเกิดรายได้อย่างต่อเนื่อง

2. พัฒนาทักษะ ความรู้ความสามารถ ในการผลิต การตลาด และการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อก้าวไปสู่การเป็นผู้ประกอบการชุมชน

3. เป็นศูนย์กลางในการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านสัมมาชีพตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง

การพัฒนากลุ่มอาชีพ

กลุ่มอาชีพที่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อดำเนินกิจกรรมจะมีความยั่งยืน ต้องพัฒนาด้านต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง ดังนี้

1. การบริหารจัดการ

- 1) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานกลุ่ม
- 2) มีกิจกรรมกลุ่มอย่างต่อเนื่อง
- 3) มีการแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเหมาะสมเป็นธรรม สมาชิกมีความพึงพอใจ
- 4) มีกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาการเรียนรู้เสมอ
- 5) มีกฎระเบียบ กติกาที่สมาชิกยอมรับ
- 6) มีการกำกับ ติดตาม และตรวจสอบการดำเนินงาน
- 7) มีกิจกรรมสร้างแรงจูงใจ เช่น ให้รางวัล ยกย่อง ชมเชย

2. การพัฒนาด้านการผลิต

- 1) ปริมาณผลผลิตได้ตามเป้าหมาย
- 2) คุณภาพผลผลิตได้ตามเป้าหมาย
- 3) มีความหลากหลายของผลผลิต
- 4) มีการพัฒนาต่อยอดผลผลิต

3. การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

- 1) มีการคัดวัตถุดิบที่มีคุณภาพ คำนึงถึงความปลอดภัยและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม
- 2) มีการใช้ภูมิปัญญา วัฒนธรรม เป็นฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 3) มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของ

ตลาด

- 4) มีการนำเทคโนโลยี องค์ความรู้ใหม่มาใช้ในการดำเนินงาน
- 5) มีการขอเครื่องหมายรับรองคุณภาพ เช่น มผช. ออย. ฮาลาล เป็นต้น

4. การส่งเสริมช่องทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ เพื่อเป็นการเปิดโอกาสในการสร้างการรับรู้ และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ดังนี้

- 1) จำหน่าย ณ ที่ทำการกลุ่ม
- 2) จำหน่ายในชุมชน
- 3) จำหน่ายในร้าน OTOP
- 4) จำหน่ายในโรงแรม ที่พัก แหล่งท่องเที่ยว
- 5) จำหน่ายร้านจำหน่ายของฝาก จุดพักรถนักท่องเที่ยว
- 6) จำหน่ายงานแสดงสินค้าของหน่วยราชการ เอกชน
- 7) มีการประชาสัมพันธ์ทางสื่อสิ่งพิมพ์โปสเตอร์ แผ่นพับ แผ่นปลิว
- 8) สื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์ ไลน์ เฟซบุ๊ก กระดานสินค้า เป็นต้น

5. การจัดสรรผลกำไร

- 1) มีการจัดสรรสวัสดิการ เช่น ฌาปนกิจ ค่ารักษาพยาบาลทุนการศึกษา เป็นต้น
- 2) พัฒนาสาธารณประโยชน์
- 3) ส่งเสริมและพัฒนาคณะกรรมการและสมาชิก เช่น ศึกษาดูงาน ให้อภัย เป็นต้น
- 4) การจัดสรรเป็นทุนของกลุ่ม
- 5) การปันผลแก่สมาชิก

ปัจจัยความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ

การตั้งกลุ่มและพัฒนากลุ่มอาชีพให้ประสบความสำเร็จ มีปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของกลุ่มอาชีพ ดังนี้

1. ด้านผู้นำ

- 1) ผู้นำจะต้องมีความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ ในการจัดการธุรกิจ
- 2) มีการกระจายอำนาจของผู้นำ

2. ด้านสมาชิก

- 1) มีความรู้ทักษะและประสบการณ์
- 2) มีจำนวนสมาชิกในการเข้าร่วมกิจกรรม

- 3) มีการส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีของสมาชิก
3. ด้านวัตถุประสงค์ของกลุ่ม
 - 1) มีการกำหนดวัตถุประสงค์ร่วมกัน
 - 2) สมาชิกมีความรู้ความเข้าใจในวัตถุประสงค์ของกลุ่ม
 - 3) ความสำเร็จตามวัตถุประสงค์
 - 4) วัตถุประสงค์สอดคล้องกับสมาชิกกลุ่ม
4. ด้านบริหารจัดการกลุ่ม
 - 1) การมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของกลุ่ม
 - 2) การมีกิจกรรมกลุ่มอย่างต่อเนื่อง
 - 3) การแบ่งปันผลประโยชน์ของกลุ่ม
 - 4) มีกิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาการเรียนรู้
 - 5) มีกฎระเบียบ กติกาที่ยอมรับของสมาชิก
 - 6) จำนวนสมาชิกที่พอใจในการได้รับผลประโยชน์
5. ด้านการสื่อสารภายในกลุ่ม
 - 1) ความถี่ของการสื่อสาร / การประชุมกลุ่ม
 - 2) รูปแบบการสื่อสารของกลุ่ม
6. ด้านผลผลิต ผลงานของกลุ่ม
 - 1) ปริมาณผลผลิต ได้ตามเป้าหมาย
 - 2) คุณภาพผลผลิต ได้ตามเป้าหมาย
 - 3) มีความหลากหลายของผลผลิต
 - 4) มีตลาดรองรับผลผลิต
 - 5) มีการพัฒนาต่อยอดผลผลิต
7. ด้านเงินทุนในกลุ่ม
 - 1) มีจำนวนเงินทุนหมุนเวียนในกลุ่ม
 - 2) จำนวนการถือหุ้นของสมาชิก

2.8 แนวคิดการตลาดแบบ B2B และ B2C

Business to Business หรือที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายด้วยตัวย่อ B2B (เรียกว่า B-to-B) เป็นรูปแบบการทำธุรกิจระหว่างภาคธุรกิจด้วยกันเอง ขยายความให้ชัดขึ้นก็คือ ธุรกิจที่ดำเนินการระหว่างบริษัท ไม่ใช่ระหว่างบริษัทกับผู้บริโภคแต่ละราย (Chen, 2023) สามารถสรุปลักษณะสำคัญโดยสังเขปได้ดังนี้ (WISESIGHT, 2023)

ประการแรก มุ่งสร้างรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการให้กลุ่มเป้าหมายที่เป็นองค์กร หน่วยงาน หรือบริษัท โดยให้ความสำคัญกับผู้อำนาจในการตัดสินใจซื้อภายในองค์กรนั้นๆ เป็นหลัก กล่าวในอีกแง่หนึ่งก็คือ จะไม่เน้นการทำการตลาดที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายจำนวนมาก

ประการที่สอง กระบวนการตัดสินใจซื้อจะมีความซับซ้อนและใช้เวลาที่ค่อนข้างนาน เพราะในการซื้อจะมีการร่วมแสดงความคิดเห็นจากฝ่ายต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจร่วมกันว่าสินค้านั้นมีความจำเป็นต่อองค์กร หน่วยงาน หรือบริษัทหรือไม่

ประการที่สาม ให้ความสำคัญกับผลตอบแทนจากการลงทุน (Return On Investment) เพราะเกี่ยวข้องกับผลประโยชน์ขององค์กร หน่วยงาน หรือบริษัท ธุรกิจลักษณะนี้ต้องทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความเชื่อมั่น มองเห็นความชำนาญ พร้อมทั้งทำให้เห็นว่าสินค้าหรือบริการที่นำเสนอจะส่งผลดีและนำไปสู่การสร้างผลกำไรได้

ประการที่สี่ มุ่งทำการตลาดด้วยคอนเทนต์ (Content Marketing) เพื่อแบ่งปันความรู้/ข้อมูลทีละเล็กละน้อยและเพียงพอต่อการตัดสินใจ จนนำไปสู่การติดต่อกลับเพื่อการแลกเปลี่ยนพูดคุย กล่าวได้ว่าเป็นการทำการตลาดที่ช่วยส่งเสริมความสามารถในการรับรู้สินค้า การพิจารณาสินค้า การตัดสินใจซื้อสินค้า และการซื้อสินค้าซ้ำของกลุ่มเป้าหมาย

ประการที่สุดท้าย ค่าใช้จ่ายในการทำการตลาดค่อนข้างสูง เพราะการตัดสินใจซื้อในแต่ละครั้งมักใช้เวลาค่อนข้างนาน กล่าวคืออาจต้องใช้เงินที่มากขึ้นในการทำการตลาดเพื่อโน้มน้าวใจและจูงใจให้กลุ่มเป้าหมายที่มีอำนาจในการตัดสินใจซื้อมีความเชื่อมั่นและไว้วางใจ

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า Business-to-Business เป็นการทำธุรกิจทั้งในแง่การผลิตสินค้า/บริการ ระหว่างเจ้าของธุรกิจสู่เจ้าของธุรกิจ เป็นรูปแบบธุรกิจที่มีขั้นตอนการซื้อที่ซับซ้อน เพราะต้องผ่านกระบวนการตัดสินใจจากหลายฝ่ายที่เกี่ยวข้อง ต้องมีการวางแผนอย่างเหมาะสมและเป็นระบบ และมีความใส่ใจเรื่องผลตอบแทนการลงทุน ตลอดจนเน้นทำการตลาดด้วยคอนเทนต์ที่มุ่งแบ่งปันข้อมูลเพื่อความน่าเชื่อถือและดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย

Business-to-Consumer หรือที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายด้วยตัวย่อ B2C เป็นรูปแบบการทำธุรกิจที่มีกระบวนการขายสินค้าและบริการโดยตรงระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภคที่เป็นผู้ใช้สินค้าหรือบริการของตน บริษัทส่วนใหญ่ที่ขายโดยตรงให้แก่ผู้บริโภคสามารถเรียกว่า บริษัทแบบ B2C (Kenton, 2024) สามารถสรุปลักษณะสำคัญโดยสังเขปได้ดังนี้ (WISESIGHT, 2023)

ประการแรก มุ่งสร้างรายได้จากการขายสินค้าหรือบริการให้กลุ่มเป้าหมายจำนวนมากและเป็นใครก็ได้ กล่าวคือ เป็นการทำการตลาดเพื่อมุ่งเข้าหากลุ่มคนจำนวนมากที่สามารถใช้สินค้าหรือบริการของธุรกิจตนได้โดยไม่จำเป็นต้องเป็นผู้ซื้อก็ได้

ประการที่สอง กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคไม่มีความซับซ้อน เพราะผู้บริโภคในแต่ละรายจะทำการตัดสินใจด้วยตนเองซึ่งใช้เวลาไม่นาน ในกรณีที่การตัดสินใจซื้อมีความซับซ้อนก็จะเป็นลักษณะการขอคำแนะนำจากคนรอบข้าง

ประการที่สาม โปรโมชัน คือแรงจูงใจหนึ่งที่สำคัญของการตัดสินใจซื้อ และขึ้นอยู่กับความพึงพอใจ อาจกล่าวได้ว่าให้ความสำคัญมากกว่าเรื่องของประสิทธิภาพ หรือข้อมูลสินค้าแบบละเอียด

ประการที่สี่ มุ่งทำการตลาดด้วยคอนเทนต์ (Content Marketing) ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เน้นความหลากหลาย เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับแบรนด์ (Brand Awareness) และสร้างการมีส่วนร่วม (Engagement) ให้เกิดขึ้นระหว่างแบรนด์และกลุ่มผู้บริโภค เช่น การรีวิว (review) สินค้าและบริการ

ประการที่สุดท้าย ค่าใช้จ่ายในการทำการตลาดน้อย เพราะการตัดสินใจซื้อเกิดขึ้นเฉพาะบุคคล ดังนั้นจึงทำให้เกิดความรวดเร็ว ไม่เสียเวลา

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า Business – to – Consumer เป็นการทำธุรกิจระหว่างธุรกิจกับผู้บริโภคที่เป็นผู้ใช้สินค้าหรือบริการโดยตรง เน้นทำการตลาดด้วยประเภทสินค้าที่ใช้ในชีวิตประจำวันทั่วไป มีขั้นตอน การตัดสินใจซื้อที่ไม่ซับซ้อน เพราะเมื่อผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจก็สามารถตัดสินใจซื้อได้ด้วยตนเองทันที

3.9 แนวคิดเทคนิคการพิมพ์ซิลค์สกรีน

ศักดิ์ชัย เกียรติจินา (2548) ได้กล่าวถึงการพิมพ์ซิลค์สกรีน ไว้ว่า เป็นการพิมพ์ที่สามารถพิมพ์บนวัสดุได้หลายชนิด เช่น กระดาษ ผ้า ไม้ แก้ว พลาสติก เป็นต้น เพื่อใช้ประโยชน์ที่แตกต่างกันออกไปตามวัตถุประสงค์ สามารถพิมพ์ลงบนวัสดุที่มีรูปทรง กลม โค้ง หรือรูปทรงแปลก ๆ เพื่อให้ได้ลวดลายที่มีความสวยงามโดยใช้ต้นทุนการผลิตที่น้อยที่สุด

การพิมพ์ซิลค์สกรีน หมายถึง ระบบการพิมพ์ที่รอยหมึกเกิดจากรอยปรูของแม่พิมพ์ โดยใช้ยางปาดหมึกให้ไหลผ่านผ้าสกรีนไปปรากฏลงบนวัสดุที่จะพิมพ์

การพิมพ์สามารถแบ่งออกได้ 4 ระบบ ดังนี้

1. แม่พิมพ์นูน (Letter Press) คือ การพิมพ์ที่รอยหมึกพิมพ์เกิดจากส่วนนูนของแม่พิมพ์ลักษณะภาพจะกลับซ้ายเป็นขวา ได้แก่ แม่พิมพ์โลหะ แม่พิมพ์ทรายยาง เป็นต้น

2. แม่พิมพ์ร่องลึกหรือกราวัวร์ (Gravure) คือ การพิมพ์ที่เกิดจากส่วนลึกของแม่พิมพ์โดยนำหมึกพิมพ์ทาบบนแม่พิมพ์ แล้วเช็ดส่วนของแม่พิมพ์บริเวณที่เป็นพื้นราบออก หมึกจะคงเหลืออยู่ในบริเวณร่องลึกของแม่พิมพ์เวลาพิมพ์ภาพจะเกิดจากหมึกในร่องลึกลักษณะภาพจะเป็นตัวกลับซ้ายเป็นขวา มักใช้ในงานพิมพ์กระดาษห่อของ เป็นต้น

3. แม่พิมพ์พื้นราบ (Offset) คือ แม่พิมพ์ที่เกิดจากส่วนราบของแม่พิมพ์ที่เรียกว่า เพลท (Plate) มีลักษณะเป็นแผ่นสังกะสีแบนราบ เพลทจะถูกตรึงอยู่กับลูกกลิ้งในเครื่องพิมพ์ ลูกกลิ้งจะกลิ้งลงบนแม่พิมพ์และจะติดเฉพาะลวดลายของสารเคมีบนแม่พิมพ์เท่านั้น พื้นที่ว่างเปล่าจะมีลูกกลิ้งหล่อเลี้ยงไม่ให้หมึกติดตัวอักษรและภาพบนเพลทจะเป็นตัวตรงเวลาพิมพ์เพลทจะพิมพ์ลงบนลูกกลิ้งยางเป็นตัวกลับซ้ายเป็นขวาครั้งหนึ่งก่อนแล้วลูกกลิ้งยางจึงจะพิมพ์บนกระดาษเป็นตัวอักษรปกติ

4. แม่พิมพ์รอยปรู (Silk Screen) คือ การพิมพ์ที่เกิดจากรอยปรูของแม่พิมพ์ กรอบสกรีนจะฉาบกาวยึดหรือแผ่นฟิล์มเว้นรอยปรูทะลุไว้เป็นตัวอักษรและภาพต่าง ๆ เวลาหมึกพิมพ์จะผ่านรอยปรูไปปรากฏบนกระดาษลักษณะภาพจะเป็นภาพตรง

วัสดุในการพิมพ์ซิลค์สกรีน

วัสดุที่ใช้ในการพิมพ์ซิลค์สกรีน ประกอบไปด้วย

1. กรอบสกรีน เป็นกรอบเพื่อยึดผ้าสกรีน กรอบสกรีนจะต้องมีความแข็งแรง ไม่บิดงอเมื่อถูกน้ำหรือสารเคมี ลักษณะจะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีขนาดแตกต่างกันออกไปตามที่ใช้ งาน วัสดุที่นิยมนำมาทำเป็นกรอบสกรีน ได้แก่ ไม้ และกรอบสแตนเลส

2. ผ้าสกกรีน เป็นผ้าที่จะนำมาใช้สกกรีน มี 6 ลักษณะ ได้แก่ ผ้าไหม ผ้าสแตนเลสสตีล ผ้าใยสังเคราะห์ ผ้าสกกรีนย้อมสี ผ้าสกกรีนเคลือบโลหะ และผ้าสกกรีนแบบ

3. หมึกพิมพ์ หมึกพิมพ์ซิลค์สกกรีน จัดอยู่ในหมึกชั้นที่มีเนื้อหมึกละเอียดเพื่อให้การพิมพ์ที่คมชัด มี 5 ประเภท ได้แก่

3.1 หมึกพิมพ์เชื่อน้ำ เป็นหมึกพิมพ์ที่ใช้ น้ำเป็นส่วนผสม และใช้ล้างหมึก มีส่วนประกอบ ได้แก่ ไบเตอร์ เนื้อสี อิมัลชัน ทำให้มีลักษณะที่แตกต่างกันออกไป ได้แก่

3.1.1 หมึกสีจม เป็นหมึกพิมพ์ผ้าธรรมดา เหมาะสำหรับผ้าฝ้าย ผ้าใยสังเคราะห์ใช้พิมพ์ผ้าที่มีสีอ่อนกว่าสีหมึก

3.1.2 หมึกสีลอย คุณสมบัติเหมือนสีจม แต่ปรับให้สีมีความเข้มข้นมากขึ้น จึงพิมพ์ได้ทั้งผ้าสีอ่อน และสีแก่ หมึกจะลอยอยู่บนผิวผ้าไม่ซึมหายลงไปเนื้อผ้า

3.1.3 หมึกสียาง คล้ายสีลอย แต่มีความเหนียวและมันเงาคล้ายยางติดอยู่บนผ้าเนื้อ สีเข้ม และเหนียวควรใช้น้ำยาปรับความชื้น เพื่อลดความเหนียวลง

3.1.4 หมึกสีนูนหรือสีฟู เป็นหมึกที่มีผงฟูผสมอยู่ ควรระวังในการพิมพ์บนพื้นสีอ่อน ไม่ควรใช้ความร้อนเกินไปจะทำให้หมึกยึดติดผ้าไม่ดี

3.1.5 หมึกมุก ใช้พิมพ์ผ้าได้ทุกชนิด มีส่วนผสมของสีมุก เมื่อพิมพ์แล้วจะมีสีเหลือบเหมือนมุก

3.1.6 หมึกกากเพชร เป็นหมึกพิมพ์ผสมกากเพชรละเอียด เมื่อพิมพ์แล้วจะมีประกายสดใส

3.1.7 หมึกสีทองหรือสีเงิน เป็นหมึกผสมผงทองและผงเงิน พิมพ์แล้วจะเป็นสีทองและสีเงิน

การใช้สีสกกรีนเชื่อน้ำควรใช้ผ้าสกกรีนตามเบอร์เพื่อให้เหมาะสมกับหมึกพิมพ์แต่ละชนิด การทำแม่พิมพ์ควรใช้วิธีการอัดสีม่วง หรือฟิล์มเขียว ยางปาดที่ใช้กับหมึกเชื่อน้ำ ควรใช้ยางปาดที่มีความอ่อนแบบแหลมกลาง เพื่อให้เนื้อหมึกลงได้มาก การเลือกผ้าสกกรีนกับหมึกพิมพ์เชื่อน้ำ ขึ้นอยู่กับลักษณะผ้า เช่น ผ้าขนหนู เสื้อยืด เสื้อกีฬา ผ้าไหม ผ้าเนื้อละเอียด เป็นต้น

3.2 หมึกเชื่อน้ำมัน เป็นหมึกที่ใช้สีน้ำมันเป็นส่วนผสมและล้างหมึก เหมาะสำหรับพิมพ์กระดาษ ไม้ เหล็ก แก้ว แบ่งได้ 2 ประเภท ได้แก่

3.2.1 หมึกแห้งเร็วหรือหมึกพิมพ์กระดาษ หมึกชนิดนี้จะแห้งภายใน 5 – 10 นาที แห้งแล้วจะมีลักษณะกึ่งด้านกึ่งมัน ใช้พิมพ์กระดาษได้ทุกชนิด เช่น กระดาษโปสเตอร์ กระดาษการ์ด กระดาษสีชอล์ค กล่องลูกฟูก ยังสามารถพิมพ์บนไม้และผ้าได้

3.2.2 หมึกแห้งช้าหรือหมึกพิมพ์ดรูโลท เป็นหมึกแห้งช้าด้วยการระเหย เมื่อแห้งสนิทจะมันวาว มีแรงยึดผิวสูง ใช้สำหรับพิมพ์นามบัตรตัวนูน ไม้ แก้ว โลหะ หิน กระเบื้องเคลือบ และแผ่นป้ายพลาสติก

3.3 หมึกเชื่อพลาสติก แบ่งออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่

3.3.1 เทอร์โมพลาสติก เป็นพลาสติกที่สามารถนำมาหล่อเป็นพลาสติกใหม่ได้ เช่น อะซิเตท อะคราลิก โพลีเอททิลีน โพลีเอไมด์ไนลอน โพลีโพรไพลีน ไวนิล เป็นต้น

3.3.2 เทอร์โมเซตติง มีรูปทรงถาวร เมื่อผ่านการผลิตโดยใช้ความร้อนแล้วแรงกด จะไม่สามารถนำกลับมาหลอมละลายใหม่ได้อีก

3.4 หมึกพิมพ์ยูวี เป็นหมึกที่ใช้พิมพ์พลาสติกซึ่งจะแห้งตัวในเวลา 2 – 3 วินาที เมื่อผ่านแสงยูวี ที่มีล่องคลื่นระหว่าง 200 – 400 นาโนเมตร โมเลกุลของหมึกจะสั่นกระแทกกันเอง ทำให้หมึกแห้งลง

3.5 หมึกพิมพ์พิเศษ เป็นหมึกพิมพ์ที่ใช้ในงานพิเศษ เช่น หมึกพิมพ์แผ่นใสสำหรับเครื่องข้ามศีรษะ หมึกพิมพ์วงจรไฟฟ้า หมึกสีเงินที่ชุบออกได้ หมึกพิมพ์รูปลอก

4. วาณิช เป็นเรซินที่ใช้พิมพ์เคลือบทับลงบนสี หรือใช้พิมพ์ทับบนพื้นวัสดุเพื่อให้เกิดความคงทนถาวร มีชนิดใสและขุ่น

5. น้ำมันผสม น้ำมันกันตัน น้ำมันล้าง หมึกสกรีนน้ำมันและเชื้อพลาสติกก่อนนำมาใช้งานจะต้องมีส่วนประกอบอื่นรวมอยู่ด้วย เช่น น้ำมันผสม น้ำมันกันตัว น้ำมันล้าง

6. น้ำยาเคลือบสกรีนแพทลี เป็นน้ำยาใส่ใช้เคลือบแม่พิมพ์สกรีนที่ทำจากกาวยัด เพื่อใช้ใช้กับหมึกพิมพ์ให้น้ำได้

7. น้ำยาดูดสกรีน เป็นน้ำยาขุ่นสีฟ้าเข้ม ใช้ดูดรูผ้าสกรีนที่เกิดขึ้นได้ขณะพิมพ์หรืออุดส่วนที่ไม่ต้องการพิมพ์

8. สเปรย์กาว จะใช้ฉีดยึดพื้นที่จะพิมพ์เพื่อช่วยยึดชิ้นงานให้คงที่ไม่ติดขึ้นมากับผ้าสกรีน การฉีดยึดสเปรย์กาวจะฉีดยึดเพียงพื้นที่เล็ก ๆ เพื่อให้ชิ้นงานหลุดออกได้ง่ายเมื่อพิมพ์ไปได้ระยะหนึ่งความเหนียวของกาวจะลดลง ให้ใช้ลากลูบทินเนอร์เช็ดออกแล้วพ่นทับใหม่

9. ยางปาด ใช้ปาดหมึกพิมพ์ให้ผ่านผ้าสกรีนในปริมาณมาก น้อยตามลักษณะของยางปาด โดยทั่วไปยางปาดจะทำจากยางดิบและพลาสติกสังเคราะห์ ทนต่อการเสียดสีในการพิมพ์และน้ำมันผสมหมึกพิมพ์ต่าง ๆ ควรเลือกใช้ยางปาดให้เหมาะสมกับลักษณะงาน

10. แท่นพิมพ์ เป็นอุปกรณ์ที่มีความจำเป็นเพื่อให้เกิดความสะดวกในการทำงาน สามารถทำได้ดังนี้

10.1 วางแม่พิมพ์ลงบนวัสดุโดยตรง เป็นการพิมพ์ที่ไม่ต้องการตำแหน่งที่คงที่บนวัตถุ พิมพ์เสร็จนำมาจัดตกแต่งใหม่

10.2 การติดบานพับ ทำได้โดยการยึดบานพับกับกรอบสกรีนและพื้นที่

10.3 การใช้เหล็กฉากยึดกรอบสกรีน ทำได้โดยการใช้เหล็กฉากยึดติดกับบานพับตั้งกรอบสกรีนโดยใช้สกรูยึดบนบานพับกับโต๊ะ แล้วยึดกรอบสกรีนกับเหล็กฉากด้วยซีแครมป์ เป็นวิธีการตั้งฉากสกรีนชั่วคราวที่มีความมั่นคง และกรอบสกรีนไม่เสียหาย

10.4 การใช้เหล็กฉากรูปตัวยู โดยนำเหล็กฉากรูปตัวยูมาเจาะรูเพื่อใส่น็อตยึดกรอบสกรีน 3 รู เชื่อมเหล็กฉากกับบานพับเพื่อติดตั้งกับโต๊ะ หรือแผ่นกระดานรองพิมพ์

10.5 การใช้แท่นพิมพ์จากโรงงาน โดยการซื้อโต๊ะพิมพ์จากแหล่งผลิตที่ได้มาตรฐาน มีระบบต่าง ๆ ที่เอื้ออำนวยความสะดวกในการพิมพ์

ขั้นตอนการพิมพ์ซิลค์สกรีน

การพิมพ์ซิลค์สกรีน มีขั้นตอน ดังนี้

1. การเตรียมพิมพ์ เป็นการเตรียมอุปกรณ์ต่าง ๆ เพื่อให้การพิมพ์เป็นไปด้วยความเรียบร้อย ได้แก่ แม่พิมพ์ สีหมึก แท่นพิมพ์ ยางปาด วัสดุที่ใช้พิมพ์
2. อุปกรณ์ยึดสิ่งพิมพ์ เพื่อช่วยยึดสิ่งพิมพ์ให้ติดกับพื้นชั่วคราว ด้วยอุปกรณ์ตามลักษณะของสิ่งพิมพ์ ได้แก่ การพิมพ์สติ๊กเกอร์ หรือกระดาษ การพิมพ์ผ้า การใช้สเปรย์ การใช้แท่นลมดูด
3. การตั้งระยะผ้าสกรีน เพื่อช่วยไม่ให้หมึกพิมพ์แข็งตัวมากเกินไป ด้วยองค์ประกอบต่อไปนี้ ขนาดกรอบไม้ ผ้าสกรีน หมึกพิมพ์
4. การตั้งฉาก เป็นการตั้งระยะของชิ้นงานที่จะพิมพ์ให้เที่ยงตรงมีระยะเท่ากันทุกชิ้น ฉากที่ตั้งอาจเป็นแผ่นกระดาษ เทปกาที่บางกว่าวัสดุที่พิมพ์เล็กน้อย การติดแนวฉากควรอยู่ตรงกันข้ามกับทิศทางที่ป้อนชิ้นงานเข้าเพื่อความสะดวกในการป้อนงาน
5. การปาดหมึก ควรเลือกยางปาดให้เหมาะสมกับงาน ยางปาดแหลมและทำให้หมึกออกน้อย ยางปาดหน้าตัดตรงจะทำให้หมึกออกปานกลาง และยางปาดมนจะทำให้หมึกออกมาก การตั้งยางปาดปกติจะทำมุมกับผ้าสกรีน 45 องศา เมื่อเตรียมงานที่พิมพ์ และตั้งฉากกรอบสกรีนเรียบร้อยแล้วจึงลงมือปาดสี ดังนี้
 - 5.1 เกลี่ยสีคลุมแบบ เทหมึกพิมพ์ที่ตอนล่างกรอบสกรีนในแนวนอนและมีปริมาณเพียงพอที่จะพิมพ์ เอียงยางปาดเข้าหาตัวผู้พิมพ์ 45 องศา ยกกรอบสกรีนเล็กน้อย ดันสีออกจากผู้พิมพ์เบา ๆ ให้สีคลุมแบบที่จะพิมพ์ทั้งหมด
 - 5.2 การพิมพ์ จับยางปาดสีให้เอียง 45 องศา กดกรอบสกรีนให้แนบกับพื้น ออกแรงปาดสีช้า ๆ ผ่านแบบลงมาตอนล่างกรอบสกรีน การกดยางปาดควรกดให้ผ้าสกรีนสัมผัสงานได้อย่างเต็มที่ ไม่ควรปาดเร็วเกินไป สีพิมพ์จะไม่ติดชิ้นงานเพราะสีลงไม่ทัน
 - 5.3 ยกกรอบสกรีนขึ้น พร้อมเกลี่ยสีคลุมแบบให้สีขึ้นไปทางด้านบนกรอบสกรีน
 - 5.4 นำชิ้นงานที่พิมพ์ออกแล้ว พร้อมป้อนงานที่จะพิมพ์เข้าไปใหม่
 - 5.5 ปาดสีพิมพ์ตามขั้นตอนข้างต้น จนกว่าจะเสร็จ
6. การเก็บสิ่งพิมพ์ เมื่อเสร็จงานเรียบร้อยแล้ว ควรทำให้สิ่งพิมพ์แห้งโดยการตากหรือการเข้าเตาอบ ก่อนที่จะเก็บชิ้นงานตรวจสอบความเรียบร้อยให้ถูกต้อง

2.10 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง มีดังนี้

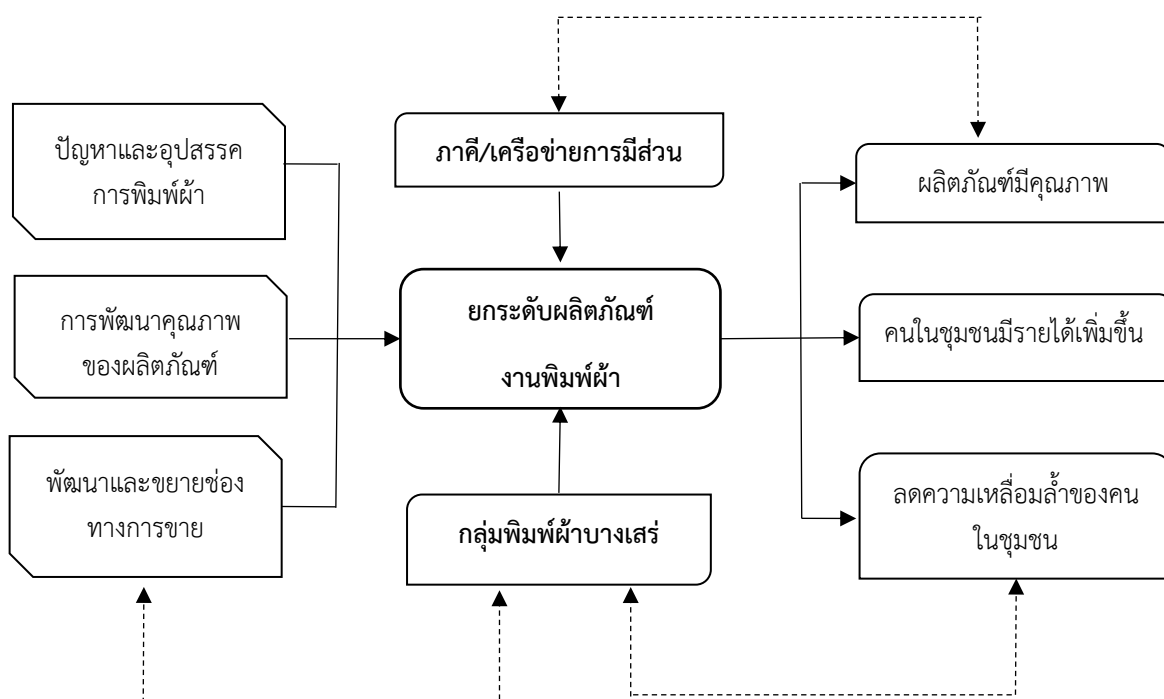
ในมิติด้านการรวมกลุ่มงานของพอริน เมืองสมบัติและหจก. ชูเพ็ญ (2554) ที่ศึกษาความสำเร็จในการบริหารจัดการกลุ่มอาชีพทำผ้าบาติก เทศบาลหนองจอก อำเภอยางาย จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ทั้งสองงานมีรูปแบบการบริหารงานกลุ่มที่คล้ายกัน กล่าวคือ มีการแบ่งหน้าที่ในการทำงานอย่างชัดเจนตามความถนัดของสมาชิก งบประมาณได้จากงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ และกำไรในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แล้ว

นำมาหมุนเวียนเป็นเงินลงทุนใหม่ ในด้านการผลิตสินค้าทั้งสองงานจะมีปัญหาในเรื่องฝีมือแรงงานของกลุ่มสมาชิกซึ่งต้องอาศัยการศึกษาดูงาน และการลองผิดลองถูกในขั้นตอนการผลิตสินค้าที่ต้องมีเทคนิค และวิธีการหลายขั้นตอนต้องอาศัยความชำนาญในการทำ ทำให้สินค้าขาดความสวยงาม ไม่ได้มาตรฐาน สินค้า กระบวนการการผลิตและจำหน่ายสินค้าจะผลิตตามใบสั่งของลูกค้าและผลิตเพื่อนำไปจำหน่ายในงานแสดงสินค้าหรืองาน OTOP ของจังหวัด ในด้านการตลาดขาดการประชาสัมพันธ์สินค้า และช่องทางในการเข้าถึงสินค้าทำให้สินค้าไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางรู้จักภายในกลุ่มสมาชิกเท่านั้น ในมิติทางด้านการส่งเสริมทางการตลาด งานของพรชนก พงศ์ทองเมืองและวิภา วังศิริกุล (2563) ได้ศึกษาสภาพส่วนประสมทางการตลาดของสินค้า OTOP ประเภทเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายของกลุ่มผ้าบาติก จังหวัดนราธิวาส พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ มีการออกแบบลวดลายของผลิตภัณฑ์ โดยเน้นถึงความเป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เช่น ลวดลายใบไม้สีทอง ลวดลายเรือกอ ลวดลายว่าววาบูลัน และลวดลายกริช ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมมากที่สุด คือ ผ้าผืน ด้านราคา มีการตั้งราคาจากต้นทุนต่อชิ้นของผลิตภัณฑ์ คำนึงถึงความคุ้มค่าของลูกค้า ทำให้ราคาไม่แพง และในพื้นที่ราคาผ้าบาติกจะมีความใกล้เคียงกันขึ้นอยู่กับความยากง่ายของลวดลาย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญกับการเปิดหน้าร้านในจุดที่ทำการผลิตผ้าเป็นแหล่งจำหน่ายลูกค้าประจำและลูกค้าจร มีการเยี่ยมชมขั้นตอนวิธีการผลิต การขายผ่านออนไลน์ในรูปแบบต่าง ๆ มีแนวโน้มขยายตัวมากขึ้น ด้านการส่งเสริมการตลาด มีการลดราคาสำหรับลูกค้าประจำที่มีการซื้อซ้ำเพื่อสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างลูกค้าและกลุ่มผ้าบาติก

ในมิติของใช้สีในการพิมพ์ผ้า วีระศักดิ์ ศีลารัตน์ และคณะ (2565) ได้ศึกษาการพิมพ์สีธรรมชาติจากใบเพกาด้วยเทคนิคการถ่ายโอนสีสู่ผ้าฝ้าย โดยหาวิธีการพิมพ์สีธรรมชาติ เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยต่าง ๆ ซึ่งนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าพิมพ์สีจากธรรมชาติด้วยภูมิปัญญาด้วยวิธีการหนึ่ง ที่มีสารช่วยย้อมประเภทต่าง กรด ได้แก่ เพอร์รัสซัลเฟต กรดอะซิติก แคลเซียมไฮดรอกไซด์ จากนั้นประเมินความพึงพอใจของประชาชน จำนวน 100 คน ต่อลายผ้าฝ้ายพิมพ์สีธรรมชาติที่ใช้ใบเพกาที่มีอยู่ในชุมชนมาเป็นแบบลวดลาย ผลการศึกษาพบว่า การผสมน้ำด้วยเพอร์รัสซัลเฟตที่ 0.2 กรัมต่อลิตร ในระยะเวลา 45 นาที สามารถให้สีเหลืองเข้มและความคมชัดของใบเพกาได้ดีที่สุดกว่าวิธีอื่น และประชาชนมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก และพึงพอใจการพิมพ์ผ้าสีจากใบไม้แบบที่ 1 ที่มีความคมชัดของลวดลายพิมพ์มากที่สุด และงานของวันแข็ง สิทธิกิจโยธิน (2557) ศึกษาการเตรียมแป้งพิมพ์ด้วยสารชันจากกัมเมล็ดพืชสำหรับการพิมพ์ผ้าไหมด้วยสีจากเปลือกมังคุด โดยหาสูตรแป้งพิมพ์และสภาวะการผืนสีบนผ้าในการพิมพ์ผ้าไหมด้วยสีธรรมชาติที่ได้จากเปลือกมังคุด ด้วยวิธีการใช้กัมปรับปรุงจากเมล็ดหางนกยูงไทยและเมล็ดหางนกยูงฝรั่งที่เป็นสารชันจากธรรมชาติ โดยใช้สูตรแป้งพิมพ์ทางการค้าของโรงงาน (ทัมมารีนกัม) ทำการแปรค่าความเข้มข้นของสารเข้มข้นทางธรรมชาติ กรดซิตริก ยูเรียน และสีธรรมชาติจากเปลือกมังคุด อุณหภูมิ เวลาที่ใช้ในการผืนสี โดยวิเคราะห์ความคมชัดของลายเส้น การติดสี การกระจายตัวของสี และเครื่องวัดความเข้มของสี และนำมาเปรียบเทียบกับผ้าพิมพ์ที่พิมพ์ด้วยแป้งพิมพ์ที่เตรียมจากสารชันทางการค้า จะทำให้ได้สูตรแป้งพิมพ์ที่เหมาะสมกับการพิมพ์บนผ้าไหมด้วยสีจากเปลือกมังคุด จำนวน 2 สูตร จากนั้นนำผ้าไหมที่พิมพ์ด้วยสูตรทั้งสองทดสอบความคงทนสีต่อการซักล้างบนวัสดุสิ่งทอ ต่อการขัดถู ต่อแสงแดดเทียม ต่อเหงื่อ และต่อน้ำ เปรียบเทียบกับผ้าไหมที่พิมพ์ด้วยแป้งพิมพ์ทางการค้า ซึ่งผลออกมาว่า แป้งพิมพ์ทางธรรมชาติดีกว่าแป้งพิมพ์ทางการค้า ซึ่งสารชันทางธรรมชาติมีข้อดีคือ ใช้ปริมาณน้อย วัตถุดิบหาได้ภายในประเทศ

ในมิติของการออกแบบบรรณารักษ์ บันเล็งลอย, ภัณฑุณัฐ ทรวงถูก และพรพิริยา ลาดหนองซุ่น (2565) ได้ศึกษาการออกแบบเสื้อผ้าจากผ้าพิมพ์ลวดลายด้วยพืชพรรณไม้ โดยศึกษากระบวนการพิมพ์ลายผ้าด้วยพืชพรรณไม้ การออกแบบเย็บเสื้อผ้า และสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มลูกค้าที่สนใจผลิตภัณฑ์ จำนวน 100 คน ผลการศึกษาพบว่า การพิมพ์ลายผ้าด้วยพันธุ์พืชใช้เทคนิค Eco-Printing มี 2 ขั้นตอนได้แก่ การเตรียมผ้า/ใบไม้ และการพิมพ์ลายธรรมชาติที่นำไปไม้หรือดอกไม้หลากหลายชนิดมาวางบนผ้าแล้วกดและม้วน จากนั้นมัดให้แน่นนำไปต้มหรือนึ่ง สีของใบไม้หรือดอกไม้จะเกาะติดกับผ้า และมีลวดลายที่แตกต่างกันออกไป นำผลิตภัณฑ์ที่ได้ไปออกแบบตัดเย็บแนววินวอมอล 1 คอลเลคชั่น จำนวน 5 ชุด และทำการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้ พบว่า การออกแบบแฟชั่นมีความทันสมัย โครงสร้างและการตัดต่อลวดลาย วัสดุตกแต่งมีความเหมาะสม สามารถนำไปสวมใส่ได้จริง และงานของสุภาพร อามิตร และธนพรรณ บุญยรัตกลิน (2560) ได้ศึกษา การออกแบบลายพิมพ์ผ้าจากแรงบันดาลใจศิลปะไทยจิตรกรรมฝาผนังสมัยอยุธยา : กรณีศึกษาวัดใหญ่สุวรรณาราม (จังหวัดเพชรบุรี) โดยได้พัฒนาการออกแบบที่ได้จากการสร้างสรรค์ การใช้เทคนิคการพิมพ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารเล่าเรื่องสู่ผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ ที่ได้ลวดลายมาจากจิตรกรรมฝาผนังของวัดใหญ่สุวรรณาราม จังหวัดเพชรบุรี และเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 50 คนที่เป็นสตรีที่ทำงานในหน่วยงานภาครัฐและเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครที่นิยมใช้ผลิตภัณฑ์ผ้าคลุมไหล่ ผลการสำรวจพบว่า มีอายุระหว่าง 25 – 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนประมาณ 15,000 – 20,000 บาท ที่เลือกซื้อผ้าคลุมไหล่เพราะลวดลายของผ้า และราคา ที่นิยมซื้ออยู่ระหว่าง 300 – 500 บาท โดยจะชอบโทนสีที่เป็นสีชาธรรมชาติ โทนสีเย็น และโทนสีร้อน

2.11 กรอบแนวคิดของการวิจัย



ภาพที่ 2.1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

2.12 นิยามศัพท์ปฏิบัติการ

การยกระดับผลิตภัณธ์งานพิมพ์ผ้า หมายถึง การยกระดับความรู้และลงมือปฏิบัติจนทำได้จริงของสมาชิกกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ในด้านเทคนิคการทำผลิตภัณธ์งานพิมพ์ผ้าด้วยเทคนิคการทำสกรีน ได้แก่ การเรียนรู้การใช้วัสดุอุปกรณ์ เทคนิคการสกรีน และเทคนิคการใช้สี

บทที่ 3

ระเบียบวิธีดำเนินการวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง การยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี วิธีการศึกษาในงานวิจัยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Method) ระหว่างการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยมีวิธีการและขั้นตอนในการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

3.1 ขอบเขตการวิจัย

ผู้วิจัยกำหนดขอบเขตการวิจัยประกอบด้วย ขอบเขตเนื้อหา ขอบเขตพื้นที่ กลุ่มเป้าหมาย และขอบเขตระยะเวลา มีรายละเอียดดังนี้

3.1.1 ขอบเขตเนื้อหาของการวิจัย ได้แก่ แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจฐานราก แนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม แนวคิดเรื่องความเหลื่อมล้ำทางสังคม แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ แนวคิดวัฒนธรรม แนวคิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า แนวคิดการพัฒนากลุ่มอาชีพให้มีความเข้มแข็ง แนวคิดการตลาดแบบ B2B และ B2C แนวคิดเทคนิคการพิมพ์ซิลค์สกรีน

3.1.2 ขอบเขตพื้นที่ พื้นที่ที่ศึกษาเฉพาะตำบลบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

3.1.3 ขอบเขตกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

3.1.4 กำหนดระยะเวลา การดำเนินการวิจัย 12 เดือนเริ่มทำการวิจัยเมื่อ เดือน เมษายน 2566 ถึง เมษายน 2567

3.2 วิธีการในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย และกระบวนการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผู้เข้าร่วมโครงการวิจัย

3.2.1 การศึกษาข้อมูลจากเอกสาร

3.2.1.1 ทบทวนแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจฐานราก แนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม แนวคิดเรื่องความเหลื่อมล้ำทางสังคม แนวคิดเรื่องอัตลักษณ์ แนวคิดวัฒนธรรม แนวคิดกระบวนการกลายเป็นสินค้า แนวคิดการพัฒนากลุ่มอาชีพให้มีความเข้มแข็ง แนวคิดการตลาดแบบ B2B และ B2C แนวคิดเทคนิคการพิมพ์ซิลค์สกรีน

3.2.1.2 ทบทวนรายงานการวิจัย บทความทางวิชาการ บทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานการพิมพ์ผ้า

3.2.2 การเก็บข้อมูลภาคสนาม

3.2.2.1 กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key informant) ด้วยการสุ่มแบบเจาะจงโดยจำแนกกลุ่มเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ และกิจกรรม ได้แก่

3.2.2.1.1 สมาชิกกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ตำบลบางเสร์ อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี
จำนวน 23 คน

เกณฑ์ในการคัดเลือก

- 1) เป็นผู้มีทะเบียนบ้าน และอาศัยอยู่ในตำบลบางเสร์ ไม่น้อยกว่า 5 ปี
 - 2) เป็นสมาชิกของกลุ่มพิมพ์ผ้าหรือเคยเป็นสมาชิกมาก่อน
 - 3) เป็นผู้มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่ากลุ่ม 40% ที่มีรายได้ต่ำสุดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- เกณฑ์สำนักงานสถิติแห่งชาติ
- 4) เป็นผู้มีว่างงาน
 - 5) เป็นผู้ที่ต้องการทำงานเพื่อหารายได้เสริม

เกณฑ์ในการคัดออก

- 1) มีปัญหาด้านสุขภาพจนไม่สามารถดำเนินการตามแผนการวิจัยได้
- 2) ปัญหาส่วนตัวไม่สามารถดำเนินการตามแผนการวิจัยได้

3.2.2.1.2 นักเรียนในโรงเรียนชุมชนบ้านบางเสร์ จำนวน รวมเป็น 28 คน

เกณฑ์ในการคัดเลือก

- 1) เป็นนักเรียนที่อยู่ในโรงเรียนชุมชนบ้านบางเสร์ ตำบลบางเสร์ อำเภอสตึก จังหวัดชลบุรี ที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับประถมศึกษาตอนปลาย
- 2) มีเครื่องมือสื่อสาร (โทรศัพท์มือถือ)

เกณฑ์ในการคัดออก

- 1) มีปัญหาด้านสุขภาพจนไม่สามารถดำเนินการตามแผนการวิจัยได้
- 2) ปัญหาส่วนตัวไม่สามารถดำเนินการตามแผนการวิจัยได้

3.2.2.2 สร้างเครื่องมือการวิจัย โดยกำหนดแนวทางการสัมภาษณ์ สร้างแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างตามวัตถุประสงค์

3.2.2.3 ขั้นตอนการสร้างความเข้าใจกับหน่วยงานและผู้ที่เกี่ยวข้องในระดับต่าง ๆ ด้วยการไปชี้แจงโครงการ โดยผู้วิจัยได้ลงไปชี้แจงโครงการให้กับทางเทศบาลและกลุ่มเป้าหมายทราบถึงเหตุผลและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.2.2.4 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูล ด้วยการสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและจัดสนทนากลุ่มย่อยทั้งนี้เก็บข้อมูลอย่างต่อเนื่องจนกว่าข้อมูลเชิงคุณภาพจะอิ่มตัวสามารถนำไปวิเคราะห์ ในการลงพื้นที่เก็บข้อมูลตามตารางแผนการบริหารจัดการ

ตารางที่ 3.1 ตารางสรุปภาพรวมกิจกรรมการดำเนินงานวิจัย

วันดำเนินการ	กิจกรรม	วัตถุประสงค์	ผู้เข้าร่วม	ผลที่เกิดขึ้น
เมษายน - พฤษภาคม 2566	1. ประชุมชี้แจง ทำความเข้าใจในการดำเนินการวิจัย	1. เพื่อทำความเข้าใจสัญญาณวิจัย 2. กำหนดหน้าที่บทบาทความ	1. นักวิจัย 2. นักวิจัยชุมชน 3. กลุ่มภาคีเครือข่าย	1. ทีมนักวิจัยทั้งสองทีมเข้าใจกรอบแนวคิดเป้าหมายและวิธีการ

		รับผิดชอบในการ ดำเนินงานวิจัย	เทศบาลบางเสร่ และโรงเรียน ชุมชนบ้านบาง เสร่	ดำเนินงานวิจัยไปใน ทิศทางเดียวกัน 2. เข้าใจถึงบทบาทและ หน้าที่รับผิดชอบของ ตนเองอย่างชัดเจน
มิถุนายน 2566	2. เก็บข้อมูลรายได้ของ กลุ่มเป้าหมายวิเคราะห์ ความเหลื่อมล้ำ <u>ก่อน</u> ดำเนินโครงการ	เพื่อเก็บข้อมูล รายได้ของ กลุ่มเป้าหมายก่อน ดำเนินโครงการ	1. นักวิจัย 2. นักวิจัยชุมชน 3. กลุ่มเป้าหมาย ที่เข้าร่วม โครงการ 4. กลุ่มเป้าหมาย ที่ไม่ได้เข้าร่วม โครงการ	ข้อมูลรายได้ของ กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วม โครงการและไม่เข้าร่วม โครงการ ก่อนดำเนิน โครงการ
สิงหาคม - กันยายน 2566	3. สำรวจตลาดถึงความ ต้องการกลุ่มลูกค้าที่ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์งาน พิมพ์ผ้า	เพื่อสำรวจความ ต้องการเลือกซื้อ สินค้าชุมชนของคน ในชุมชนบางเสร่กับ นักท่องเที่ยว	1. นักวิจัย 2. นักวิจัยชุมชน 3. กลุ่มเป้าหมาย ที่เป็นคนใน ชุมชนบ้านบาง เสร่ 4. กลุ่มเป้าหมาย ที่เป็น นักท่องเที่ยว	ได้ข้อมูลความต้องการ ของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์ชุมชนโดย เลือกเก็บคนในชุมชน บางเสร่ และ นักท่องเที่ยวที่เข้ามา ท่องเที่ยวในชุมชนบาง เสร่
18 สิงหาคม 2566	3. จัดเวทีถอดบทเรียน ประสบการณ์ของกลุ่ม พิมพ์ผ้าบางเสร่	เพื่อทบทวนองค์ ความรู้และ ประสบการณ์ของ กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่	1. นักวิจัย 2. นักวิจัยชุมชน 3. กลุ่มเป้าหมาย ที่เข้าร่วม โครงการ	ได้องค์ความรู้ 3 ด้าน ได้แก่ 1. ทบทวน ประสบการณ์การทำงาน ของกลุ่ม 2. ความคาดหวัง/ เป้าหมายในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ 3. แนวทางการทำงาน เพื่อบรรลุเป้าหมายของ กลุ่ม
16 มกราคม 2567	4. กิจกรรมการอบรมเชิง ปฏิบัติการการผลิต ผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้า เทคนิคแบบสกรีน	1. เพื่อให้ผู้เข้า อบรมเรียนรู้เทคนิค การพิมพ์ผ้าเทคนิค แบบสกรีน	1. นักวิจัย 2. นักวิจัยชุมชน 3. กลุ่มเป้าหมาย ที่เข้าร่วม โครงการ	ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ได้มาตรฐานตามความ สนใจของกลุ่มลูกค้า

		2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมได้ลงมือปฏิบัติการพิมพ์ผ้าเทคนิคแบบสกรีน	4. วิทยากรให้ความรู้	
มกราคม - กุมภาพันธ์ 2567	5. ทดลองการตลาด	1. เพื่อเก็บข้อมูลของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์พิมพ์ผ้าที่อยู่ในชุมชนใน 2. เพื่อเก็บข้อมูลของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์พิมพ์ผ้าที่อยู่นอกชุมชนใน	1. นักวิจัยชุมชน 2. กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ 3. ลูกค้าที่เป็นคนในชุมชนบางเสردูงาน 4. ลูกค้าที่เป็นกลุ่มศึกษา	ข้อมูลทางด้านการตลาดจากกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นคนในชุมชนและคนที่อยู่นอกชุมชน
26 มกราคม 2567 และ 7 กุมภาพันธ์ 2567	6. กิจกรรมพัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์	1. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมรับทราบอัตลักษณ์ชุมชนบางเสร์ 2. เพื่อให้ผู้เข้าอบรมเรียนรู้แสงและเงา 3. เพื่อให้ผู้อบรมได้ลงมือปฏิบัติการถ่ายภาพ ตัดต่อและถ่ายคลิป	1. นักวิจัย 2. นักวิจัยชุมชน 3. กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ 4. วิทยากรให้ความรู้ 5. คณะครูนักเรียนโรงเรียนชุมชนบ้านบางเสร์	นักเรียนเทคนิคการถ่ายภาพนิ่งและคลิปปวีดีโอเพื่อนำไปประชาสัมพันธ์ขยายช่องทางการขายของกลุ่ม
กุมภาพันธ์ 2567	7. เก็บข้อมูลรายได้ของกลุ่มเป้าหมายวิเคราะห์ความเหลื่อมล้ำ <u>หลัง</u> ดำเนินโครงการ	เพื่อเก็บข้อมูลรายได้ของกลุ่มเป้าหมายหลังดำเนินโครงการ	1. นักวิจัย 2. นักวิจัยชุมชน 3. กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ 4. กลุ่มเป้าหมายที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ	ข้อมูลรายได้ของกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการ หลังดำเนินโครงการ
กุมภาพันธ์ 2567	8. เก็บข้อมูลการเสริมพลังกลุ่มภาคี	1. เพื่อเก็บข้อมูลศักยภาพของนักวิจัยชุมชน	1. กลุ่มภาคีเครือข่ายเทศบาลบางเสร์โรงเรียนชุมชน	ข้อมูลศักยภาพนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้านกลุ่มภาคี/เครือข่ายและโรงเรียนชุมชน

		2. เพื่อเก็บข้อมูล การเปลี่ยนแปลง ของกลุ่มภาคี/ เครือข่าย	บ้านบางเสร่ และร้าน Chalee house	การเปลี่ยนแปลงภาคี เครือข่าย
กุมภาพันธ์ 2567	9. เวทีคั่นองค์ความรู้จาก งานวิจัยสู่ชุมชน	1. เพื่อแจ้งผลการ ดำเนินโครงการการ วิจัยให้กับชุมชน ได้รับทราบ 2. เพื่อเปิดเวทีรับ ฟังข้อคิดเห็นจาก การดำเนิน โครงการวิจัย 3. เพื่อเสนอแนะเชิง นโยบายให้กับ หน่วยงานที่ เกี่ยวข้องให้ รับทราบ	1. นักวิจัย 2. นักวิจัยชุมชน 3. กลุ่มเป้าหมาย ที่เข้าร่วม โครงการ 4. กลุ่มภาคี เครือข่าย เทศบาลบางเสร่ และโรงเรียน ชุมชนบ้านบาง เสร่	1. รับฟังผลการดำเนิน กิจกรรมในโครงการวิจัย 2. รับฟังข้อเสนอแนะ จากกลุ่มผู้เข้าร่วม โครงการ 3. ข้อเสนอเชิงนโยบาย ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ชุมชน
กุมภาพันธ์ - มีนาคม 2567	จัดทำรายงานฉบับ ก้าวหน้าและฉบับสมบูรณ์	1. เพื่อนำเสนอ รายงาน ความก้าวหน้าระยะ ที่ 1 และ 2 2. เพื่อนำเสนอผล การดำเนินงานวิจัย	1. นักวิจัย 2. นักวิจัยชุมชน	1. แนวทางในการ รายงานผลการดำเนิน งานวิจัยในแต่ละระยะ 2. แนวทางในการ ดำเนินงานวิจัยเศรษฐกิจ ฐานรากในด้านการพิมพ์ ผ้าในปีต่อไป

3.2.2.5 ตรวจสอบความถูกต้อง โดยนำข้อมูลที่ได้จากวิธีการข้างต้นมาตรวจสอบสามเส้าด้าน
วิธีการได้มาซึ่งข้อมูล (methodological triangulation) โดยตรวจสอบยืนยันข้อมูลที่ได้จากการศึกษา
จากเอกสารการเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ ด้วยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เข้าร่วมวิจัย

3.2.2.6 วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้แนวคิดทฤษฎีตามที่เสนอไว้เป็นแนวทางในการศึกษา
วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามและอภิปรายผลการศึกษา

3.2.2.6 นำเสนอผลการวิจัยในลักษณะพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

ในงานวิจัยเรื่อง การยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี ได้ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรีให้ได้มาตรฐานตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า
3. เพื่อพัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี
4. วิเคราะห์ความเหลื่อมล้ำของกลุ่มเป้าหมาย
5. การพัฒนากลุ่มสมาชิกและกลุ่มภาคี

4.1 ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่

การถอดบทเรียนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้า

ผู้วิจัยจัดกิจกรรมถอดบทเรียนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้า เพื่อศึกษาถึงปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ เมื่อวันที่ 18 สิงหาคม 2566 เวลา 09.00 – 12.00 น. ณ อาคารค่ายลูกเสือ สวนสาธารณะหาดบางเสร่ โดยมีผู้เข้าร่วมถอดบทเรียน ได้แก่ กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ จำนวน 23 คน นักวิจัยและทีม จำนวน 3 คน ผลจากการถอดบทเรียน มีดังนี้

1. ทบทวนประสบการณ์การทำงานของกลุ่มพิมพ์ผ้า

สำหรับการทบทวนประสบการณ์การทำงานหลังจากการรวมกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ เป็นการทบทวน สะท้อนความคิดถึงสิ่งที่เกิดขึ้นและผ่านมาแล้วของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ว่าเกิดอะไรขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่ได้จากการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของกลุ่มพิมพ์ผ้า ซึ่งได้มีการรวบรวมและสามารถสรุปดังนี้

1.1 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ/จุดแข็งภายในกลุ่ม

1.1.1 ภาวะผู้นำของกลุ่มพิมพ์ผ้าที่มีความเข้มแข็งและยืดหยุ่น

ในการเป็นผู้นำของกลุ่มพิมพ์ผ้าผ้านั้น ได้แสดงออกให้เห็นถึงความเข้มแข็งเมื่อต้องเผชิญกับปัญหาด้วยมุมมองทัศนคติเชิงบวก รวมถึงการมีวุฒิภาวะทางอารมณ์ที่เข้มแข็งเมื่อเผชิญกับปัญหา อีกทั้งผู้นำยังมีความยืดหยุ่นทั้งความคิด วิธีการแก้ปัญหาได้อย่างเหมาะสม และปรับตัวเพื่อพร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในกลุ่ม ดังนั้นจึงทำให้สมาชิกในกลุ่มพิมพ์ผ้าพร้อมใจกันร่วมมือกันทำงานที่จะช่วยขับเคลื่อนการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้

1.1.2 การสื่อสารการทำงานเป็นทีม

ด้วยความที่สมาชิกของกลุ่มพิมพ์ผ้าส่วนใหญ่มีจิตใจสาธารณะต่อการปฏิบัติงานเพื่อสังคมในชุมชน ในขณะเดียวกันก็ยังคงมีการทำงานเป็นทีม ด้วยการหาเวลาว่างและวันเวลาที่เหมาะสม

เพื่อวางแผนการทำงานร่วมกัน แม้ว่าสมาชิกในกลุ่มจะไม่สามารถมารวมตัวกันได้ครบทุกคน แต่ด้วยระบบของการสื่อสารการทำงานที่ดี ด้วยการสื่อสารกันอยู่เสมอ ทำให้เกิดกลายเป็นพลังในการร่วมมือกัน ไม่ใช่เป็นไปในแบบการทำงานที่ต่างคนต่างทำเพื่อประโยชน์ของตน แม้ว่าอาจมีการสื่อสารที่บกพร่อง แต่ก็จะมีการพูดคุยเปิดเผยกันอย่างตรงไปตรงมา เพื่อลดข้อขัดแย้งและเปิดโอกาสให้ทุกคนในกลุ่มมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญหา เพื่อให้ได้ข้อมูลในการตัดสินใจร่วมกัน รวมทั้งการสื่อสารที่ชัดเจนและเปิดเผยจะช่วยสร้างความสัมพันธ์ในการทำงานเป็นทีม นอกจากนี้ ผู้นำยังสามารถแสดงการสื่อสารที่ดีอันทำให้เกิดความราบรื่นในทีม รวมทั้งการแก้ไขปัญหา การจัดการเวลา และการเป็นผู้นำที่มีความเข้าใจและใส่ใจกับสมาชิกในทีม อันเป็นผลดีต่อการทำงานเป็นทีม ทำให้ยังเกิดความผูกพันกันและเกิดความไว้วางใจกันมากขึ้น

1.1.3 การพัฒนาความรู้ตนเองเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์

ได้มีการทบทวนความรู้และช่วยกันปรับปรุงวิธีการทำงานของตนเอง ด้วยมีการประยุกต์ใช้เทคนิค วิธีการต่าง ๆ เพื่อนำจุดอ่อนที่สามารถแก้ไขได้มาเป็นแนวทางในการพัฒนาสินค้า ชุมชน และพัฒนาแนวทางการทำงานให้เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์พิมพ์ผ้า พุดคุยและจัดการในเรื่องการเพิ่มมูลค่าสินค้า โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น

1.2 ปัญหาอุปสรรค/จุดอ่อนภายในกลุ่ม

ปัญหาและอุปสรรคในการพิมพ์ลายผ้าเป็นปัญหาของเทคนิคในการพิมพ์ลายผ้า ซึ่งลายยังไม่มี ความชัดเจน และยังไม่ได้คุณภาพตามที่ต้องการที่เป็นไปตามคาดหวังของกลุ่มฯ มากนัก การตกแต่งผ้ายังไม่สวยงาม ขาดรูปแบบที่ดี รวมทั้งยังขาดความรู้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ โดยทั้งนี้สมาชิกในกลุ่มยังไม่มี ความเชี่ยวชาญในการพิมพ์ผ้า ยังคงต้องเรียนรู้ฝึกฝนและใช้เวลาจนกว่าจะเกิดความชำนาญต่อไป

1.3 ปัจจัยแห่งความสำเร็จ/จุดแข็งภายนอกกลุ่ม

มีสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยวจากการสำรวจและการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ที่ผ่านมานั้น ลูกค้าที่มาซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสื่อนั้น ส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว ตามงานแสดงสินค้า และนักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์ที่ศูนย์ผ้า ซึ่งได้มองเห็นถึงความแปลกใหม่ และด้านประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ รองลงมาคือ การมองเห็นถึงผลิตภัณฑ์ว่าสื่อถึงอัตลักษณ์ของ ความเป็นชุมชน

1.4 ปัญหาอุปสรรค/จุดอ่อนภายนอกกลุ่ม

ทางกลุ่มมองว่ายังขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องที่ยังขาด ความต่อเนื่องในการประสานงานกับกลุ่มอาชีพในชุมชน มีการช่วยเหลือไม่ทั่วถึงทุกกลุ่มอาชีพในชุมชน บางกลุ่มได้รับการสนับสนุน บางกลุ่มไม่ได้รับการสนับสนุน ซึ่งทำให้กลุ่มพิมพ์ผ้าไม่ได้รับการสนใจและ การเข้ามาช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐ จึงทำให้ขาดการสนับสนุนด้านงบประมาณจากภาครัฐโดยเฉพาะ หน่วยงานท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง และหันไปช่วยเหลือกลุ่มอื่นแทน จากปัญหาดังกล่าวจะพบว่าการได้รับการ สนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ จะเป็นกลุ่มอาชีพที่มีความเข้มแข็ง และเป็นที่รู้จักของหน่วยงานภาครัฐ ดังนั้นทางกลุ่มจึงต้องมีการรวมกลุ่มให้มีความเข้มแข็งและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่

ยอมรับอีกทั้ง ทางกลุ่มฯ ควรมองหาความร่วมมือกับกลุ่มวิสาหกิจอื่น ๆ ในการเข้ามาสนับสนุนซึ่งอาจจะไม่ใช่ด้านงบประมาณ แต่อาจจะสนับสนุนในด้านอื่น ๆ

2. ความคาดหวัง/เป้าหมายต่อไปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้า

2.1 การได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากภาครัฐ

กลุ่มพิมพ์ผ้ามีความคาดหวังว่า จะได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากภาครัฐ รวมทั้งความร่วมมือประสานงานระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและสถานศึกษาต่าง ๆ โดยเฉพาะเงินทุน เพื่อจะได้นำมาซื้ออุปกรณ์ วัสดุและวัตถุดิบต่าง ๆ เนื่องจากราคาอุปกรณ์ในการพิมพ์ผ้านั้นมีราคาที่สูงมาก อีกทั้งทำให้เงินลงทุนไม่เพียงพอที่จะพัฒนาการตลาดด้านต่าง ๆ ดังนั้นการได้รับเงินทุนมานั้น เพื่อจะได้ดำเนินการทำงานที่มีความต่อเนื่อง

2.2 สร้างฐานลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้า

สิ่งที่กลุ่มพิมพ์ผ้าได้ตระหนักและมีความต้องการคือ การสร้างฐานลูกค้าให้แข็งแกร่งขึ้นและขยายกลุ่มของลูกค้าให้มีความหลากหลายมากขึ้น ด้วยหวังว่าลูกค้าจะรับรู้และเข้าใจในแบรนด์ผลิตภัณฑ์ กิจกรรมการทำงานและรายละเอียดต่าง ๆ ของกลุ่มมากขึ้นเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ เพื่อให้ลูกค้ามีความมั่นใจในคุณภาพของสินค้ามากขึ้น สามารถสร้างผลผลิตให้เพียงพอกับความต้องการใช้ มีสีสันของผ้าที่หลากหลายสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าหลายช่วงวัย อีกทั้งยังทำให้มีผลิตภัณฑ์ที่ดึงดูดใจลูกค้ามากขึ้น

2.3 การได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)

ในขณะเดียวกันนั้นกลุ่มพิมพ์ผ้า ก็ต้องการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนดโดยการได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เพราะการได้รับมาตรฐานนี้จะทำให้กลุ่มพิมพ์ผ้านั้นมีความรู้ความเข้าใจในสินค้าที่ตนเองได้ผลิต สินค้าเป็นที่น่าเชื่อถือมากขึ้น และเป็นที่ต้องการของตลาดอีกด้วย ซึ่งจะส่งผลต่อการได้รับการสนับสนุนเพื่อการพัฒนาที่เหมาะสมจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและทำให้มีการขยายตัวอย่างกว้างขวาง และมีความสัมพันธ์กับทุกภาคส่วน นอกจากนี้ยังช่วยส่งผลให้การดำเนินงานของกลุ่มพิมพ์ผ้านั้นมีการขยายขอบข่ายกว้างขึ้น มีผลทำให้เกิด การจ้างงาน เกิดรายได้กับสมาชิกในกลุ่มพิมพ์ผ้า

2.4 ความต้องการด้านการส่งเสริมความรู้

เนื่องจากกลุ่มพิมพ์ผ้านั้น เป็นกลุ่มที่ก่อตั้งเพียงไม่กี่ปี ทำให้ประสบการณ์การทำงาน รวมทั้งความชำนาญในการผลิตสินค้าออกมานั้นยังไม่เป็นไปตามคุณภาพตามที่คาดหวังของกลุ่มพิมพ์ผ้า จึงต้องการได้รับการสนับสนุนการอบรมจากหน่วยงานภาครัฐที่สามารถส่งเสริมความรู้ในกระบวนการเทคนิคในการผลิตผ้า หรือการไปศึกษาดูงานเพื่อเป็นการเพิ่มพูนความรู้เกี่ยวกับกระบวนการพิมพ์ผ้า การออกแบบลวดลาย การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกายให้เหมาะกับทุกเพศทุกวัย เพื่อสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสรีให้เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืน

2.5 การสร้างเครือข่ายภายนอกให้เข้มแข็ง

สิ่งสำคัญที่กลุ่มพิมพ์ผ้าได้เสนอให้เห็นคือ ความคาดหวังในการสร้างเครือข่ายกลุ่มของกลุ่ม

พิมพ์ผ้าเพื่อการช่วยเหลือกันอย่างยั่งยืน ตลอดจนให้มีการส่งเสริมด้านการตลาดให้เป็นที่รู้จักกว้างขวางออกไปอีกด้วย

2.6 การทำให้ผลิตภัณฑ์ของผ้าดำรงอยู่ต่อเนื่องและยั่งยืนในชุมชน

สิ่งที่กลุ่มพิมพ์ผ้านั้นได้คาดหวังไว้ในเรื่องการทำให้ผลิตภัณฑ์ของผ้าให้ดำรงอยู่ต่อเนื่องและยั่งยืนในชุมชน ด้วยการอยากเห็นกลุ่มเยาวชนและคนรุ่นใหม่ในชุมชนตระหนักและเห็นคุณค่างานพิมพ์ผ้าบางเสร็จที่เกิดขึ้น เพื่อเป็นการอนุรักษ์การสืบทอดให้คงอยู่อย่างยั่งยืน

3. แนวทางการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของกลุ่มพิมพ์ผ้า

3.1 การอนุรักษ์และสืบทอดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของผ้าดำรงอยู่ต่อเนื่องและยั่งยืนในชุมชน การผลิตงานพิมพ์ผ้า อาจจะมีขั้นตอนที่ดูแล้วยุ่งยาก และอาจใช้เวลานานในการเรียนรู้ อีกทั้งประสบการณ์ในการฝึกปฏิบัติ จึงทำให้มีแต่เพียงผู้สูงอายุ และคนวัยผู้ใหญ่ที่มักมีความสนใจ ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญเพื่อจะให้เด็กและคนรุ่นใหม่ในชุมชนเกิดความหวงแหน และเกิดการอนุรักษ์สืบทอดไปนั้น จึงต้องหากกลยุทธ์หรือแนวทางในการอนุรักษ์การสืบทอดให้คงอยู่อย่างยั่งยืน ด้วยการสร้างความตระหนักและเห็นคุณค่างานพิมพ์ผ้าให้แก่กลุ่มเยาวชนและคนรุ่นใหม่ในชุมชนให้มากขึ้น มีการจัดเก็บความรู้เกี่ยวกับการพิมพ์ผ้า ผ่านระบบการศึกษาให้การพัฒนาเป็นหลักสูตรอบรมหรือพัฒนาเป็นหลักสูตรการศึกษา ตั้งแต่ระดับประถมศึกษา มัธยมศึกษา จนถึง อุดมศึกษา เพื่อเป็นแหล่งเรียนรู้ใน การสืบสานการอนุรักษ์และสืบทอดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของผ้า อีกทั้งยังเปิดโอกาสให้ผู้สนใจได้ศึกษาเล่าเรียนและอันจะเป็นการสร้างความรู้ความตระหนักในภูมิปัญญาท้องถิ่นของตนเองหรือสามารถนำมาพัฒนาให้เป็นอาชีพทางเลือกในการประกอบอาชีพได้

3.2 การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม

สำหรับแนวทางการส่งเสริมและพัฒนารูปแบบการเพิ่มคุณค่า ควรจะดำเนินการควบคู่กันไป ด้วยการวิเคราะห์ปัญหา การคิดการออกแบบอย่างสร้างสรรค์ กรรมวิธีการผลิต การเลือกใช้วัสดุและการแก้ไขปรับปรุงผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับเอกลักษณ์และบริบทของชุมชน อีกทั้งให้มีการปรับปรุง ดัดแปลงตามการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตของคนในสังคม เพื่อสร้างความแตกต่างของสินค้าเพื่อให้ลูกค้ามีกำลังการซื้อ และสามารถสนองความต้องการในการบริโภค

3.3 ส่งเสริมความพร้อมด้านการบริการของสมาชิก

เพื่อหาแนวทางการพัฒนาสมาชิกในกลุ่มพิมพ์ผ้าเพื่อเข้ารับการฝึกอบรมให้มีความสามารถที่จะพัฒนาทักษะในการจูงใจเพื่อสร้างความพึงพอใจให้กับกลุ่มลูกค้า และรูปแบบการให้บริการที่ได้มาตรฐาน เช่น มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีวิธีการสร้างความสนใจหรือดึงดูดความสนใจ มีทัศนคติที่ดีมีต่อการให้ข้อมูลเกี่ยวกับรายละเอียดสินค้า และให้คำแนะนำ ลูกค้าอย่างเหมาะสมการแต่งกายสะอาดเรียบร้อย การเจรจาต้องสุภาพ มีการติดตามหลังการขายอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งการมีมนุษยสัมพันธ์และมีการยกยาด

3.4 พัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า

เนื่องจากผู้บริโภคหรือลูกค้ามักหาซื้อสินค้าผ่านทางเครือข่ายออนไลน์มีการปรับปรุงและพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ซึ่งสามารถติดต่อได้ ทั้งช่องทางออนไลน์ (Online marketing) และสถานที่ตั้งของศูนย์กลุ่มพิมพ์ผ้า เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเพิ่มมากยิ่งขึ้น ดังนั้น การให้

ส่วนลดเมื่อซื้อสินค้าครบตามจำนวนน่าจะเป็นการกระตุ้นให้ลูกค้าเกิดการซื้อเป็นจำนวนที่มากขึ้น รวมทั้งการจัดโปรโมชั่นพิเศษและการลดราคาสินค้าในช่วงเทศกาลต่าง ๆ

3.5 การหาเครือข่ายภายนอกที่มั่นคง

การขอเข้าไปประชาสัมพันธ์ และขอความร่วมมือเพื่อให้ได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากภาครัฐ รวมทั้งความร่วมมือประสานงานระหว่างหน่วยงาน ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชนและสถานศึกษาในชุมชน โดย การจัดเก็บรวบรวมองค์ความรู้เรื่องพิมพ์ผ้า อาจมีการนำเสนอในรูปแบบต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นหนังสือ สื่อ การเรียนการสอน จัดตั้งให้มีการดำเนินการร่วมกัน เพื่อก่อให้เกิดการอนุรักษ์ร่วมกัน มีการบูรณาการเสริมสร้างหลักสูตรการเรียนรู้เกี่ยวกับพิมพ์ผ้าในระบบการศึกษา

4.2 พัฒนาคูณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่

การพัฒนาคูณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและกลุ่มพิมพ์ผ้าประกอบด้วยกิจกรรม 3 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมการสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ กิจกรรมการพัฒนาคูณภาพของผลิตภัณฑ์ด้วยเทคนิคการสกรีน และกิจกรรมการตลาด

4.2.1 กิจกรรมการสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์

ทีมนักวิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยเลือกเก็บคนในชุมชนบางเสร่ และนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวในชุมชนบางเสร่ ระหว่างเดือนสิงหาคม - กันยายน 2566 จำนวน 323 คน ในการเก็บข้อมูลช่วงเวลานี้เป็นช่วงเวลาก่อนดำเนินโครงการเพื่อจะได้นำผลจากการสำรวจไปใช้ในกิจกรรมการพัฒนาคูณภาพของผลิตภัณฑ์ด้วยเทคนิคการสกรีน ในด้านรูปแบบที่กลุ่มลูกค้าต้องการ และกิจกรรมการตลาดที่นำไปทดลองกับคนในชุมชนและคนนอกชุมชน ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 323)

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	82	25.4
หญิง	232	71.8
LGBTQ+	9	2.8
อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20 – 29 ปี	31	9.6
30 – 39 ปี	60	18.6
40 – 49 ปี	121	37.5
51 ปีขึ้นไป	111	34.4
ระดับการศึกษา	จำนวน	ร้อยละ

ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษา/ป.ว.ช.	57	17.6
ป.ว.ส./อนุปริญญา	43	13.3
ปริญญาตรี	199	61.6
สูงกว่าปริญญาตรี	24	7.4
อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
รับราชการ/พนักงานของรัฐ	62	19.2
พนักงานบริษัทเอกชน	62	19.2
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	61	18.9
ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ	120	37.2
อื่นๆ (ประมง, แม่บ้าน, นักศึกษา, เกษตร, ว่างาน)	18	5.6
รายได้เฉลี่ย	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	20	6.2
15,001– 20,000 บาท	55	17.0
20,001-25,000 บาท	63	19.5
25,001 – 30,000 บาท	87	26.9
30,001 – 35,000 บาท	86	26.6
มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป	12	3.7
สถานะภาพ	จำนวน	ร้อยละ
โสด	134	41.5
สมรส	189	58.5

จากตารางลักษณะทางทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เป็นเพศหญิง จำนวน 232 คน คิดเป็นร้อยละ 71.8, เพศชาย จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 25.4 และ LGBTQ+ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ อายุระหว่าง 40 – 49 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 37.5, 51 ปีขึ้นไป จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 34.4, 30 – 39 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 18.6 และ 20 – 29 ปี จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 9.6 ตามลำดับ ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 61.6, ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษา/ป.ว.ช. จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 17.6, ป.ว.ส./อนุปริญญา จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3 และสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 7.4 ตามลำดับ อาชีพ ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 37.2, รับราชการ/พนักงานของรัฐ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2, พนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 19.2, พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 และอื่นๆ (ประมง, แม่บ้าน,

นักศึกษา, เกษตร, ว่างาน) จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 ตามลำดับรายได้เฉลี่ย 25,001 – 30,000 บาท จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 26.9, 30,001 – 35,000 บาท จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 26.6, 20,001-25,000 บาท จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5, 15,001– 20,000 บาท จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 17.0, ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาทจำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 6.2 และมากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับสถานะภาพสมรส จำนวน 189 คน คิดเป็นร้อยละ 58.5 และโสด จำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.2 สินค้าชุมชนกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ที่ผู้บริโภคสนใจเลือกซื้อในสถานที่ท่องเที่ยว
(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 323)

สินค้าชุมชนกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์	เลือกซื้อ (จำนวน)	ร้อยละ
เสื้อ	312	96.6
กางเกง	50	15.5
กระโปรง	12	3.7
ชุดเดรส	15	4.6
หมวก	16	5.0
ผ้าพันคอ	12	3.7

จากตารางสินค้าชุมชนกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ที่ผู้บริโภคสนใจเลือกซื้อในสถานที่ท่องเที่ยว สินค้าชุมชนกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ได้แก่ เสื้อ จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 96.6, กางเกง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5, กระโปรง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7, ชุดเดรส จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6, หมวก จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และผ้าพันคอ จำนวน 12 คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.3 เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)
(n = 323)

เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์	ให้ความสำคัญ (จำนวน)	ร้อยละ
มีความสะดวกสบายในการซื้อ	208	64.4
มีแบบให้เลือกหลากหลาย	105	32.5
ต้องการสนับสนุนสินค้าชุมชน	265	82.0
สินค้าหาซื้อยากตามท้องตลาด	91	28.2
ต้องการใช้ในโอกาสพิเศษ	56	17.3
ทดแทนของเดิมที่มีอยู่ที่เกิดการชำรุด	25	7.7
ซื้อเป็นของขวัญช่วงเทศกาล	29	9.0

ต้องการตามแฟชั่นที่กำลังนิยมในขณะนั้น	13	4.0
ต้องการให้มีเหมือนกันทั้งครอบครัว / คู่รัก	47	14.6

จากตารางเหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเส่ย พบว่า ต้องการสนับสนุนสินค้าชุมชน จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 82, มีความสะดวกสบายในการซื้อ จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4, มีแบบให้เลือกหลากหลาย จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5, สินค้าหาซื้อยากตามท้องตลาด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2, ต้องการใช้ในโอกาสพิเศษ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3, ต้องการให้มีเหมือนกันทั้งครอบครัว / คู่รัก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6, ชื้อเป็นของขวัญช่วงเทศกาล จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9, ทดแทนขอเดิมที่มีอยู่ที่เกิดการชำรุด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7, และต้องการตามแฟชั่นที่กำลังนิยมในขณะนั้นจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 ชนิดของสินค้า/ประเภทของสินค้าชุมชนที่ซื้อในแต่ละครั้ง เช่น อาหาร เสื้อผ้า ของที่ระลึก เครื่องดื่ม (n = 323)

ชนิดของสินค้า/ประเภทของสินค้า	จำนวน	ร้อยละ
1-2 ชนิด/ประเภท	276	85.4
3-4 ชนิด/ประเภท	41	12.7
5-6 ชนิด/ประเภท	6	1.9

จากตารางชนิดของสินค้า/ประเภทของสินค้าชุมชนที่ซื้อในแต่ละครั้ง พบว่า ผู้บริโภคซื้อสินค้าเฉลี่ย 1-2 ชนิด/ประเภท จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 85.4, 3-4 ชนิด/ประเภท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7, และ 5-6 ชนิด/ประเภท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าชุมชนกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเส่ยแต่ละครั้งโดยประมาณ (n = 323)

จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าโดยประมาณ	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 100 บาท	7	2.2
101 - 300 บาท	269	83.3
301 - 500 บาท	46	14.2
501 - 1,000 บาท	1	.3

จากตารางจำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์แต่ละครั้งโดยประมาณ พบว่า ผู้บริโภคใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้า เฉลี่ย 101 - 300 บาท จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3 , 301 - 500 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2, น้อยกว่า 100 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และ 501 - 1,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 บุคคลหรือสิ่งที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์
(สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (n = 323)

บุคคลหรือสิ่งที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้าชุมชน	ให้ความสำคัญ (จำนวน)	ร้อยละ
ตัวเอง	308	95.4
เพื่อน	43	13.3
ครอบครัว / แฟน	16	5.0
บุคคลมีชื่อเสียง (Influencer)	6	1.9
โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram, TikTok	29	9.0
รีวิวจากผู้ที่เคยซื้อหรือใช้สินค้า	5	1.5

จากตารางบุคคลหรือสิ่งที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับตัวเอง จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 95.4, เพื่อน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3, ครอบครัว / แฟน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0, บุคคลมีชื่อเสียง (Influencer) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9, โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram, TikTok จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และรีวิวจากผู้ที่เคยซื้อหรือใช้สินค้า จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ด้านผลิตภัณฑ์

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการใช้สอย			
มีความเหมาะสมกับแต่ละวัยของผู้ใช้หรือสวมใส่	3.92	.434	มาก
สามารถดูแลรักษาได้ง่าย	3.94	.320	มาก
มีความสบายขณะใช้งานหรือสวมใส่	3.94	.435	มาก
ภาพรวม ด้านการใช้สอย	3.93	.317	มาก
ด้านเอกลักษณ์ของชุมชน			
มีลวดลายที่โดดเด่นเหมาะสม เป็นลักษณะเฉพาะตัว	3.15	.435	ปานกลาง
มีลวดลายสื่อถึงภาพลักษณ์ชุมชนได้ชัดเจน	3.15	.428	ปานกลาง
มีลวดลายที่ออกแบบสวยงามเป็นที่จดจำ	3.18	.474	ปานกลาง
ลวดลายสื่อมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนที่อื่น	3.21	.569	ปานกลาง

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
การได้รับรองมาตรฐานจากทางหน่วยงานของรัฐสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อ	4.07	.841	มาก
ภาพรวม ด้านเอกลักษณ์ของชุมชน	3.34	.358	ปานกลาง
ด้านหีบห่อ			
หีบห่อ หรือถุง มีความสวยงาม	3.07	.464	ปานกลาง
หีบห่อ หรือถุง มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	3.06	.448	ปานกลาง
หีบห่อ หรือถุง มีขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	3.07	.477	ปานกลาง
ภาพรวม ด้านหีบห่อ	3.05	.442	ปานกลาง
ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า			
ตราสินค้าชุมชนมีความเหมาะสมสื่อความหมายถึงชุมชนได้อย่างชัดเจน	3.25	.566	ปานกลาง
การออกแบบโลโก้หรือสัญลักษณ์สวยงาม ทันสมัย	3.24	.519	ปานกลาง
ตราสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า	3.20	.525	ปานกลาง
ตราสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ทำให้รู้สึก คุ่มค่า คุ่มราคา	3.30	.580	ปานกลาง
ภาพรวม ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า	3.24	.429	ปานกลาง
ด้านภาพลักษณ์ผู้ใช้ตราสินค้า			
ผู้บริโภครู้สึกว่าการใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่มีความภาคภูมิใจที่ได้มาเที่ยว	3.80	.719	มาก
ผู้บริโภครู้สึกว่าการใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ทำให้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งกับชุมชน	3.82	.724	มาก
ผู้บริโภครู้สึกว่าการใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ อยากบอกต่อถึงประสบการณ์ที่ได้มาเที่ยว	3.81	.742	มาก
ภาพรวม ด้านภาพลักษณ์ผู้ใช้ตราสินค้า	3.80	.697	มาก

จากตารางส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า **ด้านการใช้สอย** ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อสื่อสามารถดูแลรักษาได้ง่ายและมีความสบายขณะใช้งานหรือสวมใส่ และมีความเหมาะสมกับแต่ละวัยของผู้ใช้หรือสวมใส่ โดยให้ความสำคัญในระดับ มาก ตามลำดับ

ด้านเอกลักษณ์ของชุมชน ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการได้รับรองมาตรฐานจากทางหน่วยงานของรัฐสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อ โดยให้ความสำคัญในระดับ มาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.07 ส่วนลวดลายสื่อมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนที่อื่น, มีลวดลายที่ออกแบบสวยงามเป็นที่จดจำ, มีลวดลายที่โดดเด่นเหมาะสม เป็นลักษณะเฉพาะตัว และมีลวดลายสื่อถึงภาพลักษณ์ชุมชนได้ชัดเจนโดยให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง ตามลำดับ

ด้านหีบห่อ ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อหีบห่อ หรือถุง มีความสวยงาม, หีบห่อ หรือถุง มีขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และหีบห่อ หรือถุง มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง ตามลำดับ

ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อตราสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ทำให้รู้สึก คุ่มค่า คุ่มราคา, ตราสินค้าชุมชนมีความเหมาะสมสื่อความหมายถึงชุมชนได้อย่างชัดเจน, การออกแบบโลโก้หรือสัญลักษณ์สวยงาม ทันสมัย และตราสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า โดยให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง ตามลำดับ

ด้านภาพลักษณ์ผู้ใช้ตราสินค้า ผู้บริโภครู้สึกว่าใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ทำให้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งกับชุมชน, ผู้บริโภครู้สึกว่าใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ อยากบอกต่อถึงประสบการณ์ที่ได้มาเที่ยว และผู้บริโภครู้สึกว่าใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์มีความภาคภูมิใจที่ได้มาเที่ยวโดยให้ความสำคัญในระดับ มาก ตามลำดับ นอกจากนี้ ในภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในแต่ละด้านสามารถสรุปได้ดังตาราง

ตารางที่ 4.8 ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในแต่ละด้าน

ด้านผลิตภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ด้านการใช้สอย	3.93	0.317	มาก
ด้านเอกลักษณ์ของชุมชน	3.34	0.358	ปานกลาง
ด้านหีบห่อ	3.05	0.442	ปานกลาง
ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า	3.24	0.429	ปานกลาง
ด้านภาพลักษณ์ผู้ใช้ตราสินค้า	3.80	0.697	มาก

จากตารางสามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสินค้าชุมชนบางเสร์ ในด้านการใช้สอยเป็นอันดับแรก รองลงมาเป็นด้านภาพลักษณ์ผู้ใช้ตราสินค้า โดยให้ความสำคัญในระดับ มาก ตามลำดับ ถัดไปเป็นเรื่องของด้านเอกลักษณ์ของชุมชน ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า และด้านหีบห่อ โดยให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ด้านราคา

ด้านราคา	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	3.28	0.527	ปานกลาง
ราคาของเสื้อใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน	3.32	0.523	ปานกลาง
แสดงป้ายราคาอย่างชัดเจนต่อการตัดสินใจซื้อ	3.29	0.548	ปานกลาง
สามารถต่อรองราคาเมื่อซื้อจำนวนมากได้	3.45	0.584	ปานกลาง
มีวิธีการชำระเงินหลากหลาย	3.54	0.601	มาก
ภาพรวม ด้านราคา	3.37	0.421	ปานกลาง

จากตารางส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับมีวิธีการชำระเงินหลากหลาย และสามารถต่อรองราคาเมื่อซื้อจำนวนมากได้ โดยให้ความสำคัญในระดับ มาก ตามลำดับ ส่วน ราคาของเสื้อผ้าใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน, แสดง ป้ายราคาอย่างชัดเจนต่อการตัดสินใจซื้อ และราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีความสำคัญในระดับ ปานกลาง ตามลำดับ ซึ่งมองในภาพรวมจะเห็นได้ว่า ด้านราคาผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง

ตารางที่ 4.10 ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ร้านค้าหาง่าย สะดวกในการเดินทางไปซื้อ	3.40	0.635	ปานกลาง
สถานที่จัดจำหน่ายสะอาด สวยงาม	3.29	0.587	ปานกลาง
สถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทางและจอดรถ	3.58	0.646	มาก
สามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์	3.58	0.661	มาก
มีปริมาณสินค้าพร้อมสำหรับการขายอยู่เสมอ	3.54	0.580	มาก
ภาพรวม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.46	0.496	ปานกลาง

จากตารางส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทางและจอดรถ, สามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ และมีปริมาณสินค้าพร้อมสำหรับการขายอยู่เสมอ โดยให้ความสำคัญในระดับ มาก ตามลำดับ ส่วน ร้านค้าหาง่าย สะดวกในการเดินทางไปซื้อ, สถานที่จัดจำหน่ายสะอาด สวยงาม โดยให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง ตามลำดับ ซึ่งมองในภาพรวมจะเห็นได้ว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง

ตารางที่ 4.11 ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ผู้บริโภคได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านการโฆษณาจากสื่อต่างๆ ของชุมชนในท้องถิ่น	3.30	0.539	ปานกลาง
ผู้บริโภคได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของชุมชนในท้องถิ่น	3.33	0.581	ปานกลาง
หากชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่จัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกท่านสนใจที่จะเข้าร่วม	3.49	0.656	ปานกลาง
การส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด หรือมีของแถม เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ทำให้ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น	3.45	0.747	ปานกลาง
พนักงานขายมีอัธยาศัยดี	3.50	0.797	ปานกลาง

พนักงานขายแต่งกายสุภาพ	3.63	0.633	มาก
พนักงานขาย มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี	3.52	0.632	มาก
ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย	3.50	0.642	ปานกลาง
มีสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าชม หรือทดลอง	3.55	0.620	มาก
ภาพรวมด้านการส่งเสริมการตลาด	3.47	0.462	ปานกลาง

จากตารางส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับพนักงานขายแต่งกายสุภาพ, มีสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าชม หรือทดลอง และพนักงานขาย มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี โดยให้ความสำคัญในระดับ มาก ตามลำดับ ส่วน พนักงานขายมีอัธยาศัยดี, ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย, หากชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่จัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกท่านสนใจที่จะเข้าร่วม, การส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด หรือมีของแถม เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ทำให้ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น, ผู้บริโภคได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของชุมชนในท้องถิ่น และผู้บริโภคได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านการโฆษณาจากสื่อต่างๆ ของชุมชนในท้องถิ่น โดยให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง ตามลำดับ ซึ่งมองในภาพรวมจะเห็นได้ว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง

การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ เป็นกิจกรรมหนึ่งที่ต้องอาศัยความรู้ด้านการพิมพ์ผ้าของสมาชิกภายในกลุ่มจากที่เคยมีองค์ความรู้ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการมาก่อนในปี 2564 แต่ยังพบปัญหาในผลิตภัณฑ์ที่ออกมา ได้แก่ สีที่ติดกับเส้นมีลวดลายที่ไม่คมชัด ใช้สีได้เพียงหนึ่งหรือสองสี และการออกแบบลวดลายที่ลงบนเส้นไม่มีความหลากหลาย ทางกลุ่มจึงได้เปลี่ยนรูปแบบการพิมพ์ผ้าจากการใช้เทคนิคการพิมพ์ลายแกะสลัก เป็นเทคนิคการพิมพ์ผ้าแบบสกรีนแทน

เมื่อนำข้อมูลของทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยวที่เป็นคนนอกชุมชนที่ตอบแบบสอบถามมาเปรียบเทียบข้อมูล จะพบว่า

ตารางที่ 4.12 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ด้านผลิตภัณฑ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว (n=131)

ด้านผลิตภัณฑ์	ชุมชน	แปล	นักท่องเที่ยว	แปล	สรุปผล
	$\bar{X}$	ผล	$\bar{X}$	ผล	
ด้านการใช้สอย					
มีความเหมาะสมกับแต่ละวัยของผู้ใช้หรือสวมใส่	3.98	มาก	3.89	มาก	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว
สามารถดูแลรักษาได้ง่าย	3.95	มาก	3.94	มาก	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว
มีความสบายขณะใช้งานหรือสวมใส่	3.95	มาก	3.92	มาก	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว

ด้านผลิตภัณฑ์	ชุมชน	แปล	นักท่องเที่ยว	แปล	สรุปผล
	$\bar{X}$	ผล	$\bar{X}$	ผล	
ภาพรวม ด้านการใช้สอย	3.96	มาก	3.92	มาก	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว
ด้านเอกลักษณ์ของชุมชน					
มีลวดลายที่โดดเด่นเหมาะสม เป็นลักษณะเฉพาะตัว	3.17	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว
มีลวดลายสื่อถึงภาพลักษณ์ชุมชนได้ชัดเจน	3.16	ปานกลาง	3.14	ปานกลาง	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว
มีลวดลายที่ออกแบบสวยงามเป็นที่จดจำ	3.18	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง	ไม่แตกต่าง
ลวดลายสื่อมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนที่อื่น	3.32	ปานกลาง	3.18	ปานกลาง	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว
การได้รับรองมาตรฐานจากทางหน่วยงานของรัฐสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อ	4.17	มาก	3.97	มาก	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว
ภาพรวม ด้านเอกลักษณ์ของชุมชน	3.40	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว
ด้านหีบห่อ					
หีบห่อ หรือถุง มีความสวยงาม	3.04	ปานกลาง	3.15	ปานกลาง	นักท่องเที่ยวมีทัศนคติดีกว่าชุมชน
หีบห่อ หรือถุง มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	3.03	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	นักท่องเที่ยวมีทัศนคติดีกว่าชุมชน
หีบห่อ หรือถุง มีขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	3.02	ปานกลาง	3.12	ปานกลาง	นักท่องเที่ยวมีทัศนคติดีกว่าชุมชน
ภาพรวม ด้านหีบห่อ	3.03	ปานกลาง	3.13	ปานกลาง	นักท่องเที่ยวมีทัศนคติดีกว่าชุมชน
ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า					
ตราสินค้าชุมชนมีความเหมาะสมสื่อความหมายถึงชุมชนได้อย่างชัดเจน	3.24	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง	นักท่องเที่ยวมีทัศนคติดีกว่าชุมชน

ด้านผลิตภัณฑ์	ชุมชน	แปล	นักท่องเที่ยว	แปล	สรุปผล
	$\bar{x}$	ผล	$\bar{x}$	ผล	
การออกแบบโลโก้หรือสัญลักษณ์สวยงามทันสมัย	3.21	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง	นักท่องเที่ยวมีทัศนคติดีกว่าชุมชน
ตราสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า	3.18	ปานกลาง	3.27	ปานกลาง	นักท่องเที่ยวมีทัศนคติดีกว่าชุมชน
ตราสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ทำให้รู้สึกคุ้มค่า คุ้มราคา	3.32	ปานกลาง	3.36	ปานกลาง	นักท่องเที่ยวมีทัศนคติดีกว่าชุมชน
ภาพรวม ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า	3.24	ปานกลาง	3.31	ปานกลาง	นักท่องเที่ยวมีทัศนคติดีกว่าชุมชน
ด้านภาพลักษณ์ผู้ใช้ตราสินค้า					
ผู้บริโภครู้สึกที่ใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์มีความภาคภูมิใจที่ได้มาเที่ยว	3.86	มาก	3.70	มาก	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว
ผู้บริโภครู้สึกที่ใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ทำให้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งกับชุมชน	3.87	มาก	3.78	มาก	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว
ผู้บริโภครู้สึกที่ใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ อยากบอกต่อถึงประสบการณ์ที่ได้มาเที่ยว	3.88	มาก	3.78	มาก	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว
ภาพรวมด้านภาพลักษณ์ผู้ใช้ตราสินค้า	3.87	มาก	3.75	มาก	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว

จากตารางการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ด้านผลิตภัณฑ์ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว พบว่า

1. *ด้านการใช้สอย* พบว่า ชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์และนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อการใช้สอยในระดับ มาก ส่วน ค่าเฉลี่ยด้านการใช้สอยนั้น นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติน้อยกว่าชุมชนทุกด้าน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวยังมองไม่เห็นถึงประโยชน์การใช้สอยของสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์เท่าที่ควร ผู้วิจัยคิดว่าในอนาคตนักท่องเที่ยวสินค้าดังกล่าวเป็นเพียงของฝากของที่ระลึก

แต่หากชุมชนกลุ่มผ้าพิมพ์บางเสร์สร้างคุณค่าให้กับสินค้า เช่น การให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการพิมพ์ผ้า เลือกสี เลือกแบบ เป็นต้น และทำให้เห็นว่าเสื้อดังกล่าวมีเพียงตัวเดียว ไม่สามารถทำซ้ำได้ นอกจากนี้ การขออนุญาตนักท่องเที่ยวถ่ายภาพและนำขึ้น Facebook, Instagram หรือ TikTok เพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์และสร้างรู้สึกให้กับนักท่องเที่ยวว่าเป็นส่วนหนึ่งในการสร้างประโยชน์ให้กับชุมชน

2. *ด้านเอกลักษณ์ของชุมชน* พบว่า ชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์และนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อการใช้จ่ายในระดับ ปานกลาง ถึง มาก ส่วนค่าเฉลี่ยด้านเอกลักษณ์ของชุมชนนั้น นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติน้อยกว่าชุมชนทุกด้าน ยกเว้น มีลวดลายที่ออกแบบสวยงามเป็นที่จดจำ มีค่าเฉลี่ยของทัศนคติไม่แตกต่างกัน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวยังมองไม่เห็นถึงด้านเอกลักษณ์ของชุมชนของสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์เท่าที่ควร ยกเว้น ลวดลายที่ออกแบบสวยงามเป็นที่จดจำ จะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อลวดลายเป็นที่น่าจดจำ แต่ในการแสดงเอกลักษณ์ของชุมชนยังไม่เป็นที่จดจำของนักท่องเที่ยว อาจเป็นเพราะนักท่องเที่ยวยังไม่ทราบประวัติและความเป็นมารวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวในบางเสร์ นอกจากชายทะเล

3. *ด้านหีบห่อ* พบว่า ชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์และนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อด้านหีบห่อระดับ ปานกลาง ส่วน ค่าเฉลี่ยด้านหีบห่อของชุมชนนั้น นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติสูงกว่าชุมชนทุกด้าน แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมีความเข้าใจถึงลักษณะของหีบห่อของสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยยังมองเห็นว่า ด้านหีบห่อมีระดับความพึงพอใจดังกล่าวมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับ ปานกลาง จึงควรมีการพัฒนาต่อยอดโดยการนำเอกลักษณ์ของชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์มาใส่ในหีบห่อเพื่อให้เกิดลวดลายที่สวยงามเป็นที่จดจำ อย่างไรก็ตาม การพัฒนาหีบห่อเป็นต้นทุนชุมชนกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ต้องพิจารณาเพราะอาจจะส่งผลต่อราคาขายสินค้า และกำไรได้

4. *ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า* พบว่า ชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์และนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อด้านการใช้จ่ายในระดับ ปานกลาง ส่วน ค่าเฉลี่ยด้านภาพลักษณ์ตราสินค้านั้น นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติสูงกว่าชุมชนทุกด้าน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมองเห็นถึงภาพลักษณ์ตราสินค้าที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชน กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ อย่างไรก็ตาม ผู้วิจัยยังมองเห็นว่า ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า มีระดับความพึงพอใจดังกล่าวอยู่ในระดับปานกลาง จึงควรมีการทำการสื่อสารการตลาดเพื่อสร้างการรู้จักสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์และความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าของชุมชน

5. *ด้านภาพลักษณ์ผู้ใช้ตราสินค้า* พบว่า ชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์และนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อด้านภาพลักษณ์ผู้ใช้ตราสินค้าในระดับ มาก ส่วน ค่าเฉลี่ยด้านภาพลักษณ์ผู้ใช้ตราสินค้านั้น นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติน้อยกว่าชุมชนทุกด้าน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวยังไม่รู้สึกถึงความเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนและภูมิใจที่ได้มาท่องเที่ยว อดหนุนสินค้าชุมชน รวมถึงการได้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาชุมชน

ตารางที่ 4.13 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเส่ย ด้านราคา

ด้านราคา	ชุมชน	แปล	นักท่องเที่ยว	แปล	สรุปผล
	$\bar{x}$	ผล	$\bar{x}$	ผล	
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	3.31	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว
ราคาของเสื้อใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน	3.32	ปานกลาง	3.35	ปานกลาง	นักท่องเที่ยวนีทัศนคติดีกว่าชุมชน
แสดงป้ายราคาอย่างชัดเจนต่อการตัดสินใจซื้อ	3.28	ปานกลาง	3.30	ปานกลาง	นักท่องเที่ยวนีทัศนคติดีกว่าชุมชน
สามารถต่อรองราคาเมื่อซื้อจำนวนมากได้	3.42	มาก	3.48	มาก	นักท่องเที่ยวนีทัศนคติดีกว่าชุมชน
มีวิธีการชำระเงินหลากหลาย	3.49	มาก	3.57	มาก	นักท่องเที่ยวนีทัศนคติดีกว่าชุมชน
ภาพรวม ด้านราคา	3.36	ปานกลาง	3.40	ปานกลาง	นักท่องเที่ยวนีทัศนคติดีกว่าชุมชน

จากตารางการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเส่ย ด้านราคา ระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว พบว่า ชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเส่ยและนักท่องเที่ยวนีทัศนคติต่อด้านราคาในระดับ ปานกลาง ถึง มาก ส่วนค่าเฉลี่ยด้านราคาของสินค้าชุมชนนั้น นักท่องเที่ยวนีค่าเฉลี่ยของทัศนคติมากกว่าชุมชนทุกด้าน ยกเว้น ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวมองเห็นว่า ราคาของสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเส่ยมีความเหมาะสม

ตารางที่ 4.14 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเส่ย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	ชุมชน	แปล	นักท่องเที่ยว	แปล	สรุปผล
	$\bar{x}$	ผล	$\bar{x}$	ผล	
ร้านค้าทาง่าย สะดวกในการเดินทางไปซื้อ	3.45	มาก	3.35	มาก	นักท่องเที่ยวนีทัศนคติดีกว่าชุมชน
สถานที่จัดจำหน่ายสะอาด สวยงาม	3.25	มาก	3.34	มาก	นักท่องเที่ยวนีทัศนคติดีกว่าชุมชน
สถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทางและจอดรถ	3.57	มาก	3.57	มาก	ไม่แตกต่าง
สามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์	3.58	มาก	3.59	มาก	นักท่องเที่ยวนีทัศนคติดีกว่าชุมชน

มีปริมาณสินค้าพร้อมสำหรับการขาย อยู่เสมอ	3.56	มาก	3.53	มาก	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่า นักท่องเที่ยว
ภาพรวม ด้านช่องทางการจัด จำหน่าย	3.48	มาก	3.48	มาก	ไม่แตกต่าง

จากตารางการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่และนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับ มาก ส่วน ค่าเฉลี่ยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายนั้น นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติมากกว่าชุมชนทุกด้าน ยกเว้น สถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทางและจอดรถ มีค่าเฉลี่ยของทัศนคติไม่แตกต่างกัน และด้านมีปริมาณสินค้าพร้อมสำหรับการขายอยู่เสมอ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติของชุมชนสูงกว่านักท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวรู้สึก บางเสร่ เป็นสถานที่ท่องเที่ยว ไปมาสะดวก มีสินค้าชุมชนจำหน่ายและง่ายต่อซื้อหา

อย่างไรก็ตาม จากประเด็นของ มีปริมาณสินค้าพร้อมสำหรับการขายอยู่เสมอ ผู้วิจัยสังเกตเห็นถึงความไม่เพียงพอของสินค้าต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องของขนาดของเสื้อ ซึ่งถ้ากลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ทำเป็นไว้เพื่อรอจำหน่ายก็จะเป็นต้นทุนของชุมชน ดังนั้น ควรใช้การรับคำสั่งซื้อและจัดส่งไว้ในภายหลัง ซึ่งจุดนี้เองจะมีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมอาจทำให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจไม่ซื้อสินค้าดังกล่าวได้ ผู้วิจัยเสนอให้จัดส่ง “ฟรี” โดยให้กลับไปพิจารณาเรื่องราคาขายรวมค่าขนส่ง ตั้งเป็นราคาขาย และหากนักท่องเที่ยวซื้อ ณ จุดจำหน่าย ผู้ขายจะทำการลดราคาให้นักท่องเที่ยวโดยหักค่าขนส่งออก ซึ่งเสมือนเป็นการส่งเสริมการตลาดอีกทางหนึ่ง

ตารางที่ 4.15 การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ด้านการส่งเสริมการตลาด

ด้านการส่งเสริมการตลาด	ชุมชน	แปล ผล	นักท่องเที่ยว	แปล ผล	สรุปผล
	$\bar{X}$		$\bar{X}$		
ผู้บริโภคได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านการโฆษณาจากสื่อต่างๆ ของชุมชนในท้องถิ่น	3.33	ปานกลาง	3.31	ปานกลาง	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว
ผู้บริโภคได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของชุมชนในท้องถิ่น	3.36	ปานกลาง	3.32	ปานกลาง	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว
หากชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่จัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกท่านสนใจที่จะเข้าร่วม	3.47	มาก	3.51	มาก	นักท่องเที่ยวมีทัศนคติดีกว่าชุมชน
การส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด หรือมีของแถม เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ทำให้ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น	3.51	มาก	3.48	มาก	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว
พนักงานขายมีอัธยาศัยดี	3.65	มาก	3.46	มาก	ชุมชนมีทัศนคติดีกว่านักท่องเที่ยว

พนักงานขายแต่งกายสุภาพ	3.63	มาก	3.64	มาก	นักท่องเที่ยวมีทัศนคติดีกว่าชุมชน
พนักงานขาย มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี	3.46	มาก	3.58	มาก	นักท่องเที่ยวมีทัศนคติดีกว่าชุมชน
ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย	3.44	มาก	3.52	มาก	นักท่องเที่ยวมีทัศนคติดีกว่าชุมชน
มีสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าชม หรือทดลอง	3.53	มาก	3.56	มาก	นักท่องเที่ยวมีทัศนคติดีกว่าชุมชน
ภาพรวมด้านการส่งเสริมการตลาด	3.49	มาก	3.49	มาก	ไม่แตกต่าง

จากตารางการเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยทัศนคติที่มีต่อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่และนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับ ปานกลาง ถึง มาก ส่วน ค่าเฉลี่ยด้านการส่งเสริมการตลาดนั้น นักท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติมากกว่าชุมชน 5 ด้านและชุมชนมีค่าเฉลี่ยของทัศนคติมากกว่านักท่องเที่ยว 4 ด้าน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวรู้สึก ชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่มีอรรถาศัยดีและการให้บริการที่ดี มีความเข้าใจในนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี และมีประเด็นที่สนใจคือ หากชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่จัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกท่านสนใจที่จะเข้าร่วม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสนใจในกิจกรรมที่ชุมชนจัดขึ้น ซึ่งผู้วิจัยมองเห็นถึงโอกาสทางการตลาดในการเสนอขายผลิตภัณฑ์กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ โดยจัดกิจกรรมพิมพ์ผ้าเอง ซึ่งเป็นการขายเสื้อแต่ให้นักท่องเที่ยว เลือกลายและเป็นผู้พิมพ์ผ้าเอง เป็นการสร้างจุดขายอีกลักษณะหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า มีช่องทางการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวผ่านการสื่อสารของชุมชน แต่จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งยังไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือ อาจไม่สนใจในข่าวสาร ซึ่งข่าวสารดังกล่าว อาจรวมถึงด้านความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของนักท่องเที่ยวด้วย ดังนั้น ควรทำการสื่อสารเป็นระยะๆ และสอดแทรกสินค้าชุมชนและการส่งเสริมการขายไปพร้อม ๆ กัน

4.2.2 กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเทคนิคแบบสกรีน

ในการจัดกิจกรรมได้ดำเนินการในวันอังคารที่ 16 มกราคม 2567 โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เข้าเข้าร่วมโครงการจำนวน 7 คน ที่เป็นแกนหลักในกลุ่มพิมพ์ผ้าเพื่อให้เรียนรู้อย่างทั่วถึงกันทุกคน โดยได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์ชาลี ทองประดับ เจ้าของร้าน Chalee House บางแสน ชลบุรี เป็นวิทยากรให้ความรู้ ดังนี้

อุปกรณ์และขั้นตอนในการสกรีน

อุปกรณ์ในการสกรีน

1. โต๊ะสกรีน แบบ 3 หัว

โต๊ะสกรีนแบบ 3 หัว เป็นโต๊ะที่ไว้สำหรับสกรีนเสื้อ ประกอบไปด้วยโครงสร้างที่เป็นตั้งที่มีความแข็งแรง คงทน และมีแป้นพิมพ์สำหรับสอดเสื้อเข้าไป และนำบล็อกสกรีนวาง



ภาพที่ 4.1 โต๊ะสกรีน

ที่มา : ผู้วิจัย

2. ยางปาด

ยางปาด เป็นอุปกรณ์ที่ใช้สำหรับพาหมึกพิมพ์หรือสีที่อยู่บนบล็อกสกรีนจากข้างหนึ่งไปอีกข้างหนึ่ง เพื่อให้เกิดรูปตามแบบพิมพ์ที่มาในบล็อกสกรีน



ภาพที่ 4.2 ยางปาด

ที่มา : ผู้วิจัย

3. ที่คนสีหรือตักสี

ที่คนสีหรือตักสี ขนาด 3 นิ้ว และ 6 นิ้ว ไว้สำหรับคนสีให้เนื้อสีเข้ากัน และสามารถนำมาตักสีเมื่อเราต้องการใช้สีจำนวนไม่มากบนบล็อกสกรีน



ภาพที่ 4.3 ที่คนสีหรือที่ตักสี

ที่มา : ผู้วิจัย

4. กาวยัดผ้า

มีคุณสมบัติเพื่อยึดไม่ให้ผ้าที่ใช้สกรีนเคลื่อนระหว่างสกรีน โดยใช้ทาบนแป้นที่ใช้รองผ้าในการสกรีน



ภาพที่ 4.4 กาวยัดผ้า

ที่มา : ผู้วิจัย

5. เทปกาว

ใช้สำหรับติดระหว่างแบบสกรีนกับขอบไม้บล็อกสกรีน ป้องกันหมึกสีไม่ให้ซึมไปถูกขอบไม้บล็อกเพื่อยืดอายุบล็อกให้อยู่ยาวนานขึ้น



ภาพที่ 4.5 เทปกาว

ที่มา : ผู้วิจัย

6. หมึกสีสกรีน

หมึกสีสกรีน ประกอบด้วย สีจม สีลอย และสียาง ซึ่งแต่ละหมึกสีมีคุณสมบัติ และเหมาะกับเนื้อผ้าแตกต่างกัน ได้แก่

สีจม เป็นเนื้อสีจะมีความละเอียดสามารถซึมลงไปถึงเส้นใยผ้าและเนื้อสีจะมีความโปร่งใส เพื่อให้การสกรีนเสื้อด้วยสีจมมีประสิทธิภาพ สีของผ้าที่เหมาะสมกับการสกรีนด้วยสีจมจึงเป็นผ้าสีอ่อน เช่น สีขาว, สีชมพูอ่อน, สีฟ้าอ่อน และสีเหลือง เป็นต้น

สีลอย เป็นเนื้อสีที่มีความละเอียดน้อยกว่าสีจม เนื้อสีมีความทึบแสง ทำให้เกาะติดบนเส้นใยผ้าไม่ซึมเข้าไปในเนื้อผ้าเหมือนสีจม ลักษณะที่ได้จะมีความหนาขึ้นมาจากเนื้อผ้า ให้ความรู้สึกถึงมีความ

คมชัดของลวดลายออกมาจากเนื้อผ้า โดยนิยมสกรีนสีลอยเป็นร่องพื้นสีขาวบนเสื้อสีเข้มแล้วค่อยสกรีนสีเข้มทับลงไปเพื่อให้สีเด่นชัดขึ้นมา

สียาง เป็นเนื้อสีที่ผสมกับยางเคมี ทำให้สียางมีความยืดหยุ่นสูง สีทึบแสง ความพิเศษของสียางคือความสดของสี และความมันเงา เมื่อสกรีนลงบนผ้าจะเกาะติดอยู่บนเส้นใยผ้า ลักษณะที่ได้จึงมีความหนาขึ้นมาจากผ้าเช่นเดียวกันกับสีลอย ด้วยคุณสมบัติที่มียางเคมีเป็นตัวผสมทำให้สกรีนลงบนเสื้อผ้าทุกสีโดยไม่ต้องรองพื้นด้วยสีขาวก่อน อีกทั้งสียางยังมีราคาที่ไม่สูงมาก สกรีนลงบนผ้าได้หลายแบบ ผลลัพธ์ที่ได้มีความสวยงาม คมชัด ทนทานต่อการซักได้ถึง 50-60 ครั้ง สีไม่ซีด ไม่แตก ทำได้หลากหลายเทคนิค



ภาพที่ 4.6 หมึกสีสกรีน

ที่มา : ผู้วิจัย

7. บล็อกสกรีน

ในการทำบล็อกสกรีนมีขั้นตอนในการทำหลายขั้นตอน ทางกลุ่มจึงได้เลือกแบบที่เป็นต้นฉบับจำนวน 3 ภาพได้แก่ ภาพรวมของอัตลักษณ์ชุมชนบางเสร่ ภาพเรือประมง และภาพทางเครื่อง และเป็นตัวหนังสือที่เป็นภาษาไทย และภาษาอังกฤษ โดยสั่งให้ร้านที่รับทำบล็อกสกรีนทำ ภาพละ 350 บาท

ภาพต้นฉบับ



ภาพที่เป็นบล็อกสกรีน



ภาพที่ 4.7 ภาพต้นฉบับจากการวาดและภาพบล็อกสกรีน

ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 4.8 ภาพที่เกาะและทำบล็อกสกรีนอัตลักษณ์เพิ่มเติม

ที่มา : ผู้วิจัย

8. ผลิตภัณฑ์ที่ใช้สกรีน ประกอบด้วยเสื้อยืด และกระเป๋าสะพาย

ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการฝึกสกรีนประกอบด้วยเสื้อยืดสีต่าง ๆ ได้แก่ สีขาว สีดำ สีเหลือง สีแดง สี
ส้ม และกระเป๋าสะพาย สีขาว



ภาพที่ 4.9 ผลิตภัณฑ์ที่ใช้สกรีน

ที่มา : ผู้วิจัย

ขั้นตอนในการสกรีน

ขั้นตอนในการสกรีนมีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ลงกาวยึดผ้า

เทกาวลงบนแป้นพิมพ์ทั้ง 3 แป้น จากนั้นเกลี่ยกาวให้ทั่ว ทิ้งไว้ 15 – 20 นาที รอให้กาวแห้ง
หรือจะใช้ไดร์เป่าผมเป่าให้แห้ง เมื่อเราสวมเสื้อที่จะสกรีน กาวจะช่วยยึดผ้าไม่ให้ขยับ



ภาพที่ 4.10 ลงกาวยึดผ้า

ที่มา : ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 2 สวมเสื้อลงบนแป้นพิมพ์

สวมเสื้อที่จะสกรีนลงบนแป้นพิมพ์ โดยใช้ส่วนชายเสื้อสอดเข้าไปให้สุด โดยเราจะให้ส่วนที่จะสกรีนขึ้นมบบนแป้นพิมพ์ อยู่ที่เราจะออกแบบ ได้ทั้งด้านหน้า ด้านหลัง ด้านข้าง ด้านบน ด้านล่าง จากนั้นดึงเสื้อให้เรียบ



ภาพที่ 4.11 สวมเสื้อลงในแป้นพิมพ์

ที่มา : ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 3 วางบล็อกลงเสื้อ

เมื่อวางเสื้อบนแป้นพิมพ์เรียบร้อยแล้ว นำบล็อกที่เราจะสกรีนมาวางตรงที่เราต้องการจะสกรีน ให้มีคนมาช่วยจับเพื่อไม่ให้บล็อกขยับ



ภาพที่ 4.12 วางบล็อกลงเสื้อ
ที่มา : ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 4 เทหมึกสีสกรีนลงบนบล็อก
เทหมึกสีที่ต้องการสกรีนลงบนบล็อกด้านใดด้านหนึ่ง



ภาพที่ 4.13 เทหมึกสีสกรีนลงบนบล็อก
ที่มา : ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 5 ยางปาด

นำยางปาด มาปาดสีให้เรียบ โดยครั้งแรกให้ตั้งยางปาดตั้งมุม 45 องศา เพื่อให้หน้ายางติดกับสีสกรีน จากนั้นตั้งมุม 90 องศา และกดยางปาดเล็กน้อยและดึงยางปาดจากด้านหนึ่งไปอีกด้านหนึ่งให้สีซึมไปที่ภาพหรือตัวหนังสือของบล็อกสกรีน



ภาพที่ 4.14 ยางปาด
ที่มา : ผู้วิจัย

ขั้นตอนที่ 6 ยกบล็อกออก

เมื่อยางปาดสีซึมลงในแบบแล้วให้รีบยกบล็อกออก ให้รีบนำบล็อกไปสกรีนกับผลิตภัณฑ์ตัวอื่นต่อไป ผลิตภัณฑ์ที่สกรีนเสร็จให้นำไปตากลมหรือใช้ไดร์เป่าผม เป่าให้แห้ง เมื่อแห้งสนิทแล้วจึงนำไปรีดสามารถนำไปใช้งานได้



ภาพที่ 4.15 ผลิตภัณฑ์จากการสกรีนเสื้อ
ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 4.16 ผลิตภัณฑ์พิมพ์ผ้าจากกระเป๋าสะพาย
ที่มา : ผู้วิจัย

ข้อควรระวัง อย่าให้สีแห้งติดรูปแบบหรือตัวหนังสือของบล็อกสกรีนเพราะจะทำให้แบบต้นให้รับน้ำบล็อกไปล้างสีออก รอให้แห้งแล้วนำมาสกรีนใหม่



ภาพที่ 4.17 ล้างบล็อกสกรีน
ที่มา : ผู้วิจัย

หลังจากการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการพิมพ์ผ้า ได้มีถอดบทเรียนถึงข้อแตกต่างระหว่างวิธีการพิมพ์ผ้ากับวิธีการสกรีน ดังนี้

1. คุณภาพของลายภาพ

แบบพิมพ์ผ้า ลายภาพที่ออกมาจะได้คุณภาพไม่คมชัดมากนัก

แบบสกรีน ลายภาพที่ออกมาจะมีความคมชัดมาก

2. เปรียบเทียบระยะเวลากับจำนวนผลิตภัณฑ์

แบบพิมพ์ผ้า ในระยะเวลาที่ผลิต 10 นาที สามารถผลิต ผลิตภัณฑ์ได้จำนวน 3 – 4 ชิ้น

แบบสกรีน ในระยะเวลาที่ผลิต 10 นาที สามารถผลิต ผลิตภัณฑ์ได้จำนวน 30 ชิ้น

3. ชนิดของสี

แบบพิมพ์ผ้า สีที่ใช้เป็นสีอะคริลิก จะทำให้แห้งช้า ผลิตภัณฑ์ 1 ชิ้นจะใช้สีได้ทีเดียว ถ้าหากจะใช้สีหลายสีต้องทำแบบหลายแบบในภาพ 1 ภาพ ต้องทำหลายขั้นตอน

แบบสกรีน สีที่ใช้เป็นสีสกรีนเฉพาะ จะแห้งเร็ว ผลิตภัณฑ์ 1 ชิ้น สามารถใช้สีสกรีนได้หลายสีพร้อมกัน ทำให้เกิดลวดลาย และความสวยงามขึ้น

4.2.3 การทดลองตลาด

เมื่อกลุ่มพิมพ์ผ้าได้รับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าด้วยเทคนิคแบบสกรีน จึงได้มีการทดลองตลาดในช่วงเดือนมกราคม – เดือนกุมภาพันธ์ 2567 โดยลูกค้าจะเป็นคนในชุมชนและกลุ่มลูกค้านอกชุมชนซึ่งได้แก่กลุ่มคนที่เข้ามาศึกษาดูงาน ซึ่งทางนักวิจัยชุมชนได้เก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์การตลาด ดังนี้

1. *ลูกค้าในชุมชน* เป็นกลุ่มลูกค้าที่รู้จักกับสมาชิกของกลุ่มพิมพ์ผ้า เมื่อมีการอบรมการสกรีนเสื้อที่เป็นลายอัตลักษณ์ของชุมชนบางเสร์ ทางสมาชิกกลุ่มได้ถ่ายรูปและมีการแชร์ลงบน Facebook ทั้งที่เป็นส่วนตัวและกลุ่มแล้วเปิดเป็นสาธารณะทำให้กลุ่มเพื่อน ๆ เห็นขั้นตอนและวิธีการทำที่มีลวดลายสวยงามสะดุดตาทำให้เกิดความสนใจ และมีการสอบถามราคา ทำให้วันที่มีการอบรมมีคนสั่งจองเสื้อลายอัตลักษณ์บางเสร์ จำนวน 20 ตัว เพื่อที่จะนำไปเป็นรางวัลจับฉลากในงานประจำปีวัดบางเสร์คงคาราม ปิดทองหลวงพ่อดำอยู่ระหว่างวันที่ 22 – 28 กุมภาพันธ์ 2567 ที่ผ่านมานั้นยังมีคนในชุมชนได้สั่งเสื้อจากงานพิมพ์ผ้าที่มีลวดลายของบางเสร์ โดยที่ขอเลือกสีเสื้อและขอให้วางลวดลายบริเวณเสื้อที่ต้องการ จำนวน 3 ตัว สำหรับครอบครัว พ่อ แม่ ลูก ซึ่งทางกลุ่มฯ ก็สามารถทำเสื้อสกรีนลวดลายบางเสร์ให้กับลูกค้าที่สั่งเสื้อได้ตามที่ลูกค้าต้องการ

เราจะพบว่าคนในชุมชนจะชอบเสื้อสกรีนจากบล็อกไม้ เป็นเสื้อที่คนในชุมชนนิยมมากที่สุด เพราะลายมีความคมชัดและสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการทำด้วยตนเองได้ เมื่อแยกเป็นวัยต่าง จะพบว่า วัยรุ่น นิยมเสื้อสีดำมากที่สุด รองลงมาคือเสื้อสีขาว ลายที่นิยมชอบจะเป็นลายตัวอักษรบางเสร์ รองลงมาคือลายที่เป็นภาพรวมของบางเสร์ วัยกลางคน นิยมเสื้อพาสเทลมากที่สุด คือ สีชมพูอ่อน รองลงมาคือเขียวอ่อน และสีดำ ลายที่นิยมชอบจะเป็นลายลายที่เป็นภาพรวมของบางเสร์ รองลงมาคือลายที่เป็นลายตัวอักษรบางเสร์ ส่วนวัยผู้สูงอายุ นิยมเสื้อสีเข้ม คือสีเขียว สีส้ม สีแดง รองลงมาคือสีขาว ลายที่นิยมชอบจะเป็นลายลายที่เป็นภาพรวมของบางเสร์ รองลงมาคือลายที่เป็นลายตัวอักษรบางเสร์

2. *ลูกค้านอกชุมชน* เป็นกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาศึกษาดูงานของเทศบาล ในช่วงเดือนมกราคมและเดือนกุมภาพันธ์ จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มศึกษาดูงานจากกลุ่มสตรีแม่บ้านตำบลท่าตม อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน กลุ่มศึกษาดูงานจากศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร จังหวัดพิษณุโลก และกลุ่มศึกษาดูงานจากดูงานจากผู้ขับขี่ยะยานยนต์รับจ้างเขตบางแค กรุงเทพมหานคร จึงได้นำข้อมูลมาสรุปจากกลุ่มลูกค้าภายนอกชุมชนที่เข้ามาศึกษาดูงานทั้ง 3 กลุ่ม ดังนี้

2.1 กลุ่มศึกษาดูงานจากกลุ่มสตรีแม่บ้านตำบลท่าตม อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน

สำหรับกลุ่มผู้ซื้อของคณะดูงานนี้ ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อเสื้อโดยเลือกสีเสื้อสกรีนจากบล็อกไม้ สีที่เลือกซื้อมากที่สุดจะเป็นสีชมพูบานเย็น 3 ตัว และสีเขียวตองอ่อน 3 ตัว รองลงมาจะเป็นสีเหลือง 2 ตัว

และเสื้อสีดำ จำนวน 1 ตัว จำนวนไซส์ที่ซื้อกันมากที่สุดจะเป็นไซส์ XL เป็นส่วนมาก และลายที่เลือกส่วนใหญ่จะเป็นลายภาพรวมของบางเสร์ รองลงมาเป็นเสื้อที่มีตัวอักษรคำว่าบางเสร์

จากการการประเมินของการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อของคณะดูงาน ได้มีการพิจารณารวมถึงเลือกซื้อสินค้า โดยกลุ่มนี้ไม่ได้เน้นในเรื่องของราคามากนัก ส่วนใหญ่ถูกค่านั่นเรื่องคุณค่าของความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น และมีความชื่นชอบในตัวสินค้าตรงที่มีโอกาสได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำเสื้อด้วยตนเอง โดยมีกลุ่มพิมพ์ผ้าได้ให้คำแนะนำและบอกขั้นตอนการทำ และเป็นกลุ่มผู้ซื้อที่เน้นเรื่องความสะดวก โดยไม่ได้สนใจความแตกต่างระหว่างสินค้าแบรนด์ต่าง ๆ และไม่ให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบสินค้ากับเสื้อแบรนด์อื่น ๆ แต่เน้นเรื่องการสวมใส่เสื้อและความสะดวกสบายของการใช้งานเป็นหลัก และใช้เวลาอย่างรวดเร็วในการซื้อ

2.2 กลุ่มศึกษาดูงานจากศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร จังหวัดพิษณุโลก

สำหรับกลุ่มผู้ซื้อของคณะดูงานนี้ ส่วนใหญ่จะเลือกซื้อเสื้อโดยเลือกสีเสื้อสกรีนจากบล็อกไม้ สีที่เลือกซื้อมากที่สุด ในกลุ่มวัยผู้ใหญ่จะเลือกซื้อสีชมพูบานเย็นเป็นจำนวน 3 ตัว สีเขียวตองอ่อน จำนวน 2 ตัว และสีส้ม จำนวน 2 ตัว และกลุ่มวัยรุ่นจะเป็นเสื้อสีดำ จำนวน 3 ตัว เสื้อสีขาวจำนวน 1 ตัว จำนวนไซส์ที่ซื้อกันมากที่สุดจะเป็นไซส์ XL เป็นส่วนมาก รองลงมาจะเป็นไซส์ M และไซส์ S และลายที่เลือกส่วนใหญ่จะเป็นลายเสื้อที่มีตัวอักษรคำว่าบางเสร์ รองลงมาเป็นลายภาพรวมของบางเสร์

และอีกทั้งยังมีกลุ่มผู้ซื้อที่ได้มีความสนใจเลือกซื้อสินค้าพิมพ์ผ้าจากการแกะสลักจากแผ่นยางอีกด้วย โดยสีที่เลือกซื้อมากที่สุด ในกลุ่มวัยผู้ใหญ่จะเป็นเสื้อสีเขียวตองอ่อน 2 ตัว สีส้ม 1 ตัว สีชมพูอ่อน 1 ตัว และสีเหลือง 1 ตัว และกลุ่มวัยรุ่นจะเป็นเสื้อสีดำ จำนวน 2 ตัว เสื้อสีเขียวจำนวน 1 ตัว จำนวนไซส์ที่ซื้อกันมากที่สุดจะเป็นไซส์ XL เป็นส่วนมาก รองลงมาจะเป็นไซส์ M และไซส์ S และลายที่เลือกส่วนใหญ่จะเป็นลายเสื้อรูปภูเขาตามสมัยนิยม รองลงมาเป็นลายเสื้อบางเสร์ และเป็นลายภาพเรือแล่นอยู่บนทะเล

จากการการประเมินของการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อของคณะดูงาน กลุ่มนี้ไม่ได้เน้นในเรื่องของราคามากนัก ส่วนใหญ่ถูกค่านั่นเรื่องคุณค่าของความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น และนิยมสินค้าที่ทำจากมือ รวมทั้งยังมีความชื่นชอบและตื่นเต้นในตัวสินค้าตรงที่มีโอกาสได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำเสื้อด้วยตนเองอีกด้วย และเป็นกลุ่มผู้ซื้อที่เน้นคำนึงเรื่องความสะดวกสบายในการสวมใส่เสื้อเป็นหลัก เน้นการสวมใส่เสื้อผ้าอยู่กับบ้าน

2.3 กลุ่มศึกษาดูงานจากผู้ขับรถจักรยานยนต์รับจ้างเขตบางแค กรุงเทพมหานคร

สำหรับกลุ่มผู้ซื้อของคณะดูงานนี้นั้น ส่วนใหญ่ในการเลือกซื้อเสื้อจะพบว่า ลูกค้าได้เลือกสีเสื้อสกรีนจากบล็อกไม้ สีที่เลือกซื้อมากที่สุด ในกลุ่มวัยผู้ใหญ่จะเลือกซื้อสีเขียวตองอ่อนเป็นจำนวน 2 ตัว สีส้มจำนวน 2 ตัว และกลุ่มวัยรุ่นจะเป็นเสื้อสีดำ จำนวน 1 ตัว และเสื้อสีขาวจำนวน 1 ตัว จำนวนไซส์ที่ซื้อกันมากที่สุดจะเป็นไซส์ XL เป็นส่วนมาก รองลงมาจะเป็นไซส์ M และไซส์ S และลายที่เลือกส่วนใหญ่จะเป็นลายเสื้อที่มีตัวอักษรคำว่าบางเสร์ รองลงมาเป็นลายภาพรวมของบางเสร์

จากการการประเมินของการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อของคณะดูงาน กลุ่มนี้จะตรงกันข้ามกับกลุ่มแรกและกลุ่มที่สองที่เน้นและจะยึดที่ความคุ้มค่าของเสื้อที่ซื้อไปเป็นหลัก จะให้ความสนใจกับสินค้า

ในราคาที่ไม่สูงจนเกินไป เพื่อให้ได้ในราคาที่ยอมรับได้จึงจะเลือกซื้อสินค้า แต่ในขณะเดียวกันกลุ่มลูกค้าก็ได้มีความเชื่อมั่นและพึงพอใจกับเสื้อพิมพ์ลาย ที่มองว่าเมื่อได้ซื้อสินค้าไปแล้วนั้นมีความคุ้มค่าอย่างแน่นอน



ภาพที่ 4.18 รูปภาพกลุ่มศึกษาดูงาน
ที่มา : ทีมวิจัยชุมชน

จากข้อมูลดังกล่าว พบว่าลูกค้าที่เข้ามาเลือกซื้อสินค้าจากทางกลุ่มจะมีความต้องการที่หลากหลายทางกลุ่มจึงมีการสรุปเพื่อนำไปพัฒนากลุ่มต่อไป ดังนี้

1. ขนาดของไซส์เสื้อ ควรมีขนาดที่มีความหลากหลายทั้งไซส์เล็กและไซส์ใหญ่ เพื่อให้ลูกค้าสามารถเลือกซื้อได้ตรงตามไซส์ที่ตัวเองต้องการ
2. ลวดลายที่ไม่หลากหลาย เนื่องจากทางกลุ่มได้ทำลวดลาย 3 แบบ สกรีนลวดลายไว้ในแบบต่าง ๆ ซึ่งบางลวดลาย บางแบบยังไม่ถูกใจลูกค้า ทางกลุ่มอาจพิจารณานำแบบที่มีมาทำลวดลายและสกรีนให้มีลวดลายมากขึ้น นอกจากผลิตภัณฑ์ที่เป็นแบบสกรีนแล้ว ยังพบว่าลูกค้าบางคนชอบลวดลายที่ทำจากแบบพิมพ์ลายเดิม ดังนั้นทางกลุ่มฯ จึงมองว่าต้องมีผลิตภัณฑ์ที่ทำจากแบบพิมพ์เดิมไว้ให้ลูกค้าได้เลือกซื้อ หรือทดลองทำไว้ด้วย
3. สีเสื้อตรงกับกลุ่มลูกค้า ในแต่ละช่วงวัยที่เข้ามาดูผลิตภัณฑ์จะมีความสนใจและมีความต้องการสีเสื้อที่มีความหลากหลาย ทางกลุ่มอาจต้องเตรียมสีเสื้อไว้ให้หลากหลายมากขึ้น
4. มีกิจกรรมให้ลูกค้าได้ลงมือทำเอง จากปัญหาลวดลายที่ไม่ถูกใจลูกค้า ทางกลุ่มจึงมองว่าถ้าหากลูกค้าทำในต้องการทำผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง ก็สามารถทำได้โดยทางกลุ่มจะมีอุปกรณ์และคอยเป็นที่เลี้ยงให้กลับลูกค้า ซึ่งได้ทดลองทำกับกลุ่มที่มาศึกษาดูงานก็ได้รับความสนใจ และลูกค้าก็พอใจกับสินค้าที่ตนเองได้ทำเอง

จากการดำเนินการเรียนรู้วิธีการทำผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าบางเสร็จ ด้วยวิธีพิมพ์แบบแม่พิมพ์และแบบสกรีน ตลอดจนนำผลิตภัณฑ์ไปทดลองตลาดให้กับลูกค้าที่อยู่ในชุมชนและนอกชุมชนนำมา

เปรียบเทียบต้นทุนการผลิตของผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 แบบ ได้แก่ เสื้อ และกระเป๋าสะพาย ทำให้ได้เห็นต้นทุนดังนี้

ตารางที่ 4.16 แสดงการคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเสื้อต่อตัวด้วยวิธีพิมพ์แบบแม่พิมพ์

ที่	รายการ	ต้นทุนต่อตัว
1	วัตถุดิบ 1.1 เสื้อ 1.2 สีสื่อคลิก (1 กระป๋อง ราคา 650 ผลิตได้ 50 ตัว) 1.3 น้ำยากันเหนียว (1 กระป๋อง ราคา 120 บาท ผลิตได้ 50 ตัว) 1.4 ต้นทุนการทำแม่พิมพ์ (1 แผ่น 740 บาท ผลิตได้ 500 ตัว)	100 11.2 2.4 1.48
2	แรงงาน 2.1 ค่าจ้างแรงงาน (วันละ 300 บาท 8 ชั่วโมง ทำได้ 20 ตัว)	1.87
3	ค่าบรรจุภัณฑ์ 3.1 ถุงพลาสติกบรรจุภัณฑ์ ขนาด 12x20 จำนวน 1 แพ็ค 45 บาท จำนวน 100 ใบ 3.2 สติกเกอร์ (ขึ้นละ 2 บาท)	0.45 2
4	ค่าสาธารณูปโภค 4.1 ค่าไฟฟ้า (โดยเฉลี่ยต่อตัว) 4.2 ค่าน้ำ (โดยเฉลี่ยต่อตัว)	2.5 1.5
รวม		123.10

จากตารางแสดงผลรวมของต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเสื้อ จะมีต้นทุนรวมอยู่ที่ตัวละ 123.10 บาท เมื่อนำมาคำนวณกับราคาขายที่ 179 บาท จะได้กำไรต่อตัวอยู่ที่
 ราคาขาย - ต้นทุน = $179 - 123.10 = 55.90$
 ดังนั้นหากจำหน่ายเสื้อ 1 ตัวจะได้กำไรตัวละ 55.90 บาท

ตารางที่ 4.17 แสดงการคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์จากกระเป๋าสะพายต่อใบด้วยวิธีพิมพ์แบบแม่พิมพ์

ที่	รายการ	ต้นทุนต่อใบ
1	วัตถุดิบ 1.1 กระเป๋าสะพาย 1.2 สีสื่อคลิก (1 กระป๋อง ราคา 650 ผลิตได้ 50 ตัว) 1.3 น้ำยากันเหนียว (1 กระป๋อง ราคา 120 บาท ผลิตได้ 50 ตัว) 1.4 ต้นทุนการทำแม่พิมพ์ (1 แผ่น 740 บาท ผลิตได้ 500 ตัว)	80 11.2 2.4 1.48
2	แรงงาน 2.1 ค่าจ้างแรงงาน (วันละ 300 บาท 8 ชั่วโมง ทำได้ 20 ตัว)	1.87
3	ค่าบรรจุภัณฑ์ 3.1 ถุงพลาสติกบรรจุภัณฑ์ ขนาด 12x20 จำนวน 1 แพ็ค 45 บาท จำนวน 100 ใบ	0.45

	3.2 สติ๊กเกอร์ (ขึ้นละ 2 บาท)	2
4	ค่าสาธารณูปโภค	
	4.1 ค่าไฟฟ้า (โดยเฉลี่ยต่อตัว)	2.5
	4.2 ค่าน้ำ (โดยเฉลี่ยต่อตัว)	1.5
รวม		103.40

จากตารางแสดงผลรวมของต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกระเป๋าสะพาย จะมีต้นทุนรวมอยู่ที่ใบละ 73.40 บาท เมื่อนำมาคำนวณกับราคาขายที่ 120 บาท จะได้กำไรต่อใบอยู่ที่

$$\text{ราคาขาย} - \text{ต้นทุน} = 120 - 103.40 = 16.60$$

ดังนั้น หากจำหน่ายกระเป๋าสะพาย 1 ใบจะได้กำไรใบละ 16.60 บาท

ตารางที่ 4.18 แสดงการคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเสื้อต่อตัวด้วยวิธีการพิมพ์แบบสกรีน

ที่	รายการ	ต้นทุนต่อตัว
1	วัตถุดิบ	
	1.1 เสื้อ	100
	1.2 สีสกรีน (1 กระป๋อง ราคา 650 บาท ผลิตได้ 100 ตัว)	6.5
	1.3 ที่ตักสี (1 ด้าม ราคา 39 บาท ผลิตได้ 500 ตัว)	0.078
	1.4 บล็อกสกรีน (1 แผ่น ราคา 350 บาท ผลิตได้ 300 ตัว)	1.16
	1.5 ยางปาด (2 ชิ้น ราคา 520 บาท ผลิตได้ 500 ตัว)	1.04
	1.6 เทปกาว (1 ม้วน ราคา 22 บาท ผลิตได้ 300 ตัว)	0.073
	1.7 กาวยึดผ้า (1 ป๋อง ราคา 95 บาท ผลิตได้ 300 ตัว)	0.31
	1.8 โต๊ะสกรีน (1 ตัว ราคา 4,980 บาท ผลิตได้ 5,000)	0.996
2	แรงงาน	
	2.1 ค่าจ้างแรงงาน (300 บาท 8 ชั่วโมง ผลิตได้ 500 ตัว)	0.075
2	แรงงาน	
	2.1 ค่าจ้างแรงงาน (วันละ 300 บาท 8 ชั่วโมง ทำได้ 20 ตัว)	1.87
3	ค่าบรรจุภัณฑ์	
	3.1 ถุงพลาสติกบรรจุภัณฑ์ ขนาด 12x20 จำนวน 1 แพ็ค 45 บาท จำนวน 100 ใบ	0.45
	3.2 สติ๊กเกอร์ (ขึ้นละ 2 บาท)	2
4	ค่าสาธารณูปโภค	
	4.1 ค่าไฟฟ้า (โดยเฉลี่ยต่อตัว)	2.5
	4.2 ค่าน้ำ (โดยเฉลี่ยต่อตัว)	1.5
รวม		118.552

จากตารางแสดงผลรวมของต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากเสื้อ จะมีต้นทุนรวมอยู่ที่ตัวละ 118.552 บาท เมื่อนำมาคำนวณกับราคาขายที่ 199 บาท จะได้กำไรต่อตัวอยู่ที่

ราคาขาย - ต้นทุน = $199 - 118.552 = 80.448$

ดังนั้นหากจำหน่ายเสื้อ 1 ตัวจะได้กำไรตัวละ 80.448 บาท

ตารางที่ 4.19 แสดงการคำนวณต้นทุนของผลิตภัณฑ์จากกระเป๋าสะพายตอใบด้วยวิธีการพิมพ์แบบสกรีน

ที่	รายการ	ต้นทุนต่อใบ
1	วัตถุดิบ	
	1.1 กระเป๋า	50
	1.2 สีสกรีน (1 กระป๋อง ราคา 650 บาท ผลิตได้ 100 ตัว)	6.5
	1.3 ที่ดักสี (1 ด้าม ราคา 39 บาท ผลิตได้ 500 ตัว)	0.078
	1.4 บล๊อคสกรีน (1 แผ่น ราคา 350 บาท ผลิตได้ 300 ตัว)	1.16
	1.5 ยางปาด (2 ชิ้น ราคา 520 บาท ผลิตได้ 500 ตัว)	1.04
	1.6 เทปกาว (1 ม้วน ราคา 22 บาท ผลิตได้ 300 ตัว)	0.073
	1.7 กาวยึดผ้า (1 ป๋อง ราคา 95 บาท ผลิตได้ 300 ตัว)	0.31
	1.8 โต๊ะสกรีน (1 ตัว ราคา 4,980 บาท ผลิตได้ 5,000)	0.996
2	แรงงาน	
	2.1 ค่าจ้างแรงงาน (300 บาท 8 ชั่วโมง ผลิตได้ 500 ตัว)	0.075
3	ค่าบรรจุภัณฑ์	
	3.1 ถุงพลาสติกบรรจุภัณฑ์ ขนาด 12x20 จำนวน 1 แพ็ค 45 บาท จำนวน 100 ใบ	0.45
	3.2 สติกเกอร์ (ชิ้นละ 2 บาท)	2
4	ค่าสาธารณูปโภค	
	4.1 ค่าไฟฟ้า (โดยเฉลี่ยต่อตัว)	2.5
	4.2 ค่าน้ำ (โดยเฉลี่ยต่อตัว)	1.5
รวม		68.552

จากตารางแสดงผลรวมของต้นทุนของผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกระเป๋าสะพาย จะมีต้นทุนรวมอยู่ที่ใบละ 68.552 บาท เมื่อนำมาคำนวณกับราคาขายที่ 89 บาท จะได้กำไรต่อใบอยู่ที่

ราคาขาย - ต้นทุน = $89 - 68.552 = 20.448$

ดังนั้น หากจำหน่ายกระเป๋าสะพาย 1 ใบจะได้กำไรใบละ 20.448 บาท

ตารางที่ 4.20 ตารางเปรียบเทียบต้นทุน ราคาขายและกำไรของเสื้อด้วยวิธีการผลิตแต่ละแบบ

วิธีการผลิต	ต้นทุน	ราคาขาย	กำไรต่อตัว
วิธีพิมพ์แบบแม่พิมพ์	123.10	179	55.90
วิธีพิมพ์แบบสกรีน	118.552	199	80.448

ตารางที่ 4.21 ตารางเปรียบเทียบต้นทุน ราคาขายและกำไรของกระเป๋าสะพายด้วยวิธีการผลิตแต่ละแบบ

วิธีการผลิต	ต้นทุน	ราคาขาย	กำไรต่อตัว
วิธีพิมพ์แบบแม่พิมพ์	103.40	120	16.60
วิธีพิมพ์แบบสกรีน	68.552	89	20.448

จากตารางที่ 4.20 และ 4.21 พบว่า ต้นทุนการผลิตของเสื้อแบบแม่พิมพ์สูงกว่าแบบสกรีน แต่ราคาขายแบบสกรีนจะสูงกว่าแบบแม่พิมพ์ ทำให้ได้กำไรจากตัวละ 55.90 บาท เป็น 80.448 บาทต่อตัว โดยทางกลุ่มให้เหตุผลว่า ลวดลายที่ออกมามีความคมชัดและสวยงามกว่า ลูกค้าที่เลือกซื้อเสื้อแบบสกรีน นอกจากจะพอใจในลวดลายที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นแล้วยังพอใจในลวดลายที่มีความคมชัด เหมาะสมกับราคาซื้อขาย อีกทั้งยังให้เหตุผลว่าเป็นเสื้อที่มีตัวเดียวในโลก ไม่มีซ้ำแบบที่ไหนจึงคิดว่าราคาที่ทางกลุ่มตั้งสมเหตุสมผล ส่วนกระเป๋าสะพายนั้นทางกลุ่มให้เหตุผลในการลดราคาลงว่า นอกจากต้นทุนจะลดลงแล้ว ลูกค้าไม่นิยมซื้อเท่าไร การผลิตสินค้าออกมาจึงผลิตเพียงรอบละ 50 ใบ เมื่อหมดแล้วจึงผลิตใหม่

4.3 พัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่

ในการพัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ทางกลุ่มมองว่า ปัจจุบันสังคมออนไลน์มีบทบาทกับวิถีชีวิตของคนในยุคปัจจุบันทุกเพศ ทุกวัย การเข้าถึงผลิตภัณฑ์สินค้าของชุมชนบางเสร่ จะเป็นที่รู้จักของคนในชุมชนบางเสร่ จะทำอย่างไรที่จะทำให้คนนอกชุมชนได้เข้าถึงผลิตภัณฑ์สินค้าของชุมชนบางเสร่ด้วยการได้รู้จักกับชุมชน อัตลักษณ์ของชุมชน วิถีชีวิตของคนในชุมชนให้มากขึ้น จึงจัดฝึกอบรมถ่ายภาพและถ่ายทำคลิปวิดีโอด้วยโทรศัพท์มือถือ เมื่อวันศุกร์ ที่ 26 มกราคม 2567 และวันพฤหัสบดีที่ 8 กุมภาพันธ์ 2567 ณ โรงเรียนชุมชนบ้านบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมือง จังหวัดชลบุรี โดยมีผู้เข้าร่วมเป็นนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลาย จำนวน 28 คน นักวิจัยชุมชน 7 คน โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. ประชุมวางแผนงาน

ผู้วิจัยได้ประชุมเตรียมงานเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ของชุมชนบางเสร่ โดยมีเป้าหมายว่าจะทำอย่างไรให้ชุมชนบางเสร่เป็นที่รู้จัก ควบคู่ไปกับการนำเสนอผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงการทำการตลาดออนไลน์ซึ่งกำลังเป็นที่นิยมในปัจจุบัน ดังนั้น จึงเป็นที่มาของการจัดฝึกอบรมถ่ายภาพและถ่ายทำคลิปวิดีโอจากโทรศัพท์มือถือ โดยผู้วิจัยได้มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1.1 กำหนดวัตถุประสงค์ คณะผู้วิจัยได้กำหนดวัตถุประสงค์ของการจัดฝึกอบรมถ่ายภาพและถ่ายทำคลิปวิดีโอ

1.1.1 เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเรียนรู้ เข้าใจในอัตลักษณ์ และวางแผนความเป็นบางเสร่

1.1.2 เพื่อให้สามารถถ่ายภาพ ถ่ายทำคลิปวิดีโอ และตัดต่อคลิปวิดีโออย่างง่ายได้

1.1.3 เพื่อนำถ่ายภาพ ถ่ายทำคลิปวิดีโอไปใช้ประชาสัมพันธ์ชุมชนบางเสร่ได้

1.2 กลุ่มเป้าหมาย และเงื่อนไขการเข้าร่วมอบรม ในการจัดฝึกอบรมถ่ายภาพและถ่ายทำคลิปวิดีโอ ครั้งนี้ คณะผู้วิจัยพิจารณากลุ่มเป้าหมายโดยมีเงื่อนไขต้องมีโทรศัพท์มือถือเพื่อใช้ในการถ่ายภาพและถ่ายทำคลิปวิดีโอ จำนวน 2 กลุ่ม คือ

1.2.1 ชาวบ้านในชุมชนบางเสร่ที่มีส่วนร่วมในการสร้างผลิตภัณฑ์สื่อพิมพ์ลายอัตลักษณ์บางเสร่

1.2.1 กลุ่มนักเรียนโรงเรียนบ้านบางเสร่ ระดับชั้นประถมศึกษาตอนปลายที่มีความสนใจจากที่กล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยได้เลือก กลุ่มนักเรียนโรงเรียนบ้านบางเสร่ที่มีความสนใจในการถ่ายภาพ และสนใจในชุมชนของตนเอง เพื่อให้นักเรียนเกิดองค์ความรู้และรู้สึกรัก และวางแผนในชุมชนบางเสร่ของตนเอง และเปิดโอกาสให้ชาวบ้านที่สนใจเข้าร่วมตามความสมัครใจ

ส่วนสาเหตุของการไม่เลือกชาวบ้านในชุมชนบางเสร่เป็นเป้าหมายหลัก เนื่องจากชาวบ้านในชุมชนบางเสร่ต้องประกอบสัมมาอาชีพในการเลี้ยงชีพ จึงอาจทำให้เวลาที่จะเข้ามาอบรมดังกล่าวไม่ตรงกัน และเรื่องของการใช้เทคโนโลยีที่ยังไม่รวดเร็วเท่ากับนักเรียน

1.3 ผลลัพธ์ที่ต้องการ ในการจัดฝึกอบรมถ่ายภาพและถ่ายทำคลิปวิดีโอ ครั้งนี้ คณะผู้วิจัยคาดหวังในถึงนักเรียนสามารถการถ่ายภาพและถ่ายทำคลิปวิดีโอ และนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ชุมชนบางเสร่ได้

1.4 กำหนดวัน/เวลา/สถานที่ ในการจัดฝึกอบรมถ่ายภาพและถ่ายทำคลิปวิดีโอ คณะผู้วิจัยประสานงานกับกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ และโรงเรียนบ้านบางเสร่ในการจัดกิจกรรม 2 วัน คือ

1.4.1 การถ่ายภาพและถ่ายทำคลิปวิดีโอด้วยโทรศัพท์มือถือ ในวันศุกร์ที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2567 เวลา 13.00-15.30 น.

1.4.2 การติดตามผลและสรุปกิจกรรม ในวันพฤหัสบดี ที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 เวลา 13.00-15.30 น.

1.5 วิทยากรและอุปกรณ์ หลังจากได้กำหนดวันและเวลาที่แน่นอนแล้ว คณะผู้วิจัยได้ประสานกับผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับถ่ายภาพและถ่ายทำคลิปวิดีโอ โดยคุณธีรวัฒน์ ฉันทโสภณ เป็นวิทยากร

2. กำหนดเนื้อหาและขอบเขตของกิจกรรม

คณะผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาและขอบเขตของกิจกรรมที่ดำเนินการในศุกร์วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2567 เวลา 13.00-15.30 น. โดยสรุปดังนี้

2.1 กิจกรรมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชนบางเสร่

คณะผู้วิจัยได้ทำการปลุกจิตสำนึกของความเป็นชุมชนบางเสร่แก่ผู้เข้าร่วมอบรม โดยชี้แจงและแสดงที่มาของอัตลักษณ์ของบางเสร่

2.2 กิจกรรมบรรยาย (10 นาที) หัวข้อ คอนเทนต์ (Content) สไตล์ “ตัวเอง”

ในกิจกรรมไม่สามารถนำเสนอสไลด์ และคลิปโฆษณาที่เตรียมมาได้ เนื่องจากเกิดปัญหาเครื่องฉายข้างศรีษะไม่สามารถเชื่อมต่อกับคอมพิวเตอร์ได้ ทำการแก้ไขปัญหาโดยย้ายมาเปิดในแท็บเล็ต ซึ่ง

สามารถเปิดได้แต่เสียงเบามาก ทำการแก้ไขโดยใช้ไม้จิ้มที่ลำโพงของแท็บเล็ต และทำการบอกเล่าให้ฟังแทน ซึ่งส่งผลให้นักเรียนที่เข้าอบรมไม่เข้าใจเท่าที่ควร คณะผู้วิจัยตระหนักถึงการที่สอนการใช้แอปพลิเคชันที่ใช้ติดต่อในกิจกรรมถัดไป คณะผู้วิจัยทำการแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยนำกิจกรรมเรียนรู้ การจัดแสงและเงา โข่วให้ดู และสอบถามนักเรียนว่ารู้จักแอปพลิเคชันที่ใช้ติดต่อและรู้จักเป็นอย่างดีสามารถใช้แอปพลิเคชันที่ใช้ติดต่อได้ทำให้คณะผู้วิจัยไม่ต้องสอนนักเรียนที่เข้าอบรมมากนัก ส่วนนักวิจัยชุมชนที่เข้าร่วม ก็จะคอยมีนักเรียน และคณะคุณครูคอยช่วยเหลือในการใช้แอปพลิเคชัน



ภาพที่ 4.19 บรรยายคอนเทนต์ (Content) สไลด์ “ตัวเอง”
ที่มา : ผู้วิจัย

2.3 กิจกรรมเรียนรู้ การจัดแสงและเงา โข่วให้ดู

กิจกรรมนี้ ผู้วิจัยได้ทำการจัดฉาก และ ติดตั้งอุปกรณ์สร้างแสงและเงาให้นักเรียนดูว่าขอบแสงและเงาในรูปแบบใด และในขณะเดียวกันก็นำเสนอ และอธิบายเทคนิคที่ใช้ในคลิปโฆษณาที่โข่วให้ดูก่อนหน้านี้

อย่างไรก็ตาม คณะผู้วิจัยได้อธิบายเพิ่มเติมถึงอุปกรณ์ที่นำมาใช้ว่ามีประโยชน์อย่างไร และได้เน้นย้ำว่าไม่จำเป็นต้องซื้ออุปกรณ์ตามคณะผู้วิจัย สามารถใช้สิ่งที่มีอยู่ที่บ้านมาใช้ได้ เช่น โคมไฟสำหรับอ่านหนังสือ พัดลมเพื่อสร้างความพริ้วไหว แสดงแพรชจากโทรศัพท์มือถือ หรือถ้าจะซื้อให้ซื้อไฟที่ใช้สำหรับการไลฟ์สด ซึ่งราคาไม่สูงมาใช้ได้ ซึ่งจุดนี้เอง คณะผู้วิจัยเน้นย้ำก่อนจบกิจกรรมว่าควรใช้สิ่งที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุดแทนการซื้อหามาใช้



ภาพที่ 4.20 บรรยายการจัดแสงและเงา
ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 4.21 บรรยายการถ่ายคลิปและตัดต่อภาพเคลื่อนไหว
ที่มา : ผู้วิจัย

2.4 มอบหมายงานและฝึกปฏิบัติ

หลังจากเรียนรู้ การจัดแสงและเงา เพื่อให้ให้นักเรียนได้เลือกแสงและเงาที่ชอบแล้ว คณะผู้วิจัยได้ทำการแบ่งนักเรียนออกเป็น 5 กลุ่ม และมอบหมายงานถ่ายภาพและนำมาตัดต่อเป็นคลิปวิดีโอความยาว 1 นาที โดยให้นักเรียน ผลัดกันมาถ่ายภาพในฉากที่คณะผู้วิจัยจัดไว้ พร้อมปรับแสงและเงาให้เป็นไปตามที่กลุ่มต้องการ

สังเกตได้ว่านักเรียนมีความกระตือรือร้นอย่างมาก คณะผู้วิจัยทำการสอดแทรกเรื่องของมุกตลกตลก ทำทาง ให้กับนักเรียนแต่ละกลุ่ม และขณะเดียวกันก็ได้รับความสนใจจากคุณครูผู้ดูแลนักเรียน และกลุ่มพิมพ์ผ้าที่เข้าร่วม



ภาพที่ 4.22 นักเรียนแต่ละกลุ่มทดลองถ่ายภาพนิ่งและภาพเคลื่อนไหว
ที่มา : ผู้วิจัย

2.5 นำเสนอ งานที่ได้รับมอบหมาย

หลังจากที่นักเรียนได้ตัดต่อภาพถ่ายเป็นคลิปวิดีโอแล้ว ได้นำเสนอให้เพื่อนๆ ได้ดู ถึงแม้ว่าอุปกรณ์ในการนำเสนอจะไม่สมบูรณ์เท่าที่ควร แต่ก็ได้รับความสนใจจากนักเรียนอย่างมาก ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ชื่นชมและให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมกับนักเรียน



ภาพที่ 4.23 นำเสนอผลงานภาพนิ่ง และภาพเคลื่อนไหว
ที่มา : ผู้วิจัย



ภาพที่ 4.24 วิद्यากร นักเรียน และกลุ่มพิมพ์ผ้าที่เข้าร่วมอบรม
ที่มา : ผู้วิจัย

2.6 สรุปผล และมอบหมายงาน

คณะผู้วิจัยได้ทำการสรุปผลงานของนักเรียน และมอบหมายงานให้จัดทำคลิปนำเสนออัตลักษณ์ชุมชนบางเสร่ ความยาวไม่เกิน 1 นาที ซึ่งคณะผู้วิจัยจะมาชมผลงานในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 เวลา 13.00-15.30 น. พร้อมมอบประกาศนียบัตร ก่อนปิดกิจกรรมคณะผู้วิจัยได้เล่นเกมและมอบของรางวัลให้กับนักเรียน

2.7 ติดตามผลงานและสรุปกิจกรรม

ในวันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567 เวลา 13.00-15.30 น. คณะผู้วิจัยเดินทางมายังโรงเรียนบ้านบางเสร่ เพื่อติดตามผลและชมคลิปวิดีโอ พร้อมมอบประกาศนียบัตร ให้กับนักเรียน ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้ชื่นชมและให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมกับนักเรียน

การติดตามผลและชมคลิปวิดีโอ

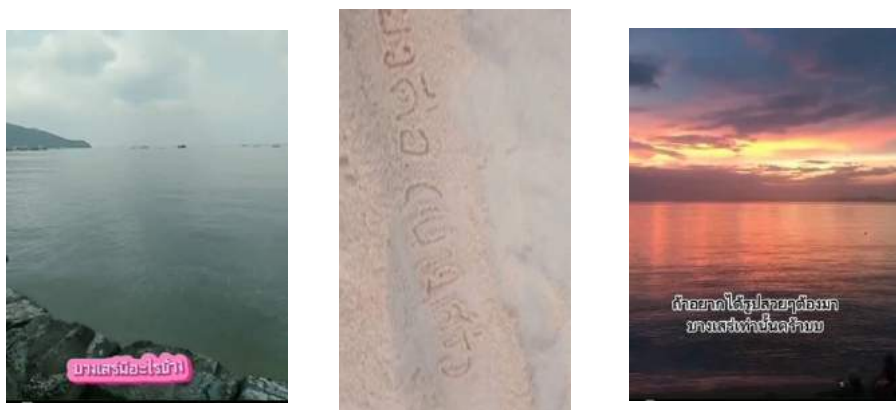
นักเรียนทั้ง 5 กลุ่มได้ส่งคลิปที่สมาชิกกลุ่มได้ร่วมกันออกไปถ่ายทำ โดยส่วนใหญ่ทั้ง 5 กลุ่ม จะถ่ายทำภาพรวมที่เป็นสถานที่แหล่งท่องเที่ยวภายในตำบลบางเสร่ โดยเฉพาะบริเวณชายหาดทะเล จะมี 2 กลุ่มที่เจาะจงถ่ายทอดให้เห็นถึงอัตลักษณ์ของบางเสร่ที่วิทยากรได้ให้ความรู้แก่นักเรียนไป จากการประเมินคลิปของนักเรียนโดยวิทยากรคลิปที่นักเรียนถ่ายมาก็นำเสนอภาพของบางเสร่ได้ แต่อาจจะเพิ่มเรื่องการบรรยายเสียง การใส่ตัวอักษร เพื่อให้มีความน่าสนใจมากขึ้น



ภาพที่ 4.25 ภาพคลิปที่ถ่ายทอดอัตลักษณ์บางเสร่

ที่มา : ผู้วิจัย

(หมายเหตุ : รูปภาพเป็นภาพที่ตัดมาจากคลิปของนักเรียน)



ภาพที่ 4.26 ภาพคลิปที่ถ่ายทอดสถานที่แหล่งท่องเที่ยวภายในตำบลบางเสร่

ที่มา : ผู้วิจัย

(หมายเหตุ : รูปภาพเป็นภาพที่ตัดมาจากคลิปของนักเรียน)

มอบประกาศนียบัตรให้กับนักเรียน

หลังจากได้ชมคลิปวิดีโอที่นักเรียนทั้ง 5 กลุ่ม และรับข้อเสนอแนะไปเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ทางกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์จึงได้มอบประกาศนียบัตรให้กับนักเรียนจำนวน 28 คนที่เข้าร่วมโครงการ โดยนางวาสนา แก้วครวน ประธานกลุ่มฯ เป็นผู้มอบประกาศนียบัตรให้กับนักเรียน



ภาพที่ 4.27 ประธานกลุ่มฯ

มอบใบประกาศนียบัตรให้กับนักเรียนที่เข้าร่วมโครงการ

ที่มา : ผู้วิจัย

จากการดำเนินกิจกรรมกับคณะครู และนักเรียนโรงเรียนชุมชนบ้านบางเสร์ นอกจากจะเป็นกิจกรรมส่วนหนึ่งเพื่อนำไปใช้ในการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์แล้ว เป้าหมายอีกอย่างหนึ่งของสมาชิกกลุ่มฯ คือการทำให้โรงเรียนและเยาวชนในชุมชนได้มีความรู้ถึงที่มาที่ไปของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ตลอดจนการได้มาถึงผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่มีกระบวนการ และขั้นตอนของการได้มาจากราษฎรชาวบ้านในท้องถิ่น พี่ ๆ น้อง ๆ เพื่อน ๆ ของโรงเรียนในเขตบางเสร์จนกลายมาเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าท้องถิ่นที่เล่าเรื่องราวของอัตลักษณ์ในชุมชนบางเสร์เพื่อ คณะครู นักเรียนได้รู้และตระหนักร่วมกันในการสืบทอดอัตลักษณ์ของบางเสร์นี้ร่วมกัน

โดยทางโรงเรียนนำโดยผู้บริหารโรงเรียนและคณะครู ที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมได้ทราบข้อมูลในด้านอัตลักษณ์ของชุมชนบางเสร์จึงมีนโยบายในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนนอกหลักสูตรในการเรียนรู้และสืบค้นข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของชุมชนบางเสร์ ในแต่ละด้านจนครบทุกด้าน ซึ่งอาจมีการประสานร่วมกันทั้งเทศบาล ราษฎร์ชาวบ้านเข้าร่วมในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนนอกหลักสูตรดังกล่าว

ในส่วนของการทำผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าทั้งที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากแบบพิมพ์ และผลิตภัณฑ์ที่ทำจากการสกรีน อาจทำได้ 2 ส่วนได้แก่ การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนนอกหลักสูตรที่เกี่ยวกับการทำ

พิมพ์ผ้าโดยเฉพาะโดยนักเรียนทุกคนได้เรียนรู้และลงมือปฏิบัติร่วมกัน และการจัดกิจกรรมในรูปแบบของชมรมที่เปิดให้กับนักเรียนที่มีความสนใจในการทำผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้า ซึ่งสามารถนำไปขายและเป็นรายได้ให้กับนักเรียนในขณะเรียนหนังสือได้

โดยกิจกรรมการเรียนรู้และสืบค้นข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชน กับกิจกรรมการทำผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้า จะมีสมาชิกของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่คอยให้ข้อมูลและสนับสนุนในการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างคณะครูนักเรียน และกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ซึ่งเป็นรูปแบบในการสืบทอดวัฒนธรรม ที่ส่งผ่านจากคนรุ่นหนึ่งสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง โดยมีโรงเรียนเป็นตัวกลางในการดำเนินกิจกรรม อันจะทำให้เรื่องราวของอัตลักษณ์ชุมชนบางเสร่ และผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากภูมิปัญญาของคนในชุมชนยังสืบทอดต่อไปได้

4.4 วิเคราะห์ความเหลื่อมล้ำของกลุ่มเป้าหมาย

ผู้วิจัยจึงได้เก็บรวบรวมข้อมูลของกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ประชากรที่เข้าร่วมโครงการและประชากรที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการ จำนวน 43 คน เพื่อนำมาวิเคราะห์หาตัวเลขความเหลื่อมล้ำโดยแบ่งเป็นประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมในโครงการ จำนวน 23 คน และไม่ได้เข้าร่วมในโครงการ จำนวน 20 คน เพื่อนำมาเปรียบเทียบความเหลื่อมล้ำของรายได้ โดยได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 4.22 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการจำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร (n=43)

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม	ก่อนดำเนินโครงการ	หลังดำเนินโครงการ
กลุ่มที่ 1 ต่ำกว่าเส้นยากจน	30%	28%
กลุ่มที่ 2 ไม่ยากจน แต่ต่ำกว่า 40%	35%	32%
กลุ่มที่ 3 สูงกว่า 40% แต่ต่ำกว่ามัธยฐาน	0	5%
กลุ่มที่ 4 สูงกว่ามัธยฐาน	15%	35%
รวม	100%	100%

จากตารางจะพบว่ากลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 43 คน ก่อนดำเนินโครงการอยู่ในกลุ่มที่ 1 ต่ำกว่าเส้นยากจน ร้อยละ 30 และหลังดำเนินโครงการ ร้อยละ 28 แสดงว่ากลุ่มตัวอย่างกลุ่มที่ 1 มีคนจนลดลงร้อยละ 2 ก่อนดำเนินโครงการอยู่ในกลุ่มที่ 2 ไม่ยากจน แต่ต่ำกว่า 40 % ร้อยละ 35 หลังดำเนินโครงการ ร้อยละ 32 แสดงว่ามีคนจนลดลง ร้อยละ 3 กลุ่มที่ 3 สูงกว่า 40 % แต่ต่ำกว่ามัธยฐาน ก่อนดำเนินโครงการ ไม่มีประชากร และหลังดำเนินโครงการ ร้อยละ 5 และกลุ่มที่ 4 สูงกว่ามัธยฐาน ก่อนดำเนินโครงการ ร้อยละ 15 และหลังดำเนินโครงการ ร้อยละ 35 กลุ่มเป้าหมายมีรายได้ที่สูงมากขึ้น

ตารางที่ 4.23 แสดงจำนวนกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบ
ก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร (n=43)

กลุ่มผู้ตอบ แบบสอบถาม	เข้าร่วมโครงการ		ไม่เข้าร่วมโครงการ	
	ก่อนดำเนิน โครงการ	หลังดำเนิน โครงการ	ก่อนดำเนิน โครงการ	หลังดำเนิน โครงการ
กลุ่มที่ 1	13%	9%	50%	50%
กลุ่มที่ 2	39%	35%	30%	30%
กลุ่มที่ 3	0	9%	0%	0%
กลุ่มที่ 4	48%	48%	20%	20%
รวม	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

จากตารางจะพบว่า กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าร่วมโครงการที่อยู่ในกลุ่มที่ 1 มีอัตราความยากจนลดลงเมื่อเปรียบเทียบก่อนและหลังดำเนินโครงการ จากร้อยละ 13 เหลือร้อยละ 9 และผู้ตอบแบบสอบถามที่ไม่เข้าร่วมโครงการมีอัตราความยากจนเท่าเดิม อยู่ที่ร้อยละ 50 ทั้งก่อนและหลังดำเนินโครงการ กลุ่มที่ 2 ของผู้เข้าร่วมโครงการมีจำนวนร้อยละเพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบก่อนและหลังดำเนินโครงการ จากร้อยละ 39 เป็นร้อยละ 35 และกลุ่มผู้ไม่เข้าร่วมโครงการมีร้อยละที่เท่าเดิม คือ ร้อยละ 30 กลุ่มที่ 3 ของผู้เข้าร่วมโครงการมีร้อยละหลังดำเนินโครงการที่ร้อยละ 9 เหลือร้อยละ 5 และกลุ่มไม่เข้าร่วมโครงการไม่มีกลุ่มประชากร และกลุ่มที่ 4 ของผู้เข้าร่วมโครงการก่อนและหลังมีจำนวนร้อยละ 48 และผู้ไม่เข้าร่วมโครงการมีร้อยละเท่าเดิมอยู่ที่ ร้อยละ 20

ตารางที่ 4.24 แสดงผลผลตอบแทนจากการทำงานของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วม
โครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์
รายได้ประชากร (n=43)

ผลตอบแทนจาก การทำงาน	รายได้เฉลี่ยครัวเรือนตามผลตอบแทนจากการทำงาน (บาท/ครัวเรือน/ปี)			
	เข้าร่วมโครงการ		ไม่เข้าร่วมโครงการ	
	ก่อนดำเนิน โครงการ	หลังดำเนิน โครงการ	ก่อนดำเนิน โครงการ	หลังดำเนิน โครงการ
กลุ่มที่ 1	150,000.00	180,000.00	76,800.00	88,200.00
กลุ่มที่ 2	273,000.00	286,285.71	145,000.00	135,000.00
กลุ่มที่ 3	0	288,000.00	0	0
กลุ่มที่ 4	283,200.00	346,800.00	420,000.00	435,000.00
รายได้เฉลี่ยรวม	706,200.00	1,101,085.71	641,800.00	658,200.00

จากตารางแสดงผลตอบแทนจากการทำงานต่อครัวเรือนต่อปี ของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนและหลังดำเนินโครงการเมื่อจำแนกตามเกณฑ์รายได้ของประชากร พบว่า กลุ่มที่ 1 ที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้นจาก 150,000 บาท เป็น 180,000 บาท และผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้น 76,800 บาท เหลือเพียง 88,200 บาท กลุ่มที่ 2 ที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้น 273,000 บาท เป็น 286,285.71 บาท และผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการมีรายได้ลดลง จาก 145,000 บาท เป็น 135,000 บาท กลุ่มที่ 3 ผู้ที่เข้าร่วมโครงการ มีรายได้เพิ่มขึ้น 288,000 บาทและผู้ที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการไม่มีกลุ่มประชากร และกลุ่มที่ 4 ทั้งผู้เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มขึ้น จาก 283,200 บาท เป็น 346,800 บาท และ 420,000 บาทเป็น 435,000 บาท ตามลำดับ สรุปภาพรวมผลตอบแทนจากการทำงานต่อครัวเรือนต่อปีของกลุ่มตัวอย่างพบว่า มีรายได้เฉลี่ยเพิ่มขึ้นหลังดำเนินโครงการทั้งกลุ่มที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการ

ตารางที่ 4.25 แสดงผลกำไรจากผู้ประกอบการของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการ
เปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้
ประชากร (n=43)

กำไรจาก ผู้ประกอบการ	รายได้เฉลี่ยครัวเรือนตามกำไรจากผู้ประกอบการ (บาท/ครัวเรือน/ปี)			
	เข้าร่วมโครงการ		ไม่เข้าร่วมโครงการ	
	ก่อนดำเนิน โครงการ	หลังดำเนิน โครงการ	ก่อนดำเนิน โครงการ	หลังดำเนิน โครงการ
กลุ่มที่ 1	-	-	6,000.00	6,000.00
กลุ่มที่ 2	-	-	14,000.00	14,000.00
กลุ่มที่ 3	-	-	-	-
กลุ่มที่ 4	-	-	-	-
รายได้เฉลี่ยรวม	-	-	20,000.00	20,000.00

จากตารางแสดงผลรายได้เฉลี่ยครัวเรือนตามกำไรจากผู้ประกอบการต่อครัวเรือนต่อปี ของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการทั้งก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ ไม่มีรายได้ และกลุ่มไม่เข้าร่วมโครงการเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนและหลังดำเนินโครงการ พบว่า กลุ่มที่ 1 ทั้งก่อนและหลังดำเนินโครงการมีรายได้ 6,000 บาทเท่ากัน และกลุ่มที่ 2 มีรายได้เท่ากันทั้งก่อนและหลังดำเนินโครงการ มีรายได้ 14,000 บาท

ตารางที่ 4.26 แสดงผลรายได้สุทธิของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการ
เปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้
ประชากร (n=43)

รายได้สุทธิ	รายได้เฉลี่ยครัวเรือนตามรายได้สุทธิ (บาท/ครัวเรือน/ปี)			
	เข้าร่วมโครงการ		ไม่เข้าร่วมโครงการ	
	ก่อนดำเนินโครงการ	หลังดำเนินโครงการ	ก่อนดำเนินโครงการ	หลังดำเนินโครงการ
กลุ่มที่ 1	-	-	6,000.00	6,000.00
กลุ่มที่ 2	-	-	10,000.00	10,000.00
กลุ่มที่ 3	-	-	-	-
กลุ่มที่ 4	-	-	-	-
รายได้เฉลี่ยรวม	-	-	16,000.00	16,000.00

จากตารางแสดงรายได้เฉลี่ยครัวเรือนตามรายได้สุทธิ ของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการทั้งก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ ไม่มีรายได้ และกลุ่มไม่เข้าร่วมโครงการเมื่อเปรียบเทียบก่อนและหลังดำเนินโครงการ พบว่า กลุ่มที่ 1 ทั้งก่อนและหลังดำเนินโครงการมีรายได้ 6,000 บาทเท่ากัน และกลุ่มที่ 2 มีรายได้เท่ากันทั้งก่อนและหลังดำเนินโครงการ มีรายได้ 10,000 บาท

ตารางที่ 4.27 แสดงผลเงินช่วยเหลือสวัสดิการของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร (n=43)

เงินช่วยเหลือสวัสดิการ	รายได้เฉลี่ยครัวเรือนตามเงินช่วยเหลือสวัสดิการ (บาท/ครัวเรือน/ปี)			
	เข้าร่วมโครงการ		ไม่เข้าร่วมโครงการ	
	ก่อนดำเนินโครงการ	หลังดำเนินโครงการ	ก่อนดำเนินโครงการ	หลังดำเนินโครงการ
กลุ่มที่ 1	3,600.00	7,200.00	4,680.00	4,680.00
กลุ่มที่ 2	3,750.00	4,285.71	1,400.00	1,400.00
กลุ่มที่ 3	-	-	-	-
กลุ่มที่ 4	5,400.00	5,400	1,800.00	1,800.00
รายได้เฉลี่ยรวม	12,750.00	16,885.71	7,880.00	7,880.00

จากตารางแสดงผลเงินช่วยเหลือสวัสดิการของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการ ก่อนและหลังดำเนินโครงการ กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 มีรายได้เพิ่มขึ้น กลุ่มที่ 3 ไม่มีรายได้ทั้งก่อนและหลัง และกลุ่มที่ 4 มีรายได้ทั้งก่อนดำเนินโครงการและหลัง

ดำเนินโครงการมีรายได้เท่าเดิม และกลุ่มที่ไม่ได้เข้าร่วมโครงการทั้งก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 4 มีรายได้เท่าเดิม 4,680 บาท 1,400 บาท และ 1,800 บาท ตามลำดับ

ตารางที่ 4.28 แสดงผลรายได้จากทรัพย์สินทางการเงินของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร (n=43)

รายได้จากทรัพย์สินทางการเงิน	รายได้เฉลี่ยครัวเรือนตามรายได้จากทรัพย์สินทางการเงิน (บาท/ครัวเรือน/ปี)			
	เข้าร่วมโครงการ		ไม่เข้าร่วมโครงการ	
	ก่อนดำเนินโครงการ	หลังดำเนินโครงการ	ก่อนดำเนินโครงการ	หลังดำเนินโครงการ
กลุ่มที่ 1	-	-	-	-
กลุ่มที่ 2	-	-	-	-
กลุ่มที่ 3	-	-	-	-
กลุ่มที่ 4	-	-	4,000.00	4,000.00
รายได้เฉลี่ยรวม	-	-	4,000.00	4,000.00

จากตารางแสดงผลรายได้จากทรัพย์สินทางการเงินของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร พบว่า ผู้ไม่เข้าร่วมโครงการ กลุ่มที่ 4 มีรายได้เท่าเดิม จำนวน 4,000 บาท

ตารางที่ 4.29 แสดงผลรายได้ไม่เป็นตัวเงินของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากร (n=43)

รายได้ไม่เป็นตัวเงิน	รายได้เฉลี่ยครัวเรือนจากรายได้ไม่เป็นตัวเงิน (บาท/ครัวเรือน/ปี)			
	เข้าร่วมโครงการ		ไม่เข้าร่วมโครงการ	
	ก่อนดำเนินโครงการ	หลังดำเนินโครงการ	ก่อนดำเนินโครงการ	หลังดำเนินโครงการ
กลุ่มที่ 1	1,825.00	2,571.43	2,366.67	4,066.67
กลุ่มที่ 2	3,200.00	5,400.00	4,008.00	4,340.00
กลุ่มที่ 3	-	4,100.00	-	-
กลุ่มที่ 4	3,236.00	4,604.00	3,350.00	2,750.00
รายได้เฉลี่ยรวม	8,261.00	16,675.43	9,724.67	11,156.67

จากตารางแสดงผลรายได้ไม่เป็นตัวเงินของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากรพบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการ กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ 3 และกลุ่มที่ 4 มีรายได้เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการ กลุ่มที่ไม่เข้าร่วมโครงการ กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 2 มีรายได้เพิ่มขึ้น ส่วนกลุ่มที่ 4 มีรายได้ลดลงจาก 3,350 บาท เป็น 2,750 บาท

ตารางที่ 4.30 แสดงผลรายได้ต่อปีของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการ
เปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้
ประชากร (n=43)

รายได้ไม่เป็นตัวเงิน	รายได้เฉลี่ยครัวเรือนจากรายได้ต่อปี (บาท/ครัวเรือน/ปี)			
	เข้าร่วมโครงการ		ไม่เข้าร่วมโครงการ	
	ก่อนดำเนินโครงการ	หลังดำเนินโครงการ	ก่อนดำเนินโครงการ	หลังดำเนินโครงการ
กลุ่มที่ 1	156,800.00	192,600.00	97,488.00	109,220.00
กลุ่มที่ 2	278,575.00	293,142.86	172,766.67	164,466.67
กลุ่มที่ 3	-	292,100.00	-	-
กลุ่มที่ 4	291,836.00	356,804.00	429,150.00	443,550.00
รายได้เฉลี่ยรวม	727,211.00	1,134,646.86	699,404.67	717,236.67

จากตารางแสดงผลรายได้ไม่เป็นตัวเงินของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมโครงการและไม่เข้าร่วมโครงการเปรียบเทียบก่อนดำเนินโครงการและหลังดำเนินโครงการ จำแนกตามเกณฑ์รายได้ประชากรพบว่า ผู้เข้าร่วมโครงการ กลุ่มที่ 1 กลุ่มที่ 2 กลุ่มที่ 3 และกลุ่มที่ 4 มีรายได้เพิ่มขึ้นเมื่อเปรียบเทียบก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการ กลุ่มที่ไม่เข้าร่วมโครงการ กลุ่มที่ 1 และกลุ่มที่ 4 มีรายได้เพิ่มขึ้น กลุ่มที่ 2 มีรายได้ลดลง และกลุ่มที่ 3 ไม่มีรายได้

4.5 การพัฒนากลุ่มสมาชิกและกลุ่มภาคี

ในการดำเนินโครงการวิจัย การยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี มีการพัฒนานักวิจัยชุมชนที่เข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินโครงการวิจัย ประกอบด้วยนักวิจัยชุมชนและนักวิจัยชาวบ้าน จำนวน 3 คน พัฒนากลุ่มเครือข่ายจำนวน 1 กลุ่ม และกลุ่มภาคีที่เข้ามามีบทบาทสนับสนุนจำนวน 3 ภาคี ทางผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อวัดศักยภาพของแต่ละกลุ่มซึ่งผลออกมา ดังนี้

4.5.1 ศักยภาพนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้าน

จากการดำเนินโครงการวิจัย ได้มีการพัฒนาศักยภาพนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้านที่เข้ามามีบทบาทในกระบวนการวิจัยตั้งแต่เริ่มแรกจนจบการดำเนินโครงการวิจัยประกอบไปด้วย นางวาสนา

แก้วครวน ประธานกลุ่มฯ นางศุภิตา ทรัพย์ประเสริฐ เลขานุการกลุ่มฯ และนางสาวพัชราภรณ์ ศิริพงษ์ คณะกรรมการ



ภาพที่ 4.28

นักวิจัยชุมชนคุณวาสนา วาสนา แก้วครวน
ที่มา : วาสนา แก้วครวน



ภาพที่ 4.29

นักวิจัยชุมชนนางศุภิตา ทรัพย์ประเสริฐ
ที่มา : ศุภิตา ทรัพย์ประเสริฐ



ภาพที่ 4.30

นักวิจัยชุมชนนางสาวพัชราภรณ์ ศิริพงษ์
ที่มา : พัทธราภรณ์ ศิริพงษ์

นางวาสนา แก้วครวน หรือน้าเล็ก ประธานกลุ่มฯ ผู้เข้ามารวบรวมสมาชิกให้มาช่วยกันดำเนินกิจกรรมงานพิมพ์ผ้าจากการอบรมกลุ่มแม่บ้านของเทศบาล เข้าร่วมโครงการงานวิจัยพัฒนางานพิมพ์ผ้าในปี 2564 จนรวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มจดทะเบียน ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ในนามกลุ่ม “ผ้าพิมพ์มือบางเสร่” ผู้ที่มีสนใจใฝ่เรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ นางศุภิตา ทรัพย์ประเสริฐ หรืออู๋ ผู้ได้รับการแต่งตั้งให้เป็นเลขานุการกลุ่มฯ เพราะเป็นคนมีความคิดสมัยใหม่ ทันต่อโลกปัจจุบัน มีความคล่องแคล่ว เรียนรู้การกระบวนกรทำงานของกลุ่มฯ ได้อย่างรวดเร็ว นางสาวพัชราภรณ์ ศิริพงษ์ หรือแตงโม ผู้คอยประสานนักวิจัยกับกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งภาคีเครือข่ายที่เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการทำวิจัย โดยนักวิจัยชุมชนทั้ง 3 ท่าน ได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการวิจัยตั้งแต่ต้นจนจบการดำเนินโครงการ ทาง

นักวิจัยส่วนกลางจึงได้จัดทำตัวชี้วัดเพื่อวัดศักยภาพนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้าน ประกอบไปด้วย นางวาสนา แก้วครวน นางศุภธิดา ทรัพย์ประเสริฐ และนางสาวพัชรภรณ์ ศิริพงษ์ โดยได้กรอกข้อมูล ด้วยวิธี Google Form โดยผลตามตาราง ดังนี้

ตารางที่ 4.31 แสดงผลการวัดศักยภาพนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้าน

ศักยภาพนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้าน	เข้าร่วม	ไม่เข้าร่วม
1. กำหนดโจทย์วิจัยหรือปัญหาของการทำวิจัย	3	
2. ออกแบบกิจกรรมการวิจัย	3	
3. สร้างเครื่องมือเก็บข้อมูล เช่น แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์	3	
4. เลือกกลุ่มตัวอย่าง	3	
5. กระบวนการเก็บข้อมูล	3	
6. เป็นกลุ่มตัวอย่าง/ ผู้ให้ข้อมูล/ ตรวจสอบข้อมูล	3	
7. วิเคราะห์/ สังเคราะห์ ข้อมูลจากการดำเนินงานวิจัยของชุมชน	3	
8. วางแผนและดำเนินกิจกรรมโครงการวิจัย	3	
9. สรุป/ ถอดบทเรียน/ คืนข้อมูล	3	
10 นำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์หรือต่อยอด	3	

จากตารางแสดงผลการวัดศักยภาพของนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้าน ทั้ง 3 ท่านจะพบว่า เข้ามามีส่วนร่วมในการทำวิจัยตั้งแต่การกำหนดโจทย์วิจัยหรือปัญหาของการทำวิจัย การออกแบบกิจกรรมวิจัย ไปจนถึงการนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์หรือต่อยอดได้

หลังจากนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้าน ทั้ง 3 ท่านได้เข้าร่วมกระบวนการการทำวิจัยวิจัยเรียบร้อยแล้วนักวิจัยทั้ง 3 ท่าน มีความสามารถในการทำวิจัยมากขึ้นเพียงใด ทางนักวิจัยส่วนกลางจึงได้วัดความสามารถในการทำวิจัยของนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้าน ทั้ง 3 ท่านผลออกมาตามตาราง นี้

ตารางที่ 4.32 แสดงความสามารถการทำวิจัยของนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้าน

ความสามารถการทำวิจัย	ทำไม่ได้	เข้าใจวิธีการ แต่ละกระบวนการเป็นอย่างไร	เข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้	ความเข้าใจ ปฏิบัติและถ่ายทอดให้บุคคลอื่นได้
กำหนดโจทย์วิจัยหรือปัญหาของการทำวิจัย			2	1
ออกแบบกิจกรรมการวิจัย			3	
สร้างเครื่องมือเก็บข้อมูล เช่น แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์		2		1
เลือกกลุ่มตัวอย่าง			3	
กระบวนการเก็บข้อมูล			3	

เป็นกลุ่มตัวอย่าง/ ผู้ให้ข้อมูล/ ตรวจสอบข้อมูล			3	
วิเคราะห์/ สังเคราะห์ ข้อมูลจากการดำเนินงานวิจัยของชุมชน			3	
วางแผนและดำเนินกิจกรรมโครงการวิจัย			3	
สรุป/ ถอดบทเรียน/ คืบข้อมูล			2	1
นำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์หรือต่อยอด			3	

จากตารางจะพบว่านักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้าน ทั้ง 3 ท่าน จะมี 1 ท่านที่สามารถมีความเข้าใจปฏิบัติและถ่ายทอดให้บุคคลอื่นได้ ในขั้นตอนการทำวิจัยขั้น กำหนดโจทย์วิจัยหรือปัญหาของการทำวิจัย สร้างเครื่องมือเก็บข้อมูล เช่น แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และสรุป/ ถอดบทเรียน/ คืบข้อมูล และนักวิจัยทั้ง 3 ท่านมีความเข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้ ในขั้นตอนการทำวิจัยในขั้น ออกแบบกิจกรรมการวิจัย เลือกกลุ่มตัวอย่าง กระบวนการเก็บข้อมูล เป็นกลุ่มตัวอย่าง/ ผู้ให้ข้อมูล/ ตรวจสอบข้อมูล วิเคราะห์/ สังเคราะห์ ข้อมูลจากการดำเนินงานวิจัยของชุมชน วางแผนและดำเนินกิจกรรมโครงการวิจัย และนำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์หรือต่อยอด มีนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้าน 2 ท่าน ที่เข้าใจวิธีการแต่ละกระบวนการทำวิจัยเป็นอย่างไร ในขั้นตอนการทำวิจัยในขั้นสร้างเครื่องมือเก็บข้อมูล เช่น แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์

4.5.2 ความเข้มแข็งของกลุ่ม/เครือข่าย

ในการทำโครงการวิจัยนี้ กลุ่มที่เข้ามามีบทบาทในการดำเนินโครงการวิจัย ได้แก่ กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ที่มีการรวมกลุ่มกันของสมาชิกที่มีความสนใจในการทำงานพิมพ์ผ้า จำนวน 20 คน เมื่อวันที่ 13 ธันวาคม 2566 ทางกลุ่มได้ดำเนินการลงทะเบียน เป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ในนามกลุ่ม “ผ้าพิมพ์มือบางเสร่” โดยมีนางวาสนา แก้วครวน หรือน้ำเล็กเป็นประธาน เมื่อโครงการวิจัยเข้าเข้ามาต่อยอดองค์ความรู้ด้านเทคนิคการผลิตทำให้การทำงานของกลุ่มให้ดีขึ้น โดยมีสมาชิกจำนวน 23 คน จึงได้ร่วมกันประเมินความเข้มแข็งของกลุ่มตามแบบประเมินวัดศักยภาพความเข้มแข็งของกลุ่ม/เครือข่าย โดยได้กรอกข้อมูลด้วยวิธี Google Form ผลการประเมินมีดังนี้

ตารางที่ 4.33 แสดงความเข้มแข็งของกลุ่ม/เครือข่าย

ความเข้มแข็งของกลุ่ม/เครือข่าย	ก่อนทำโครงการ				หลังทำโครงการ			
	4 มากที่สุด	3 มาก	2 น้อย	1 น้อยที่สุด	4 มากที่สุด	3 มาก	2 น้อย	1 น้อยที่สุด
1. มีการจัดตั้งกลุ่มที่ชัดเจน คือ มีโครงสร้างสมาชิก การกำหนดบทบาทหน้าที่ของกลุ่ม		✓			✓			
2. มีผู้นำที่มีภาวะผู้นำ		✓			✓			

3. กลุ่มมีเป้าหมายและวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนเพื่อดำเนินงานร่วมกัน		✓			✓			
4. ภายในกลุ่มมีการสื่อสาร		✓			✓			
5. การดำเนินงานร่วมมือกันทำ		✓			✓			
6. มีองค์ความรู้ในกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการกลุ่ม			✓			✓		
7. มีการเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่			✓			✓		
8. มีภาคีเครือข่ายอื่นเข้ามาสนับสนุน			✓			✓		
9. สมาชิกเอาใจใส่ถึงคุณภาพและมาตรฐานสินค้า		✓			✓			
10. มีการถ่ายทอดความรู้ไปสู่คนรุ่นใหม่				✓			✓	

จากตารางจะพบว่าหลังจากทำโครงการทำให้กลุ่มฯ มีความเข้มแข็งขึ้น โดยก่อนทำโครงการมีความเข้มแข็งระดับมากอยู่ 6 ด้าน ได้แก่ มีการจัดตั้งกลุ่มที่ชัดเจน คือ มีโครงสร้าง สมาชิก การกำหนดบทบาทหน้าที่ของกลุ่ม มีผู้นำที่มีภาวะผู้นำ กลุ่มมีเป้าหมายและวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนเพื่อดำเนินงานร่วมกัน ภายในกลุ่มมีการสื่อสาร การดำเนินงานร่วมมือกันทำ และสมาชิกเอาใจใส่ถึงคุณภาพและมาตรฐานสินค้า หลังทำโครงการทั้ง 6 ด้านมีความเข้มแข็งอยู่ในระดับมากที่สุด และมี 3 ด้านที่ก่อนทำมีความเข้มแข็งในระดับน้อย หลังจากดำเนินโครงการมีความเข้มแข็งในระดับมาก ได้แก่ มีองค์ความรู้ในกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการกลุ่ม มีการเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่ และมีภาคีเครือข่ายอื่นเข้ามาสนับสนุน และสุดท้ายด้านการถ่ายทอดความรู้ไปสู่คนรุ่นใหม่ จากน้อยที่สุดขยับไปอยู่ในระดับน้อย

4.5.3 วัดการมีส่วนร่วมและการเปลี่ยนแปลงของภาคีเครือข่าย

ในการดำเนินโครงการวิจัย ได้มีหน่วยงานภาครัฐเข้าร่วมในกระบวนการวิจัย 3 ภาคี ได้แก่

1. *เทศบาลตำบลบางเสร่* เป็นหน่วยงานราชการในพื้นที่ที่จัดให้มีโครงการพัฒนาอาชีพให้กับคนในชุมชนบางเสร่ โดยได้จัดให้มีการฝึกการทำพืชมัฟฟาในปี 2563 ทำให้เกิดการรวมกลุ่มของคนที่มีความสนใจ ในปี 2564 มีโครงการวิจัยจากสำนักงานวิจัยแห่งชาติ (วช.) ทางเทศบาลก็เข้ามามีบทบาทคอยอำนวยความสะดวกในการให้พื้นที่และอำนวยความสะดวกในด้านต่าง ๆ จนถึงปี 2566 ก็เข้ามาเป็นภาคีเครือข่ายของกลุ่มฯ



ภาพที่ 4.31

ตราภาคีเครือข่ายเทศบาลตำบลบางเสร่

ผู้วิจัยได้ส่งแบบประเมินการวัดการมีส่วนร่วมและการเปลี่ยนแปลงของภาคีเครือข่ายก่อนร่วมโครงการและหลังร่วมโครงการ ด้วย Google Form ผลการประเมินมีดังนี้

ตารางที่ 4.34 ตารางแสดงการเข้ามามีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายก่อนร่วมโครงการและหลังร่วมโครงการ

การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย	ก่อนร่วมโครงการ			หลังร่วมโครงการ		
	ไม่เข้าร่วม/ ไม่เคย	เป็น บาง ครั้ง	บ่อยครั้ง /ทุกครั้ง ที่มี โอกาส	ไม่เข้าร่วม/ ไม่เคย	เป็น บาง ครั้ง	บ่อยครั้ง /ทุกครั้ง ที่มี โอกาส
1. เข้าร่วมประชุมกับคณะ/ทีมวิจัยชุมชน	3			1	2	
2. เข้าร่วมทำกิจกรรมกับคณะ/ทีมวิจัยชุมชน	2	1			3	
3. เข้ามาเป็นแกนนำ/ผู้นำรับผิดชอบงาน		1		1	2	
4. กล่าวถึงงานหรือโครงการวิจัยในที่สาธารณะ	3				2	
5. แบ่งปันบทเรียนจากการทำงานในเวทีต่าง ๆ	3				2	

จากตารางแสดงผลการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย พบว่า ภาคีที่ไม่ได้เข้าร่วมประชุมกับคณะและทีมวิจัยก่อนร่วมโครงการ แต่หลังจากร่วมโครงการมีการประชุมเป็นบางครั้ง และมี 1 ภาคีเครือข่ายที่ได้เข้าร่วมประชุมบ่อยกับคณะทีมวิจัยชุมชนคือภาคีเครือข่ายที่เป็นเทศบาลตำบลบางเสร่ ส่วนการเข้าร่วมทำกิจกรรมกับคณะทีมวิจัยชุมชน พบว่า ก่อนร่วมโครงการทั้ง 3 ภาคีเครือข่ายมีทั้งไม่ได้เข้าร่วม เข้าร่วมเป็นบางครั้งและเข้าร่วมบ่อยครั้ง แต่หลังจากเข้าร่วมโครงการก็มีการเข้าร่วมทำกิจกรรมมากขึ้น การเข้ามาเป็นแกนนำรับผิดชอบงาน ก่อนเข้าร่วมโครงการภาคีเครือข่ายไม่ได้เข้ามาเป็นแกนนำและรับผิดชอบงาน แต่หลังจากเข้าร่วมโครงการก็มีการเข้ามารับผิดชอบงานเป็นบางครั้งมากขึ้น และรับผิดชอบงานทุกครั้งที่มีโอกาส การมีส่วนร่วมในดำเนินงานหรือโครงการวิจัยในที่สาธารณะ มีภาคีเครือข่าย 2 ภาคีที่ไม่ได้เข้าร่วมทั้งก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการและมี 1 ภาคีที่เข้าร่วมเป็นบางครั้งทั้งก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการ การมีส่วนร่วมด้านแบ่งปันบทเรียนจากการทำงานเวทีต่าง ๆ ภาคีเครือข่าย 2 ภาคีที่ไม่ได้เข้าร่วมทั้งก่อนและหลังเข้าร่วมโครงการและ 1 ภาคีที่ก่อนเข้าร่วมโครงการเข้าร่วมเป็นบางครั้ง หลังจากเข้าร่วมโครงการก็เข้ามามีส่วนร่วมบ่อยครั้งมากขึ้น

จากตารางพอสรุปได้ว่า ทั้ง 3 ภาคีเครือข่ายได้เข้ามามีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการวิจัยบ่อยมากขึ้นหลังจากเข้าร่วมโครงการวิจัย โดยเฉพาะเทศบาลตำบลบางเสร่ที่ได้เข้ามามีส่วนร่วมทุกครั้งเมื่อมีโอกาส

ตารางที่ 4.35 ตารางแสดงการเปลี่ยนแปลงของภาคีเครือข่ายก่อนร่วมโครงการและหลังร่วมโครงการ

การเปลี่ยนแปลงของภาคีเครือข่าย	ก่อนร่วมโครงการ			หลังร่วมโครงการ		
	ยังไม่ได้ดำเนินการ	มีแนวคิดที่จะดำเนินการ	บรรจุอยู่ในแผนกิจกรรม/นโยบาย	ยังไม่ได้ดำเนินการ	มีแนวคิดที่จะดำเนินการ	บรรจุอยู่ในแผนกิจกรรม/นโยบาย
1. การนำเอาแนวทางการทำงานวิจัยท้องถิ่นไปปรับใช้ในองค์กร	3			3		
2. การปรับนโยบาย แผนงานหรือการสร้างกิจกรรมในองค์กร	3			1	2	
3. มีการจัดสรรงบประมาณของหน่วยงานมาสนับสนุนกิจกรรม/การดำเนินงานเพื่อต่อยอดจากงานวิจัย	3			3		

จากตารางการเปลี่ยนแปลงของภาคีเครือข่าย ทั้ง 3 ภาคีเครือข่าย พบว่า การเปลี่ยนแปลงด้านการนำเอาแนวทางการทำงานวิจัยท้องถิ่นไปปรับใช้ในองค์กร ทั้งก่อนและหลังร่วมโครงการยังอยู่ในขั้นยังไม่ได้ดำเนินการ ส่วนการปรับนโยบาย แผนงานหรือการสร้างกิจกรรมในองค์กร พบว่า ก่อนร่วมโครงการอยู่ในขั้นยังไม่ได้ดำเนินการ เมื่อดำเนินโครงการแล้วมี 2 ภาคีเครือข่ายมีแผนงานที่จะปรับแผนงานได้แก่ ภาคีที่ 1 เทศบาลมีแผนงานในการนำผลิตภัณฑ์จากกลุ่มฯ ไปวางจำหน่ายเป็นสินค้าชุมชนใต้อาคารสนามฟุตบอล ที่ติดกับชายทะเล ซึ่งเทศบาลกำลังดำเนินการสร้างซึ่งใกล้จะเสร็จแล้วซึ่งจะทำให้ทางกลุ่มฯ มีสถานที่ในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ภาคีที่ 2 โรงเรียนบ้านบางเสร่ ทางผู้บริหารโรงเรียนมีแผนงานให้เชิญกลุ่มอาชีพในชุมชน ซึ่งรวมถึงกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ เข้าไปมีส่วนร่วมด้วย ส่วนภาคีที่ 3 เข้ามาให้การสนับสนุน และช่วยเหลือในด้านองค์ความรู้การสกรีน มากกว่าการนำไปเป็นแนวทางในการทำงานหรือนโยบาย ส่วนด้านงบประมาณนั้น ทั้งก่อนร่วมโครงการและหลังร่วมโครงการ ทั้ง 3 ภาคี ยังอยู่ในขั้นไม่ได้ดำเนินการ

การเปลี่ยนแปลงและความสัมพันธ์ของสมาชิกกับกลุ่มเครือข่ายก่อนและหลังร่วมโครงการ

1. ระดับปัจเจกบุคคล

สมาชิกภายในกลุ่มฯ เกิดการเปลี่ยนแปลงก่อนเข้าร่วมโครงการวิจัยและหลังเข้าร่วมโครงการวิจัยอย่างเห็นได้ชัดคือการมีองค์ความรู้ในด้านการพิมพ์ผ้าเพราะครั้งแรกจะเป็นการเข้าร่วมของเทศบาลที่จัดให้ 1 วัน ทำเสร็จก็กลับ จนมาเข้าร่วมโครงการเมื่อปี 64 ที่ได้เรียนรู้ตั้งแต่กระบวนการแกะแบบ การลงสี กลึงสีลงบนผลิตภัณฑ์ ซึ่งครั้งแรกภาพสีจะดูไม่คมชัดมากนัก จนมาถึงการพิมพ์ผ้าด้วยเทคนิคการสกรีน ที่มีแบบลวดลายเป็นบล็อกสำเร็จรูปทำให้การพิมพ์เป็นไปด้วยความรวดเร็ว และสีมีความชัดมากขึ้น นอกจากการได้มาร่วมเรียนรู้แล้วยังได้มาพบ มาคุยกับเพื่อน ๆ ทั้งสมาชิกเดิมที่เคยอบรมด้วยกันและสมาชิกใหม่ที่เพิ่งเข้ามา ถามสารทุกข์ของกันและกัน บางคนนำของมาแบ่งกันกินเมื่อมาทำงานผลิต ผลิตภัณฑ์

2. ระดับกลุ่ม

การเปลี่ยนแปลงของกลุ่มพิมพ์ผ้า ก่อนและหลังการทำวิจัยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างเห็นได้ชัด ซึ่งสมาชิกกลุ่มให้ความเห็นว่าก่อนทำวิจัยเข้ามาอบรมได้ความรู้ และกระเป๋าก็กลับไม่เคยคิดว่าจะได้มารวมกลุ่มกัน ต่อมาทีมงานวิจัยเข้ามาได้กลับมารวมตัวกันอีกครั้งแบบหลวม ๆ ทำผ้าพิมพ์เพราะสถานการณ์โควิดที่เข้ามา ทำให้คนไม่มีงาน ว่างงาน การมาร่วมทำพิมพ์ผ้าเป็นทางเลือกหนึ่งที่จะช่วยให้มีรายได้เพิ่ม จนมาถึงปีนี้ที่ทุกคนรวมกันจัดตั้งเป็นกลุ่มอย่างเป็นทางการลงทะเบียน เป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ในนามกลุ่ม “ผ้าพิมพ์มือบางเสร่” นำเล็กเป็นประธาน มีพี่อยู่เป็นเลขานุการ ซึ่งสมาชิกกลุ่มเห็นทิศทางในการทำงานของกลุ่มว่ามีแนวทางในการทำงานอย่างไร

3. ระดับเครือข่าย

ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในกลุ่มกับภาคีเครือข่ายในเทศบาล เช่น โรงเรียน จะพบว่ามีความสัมพันธ์ที่ดีต่อกันซึ่งความสัมพันธ์นี้เป็นความสัมพันธ์ในระดับบุคคลกับองค์กรที่เข้ามาทำกิจกรรมทำร่วมกัน เช่น สมาชิกของกลุ่มฯ ได้มีโอกาสร่วมกิจกรรมของทางโรงเรียนที่คณะครู นักเรียน หรือผู้บริหารโรงเรียนจัดขึ้น ทำให้มีความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับบุคคล และบุคคลกับองค์กร เมื่อมีกิจกรรมของกลุ่มพิมพ์ผ้า ขอความร่วมมือกับทางโรงเรียนให้เข้าร่วมกิจกรรมที่กลุ่มฯ จัดขึ้น ก็ทำให้มีความร่วมมือกันในนามกลุ่มพิมพ์ผ้ากับโรงเรียน จนในอนาคตจะมีการพูดคุยกับระหว่างผู้บริหารโรงเรียนกับประธานกลุ่มพิมพ์ผ้าว่าในอนาคตจะทางกลุ่มเข้าไปสอนนักเรียนในโรงเรียนในกิจกรรมนอกห้องเรียน ซึ่งเป็นความร่วมมือที่ดีในอนาคตระหว่างโรงเรียนกับกลุ่มพิมพ์ผ้า

4. ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มพิมพ์ผ้าและบาติก

กลุ่มพิมพ์ผ้ากับสมาชิกกลุ่มบาติกถือว่าเป็นกลุ่มพี่ กลุ่มน้อง มีการพูดคุยกันระหว่างประธานและสมาชิกของทั้ง 2 กลุ่ม และแบ่งแยกงานกันทำอย่างชัดเจน ซึ่งสมาชิกทั้งสองกลุ่มจะมีรูปแบบ เป็นสมาชิกของทั้ง 2 กลุ่ม และเป็นสมาชิกของกลุ่มใด กลุ่มหนึ่ง หากมีงานสั่งผลิตกันเข้ามาของทั้ง 2 กลุ่มพร้อมกัน สมาชิกที่เป็นของแต่ละกลุ่มก็จะทำงานของตนเอง ส่วนสมาชิกที่อยู่ทั้งบาติกและพิมพ์ผ้า ก็จะให้มาช่วยทำบาติกก่อนเพราะมีวิธีการในการทำหลายขั้นตอน ซึ่งสมาชิกของทั้งสองกลุ่มก็มีความเข้าใจในทิศทางการทำงานของกลุ่มตนเอง ตลอดจนมีการนำเอาวิธีการบริหารของกลุ่มบาติกมาใช้กับกลุ่มพิมพ์ผ้า เช่น วิธีการให้ค่าแรงสำหรับสมาชิกที่มาทำงานเมื่อมีผู้สั่งสินค้าจำนวนมาก ๆ ก็จะทำให้ค่าแรงตามชิ้นงานที่ตนเองได้ทำ เป็นต้น ซึ่งความสัมพันธ์ของทั้ง 2 กลุ่มยังคงมีความสัมพันธ์ที่ดีเหมือนเดิมเพียงแต่ทำคนละบทบาทหน้าที่ของตนเองในคนละกลุ่มเท่านั้น

จากผลการดำเนินโครงการวิจัยพบว่า กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมดำเนินโครงการได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกระบวนการทำวิจัยตั้งแต่เริ่มต้นจนจบโครงการโดยกระบวนการวิจัยได้เข้ามาช่วยแก้ปัญหาของสมาชิกกลุ่ม ได้แก่ ปัญหาด้านคน (องค์ความรู้ของสมาชิกในกลุ่ม) ปัญหาด้านของ (คุณภาพของผลิตภัณฑ์)

1. ปัญหาด้านคน (สมาชิกในกลุ่ม) จากการรวมกลุ่มของสมาชิกกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ในปี 2564 จำนวน 20 คน ได้มีการเข้าสู่กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มจากการดึงอัตลักษณ์ของชุมชนบางเสร่ ได้องค์ความรู้และลงมือปฏิบัติในด้านการผลิตผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าจาก

แบบพิมพ์ และการตลาด จนมาในปี 2566 มีสมาชิกเข้ามาเพิ่ม จำนวน 3 คน รวมเป็น 23 คน ได้เข้าสู่กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ในการร่วมคิด ร่วมตัดสินใจ ร่วมแก้ปัญหา และลงมือปฏิบัติร่วมกัน โดยเฉพาะความรู้ในเรื่องการพิมพ์ผ้าเพื่อให้ได้คุณภาพ และช่องทางการตลาด ทางกลุ่มจึงได้เพิ่มเติมองค์ความรู้ในเรื่องเทคนิคการสกรีน และการถ่ายภาพนิ่ง คลิปวิดีโอเพื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เพื่อให้เป็นที่รู้จักจากคนภายนอกมากยิ่งขึ้น โดยตั้งคณะครู และนักเรียนโรงเรียนชุมชนบ้านบางเสร่ ระดับประถมศึกษาตอนปลายเข้ามาร่วมเรียนรู้ โดยให้นักเรียนได้ทราบถึงอัตลักษณ์ของชุมชนตนเอง นำมาสู่การเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนผ่านผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้า ซึ่งจะช่วยให้คณะครู และนักเรียนเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งในการสืบทอดผลิตภัณฑ์ของชุมชนตนเองต่อไปในอนาคต จากการรวมกลุ่มกันของสมาชิก ในการดำเนินงานของกลุ่มเพื่อให้กลุ่มมีความเข้มแข็งมากขึ้น ในเดือนธันวาคม 2566 ทางกลุ่มได้จดทะเบียน ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ในนามกลุ่ม “ผ้าพิมพ์มือบางเสร่” ดังนั้น จะพบว่าการดำเนินโครงการที่ผ่านมาโครงการได้พัฒนาคนในกลุ่มพิมพ์บางเสร่ ให้มีความรู้ด้านการพิมพ์ผ้าด้วยเทคนิคการสกรีน และได้ดึงคนในชุมชนได้แก่คณะครู นักเรียน โรงเรียนชุมชนบ้านบางเสร่ เข้ามามีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย

2. ปัญหาด้านของ (ผลิตภัณฑ์) จากการผลิตผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าแบบพิมพ์ ในปีที่ผ่านมาโดยผลิตผลิตภัณฑ์ 3 ชนิด ได้แก่ เสื้อยืด กระเป๋าสะพายและกระเป๋าใส่เหรียญ โดยสมาชิกมองว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าที่ได้จากแบบพิมพ์มียังมีลวดลายของอัตลักษณ์ชุมชนไม่คมชัด และโทนสีมีเพียงสีเดียว ทางกลุ่มจึงอยากทดลองเรียนรู้การพิมพ์ผ้าด้วยเทคนิคอื่น ๆ จึงนำมาสู่การแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยการศึกษาองค์ความรู้เพิ่มเติมว่าการพิมพ์ผ้าสามารถทำได้หลายวิธี การพิมพ์ผ้าด้วยเทคนิคการสกรีน ก็เป็นอีกวิธีการหนึ่ง จึงได้วิทยากรมาให้ความรู้ และฝึกปฏิบัติการการพิมพ์ผ้าด้วยเทคนิคการสกรีน โดยคัดเลือกสมาชิกกลุ่มที่มีความสนใจและเคยมีทักษะการสกรีนมาก่อน จำนวน 7 คน เข้ารับการฝึกปฏิบัติ ตั้งแต่กระบวนการขั้นตอนการใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ ในการสกรีน วิธีการสกรีน และเทคนิคการใช้สีเพื่อสกรีนให้มีความหลากหลาย โดยใช้ผลิตภัณฑ์ 2 ชนิดในการฝึกปฏิบัติ ได้แก่ เสื้อยืด และกระเป๋าสะพาย และใช้แบบในการเป็นแบบสกรีน 3 แบบ ได้แก่ เรือประมง หางเครื่องบิน และภาพรวมของอัตลักษณ์ชุมชนบางเสร่ จากการลงมือปฏิบัติการพิมพ์แบบสกรีนสมาชิกกลุ่มมีความพอใจเป็นอย่างมาก เพราะทุกคนที่ได้ฝึกขั้นตอนการสกรีนครบทุกขั้นตอนกันทุกคน และมีความพึงพอใจกับผลิตภัณฑ์ที่ออกมาเป็นอย่างมาก ทั้งคุณภาพของภาพที่มีความคมชัด สีที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในงานวิจัยเรื่อง การยกระดับผลิตภัณธ์งานพิมพ์ผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณธ์และสร้างเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมือเมือง จังหวัดชลบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณธ์งานพิมพ์ผ้า พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณธ์งานพิมพ์ผ้า พัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณธ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมือเมือง จังหวัดชลบุรี ในบทนี้จะสรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากผลการศึกษาผู้วิจัยขอสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 จากการถอดบทเรียนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ได้ข้อสรุปการทำงานของกลุ่มฯ โดยแบ่งประเด็นออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ 1. การทบทวนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้า เป็นการทบทวนประสบการณ์การทำงานหลังจากการรวมกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ เป็นการทบทวนสะท้อนความคิดถึงสิ่งที่เกิดขึ้นและผ่านมาแล้วของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่เป็นสิ่งที่ได้จากการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของกลุ่มพิมพ์ผ้า ซึ่งได้ทบทวนและรวบรวมเป็นประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ 1) ปัจจัยแห่งความสำเร็จ/จุดแข็งภายในกลุ่ม เกิดจากภาวะผู้นำของกลุ่มพิมพ์ผ้าที่มีความเข้มแข็งและยืดหยุ่น การสื่อสารการทำงานเป็นทีม และการพัฒนาความรู้ตนเองเพื่อออกแบบผลิตภัณธ์ 2) ปัญหาอุปสรรค/จุดอ่อนภายในกลุ่ม ได้แก่ ปัญหาและอุปสรรคในการพิมพ์ลายผ้า 3) ปัจจัยแห่งความสำเร็จ/จุดแข็งภายนอกกลุ่ม พบว่าผลิตภัณธ์สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้านักท่องเที่ยว 4) ปัญหาอุปสรรค/จุดอ่อนภายนอกกลุ่ม ทางกลุ่มฯ มองว่ายังขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ 2. ความคาดหวัง/เป้าหมายต่อไปในการพัฒนาผลิตภัณธ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้า ทางสมาชิกกลุ่มฯ มีความคาดหวังและเป้าหมายของกลุ่มอย่างชัดเจนร่วมกัน โดยมีความคาดหวังและเป้าหมาย ดังนี้ ทางกลุ่มต้องการการได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากภาครัฐ มีการสร้างฐานลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้า การได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณธ์ชุมชน (มผช.) ความต้องการด้านการส่งเสริมความรู้ และการสร้างเครือข่ายภายนอกให้เข้มแข็ง และ 3. แนวทางการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของกลุ่มพิมพ์ผ้า จากปัญหาอุปสรรค นำมาสู่ความคาดหวังและเป้าหมายสมาชิกกลุ่มจึงได้มีแนวทางการทำงานร่วมกัน ดังนี้ การอนุรักษ์และสืบทอดเพื่อให้ผลิตภัณธ์ของผ้าดำรงอยู่ต่อเนื่องและยั่งยืนในชุมชน การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม ส่งเสริมการให้พร้อมด้านการบริการ พัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการหาเครือข่ายภายนอกที่มั่นคง

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณธ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและกลุ่มพิมพ์ผ้า ได้แก่ การสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณธ์ การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณธ์ด้วยเทคนิคการสกรีน และการทดลองตลาด

กิจกรรมการสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณธ์ มีการเก็บข้อมูลความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณธ์ชุมชนโดยเลือกเก็บคนในชุมชนบางเสร่ และนักท่องเที่ยวที่เข้า

มาท่องเที่ยวในชุมชนบางเสร่ ระหว่างเดือนสิงหาคม - กันยายน 2566 จำนวน 323 คน โดยแบ่งประเด็นการเก็บข้อมูลดังนี้ 1) สินค้าชุมชนกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ที่ผู้บริโภคสนใจเลือกซื้อในสถานที่ท่องเที่ยว สินค้าชุมชนกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ได้แก่ เสื้อ จำนวน 312 คน คิดเป็นร้อยละ 96.6, กางเกง จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 15.5, กระโปรง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.7, ชุดเดรส จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 4.6, หมวก จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 และผ้าพันคอ จำนวน 12 คิดเป็นร้อยละ 3.7 ตามลำดับ 2) เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ พบว่า ต้องการสนับสนุนสินค้าชุมชน จำนวน 265 คน คิดเป็นร้อยละ 82, มีความสะดวกสบายในการซื้อ จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 64.4, มีแบบให้เลือกหลากหลาย จำนวน 105 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5, สินค้าหาซื้อยากตามท้องตลาด จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2, ต้องการใช้ในโอกาสพิเศษ จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3, ต้องการให้มีเหมือนกันทั้งครอบครัว / คู่รัก จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6, ชื้อเป็นของขวัญช่วงเทศกาล จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9, ทดแทนขอเดิมที่มีอยู่ที่เกิดการชำรุด จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 7.7, และต้องการตามแฟชั่นที่กำลังนิยมในขณะนั้นจำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 4 ตามลำดับ 3) ชนิดของสินค้า/ประเภทของสินค้าชุมชนที่ซื้อในแต่ละครั้ง พบว่า ผู้บริโภคซื้อสินค้าเฉลี่ย 1-2 ชนิด/ประเภท จำนวน 276 คน คิดเป็นร้อยละ 85.4, 3-4 ชนิด/ประเภท จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 12.7, และ 5-6 ชนิด/ประเภท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9 ตามลำดับ 4) จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าชุมชนกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่แต่ละครั้งโดยประมาณ พบว่า ผู้บริโภคใช้จ่ายเงินในการซื้อสินค้า เฉลี่ย 101 - 300 บาท จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 83.3, 301 - 500 บาท จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 14.2, น้อยกว่า 100 บาท จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 2.2 และ 501 - 1,000 บาท จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 0.3 ตามลำดับ 5) บุคคลหรือสิ่งที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับตัวเอง จำนวน 308 คน คิดเป็นร้อยละ 95.4, เพื่อน จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 13.3, ครอบครัว / แฟน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0, บุคคลมีชื่อเสียง (Influencer) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.9, โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram, TikTok จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 และรีวิวกจากผู้ที่เคยซื้อหรือใช้สินค้า จำนวน 5 คิดเป็นร้อยละ 1.5 ตามลำดับ 6) ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า ด้านการใช้สอย ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อเสื้อผ้าสามารถดูแลรักษาได้ง่ายและมีความสบายขณะใช้งานหรือสวมใส่ และมีความเหมาะสมกับแต่ละวัยของผู้ใช้หรือสวมใส่ โดยให้ความสำคัญในระดับ มาก ตามลำดับ ด้านเอกลักษณ์ของชุมชน ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อการได้รับรองมาตรฐานจากทางหน่วยงานของรัฐสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อ โดยให้ความสำคัญในระดับ มาก ที่ค่าเฉลี่ย 4.07 ส่วนลวดลายเสื้อมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนที่อื่น, มีลวดลายที่ออกแบบสวยงามเป็นที่จดจำ, มีลวดลายที่โดดเด่นเหมาะสม เป็นลักษณะเฉพาะตัว และมีลวดลายสื่อถึงภาพลักษณ์ชุมชนได้ชัดเจนโดยให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง ตามลำดับ ด้านหีบห่อ ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อหีบห่อ หรือถุง มีความสวยงาม, หีบห่อ หรือถุง มีขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น และหีบห่อ หรือถุง มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน โดยให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง ตามลำดับ ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า ผู้บริโภคให้ความสำคัญต่อตราสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ทำให้รู้สึก คุ่มค่า คุ่มราคา, ตราสินค้าชุมชนมีความเหมาะสมสื่อความหมายถึงชุมชนได้อย่างชัดเจน, การออกแบบโลโก้หรือสัญลักษณ์สวยงาม ทันสมัย และตราสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า โดยให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง ตามลำดับ ด้านภาพลักษณ์ผู้ใช้ตราสินค้า ผู้บริโภครู้สึกว่าใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ทำ

ให้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งกับชุมชน, ผู้บริโภครู้สึกที่ใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร็จ อยากบอกต่อถึงประสบการณ์ที่ได้มาเที่ยว และผู้บริโภครู้สึกที่ใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร็จมีความภาคภูมิใจที่ได้มาเที่ยวโดยให้ความสำคัญในระดับ มาก ตามลำดับ 7) ประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร็จ ด้านราคา พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับวิธีการชำระเงินหลากหลาย และสามารถต่อรองราคาเมื่อซื้อจำนวนมากได้ โดยให้ความสำคัญในระดับ มาก ตามลำดับ ส่วน ราคาของเสื้อใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน, แสดงป้ายราคาอย่างชัดเจนต่อการตัดสินใจซื้อ และราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น มีความสำคัญในระดับ ปานกลาง ตามลำดับ ซึ่งมองในภาพรวมจะเห็นได้ว่า ด้านราคาผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง 8) ประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร็จ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับสถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทางและจอดรถ, สามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ และมีปริมาณสินค้าพร้อมสำหรับการขายอยู่เสมอ โดยให้ความสำคัญในระดับ มาก ตามลำดับ ส่วน ร้านค้าหาง่าย สะดวกในการเดินทางไปซื้อ, สถานที่จัดจำหน่ายสะอาด สวยงาม โดยให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง ตามลำดับ ซึ่งมองในภาพรวมจะเห็นได้ว่า ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง และ 9) ประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร็จ ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับพนักงานขายแต่งกายสุภาพ, มีสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าชม หรือทดลอง และพนักงานขาย มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี โดยให้ความสำคัญในระดับ มาก ตามลำดับ ส่วน พนักงานขายมีอัธยาศัยดี, ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย, หากชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร็จจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกท่านสนใจที่จะเข้าร่วม, การส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด หรือมีของแถม เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ทำให้ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น, ผู้บริโภคได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ ของชุมชนในท้องถิ่น และผู้บริโภคได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านการโฆษณาจากสื่อต่างๆ ของชุมชนในท้องถิ่น โดยให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง ตามลำดับ ซึ่งมองในภาพรวมจะเห็นได้ว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้บริโภคให้ความสำคัญในระดับ ปานกลาง

กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเทคนิคแบบสกรีน เป็นกิจกรรมหนึ่งที่ต่อยอดองค์ความรู้ด้านการพิมพ์ผ้าของสมาชิกภายในกลุ่มจากที่เคยมีองค์ความรู้ในการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการมาก่อนในปี 2564 แต่ยังพบปัญหาในผลิตภัณฑ์ที่ออกมา ได้แก่ สีที่ติดกับเสื้อมีลวดลายที่ไม่คมชัด ใช้สีได้เพียงหนึ่งหรือสองสี และการออกแบบลวดลายที่ลงบนเสื้อไม่มีความหลากหลาย ทางกลุ่มจึงได้เปลี่ยนรูปแบบการพิมพ์ผ้าจากการใช้เทคนิคการพิมพ์ลายแกะสลัก เป็นเทคนิคการพิมพ์ผ้าแบบสกรีนแทน โดยเลือกกลุ่มเป้าหมายที่เข้าเข้าร่วมโครงการจำนวน 7 คน ที่เป็นแกนหลักในกลุ่มพิมพ์ผ้าเพื่อให้เรียนรู้อย่างทั่วถึงกันทุกคน โดยได้รับความอนุเคราะห์จากอาจารย์ชาลี ทองประดับ เจ้าของร้าน Chalee House บางแสน ชลบุรี เป็นวิทยากรให้ความรู้ โดยมีอุปกรณ์ ได้แก่ โต๊ะสกรีน แบบ 3 ทัว ยางปาด ที่คนสีหรือตักสี กาวยัดผ้า เทปกาว หมึกสีสกรีน บล๊อคสกรีน และผลิตภัณฑ์ที่ใช้สกรีนประกอบด้วยเสื้อยืด และกระเป๋าสะพาย

ขั้นตอนในการสกรีน 1) ลงกาวยัดผ้า เทกาวลงบนแป้นพิมพ์ทั้ง 3 แป้น จากนั้นเกลี่ยกาวให้ทั่วทั้งไว้ 15 – 20 นาที รอให้กาวแห้ง หรือจะใช้ไดร์เป่าผมเป่าให้แห้ง เมื่อเราสวมเสื้อที่จะสกรีน กาวจะช่วยยัดผ้าไม่ให้ขยับ 2) สวมเสื้อลงบนแป้นพิมพ์ โดยใช้ส่วนชายเสื้อสอดเข้าไปให้สุด โดยเราจะให้ส่วนที่จะสกรีนขึ้นมาบนแป้นพิมพ์ อยู่ที่เราจะออกแบบ ได้ทั้งด้านหน้า ด้านหลัง ด้านข้าง ด้านบน ด้านล่าง จากนั้นดึงเสื้อให้เรียบ 3) วางบล๊อคลงเสื้อ เมื่อวางเสื้อบนแป้นพิมพ์เรียบร้อยแล้ว นำบล๊อคที่เราจะสกรีนมา

วางตรงที่เราต้องการจะสกรีน ให้มีคนมาช่วยจับเพื่อไม่ให้บล็อกขยับ 4) เทหมึกสีสกรีนลงบนบล็อก เทหมึกสีที่ต้องการสกรีนลงบนบล็อกด้านใดด้านหนึ่ง 5) ยางปาด นำยางปาด มาปาดสีให้เรียบ โดยครั้งแรกให้ตั้งยางปาดตั้งมุม 45 องศา เพื่อให้หน้ายางติดกับสีสกรีน จากนั้นตั้งมุม 90 องศา และกดยางปาดเล็กน้อยและดึงยางปาดจากด้านหนึ่งไปอีกด้านหนึ่งให้สีซึมไปที่ภาพหรือตัวหนังสือของบล็อกสกรีน และ 6) ยกบล็อกออก เมื่อยางปาดสีซึมลงในแบบแล้วให้รีบยกบล็อกออก ให้รีบนำบล็อกไปสกรีนกับผลิตภัณฑ์ตัวอื่นต่อไป ผลิตภัณฑ์ที่สกรีนเสร็จให้นำไปตากลมหรือใช้ไดร์เป่าผม เป่าให้แห้ง เมื่อแห้งสนิทแล้วจึงนำไปรีด สามารถนำไปใช้งานได้

กิจกรรมการตลาดตลาด หลังจากกลุ่มพิมพ์ผ้าได้รับการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าด้วยเทคนิคแบบสกรีน จึงได้มีการทดลองตลาดในช่วงเดือนมกราคม – เดือนกุมภาพันธ์ 2567 โดยลูกค้าจะเป็นคนในชุมชนและกลุ่มลูกค้านอกชุมชนซึ่งได้แก่กลุ่มคนที่เข้ามาศึกษาดูงาน ซึ่งทางนักวิจัยชุมชนได้เก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์การตลาด ได้แก่ 1) ลูกค้าในชุมชน เป็นกลุ่มลูกค้าที่อยู่ในชุมชนจะชอบเสื้อสกรีนจากบล็อกไม้ เป็นเสื้อที่คนในชุมชนนิยมมากที่สุด เพราะลายมีความคมชัด และสามารถเข้ามามีส่วนร่วมในการทำด้วยตนเองได้ เมื่อแยกเป็นวัยต่าง จะพบว่า วัยรุ่น นิยมเสื้อสีดำมากที่สุด รองลงมาคือเสื้อสีขาว ลายที่นิยมชอบจะเป็นลายตัวอักษรบางเส้น รองมาคือลายที่เป็นภาพรวมของบางเส้น วัยกลางคน นิยมเสื้อพาสเทลมากที่สุด คือ สีชมพูอ่อน รองลงมาคือเขียวอ่อน และสีดำ ลายที่นิยมชอบจะเป็นลายลายที่เป็นภาพรวมของบางเส้น รองมาคือลายที่เป็นลายตัวอักษรบางเส้น ส่วนวัยผู้สูงอายุ นิยมเสื้อสีเข้ม คือสีเขียว สีส้ม สีแดง รองลงมาคือสีขาว ลายที่นิยมชอบจะเป็นลายลายที่เป็นภาพรวมของบางเส้น รองมาคือลายที่เป็นลายตัวอักษรบางเส้น 2) ลูกค้านอกชุมชน เป็นกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาศึกษาดูงานของเทศบาล ในช่วงเดือนมกราคมและเดือนกุมภาพันธ์ จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มศึกษาดูงานจากกลุ่มสตรีแม่บ้านตำบลท่าตุ้ม อำเภอป่าซาง จังหวัดลำพูน จากการการประเมินของการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อของคณะดูงาน ได้มีการพิจารณาจนถึงเลือกซื้อสินค้า โดยกลุ่มนี้ไม่ได้เน้นในเรื่องของราคามากนัก ส่วนใหญ่ลูกค้าเน้นเรื่องคุณค่าของความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น และมีความชื่นชอบในตัวสินค้าตรงที่มีโอกาสได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำเสื้อด้วยตนเอง โดยมีกลุ่มพิมพ์ผ้าได้ให้คำแนะนำและบอกขั้นตอนการทำ และเป็นกลุ่มผู้ซื้อที่เน้นเรื่องความสะดวก โดยไม่ได้สนใจความแตกต่างระหว่างสินค้าแบรนด์ต่าง ๆ และไม่ให้ความสำคัญกับการเปรียบเทียบสินค้ากับเสื้อแบรนด์อื่น ๆ แต่เน้นเรื่องการสวมใส่เสื้อและความสะดวกสบายของการใช้งานเป็นหลัก และใช้เวลาอย่างรวดเร็วในการซื้อ กลุ่มศึกษาดูงานจากศูนย์ถ่ายทอดเทคโนโลยีการเกษตร จังหวัดพิษณุโลก จากการการประเมินของการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อของคณะดูงาน กลุ่มนี้ไม่ได้เน้นในเรื่องของราคามากนัก ส่วนใหญ่ลูกค้าเน้นเรื่องคุณค่าของความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น และนิยมสินค้าที่ทำจากมือ รวมทั้งยังมีความชื่นชอบและตื่นตัวในตัวสินค้าตรงที่มีโอกาสได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำเสื้อด้วยตนเองอีกด้วย และเป็นกลุ่มผู้ซื้อที่เน้นคำนึงเรื่องความสะดวกสบายในการสวมใส่เสื้อเป็นหลัก เน้นการสวมใส่เสื้อผ้าอยู่กับบ้าน และกลุ่มศึกษาดูงานจากดูงานจากผู้ขับขีรถจักรยานยนต์รับจ้างเขตบางแค กรุงเทพมหานคร จากการการประเมินของการตัดสินใจในการเลือกซื้อเสื้อของคณะดูงาน กลุ่มนี้จะตรงกันข้ามกับกลุ่มแรกและกลุ่มที่สองที่เน้นและจะยึดที่ความคุ้มค่าของเสื้อที่ซื้อไปเป็นหลัก จะให้ความสนใจกับสินค้าในราคาที่ไม่สูงจนเกินไป เพื่อให้ได้ในราคาที่ยอมรับได้จึงจะเลือกซื้อสินค้า แต่ในขณะเดียวกันกลุ่มลูกค้าก็ได้มีความเชื่อมั่นและพึงพอใจกับเสื้อพิมพ์ลาย ที่มองว่าเมื่อได้ซื้อสินค้าไปแล้วนั้นมีความคุ้มค่าอย่างแน่นอน

จากกิจกรรมการสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ได้นำข้อมูลไปดำเนินกิจกรรมการทำกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเทคนิคแบบสกรีน จนได้ผลิตภัณฑ์ออกมา 2 แบบ ได้แก่ เสื้อยืดและกระเป๋าสะพาย จนนำไปสู่กิจกรรมทดลองตลาดกิจกรรมการทดลองตลาดโดยกลุ่มลูกค้าภายในชุมชนและนอกชุมชน ทำให้กลุ่มฯ ได้มองเห็นช่องทางการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มโดยต้องทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีลวดลาย ขนาดเสื้อ และสีเสื้อให้มีความหลากหลาย แต่ขณะเดียวกันก็ไม่ทิ้งรูปแบบการทำผลิตภัณฑ์แบบเดิมคือการทำแบบแม่พิมพ์เพราะยังมีลูกค้าที่ชื่นชอบลวดลายแบบนี้

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ในการพัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ มองว่าปัจจุบันสื่อออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกวัย ไม่จำกัดเวลา และสถานที่ หากสามารถนำคนรุ่นใหม่ในชุมชนมาพัฒนาทักษะในการสื่อสารให้กับคนนอกชุมชนได้รู้จักผ่านสื่อออนไลน์มากขึ้นจะเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้คนได้รู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ จึงได้จัดฝึกอบรมถ่ายภาพและถ่ายทำคลิปวิดีโอด้วยโทรศัพท์มือถือ ณ โรงเรียนบ้านบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี โดยมีผู้เข้าร่วมเป็นนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลาย จำนวน 28 คน นักวิจัยชุมชน จำนวน 7 คน โดยมีขั้นตอน ได้แก่ 1) ประชุมวางแผนงาน กำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดผลลัพธ์ที่ต้องการ กำหนดวันเวลาและสถานที่ และกำหนดวิทยากรและอุปกรณ์ 2) กำหนดเนื้อหาและขอบเขตของกิจกรรม โดยกำหนดกิจกรรม 7 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับชุมชนบางเสร่ กิจกรรมบรรยาย หัวข้อ คอนเทนต์ (Content) สไตล์ “ตัวเอง” กิจกรรมเรียนรู้ การจัดแสงและเงา ให้อายุให้ดู มออบหมายงานและฝึกปฏิบัติ นำเสนองานที่ได้รับมอบหมาย สรุปผลและมอบหมายงาน และติดตามผลงานและสรุปกิจกรรม จากการจัดกิจกรรมยังไม่เห็นผลเป็นรูปธรรมเนื่องจากเป็นการเริ่มต้นในการใช้ช่องทางสื่อออนไลน์ ที่ต้องการสื่อสารให้คนนอกชุมชนได้เห็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากอัตลักษณ์ของชุมชนบางเสร่ ขณะเดียวกันหากมองว่ากลุ่มลูกค้าที่

อย่างไรก็ตามเมื่อนำข้อมูลจากการสำรวจกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ พบว่า ชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่และนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับปานกลาง ถึง มาก ในด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวรู้สึก ชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่มีศักยภาพดีและการให้บริการที่ดี มีความเข้าใจในนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี หากกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่จัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกท่านสนใจที่จะเข้าร่วม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสนใจในกิจกรรมที่ชุมชนจัดขึ้น ซึ่งผู้วิจัยมองเห็นถึงโอกาสทางการตลาดในการเสนอขายผลิตภัณฑ์กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ โดยจัดกิจกรรมพิมพ์ผ้าเอง ซึ่งเป็นการขายเสื้อแต่ให้นักท่องเที่ยว เลือกลายและเป็นผู้พิมพ์ผ้าเอง เป็นการสร้างจุดขายอีกลักษณะหนึ่ง ส่วนข้อมูลในการสื่อสารควรมีช่องทางการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวผ่านการสื่อสารของชุมชน แต่จากข้อมูลจะเห็นว่า นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งยังไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือ อาจไม่สนใจในข่าวสาร ดังนั้น ควรทำการสื่อสารเป็นระยะๆ และสอดแทรกสินค้าชุมชนและการส่งเสริมการขายไปพร้อม ๆ กัน

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการวิจัย เรื่อง การยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมะนัง จังหวัดชลบุรี สามารถนำมาอภิปรายร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

จากการถอดบทเรียนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ จะพบว่า ทางกลุ่มได้ดำเนินงานไปตามรูปแบบการพัฒนากลุ่มอาชีพของกรมพัฒนาชุมชน (2560) ใน ด้านการบริหารกลุ่ม มีการรวมกลุ่มกันจดทะเบียน ในนามกลุ่ม “ผ้าพิมพ์มือบางเสร์” มีการดำเนินงานด้านการผลิต โดยกลุ่มได้ผลิตสินค้าออกมา 2 แบบได้แก่ เสื้อ และกระเป๋าสะพาย แต่การดำเนินของกลุ่มก็ยังเป็นจุดอ่อนของกลุ่มในด้านการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ในด้านการขอเครื่องหมายรับรองคุณภาพ เช่น มผช. ซึ่งทางกลุ่มก็มองว่าเป็นความคาดหวังและเป้าหมายหลักของกลุ่มที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ให้ได้ ในด้านการส่งเสริมช่องทางการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ทางกลุ่มได้นำสินค้าเข้าไปจำหน่ายในร้าน OTOP ที่ทางจังหวัดได้จัดขึ้นและมีการตั้งร้านขาย ณ ที่ทำการของกลุ่มและในชุมชน แนวทางการทำงานของกลุ่มพิมพ์ผ้าเพื่อบรรลุเป้าหมาย เป็นไปและสอดคล้องกับกรมพัฒนาชุมชน (2560) ในประเด็นการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ ส่งเสริมการให้พร้อมด้านการบริการพัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการหาเครือข่ายภายนอกที่มั่นคง ในขณะที่มุมมองของสมาชิกกลุ่มมองว่ายังขาดการสนับสนุนจากหน่วยงานราชการ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง แต่หากมองในภาพของหน่วยงานราชการการจะเข้ามาสนับสนุนหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่ง หน่วยงานนั้นเป็นกลุ่มอาชีพที่มีความเข้มแข็ง และเป็นที่ยึดของบุคคลทั่วไป ทางกลุ่มต้องมีการรวมกลุ่มกันทำให้กลุ่มมีความเข้มแข็งและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพได้มาตรฐานเป็นที่ยอมรับอีกทั้ง ทางกลุ่มฯ ควรมองหาความร่วมมือกับกลุ่มวิชาชีพอื่น ๆ ในการเข้ามาสนับสนุนซึ่งอาจจะไม่ใช่ด้านงบประมาณ แต่อาจจะสนับสนุนในด้านอื่น ๆ ขณะเดียวกันทางกลุ่มฯ ยังได้จดทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ในนามกลุ่ม “ผ้าพิมพ์มือบางเสร์” ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการดำเนินงานของกลุ่มอย่างมีเป้าหมาย

การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและกลุ่มพิมพ์ผ้า ในการสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ จะพบว่ากลุ่มตัวอย่างจะเลือกซื้อเสื้อโดยให้เหตุผลต้องการสนับสนุนสินค้าชุมชน และมีความสะดวกสบายในการซื้อ ราคาอยู่ระหว่าง 101 - 300 บาท ซึ่งต่างจากงานของสุภาพร อามิตร และธนพรรณ บุญยรัตกลิน (2560) ที่กลุ่มตัวอย่างจะเลือกซื้อผ้าคลุมไหล่เพราะลวดลายของผ้า และราคา ที่นิยมซื้ออยู่ระหว่าง 300 - 500 บาท ส่วนในการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ด้วยเทคนิคการสกรีน สีที่ใช้ในการสกรีนจะเป็นสีสังเคราะห์ที่หาซื้อสะดวกสบาย ซึ่งต่างจากงานของ วีระศักดิ์ ศีลรัตน์ และคณะ (2565) ได้ศึกษาการพิมพ์สีธรรมชาติจากใบเพกาด้วยเทคนิคการถ่ายโอนสีสู่ผ้าฝ้าย โดยหาวิธีการพิมพ์สีธรรมชาติ กับวันเชิง สิทธิกิจโยธิน (2557) ศึกษาการเตรียมแป้งพิมพ์ด้วยสารชันจากกัมเมลดพืชสำหรับการพิมพ์ผ้าไหมด้วยสีจากเปลือกมังคุด ซึ่งทั้งสองท่านได้นำวัสดุจากธรรมชาติมาเป็นสีในการผลิตงานพิมพ์ผ้าที่ให้ความความชัดของลวดลายพิมพ์ ในด้านการออกแบบลายงานพิมพ์ผ้าบางเสร์จะออกแบบลวดลายด้วยการใช้อัตลักษณ์ของท้องถิ่นผ่านการวาดของนักเรียนในชุมชนทำให้ลวดลายมีเรื่องราวของท้องถิ่น จากนั้นจึงนำลวดลายมาทำบล็อกและสกรีนลงในผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความภูมิใจในท้องถิ่นที่ได้ผลิตภัณฑ์เป็นอัตลักษณ์ของตนเอง ต่างจากงานของสุภาพร อามิตร และธนพรรณ บุญยรัตกลิน (2560) ได้ศึกษาการออกแบบลายพิมพ์ผ้าจากแรงบันดาลใจศิลปะไทยจิตรกรรมฝาผนังสมัยอยุธยาและพัฒนาไปสู่ลายผ้าคลุมไหล่ จากการสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ได้นำข้อมูลไปดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเทคนิคแบบสกรีน จนได้ผลิตภัณฑ์ออกมา 2 แบบ ได้แก่ เสื้อยืดและกระเป๋าสะพาย และได้ทดลองตลาดโดยกลุ่มลูกค้าภายในชุมชนและนอกชุมชน ทำให้กลุ่มฯ ได้มองเห็นช่องทางในการผลิตผลิตภัณฑ์ของกลุ่มโดยต้องทำให้ผลิตภัณฑ์ที่มีลวดลาย ขนาดเสื้อ และสีเสื้อให้มีความ

หลากหลาย แต่ขณะเดียวกันก็ไม่ทิ้งรูปแบบการทำผลิตภัณฑ์แบบเดิมคือการทำแบบแม่พิมพ์เพราะยังมีลูกค้าที่ชื่นชอบลวดลายแบบนี้อยู่ข้อมูลดังกล่าวจะช่วยพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้มีคุณภาพมากขึ้น

ในการพัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ มองว่าปัจจุบันสื่อออนไลน์สามารถเข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกวัย ไม่จำกัดเวลา และสถานที่ จึงได้นำนักเรียนในชุมชนซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่มาพัฒนาทักษะในการสื่อสารผ่านกิจกรรมภาพถ่ายและคลิปวิดีโอ โดยให้นำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนบางเสร่ อันเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่นำไปสู่การสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชน อันได้แก่เสื้อและกระเป๋าสะพาย ให้กับคนนอกชุมชนได้รู้จักมากยิ่งขึ้น จากการดำเนินกิจกรรมยังไม่เห็นผลเป็นรูปธรรมเนื่องจากการเป็นการเริ่มต้นเรียนรู้เทคนิคการถ่ายภาพ และการใช้ช่องทางสื่อออนไลน์ของนักเรียน ซึ่งช่องทางสื่อสารนี้ Kotler & Keller (2009) กล่าวว่าเป็นการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดรูปแบบหนึ่งเพื่อสื่อสารข้อมูลข่าวสารของสินค้าและองค์กรไปยังกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องมีวัตถุประสงค์เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเกิดการตอบสนองตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ นอกจากนี้ นรฤต วันตะเมธ (2555) กล่าวว่า การสื่อสารการตลาดแบบนี้ยังมีบทบาทที่เป็นกลยุทธ์การตลาดในการแจ้งข้อมูลข่าวสาร โน้มน้าวใจผู้บริโภค คอยย้ำเตือนความทรงจำ สร้างทัศนคติที่ดีต่อตราสินค้าและองค์กร สร้างความแตกต่างให้กับสินค้าและบริการ กระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมการซื้อซ้ำและสร้างความภักดีต่อตราสินค้า หากมองผ่านกลุ่มลูกค้าที่เข้ามาเลือกซื้อ

จากการสำรวจกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกลุ่มพิมพ์บางเสร่ พบว่า ชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่และนักท่องเที่ยวมีทัศนคติต่อด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในระดับ ปานกลาง ถึง มาก ในด้านการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวรู้สึก ชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่มีศักยภาพดีและการให้บริการที่ดี มีความเข้าใจในนักท่องเที่ยวเป็นอย่างดี หากทางกลุ่มฯ จัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ร่วมสนุกทันทสนใจที่จะเข้าร่วม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสนใจในกิจกรรมที่ชุมชนจัดขึ้น ซึ่งผู้วิจัยมองเห็นถึงโอกาสทางการตลาดในการเสนอขายผลิตภัณฑ์กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ โดยจัดกิจกรรมพิมพ์ผ้าเอง ซึ่งเป็นการขายเสื้อแต่ให้นักท่องเที่ยว เลือกลายและเป็นผู้พิมพ์ผ้าเอง เป็นการสร้างจุดขายอีกลักษณะหนึ่ง ส่วนข้อมูลในการสื่อสารควรมีช่องทางการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยวผ่านการสื่อสารของชุมชน แต่จากข้อมูลจะเห็นได้ว่า นักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งยังไม่ได้รับข้อมูลข่าวสาร หรือไม่สนใจในข่าวสาร ดังนั้น ควรทำการสื่อสารเป็นระยะๆ และสอดแทรกสินค้าชุมชนและการส่งเสริมการขายไปพร้อม ๆ กัน

5.3 ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการ

กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่มีการรวมกลุ่มกันเป็นกลุ่มอาชีพ OTOP มีสมาชิกใหม่ที่เข้ามา ควรมีการเพิ่มเติมองค์ความรู้ด้านการจัดทำบัญชีให้กับสมาชิกที่เข้ามาใหม่ เพื่อให้มีองค์ความรู้ให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่เริ่มเป็นรู้จักจากองค์กรภายนอกมากขึ้น เห็นได้จากเริ่มมีการมาขอศึกษาดูงานของกลุ่มองค์กรภายนอกชุมชน หน่วยงานราชการที่มีหน้าที่ด้านนี้อาจเข้ามาช่วยให้ความสะดวกด้านต่าง ๆ เช่น อาคารสถานที่ เป็นต้น เพิ่มมากขึ้น

2. สถานศึกษาในเขตเทศบาลบางเสร่ควรมีการบูรณาการการเรียนการสอนนอกห้องเรียนระหว่างสมาชิกกลุ่มพิมพ์ผ้ากับนักเรียน เพื่อให้นักเรียนที่เป็นเยาวชนรุ่นใหม่เห็นถึงองค์ความรู้ด้านการพิมพ์ผ้าอันเป็นอัตลักษณ์และภูมิปัญญาของชุมชนบางเสร่ และมีการสืบทอดต่อไปในอนาคต

บรรณานุกรม

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2560). *แนวทางการจัดตั้งและพัฒนากลุ่มอาชีพ*. กรุงเทพฯ: บริษัท สไตส์ครีเอทีฟเฮ้าส์ จำกัด
- กาญจนา แก้วเทพและสมสุข หินวิมาน. (2551). *สายธารแห่งนักคิดทฤษฎี เศรษฐศาสตร์การเมืองกับสื่อการศึกษา*. กรุงเทพฯ: ภาพพิมพ์.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2553). *คุณลักษณะ & วิธีวิทยางานวิจัยเพื่อท้องถิ่น*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2563). *บททดลองเสนอเรื่องการวิจัยท้องถิ่นกับความเหลื่อมล้ำในสังคม. โครงการการบริหารงานวิจัยเพื่อท้องถิ่น สถาบันคลังสมองของชาติ*.
- กาญจนา แก้วเทพ. (2567). *การวิจัยเพื่อท้องถิ่นกับการพัฒนาตัวชี้วัดความเหลื่อมล้ำ ด้านสังคม-วัฒนธรรม และการศึกษา: บทสังเคราะห์ (เล่ม 2). มูลนิธิสถาบันวิจัยเพื่อท้องถิ่นและสถาบันคลังสมองของชาติ*.
- จิตต์โสภา เณรียศักดิ์, ชัยยุทธ กลีบบัว, อังคณา รุ่งอุทัย, และทิพย์สุดา ธิอุป. (2562). *การออกแบบและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น: ผ่าถืองพิมพ์ลายผ้าชิ้นอีสาน*. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 7(3), 226-238.
- เชิญขวัญ ฤชณรงค์ (2549). *การสื่อสารของกลุ่มชาไทที่ย้ายถิ่นฐานมาสู่ชุมชนเมืองในการปรับตัวและการแสดงอัตลักษณ์แห่งชาติพันธุ์*. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์-พัฒนาการ ภาควิชาการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์. (2559). *ความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ในประเทศไทย*. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ทวีทอง หงษ์วิวัฒน์. (2527). *การมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนา*. กรุงเทพฯ: ศักดิ์โสภณการพิมพ์.
- ทรายทิพย์ ธีระเดชพงศ์. (2553). *กระบวนการที่ทำให้วัฒนธรรมกายเป็นสินค้า : กรณีศึกษามวยไทยผ่านสื่อโทรทัศน์*. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์การเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพบูลย์ สุทธิ. (2554). *การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างกระบวนการเรียนรู้ในการพัฒนาเด็กและเยาวชนขององค์การบริหารส่วนตำบลและชุมชน*. ดุษฎีนิพนธ์ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีระศักดิ์ ศรีลารัตน์ และคณะ. (2565). *การพิมพ์สีธรรมชาติจากใบเพกาด้วยเทคนิคการถ่ายโอนสีสู่ผ้าฝ้าย*. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, ปีที่ 17 ฉบับที่ 1 (มกราคม - เมษายน พ.ศ. 2565) หน้า 45 – 55.
- วันแข็ง สิทธิกิจโยธิน. (2557). *การเตรียมแป้งพิมพ์ด้วยสารชั้นจากกัมเมล็ดพืชสำหรับการพิมพ์ผ้าไหมด้วยสีจากเปลือกมังคุด*. รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์ โครงการวิจัยประเภทงบประมาณเงินรายได้จากเงินอุดหนุนการวิจัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2548). *การพิมพ์ซิลค์สกรีน*. กรุงเทพฯ: ลิปประภา.

- ศิรินาถ ปิ่นทองพันธ์. (2556). *การรับรู้และการสื่อสารในการแสดงอัตลักษณ์ความเป็นชาวใต้ของ นักศึกษาภาคใต้ในกรุงเทพมหานคร*. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวาทวิทยา ภาควิชาวาท วิทยาและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สจ๊วต, ฟรานเซส. (2555). *ความเหลื่อมล้ำแนวราบ: ต้นกำเนิดความรุนแรง*. กรุงเทพฯ: โครงการจัดพิมพ์คบไฟ.
- สติกลิตซ์, โจเซฟ อี. (2556). *ราคาของความเหลื่อมล้ำ = The Price of Inequality*. กรุงเทพฯ: โอเพ่นเวิลด์ส พับลิชชิง.
- สถาบันพระปกเกล้า. (2562). *ก้าวข้ามความเหลื่อมล้ำ: ความท้าทายของสังคมไทย*. กรุงเทพฯ: สถาบันพระปกเกล้า.
- เสรี พงศ์พิศ. (2546). *แผนชีวิตเศรษฐกิจชุมชน*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ภูมิปัญญาไทย.
- สุริชัย หวันแก้วและคณะ. (2561). *โครงการเชิงสังเคราะห์การวิจัยเพื่อท้องถิ่นจากมิติยุทธศาสตร์ เรื่องความเป็นธรรมและการลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม*. กรุงเทพฯ : สำนักงานกองทุน สนับสนุนการวิจัย.
- สุภาพร อามิตร. (2560). *การออกแบบลายพิมพ์ผ้าจากแรงบันดาลใจศิลปะไทยจิตรกรรมฝาผนังสมัย อยุธยา : กรณีศึกษาวัดใหญ่สุวรรณาราม (จังหวัดเพชรบุรี)*. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.). (2561). *การบริหารจัดการงานวิจัยเพื่อสร้างผลลัพธ์และ ผลกระทบ*. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- อนุคณะกรรมการยุทธศาสตร์เศรษฐกิจฐานราก (บรรณาธิการ). (2559). *คู่มือการส่งเสริมการพัฒนา ระบบเศรษฐกิจฐานราก*. กรุงเทพฯ: สำนักสนับสนุนขบวนการองค์กรชุมชน และสำนักสื่อสารการ พัฒนา, สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์การมหาชน)
- CHEN, JAMES. (2023). *Business-to-Business (B2B): What It Is and How It's Used*. <https://www.investopedia.com/terms/b/btob.asp>
- Kenton, Will. (2024). *B2C: How Business-to-Consumer Sales Works, 5 Types and Examples*. <https://www.investopedia.com/terms/b/btoc.asp>
- WISESIGHT. (2023). *B2B Marketing คืออะไร ต่างจาก B2C Marketing อย่างไร*. <https://wisesight.com/th/news/b2b-marketing-2023/>

ภาคผนวก

ก แบบสอบถามงานวิจัย

ข ค่าความเชื่อมั่นส่วนประสมทางการตลาด IOC

ค แบบสำรวจตัวชี้วัดความเหลื่อมล้ำ ก่อนดำเนินโครงการ

ง แบบสำรวจตัวชี้วัดความเหลื่อมล้ำ หลังดำเนินโครงการ

จ แบบวัดศักยภาพนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้าน

ฉ แบบประเมินพลังกลุ่ม/เครือข่ายที่ทำงาน

ช แบบวัดการมีส่วนร่วมและการเปลี่ยนแปลงของภาคี

ซ แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย (สำหรับประชาสัมพันธ์)

ฌ แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย (สำหรับเผยแพร่ในระบบ EXPLORE)

ญ แบบฟอร์มประเมินผลการวิจัยในการนำไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม

แบบสอบถามการวิจัย

แบบสอบถาม

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็นการเก็บข้อมูลเพื่อทำการวิจัย เรื่อง “การยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้า เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และสร้าง เศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมือเมือง จังหวัดชลบุรี” คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา ผู้วิจัยใคร่ขอความอนุเคราะห์และความร่วมมือของท่านในการตอบแบบสอบถาม และโปรดให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามตามความเป็นจริง ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลที่ท่านให้ถือเป็นความลับและการนำเสนอผลการวิเคราะห์ในภาพรวมเท่านั้น

แบบสอบถามข้อมูลชุดนี้แบ่งออกเป็น 5 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 คำถามคัดกรองและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการซื้อสินค้า

ตอนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 คำถามคัดกรองและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

โปรดใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง หน้าหัวข้อที่ตรงกับความเห็นของท่านเพียงคำตอบเดียว

คำถามคัดกรอง			
ท่านยินดีเป็นส่วนหนึ่งในการให้ข้อมูลเพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือไม่			
☐	ยินดี (ทำแบบสอบถามต่อในข้อถัดไป)	☐	ไม่ยินดี (จบแบบสอบถาม)
ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม			
1.	เพศ		
☐	ชาย	☐	หญิง
☐	เพศทางเลือก		
2.	อายุ		
☐	20 – 29 ปี	☐	30 – 39 ปี
☐	40 – 49 ปี	☐	51 ปีขึ้นไป
3.	ระดับการศึกษา		
☐	ต่ำกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษา/ป.ว.ช.	☐	ป.ว.ส./อนุปริญญา
☐	ปริญญาตรี	☐	สูงกว่าปริญญาตรี
4.	อาชีพ		
☐	รับราชการ/พนักงานของรัฐ	☐	พนักงานบริษัทเอกชน
☐	พนักงานรัฐวิสาหกิจ	☐	ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ
☐	อื่นๆ (โปรดระบุ).....		

5.	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
☐	ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 15,000 บาท	☐	15,001– 20,000 บาท
☐	20,001-25,000 บาท	☐	25,001 – 30,000 บาท
☐	30,001 – 35,000 บาท	☐	มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป
6.	สถานภาพ		
☐	โสด	☐	สมรส
☐	หย่าร้าง		
ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการซื้อสินค้า			
โปรดใส่เครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง หน้าหัวข้อที่ตรงกับความเห็นของท่านเพียงคำตอบเดียว			
1.	สินค้าชุมชนที่ท่านเลือกซื้อในสถานที่ท่องเที่ยว (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
☐	เสื้อผ้า	☐	กระเป๋า
☐	กางเกง	☐	ชุดเดรส
☐	หมวก	☐	ผ้าพันคอ
☐	อื่นๆ (โปรดระบุ).....		
2.	จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าชุมชนแต่ละครั้งโดยประมาณ (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)		
☐	น้อยกว่า 100 บาท	☐	101 - 300 บาท
☐	301 - 500 บาท	☐	501 - 1,000 บาท
☐	มากกว่า 1,000 บาทขึ้นไป	☐	
3.	จำนวนชนิดหรือประเภทของสินค้าชุมชนที่ซื้อในแต่ละครั้ง		
☐	1-2 ชนิด	☐	3 - 4 ชนิด
☐	5-6 ชนิด	☐	7 ชนิดขึ้นไป
4.	จากข้อที่ 3 ปริมาณในการซื้อสินค้าชุมชนในแต่ละชนิด		
☐	1-2 ห่อ/ตัว	☐	3 - 4 ห่อ/ตัว
☐	5-6 ห่อ/ตัว	☐	7 ห่อ/ตัวขึ้นไป
5.	เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร็จ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
☐	มีหลายแบบให้เลือก	☐	มีความสะดวกสบายในการซื้อ
☐	ต้องการสนับสนุนสินค้าชุมชน	☐	สินค้าหาซื้อยากตามท้องตลาด
☐	ต้องการเวลาเดินทางไปท่องเที่ยว	☐	ต้องการใช้ในโอกาสพิเศษ
☐	ทดแทนขอเดิมที่มีอยู่ที่เกิดการชำรุด	☐	ซื้อเป็นของขวัญช่วงเทศกาล
☐	ต้องการตามแฟชั่นที่กำลังนิยมในขณะนั้น	☐	ต้องการให้มีเหมือนกันทั้งครอบครัว / คู่รัก
☐	อื่นๆ (โปรดระบุ).		

6.	ท่านได้รับอิทธิพลจากใคร ในการเลือกซื้อสินค้าชุมชนมากที่สุด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)			
☐	ตัวเอง	☐	เพื่อน	
☐	ครอบครัว / แฟน	☐	บุคคลมีชื่อเสียง (Influencer)	
☐	โซเชียลมีเดีย เช่น Facebook, Instagram, TikTok	☐	บล็อกเกอร์ เช่น Sistacafe, Pantip	
☐	รีวิวจากผู้เคยใช้สินค้า	☐	อื่นๆ (โปรดระบุ).....	

ตอนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชน

จากภาพตัวอย่าง โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง ตรงกับความเห็นของท่านมากที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านผลิตภัณฑ์						
1. ด้านการใช้สอย						
	1.1 มีความเหมาะสมกับแต่ละวัยของผู้ใช้หรือสวมใส่					
	1.2 สามารถดูแลรักษาได้ง่าย					
	1.3 มีความสบายขณะใช้งานหรือสวมใส่					
2. ด้านเอกลักษณ์ของชุมชน						
	2.1 มีลวดลายที่โดดเด่นเหมาะสม เป็นลักษณะเฉพาะตัว					
	2.2 มีลวดลายสื่อถึงภาพลักษณ์ชุมชนได้ชัดเจน					
	2.3 มีลวดลายที่ออกแบบสวยงามเป็นที่จดจำ					
	2.4 ลวดลายสื่อมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนที่อื่น					
	2.5 การได้รับรองมาตรฐานจากทางหน่วยงานของรัฐสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อ					
3. ด้านหีบห่อ						
	3.1 หีบห่อ หรือถุง มีความสวยงาม					
	3.2 หีบห่อ หรือถุง มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน					
	3.3 หีบห่อ หรือถุง มีขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น					
4. ภาพลักษณ์ตราสินค้า						
	4.1 ตราสินค้าชุมชนมีความเหมาะสมสื่อความหมายถึงชุมชนได้อย่างชัดเจน					
	4.2 การออกแบบโลโก้หรือสัญลักษณ์สวยงาม ทันสมัย					
	4.3 ตราสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า					

ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเส่ย		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
4.4	ตราสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเส่ย ทำให้รู้สึก คุ้มค่า คุ้มค่า					
5.ภาพลักษณ์ผู้ใช้ตราสินค้า						
5.1	ท่านรู้สึกที่ใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเส่ยมีความ ภาคภูมิใจที่ได้มาเที่ยว					
5.2	ท่านรู้สึกที่ใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเส่ยทำให้ รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งกับชุมชน					
5.3	ท่านรู้สึกที่ใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเส่ย อยาก บอกต่อถึงประสบการณ์ที่ได้มาเที่ยว					
ด้านราคา						
	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น					
	ราคาของสื่อใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน					
	แสดงป้ายราคาอย่างชัดเจนง่ายต่อการตัดสินใจซื้อ					
	สามารถต่อรองราคาเมื่อซื้อจำนวนมากได้					
	มีวิธีการชำระเงินหลากหลาย					
3.						
	ร้านค้าหาง่าย สะดวกในการเดินทางไปซื้อ					
	สถานที่จัดจำหน่ายสะอาด สวยงาม					
	สถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทางและจอดรถ					
	สามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์					
	มีปริมาณสินค้าพร้อมสำหรับการขายอยู่เสมอ					
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด						
	ท่านได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านการโฆษณาจากสื่อต่างๆ ของ ชุมชนในท้องถิ่น					
	ท่านได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ต่างๆ ของชุมชนในท้องถิ่น					
	หากชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเส่ยจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ ร่วมสนุกท่านสนใจที่จะเข้าร่วม					
	การส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด หรือมีของแถม เมื่อ ซื้อผลิตภัณฑ์ทำให้ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น					
	พนักงานขายมีอัธยาศัยดี					
	พนักงานขายแต่งกายสุภาพ					

ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสρεύ		มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
	พนักงานขาย มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี					
	ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย					
	มีสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าชม หรือทดลอง					

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

คณะผู้วิจัย ขอขอบพระคุณที่ได้ท่านเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน มา ณ โอกาสนี้

ค่าความเชื่อมั่นส่วนประสมทางการตลาด IOC

หัวข้อในการประเมิน	ความคิดเห็น ผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ	แปลผล
	1	2	3		
ตอนที่ 1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์					
เพศ	1	1	1	1	ใช้ได้
อายุ	1	1	1	1	ใช้ได้
ระดับการศึกษา	1	1	1	1	ใช้ได้
อาชีพ	1	1	1	1	ใช้ได้
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1	1	1	1	ใช้ได้
สถานภาพ	1	1	1	1	ใช้ได้
ตอนที่ 2 พฤติกรรมในการซื้อสินค้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร็จ					
1.สินค้าชุมชนที่ท่านเลือกซื้อในสถานที่ท่องเที่ยว (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	1	1	1	1	ใช้ได้
2.จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าชุมชนแต่ละครั้งโดยประมาณ (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)	1	1	1	1	ใช้ได้
3.ชนิดของสินค้า/ประเภทของสินค้าชุมชนที่ซื้อในแต่ละครั้ง เช่น อาหาร เสื้อผ้า ของที่ระลึก เครื่องดื่ม (เลือกตอบเพียง 1 ข้อ)	1	1	1	1	ใช้ได้
4.เพราะเหตุใดท่านจึงเลือกซื้อสินค้าชุมชน (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	1	1	1	1	ใช้ได้
5.ท่านได้รับอิทธิพลจากใคร ในการเลือกซื้อสินค้าชุมชนมากที่สุด (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	1	1	1	1	ใช้ได้
ตอนที่ 3 ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร็จ					
ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการใช้สอย					
1.1 มีความเหมาะสมกับแต่ละวัยของผู้ใช้หรือสวมใส่	1	1	1	1	ใช้ได้
1.2 สามารถดูแลรักษาได้ง่าย	1	1	1	1	ใช้ได้
1.3 มีความสบายขณะใช้งานหรือสวมใส่	1	1	1	1	ใช้ได้

หัวข้อในการประเมิน	ความคิดเห็น ผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ	แปลผล
	1	2	3		
ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านเอกลักษณ์ของชุมชน					
2.1 มีลวดลายที่โดดเด่นเหมาะสม เป็นลักษณะเฉพาะตัว	1	1	1	1	ใช้ได้
2.2 มีลวดลายสื่อถึงภาพลักษณ์ชุมชนได้ชัดเจน	1	1	1	1	ใช้ได้
2.3 มีลวดลายที่ออกแบบสวยงามเป็นที่จดจำ	1	1	1	1	ใช้ได้
2.4 ลวดลายสื่อมีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ไม่เหมือนที่อื่น	1	1	1	1	ใช้ได้
2.5 การได้รับรองมาตรฐานจากทางหน่วยงานของรัฐสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อ	1	1	1	1	ใช้ได้
ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านหีบห่อ					
3.1 หีบห่อ หรือถุง มีความสวยงาม	1	1	1	1	ใช้ได้
3.2 หีบห่อ หรือถุง มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน	1	1	1	1	ใช้ได้
3.3 หีบห่อ หรือถุง มีขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	1	1	1	1	ใช้ได้
ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์ตราสินค้า					
4.1 ตราสินค้าชุมชนมีความเหมาะสมสื่อความหมายถึงชุมชนได้อย่างชัดเจน	1	1	1	1	ใช้ได้
4.2 การออกแบบโลโก้หรือสัญลักษณ์สวยงาม ทันสมัย	1	1	1	1	ใช้ได้
4.3 ตราสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่สามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า	1	1	1	1	ใช้ได้
4.4 ตราสินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ทำให้รู้สึกคุ้มค่า คุ้มราคา	1	1	1	1	ใช้ได้
ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านภาพลักษณ์ผู้ใช้ตราสินค้า					
5.1 ท่านรู้สึกที่ใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่มีความภาคภูมิใจที่ได้มาเที่ยว	1	1	1	1	ใช้ได้
5.2 ท่านรู้สึกที่ใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ทำให้รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งกับชุมชน	1	1	1	1	ใช้ได้

หัวข้อในการประเมิน	ความคิดเห็น ผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ	แปลผล
	1	2	3		
5.3 ท่านรู้สึกว่าการใช้สินค้าชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสื่อ อยากบอกต่อถึงประสบการณ์ที่ได้มาเที่ยว	1	1	1	1	ใช้ได้
ด้านราคา					
ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น	1	1	1	1	ใช้ได้
ราคาของเสื้อใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน	1	1	1	1	ใช้ได้
แสดงป้ายราคาอย่างชัดเจนต่อการตัดสินใจซื้อ	1	1	1	1	ใช้ได้
สามารถต่อรองราคาเมื่อซื้อจำนวนมากได้	1	1	1	1	ใช้ได้
มีวิธีการชำระเงินหลากหลาย	1	1	1	1	ใช้ได้
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย					
ร้านค้าหาง่าย สะดวกในการเดินทางไปซื้อ	1	1	1	1	ใช้ได้
สถานที่จัดจำหน่ายสะอาด สวยงาม	1	1	1	1	ใช้ได้
สถานที่ซื้อสะดวกต่อการเดินทางและจอดรถ	1	1	1	1	ใช้ได้
สามารถสั่งซื้อผ่านช่องทางออนไลน์	1	1	1	1	ใช้ได้
มีปริมาณสินค้าพร้อมสำหรับการขายอยู่เสมอ	1	1	1	1	ใช้ได้
ด้านการส่งเสริมการตลาด					
ท่านได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านการโฆษณาจากสื่อต่างๆ ของชุมชนในท้องถิ่น	1	1	1	1	ใช้ได้
ท่านได้รับข้อมูลผลิตภัณฑ์ผ่านการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ ต่างๆ ของชุมชนในท้องถิ่น	1	1	1	1	ใช้ได้
หากชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสื่อจัดกิจกรรมให้ลูกค้าได้ ร่วมสนุกท่านสนใจที่จะเข้าร่วม	1	1	1	1	ใช้ได้
การส่งเสริมการขาย เช่น การให้ส่วนลด หรือมีของแถม เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ทำให้ท่านซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น	1	1	1	1	ใช้ได้
พนักงานขายมีอัธยาศัยดี	1	1	1	1	ใช้ได้
พนักงานขายแต่งกายสุภาพ	1	1	1	1	ใช้ได้
พนักงานขาย มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี	1	1	1	1	ใช้ได้

หัวข้อในการประเมิน	ความคิดเห็น ผู้ทรงคุณวุฒิ			ข้อเสนอแนะ	แปลผล
	1	2	3		
ความรวดเร็วในการให้บริการของพนักงานขาย	1	1	1	1	ใช้ได้
มีสินค้าตัวอย่างให้ลูกค้าชม หรือทดลอง	1	1	1	1	ใช้ได้

ตารางค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม

(n=30)

ค่าความเชื่อมั่นส่วนประสมทางการตลาด	Cronbach's Alpha	N of Items
ด้านผลิตภัณฑ์: ด้านการใช้สอย	0.785	3
ด้านผลิตภัณฑ์: ด้านเอกลักษณ์ของชุมชน	0.850	5
ด้านผลิตภัณฑ์: ด้านหีบห่อ	0.828	3
ด้านผลิตภัณฑ์: ภาพลักษณ์ผู้ใช้ตราสินค้า	0.849	4
ด้านผลิตภัณฑ์: ภาพลักษณ์ผู้ใช้ตราสินค้า	0.730	3
ด้านผลิตภัณฑ์ในภาพรวม	0.929	18
ด้านราคา	0.827	5
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.830	5
การส่งเสริมการตลาด	0.913	9
ส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม	0.961	37

รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (IOC)

1. รองศาสตราจารย์ ดร.เชาว์ โรจนแสง
2. รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ อารังสินถาวร
3. คุณสร้อยสุดา โลหะเจริญ

สาขาวิชาวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา
ผู้ประกอบการร้านขายเสื้อผ้า

แบบสำรวจตัวชี้วัดความเหลื่อมล้ำรวม โครงการ CBR66 ภาคกลาง
การพัฒนางานพิมพ์ผ้าเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากแบบมีส่วนร่วม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ
ของชุมชนตำบลบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

* * * * *

(ก่อนดำเนินโครงการ)

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม

1.1 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชื่อ – สกุล.....
เบอร์โทรศัพท์.....
ID Line.....
Facebook.....
อายุ.....
หมู่บ้าน.....
ตำบล.....
การศึกษา.....
อาชีพหลัก.....
อาชีพเสริม.....

1.2 สถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ☐ หัวหน้าครัวเรือน
☐ สามี/ภรรยาของหัวหน้าครัวเรือน
☐ บุตรหลานของหัวหน้าครัวเรือน
☐ พ่อแม่ของหัวหน้าครัวเรือน
☐ อื่นๆ

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน

.....

จำนวนสมาชิกครัวเรือนที่อยู่จริง

.....

2. การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของโครงการ

ท่านมีส่วนร่วมกับโครงการในขั้นตอนใดบ้าง

- | | | |
|--|-------------------------------------|--|
| 2.1 ถอดบทเรียนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้า | ☐ มีส่วนร่วม | ☐ ไม่มีส่วนร่วม |
| 2.2 สำรวจตลาด | ☐ มีส่วนร่วม | ☐ ไม่มีส่วนร่วม |
| 2.3 ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิต | ☐ มีส่วนร่วม | ☐ ไม่มีส่วนร่วม |
| 2.4 กิจกรรมส่งการขายของผลิตภัณฑ์ชุมชน | ☐ มีส่วนร่วม | ☐ ไม่มีส่วนร่วม |
| 2.5 ถอดบทเรียนกิจกรรมกิจกรรมส่งการขาย | ☐ มีส่วนร่วม | ☐ ไม่มีส่วนร่วม |

3. รายได้จากการทำงาน ในปี 2566

โดยเฉลี่ยแล้ว "ครัวเรือน" มีรายได้จากการทำงาน (เช่น ค่าจ้าง เงินเดือน) และเงินทดแทน

3.1 ค่าจ้างแรงงาน หรือ เงินเดือน ของ "ครัวเรือน" เฉลี่ยเดือนละกี่บาท

.....

.....

.....

3.2 ผลตอบแทนอื่นๆ จากการทำงาน เป็นรายเดือน เช่น ค่าล่วงเวลา เดือนละกี่บาท

.....

.....

.....

3.3 ผลตอบแทนอื่นๆ จากการทำงานอื่นๆ ในรอบปี 2566 เช่น โบนัสประจำปี เงินชดเชยจากการเลิกจ้าง (บาท/ปี)

.....

.....

.....

3.4 ข้อมูลรายละเอียดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี)

.....

.....

4. กำไรจากการประกอบการ เช่น ร้านค้า ร้านตัดผม ร้านอาหาร

4.1 ลักษณะการประกอบการที่เป็นแหล่งรายได้หลัก

- ☐ ไม่มีรายได้จากแหล่งนี้ (ข้ามไปทำข้อถัดไปได้เลย)
- ☐ ร้านค้าขายของชำ
- ☐ ร้านตัดผม
- ☐ ร้านซ่อมแซมเครื่องใช้ไฟฟ้า
- ☐ ร้านอาหาร (รวมถึง หาบเร่)
- ☐ เก็บค่าเช่าที่จอดรถ
- ☐ อื่น (ระบุ).....

4.2 กำไรจากการประกอบการธุรกิจโดยเฉลี่ย (บาท/เดือน) โดยนับเฉพาะรายได้สุทธิหลังจากหักค่าใช้จ่ายในการทำธุรกิจนั้น

.....

.....

4.3 ข้อมูลรายละเอียดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี)

.....

5. กำไรจากการประกอบการทางการเกษตร

5.1 ลักษณะการประกอบการทางการเกษตรที่เป็นแหล่งรายได้หลัก

- ☐ ไม่มีรายได้จากแหล่งนี้ (ข้ามไปทำข้อถัดไปได้เลย)
- ☐ ปลูกพืชไร่.....
- ☐ ปลูกพืชสวน.....
- ☐ เลี้ยงสัตว์.....
- ☐ ทำประมง.....
- ☐ เก็บหาของป่า.....
- ☐ เกษตรผสมผสาน.....
- ☐ พืชสวนอื่นๆ.....

5.2 ลักษณะกำไรสุทธิทางการเกษตรของท่านเป็นแบบใด

- ☐ รายสัปดาห์.....
- ☐ รายเดือน.....
- ☐ รายปี.....
- ☐ รายรอบ (ระบุจำนวนรอบต่อปี)

5.3 รายเดือน หากท่านได้รับรายรับจากภาคเกษตรเป็นรายเดือน คร่าวๆของท่านมีรายได้จากการเกษตร "เดือนละกี่บาท"

.....

.....

5.4 รายเดือน คร่าวๆของท่านมีต้นทุนในการการเกษตร "เดือนละกี่บาท"

.....

.....

5.5 รายปี หากท่านได้รับรายรับจากภาคเกษตรเป็นรายปี คร่าวๆของท่านมีรายได้จากการเกษตร "ปีละกี่บาท"

.....

.....

5.6 รายปี คร่าวๆของท่านมีต้นทุนในการการเกษตร "ปีละกี่บาท"

.....

.....

5.7 รายรอบ หากท่านได้รับรายรับจากภาคเกษตรเป็นรายรอบ คร่าวๆของท่านมีรายรับจากการเกษตร "รอบละกี่บาท"

.....

.....

5.8 รายรอบ หากท่านได้รับรายรับจากภาคเกษตรเป็นรายรอบ ครั้วเรือนของท่านมีรายรับจากการเกษตร "รอบละกี่บาท"

.....

.....

5.9 รายรอบ ครั้วเรือนของท่านมีต้นทุนในการการเกษตรเป็นรายรอบ "รอบละกี่บาท"

.....

.....

5.10 ข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมอื่นๆ (ถ้ามี)

.....

6. เงินบำนาญ เงินสวัสดิการ เงินช่วยเหลือ ถ้าไม่มีรายได้ให้กรอกเลขศูนย์

6.1 ท่านได้รับเงินบำนาญจากราชการ เดือนละกี่บาท

.....

6.2 ครั้วเรือนของท่านได้รับเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ เดือนละกี่บาท

.....

6.3 ครั้วเรือนของท่านได้รับเงินสำรองเลี้ยงชีพสำหรับผู้สูงอายุ เดือนละกี่บาท

.....

6.4 ครั้วเรือนของท่านได้รับเบี้ยความพิการ เดือนละกี่บาท

.....

6.5 ครั้วเรือนของท่านได้รับความช่วยเหลือจากบัตรสวัสดิการพื้นฐานแห่งรัฐ เดือนละกี่บาท

.....

6.6 ครั้วเรือนของท่านได้รับความช่วยเหลือเงินสนับสนุนเด็กเล็ก เดือนละกี่บาท

.....

6.7 ครั้วเรือนของท่านได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล ในสถานการณ์โควิด-19 ปีละกี่บาท

.....

6.8 ครั้วเรือนของท่านมีรายได้จากเงินช่วยเหลือจากคนอื่นๆ หน่วยงานอื่นๆ ที่ไม่ใช่รัฐบาลและสมาชิกในครอบครัว เดือนละกี่บาท

.....

6.9 ข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมอื่นๆ (ถ้ามี)

.....

7. รายได้จากทรัพย์สิน/การเงิน

7.1 ครั้วเรือนของท่านมีรายได้จากดอกเบี้ยเงินฝาก พันธบัตร สลากออมสิน เดือนละกี่บาท

.....

7.2 ครั้วเรือนของท่านมีรายได้จากค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ (เช่น บ้าน ที่ดิน) เดือนละกี่บาท

.....

7.3 ครั้วเรือนของท่านมีรายได้จากการปล่อยเงินกู้ เดือนละกี่บาท

.....

7.4 ครั้วเรือนของท่านมีรายได้จากการถูกเงินรางวัลสลากกินแบ่ง สลากออมสิน อื่นๆ ปีละกี่บาท

.....

7.5 ข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมอื่นๆ (ถ้ามี)

.....

.....

8. รายได้ที่ไม่เป็นตัวเงิน

8.1 ในรอบปี ท่านมีผลผลิตทางการเกษตรที่ได้จากไร่นาของท่าน ที่นำมาใช้ในการบริโภคในครั้วเรือนอะไรบ้าง

.....

.....

8.2 ผลผลิตทางการเกษตรจากไร่นาของท่านเอง หากต้องซื้อมาจากตลาด จะมีมูลค่าประมาณกี่บาท/ปี

.....

.....

.....

8.3 ในรอบปี ท่านมีผลผลิตทางการเกษตรที่ได้จากผู้อื่นที่ไม่ใช่สมาชิกในไร่นาของท่าน ที่นำมาใช้ในการบริโภคในครั้วเรือนอะไรบ้าง

.....

.....

8.4 ผลผลิตทางการเกษตรที่ได้รับจากผู้อื่นที่ไม่ได้อยู่ในครั้วเรือน หากต้องซื้อมาจากตลาด จะมีมูลค่าประมาณกี่บาท/ปี

.....

.....

8.5 ในรอบปีที่ผ่านมา ท่านได้พักอาศัยหรือเช่าที่ดินการเกษตร โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายหรือไม่? (ทั้งของตนเองและผู้อื่น)

☐ มี (กรุณาตอบข้อถัดไป)

☐ ไม่มี (ส่งคำตอบได้เลย)

8.6 ถ้าท่านได้พักอาศัยหรือเช่าที่ดินการเกษตร โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย "ในบ้านของท่านเอง" ท่านคิดว่า หากต้องเสียค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายจะมีมูลค่าประมาณกี่บาท/ปี (ทั้งของตนเองและผู้อื่น)

.....

.....

8.7 ถ้าท่านได้พักอาศัยหรือเช่าที่ดินการเกษตร โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย "ในบ้านของผู้อื่น" ท่านคิดว่า หากต้องเสียค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายจะมีมูลค่าประมาณกี่บาท/ปี (ทั้งของตนเองและผู้อื่น)

.....

.....

8.8 ข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมอื่นๆ (ถ้ามี)

.....

.....

ขอบขอบพระคุณในการให้ข้อมูล

ชื่อ-สกุล.....ผู้สัมภาษณ์

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

แบบสำรวจตัวชี้วัดความเหลื่อมล้ำรวม โครงการ CBR66 ภาคกลาง
การพัฒนางานพิมพ์ผ้าเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากแบบมีส่วนร่วม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ
ของชุมชนตำบลบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

* * * * *

(หลังดำเนินโครงการ)

1. ผู้ตอบแบบสอบถาม

1.2 ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม

ชื่อ – สกุล.....
เบอร์โทรศัพท์.....
ID Line.....
Facebook.....
อายุ.....
หมู่บ้าน.....
ตำบล.....
การศึกษา.....
อาชีพหลัก.....
อาชีพเสริม.....

1.2 สถานะของผู้ตอบแบบสอบถาม

- ☐ หัวหน้าครัวเรือน
☐ สามี/ภรรยาของหัวหน้าครัวเรือน
☐ บุตรหลานของหัวหน้าครัวเรือน
☐ พ่อแม่ของหัวหน้าครัวเรือน
☐ อื่นๆ

จำนวนสมาชิกในครัวเรือน.....

จำนวนสมาชิกครัวเรือนที่อยู่จริง.....

2. การมีส่วนร่วมกับกิจกรรมของโครงการ

ท่านมีส่วนร่วมกับโครงการในขั้นตอนใดบ้าง

- | | | |
|--|-------------------------------------|--|
| 2.1 ถอดบทเรียนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้า | ☐ มีส่วนร่วม | ☐ ไม่มีส่วนร่วม |
| 2.2 สำรวจตลาด | ☐ มีส่วนร่วม | ☐ ไม่มีส่วนร่วม |
| 2.3 ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิต | ☐ มีส่วนร่วม | ☐ ไม่มีส่วนร่วม |
| 2.4 กิจกรรมส่งการขายของผลิตภัณฑ์ชุมชน | ☐ มีส่วนร่วม | ☐ ไม่มีส่วนร่วม |
| 2.5 ถอดบทเรียนกิจกรรมกิจกรรมส่งการขาย | ☐ มีส่วนร่วม | ☐ ไม่มีส่วนร่วม |

3. รายได้จากการทำงาน ในปี 2566

โดยเฉลี่ยแล้ว "ครัวเรือน" มีรายได้จากการทำงาน (เช่น ค่าจ้าง เงินเดือน) และเงินทดแทน

3.1 ค่าจ้างแรงงาน หรือ เงินเดือน ของ "ครัวเรือน" เฉลี่ยเดือนละกี่บาท

.....

.....

3.5 ผลตอบแทนอื่นๆ จากการทำงาน เป็นรายเดือน เช่น ค่าล่วงเวลา เดือนละกี่บาท

.....

.....

3.6 ผลตอบแทนอื่นๆ จากการทำงานอื่นๆ ในรอบปี 2564 เช่น โบนัสประจำปี เงินชดเชยจากการเลิกจ้าง (บาท/ปี)

.....

.....

3.7 ข้อมูลรายละเอียดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี)

.....

.....

4. กำไรจากการประกอบการ เช่น ร้านค้า ร้านตัดผม ร้านอาหาร

4.4 ลักษณะการประกอบการที่เป็นแหล่งรายได้หลัก

☐ ไม่มีรายได้จากแหล่งนี้ (ข้ามไปทำข้อถัดไปได้เลย)

☐ ร้านค้าขายของชำ

☐ ร้านตัดผม

☐ ร้านซ่อมแซมเครื่องใช้ไฟฟ้า

☐ ร้านอาหาร (รวมถึง หาบเร่)

☐ อื่น (ระบุ)...เก็บค่าเช่าที่จอดรถ.....

4.5 กำไรจากการประกอบการธุรกิจโดยเฉลี่ย (บาท/เดือน) โดยนับเฉพาะรายได้สุทธิหลังจากหักค่าใช้จ่ายในการทำธุรกิจนั้น

.....

.....

4.6 ข้อมูลรายละเอียดอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (ถ้ามี)

.....

.....

5. กำไรจากการประกอบการทางการเกษตร

5.11 ลักษณะการประกอบการทางการเกษตรที่เป็นแหล่งรายได้หลัก

- ☐ ไม่มีรายได้จากแหล่งนี้ (ข้ามไปทำข้อถัดไปได้เลย)
- ☐ ปลุกพืชไร่.....
- ☐ ปลุกพืชสวน.....
- ☐ เลี้ยงสัตว์.....
- ☐ ทำประมง.....
- ☐ เก็บหาของป่า.....
- ☐ เกษตรผสมผสาน.....
- ☐ พืชสวนอื่นๆ.....

5.12 ลักษณะกำไรสุทธิทางการเกษตรของท่านเป็นแบบใด

- ☐ รายสัปดาห์
- ☐ รายเดือน
- ☐ รายปี
- ☐ รายรอบ (ระบุจำนวนรอบต่อปี)

5.13 รายเดือน หากท่านได้รับรายรับจากภาคเกษตรเป็นรายเดือน คร่าวๆของท่านมีรายได้จากการเกษตร "เดือนละกี่บาท"

.....

.....

5.14 รายเดือน คร่าวๆของท่านมีต้นทุนในการการเกษตร "เดือนละกี่บาท"

.....

.....

5.15 รายปี หากท่านได้รับรายรับจากภาคเกษตรเป็นรายปี คร่าวๆของท่านมีรายได้จากการเกษตร "ปีละกี่บาท"

.....

.....

5.16 รายปี คร่าวๆของท่านมีต้นทุนในการการเกษตร "ปีละกี่บาท"

.....

.....

5.17 รายรอบ หากท่านได้รับรายรับจากภาคเกษตรเป็นรายรอบ คร่าวๆของท่านมีรายรับจากการเกษตร "รอบละกี่บาท"

.....

.....

5.18 รายรอบ หากท่านได้รับรายรับจากภาคเกษตรเป็นรายรอบ ครั้วเรือนของท่านมีรายรับจากการเกษตร "รอบละกี่บาท"

.....

.....

5.19 รายรอบ ครั้วเรือนของท่านมีต้นทุนในการการเกษตรเป็นรายรอบ "รอบละกี่บาท"

.....

.....

5.20 ข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมอื่นๆ (ถ้ามี)

.....

.....

6. เงินบำนาญ เงินสวัสดิการ เงินช่วยเหลือ ถ้าไม่มีรายได้ให้กรอกเลขศูนย์

6.1 ท่านได้รับเงินบำนาญจากราชการ เดือนละกี่บาท

.....

6.2 ครั้วเรือนของท่านได้รับเบี้ยยังชีพผู้สูงอายุ เดือนละกี่บาท

.....

6.3 ครั้วเรือนของท่านได้รับเงินสำรองเลี้ยงชีพสำหรับผู้สูงอายุ เดือนละกี่บาท

.....

6.4 ครั้วเรือนของท่านได้รับเบี้ยความพิการ เดือนละกี่บาท

.....

6.5 ครั้วเรือนของท่านได้รับความช่วยเหลือจากบัตรสวัสดิการพื้นฐานแห่งรัฐ เดือนละกี่บาท

.....

6.6 ครั้วเรือนของท่านได้รับความช่วยเหลือเงินสนับสนุนเด็กเล็ก เดือนละกี่บาท

.....

6.7 ครั้วเรือนของท่านได้รับความช่วยเหลือจากรัฐบาล ในสถานการณ์โควิด-19 ปีละกี่บาท

.....

6.8 ครั้วเรือนของท่านมีรายได้จากเงินช่วยเหลือจากคนอื่นๆ หน่วยงานอื่นๆ ที่ไม่ใช่รัฐบาลและสมาชิกในครอบครัว เดือนละกี่บาท

.....

6.9 ข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมอื่นๆ (ถ้ามี)

.....

.....

7. รายได้จากทรัพย์สิน/การเงิน

7.1 ครั้วเรือนของท่านมีรายได้จากดอกเบี้ยเงินฝาก พันธบัตร สลากออมสิน เดือนละกี่บาท

.....

7.2 ครั้วเรือนของท่านมีรายได้จากค่าเช่าอสังหาริมทรัพย์ (เช่น บ้าน ที่ดิน) เดือนละกี่บาท

.....

7.3 ครั้วเรือนของท่านมีรายได้จากการปล่อยเงินกู้ เดือนละกี่บาท

.....

7.4 ครั้วเรือนของท่านมีรายได้จากการถูกเงินรางวัลสลากกินแบ่ง สลากออมสิน อื่นๆ ปีละกี่บาท

.....

7.5 ข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมอื่นๆ (ถ้ามี)

.....

.....

8. รายได้ที่ไม่เป็นตัวเงิน

8.1 ในรอบปี ท่านมีผลผลิตทางการเกษตรที่ได้จากไร่นาของท่าน ที่นำมาใช้ในการบริโภคในครั้วเรือนอะไรบ้าง

.....

.....

8.2 ผลผลิตทางการเกษตรจากไร่นาของท่านเอง หากต้องซื้อมาจากตลาด จะมีมูลค่าประมาณกี่บาท/ปี

.....

.....

8.3 ในรอบปี ท่านมีผลผลิตทางการเกษตรที่ได้จากผู้อื่นที่ไม่ใช่สมาชิกในไร่นาของท่าน ที่นำมาใช้ในการบริโภคในครั้วเรือนอะไรบ้าง

.....

.....

8.4 ผลผลิตทางการเกษตรที่ได้รับจากผู้อื่นที่ไม่ได้อยู่ในครั้วเรือน หากต้องซื้อมาจากตลาด จะมีมูลค่าประมาณกี่บาท/ปี

.....

.....

8.5 ในรอบปีที่ผ่านมา ท่านได้พักอาศัยหรือเช่าที่ดินการเกษตร โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่ายหรือไม่?
(ทั้งของตนเองและผู้อื่น)

☐ มี (กรุณาตอบข้อถัดไป)

☐ ไม่มี (ส่งคำตอบได้เลย)

8.6 ถ้าท่านได้พักอาศัยหรือเช่าที่ดินการเกษตร โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย "ในบ้านของท่านเอง"
ท่านคิดว่า หากต้องเสียค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายจะมีมูลค่าประมาณกี่บาท/ปี (ทั้งของตนเองและผู้อื่น)

.....

.....

8.7 ถ้าท่านได้พักอาศัยหรือเช่าที่ดินการเกษตร โดยไม่ต้องเสียค่าใช้จ่าย "ในบ้านของผู้อื่น" ท่าน
คิดว่า หากต้องเสียค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายจะมีมูลค่าประมาณกี่บาท/ปี (ทั้งของตนเองและผู้อื่น)

.....

.....

8.8 ข้อมูลรายละเอียดเพิ่มเติมอื่นๆ (ถ้ามี)

.....

.....

ขอบขอบพระคุณในการให้ข้อมูล

ชื่อ-สกุล.....ผู้สัมภาษณ์
...../...../.....

แบบวัดศักยภาพนักวิจัยชุมชน/นักวิจัยชาวบ้าน
การพัฒนางานพิมพ์ผ้าเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากแบบมีส่วนร่วม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ
ของชุมชนตำบลบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

* * * * *

คำแนะนำ: ขอให้ท่านตอบคำถามที่ตรงกับตัวท่านมากที่สุด

น้อย	หมายถึง	เข้าใจวิธีการแต่ละกระบวนการเป็นอย่างดี
ปานกลาง	หมายถึง	เข้าใจและสามารถนำไปปฏิบัติได้
มาก	หมายถึง	ความเข้าใจ ปฏิบัติ และถ่ายทอดให้บุคคลอื่นได้

กิจกรรมการวิจัย	การเข้าร่วมกิจกรรมการวิจัย		เข้าใจและมีความสามารถในการวิจัย			
	เข้าร่วม	ไม่ได้เข้าร่วม	ทำไม่ได้	น้อย	ปานกลาง	มาก
1. กำหนดโจทย์วิจัยหรือปัญหาของการทำวิจัย						
2. ออกแบบกิจกรรมการวิจัย						
3. สร้างเครื่องมือเก็บข้อมูล เช่น แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์						
4. เลือกกลุ่มตัวอย่าง						
5. กระบวนการเก็บข้อมูล						
6. เป็นกลุ่มตัวอย่าง/ ผู้ให้ข้อมูล/ ตรวจสอบข้อมูล						
7. วิเคราะห์/ สังเคราะห์ ข้อมูลจากการดำเนินงานวิจัยของชุมชน						
8. วางแผนและดำเนินกิจกรรมโครงการวิจัย						
9. สรุป/ ถอดบทเรียน/ ค้นข้อมูล						
10 นำข้อมูลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์หรือต่อยอด						

แบบประเมินพลังกลุ่ม/เครือข่ายที่ทำงาน
การพัฒนางานพิมพ์ผ้าเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากแบบมีส่วนร่วม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ
ของชุมชนตำบลบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

* * * * *

ชื่อกลุ่ม/เครือข่าย.....

ความเข้มแข็งของกลุ่ม/เครือข่าย	ก่อนทำโครงการ				หลังทำโครงการ			
	4 มาก ที่สุด	3 มาก	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด	4 มาก ที่สุด	3 มาก	2 น้อย	1 น้อย ที่สุด
1. มีการจัดตั้งกลุ่มที่ชัดเจน คือ มีโครงสร้าง สมาชิก การกำหนดบทบาทหน้าที่ของกลุ่ม								
2. มีผู้นำที่มีภาวะผู้นำ								
3. กลุ่มมีเป้าหมายและวิสัยทัศน์ที่ชัดเจนเพื่อดำเนินงานร่วมกัน								
4. ภายในกลุ่มมีการสื่อสาร								
5. การดำเนินงานร่วมมือกันทำ								
6. มีองค์ความรู้ในกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการกลุ่ม								
7. มีการเข้าถึงเทคโนโลยีสมัยใหม่								
8. มีภาคีเครือข่ายอื่นเข้ามาสนับสนุน								
9. สมาชิกเอาใจใส่ถึงคุณภาพและมาตรฐานสินค้า								
10. มีการถ่ายทอดความรู้ไปสู่คนรุ่นใหม่								

หมายเหตุ :

ปรับจากเกณฑ์การเสริมพลังกลุ่ม จากพิชญา สุรพลชัย สถาบันวิจัยสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2564

แบบวัดการมีส่วนร่วมและการเปลี่ยนแปลงของภาคี
การพัฒนางานพิมพ์ผ้าเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานรากแบบมีส่วนร่วม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ
ของชุมชนตำบลบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

* * * * *

ชื่อภาคี.....

แบบวัดการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย

การมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่าย	ก่อนร่วมโครงการ			หลังร่วมโครงการ		
	ไม่เข้าร่วม/ ไม่เคย	เป็น บาง ครั้ง	บ่อยครั้ง /ทุกครั้ง ที่มี โอกาส	ไม่เข้าร่วม/ ไม่เคย	เป็น บาง ครั้ง	บ่อยครั้ง /ทุกครั้ง ที่มี โอกาส
1. เข้าร่วมประชุมกับคณะ/ทีมวิจัยชุมชน						
2. เข้าร่วมทำกิจกรรมกับคณะ/ทีมวิจัยชุมชน						
3. เข้ามาเป็นแกนนำ/ผู้นำรับผิดชอบงาน						
4. กล่าวถึงงานหรือโครงการวิจัยในที่สาธารณะ						
5. แบ่งปันบทเรียนจากการทำงานในเวทีต่าง ๆ						

แบบวัดการเปลี่ยนแปลงของภาคีเครือข่าย

การเปลี่ยนแปลงของภาคีเครือข่าย	ก่อนร่วมโครงการ			หลังร่วมโครงการ		
	ยัง ไม่ได้ ดำเนินการ	มีแนวคิด ที่จะ ดำเนินการ	บรรจุอยู่ในแผน กิจกรรม/ นโยบาย	ยัง ไม่ได้ ดำเนินการ	มีแนวคิด ที่จะ ดำเนินการ	บรรจุอยู่ในแผน กิจกรรม/ นโยบาย
1. การนำเอาแนวทางการทำงานวิจัยท้องถิ่นไปปรับใช้ในองค์กร						
2. การปรับนโยบาย แผนงานหรือการสร้างกิจกรรมในองค์กร						
3. มีการจัดสรรงบประมาณของหน่วยงานมาสนับสนุนกิจกรรม/การดำเนินงานเพื่อต่อยอดจากงานวิจัย						

**แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 1 หน้ากระดาษ A4 (สำหรับประชาสัมพันธ์)
(อยู่ในส่วนภาคผนวก)**

1. ชื่อผลงาน/โครงการ

(ภาษาไทย) โครงการการยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมือเมือง จังหวัดชลบุรี

(ภาษาอังกฤษ) Enhancement of the fabric printing products in order to increase product value and create community economy of Bangsare printing group in Bangsare, Chonburi

2. ชื่อ - นามสกุล นักวิจัย

(ภาษาไทย) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปัทวี สัตยวงศ์ทิพย์

(ภาษาอังกฤษ) Asst. Prof. Pattawee Sattayavongtip

3. ที่อยู่ติดต่อได้ เลขที่ 169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอมือเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

โทรศัพท์มือถือ 0811570221 E-mail : pattawee@go.buu.ac.th

4. ชื่อหน่วยงาน มหาวิทยาลัยบูรพา

5. ปี พ.ศ. ที่ดำเนินการเสร็จ 2567

6. คำค้น keyword ยกระดับผลิตภัณฑ์, งานพิมพ์ผ้า, เศรษฐกิจชุมชน, ตำบลบางเสร่, จังหวัดชลบุรี

7. อ้างอิง (ใส่ URL ที่สามารถเข้าถึงเอกสารได้กรณีเผยแพร่ผลงานฉบับเต็มทางอินเทอร์เน็ต ถ้าไม่มีให้เว้นว่างไว้)

8. รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว (สามารถแยกไฟล์ หรือใส่รวมไว้ในเนื้อหาได้)



9. คำอธิบาย 1 หน้ากระดาษ A4 (font Tahoma ขนาด 10 แบบ Regular)

(สรุปรายละเอียดผลงานวิจัย/โครงการวิจัย มีความยาว 1 หน้ากระดาษ A4 เนื้อหาครอบคลุมถึง ความสำคัญของงานวิจัยชิ้นนี้ วัตถุประสงค์ วิธีการดำเนินงาน ผลการดำเนินงาน และประโยชน์ของผลงานวิจัย)

จากการทำวิจัยมีการถอดบทเรียนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ 3 ประเด็น ได้แก่ การทบทวนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้า ความคาดหวัง/เป้าหมายต่อไปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้า และแนวทางการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของกลุ่มพิมพ์ผ้า มีการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและกลุ่มพิมพ์ผ้า ได้แก่ กิจกรรมการสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเทคนิคแบบสกรีน และกิจกรรมการตลาด พัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ผ่านสื่อออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงได้ทุกเพศ ทุกวัย ไม่จำกัดเวลา และสถานที่ โดยกลุ่มนักเรียนที่เป็นคนรุ่นใหม่ในชุมชน งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ พัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ และพัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ตำบลบางเสร์ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยเอกสาร การสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และการสัมภาษณ์เจาะลึก เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม โดยมีกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนาสมาชิกกลุ่มพิมพ์ผ้า จำนวน 23 คน

ผลการศึกษาพบว่า

จากการถอดบทเรียนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ได้ข้อสรุปการทำงานแบ่งประเด็นออกเป็น 3 ประเด็น ได้แก่ การทบทวนประสบการณ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้า เป็นการทบทวนประสบการณ์การทำงานหลังจากการรวมกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ เป็นการทบทวนสะท้อนคิดถึงสิ่งที่เกิดขึ้นและผ่านมาแล้วของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์เป็นสิ่งที่ได้จากการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของกลุ่มพิมพ์ผ้า ซึ่งได้ทบทวนและรวบรวมเป็นประเด็นต่าง ๆ ความคาดหวัง/เป้าหมายต่อไปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มพิมพ์ผ้า ทางสมาชิกกลุ่มฯ มีความคาดหวังและเป้าหมายของกลุ่มอย่างชัดเจนร่วมกัน โดยมีความคาดหวังและเป้าหมาย ดังนี้ ทางกลุ่มต้องการการได้รับการสนับสนุนอย่างจริงจังจากภาครัฐ มีการสร้างฐานลูกค้าและตอบสนองความต้องการของลูกค้า การได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ความต้องการด้านการส่งเสริมความรู้ และการสร้างเครือข่ายภายนอกให้เข้มแข็ง และแนวทางการทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของกลุ่มพิมพ์ผ้า จากปัญหาอุปสรรค นำมาสู่ความคาดหวังและเป้าหมายสมาชิกกลุ่มจึงได้มีแนวทางการทำงานร่วมกัน การอนุรักษ์และสืบทอดเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ของผ้าดำรงอยู่ต่อเนื่องและยั่งยืนในชุมชน การสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม ส่งเสริมการให้พร้อมด้านการบริการ พัฒนาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า และการหาเครือข่ายภายนอกที่มั่นคง การพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร์ ผ่านกิจกรรมการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนและกลุ่มพิมพ์ผ้า ได้แก่ กิจกรรมการสำรวจความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ มีการเก็บข้อมูลความต้องการของกลุ่มลูกค้าในชุมชนบางเสร์ และนักท่องเที่ยวระหว่างเดือนสิงหาคม - กันยายน 2566 จำนวน 323 คน ในประเด็น 9 ประเด็น ได้แก่ สินค้าชุมชนที่ผู้บริโภคสนใจเลือกซื้อในสถานที่ท่องเที่ยว สินค้าชุมชน เหตุผลในการเลือกซื้อสินค้าชุมชน ชนิดของสินค้า/ประเภทของสินค้าชุมชนที่ซื้อในแต่ละครั้ง จำนวนเงินที่ใช้ในการซื้อสินค้าชุมชนแต่ละครั้งโดยประมาณ บุคคลหรือสิ่งที่มีอิทธิพลในการเลือกซื้อสินค้าชุมชน ส่วนประสมทางการตลาดสินค้าชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการผลิตผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเทคนิคแบบสกรีน โดยมีอุปกรณ์ ได้แก่ โต๊ะสกรีน แบบ 3 หัว ยางปาด ที่คนสีหรือดักสี กาวยึดผ้า เทปกาว หมึกสีสกรีน บล๊อคสกรีน และผลิตภัณฑ์ที่ใช้สกรีน ประกอบด้วยเสื้อยืด และกระเป๋าสะพาย ขั้นตอนในการสกรีน 6 ขั้นตอน และกิจกรรมการตลาด ในช่วงเดือนมกราคม - เดือนกุมภาพันธ์ 2567 ได้เก็บข้อมูลเพื่อวิเคราะห์การตลาด ได้แก่ กลุ่มลูกค้าในชุมชน และกลุ่มลูกค้านอกชุมชน ในการพัฒนาและขยายช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเพื่อนำคนรุ่นใหม่ในชุมชนมาพัฒนาทักษะในการสื่อสารให้กับคนนอกชุมชนได้รู้จักผ่านสื่อออนไลน์จะเป็นช่องทางหนึ่งที่ทำให้คนได้รู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ จึงได้จัดฝึกอบรมถ่ายภาพและถ่ายทำคลิปวิดีโอด้วยโทรศัพท์มือถือ ณ โรงเรียนชุมชนบ้านบางเสร์ ตำบลบางเสร์ อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยมีผู้เข้าร่วมเป็นนักเรียนระดับประถมศึกษาตอนปลาย จำนวน 28 คน นักวิจัยชุมชน จำนวน 7 คน โดยมีขั้นตอนประชุมวางแผนงาน กำหนดวัตถุประสงค์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย กำหนดผลลัพธ์ที่ต้องการ กำหนดวันเวลาและสถานที่ และกำหนดวิทยากรและอุปกรณ์ กำหนดเนื้อหาและขอบเขตของกิจกรรม โดยกำหนดกิจกรรม 7 กิจกรรม จากการจัดกิจกรรมยังไม่เห็นผลเป็นรูปธรรมเนื่องจากเพิ่งเป็นการเริ่มต้นในการใช้ช่องทางสื่อออนไลน์ ที่ต้องการสื่อสารให้คนนอกชุมชนได้เห็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากอัตลักษณ์ของชุมชนบางเสร์

แบบฟอร์มสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 5 บรรทัด
(สำหรับเผยแพร่ในระบบ EXPLORE ผ่านทางเว็บไซต์ www.thai-explore.net)

1. ชื่อผลงาน/โครงการ

(ภาษาไทย) โครงการการยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอมะเมือง จังหวัดชลบุรี

(ภาษาอังกฤษ) Enhancement of the fabric printing products in order to increase product value and create community economy of Bangsare printing group in Bangsare, Chonburi

2. ชื่อ - นามสกุล นักวิจัย

(ภาษาไทย) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปัทวี สัตยวงศ์ทิพย์

(ภาษาอังกฤษ) Asst. Prof. Pattawee Sattayavongtip

3. ที่อยู่ติดต่อได้ เลขที่ 169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอมะเมือง จังหวัดชลบุรี 20131

โทรศัพท์มือถือ 0811570221 E-mail : pattawee@go.buu.ac.th

4. ชื่อหน่วยงาน มหาวิทยาลัยบูรพา

5. ปี พ.ศ. ที่ดำเนินการเสร็จ 2567

6. คำค้น keyword ยกระดับผลิตภัณฑ์, งานพิมพ์ผ้า, เศรษฐกิจชุมชน, ตำบลบางเสร่, จังหวัดชลบุรี

7. อ้างอิง (ใส่ URL ที่สามารถเข้าถึงเอกสารได้กรณีเผยแพร่ผลงานฉบับเต็มทางอินเทอร์เน็ต ถ้าไม่มีให้เว้นว่างไว้)

8. รูปภาพ หรือภาพเคลื่อนไหว (สามารถแยกไฟล์ หรือใส่รวมไว้ในเนื้อหาได้)



9. คำอธิบาย 5 บรรทัด (font Tahoma ขนาด 10 แบบ Regular)

(สรุปรายละเอียดผลงานวิจัย/โครงการวิจัย มีความยาวไม่เกิน 5 บรรทัด อธิบายด้วยภาษาง่ายๆ เข้าใจได้ง่าย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ใช้งานทุกคน)

โครงการวิจัยนี้อยู่ภายใต้แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากเพื่อลดความเหลื่อมล้ำของคนในชุมชนแบบมีส่วนร่วมของชุมชนและกลุ่มเป้าหมาย โดยเจอปัญหาของกลุ่มพิมพ์ผ้าที่ต้องการยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าให้มีคุณภาพมากขึ้น นำมาสู่กระบวนการพัฒนาเทคนิคการพิมพ์ผ้าด้วยเทคนิคการสกรีน ที่ได้ลดกลายเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่มีความคมชัด สีสันสดใส นำไปสู่การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ที่เป็นสินค้าวัฒนธรรม และสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้ดีขึ้น

10. สรุปงานวิจัยในรูปแบบ info graphic โดยให้มีตราสัญลักษณ์ของ วช. และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



11. นำเข้าข้อมูลสรุปผลงานวิจัย/โครงการวิจัย 5 บรรทัด ในระบบ EXPLORE ผ่านทางเว็บไซต์ www.thai-explore.net

**แบบฟอร์มประเมินผลการวิจัยในการนำไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม
ที่ได้รับการจัดสรรงบประมาณ**

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ชื่อโครงการวิจัย

(ภาษาไทย) โครงการการยกระดับผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้าเพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างเศรษฐกิจชุมชนของกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

(ภาษาอังกฤษ) Enhancement of the fabric printing products in order to increase product value and create community economy of Bangsare printing group in Bangsare, Chonburi

ชื่อนักวิจัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปัทวี สัตยวงศ์ทิพย์

หน่วยงาน มหาวิทยาลัยบูรพา เลขที่ 169 ถนนลงหาดบางแสน ตำบลแสนสุข อำเภอสัตหีบ
จังหวัดชลบุรี 20131 โทรศัพท์มือถือ 0811570221 E-mail : pattawee@go.buu.ac.th

งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน 300,000 บาท ปีงบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน 2566.....
วัน/เดือน/ปี ที่ดำเนินการวิจัยแล้วเสร็จ 2567.....

เป้าหมายดำเนินการ

1. เกิดองค์ความรู้เรื่องระบบการสนับสนุนงานวิจัยเพื่อท้องถิ่นเพื่อเสริมพลังชุมชนที่นำไปสู่การลดความเหลื่อมล้ำทางสังคมในประเด็นงานพิมพ์ผ้า
2. ประชากรในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น
3. เกิดการท่องเที่ยวด้านเศรษฐกิจภายในชุมชน
4. ด้านสังคม ชุมชนมีความเป็นอยู่ดีขึ้น
5. ด้านวิชาการ เกิดนวัตกรรมกระบวนการสร้างภาคีเครือข่าย
6. ผู้เข้าฝึกอบรมสามารถนำความรู้จากการฝึกอบรมไปพัฒนาผลิตภัณฑ์งานพิมพ์ผ้า
7. ผู้เข้าฝึกอบรมได้เทคนิคการผลิตงานพิมพ์ผ้ารูปแบบใหม่ด้วยเทคนิคการสกรีน
8. ด้านพื้นที่ เป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในพื้นที่ตำบลบางเสร่

พื้นที่การใช้ประโยชน์ ตำบลบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี

- การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นต่อชุมชน ท้องถิ่น องค์กร (โปรดให้คำอธิบาย พร้อมแนบเอกสาร/ภาพประกอบ) เกิดภาคีเครือข่ายในการชุมชนระหว่างกลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่กับโรงเรียนบ้านบางเสร่ในการทำกิจกรรมร่วมกัน.....



- ☐ **มิติพาณิชย์** หมายถึง การมีเอกสารแสดงความสนใจ หรือความต้องการในการนำผลงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมไปพัฒนา/ปรับปรุง กระบวนการผลิตและจำหน่ายในภาคการผลิตและภาคอุตสาหกรรม

- ภาคการผลิต/ภาคอุตสาหกรรม ที่นำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์.....
- ช่วงเวลาที่นำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ (วัน/เดือน/ปี).....
- ลักษณะการนำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ (โปรดให้คำอธิบาย พร้อมแนบเอกสาร/ภาพประกอบ).....
- การเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นต่อภาคการผลิตและภาคอุตสาหกรรม (โปรดให้คำอธิบาย พร้อมแนบเอกสาร/ภาพประกอบ).....

2.2 ทรรศนทางปัญญาที่เกิดจากงานวิจัย (โปรดระบุเดือน/ปี ที่ยื่นขอและได้รับ)

2.3 ผู้ได้รับผลประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม (โปรดระบุหน่วยงาน บุคคล หรือพื้นที่ที่นำงานวิจัยไปใช้ประโยชน์)

.....กลุ่มพิมพ์ผ้าบางเสร่ ตำบลบางเสร่ อำเภอสัตหีบ จังหวัดชลบุรี จัดตั้งเป็นกลุ่มอย่างเป็นทางการลงทะเบียน เป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ในนามกลุ่ม “ผ้าพิมพ์มีอบางเสร่” ในปี พ.ศ. 2566

2.4 ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานวิจัย (งานวิจัยที่แล้วเสร็จ)

- ☐ ไม่มีปัญหาและอุปสรรค
- ☐ มีปัญหาและอุปสรรค (โปรดระบุสาเหตุ)

2.5 ผลกระทบจากการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ (งานวิจัยที่แล้วเสร็จ)

☒ ไม่มีผลกระทบ

☐ มีผลกระทบ (โปรดระบุสาเหตุ)

.....

ลงชื่อ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปัทวี สัตยวงศ์ทิพย์)

ตำแหน่ง นักวิจัย