



โครงการวิจัยการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการ
ยุคใหม่ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือพื้นเมืองอำเภอประโคนชัย
จังหวัดบุรีรัมย์มุ่งสู่ตลาดออนไลน์

รองศาสตราจารย์สมบัติ ประจัญสานต์
สาขาวิชาเทคโนโลยีสถาปัตยกรรม คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

โครงการนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการบริการวิชาการประจำปีงบประมาณ 2563

แผนงานยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน

บทที่ 1

บทนำ

โครงการวิจัยการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการยุคใหม่ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือพื้นเมืองอำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์มุ่งสู่ตลาดออนไลน์มีความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาจากแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์บนฐานภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งมีรายละเอียดของวัตถุประสงค์ของการวิจัย ขอบเขตของการวิจัย ระยะเวลาดำเนินการ วิธีดำเนินการวิจัย แผนการวิจัย และนิยามศัพท์ ดังนี้

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) มีกรอบแนวคิดด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี และมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 – 2564) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางการเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ โดยรัฐบาลปัจจุบันมีนโยบายลดความเหลื่อมล้ำของสังคมที่มุ่งเน้นสร้างการรายได้และความเจริญความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ โดยให้ภาคเอกชนและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการร่วมกับภาครัฐ เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน สอดคล้องกับยุทธศาสตร์จัดสรรงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 ยุทธศาสตร์ที่2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ตามนโยบายการจัดสรรงบประมาณแผนงานบูรณาการพัฒนาผู้ประกอบการ และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมสู่สากล ซึ่งสอดคล้องกับการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ที่เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ โดยมีกลไกการขับเคลื่อนระดับประเทศจนถึงปัจจุบัน เป็นเวลา 16 ปี โดยร่วมกับหน่วยงานต่าง ๆ สนับสนุน ส่งเสริม ยกกระดับผลิตภัณฑ์และพัฒนาช่องทางการตลาดที่หลากหลายเพื่อให้ขายได้ มุ่งปรับตัวสู่การค้าแบบสากล ทำให้ผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการในชุมชนส่วนใหญ่ไม่สามารถแข่งขันได้ ต้องนำสินค้าออกไปจำหน่ายในสถานที่ต่าง ๆ รายได้อาจตกอยู่กับผู้ประกอบการที่มีศักยภาพเพียงบางกลุ่ม แต่ไม่สามารถกระจายถึงประชาชนส่วนใหญ่อย่างแท้จริง ทำให้การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนฐานรากไม่ประสบผลสัมฤทธิ์เท่าที่ควร กอปรกับรายได้จากการท่องเที่ยวเป็นกระแสหลักของประเทศส่วนใหญ่ตกไปอยู่ในกลุ่มทุนเอกชน เช่น โรงแรม ร้านอาหาร ห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ เจ้าของกิจการท่องเที่ยว ไม่ได้กระจายเข้าไปถึงชุมชนอย่างแท้จริง ดังนั้น กรมพัฒนาชุมชนมีนโยบายเปลี่ยนแปลงจากยุคการผลิตขึ้นจำหน่ายสินค้า OTOP ออกจากชุมชนเพียงด้านเดียว สู่การเพิ่มช่องทางสร้างรายได้ตามความต้องการ (Demand Driven Local Economy) โดยการขายสินค้าภายในชุมชนที่มาจากการท่องเที่ยว โดยใช้เสน่ห์ชุมชน ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม และความคิดสร้างสรรค์แปลงให้เป็นรายได้ เพื่อให้วิถีชีวิตแบบครอบครัว

ได้ใช้ชีวิตอยู่ร่วมกัน ไม่ต้องแข่งขันนำสินค้า ผลิตภัณฑ์ออกไปจำหน่ายภายนอกชุมชน เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่เป็นเจ้าบ้านที่ดี ชวนกันคิด ชวนกันทำ ผลิตภัณฑ์และบริการ รวมทั้งมีการเชื่อมโยงเส้นทางเที่ยวในระดับชุมชนที่มีเสน่ห์ดึงดูด และมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือน และใช้จ่ายเงินในทุกกิจกรรมของชุมชน ซึ่งรายได้จะกระจายอยู่กับคนในชุมชน เด็กรุ่นใหม่ไม่เป็นแรงงานเคลื่อนย้ายออกจากชุมชน ทำให้ทุกคนมีความสุข เป็นการสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน และเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากอย่างแท้จริง (จังหวัดบุรีรัมย์. 2561)

ในจังหวัดบุรีรัมย์เป็นแหล่งสำคัญระดับประเทศที่มีภูมิปัญญาการปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ผลิตเป็นผ้าทอมือที่มีคุณภาพมีชื่อเสียงด้านคุณภาพ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558 รัฐบาลได้มีการดำเนินการพัฒนาหมู่บ้านท่องเที่ยวไหม จำนวน 6 แห่ง ได้แก่ ชุมชนบ้านโคกเมือง อำเภอเฉลิมพระเกียรติ ชุมชนบ้านหัวสะพาน อำเภอพุทไธสง ชุมชนสายยาว อำเภอเมือง ชุมชนหนองตาไก้ อำเภอนางรอง ชุมชนบ้านสนวนนอก อำเภอห้วยราช และชุมชนบ้านนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ และในปี พ.ศ. 2561 ขยายสู่ 98 หมู่บ้านที่กระจายอยู่ใน 23 อำเภอของจังหวัดบุรีรัมย์ตามโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อให้เชื่อมโยงการท่องเที่ยวโดยชุมชนกับ 3,000 หมู่บ้านทั่วประเทศ ทั้งนี้มีกลุ่มชุมชน วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดบุรีรัมย์ส่งผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกายเข้าคัดสรรจำนวนมากกว่า 1,000 ผลิตภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผ้าทอมือซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการถ่ายทอดองค์ความรู้จากงานวิจัยเพื่อสร้างและพัฒนาผู้ประกอบการยุคใหม่ ไม่ว่าจะเป็นผู้ประกอบการรายใหญ่ กลาง เล็ก วิสาหกิจเริ่มต้น วิสาหกิจชุมชน หรือวิสาหกิจเพื่อสังคม รวมทั้งเกษตรกร ให้เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ที่มีทักษะและจิตวิญญาณของการเป็นผู้ประกอบการที่มีความสามารถในการแข่งขัน มีอัตลักษณ์และแบรนด์ชัดเจน รวมทั้งพัฒนา บรรลุภัณฑ์สินค้าที่มีคุณภาพและมีความแตกต่าง โดยมีนวัตกรรมใน 3 ด้าน คือ นวัตกรรมในการสร้างโมเดลธุรกิจ นวัตกรรมในเชิงสินค้าและบริการ และนวัตกรรมในเชิงกระบวนการผลิตและบริการ พร้อมทั้งเป็นนักการค้าที่เข้มแข็งที่จะนำไปสู่การสนับสนุนการเป็นชาติการค้า มีความสามารถในการเข้าถึง ตลาดทั้งในและต่างประเทศเป็นผู้ประกอบการที่ “ผลิตเก่ง ขายเก่ง” หรือ “ซื้อเป็น ขายเป็น” บริการเป็นเลิศสามารถขยายการค้าและการลงทุนไปต่างประเทศ รวมทั้งแพลตฟอร์มในการแสดงผลงานของธุรกิจสร้างสรรค์การให้ความสำคัญกับการผลิตโดยใช้ตลาดนำ โดยคำนึงถึงความต้องการของตลาดโดยเฉพาะตลาดที่มีมูลค่าสูง การสนับสนุนช่องทางการตลาดและการชำระเงินรูปแบบใหม่ โดยการสร้างตลาดออนไลน์ แอปพลิเคชัน และช่องทางใหม่รองรับไลฟ์สไตล์ของคนในอนาคต

มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์เป็นสถาบันอุดมศึกษาที่มียุทธศาสตร์หลักเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มีบุคลากรอาจารย์นักวิจัยที่มีผลงานและองค์ความรู้ด้านการพัฒนาผ้าทอพื้นบ้านอย่างครบวงจร จึงสมควรที่ต้องนำองค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยระดับสินค้าชุมชน OTOP ในพื้นที่อำเภอประโคนชัยซึ่งเป็นพื้นที่เป้าหมายของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ทั้งด้านการพัฒนากระบวนการผลิตด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ด้านการพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ฯลฯ ถ่ายทอดสู่ผู้ประกอบการในจังหวัดบุรีรัมย์เพื่อให้เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่สามารถเพิ่มศักยภาพให้แข่งขันได้ในตลาดสากล ภายใต้แนวคิดในการส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) คือแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทาง

ปัญญาที่เชื่อมโยงกับรากฐานทางวัฒนธรรม การสั่งสมความรู้ของสังคมและเทคโนโลยีนวัตกรรมสมัยใหม่
ขับเคลื่อนสู่เศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy)

แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันของกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอพื้นบ้านในอำเภอประโคนชัยยังคงมีการผลิตผ้าทอมือ
ด้วยเส้นไหมที่เกิดจากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมเองภายในชุมชน และผลิตจากเส้นด้ายใยประดิษฐ์ โดยส่วนใหญ่
ผลิตเป็นผ้าผืน และมีการแปรรูปเป็นเสื้อผ้า กระเป๋า หรือของที่ระลึกไม่มากนัก ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความซ้ำเหมือน แต่
มีโอกาที่ดีเนื่องจากอำเภอประโคนชัยเป็นที่ตั้งของปราสาทเมืองต่ำ และเส้นทางหลักไปยังปราสาทเขาพนม
รุ้ง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวอารยธรรมขอมที่สำคัญของประเทศ อีกทั้งชุมชนบ้านโคกเมืองเป็นหมู่บ้านท่องเที่ยว
ที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศ จึงกลายเป็นแหล่งจำหน่ายที่สำคัญ แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์ยังตรงกับความต้องการ
ต้องการของนักท่องเที่ยวส่วนหนึ่งเท่านั้น ขาดความหลากหลายเนื่องจากมีข้อจำกัดด้านการออกแบบ (กอบ
แก้ว เหล่าทวี. 2562, สัมภาษณ์) จึงเป็นที่มาและความสำคัญของโครงการวิจัยและบริการวิชาการภายใต้
แผนงานยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ 2563 ของคณะ
เทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ โดยผู้วิจัยได้เล็งเห็นความสำคัญในการนำองค์ความรู้
ด้านการออกแบบและพัฒนาผ้าทอมือมาถ่ายทอดแก่กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอมือในอำเภอประโคนชัย ยกย่องเป็น
ผลิตภัณฑ์แปรรูปเพื่อรองรับการท่องเที่ยวด้วยการออกแบบ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี พัฒนาอัตลักษณ์และ
แบรนด์ของผ้าทอเมืองบุรีรัมย์ ผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ การเตรียมการสร้างโมเดลธุรกิจ
เพื่อชุมชน และเชื่อมโยงตลาดออนไลน์ โดยมีเป้าหมายรายได้ที่เพิ่มขึ้นของกลุ่มผู้ประกอบการผ้าทอพื้นบ้าน
และการเกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ เพื่อสืบสาน รักษา และต่อยอดเป็นสินค้าทางวัฒนธรรม ทำให้งานผ้าทอ
พื้นบ้านให้คงอยู่เป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญของชาติสืบไป

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือด้วยการออกแบบและวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
2. เพื่อพัฒนาด้านการส่งเสริมทางการตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ

1.3 ขอบเขตของโครงการวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ ศึกษาจากกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอมือในอำเภอประโคนชัย ซึ่งเป็นพื้นที่รับผิดชอบในการ
บริการวิชาการของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
2. ขอบเขตด้านระยะเวลาการศึกษา โครงการดำเนินการตั้งแต่วันที่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือน
พฤษภาคม พ.ศ. 2563

1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

วิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยและพัฒนา เพื่อให้ได้ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ได้ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย เป็น 11 ขั้นตอน ดังนี้

1. การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อกำหนดแผนพัฒนากระบวนการผลิต
2. การอบรมเชิงปฏิบัติการค้นหาอัตลักษณ์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อกออกแบบแบรนด์
3. การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนากระบวนการผลิตด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
4. การอบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบลายมัดหมี่ลายใหม่
5. การอบรมเชิงปฏิบัติการแปรรูปผลิตภัณฑ์
6. การประชุมติดตามการจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ ในพื้นที่ตั้งของกลุ่มผู้ผลิต ครั้งที่ 1
7. การประชุมติดตามการจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ ในพื้นที่ตั้งของกลุ่มผู้ผลิต ครั้งที่ 2
8. การอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาโมเดลธุรกิจเพื่อชุมชน
9. การอบรมเชิงปฏิบัติการการส่งเสริมการขายออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook
- 10.การจัดเวทีสรุปบทเรียนโครงการและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เผยแพร่สื่อออนไลน์
- 11.เขียนรายงานฉบับสมบูรณ์ และส่งมอบให้แก่ผู้ให้ทุนสนับสนุนการวิจัย

ทั้งนี้ สามารถแสดงวิธีดำเนินการที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยแสดงกิจกรรม ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมายได้ดังตารางที่ 1.1

ตารางที่ 1.1 วัตถุประสงค์ของโครงการ โดยแสดงกิจกรรม ตัวชี้วัด และค่าเป้าหมาย

วัตถุประสงค์	กิจกรรม	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
1.เพื่อยกระดับกระบวนการผลิตผ้าทอมือด้วยการออกแบบวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	1.1 การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อกำหนดแผนพัฒนากระบวนการผลิตของกลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 10 กลุ่ม รวม 50 คน 1.2 การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอดการผลิตผ้าทอมือที่ยกระดับด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีหรือการออกแบบแก่กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 10 กลุ่ม รวม 50 คน	1.1 กลุ่มผู้ประกอบมีการจัดทำ SWOT เพื่อจัดทำแผนพัฒนากระบวนการผลิต 1.2 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีคุณภาพเข้าเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่งผ่านสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์ 10 ผลิตภัณฑ์	จำนวนผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่มีคุณภาพเข้าเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	กิจกรรม	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
2.เพื่อพัฒนาด้านการส่งเสริมทางการตลาดออนไลน์แก่ผู้ประกอบการ	2.1 การอบรมเชิงปฏิบัติการค้นหาอัตลักษณ์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมและออกแบบแบรนด์แก่กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 10 กลุ่ม รวม 50 คน และเยาวชน/ทายาทผู้ผลิต รวม 20 คน รวม 70 คน	2.1 กลุ่มผู้ประกอบการได้มีแบรนด์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากกลุ่มอื่น สามารถจดทะเบียนเครื่องหมายการค้ากับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์	จำนวนเครื่องหมายการค้าของผ้าทอเมืองบุรีรัมย์ที่จดทะเบียน
	2.2 การอบรมเชิงปฏิบัติการเตรียมการพัฒนาโมเดลธุรกิจเพื่อชุมชนแก่เยาวชน / ทายาทกลุ่มผู้ผลิต 20 คน	2.2 กลุ่มผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจและสามารถเขียนแผนทางธุรกิจได้	
	3.1 การอบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบผลิตภัณฑ์สู่สากลแก่กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 10 กลุ่ม และเยาวชน / ทายาทกลุ่มผู้ผลิต 20 คน 3.2 การผลิตต้นแบบโดยกลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 10 ผลิตภัณฑ์ 3.3 ประชุมการติดตามในพื้นที่ กลุ่มละ 2 ครั้ง	3.1,3.2 ผลิตภัณฑ์แปรรูปใหม่สำหรับตลาดสากล	เพิ่มรูปแบบของผลิตภัณฑ์แปรรูปใหม่

ตารางที่ 1.1 (ต่อ)

วัตถุประสงค์	กิจกรรม	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย
	4.1 การอบรมเชิงปฏิบัติการ การเชื่อมโยงหรือใช้ประโยชน์ จากสื่อออนไลน์ในการแสดง สินค้าของธุรกิจตลาดออนไลน์ แก่เยาวชน / ทายาทกลุ่ม ผู้ผลิต 20 คน	4.1 กลุ่มผู้ประกอบการเข้าใจ และสามารถใช้ประโยชน์จาก สื่อออนไลน์ในการแสดงผลงาน ของธุรกิจสำหรับตลาดออนไลน์	เพิ่มทักษะการ เชื่อมโยงหรือใช้ ประโยชน์จาก แพลตฟอร์มในการ แสดงผลงานของ ธุรกิจตลาด ออนไลน์แก่ ผู้ประกอบการ
	5.1 การจัดเวทีเสวนาสรุ ปบทเรียนโครงการ ประชาสัมพันธ์โครงการผ่าน สื่อสารมวลชน	ข่าวประชาสัมพันธ์ในสื่อมวลชน ออนไลน์	ขยายช่องทาง การ ประชาสัมพันธ์ให้ กลุ่มผู้ประกอบการ เป็นที่รู้จัก

1.5 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มผู้ประกอบการผ้าทอพื้นบ้านอำเภอประโคนชัย จำนวน 10 กลุ่ม ๆ ละ 5 คน รวมจำนวน 50 คน ใน จังหวัดบุรีรัมย์ ประกอบด้วย

1. กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโนนสว่าง หมู่ 5 บ้านโนนสว่าง ตำบลเขาคอก อำเภอประโคนชัย
2. กลุ่มทอผ้าบ้านหนองม่วง หมู่ที่ 12 บ้านหนองม่วง ตำบลบ้านไทร อำเภอประโคนชัย
3. กลุ่มทอผ้าไหมบ้านตะลุงเก่า หมู่ 3 บ้านตะลุงเก่า ตำบลโคกม้า อำเภอประโคนชัย
4. วิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื้อผ้า หมู่ที่ 1 บ้านแสงโตน ตำบลแสงโตน อำเภอประโคนชัย
5. กลุ่มของใช้แปรรูปจากผ้าสัมมาชีพ หมู่ที่ 5 บ้านบุ ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย
6. กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโพธิ์ไทร หมู่ที่ 7 บ้านโพธิ์ไทร ตำบลละเวีย อำเภอประโคนชัย
7. กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 6 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย
8. กลุ่มพัฒนาสตรีบ้านโคกเมือง (บารายไหมไทย) หมู่ที่ 9 ตำบลเขาคอก อำเภอประโคนชัย
9. วิสาหกิจทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 15 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย
10. กลุ่มผ้าบารายพันปีบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 18 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย

เยาวชน หรือทายาทผู้ผลิตในชุมชน หรือในจังหวัดบุรีรัมย์ที่สนใจด้านการออกแบบ ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี หรือธุรกิจ จำนวน 20 คน เพื่อสร้างแนวคิด แรงบันดาลใจ เตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่

1.6 องค์กรภาคีที่มีส่วนร่วมดำเนินงาน

ลำดับ	ชื่อหน่วยงาน	รูปแบบกิจกรรมในการมีส่วนร่วม
1	กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจ/กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอมืออำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ 10 กลุ่ม	ร่วมดำเนินการกิจกรรมการพัฒนาตลอดระยะเวลาของโครงการ
2	สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์	การให้คำแนะนำการคัดเลือกกลุ่มผู้ประกอบการที่มีความพร้อม และร่วมอำนวยความสะดวกในพื้นที่
3	สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดบุรีรัมย์	การให้คำแนะนำ การจัดทำเอกสารและจัดส่งผลิตภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อตรวจสอบ มผช.
4	สำนักงานพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์	การให้คำแนะนำ การจัดทำเอกสารในการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า (แบรนด)
5	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์	สนับสนุนอาจารย์นักวิจัย ให้ร่วมดำเนินการพัฒนาตลอดระยะเวลาของโครงการ

1.7 หน่วยงาน / องค์กร / ชุมชนและประชาชนที่ได้รับประโยชน์

ลำดับ	ชื่อหน่วยงาน/ชุมชน/ประชาชน ฯลฯ	ประโยชน์ที่ได้รับจากการดำเนินโครงการ
1	กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจ/กลุ่มผู้ผลิตผ้าทอมืออำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ 10 กลุ่ม	ได้รับองค์ความรู้ในการพัฒนาตนเอง พัฒนากลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านให้เป็นไปตามความต้องการของตลาด
2	เยาวชน/ทายาทผู้ผลิตในชุมชน/จังหวัดบุรีรัมย์ที่สนใจด้านการออกแบบ สิ่งทอ วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี หรือธุรกิจ	ได้รับแนวคิด แรงบันดาลใจ เตรียมความพร้อมให้ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่อยู่รอดจากทุนทางวัฒนธรรม ผ้าทอพื้นบ้านสู่สินค้าและบริการ

1.8 เป้าหมายหลักของโครงการ

1. รายได้ที่เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 หลังสิ้นสุดโครงการภายใน 1 ปี ของกลุ่มผู้ประกอบการผ้าทอพื้นบ้าน เป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ รวมจำนวน 50 คน

2. เกิดผู้ประกอบการรุ่นใหม่ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 20 จากจำนวนเยาวชน/ทายาทผู้ผลิตเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 20 คน

1.9 ระยะเวลาทำการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้แบ่งกิจกรรมออกเป็น 11 กิจกรรม โดยใช้ระยะเวลาทำการวิจัยรวม 8 เดือน นับจากการลงนามทำสัญญา ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2562 ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2563 โดยมีแผนการดำเนินงานดังนี้

ตารางที่ 1.2 ระยะเวลาดำเนินการ

กิจกรรม	ช่วงเวลา (เดือน)												ผู้รับผิดชอบ	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
1.กำหนดแผนพัฒนาการผลิต	↔													นักวิจัย กลุ่มผู้ผลิต
2.ค้นหาอัตลักษณ์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อออกแบบแบรนด์		↔												นักวิจัย กลุ่มผู้ผลิต เยาวชน
3.ปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการผลิต			↔											นักวิจัย กลุ่มผู้ผลิต
4.ออกแบบลายมัดหมี่ลายใหม่			↔											นักวิจัย กลุ่มผู้ผลิต
5.ปฏิบัติการแปรรูปผลิตภัณฑ์			↔											นักวิจัย กลุ่มผู้ผลิต เยาวชน
6.ติดตามการจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 1				↔										นักวิจัย กลุ่มผู้ผลิต
7.ติดตามการจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ ครั้งที่ 2					↔									นักวิจัย กลุ่มผู้ผลิต
8.การพัฒนาโมเดลธุรกิจเพื่อชุมชน						↔								นักวิจัย เยาวชน
9.การส่งเสริมการขายออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook							↔							นักวิจัย เยาวชน
10.สรุปบทเรียนโครงการและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เผยแพร่สื่อออนไลน์								↔						นักวิจัย กลุ่มผู้ผลิต เยาวชน
11.จัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์								↔						นักวิจัย

บทที่ 2 วิธีดำเนินการ

โครงการวิจัยการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการยุคใหม่
ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือพื้นเมืองอำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์มุ่งสู่ตลาดออนไลน์ครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิง
ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อให้ได้ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์
เชิงพาณิชย์ได้ โดยมีวิธีดำเนินการ ดังนี้

2.1 ขั้นตอนในการดำเนินงาน

งานวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยใช้เทคนิคการ
พัฒนาชุมชน ซึ่งอาศัยระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mix Methods Research) ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ
(Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) นำการศึกษาวิจัยทั้ง 2 วิธีมา
รวมกันเพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ต้องการและน่าเชื่อถือมากที่สุด มีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวินิจฉัย (Diagnosing)

ในขั้นตอนนี้เป็นการศึกษา วิเคราะห์บริบทผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อกำหนดแผนพัฒนากระบวนการผลิต
ดังนี้

1. พื้นที่ที่ใช้ในการวิจัย

พื้นที่ที่ทำการศึกษาในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกพื้นที่อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์เนื่องจากเป็นพื้นที่
ให้บริการทางวิชาการของคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรมตามนโยบายของมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาวิจัยนี้ได้กำหนดประชากรเป็นกลุ่มผู้ประกอบการผ้าทอมือ พื้นที่อำเภอประโคนชัย จังหวัด
บุรีรัมย์ และมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงโดยการประสานงานกับพัฒนาการอำเภอ จากสำนักงาน
พัฒนาชุมชนอำเภอประโคนชัยเพื่อคัดเลือกกลุ่มผู้ประกอบการผ้าทอมือที่มีความพร้อมและเป็นเป้าหมายใน
การพัฒนาของสำนักงานให้เข้าร่วมโครงการ จึงได้กลุ่มผู้ประกอบการผ้าทอพื้นบ้านอำเภอประโคนชัย
ประกอบด้วย

1. กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโนนสว่าง หมู่ 5 บ้านโนนสว่าง ตำบลเขาคอก อำเภอประโคนชัย
2. กลุ่มทอผ้าบ้านหนองม่วง หมู่ที่ 12 บ้านหนองม่วง ตำบลบ้านไทร อำเภอประโคนชัย
3. กลุ่มทอผ้าไหมบ้านตะลุงเก่า หมู่ 3 บ้านตะลุงเก่า ตำบลโคกม้า อำเภอประโคนชัย
4. วิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื่อผ้า หมู่ที่ 1 บ้านแสงโตน ตำบลแสงโตน อำเภอประโคนชัย

5. กลุ่มของใช้แปรรูปจากผ้าสัมมาชีพ หมู่ที่ 5 บ้านบุ ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย
 6. กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโพธิ์ไทร หมู่ที่ 7 บ้านโพธิ์ไทร ตำบลละเวีย อำเภอประโคนชัย
 7. กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 6 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย
 8. กลุ่มพัฒนาสตรีบ้านโคกเมือง (บารายไหมไทย) หมู่ที่ 9 ตำบลเขาคอก อำเภอประโคนชัย
 9. วิสาหกิจทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 15 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย
 10. กลุ่มผ้าบารายพันปีบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 18 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย
- กลุ่มตัวอย่างที่ 1 เป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีส่วนในการผลิต การจำหน่ายผ้าทอมือของกลุ่ม จำนวน 10 กลุ่ม ๆ ละ 5 คน รวมจำนวน 50 คน ในจังหวัดบุรีรัมย์

3. เครื่องมือในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยเพื่อรวบรวมข้อมูลคือแบบวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (SWOT Analysis) เพื่อกำหนดแผนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

4. การรวบรวมข้อมูล

การรวบรวมข้อมูลสภาพแวดล้อมของกลุ่ม อาศัยกระบวนการกลุ่มโดยให้สมาชิกของกลุ่มร่วมกันวิเคราะห์โดยมีเจ้าหน้าที่พัฒนาการอำเภอประโคนชัย และเจ้าหน้าที่ของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ร่วมเป็นวิทยากรประจำกลุ่ม โดยทำการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ได้แก่ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาพร้อมกับการสังเกตระหว่างการเข้าร่วมกิจกรรมของสมาชิกใน แต่ละกลุ่ม

6. กำหนดการจัดกิจกรรม

ดำเนินการจัดกิจกรรมในวันที่ 18 ตุลาคม พ.ศ. 2562 ณ หอประชุมศิวาลัย ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

ขั้นตอนที่ 2 การปฏิบัติการ (Action)

เมื่อเสร็จสิ้นขั้นตอนวินิจฉัย ทำให้ผู้วิจัยนำแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของทั้งสิบกลุ่มมาทำการวิเคราะห์หาประเด็นความต้องการของกลุ่ม จนสามารถสรุปประเด็นความต้องการพัฒนา และนำไปสู่ขั้นตอนการปฏิบัติการ ประกอบด้วย

1. เปิดเวทีชี้แจงโครงการ

1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีส่วนในการผลิต การจำหน่ายผ้าทอมือของกลุ่ม จำนวน 10 กลุ่ม ๆ ละ 5 คน รวมจำนวน 50 คน ในจังหวัดบุรีรัมย์

1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเปิดเวทีชาวบ้านเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ และขั้นตอนการเข้ามาศึกษาเรื่องการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการยุคใหม่ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือพื้นเมืองอำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์มุ่งสู่ตลาดออนไลน์ และเปิดโอกาสในการรับฟังความคิดเห็น และข้อเสนอแนะจากกลุ่มตัวอย่าง

1.3 การรวบรวมข้อมูล การรวบรวมข้อมูลอาศัยกระบวนการประชุมโดยนำข้อมูลที่ได้ออกมาถอดเทป เครื่องบันทึกเสียงและการจดบันทึก นำมารวบรวมข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบความเรียง

1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ เป็นความจริง และข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์ ที่ความ

1.5 กำหนดการจัดกิจกรรม ดำเนินการจัดกิจกรรมในวันที่ 18 ตุลาคม พ.ศ. 2562 ณ หอประชุมควิาลัย ศูนย์วัฒนธรรมอีสานใต้ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

2. อบรมเชิงปฏิบัติการค้นหาอัตลักษณ์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมเพื่อออกแบบแบรนด์

2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีส่วนในการผลิต การจำหน่ายผ้าทอมือของกลุ่ม จำนวน 10 กลุ่ม ๆ ละ 5 คน รวมจำนวน 50 คน ในจังหวัดบุรีรัมย์

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสำรวจร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม และเทคนิคระดมสมอง

2.3 การรวบรวมข้อมูล การรวบรวมข้อมูลอาศัยกระบวนการออกแบบ โดยเริ่มจากการสำรวจ (Survey) โดยเน้นด้านสังคมวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมทางกายภาพของชุมชน ทั้งผังชุมชน สถาปัตยกรรม พื้นถิ่น พืชพันธุ์ เป็นต้น และสภาพการผลิตของกลุ่มผู้ประกอบการ เพื่อทำความเข้าใจและวิเคราะห์ถึงอัตลักษณ์ของชุมชนและผลิตภัณฑ์ จากนั้นใช้การประชุมกลุ่มด้วยเทคนิคระดมสมอง (Brainstorming) ให้ได้ความคิดที่หลากหลายแล้วทำการคัดเลือกจากการประชุมกลุ่มพัฒนาสู่การออกแบบเครื่องหมายการค้าของกลุ่ม

2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ เป็นความจริง และข้อเสนอแนะเพื่อนำไปสู่การวิเคราะห์เพื่อการออกแบบเครื่องหมายการค้าต่อไป

2.5 กำหนดการจัดกิจกรรม ดำเนินการจัดกิจกรรมในพื้นที่ตั้งของกลุ่มผู้ประกอบการ ดังนี้

2.5.1 วันที่ 27 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ณ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโนนสว่าง หมู่ 5 บ้านโนนสว่าง ตำบลเขาคอก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

2.5.2 วันที่ 28 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ณ กลุ่มทอผ้าบ้านหนองม่วง หมู่ที่ 12 บ้านหนองม่วง ตำบลบ้านไทร อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

2.5.3 วันที่ 30 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562 ณ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านตะลุงเก่า หมู่ 3 บ้านตะลุงเก่า ตำบลโคกม้า อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

2.5.4 วันที่ 1 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ณ วิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื้อผ้า หมู่ที่ 1 บ้านแสงโชน ตำบลแสงโชน อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

2.5.5 วันที่ 10 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ณ กลุ่มของใช้จากผ้าสัมมาชีบบ้านบุ หมู่ที่ 5 บ้านบุ ตำบลจรเข้มาก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

2.5.6 วันที่ 11 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ณ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโพธิ์ไทร หมู่ที่ 7 บ้านโพธิ์ไทร ตำบลละเวียง อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

2.5.7 วันที่ 12 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ณ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 6 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

2.5.8 วันที่ 14 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ณ กลุ่มพัฒนาสตรีบ้านโคกเมือง (บารายไหมไทย) หมู่ที่ 9 ตำบลเขาคอก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

2.5.9 วันที่ 15 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ณ วิสาหกิจทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 15 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

2.5.10 วันที่ 18 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ณ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 18 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

3. อบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนากระบวนการผลิต

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีส่วนในการผลิต ผ้าทอมือของกลุ่ม จำนวน 10 กลุ่ม ๆ ละ 5 คน รวมจำนวน 50 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม เพื่อประเมินความรู้และทักษะร่วมกับการสังเกตการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และประเมินความพึงพอใจ

3.3 การรวบรวมข้อมูล เป็นการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยมีการเรียนรู้หลักการตกแต่งสำเร็จให้ผ้าทอมือด้วยนาโนเทคโนโลยี หลักการซัฟ ดย ส่วนผสมตามอัตราส่วน และการเตรียมเครื่องมือ จากนั้นเป็นการปฏิบัติการตกแต่งสำเร็จให้ผ้านุ่ม การตกแต่งสำเร็จให้ผ้าสะท้อนน้ำ และการตกแต่งสำเร็จให้ผ้านุ่มต้านแบคทีเรีย

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาจะกระทำทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อบรรยายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนข้อมูลความรู้และทักษะนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และข้อมูลความพึงพอใจ ใช้การวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูล (SD) สำหรับส่วนของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จะนำข้อมูลที่เขียนอธิบายมาสรุปประเด็นที่คล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) ให้กับข้อความนั้น จากนั้นหาค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง จากนั้นนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

3.5 เกณฑ์เทียบระดับความพึงพอใจ ข้อมูลความพึงพอใจเป็นแบบวัดประเมินค่า กำหนดค่าคะแนนของแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ รวมคะแนนที่ได้หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียงแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมี เกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน 5	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด, เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	พึงพอใจมาก, เห็นด้วยมาก
คะแนน 3	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง, เห็นด้วยปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	พึงพอใจน้อย, เห็นด้วยน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ฟังพอน้อยที่สุด, เห็นด้วยน้อยที่สุด
จากการแบ่งระดับการประเมินเป็น 5 ระดับ (ตั้งแต่ 1-5) สามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยการคำนวณหาค่า
อันตรภาคชั้น จึงนำมาเทียบเกณฑ์ระดับความคิดเห็นที่กำหนดไว้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	ฟังพอใจมากที่สุด, เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	ฟังพอใจมาก, เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	ฟังพอใจปานกลาง, เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	ฟังพอน้อย, เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	ฟังพอน้อยที่สุด, เห็นด้วยน้อยที่สุด

3.6 กำหนดการจัดกิจกรรม ดำเนินกิจกรรมในวันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ณ บริเวณโถงชั้น
ล่าง อาคารเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

4. อบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบลายมัดหมี่ลายใหม่

4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีส่วนในการผลิต ผ้าทอมือ
ของกลุ่ม จำนวน 10 กลุ่ม ๆ ละ 5 คน และรวมจำนวน 50 คน

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม เพื่อประเมินความรู้และทักษะร่วมกับการสังเกตการ
มีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และประเมินความพึงพอใจ

4.3 การรวบรวมข้อมูล เป็นการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยมีการเรียนรู้หลักการออกแบบลาย
มัดหมี่จากแม่ลาย ปฏิบัติการออกแบบลายมัดหมี่จากแม่ลาย ปฏิบัติการต่อลาย ปฏิบัติการการวางลายให้
สัมพันธ์กับหน้าผ้า และปฏิบัติการการออกแบบสีด้วยเทคนิคผสมสีทางสายตา

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้
สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาจะกระทำทั้งการ
วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อบรรยายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนข้อมูลความรู้และทักษะนำมาแจกแจง
ความถี่ (Frequency) และข้อมูลความพึงพอใจ ใช้การวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐานของข้อมูล (SD) สำหรับส่วนของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จะนำข้อมูลที่เขียนอธิบายมาสรุป
ประเด็นที่คล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) ให้กับข้อความนั้น
จากนั้นหาร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง จากนั้นนำเสนอในรูปตาราง
ประกอบความเรียง

4.5 เกณฑ์เทียบระดับความพึงพอใจ ข้อมูลความพึงพอใจเป็นแบบวัดประเมินค่า กำหนดค่า
คะแนนของแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่ และหาร้อยละ รวมคะแนนที่ได้หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐาน และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียงแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมี เกณฑ์การให้
คะแนน ดังนี้

คะแนน 5	หมายถึง	ฟังพอใจมากที่สุด, เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	ฟังพอใจมาก, เห็นด้วยมาก
คะแนน 3	หมายถึง	ฟังพอใจปานกลาง, เห็นด้วยปานกลาง

คะแนน 2	หมายถึง	พึงพอใจน้อย, เห็นด้วยน้อย
คะแนน 1	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด, เห็นด้วยน้อยที่สุด

จากการแบ่งระดับการประเมินเป็น 5 ระดับ (ตั้งแต่ 1-5) สามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยการคำนวณหาค่าอันตรภาคชั้น จึงนำมาเทียบเกณฑ์ระดับความคิดเห็นที่กำหนดไว้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด, เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	พึงพอใจมาก, เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง, เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อย, เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด, เห็นด้วยน้อยที่สุด

4.6 กำหนดการจัดกิจกรรม ดำเนินกิจกรรมในวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ณ ห้องประชุม เล็กคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม อาคารเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

5. อบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบแปรรูปผลิตภัณฑ์

5.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างเป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีส่วนในการผลิต ผ้าทอมือของกลุ่ม จำนวน 10 กลุ่ม ๆ ละ 5 คน และเป็นเยาวชน หรือทายาทผู้ผลิตในชุมชน หรือในจังหวัดบุรีรัมย์ที่สนใจด้านการออกแบบ ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี หรือธุรกิจ จำนวน 20 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 70 คน

5.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม เพื่อประเมินความรู้และทักษะร่วมกับการสังเกตการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และประเมินความพึงพอใจ

5.3 การรวบรวมข้อมูล เป็นการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยมีการเรียนรู้หลักการออกแบบลายมัดหมี่จากแม่ลาย ปฏิบัติการออกแบบลายมัดหมี่จากแม่ลาย ปฏิบัติการต่อลาย ปฏิบัติการการวางลายให้สัมพันธ์กับหน้าผ้า และปฏิบัติการการออกแบบสีด้วยเทคนิคผสมสีทางสายตา

5.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาจะกระทำทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อบรรยายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนข้อมูลความรู้และทักษะนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และข้อมูลความพึงพอใจ ใช้การวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูล (SD) สำหรับส่วนของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จะนำข้อมูลที่เขียนอธิบายมาสรุปประเด็นที่คล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) ให้กับข้อความนั้น จากนั้นหาค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง จากนั้นนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

5.5 เกณฑ์เทียบระดับความพึงพอใจ ข้อมูลความพึงพอใจเป็นแบบวัดประเมินค่า กำหนดค่าคะแนนของแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ รวมคะแนนที่ได้หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียงแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมี เกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน 5	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด, เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	พึงพอใจมาก, เห็นด้วยมาก
คะแนน 3	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง, เห็นด้วยปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	พึงพอใจน้อย, เห็นด้วยน้อย
คะแนน 1	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด, เห็นด้วยน้อยที่สุด

จากการแบ่งระดับการประเมินเป็น 5 ระดับ (ตั้งแต่ 1-5) สามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยการคำนวณหาค่าอันตรภาคชั้น จึงนำมาเทียบเกณฑ์ระดับความคิดเห็นที่กำหนดไว้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด, เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	พึงพอใจมาก, เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง, เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อย, เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด, เห็นด้วยน้อยที่สุด

5.6 กำหนดการจัดกิจกรรม ดำเนินกิจกรรมในวันที่ 21 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ณ ห้องประชุมเล็กคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม ห้องเรียนชั้น 3 ห้องเรียนชั้น 7 อาคารเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

6. ประชุมติดตามการจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ ในพื้นที่ตั้งของกลุ่มผู้ผลิต ครั้งที่ 1

6.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างแรกเป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีส่วนในการผลิต ผ้าทอมือของกลุ่ม จำนวน 10 กลุ่ม ๆ ละ 5 คน และเป็นเยาวชน หรือทายาทผู้ผลิตในชุมชน หรือในจังหวัดบุรีรัมย์ที่สนใจด้านการออกแบบ ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี หรือธุรกิจ จำนวน 20 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 70 คน

6.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบติดตามเพื่อระบุปัญหาอุปสรรคในการผลิตและเสนอแนวทางในการแก้ปัญหา

6.3 การรวบรวมข้อมูล เป็นการประชุมกลุ่มเพื่อติดตามการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ตามสภาพจริงในพื้นที่ตั้งของกลุ่มผู้ประกอบการ ทั้งการเตรียมวัสดุเพื่อการผลิต กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่มีคุณภาพ

6.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลสภาพการผลิตใช้การวินิจฉัยปัญหาจากผลงานต้นแบบ วิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหา และอุปสรรคในการผลิต และให้ข้อเสนอแนะ แนวทางการแก้ไขปัญหาปรับปรุงพัฒนาเพื่อการพัฒนากระบวนการผลิต

6.5 กำหนดการจัดกิจกรรม

ดำเนินการจัดกิจกรรมในพื้นที่ตั้งของกลุ่มผู้ประกอบการ ดังนี้

6.5.1 วันที่ 28 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ณ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโนนสว่าง หมู่ 5 บ้านโนนสว่าง ตำบลเขาคอก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

6.5.2 วันที่ 29 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ณ กลุ่มทอผ้าบ้านหนองม่วง หมู่ที่ 12 บ้านหนองม่วง ตำบลบ้านไทร อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

6.5.3 วันที่ 4 มกราคม พ.ศ. 2563 ณ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านตะลุงเก่า หมู่ 3 บ้านตะลุงเก่า ตำบลโคกม้า อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

6.5.4 วันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2563 ณ วิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื้อผ้า หมู่ที่ 1 บ้านแสงโชน ตำบลแสงโชน อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

6.5.5 วันที่ 8 มกราคม พ.ศ. 2563 ณ กลุ่มของใช้จากผ้าสัมมาชีบบ้านบุ หมู่ที่ 5 บ้านบุ ตำบลจรเข้มาก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

6.5.6 วันที่ 9 มกราคม พ.ศ. 2563 ณ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโพธิ์ไทร หมู่ที่ 7 บ้านโพธิ์ไทร ตำบลละเวียง อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

6.5.7 วันที่ 11 มกราคม พ.ศ. 2563 ณ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 6 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

6.5.8 วันที่ 12 มกราคม พ.ศ. 2563 ณ กลุ่มพัฒนสตรีบ้านโคกเมือง (บารายไหมไทย) หมู่ที่ 9 ตำบลเขาคอก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

6.5.9 วันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2563 ณ วิสาหกิจทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 15 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

6.5.10 วันที่ 19 ธันวาคม พ.ศ. 2562 ณ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 18 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

7. ประชุมติดตามการจัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ ในพื้นที่ตั้งของกลุ่มผู้ผลิต ครั้งที่ 2

7.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างแรกเป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีส่วนในการผลิต ผ้าทอมือของกลุ่ม จำนวน 10 กลุ่ม ๆ ละ 5 คน และเป็นเยาวชน หรือทายาทผู้ผลิตในชุมชน หรือในจังหวัดบุรีรัมย์ที่สนใจด้านการออกแบบ ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี หรือธุรกิจ จำนวน 20 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 70 คน

7.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบติดตามเพื่อระบุปัญหาอุปสรรคในการผลิตและเสนอแนวทางในการแก้ปัญหา

7.3 การรวบรวมข้อมูล เป็นการประชุมกลุ่มเพื่อติดตามการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ตามสภาพจริงในพื้นที่ตั้งของกลุ่มผู้ประกอบการ ทั้งการเตรียมวัสดุเพื่อการผลิต กระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่มีคุณภาพ

7.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลสภาพการผลิตใช้การวินิจฉัยปัญหาจากผลงานต้นแบบ วิเคราะห์ถึงสาเหตุของปัญหา และอุปสรรคในการผลิต และให้ข้อเสนอแนะ แนวทางการแก้ไขปัญหาปรับปรุงพัฒนาเพื่อการพัฒนากระบวนการผลิต

7.5 กำหนดการจัดกิจกรรม ดำเนินการจัดกิจกรรมในพื้นที่ตั้งของกลุ่มผู้ประกอบการ ดังนี้

7.5.1 วันที่ 25 มกราคม พ.ศ. 2563 ณ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโนนสว่าง หมู่ 5 บ้านโนนสว่าง ตำบลเขาคอก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

7.5.2 วันที่ 26 มกราคม พ.ศ. 2563 ณ กลุ่มทอผ้าบ้านหนองม่วง หมู่ที่ 12 บ้านหนองม่วง ตำบลบ้านไทร อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

7.5.3 วันที่ 1 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ณ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านตะลุงเก่า หมู่ 3 บ้านตะลุงเก่า ตำบลโคกม้า อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

7.5.4 วันที่ 2 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ณ วิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื้อผ้า หมู่ที่ 1 บ้านแสงโตน ตำบลแสงโตน อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

7.5.5 วันที่ 8 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ณ กลุ่มของใช้จากผ้าสัมมาชีบบ้านบุ หมู่ที่ 5 บ้านบุ ตำบลจรเข้มาก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

7.5.6 วันที่ 9 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ณ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโพธิ์ไทร หมู่ที่ 7 บ้านโพธิ์ไทร ตำบลละเวียง อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

7.5.7 วันที่ 15 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ณ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 6 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

7.5.8 วันที่ 16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ณ กลุ่มพัฒนาสตรีบ้านโคกเมือง (บารายไหมไทย) หมู่ที่ 9 ตำบลเขาคอก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

7.5.9 วันที่ 22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ณ วิสาหกิจทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 15 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

7.5.10 วันที่ 23 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ณ กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 18 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อ.ประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

8. อบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบแปรรูปผลิตภัณฑ์

8.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างเป็นเยาวชน หรือทายาทผู้ผลิตในชุมชน หรือในจังหวัดบุรีรัมย์ที่สนใจด้านการออกแบบ ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี หรือธุรกิจ จำนวน 20 คน

8.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม เพื่อประเมินความรู้และทักษะร่วมกับการสังเกตการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และประเมินความพึงพอใจ

8.3 การรวบรวมข้อมูล เป็นการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยมีการเรียนรู้หลักการของธุรกิจเพื่อชุมชน กรณีศึกษาธุรกิจเพื่อชุมชนที่ประสบความสำเร็จในโลกยุคดิจิทัล และปฏิบัติการจัดทำแผนธุรกิจโดยใช้เครื่องมือ Business Model Canvas เป็น เครื่องมือที่ช่วยออกแบบโมเดลธุรกิจผ่านปัจจัยทั้ง 9 ด้านที่ถูกมองว่าครอบคลุมสำคัญ ๆ ต่อธุรกิจทุกประเภท โดยผู้ค้นคิดคือ Alexander Osterwalder ในหนังสือชื่อ Business Model Generation

8.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาจะกระทำทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อบรรยายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนข้อมูลความรู้และทักษะนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และข้อมูลความพึงพอใจ ใช้การวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูล (SD) สำหรับส่วนของการคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จะนำข้อมูลที่เขียนอธิบายมาสรุปประเด็นที่คล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) ให้กับข้อความนั้น

จากนั้นหาค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง จากนั้นนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง

8.5 เกณฑ์เทียบระดับความพึงพอใจ ข้อมูลความพึงพอใจเป็นแบบวัดประเมินค่า กำหนดค่าคะแนนของแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ รวมคะแนนที่ได้หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียงแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมี เกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน 5	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด, เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	พึงพอใจมาก, เห็นด้วยมาก
คะแนน 3	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง, เห็นด้วยปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	พึงพอใจน้อย, เห็นด้วยน้อย
คะแนน 1	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด, เห็นด้วยน้อยที่สุด

จากการแบ่งระดับการประเมินเป็น 5 ระดับ (ตั้งแต่ 1-5) สามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยการคำนวณหาค่าอันตรภาคชั้น จึงนำมาเทียบเกณฑ์ระดับความคิดเห็นที่กำหนดไว้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด, เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	พึงพอใจมาก, เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง, เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อย, เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด, เห็นด้วยน้อยที่สุด

8.6 กำหนดการจัดกิจกรรม ดำเนินกิจกรรมในวันที่ 29 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2563 ณ ห้องประชุมเล็กคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม อาคารเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

ขั้นตอนที่ 3 การวัดผล (Measurement)

เป็นขั้นตอนการวัดผลของการพัฒนา โดยมีการทดลองนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาจากโครงการมาสู่การจำหน่ายออนไลน์ ผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการการส่งเสริมการขายออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างเป็นเยาวชน หรือทายาทผู้ผลิตในชุมชน หรือในจังหวัดบุรีรัมย์ที่สนใจด้านการออกแบบ ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี หรือธุรกิจ จำนวน 20 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม เพื่อประเมินความรู้และทักษะร่วมกับการสังเกตการณ์มีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และประเมินความพึงพอใจ

3. การรวบรวมข้อมูล เป็นการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยมีการเรียนรู้รูปแบบการส่งเสริมการขายออนไลน์ ในปัจจุบัน การแชร์ประสบการณ์ของนักขายผ้าไหมออนไลน์ ผ่านการไลฟ์สด การทำธุรกรรมออนไลน์ และปฏิบัติในการสร้างเพจ และการเตรียมข้อมูลที่จะเป็นการขายสินค้าออนไลน์ ปฏิบัติการเลือกใช้อุปกรณ์และการวางองค์ประกอบในการไลฟ์สด ปฏิบัติการใช้ Facebook Advertisement Manager ให้ตรง

กลุ่มเป้าหมาย ปฏิบัติการไลฟ์สด ผ่านทาง Facebook Live โดยใช้สมาร์ทโฟน และปฏิบัติการไลฟ์สด ผ่านทาง Facebook และ Youtube โดยใช้ซอฟต์แวร์ OBS

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาจะกระทำทั้งการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อบรรยายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ส่วนข้อมูลความรู้และทักษะนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) และข้อมูลความพึงพอใจ ใช้การวิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูล (SD) สำหรับส่วนของความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ จะนำข้อมูลที่เขียนอธิบายมาสรุปประเด็นที่คล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) ให้กับข้อความนั้น จากนั้นหาค่าร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง จากนั้นนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง

5. เกณฑ์เทียบระดับความพึงพอใจ ข้อมูลความพึงพอใจเป็นแบบวัดประเมินค่า กำหนดค่าคะแนนของแบบสอบถามมาแจกแจงความถี่ และหาค่าร้อยละ รวมคะแนนที่ได้หาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบความเรียงแบ่งออกเป็น 5 ระดับ โดยมี เกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

คะแนน 5	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด, เห็นด้วยมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	พึงพอใจมาก, เห็นด้วยมาก
คะแนน 3	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง, เห็นด้วยปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	พึงพอใจน้อย, เห็นด้วยน้อย
คะแนน 1	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด, เห็นด้วยน้อยที่สุด

จากการแบ่งระดับการประเมินเป็น 5 ระดับ (ตั้งแต่ 1-5) สามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยการคำนวณหาค่าอันตรภาคชั้น จึงนำมาเทียบเกณฑ์ระดับความคิดเห็นที่กำหนดไว้ ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	พึงพอใจมากที่สุด, เห็นด้วยมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	พึงพอใจมาก, เห็นด้วยมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	พึงพอใจปานกลาง, เห็นด้วยปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อย, เห็นด้วยน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	พึงพอใจน้อยที่สุด, เห็นด้วยน้อยที่สุด

6. กำหนดการจัดกิจกรรม ดำเนินกิจกรรมในวันที่ 21 มีนาคม พ.ศ. 2563 ณ ห้องปฏิบัติการคอมพิวเตอร์ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม อาคารเฉลิมพระเกียรติ 6 รอบพระชนมพรรษา มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

ขั้นตอนที่ 4 ผลสะท้อนที่เกิดขึ้น (Reflection)

ผลสะท้อนที่เกิดขึ้นจากการออกแบบ พัฒนา และติดตาม เป็นขั้นตอนจัดเวทีสรุปบทเรียนโครงการ จัดแสดงผลงานและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เผยแพร่ทางสื่อออนไลน์โดยผู้วิจัยนำผลการดำเนินการที่ได้รับใน 2

ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนวินิจฉัย ขั้นตอนปฏิบัติการ และขั้นตอนวัดผล มาสรุปและแสดงถึงผลสะท้อนที่เกิดขึ้น
ในขั้นตอนที่ 4

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างแรกเป็นสมาชิกของกลุ่มที่มีส่วนในการผลิต ผ้าทอมือ
ของกลุ่ม จำนวน 10 กลุ่ม ๆ ละ 5 คน และเป็นเยาวชน หรือทายาทผู้ผลิตในชุมชน หรือในจังหวัดบุรีรัมย์ที่
สนใจด้านการออกแบบ ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี หรือธุรกิจ จำนวน 20 คน รวม และตัวแทนเจ้าหน้าที่จาก
สำนักงานพัฒนาชุมชน รวม 3 คน ตัวแทนสื่อมวลชน 2 คน จำนวนทั้งสิ้นรวม 75 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ใช้รูปแบบการประชุมกลุ่มเพื่อสรุปบทเรียน (After Action Review:
AAR) มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด (Opened –Ended Questionnaire)

3. การรวบรวมข้อมูล เป็นการสรุปบทเรียนโครงการ จัดแสดงผลงานและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์
ต้นแบบที่ได้รับการออกแบบจากโครงการเพื่อเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา โดยนำข้อมูลที่เขียนอธิบายมาสรุปประเด็นที่
คล้ายคลึงกันมาจัดเป็นกลุ่มเดียวกัน เพื่อนำมาแจกแจงความถี่ (Frequency) ให้กับข้อความนั้น จากนั้นหาค่า
ร้อยละ (Percentage) และนำเสนอในรูปตารางประกอบความเรียง จากนั้นนำเสนอในรูปตารางประกอบ
ความเรียง

5. กำหนดการจัดกิจกรรม ดำเนินกิจกรรมในวันที่ 25 เมษายน พ.ศ. 2563 ณ หอประชุม ศิวาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ จังหวัดบุรีรัมย์

บทที่ 3 ผลการวิจัย

โครงการวิจัยการถ่ายทอดองค์ความรู้เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขันให้ผู้ประกอบการยุคใหม่
ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือพื้นเมืองอำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์มุ่งสู่ตลาดออนไลน์ เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการ
แบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยใช้เทคนิคการพัฒนาชุมชน ซึ่งอาศัยระเบียบวิธีวิจัย
แบบผสม (Mix Methods Research) จากการดำเนินการวิจัยดังกล่าวได้ผลการวิจัย ดังนี้

3.1 ผลยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือด้วยการออกแบบและวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

3.1.1 กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโนนสว่าง หมู่ 5 บ้านโนนสว่าง ตำบลเขาคอก อำเภอประโคนชัย มี
ผลิตภัณฑ์เดิมเป็นผ้าไหมมัดหมี่รูปแบบซิ่นตีนแดงผ้าเอกลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ย้อมด้วยสีเคมี ใช้สีพื้นเป็นสี
น้ำตาลเม็ดมะขาม สีน้ำตาลเข้ม สีดำ ลายมัดหมี่ใช้สีเหลืองเข้ แดงสด ขาว เขียวก้านมะลิ ใช้เส้นด้ายยืนเป็นสี
ดำ และมีการแปรรูปเป็นกระเป๋าถือสตรี โดยให้ช่างตัดเย็บที่อยู่หมู่บ้านใกล้เคียงเป็นผู้ผลิต แต่มีปัญหาด้าน
แรงงานการผลิตมีจำกัดไม่สามารถผลิตสินค้าได้ทันตามความต้องการ (ดังภาพที่ 3.1)



ภาพที่ 3.1 ผลิตภัณฑ์เดิมก่อนพัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโนนสว่าง

โครงการฯ ได้ส่งเสริมให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบและวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
โดยมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่

1. ผ้าไหมมัดหมี่ลายนกระเรียนไทย จังหวัดบุรีรัมย์ ย้อมด้วยสีธรรมชาติ เช่น เปลือกประดู่ (เน้นการย้อมด้วยเปลือกประดู่ เนื่องจากเป็นพืชที่พบบนในชุมชน) ครั้ง เปลือกมะพูดหรือประโหด ใส่สารสนิมเป็นสารช่วยติด ขนาดกว้าง 1 เมตร ยาว 2 เมตร เข้าชุดกับผ้าไหมสีพื้นขนาดกว้าง 1 เมตร ยาว 2 เมตร และตกแต่งสำเร็จให้ผ้านุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี (ดังภาพที่ 3.2)

2. ผ้าพันคอฝ้ายย้อมด้วยสีธรรมชาติ ด้วยเปลือกประดู่ ออกแบบให้มีแถบลวดลายด้วยสีครามและสีขาวยที่เชิงผ้า ขนาดกว้าง 50 เซนติเมตร ยาว 1.50 เมตร และตกแต่งสำเร็จให้ผ้านุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี (ดังภาพที่ 3.3)



ภาพที่ 3.2 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโนนสว่าง



ภาพที่ 3.3 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโนนสว่าง

3.1.2 กลุ่มทอผ้าบ้านหนองม่วง หมู่ที่ 12 บ้านหนองม่วง ตำบลบ้านไทร อำเภอบรบือ จังหวัดบรบือ มีผลิตภัณฑ์เดิมเป็นผ้าไหมมัดหมี่รูปแบบลวดลายแบบไทยลาวย้อมด้วยสีเคมีที่มีน้ำหนักสีฉูดฉาด จึงมีปริมาณสีตก ใช้เส้นด้ายยืนเป็นสีดำ (ดังภาพที่ 3.4) แต่กลุ่มผู้ผลิตเป็นชาวไทยเขมร โครงการฯ จึงเห็นว่าการพัฒนากลุ่มต้องฟื้นฟูการผลิตผ้าไหมรูปแบบไทยเขมร คือ ผ้าสะมอ (ผ้าลายตาราง) ผ้าอัมปรม (มัดหมี่สองทาง) ผ้าโฮลเปราะ (มัดหมี่มีกรอบมีเชิงสำหรับบุรุษ) ผ้าโฮลแสร้อย (มัดหมี่สำหรับสตรี) ผ้ากระเนียว (หางกระรอก)

โครงการฯ ได้ส่งเสริมให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบและวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่

1. ผ้าไหมมัดหมี่ลายนกระเรียนไทย จังหวัดบุรีรัมย์ ย้อมด้วยสีเคมี ขนาดกว้าง 1 เมตร ยาว 2 เมตร และตกแต่งสำเร็จให้ผ้านุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี (ดังภาพที่ 3.5)
2. ผ้าสะมอ (ผ้าไหมลายตาราง) ขนาดกว้าง 1 เซนติเมตร ยาว 2 เมตร และตกแต่งสำเร็จให้ผ้านุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี (ดังภาพที่ 3.5)



ภาพที่ 3.4 ผลิตภัณฑ์เดิมก่อนพัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนองม่วง



ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย

กลุ่มทอผ้าบ้านหนองม่วง
หมู่ที่ 12 ต.บ้านไทร อ.ประโคนชัย จ.บุรีรัมย์ 31140
Weaving Group at Ban Nong Muang Moo 12,
Ban Sai Subdistrict, Prakhon Chai District, Buriram 31140
โทร./Tel. 080-738 4113



ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย

กลุ่มทอผ้าบ้านหนองม่วง
หมู่ที่ 12 ต.บ้านไทร อ.ประโคนชัย จ.บุรีรัมย์ 31140
Weaving Group at Ban Nong Muang Moo 12,
Ban Sai Subdistrict, Prakhon Chai District, Buriram 31140
โทร./Tel. 080-738 4113

ภาพที่ 3.5 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนองม่วง

3.1.3 กลุ่มทอผ้าไหมบ้านตะลุงเก่า หมู่ 3 บ้านตะลุงเก่า ตำบลโคกม้าย อำเภอบระโคนชัย มีผลิตภัณฑ์เดิมเป็นผ้าขาวม้า ผ้าโสร่ง ผ้าไหมมัดหมี่รูปแบบลวดลายแบบไทยเขมรและไทยลาวย้อมด้วยสีเคมีที่มีน้ำหนักรสียูจูดฉลาด จึงมีปริมาณสีตก ใช้เส้นด้ายยืนเป็นสีดำ (ดังภาพที่ 3.6) และไม่เคื่อย้อมเส้นใยประดิษฐ์ (เรยอน) ด้วยสีธรรมชาติ



ภาพที่ 3.6 ผลิตภัณฑ์เดิมก่อนพัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านตะลุงเก่า

โครงการฯ ได้ส่งเสริมให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบและวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่

1. ผ้าขาวม้าฝ้ายย้อมด้วยสีเคมี ยกกระดับด้านการออกแบบโดยให้โครงสร้างของตารางแบบไม่คงที่ ลดภาพจำของตารางแบบคงที่ของผ้าขาวม้า โดยใช้เส้นฝ้ายที่ย้อมสำเร็จรูปด้วยสีน้ำตาลอิฐ สีน้ำเงิน และสีขาวย เพื่อใช้สีน้ำตาลอิฐสื่อถึงความเป็นเมืองปราสาทหิน และสีน้ำเงินสื่อถึงความเป็นเมืองกีฬาของจังหวัดบุรีรัมย์ โดยมีการปรับขนาดหน้าผ้าให้กว้าง 1 เมตร เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปแปรรูปเป็นเครื่องแต่งกาย และตกแต่งสำเร็จให้ผ่านนุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี ตัดเย็บเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปด้วยช่างตัดเย็บในชุมชน (ดังภาพที่ 3.7)

2. ผ้าขาวม้าฝ้ายย้อมด้วยสีธรรมชาติ ยกกระดับด้านการออกแบบโดยให้โครงสร้างของตารางแบบไม่คงที่ ลดภาพจำของตารางแบบคงที่ของผ้าขาวม้า โดยใช้เส้นด้าย (เรยอน) นำมาย้อมสีธรรมชาติจากวัสดุธรรมชาติที่หาได้ในชุมชน เช่น ดอกทองกวาว เปลือกเพกา ขมิ้น เปลือกสะเดา ใส่สารสนิมเป็นสารช่วยติด

โดยมีการปรับขนาดหน้าผ้าให้กว้าง 1 เมตร เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปแปรรูปเป็นเครื่องแต่งกาย และ ตกแต่งสำเร็จให้ผ้านุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี (ดังภาพที่ 3.8)



ซุนเทียน

ผลิตและจัดจำหน่ายโดย

กลุ่มทอผ้าไหมตะลุงเก่า

หมู่ที่ 3 ต.โคกม้า อ.ประโคนชัย จ.บุรีรัมย์ 31140

Silk Weaving Group at Ban Talung Kao

ภาพที่ 3.7 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านตะลุงเก่า



ภาพที่ 3.8 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านตะลุงเก่า

3.1.4 วิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื้อผ้า หมู่ที่ 1 บ้านแสงโทน ตำบลแสงโทน อำเภอประโคนชัย มีผลิตภัณฑ์เดิมเป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอจากโรงงาน หรือผ้าทอมือ เช่น กระเป๋าผ้า พวงกุญแจ ที่ใส่กระดาษทิชชู โดยซื้อผ้าผืนจากโรงงานหรือผ้าทอมือจากชุมชนอื่น (ดังภาพที่ 3.9) ซึ่งประธานกลุ่มอยู่ในระยะแรกของการรวบรวมสมาชิกตั้งกลุ่มทอผ้าในชุมชนและไม่เคยยอมเส้นใยประดิษฐ์ (เรยอน) ด้วยสีธรรมชาติ



ภาพที่ 3.9 ผลิตภัณฑ์เดิมก่อนพัฒนาของวิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื้อผ้า หมู่ที่ 1 บ้านแสงโตน

โครงการฯ ได้ส่งเสริมให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบและวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่

1. ผ้าขาวม้าฝ้ายย้อมด้วยสีธรรมชาติ เช่น ใบแสง (สะท้อนถึงพืชพื้นถิ่นที่มาของชื่อหมู่บ้านแสงโตน) ใบแก้ว ดอกดาวเรือง ใส่สารสนิมเป็นสารช่วยติด ยกระดับด้านการออกแบบโดยให้โครงสร้างของตารางแบบไม่คงที่ ลดภาพจำของตารางแบบคงที่ของผ้าขาวม้า มีการทอด้วยเส้นฝ้ายเส้นมือแทรกเพื่อเพิ่มผิวสัมผัส ปรับขนาดหน้าผ้าให้กว้าง 1 เมตร เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปแปรรูปเป็นเครื่องแต่งกาย และตกแต่งสำเร็จให้ผ้านุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี นำผ้าผืนไปแปรรูปเป็นเสื้อผ้าสำหรับสตรี ตกแต่งสำเร็จให้ผ้าสะท้อนน้ำด้วยนาโนเทคโนโลยีสำหรับแปรรูปเป็นกระเป๋าทรงสะพาย หมวก ที่ใส่กล่องกระดาษทิชชูแบบสี่เหลี่ยม ที่ใส่กระดาษทิชชูแบบทรงกระบอกรูปสี่เหลี่ยม กระเป๋าสามเหลี่ยม กระเป๋ารูปช้าง หมอนอิงรูปสุนัข (ดังภาพที่ 3.10-3.11)

2. ผ้าทอยกดอก 4-5 ตะกอ เพิ่มการออกแบบให้ใช้เส้นด้ายยีนสีขา และสีน้ำตาลที่ย้อมด้วยวัสดุธรรมชาติ ทำให้เมื่อมีการทอยกตะกอทำให้เกิดมิติของลวดลายที่แปลกใหม่ ปรับขนาดหน้าผ้าให้กว้าง 1 เมตร เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปแปรรูปเป็นเครื่องแต่งกาย และตกแต่งสำเร็จให้ผ้านุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี นำ

ผ้าผืนไปแปรรูปเป็นเสื้อผ้าสำหรับบุรุษและสตรี และผ้าคลุมไหล่ ขนาดกว้าง 65 เซนติเมตร ยาว 2 เมตร และ ตกแต่งสำเร็จให้ผ้านุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี (ดังภาพที่ 3.12)

3. กระเป๋าผ้ารักษ์โลก ตกแต่งกระเป๋าหน้าด้วยการปักด้วยมือเป็นรูปนกกระเรียนไทย จังหวัดบุรีรัมย์ (ดังภาพที่ 3.13)

4. ผ้ามัดหมี่ลายออกแบบขึ้นใหม่โดยนำเอกลักษณ์ของชุมชนที่เป็นเมืองเก่าสมัยทวารวดี ที่มีกำแพงเมืองเป็นคูน้ำคันดินล้อมรอบ ตั้งชื่อลាយว่า กำแพงแสงทอง ย้อมด้วยสีใบแสงผสมดอกดาวเรือง (ดังภาพที่ 3.14)



ภาพที่ 3.10 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของวิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื้อผ้า หมู่ที่ 1 บ้านแสงทอง



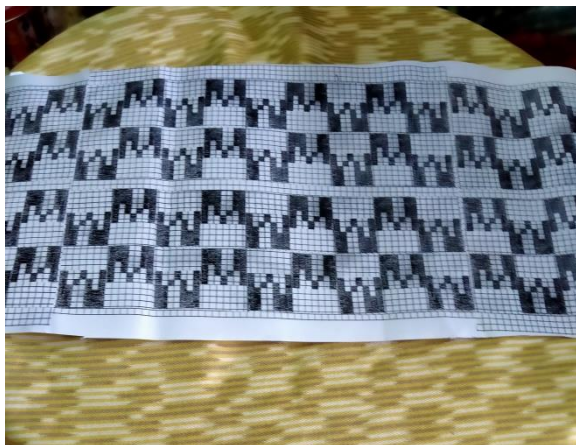
ภาพที่ 3.11 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของวิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื้อผ้า หมู่ที่ 1 บ้านแสลงโทน

ผลิตและจัดจำหน่ายโดย
วิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื้อผ้า
 269 หมู่ 1 ต.แสลงโทน อ.ประโคนชัย จ.บุรีรัมย์ 31140
 Garment Industry Community Enterprise
 269 Moo 1 Salaeng Thon Subdistrict, Prakoonthal District, Buriram Province 31140
 โทร./Tel. 089-6808 609 E-mail:thanthari@hotmail.co.th

ภาพที่ 3.12 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของวิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื้อผ้า หมู่ที่ 1 บ้านแสลงโทน



ภาพที่ 3.13 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของวิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื้อผ้า หมู่ที่ 1 บ้านแสงโตน



ภาพที่ 3.14 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของวิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื้อผ้า หมู่ที่ 1 บ้านแสงโตน

3.1.5 กลุ่มของใช้แปรรูปจากผ้าสัมมาชีพ หมู่ที่ 5 บ้านบุ ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย มีผลิตภัณฑ์เดิมเป็นผ้าด้ายมัดหมี่ ผ้าขาวม้า ผ้าสีพื้นย้อมด้วยสีเคมี และมีการตัดเย็บแปรรูปเป็นกระเป๋าถือ เสื้อสตรี นอกจากนี้กลุ่มยังเป็นแหล่งผลิตเสื้ออกที่มีคุณภาพ นำมาแปรรูปเป็นกระเป๋าถือสตรีแต่มีรูปแบบที่ไม่หลากหลาย (ดังภาพที่ 3.15)



ภาพที่ 3.15 ผลิตภัณฑ์เดิมก่อนพัฒนาของกลุ่มของใช้แปรรูปจากผ้าสัมมาชีพ

โครงการฯ ได้ส่งเสริมให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบและวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่

5. เสื้อโพลิตัดเย็บจากผ้าขาวม้าด้ายย้อมสีเคมี โดยออกแบบวางผ้าให้เกิดงานออกแบบใหม่ โดยนำส่วนชายผ้าที่เป็นเส้นตรงมาวางเป็นแนวขนด้านหน้าของเสื้อ ตกแต่งสาบคอเสื้อด้วยผ้าสีพื้นและกระเป๋าปักลายนกระเรียนไทย จังหวัดบุรีรัมย์ และตกแต่งสำเร็จให้ฝ้านุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี (ดังภาพที่ 3.16)

6. กระเป๋าถือแปรรูปจากเสื้ออก ออกแบบลายกราฟิกสีโมโนโทน ตัดเย็บเป็นกระเป๋าทรงถุง (Tote bag) สายหนังวัวแท้ ด้านในบุผ้าทอ มีช่องใส่โทรศัพท์ ขนาดกว้าง 15 นิ้ว ลึก 5 นิ้ว สูง 13.5 นิ้ว ใช้งานได้ทั้งบุรุษและสตรี (ดังภาพที่ 3.16)

7. กระเป๋าช้อนกระเป๋า ออกแบบชั้นในเป็นกระเป๋าทรงหมอนตัดเย็บจากผ้าทอครึ่งหมุดแม่เหล็กกับชั้นนอกเป็นกระเป๋าอีกใบที่แปรรูปจากเสื้ออก สามารถถอดแยกถือเป็นสองใบได้ ลายกราฟิกสีโมโนโทน สายหนังวัวแท้ ขนาดกว้าง 14 นิ้ว ลึก 6.5 นิ้ว สูง 10 นิ้ว ใช้งานได้ทั้งบุรุษและสตรี (ดังภาพที่ 3.17)



ภาพที่ 3.16 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มของใช้แปรรูปจากผ้าสามสี



ภาพที่ 3.17 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มของใช้แปรรูปจากผ้าสามสี

3.1.6 กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโพธิ์ไทร หมู่ที่ 7 บ้านโพธิ์ไทร ตำบลละเวียง อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช มีผลิตภัณฑ์เดิมเป็นผ้าไหมมัดหมี่ย้อมด้วยสีเคมี ผ้าด้ายมัดหมี่ ผ้าขาวม้า ผ้าสีพื้นย้อมด้วยสีเคมี ผ้าพันคอ ด้ายหมอนสม็อคฟักทองที่แปรรูปจากผ้าตาด (ดังภาพที่ 3.18)



ภาพที่ 3.18 ผลิตภัณฑ์เดิมก่อนพัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโพธิ์ไทร

โครงการฯ ได้ส่งเสริมให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบและวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่

1. ผ้าไหมมัดหมี่ลายนกระเรียนไทย จังหวัดบุรีรัมย์ ย้อมด้วยสีเคมี ขนาดกว้าง 1 เมตร ยาว 2 เมตร และตกแต่งสำเร็จให้ผ้านุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี (ดังภาพที่ 3.19)
2. หมอนสม็อคฟักทองแปรรูปจากผ้าฝ้ายย้อมสีธรรมชาติจากพืชพันธุ์ที่มีในชุมชน เช่น ใบมะเดื่อป่า เปลือกสะเดา ใบมะม่วง ฯลฯ ใส่สารสนิมเป็นสารช่วยติด การทอด้วยกี่พื้นบ้านแบบ 4 ตะกอ ทำให้มีผิวสัมผัสที่นุ่ม และตกแต่งสำเร็จให้ผ้าสะท้อนน้ำด้วยนาโนเทคโนโลยี (ดังภาพที่ 3.20)
3. ผ้าคลุมไหล่ไหม ย้อมด้วยสีธรรมชาติ ขนาดกว้าง 65 เซนติเมตร ยาว 2 เมตร การทอด้วยกี่พื้นบ้านแบบ 4 ตะกอ ทำให้มีผิวสัมผัสที่นุ่ม และตกแต่งสำเร็จให้ผ้านุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี (ดังภาพที่ 3.21)



ภาพที่ 3.19 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโพธิ์ไทร

BURIRAM SOUVENIR

ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโพธิ์ไทร

กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโพธิ์ไทร
หมู่ที่ 7 ต.ละเวียง อ.ประโคนชัย จ.บุรีรัมย์ 31140
Silk Weaving Group at Ban Pho Sai
Moo 7, La Wa Subdistrict, Prakhon Chai District, Buriram 31140
โทร./Tel. 086-245 1236

Lavie

ภาพที่ 3.20 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโพธิ์ไทร



ภาพที่ 3.21 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโพธิ์ไทร

3.1.7 กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 6 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย ชัย มีผลิตภัณฑ์เดิมเป็นผ้าไหมและผ้าด้ายมัดหมี่รูปแบบซิ่นตีนแดงผ้าเอกลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ ย้อมด้วยสีเคมี ใช้สีพื้นเป็นสีน้ำตาลเม็ดมะขาม สีน้ำตาลเข้ม สีดำ ลายมัดหมี่ใช้สีเหลือง เข แดงสด ขาว เขียวก้านมะลิ ใช้เส้นด้ายยืนเป็นสีดำ ผ้าคลุมไหล่ด้ายและผ้าคลุมไหล่ไหมเปลือกนอก ย้อมสีเคมีหรือสีธรรมชาติ (ดังภาพที่ 3.22)

โครงการฯ ได้ส่งเสริมให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบและวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่

1. ผ้าไหมมัดหมี่ลายนกระเรียนไทย จังหวัดบุรีรัมย์ ย้อมด้วยสีเคมี ขนาดกว้าง 1 เมตร ยาว 2 เมตร และตกแต่งสำเร็จให้ผ่านนุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี (ดังภาพที่ 3.23)
2. หมวกไหมพรมถัก และกระเป๋าใส่แก้วเยติไหมพรมถัก ลายนกระเรียนไทย จังหวัดบุรีรัมย์ (ดังภาพที่ 3.24)
3. ผ้าด้ายมัดหมี่ลายนกระเรียนไทย จังหวัดบุรีรัมย์ ย้อมด้วยสีเคมี ขนาดกว้าง 1 เมตร ยาว 2 เมตร และตกแต่งสำเร็จให้ผ่านนุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี (ดังภาพที่ 3.23)



ภาพที่ 3.22 ผลิตภัณฑ์เดิมก่อนพัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 6



ภาพที่ 3.23 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 6



ภาพที่ 3.24 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 6

3.1.8 กลุ่มพัฒนาสตรีบ้านโคกเมือง (บารายไหมไทย) หมู่ที่ 9 ตำบลเขาคอก อำเภอประโคนชัย มีผลิตภัณฑ์เดิมเป็นผ้าไหมและผ้าด้ายมัดหมี่รูปแบบซิ่นตีนแดงผ้าเอกลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ ย้อมด้วยสีเคมี ใช้สีพื้นเป็นสีน้ำตาลเม็ดมะขาม สีน้ำตาลเข้ม สีดำ ลายมัดหมี่ใช้สีเหลืองเข้ แดงสด ขาว เขียวก้านมะลิ ใช้เส้นด้ายยืนเป็นสีดำ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าคลุมไหล่ด้ายและผ้าคลุมไหล่ไหมเปลือกนอก ย้อมสีเคมีหรือสีธรรมชาติ (ดังภาพที่ 3.25)



ภาพที่ 3.25 ผลิตภัณฑ์เดิมก่อนพัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 9

โครงการฯ ได้ส่งเสริมให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบและวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่

1. ผ้าไหมมัดหมี่ลายนกระเรียนไทย จังหวัดบุรีรัมย์ ย้อมด้วยสีเคมี ขนาดกว้าง 1 เมตร ยาว 2 เมตร และตกแต่งสำเร็จให้ฟ้านุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี (ดังภาพที่ 3.26)
2. ผ้าพันคอไหมสีพื้นแทรกเชิงมัดหมี่ลายนกระเรียนไทย จังหวัดบุรีรัมย์ ขนาดกว้าง 45 เซนติเมตร ยาว 2 เมตร และผ้าพันคอไหมสีมัดหมี่ ใช้เส้นไหมน้อยเพื่อให้ฟ้านุ่มพลิ้ว ขนาดกว้าง 1 เมตร ยาว 1 เมตร (ดังภาพที่ 3.27)
3. เสื้อสตรีแขนกุดตัดเย็บจากผ้าไหมสีพื้นเรียบ โดยสมาชิกในกลุ่ม (ดังภาพที่ 3.27)
4. กระเป๋าถือ และกระเป๋าใส่แก้วเย็บตัดเย็บจากผ้าไหมหางกระรอกคู่ (ดังภาพที่ 3.27)



ภาพที่ 3.26 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 9



ภาพที่ 3.27 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 9

3.1.9 วิสาหกิจทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 15 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย มีผลิตภัณฑ์เดิมเป็นผ้าไหมมัดหมี่รูปแบบขึ้นตีนแดงผ้าเอกลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ ย้อมด้วยสีเคมี ใช้สีพื้นเป็นสีน้ำตาลเข้มมะขาม สีน้ำตาลเข้ม สีดำ ปลายมัดหมี่ใช้สีเหลืองเข้ แดงสด ขาว เขียวก้านมะลิ ใช้เส้นด้ายยืนเป็นสีดำ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าขาวม้าไหม ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ด้าย ย้อมสีเคมีหรือสีธรรมชาติ ผ้าพันคอมัดย้อมด้วยสีธรรมชาติ (ดังภาพที่ 3.28)



ภาพที่ 3.28 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 15

โครงการฯ ได้ส่งเสริมให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบและวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่

1. ผ้าไหมมัดหมี่ลายนกระเรียนไทย จังหวัดบุรีรัมย์ ย้อมด้วยสีเคมี ขนาดกว้าง 1 เมตร ยาว 2 เมตร และตกแต่งสำเร็จให้ฟ้านุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี (ดังภาพที่ 3.29)
2. ผ้าพันคอถ่าย (เรยอน) มัดหมี่ลายนกระเรียนไทย จังหวัดบุรีรัมย์ ย้อมด้วยสีธรรมชาติ ขนาดกว้าง 65 เซนติเมตร ยาว 2 เมตร (ดังภาพที่ 3.30)



ภาพที่ 3.29 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 15



ภาพที่ 3.30 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 15

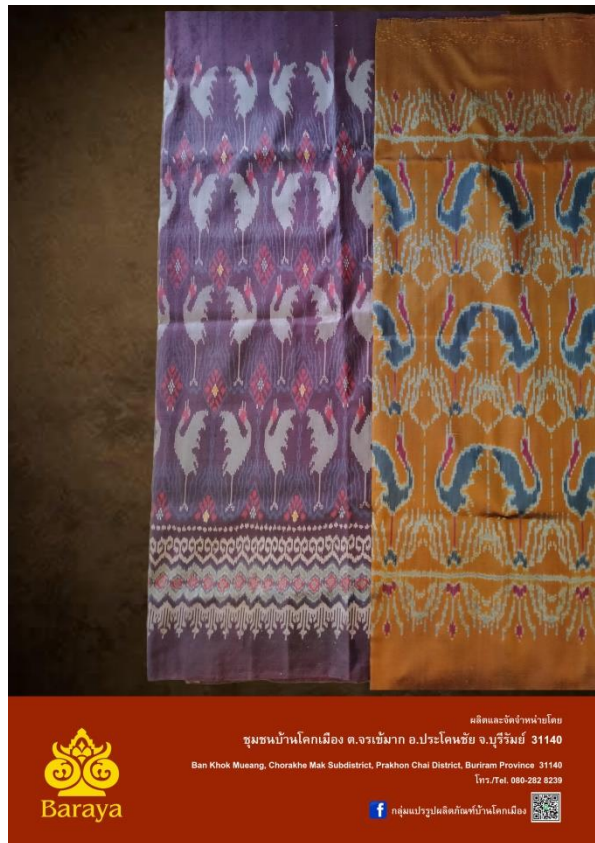
3.1.10 กลุ่มผ้าบารายพันปีบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 18 บ้านโคกเมือง ตำบลจรเข้มาก อำเภอประโคนชัย มีผลิตภัณฑ์เดิมเป็นผ้าไหมและผ้าด้ายมัดหมี่รูปแบบขึ้นตีนแดงผ้าเอกลักษณ์ของจังหวัดบุรีรัมย์ ย้อมด้วยสีเคมี ใช้สีพื้นเป็นสีน้ำตาลเม็ดมะขาม สีน้ำตาลเข้ม สีดำ ลายมัดหมี่ใช้สีเหลืองเข้ แดงสด ขาว เขียวก้านมะลิ ใช้เส้นด้ายยืนเป็นสีดำ ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าคลุมไหล่ด้ายสีพื้น ผ้าคลุมไหล่มัดย้อมด้วยสีธรรมชาติ เช่น ดอกดาวเรือง เปลือกสะเดา ใบมะม่วง ฯลฯ และหมักด้วยโคลน (ดังภาพที่ 3.31)



ภาพที่ 4.31 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 18

โครงการฯ ได้ส่งเสริมให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ด้วยการออกแบบและวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยมีการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ได้แก่

1. ผ้าไหมมัดหมี่ลายนกกกระเรียนไทย จังหวัดบุรีรัมย์ ย้อมด้วยสีเคมี ขนาดกว้าง 1 เมตร ยาว 2 เมตร และตกแต่งสำเร็จให้ฟ้านุ่มลื่นด้วยนาโนเทคโนโลยี (ดังภาพที่ 3.32)
2. เสื้อคอกลมผ้าคอบแบบมีกระดุม แปรรูปจากผ้าคลุมไหล่ด้ายย้อมสีธรรมชาติ ตกแต่งسابคอเสื้อด้วยผ้าขาวม้าย้อมสีธรรมชาติ (ดังภาพที่ 3.33)
3. พวงกุญแจนกกกระเรียนไทย จังหวัดบุรีรัมย์ แปรรูปจากผ้าทอมือ (ดังภาพที่ 3.34)



ภาพที่ 3.32 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 18



ภาพที่ 3.33 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 18



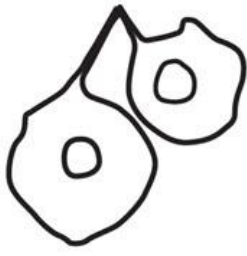
ภาพที่ 3.34 ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้พัฒนาของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 18

3.2 ผลการพัฒนาด้านการส่งเสริมทางการตลาดออนไลน์แก่กลุ่มผู้ประกอบการ

การดำเนินงานของโครงการส่งผลต่อการพัฒนาด้านการส่งเสริมทางการตลาดออนไลน์แก่กลุ่มผู้ประกอบการ ซึ่งในระหว่างดำเนินโครงการประเทศทั่วโลกรวมทั้งประเทศไทยประสบสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้มีการใช้มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม การอยู่บ้าน การทำงานที่บ้าน ฯลฯ เพื่อยับยั้งการแพร่กระจายเชื้อ ทำให้มีการปิดสถานที่เสี่ยงชั่วคราว และห้ามจัดกิจกรรมชุมชนคน ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการได้รับผลกระทบเป็นอย่างมาก เนื่องจากขาดแหล่งจำหน่ายสินค้า ตลาด งานออกร้าน งานเทศกาล การท่องเที่ยวโดยชุมชน การท่องเที่ยวในภาพรวม และที่สำคัญคือผลกระทบของโรคระบาดทำให้เกิดปัญหาด้านเศรษฐกิจในวงกว้างส่งผลต่อกำลังซื้อสินค้าทั้งภายในและภายนอกประเทศ อย่างไรก็ตามโครงการได้พัฒนาด้านการส่งเสริมทางการตลาดออนไลน์แก่กลุ่มผู้ประกอบการ ได้แก่

1. การออกแบบเครื่องหมายการค้าของกลุ่มผู้ประกอบการ และยื่นขอการรับรองจากกรมทรัพย์สินทางปัญญาผ่านสำนักงานพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 9 กลุ่ม และยื่นขอต่ออายุ จำนวน 1 กลุ่ม

- 1.1 กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโนนสว่าง หมู่ 5 บ้านโนนสว่าง ตำบลเขาคอก อำเภอประโคนชัย ได้แนวคิดการออกแบบเครื่องหมายการค้ามาจากการนำพืชพันธุ์ท้องถิ่นคือต้นประดู่ เนื่องจากเป็นพืชหลักที่กลุ่มนิยมนำมาย้อมสีเส้นด้ายไหม จึงนำส่วนของฝักที่ลักษณะเหมือนรูปโล่กำบังอันเป็นเอกลักษณ์ของต้นประดู่มาใช้ร่วมกับคำว่า “Paduaka” เพื่อให้สื่อถึงผลิตภัณฑ์ผ้าของกลุ่มที่เน้นการย้อมสีธรรมชาติ โดยเลือกสีน้ำตาลเป็นสีหลักในการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (ดังภาพที่ 3.35)



PADUAKA



PADUAKA

ภาพที่ 3.35 เครื่องหมายการค้าของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโนนสว่าง

1.2 กลุ่มทอผ้าบ้านหนองม่วง หมู่ที่ 12 บ้านหนองม่วง ตำบลบ้านไทร อำเภอบรบือ จังหวัดขอนแก่น เป็นเครื่องหมายการค้าที่พัฒนามาจากตราสัญลักษณ์เดิมของกลุ่มที่เคยมีศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6 ได้ออกแบบไว้ให้ แต่ทำการลดทอนรายละเอียด ลดการใช้สีในตราเพื่อให้จดจำได้ง่ายขึ้นโดยมีคำว่า “ม่วงไทย” เป็นอักษรประดิษฐ์วางตรงกลางวงรี และเลือกเป็นสีม่วงสด เป็นสีหลักในการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (ดังภาพที่ 3.36)



ภาพที่ 3.36 เครื่องหมายการค้าของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองม่วง

1.3 กลุ่มทอผ้าไหมบ้านตะลุงเก่า หมู่ 3 บ้านตะลุงเก่า ตำบลโคกม้า อำเภอบรบือ จังหวัดขอนแก่น เป็นเครื่องหมายการค้าที่มีแนวคิดการออกแบบจากการนำภาพถ่ายทางอากาศของเมืองตะลุงเก่าซึ่งเป็นเมืองโบราณสมัยทวารวดี โดยทำเป็นลายเส้นใช้ร่วมกับคำว่า “puntia” มาจากชื่อหมู่บ้านซึ่งเป็นภาษาถิ่น คำว่า “บันเตีย” หมายถึง บ่อม ค่าย ออกแบบให้อักษรมีเหลี่ยมคม ให้ดูแข็งแรง และเลือกสีน้ำเงินสดเป็นสีหลักในการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (ดังภาพที่ 3.37)



ภาพที่ 3.37 เครื่องหมายการค้าของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านตะลุงเก่า

1.4 วิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื้อผ้า หมู่ที่ 1 บ้านแสงโตน ตำบลแสงโตน อำเภอบรรพตพิสัย เป็นเครื่องหมายการค้าเดิมของกลุ่มที่เคยจดทะเบียนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 โดยมีคำว่า “Thanthari” ร่วมกับรูปลายไทย ซึ่งกลุ่มได้ใช้เครื่องหมายการค้านี้สื่อสารทางการตลาดจนถึงปัจจุบัน เพื่อให้เกิดความภักดีต่อตราสินค้าของผู้บริโภค จึงไม่มีการออกแบบเปลี่ยนแปลง เครื่องหมายการค้า โดยเลือกสีน้ำตาลเป็นสีหลักในการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์เพื่อสื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (ดังภาพที่ 3.38)



ภาพที่ 3.38 เครื่องหมายการค้าของวิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื้อผ้า หมู่ที่ 1

1.5 กลุ่มของใช้แปรรูปจากผ้าสามสี หมู่ที่ 5 บ้านบุ ตำบลจรเข้มาก อำเภอบรรพตพิสัย เป็นเครื่องหมายการค้าที่มีแนวคิดการออกแบบให้ดูทันสมัยเนื่องจากผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีกลุ่มวัยรุ่น วันทำงานเป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก โดยทำเป็นลายเส้นใช้ร่วมกับคำว่า “Treeraks” มาจากชื่อภาษาไทย คำว่า “ตรีรักษ์” ที่กลุ่มเคยใช้มาก่อน นำมาออกแบบเป็นอักษรประดิษฐ์มีความอ่อนช้อย โดยเลือกสีน้ำเงินสดเป็นสีหลักในการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์ (ดังภาพที่ 3.39)

TREERAKS

ภาพที่ 3.39 เครื่องหมายการค้าของกลุ่มของใช้แปรรูปจากผ้าสัมมาชีพ หมู่ที่ 5

1.6 กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโพธิ์ไทร หมู่ที่ 7 บ้านโพธิ์ไทร ตำบลละเวีย อำเภอบึงสามพัน เป็นเครื่องหมายการค้าที่พัฒนามาจากตราสัญลักษณ์เดิมของกลุ่มที่เคยมีศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 6 ได้ออกแบบไว้ให้ แต่ทำการลดทอนรายละเอียด ลดการใช้สีในตราเพื่อให้จดจำได้ง่ายขึ้นโดยมีคำว่า “La Vie” เป็นภาษาฝรั่งเศส แปลว่า การมีชีวิต ออกแบบเป็นอักษรประดิษฐ์ และเลือกสีเขียวสดเป็นสีหลักในการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์เพื่อสื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม(ดังภาพที่ 3.40)



ภาพที่ 3.40 เครื่องหมายการค้าของกลุ่มทอผ้าไหมบ้านโพธิ์ไทร

1.7 กลุ่มทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 6 กลุ่มพัฒนาสตรีบ้านโคกเมือง (บารายไหมไทย) หมู่ที่ 9 วิสาหกิจทอผ้าไหมบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 15 และกลุ่มผ้าบารายพันปีบ้านโคกเมือง หมู่ที่ 18 บ้านโคกเมือง ตำบลจระเข้มาก อำเภอบึงสามพัน เนื่องจากชุมชนได้รับการส่งเสริมสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษาในการพัฒนาตราสัญลักษณ์ ทำให้มีตรามากกว่า 9 แบบ ทำให้เกิดความสับสน กลุ่มผู้ประกอบการทั้งสี่กลุ่มได้ร่วมตกลงกันในการใช้เครื่องหมายการค้าเดียวกันเพื่อสร้างการจดจำให้ผู้บริโภคเป็นเครื่องหมายการค้าที่พัฒนามาจากตราสัญลักษณ์เดิมของชุมชนเมื่อครั้งเปิดหมู่บ้านท่องเที่ยว OVC โดยมีสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดบุรีรัมย์ ได้ออกแบบไว้ให้ นำมาใช้ร่วมกับคำว่า “Baraya” มาจากคำว่า “บาราย” อันหมายถึงแหล่งน้ำที่คู่กับปราสาทเมืองต่ำ โบราณสถานสำคัญในชุมชน และเลือกสีในเครื่องหมายเป็นสีเหลืองทองบนพื้นสีน้ำตาลแดง (ดังภาพที่ 3.41) และเลือกสีน้ำตาลแดง เป็นสีหลักในการสร้างอัตลักษณ์ของแบรนด์



ภาพที่ 3.41 เครื่องหมายการค้าของกลุ่มผู้ประกอบการบ้านโคกเมือง

2. การออกแบบและจัดทำบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ถุงกระดาษที่มีเครื่องหมายการค้าของกลุ่ม ป้ายลาเบล (Label) และป้ายแท็ก (Tag) และป้ายแผ่นพับโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการเพื่อใช้ประโยชน์ในการจำหน่ายสินค้า

3. การส่งเสริมทางการตลาดออนไลน์ในเพจ Buri Romain Craft เพจตลาดออนไลน์ราชภัฏบุรีรัมย์ และเครือข่ายผู้ประกอบการจังหวัดบุรีรัมย์ เพจ OTOP TODAY ฝากร้านขายของ เพจสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ เพจหอการค้าบุรีรัมย์ มาร์เกตเพลส และมีการจำหน่ายสินค้าผ่านการไลฟ์สด (Live) ทางเฟสบุ๊ก (Facebook) โดยการสนับสนุนของอำเภอประโคนชัย เช่น เพจของดีอำเภอประโคนชัย เพจของดีบ้านโคกเมือง เพจกลุ่มแปรรูปผลิตภัณฑ์บ้านโคกเมือง เป็นต้น ทำให้เป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 รวมถึงช่อง Youtube ของแต่ละกลุ่ม เช่น ช่อง Puntia ของกลุ่มทอผ้าบ้านตะลุงเก่า ช่อง Baraya6 ของกลุ่มทอผ้าบ้านโคกเมือง ช่อง Thanthari ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอุตสาหกรรมเสื้อผ้า หมู่ที่ 1 ช่อง ม่วงไทย ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองม่วง เป็นต้น

4. จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์เป็นคลิปวิดีโอ จำนวน 2 ตอน เพื่อเผยแพร่ในเพจ Buri Romain Craft เพจตลาดออนไลน์ราชภัฏบุรีรัมย์และเครือข่ายผู้ประกอบการจังหวัดบุรีรัมย์ เพจ OTOP TODAY ฝากร้านขายของ เพจสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์ และเพจหอการค้าบุรีรัมย์ มาร์เกตเพลส



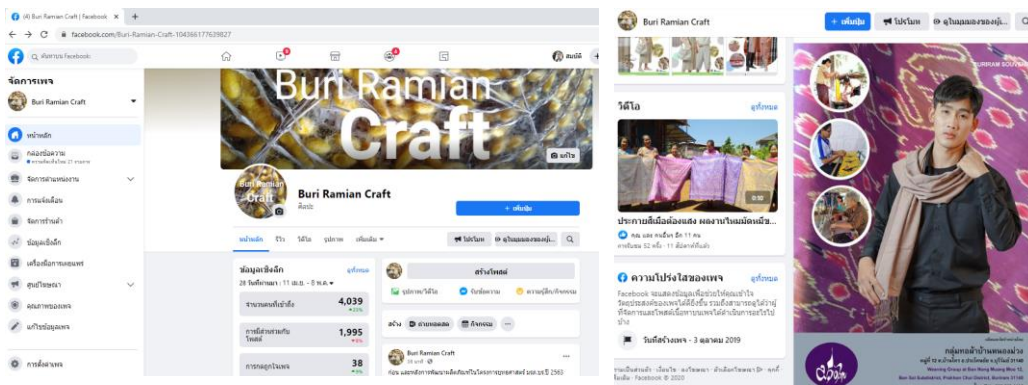
ภาพที่ 3.42 ถุงกระดาษที่มีเครื่องหมายการค้าของกลุ่ม



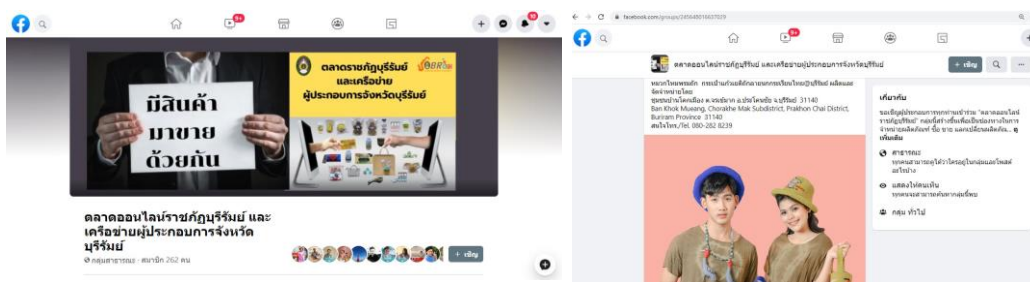
ภาพที่ 3.43 ป้ายลาเบล และป้ายแท็ก



ภาพที่ 3.44 ป้ายแผ่นพับโฆษณาประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 3.45 เพจ Buri Ramin Craft



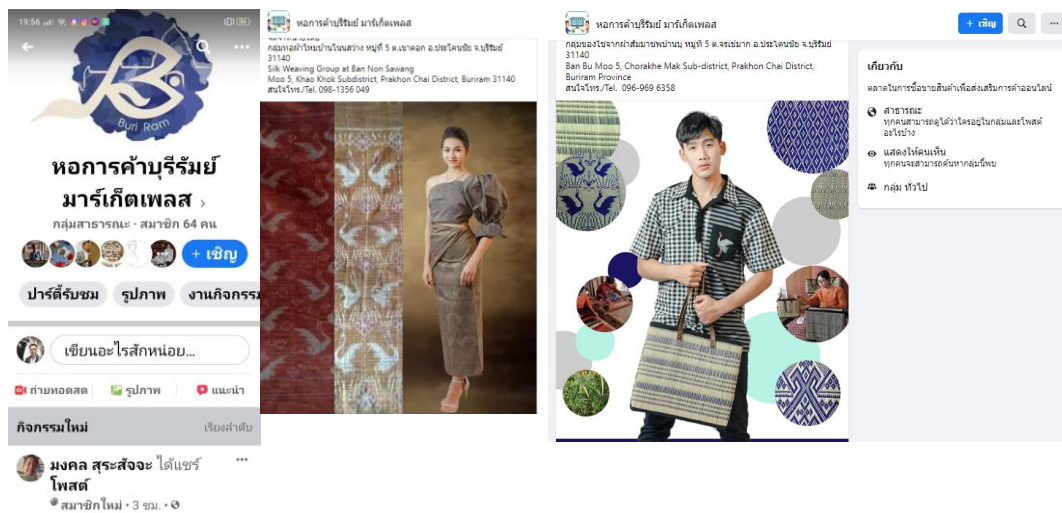
ภาพที่ 3.46 เพจตลาดออนไลน์ราชภัฏบุรีรัมย์และเครือข่ายผู้ประกอบการจังหวัดบุรีรัมย์



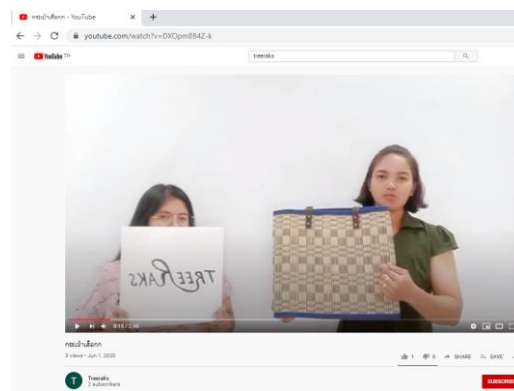
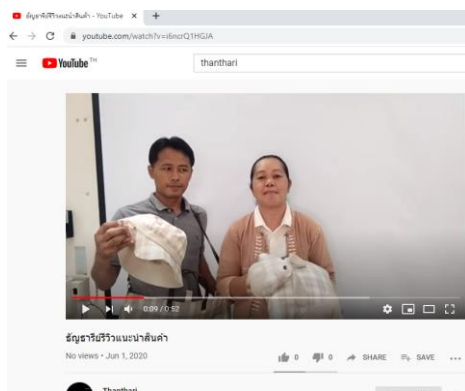
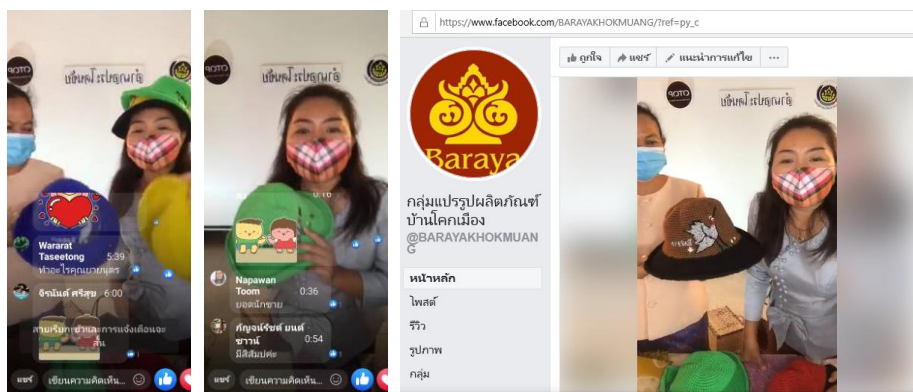
ภาพที่ 3.47 เพจ OTOP TODAY ฝาก้านขายของ



ภาพที่ 3.48 เพจสมาคมธุรกิจท่องเที่ยวจังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 3.49 เฟจหอการค้าบุรีรัมย์ มาร์เก็ตเพลส



ภาพที่ 3.43 การจำหน่ายสินค้าผ่านการไลฟ์สด

3.3 ผลการประเมินผู้เข้าร่วมกิจกรรมตามโครงการ

ในการจัดกิจกรรมตามโครงการฯ มีกลุ่มเป้าหมายเป็นสมาชิกผู้ประกอบการผ้าทอมือในอำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์ จำนวน 50 คน และเป็นทายาทผู้ประกอบการหรือเยาวชน จำนวน 20 คน รวมจำนวน 70 คน ได้ทำการประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรม โดยมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 70 คน ได้ผลดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามด้านเพศ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ชาย	3	4.3	4.3	4.3
หญิง	67	95.7	95.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 95.7)

ตารางที่ 3.2 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถามด้านอายุ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่า 20 ปี	2	2.6	2.6	2.6
21-30ปี	4	5.5	5.5	8.1
31-40ปี	8	11.0	11.0	19.1
41-50ปี	22	31.2	31.2	50.3
51-60ปี	27	38.7	38.7	89.0
61-70ปี	8	11.0	11.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 51-60 ปี (ร้อยละ 38.7) รองลงมาคืออายุระหว่าง 41-50 ปี (ร้อยละ 31.2)

ตารางที่ 3.3 ความเชี่ยวชาญในการผลิตผ้าทอมือด้านการปลูกต้นหม่อน

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เชี่ยวชาญ	25	35.7	35.7	35.7
ไม่เชี่ยวชาญ	45	64.3	64.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เชี่ยวชาญด้านการปลูกต้นหม่อนเพียง มีเพียงร้อยละ 35.7 ที่เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 3.4 ความเชี่ยวชาญในการผลิตผ้าทอมือด้านการเลี้ยงไหม

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เชี่ยวชาญ	23	32.8	32.8	32.8
ไม่เชี่ยวชาญ	56	67.2	67.2	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามไม่เชี่ยวชาญด้านการปลูกต้นหม่อนเพียง มีเพียงร้อยละ 32.8 ที่เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 3.5 ความเชี่ยวชาญในการผลิตผ้าทอมือด้านสาวไหม

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เชี่ยวชาญ	20	28.6	28.6	28.6
ไม่เชี่ยวชาญ	50	71.4	71.4	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เชี่ยวชาญด้านการสาวไหม มีเพียง ร้อยละ 28.6 ที่เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 3.6 ความเชี่ยวชาญในการผลิตผ้าทอมือด้านพอก/ลอกกาบ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เชี่ยวชาญ	10	14.3	14.3	14.3
ไม่เชี่ยวชาญ	60	85.7	85.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เชี่ยวชาญด้านการพอกหรือการลอกกาบ มีเพียงร้อยละ 14.3 ที่เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 3.7 ความเชี่ยวชาญในการผลิตผ้าทอมือด้านสีบहुก

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เชี่ยวชาญ	18	25.7	25.7	25.7
ไม่เชี่ยวชาญ	52	74.3	74.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เชี่ยวชาญด้านการสีบहुก มีเพียง ร้อยละ 25.7 ที่เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 3.8 ความเชี่ยวชาญในการผลิตผ้าทอมือด้านคันหมี่

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เชี่ยวชาญ	22	31.4	31.4	31.4
ไม่เชี่ยวชาญ	48	68.6	68.6	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เชี่ยวชาญด้านการคันหมี่ มีเพียง ร้อยละ 31.4 ที่เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 3.9 ความเชี่ยวชาญในการผลิตผ้าทอมือด้านมัดหมี่

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เชี่ยวชาญ	22	31.4	31.4	31.4
ไม่เชี่ยวชาญ	48	68.6	68.6	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เชี่ยวชาญด้านการมัดหมี่ มีเพียง ร้อยละ 31.4 ที่เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 3.10 ความเชี่ยวชาญในการผลิตผ้าทอมือด้านย้อมสี

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เชี่ยวชาญ	21	30	30	30
ไม่เชี่ยวชาญ	49	70	70	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.10 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เชี่ยวชาญด้านการย้อมสี มีเพียง ร้อยละ 30 ที่เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 3.11 ความเชี่ยวชาญในการผลิตผ้าทอมือด้านทอ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เชี่ยวชาญ	35	50.0	50.0	50.0
ไม่เชี่ยวชาญ	35	50.0	50.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.11 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามกึ่งหนึ่งมีเชี่ยวชาญด้านการทอ (ร้อยละ 50.0)

ตารางที่ 3.12 ความเชี่ยวชาญในการผลิตผ้าทอมือด้านตกแต่งสำเร็จ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid เชี่ยวชาญ	10	14.3	14.3	14.3
ไม่เชี่ยวชาญ	60	85.7	85.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.12 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เชี่ยวชาญด้านตกแต่งสำเร็จ เช่น การทำผิวสัมผัสของผ้าให้นุ่ม การทำกลิ่นให้ผ้าหอม มีเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 14.3) ที่เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 3.13 ประสบการณ์ของความเชี่ยวชาญ

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10 ปี	21	30.0	30.0	30.0
11-20 ปี	27	38.6	38.6	68.6
21-30 ปี	7	10.0	10.0	78.6
31-40 ปี	4	5.7	5.7	84.3
41-50 ปี	2	2.8	2.8	87.1
51-60 ปี	6	8.6	8.6	95.7
61 ปีขึ้นไป	3	4.3	4.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.13 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีประสบการณ์ของความเชี่ยวชาญ 11-20 ปี (ร้อยละ 38.6) รองลงมา มีประสบการณ์ ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 10 ปี (ร้อยละ 30.0)

ตารางที่ 3.14 กิจกรรมที่ 1 กลุ่มผู้ประกอบการสามารถจัดทำการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ (SWOT) เพื่อจัดทำแผนพัฒนากระบวนการผลิต

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ปานกลาง	17	23.3	23.3	23.3
มาก	39	56.7	56.7	80.0
มากที่สุด	14	20.0	20.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.14 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าในกิจกรรมที่ 1 กลุ่มผู้ประกอบการสามารถจัดทำการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ (SWOT) เพื่อจัดทำแผนพัฒนากระบวนการผลิตได้ในระดับมาก (ร้อยละ 56.7)

ตารางที่ 3.15 ในกิจกรรมที่ 2 ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการมีแบรนด์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากกลุ่มอื่น สามารถจดทะเบียนกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	0	0	0	0
น้อย	0	0	0	0
ปานกลาง	0	0	0	0
มาก	5	7.2	7.2	7.2
มากที่สุด	65	82.8	82.8	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.15 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีเห็นว่าในกิจกรรมที่ 2 ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการมีแบรนด์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากกลุ่มอื่น สามารถจดทะเบียนกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์ ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 82.8)

ตารางที่ 3.16 ในกิจกรรมที่ 3 กลุ่มผู้ประกอบการมีความสามารถระดับผลิตภัณฑ์ด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ออกแบบ และผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปแบบใหม่สำหรับตลาดสากลได้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	0	0	0	0
น้อย	0	0	0	0
ปานกลาง	0	0	0	0
มาก	3	4.3	4.3	4.3
มากที่สุด	67	95.7	95.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.16 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าในกิจกรรมที่ 3 กลุ่มผู้ประกอบการมีความสามารถระดับผลิตภัณฑ์ด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ออกแบบ และผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปแบบใหม่สำหรับตลาดสากลได้ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 95.7)

ตารางที่ 3.17 กิจกรรมที่ 4 กลุ่มผู้ประกอบการมีความสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับตลาดสากลได้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อย	8	13.3	13.3	13.3
ปานกลาง	26	36.7	36.7	50.0
มาก	33	46.7	46.7	96.7
มากที่สุด	3	3.3	3.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.17 พบว่า กิจกรรมที่ 4 กลุ่มผู้ประกอบการมีความสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับตลาดสากลได้ ในระดับมาก (ร้อยละ 46.7)

ตารางที่ 3.18 กิจกรรมที่ 5 กลุ่มผู้ประกอบการมีความสามารถออกแบบ และผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปแบบใหม่สำหรับตลาดสากลได้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อย	14	20.0	20.0	20.0
ปานกลาง	30	43.3	43.3	63.3
มาก	19	26.7	26.7	90.0
มากที่สุด	7	10.0	10.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.18 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าในกิจกรรมที่ 5 กลุ่มผู้ประกอบการมีความสามารถออกแบบ และผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปแบบใหม่สำหรับตลาดสากลได้ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 43.3)

ตารางที่ 3.19 กิจกรรมที่ 6-7 กลุ่มผู้ประกอบการได้ประโยชน์จากคำแนะนำของวิทยากรในการปรับปรุงแก้ไขการผลิต

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	0	0	0	0
น้อย	0	0	0	0
ปานกลาง	0	0	0	0
มาก	3	4.3	4.3	4.3
มากที่สุด	67	95.7	95.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.19 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าในกิจกรรมที่ 6-7 กลุ่มผู้ประกอบการได้ประโยชน์จากการติดตามการผลิตโดยได้รับคำแนะนำของวิทยากรในการปรับปรุงแก้ไขการผลิตในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 95.7)

ตารางที่ 3.20 กิจกรรมที่ 8 กลุ่มผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจและสามารถเขียนแผนทางธุรกิจได้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	7	10.0	10.0	10.0
น้อย	21	30.0	30.0	40.0
ปานกลาง	23	33.3	33.3	73.3
มาก	14	20.0	20.0	93.3
มากที่สุด	5	6.7	6.7	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.20 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าในกิจกรรมที่ 8 กลุ่มผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจและสามารถเขียนแผนทางธุรกิจได้ในระดับปานกลาง (ร้อยละ 33.3)

ตารางที่ 3.21 กิจกรรมที่ 9 กลุ่มผู้ประกอบการสามารถนำความรู้และทักษะที่ได้จากการอบรมไปใช้ในการขายออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อยที่สุด	3	4.3	4.3	4.3
ปานกลาง	19	27.1	27.1	31.4
มาก	45	64.3	64.3	95.7
มากที่สุด	3	4.3	4.3	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.21 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่ากิจกรรมที่ 9 กลุ่มผู้ประกอบการสามารถนำความรู้และทักษะที่ได้จากการอบรมไปใช้ในการขายออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook ในระดับมาก (ร้อยละ 64.3)

ตารางที่ 3.22 กิจกรรมที่ 10 กลุ่มผู้ประกอบการได้ประโยชน์จากการมีข่าวประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid น้อย	2	3.3	3.3	3.3
ปานกลาง	9	13.3	13.3	16.7
มาก	52	73.4	73.4	90.0
มากที่สุด	7	10.0	10.0	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.22 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นว่าในกิจกรรมที่ 10 กลุ่มผู้ประกอบการได้ประโยชน์จากการมีข่าวประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ ในระดับมาก (ร้อยละ 73.4)

ตารางที่ 3.23 ในภาพรวม ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจต่อกิจกรรมของโครงการนี้

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ปานกลาง	5	6.7	6.7	6.7
มาก	32	45.7	45.7	52.4
มากที่สุด	33	47.1	47.1	100.0
Total	70	100.0	100.0	

จากตารางที่ 3.30 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่พึงพอใจต่อภาพรวมของการอบรมเชิงปฏิบัติการครั้งนี้ ในระดับมากและระดับมากที่สุดรวม (ร้อยละ 47.1)

สำหรับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม มีการวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน เป็นค่า 5 ระดับคะแนน ซึ่งมีการแปลความหมาย ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	ดีมาก	เห็นด้วยที่สุด	มากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	ดี	เห็นด้วย	มาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	ปานกลาง	เห็นด้วยปานกลาง	ปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	พอใช้	เห็นด้วยน้อย	น้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	ควรปรับปรุง	เห็นด้วยน้อยที่สุด	น้อยที่สุด

ตารางที่ 3.24 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น

ประเด็น	N	Mini mum	Maxi mum	Mean	Std. Deviation
1.ในกิจกรรมที่ 1 กลุ่มผู้ประกอบการสามารถจัดทำการวิเคราะห์จุดแข็งจุดอ่อนโอกาสอุปสรรคของผลิตภัณฑ์ (SWOT) เพื่อจัดทำแผนพัฒนากระบวนการผลิต	70	3	5	3.96	.14
2.ในกิจกรรมที่ 2 ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการมีแบรนด์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ที่แตกต่างจากกลุ่มอื่น สามารถจดทะเบียนกับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดบุรีรัมย์	70	4	5	4.93	.24
3.ในกิจกรรมที่ 3 กลุ่มผู้ประกอบการมีความสามารถพัฒนาระดับผลิตภัณฑ์ด้วยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	70	4	5	4.96	.30
4.ในกิจกรรมที่ 4 กลุ่มผู้ประกอบการมีความสามารถออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่สำหรับตลาดสากลได้	70	2	5	3.44	.12
5.ในกิจกรรมที่ 5 กลุ่มผู้ประกอบการมีความสามารถออกแบบและผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปแบบใหม่สำหรับตลาดสากลได้	70	2	5	3.27	.09
6.ในกิจกรรมที่ 6-7 กลุ่มผู้ประกอบการได้ประโยชน์จากคำแนะนำของวิทยากรในการปรับปรุงแก้ไขการผลิต	70	4	5	4.96	.30
7.ในกิจกรรมที่ 8 กลุ่มผู้ประกอบการมีความรู้ความเข้าใจและสามารถเขียนแผนทางธุรกิจได้	70	1	5	2.84	.08
8.ในกิจกรรมที่ 9 กลุ่มผู้ประกอบการสามารถนำความรู้และทักษะที่ได้จากการอบรมไปใช้ในการขายออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน Facebook	70	1	5	3.64	.16
9.ในกิจกรรมที่ 10 กลุ่มผู้ประกอบการได้รับประโยชน์จากการมีข่าวประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์	70	2	5	3.91	.19
10.ในภาพรวมพึงพอใจต่อโครงการครั้งนี้	70	3	5	4.40	.14

ข้อเสนอแนะต่อโครงการในครั้งต่อไป

1. ต้องการไปศึกษาดูงานที่กลุ่มผู้ผลิตที่อำเภอนาโพธิ์

2. ต้องการลดรายมัดหมี่ใหม่ ๆ ที่ตลาดต้องการ ทันสมัย มีความน่าสนใจ มีสีสันที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม
3. ต้องการมีช่องทางการสื่อสารประจำหมู่บ้านให้มากกว่านี้
4. ต้องการอบรมความรู้ด้านการตลาด
5. ต้องการคำแนะนำการเพิ่มมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์โดยวิธีการต่าง ๆ
6. ต้องการให้มหาวิทยาลัยมีการอบรมความรู้ให้กับผู้ผลิตอย่างต่อเนื่อง ต่อยอด เช่นเดียวกับโครงการนี้ต่อไปโดยมีการติดตามและประเมินผล