



เรียนรู้เพื่อรับใช้สังคม

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

(วันที่ 15 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2564 ถึง วันที่ 15 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2565)

สัญญาเลขที่ A13F640094

การเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธง
แบบมีส่วนร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี

Productivity enhancement of handicraft entrepreneurs in Bang Sao Thong
District with creative economy and technology by participatory action

โดย อาจารย์เกษม พลายแก้ว หัวหน้าโครงการวิจัย

สังกัด คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

สนับสนุนโดยกองทุนส่งเสริม ววน. และหน่วยบพท.

วันที่ส่ง 15 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2565

รายงานฉบับสมบูรณ์ ระยะ 15 เดือน
(วันที่ 15 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2564 ถึง วันที่ 15 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2565)
สัญญาเลขที่ A13F640094

การเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธง
แบบมีส่วนร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี

Productivity enhancement of handicraft entrepreneurs in Bang Sao Thong
District with creative economy and technology by participatory action

คณะผู้วิจัย

อาจารย์เกษม พลายแก้ว	หัวหน้าโครงการวิจัย
อาจารย์ ดร.มธุรส อ่อนไทย	นักวิจัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัชวาวรรณ มีทรัพย์ทอง	นักวิจัย
อาจารย์ ดร.สุวรรณี สายสิน	นักวิจัย
อาจารย์สุเมษ เลิศจริยพร	นักวิจัย
อาจารย์ภัททิตา เลิศจริยพร	นักวิจัย
อาจารย์ยุคลธร สถาปนศิริ	นักวิจัย

สังกัด มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

สนับสนุนโดยกองทุนส่งเสริม ววน. และหน่วย บพท.

วันที่ส่ง 15 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2565

กิตติกรรมประกาศ

การดำเนินงานวิจัยเรื่อง การเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาชงแบบมีส่วนร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี สามารถดำเนินงานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เพราะได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจาก กองทุนส่งเสริม ววน. และหน่วย บพท. คณะนักวิจัยขอขอบพระคุณหน่วยงานที่ให้ทุนอุดหนุนการวิจัยในครั้งนี้ และการดำเนินการวิจัยได้รับความร่วมมือจากสมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาชง และสมาชิกของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาชง ที่เสียสละเวลาให้ข้อมูลการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลต่าง ๆ ตลอดจนให้ความร่วมมือในการดำเนินงานวิจัย ท่านเจ้าอาวาสวัดบัวโรย ท่านเจ้าอาวาสวัดศรีวารีน้อยที่เมตตาให้ความอนุเคราะห์การใช้สถานที่เพื่อการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการวิจัย นักวิจัยขอกราบขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความช่วยเหลือและสนับสนุนจนงานวิจัยสามารถดำเนินงานสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

นักวิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าผลงานวิจัยในครั้งนี้จักเป็นประโยชน์ต่อการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นในการสร้างสรรค์งานหัตถกรรมว่าวและงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาให้เกิดประโยชน์แก่ประชาชนในท้องถิ่นและประชาชนในวงกว้าง ตลอดจนการสร้างคุณค่าภูมิปัญญาของท้องถิ่นเพื่อการสืบสานงานศิลป์ถิ่นบางเสาชงสืบไป

นักวิจัย

15 กันยายน 2565

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธงแบบมีส่วนร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี โดยมีกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมงานวิจัย คือ กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง และกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง เมื่อประเมินศักยภาพการประกอบการธุรกิจหัตถกรรมของทั้งสองกลุ่มโดย SWOT พบว่า จุดแข็งคือผู้นำกลุ่มและสมาชิกมีภูมิปัญญาและความเชี่ยวชาญในการทำว่าว และหัตถกรรมจักสานผักตบชวา จุดอ่อน คือกำลังการผลิตของกลุ่มยังไม่แน่นอน และการตลาดยังอยู่ในวงจำกัด โอกาสของกลุ่ม คือการสนับสนุนของงานวิจัยพัฒนาผู้ประกอบการ และอุปสรรค คือ สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19

การเสริมศักยภาพผู้ประกอบการทั้งสองกลุ่มผ่านกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มหัตถกรรมว่าวไทยจังหวัดสมุทรสงคราม การเข้าร่วมอบรมการสร้างโมเดลทางธุรกิจ (BMC) และการสร้างคุณค่าในสินค้าและบริการ (VPC) กิจกรรมการอบรมด้านการตลาด กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี ทำให้กลุ่มคนรัก(ษ์) พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ คือ 1) ว่าวจุฬาย่อยส่วนในกรอบรูปสำหรับตั้งโต๊ะหรือแขวนผนัง 2) ว่าวจุฬาย่อยส่วนบนภาพจิตรกรรมฝาผนังพระมาลัย 3) ภาพประดับผนังลวดลายว่าว 4) ตุ้งไม้ไผ่ลวดลายของว่าว กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ คือ 1) ที่ใส่แก้วเยติลวดลายประณีต ลายตัวหนอน ลายดอกพิกุล ลายเม็ดมะยม ลายดอกแก้ว ลายไทยสามเส้น 2) กระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ดแตง 3) กระเป๋าถือสุภาพสตรีลายไขว้ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญได้ทำการประเมินผลิตภัณฑ์โดยใช้เกณฑ์ 5 ด้าน พบว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว 3 ผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เฉพาะผลิตภัณฑ์ว่าวจุฬาย่อยส่วนบนภาพจิตรกรรมฝาผนังภาพพระมาลัย ผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์ ผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และเพื่อเผยแพร่ภูมิปัญญาการทำว่าวและภูมิปัญญาการจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาแก่สาธารณชน จึงได้จัดทำคลิปเผยแพร่ในช่อง Youtube Channel “ครบเครื่องเรื่องหัตถกรรมบางเสาธง” พร้อมทั้งเผยแพร่ใน facebook : “คนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง” และ facebook : “หัตถกรรมจักสานผักตบชวาบางเสาธง”

การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวาพบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว 4 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว 3 ผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมากทุกผลิตภัณฑ์ และเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคชาวไทยต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์หัตถกรรม พบว่า อายุของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ อายุของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อภาพประดับผนังลวดลายของว่าวอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} = 0.003$) และอายุของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อที่ใส่แก้วเยติจักสานผักตบชวาอย่างมีนัยสำคัญ ($p\text{-value} = 0.026$) เมื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรม พบว่า อายุของผู้บริโภคไม่มี

ความสัมพันธ์กับสถานที่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ รายได้ของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับราคาการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และรายได้ของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์

การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง มีค่าเท่ากับ 15.41% ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น 327.27% การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงมีค่าเท่ากับ 13.06% ผู้ประกอบการรายได้เพิ่มขึ้น 81.11 % และการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัยฯ มีค่าเท่ากับ 2.95 สรุปได้ว่า การลงทุนในโครงการวิจัยการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธงแบบมีส่วนร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีเป็นโครงการที่น่าลงทุน และจากการถอดบทเรียนการดำเนินงาน พบว่าแนวทางการเสริมศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมสามารถสรุปแนวทางการดำเนินงานแบบ “B-THONG Model” ซึ่งประกอบด้วย 1) B : Bangsaothong – Cultural Business Connection (เครือข่ายธุรกิจ) 2) T : Technology (วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและภูมิปัญญา 3) H : Heart (หัวใจร่วมอนุรักษ์เพื่อสืบสานงานศิลปหัตถกรรม) 4) O : Organization (การรวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มองค์กร) 5) N : New Idea and Creative Thinking (ความคิดสร้างสรรค์) และ 6) G : Goal for Development of Cultural Product (เป้าหมายสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน)

Abstract

The research “ Productivity Enhancement of Handicraft Entrepreneurs In Bang Sao Thong District with Creative Economy and Technology by Participatory Action.” With the target group of this participatory study were “Sann Suk Bang Sao Thong Handicraft” group and “Bang Sao Thong Khon Rak Wao” After SWOT analysis of those two groups, It showed that strength was their expertise in kite making and water hyacinth handicraft working of these two products. Whereas, the weakness were uncertain group productivity and the issue of market; in aspect of supply side . Opportunity was research and development supporting and threat was the issue of COVID – 19 pandemic.

Activities for entrepreneur enhancement supporting of these 2 groups were knowledge sharing with the kite handicraft group of Samutsongkram province , participatory training in the project activities of Business Model Canvas (BMC), Value Proposition Canvas, and Marketing activities. From product development activity by utilizing creative economy and technology guidelines , the group of “Khon Rak Wao Bang Sao Thong “ came out with 4 products. They were 1) miniature Chula kite for table decoration or wall hanging, 2) miniature Chula kite on Mural paintings of Phra Malai, 3) pin up kite patterns and designs and patterns for wall decoration, and 4) bamboo structure Tung (flag) with kite patterns. There were 3 products created by “Bang Sao Thong Water Hyacinth Handicraft Group.” They were 1) Yeti cup holder with exquisite patterns of tilde, “Dok Pikul”, “Dok Kao”, “Med Mayom” (Seed Stitch) and Thai pattern three lines, 2) woman shoulder bag with Seed Stitch pattern, 3) woman handbag with interweave pattern. Expert assessment of those two groups of products based on 5 criteria to consider, it was found that 3 kite – handicraft products were at high level especially for Chula kite, miniature Chula kite on Mural paintings of Phra Malai was at the most highest level while 3 products of water hyacinth were at high level . Regarding to kite making and water hyacinth wisdoms dissemination to public, there was a clip “ Every Thing of Bang Sao Thong Handicraft” broadcasted through You tube channel and there were 2 Face book sites created on “ Khon Rak Wao Bang Sao Thong” and “Hattakam Chaksan Pak Toob Chawa Bang Soa Thong or Bang Sao Thong Water Hyacinth Handicraft.”

In terms of Thai customer satisfaction towards kite and water hyacinth handicraft products, It was found that all and each of 4 kite products and all and each of 3 water

hyacinth products were at high satisfaction. The result of relation analyzing between Thai customer age and Thai customer satisfaction towards 5 products by using Pearson Chi-Square at 0.05 significant level was that there was no relation between them whereas there was significant relation between customer age and pin up kite patterns for wall decoration (p-value =0.003) and there was also significant relation between customer age and customer satisfaction towards Yeti cup holder with water hyacinth handicraft (p-value =0.026). When analyzing relation between Thai personnel customer factors and market composition of water hyacinth handicraft products, it showed there was no relation between customer age and location of the purchased product as the same as customer income had no relation with the product prices chosen. Moreover, customer income had no relation with marketing promotion activities of those products

Regarding to Return on Investment (ROI) assessment of “Khon Rak Wao Bang Sao Thong Group” It was 15.4 percent. Entrepreneurs earned increasing income 327.27 percent. Whereas ROI assessment of the group of “San Suk Bang Sao Thong” was 81.11 percent. Entrepreneurs earned increasing income 81.11 percent. And for assessment of Social Return on Investment (SROI) of the project, it was 2.95. It could be concluded that in terms of the project investment of the research project of “Productivity Enhancement of Handicraft Entrepreneurs In Bang Sao Thong District with Creative Economy and Technology by Participatoy Investment,” it was an attractive one. From project lesson learn, it could be summarized that, to support Bang Sao Thong handicraft entrepreneurs as of a guideline of “B-THONG Model” It was composed of as follows. 1) B : Bangsaothong – Cultural Business Connection (Business network). 2) T : Technology (Science and technology and wisdom). 3) H : Heart (Heart for art and handicraft preservation and carry on). 4) O : Organization (Group organization establishment). 5) N : New Idea and Creative Thinking (Creativity and innovation) and. 6) G : Goal for Development of Cultural Product (Creativity of community cultural product as a social capital).

บทสรุปผู้บริหาร

งานวิจัยเรื่องการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธงแบบมีส่วนร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา และผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวในพื้นที่อำเภอบางเสาธง 2) เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวในพื้นที่ อำเภอบางเสาธงด้วยแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมมากกว่าร้อยละ 10 3) เพื่อใช้ Face book และ Youtube Channel เผยแพร่ประชาสัมพันธ์องค์ความรู้ภูมิปัญญาของการสร้างสรรค์งานหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธง 4) เพื่อประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุน (ROI/SROI)

กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมงานวิจัย คือ กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง มีสมาชิกเป็นกลุ่มคนในพื้นที่เทศบาลบางเสาธง โดยกลุ่มนี้มีผลิตภัณฑ์คือ หัตถกรรมจักสานผักตบชวา และกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง ซึ่งมีสมาชิกเป็นคนในพื้นที่ตำบลศีรษะจรเข้ใหญ่และตำบลบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มนี้มีผลิตภัณฑ์คือ หัตถกรรมว่าวจุฬา เมื่อประเมินศักยภาพการประกอบการธุรกิจหัตถกรรมของทั้งสองกลุ่มโดย SWOT พบว่า จุดแข็งคือผู้นำกลุ่มและสมาชิกมีภูมิปัญญาและความเชี่ยวชาญในการทำว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา จุดอ่อน คือกำลังการผลิตของกลุ่มยังไม่แน่นอน และการตลาดยังอยู่ในวงจำกัดโอกาสของกลุ่ม คือการสนับสนุนของงานวิจัยพัฒนาผู้ประกอบการ และอุปสรรค คือ สถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19

การจัดกิจกรรมเสริมศักยภาพผู้ประกอบการทั้งสองกลุ่มผ่านกิจกรรมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มหัตถกรรมว่าวไทย จังหวัดสมุทรสงคราม การเข้าร่วมอบรมการสร้างโมเดลทางธุรกิจ (BMC) และการสร้างคุณค่าในสินค้าและบริการ (VPC) กิจกรรมการอบรมด้านการตลาด ทำให้สมาชิกของกลุ่มผู้ประกอบการสรุปกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจการทำหัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ได้ 6 แนวทาง คือ 1) รวบรวมผลงานหัตถกรรมที่ผ่านมาเพื่อทำการเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง เช่น Facebook 2) เลือกลตลาดที่กลุ่มฯ ต้องการนำเสนอผลิตภัณฑ์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม 3) สร้างชื่อ ตราสินค้าและสัญลักษณ์ที่มาจากจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ 4) สร้างงานผลงานหัตถกรรมว่าวและจักสานผักตบชวาที่มีคุณค่าเพื่อเก็บเอาไว้สำหรับเป็นผลงานที่ทำให้คนรู้จัก 5) สร้างสื่อที่เผยแพร่วิธีการทำว่าวและจักสานผักตบชวา ลงเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook Youtube 6) เข้าร่วมงานแสดงนิทรรศการต่าง ๆ เพื่อสาธิตและจำหน่ายว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา

กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี ทำให้กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ คือ 1) ว่าวจุฬาย่อส่วนในกรอบรูปสำหรับตั้งโต๊ะหรือแขวนผนัง 2) ว่าวจุฬาย่อส่วนบนภาพจิตรกรรมฝาผนังพระมาลัย 3) ภาพประดับผนังลวดลายว่าว 4) ตุ๊กไม้ไผ่ลวดลายของว่าว โดยผลิตภัณฑ์หัตถกรรมทั้งหมดที่พัฒนาขึ้นนั้นอาศัยภูมิปัญญาการทำว่าวของคนบางเสาธง กล่าวคือ ใช้ไม้ไผ่สีสุกมาทำเป็นโครงว่าวและโครงผลิตภัณฑ์ จากนั้นจึงใช้เชือกถักโครง

ให้เป็นลวดลายต่าง ๆ แล้วจึงใช้กระดาษขาวมาปะติดที่โครงว่าว แล้วจึงนำลูกปลา (กระดาษอังกฤษที่มีรูปร่างลายไทยลายต่าง ๆ ซึ่งเกิดจากการใช้ตัวต่อกลาย (ตุ้ตตุ) ต่อกลายไปบนกระดาษอังกฤษ) มาปะติดไปบนกระดาษว่าวทำให้เกิดลวดลายความสวยงามตามจินตนาการสร้างสรรค์ของคนทำ

กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาชิงพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ คือ 1) ที่ใส่แก้วเยติลวดลายประณีต ลายตัวนอน ลายดอกพิกุล ลายเม็ดมะยม ลายดอกแก้ว ลายไทยสามเส้น 2) กระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ดแตง 3) กระเป๋าถือสุภาพสตรีลายไขว้ โดยการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่มฯ นั้น อาศัยภูมิปัญญาในการจักสานผักตบชวาเป็นลวดลายต่าง ๆ ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ และนักวิจัยยังได้ศึกษาการใช้สารเคมีเพื่อนำมาใช้ป้องกันการเกิดเชื้อราบนผลิตภัณฑ์หัตถกรรม พบว่าการใช้สาร 3%(w/v) Acticide CF ในตัวทำละลายแอลกอฮอล์ แล้วนำสารนี้มาทาบบนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาสามารถป้องกันการเกิดเชื้อราได้ ซึ่งเป็นแนวทางในการนำสารนี้มาใช้แทนการนำผลิตภัณฑ์ไปอบด้วยกำมะถันเพื่อป้องกันการเกิดเชื้อราตามวิธีที่ปฏิบัติที่นิยมทำกันอยู่ในปัจจุบัน ซึ่งกรรมวิธีการอบรมกำมะถันจะต้องใช้เวลาและมีความยุ่งยากกว่า และเมื่อให้ผู้เชี่ยวชาญทำการประเมินผลิตภัณฑ์ที่ทั้งสองกลุ่มผู้ประกอบการพัฒนาขึ้นโดยใช้เกณฑ์ 5 ด้านพบว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว 3 ผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก เฉพาะผลิตภัณฑ์ว่าวจุฬาย่อส่วนบนภาพจิตรกรรมฝาผนังภาพพระมาลัย ผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาทั้ง 3 ผลิตภัณฑ์ ผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก

การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวาพบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว 4 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว 3 ผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมากทุกผลิตภัณฑ์ และเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคชาวไทยต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์หัตถกรรมโดยทดสอบสถิติ Pearson Chi-Square ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 พบว่า อายุของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ อายุของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อภาพประดับผนังลวดลายของว่าวอย่างมีนัยสำคัญ (p-value =0.003) และอายุของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อที่ใส่แก้วเยติจักสานผักตบชวาอย่างมีนัยสำคัญ (p-value =0.026) เมื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคต่อส่วนประสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรม พบว่า อายุของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ รายได้ของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับราคาการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และรายได้ของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับการจัดกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์

การเผยแพร่ภูมิปัญญาการจักสานหัตถกรรมผักตบชวาของกลุ่มฯ สู่ชุมชน ดำเนินการ 2 กิจกรรม คือ 1) การอบรมการจักสานที่ใส่แก้วเยติซึ่งได้รับความสนใจจากคนในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อฝึกทักษะการจักสาน ซึ่งทุกคนสามารถจักสานที่ใส่แก้วเยติได้คนละ 1 ใบ เมื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีคะแนนเฉลี่ย 4.95 คะแนนจากคะแนนเต็ม 5 คะแนน 2) การอบรมจักสานกระเป๋าถือสุภาพสตรีซึ่งได้รับความสนใจจากคนในชุมชนเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อฝึกทักษะการจักสาน ซึ่งทุกคนสามารถจักสาน

ที่กระเป๋าคัดคนละ 1 ใบ เมื่อประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีคะแนนเฉลี่ย 4.60 คะแนนจากคะแนนเต็ม 5 คะแนน ซึ่งการจัดกิจกรรมนี้เป็นการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับภูมิปัญญาการจักสานหัตถกรรมผักตบชวาในท้องถิ่นและยังช่วยส่งเสริมให้คนในชุมชนได้ฝึกทักษะการจักสานเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่สามารถนำไปจำหน่ายสร้างรายได้เพิ่มให้กับตนเอง

การดำเนินการเผยแพร่ภูมิปัญญาการทำวาวของกลุ่มคนรัก(ษ์)วาวบางเสาชงในชุมชน ดำเนินงานใน 2 กิจกรรม คือ 1) กิจกรรมสานสายใยการเล่นวาวในชุมชน ซึ่งสร้างความสุขและความพึงพอใจให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรม ภายหลังจากที่จัดกิจกรรมนี้เมื่อเกิดสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 2) กิจกรรมเผยแพร่การทำวาวปักเป้าแก่เด็กนักเรียนโรงเรียนวัดบัวโรย ซึ่งเด็กนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมได้เรียนรู้ภูมิปัญญาการทำวาวปักเป้าและลงมือทำวาวปักเป้าด้วยตนเอง สร้างความสุขและสนุกในการเรียนรู้การทำวาวปักเป้าจากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษ เมื่อประเมินความพึงพอใจของนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมมีคะแนนเฉลี่ย 4.60 คะแนนจากคะแนนเต็ม 5 คะแนน นอกจากนี้ยังมีการจัดทำคลิปต่างเกี่ยวกับภูมิปัญญาการทำวาวและภูมิปัญญาการจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเผยแพร่ในช่อง Youtube Channel “ครบเครื่องเรื่องหัตถกรรมบางเสาชง” เผยแพร่ใน facebook : “คนรัก(ษ์)วาวบางเสาชง” และ facebook : “หัตถกรรมจักสานผักตบชวาบางเสาชง” ซึ่งเป็นช่องทางในการเผยแพร่ภูมิปัญญาการทำวาวและการทำหัตถกรรมจักสานผักตบชวาของชาวบางเสาชงแก่สาธารณชน

การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของกลุ่มคนรัก(ษ์)วาวบางเสาชงมีค่าเท่ากับ 15.41% ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น 327.27% การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาชงมีค่าเท่ากับ 13.06% ผู้ประกอบการรายได้เพิ่มขึ้น 81.11% และการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัยฯ มีค่าเท่ากับ 2.95 สรุปได้ว่า การลงทุนในโครงการวิจัยการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาชงแบบมีส่วนร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีเป็นโครงการที่น่าลงทุน และจากการถอดบทเรียนการดำเนินงาน พบว่าแนวทางการเสริมศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมสามารถสรุปแนวทางการดำเนินงานแบบ “B-THONG Model” ซึ่งประกอบด้วย 1) B : Bangsaothong – Cultural Business Connection (เครือข่ายธุรกิจวัฒนธรรม) 2) T : Technology (วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและภูมิปัญญา 3) H : Heart (หัวใจร่วมอนุรักษ์เพื่อสืบสานงานศิลปหัตถกรรม) 4) O : Organization (การรวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มองค์กร) 5) N : New Idea and Creative Thinking (ความคิดสร้างสรรค์) และ 6) G : Goal for Development of Cultural Product (เป้าหมายสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน)

Executive Summary

The objectives of the research “Productivity Enhancement of Handicraft Entrepreneurs In Bang Sao Thong District with Creative Economy and Technology by Participatory Action were 1) to assess the potential of the water hyacinth and the kite handicraft entrepreneurs in Bang Sao Thong District, Samutprakran province, 2) to increase more than 10 percent of the initial products income earning by utilizing creative economy and technology guidelines, 3) to disseminate public the handicraft creativity and wisdom of Bang Sao Thong District through Facebook and Youtube Channels, and 4) to assess the Return on Investment (ROI) and the Social Return on Investment (SROI) of these products.

The research target groups participating in this project were Sann Suk Bang Sao Thong Handicraft Group, its members were in Bang Sao Thong municipality whose products were water hyacinth handicraft ones and the group of “Khon Rak Wao Bang Sao Thong” whose members were people in Sisa Chorakhe Yai and Bang Sao Thong districts, Samutprakran province. Their products were “Wao Jula” or Jula kite. From SWOT analysis, it showed that group leader, members’ wisdoms and their expertise in kite making and water hyacinth handicraft working were strength factors of those two products. Whereas the weakness were uncertain group productivity and the issue of market; in aspect of supply side. Opportunity was research and development supporting and threat was the issue of COVID – 19 pandemic.

Activities for entrepreneur enhancement supporting of those 2 products were knowledge sharing with the kite handicraft group of Samutsongkram province, participatory training in the project activities of Business Model Canvas (BMC), Value Proposition Canvas, (VPC) and Marketing activities. The business strategies drawn from these activities were classified into 6 guidelines as following 1) gathering previous handicraft works to disseminate through various medias such as Facebook, 2) choosing target market accordance with their group preferences for adding value to their products, 3) establishing product name, logo and symbol based on their prominent points, 4) creating valuable handicraft works of kite and water hyacinth products shown as being public well-known and recognition, 5) creating online medias to public on how to make kite and how to weave water hyacinth and disseminating them through Facebook and You tube, and 6) participating in various exhibitions to demonstrate and distribute kite handicraft and water hyacinth products.

From product development activity by utilizing creative economy and technology guidelines, the group of “Khon Rak Wao Bang Sao Thong” came out with 4 products. They were 1) miniature Chula kite for table decoration or wall hanging purposes, 2) miniature Chula kite on Mural paintings of Phra Malai, 3) pin up kite designs and patterns for wall decoration, and 4) bamboo structure Tung (flag) with kite pattern. All products were developed based on kite making wisdom of Bang Sao Thong people. That was kite and product structures were made from “Sri Sook bamboo” (*Bambusa blumeana*) with braided rope in various designs and patterns. After that kite-making paper was patched on that structure followed by fingerlings (small round pieces of various Thai patterns from making “Tutoo” patterns on Rainbow paper) for collaging on kite papers in several beautiful patterns based on the creativity and the imagination of those who made them.

There were 3 products created by Bang Sao Thong water hyacinth handicraft group. They were 1) Yeti cup holder with neatly patterns of tilde, Dok Pikul, Dok Kao, Med Mayom (Seed Stitch) and Thai pattern three lines, 2) woman shoulder bag with Seed Stitch pattern, 3) woman handbag with interweave pattern. All These creative products were derived from local wisdom of water hyacinth handicraft in various outstanding unique patterns. Project researchers looked for fungicide chemical for preventing fungi for the products. It was found that 3% (w/v) Acticide CF which was lacquer solvent could be used for that replacing traditional Sulphur drying which it was more complicate and time consuming. Expert assessment of those two groups of products and entrepreneurs based on 5 criteria to consider, it showed that 3 kite – handicraft products were at high level especially for Chula kite, and miniature Chula kite on Mural paintings of Phra Malai was at the most highest level while 3 products of water hyacinth handicraft were at high level.

In terms of Thai customer satisfaction towards kite and water hyacinth handicraft products, It was found that all and each of 4 kite products all and each 3 products of water hyacinth were at high satisfaction. The result of relation analyzing between customer age and customer’s satisfaction towards products by using Pearson Chi-Square at 0.05 significant level was that there was no relation between customer age and customer satisfaction of 5 products whereas there was significant relation between customer age and pin up kite pattern (p-value =0.003) and there was also significant relation between customer age and customer satisfaction towards water hyacinth Yeti cup holder (p-value =0.026). When analyzing relation between Thai personnel customer factors and market composition of water hyacinth

handicraft products, it showed there was no relation between customer age and location to purchase them as the same as customer income had no relation with the product prices chosen. Moreover, customer income had no relation with marketing promotion activities of these products

Group handicraft wisdom disseminating to community was conducted into 2 approaches: 1) Training on Yeti cup handicraft holder which there were well community participated and every one could be able to produce 1 product for each. From participation satisfaction evaluation, it was at average score 4.95 out of 5.00. 2) Training on women handicraft handbag which was also community well attended and participated. Each of participate could be able to produce one bag. The satisfaction evaluation after attending the training, it was found the average satisfaction was at score 4.60 out of 5.00. Both training activities were for local wisdom of water hyacinth handicraft disseminating and for community handicraft skills supporting in order to distribute their produced products and to add their earning income.

For kite making wisdom dissemination to community of “Bang Sao Thong Khon Rak Wao”, they were 2 activities. 1) The event of “Community Kite participatory flying with love and care” for building community joyful and happiness after COVID -19 pandemic. 2) Dissemination and training on “Wao Pak Pao” for students of Wat Bua Roi School. Participated students who learnt “Wao Pak Pao” wisdom would have a chance of kite self-making. It encouraged learning of inherit wisdom as well as having fun and happiness by flying kites together. The result of participation satisfaction evaluation was at average 4.60 out of 5.00. Furthermore, there were clips for disseminating of kite making wisdom and water hyacinth handicraft works broadcasting on YouTube Channel “Every Thing of Bang Sao Thong Handicraft” and on 2 Facebook sites were created “Bang Sao Thong Khon Rak Wao” and “Hattakam Chaksan Pak Toob Chawa Bang Soa Thong or Bang Sao Thong Water Hyacinth Handicraft.” These 2 channels were local wisdom medias of Bang Sao Thong kite making and water hyacinth handicraft dissemination to public.

Regarding to Return on Investment (ROI) assessment of “Bang Sao Thong Khon Rak Wao Group”, it was 15.4 percent. Entrepreneurs earned increasing income 327.27 percent. For ROI assessment of the group of “San Suk Bang Sao Thong”, it was 81.11 percent. Entrepreneurs earned increasing income 81.11 percent. And for the issue of Social Return

on Investment (SROI) of the project, it was 2.95, it could be concluded that in terms of the project investment of the research project of “Productivity Enhancement of Handicraft Entrepreneurs In Bang Sao Thong, it was an attractive investment. In aspects of project lesson learn, it could be summarized that, to support Bang Sao Thong handicraft entrepreneurs as of a guideline of “B-THONG Model.” It was composed of as follows.

- 1) B : Bangsaothong – Cultural Business Connection (Business network).
- 2) T : Technology (Science and technology and wisdom).
- 3) H : Heart (Heart for art and craft preservation and carry on).
- 4) O: Organization (Group organization establishment).
- 5) N : New Idea and Creative Thinking (Creativity and innovation).
- 6) G : Goal for Development of Cultural Product (Creativity of community cultural product as a social capital).

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทคัดย่อ	ง
Abstract	ฉ
บทสรุปผู้บริหาร	ช
Executive Summary	ฎ
สารบัญ	ฅ
สารบัญรูป	ณ
สารบัญตาราง	ท
บทที่ 1 บทนำ	1
บทที่ 2 ทบทวนบริบทข้อมูล ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย	13
บทที่ 4 ผลการวิจัย	17
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย	147
บรรณานุกรม	152
ภาคผนวก	154

สารบัญรูป

	หน้า	
รูปที่ 1-1	กรอบการวิจัย	4
รูปที่ 3-1	แสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย	15
รูปที่ 4-1	การเก็บข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ห้วงโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการ หัตถกรรมว่าวบางเสาชิง	26
รูปที่ 4-2	กิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการ “แลกเปลี่ยนเรียนรู้เสริมศักยภาพการประกอบการ5 หัตถกรรมว่าวและการจัดการการตลาดกับกลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรม ว่าวไทยสมุทรสงคราม”	30
รูปที่ 4-3	ผลงานผลิตภัณฑ์ว่าวของกลุ่มหัตถกรรมว่าวไทย อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม	31
รูปที่ 4-4	การเข้าร่วมอบรมการสร้างโมเดลทางธุรกิจ (BMC) และการสร้างคุณค่าในสินค้า และบริการ (VPC)	33
รูปที่ 4-5	โมเดลทางธุรกิจ (BMC) การประกอบธุรกิจหัตถกรรมว่าวของ กลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาชิง	34
รูปที่ 4-6	โมเดลทางธุรกิจ (BMC) การประกอบธุรกิจหัตถกรรมของ กลุ่มหัตถกรรมसानสุขบางเสาชิง	35
รูปที่ 4-7	ภาพกิจกรรมอบรมและฝึกปฏิบัติ “การใช้การตลาดทำธุรกิจอย่างไรให้มี ประสิทธิผลสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน”	38
รูปที่ 4-8	ภาพกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาชิง อำเภอบางเสาชิง จังหวัดสมุทรปราการ	40
รูปที่ 4-9	ภาพขั้นตอนการขึ้นโครงผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาแบบย่อส่วนโดยใช้ไม้ไผ่สีสุก และใช้เชือกขึงทำโครงว่าว ซึ่งยังรักษารูปแบบและวิธีการทำเหมือนกับ การทำว่าวจุฬาแบบที่ทำกันอยู่	40
รูปที่ 4-10	แสดงภาพผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาที่กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาชิง สร้างสรรค์ผลงาน	41
รูปที่ 4-11	ว่าวจุฬาขนาด 75 เซนติเมตร ผลงานของสมาชิกของกลุ่มคนรัก(ษ์)จำนวน 4 คน ที่แต่ละคนสร้างสรรค์ลวดลายของลูกปลาที่นำไปติดบนกระดาษว่าว ให้มีลวดลายแตกต่างกัน	42
รูปที่ 4-12	ผลิตภัณฑ์ว่าวจุฬาของกลุ่มฯ ขนาด 75 ซม และขนาด 50 ซม (ถ่ายที่พระวิหาร หลวงพ่อดโต วัดจรเข้ใหญ่) ที่ผู้บริโภคสามารถซื้อหาไปสำหรับเล่นว่าว เพื่อการผ่อนคลาย หรือนำไปใช้ในการแข่งขันว่าว	43

สารบัญรูป (ต่อ)

	หน้า	
รูปที่ 4-13	หัตถกรรมว่าวจุฬาขนาด 50 ซม.ใส่กรอบรูปขนาด 70 x 80 ซม. ซึ่งผู้สนใจสามารถ ซื้อหาไปแขวนบนผนังเพื่อตกแต่งสำนักงาน โรงแรม อาคารบ้านเรือน	43
รูปที่ 4-14	ภาพจิตรกรรมฝาผนังภาพพระมาลัย ที่พระวิหารหลวงพ้อโต วัดจระเข้ใหญ่	47
รูปที่ 4-15	ผลงานสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง (ชุดที่ 1)	48
รูปที่ 4-16	ผลงานสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง (ชุดที่ 2)	49
รูปที่ 4-17	ผลการศึกษาลักษณะทางกายภาพของชิ้นงานหัตถกรรมที่ถักฉีตพ่นด้วยสารละลาย นาโนซิงค์ออกไซด์ 3 ความเข้มข้น	51
รูปที่ 4-18	ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ระยะเวลาช่วงวันที่ 1 ถึง วันที่ 2 ของการศึกษา) โดยการสังเกตด้วยตาเปล่า	53
รูปที่ 4-19	ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ระยะเวลาช่วงวันที่ 3 ถึง วันที่ 6 ของการศึกษา) โดยการสังเกตด้วยตาเปล่า	54
รูปที่ 4-20	การเตรียมสารละลายโซเดียมเบนโซเอท การฉีตพ่นสารเดียมเบนโซเอท บนชิ้นงานหัตถกรรม การทาแลคเกอร์บนชิ้นงานหัตถกรรม และการทาสาร Acticicde CF บนชิ้นงานผลิตภัณฑ์	55
รูปที่ 4-21	ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ระยะเวลาช่วงวันที่ 0 ถึง วันที่ 2 ของการศึกษา) โดยการสังเกตด้วยตาเปล่า	56
รูปที่ 4-22	ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ระยะเวลาช่วงวันที่ 3 ถึง วันที่ 7 ของการศึกษา) โดยการสังเกตด้วยตาเปล่า	57
รูปที่ 4-23	ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ระยะเวลาช่วงวันที่ 9 ถึง วันที่ 14 ของการศึกษา) โดยการสังเกตด้วยตาเปล่า	58
รูปที่ 4-24	ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ระยะเวลาวันที่ 0 ถึง วันที่ 2 ของการศึกษา) โดยการบันทึกภาพใต้น้ำกล้องจุลทรรศน์	59
รูปที่ 4-25	ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ระยะเวลาวันที่ 3 ถึง วันที่ 7 ของการศึกษา) โดยการบันทึกภาพใต้น้ำกล้องจุลทรรศน์	60
รูปที่ 4-26	ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ระยะเวลาวันที่ 9 ถึงวันที่ 14 ของการศึกษา) โดยการบันทึกภาพใต้น้ำกล้องจุลทรรศน์	61
รูปที่ 4-27	ภาพกิจกรรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตกระดาษจากผักตบชวา	63
รูปที่ 4-28	การย้อมสีเส้นผักตบชวาและลำต้นผักชวากับขมิ้นชันและไม้ฝาง	66
รูปที่ 4-29	สมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง	67
รูปที่ 4-30	ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา ที่ใส่แก้วเยติลายไขว้ธรรมด	68

สารบัญรูป (ต่อ)

	หน้า	
รูปที่ 4-31	ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา ที่ใส่แก้วเยติลวดลายต่าง ๆ	71
รูปที่ 4-32	ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระเป๋าสู่ภาพสตรีจักสานผักตบชวาของ กลุ่มหัตถกรรมसानสุขบางเสาธง	72
รูปที่ 4-33	(ร่าง) ภาพโลโก้แบบที่ 1 และแบบที่ 2 ของสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว	73
รูปที่ 4-34	(ร่าง) ภาพโลโก้แบบที่ 3 ของสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว	74
รูปที่ 4-35	ป้ายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว (ขนาด 2 x 3.5 นิ้ว)	75
รูปที่ 4-36	(ร่าง) ภาพโลโก้แบบที่ 1 และแบบที่ 2 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา	76
รูปที่ 4-37	(ร่าง) โลโก้แบบที่ 3 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา	77
รูปที่ 4-38	ป้ายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ขนาด 2 x 3.5 นิ้ว)	78
รูปที่ 4-39	ภาพบรรยากาศการกิจกรรมการอบรมการจักสานที่ใส่แก้วเยติจากผักตบชวา	79
รูปที่ 4-40	ภาพการกิจกรรมการอบรมการจักสานกระเป๋าสู่ภาพสตรีจากผักตบชวา	81
รูปที่ 4-41	ภาพการออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่มฯ	84
รูปที่ 4-42	ภาพการพูดคุยระหว่างกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธง และท่านเจ้าอาวาส	85
รูปที่ 4-43	ภาพการพูดคุยกับตัวแทนของตลาดจริงใจ ซึ่งตลาดใจเปิดโอกาสให้ ผู้ประกอบการนำสินค้าไปจำหน่าย	86
รูปที่ 4-44	ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาที่ร่วมจัดแสดงในงานเพื่อให้ผู้บริโภคชาวเงิน ประเมินความพึงพอใจ	109
รูปที่ 4-45	ภาพบรรยากาศในงาน “GTEC : DIGITAL CHINA CONFERENCE”	110
รูปที่ 4-46	ภาพบรรยากาศผู้บริโภคชาวเงินประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมว่าวจุฬาในงาน “GTEC : DIGITAL CHINA CONFERENCE”	111
รูปที่ 4-47	ภาพบรรยากาศผู้บริโภคชาวเงินเยี่ยมชมผลิตภัณฑ์สินค้าหัตถกรรม ว่าวจุฬาในงาน “GTEC : DIGITAL CHINA CONFERENCE”	111
รูปที่ 4-48	ภาพการจัดกิจกรรม“ร่วมใจสานสายใยการทำว่าวและเล่นว่าวในชุมชน”	114
รูปที่ 4-49	ภาพการจัดกิจกรรมการเผยแพร่การทำว่าวปักเป้าแก่เด็กนักเรียนโรงเรียนวัดบัวโรย	117
รูปที่ 4-50	การออกบูทของกลุ่มหัตถกรรมसानสุขและกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงในงานการ จัดแสดงผลการดำเนินงานโครงการฯ หมู่บ้านรักษาศีล 5	119
รูปที่ 4-51	การลงพื้นที่ถ่ายภาพนิ่ง ถ่ายวิดีโอทัศน์และเก็บข้อมูลภูมิปัญญาการทำว่าวของ กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง	120

สารบัญรูป (ต่อ)

	หน้า
รูปที่ 4-52 การลงพื้นที่ถ่ายภาพนิ่ง ถ่ายวิดีโอที่ศันและเก็บข้อมูลภูมิปัญญาการทำหัตถกรรม จักสานผักตบผักตบชวาของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง	121
รูปที่ 4-53 การถ่ายภาพนิ่งผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อ นำไปใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์	121
รูปที่ 4-54 ภาพหน้าเพจเฟซบุ๊ก “คนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง	122
รูปที่ 4-55 ภาพหน้าเว็บช่อง Youtube Channel “ครบเครื่องเรื่องหัตถกรรมบางเสาธง”	123
รูปที่ 4-56 กิจกรรมการบูรณาการการวิจัยกับการเรียนการสอนรายวิชาผู้นำและมนุษย์ สัมพันธ์ทางธุรกิจ	146

สารบัญตาราง

		หน้า
ตารางที่ 4-1	ข้อมูลการบริหารจัดการของกลุ่มหัตถกรรม สานสุขบางเสาชิง	17
ตารางที่ 4-2	ข้อมูลการบริหารจัดการของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาชิง	18
ตารางที่ 4-3	ผลการวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาชิง	20
ตารางที่ 4-4	ผลการวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาชิง	21
ตารางที่ 4-5	ผลการประเมินการจذبกรมการจักสานที่ใส่แก้วयेติจากผักตบชวา	80
ตารางที่ 4-6	ผลการประเมินการจذبกรมการจักสานกระเป๋าสุภาพสตรีจากผักตบชวา	82
ตารางที่ 4-7	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์	89
ตารางที่ 4-8	ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาจำนวน 3 ผลิตภัณฑ์	91
ตารางที่ 4-9	จำนวน และค่าร้อยละของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ	94
ตารางที่ 4-10	จำนวน และค่าร้อยละของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ	94
ตารางที่ 4-11	จำนวน และค่าร้อยละของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม คุณวุฒิการศึกษา	95
ตารางที่ 4-12	จำนวน และค่าร้อยละของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ	96
ตารางที่ 4-13	จำนวน และค่าร้อยละของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้	96
ตารางที่ 4-14	จำนวน และค่าร้อยละของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์ การซื้อหัตถกรรม	97
ตารางที่ 4-15	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว	98
ตารางที่ 4-16	ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา	100
ตารางที่ 4-17	ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาด้านราคา ด้านสถานที่ การจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด	101
ตารางที่ 4-18	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับความพึงพอใจต่อ ผลิตภัณฑ์ว่าวจุฬาย่อยส่วนในกรอบรูป ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05	103

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4-19	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ว่าวบนภาพจิตรกรรมพระมาลัย ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05	103
ตารางที่ 4-20	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ภาพประดับลอยของว่าวจุฬา ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05	104
ตารางที่ 4-21	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ตุ้มไม้ไผ่ลอยของว่าวจุฬา จทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05	104
ตารางที่ 4-22	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ใส่แก้วเยติจักสานผักตบชวา ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05	105
ตารางที่ 4-23	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับความพึงพอใจผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระเป๋าสีสุภาพสตรีลายไขว้ ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05	106
ตารางที่ 4-24	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับความพึงพอใจผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระเป๋าสบายสุภาพสตรีลายเม็ดแตง ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05	106
ตารางที่ 4-25	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับสถานที่จำหน่ายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05	107
ตารางที่ 4-26	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับกับราคาการซื้อของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05	108

สารบัญตาราง (ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 4-27	แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับการส่งเสริม การตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญ ทางสถิติ 0.05	108
ตารางที่ 4-28	ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อสินค้า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬา	112
ตารางที่ 4-29	ผลความคิดเห็นของนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมเผยแพร่การทำ ว่าวปักเป้าให้แก่เด็กนักเรียนโรงเรียนวัดบัวโรย	116
ตารางที่ 4-30	รายละเอียดการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง	125
ตารางที่ 4-31	รายละเอียดการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา	128
ตารางที่ 4-32	การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัย การเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธงแบบมีส่วนร่วม ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี	132

บทที่ 1

บทนำ

สัญญาเลขที่	A13F640094
ชื่อโครงการ	การเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธงแบบมีส่วนร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี
หัวหน้าโครงการ	อาจารย์เกษม พลายแก้ว
หน่วยงานต้นสังกัด	มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ
ระยะเวลาดำเนินการ	วันที่ 15 เดือน พฤษภาคม พ.ศ. 2564 ถึง วันที่ 15 เดือน สิงหาคม พ.ศ. 2565
งบประมาณดำเนินการ	240,000 บาท

1) ที่มาและความสำคัญของโครงการ (ระบุหลักการเหตุผลและระบุสาเหตุที่ต้องดำเนินการวิจัย (โดยสังเขป))

สืบเนื่องจากในปี พ.ศ. 2562-2563 คณะผู้วิจัยได้ดำเนินงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนา กลุ่มหัตถกรรมจักสานผักตบชวาแบบมีส่วนร่วม อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ” ภายใต้ชุดโครงการวิจัย “การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสองฝั่งคลอง พื้นที่อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ” มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ได้รับทุนพัฒนาโครงการวิจัย (Project development grant) ภายใต้ชุดโครงการ “มหาวิทยาลัยกับการขับเคลื่อนศิลปะและวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่” ครั้งที่ 3 จากสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.) ซึ่งผู้วิจัยได้ให้ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาวิจัยครั้งต่อไปในหลายประเด็นและหนึ่งประเด็น คือ “ควรมีการพัฒนาผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมในอำเภอบางเสาธงด้วยแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เพื่อให้เกิดการรวมกลุ่มอย่างเข้มแข็ง สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการทางวัฒนธรรมเพื่อสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน และส่งเสริมการประกอบการเพื่อสังคมที่นำไปสู่นวัตกรรมชุมชน” เนื่องด้วยจากผลการดำเนินงานวิจัยที่ผ่านมา ได้มีการรวมกลุ่มกันของผู้ที่สนใจทำหัตถกรรมจักสานผักตบชวา และใช้ชื่อกลุ่มว่า “กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง” ซึ่งได้พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาจำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ และได้เริ่มนำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไปทดลองวางจำหน่าย ณ ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อย และตลาดน้ำเรือบิน ซึ่งสินค้าหัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่มได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคเป็นอย่างดี สามารถสร้างรายได้ให้กับสมาชิกของกลุ่มฯ แต่อย่างไรก็ตาม ภายหลังจากเกิดสถานการณ์โควิด-19 สมาชิกของกลุ่มได้รับผลกระทบ โดยประธานของกลุ่มฯ ให้ข้อมูลสภาพการดำเนินงานของกลุ่มว่า

“ตอนนี้กลุ่มหัตถกรรมไม่สามารถนำสินค้าไปจำหน่ายที่ตลาดน้ำเรือบินและตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อยได้ ทำให้รายได้ของกลุ่มลดลง สมาชิกของกลุ่มมีความเดือดร้อนเนื่องจากรายได้ลดลง กลุ่มมีความประสงค์อยากเพิ่มช่องทางการขายสินค้าหัตถกรรมแบบออนไลน์ และอยากพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่มให้มีความหลากหลายขึ้นและตอบโจทย์ความต้องการของผู้ซื้อ” (สมลักษณ์ เชาวันสินธุ์,

16 มกราคม 2564 : สัมภาษณ์) ดังนั้น จึงเห็นได้ว่าด้วยผลกระทบจากสถานการณ์ของการแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 ทางกลุ่มสมาชิกหัตถกรรมสานสุขบางเสาะงมีความต้องการเพิ่มศักยภาพของกลุ่มให้มากขึ้นทั้งการบริหารจัดการกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาให้มีความโดดเด่นสวยงามเป็นเอกลักษณ์เพื่อให้เป็นที่สนใจของผู้บริโภค ช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม นอกจากนี้ จากการดำเนินของกลุ่มฯ ที่ผ่านมายังพบว่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาบางรายการที่มีเชื้อราเกิดขึ้นที่ผลิตภัณฑ์ ซึ่งโดยปรกติในกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาในขั้นตอนสุดท้ายจะใช้วิธีการนำผลิตภัณฑ์มาอบด้วยกำมะถันเพื่อฆ่าเชื้อราซึ่งเป็นกรรมวิธีที่ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาใช้กันอยู่ทั่วไป ดังนั้นทางกลุ่มฯ ก็จึงมีความประสงค์ต้องการหาทางเลือกใหม่ ๆ ด้วยการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเกิดเชื้อราบนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์กรรมจักสานผักตบชวาด้วยการนำเส้นผักตบชวามาย้อมด้วยสีจากพืชในธรรมชาติ แล้วนำเส้นผักตบชวานี้ไปใช้ในการจักสานเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่มีสีสันสวยงามแบบการย้อมสีธรรมชาติก็จะสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

นอกจากนี้แล้ว ในการดำเนินงานวิจัยที่ผ่านมา ทีมวิจัยได้สำรวจพบข้อมูลมรดกทางวัฒนธรรมในพื้นที่อำเภอบางเสาะงพบว่า มีคนกลุ่มหนึ่งที่มีการรวมตัวกันแบบหลวม ๆ สืบทอดภูมิปัญญาการทำว่าวจุฬาและว่าวปักเป้า จากรุ่นบรรพบุรุษ วิธีการการทำว่าวจุฬาและว่าวปักเป้าจะใช้ไม้ไผ่ที่ขึ้นอยู่ในพื้นที่อำเภอบางเสาะงนำมาทำเป็นโครงร่างของว่าว ซึ่งต้องใช้ภูมิปัญญาในการทำเพราะถ้าทำโครงว่าวไม่สมส่วน ว่าวก็จะไม่สามารถนำไปเล่นให้ว่าวลอยอยู่ในท้องฟ้าได้ การทำว่าวของกลุ่มนี้จะเน้นการทำว่าวจุฬาและว่าวปักเป้าเนื่องด้วยคนกลุ่มนี้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาการทำว่าวจุฬาและว่าวปักเป้ากำลังจะสูญหายไป จึงได้ช่วยกันอนุรักษ์วิธีการทำว่าวทั้งสองชนิดนี้ไว้ นอกจากนี้ ยังสามารถนำว่าวทั้งสองชนิดนี้ไปเล่นแข่งขันกันได้สร้างความสนุกสนานและเชื่อมความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มคนที่อยู่ในแต่ละหมู่บ้านได้ด้วย ซึ่งปัจจุบันในพื้นที่อำเภอบางเสาะง คนกลุ่มนี้จะมีการเล่นว่าวระหว่างเดือนมีนาคม-เดือนเมษายนของทุกปี เมื่อนักวิจัยได้ไปสัมภาษณ์แกนนำของกลุ่มคนทำว่าวได้ให้ข้อมูลว่า

“การทำว่าวจุฬาและว่าวปักเป้าเป็นภูมิปัญญาของคนบางเสาะง ซึ่งปัจจุบันมีการรวมตัวของคนที่สนใจในพื้นที่ ในอนาคตกลุ่มของเรานี้มีความประสงค์อยากรวมตัวกันจัดตั้งเป็นกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าว เพื่อสืบทอดภูมิปัญญาการทำว่าว การเล่นว่าวในเชิงกีฬาการแข่งขัน และอยากเผยแพร่ให้คนภายนอกได้รู้จักการทำว่าวของคนบางเสาะง และทางกลุ่มยังอยากเอาภูมิปัญญาการทำว่าวจุฬาและว่าวปักเป้ามาสร้างสรรค์ให้เป็นสินค้าของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายสร้างรายได้ หากมีการพัฒนาวิธีการทำให้ได้ว่าวจุฬาและว่าวปักเป้าให้มีขนาดย่อส่วนลงจนสามารถนำมาเป็นสินค้าหัตถกรรมไปประดับตามผนังบ้านหรือทำเป็นสินค้าของที่ระลึกแบบอื่น ๆ

ซึ่งนอกจากจะสร้างรายได้ให้คนในบางเสาชงแล้วยังจะช่วยให้คนภายนอกพื้นที่ได้รับรู้ว่า อำเภอบางเสาชงมี ว้าวจุฬาและว้าวปักเป้าเป็นของของดีทุนวัฒนธรรมในพื้นที่” (แก่ง ชาติชาย, 5 มกราคม 2564 : สัมภาษณ์)

ซึ่งจากการประเมินเบื้องต้น กลุ่มคนทำว้าวมีการรวมตัวกันเข้มแข็งระดับหนึ่ง ซึ่งมีความเป็นไปได้ที่จะพัฒนาการรวมกลุ่มกันเพื่อจะพัฒนาการทำว้าวจุฬาและว้าวปักเป้าให้เป็นสินค้าหัตถกรรม โดยกลุ่มคนทำ ว้าวกลุ่มนี้มีภูมิปัญญาในการทำว้าวอยู่แล้ว ถ้ามีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เช่น การนำ พืชในท้องถิ่น เช่น ผักตบชวา ฐปถุณี เป็นต้น มาผลิตเป็นกระดาษที่มีความสวยงามและมีความเป็นเอกลักษณ์ ของท้องถิ่นโดยเทคโนโลยีที่เหมาะสมกับชุมชน แล้วนำกระดาษนี้ไปใช้ทำว้าวแทนกระดาษ ทำว้าวซึ่งส่วนใหญ่ เป็นกระดาษที่ผลิตมาจากเมืองจีน การใช้กระดาษที่ทำจากพืชในท้องถิ่นจะทำให้ได้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว้าว ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์และสามารถนำไปจำหน่ายเพิ่มรายได้ จากการศึกษาของนักวิจัย พบว่ากลุ่ม หัตถกรรมบางเสาชงที่รวมตัวกันทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา และกลุ่มคนทำว้าวที่รวมตัวกันแบบ หลวม ๆ นั้นมีศักยภาพในการรวมกลุ่มกันเพื่อทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของอำเภอบางเสาชง ซึ่งถ้าได้รับการ เสริมศักยภาพของการประกอบการ ย่อมมีโอกาสที่จะได้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่สามารถนำไปวาง จำหน่ายสร้างรายได้ให้กับสมาชิกในกลุ่ม ด้วยเหตุนี้ คณะผู้วิจัยจึงได้จัดทำโครงการวิจัยเรื่อง “การเพิ่ม ศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาชงแบบมีส่วนร่วม ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี” เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการให้สามารถผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่มีคุณภาพดีและสามารถ จำหน่ายสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชนได้เพิ่มขึ้น

2) วัตถุประสงค์

1. เพื่อประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา และผู้ประกอบการหัตถกรรมว้าว ในพื้นที่อำเภอบางเสาชง
2. เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ผู้ประกอบการหัตถกรรมว้าวในพื้นที่ อำเภอบางเสาชงด้วยแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมมากกว่าร้อยละ 10
3. เพื่อใช้ Face book และ Youtube Channel เผยแพร่ประชาสัมพันธ์องค์ความรู้ภูมิปัญญาของ การสร้างสรรค์งานหัตถกรรมในอำเภอบางเสาชง
4. เพื่อประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุน (ROI/SROI)

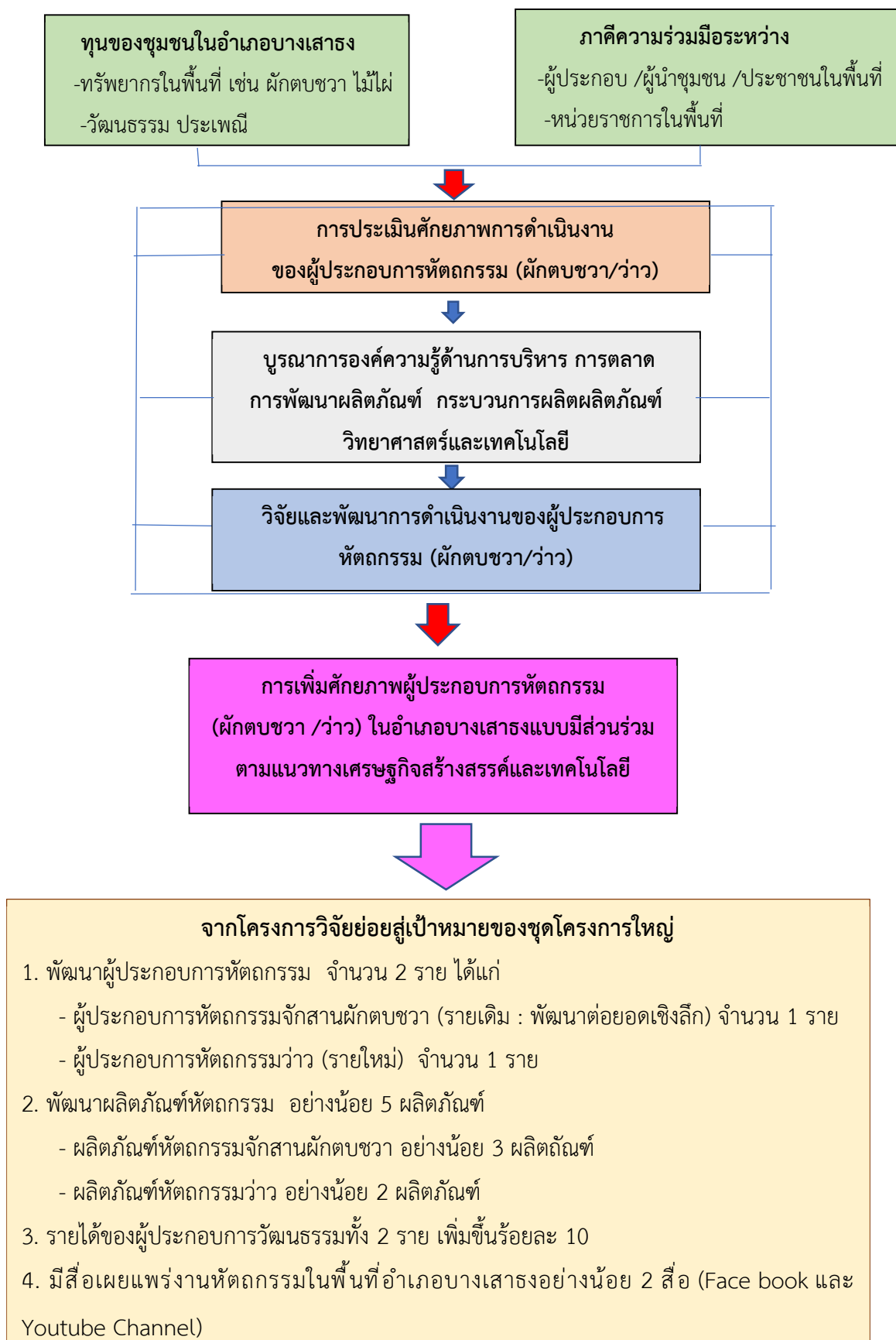
3) ขอบเขตการดำเนินงาน (ระบุกลุ่มเป้าหมายและพื้นที่ดำเนินการ)

กลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวาจำนวน 1 กลุ่ม อยู่ในเขตพื้นที่ เทศบาลบางเสาชง อำเภอบางเสาชง และกลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมว้าวจำนวน 1 ราย อยู่ในเขตพื้นที่ ตำบลศิระชะระเข้ใหญ่ อำเภอบางเสาชง

พื้นที่ดำเนินการ คือ ตำบลศิระชะระเข้ใหญ่ และเทศบาลบางเสาชง อำเภอบางเสาชง จังหวัดสมุทรปราการ

4) กรอบการวิจัย

รูปที่ 1-1 กรอบการวิจัย



5) ผลผลิต ผลลัพธ์

ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้น (Outcome)
1. มีข้อมูลการบริหารจัดการของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา และว่าว	1. นักวิจัยจากมหาวิทยาลัยและผู้ประกอบการด้านหัตถกรรม ผู้นำชุมชนได้ร่วมกันพัฒนาและสร้างนวัตกรรมหัตถกรรม เพื่อสร้างรายได้ของคนในชุมชนและยังอนุรักษ์วัฒนธรรมด้านหัตถกรรมในชุมชนบางเสาชิงให้ดำรงอยู่
2. ผู้ประกอบการหัตถกรรมผักตบชวาและว่าวในอำเภอบางเสาชิงได้รับการเสริมศักยภาพการประกอบการหัตถกรรม	2. เกิดนวัตกรรมด้านหัตถกรรมในบางเสาชิง แบบมีส่วนร่วม
3. มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาและหัตถกรรมว่าว จำนวนอย่างน้อย 5 ผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปวางจำหน่ายให้กับผู้บริโภคได้	
4. มีองค์ความรู้ของการผลิตกระดาษจากผักตบชวาที่ผู้ประกอบการสามารถนำไปทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว	3. ผู้ประกอบการสามารถผลิตกระดาษจากผักตบชวาเพื่อนำไปทำว่าว
5. มี Facebook และ Youtube Channel เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในอำเภอบางเสาชิง	4. ประชาชนทั่วไปได้รับทราบเกี่ยวกับองค์ความรู้ของการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวาในอำเภอบางเสาชิง

บทที่ 2

ทบทวนบริบทข้อมูล ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.แนวคิด ทฤษฎี และสมมติฐานงานวิจัย

1.1 แนวคิดความเป็นผู้ประกอบการ

ศุภชัย เหมือนโพธิ์ (2561 : 133) ได้สรุปแนวคิดความเป็นผู้ประกอบการว่า เป็นบุคคลที่ทำหน้าที่ในการใช้โอกาสที่มีอยู่ในตลาดและมีการจัดหาและนำทรัพยากรมาใช้ประโยชน์ปฏิบัติงานเพื่อให้เกิดความคุ้มค่า และต้องเป็นผู้ริเริ่มยอมรับความเสี่ยงในการลงทุน โดยรวบรวมผสมผสานปัจจัยการผลิตทั้งหลายเข้าด้วยกัน และนำความรู้ ประสบการณ์ การผลิต การจัดการที่เหมาะสม จัดการให้เกิดการผลิตสินค้า การจำหน่ายหรือ การให้บริการ โดยคุณลักษณะผู้ประกอบการสามารถแบ่งได้ 8 ด้าน (เรณูมาศ กุละศิริมา ,2559 : 17) คือ 1) เป็นผู้เฝ้าหาความสำเร็จ 2) เป็นผู้มีความรับผิดชอบ 3) เป็นผู้ยอมรับความเสี่ยง 4) เป็นผู้มีความเชื่อมั่นในตนเอง 5) เป็นผู้ตอบสนองเร็ว 6) เป็นผู้มีความยืดหยุ่นอดทน 7) เป็นผู้มีความซื่อสัตย์ 8) เป็นผู้มีความรู้ และประสบการณ์

1.2 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

พิริยะ ผลวิรุฬห์ (2556 : 3-4) ได้อธิบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) คือ กระบวนการหรือกิจกรรม (Processor Activity) โดยเกิดจาก 2 ส่วนปัจจัยหลักด้วยกัน คือ (1) ทักษะปัญญาหรือองค์ความรู้และ (2) ทักษะการประยุกต์นำความคิดสร้างสรรค์ (หรือองค์ความรู้) นั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในเชิงพาณิชย์ โดย (1) ทักษะปัญญา (Intellectual Capital) สามารถอยู่ในรูปแบบของ “ฐานความรู้เดิม” หรือ “ความรู้ใหม่” ที่จะสามารถนำไปใช้ต่อยอดความคิด โดยทุนในลักษณะนี้สามารถเกิดได้จากทุนมนุษย์ (Human Capital) เช่น ศึกษาและการฝึกอบรมที่นำมาสู่ความคิดใหม่ ๆ ทุนทางวัฒนธรรม (Culture Capital) เช่น วัฒนธรรมดั้งเดิมของไทย และทุนทางสังคม (Social Capital) เช่น ขนบธรรมเนียมและองค์ความรู้ในท้องถิ่น เป็นต้น (2) ทักษะการประยุกต์ (Adaptive Skills) ได้แก่ ทักษะที่สนับสนุนการนำองค์ความรู้และทุนทางปัญญานั้นมาประยุกต์ให้เกิดการผลิต/บริการที่สามารถสร้างคุณค่า/มูลค่าได้อย่างเป็นรูปธรรม “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” อันประกอบไปด้วยคำว่า (1) เศรษฐกิจ (Economy) และ (2) สร้างสรรค์ (Creative) ซึ่งจะเกิดขึ้นได้ต้องมีทั้งสองส่วนนี้เกิดคู่กัน การมีเพียงความคิดสร้างสรรค์ (หรือองค์ความรู้) แต่เพียงอย่างเดียวไม่สามารถสร้าง ระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ถ้าความคิดนั้นไม่ได้นำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ แก่ผู้สร้างสรรค์การนำความคิดเข้าไปประสานกับการดำเนินธุรกิจทำให้เกิดการต่อยอด ไปสู่ทั้งการสร้าง “ความแตกต่าง” ซึ่งจะส่งผลต่อการ “สร้างมูลค่า” และท้ายที่สุด เป็นการ “สร้างคุณค่า”

1.3 แนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจด้วยคุณค่าของวัฒนธรรมไทย

นลินี ทองประเสริฐ (2556: 18) ได้กล่าวถึงแนวความคิดการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์มุ่งไปที่การเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการด้วยการนำคุณค่าของวัฒนธรรมไทย มาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ ซึ่งการนำคุณค่าของวัฒนธรรมไทยมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในเชิงพาณิชย์นั้น มีองค์ประกอบที่น่าสนใจอยู่ 3 ประการคือ

1) ความเข้าใจในคุณค่าของวัฒนธรรมอย่างลึกซึ้ง ทั้งในด้านประวัติ ความเป็นมา อารมณ์ และแรงบันดาลใจที่หล่อเลี้ยงคุณค่านั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งคุณค่าความเป็นไทย ความเข้าใจในประวัติศาสตร์ ความเข้าใจในคุณค่าเหล่านี้เมื่อนำมาประกอบกับเรื่องราวและเหตุการณ์แวดล้อมที่หล่อหลอมคุณค่าความเป็นไทยย่อมสามารถสร้างคุณค่าในสายตาผู้บริโภค และมูลค่าในตัวสินค้าและบริการจะเพิ่มขึ้นตามมา

2) ความสามารถในการรับรู้ความต้องการเบื้องต้นของผู้บริโภค เหตุผลของการบริโภค ประโยชน์ที่ได้รับในเชิงกายภาพ อารมณ์ จิตใจและจิตวิญญาณ ความเข้าใจที่ยังลึกถึงกันยิ่งของความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภคเป็นประเด็นสำคัญของการอยู่รอดของธุรกิจในยุคที่มีการแข่งขันอย่างรุนแรง ซึ่งความต้องการพื้นฐานของมนุษย์ เช่น ความต้องการที่จะประกาศความเป็นตัวตน สถานภาพ ความคิดเห็น และความชื่นชม ความต้องการการได้รับการยอมรับว่าเป็นคนมีความสามารถ คนดี คนเด่นของสังคม เป็นสิ่งที่ผู้ประกอบการต้องเข้าใจและรู้จักหาโอกาสจากความต้องการเหล่านี้

3) ความสามารถในการเชื่อมคุณค่าของดั้งเดิม ความเป็นตัวตนเข้ากับความทันสมัยอย่างกลมกลืน โดยครบถ้วนทั้ง 3 ด้านคือ รูปแบบที่เป็น รสนิยม และสมัยนิยม

1.4 แนวคิดการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research : PAR)

อมาวสี อัมพันศิริรัตน์ (2560 :193) ได้อธิบายว่าวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research/ PAR) เป็นการแสวงหาความรู้เพื่อความเข้าใจและพัฒนา สิ่งต่าง ๆ โดยการเปลี่ยนแปลง หัวใจสำคัญคือการ เก็บรวบรวมข้อมูล การสะท้อนคิดที่นักวิจัยและผู้ ร่วมวิจัย (participant) ทำไปด้วยกัน ดังนั้นจึงเกิด ความเข้าใจและพัฒนาการปฏิบัติร่วมกันภายใต้ สถานการณ์ที่ค้นพบด้วยตัวเอง กระบวนการสะท้อนคิดเป็นทิศทางที่เชื่อมโยงกับการปฏิบัติ กระบวนการของวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ควรต้องมีการเสริมพลังอำนาจและนำไปสู่ การให้ประชาชนรู้สึกอยู่เหนือการถูกควบคุมในการดำเนินชีวิต ดังนั้น การวิจัยเชิงปฏิบัติการจึงเป็นรูปแบบของการทำความเข้าใจและปรับปรุงสถานการณ์เฉพาะที่พบว่ามีปัญหาหรือช่องว่างระหว่างทฤษฎี กับการปฏิบัติ นโยบายกับการปฏิบัติ และการวิจัยกับการปฏิบัติงานจริง การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) มีนัยอยู่ 3 ประการคือคือ (1) การวิจัย เพื่อให้ได้ความรู้ (2) การปฏิบัติการ เพื่อใช้ความรู้และสะท้อนผลการปฏิบัติที่มีที่มาจากการใช้ความรู้และ (3) การมีส่วนร่วม ที่มีความหมายของการเป็นเจ้าของการเปลี่ยนแปลงการสร้างความรัก ความผูกพัน และความหวังในกระบวนการเปลี่ยนแปลง ซึ่งประกอบด้วยเปลี่ยนแปลง 3 อย่าง คือ (1) พัฒนาจิตสำนึกอย่างมีวิจารณ์ญาณของนักวิจัยและผู้ร่วมวิจัย (2) พัฒนาชีวิตของผู้มีส่วนร่วมในกระบวนการวิจัย และ (3) เปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางสังคมและความสัมพันธ์

ทางสังคม เป็นการวิจัยที่เริ่มต้นจากคนที่หนึ่ง มาสู่คนที่สองและมาสู่คนที่สาม หรือตลอดจนสร้าง การเปลี่ยนแปลงระดับมหภาค

1.5 แนวคิดเกี่ยวกับนวัตกรรมเพื่อชุมชน

พิชิตา นิปุณณะ (มปป. : 2) ได้อธิบายว่า นวัตกรรมเพื่อชุมชน คือการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และนวัตกรรม มาเป็นเครื่องมือในการสร้างสรรค์และออกแบบนวัตกรรมเพื่อขับเคลื่อนและพัฒนาชุมชน โดยเป็นการพัฒนาทางด้านการวิจัยที่นำไปสู่การใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาใน ท้องถิ่น โดยความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน

ซึ่งจากการดำเนินงานวิจัยในเฟส 1 ในระยะเวลาที่ผ่านมา กลุ่มหัตถกรรมสานสุขซึ่งประกอบการ การผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา นักวิจัยพบปัญหาว่ามีเชื้อราเกิดขึ้นกับชิ้นงานผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมบางชิ้นงาน ซึ่งส่งผลทำให้ไม่สามารถนำชิ้นงานไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภคได้ โดยปกติผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาจะใช้วิธีการนำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไปอบฆ่าเชื้อราด้วยผงกำมะถัน ประมาณ 2-3 วัน แล้วจึงนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่าย การเกิดเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมผักตบชวาเป็นปัญหา ของกลุ่มฯ ที่จะต้องได้รับการแก้ไข และเนื่องจากนักวิจัยนั้นมีศาสตร์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จึงมีความสนใจหาแนวทางการใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมที่ชุมชนสามารถนำมาใช้เพื่อป้องกันการเกิดเชื้อรา บนชิ้นงานผลิตภัณฑ์

โดยแนวคิดเรื่องการนำวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้เพื่อแก้ปัญหาเรื่องนี้ จะเป็นการประยุกต์ใช้ เทคโนโลยีด้านโลหะนาโน (เช่น โลหะทอง โลหะเงิน โลหะแพลตตินัม) และโลหะออกไซด์นาโน (เช่น สารไทเทเนียมออกไซด์(TiO_2) สารแมกนีเซียมออกไซด์ (MgO) สารคอปเปอร์ออกไซด์ (CuO) และสารซิงค์ ออกไซด์ (ZnO) เป็นต้น ซึ่งสารเหล่านี้ได้ถูกนำไปใช้ในงานภาคอุตสาหกรรมการผลิตต่าง ๆ มากมาย สำหรับ อุตสาหกรรมกลุ่มสิ่งทอมีการใช้อนุภาคนาโนซิลเวอร์ (อนุภาคของเงิน) ในการกำจัดกลิ่นอันไม่พึงประสงค์ ในเสื้อผ้า โดยใช้ปริมาณน้อยมากแต่สารเหล่านี้มีฤทธิ์ยับยั้งเชื้อจุลินทรีย์พวกอีโคโลน (E. coli : เป็นจุลินทรีย์ ก่อให้เกิดโรคท้องร่วง) และ Staphylococcus aureus ได้ดี (ฉัตร ผลนาค, 2017) นอกจากนี้อนุภาคนาโน ซิงค์ออกไซด์เป็นอีกหนึ่งตัวที่นำมาใช้กับวัสดุสิ่งทอและมีคุณสมบัติด้านทานเชื้อแบคทีเรียและเชื้อรา เช่นเดียวกับอนุภาคนาโนซิลเวอร์ แต่ต้นทุนถูกกว่าและยังแสดงสมบัติที่โดดเด่นอื่น ๆ อีกหลายประการ เช่น การทำความสะอาดตัวเองด้วยกระบวนการโฟโตคะตะไลติก (photocatalytic self-cleaning) ป้องกันรังสียูวี (UV protection) เพิ่มคุณสมบัติความไม่ชอบน้ำ (hydrophobicity) เป็นต้น

ในเบื้องต้น นักวิจัยมีแนวคิดการแก้ปัญหาเรื่องการเกิดเชื้อราบนผลิตภัณฑ์ด้วยการนำสารซิงค์ออกไซด์ (ZnO) มาใช้เป็นสารป้องกันการเกิดเชื้อรา สารซิงค์ออกไซด์ (ZnO) เป็นสารที่นำมาใช้ประโยชน์กันอย่าง กว้างขวาง เช่น นำมาทำเป็นส่วนผสมในครีมทากันแดด เป็นต้น สารซิงค์ออกไซด์ (ZnO) สามารถซื้อได้จาก

บริษัทที่จำหน่ายอยู่ในท้องตลาดและราคาไม่แพง (commercially available) แนวคิดเรื่องนี้จะนำสารซิงค์ออกไซด์เป็นสารสำคัญในการฆ่าเชื้อรา และใช้กระบวนการผสมกับเส้นใยสิ่งทอแบบง่าย คือวิธี จุ่มเคลือบ (dip-coating) และอาจมีการใช้สารเคมีตัวอื่นบ้าง แต่ควรใช้สารเคมีนั้นให้มีปริมาณน้อยและเหมาะสมกับวิถีชุมชนมากที่สุด ซึ่งต้องมีการศึกษาทดลองในห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์ ในเรื่องทั้งปริมาณสารต่าง ๆ ที่ใช้ เทคนิคและกระบวนการการผสมกับเส้นใย ระยะเวลาที่ใช้ รวมทั้งประสิทธิภาพในการยับยั้งเชื้อรา ซึ่งในปัจจุบันได้มีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการจุ่มเคลือบ เช่น การเคลือบอนุภาคนาโนซิงค์ออกไซด์บนเส้นใยผ้าโพลีเอสเตอร์ที่ผ่านการบำบัดด้วยต่างก่อน (Nourbakhsh, Montazer, & khandaghabadi, 2016) และการเพิ่มคุณสมบัติไม่ชอบน้ำ (superhydrophobic) และต้านเชื้อแบคทีเรียลงบนผ้าฝ้ายด้วยอนุภาคนาโนซิงค์ออกไซด์ และอีอกทาเดคาเนธิโอล (octadecanethiol) (Ghasemi, Seyfi, & Asadollahzadeh, 2018) ซึ่งแนวคิดการใช้สารซิงค์ออกไซด์มาป้องกันการเชื้อราบนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาจะต้องมีการทำการทดลองในห้องปฏิบัติการวิทยาศาสตร์จนทราบผลของการยับยั้งเชื้อรา จากนั้นจึงจะถ่ายทอดเทคโนโลยีนี้ให้ผู้ประกอบการหัตถกรรมนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.6 แนวคิดเรื่องผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI)

สฤณี อาชวานันทกุล และภัทรพร แยมลลอ (2560 : 107) ได้อธิบายว่าผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment : SROI) คือ เครื่องมือที่ใช้ในส่วนสุดท้ายสำหรับกิจการที่ต้องการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมให้ถึงระดับ “มูลค่า” และแสดงความคุ้มค่าของการลงทุนในกิจการเพื่อสร้างผลลัพธ์ทางสังคม SROI หมายถึง การนำผลลัพธ์ทางสังคมในด้านต่าง ๆ ที่กิจการสร้าง มาคำนวณหา “มูลค่าเทียบเท่า (monetized value) แล้วเปรียบเทียบกับมูลค่าทางการเงินของต้นทุนที่ใช้ไปในการดำเนินกิจการ เพื่อดูว่ากิจการสร้างผลลัพธ์ทางสังคมคิดเป็นมูลค่าประมาณเท่าไรต่อเงินทุก 1 บาทที่ลงทุนไป

การประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI) เป็นวิธีการประเมินที่ช่วยองค์กรในการทำความเข้าใจ และหาขนาดของมูลค่าทางสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจที่องค์กรสร้างขึ้นเพื่อผลลัพธ์ทางสังคม แนวคิด SROI นั้น ประยุกต์มาจากแนวคิดเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคม (social accounting) และการวิเคราะห์หาต้นทุนและผลประโยชน์ (cost-benefit analysis) ซึ่งเป็นแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์แบบดั้งเดิมที่เป็นการวิเคราะห์ผลตอบแทนทางการเงินจากการลงทุน เป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพทางการเงินทั่วไปเปรียบเทียบประสิทธิภาพของการลงทุนผ่านอัตราส่วนหรือเปอร์เซ็นต์ ผลตอบแทนจากการลงทุนในเชิงบวกชี้ว่ามีกำไรสุทธิทางการเงินที่เกิดขึ้นจริงหรือคาดหวังจากการลงทุนเท่าไร ไม่ได้คำนึงถึงในการรวมผลตอบแทนทางสังคมอื่น ๆ เช่น สังคม สิ่งแวดล้อม หรือค่านิยมทางวัฒนธรรมที่ถูกสร้างขึ้นสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่แตกต่างกัน (โชติกา ภาชีผล, 2560 :343)

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ธวัชชัย บุญมีและคณะ (2555) ศึกษาการวิจัยและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพการบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอกและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ โดยใช้วิธีการสำรวจเก็บข้อมูลด้วยการสำรวจ ออกแบบสอบถาม สัมภาษณ์และสนทนากลุ่ม โดยศึกษาวิจัย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มหัตถกรรมบ้านสลีปังจัยแก้วกว้าง และกลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร พบว่า โดยประเด็นแรกคือ การประเมินศักยภาพของกลุ่มก่อนและหลังเข้าร่วมวิจัย สำหรับกลุ่มกลุ่มหัตถกรรมบ้านสลีปังจัยแก้วกว้าง ผลประเมินด้านการบริการบริหารจัดการ ประกอบด้วย ด้านการวางแผน ภาพรวมของกลุ่มอยู่ในระดับดี ด้านการดำเนินการ ภาพรวมของกลุ่มมีศักยภาพอยู่ในระดับดี ด้านการตรวจสอบ ภาพรวมอยู่ในระดับดี ด้านการปรับปรุงแก้ไข ภาพรวมอยู่ในระดับดี ผลการประเมินด้านการตลาด ภาพรวมก่อนเข้าร่วมโครงการวิจัย ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ภายหลังเข้าร่วมโครงการ ภาพรวมอยู่ในระดับดี ผลการประเมินด้านการผลิต ภาพรวมก่อนเข้าร่วมโครงการ อยู่ในระดับปานกลาง ภายหลังเข้าร่วมโครงการ อยู่ในระดับดี สำหรับกลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ผลประเมินด้านการบริการบริหารจัดการ ประกอบด้วย ด้านการวางแผน ภาพรวมของกลุ่มอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการดำเนินการ ภาพรวมของกลุ่มมีศักยภาพอยู่ในระดับปานกลาง ด้านการตรวจสอบ ภาพรวมอยู่ในระดับดี ด้านการปรับปรุงแก้ไข ภาพรวมอยู่ในระดับดี ผลการประเมินด้านการตลาด ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการประเมินด้านการผลิต ภาพรวมก่อนเข้าร่วมโครงการ อยู่ในระดับปานกลาง ภายหลังเข้าร่วมโครงการ อยู่ในระดับดี ประเด็นที่สอง ผลการบูรณาการองค์ความรู้ด้านการตลาด ด้วยการทำการตลาดออนไลน์ และมีการพัฒนาและสร้างตราสินค้า บรรจุภัณฑ์และการออกแบบ โลโก้ สื่อแสดงเอกลักษณ์ของกลุ่ม สื่อที่จะใช้ ณ จุดขาย สามารถเพิ่มศักยภาพทางการตลาดในการแข่งขันที่ยั่งยืน ประเด็นที่สาม ผลการวิจัยและพัฒนาการผลิต สำหรับกลุ่มหัตถกรรมบ้านสลีปังจัยแก้วกว้าง มีการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านพันผ้า เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และออกแบบให้มีความแตกต่างจากเดิม กลุ่มแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร มีการอบรมให้ความรู้ด้านการสุขาภิบาลอาหารและพัฒนาคุณภาพอาหาร และกลุ่มมีการเตรียมความพร้อมที่จะขอรับรองมาตรฐานอาหาร เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) หรือมาตรฐานอาหารและยา (อย.)

นลินี ทองประเสริฐและคณะ (2556) ศึกษาการเพิ่มศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ใช้ทรัพย์สินทางวัฒนธรรมไทย : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลของกลุ่มผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 2 ที่มีศักยภาพในการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มาดำเนินการวิเคราะห์ถึงความเชื่อมโยงทางธุรกิจ ทั้งด้านการผลิต การค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในท้องที่ การวิจัยเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory action research) โดยมีกลุ่มเข้าร่วมวิจัยจำนวน 4 กลุ่ม คือ 1) วิสาหกิจชุมชนพัฒนาสตรีบ้านศรีฐาน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้า จังหวัดยโสธร 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนลุ่มน้ำเซ ผู้ผลิตผ้า จังหวัดอำนาจเจริญ

3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มทอผ้าไหม ผู้ผลิตผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า จังหวัดศรีสะเกษ 4) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านทอผ้าและตัดเย็บ หมู่ 13 จังหวัดอุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมมีศักยภาพในการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเฉพาะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้ามีภูมิปัญญาในการทอผ้าที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน สำหรับการวิเคราะห์ความเชื่อมโยงทางธุรกิจทั้งด้านการผลิตและการค้า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพสูง พบว่า การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนควรมีการสร้างเชื่อมโยง 2 ระดับ คือ ระดับการผลิต และระดับการค้า ซึ่งงานวิจัยได้ชี้ให้เห็นว่า การสร้างเชื่อมโยงทางธุรกิจจะช่วยให้เกิดความเข้มแข็งทางการตลาด และมีข้อเสนอแนะให้พัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยการใช้วัสดุในธรรมชาติในท้องถิ่นมาเป็นวัสดุในการทอ และควรให้สีในการทอให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาดภายในประเทศและภายนอกประเทศ นอกจากนี้ยังสามารถเพิ่มคุณค่าบนผืนผ้าทอโดยค้นหาภูมิปัญญาในการผลิตและนำทรัพย์สินวัฒนธรรม 4 อย่างมาใช้ ได้แก่ 1) ประวัติศาสตร์ของเมืองหรือท้องถิ่น 2) วัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ 3) ตำนาน ความเชื่อ เรื่องเล่าของท้องถิ่น 4) นิเวศน์วัฒนธรรม เช่น นำทักษะฝีมือการทอผ้าขาวม้าและเก็บขิดมาใช้ร่วมกัน เป็นต้น

อนุสรณ์ สิ้นสะอาด (2561) ศึกษาการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกล้วยกวนกะทิสดแม่อุบล โดยมุ่งเน้นการวิจัยเทคโนโลยีเป็นฐานซึ่งมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อหาแนวทางกระบวนการผลิตและกระบวนการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์และแนวทางการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า 2) เพื่อสร้างนวัตกรรมเครื่องตัดกล้วยกวนและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ซึ่งได้ดำเนินการวิจัยโดย 1) ศึกษาบริบทของชุมชนและความต้องการของกลุ่มอาชีพ 2) ออกแบบนวัตกรรมเครื่องตัดกล้วยกวนเพื่อลดต้นทุนของผลิตภัณฑ์ 3) ทดสอบประสิทธิภาพของเครื่องตัดกล้วยกวน 4) ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดเทคโนโลยีสู่การปฏิบัติการ ผลจากการศึกษาวิจัยพบว่า เครื่องตัดกล้วยกวนเมื่อเทียบความสามารถกับแรงงานคน 1 คน ในเวลา 1 ชั่วโมงนั้น เครื่องตัดกล้วยกวนสามารถตัดกล้วยกวนได้เฉลี่ย 2,360 ชิ้น คน 1 คนสามารถตัดกล้วยกวนได้เฉลี่ย 196.8 ชิ้น ซึ่งแสดงให้เห็นว่าเครื่องตัดกล้วยกวนมีประสิทธิภาพในการตัดกล้วยกวนมากกว่าการใช้แรงงานคน และได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิตประกอบด้วย ความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ราคาต้นทุนการผลิต แหล่งจำหน่ายช่องทางการจำหน่าย กลุ่มผู้ซื้อ และปัจจัยในการเลือกซื้อ นำมาเป็นข้อมูลสำหรับการพัฒนาบุคลิกภาพของผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้รูปแบบขององค์ประกอบของสี สัญลักษณ์ ภาพ ตัวอักษร และนำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์จำนวน ได้ทั้งหมดจำนวน 5 รูปแบบ

เรณูมาศ กุละศิริมา (2559) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารในเมืองพัทยา โดยกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการฯให้สามารถประกอบธุรกิจร้านอาหาร /ภัตตาคารให้ได้มาตรฐาน และช่วยยกระดับคุณภาพอาหารในท้องถิ่นพัทยาให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต การทดลองทำอาหารโดยใช้การปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม การถอดบทเรียนจากการจัดกิจกรรม การอภิปรายโดยใช้กระบวนการกลุ่ม ซึ่งผลการวิจัยพบว่า แนวทางในการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการมีดังนี้ 1) พัฒนาทีมงานการจัดการความรู้ภูมิปัญญา

อาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา 2) พัฒนาข้อมูลและระบบข้อมูลการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา 3) พัฒนาระบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา 4) พัฒนาแหล่งเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหารเมืองพัทยา 5) พัฒนาการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการตลาดในการประกอบการธุรกิจอาหารท้องถิ่นเมืองพัทยา

บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย

3.1 วิธีการศึกษา

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพื้นที่ (Area-based research) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาะตรงแบบมีส่วนร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี ซึ่งการศึกษาวิจัยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาะตรง ซึ่งมีผลิตภัณฑ์คือ หัตถกรรมจักสานผักตบชวา และกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาะตรง ซึ่งมีผลิตภัณฑ์คือ หัตถกรรมว่าวจุฬา

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาะตรง จำนวน 5 คน ซึ่งอยู่ในพื้นที่เทศบาลตำบลบางเสาะตรง อำเภอบางเสาะตรง จังหวัดสมุทรปราการ และกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาะตรง จำนวน 5 คน ซึ่งอยู่ในพื้นที่เทศบาลตำบลศิระจรเข้้น้อย อำเภอบางเสาะตรง จังหวัดสมุทรปราการ

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

- 1) การรวบรวมข้อมูลเอกสาร (Documentary Search) และรายงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) แบบบันทึกการสังเกต (Observation)
- 3) แบบสอบถามผู้บริโภคร (Questionnaire)
- 4) แบบประเมินผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่กลุ่มผู้ประกอบการพัฒนาขึ้น
- 5) แนวคำถามการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)
- 6) แนวคำถามการสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion)

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และสถิติ Pearson Ch-Square เพื่อทดสอบสมมติฐาน

3.5 ขั้นตอนการดำเนินโครงการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และทำการทดลองปฏิบัติการทางวิทยาศาสตร์เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม โดยมีวิธีการดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย ดังนี้

การดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 คือ เพื่อประเมินศักยภาพของผู้ประกอบหัตถกรรมจักสานผักตบชวา และ ผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวในพื้นที่อำเภอบางเสาธง ดำเนินงานดังนี้

1.1 ลงพื้นที่ เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก (Interview) และเก็บข้อมูลการบริหารจัดการ การดำเนินงานกับ ผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธง ได้แก่ กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง (ผู้ประกอบการหัตถกรรมหัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่ได้มีการรวมตัวจัดตั้งกลุ่มมาประมาณ 1 ปีแล้ว) กลุ่มคนทำว่าว (กลุ่มคนที่สนใจทำว่าว แต่ยังไม่มีการรวมตัวจัดตั้งเป็นกลุ่มอย่างเป็นทางการ แต่มีกิจกรรมการทำว่าวอยู่แล้ว)

1.2 การประชุมกลุ่มย่อยกับผู้ประกอบการเพื่อประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา และผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าว

1.3 สรุปและประเมินศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา และผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าว

การดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวในพื้นที่ อำเภอบางเสาธงด้วยแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมมากกว่าร้อยละ 10

2.1 ระดมความคิดเห็นแนวทางเพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าว

2.2 อบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการบริหารจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาตราสินค้า การตลาด การเพิ่มศักยภาพของกลุ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ การใช้เทคโนโลยี

2.3 เก็บข้อมูลของผู้บริโภคเกี่ยวกับความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาและสินค้าหัตถกรรม

2.4 ทำการทดลองในห้องปฏิบัติการการใช้เทคโนโลยีเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ทำการทดลองในห้องปฏิบัติการเพื่อศึกษาการใช้สารเคมีที่เหมาะสมเพื่อป้องกันการเกิดเชื้อราที่ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา และทำการทดลองเบื้องต้นการย้อมสีเส้นใยผักตบชวากับพืชที่ให้สีในธรรมชาติ

2.5 จัดกิจกรรมอบรมถ่ายทอดความรู้การใช้เทคโนโลยีในการผลิตกระดาษจากผักตบชวาให้กับผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวและผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อนำกระดาษมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

2.6 พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวแบบมีส่วนร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี

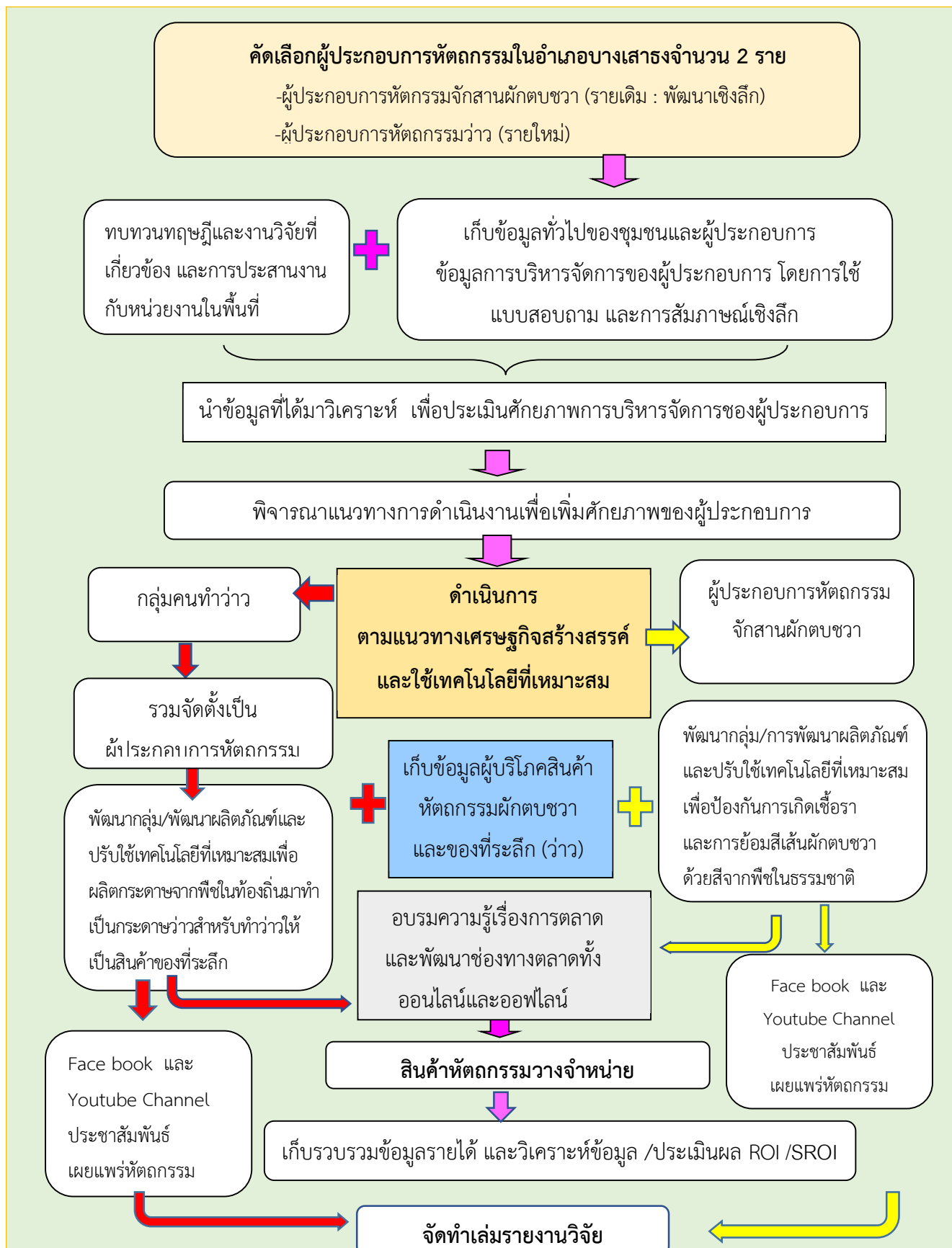
2.7 ประเมินผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่กลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวและผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวาพัฒนาขึ้นโดยผู้เชี่ยวชาญ

2.8 จัดอบรมองค์ความรู้การตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมด้านการตลาด

2.9 ทดลองจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา และหัตถกรรมว่าวแก่ผู้บริโภค และเก็บข้อมูลรายได้จากการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมในแต่ละครั้ง

2.10 เก็บข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของผู้บริโภคโดยใช้แบบสอบถาม

รูปที่ 3- 1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย



ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

รูปที่ 3-1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

การดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 คือ เพื่อใช้ Facebook และ Youtube Channel เผยแพร่ประชาสัมพันธ์องค์ความรู้ภูมิปัญญาของการสร้างสรรค์งานหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธง

3.1 รวบรวมองค์ความรู้และภูมิปัญญาการทำหัตถกรรมผักตบชวาและหัตถกรรมว่าวใน อ.บางเสาธง

3.2 จัดทำ Facebook และ Youtube Channel เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้และภูมิปัญญาการทำหัตถกรรมผักตบชวาและหัตถกรรมว่าวในพื้นที่อำเภอบางเสาธง

การดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 คือ เพื่อประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและ สังคม

จากการลงทุน (ROI/SROI)

4.1 จัดทำแบบฟอร์มแผนที่ผลลัพธ์ของโครงการ โดยกำหนดวัตถุประสงค์และการระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักของโครงการวิจัย

4.2 รวบรวมผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้อง

4.3 การคำนวณผลตอบแทนทางสังคมและประเมินผลการนำไปใช้

4.4 นำเสนอผลการตอบแทนจากการลงทุน (ROI และ SROI) ของโครงการวิจัย

ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย “การเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธงแบบมีส่วนร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี” สามารถสรุปการดำเนินงานได้ดังรูปที่ 3-1

3.6 พื้นที่การดำเนินงานโครงการวิจัย

ดำเนินการวิจัยในเขตพื้นที่อำเภอบางเสาธงจังหวัดสมุทรปราการ โดยมีกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวาจำนวน 1 กลุ่ม อยู่ในเขตพื้นที่เทศบาลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง และกลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวจำนวน 1 กลุ่ม อยู่ในเขตพื้นที่ตำบลศิระชะระเข้ใหญ่ อำเภอบางเสาธง

บทที่ 4

ผลการดำเนินงานวิจัย

4.1 ผลการดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา และผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวในพื้นที่อำเภอบางเสาธง

4.1.1 กิจกรรมการเก็บข้อมูลการบริหารจัดการของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา และผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าว

นักวิจัยได้สัมภาษณ์เก็บข้อมูลการบริหารจัดการของผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าว (กลุ่มคนทำว่าวบางเสาธง) โดยพูดคุยสัมภาษณ์เก็บข้อมูล ณ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ ส่วนการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง) นั้นใช้วิธีการสัมภาษณ์ทางโทรศัพท์เนื่องด้วยสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ทางกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุไม่สะดวกสัมภาษณ์แบบ face to face แต่สะดวกสัมภาษณ์แบบทางโทรศัพท์ การสัมภาษณ์เป็นการพูดคุยกับประธานกลุ่มและสมาชิกของกลุ่มบางส่วน จากการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลการบริหารจัดการของกลุ่มหัตถกรรมทั้ง 2 กลุ่ม สรุปได้ดังตารางที่ 4-1 และ ตารางที่ 4 -2

ตารางที่ 4-1 ข้อมูลการบริหารจัดการของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง (หัตถกรรมจักสานผักตบชวา)

รายการ	รายละเอียด
1.ผู้นำของกลุ่ม	มีผู้นำกลุ่มชัดเจน เป็นสตรีสูงอายุ (อายุมากกว่า 60 ปี) มีทักษะในการจักสานหัตถกรรมผักตบชวาอย่างมาก มีทักษะและประสบการณ์ในการเป็นวิทยากรอบรมการจักสานหัตถกรรมผักตบชวา
2.การรวมกลุ่มและสมาชิก	สมาชิกของกลุ่มรวมตัวกันแบบหลวม สมาชิกส่วนใหญ่เป็นสตรีที่มีอายุมากกว่า 60 กลุ่มยังไม่มีการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน ปัจจุบันมีสมาชิกของกลุ่มทั้งหมด 6 คน
3.กฎระเบียบ กติกาของกลุ่ม	ยังไม่มีกฎระเบียบใด ๆ ในการรวมกลุ่ม
4.ระบบการบริหารจัดการกลุ่ม	ยังไม่มีระบบการบริหารกลุ่มที่ชัดเจน ระบบบริหารขึ้นอยู่กับผู้นำกลุ่มและสมาชิกของกลุ่มตกลงกัน
5.สถานที่ตั้งของกลุ่ม	มีสถานที่ทำการของกลุ่มชัดเจน เป็นห้องสำนักงานในเคหะบางพลี (ประธานเป็นผู้ดูแลห้องสำนักงาน)
6.ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม	กระเป๋าทึอ กระเป๋าสะพาย ตะกร้าใส่ของ ที่ใส่แก้วเยติลายธรรมดา
7.โอกาสในการทำตลาดของสินค้าของกลุ่ม	สินค้าของกลุ่มมีความสวยงาม แต่มีปัญหาเรื่องบางครั้งเกิดเชื้อราขึ้นบนชิ้นงาน

รายการ	รายละเอียด
8.ทักษะของสมาชิกในการผลิตชิ้นงาน	สมาชิกของกลุ่มหลายคนมีทักษะในการจักสานหัตถกรรมผักตบชวา มีบางคนที่ยังต้องฝึกฝนทักษะการจักสานผักตบชวาให้มีความสวยงาม ประณีต สมาชิกของกลุ่มบางคนมีทักษะและประสบการณ์ในการเป็นวิทยากรฝึกอบรมการจักสานหัตถกรรมผักตบชวา
9.กำลังการผลิต	สมาชิกของกลุ่มหลายคนนั้นทำงานหลายอย่าง เช่น เป็นอสม. เป็นกรรมการของเคหะชุมชน เป็นต้น ดังนั้นสมาชิกของกลุ่มส่วนหนึ่งไม่สามารถทำงานจักสานหัตถกรรมผักตบชวาได้เต็มที่นัก กำลังการผลิตสินค้าหัตถกรรมจักสานผักตบชวาจึงไม่มากนัก
10.แหล่งของวัตถุดิบ	เส้นผักตบชวาทากแห้งต้องสั่งซื้อมาจากแหล่งจำหน่ายในจังหวัดนครปฐม สุพรรณบุรี ยังไม่สามารถนำผักตบชวาจากลำคลองในบางเสาชงขึ้นมาตากแห้งเพื่อจักสานได้ ด้วยมีปัญหาหลายประการ เช่น ขาดแรงงานในการนำผักตบชวาขึ้นจากลำคลอง เป็นต้น
11.แหล่งจำหน่ายสินค้า	ก่อนสถานการณ์โควิด-19 จำหน่ายสินค้าที่ตลาดน้ำวัดศรีวารีน้อยและตลาดน้ำเรือบิน แต่ช่วงนี้ตลาดน้ำปิด จึงจำหน่ายโดยการทำตามออเดอร์ การสั่งซื้อของคนที่รู้จักภายในชุมชนเท่านั้น
12.การจำหน่ายออนไลน์	ยังไม่ได้ทำร้านค้าออนไลน์ ด้วยสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงวัยจึงไม่ถนัดที่จะทำการค้าแบบออนไลน์
13.ความเป็นที่รู้จักของสินค้า	สินค้ามีความสวยงาม ยังไม่มีการสร้างแบรนด์ สินค้าเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคในวงจำกัด
14.แหล่งทุนของกลุ่ม	ใช้ทุนของสมาชิกเอง การผลิตสินค้าใช้เงินทุนไม่มาก ไม่มีการกู้ธนาคารหรือสถาบันการเงิน

ตารางที่ 4-2 ข้อมูลการบริหารจัดการของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาชง

รายการ	รายละเอียด
1.ผู้นำของกลุ่ม	มีผู้นำกลุ่มชัดเจน เป็นผู้ชายวัยกลางคน (อายุ 50 กว่าปี) มีความมุ่งมั่นในการทำงาน มีความเป็นผู้นำ กล้าคิดกล้าทำ มีความจริงจังในการทำงาน
2.การรวมกลุ่มและสมาชิก	สมาชิกของกลุ่มรวมตัวกันแบบหลวม สมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย อายุระหว่าง 40- 60 ปี กลุ่มยังไม่มีการจัดตั้งเป็นวิสาหกิจชุมชน ปัจจุบันมีสมาชิกของกลุ่มทั้งหมด 13 คน
3.กฎระเบียบ กติกาของกลุ่ม	ยังไม่มีกฎระเบียบใด ๆ ในการรวมกลุ่ม

รายการ	รายละเอียด
4.ระบบการบริหารจัดการกลุ่ม	ยังไม่มีระบบการบริหารกลุ่มที่ชัดเจน ระบบบริหารขึ้นอยู่กับผู้นำกลุ่มและสมาชิกของกลุ่มตกลงกัน
5.สถานที่ตั้งของกลุ่ม	ยังไม่มีสถานที่ทำการของกลุ่มชัดเจน ใช้บ้านของผู้นำกลุ่มหรือบ้านของสมาชิกเป็นที่พบปะทำกิจกรรม
6.ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม	ว่าวจุฬาขนาด 160-220 ซม. ซึ่งเป็นว่าวที่ใช้ในการแข่งขัน
7.โอกาสในการทำตลาดของสินค้าของกลุ่ม	ที่ผ่านมา สมาชิกของกลุ่มทำว่าวจุฬาขึ้นมาเพื่อใช้ในการเล่นเป็นกีฬาเพื่อความสนุกสนานและเป็นการแข่งขันกันระหว่างคุ้มต่าง ๆ ยังไม่ได้มีการทำว่าวจุฬาให้เป็นสินค้าหัตถกรรม ครั้งนี้จะเป็นครั้งแรกที่จะพัฒนาว่าวจุฬาให้เป็นสินค้าหัตถกรรม
8.ทักษะของสมาชิกในการผลิตชิ้นงาน	สมาชิกของกลุ่มมีความสามารถในการทำว่าวจุฬาสำหรับการเล่นเป็นกีฬา แต่จะต้องฝึกประสบการณ์ในการพัฒนาสินค้าหัตถกรรมว่าวแบบย้อยส่วน ซึ่งปัจจุบันประธานกลุ่มและทีมสมาชิกร่วมกับนักวิจัยกำลังพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาแบบย้อยส่วน
9.กำลังการผลิต	สมาชิกของกลุ่มบางส่วนทำงานประจำ บางส่วนทำอาชีพเลี้ยงปลาซึ่งพอมีเวลาว่างในการทำชิ้นงานหัตถกรรม
10.แหล่งของวัตถุดิบ	การทำว่าวจุฬาต้องใช้ไม้ไผ่สีสุก ซึ่งปัจจุบันในพื้นที่ตำบลศิระจรเข้ใหญ่ยังสามารถหาตัดไม้ไผ่สีสุกที่ขึ้นอยู่ได้โดยไม่มีค่าใช้จ่าย แต่ในอนาคตถ้ามีการทำสินค้าหัตถกรรมหัตถกรรมว่าวเป็นจำนวนมาก อาจมีปัญหาเรื่องจำนวนไม้ไผ่สีสุกที่นำมาใช้ในการทำชิ้นงาน ซึ่งอาจต้องใช้เงินซื้อไม้ไผ่
11.แหล่งจำหน่ายสินค้า	ที่ผ่านมายังไม่มีการผลิตสินค้าหัตถกรรมว่าวออกมาจำหน่าย แต่ความเป็นไปได้ของแหล่งจำหน่ายน่าจะเป็นร้านสินค้าของที่ระลึก หรือเป็นโรงแรม รีสอร์ทที่ต้องการว่าวจุฬาไปประดับตกแต่งภายในโรงแรม
12.การจำหน่ายออนไลน์	ยังไม่ได้ทำการค้าออนไลน์ แต่มีความเป็นไปได้ที่จะทำตลาดออนไลน์ เพราะในกลุ่มมีสมาชิกเป็นคนคนรุ่นใหม่ที่พร้อมจะเรียนรู้เรื่องตลาดออนไลน์
13.ความเป็นที่รู้จักของสินค้า	สินค้า (ว่าว) มีความสวยงาม ยังไม่มีการสร้างแบรนด์ สินค้าเดิม (ว่าวสำหรับเล่นและแข่งขันเป็นกีฬา) เป็นที่รู้จักของคนในวงจำกัด สินค้าที่พัฒนาขึ้นใหม่ (สินค้าหัตถกรรมว่าว) ยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค
14.แหล่งทุนของกลุ่ม	ใช้ทุนของสมาชิกเอง ไม่มีการกู้ธนาคารหรือสถาบันการเงิน

4.1.2 การประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการหัตถกรรม

จากการเก็บข้อมูลการบริหารจัดการโดยการสัมภาษณ์ประธานและสมาชิกของกลุ่มหัตถกรรม นักวิจัยได้ให้ประธานและสมาชิกของกลุ่มบางส่วนได้วิเคราะห์จุดแข็ง / จุดอ่อน โอกาส/อุปสรรค (SWOT analysis) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มหัตถกรรมทั้งสองกลุ่ม ซึ่งผลการวิเคราะห์ SWOT ของแต่ละกลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าว และกลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา แสดงผลดังตารางที่ 4-3 และตารางที่ 4-4

ตารางที่ 4-3 ผลการวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาะง (หัตถกรรมจักสานผักตบชวา)

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
1.สมาชิกของกลุ่มบางส่วนมีฝีมือในการจักสานผักตบชวาได้สวยงามปราณีต 2.สมาชิกบางส่วนสามารถจักสานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมได้หลากหลาย เช่น กระจเป่า ตะกร้า ที่ใส่แก้วเยติ ซึ่งช่วยทำให้กลุ่มมีสินค้าที่หลากหลาย 3.กลุ่มมีที่ทำการของกลุ่มชัดเจน ซึ่งสมาชิกสามารถมาใช้พื้นที่ในอาคารได้ตลอดเวลา	1.สมาชิกบางส่วน (จำนวนน้อย) ยังมีฝีมือการจักสานผักตบชวาได้ไม่สวยงามมากนัก ยังต้องใช้เวลาฝึกฝน 2.สมาชิกของกลุ่ม (บางส่วน) มีงานในหน้าที่ความรับผิดชอบมาก จึงไม่มีเวลามาทำจักสานผักตบชวา 3.กลุ่มยังไม่มีระบบบริหารจัดการกลุ่มที่ชัดเจน 4.กำลังการผลิตยังไม่แน่นอน อันเนื่องมาจากสมาชิกยังไม่ได้ทำการจักสานแบบจริงจังต่อเนื่อง 5.ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มยังไม่มีแบรนด์ และยังไม่เป็นที่รับรู้ของผู้บริโภค 6.การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของกลุ่มแบบร่วมสมัยยังมีน้อย 7.สมาชิกของกลุ่ม (อายุมากกว่า 60) ไม่มีความรู้ความสามารถในการทำตลาดออนไลน์เพื่อขายสินค้าหัตถกรรมจักสานผักตบชวา 8.กลุ่มยังไม่มีการทำตลาดออนไลน์ 9.กลุ่มยังไม่มีสินค้าหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threats)
1.มหาวิทยาลัยหัวเฉียวฯ มีโครงการวิจัยซึ่งสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มหัตถกรรม 2.ภาครัฐมีนโยบายที่สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง	1.มีผู้ผลิตสินค้าหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเป็นจำนวนมากในจังหวัดต่าง ๆ และผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม ซึ่งเป็นคู่แข่งกับสินค้าของกลุ่ม

	<p>2.ขาดการสนับสนุนเรื่องช่องทางจัดจำหน่ายจากภาครัฐ</p> <p>3.หน่วยงานที่จะสนับสนุนเรื่องการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวามีน้อยมาก ผลิตภัณฑ์จึงไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง</p> <p>4.มีสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ส่งผลต่อการออกร้านจำหน่ายสินค้าหัตถกรรม</p>
--	--

ตารางที่ 4-4 ผลการวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง

จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
<p>1.สมาชิกของกลุ่มมีฝีมือในการทำว่าวจุฬาที่สวยงามประณีต</p> <p>2.ผู้นำกลุ่ม มีความตั้งใจในการทำงานเรื่องการอนุรักษ์ว่าวจุฬา</p> <p>3.สมาชิกของกลุ่มมีความสามัคคีรักใคร่กันดี ร่วมทำงานร่วมกัน</p> <p>4.ในชุมชนมีไม้ไผ่สีสุกเป็นจำนวนมาก จึงสามารถหาวัตถุดิบ (ไม้ไผ่สีสุก) มาทำว่าวโดยไม่มีค่าใช้จ่ายในการจัดซื้อไม้ไผ่</p>	<p>1.สมาชิกของกลุ่ม (บางส่วน) มีงานในหน้าที่ความรับผิดชอบมาก จึงไม่มีเวลาทำหัตถกรรมว่าว</p> <p>2.กลุ่มยังไม่มีระบบบริหารจัดการกลุ่มที่ชัดเจน</p> <p>3.สมาชิกบางส่วนยังมีความคิดว่า ว่าวจุฬาทำเล่นและแข่งขันเป็นกีฬาได้ แต่ถ้าจะทำเป็นสินค้าหัตถกรรมว่าจะขายได้หรือไม่</p> <p>4.กำลังการผลิตยังไม่แน่นอน อันเนื่องมาจากมีสมาชิกไม่กี่รายที่ทำสินค้าหัตถกรรมว่าวจุฬา</p> <p>5.ผลิตภัณฑ์สินค้าหัตถกรรมว่าวของกลุ่มยังไม่เป็นที่รับรู้ของผู้บริโภค</p> <p>6. สินค้าหัตถกรรมของกลุ่มยังต้องได้รับการพัฒนาให้มีรูปแบบที่สามารถตอบสนองการใช้ประโยชน์ได้</p> <p>7.กลุ่มยังไม่มีการทำตลาดออนไลน์</p> <p>8.กลุ่มยังไม่มีสินค้าหัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม</p> <p>9.กลุ่มยังไม่มีพื้นที่ทำการของกลุ่มแบบชัดเจน</p>
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threats)
<p>1.มหาวิทยาลัยหัวเฉียวฯ มีโครงการวิจัยซึ่งสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มหัตถกรรม</p>	<p>1.ตลาดของสินค้าหัตถกรรมว่าวยังแคบ</p> <p>2.ขาดการสนับสนุนเรื่องช่องทางจัดจำหน่ายจากภาครัฐ</p>

2.ภาครัฐมีนโยบายที่สนับสนุนส่งเสริมการท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะทำให้สินค้าสามารถขายได้	3.หน่วยงานที่จะสนับสนุนเรื่องการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่ามีน้อยมาก ผลิตภัณฑ์จึงไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง
3.เจ้าอาวาสวัดระฆังใหญ่ให้การสนับสนุนการอนุรักษ์ข้าวและสินค้าหัตถกรรมว่า	4.มีสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ส่งผลต่อการออกร้านจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมว่า

ผลจากวิเคราะห์ SWOT แสดงให้เห็นว่ากลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาชิงและกลุ่มหัตถกรรมสานสุขมีจุดแข็งในด้านของผู้นำที่เข้มแข็งที่สามารถนำพาสมาชิกของกลุ่มก้าวเดินต่อไปได้อย่างดี ซึ่งนักวิจัยประเมินว่าผู้นำทั้งสองกลุ่มต้องได้รับการเสริมแรงในการเป็นผู้นำของกลุ่มต่อไป และทั้งสองกลุ่มยังมีสมาชิกส่วนใหญ่ของกลุ่มที่มีทักษะฝีมือในการทำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มที่จะได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามและมีความประณีตซึ่งสามารถนำไปจำหน่ายได้

จุดอ่อน ของทั้งสองกลุ่ม คือ กำลังการผลิตที่ยังไม่แน่นอน เพราะสมาชิกของทั้งสองกลุ่มยังมีภาระหน้าที่การงานอื่น ๆ ที่จำเป็นต้องทำ ส่งผลทำให้ไม่สามารถใช้เวลาได้อย่างเต็มที่ในการทำชิ้นงานผลิตภัณฑ์ ซึ่งการแก้ไขจะต้องดำเนินการหาคนที่สนใจและยังไม่มีงานทำมาฝึกการทำหัตถกรรมเพื่อช่วยเป็นมดงานผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรม โดยเฉพาะกลุ่มหัตถกรรมสานสุขจะต้องชักชวนคนรุ่นใหม่เข้ามาร่วมในกลุ่มซึ่งอาจจะเริ่มจากการชักชวนลูกหลานในครอบครัวของสมาชิกเข้ามาสานต่อการทำงานหัตถกรรมจักสาน ผักตบชวาสืบต่อจากคนรุ่นแม่ จุดอ่อนอีกประการของทั้งสองกลุ่ม คือ ตลาดของสินค้าหัตถกรรมของทั้งสองกลุ่มยังแคบ สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีการสร้างแบรนด์ของสินค้าหัตถกรรมของทั้งสองกลุ่มเพื่อให้เป็นที่รับรู้ของผู้บริโภค และยังต้องทำตลาดออนไลน์ด้วยเพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายโดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงของสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 ที่อาจยืดเยื้อต่อไป การทำตลาดขายสินค้าออนไลน์จำเป็นต้องหาคนรุ่นใหม่เข้ามาทำเรื่องนี้เพราะคนรุ่นเก่า (สมาชิกของกลุ่ม) อาจไม่มีความถนัดการใช้เทคโนโลยีเพื่อการทำตลาดออนไลน์

โอกาส ทั้งสองกลุ่มมีโอกาสมากเป็นอันมากเพราะมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมีโครงการวิจัยพัฒนาผู้ประกอบการหัตถกรรมโดยมีงบประมาณสนับสนุนการดำเนินงานและมีนักวิจัยลงพื้นที่เพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในด้านต่าง ๆ ของการดำเนินงานของกลุ่ม นอกจากนี้แล้วรัฐบาลก็ยังให้การส่งเสริมเรื่องการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของคนในชุมชน

อุปสรรค ทั้งสองกลุ่มมีอุปสรรคที่ต้องเผชิญอยู่หลายเรื่อง เช่น สถานการณ์การระบาดของโควิด -19 ที่อาจยืดเยื้อส่งผลกระทบต่อออกร้านจำหน่ายในตลาดต่าง ๆ และตลาดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของทั้งสองกลุ่มยังแคบ ดังนั้น จึงจำเป็นต้องทำตลาดออนไลน์เพื่อให้สามารถมีช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและ

เป็นช่องทางที่จะทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าหัตถกรรมของบางเสาะงเพิ่มมากขึ้น นอกจากนี้แล้ว สินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผักตบชวายังมีคู่แข่งจำนวนมากในตลาด ดังนั้นจะสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่มให้มีเอกลักษณ์ มีรูปทรงสวยงาม สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้และต้องมีราคาที่ไม่สูงมาก ซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคยอมจ่าย ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวยังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคดังนั้นจะต้องสร้างการรับรู้และการใช้ประโยชน์จากหัตถกรรมว่าวให้กับผู้บริโภค

4.2 ผลการดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวในพื้นที่ อำเภอบางเสาะงด้วยแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมมากกว่าร้อยละ 10

การดำเนินงานวิจัยเพื่อบรรลุตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 นักวิจัยได้ดำเนินกิจกรรมเพื่อเสริมศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาะงด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีเพื่อให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมมากกว่าร้อยละ 10 โดยดำเนินกิจกรรมทั้งหมดใน 4 ประเด็น คือ ประเด็นที่หนึ่งเป็นกิจกรรมเสริมศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรม ประเด็นที่สองเป็นกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ประเด็นที่สามเป็นกิจกรรมการพัฒนาโลโก้ของสินค้าหัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา และประเด็นที่สี่กิจกรรมการเก็บข้อมูลผู้บริโภคและผู้สนใจสินค้าหัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา โดยการดำเนินงานกิจกรรมในแต่ละประเด็นมีรายละเอียด ดังนี้

4.2.1 การเสริมศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาะง

การดำเนินงานกิจกรรมเสริมศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาะงมุ่งเน้นเพื่อเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการให้สามารถประกอบการได้อย่างเข้มแข็ง โดยดำเนินการในกิจกรรมย่อยดังนี้

4.2.1.1 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวบางเสาะง

การศึกษาวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) ของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรม กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาะง นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เห็นภาพและกิจกรรมต่าง ๆ ที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการอย่างชัดเจนเพื่อนำมาใช้ประกอบการจัดทำแผนธุรกิจและแผนการตลาดอย่างเป็นระบบ

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาะงจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ สามารถนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ถึงกิจกรรมในการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาะง ได้ดังนี้

ชื่อกลุ่มผู้ประกอบการ	จำนวนสมาชิก	รายได้ (บาท/เดือน)	แหล่งทุนสำหรับ การประกอบการ	หนี้สิน
กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าง บางเสาชิง	10	รายได้จากการทำ ว่าว (ก่อนเข้าร่วม โครงการวิจัย) ยังไม่มี	ทุนส่วนตัว	จากกองทุนหมู่บ้าน 20,000 บาท ชำระปีละ 300 บาท

กิจกรรมหลัก (Primary Activities) มีรายละเอียดดังนี้

1. โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

แหล่งซื้อ		ทำใช้เอง	
โปรตระกูลชื่อ	ราคา (บาท)	ที่มาของวัตถุดิบ	ราคา (บาท)
กระดาษฟาง	500	ไม่ไผ่สีสุก*	หาเองจากในหมู่บ้าน
เชือกไนลอน	300		
กาว	300		
กระดาษทราย	200		
มีดตอก	500		
เลื่อย	300		
มีดคัทเตอร์	100		
กรรไกร	100		
ลูกพลาสติกกระดาษ	200		

กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่างบางเสาชิง สามารถผลิตว่าวจุฬาได้ขั้นต่ำ จำนวน 10 ตัว ต่อ 1 เดือน โดยทั่วไปสำหรับว่าวจุฬา ขนาดปกติ คือ 50- 75 เซนติเมตร จะใช้เวลาในการทำประมาณ 1-3 วัน ขึ้นอยู่กับแบบและลวดลายที่ต้องการ ว่าวแต่ละขนาดจะใช้กระดาษฟาง และวัตถุดิบอื่น ๆ มากน้อยต่างกันไป จึงทำให้ต้นทุนและราคาขายมีความแตกต่างกันตามขนาดของว่าวที่สั่งซื้อ ซึ่งรายการวัตถุดิบสำหรับการทำว่าวจุฬา ตามตารางข้างบน สามารถหาซื้อได้โดยไม่ยาก ยกเว้นไม่ไผ่สีสุก ซึ่งเป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับการทำว่าวจุฬา และจะต้องเป็นไม่ไผ่ที่ได้อายุตามที่กำหนดมิฉะนั้นจะทำให้โครงว่าวขาดความยืดหยุ่น ซึ่งในตอนนี้นักกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่างบางเสาชิงใช้ไม่ไผ่สีสุกที่ขึ้นเองตามธรรมชาติ ตามแหล่งที่หาได้ใกล้ ๆ ชุมชนไม่ต้องหาซื้อ แต่ถ้าหากมีความจำเป็นต้องใช้เพิ่มมากขึ้น คาดว่าต้องหาซื้อ และทำให้ต้นทุนในการผลิตเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งเป็นสิ่งที่กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่างบางเสาชิง จำเป็นต้องคาดการณ์และวางแผนป้องกันปัญหาเอาไว้ล่วงหน้า

2. โลจิสติกส์ขาออกและการกระจายสินค้า (Outbound Logistics)

	ชนิด	เกรดของสินค้า		ราคาขาย (บาท)			
		Local Spec	Premium	ตลาดภายในชุมชน		ตลาดภายนอกชุมชน	
				Local Spec	Premium	Local Spec	Premium
คุณชาติชาย	ว่าวจุฬา						
	50cm	/		ฟรี			
	75cm		/				700
	1m		/				1,000
	1.5m		/				1,500
	2m		/				2,500

สำหรับการตลาด/การขาย/การกระจายสินค้า ที่ผ่านมา กลุ่มผู้ประกอบการทัศนกรรม ว่าวอำเภอบางเสาธง เป็นกลุ่มผู้รั้วว่าวจุฬาที่มีการรวมกลุ่มกันเพื่อจัดการแข่งขันว่าวตามเทศกาล สมาชิกแต่ละคนมีฝีมือในการทำว่าวแต่เป็นการทำว่าวเพื่อตอบสนองความรักในศิลปวัฒนธรรมที่ตกทอดกัน จึงไม่ได้เป็นการทำเพื่อให้เป็นธุรกิจ แต่เมื่อประธานกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง คือ คุณชาติชาย กลิ่นโสภณ เริ่มมีแนวคิดที่จะถ่ายทอดศิลปวัฒนธรรมของการทำว่าวเพื่อให้เป็นมรดกสู่คนรุ่นหลัง จึงมุ่งไปที่ตลาดออนไลน์ เช่น เฟสบุ๊ก และ ไลน์ โดยเน้นการทำตลาดแบบ pre-order เนื่องจากกระบวนการในการทำว่าวต้องใช้เวลาและความพิถีพิถัน รวมไปถึงการดูแลรักษาและการจัดส่งให้ถึงมือผู้ซื้อโดยให้ว่าวอยู่ในสภาพที่ดีที่สุด ซึ่งขณะนี้ผู้ประกอบการรีสอร์ท ได้สั่งว่าวขนาดใหญ่มาแล้วจำนวน 2 ตัว ในอนาคตหากมีลูกค้าสั่งซื้อว่าวมาเป็นจำนวนมากขึ้น กลุ่มฯ จะเริ่มดำเนินการกระจายการผลิตไปยังสมาชิกกลุ่มรายอื่น ๆ และทำหน้าที่รวบรวมสินค้าและออกแบบวิธีการจัดส่งให้ถึงมืออย่างผู้สั่งซื้ออย่างมีคุณภาพ



รูปที่ 4-1 การเก็บข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวบางเสาชิง

4.2.1.2 การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวาบางเสาชิง

การศึกษาวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain Analysis) ของผู้ประกอบการทุนทางวัฒนธรรมของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาชิงซึ่งทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เห็นภาพและกิจกรรมต่าง ๆ ที่อยู่ในห่วงโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการอย่างชัดเจนเพื่อนำมาใช้ประกอบการจัดทำแผนธุรกิจและแผนการตลาดอย่างเป็นระบบสำหรับการประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาชิงเกี่ยวกับการประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา โดยเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ สามารถนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ถึงกิจกรรมในการจัดการห่วงโซ่คุณค่าของผู้ประกอบการทางวัฒนธรรมของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาชิงได้ดังนี้

ชื่อกลุ่มผู้ประกอบการ	จำนวนสมาชิก	รายได้ (บาท/เดือน)	ทุน	หนี้สิน
กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาชิง	5 คน	รายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรม 2,500 บาท/เดือน	ทุนส่วนตัว	หนี้สินในธนาคาร

กิจกรรมหลัก (Primary Activities) มีรายละเอียดดังนี้

1. โลจิสติกส์ขาเข้า (Inbound Logistics) แหล่งที่มาของวัตถุดิบ

แหล่งซื้อ		ทำใช้เอง	
โปรตรระบุชื่อ	ราคา (บาท)	ที่มาของวัตถุดิบ	ราคา (บาท)
ต้นผักตบชวาแบบตากแห้ง	50 บาท/กก.		
เส้นเปียผักตบชวา	80บาท/10 เมตร	สามารถทำตัวเอง (ถ้ามีเวลา)	
เส้นเกลียวผักตบชวา	100 บาท/10 เมตร		
เข็มสำหรับสอดเส้นผักตบชวา	25 บาท/อัน		
กำมะถันเพื่อป้องกันการเกิดเชื้อรา	4 บาท/กรัม		
แลคเกอร์	450 บาท/แกลลอน		
มีดคัทเตอร์	100 บาท/อัน		
แผ่นโฟมสำหรับทำหุ่นจักสาน	30 บาท/แผ่น		
กาวลาเท็กซ์	50 บาท/กระป๋อง		

สมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงสามารถจักสานผักตบชวาเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลายชนิด โดยแต่ละผลิตภัณฑ์ใช้เวลาในการจักสานแตกต่างกันขึ้นกับความยากง่ายและความละเอียดของลวดลายการจักสาน ระยะเวลาการจักสานผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดเป็นดังนี้ ที่ใส่แก้วเยติลายไขว้ธรรมดาใช้เวลาจักสาน จำนวน 4 ชม. ที่ใส่แก้วเยติลายดอกพิกุลใช้เวลาจักสานจำนวน 8 ชม. ที่ใส่แก้วเยติลายเม็ดมะยมใช้เวลาจักสานจำนวน 12 ชม. กระเป๋าสะพายสุภาพสตรีใช้เวลาจักสานจำนวน 8 ชม. กระเป๋าถือสุภาพสตรีใช้เวลาจักสานจำนวน 16 ชม. ตะกร้าใส่ของไปวัดใช้เวลาจักสานจำนวน 24 ชม. ซึ่งผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดจะใช้วัตถุดิบ (ต้นผักตบชวา เส้นผักตบชวา เส้นเกลียวผักตบชวา เส้นเปียผักตบชวา) ปริมาณที่แตกต่างกัน ดังนั้นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาแต่ละชนิดจึงมีการตั้งราคาแตกต่างกันตามปริมาณของวัตถุดิบที่ใช้จักสาน ระยะเวลาการจักสานและความละเอียด ลวดลายของการจักสาน ซึ่งวัตถุดิบที่มีคุณภาพสามารถซื้อได้จากผู้ประกอบการจำหน่ายต้นผักตบชวาตากแห้งในจังหวัดนครปฐม สุพรรณบุรี การจักสานหัตถกรรมผักตบชวาจะมีความละเอียดสวยงามมากน้อยเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับประสบการณ์และทักษะการจักสานของสมาชิกของกลุ่ม ดังนั้น เมื่อสมาชิกของกลุ่มจักสานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาเสร็จแล้วนำส่งมาที่กลุ่มฯ จึงจำเป็นต้องคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพประณีตสวยงามเพื่อนำไปจำหน่ายให้กับผู้บริโภค

2. โลจิสติกส์ขาออกและการกระจายสินค้า (Outbound Logistics)

ชนิด	เกรดของสินค้า		ราคาขาย (บาท)			
	Local Spec	Premium	ตลาดภายในชุมชน		ตลาดภายนอกชุมชน	
			Local Spec	Premium	Local Spec	Premium
ที่ใส่แก้วเยติลายไขว้	/		100		100	
ที่ใส่แก้วเยติลายดอกพิกุล	/		150		150	
ใส่แก้วเยติลายเม็ดมะยม		/		300		300
กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี	/		300		300	
กระเป๋าทูสุภาพสตรี		/		600		600
ตะกร้าใส่ของไปวัด		/		600		600

สำหรับการตลาด/การขาย/การกระจายสินค้า ที่ผ่านมา กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาชัง ยังไม่ได้ประกอบการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาอย่างจริงจัง ที่ผ่านมามีแนวโน้ม โดยเน้นการทำตลาดแบบ pre-order และจำหน่ายกับคนที่รู้จักกันภายในชุมชนเนื่องจากกำลังการจักสานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผักตบชวานั้นยังมีไม่มากนัก เนื่องจากสมาชิกของกลุ่มหลายคนยังต้องฝึกทักษะการจักสานให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม นอกจากนี้ ทางกลุ่มฯ ยังได้นำสินค้าผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายในสถานที่ที่มีการจัดงานเทศกาลต่าง ๆ เช่น งานทำบุญที่วัดหัวคู้ เป็นต้น

4.2.1.3 กิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการ “แลกเปลี่ยนเรียนรู้เสริมศักยภาพการประกอบการหัตถกรรมว่าวและการจัดการการตลาดกับกลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวไทยสมุทรสงคราม”

เพื่อเสริมศักยภาพการประกอบการหัตถกรรมว่าวของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาชัง นักวิจัย จึงได้พาสมาชิกของกลุ่มฯ เข้าร่วมกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เสริมศักยภาพการประกอบการหัตถกรรมว่าวและการจัดการการตลาดกับกลุ่มหัตถกรรมว่าวไทย ตำบลบางนางลี่ และกลุ่มอนุรักษ์ว่าวไทย ตำบลบางแค อำเภอมัทพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งกลุ่มหัตถกรรมว่าวไทย ตำบลบางนางลี่ มีแกนนำของกลุ่มคือ ลุงทองเอก นาคพวัน และกลุ่มอนุรักษ์ว่าวไทย ตำบลบางแคซึ่งมีคุณสันทิต แยมโค้วกมล เป็นแกนนำ โดยทั้งสองกลุ่มได้ชักชวนคนในพื้นที่ที่มีความสนใจเรื่องว่าวรวมตัวกันเป็นกลุ่มเพื่อทำว่าวชนิดต่าง ๆ โดยใช้ภูมิปัญญาการทำว่าวของบรรพบุรุษในพื้นที่อำเภอมัทพวา จังหวัดสมุทรสงครามมาทำว่าวชนิดต่าง เช่น ว่าวจุฬาขนาดต่าง ๆ ตั้งแต่ว่าวขนาด 20 50 75 ซม. ขนาด 1 เมตร 2 เมตร 3 เมตร 4 เมตร หรือขนาดใหญ่ 8 เมตร ซึ่งว่าวจุฬาที่ทางกลุ่มรังสรรค์ขึ้นนั้น เน้นการทำโครงสร้างโดยการไม้ไผ่สีสุกมาเหลาให้ได้ขนาด จากนั้นนำมาผูกกับเป็นโครงว่าวว่าวจุฬา (สูตรของขนาด สัดส่วนการทำว่าวของแต่ละคนขึ้นอยู่กับกับการสร้างสรรค์และประสบการณ์ว่าสัดส่วนเท่าไรจะทำได้) จากนั้นนำกระดาษมาติดยึดด้วยกาวบนโครงว่าว และติด

ลูกปลา (กระดาษสีสันต่าง ๆ ที่ตัดสำเร็จเป็นรูปต่าง ๆ โดยใช้ตัวตอกระดาษ) การติดลูกปลาจะติดลงไปด้านหลังของวาวตามเส้นด้ายโครงข่ายที่ถักขึ้นมาเพื่อยึดให้กระดาษและโครงวาวมีความแข็งแรงเมื่อยามต้องลม การติดลูกปลาบนตัววาวนั้นจะเป็นแบบใด สีสันใดขึ้นอยู่กับความคิดสร้างสรรค์ของคนทำวาว ซึ่งการติดลูกปลาจะช่วยเพิ่มความสวยงามให้กับตัววาวเป็นอย่างมาก การทำวาวจุฬาของกลุ่มฯ เน้นความสวยงามและการนำวาวจุฬาไปเข้าร่วมการแข่งขันวาวจุฬาในพื้นที่จังหวัดสมุทรสงครามและจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งทางคนในพื้นที่จังหวัดสงครามจะจัดงานการแข่งขันวาวไทยช่วงเดือนมีนาคม - เมษายนของทุกปี เมื่อสมาชิกของกลุ่มฯ นำวาวจุฬาไปแข่งขันกันแล้วถ้าได้รับชัยชนะในการแข่งขัน ทางกลุ่มจะได้รับเงินรางวัลในการแข่งขันเป็นการตอบแทน และการเข้าร่วมการแข่งขันวาวจุฬาจะทำให้ทางกลุ่มมีโอกาสได้แสดงผลงานการสร้างสรรค์วาวจุฬาของกลุ่มฯ ให้สาธารณชนได้รับชมและได้เห็นความประณีต ความสวยงามของการสร้างสรรค์ผลงานวาว ซึ่งผู้ที่สนใจก็สามารถซื้อวาวจุฬาหรือสั่งทำวาวจุฬาเพื่อนำไปใช้ในการเล่นวาวเป็นงานอดิเรก หรือนำวาวจุฬาไปร่วมแข่งขันตามสถานที่ต่าง ๆ ที่จัดการแข่งขันวาวได้ ซึ่งก็จะเป็นวิธีการจำหน่ายวาวจุฬาเพื่อการสร้างรายได้ให้กับสมาชิกของกลุ่มด้วย นอกจากนี้ทางกลุ่มฯ ยังสามารถสร้างสรรค์วาวชนิดต่าง ๆ ได้อีกด้วย เช่น วาวปักเป้า วาวตุ้ยตุ้ย เป็นต้น ซึ่งผู้ที่สนใจสามารถซื้อหาผลิตภัณฑ์วาวของกลุ่มไปเป็นของฝากหรือเป็นของประดับตกแต่งบ้าน

เมื่อประเมินจุดแข็งของกลุ่มกลุ่มหัตถกรรมวาวไทย ตำบลบางนางลี่ และกลุ่มอนุรักษ์วาวไทย ตำบลบางแค อำเภอบ้านลาด จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าสมาชิกของกลุ่มเป็นประชาชนชาวบ้านที่มีความเชี่ยวชาญ มีประสบการณ์และมีภูมิปัญญาความรู้เกี่ยวกับการทำวาวชนิดต่าง ๆ ที่สะสมและถ่ายทอดกันมารุ่นบรรพบุรุษสู่รุ่นปัจจุบัน นอกจากนี้กลุ่มยังมีความเข้มแข็งในการรวมกลุ่มแบบเครือญาติพี่น้องในพื้นที่เดียวกันมีความกลมเกลียว สามัคคีกันร่วมแรงร่วมใจกันสร้างสรรค์วาวขนาดต่าง ๆ นอกจากนี้ สมาชิกของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่อำเภอบ้านลาดที่มีอาชีพทำสวนผลไม้ เช่น สวนส้มโอ สวนลิ้นจี่ สวนมะพร้าว ซึ่งก่อให้เกิดรายได้เลี้ยงครอบครัวที่แน่นอน ดังนั้นการทำวาวของกลุ่มฯ จึงไม่ได้มุ่งหวังที่ต้องหาเงินจากการจัดจำหน่ายวาว ดังนั้น สมาชิกของกลุ่มฯ จึงทำวาวแบบศิลปินสร้างสรรค์ผลงานวาวตามความคิดสร้างสรรค์และแรงบันดาลใจของแต่ละคน ดังที่เห็นได้จากการสร้างสรรค์วาวจุฬาขนาดใหญ่ เช่น ขนาด 4 เมตร ขนาด 8 เมตร ขนาด 9 เมตร หรือการสร้างสรรค์วาวตุ้ยตุ้ย เป็นต้น นอกจากนี้กลุ่มฯ ยังได้รับชัยชนะในการแข่งขันวาวจุฬาหลายครั้งซึ่งช่วยสร้างชื่อเสียงให้กับกลุ่มเป็นอย่างมาก และผู้บริโภคที่สนใจซื้อวาวหรือกระดาษสำหรับทำวาวหรือลูกปลา จะแวะมาซื้อหาที่ทำการของกลุ่ม โดยที่ทางกลุ่มฯ ไม่ต้องไปออกตลาดภายนอก และประเมินจุดอ่อนของกลุ่มพบว่าสมาชิกส่วนใหญ่ของกลุ่มเป็นผู้สูงอายุ (อายุมากกว่า 60 ปี) โดยทางกลุ่มก็ตระหนักถึงการสืบทอดภูมิปัญญาการทำวาวสู่คนรุ่นใหม่จึงได้ถ่ายทอดภูมิปัญญาการทำวาวชนิดต่าง ๆ ให้กับคนรุ่นใหม่ในพื้นที่อำเภอบ้านลาดที่สนใจ ซึ่งคนรุ่นใหม่บางคนที่มาเรียนการทำวาวกับสมาชิกของกลุ่มก็ได้รับการเสริมสร้างทักษะจนสามารถทำวาวได้ แต่ยังไม่มีการทำวาวแบบจริงจังเพราะคนเหล่านี้มีงานในสายงานอาชีพที่ต้องทำในวันเวลาทำงาน หรือบางคนก็ยังคงอยู่ในวัยเรียนที่มีหน้าที่ต้องเรียนหนังสือ ด้วยเหตุนี้ จึงยังไม่มีใครทำวาวแบบจริงจัง

จากการจัดกิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบ “แลกเปลี่ยนเรียนรู้เสริมศักยภาพการประกอบการหัตถกรรมว่าวและการจัดการการตลาดกับกลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวไทยสมุทรสงคราม” ทำให้สมาชิกของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง ได้เรียนรู้แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มๆ เพื่อให้การรวมตัวกันของกลุ่มมีความเข้มแข็ง แนวทางการทำให้สมาชิกของกลุ่มอยู่ร่วมกันแบบมีความสุขและสามารถสร้างสรรค์ผลงานการทำว่าวชนิดต่าง ๆ ในแบบฉบับของตนเอง อีกทั้งยังได้รับรู้แนวทางการทำการตลาดเรื่องว่าวและการจัดหน่วยวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ทำว่าว เช่น ไม้ไผ่สีสุก ตัวดอกลูกปลา ลูกปลาสำเร็จ กระดาษว่าว เป็นต้น นอกจากนี้ จากการเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ยังได้สร้างเครือข่ายกับปราชญ์ชาวบ้านของกลุ่มหัตถกรรมว่าวไทยและกลุ่มอนุรักษ์ว่าวไทยในพื้นที่อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม ซึ่งทางปราชญ์ชาวบ้านมีความยินดีที่จะถ่ายทอดภูมิปัญญาของการทำว่าวจุฬาและว่าวชนิดต่าง ๆ ให้กับสมาชิกของกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธง



รูปที่ 4-2 กิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบ “แลกเปลี่ยนเรียนรู้เสริมศักยภาพการประกอบการหัตถกรรมว่าวและการจัดการการตลาดกับกลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวไทยสมุทรสงคราม” เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2565



ว่าวจุฬาขนาดความสูง 4 เมตร



ว่าวตุ้ยตุ้ยขนาดความสูง 1 เมตร



ว่าวปีกเป่า



ว่าวปากบาง

รูปที่ 4-3 ผลงานผลิตภัณฑ์ว่าวของกลุ่มหัตถกรรมว่าวไทย อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
ซึ่งสมาชิกฯของกลุ่มยินดีถ่ายทอดภูมิปัญญาการทำว่าวให้กับสมาชิกกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง

4.2.1.4 การเข้าร่วมอบรมการสร้างโมเดลทางธุรกิจ (BMC) และการสร้างคุณค่าในสินค้าและบริการ (VPC)

เพื่อส่งเสริมศักยภาพการประกอบการของผู้ประกอบการที่ดัดแปลง โครงการวิจัยจึงได้สนับสนุนให้สมาชิกกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาชิงและสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาชิงเข้าร่วมการอบรมการสร้างโมเดลทางธุรกิจ (BMC : Business Model Canvas) และการสร้างคุณค่าในสินค้าและบริการ (VPC : Value Proposition Canvas) โดยวิทยากรได้บรรยายให้ความรู้เรื่อง BMC หรือ Business Model Canvas ซึ่งคือ แผนธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่เขียนออกมาให้อยู่ในกรอบของพื้นผ้าใบแผ่นเดียว บางครั้งเครื่องมือนี้ ก็ถูกเรียกว่า “Canvas Business Model” หรือ “Canvas Model” โดยรายละเอียดในพื้นผ้าใบจะช่วยในการตอบคำถามบางประการของ 5W1H ได้แก่ WHAT , WHO , WHEN , WHERE , WHY และ HOW แยกออกเป็น 9 ปัจจัยดังต่อไปนี้

1. Customer Segments (ลูกค้า) : ใครคือลูกค้าของคุณ , พวกเขาคิดอย่างไร , พวกเขาเห็น ทำ และรู้สึกอย่างไร
2. Value Propositions (คุณค่าที่บริษัทอยากส่งมอบ) : อะไรคือสิ่งที่เป็นคุณค่าที่อยากส่งมอบให้ลูกค้า , ทำไมลูกค้าถึงซื้อสินค้าและบริการของคุณ
3. Channels (ช่องทางขาย) : สินค้าและบริการจะส่งมอบถึงลูกค้าอย่างไร
4. Customer Relationships (ความสัมพันธ์กับลูกค้า) : การโต้ตอบระหว่างคุณกับลูกค้าเป็นอย่างไร อะไรคือ “Customer Journey”
5. Revenue Streams (รายได้ของธุรกิจ) : ธุรกิจของคุณจะมีรายได้จากการเสนอคุณค่าผ่านสินค้าและบริการอย่างไร
6. Key Activities (กิจกรรมหลัก) : อะไรคือกิจกรรมหลักที่ธุรกิจดำเนินการเพื่อให้โมเดลธุรกิจดำเนินต่อไป
7. Key Resources (ทรัพยากรหลัก) : อะไรคือทรัพยากรที่สำคัญและเป็นเอกลักษณ์ที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถแข่งขันได้
8. Key Partnerships (พันธมิตรหลัก) : อะไรคือสิ่งที่บริษัทไม่สามารถทำได้ และต้องพึ่งพาบริษัทอื่นเพื่อให้ธุรกิจดำเนินไปได้ตามแผนธุรกิจ
9. Cost Structure (โครงสร้างต้นทุน) : อะไรคือต้นทุนที่ขับเคลื่อนธุรกิจ เช่น ต้นทุนขายหรือ ต้นทุนการผลิต และจะเชื่อมโยงกับรายได้ได้อย่างไร ?

ภาพบรรยากาศการเข้าร่วมการสร้างโมเดลทางธุรกิจ (BMC) และการสร้างคุณค่าในสินค้าและบริการ (VPC) ของสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมสานสุขและสมาชิกกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาชิง แสดงไว้ในรูปที่ 4-4 โดยเมื่อวิทยากรบรรยายให้ความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับการสร้างโมเดลทางธุรกิจ (BMC) และการสร้างคุณค่าในสินค้าและบริการ (VPC) วิทยากรได้จัดกิจกรรมให้กลุ่มผู้ประกอบการแต่ละกลุ่มที่เข้าร่วมการอบรมได้นำความรู้ที่ได้รับจากภาคบรรยายมาฝึกปฏิบัติเพื่อการวางแผนธุรกิจสำหรับสินค้าที่กลุ่มดำเนินการผลิต ด้วยการ

ใช้ Business Model Canvas เป็นเครื่องมือ ช่วยให้สามารถมองเห็นองค์ประกอบของการจัดทำแผนธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรมและไม่ยุ่งยากในมุมมองของผู้ประกอบการที่ไม่เคยเป็นนักธุรกิจมาก่อน

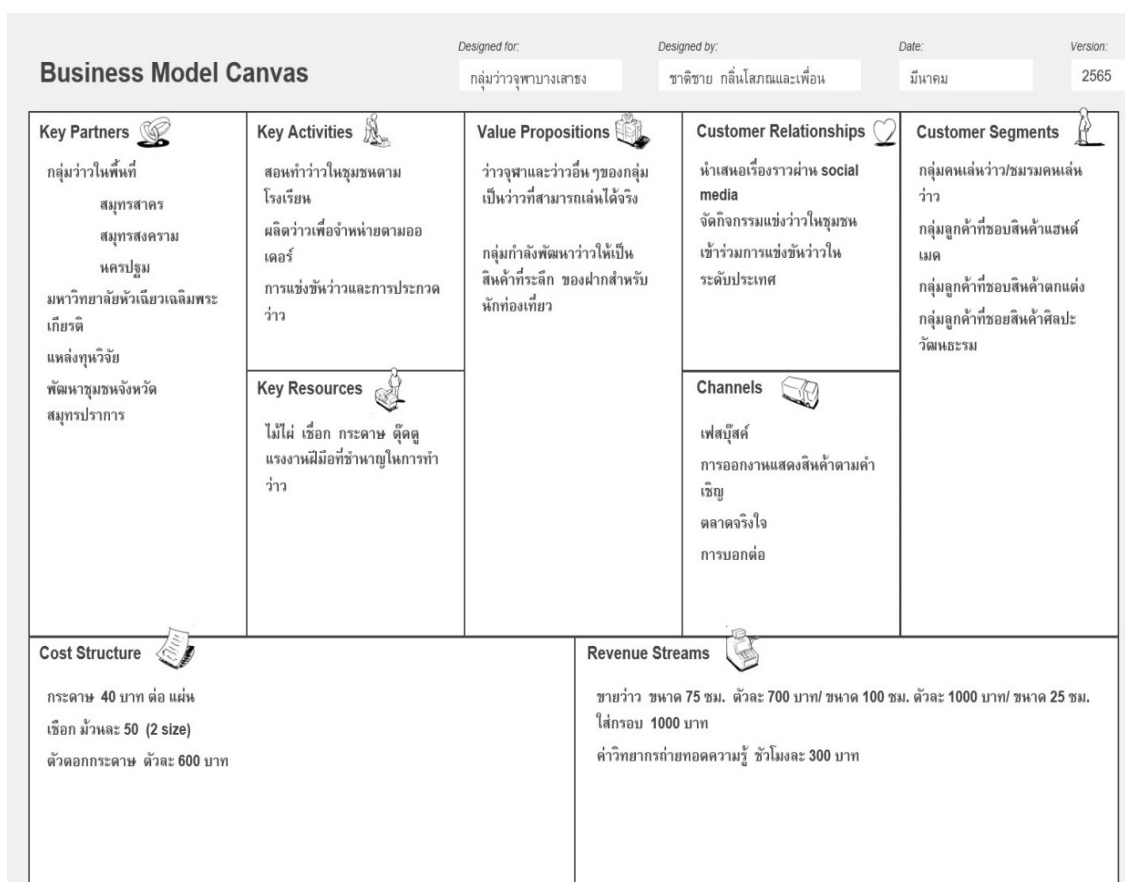


รูปที่ 4-4 การเข้าร่วมอบรมการสร้างโมเดลทางธุรกิจ (BMC) และการสร้างคุณค่าในสินค้าและบริการ (VPC)

กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง ได้ระดมความคิดเกี่ยวกับธุรกิจว่าวของไทยที่ทำกันอยู่ในพื้นที่ภาคกลางของประเทศไทยมีอยู่ด้วยกัน 4 ชนิด คือ ว่าวอีลุ่ม ว่าวปักเป้า ว่าวจุฬา และว่าวดุ่ยดู่ย ซึ่งการรวมกลุ่มของสมาชิกกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวจุฬาบางเสาธงนั้น สมาชิกส่วนใหญ่มีความชำนาญในการทำว่าวจุฬามากกว่าว่าวชนิดอื่น ๆ ทั้งนี้สัดส่วนรูปลักษณะของว่าวจุฬาของกลุ่มฯ ประกอบไปด้วยความสวยงามและความปราณีตตรงตามลักษณะสัดส่วนรูปร่างของว่าวจุฬาที่สืบทอดการทำกันมาตามภูมิปัญญาของบรรพบุรุษชาวบางเสาธง ว่าวจุฬาที่ทำขึ้นนั้นมีการปะติดลูกปลาให้เป็นลวดลายที่สวยงามตามจินตนาการของผู้สร้างสรรค์ ว่าวจุฬาที่เป็นผลงานของสมาชิกฯ มีความสวยงามประณีตเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่บางเสาธงสามารถนำไปใช้ในการเล่นและแข่งขันได้จริง การสร้างสรรค์ผลงานว่าวจุฬาของสมาชิกกลุ่มบางเสาธงได้รับการยอมรับจากพื้นที่ในจังหวัดสมุทรปราการว่าเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของอำเภอ

บางเสาชง สมาชิกกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าบางเสาชงได้ร่วมกันดำเนินการวิเคราะห์การสร้างโมเดลทางธุรกิจ (BMC) ของการประกอบการหัตถกรรมว่าวได้ดังแสดงในรูปที่ 4-5

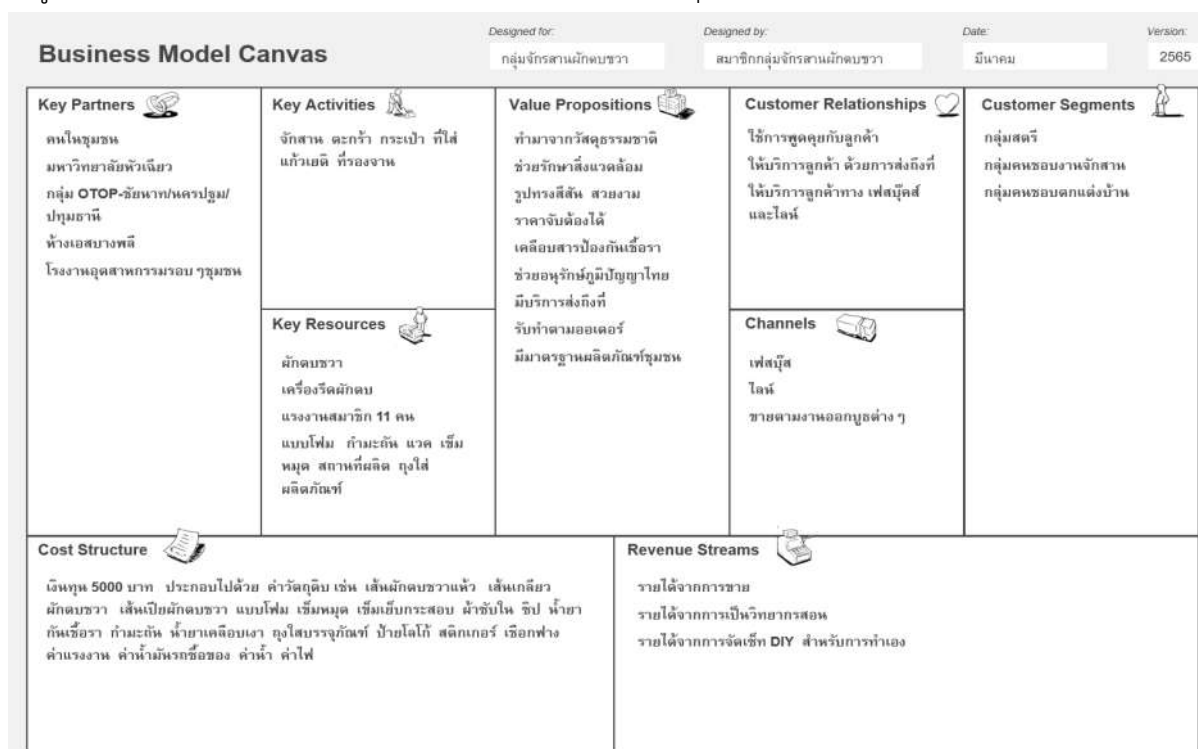
ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำโมเดลธุรกิจ (BMC) ทำให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการสร้างธุรกิจจากความชำนาญที่สมาชิกของกลุ่มฯ มีอยู่นั้นคือ กลุ่มคนรัก(ษ์)บางเสาชงประกอบไปด้วยผู้ที่มีความรู้จริง มีความเชี่ยวชาญ มีความชำนาญในการทำว่าว จูฬา และมีทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์ว่าวและผลิตภัณฑ์ของว่าว ซึ่งสามารถนำความรู้และความชำนาญ และภูมิปัญญาการทำว่าวไปสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่สามารถจำหน่ายสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มได้ เช่น สินค้า ตกแต่งบ้านที่สร้างสรรค์โดยใช้ทักษะและภูมิปัญญาการทำว่าว อาทิ ฉากกั้นห้อง หรือตุ๊กประดับ นอกจากนี้ สมาชิกของกลุ่มยังรู้แหล่งในการหาวัตถุดิบที่ใช้ในการทำว่าวที่มีคุณภาพ เช่น ไม้ไผ่สีสุก กระดาษว่าว และอื่น ๆ แต่ในขณะที่เดียวกันสมาชิกกลุ่มก็ยังพบว่า สมาชิกยังขาดแนวทางในการทำการตลาด ทำให้ยังมีออเดอร์ การสั่งซื้อไม่มากนัก ประกอบกับสินค้าประเภทหัตถกรรมว่าวยังมีความบอบบาง จึงต้องการความพิถีพิถันในการเก็บรักษา ทำให้มีต้นทุนด้านการเก็บรักษาที่ค่อนข้างสูงกว่าสินค้าประเภทอื่น ๆ ซึ่งแนวทางในการทำการตลาดสำหรับกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาชงที่เหมาะสม จึงควรเป็นการทำการตลาดแบบพรีออเดอร์ กล่าวคือ เมื่อลูกค้าสั่งสินค้าหัตถกรรมว่าวมาล่วงหน้า สมาชิกกลุ่มก็จะทำว่าวตามคำสั่งซื้อของลูกค้า เมื่อทำว่าวตามคำสั่งซื้อเสร็จ สมาชิกของกลุ่มฯ ก็จะส่งสินค้าให้กับลูกค้าในทันที ซึ่งแนวทางการทำธุรกิจแบบนี้จะทำให้ไม่ต้องเก็บสินค้าไว้ในคลังเพื่อเลี่ยงความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นได้



รูปที่ 4-5 โมเดลทางธุรกิจ (BMC) การประกอบธุรกิจหัตถกรรมว่าวของกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาชง

กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาชิง (จักสานผักตบชวา) เกิดจากการรวมตัวของกลุ่มแม่บ้านที่พักอาศัยอยู่ในเคหะบางพลีซึ่งสนใจงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา โดยแบ่งหน้าที่ตามความถนัดในการสร้างงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาหลายผลิตภัณฑ์ ผู้นำกลุ่มฯ มีองค์ความรู้ในการจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาได้หลายลาย และยังสามารถถ่ายทอดความรู้การจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาให้กับสมาชิกของกลุ่มและผู้สนใจในชุมชน ซึ่งทำให้สมาชิกของกลุ่มฯ มีรายได้เพิ่ม สมาชิกที่สภาพคล่องทางเศรษฐกิจที่ดีขึ้นจากกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการสมาชิกของกลุ่มฯ ได้ร่วมกันดำเนินการวิเคราะห์การสร้างโมเดลทางธุรกิจ (BMC) ของการประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวาได้ดังแสดงในรูปที่ 4-6

ผลลัพธ์ที่ได้จากการทำโมเดลธุรกิจ (BMC) ทำให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการสร้างธุรกิจจากความชำนาญที่กลุ่มมีอยู่นั้นคือ ผู้นำกลุ่มฯ มีความเชี่ยวชาญและมีองค์ความรู้ด้านการจักสาน และมีต้นทุนที่ต่ำ แต่ทางด้านการตลาดยังคงขาดทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน เช่น การแบ่งกลุ่มทางการตลาด หรือการทำตลาดเฉพาะกลุ่ม เพื่อให้สามารถเข้าถึงและเข้าใจผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน และด้วยเหตุนี้ จึงทำให้สินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานของกลุ่มฯ ยังไม่สามารถสร้างความโดดเด่นเหนือคู่แข่งซึ่งทำให้เกิดการดึงดูดผู้บริโภคให้หันมาซื้อสินค้าจากกลุ่มได้เพิ่มมากขึ้น อย่างไรก็ตาม เนื่องจากราคาสินค้าของกลุ่มฯ ยังคงมีราคาค่อนข้างต่ำ จึงสามารถมาทดแทนจุดอ่อนในด้านนี้ได้ เพราะทำให้การตัดสินใจซื้อไม่ซับซ้อน ผู้บริโภคสามารถซื้อไปใช้ได้โดยไม่ต้องคิดนานว่าแพงไปหรือไม่ สำหรับอนาคตในการสร้างคุณค่าของกลุ่มจักสานผักตบชวานี้ ควรมุ่งไปสู่การเจาะลูกค้าในระดับบน ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญต่อสภาพแวดล้อมและงานด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม



รูปที่ 4-6 โมเดลทางธุรกิจ (BMC) การประกอบธุรกิจหัตถกรรมของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาชิง

4.2.1.5 การจัดกิจกรรมอบรมเสริมศักยภาพด้านการตลาดสำหรับผู้ประกอบการหัตถกรรม

เพื่อเสริมศักยภาพความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการทำการตลาดสำหรับผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวและผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา นักวิจัยจึงได้จัดกิจกรรมอบรมและฝึกปฏิบัติ “การใช้การตลาดทำธุรกิจอย่างไรให้มีประสิทธิผลสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน” ณ ห้องประชุมวัดบัวโรย ซึ่งสมาชิกของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงและสมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมบางเสาธงได้เข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดได้บรรยายให้ความรู้พื้นฐานเรื่องการตลาด องค์ประกอบการตลาด ซึ่งหมายรวมถึงกลุ่มเป้าหมาย การตอบสนองความต้องการ ผู้ทำการตลาด วัตถุประสงค์การทำการตลาด แนวทางการทำธุรกิจชุมชน การทำการตลาดเพื่อทำให้คนรู้จักสินค้าและบริการ และได้จัดกิจกรรมระดมความคิดเห็นของสมาชิกของกลุ่มผู้ประกอบการร่วมกับวิทยากรเพื่อหาแนวทางการพัฒนาการประกอบการธุรกิจของกลุ่ม ซึ่งสามารถสรุปกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจการทำว่าวของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงได้ดังนี้

1. สร้างข้อมูลผลงานและกิจกรรมการประดิษฐ์ว่าวที่ผ่านมาเพื่อทำการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปรู้จักผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย เช่น Facebook และให้มีผู้ดูแลการลงข้อมูลในสื่อดังกล่าวด้วย
2. เลือกตลาดที่ทางกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวต้องการนำเสนอว่าวจุฬาและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านคุณค่าจากชื่อเสียงและราคาจำหน่าย และเริ่มวางแผนผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด
3. สร้างชื่อ ตราสินค้าและสัญลักษณ์ที่มาจากจุดเด่นของการประดิษฐ์ว่าวที่
4. สร้างงานผลงานหัตถกรรมว่าวจุฬาที่มีคุณค่าเพื่อเก็บเอาไว้สำหรับเป็นผลงานทำให้คนที่สนใจหรือผู้บริโภคได้รับรู้และรู้จักผลงานการสร้างสรรค์หัตถกรรมว่าวจุฬาของกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธง และประชาสัมพันธ์ในวงกว้างเพื่อให้ผู้สนใจเห็นถึงความสามารถและการถ่ายทอดงานศิลปหัตถกรรมว่าวและคุณภาพของผลงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬา และเป็นการสร้างความต้องการในอนาคต
5. สร้างสื่อที่สอนการทำว่าวจุฬา และนำลงเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook Youtube และเพิ่มเพื่อนไปยังกลุ่มต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักเพื่อสร้างเรื่องราว (Story) ของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง
6. เข้าร่วมงานแสดงนิทรรศการต่าง ๆ เพื่อสาธิตและจำหน่ายว่าวจุฬาและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง

สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงได้ร่วมกันระดมความคิดเห็นกับวิทยากรเพื่อหาแนวทางการพัฒนาการประกอบการธุรกิจจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ซึ่งสามารถสรุปกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจหัตถกรรมจักสานผักตบชวาได้ดังนี้

1. สร้างข้อมูลผลงานและกิจกรรมการจักสานหัตถกรรมผักตบชวาเป็น ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่กลุ่มฯ ทำอยู่ บอกเล่าเรื่องราวความเป็นมาของลายจักสานต่าง ๆ เช่น ลายเม็ดยะยม ลายดอกพิกุล ลายดอกแก้ว ลายตัวหนอน เป็นต้น และสร้างหน้าร้านที่เป็นแหล่งแสดงผลผลิตในสื่อออนไลน์ เพื่อทำการเผยแพร่

ประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปรู้จักผ่านสื่อโซเชียลมีเดียที่ทางกลุ่มผักตบชวามีการใช้งานอยู่แล้ว เช่น Facebook และให้มีผู้ดูแลการลงข้อมูลในสื่อดังกล่าวด้วย

2. เลือกตลาดที่สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมสานสุขต้องการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ขายดีหรือเป็นงานที่ต้องการนำเสนอและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในด้านคุณค่าจากชื่อเสียงและราคาจำหน่าย และเริ่มวางแผนผลิตภัณฑ์ผลงานให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

3. สร้างชื่อ ตราสินค้าและสัญลักษณ์ที่มาจากจุดเด่นของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่มหัตถกรรมสาน สุขที่ทำให้คนที่สนใจหรือผู้บริโภคได้รับรู้และรู้จักกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาะง และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา

4. มีการแบ่งงานในด้านการสร้างลายของผักตบชวาที่มีชื่อเสียงและบอกเล่าประวัติความเป็นมา ลักษณะเหมือนการทำผืนผ้าผักตบชวาและการสร้างลายบนผืนผ้าผักตบชวา และการสร้างรูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยเหมาะสมกับการใช้งานจริงเพื่อเจาะกลุ่มตลาดคนทำงานที่มีกำลังซื้อและกลุ่มวัยรุ่น เช่น กระเป๋าหัตถกรรมจักสานผักตบชวาสำหรับใส่เอกสาร กระเป๋าจักสานหัตถกรรมผักตบชวาสำหรับใส่แท็บเล็ตหรือโน้ตบุ๊ก ซึ่งเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์การประยุกต์งานศิลปหัตถกรรมด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับผลิตภัณฑ์สมัยใหม่ด้วยรูปทรงใหม่ ๆ หรือการออกแบบชิ้นส่วนบางอย่างตามความต้องการของผู้บริโภค เช่น สายสะพาย กระดุมปิดกระเป๋า แบบชิ้นงานบุภายในกระเป๋า เป็นต้น

5. สร้างแบบลายการถักผักตบชวาที่มีคุณค่าและเขียนเรื่องราวกำกับเพื่อเก็บเอาไว้สำหรับเป็นผลงานประชาสัมพันธ์โดยได้จำหน่ายเพื่อให้ผู้สนใจเห็นถึงความสามารถและการถ่ายทอดงานศิลปหัตถกรรมและคุณภาพการสร้างสรรคผลงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา และเป็นการสร้างความต้องการในอนาคต

6. สร้างสื่อที่สอนการทำหัตถกรรมจักสานผักตบชวา และนำลงลงสื่อออนไลน์ เช่น Facebook You Tube และสร้างเครือข่ายกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา เพิ่มเพื่อนไปยังกลุ่มต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น หรือจัดกิจกรรมการเผยแพร่การจักสานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา ตลอดจนการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาแบบใหม่ที่นำเสนอและตอบสนองการใช้งานของชีวิตยุคใหม่

7. สร้างช่องทางการติดต่อและช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของกลุ่มสินค้า



รูปที่ 4-7 ภาพกิจกรรมอบรมและฝึกปฏิบัติ “การใช้การตลาดทำธุรกิจอย่างไรให้มีประสิทธิผลสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน”

4.2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา

การเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบหัตถกรรมจักสานผักตบชวาและผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวในพื้นที่อำเภอบางเสาธงด้วยแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมมากกว่าร้อยละ 10 จำเป็นจะต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นสวยงามสามารถตอบสนองการใช้ประโยชน์ของผู้บริโภคได้ ซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะใช้แนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีมาเป็นหลักคิดในการดำเนินงาน รายละเอียดการดำเนินงานมีดังนี้

4.2.2.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี

กลุ่มหัตถกรรมคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง เกิดขึ้นจากกรวมกลุ่มของคนในพื้นที่อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการที่มีความสนใจเรื่องว่าวจุฬา ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มที่สนใจเรื่องว่าวอยู่ทั้งหมด 13 คน ภาพสมาชิกของกลุ่มแสดงไว้ในรูปที่ 4-8 สมาชิกของกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้ชาย เนื่องด้วยการทำว่าวและการเล่นว่าวในพื้นที่ของอำเภอบางเสาธงนั้นเป็นกิจกรรมของเด็กผู้ชาย ซึ่งสมาชิกส่วนใหญ่ของกลุ่มมีความสามารถในการทำว่าวหลากหลายประเภททั้งว่าวจุฬา ว่าวปักเป้า ว่าวอีลิ้ม แต่สมาชิกของกลุ่มส่วนใหญ่เน้นทำว่าวจุฬาขนาดใหญ่ (ความสูงของตัวว่าวขนาดตั้งแต่ 100- 200 ซม.) จากการสัมภาษณ์ลุงประชุม เรื่อง อร่าม (คุณประชุม เรื่องอร่าม, สัมภาษณ์) ให้ข้อมูลว่าปัจจุบันลุงประชุมอายุ 84 ปี เกิดและเติบโตในพื้นที่ตำบลศิระชะจะเข้ใหญ่ อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ คุณลุงเล่าว่าเมื่อสมัยเป็นเด็กนั้นคุณลุงได้มีโอกาสดูและหัดทำว่าวจุฬาจากคุณปู่ทรัพย์ เรื่องอร่าม (บิดาของลุงประชุม เรื่องอร่าม) จนลุงมีทักษะและมีความชำนาญในการทำว่าวจุฬาที่ได้สัดส่วนซึ่งสามารถนำว่าวจุฬาที่ทำนั้นไปซั๊กเล่นในช่วงฤดูเล่นว่าวของคนในพื้นที่อำเภอบางเสาธง (ช่วงระหว่างเดือนกุมภาพันธ์- เมษายน ที่มีลมว่าวพัดมาในพื้นที่) และต่อมาเมื่อลุง

ประชุม เรื่องอรัมมีครอบครัวและมีลูกชาย ลูกก็ได้ถ่ายทอดภูมิปัญญาการทำวาวของตนเองให้กับลูกชาย หัดทำวาวเพื่อเป็นของเล่นสำหรับเด็กผู้ชาย ซึ่งในปัจจุบันคุณสมชาย เรื่องอรัมลูกชายของลุงประชุมก็ยังคง ทำวาวเป็นงานอดิเรกและทำวาวเพื่อนำวาวจุกาไปใช้ในการแข่งขันวาวในงานแข่งวาวจุกาที่จัดขึ้นในพื้นที่ อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ (คุณสมชาย เรื่องอรัม, สัมภาษณ์)

นอกจากจะมีการสอนการทำวาวกันในครอบครัวแล้ว เด็กผู้ชายบางคนไม่ได้เรียนรู้การทำวาวจากคนในครอบครัวโดยตรง เด็กบางคนซึ่งมีใจรักในการทำวาวก็จะไปแอบเรียนรู้การทำวาวโดยอาศัย การแอบสังเกตวิธีการทำวาวจากผู้ใหญ่ที่มีฝีมือในการทำวาว เป็นการเรียนรู้การทำวาวแบบครูปักหลักจำแล้ว เด็กก็มาฝึกฝนทักษะการทำวาวจนมีความชำนาญสามารถทำวาวจุกาขนาดใหญ่ที่สามารถนำไปใช้ในการ แข่งขันได้ (คุณชาติชาย กลิ่นโสภณ, สัมภาษณ์) จึงกล่าวโดยสรุปได้ว่า สมาชิกของกลุ่มฯ มีทักษะและ มีความสามารถในการทำวาวจุกาขนาดใหญ่ที่สืบทอดวิธีการทำวาวจุกาจากบรรพบุรุษรวมทั้งได้พัฒนาวิธีการ ทำวาวจุกาให้มีความสวยงามมากขึ้น เช่น การทำลูกปลาที่มีลวดลายตามจินตนาการของคนทำวาวแต่ละคนแล้ว นำลูกปลานั้นมาติดลงไปบนตัววาวจุกาเพื่อให้วาวของตนเองมีความสวยงามโดดเด่นเป็นที่สะดุดสายตาของ ผู้ชมเมื่อยามที่วาวจุกาของตนเองนั้นโฉบบินอยู่ในท้องฟ้า ซึ่งวาวจุกาขนาดใหญ่ที่สร้างขึ้นมานั้น สามารถนำมาเล่น เพื่อความสนุกสนานหรือใช้ในการเล่นกีฬาแข่งขันกันของสมาชิกภายในกลุ่ม ดังนั้น เมื่อจะมีการพัฒนาสินค้า หัตถกรรมวาว จึงได้มีการพูดคุยกันในกลุ่มสมาชิกเพื่อจะพัฒนาสินค้าหัตถกรรมวาวจุกาออกมา จึงตกลงกันว่า จะพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมวาวจุกาให้เป็นวาวจุกาขนาดย่อส่วนจากวาวจุกาขนาดใหญ่ปกติที่เคยทำกันอยู่ โดยจะยังคงรักษาสัดส่วนทุกอย่างของวาวจุกาที่ทำกันอยู่ให้เป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมวาวจุกามีขนาดเล็กลง หลาย ๆ ขนาด เช่น ขนาดความสูง 30 ซม. 50 ซม. 70 ซม. โดยจะยังคงไว้ซึ่งรูปลักษณ์ ความประณีตของการ ทำและความสวยงามของลวดลายของวาวจุกา แต่ไม่ต้องคำนึงถึงการนำวาวจุกาให้สามารถนำไปชักขึ้นเล่น บนฟ้าได้ เน้นให้ได้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมวาวจุกาที่มีความสวยงามและยังคงรูปลักษณ์ความเป็นวาวจุกา ของบางเสาธง และทางกลุ่มได้เริ่มพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมวาวจุกาที่มีขนาดความสูงต่าง ๆ กันจำนวน 5 ขนาดคือ ขนาดความสูง 10 ซม. ขนาดความสูง 15 ซม. ขนาดความสูง 20 ซม. ขนาดความสูง 50 ซม. และ ขนาดความสูง 75 ซม. โดยขั้นตอนการทำงานจะเริ่มจากทำโครงวางซึ่งจะใช้ไม้ไผ่สีสุกทำและใช้เชือกขึงให้เป็น โครงวาวจุกา โดยยังคงรักษารูปลักษณ์และสัดส่วนรูปทรงของวาวจุกาดังแสดงในรูปที่ 4-9 และผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมวาวจุกาแบบย่อส่วนที่กลุ่มฯ ทำออกมาได้ดังแสดงไว้ในรูปที่ 4-10



(ก)

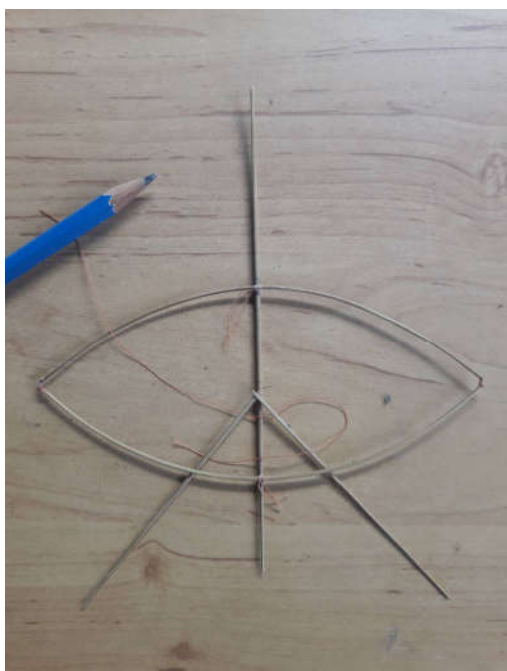


(ข)

รูปที่ 4-8 ภาพกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาชอง อำเภอบางเสาชอง จังหวัดสมุทรปราการ

(ก) คุณชาติชาย (แหลม) กลิ่นโสภณ แกนนากลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาชอง

(ข) สมาชิกของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาชองเมื่อครั้งเข้าร่วมงานการแข่งขันกีฬาว่าวจุฬา



รูปที่ 4-9 ภาพขั้นตอนการขึ้นโครงผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาแบบย่อส่วนโดยใช้ไม้ไผ่สีสุก และใช้เชือกขึงทำโครงว่าว ซึ่งยังรักษารูปแบบและวิธีการทำเหมือนกับทำว่าวจุฬาปกติ



(ก)

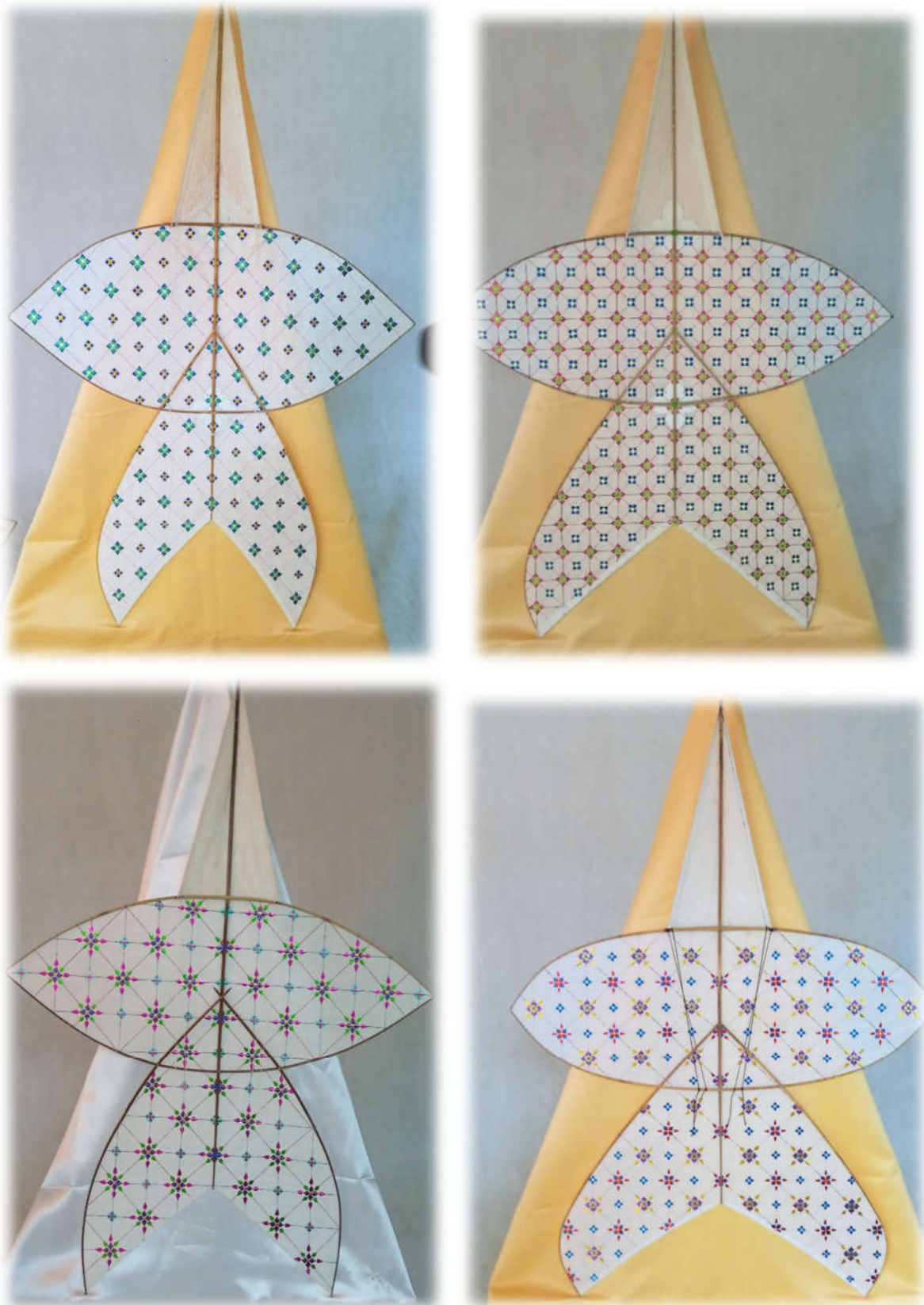


(ข)

รูปที่ 4-10 แสดงภาพผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาที่กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงสร้างสรรค์ผลงาน

- (ก) ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาที่ยังคงรักษารูปลักษณ์ความสวยงามลวดลายของว่าว
- (ข) ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาแบบย่อส่วนขนาดความสูง 50 เซนติเมตร

และกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวและนักวิจัยได้ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ว่าว โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นว่าวจุฬาขนาดต่าง ๆ เช่น 25 50 75 100 เซนติเมตร เพื่อเป็นว่าวที่ผู้สนใจสามารถซื้อพานำไปใช้ในการเล่นว่าวเพื่อความสนุกสนาน หรืออาจนำไปใช้ในการเป็นว่าวของที่ระลึกหรือของฝากแก่ผู้ที่สนใจ หรือซื้อหาเป็นว่าวจุฬาเพื่อใช้ในการแข่งขันว่าวจุฬาที่จัดขึ้นในพื้นที่ต่าง ๆ ผลงานสร้างสรรค์ว่าวจุฬาของสมาชิกกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธง ซึ่งแต่ละคนจะมีการสร้างสรรค์ลวดลายที่แตกต่างกันมีลักษณะเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละบุคคล โดยการนำลูกปาลมาติดลงบนกระดาษว่าวที่แปะอยู่ที่โครงว่าวทำให้ได้ผลงานหัตถกรรมว่าวจุฬาที่มีความสวยงาม ประณีตเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอำเภอบางเสาธง ดังแสดงตัวอย่างผลงานสร้างสรรค์หัตถกรรมว่าวจุฬาขนาด 75 เซนติเมตรไว้ในรูปที่ 4-11 รูปที่ 4-12 และรูปที่ 4-13 นอกจากนี้ สมาชิกกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธงและนักวิจัยได้วิเคราะห์ร่วมกันว่าเพื่อความหลากหลายของการใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์ว่าว จึงได้ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ว่าวของกลุ่มให้มีความหลากหลายที่ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อไปใช้ได้ นอกจากการซื้อว่าวจุฬาเพื่อไปใช้ในการเล่นว่าวเพื่อความเพลิดเพลินหรือการซื้อว่าวเพื่อไปใช้แข่งขัน ซึ่งกลุ่มคนรัก(ษ์) พัฒนาผลิตภัณฑ์ว่าวจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์



รูปที่ 4-11 ว่าวจุฬาขนาด 75 เซนติเมตร ผลงานของสมาชิกของกลุ่มคนรัก(ษ์)จำนวน 4 คน
ที่แต่ละคนสร้างสรรค์ลวดลายของลูกปลาที่นำไปติดบนกระดาษว่าวให้มีลวดลายแตกต่างกัน



รูปที่ 4-12 ผลิตภัณฑ์ว่าวจุฬาของกลุ่มฯ ขนาด 75 ซม และขนาด 50 ซม (ถ่ายที่พระวิหารหลวงพ่อโต วัดจระเข้ใหญ่) ที่ผู้บริโภคสามารถซื้อหาไปสำหรับเล่นว่าวเพื่อการผ่อนคลาย หรือนำไปใช้ในการแข่งขันว่าว



รูปที่ 4-13 หัตถกรรมว่าวจุฬาขนาด 50 ซม.ใส่กรอบรูปขนาด 70 x 80 ซม. ซึ่งผู้สนใจสามารถซื้อหามาไปแขวนบนผนังเพื่อตกแต่งสำนักงาน โรงแรม รีสอร์ท อาคารบ้านเรือน

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวที่กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง พัฒนาขึ้นจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ : ว่าวจุฬาย้อยส่วนในกรอบรูปสำหรับตั้งโต๊ะหรือประดับผนัง



1.1 วัตถุประสงค์ในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ : เพื่อใช้เป็นภาพประดับตกแต่งบ้าน รีสอร์ท โรงแรม ร้านค้า ร้านกาแฟ หรือสถานที่ต่าง ๆ

1.2 ขนาดของผลิตภัณฑ์ : ขนาด 60 x 70 ซม.

1.3 วัสดุที่ใช้ : ไม้ไผ่สีสุก กระดาษว่าว เชือก กาว ลูกปลาลวดลายประดับว่าวจุฬา และกรอบรูป

1.4 แรงบันดาลใจและกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ : กลุ่มคนรัก(ษ์) มีภูมิปัญญาการทำว่าวจุฬา โดยปรกติจะนิยมทำว่าวจุฬาขนาด 1 เมตร หรือมากกว่า 1 เมตรเพื่อนำว่าวจุฬาไปใช้ในการเล่นว่าวเพื่อความเพลิดเพลินหรือเพื่อใช้ในการแข่งขันกันระหว่างคนในชุมชน หรือระหว่างคนต่างชุมชนที่สนใจการแข่งขันว่าวจุฬา แต่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ “ว่าวจุฬาย้อยส่วนในกรอบรูปสำหรับตั้งโต๊ะหรือประดับผนัง” กลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าว ได้พัฒนาการทำว่าวจุฬาขนาดย่อยส่วนจากว่าวจุฬาที่ทำกันเป็นปรกติ ให้มีขนาดย่อยส่วนเป็น 30 เซนติเมตร โดยยังคงรักษาลักษณะรูปร่างและสัดส่วนของว่าวจุฬา รวมถึงลักษณะหัวเชิดของส่วนหัวของว่าวจุฬาไว้ และเทคนิคการนำลูกปลามาติดบนกระดาษว่าวให้มีลายต่าง ๆ ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ จากนั้นจึงนำว่าวจุฬาย้อยส่วนไปใส่กรอบรูปแบบตั้งโต๊ะหรือแขวนผนัง เพื่อให้ว่าวจุฬาย้อยส่วนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลากหลายมากกว่าการใช้ว่าวจุฬาเพื่อการเล่นว่าวหรือการแข่งขันว่าว เช่น การใช้ว่าวจุฬาย้อยส่วนเพื่อประดับบ้าน ให้ได้ความสวยงามและยังคงได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความเอกลักษณ์ของบางเสาธง

2. ผลิตรักณ์ท์ : ภาพประดับลวดลายของว่าวจุฬา



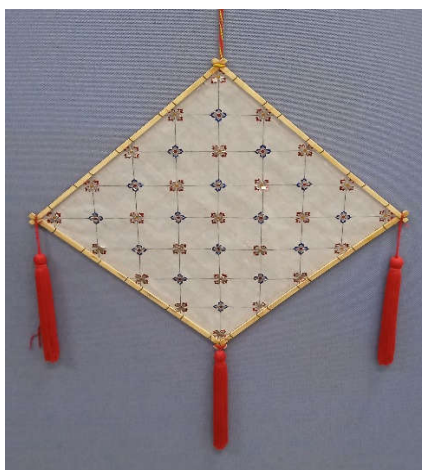
2.1 วัตถุประสงค์ในการใช้งานของผลิตรักณ์ท์ : เพื่อใช้เป็นภาพประดับตกแต่งผนังบ้าน รีสอร์ท โรงแรม ร้านค้า ร้านกาแฟ หรือสถานที่ต่าง ๆ

2.2 ขนาดของผลิตรักณ์ท์ : รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 40 X 60 ซม.

2.3 วัสดุที่ใช้ : ไม้ไผ่สีสุก กระจาดชาว่าว เชือก กาว ลูกปลาลวดลายประดับว่าวจุฬา

2.4 แรงบันดาลใจและกระบวนการผลิตผลิตรักณ์ท์ : กลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธง มีภูมิปัญญาการทำว่าวจุฬาโดยมีการใช้ลูกปลามาติดบนกระจาดชาว่าวทำให้ได้ว่าวจุฬาที่มีลวดลายความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ของบางเสาธง ด้วยลวดลายที่สวยงามที่ได้มาจากลูกปลาจึงได้มีการพัฒนา “ภาพประดับลวดลายของว่าวจุฬา” โดยใช้ไม้ไผ่ทำเป็นกรอบรูปเป็นรูปสี่เหลี่ยมแทนที่จะเป็นโครงรูปว่าวจุฬา และใช้เทคนิคการถักเชือกบนโครงว่าวแล้วจึงนำกระจาดชาว่าวมาแปะบนเชือก แล้วจึงนำลูกปลามาติดบนกระจาดชาว่าวเป็นลวดลายต่าง ๆ ก่อให้เกิดความสวยงามบนภาพ ซึ่งจะได้ภาพประดับลวดลายของว่าวจุฬาที่มีความสวยงามสามารถนำไปใช้ประดับผนังอาคารบ้านเรือนได้ ขนาดของภาพประดับสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของผู้ซื้อ

3. ผลิตรักณ์ท์ : ตุ้งไม้ไผ่ลวดลายของว่าว



3.1 วัตถุประสงค์ในการใช้งานของผลิตรักณ์ท์ : เพื่อใช้เป็นประดับตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ โดยการแขวนประดับผนัง หรือแขวนประดับตามเสา เพดานหรือส่วนต่าง ๆ ของอาคารสถานที่ หรือใช้ตกแต่งในงานเทศกาล

3.2 ขนาดของผลิตรักณ์ท์ : รูปสี่เหลี่ยม ขนาด 50 X 50 ซม.

3.3 วัสดุที่ใช้ : ไม้ไผ่สีสุก กระดาษว่าว เชือก กาว ลูกปาลาลายประดับของว่าวจุฬา พู่ด้ายไหม

3.4 แรงบันดาลใจและกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ : เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่อาศัยภูมิปัญญาการทำว่าวจุฬาของคนบางเสาธง จึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ตุ่งไม้ไผ่ลวดลายของว่าว โดยนำไม้ไผ่สีสุกที่ใช้ทำโครงว่าวมาขึ้นโครงสร้างเป็นตุ่ง (ธง) ที่มีรูปทรงเป็นสี่เหลี่ยมจัตุรัสขนาดต่าง ๆ (ใหญ่เล็กตามต้องการ) จากนั้นจึงถักเชือกยึดโครงไม้ไผ่ของตุ่งโดยใช้เทคนิคเดียวกับการถักเชือกของการทำโครงว่าวจุฬา และทำการแปะกระดาษว่าวบนเชือกที่ถักขึ้น จากนั้นจึงนำลูกปาลา (ลวดลายของว่าว) มาติดบนกระดาษว่าวทำนองเดียวกับการติดลูกปาลาบนว่าวจุฬา จากนั้นจึงนำพู่ด้ายไหมมาติดที่มุมด้านซ้าย ด้านขวาและด้านล่างของธง พร้อมกับทำห่วงสำหรับแขวนบริเวณมุมด้านบนของธง ซึ่งเมื่อทำตุ่งไม้ไผ่ไปแขวนตามเสาหรือผนังมีเมื่อสายลมพัดมาจะทำให้เกิดการพลิ้วไหวของเส้นด้ายไหมก่อให้เกิดความสวยงามของตุ่งไม้ไผ่ การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ตุ่งไม้ไผ่ลวดลายของว่าวเป็นการนำเทคนิคภูมิปัญญาการทำว่าวของคนบางเสาธงมาประยุกต์ทำผลิตภัณฑ์ตุ่งสำหรับแขวนประดับที่มีความสวยงามสามารถใช้ตกแต่งสถานที่ต่าง ๆ และยังสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์โดยใช้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นด้วย ขนาดของผลิตภัณฑ์สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของผู้บริโภค

4. ผลิตภัณฑ์ : ภาพประดับว่าวจุฬาย่อยส่วนบนลวดลายจิตรกรรมภาพพระมาลัย



4.1 วัตถุประสงค์ในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ : เพื่อใช้เป็นภาพประดับตกแต่งผนังบ้าน รีสอร์ท โรงแรม ร้านค้า ร้านกาแฟ หรือสถานที่ต่าง ๆ

4.2 ขนาดของผลิตภัณฑ์ : รูปสี่เหลี่ยมผืนผ้า ขนาด 50 X 75 ซม.

4.3 วัสดุที่ใช้ : ไม้ไผ่สีสุก กระดาษว่าว เชือก กาว ลูกปาลาลวดลายประดับว่าวจุฬา ภาพถ่ายจิตรกรรมฝาผนังภาพถวายดอกบัวแด่พระมาลัยบนสวรรค์ซึ่งได้ถ่ายภาพจากฝาผนังบริเวณด้านทิศใต้ของพระวิหารหลวงพ่อโต วัดจระเข้ใหญ่ ต.ศิระชะจรเข้ใหญ่ อ.บางเสาธง จ.สมุทรปราการ

4.4 แรงบันดาลใจและกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ : ใช้เทคนิคการทำวาวจุฬาย่อยส่วนของสมาชิกของกลุ่มคนรัก(ษ์) พัฒนาผลิตภัณฑ์ “ภาพประดับวาวจุฬาบนลวดลายจิตรกรรมภาพพระมาลัย. กลุ่มคนรัก(ษ์) วาวได้ทำวาวจุฬาขนาดย่อยส่วนขนาด 30 เซนติเมตร นำมาประดับบนภาพถ่ายจิตรกรรมภาพถ่ายดอกบัวแต่พระมาลัยบนสวรรค์ เพื่อสร้างการเล่าเรื่องของภาพว่า “ในภาพถ่ายภาพจิตรกรรมฝาผนังพระวิหารนั้นเล่าเรื่องราว ในพื้นที่อำเภอบางเสาธงมีดอกบัวขึ้นอยู่เป็นจำนวนมาก ชาวบ้านในพื้นที่อำเภอบางเสาธงมีศรัทธาต่อพระมาลัยที่จำพรรษาอยู่บนสวรรค์ ชาวบ้านมีจิตศรัทธาที่จะถวายดอกบัวแต่พระมาลัย ชาวบ้านจึงเก็บรวบรวมดอกบัวด้วยความตั้งใจและจิตศรัทธา ดังนั้น จึงได้มีการนำวาวจุฬาย่อยส่วนซึ่งผลิตขึ้นด้วยภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นบางเสาธงเข้ามาประดับในภาพเพื่อสื่อว่าวาวจุฬาคือสะพานเชื่อมต่อระหว่างโลกของมนุษย์ (ชาวบ้านในอำเภอบางเสาธง) ที่จะนำพาให้จิตปรารถนาของชาวบ้านนั้นสามารถนำดอกบัวไปถวายแต่พระมาลัยบนสวรรค์ได้ตั้งความปรารถนาของชาวบ้านในอำเภอบางเสาธง” ภาพประดับนี้สามารถแสดงถึงความสวยงามของจิตรกรรมภาพพระมาลัยของผนังวิหารหลวงพ่อดโตและความงามของวาวจุฬาย่อยส่วนซึ่งผลิตขึ้นโดยภูมิปัญญาของคนบางเสาธง ขนาดของผลิตภัณฑ์สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของผู้บริโภค ภาพของผลิตภัณฑ์ที่ถดถกรรมว่าวที่กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวสร้างสรรค์ขึ้นทั้งหมดจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์แสดงไว้ในรูปที่ 4-14 และรูปที่ 4-15



รูปที่ 4-14 ภาพจิตรกรรมฝาผนังภาพพระมาลัย ที่พระวิหารหลวงพ่อดโต วัดजरเข้ใหญ่



ว่าวจุฬาย้อยส่วน ในกรอบรูปขนาด 60 x 70 ซม.



ว่าวจุฬาย้อยส่วน ในกรอบรูปขนาด 30 x 50 ซม.

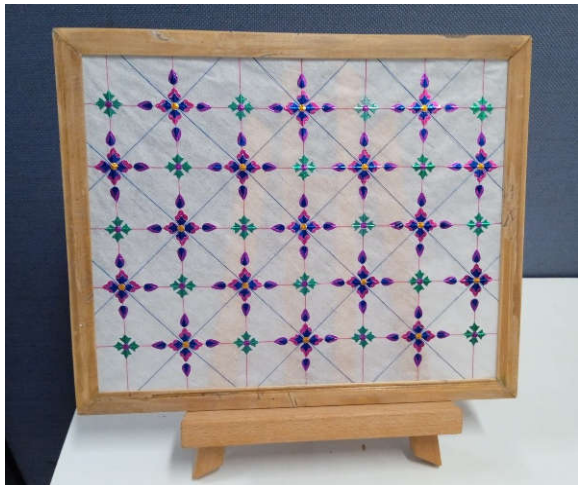


ภาพประดับว่าวจุฬาย้อยส่วนบนลวดลายจิตรกรรมฝาผนังภาพพระมาลัย



ว่าวจุฬาที่ใช้ประดับตกแต่งสถานที่

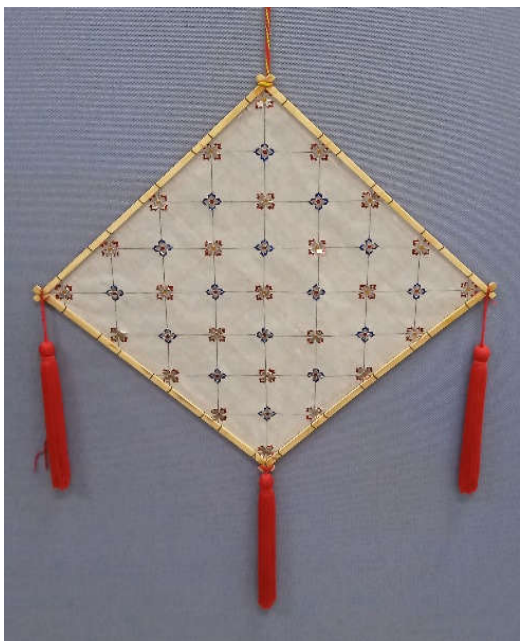
รูปที่ 4-15 ผลงานสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง (ชุดที่ 1)



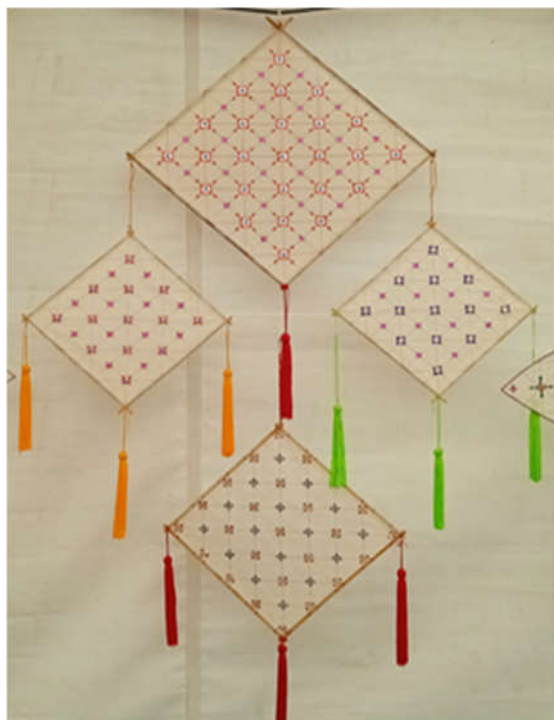
ภาพประดับลวดลายของว่าวจุฬา



ภาพประดับลวดลายของว่าวจุฬา



ตุ้งไม้ไผ่ลวดลายของว่าว



ตุ้งไม้ไผ่ลวดลายของว่าว

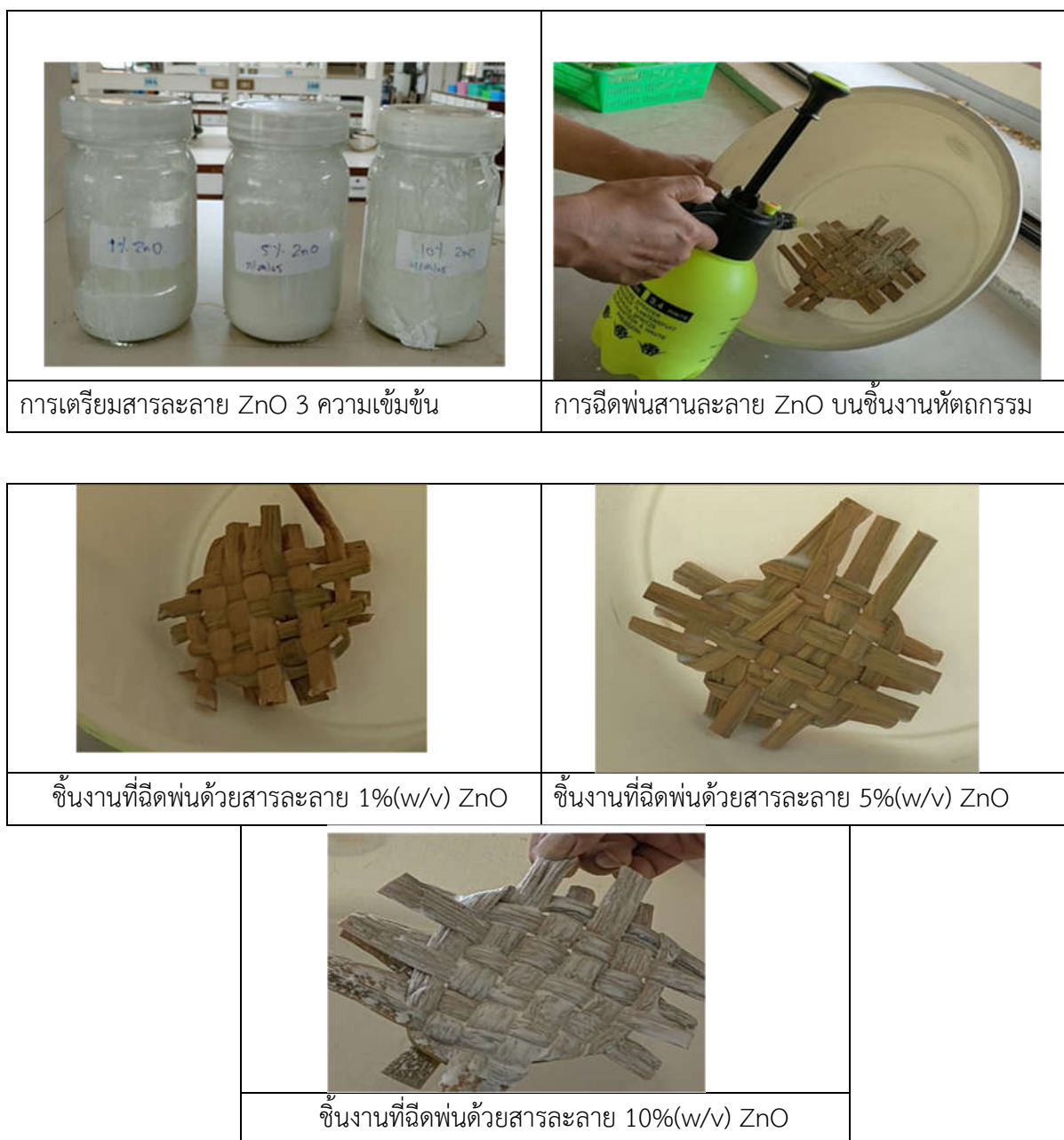
รูปที่ 4-16 ผลงานสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง (ชุดที่ 2)

4.2.2.2 การศึกษาทดลองเพื่อศึกษาการยับยั้งการเกิดเชื้อราบนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ผักตบชวาด้วยสารเคมี

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาใช้เส้นผักตบชวาเป็นวัตถุดิบหลักในการจักสาน ซึ่งเส้นผักตบชวาที่นำมาจักสานนั้นเป็นอาหารของเชื้อราที่ใช้ในการเจริญเติบโตได้ ด้วยเหตุนี้ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาจึงมีโอกาสเกิดเชื้อราได้ ดังนั้น ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวารวมทั้งกลุ่มหัตถกรรมสานสุขจึงจำเป็นต้องมีกรรมวิธีหนึ่งในการที่จะต้องนำมาใช้เพื่อป้องกันการเกิดเชื้อราบนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา ซึ่งกรรมวิธีที่การป้องกันการเกิดเชื้อราบนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่นิยมใช้กันทั่วไป คือในขั้นตอนสุดท้ายที่จะนำผลิตภัณฑ์ไปอบในตู้อบที่ใช้กัมมะถันเป็นสารเคมีเพื่อป้องกันการเกิดเชื้อ ทำการอบกัมมะถันอย่างน้อย 24 ชั่วโมง อย่างไรก็ตาม การป้องกันการเชื้อราด้วยการอบกัมมะถันนั้นมีข้อที่จำกัดบางประการ เช่น ผู้ประกอบการจะต้องลงทุนจัดสร้างตู้อบกัมมะถันซึ่งเป็นค่าใช้จ่ายในการลงทุน ขั้นตอนการอบรมกัมมะถันต้องใช้เวลาอย่างน้อย 24 ชั่วโมง เป็นต้น นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่นำไปอบกัมมะถันโดยใช้ความร้อน เมื่อครบเวลาการอบกัมมะถันจะมีไอระเหยของกัมมะถันเคลือบอยู่บนชิ้นงานผลิตภัณฑ์ด้วย ซึ่งมีข้อมูลว่าผู้บริโภคบางท่านเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวามาใช้แล้ว เกิดการสัมผัสกับไอระเหยสารกัมมะถันที่เคลือบอยู่บนผลิตภัณฑ์แล้วทำให้เกิดการระคายผิวหนัง หรือผู้บริโภคบางท่านอาจแพ้สารไอระเหยสารกัมมะถันอย่างรุนแรง ด้วยข้อจำกัดของการใช้การอบกัมมะถันเพื่อป้องกันการเกิดเชื้อราบนผลิตภัณฑ์ ดังนั้น นักวิจัยจึงมองหากรรมวิธีทางเลือกอื่น ๆ เพื่อนำมาใช้ป้องกันการเกิดเชื้อราบนผลิตภัณฑ์

สารนาโนซิงค์ออกไซด์ (ZnO) เป็นสารเคมีที่อนุภาคเป็นอนุภาคนาโน (ขนาดอนุภาคระดับนาโนเมตร) คุณสมบัติทางเคมีของสารนาโนซิงค์ออกไซด์เป็นสารที่มีฤทธิ์ยับยั้งฆ่าเชื้อแบคทีเรียและเชื้อรา ดังนั้น นักวิจัยจึงได้ทำการทดลองเพื่อศึกษาว่าสารนาโนซิงค์ออกไซด์สามารถยับยั้งการเกิดเชื้อราบนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาได้หรือไม่ โดยขั้นตอนแรกจึงเตรียมสารละลายนาโนซิงค์ออกไซด์ที่มีความเข้มข้น 3 ความเข้มข้น คือ ความเข้มข้น 1%(w/v) 5%(w/v) และ 10%(w/v) สารละลายนาโนซิงค์ออกไซด์ทั้ง 3 ความเข้มข้นแสดงในรูป จากนั้นนำสารละลายนาโนซิงค์ออกไซด์ทั้ง 3 ความเข้มข้นไปใส่เครื่องฉีดพ่นแล้วจึงฉีดพ่นสารละลายนาโนซิงค์ออกไซด์ลงบนพื้นผิวของตัวอย่างชิ้นงานจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ภายหลังทิ้งให้ชิ้นงานที่ผ่านการฉีดพ่นสารละลายนาโนซิงค์ออกไซด์แล้ว 3 ชั่วโมง จึงเก็บข้อมูลลักษณะทางกายภาพของชิ้นงานหัตถกรรมเพื่อดูว่ามีสภาพเป็นอย่างไร ผลการศึกษาแสดงไว้ในรูปที่ 4-17 ซึ่งพบว่า ชิ้นงานหัตถกรรมที่ถูกฉีดพ่นด้วยสารละลายนาโนซิงค์ออกไซด์ที่มีความเข้มข้น 10%(w/v) ชิ้นงานหัตถกรรมที่บริเวณผิวหน้ามีลักษณะกายภาพเป็นสีด่างขาว ซึ่งลักษณะทางกายภาพเช่นนี้สามารถสรุปได้ว่าสารละลายนาโนซิงค์ออกไซด์ที่มีความเข้มข้น 10%(w/v) ไม่มีความเหมาะสมในการนำไปใช้งานพ่นเคลือบชิ้นงาน ส่วนชิ้นงานหัตถกรรมที่ถูกฉีดพ่นด้วยสารละลายนาโนซิงค์ออกไซด์ที่มีความเข้มข้น 1%(w/v) และ 5%(w/v) ชิ้นงานหัตถกรรมที่บริเวณผิวหน้ามีลักษณะกายภาพเป็นสีธรรมชาติของเส้นผักตบชวา ซึ่งลักษณะทางกายภาพของชิ้นงานหัตถกรรมที่ได้จึงมีความเหมาะสมในการนำสารละลายนาโนซิงค์ออกไซด์ที่มีความเข้มข้น

1%(w/v) และ 5%(w/v) มาทำการทดลองในขั้นต่อไปในห้องปฏิบัติการเพื่อศึกษาความสามารถในการยับยั้งการเกิดเชื้อรา ผลการศึกษาทดลองแสดงไว้ในรูปที่ 4-17

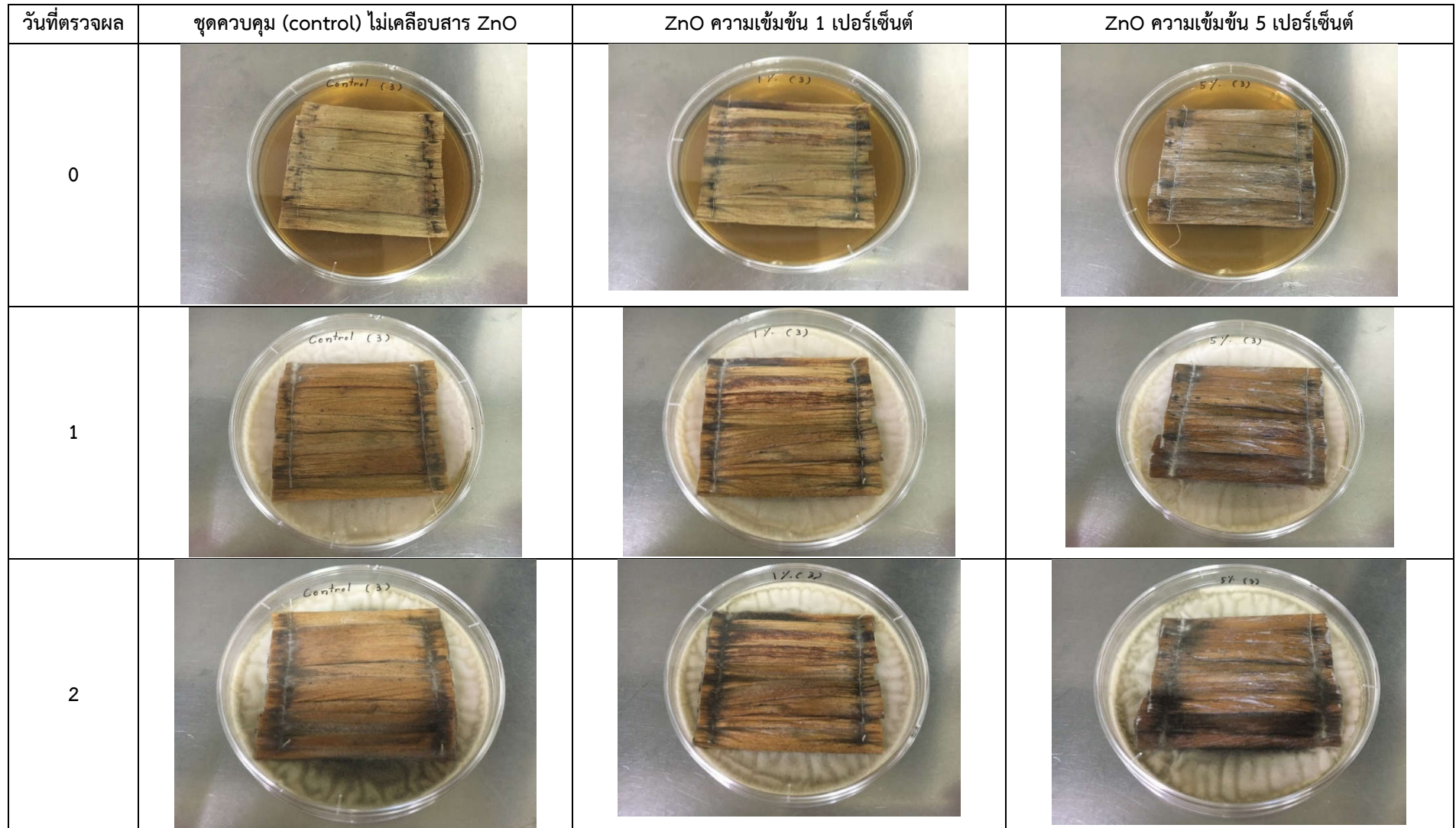


รูปที่ 4-17 ผลการศึกษาลักษณะทางกายภาพของชิ้นงานหัตถกรรมที่ถูกฉีดพ่นด้วยสารละลายนาโนซิงค์ออกไซด์ 3 ความเข้มข้น

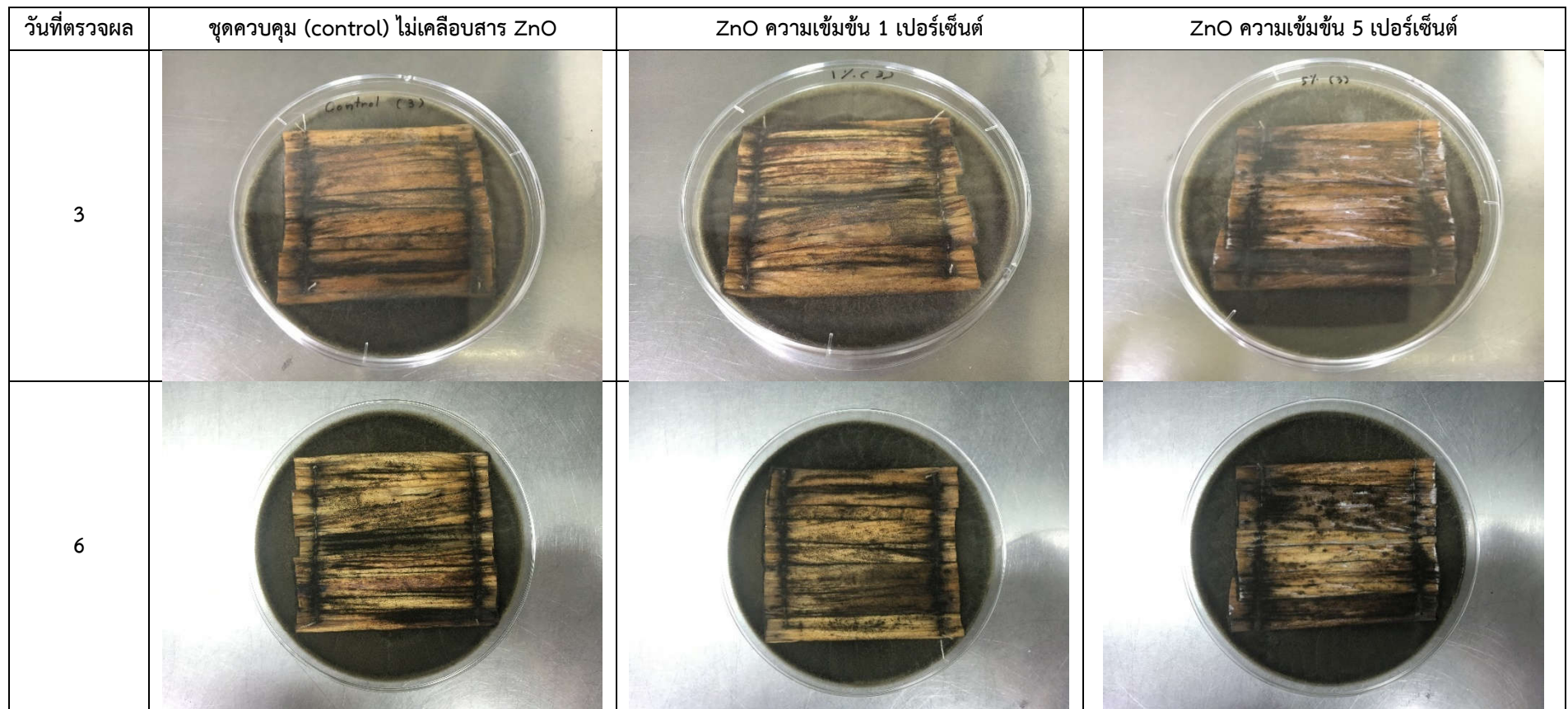
เมื่อนำสารละลายนาโนซิงค์ออกไซด์ความเข้มข้นที่มีความเข้มข้น 2 ระดับ คือ ความเข้มข้น 1%(w/v) และ ความเข้มข้น 5%(w/v) ไปทำการฉีดพ่นบนพื้นผิวชิ้นงานหัตถกรรมจักสาน ผักตบชวา จากนั้นนำชิ้นงานไปส่งไปทดสอบตามวิธีการทดสอบการเกิดเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมในห้องปฏิบัติการจุลชีววิทยา โดยติดตามผลการเกิดเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาตั้งแต่วันที่

เริ่มต้นทำการศึกษาจน ถึงวันที่ 6 ผลการศึกษาติดตามการเกิดเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ในช่วงระยะเวลาการศึกษาแสดงไว้ในรูปที่ 4-18 และรูปที่ 4-19 จากผลการศึกษาทดลองพบว่าเมื่อเวลาผ่านไปตั้งแต่เริ่มวันที่ 0 ถึงวันที่ 6 ทุกตัวอย่างชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวามีเชื้อราเจริญเติบโตขึ้น แสดงให้เห็นว่าสารละลายซิงค์ออกไซด์ (ZnO) ทั้งสองระดับความเข้มข้นที่ใช้ฉีดพ่นลงบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวานั้นไม่สามารถยับยั้งการเกิดเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาได้ ดังนั้น จึงสรุปผลการศึกษาทดลองได้ว่า ไม่สามารถนำสารนาโนซิงค์ออกไซด์ (ZnO) มาใช้ฉีดพ่นบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อป้องกันการเกิดเชื้อรา






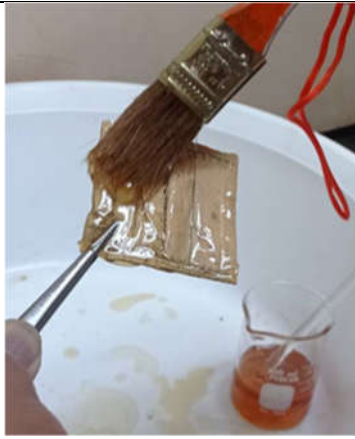



จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าสาร โซเดียมเบนโซเอท ($C_7H_5O_2Na$) เป็นสารเคมีที่มีคุณสมบัติในการยับยั้งการเกิดเชื้อรา สารโซเดียมเบนโซเอทมีราคาไม่แพง เป็นสารเคมีที่สามารถละลายน้ำได้แล้วนำมาฉีดพ่นบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาได้ ด้วยเหตุนี้ นักวิจัยจึงทดลองเตรียมสารละลายโซเดียมเบนโซเอทเข้มข้น 10 % (w/v) แล้วนำมาฉีดพ่นบนชิ้นงานจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ดังแสดงในรูปที่ 4-20 นอกจากนี้ ยังมีการศึกษาสาร Acticide CF ซึ่งเป็นสารทางการค้าที่บริษัทผู้ผลิตจำหน่ายในท้องตลาด โดยระบุว่าสารนี้สามารถนำมาใช้ในการทำไม้เพื่อยับยั้งการเกิดเชื้อรา สารนี้สามารถละลายได้ดีในแอลกอฮอล์ ซึ่งปกติสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมจักสานสานสุขบางเสาชังจะนำแอลกอฮอล์มาทาเคลือบชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา เพื่อให้เกิดความสวยงาม ด้วยเหตุนี้ เพื่อหาทางเลือกในการป้องกันการเกิดเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา นักวิจัยจึงศึกษาการนำสาร Acticide CF มาใช้ป้องกันการเกิดเชื้อราบนชิ้นงาน โดยนำเตรียมสารละลาย Acticide CF มีความเข้มข้น 3% (w/v) โดยใช้ตัวทำละลายคือ แอลกอฮอล์ จากนั้นนำสาร Acticide CF ไปทาบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา และเนื่องด้วยปกติมีการทาแอลกอฮอล์บนชิ้นงานหัตถกรรมเพื่อให้เกิดความสวยงามอยู่แล้ว นักวิจัยจึงศึกษาว่าสารแอลกอฮอล์มีฤทธิ์ในการยับยั้งการเกิดเชื้อราด้วยหรือไม่ จึงทำการทดลองศึกษาด้วยการนำแอลกอฮอล์ทาบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา เมื่อเตรียมชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่ถูกพ่นด้วยสารละลายโซเดียมเบนโซเอท ชิ้นงานที่ถูกทาเคลือบด้วยสาร Acticide CF และชิ้นงานหัตถกรรมที่ทำด้วยแล็กเกอร์เรียบร้อยแล้ว รองชิ้นงานแห้ง จึงนำชิ้นงานหัตถกรรมไปทดสอบตามวิธีการทดสอบการเกิดเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมในห้องปฏิบัติการจุลชีววิทยา โดยติดตามผลการเกิดเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาตั้งแต่วันที่เริ่มต้นทำการศึกษาจน ถึงวันที่ 14 จากผลการศึกษาทดลองพบว่าเมื่อเวลาผ่านไปตั้งแต่เริ่มวันที่ 0 ถึงวันที่ 14 ทุกตัวอย่างชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่ถูกทาเคลือบด้วยสาร Acticide CFเข้มข้น 3% (w/v) จะไม่เกิดเชื้อราขึ้นบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ส่วนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่ถูกทาด้วยแล็กเกอร์และชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่ถูกพ่นด้วยสารโซเดียมเบนโซเอทเข้มข้น 10% (w/v) ปรากฏว่ามีเชื้อราเกิดขึ้นบนชิ้นงานตั้งแต่วันที่ 7 ของการศึกษา ดังแสดงในรูปที่ 21 ถึงรูปที่ 26 ดังนั้น จึงสรุปผลการศึกษาได้ว่าสาร Acticide CF เข้มข้น 3% (w/v) สามารถนำมาใช้ทาบนชิ้นงานเพื่อยับยั้งการเกิดเชื้อราบนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาได้




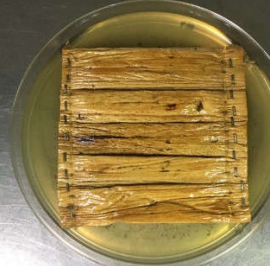


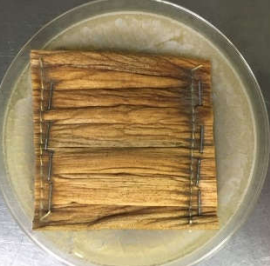

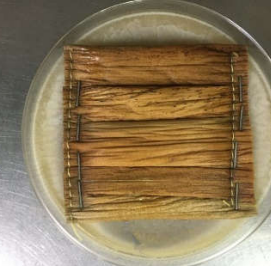

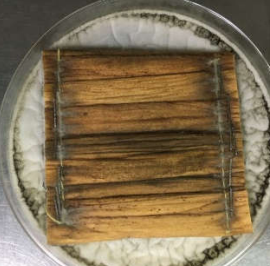



รูปที่ 4-18 ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ระยะเวลาช่วงวันที่ 1 ถึง วันที่ 2 ของการศึกษา) โดยการสังเกตด้วยตาเปล่า



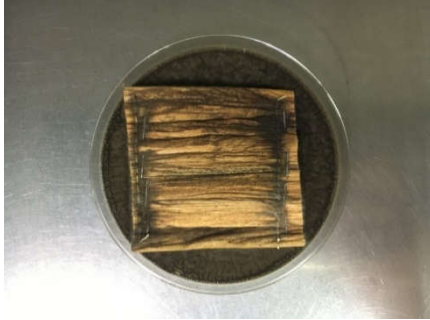



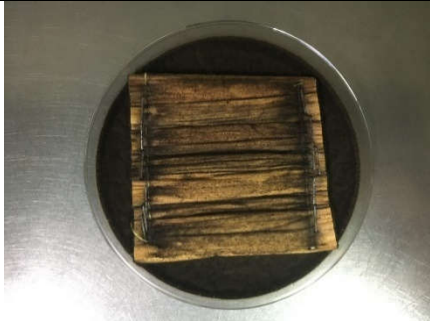


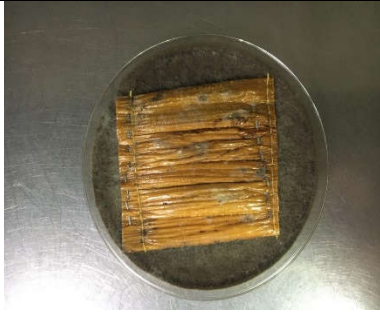
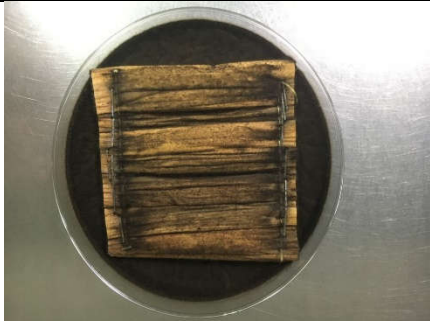

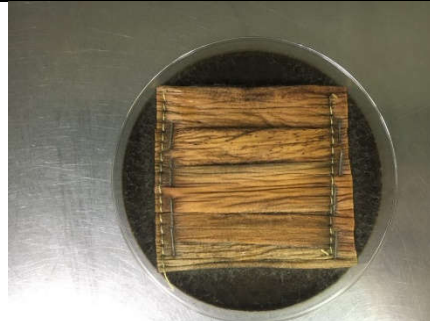

รูปที่ 4-19 ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ระยะเวลาช่วงวันที่ 3 ถึง วันที่ 6 ของการศึกษา) โดยการสังเกตด้วยตาเปล่า

		
การเตรียมสาร sodium benzoate	สาร Acticide CF	แล็กเกอร์
		
ฉีดพ่น sodium benzoate บนชิ้นงานผลิตภัณฑ์	ทาสาร Acticide CF บนชิ้นงานผลิตภัณฑ์	ทาแล็กเกอร์บนชิ้นงานผลิตภัณฑ์
		
ชิ้นงานผลิตภัณฑ์ที่ถูกพ่นด้วยสาร sodium benzoate	ชิ้นงานผลิตภัณฑ์ที่ถูกทาด้วยสาร Acticide CF	ชิ้นงานผลิตภัณฑ์ที่ถูกทาด้วยแล็กเกอร์





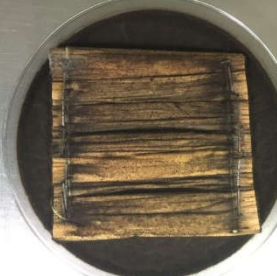

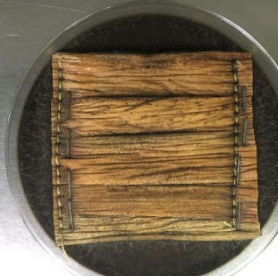

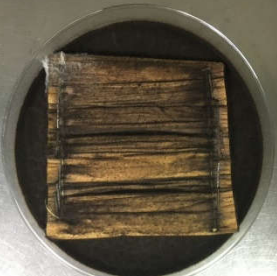



รูปที่ 4-20 การเตรียมสารละลายโซเดียมเบนโซเอท การฉีดพ่นสารโซเดียมเบนโซเอทบนชิ้นงานหัตถกรรม การทาแล็กเกอร์บนชิ้นงานหัตถกรรม และการทาสาร Acticide CF บนชิ้นงานผลิตภัณฑ์

วันที่ ตรวจผล	ชุดควบคุม (control)	Acticide CF เข้มข้น 3%(w/v)	โซเดียมเบนโซเอทเข้มข้น 10 %(w/v)	แล็กเกอร์
0				
1				
2				

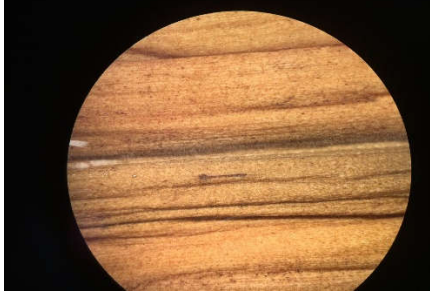
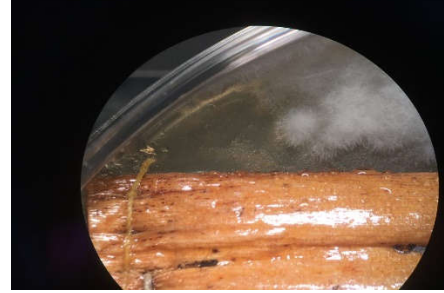
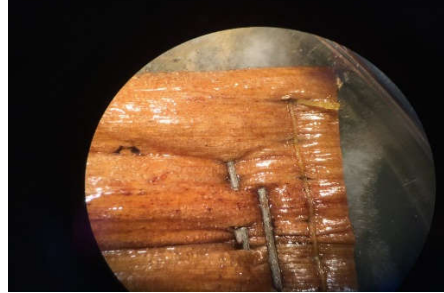
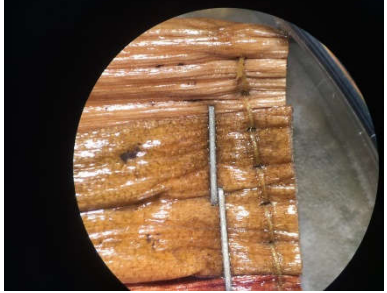
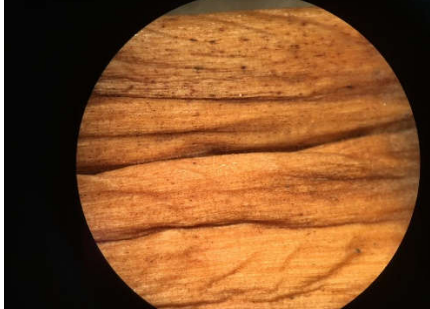
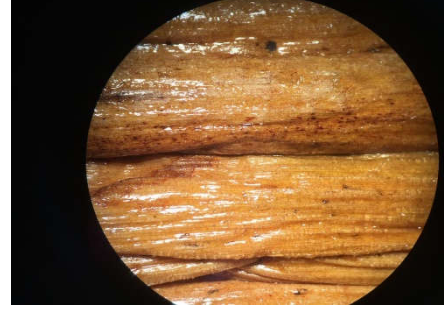
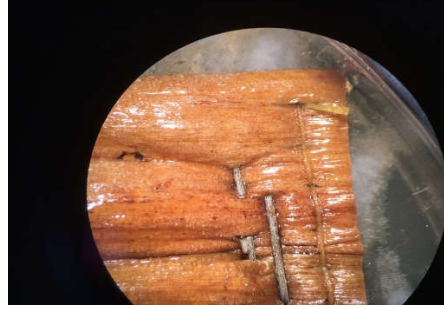
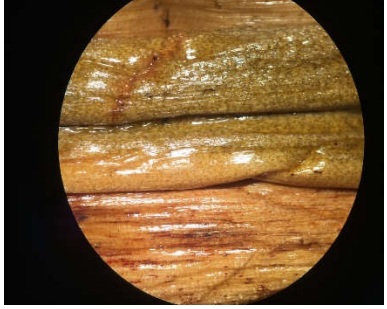
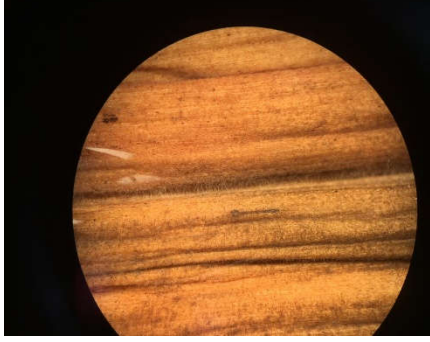
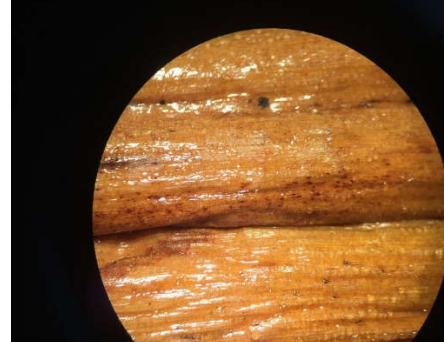
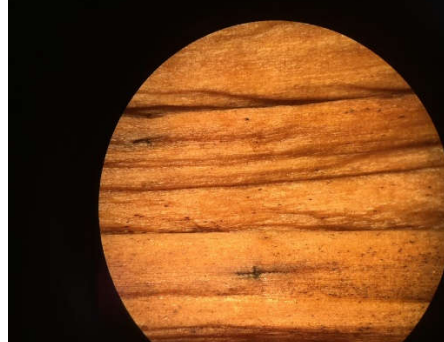
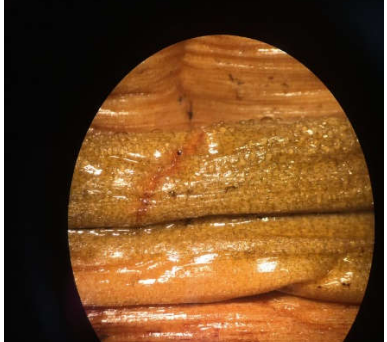
รูปที่ 4-21 ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานที่ดัดกรรมจากสานผักตบชวา (ระยะเวลาช่วงวันที่ 0 ถึง วันที่ 2 ของการศึกษา) โดยการสังเกตด้วยตาเปล่า

วันที่ ตรวจผล	ชุดควบคุม (control)	Acticide CF เข้มข้น 3%(w/v)	โซเดียมเบนโซเอทเข้มข้น 10 %(w/v)	แล็กเกอร์
3				
5				
7				

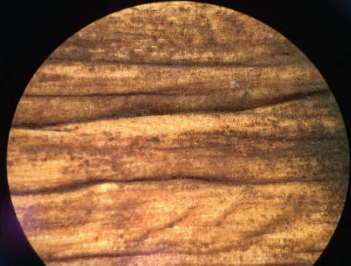



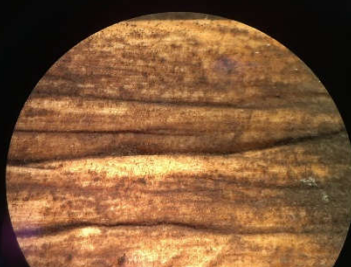

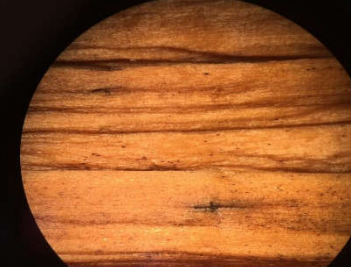
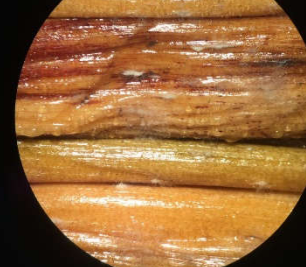
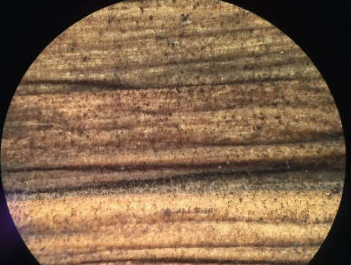

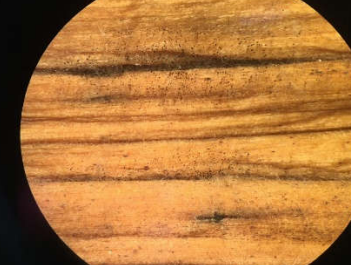
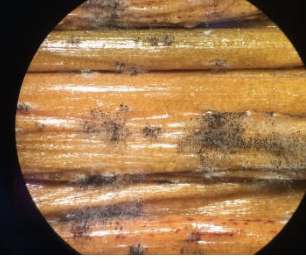
รูปที่ 4-22 ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ระยะเวลาช่วงวันที่ 3 ถึง วันที่ 7 ของการศึกษา) โดยการสังเกตด้วยตาเปล่า

วันที่ ตรวจผล	ชุดควบคุม (control)	Acticide CF เข้มข้น 3%(w/v)	โซเดียมเบนโซเอทเข้มข้น 10 %(w/v)	แล็กเกอร์
9				
10				
14				

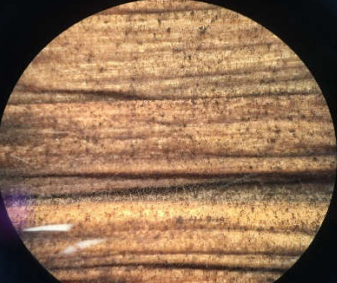

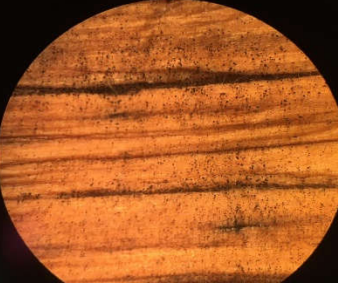

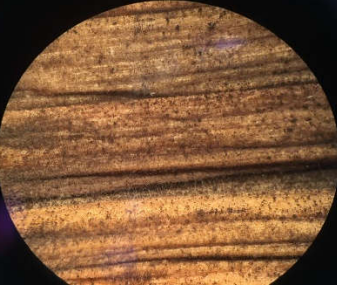

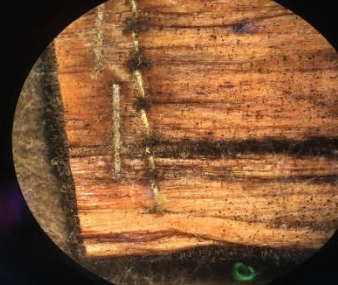

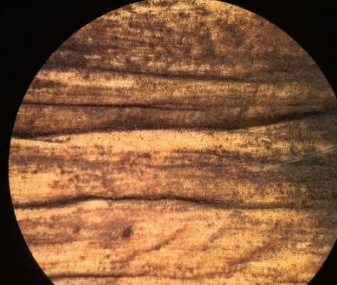


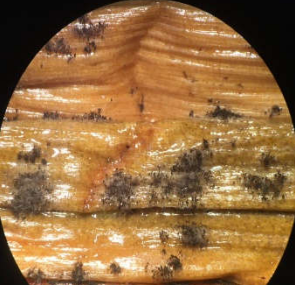
รูปที่ 4-23 ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ระยะเวลาช่วงวันที่ 9 ถึง วันที่ 14 ของการศึกษา) โดยการสังเกตด้วยตาเปล่า

วันที่ ตรวจผล	ชุดควบคุม (control)	Acticide CF เข้มข้น 3%(w/v)	โซเดียมเบนโซเอทเข้มข้น 10 %(w/v)	แล็กเกอร์
0				
1				
2				

รูปที่ 4-24 ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ระยะเวลาวันที่ 0 ถึง วันที่ 2 ของการศึกษา) โดยการบันทึกภาพได้กล้องจุลทรรศน์

วันที่ ตรวจผล	ชุดควบคุม (control)	Acticide CF เข้มข้น 3%(w/v)	โซเดียมเบนโซเอทเข้มข้น 10 %(w/v)	แล็กเกอร์
3				
5				
7				

รูปที่ 4-25 ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ระยะเวลาวันที่ 3 ถึง วันที่ 7 ของการศึกษา) โดยการบันทึกภาพได้กล้องจุลทรรศน์

วันที่ ตรวจผล	ชุดควบคุม (control)	Acticide CF เข้มข้น 3%(w/v)	โซเดียมเบนโซเอทเข้มข้น 10 %(w/v)	แลคเกอร์
9				
10				
14				

รูปที่ 4-26 ผลการทดสอบฤทธิ์การยับยั้งเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ระยะเวลาวันที่ 9 ถึงวันที่ 14 ของการศึกษา) โดยการบันทึกภาพใต้กล้องจุลทรรศน์

4.2.2.3 กิจกรรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตกระดาษจากผักตบชวา

ลำต้นของผักตบชวานอกจากจะนำมาจักสานเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่มีความสวยงามแล้ว ลำต้นของผักตบชวายังมีเส้นใยที่สามารถนำไปทำเป็นกระดาษ และในปัจจุบันมีผู้ประกอบการได้ทำการผลิตกระดาษจากผักตบชวาและนำมาจำหน่ายในท้องตลาด ซึ่งกระดาษที่ผลิตจากผักตบชวามีลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ มีความสวยงามแตกต่างจากกระดาษที่ทำจากพืชชนิดอื่น ๆ กระดาษที่ผลิตจากผักตบชวาสามารถนำไปใช้ในงานหัตถกรรมต่าง ๆ เช่น การนำกระดาษไปใช้ตกแต่งในงานหัตถกรรม การนำกระดาษไปประดิษฐ์เป็นดอกไม้กระดาษ เป็นต้น ซึ่งสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมสานสุขมีความสนใจที่จะนำกระดาษจากผักตบชวาที่จำหน่ายในท้องตลาดมาตกแต่งชิ้นงานหัตถกรรมจักสานเพื่อให้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมมีความสวยงามขึ้น นอกจากนี้ สมาชิกกลุ่มคนรัก(ษ์)บางเสาะงมีความสนใจที่ทดลองนำกระดาษที่ผลิตจากผักตบชวามาใช้ในการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว เช่น การใช้กระดาษจากผักตบชวามาติดโครงว่าวที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำว่าวมาใช้ประดับผนังแทนการใช้กระดาษว่าวปะติดโครงว่าว ซึ่งจะทำได้ว่าวที่มีความสวยงามแตกต่างจากว่าวที่ใช้กระดาษมาติดที่โครงว่าว

ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจบ้านแหลมทอง อ.บางแพ จ.ราชบุรี ตั้งอยู่ในพื้นที่ลุ่มแม่น้ำที่มีผักตบชวาเป็นจำนวนมาก สมาชิกของศูนย์การเรียนรู้ฯ ได้เรียนรู้และมีประสบการณ์และทักษะการผลิตจากกระดาษจากผักตบชวาได้กระดาษที่มีความสวยงามพร้อมนำไปใช้ในงานหัตถกรรม ซึ่งสมาชิกของศูนย์เรียนรู้ฯ ได้ผลิตกระดาษจากผักตบชวา ด้วยเหตุนี้ นักวิจัยจึงได้จัดกิจกรรมพาสมาชิกของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาะงและสมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาะงไปฝึกปฏิบัติถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตกระดาษจากผักตบชวา ณ ศูนย์การเรียนรู้เศรษฐกิจบ้านแหลมทอง ซึ่งสมาชิกกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาะงและสมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขได้ฝึกปฏิบัติในขั้นตอนต่าง ๆ การผลิตกระดาษจากผักตบชวา ซึ่งสามารถสรุปขั้นตอนการผลิตกระดาษจากผักตบชวาได้ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมผักตบชวา โดยนำผักตบชวามาจากลำคลอง เลือกเอาเฉพาะต้นผักตบชวาที่มีอายุเหมาะสมคือไม่แก่ ไม่อ่อนเกินไป นำต้นผักตบชวามาล้างทำความสะอาด จากนั้นหั่นต้นผักตบชวาให้มีขนาดความยาวประมาณ 30 -40 เซนติเมตร

ขั้นตอนที่ 2 การต้มผักตบชวา เตรียมถังสำหรับต้ม โดยใส่น้ำลงในถังและเติมสารโซเดียมไฮดรอกไซด์ (NaOH) หรือชื่อทางการค้าคือโซดาไฟ ใช้ไม้คนจนได้สารละลายเป็นเนื้อเดียวกัน นำผักตบชวาที่หั่นเรียบร้อยแล้วใส่ลงในถัง ใช้ไฟแรงต้มและใช้ไม้คนเป็นระยะ ๆ ทำการต้มประมาณ 6-8 ชั่วโมง จนผักตบชวาเปื่อยยุ่ย จึงตัดต้นผักตบชวาใส่ลงในถัง พักรอให้เย็น

ขั้นตอนที่ 3 การล้างเส้นใยผักตบชวา นำต้นผักตบชวาที่ต้มจนเปื่อยยุ่ยและทิ้งไว้ให้เย็นแล้ว นำมาล้างด้วยน้ำสะอาดหลายๆ ครั้ง ล้างด้วยน้ำจนได้เส้นผักตบชวาที่สะอาด ในขั้นตอนนี้จะได้เส้นใยผักตบชวาที่มีสีน้ำตาลอ่อน ๆ ซึ่งเมื่อนำไปทำกระดาษจะได้กระดาษที่มีสีน้ำตาลเหมือนสีตามธรรมชาติของต้นผักตบชวา แต่ถ้านำเส้นใยผักตบชวาที่ต้มจนเปื่อยใส่ลงในกะละมังและเติมสารฟอกขาว (สาร sodium hypochlorite หรือ ชื่อทางการค้า คือ น้ำยาไฮเตอร์) ลงไป แล้วขยำเส้นใยผักตบชวา แล้วใช้น้ำสะอาดล้าง


เส้นใยผักตบชวาหลาย ๆ ครั้ง จะได้เส้นใยผักตบชวาที่มีสีน้ำตาลอ่อน ๆ ซึ่งสีจะจางกว่าเส้นใยผักตบชวาที่ไม่ได้เติมสารฟอกขาว ใช้มือบีบเส้นใยผักตบชวาเพื่อไล่น้ำออกจนเส้นใยผักตบชวาแห้งมากที่สุด

ขั้นตอนที่ 4 การตีเส้นใยผักตบชวา นำตะแกรงสำหรับตากมาวางลงในอ่างน้ำสะอาด เติมน้ำสะอาดลงในอ่างพอประมาณ นำเส้นใยผักตบชวาที่ผ่านการล้างทำความสะอาดแล้วใส่ลงในตะแกรง ใช้มือตีเส้นใยผักตบชวาให้กระจายทั่วตะแกรงให้ได้ความหนาของเส้นใยผักตบชวาตามความหนาของแผ่นกระดาษที่ต้องการ

ขั้นตอนที่ 5 การตากเส้นใยผักตบชวา นำตะแกรงที่มีเส้นใยผักตบชวาไปวางตากแดดใช้เวลาตากแดดประมาณ 1-2 วัน จะได้แผ่นกระดาษจากผักตบชวาที่เหมาะสมในการนำไปใช้ประโยชน์ต่าง ๆ

		
ล้างน้ำทำความสะอาดผักตบชวา	ใช้มีดหั่นผักตบชวาให้ที่ขนาดเล็ก	นำผักตบชวาที่หั่นไปตมในกะละมัง
		
หรืออาจนำผักตบชวาไปตมในถัง	ตมจนผักตบชวาเปื่อยยุ่ยได้ที่	ตักเส้นใยผักตบชวาใส่ในถุงตาข่าย
		
ล้างน้ำเส้นใยผักตบชวา ถ้าจะฟอกขาวเติมสารลงในขั้นตอนนี้	บีบน้ำเส้นใยผักตบชวาให้แห้ง	เตรียมกระดาษ

รูปที่ 4-27 ภาพกิจกรรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตกระดาษจากผักตบชวา

		
ผสมกาวในน้ำและเทลงในกระบะ	นำเส้นใยผักตบชวาที่ต้มแล้วใส่ลงในตะแกรง	ใช้มือเกลี่ยให้เส้นใยผักตบชวากระจายสม่ำเสมอทั่วตะแกรง
		
นำตะแกรงขึ้นจากอ่างน้ำ	นำตะแกรงไปตากแดดจนแผ่นกระดาษแห้ง	กระดาษจากผักตบที่ผ่านการเติมน้ำฟอกขาว
		
กระดาษจากผักตบชวาสีธรรมชาติ (ไม่เติมน้ำฟอกขาว)	กล่องทึชชูทำจากกระดาษผักตบชวาสีธรรมชาติ	กล่องทึชชูทำจากกระดาษผักตบชวาที่มีการเติมน้ำฟอกขาว

รูปที่ 4-27 (ต่อ) ภาพกิจกรรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีการผลิตกระดาษจากผักตบชวา

4.2.2.4 การศึกษาเบื้องต้นการย้อมสีเส้นผักตบชวาด้วยสีธรรมชาติจากพืช






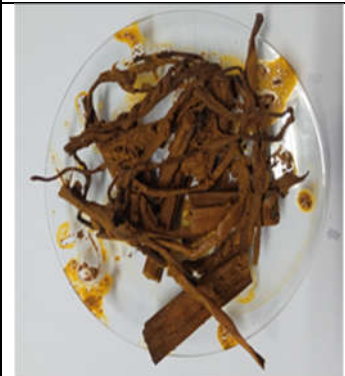


การใช้เส้นผักตบชวาตามธรรมชาติมาจักสานหัตถกรรมจะได้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่มีสีน้ำตาลเหมือนกันสีของเส้นผักตบชวาในธรรมชาติ แต่อย่างไรก็ตาม เพื่อการสร้างสรรค์ให้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวามีสีสันสวยงามแปลกตาแตกต่างจากสีของเส้นใยผักตบชวา จึงมีการย้อมสีเส้นใยผักตบชวาด้วยสีเคมีตามที่นิยมทำกันโดยทั่วไป สมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาะงมีแนวคิดที่อยากย้อมสีเส้นใยผักตบชวาด้วยสีจากพืชในธรรมชาติเพื่อให้ได้เส้นใยผักตบชวาที่มีสีอันเป็นเอกลักษณ์แตกต่างจากสีของเส้นใยผักตบชวาที่ย้อมด้วยสีเคมี นักวิจัยจึงได้ทำการทดลองเบื้องต้นเพื่อศึกษาความเป็นได้ของการย้อมเส้นใยผักตบชวาด้วยพืชที่ให้สีตามธรรมชาติ โดยศึกษาการย้อมสีเส้นใยผักตบชวาจากพืชที่ให้สี 2 ชนิด คือ ขมิ้นชัน และ ไม้ฝาง โดยมีขั้นตอนการทดลอง

1. เตรียมตัวอย่างพืช โดยขมิ้นชันนำมาบดให้เป็นผงละเอียด ไม้ฝางนำมาบดให้ละเอียด
2. นำภาชนะใส่น้ำสะอาด ตั้งไฟและภาชนะ 6 ใบใส่พืชแต่ละชนิดปริมาณแตกต่างกัน

ภาชนะใบที่ 1	ภาชนะใบที่ 2	ภาชนะใบที่ 3	ภาชนะใบที่ 4	ภาชนะใบที่ 5	ภาชนะใบที่ 6
ขมิ้นชัน 1%	ขมิ้นชัน 1% และสารส้ม	ขมิ้นชัน 5%	ขมิ้นชัน 5% และสารส้ม	ฝาง	ฝาง และสารส้ม

3. ใส่ต้นผักตบชวาและเส้นใยผักตบชวาลงในภาชนะ ต้มสารใบบางภาชนะด้วยไฟปานกลางเป็นระยะเวลา 4 ชั่วโมง จากนั้นตักเส้นใยผักตบชวาและต้นผักตบชวาตะแกรงนำไปตากให้แห้ง

ผลการศึกษาทดลองย้อมสีเส้นใยและต้นผักตบชวาด้วยขมิ้นชัน พบว่าเมื่อย้อมสีเส้นใยผักตบชวาและต้นผักตบชวาด้วยขมิ้นชันความเข้มข้น 5% ผสมกับสารส้มจะทำให้เส้นใยผักตบชวามีการติดสีเหลืองเข้มได้ดีกว่าลำต้นผักตบชวาที่ติดสีเหลืองน้อยกว่า ส่วนการย้อมสีเส้นใยผักตบชวาและต้นผักตบชวาด้วยขมิ้นชันความเข้มข้น 1% อย่างเดียวโดยไม่เติมสารส้มจะทำให้เส้นใยผักตบชวาและลำต้นผักตบชวามีการติดสีเหลืองได้น้อยกว่า ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การย้อมสีเส้นใยผักตบชวาและลำต้นผักตบชวาด้วยขมิ้นชันความเข้มข้น 5% ผสมกับสารส้มจะได้เส้นใยผักตบชวาและลำต้นผักตบชวาที่มีสีเหลือง ซึ่งมีความเหมาะสมที่จะนำไปย้อมสีเหลืองเส้นใยผักตบชวาและลำต้นผักตบชวาที่สามารถนำไปใช้จักสานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา และผลการศึกษาทดลองย้อมสีเส้นใยและต้นผักตบชวาด้วยไม้ฝาง พบว่าเมื่อย้อมสีเส้นใยผักตบชวาและต้นผักตบชวาด้วยไม้ฝางผสมกับสารส้มจะทำให้เส้นใยผักตบชวามีการติดสีแดงเข้มได้ดีกว่าลำต้นผักตบชวาที่ติดสีแดงน้อยกว่า ส่วนการย้อมสีเส้นใยผักตบชวาและต้นผักตบชวาด้วยไม้ฝางอย่างเดียวโดยไม่เติมสารส้มจะทำให้เส้นใยผักตบชวาและลำต้นผักตบชวามีการติดสีแดงได้น้อยกว่า ดังนั้นจึงสามารถสรุปได้ว่า การย้อมสีเส้นใยผักตบชวาและลำต้นผักตบชวาด้วยไม้ฝางผสมกับสารส้มจะได้เส้นใยผักตบชวาและลำต้นผักตบชวาที่มีสีแดง ซึ่งมีความเหมาะสมที่จะนำไปย้อมสีแดงเส้นใยผักตบชวาและลำต้นผักตบชวาที่สามารถนำไปใช้จักสานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา

		
ลำต้นผักตบชวา	ไม้ฝางและขมิ้นชัน	เส้นใยผักตบชวา
		
การเตรียมตัวอย่างพืชที่ใช้ย้อม โดยนำขมิ้นชันและไม้ฝางใส่ลงในน้ำ		
		
การให้ความร้อนในการย้อมสีเส้นและลำต้นผักตบชวา		
		
เส้นใยและลำต้นผักตบชวา ย้อมสีด้วยขมิ้นชัน 5%	เส้นใยและลำต้นผักตบชวา ย้อมสีด้วย ขมิ้นชัน 5% ผสมสารส้ม	เส้นใยและลำต้นผักตบชวา ย้อมสี ด้วยไม้ฝางผสมสารส้ม

รูปที่ 4-28 การย้อมสีเส้นผักตบชวาและลำต้นผักตบชวาด้วยขมิ้นชันและไม้ฝาง

4.2.2.5 การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี

กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง ปัจจุบันมีสมาชิกกลุ่มที่สนใจทำจักสานหัตถกรรมผักตบชวาทั้งหมด 5 คน ภาพสมาชิกของกลุ่ม (บางส่วน) แสดงไว้ในรูปที่ 4-29 และจากการที่กลุ่มฯ ได้เข้าร่วมในงานวิจัย เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาแบบมีส่วนร่วม อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ” ภายใต้ชุดโครงการวิจัย “การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมสองฝั่งคลอง พื้นที่อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ” เมื่อปีพ.ศ. 2562-2563 ซึ่งโครงการวิจัยได้สนับสนุนให้สมาชิกของกลุ่ม (บางส่วน) ที่มีฝีมือและทักษะการจักสานผักตบชวาได้ทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผักตบชวาที่สวยงามออกมา เช่น กระเป๋าสุภาพสตรีแบบต่าง ๆ ตะกร้าใส่ของ เป็นต้น และโครงการวิจัย(ครั้งที่แล้ว)ได้ร่วมกับสมาชิกพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผักตบชวาขึ้นมาใหม่เป็นที่ใส่แก้วयेติ (ลวดลายไขว้แบบธรรมดา) ซึ่งเมื่อนำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมผักตบชวาที่ใส่แก้วयेติไปจำหน่ายพบว่าสามารถจำหน่ายได้เป็นอย่างดี เพราะสามารถตอบโจทย์การใช้งานของผู้บริโภคได้ทั้งผู้บริโภคชายและหญิง และเนื่องจากผลิตภัณฑ์ที่ใส่แก้วयेติได้ออกแบบให้ใช้การจักสานด้วยลวดลายไขว้แบบธรรมดาจึงใช้เวลาในการจักสานไม่นานนัก จึงสามารถตั้งราคาของที่ใส่แก้วयेติ (ลวดลายไขว้แบบธรรมดา) ได้ในราคาขาย 100 บาท/ชิ้น ซึ่งเป็นราคาที่ผู้บริโภคสามารถซื้อไปใช้ได้ และสืบเนื่องจากในการออกตลาดที่ผ่านมาได้มีผู้บริโภคมาสอบถามว่ามีที่ใส่แก้วयेติมีลวดลายแบบอื่น ๆ หรือไม่นอกจากลวดลายไขว้แบบธรรมดาที่ทางกลุ่มฯ ได้ทำออกมา ด้วยเหตุนี้ สมาชิกของกลุ่มจึงประเมินว่าที่ใส่แก้วयेติจักสานจากผักตบชวาน่าจะเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่สามารถตอบสนองความต้องการใช้งานของผู้บริโภคได้และตลาดน่าจะมีอนาคตพอสมควร



รูปที่ 4-29 สมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง



รูปที่ 4-30 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา ที่ใส่แก้วเยติลายไขว้ธรรมดา

สมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงมีทักษะและความชำนาญในการจักสานหัตถกรรมผักตบชวาให้มีลวดลายต่าง ๆ ได้หลายลวดลาย นักวิจัยและสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงได้ร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาขึ้น จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- 1.ผลิตภัณฑ์ : ที่ใส่แก้วเยติลายตัวหนอน ลายดอกแก้ว ลายไทยสามเส้น ลายเม็ดมะยม ลายดอกแก้ว



1.1 วัตถุประสงค์ในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ : เพื่อใช้เป็นที่ใส่แก้วเยติที่จักสานจากผักตบชวา ซึ่งกลุ่มเป้าหมายลูกค้ามีทั้งผู้ชายและผู้หญิงทุกวัยที่นิยมใช้แก้วเยติ

1.2 ขนาดของผลิตภัณฑ์ รูปทรงแก้วเยติ ความสูง 25 ซม.

1.3 วัสดุที่ใช้ : เส้นผักตบชวาทากแห้ง หุ่นขึ้นรูปทรงแก้วเยติ

1.4 แรงบันดาลใจและกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ : เนื่องจากการดำเนินชีวิตของคนใน

ปัจจุบัน ทั้งเพศชายและเพศหญิงทุกวัยโดยเฉพาะคนวัยทำงานนิยมการใช้แก้วเยติ โดยลักษณะแก้วเยติที่ถูกออกแบบมานั้นไม่มีหูจับหรือที่หูสำหรับถือ ดังนั้นเพื่อความสะดวกของผู้บริโภคในการถือแก้วเยติจึงจำเป็นต้องมีที่ใส่แก้วเยติ ดังนั้น เพื่อตอบสนองความต้องการใช้ของผู้บริโภค ผู้ผลิตหลายรายจึงได้มีการผลิตที่ใส่แก้วเยติโดยทำจากเส้นพลาสติก ผ้า ไม้ไผ่จักสาน โดยผลิตออกมาจำหน่ายและได้รับการตอบรับจากผู้บริโภคอย่างดี ดังนั้น ทางกลุ่มฯ จึงได้พัฒนาที่ใส่แก้วเยติจักสานจากผักตบชวาโดยใช้การขึ้นรูปจักสานผักตบชวาโดยใช้หุ่นรูปทรงแก้วเยติสำหรับจักสาน และใช้เทคนิคการจักสานผักตบชวาแบบภูมิปัญญาของสมาชิกของกลุ่ม โดยจักสานเป็นลวดลายต่าง เช่น ลายเม็ดมะยม ลายดอกพิกุล ลายดอกแก้ว ลายไขว้ ลายตัวหนอน เป็นต้น เมื่อจักสานส่วนที่เป็นลำตัวของที่ใส่แก้วเยติแล้วจะมีการสานหูสำหรับถือซึ่งสามารถทำเป็นลายต่าง ๆ เช่น ลายเปีย ลายไขว้ เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคมีความสะดวกในการถือที่ใส่แก้วเยติ จากนั้นจึงนำผลิตภัณฑ์ไปอบกัมมะถันเพื่อป้องกันการเกิดเชื้อราของผลิตภัณฑ์เป็นเวลา 24 ชั่วโมง จากนั้นจึงนำผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการอบแล้วมาทาแลคเกอร์เพื่อให้เกิดความสวยงามของผลิตภัณฑ์ และยังช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์มีความทนทานต่อการใช้งาน

2. ผลิตภัณฑ์ : กระเป๋าถือสุภาพสตรีลายไขว้



2.1 วัตถุประสงค์ในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ : เพื่อใช้เป็นกระเป๋าสุภาพสตรีสำหรับถือ ลวดลายไขว้ ซึ่งกลุ่มเป้าหมายลูกค้าคือผู้หญิงวัยทำงานถึงวัยผู้ใหญ่

2.2 ขนาดของผลิตภัณฑ์ ความสูง 30 ซม.

2.3 วัสดุที่ใช้ : เส้นผักตบชวาทากแห้ง หุ่นขึ้นรูปทรงกระเป๋าทรงสี่เหลี่ยม

2.4 แรงบันดาลใจและกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ : เนื่องจากการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบัน โดยเฉพาะสุภาพสตรีวัยทำงานและวัยผู้ใหญ่มีความต้องการใช้กระเป๋าที่มีความสวยงามสำหรับใส่สิ่งของต่าง ๆ ที่เป็นของใช้ส่วนตัว และยังมีความต้องการใช้กระเป๋าที่ช่วยสร้างความภูมิฐานให้กับผู้ใช้ด้วย ซึ่งในปัจจุบันในตลาดมีกระเป๋าสุภาพสตรีวัยผู้ใหญ่ที่ทำจากวัสดุหลากหลายซึ่งมีราคาถูกแพงแตกต่างกันตามวัสดุที่ใช้ เช่น หนัง ผ้า ใยสังเคราะห์ ไม้ไผ่ เป็นต้น ดังนั้น ด้วยภูมิปัญญาการจักสานผักตบชวาของสมาชิกของกลุ่มฯ จึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าถือสุภาพสตรีลายไขว้ ซึ่งการจักสานจะใช้หุ่นที่ขึ้นรูปทรงเป็นทรงสี่เหลี่ยมแล้ว

จึงใช้เส้นผักตบชวาจักสานเป็นกระเป๋าสุภาพสตรีทรงสี่เหลี่ยมลายไขว้ซึ่งเป็นลวดลายการจักสานที่ต้องใช้ความละเอียดความประณีตพอสมควร เมื่อจักสานได้ส่วนที่เป็นลำตัวของกระเป๋าแล้วจึงจักสานหูสำหรับถือของกระเป๋า จากนั้นจึงนำกระเป๋ามายู๊วผ้าซับในเพื่อความสวยงามและความเหมาะสมของการใช้ประโยชน์ เมื่อจักสานจากกระเป๋าเสร็จ จึงนำผลิตภัณฑ์ไปอบกัมมะถันเป็นเวลา 24 ชั่วโมง จากนั้นจึงนำผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการอบแล้วมาทาแลคเกอร์เพื่อให้เกิดความสวยงามและความทนทานของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์กระเป๋าถือสุภาพสตรีลายไขว้นั้นจะต้องใช้ความประณีตในการจักสาน ดังนั้นผลิตภัณฑ์นี้ตั้งราคาขายได้ในราคาที่สูงกว่ากระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ดแตง

3. ผลิตภัณฑ์ : กระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ดแตง .



3.1 วัตถุประสงค์ในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ : เพื่อใช้เป็นกระเป๋าสุภาพสตรีสำหรับสะพายลวดลายเม็ดแตง ซึ่งกลุ่มเป้าหมายลูกค้าคือผู้หญิงวัยรุ่นถึงวัยทำงาน

3.2 ขนาดของผลิตภัณฑ์ รูปทรงรี. ความสูง 20 ซม.





3.3 วัสดุที่ใช้ : เส้นผักตบชวา หุ่นขึ้นรูปทรงกระเป๋าทรงรีสำหรับสะพาย ผ้าซับใน

3.4 แรงบันดาลใจและกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ : เนื่องจากการดำเนินชีวิตของคนในปัจจุบัน โดยเฉพาะสุภาพสตรีวัยรุ่นหรือวัยทำงานมีความต้องการใช้กระเป๋าสำหรับใส่สิ่งของต่าง ๆ ที่เป็นของใช้ส่วนตัว ซึ่งในปัจจุบันในตลาดมีกระเป๋าสุภาพสตรีสำหรับสะพายที่ทำจากหลากหลายวัสดุจำหน่าย เช่น หนัง ผ้า พลาสติก เส้นใยสังเคราะห์ ผักตบชวา เป็นต้น ดังนั้น ด้วยภูมิปัญญาการจักสานผักตบชวาของสมาชิกของกลุ่มฯ จึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ดแตง ซึ่งการจักสานจะใช้หุ่นที่ขึ้นรูปทรงเป็นทรงรีแล้วจึงใช้เส้นผักตบชวาจักสานเป็นกระเป๋าสุภาพสตรีทรงรีลายเม็ดแตงซึ่งเป็นลวดลายที่จักสานได้ง่าย สมาชิกของกลุ่มสามารถฝึกจักสานได้ง่าย เมื่อจักสานได้ส่วนที่เป็นลำตัวของกระเป๋าแล้วจึงจักสานส่วนสายสะพายของกระเป๋าซึ่งอาจจักสานเป็นลายเปียหรือลายถักโดยให้สายสะพายมีความยาวเหมาะสมสำหรับการสะพายของสุภาพสตรี จากนั้นจึงนำกระเป๋ามายู๊วผ้าซับในเพื่อความสวยงามและความเหมาะสมของการใช้ประโยชน์ เมื่อจักสานจากกระเป๋าเสร็จ จึงนำผลิตภัณฑ์ไปอบกัมมะถันเป็นเวลา 24 ชั่วโมง จากนั้นจึงนำผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการอบแล้วมาทาแลคเกอร์เพื่อให้เกิดความสวยงามและความทนทานของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ดแตงนั้นสามารถจักสานได้ง่ายไม่ยุ่งยาก จึงทำให้ผลิตภัณฑ์นี้สามารถตั้งราคาขายได้ในราคาที่ไม่แพง ดังนั้นลูกค้าทุกกลุ่มจึงสามารถเลือกซื้อสินค้านี้ได้ไม่ยากนัก

ผลงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่มหัตถกรรมसानสุข
บางเสาชอง แสดงไว้ในรูปที่ 4-31 และรูปที่ 4-32

	
<p>ผลิตภัณฑ์ : ที่ใส่แก้วเยติลาวดลายตัวหนอน</p>	<p>ผลิตภัณฑ์ : ที่ใส่แก้วเยติลาวดลายไทย</p>
	
<p>ผลิตภัณฑ์ : ที่ใส่แก้วเยติลายดอกแก้ว (ซ้าย) ผลิตภัณฑ์ : ที่ใส่แก้วเยติลายไทยสามเส้น (ขวา)</p>	<p>ผลิตภัณฑ์ : ที่ใส่แก้วเยติลายเม็ดมะยม (ซ้าย) ผลิตภัณฑ์ : ที่ใส่แก้วเยติลายดอกพิกุล (ขวา)</p>

รูปที่ 4-31 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา ที่ใส่แก้วเยติลาวดลายต่าง ๆ ที่สมาชิกกลุ่มพัฒนาขึ้น

	
<p>ผลิตภัณฑ์ : กระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเมล็ดแตง</p>	<p>ผลิตภัณฑ์ : กระเป๋าถือสุภาพสตรีลายไขว้</p>
	
<p>ผลิตภัณฑ์ : กระเป๋าถือสุภาพสตรีทรงพัด</p>	<p>ผลิตภัณฑ์ : กระเป๋าสะพายสุภาพสตรีทรงเหลี่ยม</p>

รูปที่ 4-32 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระเป๋าสุภาพสตรีจักสานผักตบชวาของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง

4.2.3 การพัฒนาโลโก้สินค้าของผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธง

สินค้าซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ของผู้ประกอบการหัตถกรรมที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในงานวิจัยมี 2 รายการ คือ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว ซึ่งขณะนี้ผู้ประกอบการได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของพื้นที่อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ และเพื่อสร้างแบรนด์ของสินค้า ทางนักวิจัยและกลุ่มฯ จึงได้พัฒนาโลโก้ตราสินค้าของผลิตภัณฑ์โดยมีรายละเอียดดังนี้

4.2.3.1 การทำโลโก้ผลิตภัณฑ์สินค้าหัตถกรรมว่าว

เพื่อสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคต่อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง นักวิจัยจึงได้เก็บข้อมูลความต้องการของกลุ่มฯ ในเรื่องของสี สัน ภาพความหมาย ตัวอักษร องค์ประกอบต่าง ๆ ของการทำโลโก้ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว ซึ่งข้อมูลความต้องการของกลุ่มฯ คือ ต้องการให้โลโก้ของกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธง เน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ผลงานของกลุ่มฯ คือว่าวจุฬาและสื่อความหมายถึงภูมิปัญญาของคนในพื้นที่ตำบลศีรษะจรเข้ใหญ่ ตำบลบางเสาธงที่สามารถทำว่าวจุฬาขนาดใหญ่ที่มีความสวยงาม ซึ่งสามารถนำว่าวจุฬาไปใช้ในการเล่นว่าวเพื่อความสนุกสนาน หรือนำว่าวจุฬาไปใช้ในการแข่งขันได้ นอกจากนี้ โลโก้ยังควรมีสัญลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงพื้นที่ในอำเภอบางเสาธงที่มี 3 ตำบล คือ ตำบลศีรษะจรเข้ใหญ่ ตำบลศีรษะจรเข้น้อยและตำบลบางเสาธง สีสันทที่ใช้ในโลโก้ควรมีความหมายและมีความสดใส พร้อมทั้งแสดงออกถึงความหวังของกลุ่มฯ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ว่าวให้คนทั่วไปในภูมิภาคต่าง ๆ ได้รับรู้ถึงภูมิปัญญาการทำว่าวของคนในพื้นที่อำเภอบางเสาธงที่สืบทอดกันมาจากบรรพบุรุษตกทอดไปสู่รุ่นปัจจุบันและรุ่นลูกหลานในอนาคต ซึ่งนักวิจัยได้นำความต้องการของสมาชิกของกลุ่มฯ มาออกแบบเป็นโลโก้ของสินค้าได้เป็นแบบร่าง 3 แบบ ดังแสดงในรูปที่ 4-33 และ รูปที่ 4-34



(ก) ร่าง-แบบโลโก้แบบที่ 1



(ข) ร่าง-โลโก้แบบที่ 2

รูปที่ 4-33 (ร่าง) ภาพโลโก้แบบที่ 1 และแบบที่ 2 ของสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว



(ค) ร่าง-โลโก้แบบที่ 3

รูปที่ 4-34 (ร่าง) ภาพโลโก้ แบบที่ 3 ของสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว

สมาชิกของกลุ่มฯ ได้เปรียบเทียบภาพร่างโลโก้ทั้ง 3 แบบที่นักวิจัยได้ออกแบบโลโก้สินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวตามความต้องการของกลุ่ม โดยนักวิจัยใช้แนวความคิดที่ใช้ในการออกแบบโลโก้คือ คนผู้ใหญ่ (ที่สวมหัวโชนเป็นจระเข้ตัวใหญ่) เล่นว่าวจุฬา มีความหมายที่ต้องการสื่อคือ ผู้ใหญ่ในพื้นที่ตำบลศีร์ษะจรเข้ใหญ่เป็นผู้เริ่มทำว่าวจุฬาและนำมาเล่นกันในพื้นที่ โดยว่าวจุฬาถูกออกแบบให้มีลายธงชาติไทยเพื่อสื่อความหมายว่า ว่าวชนิดนี้เป็นสินค้าที่ผลิตโดยคนไทยซึ่งจะทำให้ผู้บริโภคต่างชาติรับรู้ถึงแหล่งกำเนิดของสินค้าว่ามาจากประเทศไทย (Product of Thailand) และว่าวยังถูกออกแบบให้มีลายลูกปลาดิบตัวว่าวจุฬาซึ่งเป็นลายที่กลุ่มคนทำว่าวบางเสาธงนำมาติดลงบนตัวว่าวเป็นปรกติ ส่วนเด็กน้อย (ที่สวมหัวโชนศีร์ษะจรเข้ตัวน้อย) เล่นว่าวจุฬา มีความหมายที่ต้องการสื่อ คือเด็กหมายถึงคนรุ่นใหม่ที่จะมาสืบสานการทำว่าวและการเล่นว่าวจุฬาต่อจากรุ่นผู้ใหญ่ และยังมีความหมายอีกนัยหนึ่งคือ คนในพื้นที่ตำบลศีร์ษะจรเข้ใหญ่ ซึ่งอีกตำบลหนึ่งในอำเภอบางเสาธงที่ยังมีคนสนใจเรื่องว่าวจุฬาไม่มากนักจะร่วมกันสืบสานเรื่องราวร่วมกับพี่น้องในพื้นที่ตำบลศีร์ษะจรเข้ใหญ่ สื่อข้อความ “คนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธง” เพื่อสื่อความหมายของกลุ่มคนมที่ทำว่าวและเป็นคนในพื้นที่อำเภอบางเสาธง หรืออีกนัยหนึ่งเป็นคนในพื้นที่ตำบลบางเสาธงที่จะร่วมกันสืบสานเรื่องราวของพี่น้องทั้ง 3 ตำบลในอำเภอบางเสาธงประกอบด้วย ตำบลบางเสาธง ตำบลศีร์ษะจรเข้ใหญ่ และตำบลศีร์ษะจรเข้เล็ก นอกจากนี้โลโก้ยังมีภาพต้นรูปฤๅษีที่กำลังออกดอก มีความหมายที่ต้องการสื่อคือ พื้นที่ในอำเภอบางเสาธงเป็นพื้นที่ราบลุ่มอุดมสมบูรณ์มีต้นไม้นานาพันธุ์ หนึ่งในต้นไม้ที่พบได้ในพื้นที่นี้คือต้นรูปฤๅษี ภาพบรรยากาศเบื้องหลังเป็นวิวของความเป็นพื้นที่ลำคลองมีทุ่งนาและต้นพีชนานาพันธุ์ เพื่อสื่อความหมายว่าพื้นที่อำเภอบางเสาธงมีลำคลองหลายสายมีพีชพรรณนานาชนิดขึ้นอยู่อย่างอุดมสมบูรณ์ วงกลมรอบภาพสี่เหลี่ยม มีความหมายที่ต้องการสื่อสารคือ วงกลมสี่เหลี่ยมที่ล้อมรอบภาพทั้งหมด

เป็นตัวแทนของพระอาทิตย์ยามรุ่งอรุณซึ่งมีนัยถึงจุดเริ่มต้นและความหวังของการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวในพื้นที่อำเภอบางเสาธง ที่จะร่วมกับสืบสานการทำว่าวและการเล่นว่าวให้ยังคงอยู่กับอำเภอบางเสาธง สืบไปชั่วลูกชั่วหลาน สมาชิกของกลุ่มเลือกโลโก้แบบที่ 3 เป็นโลโก้ของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง

เมื่อออกแบบโลโก้ของสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวตามความต้องการของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าว จึงได้นำมาออกแบบป้ายสินค้าขนาด 2 x 3.5 นิ้ว โดยในป้ายสินค้ามีโลโก้ของกลุ่มฯ มีการระบุแบรนด์สินค้า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวในนาม “พ.ท่าผยอง” ชื่อแบรนด์นี้ทางสมาชิกของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวมีความเห็นพร้อมกันว่ามีความหมายดี เพราะชื่อแบรนด์ “พ.ท่าผยอง” นั้นมีความหมายที่สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้ว่า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาที่สร้างสรรค์ขึ้นนี้ ผู้ทำว่าวจุฬามีความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาของการทำว่าวเป็นอย่างยิ่ง นอกจากนี้ ในป้ายสินค้า ยังมีความข้อความ “สินค้าภูมิปัญญาไทย สานสายใยรักศิลป์ถิ่นบางเสาธง” เพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคให้รับรู้ว่าสินค้าหัตถกรรมว่าวนี้ สร้างสรรค์โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้านั้น ผู้บริโภคได้มีส่วนสำคัญในการช่วยสืบสานงานศิลปหัตถกรรมในท้องถิ่นบางเสาธง และในป้ายสินค้า ยังให้ข้อมูลของผู้ผลิตคือกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธง ข้อมูลประธานของกลุ่ม เบอร์โทรศัพท์ ไลน์ สำหรับการติดต่อสั่งซื้อสินค้า ช่อง youtube channel : “ครบเครื่องหัตถกรรมบางเสาธง” เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับชมคลิปต่าง ๆ เกี่ยวกับว่าวบางเสาธง รายละเอียดของป้ายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวแสดงไว้ในรูปที่ 4-35



รูปที่ 4-35 ป้ายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว (ขนาด 2 x 3.5 นิ้ว)

4.2.3.2 การทำโลโก้ผลิตภัณฑ์สินค้าหัตถกรรมจักสานผักตบชวา

เพื่อสร้างการรับรู้ของผู้บริโภคต่อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาบางเสาชง นักวิจัยจึงได้เก็บข้อมูลความต้องการของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขในเรื่องของสี สัน ภาพความหมาย ตัวอักษร องค์ประกอบต่าง ๆ ของการทำโลโก้ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา จากนั้นนำความต้องการของสมาชิกของกลุ่มฯ มาออกแบบเป็นร่าง-โลโก้ของสินค้าได้เป็นแบบร่าง 3 แบบ ดังรูปที่ 4-36 และ รูปที่ 4-37

การออกแบบโลโก้นี้ได้ออกแบบเป็นภาพผู้หญิงสูงวัยที่แต่งกายด้วยเสื้อผ้าแบบไทยสมัยปัจจุบันที่กำลังมุ่งมั่นจักสานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา และมีต้นผักตบชวาแสดงอยู่ด้านซ้ายมือ เพื่อสื่อความหมายว่าผลงานผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาที่ทำมาจากเส้นผักตบชวาที่ถูกสร้างสรรค์ด้วยความตั้งใจของกลุ่มสตรีคนไทยสูงวัยที่กำลังจักสานด้วยความมุ่งมั่นเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่มีคุณภาพ เพื่อส่งมอบให้กับผู้บริโภคนำไปใช้งานตามความประสงค์ของแต่ละคน เมื่อนำร่างโลโก้ทั้ง 3 แบบไปให้สมาชิกของกลุ่มเลือก สมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขเลือกใช้ร่างโลโก้แบบที่ 3 ด้วยความหมายที่สื่อออกมาได้ดีว่ากลุ่มหัตถกรรมสานสุขมีกลุ่มผู้หญิงสูงวัยเป็นแกนนำในการจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาด้วยความตั้งใจผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ โดยมีคนรุ่นใหม่มาร่วมสืบสานงานจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพให้แก่ผู้บริโภค

กลุ่มหัตถกรรมสานสุข บางเสาชง
(จากผักตบชวา)



แบบที่ 1

กลุ่มหัตถกรรมสานสุข
บางเสาชง



แบบที่ 2

รูปที่ 4-36 (ร่าง) ภาพโลโก้แบบที่ 1 และแบบที่ 2 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา



แบบที่ 3

รูปที่ 4-37 (ร่าง) โลโก้แบบที่ 3 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา

เมื่อออกแบบโลโก้ของสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาตามความต้องการของสมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมสานสุข จึงได้นำมาออกแบบป้ายสินค้าขนาด 2×3.5 นิ้ว โดยในป้ายสินค้ามีโลโก้ของกลุ่มฯ มีการระบุแบรนด์สินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาในนาม “ไต้บกะชวา” ซึ่งชื่อแบรนด์นี้ทางสมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขตั้งขึ้นมีความหมายถึง “ผักตบชวา” ที่นำมาสร้างสรรค์โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นจักสาน ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม สามารถนำไปใช้สอยได้ในชีวิตประจำวัน นอกจากนี้ ในป้ายสินค้า ยังมีความข้อความ “สินค้าภูมิปัญญาไทย สานสายใยรักศิลปะถิ่นบางเสาธง” เพื่อสื่อสารกับผู้บริโภคให้รับรู้ว่าสินค้าหัตถกรรมจักสานผักตบชวานี้สร้างสรรค์โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เมื่อผู้บริโภคซื้อสินค้านั้น ผู้บริโภคได้มีส่วนสำคัญในการช่วยสืบสานงานศิลปหัตถกรรมในท้องถิ่นบางเสาธง และในป้ายสินค้ายังให้ข้อมูลของผู้ผลิตคือกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง ข้อมูลประธานของกลุ่ม เบอร์โทรศัพท์ โนไลน์ สำหรับการติดต่อสั่งซื้อสินค้า ช่อง youtube channel : “ครบเครื่องหัตถกรรมบางเสาธง” เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับชมคลิปต่าง ๆ เกี่ยวกับหัตถกรรมจักสานผักตบชวาบางเสาธง รายละเอียดของป้ายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาบางเสาธงแสดงไว้ในรูปที่ 4-38



รูปที่ 4-38 ป้ายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา (ขนาด 2 x 3.5 นิ้ว)

4.2.4 การถ่ายทอดองค์ความรู้งานหัตถกรรมสู่ชุมชนเพื่อส่งเสริมการประกอบอาชีพในชุมชน

4.2.4.1 การถ่ายทอดองค์ความรู้การจักสานที่ใส่แก้วเจดีจากผักตบชวาสู่ชุมชน

ในปัจจุบันด้วยสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 และผลกระทบจากสงครามรัสเซียกับยูเครน ส่งผลทำให้ประชาชนจำนวนหนึ่งได้รับผลกระทบจากความผันผวนทางเศรษฐกิจ ประชาชนในชุมชนส่วนหนึ่งจึงต้องการทำอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับตนเองและครอบครัว กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงเล็งเห็นว่าการถ่ายทอดองค์ความรู้การจักสานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา แก่ผู้ที่สนใจฝึกทักษะการจักสานจะเป็นหนทางหนึ่งในการสร้างเสริมศักยภาพการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่มีความสวยงามสามารถนำไปจำหน่ายสร้างรายได้ ด้วยเหตุนี้ กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงจึงได้ร่วมมือกับผู้นำชุมชนเคหะบางพลี (ชุมชน 203) จัดกิจกรรมอบรมการจักสานที่ใส่แก้วเจดีจากผักตบชวา ณ สถานที่ทำการของชุมชน 201 เมื่อวันที่ 26 มีนาคม 2565 เวลา 9.00 – 16.00 น. โดยมีผู้สนใจในชุมชนเคหะบางพลีเทศบาลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 19 คนเข้าร่วมกิจกรรมการอบรมเป็นระยะเวลา 1 วัน โดยการจัดอบรมในครั้งนี้ที่มหาวิทยาลัยของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงได้บรรยายให้ความรู้พื้นฐานการจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเป็นที่ใส่แก้วเจดี จากนั้นผู้เข้าร่วมอบรมได้ฝึกปฏิบัติการจักสานเส้นผักตบชวาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใส่แก้วเจดี เริ่มต้นด้วยการเตรียมทำหุ่นแก้วเจดีสำหรับจักสาน ขั้นตอนการจักสานผักตบชวาที่ละชั้น การขึ้นลวดลายการจักสานเป็นลายดอกพิกุล การสานหูหิ้วและการทาแลคเกอร์

เพื่อเคลือบชิ้นงาน การนำชิ้นงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาไปอบก่ำมะถันเพื่อป้องกันการเกิดเชื้อราบนชิ้นงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา ตลอดระยะเวลาการอบรมผู้เข้าร่วมการอบรมให้ความสนใจฝึกทักษะปฏิบัติการจักสานผักตบชวาเป็นที่ใส่ใจแว่ยติ และเมื่อเสร็จสิ้นการอบรมผู้เข้าร่วมการอบรมสามารถจักสานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานที่ใส่แก้วเยติคนละ 1 ใบ



รูปที่ 4-39 ภาพบรรยากาศการกิจกรรมการอบรมการจักสานที่ใส่แก้วเยติจากผักตบชวา

จากการประเมินผลการจัดกิจกรรมอบรม โดยการตอบแบบสอบถามของผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 19 คน โดยผู้เข้าร่วมอบรมร้อยละ 63.16 มีวัตถุประสงค์ในการเข้าอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และฝึกทักษะการทำหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ซึ่งก่อนเข้าร่วมอบรม ผู้เข้าร่วมอบรมส่วนใหญ่ร้อยละ 42.11 มีทักษะในการจักสานหัตถกรรมผักตบชวาระดับน้อยที่สุด และเมื่อเข้าร่วมอบรมผู้เข้าร่วมอบรมร้อยละ 78.95 มีทักษะการจักสานผักตบชวาเพิ่มขึ้นโดยมีทักษะการจักสานผักตบชวาระดับมากขึ้นไป ผู้เข้าร่วมอบรมร้อยละ 73.69 ตอบแบบสอบถามว่าการเข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรมไปใช้เพิ่มรายได้ให้กับตนเองระดับมากขึ้นไป และคะแนนความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมการอบรมที่มีต่อภาพรวมของการจัดการอบรมมีค่าเท่ากับ 4.95 (คะแนนเต็ม 5 คะแนน) โดยรายละเอียด ผลการประเมินการจัดอบรมแสดงไว้ในตารางที่ 4-5

ตารางที่ 4-5 ผลการประเมินการจัดอบรมการจักสานที่ใส่แก้วเยติจากผักตบชวา

หัวข้อความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ก่อนเข้าร่วมการอบรม : ท่านมีทักษะในการจักสาน หัตถกรรมผักตบชวา	2 (10.53%)	2 (10.53%)	4 (21.05%)	3 (15.79%)	8 (42.11%)
หลังเข้าร่วมการอบรม : ท่านมีทักษะในการจักสาน หัตถกรรมผักตบชวา	8 (42.11%)	7 (36.84%)	3 (15.79%)	1 (5.26%)	-
ความสามารถของวิทยากรในการถ่ายทอดความรู้	10 (52.63%)	8 (42.11%)	1 (5.26%)	-	-
ความเหมาะสมของวันเวลาในการจัดการอบรม	10 (52.63%)	6 (31.58%)	2 (10.53%)	1 (5.26%)	-
ท่านได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมอบรมมากน้อยเพียงใด	14 (73.68%)	4 (21.05%)	1 (5.26%)	-	-
ท่านคิดว่าท่านสามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรมไปใช้ เพิ่มรายได้ให้กับตนเองมากน้อยเพียงใด	9 (47.37%)	5 (26.32%)	5 (26.32%)	-	-
ท่านมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของการจัดกิจกรรมการ อบรม มากน้อยเพียงใด	18 (94.74%)	1 (5.26%)	-	-	-

4.2.4.2 การถ่ายทอดองค์ความรู้การจักสานกระเป่าสุภาพสตรีจากผักตบชวาสู่ชุมชน

เพื่อเผยแพร่องค์ความรู้การจักสานกระเป่าสุภาพสตรีจากผักตบชวาให้กับผู้ที่สนใจ กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงจึงได้ร่วมมือกับประธานชุมชน 203 เคหะบางพลี เทศบาลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ จัดกิจกรรมอบรมการจักสานกระเป่าสุภาพสตรีจากผักตบชวาสู่ชุมชน ณ สถานที่ทำการชุมชน 203 เคหะบางพลี ระหว่างวันที่ 26-27 มิถุนายน 2565 โดยมีผู้ที่พักอาศัยอยู่ในเคหะบางพลีและพื้นที่ใกล้เคียงเข้าร่วมอบรมจำนวน 10 คน เข้าร่วมกิจกรรมการอบรมเป็นระยะเวลา 2 วัน โดยการจัดอบรมในครั้งนี้ที่มหาวิทยาลัยของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงได้บรรยายให้ความรู้พื้นฐานการจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเป็นที่กระเป่าสุภาพสตรี จากนั้นผู้เข้าร่วมอบรมได้ฝึกปฏิบัติการจักสานเส้นผักตบชวาเป็นผลิตภัณฑ์กระเป่าสุภาพสตรี เริ่มต้นด้วยการเตรียมทำหุ่นรูปทรงกระเป่าสุภาพสตรีสำหรับจักสาน ขั้นตอนการจักสานผักตบชวาที่ละเอียด การขึ้นลวดลายการจักสานเป็นลายเม็ดแตง การสานหูหิ้วและการทาสแลคเกอร์เพื่อเคลือบชิ้นงาน การนำชิ้นงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาไปอบกัมมะถันเพื่อป้องกันการเกิดเชื้อราบนชิ้นงานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา ซึ่งตลอดเวลาของการอบรม 2 วัน ผู้เข้าร่วมกิจกรรมการอบรมให้ความสนใจฝึกทักษะการเรียนรู้การจักสานผักตบชวาเป็นกระเป่าสุภาพสตรี เมื่อเสร็จสิ้นการอบรม ผู้เข้าร่วมการอบรมสามารถจักสานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานกระเป่าสุภาพสตรีคนละ 1 ใบ



รูปที่ 4-40 ภาพการกิจกรรมการอบรมการจักสานกระเป่าสุภาพสตรีจากผักตบชวา



รูปที่ 4-40 (ต่อ) ภาพการกิจกรรมการอบรมการจักสานกระเป่าสุภาพสตรีจากผักตบชวา

ตารางที่ 4-6 ผลการประเมินการจัดอบรมการจักสานกระเป่าสุภาพสตรีจากผักตบชวา

หัวข้อความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ก่อนเข้าร่วมการอบรม : ท่านมีทักษะในการจักสานกระเป่าสุภาพสตรีจากผักตบชวา	-	-	1 (10.0%)	1 (10.0%)	8 (80.0%)
หลังเข้าร่วมการอบรม : ท่านมีทักษะในการจักสานกระเป่าสุภาพสตรีจากผักตบชวา	1 (10.0%)	8 (80.0%)	1 (10.0%)	-	-
ความสามารถของวิทยากรในการถ่ายทอดความรู้	5 (50.0%)	4 (40.0%)	1 (10.0%)	-	-
ความเหมาะสมของวันเวลาในการจัดการอบรม	3 (30.0%)	3 (30.0%)	4 (40.0%)	-	-
ท่านได้รับประโยชน์จากการเข้าร่วมอบรมมากน้อยเพียงใด	2 (20.0%)	7 (70.0%)	1 (10.0%)	-	-
ท่านคิดว่าท่านสามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรมไปใช้เพิ่มรายได้ให้กับตนเองมากน้อยเพียงใด	3 (30.0%)	4 (40.0%)	3 (30.0%)	-	-
ท่านมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของการจัดกิจกรรมการอบรม มากน้อยเพียงใด	6 (60.0%)	4 (40.0%)	-	-	-

จากการประเมินผลการจัดกิจกรรมอบรมการจักสานกระเป๋าสู่ภาพสตรีจากผักตบชวา โดยการตอบแบบสอบถามของผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 10 คน โดยผู้เข้าร่วมอบรมร้อยละ 60.00 มีวัตถุประสงค์การเข้าอบรมเพื่อเพิ่มความรู้และฝึกทักษะการทำหัตถกรรมจักสานกระเป๋าสู่ภาพสตรีจากผักตบชวาและผู้เข้าร่วมอบรมร้อยละ 30.00 มีวัตถุประสงค์การเข้าอบรมเพื่อทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหารายได้ให้กับครอบครัว ซึ่งก่อนเข้าร่วมอบรม ผู้เข้าร่วมอบรมส่วนใหญ่ร้อยละ 80.00% มีทักษะในการจักสานหัตถกรรมผักตบชวาระดับน้อยที่สุด และภายหลังการเข้าร่วมอบรมผู้เข้าร่วมอบรมร้อยละ 90.00 มีทักษะการจักสานผักตบชวาเพิ่มขึ้นโดยมีทักษะการจักสานผักตบชวาระดับมากขึ้นไป ผู้เข้าร่วมอบรมร้อยละ 70.00 ตอบแบบสอบถามว่าการเข้าร่วมอบรมสามารถนำความรู้ที่ได้จากการอบรมไปใช้เพิ่มรายได้ให้กับตนเองระดับมากขึ้นไป และคะแนนความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมการอบรมที่มีต่อภาพรวมของการจัดการอบรมมีค่าเท่ากับ 4.60 (คะแนนเต็ม 5 คะแนน) โดยรายละเอียด ผลการประเมินการจัดอบรมแสดงไว้ในตารางที่ 4-6

4.2.5 การส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมบางเสาธงสู่ผู้บริโภค

4.2.5.1 การส่งเสริมการออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมบางเสาธง

เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 คลี่คลายดีขึ้นและรัฐบาลประกาศให้ร้านค้าต่าง ๆ สามารถเปิดจำหน่ายสินค้าต่าง ๆ ได้ตามปกติ ดังนั้น โครงการวิจัยฯ ได้สนับสนุนให้สมาชิกของกลุ่มได้นำสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่มไปออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในสถานที่ต่าง ๆ ที่มีกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจซื้อสินค้าหัตถกรรมจักสานผักตบชวา เช่น การออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่ห้างเอสบางพลี อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ ระหว่างวันที่ มีนาคม 2565 และระหว่างวันที่ เมษายน 2565 โดยสมาชิกของกลุ่มนำสินค้าหัตถกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มฯ ที่ผลิตมาแต่เดิม เช่น ที่ใส่แก้วเยติลายไขว้ธรรมดา ตะกร้าจักสานผักตบชวาสำหรับใส่ของ กระเป๋าสู่ภาพสตรีลายธรรมดา พร้อมทั้งนำสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่สมาชิกของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขร่วมกับนักวิจัยพัฒนาขึ้น เช่น ที่ใส่แก้วเยติลายเม็ดมะยม ที่ใส่แก้วเยติลายดอกพิกุล ที่ใส่แก้วเยติลายไทยสามเส้น ที่ใส่แก้วเยติลายตัวหนอน กระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ดแตง กระเป๋าถือสุภาพสตรีลายไขว้ เป็นต้น ผลของการออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มหัตถกรรมสานสุข เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคได้ทำความรู้จักเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่ม และยังเปิดโอกาสให้กลุ่มผู้บริโภคที่สนใจซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาได้เลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่มฯ ไปใช้ในชีวิตประจำวัน การออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์ทำให้สมาชิกของกลุ่มฯ มีรายได้เพิ่มขึ้นจากการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ การออกร้านยังเปิดโอกาสให้มีสมาชิกของกลุ่มได้สื่อสารกับผู้บริโภค เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับทราบถึงความตั้งใจและความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาโดยใช้ภูมิปัญญาการจักสานผักตบชวาในท้องถิ่นบางเสาธงของสมาชิกของกลุ่มฯ และใช้ข้อความสื่อสารถึงผู้บริโภคว่า **“ซื้อสินค้าภูมิปัญญาไทย สานสายใยรัก(ษ์)ศิลป์ถิ่นบางเสาธง”** เพื่อให้ผู้บริโภคทราบว่า การเลือกซื้อสินค้าหัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่ผลิตจากภูมิปัญญาท้องถิ่นนั้น ผู้โลกนั้นได้มีส่วนสำคัญในการร่วมกันสืบสานงานศิลปหัตถกรรมของอำเภอบางเสาธง

จังหวัดสมุทรปราการ การออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวานอกจากจะมีวัตถุประสงค์เพื่อการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของกลุ่มแล้วยังมีวัตถุประสงค์เพื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่องค์ความรู้และเรื่องราวต่าง ๆ ของภูมิปัญญาการจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาของบางเสาธงแก่ผู้บริโภคและผู้สนใจทั่วไป



รูปที่ 4-41 ภาพการออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่มฯ

4.2.5.2 ความร่วมมือกับเครือข่ายเพื่อส่งเสริมการตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

เพื่อเผยแพร่และจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์จักสานผักตบชวาและสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวของผู้ประกอบการในอำเภอบางเสาธง นักวิจัยได้ประสานความร่วมมือกับเครือข่ายประกอบด้วย ตลาดน้ำวัดศรีวารีน้อย และตลาดจริงใจสาขางานา ห้างเซ็นทรัลสาขางานา โดยนักวิจัยและผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวาและหัตถกรรมว่าวได้เข้าพบปะพูดคุยกับท่านเจ้าอาวาสวัดศรีวารีน้อย

เกี่ยวกับการเปิดตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อยภายหลังสถานการณ์การระบาดโควิด-19 ที่คลี่คลายลงจนทำให้ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อยสามารถกลับมาเปิดดำเนินการได้อีกครั้งภายหลังจากที่ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อยปิดดำเนินการมาเป็นระยะเวลาเกือบ 2 ปี นับตั้งแต่สถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิดเมื่อเดือนพฤศจิกายน 2563 ตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อยตั้งอยู่ริมคลองจรเข้ชั้น้อย ในพื้นที่ภายในวัดศรีวารีน้อย มีคณะกรรมการตลาดน้ำชุมชนวัดศรีวารีน้อยเป็นทีมบริหารจัดการตลาดน้ำโดยมีท่านเจ้าอาวาสวัดศรีวารีน้อยเป็นที่ปรึกษาคณะกรรมการตลาดน้ำ ฯ ซึ่งคณะกรรมการฯมีแผนเปิดตลาดน้ำในวันเสาร์-อาทิตย์ โดยจะเริ่มเปิดตลาดตั้งแต่วันที่ 3 กันยายน 2565 เป็นต้นไป และในการเปิดตลาดน้ำครั้งนี้ คณะกรรมการฯ มีแผนเปิดร้านค้าเพื่อจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่เป็นสินค้าที่ผลิตภณท์ในชุมชนและมีความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่อำเภอบางเสาธง และมีแผนเปิดพื้นที่ลานวัฒนธรรมเพื่อเป็นพื้นที่สำหรับจัดแสดงทางวัฒนธรรมและการสาธิตกิจกรรมทางวัฒนธรรมต่าง ๆ ในการนี้ นักวิจัยและผู้ประกอบการหัตถกรรมบางเสาธงได้เข้าพบพูดคุยกับท่านเจ้าอาวาสวัดศรีวารีน้อยในฐานะที่ปรึกษาของคณะกรรมการฯ ซึ่งบทสรุปของการพูดคุยนั้นสรุปได้ว่า ทางตลาดน้ำเปิดพื้นที่ลานวัฒนธรรมให้กับกลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าว (กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าว) มาสาธิตการทำว่าวจุฬา ว่าวปักเป้าขนาดต่าง ๆ พร้อมทั้งทำกิจกรรมอบรมสอนการทำว่าวจุฬาและว่าวปักเป้าให้แก่ผู้ที่สนใจ และยังเปิดโอกาสให้กลุ่มหัตถกรรมสานสุขมาอบรมการจักสานหัตถกรรมผักตบชวาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ให้แก่บุคคลทั่วไปที่สนใจฝึกทักษะการจักสานผักตบชวาเข้าร่วมกิจกรรมการอบรม ณ พื้นที่ลานวัฒนธรรม นอกจากนี้ กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวและกลุ่มหัตถกรรมสานสุขยังได้รับการจัดสรรพื้นที่เพื่อให้ผู้ประกอบการทั้งสองนำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวามาจำหน่ายให้แก่ผู้บริโภค



รูปที่ 4-42 ภาพการพูดคุยระหว่างกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธง และท่านเจ้าอาวาสวัดศรีวารีน้อย เกี่ยวกับการเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการนำผลิตภัณฑ์ว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา มาจำหน่ายในตลาดน้ำวัดศรีวารีน้อย

นอกจากนี้ นักวิจัยยังได้ลงพื้นที่พูดคุยกับผู้จัดการตลาดจริงใจสาขาบางนาเกี่ยวกับการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าและสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา โดยตลาดจริงใจสาขาเซ็นทรัลบางนานั้นจะอยู่ในห้างเซ็นทรัลบางนา ผู้บริหารของตลาดจริงใจมีนโยบายเปิดพื้นที่ให้ผู้ประกอบการสินค้าต่าง ๆ ที่ผลิตโดยผู้ประกอบการในพื้นที่ชุมชนต่าง ๆ ในจังหวัดสมุทรปราการนำสินค้าของตนเองมาวางจำหน่ายในพื้นที่ตลาดจริงใจ ซึ่งการวางสินค้าจำหน่ายในตลาดจริงใจนั้นจะต้องปฏิบัติตามระเบียบของตลาดด้วย ในการนี้บทสรุปจากการพูดคุยของผู้บริหารตลาดกับผู้ประกอบการหัตถกรรมนั้น ตลาดจริงใจเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการหัตถกรรมว่านำสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่ามาวางจำหน่ายในตลาดจริงใจได้ และยังเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวานำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวามาวางจำหน่ายในตลาดจริงใจได้ การที่ตลาดจริงใจเปิดโอกาสให้มีการนำสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมบางเสาชองผู้ประกอบการฯ ไปวางจำหน่ายในตลาดจริงใจสาขาบางนา ในห้างเซ็นทรัลบางนาคับเป็นโอกาสที่ดีของผู้ประกอบการที่จะได้จำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ผลิตขึ้นมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในอำเภอบางเสาชองมาวางจำหน่ายให้กับผู้บริโภค



รูปที่ 4-43 ภาพการพูดคุยกับตัวแทนของตลาดจริงใจ ซึ่งตลาดจริงใจเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าและผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวานำสินค้าไปจำหน่าย

4.2.6 การเก็บข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา

4.2.6.1 การเก็บข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา

จากการสอบถามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน คือคุณครูอารีย์ วิทยารมย์ (ครุภูมิปัญญาท้องถิ่น) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วุฒิพงษ์ ทองก้อน (ผู้เชี่ยวชาญด้านศิลปวัฒนธรรม) และ ดร.วิชุดา อยู่ยงค์ (ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวที่พัฒนาขึ้นจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาจำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นซึ่งจะประเมินผลิตภัณฑ์ใน 5 ด้าน ประกอบด้วย 1. ด้านประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ 2. ด้านความสวยงามและความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นบางเสาธง 3. ด้านความแข็งแรงในการใช้งาน 4. ด้านวัสดุที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ และ 5 ด้านศักยภาพการตลาดของผลิตภัณฑ์ โดยใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.5 – 5.0 หมายถึง ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.5 – 4.4 หมายถึง ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.5 – 3.4 หมายถึง ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.5 – 2.4 หมายถึง ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.0 – 1.4 หมายถึง ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมระดับน้อย

ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจากกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงสร้างสรรค์จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ที่ แสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4-7 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาย้อยส่วนในกรอบรูป ผลการประเมินภาพรวมทั้ง 5 ด้านมีความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.30 ค่า S.D. = 0.54) เมื่อพิจารณาการประเมินรายด้านพบว่า ด้านประโยชน์การใช้สอยของผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.17 ค่า S.D. = 0.54) ด้านความสวยงามและความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.47 ค่า S.D. = 0.43) ด้านความคงทนแข็งแรงในการใช้งานอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.33 ค่า S.D. = 0.72) ด้านวัสดุที่ใช้ในผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.33 ค่า S.D. = 0.72) และด้านศักยภาพการตลาดของผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.17 ค่า S.D. = 0.29)

2. ผลิตภัณฑ์ภาพประดับลวดลายของว่าวจุฬา ผลการประเมินภาพรวมทั้ง 5 ด้านมีความเหมาะสมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.13 ค่า S.D. = 0.42) เมื่อพิจารณาการประเมินรายด้านพบว่า ด้านประโยชน์การใช้สอยของผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.92 ค่า S.D. = 0.68) ด้านความสวยงามและความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.00 ค่า S.D. = 0.46) ด้านความคงทนแข็งแรงในการใช้งานอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.89 ค่า S.D. = 0.19) ด้านวัสดุที่ใช้ในผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 5.00 ค่า S.D. = 0) และด้านศักยภาพการตลาดของผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.83 ค่า S.D. = 0.79)

3. ผลិតภณท์ภพพว่วจพบณจตรกรรมฝผนงพระมปลย ผลการประเมินภพพรวมทง 5 ด้นมคความเหมาะสมอยู่ในเกณท์ระดับมกทที่สุด (ค้เฉลย = 4.70 ค้ S.D. = 0.46) เมอพิจรณการประเมินรายด้นพบว่ ด้นประโยชน์การใช้อยของผลิตภณท์อยู่ในเกณท์ระดับมกทที่สุด (ค้เฉลย = 5.00 ค้ S.D. = 0) ด้นความสวยงามและความเป็นเอกภคภณท์ของทงถนอยู่ในเกณท์ระดับมกทที่สุด (ค้เฉลย = 4.67 ค้ S.D. = 0.58) ด้นความคงทนแข็งแรงในการใช้งานอยู่ในเกณท์ระดับมกทที่สุด (ค้เฉลย = 4.67 ค้ S.D. = 0.58) ด้นวัสดุท้ใช้ในผลิตภณท์อยู่ในระดับมก (ค้เฉลย = 4.67 ค้ S.D. = 0.58) และด้นศกภพการตลาดของผลิตภณท์อยู่ในระดับมกทที่สุด (ค้เฉลย = 4.50 ค้ S.D. = 0.58)

4. ผลิตภณท์ตงไม้ไ้ลวดลายของว่วจพบ ผลการประเมินภพพรวมทง 5 ด้นมคความเหมาะสมอยู่ในเกณท์ระดับมก (ค้เฉลย = 3.96 ค้ S.D. = 0.40) เมอพิจรณการประเมินรายด้นพบว่ ด้นประโยชน์การใช้อยของผลิตภณท์อยู่ในเกณท์ระดับมก (ค้เฉลย = 4.17 ค้ S.D. = 0.29) ด้นความสวยงามและความเป็นเอกภคภณท์ของทงถนอยู่ในเกณท์ระดับมก (ค้เฉลย = 3.78 ค้ S.D. = 0.72) ด้นความคงทนแข็งแรงในการใช้งานอยู่ในเกณท์ระดับมก (ค้เฉลย = 3.78 ค้ S.D. = 0.72) ด้นวัสดุท้ใช้ในผลิตภณท์อยู่ในระดับมก (ค้เฉลย = 3.92 ค้ S.D. = 0.79) และด้นศกภพการตลาดของผลิตภณท์อยู่ในระดับมก (ค้เฉลย = 4.17 ค้ S.D. = 0.29)

ผลการประเมินความคตเห็นของผู้เชยวชาญต่อผลิตภณท์ห้ตถกรรมจกสานฝคตบชวาท้กลุ่มห้ตถกรรมสร้งสรค้ขึ้นจ้นจนวน 3 ผลิตภณท์ แสดงรายละเอียดไว้ในตารางท้ 4-8 สามารถสรบได้ดงนี้

1. ผลิตภณท์ท้ใส่แก้วยต ผลการประเมินภพพรวมทง 5 ด้นมคความเหมาะสมอยู่ในเกณท์ระดับมกทที่สุด (ค้เฉลย = 4.65 ค้ S.D. = 0.44) เมอพิจรณการประเมินรายด้นพบว่ ด้นประโยชน์การใช้อยของผลิตภณท์อยู่ในเกณท์ระดับมกทที่สุด (ค้เฉลย = 5.00 ค้ S.D. = 0) ด้นความสวยงามและความเป็นเอกภคภณท์ของทงถนอยู่ในเกณท์ระดับมก (ค้เฉลย = 4.47 ค้ S.D. = 0.81) ด้นความคงทนแข็งแรงในการใช้งานอยู่ในเกณท์ระดับมก (ค้เฉลย = 4.44 ค้ S.D. = 0.58) ด้นวัสดุท้ใช้ในผลิตภณท์อยู่ในระดับมกทที่สุด (ค้เฉลย = 5.00 ค้ S.D. = 0) และด้นศกภพการตลาดของผลิตภณท์อยู่ในระดับมก (ค้เฉลย = 4.33 ค้ S.D. = 0.79)

2. ผลิตภณท์กระเป้สพพยสุภพสตรลยเมล็ดตง ผลการประเมินภพพรวมทง 5 ด้นมคความเหมาะสมอยู่ในระดับมก (ค้เฉลย = 4.48 ค้ S.D. = 0.51) เมอพิจรณการประเมินรายด้นพบว่ ด้นประโยชน์การใช้อยของผลิตภณท์อยู่ในเกณท์ระดับมกทที่สุด (ค้เฉลย = 4.69 ค้ S.D. = 0.29) ด้นความสวยงามและความเป็นเอกภคภณท์ของทงถนอยู่ในเกณท์ระดับมก (ค้เฉลย = 4.27 ค้ S.D. = 0.75) ด้นความคงทนแข็งแรงในการใช้งานอยู่ในเกณท์ระดับมก (ค้เฉลย = 4.33 ค้ S.D. = 0.58) ด้นวัสดุท้ใช้ในผลิตภณท์อยู่ในระดับมกทที่สุด (ค้เฉลย = 4.92 ค้ S.D. = 0.14) และด้นศกภพการตลาดของผลิตภณท์อยู่ในระดับมก (ค้เฉลย = 4.17 ค้ S.D. = 0.79)

ตารางที่ 4-7 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อผลิตภัณฑ์ที่ทดสอบว่าจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์

ที่	รายการ	ว่าจุฬาย่อส่วนในกรอบรูป			ภาพระดับลวดลายว่าว			ภาพว่าวกับจิตรกรรมฝาผนัง			ตุ้งไม้ไผ่ลวดลายว่าว		
		ค่าเฉลี่ย	SD	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปรผล
1. ด้านประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (ภาพรวม)		4.17	0.54	มาก	3.92	0.68	มาก	5.00	0.00	มากที่สุด	4.17	0.29	มาก
1.1	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะ รูปทรงเหมาะสมในการใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของการใช้สอยของผลิตภัณฑ์	4.32	0.58	มาก	3.67	0.58	มาก	5.00	0.00	มากที่สุด	4.00	0.00	มาก
1.2	การออกแบบผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับการใช้งานหลักของผลิตภัณฑ์	4.00	1.00	มาก	3.67	0.58	มาก	5.00	0.00	มากที่สุด	4.00	0.00	มาก
1.3	การใช้สอยมีความสะดวกสบายและง่ายต่อการใช้	4.33	0.58	มาก	4.33	0.58	มาก	5.00	0.00	มากที่สุด	4.33	0.58	มาก
1.4	ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองต่อความต้องการใช้สอยของผู้บริโภค	4.00	0.00	มาก	4.00	1	มาก	5.00	0.00	มากที่สุด	4.33	0.58	มาก
2. ด้านความสวยงามและความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น		4.47	0.43	มาก	4.00	0.46	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด	3.78	0.72	มาก
2.1	ผลิตภัณฑ์มีรูปลักษณะที่แสดงออกถึงการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบรูปทรง ลวดลาย กระบวนการผลิตโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในอำเภอบางเสาธง และสามารถใช้สอยได้ตรงตามวัตถุประสงค์หลักของการใช้สอย	4.67	0.58	มากที่สุด	4.00	0.00	มาก	5.00	0	มากที่สุด	4.00	0.00	มาก
2.2	ผลิตภัณฑ์มีรูปทรง สมสัดส่วนเหมาะสมกับการใช้สอย	3.67	0.58	มาก	3.33	0.58	ปานกลาง	4.33	0.58	มาก	3.67	0.58	มาก
2.3	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะรูปทรงที่สม่ำเสมอ ไม่บิดเบี้ยว ดูแล้วผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง	4.00	1	มาก	3.67	0.58	มาก	5.00	0	มากที่สุด	4.00	1.00	มาก

ตารางที่ 4-7 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์

ที่	รายการ	ว่าจู่หย่าอ่วนในกรอบรูป			ภาพประดับลายว่าจู่หย่า			ภาพว่าวกับจิตรกรรมฝาผนัง			ตุ้งไม้ไผ่		
		ค่าเฉลี่ย	SD	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD	มากที่สุด
2. ด้านความสวยงามและความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น													
2.4	ผลิตภัณฑ์มีรูปลักษณ์ ความประณีต สีสัน ลวดลายสวยงาม	5.00	0	มากที่สุด	4.33	0.58	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด	4.00	1.00	มาก
2.5	ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในท้องถิ่นอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ	5.00	0	มากที่สุด	4.67	0.58	มากที่สุด	4.67	0.58	มากที่สุด	4.33	1.15	มาก
3. ด้านความคงทนแข็งแรงในการใช้งาน		4.33	0.72	มาก	3.89	0.19	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด	3.78	0.72	มาก
3.1	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะของการผลิต การประกอบ การยึดติดของส่วนประกอบต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์อย่างกลมกลืนเหมาะสม	4.33	0.58	มาก	4.00	0.00	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด	4.00	1.00	มาก
3.2	ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรงทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมตามปรกติ	4.00	1.00	มาก	4.00	0.00	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด	3.67	0.58	มาก
3.3	การดูแล บำรุงรักษาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้อย่างสะดวกและไม่ยุ่งยาก	4.67	0.58	มากที่สุด	3.67	0.58	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด	3.67	0.58	มาก
4. ด้านวัสดุที่ใช้ในผลิตภัณฑ์		4.33	0.72	มาก	5.00	0	มากที่สุด	4.67	0.58	มากที่สุด	3.92	0.79	มาก
4.1	วัสดุที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีความแข็งแรงคงทน มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.33	1.15	มาก	3.33	0.58	ปานกลาง	4.67	0.58	มากที่สุด	3.33	0.58	ปานกลาง
4.2	วัสดุที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค	4.33	1.15	มาก	4.33	0.58	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด	4.33	0.58	มาก
4.3	วัสดุที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	4.67	0.58	มากที่สุด	4.33	0.58	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด	4.00	1.00	มาก
4.4	ผลิตภัณฑ์ช่วยส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากวัสดุในท้องถิ่นของอำเภอบางเสาธง	4.00	0.00	มาก	4.00	0.00	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด	4.00	1.00	มาก

ตารางที่ 4-7 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อผลิตภัณฑ์ที่เหตุการณ์ว่าจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์

ที่	รายการ	ว่าจួយ่อยส่วนในกรอบรูป			ภาพระดับลายว่าจួយ			ภาพว่ากับจิตกรรมฝาผนัง			ตงไม้ไม้		
		ค่าเฉลี่ย	SD	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD	มากที่สุด	ค่าเฉลี่ย	SD	มากที่สุด
5.ด้านศักยภาพการตลาดของผลิตภัณฑ์		4.17	0.29	มาก	3.83	0.79	มาก	4.50	0.58	มากที่สุด	4.17	0.29	มาก
5.1	ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพในการแข่งขันกับสินค้าประเภทเดียวกันเพื่อการใช้สอยของผู้บริโภคในประเทศไทย โดยมีวัตถุประสงค์การใช้งานแบบเดียวกัน	4.33	0.58	มาก	4.00	1.00	มาก	4.33	0.58	มาก	4.00	0.00	มาก
5.2	ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพในการทำตลาดสินค้าของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	4.00	0.00	มาก	3.67	0.58	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด	4.33	0.29	มาก
ค่าเฉลี่ยองค์ประกอบทั้ง 5 ด้านของผลิตภัณฑ์		4.30	0.54	มาก	4.13	0.42	มาก	4.70	0.46	มาก	3.96	0.4	มาก

ตารางที่ 4-8 ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อผลิตภัณฑ์ที่เหตุการณ์จักษสานผักตบชวาจำนวน 3 ผลิตภัณฑ์

ที่	รายการ	ที่ใส่แก้วยติ			กระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ดแตง			กระเป๋าสุภาพสตรีลายไขว้		
		ค่าเฉลี่ย	SD	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปรผล
1. ด้านประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ (ภาพรวม)		5.00	0.00	มากที่สุด	4.69	0.29	มากที่สุด	4.67	0.58	มากที่สุด
1.1	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะ รูปทรงเหมาะสมในการใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของการใช้สอยของผลิตภัณฑ์	5.00	0.00	มากที่สุด	4.33	0.58	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด
1.2	การออกแบบผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับการใช้งานหลักของผลิตภัณฑ์	5.00	0.00	มากที่สุด	4.33	0.58	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด
1.3	การใช้สอยมีความสะดวกสบายและง่ายต่อการใช้	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	4.67	0.58	มากที่สุด
1.4	ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองต่อความต้องการใช้สอยของผู้บริโภค	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	4.67	0.58	มากที่สุด

ตารางที่ 4-8 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาจำนวน 3 ผลิตภัณฑ์

ที่	รายการ	ที่ใส่แก้วเยติ			กระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ดแตง			กระเป๋าถือสุภาพสตรีลายไขว้		
		ค่าเฉลี่ย	SD	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปรผล
2. ด้านความสวยงามและความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น		4.47	0.81	มาก	4.27	0.75	มาก	4.33	0.75	มาก
2.1	ผลิตภัณฑ์มีรูปลักษณะที่แสดงออกถึงการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบรูปทรง ลวดลาย กระบวนการผลิตโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในอำเภอบางเสาธง และสามารถใช้สอยได้ตรงตามวัตถุประสงค์หลักของการใช้สอย	4.33	1.15	มาก	4.00	1.00	มาก	4.00	1.00	มาก
2.2	ผลิตภัณฑ์มีรูปทรง สมสัดส่วนเหมาะสมกับการใช้สอย	4.67	0.58	มากที่สุด	4.33	0.58	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด
2.3	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะรูปทรงที่สม่ำเสมอ ไม่บิดเบี้ยว ดูแล้วผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง	4.67	0.58	มากที่สุด	4.33	0.58	มาก	4.33	0.58	มาก
2.4	ผลิตภัณฑ์มีรูปลักษณะ ความประณีต สี สัน ลวดลาย สวยงาม	4.33	0.58	มาก	4.67	0.58	มากที่สุด	4.67	0.58	มากที่สุด
2.5	ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในท้องถิ่นอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ	4.33	1.15	มาก	4.00	1.00	มาก	4.00	1.00	มาก
3. ด้านความคงทนแข็งแรงในการใช้งาน		4.44	0.58	มาก	4.33	0.58	มาก	4.33	0.58	มาก
3.1	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะของการผลิต การประกอบ การยึดติดของส่วนประกอบต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์อย่างกลมกลืนเหมาะสม	4.33	0.58	มาก	4.33	0.58	มาก	4.33	0.58	มาก
3.2	ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรงทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมตามปกติ	4.67	0.58	มากที่สุด	4.33	0.58	มาก	4.33	0.58	มาก

ตารางที่ 4-8 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อหัตถกรรมจักสานผักตบชวาจำนวน 3 ผลิตภัณฑ์

ที่	รายการ	ที่ใส่แก้วเยติ			กระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ดแตง			กระเป๋าถือสุภาพสตรีลายไขว้		
		ค่าเฉลี่ย	SD	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปรผล	ค่าเฉลี่ย	SD	แปรผล
3. ด้านความคงทนแข็งแรงในการใช้งาน (ต่อ)										
3.3	การดูแล บำรุงรักษาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้อย่างสะดวกและไม่ยุ่งยาก	4.33	0.58	มาก	4.33	0.58	มาก	4.33	0.58	มาก
4. ด้านวัสดุที่ใช้ในผลิตภัณฑ์		5.00	0.00	มากที่สุด	4.92	0.14	มากที่สุด	4.92	0.14	มากที่สุด
4.1	วัสดุที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ มีความแข็งแรงคงทน มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด
4.2	วัสดุที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยต่อผู้บริโภค	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด
4.3	วัสดุที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์มีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด
4.4	ผลิตภัณฑ์ช่วยส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากวัสดุในท้องถิ่นของอำเภอบางเสาธง	5.00	0.00	มากที่สุด	4.67	0.58	มากที่สุด	4.67	0.58	มากที่สุด
5.ด้านศักยภาพการตลาดของผลิตภัณฑ์		4.33	0.79	มาก	4.17	0.79	มาก	4.17	0.79	มาก
5.1	ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพในการแข่งขันกับสินค้าประเภทเดียวกันหรือสินค้าประเภทใกล้เคียงกันเพื่อการใช้สอยของผู้บริโภคในประเทศไทยโดยมีวัตถุประสงค์การใช้งานแบบเดียวกัน	4.67	0.58	มากที่สุด	4.33	0.58	มาก	4.33	0.58	มาก
5.2	ผลิตภัณฑ์มีศักยภาพในการทำตลาดสินค้าของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ	4.00	1.00	มาก	4.00	1.00	มาก	4.00	1.00	มาก
ค่าเฉลี่ยองค์ประกอบทั้ง 5 ด้านของผลิตภัณฑ์		4.65	0.44	มากที่สุด	4.48	0.51	มาก	4.49	0.57	มาก

3. ผลสัมฤทธิ์กระเปาะถือสุภาพสตรีรายไข้ว ผลการประเมินภาพรวมทั้ง 5 ด้านมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.49 ค่า S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาการประเมินรายด้านพบว่า ด้านประโยชน์การใช้สอยของผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.67 ค่า S.D. = 0.58) ด้านความสวยงามและความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.33 ค่า S.D. = 0.75) ด้านความคงทนแข็งแรงในการใช้งานอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.33 ค่า S.D. = 0.58) ด้านวัสดุที่ใช้ในผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย = 4.92 ค่า S.D. = 0.14) และด้านศักยภาพการตลาดของผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.17 ค่า S.D. = 0.79)

4.2.6.2 การเก็บข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวาบางเสาะง

4.2.6.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม

การเก็บข้อมูลความคิดเห็นจากผู้บริโภคจำนวน 105 คน ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่พัฒนาขึ้น ได้เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามโดยผู้บริโภคจำนวน 105 คนที่ตอบแบบสอบถามสามารถจำแนกเพศได้ดังแสดงในตารางที่ 4-9 เป็นเพศหญิงจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 76.19 และเพศชายจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 23.81

ตารางที่ 4-9 จำนวน และค่าร้อยละของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ชาย	25	23.81
หญิง	80	76.19
รวม	105	100

ตารางที่ 4-10 จำนวน และค่าร้อยละของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15 ปี	3	2.86
15 - 20 ปี	18	17.14
21- 30ปี	20	19.04
31-40 ปี	18	17.14
41- 50 ปี	18	17.14
51- 60 ปี	16	15.24
61- 70 ปี	9	8.57
71- 80 ปี	3	2.86
รวม	105	100

เมื่อจำแนกช่วงอายุของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีรายละเอียดดังแสดงตารางที่ 4-10 ซึ่งพบว่าส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 21-30 ปี จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 3 ช่วง คืออายุระหว่าง 15-20 ปี อายุระหว่าง 31-40 ปี อายุระหว่าง 41- 50 ปี ซึ่งมีจำนวนคนในช่วงอายุละ 18 คน คิดเป็นร้อยละ 17.14 อายุระหว่าง 51- 60 ปี จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 15.24 อายุระหว่าง 61- 70 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 อายุระหว่าง 71- 80 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86 และน้อยที่สุดคืออายุต่ำกว่า 15 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามสามารถจำแนกตามคุณวุฒิการศึกษาได้ดังมีรายละเอียดตามตารางที่ 4-11 ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่มีคุณวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 45.71 รองลงมา มีวุฒิการศึกษาระดับต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6 จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 29.52 วุฒิการศึกษาระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 /ปวช. จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.38 วุฒิการศึกษาระดับสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.52 และน้อยที่สุดคือวุฒิการศึกษาระดับปวส./อนุปริญญาจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 2.86

ตารางที่ 4-11 จำนวน และค่าร้อยละของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามคุณวุฒิการศึกษา

คุณวุฒิการศึกษา	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่ามัธยมศึกษาปีที่ 6	31	29.52
มัธยมศึกษาปีที่ 6 /ปวช.	13	12.38
ปวส./อนุปริญญา	3	2.86
ปริญญาตรี	48	45.71
สูงกว่าปริญญาตรี	10	9.52
รวม	105	100

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามสามารถจำแนกตามอาชีพได้ดังมีรายละเอียดตามตารางที่ 4-12 ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่เป็นนักเรียน/นักศึกษา จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 27.62 รองลงมาอาชีพอิสระ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 อาชีพบริษัทเอกชนจำนวน 17 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.19 อาชีพเจ้าของกิจการ จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 15.24 อาชีพรับราชการจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 และน้อยที่สุดคืออาชีพแม่บ้านจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 1.90

ตารางที่ 4-12 จำนวน และค่าร้อยละของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน (คน)	ร้อยละ
รับราชการ	9	8.57
บริษัทเอกชน	17	16.19
เกษตรกร	1	0.95
เจ้าของกิจการ	16	15.24
อาชีพอิสระ	21	20.00
แม่บ้าน	2	1.90
นักเรียน/นักศึกษา	29	27.62
ว่างงาน	1	0.95
อื่น ๆ	9	8.57
รวม	105	100

เมื่อจำแนกรายได้ของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามมีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4-13 ซึ่งพบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 57.14 รองลงมาคือรายได้ 15,000 – 20,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 19.5 รายได้ 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 11.43 รายได้ 30,001 – 40,000 บาทจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 6.67 และน้อยที่สุดคือมีรายได้มากกว่า 40,000 บาท จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 5.71

ตารางที่ 4-13 จำนวน และค่าร้อยละของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามรายได้

รายได้	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ต่ำกว่า 15,000 บาท	60	57.14
15,000 – 20,000 บาท	20	19.05
20,001 – 30,000 บาท	12	11.43
30,001 – 40,000 บาท	7	6.67
มากกว่า 40,000 บาท	6	5.71
รวม	105	100

เมื่อจำแนกประสบการณ์ของผู้บริโภคเกี่ยวกับประสบการณ์ของการเลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานพักตบขวามีรายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 4-14 พบว่า ผู้บริโภคเคยมีประสบการณ์การเลือกซื้อหัตถกรรมว่าวจำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 23.81 และไม่เคยมีประสบการณ์เลือกซื้อหัตถกรรมว่าวจำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 76.19 ผู้บริโภคเคยมีประสบการณ์การ

เลือกซื้อหัตถกรรมจักสานผักตบชวาจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 29.52 และไม่เคยมีประสบการณ์เลือกซื้อหัตถกรรมจักสานผักตบชวาจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43

ตารางที่ 4-14 จำนวน และค่าร้อยละของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์การซื้อหัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา

ผลิตภัณฑ์	ประสบการณ์	จำนวนคน	ร้อยละ
หัตถกรรมว่าว	เคยซื้อ	25	23.81
	ไม่เคยซื้อ	80	76.19
	รวม	105	100
หัตถกรรมจักสานผักตบชวา	เคยซื้อ	31	29.52
	ไม่เคยซื้อ	75	71.43
	รวม	105	100

4.2.6.2.2 ผลความคิดเห็นของผู้บริโภคชาวไทยต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวาบางเสารง

การเก็บข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภค จำนวน 105 คน ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวที่พัฒนาขึ้นจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาจำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบสอบถามเพื่อประเมินความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์และความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ โดยใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็น ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.5 – 5.0 หมายถึง ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.5 – 4.4 หมายถึง ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.5 – 3.4 หมายถึง ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.5 – 2.4 หมายถึง ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.0 – 1.4 หมายถึง ผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมระดับน้อย

ผลการเก็บข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจากกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสารงสร้างสรรค์จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ที่ แสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4-15 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาย่อส่วนในกรอบรูป ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.10 S.D. = 0.74) ผลการประเมินความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ในประเด็นต่าง ๆ เป็นดังนี้ ความสวยงามและความประณีตของผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.29 S.D. = 0.63) การนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.48 S.D. = 1.01) และผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในอำเภอบางเสารงอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.11 S.D. = 0.78)

2. ผลិតภักข์หัตถกรรมว่าวจุฬาย่อส่วนบนภาพจิตรกรรมพระมาลัย ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภักข์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.07 S.D. = 0.86) ผลการประเมินความคิดเห็นต่อผลิตภักข์ในประเด็นต่าง ๆ เป็นดังนี้ ความสวยงามและความประณีตของผลิตภักข์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.39 S.D. = 0.69) การนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.36 S.D. = 1.09) และผลิตภักข์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในอำเภอบางเสาะงอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.08 S.D. = 0.86)

3. ผลิตภักข์หัตถกรรมภาพประดับลอยของว่าวจุฬา ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภักข์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.88 S.D. = 0.93) ผลการประเมินความคิดเห็นต่อผลิตภักข์ในประเด็นต่าง ๆ เป็นดังนี้ ความสวยงามและความประณีตของผลิตภักข์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.11 S.D. = 0.80) การนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันอยู่ในเกณฑ์ระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย = 3.49 S.D. = 0.98) และผลิตภักข์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในอำเภอบางเสาะงอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.81 S.D. = 0.93)

4. ผลิตภักข์หัตถกรรมตุ้มไม้ไผ่ลอยของว่าวจุฬา ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภักข์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.93 S.D. = 0.82) ผลการประเมินความคิดเห็นต่อผลิตภักข์ในประเด็นต่าง ๆ เป็นดังนี้ ความสวยงามและความประณีตของผลิตภักข์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.23 S.D. = 0.70) การนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.50 S.D. = 0.98) และผลิตภักข์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในอำเภอบางเสาะงอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.90 S.D. = 0.79)

ตารางที่ 4-15 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภักข์หัตถกรรมว่าว

ลำดับ	รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปรผล
1.1) ว่าวจุฬาย่อส่วนในกรอบรูป				
1.1-1	ผลิตภักข์มีความสวยงาม มีความประณีต	4.29	0.63	มาก
1.1-2	ผลิตภักข์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้	3.48	1.01	มาก
1.1-3	ผลิตภักข์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในท้องถิ่นอำเภอบางเสาะง สมุทรปราการ	4.11	0.78	มาก
1.1-4	ความพึงพอใจต่อภาพรวมของผลิตภักข์	4.10	0.74	มาก
1.2) ว่าวจุฬาย่อส่วนบนภาพจิตรกรรมพระมาลัย				
1.2-1	ผลิตภักข์มีความสวยงาม มีความประณีต	4.39	0.69	มาก
1.2-2	ผลิตภักข์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้	3.36	1.09	ปานกลาง
1.2-3	ผลิตภักข์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในท้องถิ่นบางเสาะง	4.08	0.86	มาก
1.2-4	ความพึงพอใจต่อภาพรวมของผลิตภักข์	4.07	0.86	มาก

ตารางที่ 4-15 (ต่อ) ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว

ลำดับ	รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปรผล
1.3) ภาพระดับลวดลายของว่าวจุฬา				
1.3-1	ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม มีความประณีต	4.11	0.80	มาก
1.3-2	ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้	3.49	0.98	ปานกลาง
1.3-3	ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในท้องถิ่นบางเสาะง	3.81	0.93	มาก
1.3-4	ความพึงพอใจต่อภาพรวมของผลิตภัณฑ์	3.88	0.93	มาก
1.4) ตุ้งไม้ใผ่ลวดลายของว่าวจุฬา				
1.4-1	ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม มีความประณีต	4.23	0.70	มาก
1.4-2	ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้	3.50	0.98	มาก
1.4-3	ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในท้องถิ่นบางเสาะง	3.90	0.79	มาก
1.4-4	ความพึงพอใจต่อภาพรวมของผลิตภัณฑ์	3.93	0.82	มาก

ผลการเก็บข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขที่สร้างสรรค์ขึ้นจำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ แสดงรายละเอียดไว้ในตารางที่ 4-16 ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ใส่แก้วเยติจักสานผักตบชวา ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.27 S.D. = 0.75) ผลการประเมินความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ในประเด็นต่าง ๆ เป็นดังนี้ ความสวยงามและความประณีตของผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.31 S.D. = 0.71) การนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.38 S.D. = 0.70) และผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในอำเภอบางเสาะงอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.21 S.D. = 0.81)

2. ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระเป่าถือสุภาพสตรีลายไขว้ ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.29 S.D. = 0.69) ผลการประเมินความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ในประเด็นต่าง ๆ เป็นดังนี้ ความสวยงามและความประณีตของผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.46 S.D. = 0.64) การนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.28 S.D. = 0.77) และผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในอำเภอบางเสาะงอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.20 S.D. = 0.77)

3.ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ดแตง ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.23 S.D. = 0.74) ผลการประเมินความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ในประเด็นต่าง ๆ เป็นต้นี้ ความสวยงามและความประณีตของผลิตภัณฑ์อยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.34 S.D. = 0.64) การนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.20 S.D. = 0.79) และผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธงอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.14 S.D. = 0.83)

ตารางที่ 4-16 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา

ลำดับ	รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปรผล
1.5) ที่ใส่แก้วเยติจักสานผักตบชวา				
1.5-1	ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม มีความประณีต	4.31	0.71	มาก
1.5-2	ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้	4.38	0.70	มาก
1.5-3	ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในบางเสาธง	4.21	0.81	มาก
1.5-4	ความพึงพอใจต่อภาพรวมของผลิตภัณฑ์	4.27	0.75	มาก
1.6) กระเป๋าถือสุภาพสตรีลายไขว้				
1.6-1	ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม มีความประณีต	4.46	0.64	มาก
1.6-2	ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้	4.28	0.77	มาก
1.6-3	ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในท้องถิ่นบางเสาธง	4.20	0.77	มาก
1.6-4	ความพึงพอใจต่อภาพรวมของผลิตภัณฑ์	4.29	0.69	มาก
1.7) กระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ดแตง				
1.7-1	ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม มีความประณีต	4.34	0.64	มาก
1.7-2	ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้	4.20	0.79	มาก
1.7-3	ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในท้องถิ่นบางเสาธง	4.14	0.83	มาก
1.7-4	ความพึงพอใจต่อภาพรวมของผลิตภัณฑ์	4.23	0.74	มาก

เมื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่กลุ่มผู้ประกอบการสร้างสรรค์ขึ้นด้วยภูมิปัญญาท้องถิ่นอำเภอบางเสาธงในประเด็นด้านราคาของผลิตภัณฑ์ ด้านสถานที่จำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดมีรายละเอียดดังแสดงไว้ในตารางที่ 4-17

โดยสามารถสรุปความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ด้านราคาพบว่า ภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.27 S.D. 0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านนั้น มากที่สุดนั้นผู้บริโภคอยากให้ผลิตภัณฑ์หลายระดับราคา (ค่าเฉลี่ย = 4.40 S.D. 0.74) รองลงมาผู้บริโภคอยากให้ราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.30 S.D. 0.72) และอันดับต่อมาการซื้อผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคจะพิจารณาจากราคาของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.12 S.D. 0.84) ความคิดเห็นของผู้บริโภคในประเด็นด้านสถานที่จำหน่าย พบว่า ภาพรวมระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.40 S.D. 0.68) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านนั้น มากที่สุด ผู้บริโภคอยากให้มีการขายผลิตภัณฑ์ในช่องทางออนไลน์ (ค่าเฉลี่ย = 4.47 S.D. 0.68) รองลงมา ผู้บริโภคอยากให้สถานที่ขายมีการตกแต่งให้สอดคล้องกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย = 4.33 S.D. 0.68) และความคิดเห็นของผู้บริโภคในประเด็นด้านการส่งเสริมการตลาดพบว่า ความคิดเห็นอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.43 S.D. 0.71) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านนั้น มากที่สุดนั้นผู้บริโภคอยากให้มีการประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง (ค่าเฉลี่ย = 4.48 S.D. 0.70) รองลงมาผู้บริโภคอยากอยากให้กิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น โปรโมชันต่าง ๆ (ค่าเฉลี่ย = 4.47 S.D. 0.65) อันดับต่อมาผู้บริโภคอยากให้มีการเปลี่ยนสินค้ากรณีสินค้าผลิตภัณฑ์มีความ (ค่าเฉลี่ย = 4.39 S.D. 0.79) และสุดท้ายผู้บริโภคอยากให้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ (ค่าเฉลี่ย = 4.38 S.D. 0.70)

ตารางที่ 4-17 ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน ผักตบชวา ด้านราคา ด้านสถานที่การจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด

ลำดับ	รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปรผล
2) ด้านราคา				
2.1	ท่านอยากให้ราคาของผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.30	0.72	มาก
2.2	การซื้อผลิตภัณฑ์ท่านจะพิจารณาจากราคาของผลิตภัณฑ์	4.12	0.84	มาก
2.3	ท่านอยากให้ผลิตภัณฑ์หลายระดับราคา	4.40	0.74	มาก
	รวม	4.27	0.76	มาก
3) ด้านสถานที่จำหน่าย				
3.1	ท่านอยากให้สถานที่ขายมีการตกแต่งให้สอดคล้องกับแนวคิดของผลิตภัณฑ์	4.33	0.68	มาก
3.2	ท่านอยากให้มีการขายผลิตภัณฑ์ในช่องทางออนไลน์	4.47	0.68	มาก
	รวม	4.40	0.68	มาก
4) ด้านการส่งเสริมการตลาด				
4.1	ท่านอยากให้มีการเปลี่ยนสินค้ากรณีสินค้าผลิตภัณฑ์มีความเสียหาย	4.39	0.79	มาก

ตารางที่ 4-17 (ต่อ) ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาด้านราคา ด้านสถานที่การจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด

ลำดับ	รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปรผล
4) ด้านการส่งเสริมการตลาด (ต่อ)				
4.2	ท่านอยากให้มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ	4.38	0.70	มาก
4.3	ท่านอยากให้การประชาสัมพันธ์ให้ข้อมูลของผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง	4.48	0.70	มาก
4.4	ท่านอยากให้กิจกรรมส่งเสริมการตลาด เช่น โปรโมชั่นต่าง ๆ	4.47	0.65	มาก
	รวม	4.43	0.71	มาก

4.2.6.2.3 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคชาวไทยกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคชาวไทยกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวบางเสาะง ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานหลัก (H_1) : อายุของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวบางเสาะง

สมมติฐานรอง (H_0) : อายุของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวบางเสาะง

1) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคชาวไทยกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ว่าวจุฬาย้อยส่วนในกรอบรูป แสดงไว้ในตารางที่ 4-18 ผลจากการทดสอบสถิติได้ค่า p-value = 0.838 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_1) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า อายุของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ว่าวจุฬาย้อยส่วนในกรอบรูป

ตารางที่ 4-18 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ว่าวจุฬาย่อยส่วนในกรอบรูป ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความพึงพอใจต่อ ภาพรวมผลิตภัณฑ์	อายุ (ปี) / คน					รวม คน	χ^2	p-value
	< 20	21-30	31-40	41-50	>50			
ปานกลาง	2	4	3	3	7	19		
มาก	10	12	10	10	12	54		
มากที่สุด	9	4	5	5	9	32		
รวมทั้งหมด	21	20	18	18	28	105	4.394	0.838

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคชาวไทยกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ว่าวจุฬาย่อยส่วนบนภาพจิตรกรรมพระมาลัย แสดงไว้ในตารางที่ 4-19 ผลจากการทดสอบสถิติได้ค่า p-value = 0.053 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_1) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า อายุของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ว่าวจุฬาบนภาพจิตรกรรมพระมาลัยรูป

ตารางที่ 4-19 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ว่าวบนภาพจิตรกรรมพระมาลัย ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความพึงพอใจต่อ ภาพรวมผลิตภัณฑ์	อายุ (ปี) / คน					รวม คน	χ^2	p-value
	< 20	21-30	31-40	41-50	>50			
ปานกลาง	2	4	3	4	12	25		
มาก	13	9	6	11	7	46		
มากที่สุด	6	7	9	3	9	32		
รวมทั้งหมด	21	20	18	18	28	105	15.437	0.053

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคชาวไทยกับความพึงพอใจต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ภาพประดับลอยของว่าวจุฬา แสดงไว้ในตารางที่ 4-20 ผลจากการทดสอบสถิติได้ค่า p-value = 0.003 ซึ่งมีความน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า อายุของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ภาพประดับลอยของว่าวจุฬาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคอายุมากกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่

จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 15.24 มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ผู้บริโภคน้อยกว่า 41-50 ปี ส่วนใหญ่จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 มีความพึงพอใจระดับมาก ผู้บริโภคน้อยกว่า 31- 40 ปี ส่วนใหญ่จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 7.62 มีความพึงพอใจระดับปานกลาง ผู้บริโภคน้อยกว่า 21-30 ปี ส่วนใหญ่จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.48 มีความพึงพอใจระดับมา และอายุน้อยกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.48 มีความพึงพอใจระดับมาก

ตารางที่ 4-20 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ภาพระดับลดทอนของว้าวจุฬา ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความพึงพอใจต่อ ภาพรวมผลิตภัณฑ์	อายุ (ปี) / คน					รวม คน	χ^2	p-value
	< 20	21-30	31-40	41-50	>50			
ปานกลาง	1	2	8	6	16	33		
มาก	11	11	5	9	7	43		
มากที่สุด	9	7	5	3	5	29		
รวมทั้งหมด	21	20	18	18	28	105	22.960	0.003

4. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคชาวไทยกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ตุ่งไม้ไผ่ลดทอนของว้าวจุฬา แสดงไว้ในตารางที่ 4-21 ผลจากการทดสอบสถิติได้ค่า p-value = 0.155 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_1) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า อายุของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ตุ่งไม้ไผ่ลดทอนของว้าวจุฬา

ตารางที่ 4-21 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ตุ่งไม้ไผ่ลดทอนของว้าวจุฬา จทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความพึงพอใจต่อ ภาพรวมผลิตภัณฑ์	อายุ (ปี) / คน					รวม คน	χ^2	p-value
	< 20	21-30	31-40	41-50	>50			
ปานกลาง	1	6	4	5	11	27		
มาก	15	11	7	9	11	53		
มากที่สุด	5	3	7	4	6	25		
รวมทั้งหมด	21	20	18	18	28	105	11.733	0.155

4.2.6.2.4 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคชาวไทย

ต่อความพึงพอใจหัตถกรรมจักสานผักตบชวาบางเสาชาง

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคชาวไทยกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาบางเสาชาง ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีสมมุติฐาน ดังนี้

สมมุติฐานหลัก (H_1) : อายุของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาบางเสาชาง

สมมุติฐานรอง (H_0) : อายุของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาบางเสาชาง

1. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคชาวไทยกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่ใส่แก้วเยติจักสานผักตบชวา แสดงไว้ในตารางที่ 4-22 ผลจากการทดสอบสถิติได้ค่า $p\text{-value} = 0.026$ ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 0.05 นั่นคือ ยอมรับสมมุติฐานหลัก (H_1) และปฏิเสธสมมุติฐานรอง (H_0) หมายความว่า อายุของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ใส่แก้วเยติจักสานผักตบชวา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 กล่าวคือ ผู้บริโภคอายุมากกว่า 50 ปี ส่วนใหญ่จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.38 มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ผู้บริโภคอายุระหว่าง 41-50 ปี ส่วนใหญ่จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 12.38 มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ผู้บริโภคอายุระหว่าง 31- 40 ปี ส่วนใหญ่จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 8.57 มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ผู้บริโภคอายุระหว่าง 21-30 ปี ส่วนใหญ่จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 9.52 มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด และผู้บริโภคอายุน้อยกว่า 20 ปี ส่วนใหญ่จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 10.48 มีความพึงพอใจระดับมาก

ตารางที่ 4-22 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่ใส่แก้วเยติจักสานผักตบชวา ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความพึงพอใจต่อ ภาพรวมผลิตภัณฑ์	อายุ (ปี) / คน					รวม คน	χ^2	p-value
	< 20	21-30	31-40	41-50	>50			
ปานกลาง	2	2	2	0	9	14		
มาก	11	8	7	13	6	46		
มากที่สุด	8	10	9	5	13	45		
รวมทั้งหมด	21	20	18	18	28	105	16.589	0.026

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคชาวไทยกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระเป๋าถือสุภาพสตรีลายไขว้ แสดงไว้ในตารางที่ 4-23 ผลจากการทดสอบสถิติได้ค่า

p-value = 0.978 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_1) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า อายุของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระเป๋าถือสุภาพสตรีลายไขว้

ตารางที่ 4-23 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับความพึงพอใจผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระเป๋าถือสุภาพสตรีลายไขว้ ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความพึงพอใจต่อ ภาพรวมผลิตภัณฑ์	อายุ (ปี) / คน					รวม คน	χ^2	p-value
	< 20	21-30	31-40	41-50	>50			
ปานกลาง	1	2	2	3	4	12		
มาก	11	9	8	9	12	49		
มากที่สุด	9	9	8	6	12	44		
รวมทั้งหมด	21	20	18	18	28	105	2.451	0.978

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคชาวไทยกับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ดแตง แสดงไว้ในตารางที่ 4-24 ผลจากการทดสอบสถิติได้ค่า p-value = 0.725 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_1) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า อายุของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระเป๋าถือสุภาพสตรีลายไขว้

ตารางที่ 4-24 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับความพึงพอใจผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ดแตง ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความพึงพอใจต่อ ภาพรวมผลิตภัณฑ์	อายุ (ปี) / คน					รวม คน	χ^2	p-value
	< 20	21-30	31-40	41-50	>50			
ปานกลาง	1	2	2	4	5	14		
มาก	10	10	10	8	10	48		
มากที่สุด	10	8	6	6	13	43		
รวมทั้งหมด	21	20	18	18	28	105	5.422	0.725

4.2.6.2.5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคชาวไทย กับส่วนผสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคชาวไทยกับปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 โดยมีสมมุติฐาน ดังนี้

สมมุติฐานหลัก (H_1) : ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับส่วนผสมทาง

การตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา

สมมุติฐานรอง (H_0) : ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับส่วนผสมทาง

การตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา

1. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคชาวไทยกับสถานที่จำหน่ายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา แสดงไว้ในตารางที่ 4-25 ผลจากการทดสอบสถิติได้ค่า p-value = 0.360 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_1) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_0) หมายความว่า อายุของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่จำหน่ายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา

ตารางที่ 4-25 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคกับสถานที่จำหน่ายของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความพึงพอใจต่อ สถานที่จำหน่าย	อายุ (ปี) / คน					รวม คน	χ^2	p-value
	< 20	21-30	31-40	41-50	>50			
ปานกลาง	1	1	1	1	5	9		
มาก	9	10	8	6	5	38		
มากที่สุด	11	9	9	11	18	58		
รวมทั้งหมด	21	20	18	18	28	105	8.482	0.360

2. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภคชาวไทยกับราคาการซื้อของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา แสดงไว้ในตารางที่ 4-26 ผลจากการทดสอบสถิติได้ค่า p-value = 0.556 ซึ่งมีความมากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมุติฐานหลัก (H_1) และยอมรับสมมุติฐานรอง (H_0) หมายความว่า รายได้ของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับราคาการซื้อของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา

ตารางที่ 4-26 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับกับราคาการซื้อของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว และหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความพึงพอใจต่อ ราคาการซื้อ ผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน (บาท) / คน				รวม คน	χ^2	p-value
	น้อยกว่า 15,000	15,000 -20,000	20,001 -30,000	มากกว่า 30,000			
ปานกลาง	17	2	2	3	24		
มาก	20	9	6	5	40		
มากที่สุด	24	9	3	5	41		
รวมทั้งหมด	61	20	11	13	105	4.958	0.556

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภคชาวไทยกับการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา แสดงไว้ในตารางที่ 4-27 ผลจากการทดสอบสถิติได้ค่า p-value =0.774 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.05 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก (H_1) และยอมรับสมมติฐานรอง (H_0) หมายความว่า รายได้ของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา

ตารางที่ 4-27 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างรายได้ของผู้บริโภคกับการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ทดสอบโดยใช้สถิติ Pearson Chi-Square ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

ความพึงพอใจต่อ การส่งเสริมการ ขายผลิตภัณฑ์	รายได้ต่อเดือน (บาท) / คน				รวม คน	χ^2	p-value
	น้อยกว่า 15,000	15,000 -20,000	20,001 -30,000	มากกว่า 30,000			
ปานกลาง	7	0	1	1	9		
มาก	21	7	3	6	37		
มากที่สุด	33	13	7	6	59		
รวมทั้งหมด	61	20	11	13	105	3.334	0.774

4.2.6.3 การเก็บข้อมูลผู้ประกอบการต่างชาติที่สนใจผลิตภัณฑ์หัตถกรรมบางเสาชง

เพื่อเก็บข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ทางกลุ่มผู้ประกอบการพัฒนาขึ้น นักวิจัยได้สนับสนุนให้กลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาชงนำสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาไปร่วมจัดแสดงในงาน “GTEC : DIGITAL CHINA CONFERENCE 2021: เชื่อมโยงสินค้าและบริการ SME สู่ตลาด E-Commerce จีน” จัดโดย TeC Thailand e-Business Center ซึ่ง Tec เป็นศูนย์กลางด้านธุรกิจอิเล็กทรอนิกส์ (e-business) แห่งแรกในประเทศไทยที่จะช่วยเหลือผู้ประกอบการก้าวสู่โลกดิจิทัล ซึ่ง Tec ได้ให้บริการและพัฒนาผู้ประกอบการทั้งภาครัฐและภาคเอกชน งานนี้จัด ณ อาคาร TRUE DIGITAL PARK สุขุมวิท กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2564 เวลา 8.00 -16.3 น. งานในครั้งนี้นักวิจัยได้ร่วมมือกับ Tec ภายใต้โครงการยกระดับการเชื่อมโยงผู้ประกอบการไม่สอดคล้องกับความต้องการสินค้าและบริการจากจีน เส้นทางระเบียงเศรษฐกิจภาคพิเศษอิเล็กทรอนิกส์ โดยงานในครั้งนี้จัดขึ้นเป็นมหกรรมวิเคราะห์สินค้าไทยเพื่อเข้าใจ “ความชอบ VS ความไม่ชอบ” จากผู้ประกอบการจีน ซึ่งผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าว (คนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาชง) ได้นำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาขนาดความสูง 50 ซม. ขนาดความสูง 75 ซม. และผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาขนาดความสูง 50 ซม.ในกรอบรูปติดผนัง ไปจัดแสดงร่วมกับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่เป็นผลผลิตจากชุดโครงการวิจัยในงาน ฯ ดังแสดงไว้ในรูปที่ 4-44



รูปที่ 4-44 ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาที่ร่วมจัดแสดงในงานเพื่อให้ผู้ประกอบการจีนประเมินความพึงพอใจ

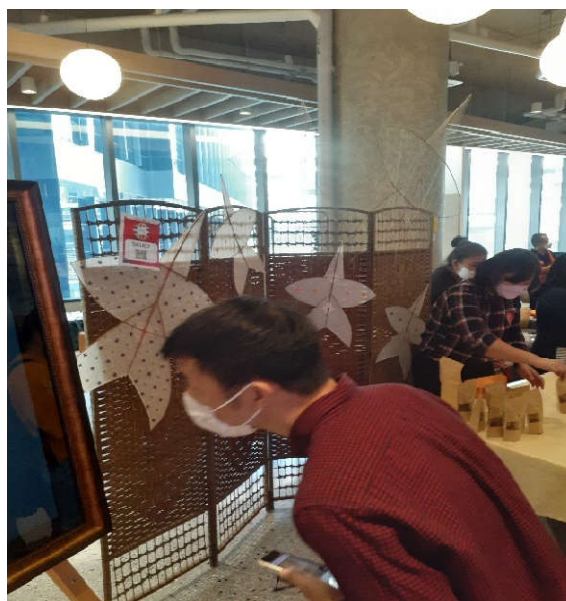
ในงาน “GTEC : DIGITAL CHINA CONFERENCE 2021” มีการจัดให้ผู้บริโภคชาวจีนจำนวน 19 คนเข้าร่วมทดสอบสินค้าผลิตภัณฑ์นวัตกรรมว่าวจุฬา โดยผู้บริโภคชาวจีนแบ่งเป็นเพศชายจำนวน 3 คน (คิดเป็นร้อยละ 15.79) เพศหญิงจำนวน 16 คน (คิดเป็นร้อยละ 84.21) และเมื่อจำแนกตามช่วงอายุของผู้บริโภคชาวจีนแบ่งเป็น ช่วงอายุระหว่าง 18- 24 ปี จำนวน 1 คน (คิดเป็นร้อยละ 5.26) ช่วงอายุระหว่าง 25-40 ปี จำนวน 13 คน (คิดเป็นร้อยละ 68.42) และช่วงอายุระหว่าง 41-60 ปี จำนวน 5 คน (คิดเป็นร้อยละ 26.32) ผู้บริโภคชาวจีนที่เข้าร่วมทดสอบสินค้านั้นเป็นผู้ที่มาจากมณฑลเซี่ยงไฮ้ (Shanghai) มณฑลเจียงซู (Jiangsu) มณฑลเสฉวน (Sichuan) มณฑลเหลียวหนิง (Liaoning) มณฑลหูเป่ย์ (Hubei) มณฑลเจ้อเจียง (Zhejiang) มณฑลกวางตุ้ง (Guangdong) มณฑลปักกิ่ง (Beijing) มณฑลฉงชิ่ง (Chongqing) มณฑลกวางซี (Guangxi) มณฑลหนานหนิง (Nanning) มณฑลอู๋ซี (Wuxi) มณฑลเฉิงตู (Chengdu) มณฑลเซียงหยาง (Xiangyang) มณฑลไท่โจว (Taizhou) มณฑลหนิงปัว (Ningbo) และมณฑลกวางโจว (Guangzhou) ภาพการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนแสดงไว้ในรูปที่ 4-45 รูปที่ 4-46 รูปที่ 4-47



รูปที่ 4-45 ภาพบรรยากาศในงาน “GTEC : DIGITAL CHINA CONFERENCE”



รูปที่ 4-46 ภาพบรรยากาศผู้บริโภคว่าจู้ชาวจีนประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์สินค้าหัตถกรรม
ว่าจู้หาในงาน “GTEC : DIGITAL CHINA CONFERENCE”



รูปที่ 4-47 ภาพบรรยากาศผู้บริโภคว่าจู้ชาวจีนชมและประเมินความพึงพอใจต่อผลงานผลิตภัณฑ์สินค้า
หัตถกรรมว่าจู้หาในงาน “GTEC : DIGITAL CHINA CONFERENCE”

การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคว่าจู้ชาวจีนที่มีต่อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าจู้หาได้ให้ผู้บริโภคว่าจู้ชาวจีนให้คะแนนความพึงพอใจต่อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าจู้หาจากคะแนนเต็ม 10 คะแนน ซึ่งคะแนนจะถูกแบ่งออกเป็นทั้งหมด 5 ระดับ โดยที่คะแนน 9-10 หมายความว่า ดีมาก/ เหมาะสมกับตลาดจีนมาก คะแนน 7-8 หมายถึง ดี /เหมาะสมกับตลาดจีน คะแนน 5-6 หมายถึง ปานกลาง/เฉย ๆ คะแนน 3-4

หมายถึง ไม่เหมาะสม/ ค่อนข้างไม่โอเค คะแนน 1-2 หมายถึง ปรับปรุง/ ยังไม่เหมาะสมกับตลาดจีน ซึ่งผลการประเมินของผู้บริโภคชาวจีนแสดงไว้ดังตารางที่ 4-28

ตารางที่ 4-28 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬา

ข้อ	คำถามเพื่อการวิเคราะห์	คะแนน	ความหมาย
1	ภาพรวมบรรจุภัณฑ์ของสินค้า	8.47 (84.7%)	ดี เหมาะสมกับตลาดจีน
2	ความเหมาะสมของรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์	7.12 (71.2%)	ดี เหมาะสมกับตลาดจีน
3	ความเหมาะสมของราคาและคุณภาพของผลิตภัณฑ์	7.41 (74.1%)	ดี เหมาะสมกับตลาดจีน
4	ความนิยมของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ในตลาดประเทศจีน	7.18 (71.8%)	ดี เหมาะสมกับตลาดจีน
5	ความน่าดึงดูดของผลิตภัณฑ์ที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเปลี่ยนใจจากแบรนด์ผลิตภัณฑ์เดิม	7.00 (70.0%)	ดี เหมาะสมกับตลาดจีน
6	หลังจากทดลองผลิตภัณฑ์แล้วคุณจะทำแนะนำสินค้าชนิดนี้ต่อผู้อื่นหรือไม่	7.35 (73.5%)	ดี เหมาะสมกับตลาดจีน

จากการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวจีนที่มีต่อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬา แสดงให้เห็นว่าสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาได้รับคะแนนการประเมินอยู่ในเกณฑ์ค่อนข้างดีในเรื่องของเอกลักษณ์ในแง่มุมมองของความเป็นไทยทำให้ชาวจีนที่เข้าร่วมประเมินนั้นมีความชื่นชอบสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬา และผู้บริโภคชาวจีนร้อยละ 71.8 คิดว่าสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬามีศักยภาพมากพอสมควรที่จะนำเข้าสู่ตลาดจีน ในส่วนของความน่าดึงดูดของสินค้า ผู้บริโภคชาวจีนที่เข้าร่วมทดสอบมีความคิดเห็นแตกต่างกัน โดยผู้บริโภคร้อยละ 70 ประเมินว่าสินค้ามีความน่าดึงดูดเหมาะสมกับตลาดจีน มีผู้บริโภคที่เข้าทดสอบเพียงร้อยละ 30 ที่มีความคิดเห็นว่าสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาอาจยังไม่มียุทธศาสตร์มากพอในประเทศจีน แต่สินค้ายังสามารถนำไปเป็นของตกแต่งบ้านได้ซึ่งถือว่าเป็นสินค้าหัตถกรรมที่ควรค่าแก่การแนะนำ อย่างไรก็ตาม มีผู้บริโภคที่เข้าทดสอบบางรายคิดเห็นว่าสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาสามารถปรับสีสนให้มีความโดดเด่นมากขึ้นและควรใส่รายละเอียดที่เป็นภาษาจีนเพิ่มเติมในส่วนของบรรจุภัณฑ์เพื่อทำให้สินค้าของผู้ประกอบการเป็นที่รู้จักในท้องตลาดมากยิ่งขึ้นว่าใช้อะไรทำ และมีประวัติความเป็นมาอย่างไร

4.3 ผลการดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อใช้ Face book และ Youtube Channel เผยแพร่ประชาสัมพันธ์องค์ความรู้ภูมิปัญญาของการสร้างสรรค์งานทัศนกรรมในอำเภอบางเสาธง

4.3.1 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในชุมชนเพื่อการสืบสานงานทัศนศิลป์ถิ่นบางเสาธง

4.3.1.1 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เรื่องราวในชุมชน

พื้นที่ตำบลศีรษะจรเข้ใหญ่และตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ ประชาชนในพื้นที่มีภูมิปัญญาการทำว่าวจุฬาและว่าวชนิดต่าง ๆ ที่นำว่าวมาเล่นเพื่อความเพลิดเพลินและนำมาเล่นเป็นกีฬาเพื่อการแข่งขันระหว่างคนในชุมชนและระหว่างคนนอกชุมชน ซึ่งก่อนสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 คนเล่นว่าวได้จัดกิจกรรมการแข่งขันการเล่นว่าวในช่วงฤดูที่มีลมว่าวพัดผ่านมาในพื้นที่ในช่วงระยะเวลาระหว่างเดือนธันวาคม ถึงเดือนเมษายนของทุกปี แต่นับตั้งแต่ปีพ.ศ. 2563 เป็นช่วงระยะเวลาที่มีการระบาดของเชื้อโควิด-19 จึงงดจัดกิจกรรมการเล่นว่าว จนกระทั่งในเดือนเมษายน 2565 สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อโควิด-19 เริ่มดีขึ้น คนในชุมชนโดยมีกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงเป็นแกนนำร่วมกันจัดกิจกรรม “ร่วมใจสานสายใยการทำว่าวและเล่นว่าวในชุมชน” ณ พื้นที่กลางนาคลองขวาง ซึ่งพื้นที่ในเขตปกครองของหมู่ที่ 8 ต.ศีรษะจรเข้ใหญ่ และหมู่ที่ 11 ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง ระหว่างวันที่ 12 – 14 เมษายน 2565 เวลา 9.00 – 17.00 น. โดยกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวเป็นแกนนำสอนการทำว่าวปักเป้าแก่ผู้สนใจที่เข้ามาเข้าร่วมกิจกรรมและมีความประสงค์อยากเรียนรู้การทำว่าวปักเป้า นอกจากนี้ยังทำว่าวปักเป้าแจกให้กับผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมให้ได้นำปักเป้าไปเล่นในพื้นที่กลางนา หรือหากผู้ที่มาเข้าร่วมกิจกรรมนำว่าวจุฬาหรือว่าวปักเป้ามาเองก็สามารถมาร่วมเล่นว่าวกับบุคคลอื่น ๆ ในบริเวณพื้นที่กลางนาคลองขวาง

การจัดกิจกรรมในครั้งนี้ คณะนักวิจัยและแกนนำกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวยังคำนึงถึงความปลอดภัยจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 จึงจัดกิจกรรมแบบรักษาระยะห่างทางสังคมเพื่อความปลอดภัยจากการติดเชื้อ ซึ่งการจัดกิจกรรมมีผู้เข้าร่วมกิจกรรมทั้งวัยผู้สูงอายุ วัยทำงาน วัยเยาวชนและวัยเด็กจำนวน 45 คนได้เข้าร่วมกิจกรรม ผู้ใหญ่หลายคนที่ยังเข้าร่วมกิจกรรมเป็นคนในอำเภอบางเสาธงซึ่งย้ายไปทำงานหาเงินในต่างพื้นที่และได้กลับมาเยี่ยมบ้านเกิดในช่วงเทศกาลสงกรานต์ ดังนั้น พวกเขาจึงได้ใช้เวลาช่วงนี้มาเข้าร่วมกิจกรรมด้วย ในขณะเดียวกัน มีผู้ใหญ่พาเด็ก ๆ ในชุมชนมาเข้าร่วมกิจกรรมด้วย และยังมีเด็กต่างสัญชาติ (ชาวกัมพูชา) ซึ่งเป็นลูกคนงานก่อสร้างที่พักอาศัยอยู่กับบิดามารดาที่เป็นคนงานก่อสร้างและพักอาศัยอยู่บริเวณใกล้กับพื้นที่จัดกิจกรรมได้เข้ามาร่วมกิจกรรมด้วย จากการเก็บข้อมูลพูดคุยกับผู้เข้าร่วมกิจกรรม พบว่า ผู้ใหญ่บางท่านที่ย้ายไปทำงานต่างถิ่นและได้มีโอกาสกลับมาเยี่ยมญาติพี่น้องในพื้นที่บางเสาธง และได้มีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้รู้สึกว่าเป็นโอกาสที่ดีที่ได้มาเล่นว่าวซึ่งย้อนให้รำลึกถึงความสุขครั้งวัยเยาว์ที่เคยเล่นว่าวแบบนี้และการเล่นว่าวในครั้งนี้ก็ช่วยสร้างความสุขให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนี้ยังรู้สึกยินดีอย่างยิ่งที่ได้เห็นเด็กมาเข้าร่วมกิจกรรมเพราะการเข้าร่วมกิจกรรมของเด็กนั้นเป็นโอกาสที่เด็กได้เรียนรู้เรื่องการทำว่าวและมีประสบการณ์ตรงในการเล่นว่าว ซึ่งนอกจากจะช่วยสร้างความเพลิดเพลินสนุกสนานแล้วเด็กยังได้มีโอกาสเรียนรู้ภูมิปัญญาการทำว่าวและการเล่นว่าวของบรรพบุรุษผ่านประสบการณ์การเล่นว่าวของตนเอง (คุณตี เทพทอง , 12 เมษายน 2565 : สัมภาษณ์) เมื่อสัมภาษณ์เด็กที่เข้าร่วมกิจกรรม

เด็กกล่าวถึงความรู้สึกของตนเองว่า “ครั้งนี้เป็นครั้งแรกที่มีประสบการณ์การเล่นว่าวปักเป้า สนุกมากกับการเล่นว่าว อยากกลับมาเล่นว่าวอีกในปีหน้า (ด.ญ.วาสนา เทพทอง , 12 เมษายน 2565 : สัมภาษณ์)



รูปที่ 4-48 ภาพการจัดกิจกรรม“ร่วมใจสานสายใยการทำว่าวและเล่นว่าวในชุมชน”

4.3.1.2 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์เรื่องว่าวแก่เยาวชนในโรงเรียน

กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงตระหนักถึงความสำคัญของการถ่ายทอดความรู้การทำว่าวให้แก่เยาวชนในชุมชน ดังนั้นจึงได้ประสานกับคุณครูโรงเรียนวัดบัวโรย ตำบลบางเสาธง อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อจัดกิจกรรมเผยแพร่การทำว่าวปักเป้าแก่เด็กนักเรียนโรงเรียนวัดบัวโรย ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 เมื่อวันที่ 25 กรกฎาคม 2565 โดยมีนักเรียนทั้งหมดในชั้นเรียนจำนวน 9 คน เข้าร่วม

กิจกรรม โดยคุณชาติชาย กลิ่นโสภณ (สมาชิกกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง) เป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้การทำว่าวปักเป้า ก่อนเริ่มกิจกรรมนักวิจัยได้แจกแบบสอบถามเพื่อสอบถามนักเรียนก่อนเข้าร่วมกิจกรรม หลังจากนั้นวิทยากรได้แจกโครงว่าวปักเป้าขนาด 50 เซนติเมตรจำนวน 9 ตัว ให้แก่เด็กนักเรียนคนละ 1 ตัว ซึ่งโครงว่าวปักเป้านี้วิทยากรได้ทำการเหลาไม้ไผ่และขึ้นโครงว่าวให้เรียบร้อยแล้ว วิทยากรได้ให้ความรู้พื้นฐานและทำความเข้าใจเกี่ยวกับการทำว่าวปักเป้าและว่าวจุฬา ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สร้างสรรค์ขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่นของบรรพบุรุษพื้นที่อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ และวิทยากรได้อธิบายขั้นตอนต่าง ๆ การทำว่าวปักเป้า เริ่มต้นด้วยขั้นตอนการแปะกระดาษว่าลงบนโครงว่าวปักเป้า ขั้นตอนการการทาลูกปลา (โดยการใช้ตัวตุ้ดตุ้ดต่อกลายบนกระดาษเป็นลวดลายต่าง ๆ) แล้วนำลูกปลามาติดเป็นลวดลายต่าง ๆ บนกระดาษว่าวที่แปะบนโครงว่าวปักเป้า ขั้นตอนการชิงซุงสำหรับผูกเชือกเพื่อนำว่าวไปขึ้นเล่นบนท้องฟ้า จากนั้นจึงเปิดโอกาสให้เด็กนักเรียนใช้จินตนาการของแต่ละคนทำการแปะกระดาษบนโครงว่าว การติดลูกปลา และผูกสายซุง หลังจากใช้เวลาการจัดกิจกรรมจำนวน 3 ชั่วโมงนักเรียนทุกคนมีผลงานการทำว่าวปักเปาลวดลายต่าง ๆ ตามจินตนาการสร้างสรรค์ของนักเรียนแต่ละคน คนละ 1 ตัว ภายหลังจากเสร็จสิ้นการจัดกิจกรรมเป็นช่วงเวลาพักกลางวัน เด็กนักเรียนผู้ชายได้นำว่าวปักเป้าที่แต่ละคนทำไปเล่นว่าวที่สนามของโรงเรียนจากการสังเกตของนักวิจัยพบว่าเด็กแต่ละคนที่เล่นว่าวนั้นมีความสุขสนุกสนานและมีความสุขกับการเล่นว่าวปักเป้าที่ตนเองทำขึ้น และผลจากการที่เด็กผู้ชายนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 นำว่าวไปเล่นที่สนามกีฬาของโรงเรียน ทำให้เด็กนักเรียนผู้ชายชั้นอื่น ๆ มีความสนใจการเล่นว่าว จึงได้เข้ามาร่วมเล่นว่าวกับเด็กนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ที่นำว่าวมาเล่นในสนาม และนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4 ที่ได้มีโอกาสเข้ามาร่วมเล่นว่าวกับรุ่นพี่นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 ได้กล่าวแสดงความรู้สึกกับนักวิจัยว่าการเล่นว่าวมีความสุขมากและนักเรียนมีความประสงค์อยากทำว่าวปักเป้าเป็นเหมือนรุ่นพี่ชั้นประถมศึกษาปีที่ 5 จึงอยากให้นักวิจัยและกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธงเข้ามาสอนทำว่าวให้กับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 4

จากการจัดกิจกรรมมีนักเรียนเข้าร่วมกิจกรรม 9 คน และทำแบบสอบถามนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมจำนวน 9 คน พบว่านักเรียนร้อยละ 88.89 มีภูมิลำเนาอยู่ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ เด็กนักเรียนร้อยละ 100 ไม่เคยมีประสบการณ์การทำว่าวมาก่อน และเมื่อสอบถามประสบการณ์การเล่นว่าวของเด็กนักเรียน นักเรียนร้อยละ 55.56 เคยมีประสบการณ์การเล่นว่าวจุฬา นักเรียนร้อยละ 11.11 เคยมีประสบการณ์การเล่นว่าวปักเป้า และนักเรียนร้อยละ 33.33 ไม่เคยมีประสบการณ์การเล่นว่าวมาก่อน เมื่อสอบถามความคิดเห็นของนักเรียนต่อการจัดกิจกรรม นักเรียนร้อยละ 88.89% มีความรู้เรื่องว่าวปักเป้าระดับน้อยที่สุดก่อนเข้าร่วมกิจกรรม แต่ภายหลังเข้าร่วมกิจกรรมนักเรียนมีความรู้เรื่องว่าวปักเป้าเพิ่มมากขึ้น โดยนักเรียนร้อยละ 55.55 มีความรู้เรื่องว่าวปักเป้าระดับมากขึ้นไป และก่อนเข้าร่วมกิจกรรมนักเรียนร้อยละ 100 มีความสามารถในการทำว่าวปักเป้าระดับน้อยที่สุด ภายหลังจากเข้าร่วมกิจกรรมนักเรียนประเมินว่ามีความสามารถการทำว่าวปักเป้าเพิ่มมากขึ้น โดยนักเรียนร้อยละ 77.78 ประเมินตนเองว่ามีความสามารถทำว่าวปักเป้าระดับปานกลาง และนักเรียนร้อยละ 22.22 ประเมินตนเองว่าการเข้าร่วมกิจกรรมทำให้ได้ฝึกทักษะ

การทำว่าวปักเป้าระดับมากขึ้นไป นอกจากนี้ นักเรียนร้อยละ 77.78 ตอบแบบสอบถามว่าการเข้าร่วมกิจกรรมทำให้มีความรู้สึกชื่นชอบการทำว่าวปักเป้าระดับมากขึ้นไป นักเรียนร้อยละ 88.89 มีความสนุกในการทำว่าวปักเป้าในระดับมากขึ้นไป และค่าเฉลี่ยของคะแนนความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อการจัดกิจกรรมมีค่าเท่ากับ 4.67 คะแนนจากคะแนนเต็ม 5 คะแนน

ตารางที่ 4-29 ผลความคิดเห็นของนักเรียนที่เข้าร่วมกิจกรรมเผยแพร่การทำว่าวปักเป้าให้แก่เด็กนักเรียนโรงเรียนวัดบัวโรย

หัวข้อความคิดเห็น	ระดับความคิดเห็น				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ก่อนเข้าร่วมกิจกรรม : นักเรียนมีความรู้เรื่องว่าวปักเป้า	-	-	1 (11.11%)	-	8 (88.89%)
หลังเข้าร่วมกิจกรรม : นักเรียนมีความรู้เรื่องว่าวปักเป้า	1 (11.11%)	4 (44.44%)	2 (22.22%)	2 (22.22%)	-
ก่อนเข้าร่วมกิจกรรม : ความสามารถในการทำว่าวปักเป้า	-	-	-	-	9 (100.00%)
หลังเข้าร่วมกิจกรรม : ความสามารถในการทำว่าวปักเป้า	1 (11.11%)	1 (11.11%)	7 (77.78%)	-	-
นักเรียนได้ฝึกทักษะการทำว่าวปักเป้าน้อยเพียงใด	2 (22.22%)	2 (22.22%)	5 (55.56%)	-	-
นักเรียนมีความสนุกในการทำว่าวปักเป้าน้อยเพียงใด	7 (77.78%)	1 (11.11%)	-	1 (11.11%)	-
นักเรียนมีความรู้สึกชื่นชอบการทำว่าวปักเป้าน้อยเพียงใด	6 (66.67%)	1 (11.11%)	2 (22.22%)	-	-
นักเรียนมีความพึงพอใจต่อภาพรวมของการจัดกิจกรรมมากน้อยเพียงใด	7 (77.78%)	1 (11.11%)	1 (11.11%)	-	-



รูปที่ 4-49 ภาพการจัดกิจกรรมการเผยแพร่การทำวุ้นปากเป่าแก่เด็กนักเรียนโรงเรียนวัดบัวโรย

4.3.1.3 การเผยแพร่งานหัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวาในงาน “หมู่บ้านรักษาศีล 5”

วัดศรีวารีน้อย ตำบลศิระชะระเข้ใหญ่ อำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ ได้รับมอบหมายจากคณะสงฆ์อำเภอบางเสาธง ให้เป็นเจ้าภาพจัดงานรายงานผลการดำเนินงานโครงการสร้างความปลอดภัยของชุมชนโดยใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนา (ตามยุทธศาสตร์ชาติ 2 ปี) ประจำปี 2565 “หมู่บ้านรักษาศีล 5” ในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2565 โดยในงานนี้ได้มีการแสดงผลงานการดำเนินงานในโครงการฯ ของพื้นที่อำเภอต่าง ๆ ในจังหวัดสมุทรปราการ และในการจัดงานครั้งนี้ วัดศรีวารีน้อยได้จัดแสดงผลการดำเนินงานในพื้นที่อำเภอบางเสาธง โดยกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงได้ร่วมออกบูธจัดแสดงผลการดำเนินงานสืบสานงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ซึ่งได้จัดแสดงสาธิตการจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา พร้อมทั้งจัดแสดงผลภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาต่าง ๆ ที่พัฒนาขึ้นและการสนับสนุนของคณะสงฆ์บางเสาธงในการถ่ายทอดองค์ความรู้การจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาแก่ประชาชนที่สนใจในชุมชนบางเสาธง เพื่อเป็นการส่งเสริมการประกอบอาชีพการจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาแก่ประชาชนที่สนใจมาเข้าร่วมอบรมฝึกทักษะการจักสานผักตบชวาเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่ประชาชนสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัวได้ นอกจากนี้ ยังส่งเสริมให้ประชาชนได้ร่วมกันสืบสานงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาในท้องถิ่น กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงได้ร่วมออกบูธจัดแสดงผลการดำเนินงานสืบสานงานหัตถกรรมว่าว ซึ่งได้จัดแสดงผลภัณฑ์หัตถกรรมว่าวต่าง ๆ ที่พัฒนาขึ้นจากโครงการวิจัย พร้อมทั้งสาธิตการทำว่าวจุฬาโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นบางเสาธง และการดำเนินงานในโครงการวิจัยฯ เพื่อพัฒนาศักยภาพของกลุ่มคนรัก(ษ์)บางเสาธงและกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงได้รับความสนับสนุนจากคณะสงฆ์บางเสาธงในหลายด้าน เช่น การให้ใช้สถานที่ของวัดเพื่อการจัดกิจกรรมต่าง ๆ การสนับสนุนการออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์และการเผยแพร่ผลงานของกลุ่มหัตถกรรม เป็นต้น การร่วมออกบูธในงาน “หมู่บ้านรักษาศีล 5” ของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง และกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงได้รับความสนใจจากผู้เข้าร่วมงานฯ ทำให้กลุ่มฯ ได้มีโอกาสเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาและหัตถกรรมว่าวที่สร้างสรรค์ขึ้นโดยชาวบางเสาธงแก่ผู้ที่เข้าร่วมงาน “หมู่บ้านรักษาศีล 5” ภาพบรรยากาศการร่วมออกบูธของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงและกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงในงาน “หมู่บ้านรักษาศีล 5” แสดงไว้ดังรูปที่ 4-50



รูปที่ 4-50 การออกบู๊ทของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขและกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงในงานการจัดแสดงผลการดำเนินงานโครงการฯ หมู่บ้านรักษาศิล 5

4.3.2 การลงพื้นที่เก็บข้อมูล การถ่ายภาพนิ่งและถ่ายวิดีโอทัศนหัตถกรรมว่าวและหัตถกรรม ผักตบชวาบางเสาธง

เพื่อการเก็บข้อมูลภูมิปัญญาการทำว่าวของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง นักวิจัยได้ลงพื้นที่สัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงเพื่อเก็บข้อมูลการทำว่าวจุฬา การทำว่าวปักเป้า โดยเก็บข้อมูลประวัติของการทำว่าวในชุมชนบางเสาธง ซึ่งมีประวัติย้อนหลังไปตั้งแต่สมัยบรรพบุรุษรุ่นปู่ (ประมาณ 80 ปีที่ผ่านมา) การทำว่าวและเล่นว่าวเป็นกิจกรรมที่ผู้ขายนิยมทำกัน โดยจะใช้ไม้ไผ่สีสุกซึ่งเป็นวัตถุดิบที่สามารถหาได้ในท้องถิ่นอำเภอบางเสาธง ไม้ไผ่สีสุกที่ใช้ทำโครงว่าวจะต้องเป็นไม้ไผ่ที่มีอายุ 3 ปี เมื่อชาวบ้านตัดไม้ไผ่สีสุกมาแล้วจะนำมาตากแดดให้ไม้ไผ่แห้ง จากนั้นจึงนำมาเหลาด้วยมีดจ๊กตอกจนได้ไม้ไผ่ที่มีลักษณะกลมบางเหมาะสมแล้วจึงใช้เชือกผูกมัดยึดไม้ไผ่ให้เป็นโครงว่าวตามต้องการ ขั้นตอนต่อไปจึงทากาวให้ทั่วโครงว่าวและ

นำกระดาษฟางมาติดที่โครงว่าว แล้วเตรียมลูกปลาให้มีลวดลายต่าง ๆ ตามต้องการ โดยการเตรียมลูกปลา มาตรฐานทำได้โดยใช้ตัวตุ้ตู่ (ตัวตอกลาย) นำมาตอกบนกระดาษอังกฤษสีต่าง ๆ จากนั้นจึงนำลูกปลาที่เตรียมไว้ มาติดบนกระดาษฟางให้มีลวดลายต่างตามต้องการ ลวดลายของลูกปลาจะช่วยทำให้ผลิตภัณฑ์ว่าวจุฬา ว่าวปักเป้ามีความสวยงาม มีความเป็นเอกลักษณ์ของการสร้างสรรค์ของคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง

การเก็บข้อมูลภูมิปัญญาการทำว่าวของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง นักวิจัยได้ถ่ายภาพนิ่ง และถ่ายวิดีโอขั้นตอนการทำลูกปลาโดยใช้ตัวตุ้ตู่ตอกลายบนกระดาษอังกฤษ ขั้นตอนการเตรียมไม้ไผ่ สำหรับ ทำโครงว่าว ขั้นตอนการเหลาไม้ไผ่ให้มีความเหมาะสมเพื่อใช้ทำโครงว่าว ขั้นตอนการทำโครงว่าวจุฬา และโครงว่าวปักเป้า ขั้นตอนการติดกระดาษฟางบนโครงว่าว ขั้นตอนการติดลูกปลาบนกระดาษฟางเพื่อให้เกิดลวดลายต่างตามจินตนาการของคนทำว่าว ขั้นตอนการผูกขลุ่ยตัวว่าวเพื่อให้สามารถนำว่าวไปใช้เล่นเป็น กีฬาหรือใช้ในการแข่งขัน

นักวิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลภูมิปัญญาการจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่ม หัตถกรรมสานสุขบางเสาธงพร้อมทั้งถ่ายภาพนิ่งและวิดีโอ โดยได้ถ่ายภาพขั้นตอนการเตรียมผักตบชวา ขั้นตอนการเตรียมหุ่นสำหรับจักสาน ขั้นตอนการจักสานขึ้นแบบโดยใช้หุ่นเป็นตัวแบบในการจักสานเป็น ลวดลายต่าง ๆ ซึ่งขั้นตอนนี้ต้องอาศัยภูมิปัญญาและความชำนาญในการจักสานจึงจะได้ลวดลายที่สวยงาม ขั้นตอนการทำหูหรือที่จับสำหรับผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนการทาสแลเกอร์และสารป้องกันเกิดเชื้อราบนผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมจักสานผักตบชวา การถ่ายภาพนิ่งและถ่ายวิดีโอการจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวานั้นจะนำ ภาพไปเผยแพร่ให้สาธารณชนได้รับทราบเกี่ยวกับภูมิปัญญาการสร้างสรรค์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาของ ชาวบ้านสงرسืบไป



รูปที่ 4-51 การลงพื้นที่ถ่ายภาพนิ่ง ถ่ายวิดีโอและเก็บข้อมูลภูมิปัญญาการทำว่าวของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง



รูปที่ 4-52 การลงพื้นที่ถ่ายภาพนิ่ง ถ่ายวิดีโอทัศน์และเก็บข้อมูลภูมิปัญญาการทำหัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง

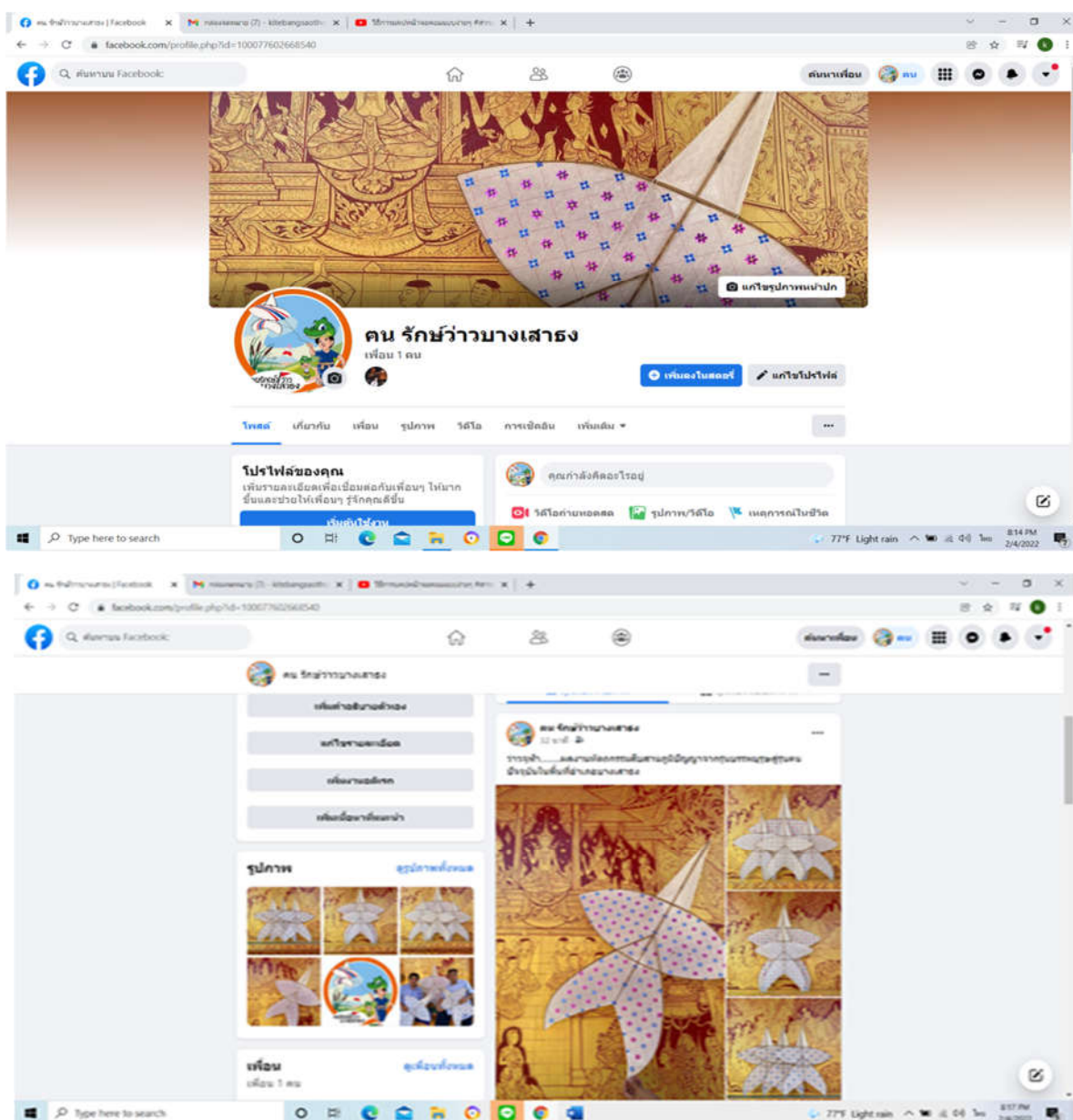
นอกจากนี้ ยังมีการถ่ายภาพนิ่งในสตูดิโอของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา เพื่อให้ได้ภาพของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่มีความสวยงามเหมาะสมที่จะนำไปใช้ประกอบในการทำแคตตาล็อกผลิตภัณฑ์เพื่อการประชาสัมพันธ์เผยแพร่และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคที่สนใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาไปใช้ในชีวิตประจำวัน



รูปที่ 4-53 การถ่ายภาพนิ่งผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อนำไปใช้เผยแพร่ประชาสัมพันธ์

4.3.3 การทำเพจ Facebook เผยแพร่ภูมิปัญญาการทำหัตถกรรมว่าวและจักสานผักตบชวา

เพื่อประชาสัมพันธ์ภูมิปัญญาการทำว่าวของนครเวียงจันทน์และการทำให้บุคคลทั่วไปที่สนใจเรื่องเกี่ยวกับหัตถกรรมว่าวบางเสาะง และหัตถกรรมจักสานผักตบชวาได้รับความรู้เกี่ยวกับเรื่องของว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ตลอดจนความเคลื่อนไหวและกิจกรรมต่าง ๆ ของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าว และกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาะง นักวิจัยจึงได้ดำเนินการสร้างเพจเฟซบุ๊ก ชื่อ เพจ “คน รัก(ษ์)ว่าวบางเสาะง” และเพจ “fabcbok : หัตถกรรมจักสานผักตบชวาบางเสาะง” เพื่อเป็นแหล่งการประชาสัมพันธ์กิจกรรมความเคลื่อนไหวของกลุ่มหัตถกรรม และการแนะนำสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมและการขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของกลุ่ม หน้าเพจเฟซบุ๊ก แสดงไว้ในรูปที่ 4-54



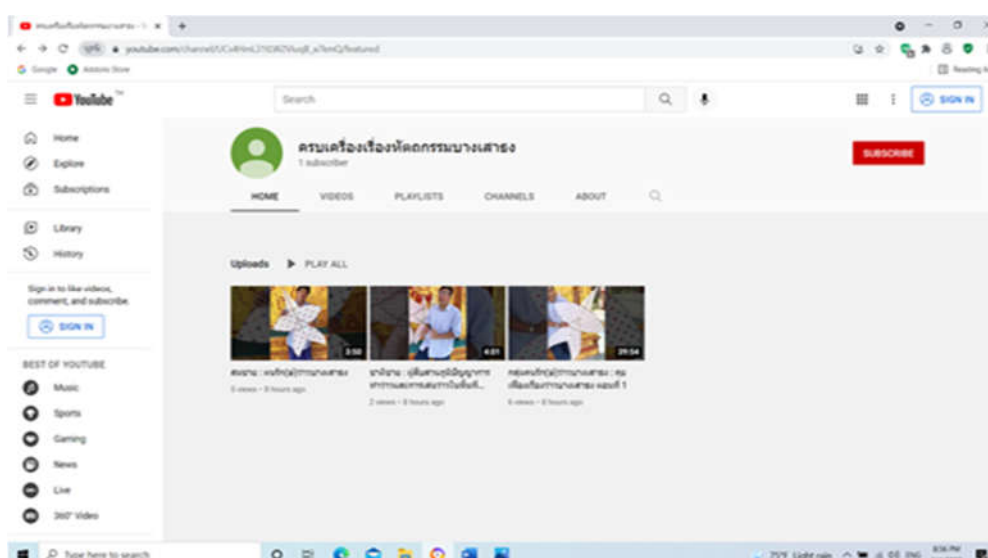
รูปที่ 4-54 ภาพหน้าเพจเฟซบุ๊ก “คนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาะง

4.3.4 การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวาผ่านช่อง

Youtube Channel

เพื่อประชาสัมพันธ์เรื่องภูมิปัญญาของการทำหัตถกรรมในพื้นที่อำเภอบางเสาธง นักวิจัยจึงได้ลงพื้นที่ในอำเภอบางเสาธงเพื่อบันทึกวิถีทัศน์และจัดทำคลิปเรื่องราวต่าง ๆ เกี่ยวกับภูมิปัญญาการทำว่าวและภูมิปัญญาการทำจักสานหัตถกรรมผักตบชวา นำมาเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในสื่อออนไลน์ช่อง Youtube channel ชื่อ “ครบเครื่องเรื่องหัตถกรรมบางเสาธง” ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารที่ผู้ที่สนใจสามารถเข้ารับชมได้ตลอดเวลา ภาพหน้าจอของ Youtube channel แสดงไว้ในรูปที่ 4-55 ซึ่งมีการเผยแพร่คลิปเกี่ยวกับหัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวาในอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ ดังนี้

- 1) คุยเฟื่องเรื่องคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงตอนที่ 1 : สมชาย คนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง
- 2) คุยเฟื่องเรื่องคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธงตอนที่ 2 : ชาติชาย คนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง
- 3) ภูมิปัญญาการทำว่าวจุฬาของคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง
- 4) ภูมิปัญญาการทำว่าวปักเป้าของคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง
- 5) การตอกลูกปลา.....สู่ความงดงามของลวดลายว่าวบางเสาธง
- 6) การทำโครงว่าวจุฬาของคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง
- 7) การทำโครงว่าวปักเป้าของคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง
- 8) การจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา: การจักสานที่ใส่แก้วเยติลายขัด :
- 9) การจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา: การจักสานที่ใส่แก้วเยติลายดอกพิกุล
- 10) การจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา: การจักสานที่ใส่แก้วเยติลายเม็ดมะยม
- 11) การจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา: การจักสานกระเป่าสุภาพสตรี
- 12) คุยเฟื่องเรื่องลายต่าง ๆ ในงานจักสานหัตถกรรมผักตบชวา



รูปที่ 4-55 ภาพหน้าเว็บช่อง Youtube Channel “ครบเครื่องเรื่องหัตถกรรมบางเสาธง”

4.4 ผลการดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4. เพื่อประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุน (ROI/SROI)

4.4.1 การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของการประกอบการหัตถกรรมผลิตภัณฑ์ว่าวบางเสาะง

การเก็บข้อมูลเพื่อประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของผู้ประกอบการกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาะง นักวิจัยได้สัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาะงเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวซึ่งประกอบด้วยขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การจัดเตรียมไม้สำหรับทำโครงว่าว ขั้นตอนนี้สมาชิกส่วนใหญ่ของกลุ่มคนรัก(ษ์)จะขับรถไปตัดไม้ไผ่สีสุกที่ขึ้นอยู่ตามคันบ่อปลาในชุมชน ในปัจจุบันในพื้นที่อำเภอบางเสาะงยังมีไม้ไผ่สีสุกพอเพียงกับการนำมาเป็นวัตถุดิบในการทำว่าว แต่อย่างไรก็ตาม มีสมาชิกบางส่วนอาจไม่มีเวลาที่จะลงพื้นที่ไปตัดไม้ไผ่ด้วยตนเอง จึงอาจต้องซื้อหาไม้ไผ่มาใช้เป็นวัตถุดิบ เมื่อได้ไม้ไผ่สีสุกมาแล้วจะนำมาตากแดดประมาณ 5- 10 วัน เพื่อให้ไม้แห้งสนิท

ขั้นตอนที่ 2 การขึ้นโครงว่าว ขั้นตอนนี้จะนำไม้ไผ่มาเหลาโดยใช้มีดจักตอก ทำการเหลาให้ไม้ไผ่มีลักษณะบางกลมให้ได้ขนาดตามสัดส่วนของส่วนประกอบของว่าว สำหรับ ว่าวจุฬา มีส่วนประกอบ คือ ส่วนนอก ส่วนปีก และส่วนขาบ ซึ่งการเหลาไม้ไผ่ต้องใช้ประสบการณ์และความชำนาญในการเหลาไม้ไผ่ให้ได้ลักษณะที่เหมาะสม จากนั้นนำไม้ไผ่ที่เหลาแล้วมาผู้ด้วยเชือกทำเป็นโครงว่าวให้ได้ตามลักษณะรูปร่างของว่าวเป็นโครงว่าวจุฬา หรือเป็นโครงว่าวปีกเป่า เป็นโครงภาพประดับลายว่าว เป็นโครงตุงไม้ไผ่ลวดลายว่าว

ขั้นตอนที่ 3 การปะติดกระดาษว่าว เมื่อขึ้นโครงไม้ไผ่เป็นโครงว่าวและโครงของผลิตภัณฑ์ว่าวตามสัดส่วนแล้ว ใช้กาวลาเท็กซ์ทาเชือกและโครงไม้ไผ่แล้วจึงนำกระดาษว่าวมาทาบกกับโครงว่าว และใช้คัตเตอร์ตัดกระดาษว่าวให้ได้รูปร่างตามโครงว่าว แล้วจึงปะติดกระดาษว่าวให้แนบสนิทกับโครงว่าว

ขั้นตอนที่ 4 การปะติดลูกปลานกระดาษว่าว เมื่อติดกระดาษว่าวบนโครงว่าวหรือโครงของผลิตภัณฑ์ว่าวเรียบร้อยแล้ว จึงนำลูกปลา (ที่ใช้ตัวตุ้ตตุ้ตติดต่อกลายเป็นลวดลายต่าง ๆ) มาปะติดบนกระดาษว่าวให้เป็นลวดลายต่าง ตามจินตนาการของผู้ทำว่าวและผลิตภัณฑ์ว่าว

ขั้นตอนที่ 5 การผูกสายขึงว่าว เมื่อทำว่าวจุฬา หรือว่าวปีกเป่าเสร็จ ในขั้นตอนสุดท้ายจะทำการผูกสายขึง โดยใช้เชือกมาผูกกับโครงว่าวในตำแหน่งที่เหมาะสมซึ่งการหาตำแหน่งของการผูกสายขึงที่โครงว่าวนั้นจะต้องอาศัยประสบการณ์และความชำนาญของผู้ทำว่าวเพื่อให้ตำแหน่งการผูกสายขึงแล้วทำให้ว่าวสามารถลอยขึ้นไปปรับลมได้อย่างดี

ก่อนเข้าร่วมโครงการวิจัย กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาะง ได้ทำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ คือ ว่าวจุฬา ขนาด 2 เมตร ขนาด 1 เมตร ขนาด 75 เซนติเมตร โดยส่วนใหญ่ทำไว้เพื่อใช้ในการเล่นหรือแข่งขันเป็นหลักยังไม่มีการจัดจำหน่ายมากนัก แต่เมื่อเข้าร่วมโครงการวิจัย สมาชิกของกลุ่มได้พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวเป็น ว่าวจุฬาย่อส่วน 25 ซม. ว่าวจุฬาส่วน 25 ซม.ในกรอบรูป ว่าวจุฬาย่อส่วนบนภาพจิตรกรรมพระมาลัยภาพประดับผนังลวดลายว่าว ตุงไม้ไผ่ลวดลายว่าว ซึ่งกลุ่มได้นำผลิตภัณฑ์ไปจำหน่ายให้กับผู้ที่สนใจ จากการ

เก็บข้อมูลต้นทุนในขั้นตอนของการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและการเก็บข้อมูลรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวแสดงไว้ในตารางที่ 4-30 และเมื่อคำนวณผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) = 15.41% ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการลงทุนเสริมศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจหรือกำไรสูงขึ้น เกิดรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปีจำนวน 39,600 บาท คิดเป็นรายได้เพิ่มขึ้น 327.27%

ตารางที่ 4-30 รายละเอียดการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธง

แบบฟอร์มรวบรวมข้อมูลผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI)		
ชื่อผู้ประกอบการ กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง (รวบรวมข้อมูลจากสมาชิกของกลุ่ม 5 คน)		
ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย 15 พฤษภาคม 64 – 15 สิงหาคม 65		
	ข้อมูลก่อนทำ Intervention	ข้อมูลหลังทำ Intervention
1.ผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับ (ชิ้น)	ตัวเลขจำนวน	ตัวเลขจำนวน
1.1 ว่าวจุฬาขนาด 2 เมตร	2	4
1.2 ว่าวจุฬาขนาด 1 เมตร	3	10
1.3 ว่าวจุฬาขนาด 75 เซนติเมตร	10	12
1.4 ว่าวจุฬาย่อยส่วนขนาด 25 เซนติเมตร	0	15
1.5 ว่าวจุฬาย่อยส่วนในกรอบรูป	0	5
1.6 ว่าวจุฬาย่อยส่วนบนภาพจิตรกรรมพระมาลัยในกรอบรูป	0	2
1.7 ภาพประดับผนังลวดลายว่าว	0	5
1.8 ตุ้งไม้ไผ่ลวดลายว่าว	0	5
2.รายได้ที่ได้จากการขาย (บาท)		
2.1 ว่าวจุฬาขนาด 2 เมตร	4,000	8,000
2.2 ว่าวจุฬาขนาด 1 เมตร	2,100	7,000
2.3 ว่าวจุฬาขนาด 75 เซนติเมตร	6,000	7,200
2.4 ว่าวจุฬาย่อยส่วนขนาด 25 เซนติเมตร	0	7,500
2.5 ว่าวจุฬาย่อยส่วนในกรอบรูป	0	9,000
2.6 ว่าวจุฬาย่อยส่วนบนภาพจิตรกรรมพระมาลัยในกรอบรูป	0	8,000
2.7 ภาพประดับผนังลวดลายว่าว	0	2,500
2.8 ตุ้งไม้ไผ่ลวดลายว่าว	0	2,500

ตารางที่ 4-30 (ต่อ) การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI)ของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง

รายการ	ข้อมูลก่อนทำ intervention	ข้อมูลหลังทำ Intervention
3. ต้นทุนการผลิต		
3.1 ค่าการจัดการ		
- ค่าโทรศัพท์	100	600
- ค่าน้ำประปา	200	720
- ค่าไฟฟ้า	200	600
- ค่ายานพาหนะ/ค่าน้ำมัน	500	1200
3.2 ค่าวัสดุ/วัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์		
-ค่าไม้ไผ่	275	830
-ค่าเชือกว่าว	90	312
-ค่ากระดาษว่าว	1,785	3,445
-ค่ากาวลาเท็กซ์	218.50	518.50
-ค่ากระดาษอังกฤษสำหรับทำลูกปลา (ลวดลายว่าว)	1,300	3,800
-ค่าเหล็กเกอร์	765	2,070
-ค่าภาพถ่ายพระมาลัย	0	900
-ค่ากรอบรูป	0	8,500
3.3 ค่าแรงงาน (300 บาทต่อวัน)		
- ค่าแรงงานเจ้าของกิจการ (ไม่มีการจ้างคนงาน)	4,438	18,600
3.4 ค่าประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการขาย	0	1,200
3.5 ค่าเสื่อมอุปกรณ์	110	1,500
4. ผลการคำนวณตามต้นทุน (ต่อปี)		
ต้นทุนรวม (ต่อปี)	9,981.50	44,795.50
รายได้ (ต่อปี)	12,100	51,700.00
กำไร/ขาดทุน (ต่อปี)	2,118.50	6,904.50
	ROI = (กำไร x 100) ÷ ต้นทุน	15.41%
	รายได้เพิ่มขึ้น (บาท)	39,600
	รายได้เพิ่มขึ้น (%)	327.27

4.4.2 การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของการประกอบการผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมจักสานผักตบชวา

การเก็บข้อมูลเพื่อประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา กลุ่มหัตถกรรมสาสุขบางเสาธง นักวิจัยได้สัมภาษณ์เก็บข้อมูลจากสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมสาสุขบางเสาธงเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การจัดเตรียมหุ่นสำหรับจักสานผักตบชวา ขั้นตอนนี้จะขึ้นรูปหุ่นสำหรับจักสานผักตบชวา การขึ้นรูปหุ่นสำหรับจักสานสามารถทำได้โดยนำแผ่นโฟมขึ้นรูปทรงเป็นรูปทรงตามผลิตภัณฑ์ที่ต้องการสร้างสรรค์ เช่น หุ่นรูปทรงแก้วयेติ หุ่นรูปทรงกระเป่าสะพาย หุ่นรูปทรงกระเป่าถือ เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 2 การเตรียมผักตบชวาสำหรับจักสาน ผักตบชวาสำหรับจักสานนั้นต้องมีความยาวของลำต้นที่เหมาะสมและต้องมีกรรมวิธีการนำต้นผักตบชวาขึ้นมาจากลำคลองแล้วนำมาทำความสะอาด ทำการตัดแต่งลำต้นแล้วนำไปตากให้แห้ง ด้วยข้อจำกัดของแรงงานที่จะต้องนำต้นผักตบชวาขึ้นมาจากลำคลอง ดังนั้น ทางกลุ่มจึงสั่งซื้อผักตบชวามาจากร้านจำหน่ายในจังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งการจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาแต่ละผลิตภัณฑ์ต้องมีการเตรียมผักตบชวาให้มีความเหมาะสมกับการจักสานผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด เช่น ใช้ผักตบชวาทั้งต้น หรือใช้เกลียวผักตบชวา เป็นต้น

ขั้นตอนที่ 3 การจักสานผักตบชวา โดยนำเส้นผักตบชวามาจักสานไปตามรูปทรงของหุ่นเป็นลวดลายต่าง ๆ ตามการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ซึ่งขั้นตอนการจักสานผักตบชวาต้องใช้ทักษะและความชำนาญในการจักสาน

ขั้นตอนที่ 4 การเคลือบเงาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานและป้องกันการเกิดเชื้อรา เมื่อจักสานผักตบชวาเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเรียบร้อยแล้ว จะนำผลิตภัณฑ์มาทาแลคเกอร์เคลือบเงาเพื่อช่วยให้เส้นผักตบชวามีความเงาสวยงาม การเคลือบผลิตภัณฑ์ด้วยแลคเกอร์ยังช่วยป้องกันการเกิดเชื้อราด้วย แต่เพื่อป้องกันการเกิดเชื้อราบนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา จึงนำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาไปอบด้วยกัมมะถัน

ก่อนเข้าร่วมโครงการวิจัย กลุ่มหัตถกรรมสาสุขบางเสาธง ได้ทำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ คือ ตะกร้าใส่ของ ที่ใส่แก้วयेติลายธรรมดา ตะกร้าสายบุญ กระเป่าสะพายสุภาพสตรี กระเป่าถือสุภาพสตรีลายธรรมดา และเมื่อเข้าร่วมโครงการวิจัย สมาชิกของกลุ่มได้พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาเป็นที่ใส่แก้วयेติลวดลายต่าง ๆ ที่มีความประณีต กระเป่าสะพายสุภาพสตรีลายเมลิ็ดแดง กระเป่าถือสุภาพสตรีลายไขว้ จากการเก็บข้อมูลต้นทุนในขั้นตอนของการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาและการเก็บข้อมูลรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาแสดงไว้ในตารางที่ 4-31 และเมื่อคำนวณผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) = 13.06% ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการลงทุนเสริมศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวาให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจหรือกำไรสูงขึ้น เกิดรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปีจำนวน 18,250 บาท คิดเป็นรายได้เพิ่มขึ้น 81.11 %

ตารางที่ 4-31 รายละเอียดการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของผู้ประกอบการ
หัตถกรรมจักสานผักตบชวา

แบบฟอร์มรวบรวมข้อมูลผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI)		
ชื่อผู้ประกอบการ กลุ่มหัตถกรรมสานสุข (นางสมลักษณ์ เชาวสินธุ์ ประธานกลุ่ม)		
ระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย 15 พฤษภาคม 6– 15 สิงหาคม 65		
1.ผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับ (ชิ้น)	ข้อมูลก่อนทำ Intervention	ข้อมูลหลังทำ Intervention
	ตัวเลขคำนวณ	ตัวเลขคำนวณ
1.1 ที่ใส่แก้วเยติลายเม็ดมะยม	0	20
1.2 ที่ใส่แก้วเยติลายไขว้ธรรมดา	10	20
1.3 ที่ใส่แก้วเยติลายดอกพิกุล	15	30
1.4 กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี	20	30
1.5 กระเป๋าถือสุภาพสตรี	10	15
1.6 ตะกร้าสายบุญ	8	10
2.รายได้ที่ได้จากการขาย (บาท)		
2.1 ที่ใส่แก้วเยติลายเม็ดมะยม	0	5,000
2.2 ที่ใส่แก้วเยติลายไขว้ธรรมดา	2,500	5,000
2.3 ที่ใส่แก้วเยติลายดอกพิกุล	3,750	7,500
2.4 กระเป๋าสะพายสุภาพสตรี	7,000	10,500
2.5 กระเป๋าถือสุภาพสตรี	4,500	6,750
2.6 ตะกร้าสายบุญ	4,800	6,000
3. ต้นทุนการผลิต		
3.1 ค่าการจัดการ		
- ค่าโทรศัพท์	100	360
- ค่าน้ำประปา	400	720
- ค่าไฟฟ้า	300	600
- ค่ายานพาหนะ/ค่าน้ำมัน	200	600
- ค่ากระบอกลดน้ำ	50	50

ตารางที่ 4-31 (ต่อ) รายละเอียดการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา

	ข้อมูลก่อนทำ Intervention	ข้อมูลหลังทำ Intervention
1. ผลผลิตที่คาดว่าจะได้รับ (ชิ้น)		
3. ต้นทุนการผลิต (ต่อ)		
- ค่าจัดทำหุ่นสำหรับจักสาน	200	400
3.2 ค่าวัสดุ/วัตถุดิบ/บรรจุภัณฑ์		
- ค่าเส้นผักตบชวาชนิดเส้นเปีย	615	1,327.50
- ค่าเส้นผักตบชวาชนิดเส้นเกลียว	420	875
- ค่าต้นผักตบชวาแบบตรง	1,100	1,300
- ค่าแล็กเกอร์	1,597	3,150
- ค่าก้ามมะถัน	156	350
- ค่าเส้นลวดสำหรับทำโครง	80	10
- ค่าผ้าซับใน	700	1,050
3.3 ค่าแรงงาน (300 บาทต่อวัน/คิดเหมาทั้งปี)		
- ค่าแรงงานเจ้าของกิจการ (ไม่มีการจ้างคนงาน)	13,770	24,600
3.4 ค่าประชาสัมพันธ์/ส่งเสริมการขาย		400
4. ผลการคำนวณตามต้นทุน (ต่อปี)		
ต้นทุนรวม (ต่อปี)	19,848.50	36,042.50
รายได้ (ต่อปี)	22,500.00	40,750.00
กำไร/ขาดทุน (ต่อปี)	2,651.50	4,707.50
	ROI = (กำไร x 100) ÷ ต้นทุน	13.06%
	รายได้เพิ่มขึ้น (บาท)	18,250
	รายได้เพิ่มขึ้น (%)	81.11

4.4.3 การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI)

การเก็บข้อมูลเพื่อประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) จากการจัดกิจกรรมต่างเพื่อเสริมศักยภาพของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา กลุ่มหัตถกรรมสานสุข และผู้ประกอบการวาว กลุ่มคนรัก(ษ์)วาวบางเสาธง โดยพิจารณาขอบเขต การระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง ตัวชี้วัดและค่า financial proxy ค่า deadweight ค่า attribution ค่า displacement ค่า drop off ดังมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4-32 โดยการประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) จากโครงการวิจัยมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวน 5 กลุ่ม คือ 1) สมาชิกกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง 2) สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง 3) ผู้เข้าร่วมอบรมการจักสานหัตถกรรมผักตบชวา 4) หน่วยงานในท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง และ 5) นักวิจัยของมหาวิทยาลัย ซึ่งนักวิจัยพบว่า โครงการวิจัยมีผลลัพธ์ทางสังคม 5 ประเด็น ได้แก่

1. ได้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวที่สามารถนำไปจำหน่ายเพื่อให้ผู้บริโภคได้ใช้ประโยชน์ที่หลากหลาย และสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกของกลุ่ม ส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และตัวชี้วัดทางสังคม คือ จำนวนชั่วโมงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว มีมูลค่าปัจจุบันผลประโยชน์โดยรวม จำนวน 397,132.04 บาท

2. ได้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่สามารถนำไปจำหน่ายให้ผู้บริโภคซื้อไปใช้ชีวิตประจำวัน และสร้างรายได้ให้แก่สมาชิกของกลุ่ม ส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และตัวชี้วัดทางสังคม คือ จำนวนชั่วโมงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา มีมูลค่าปัจจุบันผลประโยชน์โดยรวม จำนวน 285,935.07 บาท

3. ได้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่สามารถนำไปจำหน่ายสร้างรายได้ และสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง ส่งผลให้มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น และตัวชี้วัดทางสังคม คือ จำนวนชั่วโมงในการจักสานหัตถกรรมผักตบชวา มีมูลค่าปัจจุบันผลประโยชน์โดยรวม จำนวน 116,539.62 บาท

4. ชุมชนมีความเข้มแข็งด้านสินค้าทางวัฒนธรรม ส่งผลให้มีการสืบสานงานศิลปหัตถกรรมในชุมชน และตัวชี้วัดทางสังคม คือ จำนวนชั่วโมงในการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา มีมูลค่าปัจจุบันผลประโยชน์โดยรวม จำนวน 14,270.16 บาท

5. มีความเชี่ยวชาญการทำวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่เป็นเอกลักษณ์ และตัวชี้วัดทางสังคม คือ จำนวนชั่วโมงในการทำวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา มีมูลค่าปัจจุบันผลประโยชน์โดยรวม จำนวน 733,748.73 บาท

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัยฯ สามารถหาได้ดังนี้

$$\frac{\text{มูลค่าผลประโยชน์จากการลงทุน}}{\text{มูลค่าการลงทุน}} = \frac{683,067.11}{231,884.06} = 2.95$$

ซึ่งแสดงให้เห็นว่า การดำเนินงานของโครงการวิจัยจากการลงทุนทั้งสิ้น 231,884.36 บาท สามารถสร้างมูลค่าผลประโยชน์ตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน จำนวน 683,067.11 บาท และเมื่อนำมาคำนวณผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เทียบกับเงินลงทุนจำนวน 1 บาท จะได้ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) = 2.95 สามารถสรุปได้ว่า การลงทุนในโครงการวิจัยการเพิ่มศักยภาพ

ผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธงแบบมีส่วนร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี
เป็นโครงการที่นำลงทุน

ตารางที่ 4-32 การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัยการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธงแบบมีส่วนร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี

โครงการ (Project)	โครงการย่อย -การเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธงแบบมีส่วนร่วม ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี				ลำดับ	3
วัตถุประสงค์ (Objective)	เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวในพื้นที่อำเภอบางเสาธงด้วยแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีให้มีรายได้เพิ่มขึ้นมากกว่าร้อยละ 10				วันที่	พ.ศ.64-ศ.ศ.65
ขอบเขต (Scope)	กิจกรรม (Activity)	การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานหัตถศิลป์	เป้าหมาย- กิจกรรมนำไปสู่ผลลัพธ์/ผลกระทบที่ต้องการอย่างไร	1. ผู้ประกอบการ ได้รับความรู้และสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานหัตถศิลป์ 2. เกิดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานหัตถศิลป์ที่สามารถนำไปจำหน่ายสร้างรายได้	ระยะเวลาในการทำกิจกรรม	15 เดือน
					ระยะเวลาในการวิเคราะห์	15 เดือน
	งบประมาณ	240,000.00	เงิน ใจสมมุติฐานการตัดสินใจ	ผู้ประกอบการ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว และหัตถกรรมจักสานหัตถศิลป์สำหรับจำหน่ายให้กับผู้ที่สนใจแต่ยังไม่ได้ดำเนินการ ในเชิงธุรกิจอย่างจริงจัง	การคาดการณ์/การวิเคราะห์	Ex-ante

CR. ที่มาแบบฟอร์มจากทีมนักวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรมของ บพท.

ตารางที่ 4-32 (ต่อ) การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัย ฯ

ระบุผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Identify stakeholder)			
	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)	จำนวนของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียแต่ละกลุ่ม	ลักษณะที่ช่วยอธิบายความแตกต่างของผู้มีส่วน
e.g.			อายุ เพศ การศึกษา เป็นต้น
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มที่ 1	สมาชิกกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง	5	35-57 ปี เพศชาย การศึกษาชั้นประถมศึกษาถึงระดับปริญญาตรี
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มที่ 2	สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมสานสุขาบางเสาธง	6	32 -70 ปี เพศหญิง การศึกษาชั้นประถมศึกษาถึงระดับปริญญาตรี
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มที่ 3	ผู้เข้าร่วมอบรมการจักสานหัตถกรรมผักตบชวา	21	35- 65 ปี การศึกษาชั้นประถมศึกษา ถึงปริญญาตรี
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มที่ 4	ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แก่ 1. อบต ศิริชะจรเข้ใหญ่ 2.เทศบาลตำบลบางเสาธง 3. วัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ 4.ผู้นำชุมชนตำบลศิริชะจรเข้ใหญ่ 5.ผู้นำชุมชนเคหะบางพลี	5	ตัวแทนหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มที่ 5	นักวิจัย ม.หัวเฉียวฯ	6	อายุ 35- 55ปี การศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี-ปริญญาเอก
CR.ที่มาแบบฟอร์มจากทีมนักวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรมของ บพท.			

ตารางที่ 4-32 (ต่อ) การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัยฯ

	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	จำนวน	(หน่วย)	การมีส่วนร่วม/เกี่ยวข้อง						ควรรวมเข้ามาพิจารณาในการวัดผลลัพธ์ทางสังคมหรือไม่เพราะอะไร
				เป็นผู้ได้รับประโยชน์ (ผลลัพธ์ทางสังคม) ทางตรง	เป็นผู้ได้รับประโยชน์ (ผลลัพธ์ทางสังคม) ทางอ้อม	เป็นผู้บอกความเปลี่ยนแปลงทางสังคม/สิ่งแวดล้อมได้	เป็นผู้ร่วมดำเนินโครงการ/พันธมิตร	ไม่ได้ดำเนินโครงการด้วยกัน แต่สร้างผลลัพธ์ทางสังคมในประเด็นเดียวกันและ	อื่นๆ (โปรดระบุ)	
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 1	กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง	5	คน	/						ควร เพราะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์โดยตรงจากโครงการ
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 2	สมาชิกกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง	6	คน	/						ควร เพราะเป็นผู้ได้รับผลประโยชน์ทางตรงจาก
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 3	ผู้เข้าร่วมอบรมการจัดงานหัตถกรรมหัตถศิลป์	21	คน	/						ควร เพราะเป็นผู้รับผลประโยชน์โดยตรงจากการเข้าร่วมอบรม
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 4	ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แก่ 1. อบต. ศิริชนะจรเข้ใหญ่ 2. เทศบาลตำบลบางเสาธง 3. วัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ 4. ผู้นำชุมชนตำบลศิริชนะจรเข้ใหญ่ 5. ผู้นำชุมชนเกาะบางพลี	5	คน			/				ควร เพราะเป็นผู้ให้ข้อมูลการเปลี่ยนแปลงได้
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 5	นักวิจัย ม.หัวเฉียวฯ	6	คน			/				ควร เพราะเป็นผู้ดำเนินการวิจัยและเผยแพร่องค์ความรู้จากงานวิจัย
CR. ที่มาแบบฟอร์มจากทีมนักวิจัยด้านทุนทางวัฒนธรรมของ บพท.										

ตารางที่ 4-32 (ต่อ) การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัยฯ

ตัวชี้วัด และค่า financial proxy								
	ผลลัพธ์	ตัวชี้วัดทางสังคม	จำนวน, ปริมาณ ตัวชี้วัด (ต่อปี)	หน่วย	แหล่งข้อมูลตัวชี้วัด	ค่าแทนทางการเงิน (financial proxy) ถ้าผลลัพธ์เป็นตัวเงินแล้วให้ ใส่ "1" (เพราะไม่ต้องคิดค่าแทนเสีย)	มูลค่าของค่าแทนทาง การเงิน (บาท) (ต่อชม)	แหล่งข้อมูลของค่าแทนทาง การเงิน
ตัวอย่าง	ตัวอย่าง: มีความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพิ่มขึ้น	ตัวอย่าง: จำนวนชั่วโมงที่อาสาสมัครปรับปรุงพื้นที่ซึ่งเกิดจากความสมัครใจ	50	ชม./คน	ตัวอย่าง: จากคำบอกเล่าของสมาชิกชุมชน/บันทึกการดำเนินงาน		37.5	ค่าจ้างแรงงานในท้องถิ่น
กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง	มีความภาคภูมิใจในตนเองและสืบสานการทำหัตถศิลป์ที่คัดสรรมาว่าวและร่วมกันอนุรักษ์การทำหัตถกรรมว่าวต่อเนื่อง	จำนวนชั่วโมงของการพัฒนาหัตถศิลป์ที่คัดสรรมาว่าว	720	ชม./คน	จากคำบอกเล่าของสมาชิกและการสังเกตของผู้นวิจัย	1	43.75	ค่าจ้างแรงงานในท้องถิ่น
สมาชิกกลุ่มคัดสรรมาว่าวบางเสาธง	มีความภาคภูมิใจในตนเองและสืบสานการทำหัตถศิลป์ที่คัดสรรมาว่าวสานักคบชว และร่วมกันอนุรักษ์การทำหัตถกรรมจักสานนักคบชวต่อเนื่อง	จำนวนชั่วโมงของการพัฒนาหัตถศิลป์ที่คัดสรรมาว่าวสานักคบชว	432		จากคำบอกเล่าของสมาชิกและการสังเกตของผู้นวิจัย		43.75	ค่าจ้างแรงงานในท้องถิ่น
ผู้เข้าร่วมอบรมการจักสานหัตถกรรมจักสานนักคบชว	มีความภาคภูมิใจในตนเองและร่วมสืบสานการทำหัตถกรรมจักสานนักคบชว	จำนวนชั่วโมงในการจักสานหัตถกรรมจักสานนักคบชว	50		จากการเก็บข้อมูล		43.75	ค่าจ้างแรงงานในท้องถิ่น
ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แก่ 1. อบต. ศิริชนะจระเข้ใหญ่ 2. เทศบาลตำบลบางเสาธง 3. วิพัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ 4. ผู้นำชุมชนตำบลศิริชนะจระเข้ใหญ่ 5. ผู้นำชุมชนเทศบาลบางพลี	มีความภาคภูมิใจในการสนับสนุนการพัฒนาหัตถศิลป์ที่คัดสรรมาว่าว	จำนวนชั่วโมงในการสนับสนุนการพัฒนาหัตถศิลป์ที่คัดสรรมาว่าวและหัตถศิลป์ที่คัดสรรมาว่าวสานักคบชว	20		จากการเก็บข้อมูล			
นักวิจัย ม.หัวเฉียวฯ	มีความภาคภูมิใจในการทำงานวิจัยการพัฒนาหัตถศิลป์ที่คัดสรรมาว่าวและหัตถกรรมจักสานนักคบชว	จำนวนชั่วโมงในการทำวิจัยพัฒนาหัตถศิลป์ที่คัดสรรมาว่าวและหัตถศิลป์ที่คัดสรรมาว่าวสานักคบชว	150		จากการเก็บบันทึกข้อมูลของนักวิจัย			
						1	62.5	อัตราราชการ
						1	291	อัตราค่าจ้างของนักวิจัย

ตารางที่ 4-32 (ต่อ) การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัยฯ

ทฤษฎีการเปลี่ยนแปลง							
ข้อ 1)	กลุ่มที่โครงการร่วมผลิตรายการโทรทัศน์ที่วางจำหน่ายรายรายได้						
ข้อ 2)	กลุ่มที่โครงการ รมสานสุขมีผลผลิตที่โครงการ รมฝึกสอนฝึกคนชราวางจำหน่ายรายรายได้						
	ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder)	กิจกรรม (Activity)	ผลผลิต (Output)	ผลลัพธ์ (Outcome)	ผลลัพธ์ (Outcome)	ผลลัพธ์ (Outcome)	ผลกระทบ (Impact)
	สิ่งที่เปลี่ยนแปลง (หรือจะเปลี่ยนแปลง) ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (ผลลัพธ์มักจะเรียงโยกันมากกว่า 1 mapping chain มักจะซับซ้อน) โมเดลนี้ชี้แจงลำดับในการพิจารณา (ขึ้นอยู่กับความคิดเห็นของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย)						
ตัวอย่าง	0	จ้างค่าตัววิทยุชุมชน	ผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 15 คน	ทักษะหรือประสบการณ์	มีความมั่นใจในความสามารถของตนเองและนำความรู้ไปต่อยอดในธุรกิจ	ได้ขายผ้าลายใหม่ และผ่านการรับรองคุณภาพการผลิตด้วย	มีความภาคภูมิใจในตนเอง และสืบสานการอนุรักษ์ทำอย่างต่อเนื่อง
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 1	กลุ่มคนรัก(ษ์)วัยชราหลาย	การทำสมาธิฝึกสมาธิที่โครงการร่วม	ผลิตสมาธิที่โครงการร่วม 4 ผลิตสมาธิ	มีความรู้และทักษะการทำสมาธิที่โครงการร่วม	มีความเชื่อมั่นในการนำความรู้และทักษะไปทำการทำสมาธิที่โครงการร่วม	ได้ผลิตสมาธิที่โครงการร่วมที่สามารถนำไปจำหน่ายเพื่อการใช้ประโยชน์ที่หลากหลาย	มีความภาคภูมิใจในตนเอง และสืบสานการทำสมาธิที่โครงการร่วม และร่วมกันอนุรักษ์การทำที่โครงการร่วมต่อเนื่อง
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 2	สมาธิกลุ่มที่โครงการหลายหลาย	การทำสมาธิฝึกสมาธิที่โครงการฝึกคนชรา	ผลิตสมาธิที่โครงการฝึกคนชรา 3 ผลิตสมาธิ	มีความรู้และทักษะการทำสมาธิที่โครงการฝึกคนชรา	มีความเชื่อมั่นในการนำความรู้และทักษะไปทำการทำสมาธิที่โครงการฝึกคนชรา	ได้ผลิตสมาธิที่โครงการฝึกคนชราที่สามารถจำหน่ายให้ผู้มีโรคชราไปใช้ชีวิตประจำวัน	มีความภาคภูมิใจในตนเอง และสืบสานการทำสมาธิที่โครงการฝึกคนชรา และร่วมกันอนุรักษ์การทำที่โครงการฝึกคนชราต่อเนื่อง
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 3	ผู้เข้าร่วมอบรมการฝึกสมาธิที่โครงการฝึกคนชรา	การฝึกสมาธิที่โครงการฝึกคนชรา	ผู้เข้าร่วมอบรมจำนวน 21 คน	มีความรู้และทักษะการทำสมาธิที่โครงการฝึกคนชรา	มีความเชื่อมั่นในการนำความรู้และทักษะไปทำการทำสมาธิที่โครงการฝึกคนชรา	ได้ผลิตสมาธิที่โครงการฝึกคนชราที่สามารถนำไปจำหน่ายรายรายได้	มีความภาคภูมิใจในตนเองและร่วมสืบสานการทำที่โครงการฝึกคนชรา
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 4	ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แก่ 1. อบค มีพระจรรยาใหญ่ 2.ภาคประชาสังคมหลาย 3. วัฒนธรรมจังหวัดอุตรดิตถ์ 4.ผู้นำชุมชนตำบลพระธรรมใหญ่ 5.ผู้นำชุมชน	ส่งเสริมและสนับสนุนการทำสมาธิที่โครงการที่โครงการร่วมในชุมชน	เกิดเครือข่ายการทำสมาธิที่โครงการที่โครงการร่วม	ชุมชนมีความเห็นแก่ดีกันดีวัฒนธรรม			มีความภาคภูมิใจในการสนับสนุนการทำสมาธิที่โครงการที่โครงการร่วมและที่โครงการฝึกคนชรา
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 5	นักวิจัย ม.หัวเฉียว	สนับสนุนการทำสมาธิที่โครงการที่โครงการร่วม	มีผลงานวิจัยการทำสมาธิที่โครงการที่โครงการร่วม	มีความเชี่ยวชาญการทำวิจัยและทำสมาธิที่โครงการที่โครงการร่วม			มีความภาคภูมิใจในการทำงานวิจัยการทำสมาธิที่โครงการที่โครงการร่วมและที่โครงการฝึกคนชรา

แล้วมีกลุ่มมากี่ท่าน

ตารางที่ 4-32 (ต่อ) การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัยฯ

Deadweight (ลบผลที่เกิดขึ้นเอง แม้มันมีโครงการหรือไม่ก็ควรเข้าไปทำอะไรกับผู้อื่นได้ส่วนเสีย)		
ตัวอย่าง: Deadweight 10% หมายถึง เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นเอง 10% และเป็นผลที่เกิดจากโครงการ 90% - ถ้าผลลัพธ์ทั้งหมดเกิดขึ้นจากโครงการ Deadweight คือ 0%		
ตัวชี้วัดทางสังคม	คำอธิบาย Deadweight	สัดส่วน Deadweight (%)
ตัวอย่าง: จำนวนชั่วโมงที่อาสาสมัครปรับปรุงพิพิธภัณฑ์ด้วยความสมัครใจ	ตัวอย่าง: ชุมชนมีการดูแลพิพิธภัณฑ์อยู่แล้ว 10 ชม ต่อคนต่อปี	25.00%
จำนวนชั่วโมงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว	ผู้ประกอบการว่าวมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว 12 ชม. ต่อปี	10.00%
จำนวนชั่วโมงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานหัตถศิลป์	ผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่แล้ว 10 ชม. ต่อปี	10.00%
จำนวนชั่วโมงในการจักสานหัตถกรรมหัตถศิลป์	ผลลัพธ์จากโครงการทั้งหมด	0.00%
จำนวนชั่วโมงในการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานหัตถศิลป์	ผลลัพธ์เกิดจากโครงการทั้งหมด	0.00%
จำนวนชั่วโมงในการทำวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานหัตถศิลป์	ผลลัพธ์เกิดขึ้นจากโครงการทั้งหมด	0.00%

ตารางที่ 4-32 (ต่อ) การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัยฯ

Attribution (ลบผลที่เกิดจากงานขององค์กร/โครงการอื่น ที่สร้างผลลัพธ์ในลักษณะเดียวกัน)		
ตัวอย่าง: Attribution 10% หมายถึง เป็นผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากองค์กรอื่นๆ 90% และเป็นผลที่เกิดจากโครงการ 10% - ถ้าผลลัพธ์ทั้งหมดเกิดขึ้นจากโครงการ Attribution คือ 100%		
ตัวชี้วัดทางสังคม	คำอธิบาย Attribution	สัดส่วน Attribution (%)
ตัวอย่าง: จำนวนชั่วโมงที่อาสาสมัครปรับปรุงพิพิธภัณฑ์ด้วยความสมัครใจ	ตัวอย่าง: ชุมชนระบุว่า อบต. ได้ใช้งบประมาณประมาณ 20% ในการสนับสนุนกิจกรรมนี้ และงบที่เหลืออีก 80% มาจากโครงการนี้	80.00%
จำนวนชั่วโมงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว	โครงการอบรมจัดขึ้นได้โดยการสนับสนุนจาก บพท. โดยไม่มีหน่วยงานอื่นสนับสนุน 0%	100.00%
จำนวนชั่วโมงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา	โครงการอบรมจัดขึ้นได้โดยการสนับสนุนจาก บพท. โดยไม่มีหน่วยงานอื่นสนับสนุน 0%	100.00%
จำนวนชั่วโมงในการจักสานหัตถกรรมผักตบชวา	โครงการอบรมจัดขึ้นได้โดยการสนับสนุนจาก บพท. โดยไม่มีหน่วยงานอื่นสนับสนุน 0%	100.00%
จำนวนชั่วโมงในการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา	ผลลัพธ์ที่เกิดจากโครงการ 90%	90.00%
จำนวนชั่วโมงในการทำวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา	โครงการอบรมจัดขึ้นได้โดยการสนับสนุนจาก บพท. โดยไม่มีหน่วยงานอื่นสนับสนุน 0%	100.00%

ตารางที่ 4-32 (ต่อ) การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัยฯ

Displacement (ลบผลลัพธ์ที่ทดแทนมาจากที่อื่น)		สัดส่วน Displacement
ตัวอย่าง: Displacement 10% หมายถึง เป็นผลลัพธ์ที่ทดแทนผลลัพธ์จากที่อื่น 10% และเป็นผลที่เกิดจากโครงการ 90% - ถ้าผลลัพธ์ทั้งหมดเกิดขึ้นจากโครงการ Displacement คือ 0%		
ตัวชี้วัดทางสังคม	คำอธิบาย Displacement	สัดส่วน Displacement (%)
ตัวอย่าง: จำนวนชั่วโมงที่อาสาสมัครปรับปรุงพิพิธภัณฑ์ด้วยความสมัครใจ	ไม่มีผลลัพธ์ทดแทนจากโครงการอื่น หรือองค์กรอื่น	0.00%
จำนวนชั่วโมงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว	โครงการจัดขึ้นได้โดยการสนับสนุนจาก บพท. โดยไม่มีหน่วยงานอื่นสนับสนุน	0.00%
จำนวนชั่วโมงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา	โครงการจัดขึ้นได้โดยการสนับสนุนจาก บพท. โดยไม่มีหน่วยงานอื่นสนับสนุน	0.00%
จำนวนชั่วโมงในการจักสานหัตถกรรมผักตบชวา	โครงการจัดขึ้นได้โดยการสนับสนุนจาก บพท. โดยไม่มีหน่วยงานอื่นสนับสนุน	0.00%
จำนวนชั่วโมงในการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน	โครงการจัดขึ้นได้โดยการสนับสนุนจาก บพท. โดยไม่มีหน่วยงานอื่นสนับสนุน	0.00%
จำนวนชั่วโมงในการทำวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา	โครงการจัดขึ้นได้โดยการสนับสนุนจาก บพท. โดยไม่มีหน่วยงานอื่นสนับสนุน	0.00%

ตารางที่ 4-32 (ต่อ) การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัยฯ

Drop off (อัตราการลดลงของผลลัพธ์ทางสังคม)		
ตัวอย่าง: Drop off 10% หมายถึง ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นค่อยๆ ลดลงที่อัตรา 10% ต่อปี ในช่วงระยะเวลาที่ประเมิน หากไม่มีการใส่ทรัพยากรเพิ่มเติมในปีต่อไป - ถ้าคาดการณ์ว่าผลลัพธ์จะไม่ลดลงเลยในแต่ละปีในช่วงเวลาที่ประเมิน Drop off คือ 0%		
ตัวชี้วัดทางสังคม	คำอธิบาย Displacement	สัดส่วน % ต่อปี
ตัวอย่าง: จำนวนชั่วโมงที่อาสาสมัครปรับปรุงพิพิธภัณฑ์ด้วยความสมัครใจ	คาดว่าอาสาสมัครทำงานในอัตราเท่าเดิมในช่วงการประเมิน	0.00%
จำนวนชั่วโมงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมว้าว	คาดการณ์ว่าความรู้และทักษะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมว้าวจะไม่ลดลงเลยในช่วงเวลาที่ประเมิน	0.00%
จำนวนชั่วโมงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมจักษานักคอบชวา	คาดการณ์ว่าความรู้และทักษะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมจักษานักคอบชวาจะไม่ลดลงเลยในช่วงเวลาที่ประเมิน	0.00%
จำนวนชั่วโมงในการจักษานักคอบชวา	คาดการณ์ว่าจะลดลง10%	10.00%
จำนวนชั่วโมงในการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมว้าวและผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมจักษานักคอบชวา	คาดการณ์ว่าจะลดลง10%	10.00%
จำนวนชั่วโมงในการทำวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมว้าวและผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมจักษานักคอบชวา	คาดการณ์ว่าความรู้และทักษะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดกรรมว้าวจะไม่ลดลงเลยในช่วงเวลาที่ประเมิน	0.00%

ตารางที่ 4-32 (ต่อ) การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัยฯ

ผู้มีส่วนได้เสีย	จำนวนปี ส่วนได้ส่วน เสีย	มูลค่าการลงทุนที่รับไป (บาท) =	บริษัท	Do not overclaim								กรณีฐาน					
				มูลค่าผลเสียที่ เป็น deadweight	มูลค่าผลเสียที่ หลีกเลี่ยง deadweight	สัดส่วน attribution	มูลค่าผลเสียที่ หลีกเลี่ยง deadweight & attribution	สัดส่วน displacement	มูลค่าผลเสียที่ หลีกเลี่ยง attribution & displacement	สัดส่วน drop off	มูลค่าที่ 1	มูลค่าที่ 2	มูลค่าที่ 3	มูลค่าสุทธิรวม	มูลค่าปัจจุบันสุทธิ		
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มที่ 1	5				15,750.00	141,750.00	100.00%	141,750.00	0.00%	141,750.00	0.00%	141,750.00	141,750.00	141,750.00	141,750.00	425,250.00	฿397,132.04
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มที่ 2	6				11,340.00	102,060.00	100.00%	102,060.00	0.00%	102,060.00	0.00%	102,060.00	102,060.00	102,060.00	102,060.00	306,180.00	฿285,935.07
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียกลุ่มที่ 3 (ไม่นำมาคำนวณ)	21				-	45,937.50	100.00%	45,937.50	0.00%	45,937.50	10.00%	45,937.50	41,343.75	37,209.38	134,490.63		
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 4 (ไม่ นำมาคำนวณ)	5				-	5,625.00	90.00%	5,625.00	0.00%	5,625.00	10.00%	5,625.00	5,062.50	4,556.25	15,243.75		
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 5 (ไม่ นำมาคำนวณ)	6				-	261,900.00	100.00%	261,900.00	0.00%	261,900.00	0.00%	261,900.00	261,900.00	261,900.00	261,900.00	785,700.00	
																฿485,067.11	
																฿251,884.06	
ผลลัพธ์และตัวชี้วัดทางสังคมที่ไม่ได้ทำการประเมิน																2.95	

ตารางที่ 4-32 (ต่อ) การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัยฯ

ผู้มีส่วนได้เสีย		จำนวนผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย	ผลลัพธ์	ระยะเวลา		การถ่วงน้ำหนัก (Weighting)	การให้มูลค่าทางการเงิน (Valuation approach)		
		=REF!	ตัวอย่าง: มีความภาคภูมิใจในประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพิ่มขึ้น	ระยะเวลาการเกิดผลลัพธ์	ผลลัพธ์เริ่มขึ้น	อธิบายวิธีการให้มูลค่าผลลัพธ์จากการเปลี่ยนแปลงแต่ละรายการ โดยใช้มาตราส่วน 1 ถึง 10 หรือถ่วงน้ำหนักการเปลี่ยนแปลงใดสำคัญ และเทียบอันดับกับการเปลี่ยนแปลงอันดับต่ำสุด	มูลค่าทางการเงินของผลลัพธ์แต่ละรายการ (หมายเหตุ: หากการวิเคราะห์ไม่ได้ใช้การประเมินผลลัพธ์เป็นตัวเลข	แหล่งเก็บข้อมูล	อธิบายวิธีการวัดผลและแหล่งเก็บข้อมูล
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 1	กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง	5	มีความภาคภูมิใจในตนเอง และสืบสานการทำผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรว่าวและร่วมกัน			Scale 1-10	฿		
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 2	กลุ่มที่คัดสรรงานสุข	6	มีความภาคภูมิใจในตนเอง และสืบสานการทำผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรจักสานกักตบชวาและร่วมกันอนุรักษ์การทำที่คัดสรรจักสานกักตบชวา			Scale 1-10	฿		
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 3	ผู้เข้าร่วมอบรมจักสานกักตบชวา	21	มีความภาคภูมิใจในตนเองและร่วมสืบสานการทำที่คัดสรรจักสานกักตบชวา			Scale 1-10	฿		
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 4 (ไม่นับจำนวน)	ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องได้แก่ 1. อบต. ตีระจรรยาใหญ่ 2.เทศบาลตำบลบางเสาธง 3. วัฒนธรรมจังหวัดสมุทรปราการ 4.ผู้นำชุมชนตำบล ตีระจรรยาใหญ่ 5.ผู้นำชุมชนเทศบาล	5	จำนวนชั่วโมงในการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรว่าวและผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรจักสานกักตบชวา			Scale 1-10	฿		
ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย กลุ่มที่ 5	นักวิจัย.หัวเฉียวฯ	6	จำนวนชั่วโมงในการทำวิจัยพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรว่าวและผลิตภัณฑ์ที่คัดสรรจักสานกักตบชวา			Scale 1-10	฿		

4.5 ถอดบทเรียนงานวิจัยการเสริมศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรม

จากการดำเนินงานวิจัยการเสริมศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธง โดยมีกลุ่มเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง และกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงได้ร่วมดำเนินงานวิจัยกับคณะผู้วิจัยแบบมีส่วนร่วมทำให้งานวิจัยสามารถดำเนินงานได้บรรลุตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ คณะผู้วิจัยได้ถอดบทเรียนการดำเนินงานวิจัยเพื่อเสริมศักยภาพแก่ผู้ประกอบการหัตถกรรม โดยได้สรุปรูปแบบการดำเนินงาน ซึ่งคณะผู้วิจัยใช้ชื่อรูปแบบการดำเนินงานวิจัยว่า “ **B-THONG Model** ” ซึ่งมีองค์ประกอบย่อย 6 องค์ประกอบย่อย โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) **B : Bangsaothong – Cultural Business Connection** หมายถึง การมีเครือข่ายเชิงธุรกิจของกลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธงกับผู้ประกอบการธุรกิจเชิงวัฒนธรรมในพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการและพื้นที่อื่น ๆ ทั่วประเทศ ซึ่งจะเป็นพันธมิตรในการดำเนินธุรกิจเชิงวัฒนธรรม

2) **T : Technology** หมายถึง การนำหลักวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมาผสมผสานกับองค์ความรู้ภูมิปัญญาในท้องถิ่นเพื่อพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมด้านหัตถกรรมให้สามารถนำมาต่อยอดด้วยกระบวนการผลิตแบบสร้างสรรค์เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์สินค้าทางวัฒนธรรมที่ตอบสนองความต้องการใช้งานแก่ผู้บริโภคได้ เช่น ในงานวิจัยได้มีการนำวิธีการใช้สารโซเดียมเบนโซเอต (sodium benzoat) และแลคเกอร์มาทาเคลือบบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อป้องกันการเกิดเชื้อราบนชิ้นงานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา เป็นต้น นอกจากนี้ ยังต้องมีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการทำการตลาดเช่น การตลาดออนไลน์ผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายสินค้าและก่อให้เกิดรายได้แก่คนในชุมชน

2) **H : Heart** หมายถึง ผู้ประกอบการต้องมีหัวใจร่วมอนุรักษ์เพื่อสืบสานงานศิลปหัตถกรรม และมีความตั้งใจมั่นที่จะดำเนินการพัฒนาทุนทางศิลปวัฒนธรรมให้เป็นสินค้าทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Product) บนพื้นฐานภูมิปัญญาของท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้ให้แก่คนในพื้นที่ชุมชน

4) **O : Organization** หมายถึง ผู้ประกอบการหัตถกรรมในพื้นที่ควรมีการรวมตัวกันจัดเป็นกลุ่มองค์กร ซึ่งอาจรวมตัวเป็นองค์กรแบบไม่เป็นทางการ เช่น กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง หรืออาจเป็นการรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นองค์กรที่เป็นทางการ เช่น การจัดตั้งวิสาหกิจวัฒนธรรม เป็นต้น การรวมกลุ่มจัดตั้งเป็นองค์กร (Organization) นั้นยังต้องมีการจัดโครงสร้างขององค์กรเพื่อการดำเนินงาน โดยมีผู้นำ (Leader) ซึ่งเป็นบุคคลสำคัญเป็นแกนนำของกลุ่มเพื่อพัฒนาการดำเนินงาน นอกจากนี้ สมาชิกของกลุ่มยังต้องมีส่วนร่วม (Participation) เพื่อร่วมแรงร่วมใจกันดำเนินกิจการของกลุ่ม

5) **N : New Idea and Creative Thinking** หมายถึง การมีความคิดสร้างสรรค์เพื่อนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อนำมาสร้างสรรค์เป็นสินค้าทุนวัฒนธรรมที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และสามารถสร้างรายได้ให้แก่ชุมชน นอกจากนี้การสร้างผลิตภัณฑ์สินค้าทุนวัฒนธรรมบนพื้นฐานความคิดสร้างสรรค์ยังช่วยสืบสานงานศิลป์ของชุมชน

6) **G : Goal for Development of Cultural Product** หมายถึง การมีเป้าหมายร่วมกันเพื่อนำภูมิปัญญาในท้องถิ่นมาสร้างสรรค์สินค้าผลิตภัณฑ์ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน ให้เป็นสินค้าทุนวัฒนธรรมที่มี

การสร้างสรรค้ให้มีความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนและสามารถนำมาจำหน่ายสร้างรายได้แก่ผู้ประกอบการในชุมชน นอกจากนี้ การมีเป้าหมายเพื่อการสร้างสรรค์สินค้าทุนทางวัฒนธรรมยังช่วยทำให้คนในชุมชนได้มีความภาคภูมิใจในภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชน และตระหนักถึงคุณค่าของภูมิปัญญาในท้องถิ่นที่สามารถนำมาพัฒนาที่สินค้าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการในชุมชน

4.6 การบูรณาการงานวิจัยกับการเรียนการสอน

นักวิจัยได้บูรณาการโครงการวิจัยกับการจัดการเรียนการสอนให้กับนักศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 25 คน ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาผู้นำและมนุษย์สัมพันธ์ทางธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ โดยออกแบบให้นักศึกษาได้เรียนรู้เรื่องการทำงานเป็นทีม เนื่องด้วยการทำงานเป็นทีมเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้นำต้องสามารถบริหารให้เกิดประสิทธิผลตามเป้าหมายของการดำเนินงาน และเป็นอีกหนึ่งรูปแบบการทำงานที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน อีกทั้งยังเป็นส่วนสำคัญในการผลักดันบุคลากรให้พัฒนาตัวเองตลอดเวลา เพราะหากในทีมช่วยเหลือเกื้อกูลกัน ทำงานร่วมกันได้ ตลอดจนมีความสามัคคีกันย่อมทำให้เกิดผลงานเป็นที่น่าพึงพอใจแก่ผู้บังคับบัญชา ด้วยเหตุนี้การจัดการเรียนการสอนรายวิชาผู้นำและมนุษย์สัมพันธ์ทางธุรกิจ ได้เล็งเห็นความสำคัญของการทำงานเป็นทีมและการทำงานอย่างละเอียดอ่อนทางด้านศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาจากชาวบ้าน จึงได้จัดกิจกรรมบูรณาการการเรียนการสอนกับการวิจัยเพื่อให้นักศึกษาชั้นปีที่ 2 ที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาผู้นำและมนุษย์สัมพันธ์ทาง ได้มีประสบการณ์การเรียนรู้ในการทำงานเป็นทีมด้วยการเลือกวิธีการและสร้างกระบวนการเรียนรู้แบบลงมือปฏิบัติการทำว่าด้วยภูมิปัญญาการทำว่าของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง โดยมีวัตถุประสงค์ของการบูรณาการดังนี้

1. เพื่อให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะการทำงานที่มีความละเอียดอ่อนและต้องใช้สมาธิ
2. เพื่อให้ผู้เรียนฝึกทักษะในการทำงานร่วมกับผู้อื่นในลักษณะของการทำงานเป็นทีม
3. เพื่อให้นักศึกษาได้เรียนรู้และร่วมอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นของชาวบางเสาธงในการทำว่าวจุฬา

กิจกรรมการบูรณาการการจัดการเรียนการสอน นักวิจัยได้ดำเนินการโดยเรียนเชิญชาตติชาย กลิ่นโสภณ (สมาชิกของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง) เป็นวิทยากรบรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำว่าวปักเป้าของชาวบางเสาธง และเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ฝึกปฏิบัติการทำว่าวปักเป้า โดยคุณชาตติชายได้จัดเตรียมไม้ไผ่ซึ่งเหลามาเรียบร้อยแล้วแบ่งให้นักศึกษาแต่ละกลุ่มซึ่งนักศึกษาจัดกลุ่มตามอธยาศัย จากนั้นคุณชาตติชายได้อธิบายขั้นตอนการใช้เชือกผูกไม้ไผ่ที่เหลาแล้วให้เป็นโครงว่าว แล้วจึงทำการปะกระดาษว่าวบนโครงว่าว พร้อมทั้งนำลูกปลามาทากาวแล้วจึงปะลูกปลาติดบนกระดาษว่าวเป็นลวดลายต่าง ๆ ตามจินตนาการของนักศึกษาแต่ละกลุ่ม ซึ่งนักศึกษาแต่ละกลุ่มสามารถทำว่าวปักเป้าได้สำเร็จ และนักศึกษาทำแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจในการทำกิจกรรม มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.98 คะแนน จากคะแนนเต็ม 5.00 คะแนน และนักศึกษาจำนวน 15 คน ตอบแบบสอบถามว่าต้องการให้จัดกิจกรรมนี้อีกครั้ง มีนักศึกษาจำนวน 8 คน ที่อยากให้การประกวดและการแข่งขันการเล่นว่าว



รูปที่ 4-56 กิจกรรมการบูรณาการการวิจัยกับการเรียนการสอนรายวิชาผู้นำและมนุษย์สัมพันธ์
ทางธุรกิจ

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย

5.1 ผลการดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อประเมินศักยภาพของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา และผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวในพื้นที่อำเภอบางเสาธง

ผลจากวิเคราะห์ SWOT เพื่อประเมินศักยภาพของกลุ่มฯ แสดงให้เห็นว่ากลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงและกลุ่มหัตถกรรมสานสุขมีจุดแข็งในด้านของผู้หน้าที่เข้มแข็งที่สามารถนำพาสมาชิกของกลุ่มก้าวเดินต่อไปได้อย่างดี และจุดอ่อน ของทั้งสองกลุ่ม คือ กำลังการผลิตที่ยังไม่แน่นอน เพราะสมาชิกของทั้งสองกลุ่มยังมีภาระหน้าที่การทำงานอื่น ๆ จุดอ่อนอีกประการของทั้งสองกลุ่ม คือ ตลาดของสินค้าหัตถกรรมของทั้งสองกลุ่มยังแคบ สินค้ายังไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค โอกาส ทั้งสองกลุ่มมีโอกาสเป็นอย่างมากเพราะมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติมีโครงการวิจัยพัฒนาผู้ประกอบการหัตถกรรมโดยมีงบประมาณสนับสนุนการดำเนินงานและมีนักวิจัยลงพื้นที่เพื่อช่วยเพิ่มขีดความสามารถในด้านต่าง ๆ ของการดำเนินงานของกลุ่ม **อุปสรรค** ทั้งสองกลุ่มฯมีอุปสรรคที่ต้องเผชิญอยู่หลายเรื่อง เช่น สถานการณ์การระบาดของโควิด -19 ที่ส่งผลกระทบต่อออกไปจำหน่ายในตลาดต่าง ๆ และตลาดจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของทั้งสองกลุ่มยังแคบ

5.2 ผลการดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อเพิ่มศักยภาพของผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวในพื้นที่ อำเภอบางเสาธงด้วยแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยีให้มีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมมากกว่าร้อยละ 10

5.2.1 . การเสริมศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธง ดำเนินกิจกรรมสรุปได้ดังนี้

5.2.1.1 กิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการ “แลกเปลี่ยนเรียนรู้เสริมศักยภาพการประกอบการหัตถกรรมว่าวและการจัดการการตลาดกับกลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวไทยสมุทรสงคราม” ทำให้สมาชิกของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง ได้เรียนรู้แนวทางการบริหารจัดการกลุ่มฯ แนวทางการทำการตลาดเรื่องว่าวและการจัดหน่วยวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ทำว่าว เช่น ลูกปลาสำเร็จ กระดาษว่าว เป็นต้น และยังมีเครือข่ายกับประชาชนชาวบ้านของกลุ่มหัตถกรรมว่าวไทยและกลุ่มอนุรักษ์ว่าวไทยในอำเภอมะนัง จังหวัดสมุทรสงคราม

5.2.1.2 การเข้าร่วมอบรมการสร้างโมเดลทางธุรกิจ (BMC) และการสร้างคุณค่าในสินค้าและบริการ (VPC) ทำให้ผู้ประกอบการสามารถวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการสร้างธุรกิจจากความชำนาญที่สมาชิกของกลุ่มฯ มีอยู่นั่นคือ กลุ่มคนรัก(ษ์)บางเสาธงมีสมาชิกที่มีความเชี่ยวชาญ ในการทำว่าวจุฬาตามแบบที่เคยทำกันมาและยังสามารถประยุกต์ความรู้เพื่อไปใช้ทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวแบบอื่น ๆ เช่น ภาพประดับฝาผนังลวดลายของว่าว เป็นต้น และแนวทางในการทำการตลาดสำหรับกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธงที่เหมาะสม ควรเป็นการทำการตลาดแบบพรีออเดอร์ สำหรับกลุ่มหัตถกรรมสานสุขมีผู้นำกลุ่มฯ มีความเชี่ยวชาญและมีองค์ความรู้ด้านการจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวา การทำผลิตภัณฑ์มีต้นทุนที่ต่ำ

แต่ทางด้าน การตลาดยังคงขาดทิศทางและเป้าหมายที่ชัดเจน สำหรับอนาคตในการสร้างคุณค่าของกลุ่มจักรสานผักตบชวา นี้ ควรมุ่งไปสู่การเจาะลูกค้าในระดับบน ซึ่งเป็นผู้บริโภคที่ให้ความสนใจต่อสภาพแวดล้อมและงานด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม

5.2.1.3 การจัดกิจกรรมอบรมและฝึกปฏิบัติ “การใช้การตลาดทำธุรกิจอย่างไรให้มีประสิทธิผล สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ทำให้สมาชิกของกลุ่มผู้ประกอบการสรุปกลยุทธ์การพัฒนาธุรกิจการทำหัตถกรรมว่าว และหัตถกรรมจักสานผักตบชวา ได้ 6 แนวทาง คือ 1) รวบรวมผลงานหัตถกรรมที่ผ่านมาเพื่อทำการเผยแพร่ผ่านสื่อต่าง เช่น Facebook 2) เลือกตลาดที่กลุ่มฯ ต้องการนำเสนอผลิตภัณฑ์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม 3) สร้างชื่อ ตราสินค้าและสัญลักษณ์ที่มาจากจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ 4) สร้างงานผลงานหัตถกรรมว่าวจู่หาที่มีคุณค่าเพื่อเก็บเอาไว้สำหรับเป็นผลงานที่ทำให้คนรู้จัก 5) สร้างสื่อที่เผยแพร่วิธีการทำว่าวและจักสานผักตบชวา ลงเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เช่น Facebook Youtube 6) เข้าร่วมงานแสดงนิทรรศการต่าง ๆ เพื่อสาธิตและจำหน่ายว่าวและหัตถกรรมจักสานว่าวผักตบชวา

5.2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาและหัตถกรรมว่าว

5.2.2.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาชางพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจู่หาให้เป็นว่าวจู่หาขนาด 75 ซม. 50 ซม. 25 ซม. ซึ่งมีการนำลูกปาลามาปะติดบนกระดาษว่าวเป็นลวดลายต่าง ๆ ทำให้ว่าวจู่หาบางเสาชางมีความสวยงาม และกลุ่มฯ ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ว่าวอีกจำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ คือ 1) ว่าวจู่หาย่อยส่วนในกรอบรูปสำหรับตั้งโต๊ะหรือแขวนผนัง 2) ว่าวจู่หาย่อยส่วนบนภาพจิตรกรรมฝาผนังพระมาลัย 3) ภาพประดับผนังลวดลายว่าว 4) ตุ้งไม้ไล่ลวดลายของว่าว

5.2.2.2 การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าว กลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาชางพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาจำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ คือ 1) ที่ใส่แก้วเยติลวดลายประณีต ลายตัวหนอน ลายดอกพิกุล ลายเม็ดมะยม ลายดอกแก้ว ลายไทยสามเส้น 2) กระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ดแตง 3) กระเป๋าถือสุภาพสตรีลายไขว้ และเพื่อการใช้เทคโนโลยีป้องกันการเกิดเชื้อราบนผลิตภัณฑ์จักสาน นักวิจัยได้ศึกษาทดลองการใช้สารป้องกันการเกิดเชื้อราพบว่า สาร Acticide CF ความเข้มข้น 3%(v/v) ในตัวทำละลาย แลคเกอร์สามารถป้องกันการเกิดเชื้อราได้ และนักวิจัยยังได้ศึกษาเบื้องต้นการย้อมสีเส้นใยและต้นผักตบชวาด้วยพืชธรรมชาติพบว่า การย้อมด้วยขมิ้นชันเข้มข้น 5%(w/v) และสารส้มจะทำให้ได้เส้นใยผักตบชวามีสีเหลือง และการย้อมด้วยไม้ฝางและสารส้มทำให้ได้เส้นใยผักตบชวามีสีแดง เส้นใยที่ได้สามารถนำไปทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่มีสีสันสวยงาม นอกจากพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้ว ยังมีการสร้างโลโก้และป้ายสินค้าของกลุ่มผู้ประกอบการว่าวและกลุ่มหัตถกรรมสานสุขเพื่อใช้ในการสื่อสารกับผู้บริโภค

5.2.3 การถ่ายทอดองค์ความรู้งานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาเพื่อส่งเสริมการประกอบอาชีพในชุมชน โดยจัดกิจกรรมอบรมการจักสานที่ใส่แก้วเยติ ซึ่งผู้เข้าร่วมการอบรมมีองค์ความรู้และมีทักษะสามารถการจักสานที่ใส่แก้วเยติได้คนละ 1 ใบ การประเมินผลการจัดอบรม คะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมเท่ากับ 4.95 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน และจัดกิจกรรมอบรมการสานกระเป๋าสุภาพสตรี ซึ่งผู้เข้าร่วมการอบรมมีองค์ความรู้และมีทักษะสามารถการจักสานกระเป๋าสุภาพสตรีได้คนละ 1 ใบ

การประเมินผลการอบรมคะแนนค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมอบรมเท่ากับ 4.60 จากคะแนนเต็ม 5 คะแนน การถ่ายทอดองค์ความรู้การจักสานทำให้ผู้เข้าร่วมการอบรมสามารถนำความรู้ไปฝึกทักษะการจักสานเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำไปจำหน่ายสร้างรายได้แก่ตนเอง

5.2.4 การส่งเสริมการตลาดเพื่อการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โครงการวิจัยสนับสนุนในผู้ประกอบการทั้งสองกลุ่มได้มีโอกาสจำหน่ายผลิตภัณฑ์ว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา โดยการออกร้านจำหน่ายสินค้าต่อผู้บริโภค กลุ่มหัตถกรรมสานสุขออกร้านจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่ห้างเอส (บางพลี) กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงและกลุ่มหัตถกรรมสานสุขร่วมออกร้านจัดแสดงผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวาในงาน หมู่บ้านศิลป์ 5 ณ วัดศรีวารีน้อย และเตรียมออกจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในตลาดน้ำวัดศรีวารีน้อย เมื่อตลาดน้ำจะกลับมาเปิดอีกครั้งประมาณเดือนกันยายน 2565 นอกจากนี้ นักวิจัยยังประสานกับตลาดจริงใจ ห้างเซ็นทรัลบางนา ซึ่งตลาดเปิดโอกาสให้กลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงและกลุ่มหัตถกรรมสานสุขสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายในตลาดได้ ซึ่งขณะนี้อยู่ในช่วงเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ

5.2.5 การเก็บข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

5.2.5.1 การเก็บข้อมูลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวาจากผู้เชี่ยวชาญ โดยใช้เกณฑ์ 5 ด้าน พบว่า 1.) ว่าวจุฬาย่อยส่วนในกรอบรูป ผลการประเมินภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก 2.) ภาพประดับผนังลวดลายของว่าวจุฬา ผลการประเมินภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก 3.) ว่าวจุฬาบนจิตรกรรมฝาผนังภาพพระมาลัย ผลการประเมินภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด 4.) ตุ้งไม้ไผ่ลวดลายของว่าวจุฬา ผลการประเมินภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก 5.) ที่ใส่แก้วเยติ ผลการประเมินภาพรวม อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด 6) กระเป่าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ตแดง ผลการประเมินภาพรวมอยู่ในระดับมาก 7.) กระเป่าถือสุภาพสตรีลายไขว้ ผลการประเมินภาพรวมอยู่ในระดับมาก

5.2.5.2 การเก็บข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวไทยจำนวน 106 คน ต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวา พบว่า 1) ว่าวจุฬาย่อยส่วนในกรอบรูป ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก 2) ว่าวจุฬาย่อยส่วนบนภาพจิตรกรรมพระมาลัย ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก 3) ภาพประดับผนังลวดลายของว่าวจุฬา ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก 4.) ตุ้งไม้ไผ่ลวดลายของว่าวจุฬา ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก 5) ที่ใส่แก้วเยติจักสานผักตบชวา ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก 6) กระเป่าถือสุภาพสตรีลายไขว้ ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ระดับ 7) กระเป่าสะพายสุภาพสตรีลายเม็ตแดง ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก และเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างอายุของผู้บริโภคชาวไทยต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์หัตถกรรมโดยทดสอบสถิติ Pearson Chi-Square พบว่า อายุของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจำนวน 5 รายการ และอายุของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับความพึงพอใจต่อ (1) ภาพประดับผนังลวดลายของว่าวอย่างมีนัยสำคัญ (p-value =0.003) และ (2) ที่ใส่แก้วเยติจักสานผักตบชวาอย่างมีนัยสำคัญ (p-value =0.026) เมื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของ

ผู้บริโภคร่วมส่วนประสมทางการตลาด พบว่า อายุของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับสถานที่ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ รายได้ของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับราคาการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และรายได้ของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับการส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์

การดำเนินงานวิจัยเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการผ่านกระบวนการจัดกิจกรรมต่างในการเสริมความรู้และเสริมประสบการณ์เพื่อการดำเนินธุรกิจ ร่วมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาให้มีความโดดเด่นตอบสนองความต้องการใช้งานของผู้บริโภค ตลอดจนรวมถึงการหาช่องทางในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของผู้ประกอบการทั้ง 2 กลุ่ม ส่งผลให้ผู้ประกอบการมีรายได้เพิ่มขึ้น ตามรายละเอียดในข้อ 4.4

5.3 ผลการดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3. เพื่อใช้ Face book และ Youtube Channel

เผยแพร่ประชาสัมพันธ์องค์ความรู้ภูมิปัญญาของการสร้างสรรค์งานหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธง

การดำเนินการจัดทำช่อง Youtube Channel : “ครบเครื่องเรื่องหัตถกรรม” ซึ่งได้เผยแพร่คลิปภูมิปัญญาการทำว่าวและภูมิปัญญาการทำหัตถกรรมจักสานผักตบชวาแก่สาธารณชน ทำให้ได้มีโอกาสเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำหัตถกรรมของบางเสาธงแก่ผู้สนใจ ซึ่งเป็นการสร้างความภาคภูมิใจแก่คนในท้องถิ่น การทำ facebook : คนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธง และ facebook : หัตถกรรมจักสานผักตบชวาบางเสาธง ช่วยทำให้เกิดการเผยแพร่ภูมิปัญญาการทำหัตถกรรมของท้องถิ่นบางเสาธง ข่าวสารความเคลื่อนไหวการทำกิจกรรมของกลุ่ม ตลอดจนรวมถึงเป็นช่องทางในการจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของกลุ่มด้วย

5.4 ผลการดำเนินงานวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4. เพื่อประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคมจากการลงทุน (ROI/SROI)

การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง มีค่าเท่ากับ 15.41% ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการลงทุนช่วยเสริมศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจหรือกำไรสูงขึ้น เกิดรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปีจำนวน 39,600 บาท คิดเป็นรายได้เพิ่มขึ้น 327.27%

การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจจากการลงทุน (ROI) ของกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง มีค่าเท่ากับ 13.06% ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการลงทุนช่วยเสริมศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวาให้ผลตอบแทนทางเศรษฐกิจหรือกำไรสูงขึ้น เกิดรายได้เพิ่มขึ้นเฉลี่ยต่อปีจำนวน 18,250 บาท คิดเป็นรายได้เพิ่มขึ้น 81.11 %

การประเมินผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) ในโครงการวิจัยฯ ซึ่งมีการดำเนินงานของโครงการวิจัยจากการลงทุนทั้งสิ้น 231,884.36 บาท สามารถสร้างมูลค่าผลประโยชน์ทางสังคมจากการลงทุนจำนวน 683,067.11 บาท และเมื่อนำมาคำนวณผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) เทียบกับเงินลงทุนจำนวน 1 บาท จะได้ผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (SROI) =2.95 สามารถสรุปได้ว่า การลงทุน

ในโครงการวิจัยการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธงแบบมีส่วนร่วมตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี เป็นโครงการที่นำลงทุน

5.5 ถอดบทเรียนการดำเนินงานโครงการวิจัยฯ จากงานวิจัยสรุปแนวทางการดำเนินงานแบบ “ B-THONG Model ” ซึ่งประกอบด้วย 1) B : Bangsaothong – Cultural Business Connection (เครือข่ายธุรกิจ) 2) T : Technology (วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีและภูมิปัญญา 3) H : Heart (หัวใจร่วมอนุรักษ์เพื่อสืบสานงานศิลปหัตถกรรม) 4) O : Organization (การรวมตัวกันจัดเป็นกลุ่มองค์กร) 5) N : New Idea and Creative Thinking (ความคิดสร้างสรรค์) และ 6) G : Goal for Development of Cultural Product (เป้าหมายสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ทุนทางวัฒนธรรมของชุมชน)

5.6 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยในครั้งถัดไป การศึกษาวิจัยในครั้งถัดไปเพื่อเพิ่มศักยภาพในการประกอบของผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวและผู้ประกอบการหัตถกรรมจักสานผักตบชวา สามารถศึกษาในประเด็นต่อไปนี้

1. การจัดตั้งวิสาหกิจผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวและวิสาหกิจหัตถกรรมจักสานผักตบชวา เพื่อดำเนินงานธุรกิจหัตถกรรม พร้อมทั้งแนวทางการเสริมสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจ
2. การศึกษาเรื่องตลาดต่างประเทศสำหรับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา เพื่อการเผยแพร่สินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากภูมิปัญญาไทยสู่สากล ซึ่งจะเป็นการสืบสานภูมิปัญญางานศิลปหัตถกรรมของไทยและได้เผยแพร่ให้แก่ชาวต่างชาติได้รับรู้คุณค่าภูมิปัญญาการทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมของไทย

บรรณานุกรม

- เรณูมาศ กุละศิริมา. (2559). การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการร้านอาหาร/ภัตตาคารในเมืองพัทยา โดยกระบวนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านอาหาร. รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
- อนุสรณ์ สีนสะอาด. (2561). การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนกล้วยกวนกะทิสตแม่อุบล. รายงานการวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- นลินี ทองประเสริฐ. (2556). การเพิ่มศักยภาพวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมด้วยแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ใช้ทรัพย์สินทางวัฒนธรรมไทย : กรณีวิสาหกิจชุมชนประเภทผ้าและผลิตภัณฑ์จากผ้า. รายงานการวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ธวัชชัย บุญมี. (2555). การวิจัยและพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านสันทรายต้นกอก ตำบลฟ้าฮ่าม อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. รายงานการวิจัย. สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
- สฤณี อาชวานันทกุล และภัทราพร แยมลอบ (2560) คู่มือการประเมินผลลัพธ์ทางสังคมและผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย
- โชติกา ภิผล. (2506). “การประเมินผลตอบแทนทางสังคม (SROI)”. วารสารเศรษฐศาสตร์. 45 (4) : 343-353
- ศุภชัย เหมือนโพธิ์. (2561). “การพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการชุมชนตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์” วารสารศิลปการวิจัย. 10 (1) : 131-144
- อมาวาสี อัมพันศิริรัตน์, พิมพิมล วงศ์ไชยา. (2560) “การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม : ลักษณะสำคัญ และการประยุกต์ใช้ในชุมชน”. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. 36 (6) 192-202
- ฉัตร ผลนาค. (2017). อนุภาคนาโนซิงก์ออกไซด์กับการต้านเชื้อจุลินทรีย์ก่อโรค. *Thai Journal of Physics*, 34(3-4), 37-47
- Ghasemi, N., Seyfi, J., & Asadollahzadeh, M. J. (2018). Imparting superhydrophobic and antibacterial properties onto the cotton fabrics: synergistic effect of zinc oxide nanoparticles and octadecanethiol. *Cellulose*, 25(7), 4211-4222. doi:10.1007/s10570-018-1837-9
- Nourbakhsh, S., Montazer, M., & Khandaghabadi, Z. (2016). Zinc oxide nano particles coating on polyester fabric functionalized through alkali treatment. *Journal of Industrial Textiles*, 47(6), 1006-1023. doi:10.1177/1528083716657819
- Verbič, A., Gorjanc, M., & Simončič, B. (2019). Zinc Oxide for Functional Textile Coatings: Recent Advances. *Coa*

การสัมภาษณ์

ลุงประชุม เรื่องอ่วม. ชาวบ้านตำบลศิระชะระเข้ใหญ่ที่สามารถทำและเล่นว่าวจุฬา. สัมภาษณ์, 10 ธันวาคม 2564.

นายชาติชาย กลิ่นไสภณ. ชาวบ้านตำบลบางเสาธงที่สามารถทำและเล่นว่าวจุฬา. สัมภาษณ์, 5 กรกฎาคม 2564.

นายสมชาย เรื่องอ่วม. ชาวบ้านตำบลศิระชะระเข้ใหญ่ที่สามารถทำและเล่นว่าวจุฬา. สัมภาษณ์, 30 มกราคม 2565.

นายตี เทพทอง. ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมการเล่นว่าวในชุมชน. สัมภาษณ์, 12 เมษายน 2565.

เด็กหญิงวาสนา เทพทอง. เด็กหญิงที่เข้าร่วมกิจกรรม. สัมภาษณ์, 12 เมษายน 2565.

นายกฤตณัฐ ทองสุข. ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมการเล่นว่าวในชุมชน. สัมภาษณ์, 12 เมษายน. 2565.

สมลักษณ์ เขาวินสินธุ์. ผู้นำกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธง สัมภาษณ์, 16 มกราคม 2564

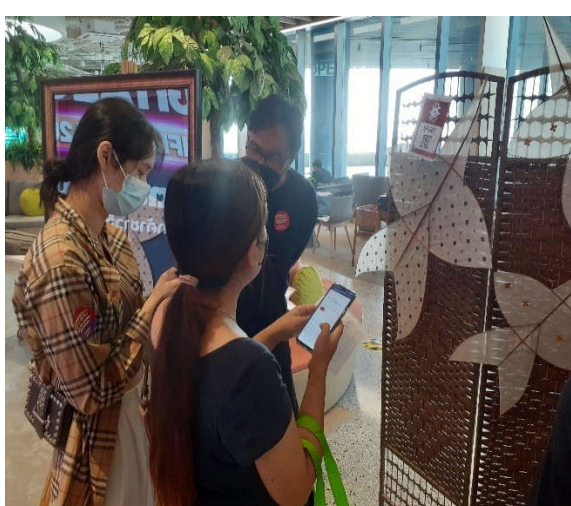
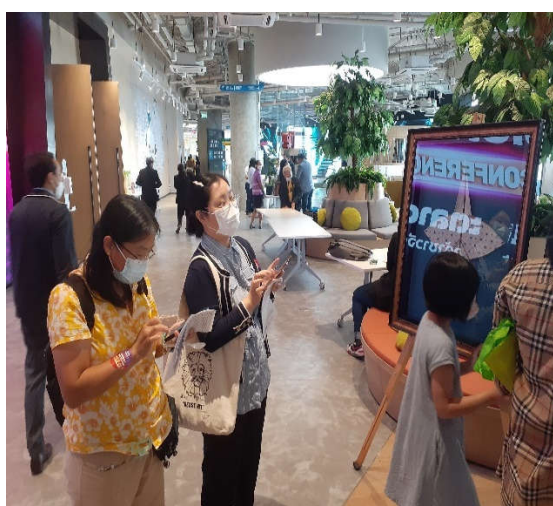
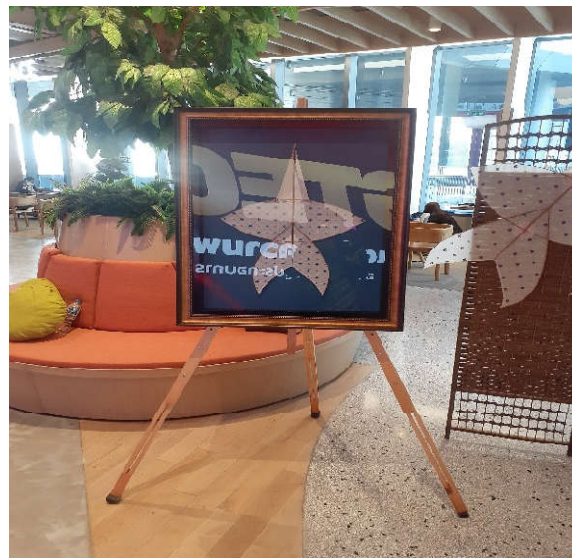
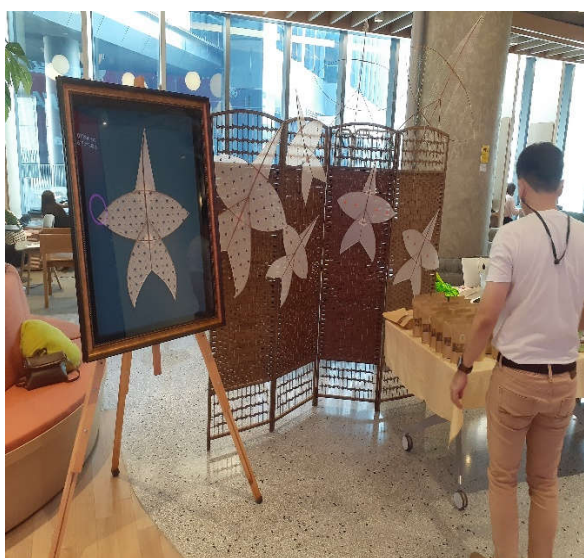
ภาคผนวก



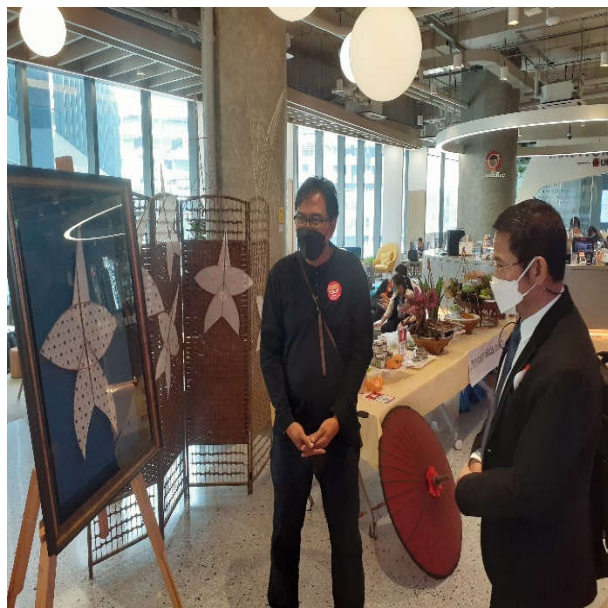
ภาพการสัมภาษณ์เก็บข้อมูลกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธง



ภาพสมาชิกกลุ่มหัตถกรรมสานสุขจักสานผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานที่ใส่แก้วเยติลายดอกแก้วและลายอื่นๆ



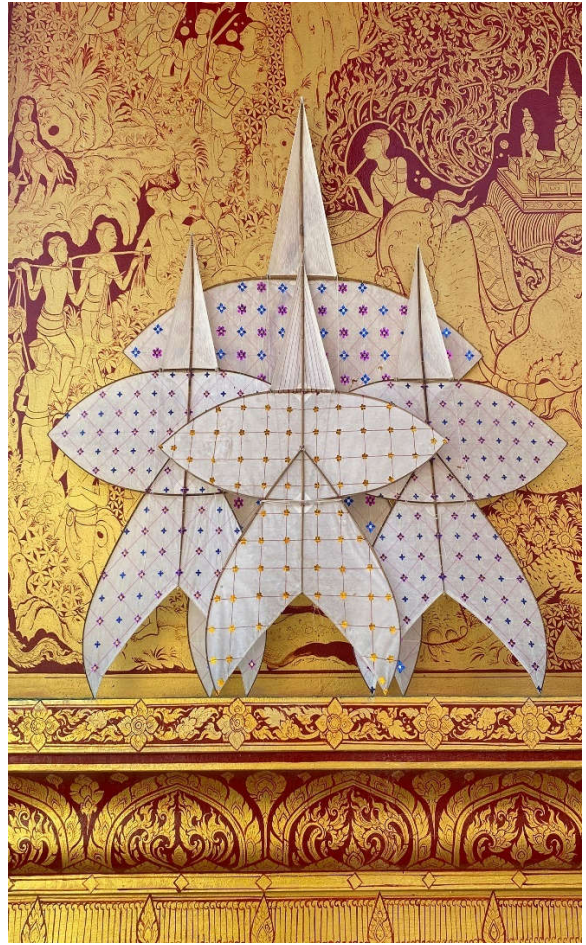
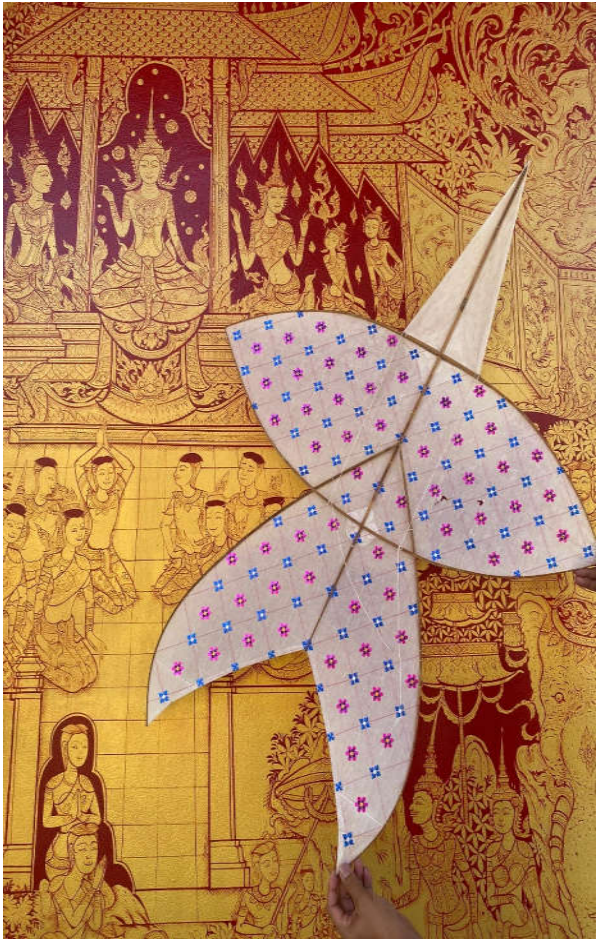
ภาพบรรยากาศในงาน “GTEC : DIGITAL CHINA CONFERENCE” ซึ่งจัด ณ อาคาร TRUE DIGITAL PARK สุขุมวิท กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2564 เวลา 8.00 -16.3 น.



ภาพบรรยากาศในงาน “GTEC : DIGITAL CHINA CONFERENCE” ซึ่งจัด ณ อาคาร TRUE DIGITAL PARK สุขุมวิท กรุงเทพฯ เมื่อวันที่ 21 ธันวาคม 2564 เวลา 8.00 -16.3 น.



ภาพกิจกรรมพัฒนาผู้ประกอบการ “แลกเปลี่ยนเรียนรู้เสริมศักยภาพการประกอบการหัตถกรรมว่าวและการจัดการการตลาดกับกลุ่มผู้ประกอบการหัตถกรรมว่าวไทยสมุทรสงคราม” เมื่อวันที่ 5 กุมภาพันธ์ 2565



ภาพผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวจุฬาของกลุ่มคนรัก(ษ์) ว่าวบางเสาธง



ภาพการออกบู๊ทของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธงและกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงในงานหมู่บ้านศีล



ภาพการจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน “การอบรมจักสานที่ใส่แก้วเยติ.”

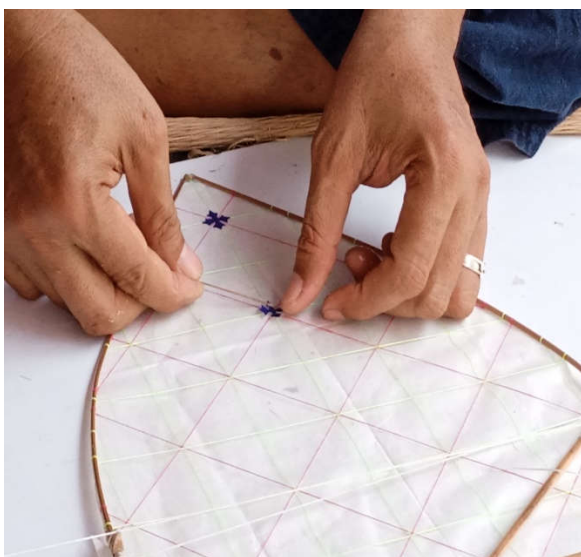


ภาพบรรยากาศการจัดกิจกรรมสอนทำวุ้นปีกเป่าให้แก่แก่นักเรียนโรงเรียนวัดบัวโรย



ภาพการถ่ายทำคลิปการทำว่ापักเป้าของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าบางเสาธง เพื่อนำไปเผยแพร่ในช่อง

Youtube Channel

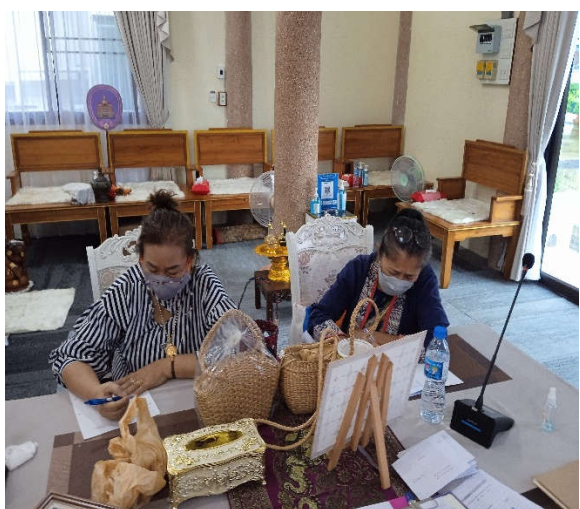


ภาพการถ่ายทำคลิปการทำว่าวจุฬาของกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง เพื่อนำไปเผยแพร่ในช่อง

Youtube Channel



ภาพการถ่ายทำคลิปการจักสานหัตถกรรมจักสานผักตบชวาของกลุ่มหัตถกรรมसानสุขบางเสาธง เพื่อนำไปเผยแพร่ในช่อง Youtube Channel : “ครบเครื่องเรื่องหัตถกรรมบางเสาธง”



ภาพบรรยากาศการจัดกิจกรรมอบรม “ การใช้การตลาดทำธุรกิจอย่างไรให้มีประสิทธิผลสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน

กำหนดการ

กิจกรรมการบรรยาย “ การใช้การตลาดทำธุรกิจอย่างไรให้มีประสิทธิผลสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน”

วันอังคารที่ 2 สิงหาคม 2565 เวลา 8.45 - 12.00 น.

ณ ห้องประชุมวัดบัวโรย

เวลา	กิจกรรม
8.45 - 09.00 น.	ลงทะเบียน
09.00 - 09.10น.	กล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วมฟังบรรยายหัวข้อ การใช้การตลาดทำธุรกิจอย่างไรให้มีประสิทธิผล โดย อ.เกษม พลายแก้ว
09.10 -10.45น.	บรรยายหัวข้อคือ การใช้การตลาดทำธุรกิจอย่างไรให้มีประสิทธิผลสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดย อ.สุเมษ เลิศเจริญพร
10.45 - 11.00 น.	พักรับประทานอาหารว่าง
11.00 - 12.00 น.	ผู้เข้าร่วมกิจกรรมร่วมกันวิเคราะห์เพื่อพัฒนาการตลาดสินค้าของผู้ประกอบการ แต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์โดย อ.สุเมษ เลิศเจริญพร
12.00-12.05 น.	สรุปกิจกรรม
12.05 น.	รับประทานอาหารกลางวัน

หมายเหตุ :

1. ผู้เข้าร่วมกิจกรรม โปรดนำผลิตภัณฑ์ที่จะทำการตลาดมาอย่างน้อยจำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ต่อกลุ่ม
2. ห้องประชุมของวัดบัวโรยอยู่ที่ชั้น 1 ของอาคารที่อยู่ด้านหลังกุฏิของเจ้าอาวาส

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อผลิตภัณฑ์

โครงการวิจัยการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาธงแบบมีส่วนร่วม

ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี

เกษม พลายแก้วและคณะ มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นเพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา ซึ่งโครงการวิจัยร่วมกับกลุ่มคนรัก(ษ์)ว่าวบางเสาธง และกลุ่มหัตถกรรมสานสุขบางเสาธงพัฒนาขึ้นโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อเป็นสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอบางเสาธงและสามารถตอบสนองต่อประโยชน์การใช้สอยของผู้บริโภค โดยแบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

ชื่อ-นามสกุล
หน่วยงาน.....
ตำแหน่ง

ตอนที่ 2 : ความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์จำนวน 7 ผลิตภัณฑ์

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นตามความคิดเห็นของท่าน โดยมีระดับความคิดเห็นดังต่อไปนี้

5 หมายถึง มีความเหมาะสมระดับดีมาก

4 หมายถึง มีความเหมาะสมระดับดี

3 หมายถึง มีความเหมาะสมระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีความเหมาะสมระดับน้อย

1 หมายถึง มีความเหมาะสมระดับน้อยมาก

1.ผลิตภัณฑ์ : ว่าวจุฬาย้อยส่วนในกรอบรูปสำหรับตั้งโต๊ะหรือประดับผนัง

ลำดับ	รายละเอียดการประเมิน	ระดับความคิดเห็น				
		5	4	3	2	1
1. ด้านประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์						
1.1	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะ รูปทรงเหมาะสมในการใช้ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของการใช้สอยของผลิตภัณฑ์					
1.2	การออกแบบผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์สอดคล้องกับการใช้งานหลักของผลิตภัณฑ์					
1.3	การใช้สอยผลิตภัณฑ์มีความสะดวกสบายและง่ายต่อการใช้					
1.4	ผลิตภัณฑ์สามารถตอบสนองต่อความต้องการใช้สอยของผู้บริโภค					
2. ด้านความสวยงามและความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น						
2.1	ผลิตภัณฑ์มีรูปลักษณะที่แสดงออกถึงการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบรูปทรง ลวดลาย กระบวนการผลิต โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในอำเภอบางเสาธง และสามารถใส่สอยได้ตรงตามวัตถุประสงค์หลักของการใช้สอย					
2.2	ผลิตภัณฑ์มีรูปทรง สมสัดส่วน เหมาะสมกับการใช้สอย					
2.3	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะรูปทรงที่สม่ำเสมอ ไม่บิดเบี้ยว ดูแล้วผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรง					
2.4	ผลิตภัณฑ์มีรูปลักษณะ ความประณีต สี สัน ลวดลาย สวยงาม					
2.5	ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในท้องถิ่นอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ					
3. ด้านความคงทนแข็งแรงในการใช้งาน						
3.1	ผลิตภัณฑ์มีลักษณะของการผลิต การประกอบ การยึดติดของส่วนประกอบต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์อย่างกลมกลืนเหมาะสม					
3.2	ผลิตภัณฑ์มีความแข็งแรงทนทานต่อการใช้งานในสภาพแวดล้อมตามปกติ					
3.3	การดูแล บำรุงรักษาผลิตภัณฑ์สามารถทำได้อย่างสะดวกและไม่ยุ่งยาก					

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

โครงการวิจัยการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการหัตถกรรมในอำเภอบางเสาะงแบบมีส่วนร่วม

ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเทคโนโลยี

คำชี้แจง 1. แบบสอบถามนี้ คณะผู้วิจัยของมหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติจัดทำขึ้นเพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ที่พัฒนาขึ้นโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มหัตถกรรมว่าวและกลุ่มหัตถกรรมจักสานผักตบชวาในอำเภอบางเสาะง

2. ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม จะนำไปวิเคราะห์สรุปภาพรวมและเก็บเป็นความลับ ขอให้ท่านตอบแบบสอบถามตามสภาพความเป็นจริง

3.แบบสอบถามแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา ที่พัฒนาขึ้นใหม่โดยใช้ภูมิปัญญาในท้องถิ่นอำเภอบางเสาะง จังหวัดสมุทรปราการ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม

(โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่อง ที่ตรงกับข้อมูลของท่าน)

1.1 เพศ ชาย หญิง

1.2 อายุ ต่ำกว่า 15 ปี 15 - 20 ปี 21 - 30 ปี
 31 - 40 ปี 41 - 50 ปี 51 - 60 ปี
 61 - 70 ปี 71 - 80 ปี มากกว่า 81 ปี

1.3 สถานภาพ โสด สมรส ม้าย/หย่าร้าง

1.4 ระดับการศึกษา ต่ำกว่า ม.6 ม.6/ปวช. ปวส. /อนุปริญญา
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี อื่นๆ

1.5 ประกอบอาชีพ รับราชการ บริษัทเอกชน เกษตรกร
 เจ้าของกิจการ อาชีพอิสระ แม่บ้าน
 นักเรียน/นักศึกษา ว่างาน อื่นๆ

1.6 รายได้ต่อเดือน ไม่มีรายได้ ต่ำกว่า 15,000 บาท 15,000 – 20,000 บาท
 20,001 – 30,000 บาท 30,001 – 40,000 บาท มากกว่า 40,000 บาท

1.7 ท่านเคยซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวหรือไม่ เคยซื้อ ไม่เคยซื้อ

1.8 ท่านเคยซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวาหรือไม่ เคยซื้อ ไม่เคยซื้อ

ข้อมูลของผลิตภัณฑ์จำนวน 7 ผลิตภัณฑ์ (ผลิตภัณฑ์ว่าว 4 ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานผักตบชวา 3 ผลิตภัณฑ์)

ผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์
<p>1.1 ว่าวจุฬาย้อยส่วนในกรอบรูป ; ผลิตโดยใช้ภูมิปัญญาการทำว่าวจุฬา ใช้ประดับแขวนผนังหรือตั้งโต๊ะ</p> 	<p>1.4 ตุ้งไม้ไผ่ลวดลายของว่าวจุฬา ใช้ภูมิปัญญาการทำว่าวพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ตุ้งไม้ไผ่ใช้สำหรับประดับ</p> 
<p>ผลิตโดยใช้ภูมิปัญญาการทำว่าวจุฬาแบบย้อยส่วน นำมาประดับกับภาพจิตรกรรมวิหารหลวงพ่โต วัดกระเซใหญ่</p> 	<p>2.1 ที่ใส่แก้วเยติจักสานผักตบชวา ผลิตโดยใช้ภูมิปัญญาการจักสานผักตบชวา</p> 
<p>ภาพประดับลวดลายของว่าวจุฬา ใช้เทคนิคการผลิตจากภูมิปัญญาการทำลวดลายของว่าว</p> 	
	<p>2.3 กระเป๋าสะพายสุภาพสตรีลวดลายเม็ดแตง</p> 

_____ แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมว่าวและหัตถกรรมจักสานผักตบชวาที่พัฒนาขึ้นมาใหม่โดยใช้ภูมิปัญญาในท้องถิ่นอำเภอบางเสาธง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 7 ผลิตภัณฑ์
โปรดทำเครื่องหมาย✓ ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

ลำดับ	รายการ	ระดับความคิดเห็น				
		มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1) ด้านผลิตภัณฑ์						
1.1) ว่าวจุฬาย้อยส่วนในกรอบรูป						
1.1-1	ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม มีความประณีต					
1.1-2	ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้					
1.1-3	ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในท้องถิ่นอำเภอ บางเสาธง สมุทรปราการ					
1.1-4	ความพึงพอใจต่อภาพรวมของผลิตภัณฑ์					
1.2) ว่าวจุฬาย้อยส่วนบนภาพจิตรกรรมพระมาลัย						
1.2-1	ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม มีความประณีต					
1.2-2	ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้					
1.2-3	ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในท้องถิ่นบางเสาธง					
1.2-4	ความพึงพอใจต่อภาพรวมของผลิตภัณฑ์					
1.3) ภาพประดับลวดลายของว่าวจุฬา						
1.3-1	ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม มีความประณีต					
1.3-2	ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้					
1.3-3	ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในท้องถิ่นบางเสาธง					
1.3-4	ความพึงพอใจต่อภาพรวมของผลิตภัณฑ์					
1.4) ตุ้งไม้ใฝ่ลวดลายของว่าวจุฬา						
1.4-1	ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม มีความประณีต					
1.4-2	ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้					
1.4-3	ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในท้องถิ่นบางเสาธง					
1.4-4	ความพึงพอใจต่อภาพรวมของผลิตภัณฑ์					
1.5) ที่ใส่แก้วเยติจักสานผักตบชวา						
1.5-1	ผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม มีความประณีต					
1.5-2	ผลิตภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในชีวิตประจำวันได้					
1.5-3	ผลิตภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้าหัตถกรรมในบางเสาธง					
1.5-4	ความพึงพอใจต่อภาพรวมของผลิตภัณฑ์					

