



รายงานฉบับสมบูรณ์

กิจกรรมส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพ

การผลิตและเศรษฐกิจชุมชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน

Building Community Enterprise: BCE

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครื่อง Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยว
จังหวัดลำปาง (ปีที่ 2)

ดำเนินงานโดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร และคณะ

มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ

เสนอต่อ

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

รหัสโครงการ 6522



รายงานฉบับสมบูรณ์

กิจกรรมส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเพื่อเพิ่มศักยภาพ

การผลิตและเศรษฐกิจชุมชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน

Building Community Enterprise: BCE

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากครึ่งสู่ Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยว
จังหวัดลำปาง (ปีที่ 2)

ดำเนินงานโดย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร

รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพร จันทน์ฉาย

ดร.เกศินี วีรศิลป์

ดร.นิติกาญจน์ นาคประสม

ดร.อำนวยการ ใหญ่ยิ่ง

มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ

เสนอต่อ

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

กิตติกรรมประกาศ

แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise : BCE) จัดทำขึ้นเพื่อให้ นักวิจัยนำความรู้ด้าน วัฒน. และการบริหารจัดการ การตลาด ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและ วางรากฐานทางเศรษฐกิจ (P.10) ให้กับผู้ประกอบการชุมชน ทั้งนี้ แพลตฟอร์ม BCE มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้า (Product) และบริการ (Service) ตลอดห่วงโซ่คุณค่า (ต้นทาง กลางทาง ปลายทาง) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ บริการด้วยการต่อยอดภูมิปัญญา นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน (Quality & Standard) มี กระบวนการในการช่วยผู้ประกอบการในการจัดทำโมเดลธุรกิจ (Business model) และแผนธุรกิจ (Business plan) ที่ชัดเจนตอบโจทย์ทั้งตลาดออฟไลน์และออนไลน์ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน ให้กับสินค้าและบริการของธุรกิจชุมชนและส่งเสริมวิถีคิดและการดำเนินธุรกิจในรูปแบบของธุรกิจเพื่อชุมชน (Business for Community) หรือธุรกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise) ได้ในอนาคต

คณะผู้ดำเนินโครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากครั้งสู่ Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยว จังหวัดลำปาง (ปีที่ 2) ได้นำองค์ความรู้ ผลงานวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมไป ถ่ายทอดสู่ชุมชนและผู้ประกอบการ มีการดำเนินงานโครงการ 5 กิจกรรม ได้แก่

- 1) กิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าย้อมสีจากครั้ง
- 2) กิจกรรมอบรมความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล
- 3) กิจกรรมการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์
- 4) กิจกรรมการบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม
- 5) การจัดเก็บข้อมูล ติดตามประเมินผลการนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์

การดำเนินงานที่ผ่านมาไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิต เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย ตลอดจนการพัฒนาคน เพื่อสร้างการเป็นวิทยากรชุมชน ทำให้เกิดการพัฒนชุมชนอย่างยั่งยืนภายใต้แนวคิดธุรกิจเพื่อสังคม ขอขอบคุณ กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่สนับสนุนงบประมาณ หน่วยงานภาครัฐในท้องถิ่น เช่น สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง, ททท. สำนักงานลำปาง, องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านดง ที่ร่วมเป็น เครือข่ายในการถ่ายทอดองค์ความรู้ ตลอดจนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ การไฟฟ้าฝ่ายผลิต (กฟผ.) อำเภอบางแก้ว จังหวัดลำปาง คลินิกเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติที่อำนวยความสะดวกในการ ดำเนินงานการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

คณะผู้ดำเนินโครงการ

กันยายน 2569

ชื่อโครงการแพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน:	การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากครั้งสู่ Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง
หน่วยงานสนับสนุน:	กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
คณะผู้ดำเนินโครงการ:	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร หัวหน้าโครงการ รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพร จันทรฉาย ผู้ร่วมโครงการ ดร.เกศินี วีรศิลป์ ผู้ร่วมโครงการ ดร.นิติกาญจน์ นาคประสม ผู้ร่วมโครงการ ดร.อานวยพร ไหญ่ยิ่ง ผู้ร่วมโครงการ
คลินิกเทคโนโลยี	มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ
ประจำปีงบประมาณ	2569 รหัสโครงการ 6522

บทคัดย่อ

โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากครั้งสู่ Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยว จังหวัดลำปาง เพื่อเพิ่มศักยภาพการท่องเที่ยวและบริการ นำองค์ความรู้ ผลงานวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมไปถ่ายทอดสู่ชุมชนและผู้ประกอบการ มีการดำเนินงานถ่ายทอดเทคโนโลยี 5 กิจกรรม ได้แก่ 1) เทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าย้อมสีจากครั้ง 2) การสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล 3) การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์ 4) การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม และ 5) การจัดเก็บข้อมูล ติดตาม ประเมินผลการนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์

ผลการดำเนินงาน พบว่า ผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี จำนวน 30 คน เทคโนโลยีที่ถ่ายทอด จำนวน 4 เรื่อง สร้างวิทยากรชุมชน จำนวน 3 คน ผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการพัฒนา/ต่อยอด จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1. เสื้อผู้ชายแขนยาว 2. เสื้อกุยเฮง 3. เสื้อซาฟารีคอจีน 4. เสื้อกระดุมหน้า 5. เสื้อยืดมัดย้อมตกแต่งด้วยตุ๊กตา และ 6. พวงกุญแจรูปสัตว์จากผ้าย้อมครั้ง ความพึงพอใจต่อหลักสูตรภาพรวมร้อยละ 96.0 จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีไปปรับใช้ประโยชน์ 15 คน สัดส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจเท่ากับ 1.75 เท่า ได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 2 มาตรฐาน ได้แก่ (1) มผช.ผ้ามัดย้อม เลขที่ 52/2557 รับรองเมื่อ 20 กรกฎาคม 2569 (2) มผช.ผ้าพิมพ์ลายจากพืช เลขที่ 1662/2565 รับรองเมื่อ 20 กรกฎาคม 2569 ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ พบว่า มูลค่าทางเศรษฐกิจจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นเท่ากับ 9,891 บาทต่อเดือน มีผลตอบแทนโครงการ 1.75 เท่าของเงินที่ลงทุนในโครงการ ผลกระทบเชิงสังคมการเสริมสร้างความเข้มแข็งในชุมชน สร้างความร่วมมือในชุมชน การสร้างงานและโอกาสในชุมชน การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม การใช้สัทธิธรรมชาติช่วยลดมลพิษจากการย้อมสีสังเคราะห์ การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	ก
บทคัดย่อ	ข
สารบัญ	ค
สารบัญตาราง	จ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1. ชื่อหน่วยงาน	1
2. ชื่อโครงการ	1
3. ห่วงโซ่คุณค่า	1
4. รายชื่อผู้รับผิดชอบโครงการและผู้ร่วมโครงการ	2
5. ลักษณะโครงการ	3
6. หลักการและเหตุผล	3
7. วัตถุประสงค์	21
8. กลุ่มเป้าหมาย	21
9. ระยะเวลาดำเนินการ	21
10. ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)	22
11. แผนธุรกิจชุมชนหรือโมเดลธุรกิจ	23
12. แผนการดำเนินงาน (Gantt Chart)	24
13. ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ	29
14. หน่วยงานสนับสนุน	30
15. ผลกระทบ	31
16. งบประมาณขอรับการสนับสนุน	33
17. การรายงานความก้าวหน้าติดตามและประเมินผล	35
18. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ	35
19. แบบสำรวจข้อมูลความต้องการผู้ประกอบการ	36
บทที่ 2 ผลการดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยี	38
2.1 แผนการดำเนินงานของโครงการ	38
2.2 สรุปขั้นตอนการดำเนินงานตามแผนของแต่ละกิจกรรมที่กำหนด	39
กิจกรรมที่ 1 ถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	41

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
กิจกรรมที่ 2 อบรมความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล	46
กิจกรรมที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนการตลาดดิจิทัล และสำรวจเส้นทาง ท่องเที่ยวชุมชน	56
กิจกรรมที่ 4 การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม	82
กิจกรรมที่ 5 การลงพื้นที่ จัดเก็บข้อมูล ติดตามประเมินผลการนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์	85
2.3 การประเมินผลการดำเนินกิจกรรมของโครงการ	88
บทที่ 3 สรุปผลการดำเนินโครงการ	101
3.1 สรุปผลการดำเนินงานตามค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัดของโครงการในภาพรวมปีงบประมาณ	101
3.2 การประเมินผลกระทบจากการดำเนินโครงการ	103
3.3 สรุปผลการใช้จ่ายงบประมาณตามรายการกิจกรรมที่ระบุไว้ในข้อเสนอโครงการ	106
บทที่ 4 ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ	107
ปัญหาและอุปสรรค	107
ข้อเสนอแนะ	107
ภาคผนวก	108
ข้อมูลการนำไปใช้ประโยชน์	109
แบบประเมินผลกิจกรรม	110
แบบวัดความพึงพอใจผู้รับบริการภายใต้โครงการส่งเสริมการนำ วทน. เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิต และเศรษฐกิจชุมชน	112
แบบลงทะเบียนผู้เข้าร่วมโครงการ	113

สารบัญตาราง

		หน้า
ตาราง 2.1	แผนการดำเนินงานโครงการ	38
ตาราง 2.2	สถานะการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม	39
ตาราง 2.3	ผลผลิตจากการดำเนินงานกิจกรรมการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์	42
ตาราง 2.4	กลยุทธ์เนื้อหา 5 รูปแบบ	47
ตาราง 2.5	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค จุดขายสำคัญ กลุ่มนักท่องเที่ยว และ Persona	58
ตาราง 2.6	แผนการตลาดภาพรวมตามกลยุทธ์ 7Ps	62
ตาราง 2.7	เป้าหมายทางการตลาด	63
ตาราง 2.8	การกำหนดกลุ่มตลาดและผลิตภัณฑ์เพื่อทำการตลาด	64
ตาราง 2.9	ผลิตภัณฑ์ปี 2568: แบ่งตามเทคนิคการผลิต 4 กลุ่ม	65
ตาราง 2.10	ผลิตภัณฑ์ปี 2569 สินค้าเฉพาะกลุ่ม 6 ผลิตภัณฑ์	67
ตาราง 2.11	กำหนดราคาผ้า Eco print	73
ตาราง 2.12	ฐานในการคิดต้นทุนเพื่อกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ใหม่ ปี 2569	74
ตาราง 2.13	คำนวณเสื้อผ้ารีไซเคิลเงินกรณีขายราคา 1,500 บาท	75
ตาราง 2.14	เปรียบเทียบตามช่องทางการจัดจำหน่าย	75
ตาราง 2.15	วิธีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับสินค้าและระดับกลุ่มผลิตภัณฑ์	77
ตาราง 2.16	ผลความพึงพอใจและการปรับปรุงหลักสูตรของผู้รับบริการกิจกรรมที่ 1	88
ตาราง 2.17	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามการคาดหวังว่าสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ กิจกรรมที่ 1	89
ตาราง 2.18	แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามการคาดหวังรายได้ที่เพิ่มขึ้นกิจกรรมที่ 1	89
ตาราง 2.19	ผลความพึงพอใจและการปรับปรุงหลักสูตรของผู้รับบริการกิจกรรมที่ 2	90
ตาราง 2.20	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามการคาดหวังว่าสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ กิจกรรมที่ 2	91
ตาราง 2.21	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามการคาดหวังรายได้ที่เพิ่มขึ้นกิจกรรมที่ 2	91
ตาราง 2.22	ผลความพึงพอใจและการปรับปรุงหลักสูตรของผู้รับบริการกิจกรรมที่ 3	92
ตาราง 2.23	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามการคาดหวังว่าสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ กิจกรรมที่ 3	92
ตาราง 2.24	จำนวนและร้อยละ จำแนกตามการคาดหวังรายได้ที่เพิ่มขึ้นกิจกรรมที่ 3	93
ตาราง 2.25	ผลความพึงพอใจและการปรับปรุงหลักสูตรของผู้รับบริการกิจกรรมที่ 4	93

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพ 2.1	การออกแบบแพทเทิร์น
ภาพ 2.2	การตัดเย็บและการอัดกา
ภาพ 2.3	ผลิตภัณฑ์เสื้อผู้หญิง
ภาพ 2.4	เสื้อกุยเฮง
ภาพ 2.5	เสื้อกระดุมหน้าคอกลม เสื้อผู้ชายแขนยาว และ เสื้อชาฟารี
ภาพ 2.6	พวงกุญแจรูปสัตว์จากผ้าย้อมครั้งและ เสื้อยืดย้อมตกแต่งด้วยตุ๊กตา ugly doll
ภาพ 2.7	สื่อรูปภาพที่ออกแบบโดยใช้ AI ในการตกแต่งองค์ประกอบภาพ
ภาพ 2.8	Content ภูมิปัญญาและสืธรรมชาติ
ภาพ 2.9	Content ผลิตภัณฑ์และการใช้งาน
ภาพ 2.10	สื่อภาพเสื้อกุยเฮงผ้าครั้ง+คราม
ภาพ 2.11	สื่อรูปภาพแสดงถึงแพทเทิร์นและกระบวนการทำผลิตภัณฑ์
ภาพ 2.12	สื่อรูปภาพแสดงเสื้อคลุมแขนยาวสำหรับผู้ชาย
ภาพ 2.13	สื่อภาพเสื้อคอจีนและกระบวนการสร้างสรรค์
ภาพ 2.14	สื่อต่าง ๆ ที่นำไปลงโพสในแฟนเพจ
ภาพ 2.15	การออกงานจัดแสดงสินค้าและการนำเสนอผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย
ภาพ 2.16	การนำเสนอผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย
ภาพ 2.17	การลงทะเบียนและรายงานผลการดำเนินงานให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรับฟัง
ภาพ 2.18	ทพท.สำนักงานลำปางรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง
ภาพ 2.19	โปรแกรมเส้นทาง 1 Persona นักท่องเที่ยวสายคราฟต์และวัฒนธรรม
ภาพ 2.20	โปรแกรมเส้นทาง 2 Persona นักสะสมงานคราฟต์
ภาพ 2.21	โปรแกรมเส้นทาง 3 Persona นักท่องเที่ยวสายเกษตรสร้างสรรค์
ภาพ 2.22	โปรแกรมเส้นทาง 1 เทียว 2 วัน Persona ผู้เรียนรู้งานคราฟต์เชิงลึก
ภาพ 2.23	โปรแกรมเส้นทาง 1 เทียว 2 วัน Persona นักสำรวจวิถีชุมชน
ภาพ 2.24	กลยุทธ์การตลาด 7P's
ภาพ 2.25	Persona ผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มของปี 2568
ภาพ 2.26	Persona ผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มของปี 2569
ภาพ 2.27	การออกแบบตรายี่ห้อฝ้ายมัดย้อม
ภาพ 2.28	แสดงการออกแบบตรายี่ห้อ
ภาพ 2.29	ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์และป้ายแท็กของผลิตภัณฑ์

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพ 2.30	มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้ามัดย้อม และผ้าพิมพ์ลายจากพืช 72
ภาพ 2.31	ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม 78
ภาพ 2.32	แฟนเพจ ผ้ามัดย้อม 78
ภาพ 2.33	ถ้าป่าสักทุ่งคัสถาน 79
ภาพ 2.34	แม่เมาะเพชรเกษตรแนวตั้ง 81
ภาพ 2.35	วัด ร้านอาหาร ที่พัก และหลงเขา 81
ภาพ 2.36	ผลิตภัณฑ์จักสานแหล่งเรียนรู้ชุมชน 82
ภาพ 2.37	การประชุมเพื่อวางแผนออกแบบโครงสร้างโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม 82
ภาพ 2.38	โครงสร้างวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝาย 84
ภาพ 2.39	วัตถุประสงค์การดำเนินงานที่ปรับปรุงให้เข้าสู่โมเดลธุรกิจเพื่อสังคม 84
ภาพ 2.40	การลงพื้นที่ประสานงานโครงการ ครั้งที่ 1 วันที่ 24 มีนาคม 2569 85
ภาพ 2.41	การลงพื้นที่ประสานงานโครงการ ครั้งที่ 2 วันที่ 27-28 เมษายน 2569 85
ภาพ 2.42	การลงพื้นที่ประสานงานโครงการ ครั้งที่ 3 วันที่ 7 เมษายน 2569 86
ภาพ 2.43	การติดตามประเมินผลผ่าน Line group 86
ภาพ 2.44	การติดตามผลการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่าน Line group 87
ภาพ 2.45	การติดตามผลยอดขายผลิตภัณฑ์ผ่าน Line group 87

บทที่ 1

แบบฟอร์ม

2

5

6

9

**คลินิก
เทคโนโลยี**

**ข้อเสนอโครงการเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ
การส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน**

แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน
Building Community Enterprise : BCE




แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise : BCE) จัดทำขึ้นเพื่อให้หน่วยงานความรู้ด้าน วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และ การบริหารจัดการ การตลาด ยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและวางรากฐานทางเศรษฐกิจให้กับผู้ประกอบการชุมชน ทั้งนี้ แพลตฟอร์ม BCE มุ่งเน้นการพัฒนาสินค้า(Product) และบริการ(Service) ตลอดห่วงโซ่คุณค่า(ต้นทาง กลางทาง ปลายทาง) มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการด้วยการต่อยอดภูมิปัญญา นำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐาน(Quality & Standard) มีกระบวนการ ในการช่วยผู้ประกอบการในการจัดทำโมเดลธุรกิจ(Business model) และแผนธุรกิจ(Business plan) ที่ชัดเจนตอบโจทย์ทั้งตลาดออฟไลน์ และออนไลน์ ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้กับสินค้าและบริการของธุรกิจชุมชนและส่งเสริมวิสาหกิจและการ ดำเนินธุรกิจในรูปแบบของธุรกิจเพื่อชุมชน(Business for Community) หรือธุรกิจเพื่อสังคม(Social Enterprise) ได้อย่างมั่นคง

ปีที่	ขั้นตอนการพัฒนา/แนวทางเบื้องต้น		
	มาตรฐาน	โมเดลธุรกิจ	ธุรกิจเพื่อสังคม
๑	การให้ความรู้/เทคโนโลยี เพื่อเตรียมความพร้อมในการขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น GMP อย. มผช.	การให้ความรู้/เทคโนโลยี เพื่อนำไปออกแบบโมเดลธุรกิจ	การให้ความรู้/เทคโนโลยี เพื่อเตรียมความพร้อมในการออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม
๒	การยื่นขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ และ ได้รับการรับรองมาตรฐาน	การนำโมเดลธุรกิจที่ออกแบบไว้แล้ว มาใช้ในการขายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออนไลน์และออนไลน์	การออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม มาใช้ดำเนินการในชุมชน และปรับปรุงให้เหมาะสมกับธุรกิจ และบริบทของพื้นที่
๓	การนำผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน ไปจำหน่ายออกสู่เชิงพาณิชย์	การปรับปรุงโมเดลธุรกิจให้เหมาะสมกับธุรกิจ และนำไปใช้ประโยชน์ ในการขายสินค้าและบริการ	การนำโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม มาใช้ในการส่งเสริมการดำเนินงานของธุรกิจ เพื่อพัฒนาไปสู่การเป็นธุรกิจเพื่อสังคม และติดตามผลการนำไปใช้

☐ โครงการใหม่

☒ โครงการต่อเนื่องปีที่ 2

☐ โครงการต่อเนื่องปีที่ 3

1. ชื่อหน่วยงาน : มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ

2. ชื่อโครงการ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากครั้งสู่ Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง

ชื่อโครงการควรสั้น กระชับ บ่งบอก วัตถุประสงค์ และ กลุ่มที่จะดำเนินการเพื่อไปพัฒนาผู้ประกอบการ

3. ห่วงโซ่คุณค่า (Value chain) : สิ่งทอภาคเหนือ 02 Textile

ระบุห่วงโซ่คุณค่าที่สอดคล้องกับภาค

4. รายชื่อผู้รับผิดชอบโครงการและผู้ร่วมโครงการ

รายชื่อผู้ร่วมโครงการ ระบุชื่อ นามสกุล ตำแหน่ง เบอร์โทร อีเมล	หน้าที่รับผิดชอบ ในโครงการ ¹	องค์ความรู้/เทคโนโลยี/ นวัตกรรมที่รับผิดชอบใน โครงการ	ประสบการณ์ทำงานที่เกี่ยวข้องกับ โครงการ ²
1. ผศ.ดร. น้าฝน รักประยูร อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ โทรศัพท์มือถือ 093-2984491 Email: namfonrakprayoon@gmail.com	หัวหน้าโครงการ	- เป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ Eco print - การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้าและแผนการ ตลาด - แผนธุรกิจท่องเที่ยวและ ตลาดออนไลน์ - การทำสื่อเพื่อสร้างการ รับรู้ทางการตลาด	-โครงการ BCE: Eco.print.Ecotourism ชุมชนป่าแล่วหลวง อำเภอสันติสุข จังหวัดน่าน -โครงการ SCI หมู่บ้านผ้าทอมือได้อ้อย บ้านถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ -โครงการ BCE การพัฒนาผลิตภัณฑ์ แปรรูปจากลำไยเพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจ หมู่บ้านดีดีใหม่ ตำบลเชียงคาน อำเภ เชียงกลาง จังหวัดน่าน
2. รศ.ดร.ณัฐพร จันทรฉาย ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชา เทคโนโลยีชีวภาพทางอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ โทรศัพท์เคลื่อนที่ 065-029-4151 e-mail; uttapornchanchay@gmail.com	ผู้ร่วมโครงการ	- เป็นผู้ถ่ายทอดเทคโนโลยี การทำสีธรรมชาติและ ผลิตภัณฑ์ Eco print จากสี ธรรมชาติ - การให้ความรู้สู่การขอ รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ มผช.	- โครงการ SCI หมู่บ้านผ้าทอมือได้อ้อย บ้านถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ -โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ตาม หลักการ BEDO's Concept และสรรหา ชุมชนใหม่ : กลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมสี ธรรมชาติ ผ้า และงานฝีมือ
3. ดร.นิติกาญจน์ นาคประสม ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ โทรศัพท์เคลื่อนที่ 099-541-6323 E-mail: nakprosom07@gmail.com	ผู้ร่วมโครงการ	-กฎหมายพาณิชย์ อิเล็กทรอนิกส์ -การขอมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์	-โครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการ ภาคเหนือตอนบนสู่ Startup ด้วย Product Champion
4. ดร. เกศินี วีระศิลป์ ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ โทรศัพท์เคลื่อนที่ 081-499-2904 E-mail: veerasilpa411@gmail.com, kesinee@mju.ac.th	ผู้ร่วมโครงการ	-การบริหารจัดการ วิสาหกิจชุมชนธุรกิจเพื่อ สังคม (Social Enterprise).	-โครงการบ่มเพาะผู้ประกอบการ ภาคเหนือตอนบนสู่ Startup ด้วย Product Champion
5. ดร.อานวยพร ใหญ่ยิ่ง ตำแหน่ง อาจารย์ประจำสาขาวิชาพัฒนาการ ท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ โทรศัพท์เคลื่อนที่: 089-818-0577 E-mail: amnuayporn0577@gmail.com	ผู้ร่วมโครงการ	-การทำเส้นทางท่องเที่ยว และองค์ความรู้ด้านการ จัดกิจกรรมท่องเที่ยวใน ชุมชน	-โครงการหมู่บ้านโอโซนกายจิตวิถีชีวิตคน ต้นน้ำ -โครงการ

¹ หน้าที่ความรับผิดชอบ ได้แก่ หัวหน้าโครงการ ผู้ร่วมโครงการ ประธานกลุ่ม เจ้าหน้าที่รัฐ เจ้าหน้าที่ท้องถิ่น อื่น ๆ

² แนบประวัติแบบย่อ (การศึกษา ประสบการณ์ทำงาน งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง) ในส่วนที่เกี่ยวข้องกับบทบาทหน้าที่ในโครงการของผู้เข้าร่วมโครงการทุกคน

5. **ลักษณะโครงการ :** โปรดใส่เครื่องหมาย ✓ ใน ☐ ที่ต้องการและกรอกข้อมูลพร้อมหลักฐานตามที่ระบุ

- ☒ 5.1 เป็นโครงการที่กลุ่มเป้าหมายอยู่ในฐานข้อมูลแผนงานการให้บริการคำปรึกษาและข้อมูลเทคโนโลยี (ปีที่ให้คำปรึกษา.2.)
- ☐ 5.2 เป็นโครงการที่มีผู้ร่วมโครงการ ด้านผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด และแผนธุรกิจเข้าร่วมวางแผนธุรกิจชุมชน (ปรากฏในชื่อผู้เสนอโครงการและผู้ร่วมโครงการหรือแผนการดำเนินโครงการ)
- ☐ 5.3 เป็นโครงการต่อเนื่องที่เคยได้รับการสนับสนุนจากโครงการคลินิกหรือโครงการที่เคยดำเนินการ มาแล้วจากแหล่งทุนอื่น (ปีที่ดำเนินการ.....)
- ☞ *แนบผลการดำเนินงานและผลสำเร็จที่ผ่านมาประกอบด้วย*
- ☐ 5.4 เป็นโครงการใหม่ (ไม่เคยดำเนินการหรือรับงบประมาณจากแหล่งใด) โดยเป็นโครงการที่.....
- ☐ 1) เป็นความต้องการของชุมชน (เกษตรกร แม่บ้านเป็นรายบุคคลหรือเป็นกลุ่ม หรือ วิสาหกิจชุมชน หรือ SMEs โดยได้แนบหลักฐานตามแบบสำรวจความต้องการ (แบบสำรวจข้อมูลความต้องการเทคโนโลยี)
- ☐ 2) มาจากสมาชิกอาสาสมัครวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (โปรดระบุชื่อนัก) โดยได้แนบหนังสือขอความช่วยเหลือทางวิชาการ (แบบหนังสือขอความช่วยเหลือทางวิชาการหรือเทคโนโลยี)
- ☐ 3) กลุ่มเป้าหมายมาจากสมาชิกของกองทุนหมู่บ้าน (โปรดระบุชื่อนัก) โดยได้แนบหนังสือขอความช่วยเหลือทางวิชาการ (แบบหนังสือขอความช่วยเหลือทางวิชาการหรือเทคโนโลยี)
- ☐ 4) เป็นข้อเสนอความต้องการของ ☐ จังหวัด /ท้องถิ่น (ผ่านหน่วยปฏิบัติการเครือข่าย อว. ระดับภาค)
- ☐ 5.5 เป็นผลงานวิจัยและพัฒนาที่มีพร้อมในการนำมาดำเนินการจริงตามแผนธุรกิจชุมชน
- โปรดระบุแหล่งทุน.....ปีที่ได้รับทุน.....
- หมายเลขโทรศัพท์แหล่งทุน.....โดย ☐ ไม่เคยดำเนินการ
- ☐ เคยดำเนินการ ให้ระบุไว้ในข้อ 5.3

6. **หลักการและเหตุผล:**

จากข้อมูลของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปาง (2567) พบว่า อุตสาหกรรมในจังหวัดลำปาง ได้แก่ 1) กลุ่มอุตสาหกรรมโลหะ ได้แก่ อุตสาหกรรมผลิตปูนซีเมนต์ อุตสาหกรรมทำเครื่อง เคลือบดินเผาหรือเซรามิก ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมดั้งเดิมมีชื่อเสียงควบคู่กับจังหวัดลำปางมาเป็นระยะเวลานาน จนเป็นเอกลักษณ์ในนาม “ถ้วยขามตราไก่” 2) กลุ่มอุตสาหกรรมแปรรูปไม้และผลิตภัณฑ์จากไม้ อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์และเครื่องเรือน โดยเฉพาะไม้ไผ่ถือเป็นงานหัตถกรรมที่มีความเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง 3) กลุ่มอุตสาหกรรมเกษตร อาหาร และเครื่องดื่มที่สำคัญๆ ได้แก่ อุตสาหกรรมแปรรูป ผัก ผลไม้บรรจุกระป๋อง เช่น สับปะรด ลิ้นจี่ ลำไย เป็นต้น 4) กลุ่มอุตสาหกรรมพลังงานไฟฟ้า จังหวัดลำปางเป็นแหล่งผลิตไฟฟ้าจากพลังงาน ถ่านหินเหมืองแม่เมาะ การไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย (กฟผ.) นอกจากนี้ยังมีกลุ่มสินค้าพื้นเมือง คือ ผ้าทอมือ “ลายละกอนไส้หมู” ในบางหมู่บ้านที่ยังมีการทอผ้าด้วยกี่พื้นเมือง โดยใช้ฝ้ายที่ปลูกขึ้นเองแล้วนำมาย้อมสีธรรมชาติ พื้นที่ปลูกฝ้ายพันธุ์ดีอยู่ที่อำเภอแจ้ห่ม บ้านทุ่งกวาว อำเภอเมืองปาน ซึ่งในพื้นที่ดังกล่าวนิยมทอเป็นผ้าลายยก และยังมีสินค้าที่เป็นของฝากของที่ระลึก ได้แก่ กระดาษสาและของชำร่วยอื่น ๆ จากข้อมูลของสำนักพาณิชย์จังหวัดลำปาง แสดงให้เห็นว่าลำปางมีชื่อเสียงในหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นอุตสาหกรรมเครื่องปั้นดินเผา “ถ้วยขามตราไก่” หรืออุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ไม้ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น แต่ในปัจจุบันจังหวัดลำปางยังมีอุตสาหกรรมที่น่าสนใจอีกหนึ่งอย่างคือ การผลิตผ้าย้อมสีธรรมชาติจาก “ครั่ง” ซึ่งเป็นทรัพยากรท้องถิ่นที่มีศักยภาพในการยกระดับเศรษฐกิจและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน โดยสีอัตลักษณ์ลำปาง

ได้แก่ สีแดงครั่งและสีเขียวมะกอก เป็นสีที่นิยมใช้บนผืนผ้าของจังหวัดลำปางมาตั้งแต่อดีต เนื่องจากจังหวัดลำปางเป็นแหล่งปลูกครั่งมากที่สุดในประเทศไทย และจังหวัดลำปางมีดินจากภูเขาไฟแฝด คือ ภูเขาไฟดอยผาคอก-จำปาแดด และผาคอก-หินฟู ซึ่งไม่เหมือนที่ใดในประเทศไทย



ที่มา: <https://lampang.moc.go.th/th/content/page/index/id/1055>

ครั่ง (อังกฤษ: En:Lac) คือ แมลงจำพวกเพลี้ยหลายชนิดที่อยู่ในวงศ์ Lacciferidae ถือว่าเป็นแมลงที่เป็นศัตรูต่อพืชตามธรรมชาติ ที่จะใช้วงปากเจาะเพื่อดูดน้ำเลี้ยงของต้นไม้ ประเภทไม้เนื้อแข็ง แต่ว่ากลับเป็นแมลงที่มีประโยชน์ต่อมนุษย์เป็นอย่างมากนับจากอดีตจนถึงปัจจุบัน “ครั่ง” จะขับสารชนิดหนึ่งซึ่งมีลักษณะเป็นเหมือนยางหรือชันออกมาไว้ป้องกันตัวเองจากศัตรู ซึ่งสารที่ขับถ่ายออกมานี้เรียกว่า “ครั่งดิบ” ตามชื่อเรียก สารนี้มีสีแดงม่วง ลักษณะคล้ายขี้ผึ้งสีเหลืองแก่ หรือยางสีส้ม ซึ่งมนุษย์ได้นำมาใช้ประโยชน์กันมานานกว่า 4,000 ปี แล้วในหลายอารยธรรม โดยใช้เป็นสมุนไพร เป็นยารักษาโรคโลหิตจาง, โรคลมขัดข้อ เป็นต้น นอกจากนี้ยังนำไปใช้ในอุตสาหกรรมการทำเซลลูล์ก, แล็กเกอร์, เครื่องใช้, เครื่องประดับต่าง ๆ, ย้อมสีผ้า สีโลหะ หรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตลอดจนใช้ประทับในการโปรยขี้ผึ้งส่งหรือตราประทับเอกสารทางราชการใด ๆ “ครั่ง” ในประเทศไทยนั้น มักขึ้นอยู่กับต้นจามจุรีหรือต้นฉำฉาหรือก้ามปู นอกจากนั้นยังมีการเพาะเลี้ยงครั่งกับต้นลิ้นจี่ ซึ่งพบมากทางเหนือโดยเฉพาะจังหวัดลำปาง คุณภาพของครั่งขึ้นกับปัจจัยหลายอย่าง เช่น ชนิดของต้นไม้ อายุของต้นไม้และอายุของกิ่ง จำนวนครั่งที่ปล่อยพันธุ์ครั่ง ฤดูที่เลี้ยงครั่ง ศัตรูของครั่ง ตลอดจนประสบการณ์ของผู้เลี้ยงเอง (ข่าวเกษตร, 2565) สำหรับสีที่ได้จากครั่งในการนำมาย้อมผ้า คือ สีชมพู สีแดง การสกัดน้ำสีครั่ง จะนำครั่งมาตำให้ละเอียดแล้วนวดด้วยน้ำร้อนจัด ครั่งโดนน้ำร้อนจะคลายตัวเป็นดั่งเม นวดหลายครั้งจนน้ำใสเหลือแต่ขี้ครั่ง พอเย็นจะแข็งเป็นก้อนขี้ครั่ง ครั่งจะใช้ย้อมเส้นไหม ย้อมเส้นฝ้ายติดแต่ไม่คงทนและต้องใช้ความเปรี้ยวของมะขาม หรือใบไม้รสเปรี้ยวเป็นตัวช่วยในการติดสี ปัจจุบันครั่งเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญของหลาย ๆ ประเทศ อาทิ อินเดีย, ไทย มีการเลี้ยงในเชิงเกษตร มีราคาขายที่แพงมาก “ครั่ง” จึงกลายเป็นแมลงเศรษฐกิจที่สร้างมูลค่าให้กับชาวลำปางจำนวนมาก ขณะที่พบว่าจากข้อมูลของสำนักงานพาณิชย์จังหวัดลำปางผลิตภัณฑ์เด่น ๆ เกี่ยวกับหัตถกรรมและอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากครั่งยังคงมีอยู่เฉพาะกลุ่ม อย่างไรก็ตาม การย้อมสีด้วยครั่งจึงไม่เพียงแต่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดลำปาง การใช้สีจากครั่งในการผลิตผ้าทอมือและสินค้าทางการท่องเที่ยว เช่น กระเป๋า, เสื้อผ้า, หรือของใช้ในชีวิตประจำวัน เป็นแนวทางที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชนในจังหวัดลำปาง และสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับท้องถิ่นได้อีกด้วย

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝายหมู่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมะ จ.จังหวัดลำปาง มีการรวมตัวกันเพื่อสร้างอาชีพเสริมให้กับสมาชิกและคนในชุมชน และเป็นการอนุรักษ์การย้อมสีธรรมชาติไว้สืบทอดไปยังลูกหลาน โดยเริ่มย้อมห้อมและย้อมครั่ง โดยใช้วิธีการทำผ้ามัดย้อมและการทำผ้า Eco-print จากสีธรรมชาติ มาตั้งแต่ปี 2565 มีประธานกลุ่ม

คือ นางยุพิน วงศ์อะทะ มีจำนวนสมาชิก 15 คน มีรายได้ต่อปี 120,000 บาท (สัมภาษณ์ก่อนเริ่มโครงการในปี 2568) มีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มออกไปยังตลาด ได้แก่ กาดนั้งก้อม หนองกระทิง ร้าน THE BOX และช่องทางออนไลน์ คือ Facebook: กลุ่มผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝาย อย่างไรก็ตามจากการดำเนินงานที่ผ่านมาทางกลุ่มยังขาดองค์ความรู้การนำเทคโนโลยีในการทำให้สีจากธรรมชาติสามารถมีความคงทน การตัดเย็บ การทำลวดลายผ้า ซึ่งเป็นจุดอ่อนเมื่อออกสู่ตลาด ทำให้กลุ่มยังคงมีรายได้น้อย ผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย แต่ยังคงมีความมุ่งมั่นที่จะทำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่เป็นของฝากของที่ระลึกเพื่อจำหน่ายสู่นักท่องเที่ยว และเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์อันเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง คือ ผลิตภัณฑ์จากสีย้อมคราม จากการสัมภาษณ์สมาชิกกลุ่ม เมื่อวันที่ 23 สิงหาคม 2567 เกี่ยวกับศักยภาพและความพร้อมของผู้ประกอบการ โดยใช้เครื่องมือ SWOT Analysis ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝาย พบว่า จุดแข็ง (Strengths) ได้แก่ กลุ่มมีการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมและเข้มแข็ง แหล่งวัตถุดิบอยู่ใกล้ กลุ่มมีทักษะและภูมิปัญญาท้องถิ่นในการย้อมสีธรรมชาติ, บุคลากรในกลุ่มมีความพร้อมในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จุดอ่อน (Weaknesses) ได้แก่ ขาดองค์ความรู้ในด้านเทคโนโลยีและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายน้อย ขาดทักษะในการตัดเย็บเงินทุนหมุนเวียนของกลุ่มมีน้อย โอกาส (Opportunities) ได้แก่ กระแสความนิยมในผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของจังหวัดลำปางเป็นจุดหมายท่องเที่ยว เทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่สามารถขยายตลาดได้กว้างขึ้น การสนับสนุนจากหน่วยงานท้องถิ่น อุปสรรค (Threats) ได้แก่ การแข่งขันในตลาดผ้ามัดย้อมมีคู่แข่งจำนวนมาก ข้อจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติที่เป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงของเทรนด์ผู้บริโภค ในปีงบประมาณ 2568 ทางกลุ่มได้รับการสนับสนุนโครงการฯ โดยได้มีการดำเนินกิจกรรมในการถ่ายทอดเทคโนโลยีการย้อมสีธรรมชาติจากครั้ง/การตรวจสอบการคงทนของสี/องค์ความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์หัตถกรรม/การบัญชี/การกำหนดราคา และการสร้างตราหยั๋อ ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมจากครั้งที่ผสมลวดลายระหว่างมัดย้อม Eco print เทคนิคชิโบริ และกระบวนการที่ช่วยทำให้สีคงมีความคงทนของสี สีที่ได้จากการย้อมครั้งจะมี 4 เฉดสี ได้แก่ สีแดง สีม่วง สีชมพู และสีส้มอมชมพู โดยจะขึ้นอยู่กับสาร Mordant ของสารทางวิทยาศาสตร์

อย่างไรก็ตามความต้องการของตลาดที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝายมีศักยภาพในการยกระดับคุณภาพสิ่งทอ และสร้างความแตกต่างในตลาดสินค้าหัตถกรรม โดยเฉพาะในกลุ่มของ **สิ่งทอจากธรรมชาติที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม** การพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมจากสีครามเพื่อยกระดับสิ่งทอจึงเป็นการตอบสนองต่อแนวโน้มตลาดโลกที่มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนและคำนึงถึงกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งได้รับความสนใจจากกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อม **การยกระดับผลิตภัณฑ์สิ่งทอที่ใช้สีครามจะช่วยเสริมสร้างมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีคุณภาพที่สามารถแข่งขันได้ในตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ** โดยการปรับปรุงกระบวนการย้อมสีให้มีความคงทนและหลากหลายมากขึ้น รวมถึงการออกแบบลวดลายผ้าที่มีเอกลักษณ์ จะช่วยสร้างความน่าสนใจและตอบโต้ความต้องการของตลาดที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน นอกจากนี้ การยกระดับสิ่งทอนี้ยังส่งผลต่อการพัฒนา **ศักยภาพของชุมชน** เนื่องจากกลุ่มสมาชิกจะได้รับการฝึกอบรมและพัฒนาองค์ความรู้ในด้านการผลิตผ้าทอจากสีครามให้มีคุณภาพสูงขึ้น และการสร้างมาตรฐานการผลิตที่เหมาะสมสามารถช่วยให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้รับการยอมรับในระดับที่กว้างขึ้น การนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและมีความแตกต่าง จะช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าสู่ตลาดสากลและสร้างโอกาสทางการค้าใหม่ ๆ ให้กับชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากครามในลำปางสามารถสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ ๆ โดยการส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตจากแหล่ง

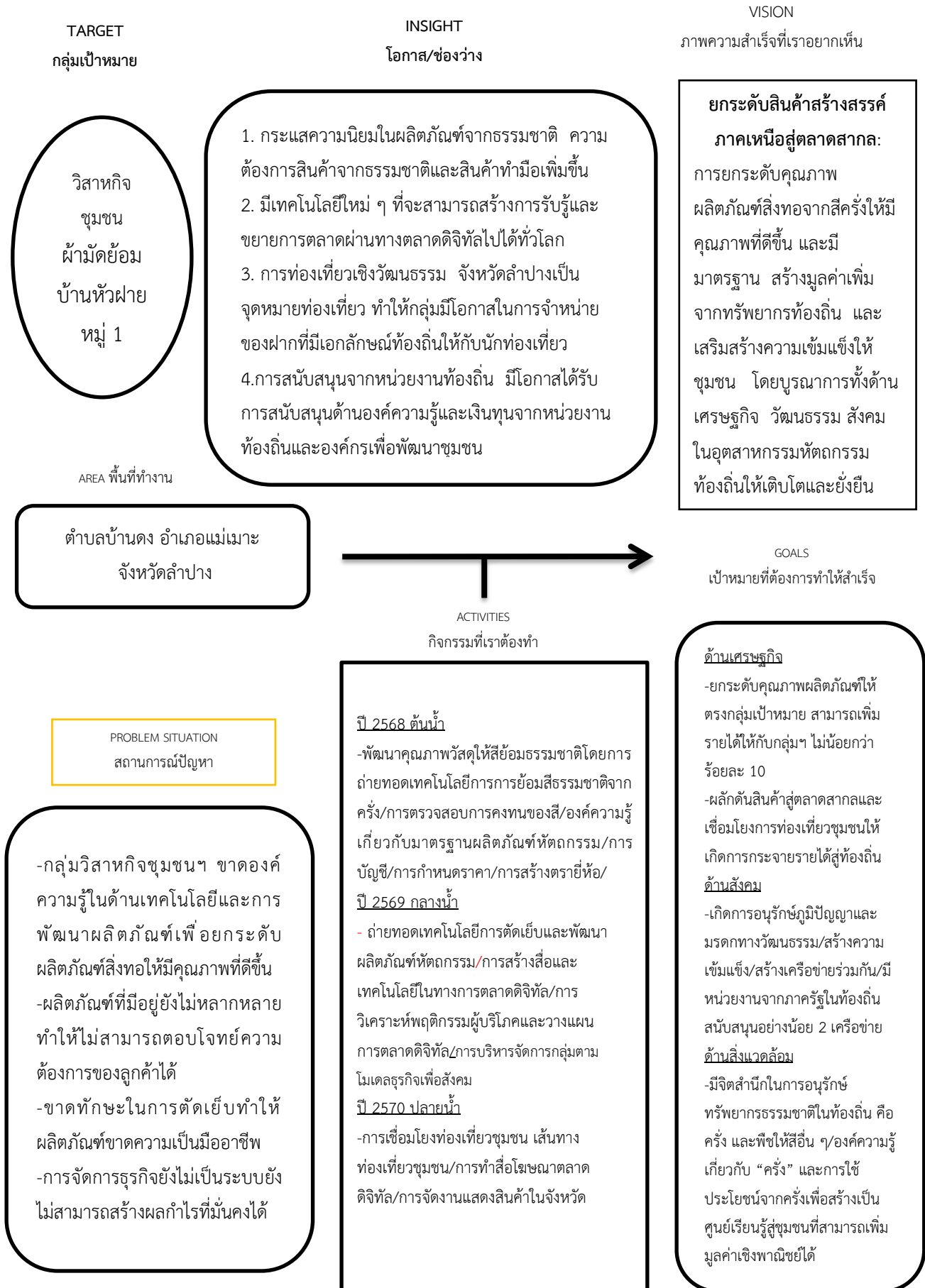
ทรัพยากรท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการพัฒนาผ้าทอมือที่ใช้สืบทอดมา หรือการผลิตสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม การพัฒนาเทคโนโลยีในการทำให้สีจากธรรมชาติมีความคงทนมากขึ้น จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรได้รับการส่งเสริม โดยการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการย้อมสีมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดได้

จุดแข็ง (Strengths) 1. ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีทักษะและความเชี่ยวชาญในการย้อมสีธรรมชาติจากครามและคราม ซึ่งเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมดั้งเดิม 2. กลุ่มมีการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมและเข้มแข็ง 3. บุคลากรในกลุ่มมีความพร้อมในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ	จุดอ่อน (Weaknesses) 1.ขาดองค์ความรู้ในด้านเทคโนโลยีและการพัฒนาผลิตภัณฑ์: การพัฒนาคุณภาพสีธรรมชาติและการทำให้สีมีความคงทน รวมถึงเทคนิคการตัดเย็บและการสร้างลวดลายที่สวยงาม ยังขาดความรู้และทักษะในด้านนี้ ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์เมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่งในตลาด 2.ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลายน้อย: ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ยังไม่หลากหลาย ทำให้ไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าหรือดึงดูดลูกค้ากลุ่มใหม่ได้ 3.ขาดทักษะในการตัดเย็บ ขาดทักษะด้านการตัดเย็บที่ทันสมัย ทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความเป็นมืออาชีพในการประกอบเป็นสินค้าแฟชั่น 4.เงินทุนหมุนเวียนมีน้อย: ขาดการวางแผนที่ชัดเจนในการขยายตลาด และการบริหารจัดการภายในกลุ่ม ยังไม่สามารถสร้างผลกำไรที่มั่นคงได้
โอกาส (Opportunities) 1. กระแสความนิยมในผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ ความต้องการสินค้าจากธรรมชาติและสินค้าทำมือเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสที่ดีในการขยายตลาด 2. มีเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่จะสามารถสร้างการรับรู้และขยายการตลาดผ่านทางตลาดดิจิทัลไปได้ทั่วโลก 3. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จังหวัดลำปางเป็นจุดหมายท่องเที่ยว ทำให้กลุ่มมีโอกาสในการจำหน่ายของฝากที่มีเอกลักษณ์ท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยว 4. การสนับสนุนจากหน่วยงานท้องถิ่น มีโอกาสได้รับการสนับสนุนด้านองค์ความรู้และเงินทุนจากหน่วยงานท้องถิ่นและองค์กรเพื่อพัฒนาชุมชน	อุปสรรค (Threats) 1. การแข่งขันในตลาดผ้ามัดย้อม มีคู่แข่งมากที่มีสินค้าที่มีคุณภาพสูงและราคาต่ำกว่า 2. ภาวะโลกร้อนส่งผลต่อผลผลิตของครามทำให้คุณภาพของครามลดลง 3. เกษตรกรที่เพาะเลี้ยงคราม ขาดการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างจริงจัง ส่งผลให้ครามมีจำนวนจำกัด ทำให้ต้นทุนเพิ่มสูงขึ้น 4. การเปลี่ยนแปลงของเทรนด์ผู้บริโภค ผู้บริโภคบางส่วนอาจนิยมสินค้าแฟชั่นสมัยใหม่มากกว่าผ้าทอพื้นเมือง

ดังนั้น การจัดทำโครงการ พัฒนาผลิตภัณฑ์จากครั้งสู่ Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติให้แก่ชุมชน จะช่วยให้การผลิตผ้าและผลิตภัณฑ์จากครั้งมีคุณภาพที่สูงขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์จากครั้งสามารถเข้าสู่ตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2568 ที่ผ่านมา พบว่ามียอดขายเติบโตจากเดิม คือ 231,920 บาท เมื่อเทียบกับการเติบโตด้านยอดขาย จากเดิม 120,000 บาท มีการเติบโต 1.3 เท่า ในปี 2570 หากมีการสร้าง Persona หรือภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของผลิตภัณฑ์จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น นอกจากนี้การพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่ครอบคลุมทั้งตลาดท้องถิ่นและตลาดออนไลน์ จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์จากครั้งเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจ ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ฉะนั้น การยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมสีธรรมชาติจากครั้งในจังหวัดลำปางไม่เพียงแต่เป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชน แต่ยังช่วยอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง การพัฒนาเทคโนโลยีในการย้อมสีธรรมชาติ การสร้างช่องทางการตลาดที่หลากหลาย และการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว จะช่วยเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์จากครั้ง และทำให้จังหวัดลำปางเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจในอนาคต ด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืนและการบูรณาการทั้งด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์จากครั้งจะไม่เพียงแต่เป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว แต่ยังเป็นตัวอย่างที่ดีในการพัฒนาอุตสาหกรรมหัตถกรรมท้องถิ่นให้เติบโตและยั่งยืนในอนาคต

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ:

1. **ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์:** พัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากสีครั้งให้มีคุณภาพที่ดีขึ้น มีความทนทาน และสามารถแข่งขันในตลาดได้
2. **สร้างมูลค่าเพิ่มจากทรัพยากรท้องถิ่น:** การใช้สีครั้งที่เป็นทรัพยากรท้องถิ่นในการผลิตจะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนและสร้างรายได้จากการพัฒนาผลิตภัณฑ์
3. **การสร้างมาตรฐานในอุตสาหกรรมสิ่งทอ:** การพัฒนาและยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์จะช่วยเสริมความมั่นใจให้กับผู้บริโภคทั้งในและต่างประเทศ
4. **เสริมสร้างความยั่งยืนในชุมชน:** การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้สีธรรมชาติจะทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความยั่งยืนในการผลิตและจำหน่ายสินค้าในระยะยาว



กรณีโครงการต่อเนื่อง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝาย ตั้งอยู่ที่หมู่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมะ จ.ลำปาง ก่อตั้งขึ้นเพื่อสร้างอาชีพเสริมให้กับสมาชิกและคนในชุมชน รวมถึงการอนุรักษ์การย้อมสีธรรมชาติ โดยใช้สีจากห้อมและคราม ซึ่งเริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2565 มีประธานกลุ่ม คือ นางยุพิน วงศ์อะทะ มีจำนวนสมาชิก 15 คน มีรายได้ต่อปี 120,000 บาท (สัมภาษณ์ก่อนเริ่มโครงการในปี 2568) และมีช่องทางจำหน่ายผ่านตลาดต่าง ๆ รวมถึงช่องทางออนไลน์บน Facebook: กลุ่มผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝาย เพื่อให้ผลิตภัณฑ์จากครามสามารถเข้าสู่ตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในปี 2568 ที่ผ่านมา พบว่ามียอดขายเติบโตจากเดิม คือ 231,920 บาท เมื่อเทียบกับการเติบโตด้านยอดขาย จากเดิม 120,000 บาท มีการเติบโต 1.3 เท่า ในปี 2570 แม้ว่าจะมีความมุ่งมั่นในการสร้างผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่น แต่กลุ่มยังขาดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีเพื่อปรับปรุงความคงทนของสีและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความหลากหลาย การตัดเย็บ และการบริหารจัดการที่เป็นระบบ ผลิตภัณฑ์จึงยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้เต็มที่ และยังคงมีรายได้น้อย จากการวิเคราะห์ SWOT พบว่า จุดแข็งของกลุ่มคือการมีทักษะในการย้อมสีธรรมชาติและการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น ส่วนจุดอ่อนคือการขาดองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โอกาสของกลุ่มคือความนิยมในผลิตภัณฑ์ธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของลำปาง แต่ยังคงเผชิญกับการแข่งขันในตลาดที่สูงและข้อจำกัดในทรัพยากรธรรมชาติ อย่างไรก็ตามความต้องการตลาดที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืนสร้างโอกาสในการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมจากสีคราม โดยการปรับปรุงกระบวนการย้อมสีและการออกแบบลวดลายผ้าที่มีเอกลักษณ์ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างมาตรฐานและเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันในตลาดทั้งในและต่างประเทศ การพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้ยังส่งผลต่อชุมชนในการพัฒนาทักษะและสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจใหม่ ๆ โดยการนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มความคงทนของสีจะทำให้ผลิตภัณฑ์สามารถแข่งขันได้ในตลาดที่มีความต้องการสูง การจัดทำโครงการ พัฒนาผลิตภัณฑ์จากคราม Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง จะช่วยให้การผลิตผ้าและผลิตภัณฑ์จากครามมีคุณภาพที่สูงขึ้น และสามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้าง Persona หรือภาพลักษณ์ที่ชัดเจนของผลิตภัณฑ์จะช่วยให้ผู้บริโภคสามารถเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น นอกจากนี้การพัฒนากลยุทธ์การตลาดที่ครอบคลุมทั้งตลาดท้องถิ่นและตลาดออนไลน์ จะช่วยให้ผลิตภัณฑ์จากครามเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ฉะนั้น การยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมสีธรรมชาติจากครามในจังหวัดลำปางไม่เพียงแต่เป็นการส่งเสริมเศรษฐกิจของชุมชน แต่ยังช่วยอนุรักษ์และเผยแพร่วัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักในวงกว้าง การพัฒนาเทคโนโลยีในการย้อมสีธรรมชาติ การสร้างช่องทางการตลาดที่หลากหลาย และการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว จะช่วยเสริมสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์จากคราม ที่สามารถเชื่อมโยงเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เช่น สำนักงานเกษตรตำบล, อบต., พช., มหาวิทยาลัย, ทพท., กฟผ.แม่เมะ, อุทยานแห่งชาติ และเครือข่ายหัตถกรรมท้องถิ่น ซึ่งจะทำให้จังหวัดลำปางเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่น่าสนใจในอนาคต ด้วยการพัฒนาอย่างยั่งยืนและการบูรณาการทั้งด้านเศรษฐกิจ วัฒนธรรม และการท่องเที่ยว ผลิตภัณฑ์จากครามจะไม่เพียงแต่เป็นของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว แต่ยังเป็นตัวอย่างที่ดีในการพัฒนาอุตสาหกรรมหัตถกรรมท้องถิ่นให้เติบโตและยั่งยืนในอนาคต

นำเสนอผลการดำเนินงานที่เกิดขึ้นในแต่ละปีที่ได้รับงบประมาณข้อมูลวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่นำไปใช้แก้ปัญหา

แผนการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน	ผลที่ได้รับ
ปี 2568 1. การถ่ายทอดเทคโนโลยีการการย้อมสีธรรมชาติ 2. การตรวจวัดความคงทนของสี 3. อบรมความรู้ เรื่องการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 4. การถ่ายทอดองค์ความรู้การมัดย้อมและการทำผ้า Eco-print โดยการใช้สีย้อมจากครั้ง 5. การบัญชีต้นทุน การตั้งราคา และการสร้างตราหยี่ห้อ	-มีจำนวนผู้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี จำนวน 15 คน -จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอดจำนวน 5 เรื่อง จำนวนวิทยากร 4 คน -จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการพัฒนา/ 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ จำนวน 12 รายการ - ร้อยละความพึงพอใจ 84.4 จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีไปปรับใช้ประโยชน์ 15 คน สัดส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นหากมีการดำเนินการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง 16.37 เท่า	-แสดงในตารางแสดงผลผลิต/ผลลัพธ์การดำเนินงาน ในปี 2568 -ผลกระทบด้านด้านเศรษฐกิจ ตามแผนธุรกิจ (Business Model Canvas) สามารถเพิ่มรายได้ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 93.27/สร้างอาชีพ มียอดการจำหน่ายสินค้า 77,331 บาทภายใน 4 เดือน -ด้านสังคม ได้แก่ สร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนกลุ่มสมาชิกให้เกิดการจ้างงาน - เสริมสร้างศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการแข่งขันทางการตลาด - สร้างโอกาสการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์และมาตรฐาน มผช.

ผลการดำเนินงานในปี 2568

ผลผลิต/ผลลัพธ์ (ปี 2568)	หน่วย	ค่าเป้าหมายปีที่ 1	
		แผน	ผล
1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี	คน	15	15
2. จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอด (ระบุรายละเอียดองค์ความรู้เทคโนโลยี) 2.1 การถ่ายทอดเทคโนโลยีการการย้อมสีธรรมชาติ 2.2 การตรวจวัดความคงทนของสี 2.3 อบรมความรู้เรื่องการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 2.4 การถ่ายทอดองค์ความรู้การมัดย้อมและการทำผ้า Eco-print โดยการใช้สีย้อมจากครั้ง 2.5 การบัญชีต้นทุน การตั้งราคา และการสร้างตราหยี่ห้อ	เรื่อง	5	5
3. จำนวนวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้ 3.1 นางสาวกัญญา เกียงแก้ว วิทยากรถ่ายทอดการย้อมสีธรรมชาติจากครั้งและคราม 3.2 นางยุพิน วงศ์อะทะ วิทยากรถ่ายทอดการขอ มผช.ผ้ามัดย้อมและผ้าพิมพ์ลายจากพืช 3.3 นางกัญญา วงศ์สุทะ วิทยากรถ่ายทอดการมัดย้อมชิโบริ, การทำผ้า Eco print 3.4 นางสาวฐาปณีย์ ปกแก้ว วิทยากรการบัญชีต้นทุน การตั้งราคาและการสร้างตราหยี่ห้อ	คน	3	4
4. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการพัฒนา/ต่อยอด (ระบุชื่อผลิตภัณฑ์) แบ่งเป็น 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ดังนี้ 4.1 ผ้ามัดย้อม (ด้วยหนังยาง) ได้แก่ เสื้อยืด, ผ้าคลุมไหล่, ผ้าชิ้นขนาด 115*200 ซม. 4.2 ผ้า Eco print ได้แก่ เสื้อยืด, ผ้าคลุมไหล่สาธุ 2 ชั้น, ผ้าคลุมไหล่ทอมือ, ผ้าชิ้น 115*200 ซม. 4.3 ผ้ามัดย้อมชิโบริ ได้แก่ เสื้อยืด, ผ้าคลุมไหล่สาธุ 2 ชั้น, ผ้าชิ้น 115*200 ซม. 4.4 ผ้าเทคนิคผสมผสาน Eco print+ชิโบริ+มัดย้อม ได้แก่ ผ้าคลุมไหล่, ผ้าชิ้น 115*200 ซม.	ผลิตภัณฑ์	3	12
5. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	80	84.4
6. จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	คน	15	15
7. สัดส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้น	เท่า	4	1.36
8.จำนวนโครงการหรือกิจกรรมที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน นำความรู้ไปประยุกต์ใช้	กิจกรรม	3	4
9. จำนวนศูนย์เรียนรู้	ศูนย์เรียนรู้	-	-

เปรียบเทียบยอดขายก่อนและหลังดำเนินโครงการ

รายการ	มูลค่า (บาท)	หมายเหตุ
ยอดขายก่อนเริ่มโครงการ	120,000	1 ปี
ยอดขายจริง (4 เดือนแรกหลังดำเนินโครงการ มีย.- กย. 2568)	77,331	ยังไม่ครบปี
ยอดขายพยากรณ์ (ทั้งปี หลังโครงการ)	231,920	คาดการณ์ทั้งปี
การเปลี่ยนแปลง (%)	+93.27%	คำนวณจาก $(231,920 - 120,000) \div 120,000 \times 100$
ผลตอบแทนจากการลงทุนโครงการ งบลงทุนโครงการ 170,000 บาท	1.36 เท่า	คำนวณจาก $(231,920 \div 170,000)$

ดังนั้น หลังจากดำเนินโครงการ หากทำยอดขายได้ตามการพยากรณ์ทั้งปีที่ 231,920 บาท รายได้ของกลุ่มจะ
เกือบเพิ่มขึ้นเป็นสองเท่า (93.3%) เมื่อเทียบกับก่อนโครงการ ผลการตอบแทนโครงการ = 1.36 เท่า

การตรวจสอบความคงทนของสีด้วยมาตรฐาน ISO มีผลการตรวจดังเอกสารแนบ

1. Color fastness to washing_ISO 105 C06,A1S
2. Color fastness to perspiration_ISO 105 E04
3. Color fastness to rubbing_ISO 105 X12
4. Color fastness to light_ISO 105 B02, grade 4
5. Color fastness to hot pressing_ISO 105 X11

การตรวจสอบความคงทนของสีด้วยมาตรฐาน ISO มีผลการตรวจดังเอกสารแนบ



Foundation for Industrial Development
Thailand Textile Institute / Textile Testing Center
 Soi Trimitt, Rama 4 Road, Phraikanong, Klong-toey, Bangkok 10110
 Tel : (66) 2713 5492-9 www.thaitextile.org

F-017T Rev.19, 9 ส.ค. 64, 1/1



รายงานผลการทดสอบ

หมายเลขรายงานผล: G68-5144
 วันที่รับตัวอย่าง: 23/09/2568
 วันที่ทดสอบ: 23/09/2568 - 29/09/2568
 วันที่ออกรายงานผล: 03/10/2568
 หน้า: 2/5

	เกณฑ์กำหนด	G68-5144-01
ความคงทนของสีต่อแสง: ทดสอบตามมาตรฐาน ISO 105-B02: 2014(E) EXPOSURE CYCLE A2		
สีเปลี่ยน (ระดับ)	-	3

หมายเหตุ: - เครื่องทดสอบ : ATLAS XENON ARC WEATHER-OMETER MODEL Ci 3000+
 - อัตราความคงทนของสีต่อแสงจะมีค่าจากระดับ 1 (มีความคงทนต่ำสุด) ถึง ระดับ 8 (มีความคงทนสูงสุด)

	เกณฑ์กำหนด	G68-5144-01
ความคงทนของสีต่อการซัก: ทดสอบตามมาตรฐาน ISO 105-C06: 2010(E) วิธีที่ A1S (40°C, 10 STAINLESS STEEL BALLS, 30 นาที)*		
สีเปลี่ยนจากเดิม (ระดับ)	-	1
สีตกติดผ้าขาว (ระดับ)		
- ACETATE	-	4-5
- COTTON	-	4
- NYLON	-	4
- POLYESTER	-	4-5
- ACRYLIC	-	4-5
- WOOL	-	4-5

หมายเหตุ: - สารละลายที่ใช้ (150 มิลลิลิตร): 1993 AATCC STANDARD REFERENCE DETERGENT WOB 4 กรัม / ลิตร
 - ระดับ:
 5 หมายถึง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงของสี / ไม่มีการลดสีของสี
 4 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย/สีตกติดเล็กน้อย
 3 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงพอสังเกตเห็น/สีตกติดพอสังเกตเห็น
 2 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมาก/สีตกติดค่อนข้างมาก
 1 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงมาก/สีตกติดมาก

*การปลอมรายงานผลการทดสอบ ไม่ถือว่าเป็นการปลอมทั้งฉบับหรือแค่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือใช้รายงานผลการทดสอบปลอม เป็นความผิดตามกฎหมายอาญา
 This test report refers to the submitted sample(s) for testing/examining/analyzing only. It is not certified for the advertisement or reference of the products/goods.
 The total or the part of this report may not be reproduced without the written approval from Textile Testing Center, Thailand Textile Institute.



Foundation for Industrial Development
Thailand Textile Institute / Textile Testing Center
 Soi Trimit, Rama 4 Road, Phrakonong, Klong-toey, Bangkok 10110
 Tel : (66) 2713 5492-9 www.thaitextile.org



รายงานผลการทดสอบ

หมายเลขรายงานผล: G68-5144
 วันที่รับตัวอย่าง: 23/09/2568
 วันที่ทดสอบ: 23/09/2568 - 29/09/2568
 วันที่ออกรายงานผล: 03/10/2568
 หน้า: 3/5

เกณฑ์กำหนด		G68-5144-01
ความคงทนของสีต่อเหงื่อ: ทดสอบตามมาตรฐาน ISO 105-E04 : 2013(E)		
สภาวะกรด		
สีเปลี่ยนจากเดิม (ระดับ)	-	4-5
สีตกติดผ้าขาว (ระดับ)	-	4-5
- ACETATE	-	4-5
- COTTON	-	4-5
- NYLON	-	4
- POLYESTER	-	4-5
- ACRYLIC	-	4-5
- WOOL	-	4-5
สภาวะด่าง		
สีเปลี่ยนจากเดิม (ระดับ)	-	4-5
สีตกติดผ้าขาว (ระดับ)	-	4-5
- ACETATE	-	4-5
- COTTON	-	4-5
- NYLON	-	4
- POLYESTER	-	4-5
- ACRYLIC	-	4-5
- WOOL	-	4-5

หมายเหตุ: - ระดับ:

- 5 หมายถึง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงของสี / ไม่มีการตกติดของสี
- 4 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย/สีตกติดเล็กน้อย
- 3 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงพอสังเกตเห็น/สีตกติดพอสังเกตเห็น
- 2 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมาก/สีตกติดค่อนข้างมาก
- 1 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงมาก/สีตกติดมาก

"การปลอมรายงานผลการทดสอบ ไม่ว่าจะเป็นการปลอมทั้งฉบับหรือแค่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือใช้รายงานผลการทดสอบปลอม เป็นความผิดตามกฎหมายอาญา"
 This test report refers to the submitted sample(s) for testing/examining/analyzing only. It is not certified for the advertisement or reference of the products/goods.
 The total or the part of this report may not be reproduced without the written approval from Textile Testing Center, Thailand Textile Institute.



Foundation for Industrial Development
Thailand Textile Institute / Textile Testing Center
 Sol Trimit, Rama 4 Road, Phraekong, Klong-toey, Bangkok 10110
 Tel : (66) 2713 5492-9 www.thaitextile.org

F-017T Rev.19, 9 ต.ค. 64, 1/1



รายงานผลการทดสอบ

หมายเลขรายงานผล: G68-5144
 วันที่รับตัวอย่าง: 23/09/2568
 วันที่ทดสอบ: 23/09/2568 - 29/09/2568
 วันที่ออกรายงานผล: 03/10/2568
 หน้า: 4/5

เกณฑ์กำหนด		G68-5144-01
ความคงทนของสีต่อการขัดถู : ทดสอบตามมาตรฐาน ISO 105-X12: 2016(E)		
สีตกติดผ้าขาวสภาพแห้ง (ระดับ)		
- แนวเส้นค้ายืน	-	2
- แนวเส้นค้ายพุง	-	2-3
สีตกติดผ้าขาวสภาพเปียก (ระดับ)		
- แนวเส้นค้ายืน	-	1-2
- แนวเส้นค้ายพุง	-	1-2

หมายเหตุ: - ระดับ:
 5 หมายถึง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงของสี / ไม่มีการตกติดของสี
 4 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย/สีตกติดเล็กน้อย
 3 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงพอสังเกตเห็นได้/สีตกติดพอสังเกตเห็นได้
 2 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมาก/สีตกติดค่อนข้างมาก
 1 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงมาก/สีตกติดมาก

เกณฑ์กำหนด		G68-5144-01
ความคงทนของสีต่อการกดทับด้วยความร้อน : ทดสอบตามมาตรฐาน ISO 105-X11 : 1994 (E) (อุณหภูมิ 200°C)*		
-แบบแห้ง(ระดับ)		
- สีเปลี่ยนจากเดิมหลังจากทดสอบทันที	-	4
- สีเปลี่ยนจากเดิมหลังปรับสภาวะ	-	4-5
- สีตกติดผ้าขาว	-	4-5
-แบบชื้น(ระดับ)		
- สีเปลี่ยนจากเดิมหลังจากทดสอบทันที	-	4
- สีเปลี่ยนจากเดิมหลังปรับสภาวะ	-	4-5
- สีตกติดผ้าขาว	-	4-5
-แบบเปียก(ระดับ)		
- สีเปลี่ยนจากเดิมหลังจากทดสอบทันที	-	4
- สีเปลี่ยนจากเดิมหลังปรับสภาวะ	-	4-5
- สีตกติดผ้าขาว	-	4-5

หมายเหตุ: - ระดับ:
 5 หมายถึง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงของสี / ไม่มีการตกติดของสี
 4 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย/สีตกติดเล็กน้อย
 3 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงพอสังเกตเห็นได้/สีตกติดพอสังเกตเห็นได้
 2 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมาก/สีตกติดค่อนข้างมาก
 1 หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงมาก/สีตกติดมาก

*การปลอมรายงานผลการทดสอบ ไม่ว่าจะเป็นการปลอมทั้งฉบับหรือแค่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือใช้รายงานผลการทดสอบปลอม เป็นความผิดตามกฎหมายอาญา
 This test report refers to the submitted sample(s) for testing/examining/analyzing only. It is not certified for the advertisement or reference of the products/goods.
 The total or the part of this report may not be reproduced without the written approval from Textile Testing Center, Thailand Textile Institute.



Foundation for Industrial Development
 Thailand Textile Institute / Textile Testing Center
 Soi Trimit, Rama 4 Road, Phraeknong, Klong-toey, Bangkok 10110
 Tel : (66) 2713 5492-9 www.thaitextile.org

F-017T Rev.19, 9 ส.ค. 64, 1/1

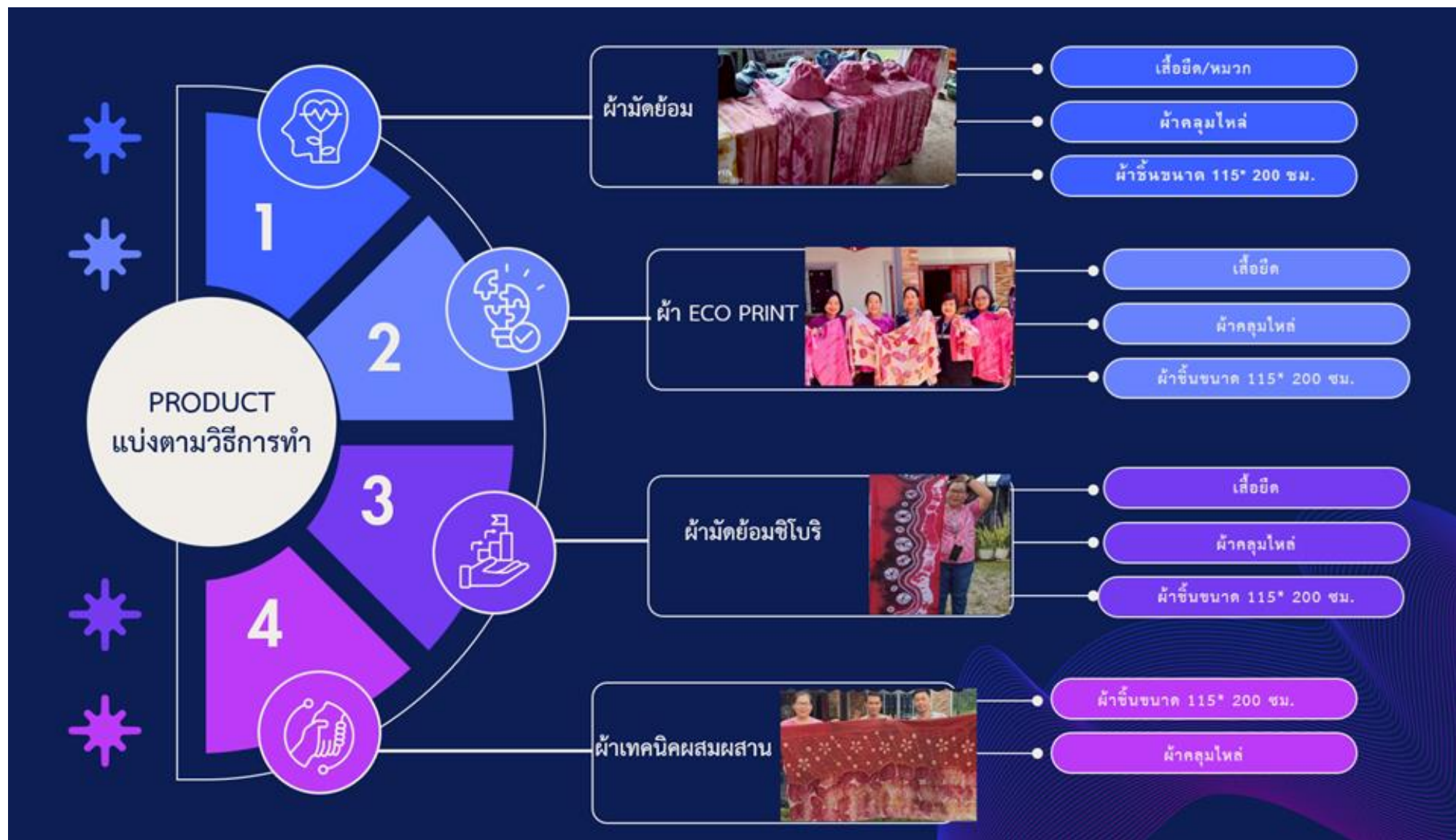


รายงานผลการทดสอบ

หมายเลขรายงานผล: G68-5144
 วันที่รับตัวอย่าง: 23/09/2568
 วันที่ทดสอบ: 23/09/2568 - 29/09/2568
 วันที่ออกรายงานผล: 03/10/2568
 หน้า: 5/5



รูปที่ 1 : G68-5144-01



การกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์ มีดังนี้

ราคาขายต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ = ต้นทุนรวมต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ + [(กำไรที่ต้องการ (%) × ต้นทุนรวมต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์)/100]

**เนื่องจากเป็นวิธีที่ง่ายในการกำหนดราคาสินค้าเบื้องต้น อย่างไรก็ตามอาจใช้วิธีการกำหนดราคาแบบอื่นเข้ามาใช้ร่วมด้วย ได้แก่ กำหนดราคาจากคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ (Customer Value-Based Pricing) การกำหนดราคาจากต้นทุน (Cost-Based Pricing) และการกำหนดราคาตามการแข่งขันในตลาด (Competition-Based Pricing) หากมีการนำกลยุทธ์ต่าง ๆ เข้ามาใช้ เช่น การเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ขั้นตอนการกำหนดราคาขายทางวิสาหกิจชุมชนฯ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. สมาชิกที่กำไร 20%
2. ราคาขายส่ง 40%
3. ราคาขายปลีก 80-100%

โดยการกำหนดราคาสุดท้ายเป็นเลขคู่ เพื่อให้ขายได้ง่าย คำนวณออกมาได้ ดังนี้

การคำนวณต้นทุนและกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม กรณีมีภาษี (VAT)

สินค้า	ต้นทุนรวม (บาท)	หมวดราคา	ราคาก่อน VAT (บาท)	กำไร (บาท)	กำไร (%)	VAT 7%	ยอดรวม (รวม VAT)
เสื่อยัด	185	สมาชิก 20%	222	37	20%	15.54	237.54
		ขายส่ง 40%	259	74	40%	18.13	277.13
		ขายปลีก 80%	333	148	80%	23.31	356.31
		ขายปลีก 100%	370	185	100%	25.90	395.90
ผ้าคลุมไหล่	150	สมาชิก 20%	180	30	20%	12.60	192.60
		ขายส่ง 40%	210	60	40%	14.70	224.70
		ขายปลีก 80%	270	120	80%	18.90	288.90
		ขายปลีก 100%	300	150	100%	21.00	321.00
ผ้าชิ้น 2 เมตร	315	สมาชิก 20%	378	63	20%	26.46	404.46
		ขายส่ง 40%	441	126	40%	30.87	471.87
		ขายปลีก 80%	670	252	80%	39.69	606.69
		ขายปลีก 100%	630	315	100%	44.10	674.10

หมายเหตุ

- ต้นทุนรวม = (ผ้าต้นทุน) + (ค่าแรง) + (ค่าใช้จ่ายร่วม 35 บาท)
- ราคาก่อน VAT = ต้นทุนรวม × (1 + Markup)
- กำไร (บาท) = ราคาก่อน VAT - ต้นทุนรวม
- กำไร (%) = กำไร ÷ ต้นทุนรวม × 100%
- VAT 7% คำนวณจากราคาก่อน VAT; ยอดรวม = ราคาก่อน VAT × 1.07

การคำนวณต้นทุนและกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ Eco print

สินค้า	ต้นทุน (บาท)	หมวดราคา	ราคาขาย (บาท)	กำไร (บาท)	กำไร (%)
เสื้อยืด	362	ราคาปลีก (M-XL)	490	128	35.36%
		ราคาปลีก (2XL-5XL)	550	188	51.93%
ผ้าคลุมไหล่ สาธู 2 ชั้น	337	ราคาส่ง	500	163	48.37%
		ราคาปลีก	590	253	75.07%
ผ้าคลุมไหล่ ทอมือ (55×200)	392	ราคาส่ง	600	208	53.06%
		ราคาปลีก	780	388	98.98%
**จำลองราคาส่งเสื้อยืด	362	ราคาส่ง มีกำไร 20%	434	72	19.89
		ราคาส่ง มีกำไร 30%	471	109	30.11
ผ้าขึ้น	493	ราคาสมาชิก	650	157	31.85%
		ราคาส่ง	800	307	62.27%
		ราคาปลีก	990	497	100.81%

หมายเหตุ ปี 2568 ยังไม่มีการขายส่งเสื้อยืด เนื่องจากทางกลุ่มมีแรงงานในการผลิตยังไม่เพียงพอ

การคำนวณต้นทุนและกำหนดราคาผ้า Eco print ทั้ง 4 รายการย่อย คือ เสื้อยืด ผ้าคลุมไหล่ ผ้าคลุมไหล่ทอมือ และผ้าขึ้น โดยเฉลี่ยกำไรจากราคาส่งจะควรอยู่มากกว่าร้อยละ 40 แต่อย่างไรก็ตามการตั้งราคาสามารถดูราคาจากคู่แข่งอื่น อีกทั้งการสร้างลวดลายบนผ้า Eco print จะมีลักษณะที่แตกต่างกับผ้ามัดย้อม มีความยุ่งยากกว่า ซึ่งทำให้สามารถทำกำไรได้สูงกว่าผ้ามัดย้อมที่มีการแข่งขันกันมากกว่าผ้า Eco print ส่วนการทำสีธรรมชาติควรมีการบวกเพิ่มจากความยากง่ายในการทำสี อีกทั้งสามารถสร้างเรื่องเล่าที่เป็นการกระตุ้นและโน้มน้าวใจผู้ซื้อที่รักธรรมชาติได้อีกด้วย ดังนั้น การคำนวณราคาจากต้นทุนจึงเป็นเพียงจุดเริ่มต้นในการทราบต้นทุน และกำไรจากที่ต้องการ นอกจากนี้ การคิดต้นทุนอาจผันแปรตามผ้าที่นำมาใช้ทำ เช่น อาจใช้ผ้าลินิน ไก่ยุง ซึ่งมีความแพงกว่าผ้าฝ้ายมาทำ ก็จะสามารถกำหนดราคาที่แตกต่างกันได้ตามลักษณะผ้า ความยาว หน้ากว้างของผ้า อีกด้วย

การคำนวณต้นทุนและกำหนดราคาผ้ามัดย้อมชิโบริ

สินค้า	ต้นทุนรวม (บาท)	ราคาส่ง	กำไรส่ง (บาท)	กำไรส่ง (%)	ราคา ปลีก	กำไรปลีก (บาท)	กำไรปลีก (%)
เสื้อยืด	238	333	95	40%	476	238	100%
ผ้าคลุมไหล่สาธู 2 ชั้น	333	466	133	40%	590	257	77%
ผ้าขึ้น 2 เมตร	551	1,000	449	81%	1,350	799	145%

หมายเหตุ ปี 2568 ยังไม่มีการขายให้สมาชิก เนื่องจากสมาชิกต้องการให้ทุกคนได้ฝึกฝนทักษะและเน้นให้ทุกคนทำชิโบริ

การคำนวณต้นทุนและกำหนดราคาผ้าเทคนิคผสมสาม Eco print, ซิโบรีและมัดย้อม

สินค้า	ต้นทุนรวม (บาท)	ราคาส่ง	กำไรส่ง (บาท)	กำไรส่ง (%)	ราคาปลีก	กำไรปลีก (บาท)	กำไรปลีก (%)
ผ้าคลุมไหล่ สาธิต 2 ชั้น	387	650	263	68%	750	363	94%
ผ้าชิ้น 2 เมตร	573	1,200	627	109%	1,450	877	153%

ต้นทุนในการทำผ้าเทคนิคผสมสาม Eco print, ซิโบรีและมัดย้อม ต้นทุนรวมสำหรับผ้าคลุมไหล่ สาธิต 2 ชั้น เท่ากับ 387 บาท กำหนดราคาขายส่งคนกลาง 650 บาท กำไร 263 บาท (ร้อยละ 68) ราคาขายปลีก 750 บาท กำไร 363 บาท (ร้อยละ 94) สำหรับผ้าชิ้นขนาด 2 เมตร ต้นทุน 573 กำหนดราคาขายส่งคนกลาง 1,200 บาท กำไร 627 บาท (ร้อยละ 109) ราคาขายปลีก 1,450 บาท กำไร 877บาท (ร้อยละ 153)



ภาพตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม

ตราสัญลักษณ์ของกลุ่มฯ ต้องการใช้ชื่อภาษาไทยว่า “บ้านดงมัดย้อม” สัญลักษณ์เป็นรูปช้าง ซึ่งบ้านดงจะมี ประเพณีแห่ช้างในอดีต มีการออกแบบไว้ 2 แบบ เนื่องจากเป็นตราเดิมที่เคยออกแบบมาและใช้มา 2 ปี ออกแบบโดย สำนักงานพัฒนาชุมชน อย่างไรก็ตามขอเสนอแนะจากการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการสร้างตราสัญลักษณ์ เพื่อให้เป็นที่ จดจำของผู้บริโภค ควรจะมีตัวอักษรภาษาอังกฤษ หรือลดสัญลักษณ์ลงเพื่อให้จดจำได้ง่าย ซึ่งทางกลุ่มจะขอ ปรับเปลี่ยนตราสัญลักษณ์ในปี 2569

การยื่นขอรับการตรวจประเมินมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้ดำเนินการรอนในเดือนตุลาคม 2568
จำนวน 2 รายการ คือ 1. ผ้ามัดย้อม 2. ผ้าพิมพ์ลายจากพืช

เลขรับ มผช.ป.....(.....)
วันที่รับ

แบบขอรับการตรวจประเมิน มผช.ป

๑. ผู้ยื่นขอรับการตรวจประเมิน

☐ กรณีเป็นบุคคลธรรมดา
ชื่อ-นามสกุล (ภาษาไทย).....
ชื่อ-นามสกุล (ภาษาอังกฤษ).....
เลขประจำตัวประชาชน.....

☐ กรณีเป็นกลุ่ม/นิติบุคคล
ชื่อกลุ่ม/นิติบุคคล (ภาษาไทย) กลุ่มกสิวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมบ้านน้ำเค็ม
ชื่อกลุ่ม/นิติบุคคล (ภาษาอังกฤษ).....
ที่ตั้งเลขที่ 135 ตรอก/ซอย..... ถนน.....
หมู่ที่ 1 แขวง/ตำบล บ้านดง เขต/อำเภอ โพธาราม
จังหวัด สุพรรณบุรี รหัสไปรษณีย์ 59220 โทรศัพท์ (ที่ติดต่อได้) 088-4045053 E-mail..... โทรสาร.....

๒. ชื่อผู้ประกอบการ
(๑) นางสาวกิม วงศ์อริยะ ตำแหน่ง ประธาน โทรศัพท์ 088-4045053
(๒) นางสาวกิม วงศ์อริยะ ตำแหน่ง นายก โทรศัพท์ 088-4045053

๓. ขอรับการตรวจประเมินเพื่อ ☒ ยื่นคำขอรับการรับรองครั้งแรก ☐ ยื่นคำขอต่ออายุ ☐ อื่นๆ.....
มาตรฐานผลิตภัณฑ์ที่ขอรับการรับรอง.....
มาตรฐานเลขที่ มผช.....
รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : ประเภท/ชนิด/แบบ และ/หรือชื่อเรียกผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี).....

๔. สถานที่ทำผลิตภัณฑ์
๔.๑ ชื่อสถานที่ทำ (ถ้ามี).....
(โปรดระบุชื่อภาษาไทย หรือภาษาอังกฤษที่ประสงค์ให้ปรากฏในใบรับรอง)
๔.๒ ที่ตั้งสถานที่ทำ ☐ เหมือนข้อ ๑ หรือ.....
เลขที่ 135 ตรอก/ซอย..... ถนน.....
หมู่ที่ 1 แขวง/ตำบล บ้านดง เขต/อำเภอ โพธาราม จังหวัด สุพรรณบุรี
รหัสไปรษณีย์ 59220 โทรศัพท์ (ที่ติดต่อได้) 088-4045053 E-mail.....

☐ ข้าพเจ้าขอรับรองความถูกต้องของข้อมูลทั้งหมดที่ปรากฏในแบบขอรับการตรวจประเมิน มผช.ป และยินยอม
ให้เจ้าหน้าที่เข้าตรวจสอบสถานที่ทำและเก็บตัวอย่างผลิตภัณฑ์เพื่อตรวจสอบตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรอง มผช.
รวมถึงทราบว่าหากผลการตรวจประเมินความพร้อมไม่เป็นไปตามหลักเกณฑ์ฯ ต้องปรับปรุงสถานที่ทำและผลิตภัณฑ์
ให้เป็นไปตามมาตรฐาน จึงจะสามารถยื่นคำขอรับใบรับรองให้แสดงเครื่องหมาย มผช. ได้ต่อไป

ลงชื่อ..... ผู้ขอรับการตรวจประเมิน*
(นางสาวกิม วงศ์อริยะ) ตัวบรรจง

1

* ผู้ลงนามขอรับการตรวจประเมิน กรณีเป็นกลุ่ม คือประธานกลุ่มหรือผู้ได้รับมอบอำนาจ
กรณีเป็นนิติบุคคล คือผู้มีอำนาจลงนามตามกฎหมายหรือผู้ได้รับมอบอำนาจ

1/2

TCPS-F-PC 010/23
09/12/2565

ข้อมูลวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมที่นำไปใช้แก้ปัญหา

ประเด็นปัญหา	แนวทางแก้ไขปัญหาด้วย วทน. / การบริหารจัดการ
-ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ยังไม่หลากหลาย ทำให้ไม่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของลูกค้าได้ -ขาดทักษะในการตัดเย็บทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความเป็นมืออาชีพ -การจัดการธุรกิจยังไม่เป็นระบบยังไม่สามารถสร้างผลกำไรที่มั่นคงได้ -ขาดทักษะทางด้านการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การสร้างสื่อเพื่อสร้างการรับรู้	1. ถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม 2. การสร้างสื่อและเทคโนโลยีในทางการตลาดดิจิทัล 3. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัล 4. การบริหารจัดการกลุ่มตามโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม

7. วัตถุประสงค์ :

1. เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีและพัฒนากระบวนการย้อมสีธรรมชาติจากครั้ง
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้สีธรรมชาติจากครั้ง.....
3. เพื่อพัฒนากลยุทธ์และกระบวนการทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์แปรรูปที่ใช้สีธรรมชาติจากครั้ง

8. กลุ่มเป้าหมาย :

ชื่อกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝาย ที่ตั้งสถานประกอบการ 135 หมู่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมะ จ.ลำปาง

ชื่อผู้ประสานงาน นางยุพิน วงศ์อะทะ.....เบอร์โทร.088-4075053.

พิกัดของกลุ่มเป้าหมาย...ละติจูด.....18°25'30.3"N.....ลองจิจูด.....99°43'58.1"E.....

9. ระยะเวลาดำเนินการ : วันเริ่มต้น -สิ้นสุดโครงการจากการวางแผนระยะยาว 3 ปี

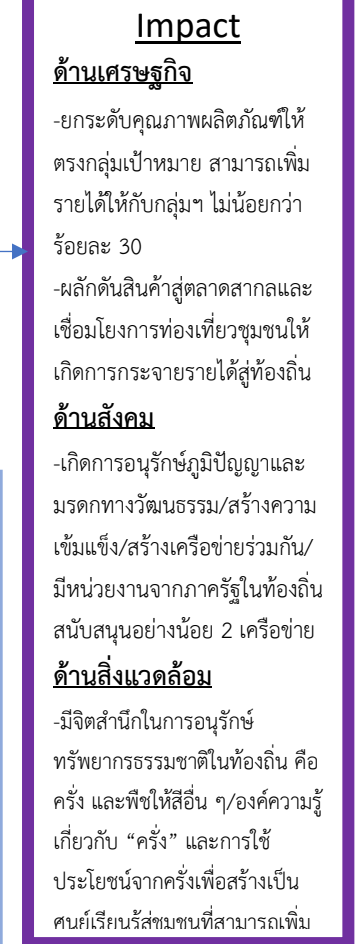
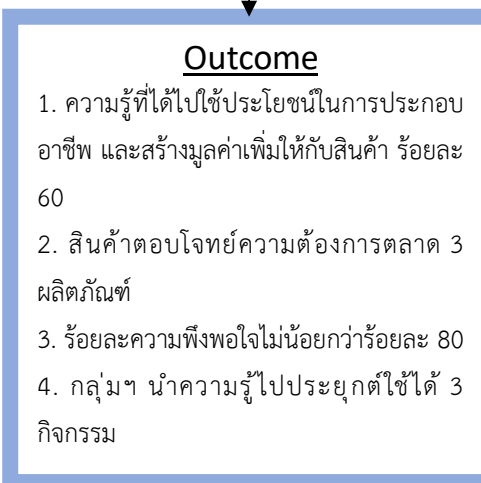
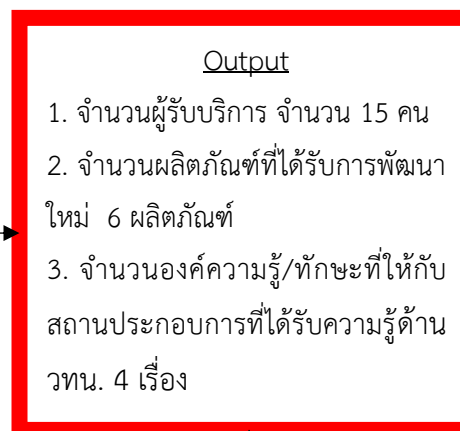
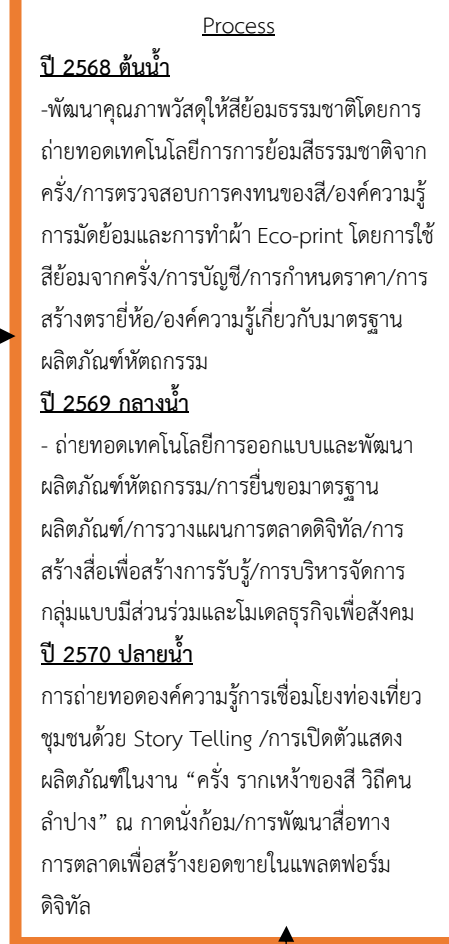
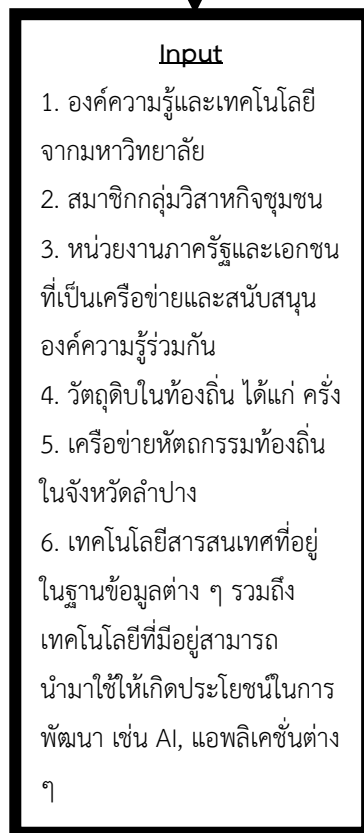
.....1 ตุลาคม 2568 ถึง 30 กันยายน 2570.....

10. ห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) :

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากครึ่งคู่ **Gift & Lifestyle** เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง

จุดแข็ง: วิสาหกิจชุมชนเข้มแข็ง/มีประสบการณ์ในการย้อมสีจาก

โอกาส: ความต้องการตลาด/นโยบายของจังหวัดและแผนปฏิบัติการขับเคลื่อน



11. แผนธุรกิจชุมชนหรือโมเดลธุรกิจ

Support team: สำนักงานเกษตรตำบล, อบต., พช., มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ, ททท.สนง.ลำปาง, สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด, กฟผ.แม่เมาะ,

Business Model Canvas

“การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครื่อง Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง” ปีที่ 1-3

Key Partners  - ผู้ขายปัจจัยการผลิต เช่น เกษตรกร ผู้ปลูกครึ่ง/โรงงานแปรรูปครึ่ง - หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานเกษตรตำบล, อบต., พช., มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ, ททท.สง.ลำปาง, สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด, กฟผ.แม่เมาะ, อุตสาหกรรมจังหวัด - ผู้ประกอบการท่องเที่ยวหรือธุรกิจบริการจังหวัดลำปาง - เครือข่ายผู้ทำงานหัตถกรรมงานคราฟต์ (Craft)	Key Activities  -กระบวนการย้อมสีธรรมชาติ -การพัฒนางานหัตถกรรม Key Resources  • กลุ่มแม่บ้าน/กลุ่มวิสาหกิจ/ชุมชน • เงินลงทุน • โรงเรือน/วัสดุอุปกรณ์ • การบริหารจัดการกลุ่ม	Value Propositions  ผลิตภัณฑ์ Gift & Lifestyle จากสีเครื่อง สร้างสรรค์จากชุมชนฐานองค์ความรู้ วิธีการดำเนินชีวิตสะท้อนอัตลักษณ์จังหวัดลำปาง	Customer Relationships  • มีการให้คำแนะนำวิธีการดูแลรักษาผลิตภัณฑ์จากสีธรรมชาติ • มีความซื่อสัตย์ต่อผู้บริโภค /ส่งมอบตรงเวลา • มีการส่งเสริมการตลาด Channels  • Offline: ขาย ณ ร้านค้าชุมชน/ออกบูธร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ • Online: ขายผ่าน Facebook IG, TikTok	Customer Segments  1.กลุ่มผู้ชื่นชอบงานหัตถกรรม 2. กลุ่มผู้สนใจศึกษาเรียนรู้วิธีการย้อมผ้าสีธรรมชาติ 4. กลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ 5. กลุ่มที่ต้องการศึกษาดูงาน 6. กลุ่มผู้สนใจทำ Work shop การย้อมสีธรรมชาติ
Cost Structure  • ต้นทุนผันแปร ได้แก่ ค่าแรง ค่าน้ำ ค่าไฟ ค่าแก๊ส ค่าวัตถุดิบ • ต้นทุนคงที่ ได้แก่ ค่าอุปกรณ์ในการใช้ย้อมสีธรรมชาติ เช่น กระทะ , ถังน้ำ, พลาสติก **ต้นทุนในการย้อมขึ้นอยู่กับชนิดผ้าที่นำมาย้อมและแปรรูป รวมทั้งต้นทุนผันแปรที่เกิดขึ้นในแต่ละครั้ง ปริมาณการย้อมแต่ละครั้ง		Revenue Streams  1. ผ้าคลุมไหล่ ขนาด 55 x 200 ซม. ราคา 490 บาท จำนวน 30 ชิ้น/เดือน x 12 เดือน = 176,400 บาท 2. ผ้าชิ้นทำลวดลาย ขนาด 45 นิ้ว x 200 ซม. ราคา 1,200 บาท จำนวน 30 ชิ้น/เดือน x 12 เดือน = 432,000 บาท 3. ผลิตภัณฑ์แปรรูปหัตถกรรมอื่น ๆ และเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวชุมชน = 414,752 บาท 4. รายได้จากการให้บริการท่องเที่ยวชุมชน การศึกษาดูงานของหน่วยงานต่าง ๆ = 20,000 บาท รวมทั้งสิ้น 1,043,152 บาท ** ยอดขายจะพยากรณ์ให้เพิ่มขึ้น 10% ต่อปี เพื่อขยายตลาดและการเติบโตทางการตลาด		

12. แผนการดำเนินงาน (Gantt Chart) :

12.1 แผนการดำเนินงานรายปี

เทคโนโลยี/องค์ความรู้/ กิจกรรม	ปีที่ 1				ปีที่ 2				ปีที่ 3				ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ ⁴	วิธีการ ⁵
	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4	Q1	Q2	Q3	Q4			
1. ค่าใช้จ่ายในการ เดินทางไปลงพื้นที่ ณ ที่ตั้งของกลุ่มเป้าหมาย													30,800	ผศ.ดร.น้ำฝน	การบรรยาย และลงมือ ปฏิบัติ
2. ค่าจ้างผู้เชี่ยวชาญ 1 คน x 10,000 บาท x 3 เดือน													30,000	รศ.ดร.ณัฐพร ดร.เกศินี ดร.นิติ	
3..ถ่ายทอดเทคโนโลยี การย้อมสีธรรมชาติ													25,840	กาญจน์	
4. ค่าจ้างวิเคราะห์ ตรวจสอบความคงทน ของสี													10,000	ผศ.ดร.น้ำฝน	ส่ง Lab ตรวจ วิเคราะห์
5. ค่าจ้างจัดกิจกรรม ถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชนและการยื่นขอรับ รองมาตรฐาน มผช.													20,750	ผศ.ดร.น้ำฝน รศ.ดร.ณัฐพร ดร.เกศินี ดร.นิติ กาญจน์	การบรรยาย และลงมือ ปฏิบัติ
6.ค่าจ้างจัดกิจกรรมการ ถ่ายทอดองค์ความรู้การ มัดย้อมและการทำผ้า Eco-print โดยการใช้สี ย้อมจากครั่ง													21,500	ผศ.ดร.น้ำฝน รศ.ดร.ณัฐพร ดร.เกศินี ดร.นิติ กาญจน์	
7. ค่าจ้างจัดกิจกรรม ถ่ายทอดความรู้การ บัญชีต้นทุน การกำหนด ราคา และการสร้างตรา ยี่ห้อ													21,110	ผศ.ดร.น้ำฝน รศ.ดร.ณัฐพร ดร.เกศินี ดร.นิติ กาญจน์ ดร.อำนวยการ	
8. ค่าจ้างจัดเก็บข้อมูล ติดตาม ประเมินผล การ นำเทคโนโลยีไปใช้ ประโยชน์ และจัดทำ รายงานผลการดำเนิน โครงการ													10,000	ผศ.ดร.น้ำฝน รศ.ดร.ณัฐพร ดร.เกศินี ดร.นิติ กาญจน์ ดร.อำนวยการ	

เทคโนโลยี/องค์ความรู้/กิจกรรม	ปีที่ 1				ปีที่ 2				ปีที่ 3				ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ ⁴	วิธีการ ⁵
9. ค่าจ้างจัดกิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าย้อมสีจากครั่ง													64,450	ผศ.ดร.น้ำฝน รศ.ดร.ณัฐพร ดร.นิติกาญจน์	การบรรยายและลงมือปฏิบัติ
10. ค่าจ้างจัดกิจกรรมอบรมความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล													83,250	ผศ.ดร.น้ำฝน รศ.ดร.ณัฐพร ดร.อำนวยการ ดร.นิติกาญจน์	การบรรยายและลงมือปฏิบัติ
11. ค่าจ้างจัดกิจกรรมการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์													55,270	ผศ.ดร.น้ำฝน ดร.อำนวยการ ดร.นิติกาญจน์	การบรรยายและลงมือปฏิบัติ
12. การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม													34,700	ผศ.ดร.น้ำฝน ดร.เกศินี ดร.นิติกาญจน์	การบรรยายและลงมือปฏิบัติ
13. ค่าจ้างจัดเก็บข้อมูล ติดตามประเมินผล การนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ และจัดทำรายงานผลการดำเนินโครงการ													12,330	ผศ.ดร.น้ำฝน รศ.ดร.ณัฐพร ดร.เกศินี ดร.นิติกาญจน์ ดร.อำนวยการ	การให้คำปรึกษา และประชุมออนไลน์
14. ค่าจ้างถ่ายทอดองค์ความรู้การเชื่อมโยงท่องเที่ยวชุมชนด้วย Story Telling													61,900	ผศ.ดร.น้ำฝน ดร.อำนวยการ ดร.นิติกาญจน์	การบรรยายและลงมือปฏิบัติ
15. ค่าจ้างจัดกิจกรรมการเปิดตัวแสดงผลิตภัณฑ์ในงาน “ครึ่งรากเหง้าของสี วิถีคนลำปาง” ณ กาดนั้งก้อม													122,610	ผศ.ดร.น้ำฝน รศ.ดร.ณัฐพร ดร.นิติกาญจน์ ดร.อำนวยการ	การบรรยายและลงมือปฏิบัติ
16. การพัฒนาสื่อทางการตลาดเพื่อสร้างยอดขายในแพลตฟอร์มดิจิทัล													54,850	ผศ.ดร.น้ำฝน ดร.นิติกาญจน์ ดร.อำนวยการ	การบรรยายและลงมือปฏิบัติ
17. ค่าจ้างจัดเก็บข้อมูล ติดตามประเมินผล การนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ และจัดทำรายงานผลการดำเนินโครงการ													10,640	ผศ.ดร.น้ำฝน รศ.ดร.ณัฐพร ดร.นิติกาญจน์ ดร.อำนวยการ	จัดเก็บข้อมูล
สรุปงบประมาณ	งบปีที่ 1 170,000				งบปีที่ 2 250,000				งบปีที่ 3 250,000				งบทั้งหมด 670,000	ผศ.ดร.น้ำฝน รักประยูร	การบรรยาย/ลงมือปฏิบัติ/การให้ปรึกษา ประชุมออนไลน์

⁴ผู้รับผิดชอบต้องมีชื่อปรากฏตามข้อ 4 ⁵วิธีการดำเนินงาน เช่น การบรรยายและลงมือปฏิบัติ การให้คำปรึกษา บรรยายออนไลน์ ประชุมออนไลน์ ฯลฯ

12.2 แผนการดำเนินงานของปีที่ขอรับการสนับสนุนงบประมาณ

ปีที่ 1 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568

เทคโนโลยี/องค์ความรู้/กิจกรรม	ต.ค. 67	พ.ย. 67	ธ.ค. 67	ม.ค. 68	ก.พ. 68	มี.ค. 68	เม.ย. 68	พ.ค. 68	มิ.ย. 68	ก.ค. 68	ส.ค. 68	ก.ย. 68	ค่าใช้จ่าย(บาท)	ผู้รับผิดชอบ	วิธีการ
1. ค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปลงพื้นที่ ณ ที่ตั้งของกลุ่มเป้าหมาย													30,800	ผศ.ดร.น้ำฝน รศ.ดร.ณัฐพร ดร.เกศินี ดร.นิติกาญจน์ ดร.อำนวยการ	
2. ค่าจ้างผู้เชี่ยวชาญ 1 คน x 10,000 บาท x 3 เดือน													30,000		
3. ถ่ายทอดเทคโนโลยีการย้อมสีธรรมชาติ													25,840		การบรรยายและลงมือปฏิบัติ
4. ค่าจ้างวิเคราะห์ตรวจสอบความคงทนของสี													10,000		ตรวจ Lab
5. ค่าจ้างจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน และการยื่นขอรับรองมาตรฐาน มผช.													20,750		การบรรยายและลงมือปฏิบัติ
6. ค่าจ้างจัดกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้การมัดย้อมและการทำผ้า Eco-print โดยการใช้สีย้อมจากครั้ง													21,500		
7. ค่าจ้างจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้การบัญชีต้นทุน การกำหนดราคา และการสร้างตราชี้ข้อ													21,110		
8. ค่าจ้างจัดเก็บข้อมูลติดตาม ประเมินผล การนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ และจัดทำรายงานผลการดำเนินโครงการ													10,000	ผศ.ดร.น้ำฝน	
สรุปงบประมาณปีที่ 1	-			-			-			170,000			170,000		

ดำเนินการแล้ว

ปีที่ 2 ปีงบประมาณ พ.ศ.2569

เทคโนโลยี/องค์ความรู้/ กิจกรรม	ต.ค. 68	พ.ย. 68	ธ.ค. 68	ม.ค. 69	ก.พ. 69	มี.ค. 69	เม.ย. 69	พ.ค. 69	มิ.ย. 69	ก.ค. 69	ส.ค. 69	ก.ย. 69	ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ	วิธีการ
1. กิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าย้อมสีจากครั้ง													48,700	ผศ.ดร.นำฝน รศ.ดร.ณัฐพร ดร.นิติกาญจน์	การบรรยาย และลงมือปฏิบัติ
2. กิจกรรมอบรมความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล													54,850	ผศ.ดร.นำฝน รศ.ดร.ณัฐพร ดร.อำนวยการ ดร.นิติกาญจน์	การบรรยาย และลงมือปฏิบัติ
3. กิจกรรมการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์													50,770	ผศ.ดร.นำฝน ดร.อำนวยการ ดร.นิติกาญจน์	การบรรยาย และลงมือปฏิบัติ
4. การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม													34,700	ผศ.ดร.นำฝน ดร.เกศินี ดร.นิติกาญจน์	การบรรยาย และลงมือปฏิบัติ
5. จัดเก็บข้อมูล ติดตามประเมินผล การนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ และจัดทำรายงานผลการดำเนินโครงการ													11,280	ผศ.ดร.นำฝน รศ.ดร.ณัฐพร ดร.เกศินี ดร.นิติกาญจน์ ดร.อำนวยการ	การให้คำปรึกษา และประชุมออนไลน์
สรุปงบประมาณ ปีที่ 2				48,700			105,620			45,980			200,300	ผศ.ดร.นำฝน	

ปีที่ 3 ปีงบประมาณ พ.ศ.2570

เทคโนโลยี/องค์ความรู้/ กิจกรรม	ต.ค. 69	พ.ย. 69	ธ.ค. 69	ม.ค. 70	ก.พ. 70	มี.ค. 70	เม.ย. 70	พ.ค. 70	มิ.ย. 70	ก.ค. 70	ส.ค. 70	ก.ย. 70	ค่าใช้จ่าย (บาท)	ผู้รับผิดชอบ	วิธีการ
14. ถ่ายทอดองค์ ความรู้การเชื่อมโยง ท่องเที่ยวชุมชนด้วย Story Telling													61,900	ผศ.ดร.น้ำฝน ดร.อำนวยการ ดร.นิติกาญจน์	การ บรรยาย และลงมือ ปฏิบัติ
15. กิจกรรมการเปิดตัว แสดงผลิตภัณฑ์ในงาน “ครึ่ง รากเหง้าของสี่ วิถีคนลำปาง” ณ กาด นังก๋อม													122,610	ผศ.ดร.น้ำฝน รศ.ดร.ณัฐพร ดร.นิติกาญจน์ ดร.อำนวยการ	การ บรรยาย และลงมือ ปฏิบัติ
16. การพัฒนาสื่อทาง การตลาดเพื่อสร้าง ยอดขายในแพลตฟอร์ม ดิจิทัล													54,850	ผศ.ดร.น้ำฝน ดร.นิติกาญจน์ ดร.อำนวยการ	การ บรรยาย และลงมือ ปฏิบัติ
17. จัดเก็บข้อมูล ติดตาม ประเมินผล การนำเทคโนโลยีไปใช้ ประโยชน์ และจัดทำ รายงานผลการดำเนิน โครงการ													10,640	ผศ.ดร.น้ำฝน รศ.ดร.ณัฐพร ดร.นิติกาญจน์ ดร.อำนวยการ	การให้ คำปรึกษา และ ประชุม ออนไลน์
สรุปงบประมาณ ปีที่ 3				61,900			177,460			10,640			250,000	ผศ.ดร. น้ำฝน	

13. ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ:

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วย	ค่าเป้าหมาย		
		2568	2569	2570
1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี	คน	15	15	15
2. จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอด(ระบุรายละเอียดองค์ความรู้เทคโนโลยี) 2.1 การถ่ายทอดเทคโนโลยีการการย้อมสีธรรมชาติและความคงทนของสี (2568) 2.2 อบรมความรู้เรื่องการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (2568) 2.3 การถ่ายทอดองค์ความรู้การมัดย้อมและการทำผ้า Eco-print โดยการใช้สีย้อมจากครั้ง (2568) 2.4 การบัญชีต้นทุน การตั้งราคา และการสร้างตราห้อย (2568) 2.5 ถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าย้อมสีจากครั้ง เช่น กระเป๋า เสื้อผ้า (2569) 2.6 การอบรมความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล (2569) 2.7 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์ (2569) 2.8 การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม (2569) 2.9 การถ่ายทอดองค์ความรู้การเชื่อมโยงท่องเที่ยวชุมชนด้วย Story Telling (2570) 2.10 กิจกรรมการเปิดตัวแสดงผลิตภัณฑ์ในงาน “ครั้ง รากเหง้าของสี วิถีคนลำปาง” ณ กาดนั้งก้อม (2570) 2.11 การพัฒนาสื่อทางการตลาดเพื่อสร้างยอดขายในแพลตฟอร์มดิจิทัล (2570)	เรื่อง	5	4	3
3. จำนวนวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้	คน	3	3	3
4. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการพัฒนา/ต่อยอด(ระบุชื่อผลิตภัณฑ์) 4.1 ผ้าคลุมไหล่ 4.2 ผ้าชิ้น 4.3 เสื้อผู้หญิง 4.4 งานหัตถกรรมจากเศษผ้า เช่น กระเป๋า พวงกุญแจ ตุ้มหู ผ้าปูโต๊ะ ผ้าเอนกประสงค์ ผ้าคาดผม ผ้าถุง หมวก เป็นต้น 4.5 เสื้อผู้ชาย 4.6 กระโปรง/กางเกง	ผลิตภัณฑ์	3	4	3
5. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	80	80	80
6. จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	คน	15	15	15
7. สัดส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้น	เท่า	4	4	4
8.จำนวนโครงการหรือกิจกรรมที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน นำความรู้ไปประยุกต์ใช้	กิจกรรม	3	3	3
9. จำนวนศูนย์เรียนรู้	ศูนย์เรียนรู้			1

14. หน่วยงานสนับสนุน:

ชื่อหน่วยงานสนับสนุน ระบุชื่อหน่วยงานที่ร่วมให้การสนับสนุนโครงการ	รูปแบบการสนับสนุน ระบุรูปแบบของการสนับสนุน เช่น งบประมาณ อาคารสถานที่ วิทยากร การจัดกิจกรรม ฯลฯ
องค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.)	สนับสนุนการใช้สถานที่ในการประชุมหารือ เครือข่าย
สำนักงานเกษตรตำบล	สนับสนุนและให้คำปรึกษาด้านการจัดตั้งกลุ่ม วิสาหกิจชุมชน การจัดทำเครือข่าย
สำนักงานพัฒนาชุมชน	สนับสนุนด้านการจัดทำผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP
สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)	รองรับมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์ OTOP ผลิตภัณฑ์ ชุมชนอื่น ๆ รวมถึงผลิตภัณฑ์ระดับพื้นที่ที่ยังไม่ได้รับ การพัฒนา / รับประกันคุณภาพของผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภค
หน่วยบริการลูกค้า (ชั้น 2) ศูนย์วิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอ สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ ซ.ตรีมิตร ถ.พระราม 4 แขวงพระโขนง เขตคลองเตย กรุงเทพฯ 10110	รับบริการตรวจวิเคราะห์ทดสอบสิ่งทอ ความคงทนของสี
สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยว สำนักงานลำปาง	ส่งเสริม ให้ความรู้และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวใน ชุมชน
สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดลำปาง	ส่งเสริม ให้ความรู้และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว ในชุมชน
มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ	สนับสนุนวิทยากรและองค์ความรู้/เทคโนโลยีที่ ถ่ายทอด

15. ผลกระทบ : (แสดงผลกระทบที่เกิดขึ้นจากโครงการทั้งที่เกิดขึ้นกับผู้ประกอบการ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ได้รับประโยชน์จากการดำเนินโครงการ)

15.1 เศรษฐกิจ

- เพิ่มรายได้ รายได้เพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่าร้อยละ 10/ จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ทำการพยากรณ์ ดังนี้

รายได้จาก	ราคา	จำนวน/เดือน	รายได้/เดือน	รายได้/ปี	รวมรายได้ในปีที่ 1
1.ผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมสีจากครั้ง					
1.1 กลุ่มไหล่ ขนาด 55 x 180 ซม.	500	10	5,000	60,000	
1.2 ผ้าชิ้น ขนาด 45 นิ้ว ยาว 200 ซม.	1200	10	12,000	144,000	
รวมรายได้ทั้งปีที่ 1					204,000
**เป็นการทดลองพัฒนาความคงทนของสีและจำหน่ายสินค้าไปด้วย อาจมีสินค้าอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ต้มหู ผ้าบุโต๊ะ ผ้าเอนกประสงค์ ผ้าคาดผม ผ้าถุง ซึ่งอาจทำให้รายได้เพิ่มขึ้นจากเดิมไม่น้อยกว่าร้อยละ 10					

***ซึ่งรายได้เดิมของกลุ่มที่ขายได้เฉลี่ยปีละ 120,000 บาท การคำนวณหาร้อยละที่เพิ่มขึ้นจากการพยากรณ์ยอดขายในปีที่ 1 คือ $\text{Current Value} - \text{Starting Value} \times 100$

Starting Value

ดังนั้น หากโครงการมีการดำเนินงานตามยอดขายพยากรณ์ จะพบว่า รายได้ของกลุ่มเพิ่มขึ้น ดังนี้

$$204,000 - 120,000 = (84,000 \div 120,000) \times 100 = 70\%$$

รายได้จาก	ราคา	จำนวน/เดือน	รายได้/เดือน	รายได้/ปี	รวมรายได้ในปีที่ 2
1.ผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมสีจากครั้ง					516,000
1.1 กลุ่มไหล่ ขนาด 55 x 180 ซม.	500	20	10,000	120,000	
1.2 ผ้าชิ้น ขนาด 45 นิ้ว ยาว 200 ซม.	1200	20	24,000	288,000	
2. รายได้จากกิจกรรมพิเศษ/ Workshop/คน	1500	6	9,000	108,000	108,000
3. สินค้าหัตถกรรมอื่น ๆ และจากเศษผ้า					125,280
3.1 กระเป๋าถือ	490	5	2,450	29,400	
3.2 พวงกุญแจ	199	10	1,990	23,880	
3.3 เสื้อสำเร็จรูปผู้หญิง	1,200	5	6,000	72,000	
รวมรายได้ทั้งปีที่ 2					749,280

*** ปีที่ 2 รายได้ของกลุ่มเพิ่มขึ้น ดังนี้

$$749,280 - 204,000 = (545,280 \div 749,280) \times 100 = 72.77\%$$

รายได้จาก	ราคา	จำนวน/เดือน	รายได้/เดือน	รายได้/ปี	รวมรายได้ในปีที่ 3
1.ผลิตภัณฑ์ผ้าย้อมสีจากครั้ง					792,000
1.1 คลุมไหล่ ขนาด 55 x 180 ซม.	500	30	15,000	180,000	
1.2 ผ้าชิ้น ขนาด 45 นิ้ว ยาว 200 ซม.	1200	30	36,000	432,000	
2. รายได้จากกิจกรรมพิเศษ/ Workshop	1500	10	15,000	180,000	180,000
3. สินค้าหัตถกรรมอื่น ๆ และจากเศษผ้า					227,040
3.1 กระเป๋าทู	490	6	2,940	35,280	
3.2 พวงกุญแจ	199	20	3,980	47,760	
3.3 เสื้อสำเร็จรูปผู้หญิง	1200	10	12,000	144,000	
3.4 เสื้อสำเร็จรูปผู้ชาย	1200	5	6,000	72,000	
3.5 หมวก	490	5	2,450	29,400	
3.6 ยาม	890	5	4,450	53,400	
4. รายได้จากการให้บริการทัวร์เชิงวัฒนธรรม/คน	1000	10	10,000	120,000	480,000
รวมรายได้ทั้งปีที่ 3					1,679,040

**ปีที่ 3 รายได้ของกลุ่มเพิ่มขึ้น ดังนี้

$$1,679,040 - 749,280 = (929,760 \div 749,280) \times 100 = 124\%$$

15.2 ผลกระทบเชิงสังคม

การเสริมสร้างความเข้มแข็งในชุมชน

- **การสร้างความร่วมมือในชุมชน:** โครงการนี้สามารถเสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างสมาชิกในชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยการรวมกลุ่มผลิตผ้าทอ, การย้อมสีธรรมชาติ, การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยว, และการสร้างตลาดสำหรับสินค้าท้องถิ่น ช่วยให้สมาชิกในชุมชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน
- **การสร้างงานและโอกาสในชุมชน:** โครงการนี้สามารถสร้างงานทั้งในภาคการผลิต (ทอผ้า, ย้อมผ้า) และภาคการบริการ (มัคคุเทศก์, พนักงานในร้านค้า) ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการว่างงานในพื้นที่ และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน

การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม

- **การรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น:** การส่งเสริมการใช้ครั้งในการย้อมผ้าซึ่งอาจหายไปหากไม่มีการฟื้นฟูและส่งเสริม โครงการนี้สามารถช่วยถ่ายทอดความรู้และทักษะในกระบวนการผลิตผ้าย้อมสีธรรมชาติให้กับคนรุ่นใหม่ ทำให้สามารถรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ได้ พร้อมทั้งสร้างความภูมิใจในความเป็นท้องถิ่น

15.3 ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

การใช้สีธรรมชาติช่วยลดมลพิษจากการย้อมสีสังเคราะห์

- การใช้สีจากครั่งแทนสารเคมี: การย้อมผ้าด้วยครั่งซึ่งเป็นสีจากธรรมชาติจะช่วยลดการใช้สีสังเคราะห์หรือสารเคมีในการย้อมผ้า ซึ่งมักจะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การปนเปื้อนของสารเคมีในแหล่งน้ำและการปล่อยสารพิษในกระบวนการผลิต ซึ่งการใช้ครั่งจะช่วยลดปัญหาดังกล่าว
- การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน: การใช้ครั่งที่เก็บจากธรรมชาติและการปลูกฝ้ายในพื้นที่ท้องถิ่นจะช่วยส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในวิธีที่ยั่งยืน ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือทำให้เกิดการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติในระยะยาว

การฟื้นฟูและอนุรักษ์ภูมิทัศน์ท้องถิ่น

- การฟื้นฟูพื้นที่เกษตรกรรมท้องถิ่น: การส่งเสริมการปลูกฝ้ายในพื้นที่ท้องถิ่นอย่างยั่งยืนจะช่วยฟื้นฟูภูมิทัศน์เกษตรกรรมในพื้นที่ เช่น การเก็บครั่งจากธรรมชาติซึ่งจะช่วยรักษาสมดุลของระบบนิเวศ

16. งบประมาณขอรับการสนับสนุน:

จำนวนทั้งสิ้น	620,000	บาท (รวมทุกปีที่ได้รับงบประมาณ)
ปีที่ 1 พ.ศ. 2568	จำนวน 170,000	บาท
ปีที่ 2 พ.ศ. 2569	จำนวน 200,300	บาท
ปีที่ 3 พ.ศ. 2570	จำนวน 250,000	บาท

รายการงบประมาณ ดังนี้

(คำอธิบาย : แยกแยะเฉพาะปีงบประมาณที่ขอรับการสนับสนุนในปีปัจจุบัน โดยให้แจกแจงรายละเอียดค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการดำเนินโครงการรายกิจกรรมที่ตรงกับข้อ 12.2 โดยจัดทำ เป็นงบตัวคูณ [ราคาต่อหน่วย: จำนวนคน/ครั้ง/วัน/ชิ้น] โดยใช้ระเบียบและอัตราของทางราชการ)

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568..... ขอรับการสนับสนุนงบประมาณ จำนวน..... 200,300..... บาท ประกอบด้วย

รายละเอียดค่าใช้จ่ายโครงการ	งบประมาณ
กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	48,700
1.1 ค่าเช่ายานพาหนะ (3 วัน x 1 คัน x 2,800 บาท/คัน x 1 ครั้ง)	8,400
1.2 ค่าอาหารว่าง (15 คน x 4 มื้อ x 35 บาท x 1 ครั้ง)	2,100
1.3 ค่าอาหาร (15 คน x 2 มื้อ x 100 บาท x 1 ครั้ง)	3,000
1.5 ค่าวิทยากรอบรมเชิงปฏิบัติการบุคคลของรัฐ (3 คน x 6 ชั่วโมง x 600 บาท x 2 วัน)	21,600
1.6 ค่าวิทยากรอบรมเชิงปฏิบัติการบุคคลภาคเอกชน (1 คน x 6 ชั่วโมง x 1200 บาท x 1 วัน)	7,200
1.7 ค่าที่พักจำนวน 2 คืน ๆ ละ 800 บาท จำนวน 4 ห้อง	6,400
กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมอบรมความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล	54,850
2.1 ค่าเช่ายานพาหนะ (3 วัน x 1 คัน x 2,800 บาท/คัน x 1 ครั้ง)	8,400
2.2 ค่าอาหารว่าง (15 คน x 6 มื้อ x 35 บาท x 1 ครั้ง)	3,150
2.3 ค่าอาหาร (15 คน x 3 มื้อ x 100 บาท x 1 ครั้ง)	4,500
2.4 ค่าวิทยากรอบรมเชิงปฏิบัติการบุคคลของรัฐ (3 คน x 6 ชั่วโมง x 600 บาท x 3 วัน)	32,400
2.5 ค่าที่พักจำนวน 2 คืน ๆ ละ 800 บาท จำนวน 4 ห้อง	6,400
กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์	50,770
3.1 ค่าเช่ายานพาหนะ (2 วัน x 1 คัน x 2,800 บาท/คัน x 1 ครั้ง)	5,600
3.2 ค่าอาหารว่าง (15 คน x 2 มื้อ x 35 บาท x 2 วัน)	2,100
3.3 ค่าอาหาร (15 คน x 2 มื้อ x 100 บาท x 1 ครั้ง)	3,000
3.4 ค่าวิทยากรอบรมเชิงปฏิบัติการบุคคลของรัฐ (3 คน x 6 ชั่วโมง x 600 บาท x 2 วัน)	21,600
3.5 ค่าที่พักจำนวน 1 คืน ๆ ละ 800 บาท จำนวน 3 ห้อง	2,400
3.6 ค่าจ้างเหมาทำบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์	16,070
กิจกรรมที่ 4 การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม	34,700
4.1 ค่าเช่ายานพาหนะ (2 วัน x 1 คัน x 2,800 บาท/คัน x 1 ครั้ง)	5,600
4.2 ค่าอาหารว่าง (15 คน x 2 มื้อ x 35 บาท x 2 วัน)	2,100
4.3 ค่าอาหาร (15 คน x 2 มื้อ x 100 บาท x 1 ครั้ง)	3,000
4.4 ค่าวิทยากรอบรมเชิงปฏิบัติการบุคคลของรัฐ (3 คน x 6 ชั่วโมง x 600 บาท x 2 วัน)	21,600
4.5 ค่าที่พักจำนวน 1 คืน ๆ ละ 800 บาท จำนวน 3 ห้อง	2,400
กิจกรรมที่ 5 ค่าจ้างจัดเก็บข้อมูล ติดตาม ประเมินผล การนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ และจัดทำรายงานผลการดำเนินโครงการ	11,280
5.1 ค่าเช่ายานพาหนะ (1 วัน x 1 คัน x 2,800 บาท/คัน x 3 ครั้ง)	8,400
5.2 ค่าเบี้ยเลี้ยง (4 คน x 1 วัน x 240 บาท/วัน x 3 ครั้ง)	2,880
รวมเป็นเงินทั้งสิ้น	200,300

**ขออภัยเนื่องด้วยทุกรายการ

หมายเหตุ

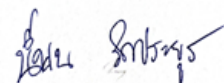
1. ขอความร่วมมือเครือข่ายคลินิกเทคโนโลยีไม่คิดค่าใช้จ่ายที่เป็นค่าธรรมเนียมหักเข้าหน่วยงาน
2. ค่าที่พัก ค่าเดินทาง ค่าเบี้ยเลี้ยง เบิกตามระเบียบและอัตราที่ทางราชการกำหนด
3. ค่าจ้างออกแบบงานกับบุคคลภายนอก ให้ยึดความประหยัดงบประมาณเป็นหลักและแสดงหลักฐานการจ้างงานชัดเจน
4. ค่าจ้างเหมาทดสอบทางวิทยาศาสตร์ ให้แนบรายละเอียดอัตราค่าบริการ
5. ค่าวัสดุ/อุปกรณ์ ค่าวัสดุสำนักงานที่ใช้ในการจัดกิจกรรม ต้องให้รายละเอียดว่ามีวัสดุและอุปกรณ์อะไรที่จำเป็นต้องใช้ในการดำเนินโครงการ บางอย่างผู้ประกอบการสามารถร่วมออกค่าใช้จ่ายได้หรือไม่
6. ค่าวัสดุการเกษตรค่าวัสดุวิทยาศาสตร์และสารเคมี ให้แจกแจงรายละเอียดว่าคืออะไร

17. การรายงานความก้าวหน้าติดตามและประเมินผล: ผู้รับผิดชอบโครงการต้องดำเนินการ ดังนี้

- (1) รายงานความก้าวหน้าโครงการผ่านระบบคลินิกเทคโนโลยีออนไลน์ (CMO) รายไตรมาส
- (2) ผู้รับผิดชอบโครงการต้องให้ผู้รับบริการตอบแบบสำรวจวัดความพึงพอใจผู้รับบริการในขณะจัดกิจกรรม และผู้รับผิดชอบโครงการต้องให้ผู้รับบริการตอบแบบติดตามผลการนำไปใช้ประโยชน์หลังสิ้นสุดการดำเนินงานของโครงการ ก่อนจัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์
- (3) ผู้รับผิดชอบโครงการต้องคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจ และ B/C ratio ของโครงการ
- (4) จัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์เป็นอิเล็กทรอนิกส์ไฟล์พร้อมหนังสือแนส่งจากหน่วยงาน ไม่เกินวันที่ 30 กันยายน (วันสิ้นสุดปีงบประมาณ) ยกเว้นมีเหตุจำเป็น หรือสุดวิสัย
- (5) การขอขยายเวลา หากคาดว่าโครงการจะไม่สามารถจัดกิจกรรมตามแผนที่วางไว้และมีความจำเป็นต้องขอขยายเวลา ผู้รับผิดชอบโครงการต้องจัดทำหนังสือขอขยายเวลาโดยผู้บริหารหน่วยงานเป็นผู้ลงนาม ในหนังสือถึง ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ก่อนวันที่ 15 กันยายน แจ้งให้ สป.อว. ทราบ เพื่อดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องต่อไป

18. การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการ :

การจัดกิจกรรมหรือการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์โครงการในรูปแบบต่าง ๆ เช่น แผ่นพับ ป้ายประชาสัมพันธ์ จดหมายข่าว วารสาร และสื่ออื่นใด **ต้องมีข้อความและสัญลักษณ์ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม** ซึ่งเป็นผู้ให้การสนับสนุนงบประมาณปรากฏทุกครั้ง และโครงการยินดีให้ความร่วมมือเข้าร่วมจัดแสดงผลงานในกิจกรรมต่าง ๆ ตามที่ สป.อว. ร้องขอ พร้อมทั้งทำตามหลักเกณฑ์และเงื่อนไขที่ระบุในคู่มือการดำเนินงานฯ ทุกประการ



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร)

ผู้เสนอโครงการ

ตำแหน่ง...หัวหน้าโครงการ



แบบสำรวจข้อมูลความต้องการผู้ประกอบการ แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE) ประจำปีงบประมาณ...2569...

เรื่อง ขอเข้าร่วมแพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE)
เรียน ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม
สิ่งที่ส่งมาด้วย รายชื่อสมาชิกของสถานประกอบการที่เข้าร่วมโครงการ

ด้วย(ชื่อ นามสกุล).ผู้ช่วยศาสตราจารย์.ดร.น้ำฝน รักประยูร...มีความประสงค์ที่จะนำความรู้และงานวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรมและความรู้ในการเพิ่มศักยภาพผู้ประกอบการ ไปใช้ในการพัฒนาธุรกิจชุมชน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลผู้ประกอบการ

ชื่อสถานประกอบการ กลุ่มผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝาย ที่ตั้งสถานประกอบการ 135 หมู่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมะ จ.ลำปาง
พิกัดละติจูด 18°25'30.3"N.....ลองจิจูด :... 99°43'58.1"E.....
ชื่อประธาน.....นางยุพิน วงศ์อะทะ.....เบอร์โทร..088-4075053
ชื่อผู้ประสานงาน.....นางยุพิน วงศ์อะทะ.....เบอร์โทร..088-4075053

ส่วนที่ 2 ข้อมูลการประกอบการ

รูปแบบธุรกิจ ☐ ผู้ประกอบการรายเดียว ☐ หัสนส่วน/ห้างหุ้นส่วน จำกัด ☐ บริษัทจำกัด ☐ ผู้ประกอบการ OTOP
☒ วิสาหกิจชุมชน ☐ สหกรณ์ ☐ กลุ่มอาชีพ ☐ กลุ่มผู้ผลิตชุมชนที่ยังไม่จดทะเบียน
☐ ผู้ประกอบการรายเดียว

จำนวนสมาชิก...15...คน ปีที่ก่อตั้ง...2565...ระยะเวลาในการดำเนินธุรกิจ...3...ปี ทุนจดทะเบียน.....บาท
ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตและจำหน่ายอยู่

ชื่อผลิตภัณฑ์.....ผ้ามัดย้อม (ย้อมหอมและย้อมครั้ง).และผ้าพิมพ์ Eco print .ยอดขายต่อเดือน.....19,250.....บาท
กลุ่มลูกค้า กลุ่มเฉพาะที่สนใจและนักท่องเที่ยว

แหล่งจำหน่ายสินค้า(ออฟไลน์/ออนไลน์).....การออกบูธกับหน่วยงานภาครัฐ, กาดนัดก้อม หนองกระทิง, ร้าน THE BOX และ
FB: กลุ่มผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝาย

ส่วนที่ 3 ประเด็นความต้องการพัฒนาสินค้าและบริการ

ระบุประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น และความต้องการในการพัฒนา

ปัญหาที่เกิดขึ้น	ความต้องการด้าน วัฒน.
- ขาดทักษะในการตัดเย็บทำให้ผลิตภัณฑ์ขาดความเป็นมืออาชีพ/ขาดทักษะทางด้านการตลาดดิจิทัล การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย การสร้างสื่อการรับรู้ การวางแผนการตลาดดิจิทัล สำหรับผลิตภัณฑ์/การบริหารจัดการกลุ่มธุรกิจเพื่อสังคม	ถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม/ความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล/การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์/การบริหารจัดการกลุ่มธุรกิจเพื่อสังคม

ลงชื่อ น้ำฝน รักประยูร (ตัวบรรจง)
หมายเลขโทรศัพท์.....093-2984491.....
ผู้สำรวจข้อมูล
วันที่ 6/10/ 2568.....

ลงชื่อ ยุพิน วงศ์อะทะ (ตัวบรรจง)
หมายเลขโทรศัพท์...088-4075053
ผู้ให้ข้อมูล
วันที่ 6/10/2568...

รายชื่อสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝาย หมู่ที่ 1

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	บ้านเลขที่	ตำแหน่ง	หมายเลข
1.	นางยุพิน วงศ์อะทะ	135	ประธาน	088-4075053
2.	นางกัลยา วงศ์อะทะ	72	รองประธาน	061-6853233
3.	นางสาวชนาภา วงศ์อะทะ	129	เลขาฯ	093-8260452
4.	นางกันยา ปลุกสุข	33	เหรัญญิก	089-8546763
5.	นางศิรินาฏ พรหมหมั่น	18	กรรมการ	086-1863567
6.	นางปราณี วงศ์แก้วมูล	195	กรรมการ	081-0313428
7.	นางพัฒนา เตชะเตย	132/1	กรรมการ	095-7915046
8.	นางสาวฐาปณีย์ ปกแก้ว	297	กรรมการ	088-2942545
9.	นางคำสูก เกียงแก้ว	112	กรรมการ	081-7653137
10.	นางกอบ โกวฤทธิ์	198	กรรมการ	064-5547568
11.	นางสุภา เตชะวงศ์	203	กรรมการ	093-389104
12.	น.ส.กอบแก้ว เตชะเทพ	112	กรรมการ	081-2878614
13.	นายพิชยา ทิสาระ	128	กรรมการ	081-7837544
14.	นางบาง วงศ์อะทะ	132	กรรมการ	065-4984176
15.	นางสาวนภัสกร กุ้ทรัพย์	215/1	ประชาสัมพันธ์	



หนังสือสำคัญแสดงการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน

หนังสือสำคัญฉบับนี้ให้ไว้แก่
วิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝายหมู่ 1 ตำบลบ้าน
ดง

ที่ตั้ง : เลขที่ 135 หมู่ที่ 1 ตำบลบ้านดง
อำเภอแม่เมะ จังหวัดลำปาง รหัสไปรษณีย์ 52220
โทรศัพท์: 0884075053 โทรสาร: E-mail address :

เพื่อเป็นหลักฐานว่า ได้รับการจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน
ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 เรียบร้อยแล้ว

รหัสทะเบียน 6-52-02-01/1-0107

ให้ไว้ ณ วันที่ 14 เดือนกรกฎาคม พุทธศักราช 2566

ลงชื่อ.....นายทะเบียน

(นางจุฑาทิพย์ ศิริขันธ์)

(.....เกษตรอำเภอแม่เมะ.....)

เกษตรอำเภอ

สำนักงาน เกษตรอำเภอแม่เมะ
จังหวัดลำปาง

หมายเหตุ:

- (1) วิสาหกิจชุมชน และเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ต้องแจ้งความประสงค์ที่จะ
ดำเนินการต่อไป
ภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันสิ้นปีปฏิทินทุกปี หากไม่แจ้งเป็นเวลา 2 ปีติดต่อกัน
อาจถูกถอนชื่อออกจากทะเบียน
- (2) การเลิกกิจการ จักต้องแจ้งให้นายทะเบียนทราบภายใน 30 วัน นับตั้งแต่วันที่
ประสงค์จะเลิกกิจการ

บทที่ 2

การดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยี

การดำเนินโครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครื่อง Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัด ลำปาง ในปีงบประมาณ 2569 มีการดำเนินงานถ่ายทอดเทคโนโลยี จำนวน 5 กิจกรรม ดังนี้

1. กิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าย้อมสีจากเครื่อง
2. กิจกรรมอบรมความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล
3. กิจกรรมการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์
4. การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม
5. จัดเก็บข้อมูล ติดตาม ประเมินผล การนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ และรายงานผลการดำเนิน

โครงการ

2.1 แผนการดำเนินงานของโครงการ

ตาราง 2.1 แผนการดำเนินงานโครงการ

เทคโนโลยี/องค์ความรู้/ กิจกรรม	ต.ค. 68	พ.ย. 68	ธ.ค. 68	ม.ค. 69	ก.พ. 69	มี.ค. 69	เม.ย. 69	พ.ค. 69	มิ.ย. 69	ก.ค. 69	ส.ค. 69	ก.ย. 69	ค่าใช้จ่าย (บาท)
1. กิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากผ้าย้อมสีจากเครื่อง													48,700
2. กิจกรรมอบรมความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล													54,850
3. กิจกรรมการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์													50,770
4. การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม													34,700
5. จัดเก็บข้อมูล ติดตาม ประเมินผล การนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ และจัดทำรายงานผลการดำเนินโครงการ													11,280
สรุปงบประมาณ ปีที่ 2				48,700			105,620			45,980			200,300

ตาราง 2.2 สถานะการดำเนินงานในแต่ละกิจกรรม

กิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ (ระบุแต่ละกิจกรรม)	สถานะการดำเนินงาน ในแต่ละกิจกรรม	
		เสร็จแล้ว	ขอขยายเวลา
กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	6-7 มิถุนายน 2569	✓	
กิจกรรมที่ 2 อบรมความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในการตลาดดิจิทัล	11-12 กรกฎาคม 2569	✓	
กิจกรรมที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์	22 พฤษภาคม 2569 22-23 สิงหาคม 2569	✓	
กิจกรรมที่ 4 การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม	4-5 กรกฎาคม 2569	✓	
กิจกรรมที่ 5 จัดเก็บข้อมูล ติดตาม ประเมินผล การนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ และจัดทำรายงานผลการดำเนินโครงการ	24 มีนาคม 2569 7 เมษายน 2569 27-28 เมษายน 2569 12 กันยายน 2569	✓	
แผนเงิน : ตามไตรมาส		200,300	

2.2 สรุปขั้นตอนการดำเนินงานตามแผนของแต่ละกิจกรรมที่กำหนด

รายละเอียดในการดำเนินกิจกรรมประกอบด้วย

เมื่อได้รับงบประมาณในไตรมาสที่ 2 เดือนมีนาคม 2569 กำหนดให้มีการกิจกรรมต่าง ๆ ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ณ วิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝาย ถ่ายทอดการสร้างแพทเทิร์นเสื้อ การตัดเย็บ การอัดกาวและแนะนำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในระหว่างวันที่ 6-7 มิถุนายน 2569

กิจกรรมที่ 2 อบรมความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในการตลาดดิจิทัล ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างสื่อภาพนิ่ง การถ่ายทำ VDO การใช้ AI ในการออกแบบภาพเพื่อสร้างการรับรู้ ในระหว่างวันที่ 11-12 กรกฎาคม 2569

กิจกรรมที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์ กำหนดจัดทำวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนการตลาดดิจิทัลร่วมกับเครือข่ายในชุมชน วันที่ 22 พฤษภาคม 2569 ณ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านดง อำเภอแม่เมะ จังหวัดลำปาง ผู้เข้าร่วมกิจกรรม 30 คน

และมีการกำหนดการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนเพื่อเชื่อมโยงโครงการในปีที่ 3 ในระหว่างวันที่ 22-23 สิงหาคม 2569

กิจกรรมที่ 4 การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม ในระหว่างวันที่ 4-5 กรกฎาคม 2569

กิจกรรมที่ 5 จัดเก็บข้อมูล ติดตาม ประเมินผล การนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ และจัดทำรายงานผลการดำเนินโครงการ มีการติดตามผลการดำเนินของปีที่ 1 การขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การประชุมหารือ การติดตามยอดขาย การติดตามการนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ โดยเริ่มติดตามในเดือนมีนาคม, เมษายน, และเดือนกันยายน 2569

ในการดำเนินกิจกรรมสามารถดำเนินกิจกรรมให้เสร็จสิ้นตามระยะเวลาที่กำหนด แต่มีการสลับกิจกรรม โดยจากการประชุมหารือกำหนดแผนการดำเนินงาน พบว่า ทางชุมชนและเครือข่ายที่เกี่ยวข้องต้องการทราบแนวทางการวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์และการเชื่อมโยงไปสู่การท่องเที่ยวชุมชนในปีที่ 3 งบประมาณ พ.ศ. 2570 ซึ่งต้องมีผู้นำชุมชน เครือข่ายผู้ประกอบการท่องเที่ยว ตลอดจนชุมชนที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมหารือกัน จึงกำหนดจัดกิจกรรมที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์ ขึ้นเป็นอันดับแรก ในวันที่ 22 พฤษภาคม 2569 ณ องค์การบริหารส่วนตำบลบ้านดง อำเภอแม่เมะ จังหวัดลำปาง ผู้เข้าร่วมกิจกรรม 30 คน จากนั้นจึงจัดทำกิจกรรมตามแผนการดำเนินงานต่อไป

รายละเอียดการดำเนินกิจกรรม

กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

กิจกรรมการถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ณ วิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝาย ถ่ายทอดการสร้างแพทเทิร์นเสื้อกุยเฮง เสื้อแขนกุด และการวางแบบ การตัดเย็บ การอัดกาว การตัดเย็บเสื้อคอจีน แนะนำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดำเนินการในวันที่ 6-7 มิถุนายน 2569 ณ วิสาหกิจชุมชนฯ มีผู้เข้าฝึกอบรม จำนวน 15 คน

กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

“การถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม”

ระหว่างวันที่ 6-7 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2569 เวลา 09.00 – 16.00 น.”

ณ วิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝาย ตำบลบ้านดง อำเภอแม่เมะ จังหวัดลำปาง

วันเสาร์ที่ 6 เดือนมิถุนายน 2569

เวลา 08.00 น. - 08.30 น. ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมกิจกรรม

เวลา 08.30 น. – 09.00 น. กล่าววัตถุประสงค์การดำเนินโครงการฯ โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์น้ำฝน รักประยูร จากมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ

เวลา 09.00 น. – 12.00 น. ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบตัดเย็บเสื้อกุยเฮงจากผ้าย้อมครั้งและผ้า Eco print โดยวิทยากร 1.นางรัตติยา นามวงศ์กา 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร 3. อาจารย์ ดร.อำนวยการ ใหญ่ยิ่ง

เวลา 12.00 น. -13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน

เวลา 13.00 น. - 16.00 น. ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบตัดเย็บผ้าถุงสำเร็จรูป วิทยากร

- 1.นางรัตติยา นามวงศ์กา 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร
3. อาจารย์ ดร.อำนวยการ ใหญ่ยิ่ง

วันอาทิตย์ ที่ 7 เดือนมิถุนายน 2569

เวลา 08.30 น. - 09.00 น. ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมกิจกรรม

เวลา 09.00 น. – 12.00 น. ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการอัดกาวเสื้อคลุมและการออกแบบตัดเย็บ

- 1.นางรัตติยา นามวงศ์กา 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร
3. อาจารย์ ดร.อำนวยการ ใหญ่ยิ่ง

เวลา 12.00 น. -13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน

เวลา 13.00 น. - 16.00 น. ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบตัดเย็บกระโปรง โดยวิทยากร

- 1.นางรัตติยา นามวงศ์กา 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร
3. อาจารย์ ดร.อำนวยการ ใหญ่ยิ่ง

ตาราง 2.3 ผลผลิตจากการดำเนินงานกิจกรรมการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์

กิจกรรม	ผลผลิตจากการดำเนินงาน
กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	1. เสื้อผู้ชายแขนยาว 2. เสื้อกุยเฮง 3. เสื้อซาฟารีคอจีน 4. เสื้อกระดุมหน้าคอกกลม 5. เสื้อยืดมัดย้อมตกแต่งด้วยตุ๊กตา ugly doll 6. พวงกุญแจรูปสัตว์จากผ้าย้อมคราม

จากตาราง 2.1 มีการดำเนินการสอนให้วาดแพทเทิร์นเสื้อ การเย็บ การอัดกาว การทำพวงกุญแจรูปสัตว์จากเศษผ้า การทำตุ๊กตา Ugly doll ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 6 รายการ ดังแสดงในตาราง 2.1



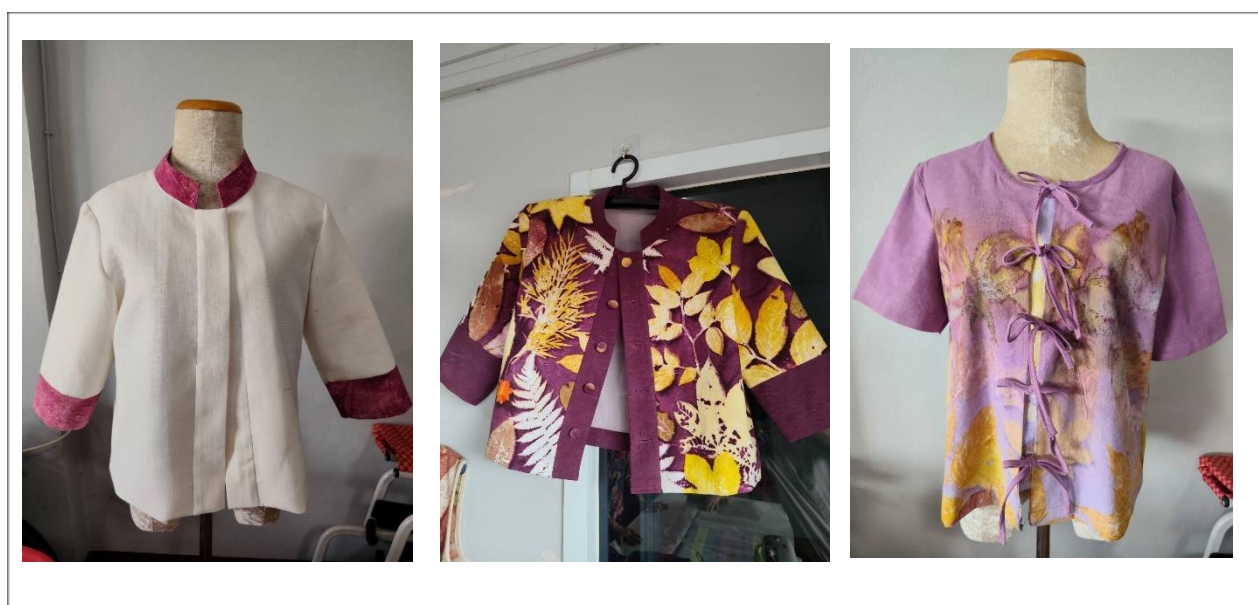
ภาพ 2.1 การออกแบบแพทเทิร์น

จากภาพ 2.1 พบว่า มีการสอนสร้างแพทเทิร์น ซึ่งสมาชิกในกลุ่มสามารถสร้างได้ เนื่องจากมีพื้นฐานการตัดเย็บมาบางส่วน จึงทำให้เกิดการเรียนรู้การตัดเย็บได้รวดเร็ว



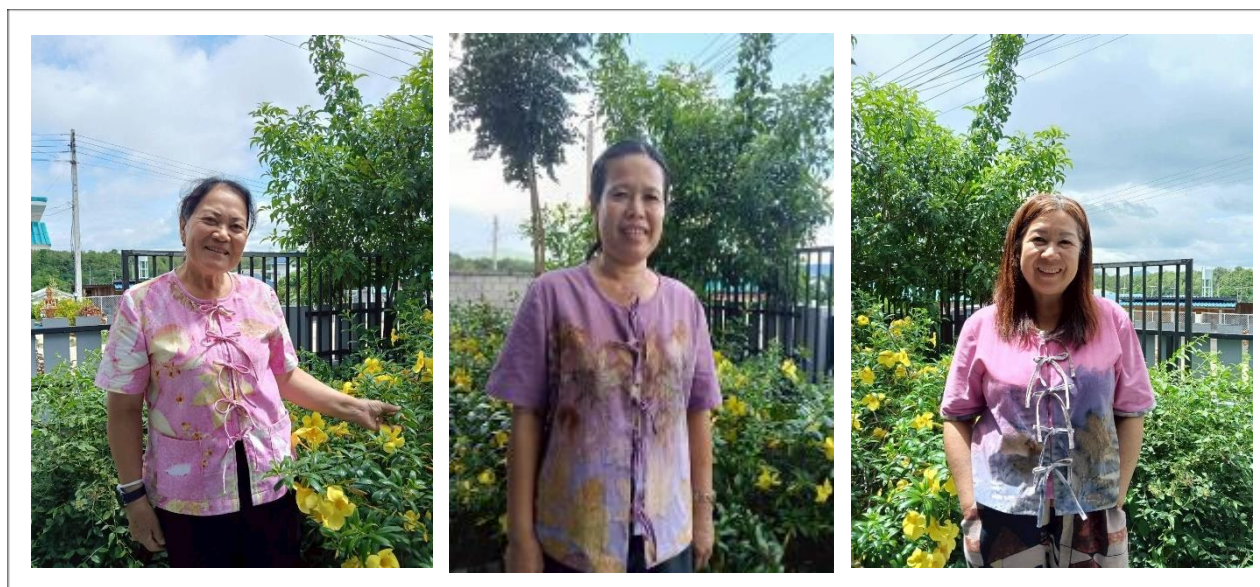
ภาพ 2.2 การตัดเย็บและการอัดกาว

จากภาพ 2.2 สมาชิกในกลุ่มมีพื้นฐานการตัดเย็บมาบางส่วน และทุกคนมีจักรเย็บผ้าแบบพกพา ซึ่งเคยได้รับการสนับสนุนจากการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแม่เมาะ จังหวัดลำปาง ในการสร้างอาชีพให้กับชุมชน จึงทำให้เกิดการเรียนรู้การตัดเย็บได้รวดเร็ว นอกจากนี้ยังมีการสอนอัดกาวผ้าโดยใช้เครื่องอัดกาว ซึ่งทางกลุ่มยังไม่เคยใช้ มีเพียงการใช้อัดกาวโดยใช้เตารีด



ภาพ 2.3 ผลิตภัณฑ์เสื้อผู้หญิง

ภาพ 2.3 แสดงให้เห็นการตัดเย็บเสื้อกุยเฮง เสื้อสุท และเสื้อคอจีนที่ตกแต่งด้วยผ้ามัดย้อมจากครั้ง



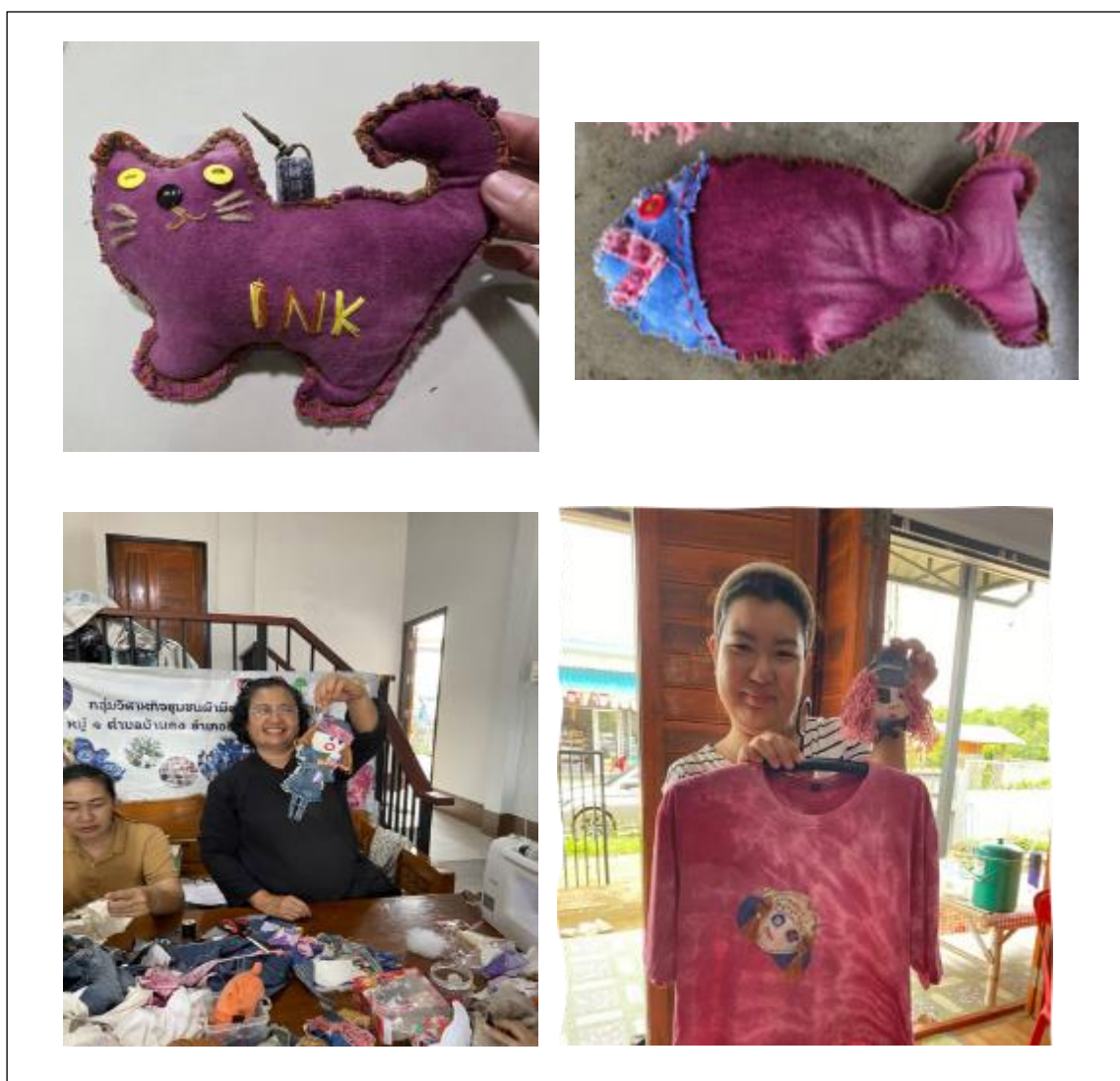
ภาพ 2.4 เสื้อกุยเฮง

ภาพ 2.4 แสดงการตัดเย็บเสื้อกุยเฮงจากผ้ามัดย้อมจากสีคราม และสีครามผสมครั้ง โดยทุกคนที่เข้าร่วมกิจกรรมฝึกอบรมจะได้ตัดเย็บเสื้อคนละ 1 ตัว โดยการสร้างแพทเทิร์นที่มีขนาดเหมาะสมกับแต่ละคน



ภาพ 2.5 เสื้อกระดุมหน้าคอกกลม เสื้อผู้ชายแขนยาว และ เสื้อชาฟารีค้อจิ้น

ภาพ 2.5 แสดงเสื้อกระดุมหน้าคอกกลมซึ่งเป็นการตัดเป็นต้นแบบ 1 ตัว เสื้อคลุมผู้ชายแขนยาว 1 ตัว และเสื้อชาฟารีค้อจิ้น 1 ตัว เพื่อให้เห็นความแตกต่างและเป็นต้นแบบให้ทางกลุ่มโดยเน้นนำผ้า Eco-print



ภาพ 2.6 พวงกุญแจรูปสัตว์จากผ้าย้อมครั่งและ เสื้อยืดย้อมตกแต่งด้วยตุ๊กตา ugly doll

ภาพ 2.6 แสดงการทำพวงกุญแจรูปสัตว์จากผ้าย้อมครั่งและ เสื้อยืดย้อมตกแต่งด้วยตุ๊กตา ugly doll เนื่องจากในการตัดเย็บมีเศษผ้า จึงมีการสร้างแพทเทิร์นรูปสัตว์ต่าง ๆ เช่น แมว ปลา มาตัดเย็บเป็นพวงกุญแจ และนำเศษผ้ายีนส์เก่ามาทำเป็นตุ๊กตา Ugly doll เพื่อตกแต่งเสื้อม้าย้อม เจาะกลุ่มวัยรุ่น ซึ่งจะทำให้เสื้อมีความน่าสนใจกับกลุ่มเป้าหมายเพิ่มขึ้น

กิจกรรมที่ 2 อบรมความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล

การให้ความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในการตลาดดิจิทัล มีการอบรมให้ใช้ AI ในการสร้างรูปภาพ และเนื้อหาดิจิทัล จัดขึ้นในระหว่างวันที่ 11-12 เดือนกรกฎาคม 2569 โดยมีกำหนดการ ดังนี้

กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ “การสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล”

ระหว่างวันที่ 11-12 เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2569

เวลา 09.00 – 16.00 น.”

ณ วิสาหกิจชุมชนผ้าฝ้ายย้อมบ้านหัวฝาย ตำบลบ้านดง อำเภอแม่เมะ จังหวัดลำปาง

วันเสาร์ที่ 11 เดือนกรกฎาคม 2569

เวลา 08.00 น. – 08.30 น. ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมกิจกรรม

เวลา 08.30 น. – 09.00 น. กล่าววัตถุประสงค์การดำเนินโครงการฯ โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์น้ำฝน รักประยูร จากมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ

เวลา 09.00 น. – 12.00 น. ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างสื่อภาพนิ่ง วิทยากร โดย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร 2. อาจารย์ ดร.เกศินี วีรศิลป์
3. อาจารย์ ดร.นิติกาญจน์ นาคประสม 4. อาจารย์ ดร.อำนวยการ ใหญ่ยิ่ง

เวลา 13.00 น. – 16.00 น. ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายภาพสินค้าและการใช้ AI ในการตกแต่งภาพ วิทยากร โดย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร 2. อาจารย์ ดร.เกศินี วีรศิลป์
3. อาจารย์ ดร.นิติกาญจน์ นาคประสม 4. อาจารย์ ดร.อำนวยการ ใหญ่ยิ่ง

วันอาทิตย์ ที่ 12 เดือนกรกฎาคม 2569

เวลา 08.30 น. – 09.00 น. ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมกิจกรรม

เวลา 09.00 น. – 12.00 น. ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสร้างสื่อ VDO สั้น วิทยากร โดย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร 2. อาจารย์ ดร.เกศินี วีรศิลป์
3. อาจารย์ ดร.นิติกาญจน์ นาคประสม 4. อาจารย์ ดร.อำนวยการ ใหญ่ยิ่ง

เวลา 12.00 น. -13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน

เวลา 13.00 น. – 16.00 น. ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการสร้าง content โดยใช้ AI วิทยากร โดย

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร 2. อาจารย์ ดร.เกศินี วีรศิลป์
3. อาจารย์ ดร.นิติกาญจน์ นาคประสม 4. อาจารย์ ดร.อำนวยการ ใหญ่ยิ่ง

กลยุทธ์เนื้อหาดิจิทัล

ตาราง 2.4 กลยุทธ์เนื้อหา 5 รูปแบบ

Content	สัดส่วน	ตัวอย่าง
ภูมิปัญญาและสืธรรมชาติ	25%	ครั้ง สนิม ใบไม้ และขั้นตอนย้อม
ผลิตภัณฑ์และการใช้งาน	25%	วิธีสวมใส่ เลือกทรง และ Mix & Match
เรื่องราวของคนทำ	20%	ผู้ผลิต กระบวนการทำ และรายได้ชุมชน
Persona และลูกค้าจริง	20%	สินค้านี้เหมาะกับใคร รีวิว และภาพผู้ใช้จริง
โปรโมชั่นและสินค้าพร้อมส่ง	10%	เปิดตัวสินค้า ชุดของขวัญ และไลฟ์ขาย

**การรักษาสัดส่วนเนื้อหา “สร้างคุณค่าและความรู้” ประมาณ 70% และ “ขายสินค้า” ประมาณ 30%



ภาพ 2.7 สื่อรูปภาพที่ออกแบบโดยใช้ AI ในการตกแต่งองค์ประกอบภาพ

NATURAL DYE • ECO PRINT

LAC & RUST

THE ELEGANCE OF NATURAL DYE AND BOTANICAL ECO PRINT

การย้อมสีจากครั่งผง (Lac Dye) ร่วมกับการปรับเฉดสีด้วยสนิมเหล็ก (Iron Rust) ก่อให้เกิดโทนสีม่วงเทาอันเป็นเอกลักษณ์ ถ่ายทอดลวดลายธรรมชาติของใบไม้ผ่านเทคนิค Eco Print สะท้อนคุณค่าของภูมิปัญญาและความยั่งยืนร่วมสมัย

NATURAL DYE **SUSTAINABLE PROCESS** **BOTANICAL IMPRINT**

THE BEAUTY OF LAC DYE

- ครั่งผง ให้สีม่วง แดงม่วง ชมพู ละมุน และม่วงเทา
- สนิมเหล็ก ช่วยปรับเฉดสีให้ลึกและนุ่ม อย่างเป็นธรรมชาติ
- ปลอดภัย เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
- เหมาะกับงานผ้าทุกประเภท

NATURAL COLOR PALETTE INSPIRED BY NATURE



สีจากครั่งผง ผสมสนิมเหล็ก ให้โทนสีที่เป็นเอกลักษณ์ อ่อนโยน และกลมกลืน

FROM NATURE TO ART



ครั่งผง (LAC RESIN POWDER) > สนิมเหล็ก (IRON RUST) > การย้อมสีธรรมชาติ (NATURAL DYEING) > ลวดลายพิมพ์ใบไม้ (ECO PRINT)

ครั่งผง (Lac Resin Powder)

ครั่ง คือ ยางเรซินธรรมชาติที่ได้จากแมลงครั่ง เมื่อผ่านกระบวนการแปรรูปเป็นครั่งผง สามารถสกัดเป็นสีย้อมธรรมชาติ ให้เฉดสีทั้งงดงามและยั่งยืน

“ สัจธรรมชาติ ไม่เพียงแต่สร้างสรรค์ความงาม แต่ยังเป็นการรักษาโลก ทุกฝืนผ้าคืองานศิลปะที่เกิดจากธรรมชาติ ไม่มีชิ้นใดเหมือนกัน ”

NATURAL DYE **HANDMADE** **SUSTAINABLE** | **CRAFTED BY NATURE, DESIGNED FOR LIFE**

ภาพ 2.8 Content ภูมิปัญญาและสืธรรมชาติ

NATURAL DYE • ECO PRINT

LAC & RUST

ผ้าสีธรรมชาติจาก ครั่ง + สนิม

สีม่วงละมุนจาก “ครั่ง” ผสมผสานกับโทนสีเทา และน้ำตาลจาก “สนิมเหล็ก” เกิดเป็นเฉดสีธรรมชาติ อันเป็นเอกลักษณ์ ผ่านเทคนิค Eco Print ถ่ายทอดลงลายใบไม้จากธรรมชาติอย่างงดงาม เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและผิวสัมผัส

 NATURAL DYE
 ECO FRIENDLY
 HANDMADE WITH CARE

NATURAL COLOR PALETTE



โทนสีธรรมชาติจากครั่งผสมสนิมเหล็ก ให้เฉดสีม่วง เทา น้ำตาล และเหลืองหม่นอย่างลงตัว



แปรรูปได้หลากหลาย ใส่สวยทุกสไตล์



กระโปรง (Skirt)
กระโปรงยาวทรงพริ้ว สวยงามด้วยลวดลายใบไม้จากธรรมชาติ





ผ้าถุง (Wrap Skirt)
ผ้าถุงไทยรับสนิม ผ้าพันไฟใบไม้จากธรรมชาติ ให้ความสวยงามและอ่อนโยน





กางเกงทรงจีนี่ (Genie Pants)
กางเกงทรงหลวม สบาย คล่องตัว โดดเด่นด้วยลายพันไฟใบไม้ที่เป็นเอกลักษณ์



ครั่งผง (Lac Resin Powder)



ครั่ง คือ ยางเรซินธรรมชาติที่ได้จากแมลงครั่ง เมื่อนำมาผ่านกระบวนการแปรรูปเป็นครั่งผง สามารถสกัดเป็นสีธรรมชาติให้เฉดสีม่วงอมแดงอ่อนโยนต่อผู้ใช้

สนิมเหล็ก (Iron Rust)



สนิมเหล็กช่วยปรับเฉดสีให้โดดเด่น โทนสีเทา น้ำตาล และเหลืองหม่น เสริมเสน่ห์ของสีธรรมชาติให้ลึกซึ้งและนุ่มนวล

ECO PRINT PROCESS



คัดเลือกใบไม้จากธรรมชาติ → จัดวางลายบนผืนผ้า → มัดและนั่งด้วยความร้อน → เผยลวดลายจากธรรมชาติ

NATURAL DYE | HANDMADE | SUSTAINABLE | CRAFTED BY NATURE, DESIGNED FOR LIFE

ภาพ 2.9 Content ผลิตภัณฑ์และการใช้งาน

Kui Heng Shirt

เสื้อกุยเฮงผ้าครึ่ง + คราม
ECO PRINTED & NATURAL DYE

ธรรมชาติที่สวมใส่ได้ในทุกวัน

ผสานภูมิปัญญาการย้อมสีธรรมชาติ
จาก ครั่ง (Lac Dye) และ คราม (Indigo)
ด้วยเทคนิค Eco Print ลายใบไม้
สู่เสื้อกุยเฮงที่สวยงาม อ่อนโยน
และเป็นเอกลักษณ์

NATURAL DYE ECO FRIENDLY HANDMADE WITH CARE

“ผ้าธรรมชาติ ที่บอกเล่าเรื่องราว
ของใบไม้ในโทนสีที่อ่อนโยน
และเป็นเอกลักษณ์”

DETAIL & DESIGN

คอกลม เรียบง่าย ใส่สบาย เข็มผูกโบว์ สดใสกุยเฮง กระดุมบุกแท้ เพิ่มความหรูหรา

กระเป๋าช้างใช้งานได้จริง
เย็บประณีต แข็งแรง ลวดลาย Eco Print
จากธรรมชาติ ด้านหลังเรียบง่าย
ใส่สบาย

ECO PRINT PROCESS

จัดวางใบไม้บนผืนผ้า ม้วนผ้าอย่างแน่น นึ่งไอน้ำเพื่อให้สีซึมลึก ล้างทำความสะอาดและตากแห้ง ได้ผืนผ้าที่มีลวดลายจากธรรมชาติ

NATURAL COLOR PALETTE

ผ้า Cotton ผสมลินิน เนื้อนุ่ม ระบายอากาศดี ใส่สบาย
เหมาะกับทุกโอกาส ทั้งลำลองและทำงาน

NATURAL DYE | ECO PRINT | SUSTAINABLE FASHION | CRAFTED BY NATURE

ภาพ 2.10 เสื้อภาพเสื้อกุยเฮงผ้าครึ่ง+คราม

เสื้อกุยเฮงผ้าครึ่ง

ECO PRINT & NATURAL DYE

จากใบไม้ สู่เสื้อที่ใส่สบาย

ผ้าฝ้ายแท้ 100% ย้อมสีธรรมชาติจาก “ครึ่ง” (Lac Dye)
ด้วยเทคนิค Eco Print ห่มสีครึ่ง ให้โทนสีม่วงชมพู
อ่อนโยนเป็นเอกลักษณ์ ลวดลายจากใบไม้จริง
ถ่ายทอดความงามของธรรมชาติในทุกเส้นใย



สีจากธรรมชาติ
ปลอดภัย



เป็นมิตรกับ
สิ่งแวดล้อม



งานแฮนด์เมด
ใส่ใจทุกรายละเอียด

ครึ่ง (Lac Dye)
ให้โทนสีม่วงชมพูละมุน อ่อนโยน
สีอ่อนจากธรรมชาติ ไม่เป็นอันตรายต่อผิว

กระบวนการสร้างสรรค์ผ้า Eco Print



- จัดวางใบไม้บนผืนผ้า
- ม้วนผ้าอย่างแน่น
- มัดเชือกเพื่อให้อึด
- ต้มในน้ำสีครึ่งธรรมชาติ
- ล้าง ถัดมาผ้าจะมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

วัตถุดิบจากธรรมชาติ



ครึ่ง (Lac Resin)
ให้โทนสีม่วง ชมพู
อ่อนละมุน



สนิมเหล็ก (Iron Rust)
ช่วยเสริมโทนสีให้
ละมุน สร้างมิติ



สมอพิเภก (Terminalia chebula)
ช่วยย้อมสีให้คงทน
และต้านแบคทีเรีย

แพทเทิร์นเสื้อกุยเฮง (แขนสั้น)

ด้านหน้า



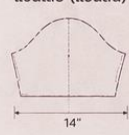
24"

ด้านหลัง



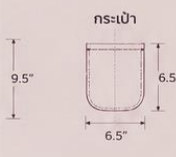
24"

แขนเสื้อ (แขนสั้น)



14"

กระเป๋



9.5"

6.5"

6.5"

รายละเอียดแพทเทิร์น

- ทรงเสื้อ : กุยเฮง (ทรงตรง ใส่สบาย)
- ความยาวเสื้อ : 24 นิ้ว
- รอบอก : 48 นิ้ว (เผื่อความสบาย)
- ไหล่กว้าง : 16 นิ้ว
- แขนสั้นยาว : 9.5 นิ้ว
- กระเป๋ : ขนาด 6.5 x 6.5 นิ้ว
- วิธีการตกแต่ง : เชือกผูกโบว์ ด้านหน้า เพิ่มความอ่อนหวาน

โทนสีจากธรรมชาติ



โทนสีม่วงจากครึ่ง + สนิม + สมอพิเภก
อ่อนโยน นุ่มนวล เป็นธรรมชาติ

เนื้อผ้า Cotton 100%



- เนื้อนุ่ม ไม่ระคายเคืองผิว
- ระบายอากาศดี ใส่สบาย
- ย้อมสีธรรมชาติ ปลอดภัย
- เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ไอเดียการแมทช์ & การใช้งาน

กระโปรง

ผ้าถุง

กางเกง

ชุดเดรส

เสื้อสูทเชอร์

การตัดเย็บ



คอกลม เรียบง่าย



เชือกผูกโบว์ สดใสกุยเฮง

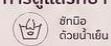


กระเป๋ใช้งานได้จริง

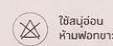


แขนสั้น ใส่สบาย คล่องตัว

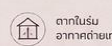
การดูแลรักษา



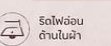
ซักมือ ด้วยน้ำเย็น



ใช้สเปรย์ฉีดน้ำพ่นยาว



ตากในที่ร่ม อากาศถ่ายเท



รีดไพล่อน ด้านในผ้า

NATURAL DYE | ECO FRIENDLY | HANDMADE | SUSTAINABLE FASHION | ONE OF A KIND

ภาพ 2.11 สื่อรูปภาพแสดงถึงแพทเทิร์นและกระบวนการทำผลิตภัณฑ์

เสื้อคลุมผ้า

ECO PRINT

ห่มสีจากธรรมชาติ

คราม + ครั่ง

สว ย อ่อนโยน เป็นเอกลักษณ์

ผ้า Cotton 100% ย้อมสีธรรมชาติจาก "ครั่ง (Lac Dye)" และ "คราม (Indigo)" ด้วยเทคนิค Eco Print ห่มสีครั่งและครามให้โทนสีม่วงอมชมพู ผสานน้ำเงิน เกิดมิติ สีสันสวยงามจากธรรมชาติในทุกชิ้น ให้สัมผัสนุ่ม ใส่สบาย เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

สีจากธรรมชาติ

ปลอดภัย

เป็นมิตรกับ

สิ่งแวดล้อม

งานแฮนด์เมด

ใส่ใจทุกรายละเอียด

ครั่ง (Lac Dye)

ให้โทนสีม่วงอมชมพู

อ่อนโยน เป็นธรรมชาติ

คราม (Indigo)

ให้โทนสีน้ำเงิน

เย็น สงบ

กระบวนการสร้างสสคผ้า Eco Print

จัดวางใบไม้บนพื้นผ้า

ม้วนผ้าอย่างแน่น

มัดเชือกเพื่อให้ออกสี

ต้มในน้ำสีครั่งธรรมชาติ

ย้อมครามและตากแห้ง

ได้ผืนผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจากธรรมชาติ

วัตถุดิบจากธรรมชาติ

ครั่ง (Lac Resin)

ให้โทนสีม่วงอมชมพูอ่อนละมุน

คราม (Indigo)

ให้โทนสีน้ำเงินเย็น สงบ

เนื้อผ้า Cotton 100%

- เนื้อผ้า นุ่ม สวมใส่สบาย
- ระบายอากาศได้ดี ไม่ร้อน
- ย้อมสีธรรมชาติ ปลอดภัย
- เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ไอเท็มจากธรรมชาติ

ครั่ง + คราม

ม่วงอมชมพู ผสานน้ำเงิน สว ย อ่อนโยน เป็นเอกลักษณ์

คุณสมบัติผ้า Eco Print

สีไม่ตก

เป็นมิตรต่อผิว

นุ่มสบาย

ใส่ได้ทุกที่

ระบายอากาศดี

ไม่ยับย่น

งานแฮนด์เมด

ทุกชิ้นไม่เหมือนใคร

รายละเอียดการตัดเย็บ

คอจีน ติดแถบผ้าคราม

ติดแถบผ้าครามตลอดแนวส่วนหน้า

กระเป๋าใช้งานได้จริง

เก็บงานอย่างประณีต

ไอเดียการสวมใส่

คู่สบายๆ กับกางเกงยีนส์

ลุคมินิมอล กับกางเกงผ้าสีพื้น

ลุคสมาร์ก กับกางเกงยีน

ด้านหลัง ลวดลายใบไม้สวยเด่น

NATURAL DYE

ECO FRIENDLY

HANDMADE

SUSTAINABLE FASHION

ONE OF A KIND

ภาพ 2.12 สื่อรูปภาพแสดงเสื้อคลุมแขนยาวสำหรับผู้ชาย

เสื้อคอจีนผ้า ECO PRINT

ห่มสีจากธรรมชาติ ครั่ง + สนิม

สวย อ่อนโยน เป็นเอกลักษณ์

ผ้าฝ้ายแท้ 100% ย้อมสีธรรมชาติจาก "ครั่ง (Lac Dye)" และ "สนิมเหล็ก (Iron Rust)" ด้วยเทคนิค Eco Print ห่มสีครั่งและสนิมลงบนผืนผ้า เกิดโทนสีม่วงอมชมพู ผสานน้ำตาลอ่อนจากสนิม ให้ลวดลายใบไม้ สวยงามตามธรรมชาติในทุกชิ้นงาน

ครั่ง (Lac Dye)
ให้โทนสีม่วงอมชมพู
อ่อนโยน เป็นธรรมชาติ

สนิมเหล็ก (Iron Rust)
ให้โทนสีน้ำตาลอ่อน
ช่วยเสริมโทนสี
ให้ละมุน สร้างมิติ

กระบวนการสร้างสรรค์ผ้า Eco Print

1. จัดวางใบไม้บนผืนผ้า → 2. ม้วนผ้าอย่างแน่น → 3. มัดเชือกเพื่อให้ออกสี → 4. ต้มน้ำหมักสีครั่งและสนิมธรรมชาติ → 5. ล้าง ทำความสะอาด และตากแห้ง → 6. ได้ผืนผ้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวจากธรรมชาติ

วัตถุดิบจากธรรมชาติ

ครั่ง (Lac Resin) ให้โทนสีม่วง ชมพู อ่อนละมุน
สนิมเหล็ก (Iron Rust) ช่วยเสริมโทนสีให้นุ่มละมุน สร้างมิติ

เนื้อผ้า Cotton 100%

- เนื้อนุ่ม ใสสบาย ติดกับผิว
- ระบายอากาศได้ดี ไม่ร้อน
- ย้อมสีธรรมชาติ ปลอดภัย
- เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

โทนสีจากธรรมชาติ

สีไม่ตก เป็นมิตรต่อผิว

คุณสมบัติผ้า Eco Print

- สนิมเหล็ก เป็นมิตรต่อผิว
- นุ่มสบาย ใส่ได้ทุกวัน
- ระบายอากาศดี ไม่อับชื้น
- งานแฮนด์เมด ทุกชิ้นไม่เหมือนกัน

แพทเทิร์นเสื้อคอจีน (แขนสั้น)

ขนาด: 24" x 24"

รายละเอียดแพทเทิร์น:

- ทรงเสื้อ : คอจีน (Chinese Collar)
- ความยาวเสื้อ : 24 นิ้ว
- รอบอก : 48 นิ้ว (เมื่อความสบาย)
- ไหล่กว้าง : 16 นิ้ว
- แขนสั้น : 8.5 นิ้ว
- กระเป๋ : ขนาด 6 x 6.5 นิ้ว
- วิธีการตกแต่ง : กระดุมผ้าห่ม
- ด้านหน้า เพิ่มความสวยงาม

รายละเอียดการตัดเย็บ

คอจีน ผูกง่าย
กระดุมผ้าห่มทำมือ
กระเป๋ใช้งานได้จริง
แขนสั้น ใส่สบาย
ลวดลายใบไม้ธรรมชาติ

ไอเดียการสวมใส่

ลุคสบายๆ กับกางเกงผ้าฝ้าย
ลุคเรียบหรู กับกระโปรงผ้าฝ้าย
ลุคทำงาน กับกางเกงทรงสุภาพ
ลุควินเทจ กับกางเกงลินิน

การดูแลรักษา

- ซักมือ ด้วยน้ำเย็น
- ใช้สบู่อ่อน ห้ามฟอกขาว
- ตากในที่ร่ม อากาศถ่ายเท
- รีดไฟอ่อน ด้านในผ้า

“ทุกชิ้นงาน คือเรื่องราวของใบไม้ และภูมิปัญญาที่สืบทอดมาไม่เหมือนใคร”

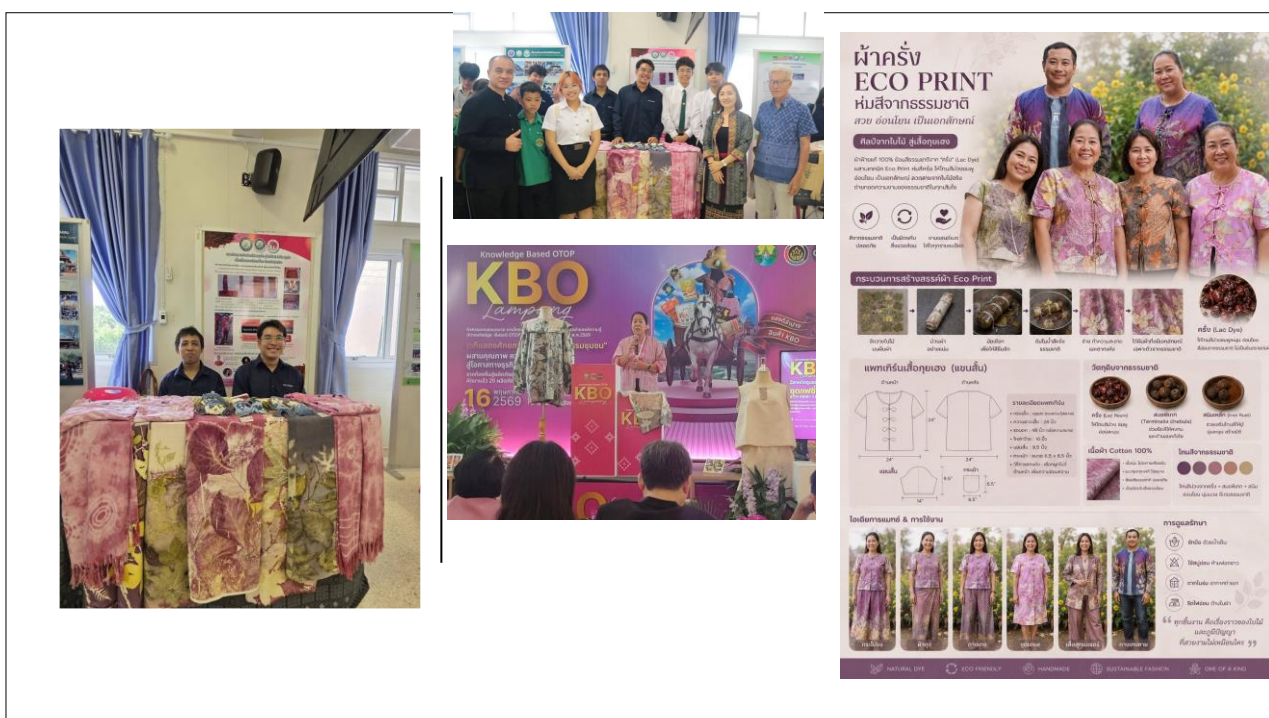
NATURAL DYE | ECO FRIENDLY | HANDMADE | SUSTAINABLE FASHION | ONE OF A KIND

ภาพ 2.13 เสื้อภาพเสื้อคอจีนและกระบวนการสร้างสรรค์

กิจกรรมการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาด



ภาพ 2.14 สื่อต่าง ๆ ที่นำไปลงโพสต์ในแฟนเพจ



ภาพ 2.15 การออกงานจัดแสดงสินค้าและการนำเสนอผ่านสื่อโซเชียลมีเดีย

กิจกรรมที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนการตลาดดิจิทัล และสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน

การฝึกอบรม “การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนการตลาดดิจิทัล และการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน” ในวันศุกร์ที่ 22 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2569 ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านดง อำเภอมะเมาะ จังหวัดลำปาง จำนวนผู้เข้าอบรม 30 คน

สำหรับกิจกรรมการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชนเป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมจากแผนการดำเนินกิจกรรมเพื่อรองรับการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวและยกระดับกิจกรรมมัคค์้อมและการทำ Workshop ต่าง ๆ ของวิสาหกิจชุมชนฯ ว่าสามารถเชื่อมโยงการท่องเที่ยวในชุมชนได้อย่างไร กำหนดและนัดหมายเครือข่ายและสมาชิกจำนวน 15 คน เข้าร่วมในวันที่ 22-23 สิงหาคม 2569 ตามข้อเสนอเบื้องต้นในวันที่ 22 พฤษภาคม 2569

กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

“การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนการตลาดดิจิทัล และการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน”

วันศุกร์ ที่ 22 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2569

เวลา 09.00 – 16.30 น.”

ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านดง อำเภอมะเมาะ จังหวัดลำปาง

เวลา 08.30 น. - 09.00 น.	ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมกิจกรรม
เวลา 09.00 น. – 09.30 น.	กล่าวรายงานการจัดทำโครงการฯ โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์น้ำฝน รักประยูร จากมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ
เวลา 09.30 น. – 10.30 น.	กล่าวเปิดงานโดย นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านดง บรรยายหัวข้อ “สถานการณ์การท่องเที่ยว พฤติกรรมผู้บริโภค และ แนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง” โดย ผู้อำนวยการ ททท. สำนักงานลำปาง
เวลา 10.30 น. – 12.00 น.	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร อาจารย์ ดร.อานวยพร ไหญ่ยิ่ง, อาจารย์ ดร.นิติกาญจน์ นาคประสม มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ
เวลา 12.00 น. -13.00 น.	พักรับประทานอาหารกลางวัน
เวลา 13.00 น. - 16.30 น.	การวางแผนการตลาดดิจิทัลและการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร, อาจารย์ ดร.อานวยพร ไหญ่ยิ่ง, อาจารย์ดร.นิติกาญจน์ นาคประสม มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ



ภาพ 2.17 การลงทะเบียนและรายงานผลการดำเนินงานให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมรับฟัง



ภาพ 2.18 ททท.สำนักงานลำปางรายงานสถานการณ์ท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง

ภาพ 2.18 คุณภัทราภรณ์ ไพศุณย์ รองผู้อำนวยการสำนักงาน ททท. สำนักงานลำปาง รายงานสถานการณ์ท่องเที่ยว พุทธธรรมผู้บริโภคร และแนวทางการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง ตลอดจนบทบาทของ ททท.สำนักงานลำปาง ในการช่วยผลักดัน ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งจังหวัดลำปางเป็นจังหวัดเล็ก ๆ ที่เป็นทางผ่าน การท่องเที่ยวต้องดึงอัตลักษณ์เฉพาะ ตลอดจนการขับเคลื่อนโดยองค์รวม สำหรับตำบลบ้านดง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง มีสถานที่ในการศึกษาทางวัฒนธรรม การสร้างการรับรู้ทางสื่อโซเชียล และการจัดการส่งเสริมการตลาดจะทำให้เกิดการรับรู้ สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวในจังหวัดลำปางได้

จากการประชุมกับเครือข่ายผู้ประกอบการร้านอาหาร ที่พัก ผู้แทนชุมชน วิสาหกิจชุมชน ททท. สำนักงานลำปาง และคณะทีมงานผู้รับผิดชอบโครงการในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค และการวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์ของชุมชน สามารถจำลองเส้นทางการท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถนำมาเป็นจุดดึงดูดความสนใจนักท่องเที่ยว โดยแบ่งผู้บริโภค หรือ บุคลากรจำลอง (Persona) โดยใช้ AI เข้ามาช่วยในการวิเคราะห์ กำหนด Persona ออกเป็น 5 กลุ่ม ที่เหมาะสำหรับแต่ละโปรแกรมการท่องเที่ยว ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวสายคราฟต์และวัฒนธรรม กลุ่มเป้าหมายโปรแกรม เส้นทาง 1 เทียว 1 วัน
2. นักสะสมงานคราฟต์ กลุ่มเป้าหมายโปรแกรม เส้นทาง 2 เทียว 1 วัน
3. นักท่องเที่ยวสายเกษตรสร้างสรรค์ กลุ่มเป้าหมายโปรแกรม เส้นทาง 3 เทียว 1 วัน
4. ผู้เรียนรู้งานคราฟต์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมายโปรแกรม เส้นทาง 1 เทียว 2 วัน
5. นักสำรวจวิถีชุมชน กลุ่มเป้าหมายโปรแกรม เส้นทาง 2 เทียว 2 วัน

ตาราง 2.5 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค จุดขายสำคัญ กลุ่มนักท่องเที่ยว และ Persona

โปรแกรม	จุดขายสำคัญ	กลุ่มนักท่องเที่ยวหลัก	Persona เด่น
เส้นทาง 1 เทียว 1 วัน	ผ้ามัดย้อม-Eco print-ประตูปา-วัฒนธรรม	ผู้หญิงวัยทำงาน ครอบครัว กลุ่มเพื่อน	นักท่องเที่ยวสายคราฟต์และวัฒนธรรม
เส้นทาง 2 เทียว 1 วัน	งานผ้า-ประตูปา-ผ้าปัก-ผ้าย้อมสีธรรมชาติ	คนรักงานศิลปะและผลิตภัณฑ์ชุมชน	นักสะสมงานคราฟต์
เส้นทาง 3 เทียว 1 วัน	งานผ้า-สวนเกษตร-เรียนรู้ผลผลิต	ครอบครัวและคนรักธรรมชาติ	นักท่องเที่ยวสายเกษตรสร้างสรรค์
เส้นทาง 1 เทียว 2 วัน	หลักสูตรพัฒนาอาชีพผ้ามัดย้อมและ Eco print	ผู้ต้องการเรียนรู้จริงจังหรือสร้างอาชีพ	ผู้เรียนรู้งานคราฟต์เชิงลึก
เส้นทาง 2 เทียว 2 วัน	งานผ้า-โบราณคดี-เกษตร-ทอผ้า-ตลาดชุมชน	นักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ครบวงจร	นักสำรวจวิถีชุมชน

จากตาราง 2.5 พบว่า มีกลุ่ม Persona 5 กลุ่ม ที่เน้นพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน

1. นักท่องเที่ยวสายคราฟต์และวัฒนธรรม เป็นกลุ่มผู้หญิงวัยทำงาน ครอบครัว กลุ่มเพื่อน
2. นักสะสมงานคราฟต์ เป็นกลุ่มคนรักงานศิลปะและผลิตภัณฑ์ชุมชน
3. นักท่องเที่ยวสายเกษตรสร้างสรรค์ เป็นกลุ่มครอบครัวและคนรักธรรมชาติ
4. ผู้เรียนรู้งานคราฟต์เชิงลึก เป็นกลุ่มผู้ต้องการเรียนรู้จริงจังหรือสร้างอาชีพ
5. นักสำรวจวิถีชุมชน เป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ครบวงจร



ภาพ 2.19 โปรแกรมเส้นทาง 1 Persona นักท่องเที่ยวสายคราฟต์และวัฒนธรรม



ภาพ 2.20 โปรแกรมเส้นทาง 2 Persona นักสะสมงานคราฟต์



ภาพ 2.21 โปรแกรมเส้นทาง 3 Persona นักท่องเที่ยวสายเกษตรสร้างสรรค์



ภาพ 2.22 โปรแกรมเส้นทาง 1 เทียว 2 วัน Persona ผู้เรียนรู้งานคราฟต์เชิงลึก



ภาพ 2.23 โปรแกรมเส้นทาง 1 เทียว 2 วัน Persona นักสำรวจวิถีชุมชน

สำหรับการวางแผนการตลาดดิจิทัล มีการกำหนดแผนการสร้างการรับรู้ในเรื่องของผลิตภัณฑ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมัดย้อมบ้านหัวฝายก่อนในช่วงการเริ่มต้น เนื่องจากกิจกรรม Workshop ในโปรแกรมเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน จะเริ่มกำหนดที่การทำมัดย้อมหรือการทำผ้า Eco print ซึ่งเน้นการใช้สีย้อมจากครั้ง รวมถึงการสาธิตการใช้เครื่องจักรในการสร้างการเรียนรู้สำหรับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงงานหัตถกรรมในชุมชน เช่น การทอตุ๊ก การทำเกษตรแนวตั้ง แหล่งโบราณคดีภาพเขียนสี ที่เป็นเครือข่ายการท่องเที่ยวในชุมชนกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมัดย้อมบ้านหัวฝาย สำหรับการคิดราคา ต้นทุน เส้นทางท่องเที่ยว ยังไม่สามารถจัดทำได้ในปี 2569 นี้ เนื่องจากยังไม่ได้ลงสำรวจพื้นที่จริง และจะจัดทำเส้นทางที่มีความพร้อมจริงหลังสำรวจเส้นทางท่องเที่ยว เพื่อเตรียมดำเนินการในปี 2570 ซึ่งเป็นปีที่ 3 ของการดำเนินโครงการ

การวางแผนการตลาดดิจิทัล

ในการวางแผนการตลาดดิจิทัล จะยึดการวางแผนตามหลัก 7 P's เนื่องจากเดิมมีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทาง Off line คือ ฝากขายร้าน The box, การออกบูธ ร่วมกับหน่วยงานของพัฒนาชุมชนในกลุ่มสินค้า OTOP เช่น จังหวัดอุดร, เซ็นทรัลลำปาง และงานที่หน่วยงานภาครัฐได้จัดขึ้น

ตาราง 2.6 แผนการตลาดภาพรวมตามกลยุทธ์ 7Ps

กลยุทธ์ 7Ps	แนวทางสำหรับผลิตภัณฑ์ปี 2568	แนวทางสำหรับผลิตภัณฑ์ปี 2569	กิจกรรมการตลาดสำคัญ	ตัวชี้วัด
1. Product ผลิตภัณฑ์	สร้างเอกลักษณ์จากเทคนิค 4 กลุ่ม ได้แก่ มัดย้อม, Eco Print, ชิโบริ และเทคนิคผสมผสาน พัฒนาเป็นเสื้อ หมวก ผ้าคลุมไหล่ และผ้าผืน	พัฒนาสินค้า 6 ประเภทตาม Persona ได้แก่ เสื้อผู้ชาย, เสื้อกุยเฮง, เสื้อชาฟารีคอสจิ้น, เสื้อกระดุมหน้าคอกลม, เสื้อ Ugly Doll และพวงกุญแจหรือตุ๊กตาจากเศษผ้า	จัดทำรหัสสินค้า ป้ายเรื่องราวสินค้า ตารางขนาด วิธีดูแล และถ่ายภาพสินค้า แต่ละด้าน	จำนวนสินค้าใหม่ ยอดขายแยกตามประเภท และสินค้าที่ได้รับความสนใจ
2. Price ราคา	กำหนดราคาตามเทคนิค ขนาดผ้า ความซับซ้อน และระยะเวลาการผลิต	แบ่งราคาเป็นระดับเริ่มต้น ปานกลาง พรีเมียม และของขวัญ โดยพิจารณารูปแบบการตัดเย็บและคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้	จัดทำตารางต้นทุน-ราคาขาย ตั้งราคา สินค้าเฉพาะขึ้น และจัดชุดสินค้าแทนการลดราคาบ่อย	กำไรต่อชิ้น มูลค่าการซื้อเฉลี่ย และอัตราการยอมรับราคา
3. Place ช่องทาง จัดจำหน่าย	จำหน่ายผ้าผืนและผ้าคลุมไหล่ผ่านแฟนเพจ งานคราฟต์ งานแสดงสินค้า และเครือข่ายสินค้าชุมชน	จำหน่ายเสื้อผ่าน Facebook, Messenger, LINE, Facebook Live และหน้าร้าน ส่วนของฝากจำหน่ายผ่านแหล่งท่องเที่ยว ร้านกาแฟ ที่พัก และร้านของฝาก	จัดอัลบั้มสินค้าพร้อมส่ง เชื่อมช่องทางสั่งซื้อ และสร้างจุดขายในพื้นที่	จำนวนช่องทางจำหน่าย ยอดขายแยกตามช่องทาง และจำนวนข้อความสอบถาม
4. Promotion การส่งเสริม การตลาด	เล่าเรื่องเทคนิคการย้อม วัตถุดิบธรรมชาติ และความไม่ซ้ำกันของแต่ละผืน	นำเสนอสินค้าตาม Persona แสดงการสวมใส่จริง รีวิว และประโยชน์เฉพาะของสินค้าแต่ละชนิด	ทำ Reels ภาพ Persona รีวิว โลโก้ ทดลองสวม กิจกรรมโหวตสี และแคมเปญ “ผลิตภัณฑ์จากฝ้ายมัดย้อม”	Reach, Engagement, Video Views, ผู้ติดตามใหม่ และยอดขายจากแคมเปญ
5. People บุคลากร	พัฒนาสมาชิกให้สามารถอธิบายเทคนิค สี วัสดุ และขั้นตอนการผลิต	พัฒนาทักษะการแนะนำเสื้อให้เหมาะกับอายุ รูปร่าง สี และโอกาสใช้งาน รวมทั้งทักษะตอบลูกค้าออนไลน์	ฝึกถ่ายภาพ เขียน Content โลโก้ขายสินค้า ตอบแชต และบันทึกข้อมูลลูกค้า	ระยะเวลาตอบกลับ ความพึงพอใจ และอัตราปิดการขาย
6. Process กระบวนการ	กำหนดมาตรฐานการย้อม ตรวจสอบสี ลวดลาย ขนาด และคุณภาพก่อนจำหน่าย	กำหนดขั้นตอนตั้งแต่รับคำสั่งซื้อ ตรวจสอบขนาด ยืนยันสินค้า ชำระเงิน จัดส่ง และติดตามผลหลังการขาย	จัดทำแบบฟอร์มคำสั่งซื้อ ระบบรหัสสินค้า รายการสต็อก และข้อความตอบกลับมาตรฐาน	ความถูกต้องของคำสั่งซื้อ ระยะเวลาจัดส่ง อัตราคืนสินค้า และข้อร้องเรียน
7. Physical Evidence หลักฐานทาง กายภาพ	ใช้ป้ายสินค้า บรรจุภัณฑ์ และภาพถ่ายที่สะท้อนสี ธรรมชาติและภูมิปัญญาชุมชน	ใช้ภาพผู้สวมใส่จริง ตารางขนาด ป้ายดูแลสินค้า การ์ดเรื่องราว และบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับของขวัญ	ออกแบบฉลาก การ์ด Storytelling ถุง หรือกล่อง และมุมจัดแสดงที่มีเอกลักษณ์	การจัดจำแบรนด์ ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ และการแชร์ภาพสินค้า



ภาพ 2.24 กลยุทธ์การตลาด 7P's

การวางแผนการตลาดโดยแยกบทบาทของผลิตภัณฑ์ 2 ปีให้ชัดเจน คือ ผลิตภัณฑ์ปี 2568 ใช้สร้างภาพลักษณ์ด้าน “เทคนิคและเอกลักษณ์ของผ้า” ส่วนผลิตภัณฑ์ปี 2569 ใช้สร้างยอดขายโดยสื่อสารตาม Persona และประโยชน์ใช้สอยของสินค้าแต่ละชนิด โดยมีการประชุมร่วมกันเพื่อกำหนดเป้าหมายทางการตลาด คือ การสร้างการรับรู้แบรนด์

ตาราง 2.7 เป้าหมายทางการตลาด

เป้าหมาย	แนวทางดำเนินงาน	KPI เบื้องต้น
สร้างการรับรู้แบรนด์	เล่าเรื่องสัณฐานชาติ เทคนิคการย้อม และภูมิปัญญาชุมชน	Reach เพิ่มขึ้น 30% ภายใน 3 เดือน
ทำให้ลูกค้ารู้จักผลิตภัณฑ์	นำเสนอผลิตภัณฑ์ตามเทคนิคปี 2568 และตาม Persona ปี 2569	ผู้ชมวิดีโอและอัลบั้มสินค้าเพิ่มขึ้น 20%
เพิ่มการมีส่วนร่วม	ใช้คำถาม การโหวตสี รีวิว และเบื้องหลังการผลิต	Engagement Rate ไม่น้อยกว่า 5%
เพิ่มลูกค้าเป้าหมาย	กระตุ้นให้สอบถามสี ขนาด ราคา และสินค้าพร้อมส่ง	ข้อความสอบถามเพิ่มขึ้น 20%
เพิ่มยอดขาย	ไลฟ์ขายสินค้า ชุดของขวัญ และข้อเสนอเฉพาะกลุ่ม	อัตราการขายไม่น้อยกว่า 15-20%
เพิ่มการซื้อซ้ำ	เก็บข้อมูลลูกค้าและนำเสนอสินค้าให้ตรงความสนใจ	ลูกค้าซื้อซ้ำไม่น้อยกว่า 10%

การวางตำแหน่งทางการตลาด

“ฝ่ายมัดย้อม คือผลิตภัณฑ์แฟชั่นและของใช้จากสีธรรมชาติ ที่ผสมผสานภูมิปัญญาชุมชนกับการออกแบบร่วมสมัย แต่ละชิ้นมีลวดลายเฉพาะตัวและผลิตอย่างใส่ใจสิ่งแวดล้อม”

คุณค่าหลักที่ควรสื่อสารอย่างสม่ำเสมอ ได้แก่

- สีธรรมชาติจากครั่ง สนิม และวัสดุในท้องถิ่น
- ลวดลายทำมือ แต่ละชิ้นไม่เหมือนกัน
- สวมใส่ได้จริงและเหมาะกับผู้บริโภคหลายวัย
- สร้างรายได้ให้ชุมชน
- ใช้เศษผ้าอย่างคุ้มค่าด้วยแนวคิด Upcycling

การจัดกลุ่มผลิตภัณฑ์เพื่อทำตลาด

ทำการกำหนดกลุ่มผลิตภัณฑ์ กลุ่มตลาด จุดขาย และระดับราคา เพื่อให้สามารถทำการตลาดได้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

ตาราง 2.8 การกำหนดกลุ่มตลาดและผลิตภัณฑ์เพื่อทำการตลาด

กลุ่มการตลาด	ผลิตภัณฑ์	จุดขายหลัก	ระดับราคา
Everyday Craft	เสื้อยืดมัดย้อม หมวก และสินค้าชิ้นเล็ก	ใช้ง่าย ราคาเข้าถึงได้ เหมาะกับลูกค้าใหม่	เริ่มต้น
Comfortable Lifestyle	เสื้อกุยเฮงและเสื้อกระดุม หน้าคอกลม	สวมสบาย ใส่ง่าย เหมาะกับผู้หญิงวัยผู้ใหญ่	ปานกลาง
Professional Craft	เสื้อผู้ชายแขนยาวและเสื้อชาฟารีคอจีน	สุภาพ ภูมิฐาน ใช้ทำงานและออกงาน	ปานกลาง-สูง
Art & Identity	เสื้อยืดตกแต่ง Ugly Doll และผ้าชีโบริ	แสดงตัวตน มีความสร้างสรรค์ และไม่ซ้ำใคร	ปานกลาง
Signature Textile	ผ้า Eco Print และผ้าเทคนิคผสมผสาน	งานประณีต ลายเฉพาะพื้น เหมาะสำหรับสะสมหรือเป็นของขวัญ	สูง
Eco Gift	พวงกุญแจสัตว์และตุ๊กตาจากเศษผ้า	ของฝากรักษ์โลก ชิ้นเล็ก ช้อปและพกพาง่าย	เริ่มต้น

โครงสร้างนี้จะทำให้ลูกค้าสามารถเริ่มซื้อจากสินค้าราคาต่ำ แล้วขยับไปซื้อเสื้อหรือผ้าผืนที่มีมูลค่าสูงขึ้นได้

กลยุทธ์การตลาดตาม Persona

สรุปการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ปี 2568–2569

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฝ้ายมัดย้อมแบ่งออกเป็น 2 ระยะสำคัญ โดยปี 2568 มุ่งพัฒนาความหลากหลายของ “เทคนิคการย้อมผ้า” ส่วนปี 2569 นำผ้าที่พัฒนาแล้วมาต่อยอดเป็น “ผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปตามกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย”

ตาราง 2.9 ผลิตภัณฑ์ปี 2568: แบ่งตามเทคนิคการผลิต 4 กลุ่ม

ลำดับ	กลุ่มผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนา	Persona หลัก	อายุ	จุดเด่นและความต้องการ
1	ฝ้ายมัดย้อม	เสื้อยืด หมวก ผ้าคลุมไหล่ และผ้าผืนขนาด 115 × 200 ซม.	คุณแพรว สายธรรมชาติในชีวิตประจำวัน	25–45 ปี	ต้องการผลิตภัณฑ์สี่ธรรมชาติ สวมใส่ง่าย ใช้งานได้จริง และมีลวดลายแตกต่างจากสินค้าทั่วไป
2	ผ้า Eco Print	เสื้อยืด ผ้าคลุมไหล่ และผ้าผืนขนาด 115 × 200 ซม.	คุณวรรณ นักสะสมความงามจากธรรมชาติ	40–65 ปี	ให้คุณค่ากับลวดลายใบไม้จริง ความประณีตเรื่องราวจากธรรมชาติและความเป็นกันเองของแต่ละผืน
3	ฝ้ายมัดย้อมชิโบริ	เสื้อยืด ผ้าคลุมไหล่ และผ้าผืนขนาด 115 × 200 ซม.	คุณมินตรา สายศิลป์ร่วมสมัย	28–50 ปี	ต้องการลวดลายโดดเด่น มีมิติทางศิลปะ ใช้แต่งกายหรือตกแต่งพื้นที่ได้
4	ผ้าเทคนิคผสมผสาน	ผ้าคลุมไหล่และผ้าผืนขนาด 115 × 200 ซม.	คุณอรุณี ผู้เลือกผ้าขึ้นพิเศษ	45–70 ปี	ต้องการผ้าที่มีลวดลายซับซ้อน ประณีตใช้ได้หลายรูปแบบ เหมาะสำหรับสะสมหรือมอบเป็นของขวัญ

PERSONA 01

คุณแพรว
สายธรรมชาติในชีวิตประจำวัน

ผ้ามัดย้อม



 อายุ 25-45 ปี	 ความต้องการ ต้องการเสื้อผ้าที่สวมใส่สบาย สีสวย เป็นธรรมชาติ และมีเอกลักษณ์แตกต่างจากสินค้าทั่วไป	 พฤติกรรมการซื้อ ค้นพบสินค้าผ่าน Facebook วิดีโอสั้น และตลาดงานคราฟต์ ตัดสินใจจากสี ราคา รูปแบบสินค้า และภาพการสวมใส่จริง
---	---	---

PERSONA 02

คุณวรรณ
นักสะสมความงามจากธรรมชาติ

ผ้า Eco Print



 อายุ 40-65 ปี	 ความต้องการ ให้คุณค่ากับลวดลายไปไม่จริง ความประณีต เรื่องราวจากธรรมชาติ และความไม่ซ้ำกันของแต่ละผืน	 พฤติกรรมการซื้อ ชอบชมสินค้าจริงหรือดูภาพรายละเอียดก่อนซื้อ และยอมจ่ายเพิ่มเมื่อเข้าใจกระบวนการผลิตและที่มาของลวดลาย
---	--	--

PERSONA 03

คุณมินตรา
สายศิลป์ร่วมสมัย

ผ้ามัดย้อมชิโบริ



 อายุ 28-50 ปี	 ความต้องการ ต้องการลวดลายที่โดดเด่น มีจังหวะทางศิลปะ แต่งตัวแล้วแตกต่าง และใช้ตกแต่งพื้นที่ได้	 พฤติกรรมการซื้อ สนใจภาพถ่ายสวย วิดีโอการดัดลายนี้นิยมซื้อผ่านออนไลน์ งานออกแบบ และร้านสินค้าเฉพาะทาง
---	---	---

PERSONA 04

คุณอรุณี ผู้เลือกผ้าชิ้นพิเศษ
ผ้าเทคนิคผสมผสาน



 อายุ 45-70 ปี	 ความต้องการ ต้องการผ้าที่ดูประณีต มีลวดลายซับซ้อน ใช้ได้หลายรูปแบบ และเหมาะสำหรับสะสมหรือมอบเป็นของขวัญ	 พฤติกรรมการซื้อ ใช้เวลาเปรียบเทียบรายละเอียด ต้องการเห็นผ้าทั้งผืน ขนาด สีจริง และเรื่องราวของเทคนิคก่อนตัดสินใจ
---	--	---

ภาพ 2.25 Persona ผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มของปี 2568

ตาราง 2.10 ผลิตภัณฑ์ปี 2569 สินค้าเฉพาะกลุ่ม 6 ผลิตภัณฑ์

ลำดับ	ผลิตภัณฑ์	Persona	กลุ่มอายุ โดยประมาณ	ความต้องการสำคัญ	พฤติกรรมซื้อ
1	เสื้อผู้ชายแขนยาว	คุณธนา ผู้บริหารสาย กราฟต์	35-55 ปี	ต้องการเสื้อคลุมสุภาพ มี เอกลักษณ์ สวมทับได้ ง่าย ใช้ได้ทั้งการทำงาน การประชุม และกิจกรรม ทางวัฒนธรรม	ซื้อจาก Facebook หรือ งานกราฟต์ ให้ความสำคัญ กับลวดลาย คุณภาพ เรื่องราวชุมชน และความ ไม่ซ้ำใคร
2	เสื้อกุยเฮง	คุณมณี ผู้หญิง เรียบง่ายร่วม สมัย	45-65 ปี	ต้องการเสื้อทรงสบาย ผูกเชือกด้านหน้าได้ สะดวก ช่วยพรางรูปร่าง และมีเอกลักษณ์จากงาน ย้อมธรรมชาติ	มักซื้อเมื่อเห็นสินค้าจริง ต้องการทดลองสวม และ สนใจคำแนะนำเรื่องสี ลวดลาย และขนาด
3	เสื้อชาฟารีคอ จีน	คุณสมชาย นัก บริหารสาย อนุรักษ์	40-60 ปี	ต้องการเสื้อที่สุภาพ ภูมิ ฐาน แตกต่างจากเสื้อ ทั่วไป และสะท้อนภูมิ ปัญญางานย้อมธรรมชาติ	ตัดสินใจจากคุณภาพการ ตัดเย็บ ความพอดี ลวดลาย ความสุภาพ และความ น่าเชื่อถือของแบรนด์
4	เสื้อกระดุมหน้า คอกลม	คุณอารี ผู้ให้ ความสำคัญกับ ความสบาย	50-70 ปี	ต้องการเสื้อแขนสั้นที่ สวมใส่ง่าย ไม่รัดตัว ระบายอากาศดี และ ถอด-ใส่สะดวก	ชอบซื้อจากหน้าร้าน งาน ชุมชน หรือคนรู้จัก ต้องการเห็นกระดุม เนื้อผ้า ลวดลาย และขนาดจริง
5	เสื้อยืดมัดย้อม ตกแต่ง Ugly Doll	น้องแพรว สาย อาร์ตไม่เหมือน ใคร	18-35 ปี	ต้องการเสื้อยืดที่สวมใส่ สบาย แสดงตัวตน ความ สนุก และความแตกต่าง	ค้นพบสินค้าผ่านสื่อสังคม ออนไลน์และตลาดงาน กราฟต์ ชอบสินค้าน่ารัก ถ่ายรูปสวย และมีเรื่องราว
6	พวงกุญแจรูป สัตว์และตุ๊กตา จากเศษผ้า	คุณฟ้า นักท่องเที่ยว สายของฝาก	15-40 ปี	ต้องการของฝากขนาด เล็ก ราคาเข้าถึงง่าย มี เอกลักษณ์ และใช้เศษผ้า อย่างคุ้มค่า	มักซื้อแบบฉับพลันจาก แหล่งท่องเที่ยว งานแสดง สินค้า หรือตลาดออนไลน์ และอาจซื้อหลายชิ้นเพื่อ มอบเป็นของขวัญ



ภาพ 2.26 Persona ผลิตภัณฑ์ 4 กลุ่มของปี 2569

กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด

1. ผลิตภัณฑ์

- จัดทำป้ายสินค้าให้ระบุเทคนิคการย้อม วัสดุ ขนาด และวิธีดูแล
- ถ่ายภาพด้านหน้า ด้านหลัง รายละเอียดลาย และภาพสวมใส่
- แบ่งสินค้าเป็นสินค้าพร้อมส่งและสินค้าสั่งผลิต
- พัฒนารรจภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติหรือวัสดุรีไซเคิล
- จัดทำป้ายแท็กติดผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับสีธรรมชาติและผู้ผลิต
- สินค้าได้รับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 2 มาตรฐาน ซึ่งใช้เป็นจุดสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าได้



ภาพ 2.27 การออกแบบตราสี่ห้อยฟ้ายมด้อยม

การประชุมเพื่อหาข้อตกลงเกี่ยวกับการออกแบบตราสี่ห้อย เพื่อนำไปออกแบบผลิตเป็นตราปั๊ม ป้าย แท็ก และธงกระดาษสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์ พบว่ามีการโหวตเลือกหมายเลข 1 (ภาพ 2.28) คือ “ฟ้ายมด้อยม” โดยมีการสื่อความหมาย ดังนี้

- ช้างสี่ขามีลายฟ้ายมด้อยม สื่อให้เห็นถึงสัญลักษณ์และประเพณีแห่งช้างของบ้านดง โดยในงานประจำปีของตำบลบ้านดงจะร่วมกันทำรูปช้างโดยใช้ผ้ามาเย็บต่อกัน
- สี่ขมพู สื่อให้เห็นถึงสี่ของครั้ง
- ลายมด้อยม สื่อให้เห็นถึงอาชีพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
- คำว่า “ฟ้ายมด้อยม” มาจากชื่อ หมู่บ้าน คือ บ้านหัวฟาย และยังสอดคล้องกับชื่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชน มด้อยมบ้านหัวฟาย



ภาพ 2.28 แสดงการออกแบบตราयीห่อ



ภาพ 2.29 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์และป้ายแท็กของผลิตภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และตราสัญลักษณ์: ยังอยู่ในระหว่างดำเนินการ โดยได้สั่งทำตราปั๊ม เพื่อใช้ในการปั๊มลงบนถุงกระดาษ เนื่องจากทางกลุ่มมีมติร่วมกันว่าการทำสติ๊กเกอร์ติดไม่ค่อยได้ใช้ประโยชน์ ผลิตภัณฑ์งานผ้าจะเน้นการใส่ถุงให้กับลูกค้า จึงทำเป็น ตราปั๊มขนาดประมาณ 8–10 ซม. ใช้หมึกสีแดงเลือดหมูหรือสีน้ำตาลเข้ม ลวดลายละเอียดลายมัดย้อมขนาดเล็ก เพื่อป้องกันหมึกเลอะ ใช้เส้นไม่น้อยกว่า 0.5–0.7 มม.

การออกแบบป้ายแท็กแบรนด์ “ฝ้ายมัดย้อม” แบบสองหน้า มีรายละเอียด ดังนี้

ขนาด: 5.5 × 9 ซม.

กระดาษ: กระดาษคราฟต์สีครีมหรือกระดาษรีไซเคิล 300–350 แกรม

พิมพ์: สีแดงครั้งร่วมกับสีเขียวธรรมชาติ

เคลือบ: ไม่เคลือบ เพื่อคงความเป็นงานหัตถกรรม เจาะรูกลมด้านบนและร้อยเชือกปอ

ด้านหน้าเน้นโลโก้ช้างและข้อความ “ฝ้ายมัดย้อมครั้ง • ผ้า Eco-print”

ด้านหลังแสดงแนวคิดผลิตภัณฑ์ ข้อมูลติดต่อ และสัญลักษณ์ดูแลผ้า

สำหรับการ

จังหวัดลำปาง
โดย
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง
ให้ใบรับรองฉบับนี้ไว้เพื่อแสดงว่า
ผ้าพิมพ์ลายจากพืช

ได้รับอนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกับ
ผ้าพิมพ์ลายจากพืช มาตรฐานเลขที่ มผศ.๑๒๒/๒๕๖๕

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง ผ้าพิมพ์ลายจากพืช

สถานที่ทำชื่อ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าผ้ามัดย้อมบ้านห้วย

เลขที่ ๑๓๕ ตรอก/ซอย - ถนน - หมู่ที่ ๑

ตำบล บ้านดง อำเภอ แม่เมาะ จังหวัด ลำปาง

ออกให้ ณ วันที่ ๑๑ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

(นายวิวัฒน์ อินทร์ไทยวงศ์)
ผู้ว่าราชการจังหวัดลำปาง

ประธานกรรมการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง

มีผลบังคับใช้ วันที่ ๒๐ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๕ สิ้นอายุ วันที่ ๑๙ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๗๕

จังหวัดลำปาง
โดย
สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดลำปาง
ให้ใบรับรองฉบับนี้ไว้เพื่อแสดงว่า
ผ้าผ้ามัดย้อม

ได้รับอนุญาตให้แสดงเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนกับ
ผ้าผ้ามัดย้อม มาตรฐานเลขที่ มผศ.๑๒๒/๒๕๖๕

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรอง ผ้าผ้ามัดย้อม

สถานที่ทำชื่อ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าผ้ามัดย้อมบ้านห้วย

เลขที่ ๑๓๕ ตรอก/ซอย - ถนน - หมู่ที่ ๑

ตำบล บ้านดง อำเภอ แม่เมาะ จังหวัด ลำปาง

ออกให้ ณ วันที่ ๑๑ สิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕

(นายวิวัฒน์ อินทร์ไทยวงศ์)
ผู้ว่าราชการจังหวัดลำปาง

ประธานกรรมการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดลำปาง

มีผลบังคับใช้ วันที่ ๒๐ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๖๕ สิ้นอายุ วันที่ ๑๙ กรกฎาคม พ.ศ. ๒๕๗๕

ภาพ 2.30 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนผ้าผ้ามัดย้อม และผ้าพิมพ์ลายจากพืช

2. ราคา ควรกำหนดราคาตามระดับคุณค่า ไม่ใช่การบวกต้นทุนในอัตราเดียวทุกผลิตภัณฑ์ แต่สามารถใช้สูตรการกำหนดราคาเริ่มต้นโดยการบวกจากต้นทุน (Make up cost) และอาจใช้ราคาจิตวิทยา เช่น ราคาลงท้ายด้วยเลขคู่ เลขคี่ เช่น 59, 299 บาท เพื่อดึงดูดความสนใจผู้บริโภค เป็นต้น

การตั้งราคาสำหรับผลิตภัณฑ์ครั้งนี้ ใช้วิธีบวกเพิ่มจากต้นทุน (Mark up on Cost) เป็นการหาต้นทุนต่อหน่วยของสินค้าหรือบริการและบวกกำไรที่ต้องการเป็นร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์ (Percentage) ของต้นทุน โดยสามารถเขียนเป็นสมการได้ดังนี้

ราคาขายต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ = ต้นทุนรวมต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ + กำไรที่ต้องการจากต้นทุน (%)

ราคาขายต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ = ต้นทุนรวมต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์ + [(กำไรที่ต้องการ (%) × ต้นทุนรวมต่อหน่วยของผลิตภัณฑ์) / 100]

เนื่องจากเป็นวิธีที่ง่ายในการกำหนดราคาสินค้าเบื้องต้น อย่างไรก็ตามอาจใช้วิธีการกำหนดราคาแบบอื่นเข้ามาใช้ร่วมด้วย ได้แก่ กำหนดราคาจากคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ (Customer Value-Based Pricing) การกำหนดราคาจากต้นทุน (Cost-Based Pricing) และการกำหนดราคาตามการแข่งขันในตลาด (Competition-Based Pricing) หากมีการนำกลยุทธ์ต่าง ๆ เข้ามาใช้ เช่น การเล่าเรื่องผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ขั้นตอนการกำหนดราคาขายทางวิสาหกิจชุมชนฯ แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. สมาชิกที่กำไร 20%
2. ราคาขายส่ง 40%
3. ราคาขายปลีก 80-100%

โดยการกำหนดราคาสุดท้ายเป็นเลขคู่ เพื่อให้ขายได้ง่าย ดังแสดงในตาราง 2.6 เป็นตัวอย่างการคำนวณต้นทุนในการทำเสื้อยืดมัดย้อมของปี 2568 (รายละเอียดต้นทุนอยู่ในรายงานปี 2568) เพื่อนำมาเป็นตัวอย่างการตั้งราคา ดังนี้

1.ผลิตภัณฑ์ผ้าพิมพ์ลายจากพืช (Eco print) ต้นทุนและการกำหนดราคาผ้า Eco print

- ผ้า 115 x 2 ซม. = 200
- ค่าชักผ้า = 5
- ค่านึงผ้า = 15
- ค่าสารแช่ผ้า = 20
- ค่าไปไม้ = 18
- ค่าแรงงานในการทำผ้า = 200
- ค่าน้ำสีที่หม = 10
- ค่าชักผ้าหมสี = 15
- ค่าชักฟีกสี = 10

ต้นทุนรวมต่อชิ้น = 200+5+15+20+18+200+10+15+10 = 493 บาท

ตาราง 2.11 กำหนดราคาผ้า Eco print

สินค้า	ต้นทุน (บาท)	หมวดราคา	ราคาขาย (บาท)	กำไร (บาท)	กำไร (%)
ผ้าชิ้น	493	ราคาสมาชิก	650	157	31.85%
		ราคาส่ง	800	307	62.27%
		ราคาปลีก	990	497	100.81%

จากตาราง 2.11 พบว่า ผ้าชิ้น Eco print มีต้นทุน 493 บาท ราคาขายสำหรับสมาชิก คือ 650 บาท จึงใช้ราคาสำหรับสมาชิก เพื่อใช้ในการเป็นฐานในการกำหนดราคาสำหรับผลิตภัณฑ์เสื้อกระดุมหน้าคอกกลม เสื้อกุยเฮง เสื้อผู้ชายแขนยาว เสื้อซาฟารีคอจีน

ตาราง 2.12 ฐานในการคิดต้นทุนเพื่อกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ใหม่ ปี 2569

ผลิตภัณฑ์	ต้นทุนผ้า/ สินค้าหลัก (บาท)	ค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม (บาท)	ต้นทุนรวม (บาท)	ราคาขั้นต่ำ Markup 40% หลังเผื่อค่าฝาก ขาย	ราคา จิตวิทยา	ค่าฝากขาย 5%	รายรับสุทธิหลังหัก ค่าฝากขาย	กำไร สุทธิ	กำไรต่อ ทุน
เสื้อผู้ชายแขนยาว	650	ค่าตัด 200	850	1,252.63	1,290	64.50	1,225.50	375.50	44.18%
เสื้อกุยเฮง	650	ค่าตัด 200	850	1,252.63	1,290	64.50	1,225.50	375.50	44.18%
เสื้อชาฟารีคอจีน	650	ค่าตัดและอัดกาว 500	1,150	1,694.74	1,699	84.95	1,614.05	464.05	40.35%
เสื้อกระดุมหน้าคอกกลม	650	ค่าตัด 200	850	1,252.63	1,290	64.50	1,225.50	375.50	44.18%
เสื้อยืดมัดย้อมตกแต่ง Ugly Doll	185	ตุ๊กตา 59	244	359.58	369	18.45	350.55	106.55	43.67%
พวงกุญแจรูปสัตว์จากเศษผ้า	เศษผ้า 10	ห่วง 5 + ไยยัด 10 + ค่าแรง 50	75	110.53	129	6.45	122.55	47.55	63.40%

หมายเหตุ:

รายรับสุทธิ = ราคาขาย - ค่าฝากขาย 5%

กำไรสุทธิ = รายรับสุทธิ - ต้นทุนรวม

กำไรต่อทุน = กำไรสุทธิ ÷ ต้นทุนรวม × 100

ราคาจิตวิทยาที่เสนอเป็นราคาขายเดียวกันสำหรับร้าน The Box, Facebook Page และ LINE เพื่อไม่ให้เกิดความแตกต่างด้านราคาระหว่างช่องทาง

เสื้อชาฟารีคอจีนเสนอราคา 1,699 บาท เพราะหากตั้ง 1,690 บาท จะเหลือกำไรต่อทุนประมาณ 39.61% ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมาย 40% เล็กน้อย

ตาราง 2.12 ฐานในการคิดต้นทุนเพื่อกำหนดราคาผลิตภัณฑ์ใหม่ ปี 2569 พบว่า เสื้อกุยเฮง เสื้อกระดุมหน้าคอกกลม เสื้อผู้ชายแขนยาว เสื้อชาฟารีค้อจิ้น ใช้ฐานการคิดต้นทุน 650 บาท สำหรับค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม ได้แก่ ค่าตัดที่แตกต่างกัน ดังแสดงในตาราง ทำให้ต้นทุนรวมแตกต่างกันออกไป เช่น เสื้อชาฟารีค้อจิ้น จะมีค่าตัดและอัดกาว 500 บาท ทำให้ต้นทุนรวมเท่ากับ 1,150 บาท เสื้อยืดมัดย้อม ต้นทุน 185 บาท หากรวมกับตุ๊กตา Ugly Doll ในการตกแต่ง จะทำให้ต้นทุนเท่ากับ 244 บาท พวงกุญแจรูปสัตว์จากเศษผ้า ต้นทุนรวมเท่ากับ 75 บาท สำหรับราคาขายให้ใช้ Markup 40% เนื่องจากมีค่าฝากขายกับราย The Box ทำให้กำไรสุทธิลดลง จึงตั้งราคาเผื่อไว้ และใช้ราคาจิตวิทยาเพื่อให้สามารถมีกำไรเพิ่มขึ้น เช่น 129, 369 บาท เป็นต้น ขณะที่ราคาตลาดของเสื้อชาฟารีค้อจิ้นอยู่ที่ 1,500 บาท การตั้งราคา 1,699 บาทอาจสูงกว่าระดับที่ลูกค้าคุ้นเคย จึงควรยึดราคาตลาดประกอบการตัดสินใจ ไม่ควรใช้ Markup 40% เพียงอย่างเดียว ทางกลุ่มจึงมีความคิดเห็นสอดคล้องกันว่าควรตั้งราคาขายโดยยึดตามราคาตลาด เพื่อให้ขายได้ง่ายขึ้น หากคำนวณต้นทุน-กำไรจากราคา 1,500 บาท พบว่า กรณีจำหน่ายเอง เท่ากับ 350 บาท ($1,500 - 1,150$) หากมีค่าฝากขาย 5% กำไรสุทธิจะเท่ากับ 275 บาท คิดเป็นร้อยละ 23.91 ดังแสดงในตาราง 2.13

ตาราง 2.13 คำนวณเสื้อชาฟารีค้อจิ้นกรณีขายราคา 1,500 บาท

รายการ	การคำนวณ	จำนวนเงิน
ต้นทุนรวม	ผ้า 650 + ค่าตัดและอัดกาว 500	1,150 บาท
ราคาขาย	ราคาหน้าร้านปกติ	1,500 บาท
ค่าฝากขาย The Box 5%	$1,500 \times 5\%$	75 บาท
รายรับสุทธิ	$1,500 - 75$	1,425 บาท
กำไรสุทธิ	$1,425 - 1,150$	275 บาท
กำไรต่อทุน	$275 \div 1,150 \times 100$	23.91%
อัตรากำไรต่อยอดขาย	$275 \div 1,500 \times 100$	18.33%

ดังนั้น หากขายผ่าน The Box ราคา 1,500 บาท จะได้กำไรสุทธิ 275 บาทต่อชิ้น หรือกำไรต่อทุน 23.91% ซึ่งต่ำกว่าเป้าหมาย 40% ดังแสดงในตาราง 2.12

ตาราง 2.14 เปรียบเทียบตามช่องทางการจัดจำหน่าย

ช่องทาง	ราคาขาย	ค่าฝากขาย	กำไรสุทธิ	กำไรต่อทุน
Facebook/LINE ของกลุ่ม	1,500	ไม่มี	350	30.43%
ร้าน The Box	1,500	75	275	23.91%
ร้าน The Box หากต้องการกำไร 40%	อย่างน้อย 1,694.74	84.74	460	40.00%

ข้อเสนอแนะสำหรับการตั้งราคาสำหรับกลุ่มวิสาหกิจ

1. **คงราคา 1,500 บาท**

เหมาะกับการรักษาความสามารถในการแข่งขัน แต่ต้องยอมรับกำไรต่อทุนผ่าน The Box ที่ 23.91%

2. **ตั้งราคาจิตวิทยา 1,590 บาท**

ค่าฝากขาย 79.50 บาท รายรับสุทธิ 1,510.50 บาท กำไรสุทธิ 360.50 บาท และกำไรต่อทุน 31.35%

3. **ตั้งราคา 1,690 บาท**

ใกล้ราคาขั้นต่ำสำหรับกำไร 40% มากที่สุด ค่าฝากขาย 84.50 บาท กำไรสุทธิ 455.50 บาท และกำไรต่อทุน 39.61%

ข้อเสนอที่เหมาะสมกับสภาพตลาดคือใช้ราคา 1,500 บาทเป็นราคามาตรฐาน หากเน้นขายง่ายและหมุนเวียนสินค้า แต่ควรตั้ง 1,590 บาท สำหรับแบบที่มีลายสวยเป็นพิเศษ งานตัดเย็บละเอียด หรือมีเพียงชิ้นเดียว เพื่อเพิ่มกำไรโดยไม่กระโดดจากราคาตลาดมากเกินไป

การคำนวณในตารางใช้สูตร

$$\text{ราคาขายขั้นต่ำ} = \frac{\text{ต้นทุนรวม} \times 1.40}{0.95}$$

1. ค่า 1.40 มาจากการบวกกำไร 40% ของต้นทุน

$$100\% + 40\% = 140\%$$

$$\text{แปลงร้อยละเป็นทศนิยม: } 140 \div 100 = 1.40$$

ดังนั้น

$$\text{ต้นทุน} \times 1.40$$

หมายถึง ต้นทุนเดิม 100% รวมกับกำไรที่ต้องการ 40% ของต้นทุน

2. ค่า 0.95 มาจากค่าฝากขาย 5%

ร้าน The Box หักค่าฝากขาย 5% กลุ่มจึงได้รับเงินคงเหลือ 95% ของราคาขาย

$$100\% - 5\% = 95\%$$

$$\text{แปลงเป็นทศนิยม: } 95 \div 100 = 0.95$$

เมื่อกลุ่มได้รับเงินจริงเพียง 95% ของราคาป้าย จึงต้องนำจำนวนเงินที่ต้องการได้รับมาหารด้วย 0.95

ข้อสังเกตสำคัญสำหรับการตั้งราคาผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- เสื้อกั๊กเฮงและเสื้อกระดุมหน้าคอกลมมีต้นทุนเท่ากัน จึงสามารถกำหนดราคาเดียวกันได้
- เสื้อซาฟารีคอจีนควรมีราคาสูงกว่า เพราะค่าตัดสูงและมีการอัดกา
- พวงกุญแจราคา 129 บาทให้กำไรต่อทุนสูงถึง 98.46% แต่ยังคงตรวจสอบค่าแพ็คเกจ ค่าเดินทางออกบูธ และค่าธรรมเนียมฝากขาย

ตาราง 2.15 วิธีการตั้งราคาที่เหมาะสมกับสินค้าและระดับกลุ่มผลิตภัณฑ์

ระดับ	ตัวอย่างสินค้า	วิธีตั้งราคา
Entry	พวงกุญแจ ตุ๊กตา หมวก	ราคาเข้าถึงง่ายเพื่อดึงดูดลูกค้าใหม่
Standard	เสื้อยืด เสื้อกั๊กเฮง เสื้อกระดุมหน้าคอกลม	ต้นทุน + ค่าแรง + ค่าของงานย้อม
Premium	เสื้อผู้ชาย เสื้อซาฟารี ผ้าคลุมไหล่	เพิ่มมูลค่าจากแบบตัดเย็บและลายเฉพาะตัว
Signature	ผ้าผืน Eco Print และเทคนิคผสม	ตั้งราคาตามความประณีต ขนาด เวลา และความหายาก

**ไม่ควรลดราคางานทำมือบ่อย เพราะจะลดการรับรู้คุณค่า ควรใช้วิธีจัดชุดสินค้า เพิ่มบรรจุภัณฑ์ หรือมอบสิทธิพิเศษแทน

3. ช่องทางจัดจำหน่าย แบ่งออกเป็น 3 ช่องทางหลัก ได้แก่

3.1 ร้านค้าฝากขาย — ร้าน The Box

3.2 การออกบูธ — ร่วมกับ พช. ในนาม OTOP เช่น จังหวัดอุดรธานี เซ็นทรัล ลำปาง และงานที่ภาครัฐสนับสนุน

3.3 ช่องทางออนไลน์ — Facebook Page “ฝ้ายมัดย้อม” และ LINE ส่วนตัวของประธานกลุ่ม

- Facebook Page เป็นช่องทางหลักในการสร้างการรับรู้และรับคำสั่งซื้อ
- Messenger หรือ LINE ใช้ปิดการขายและแจ้งรายละเอียด
- ตลาดชุมชนและงานกราฟที่ใช้สร้างประสบการณ์กับสินค้า
- แหล่งท่องเที่ยวใช้จำหน่ายพวงกุญแจและของฝาก
- ร้านกาแฟ ที่พัก และร้านของฝากใช้ระบบฝากขายหรือแบ่งรายได้



ภาพ 2.31 ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฝ้ายมัดย้อม



ภาพ 2.32 แฟนเพจ ฝ้ายมัดย้อม

4. การสื่อสารการตลาด จะเน้นการสร้างการรับรู้ผ่านสื่อการตลาดดิจิทัล โดยใช้แนวคิด “รู้จักฝ่ายมดย้อมผ่านสีและลวดลาย”

- แนะนำเทคนิคผลิตภัณฑ์ปี 2568 ทั้ง 4 กลุ่ม
- เล่าเรื่องครั้ง สนิม Eco Print และชิโบริ
- แนะนำสมาชิกและกระบวนการผลิต
- จัดทำวิดีโอแนะนำแบรนด์
- ปรับอัลบั้มสินค้าและข้อมูลหน้าเพจให้ครบถ้วน

เชื่อมผลิตภัณฑ์กับ Persona ผ่านแนวคิด “งานกราฟท์ที่เหมาะสมกับคุณ”

- แนะนำผลิตภัณฑ์ปี 2569 ทั้ง 6 ประเภท
- เผยแพร่ Persona สัปดาห์ละ 1-2 กลุ่ม
- ทำเนื้อหา “คุณเหมาะกับเสื้อแบบใด”
- ใช้ภาพบุคคลในช่วงอายุเดียวกับกลุ่มเป้าหมาย
- นำเสนอการใช้สินค้าในสถานการณ์จริง

กิจกรรมการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน

กิจกรรมการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวในชุมชน ในระหว่างวันที่ 22-23 เดือนสิงหาคม พ.ศ.2569 มีการสำรวจจุดท่องเที่ยวที่ใกล้กับวิสาหกิจชุมชน โดยเริ่มจากหมู่ 1 บ้านหัวฝาย พบว่า มีจุดที่ไม่ได้นำเสนอในแผนที่ท่องเที่ยวที่จัดทำในวันที่ 22 พฤษภาคม 2569 คือ ถ้ำป่าสักธุดงค์สถาน ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอยู่ทางเข้าหมู่บ้าน



ภาพ 2.33 ถ้ำป่าสักธุดงค์สถาน

กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

“การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน”

วันที่ 22-23 เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2569 เวลา 09.00 – 16.30 น.

ณ บ้านหัวฝาย ตำบลบ้านดง อำเภอแม่เมะ จังหวัดลำปาง

วันเสาร์ ที่ 22 สิงหาคม 2569

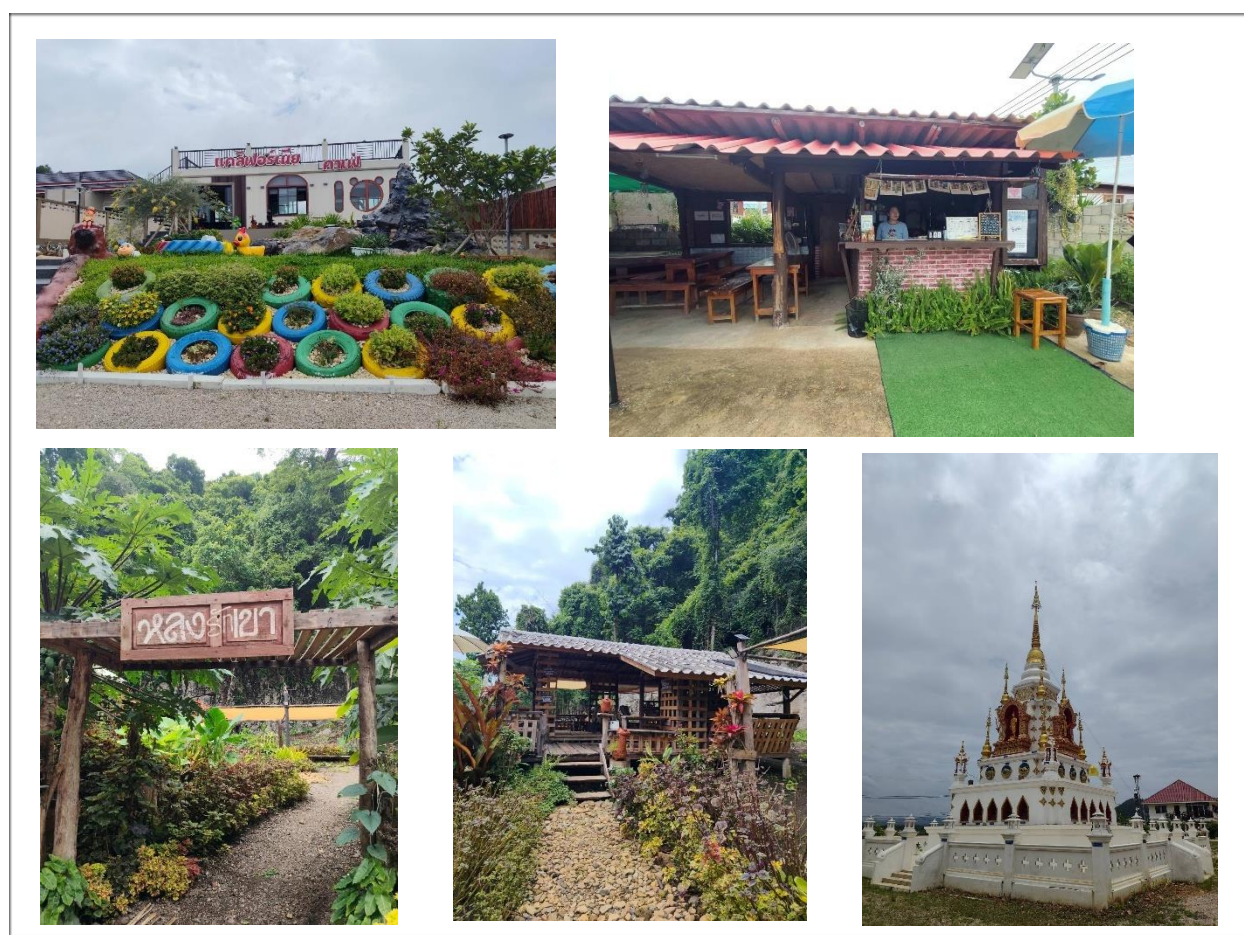
- เวลา 09.00 น. – 09.30 น. พบกันที่จุดนัดพบ ณ วิสาหกิจชุมชนมดย้อมบ้านหัวฝาย หมู่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมะ จ.ลำปาง
- เวลา 09.30 น. – 12.00 น. ออกเดินทางสำรวจเส้นทาง ร้านอาหาร ที่พัก งานหัตถกรรมในหมู่บ้าน โดยวิทยากรนำสำรวจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร, อาจารย์ ดร.อานวยพร ไหญ่ยิ่ง, อาจารย์ ดร.นิติกาญจน์ นาคประสม มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ
- เวลา 12.00 น. -13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- เวลา 13.00 น. - 16.30 น. สำรวจเส้นทางปากทางหมู่บ้านจุดแวะพักและสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง ได้แก่ ถ้าป่าสักธุดงค์สถาน สวนเกษตรอินทรีย์

วันอาทิตย์ ที่ 23 สิงหาคม 2569

- เวลา 09.00 น. – 09.30 น. พบกันที่จุดนัดพบ ณ วิสาหกิจชุมชนมดย้อมบ้านหัวฝาย หมู่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมะ จ.ลำปาง
- เวลา 09.30 น. – 12.00 น. ออกเดินทางสำรวจเส้นทาง ร้านอาหาร ที่พัก พื้นที่ใกล้เคียง เช่น หลงรักเขา ประตูลี โดยวิทยากรนำสำรวจ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร, อาจารย์ ดร.อานวยพร ไหญ่ยิ่ง, อาจารย์ ดร.นิติกาญจน์ นาคประสม มหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ
- เวลา 12.00 น. -13.00 น. พักรับประทานอาหารกลางวัน
- เวลา 13.00 น. - 16.30 น. ประชุมสรุปความเป็นไปได้ในการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน และจุดรองรับนักท่องเที่ยว โดยเน้นจุดสำคัญของการทำกิจกรรมที่วิสาหกิจชุมชนฯ



ภาพ 2.34 แม่เมาะเพรชเกษตรแนวตั้ง



ภาพ 2.35 วัด ร้านอาหาร ที่พัก และหลงเขา



ภาพ 2.36 ผลิตภัณฑ์จักสานแหล่งเรียนรู้ชุมชน

กิจกรรมที่ 4 การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม

กำหนดจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 4-5 เดือนกรกฎาคม พศ.2569 ได้ร่วมกันวางแผนออกแบบโครงสร้างและทำความเข้าใจเกี่ยวกับโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม มีการจัดการเครือข่าย โดยการนำเด็ก ๆ เยาวชนเข้าร่วมกิจกรรมในวิสาหกิจสังคม มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 15 คน



ภาพที่ 2.37 การประชุมเพื่อวางแผนออกแบบโครงสร้างโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม

กำหนดการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ

“การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม”

ระหว่างวันที่ 4-5 เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2569 เวลา 09.00 – 16.00 น.”

ณ วิสาหกิจชุมชนผ้าฝ้ายย้อมบ้านหัวฝาย ตำบลบ้านดง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง

วันเสาร์ที่ 4 เดือนกรกฎาคม 2569

- | | |
|--------------------------|--|
| เวลา 08.00 น. - 08.30 น. | ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมกิจกรรม |
| เวลา 08.30 น. - 09.00 น. | กล่าววัตถุประสงค์การดำเนินโครงการฯ โดย ผศ.ดร.น้ำฝน รักประยูร
จากมหาวิทยาลัยแม่โจ้-แพร่ เฉลิมพระเกียรติ |
| เวลา 09.00 น. - 12.00 น. | ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการบริหารจัดการกลุ่ม วิทยาการ
1. อาจารย์ ดร.เกศินี วีรศิลป์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร
3. อาจารย์ ดร.นิติกาญจน์ นาคประสม |
| เวลา 13.00 น. - 16.00 น. | แนวคิดและการบริหารแบบมีส่วนร่วมและการปรับโครงสร้างการทำงานกลุ่ม
โดยวิทยาการ
1. อาจารย์ ดร.เกศินี วีรศิลป์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร
3. อาจารย์ ดร.นิติกาญจน์ นาคประสม |

วันอาทิตย์ ที่ 5 เดือนกรกฎาคม 2569

- | | |
|--------------------------|--|
| เวลา 08.30 น. - 09.00 น. | ลงทะเบียนผู้เข้าร่วมกิจกรรม |
| เวลา 09.00 น. - 12.00 น. | ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการวิเคราะห์โมเดลธุรกิจเพื่อสังคมจากกรณีศึกษา
โดยวิทยาการ
1. อาจารย์ ดร.เกศินี วีรศิลป์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร
3. อาจารย์ ดร.นิติกาญจน์ นาคประสม |
| เวลา 12.00 น. -13.00 น. | พักรับประทานอาหารกลางวัน |
| เวลา 13.00 น. - 16.00 น. | ฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการออกแบบโมเดลธุรกิจเพื่อสังคมของกลุ่ม
โดยวิทยาการ
1. อาจารย์ ดร.เกศินี วีรศิลป์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.น้ำฝน รักประยูร
3. อาจารย์ ดร.นิติกาญจน์ นาคประสม |



ภาพที่ 2.38 โครงสร้างวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมบ้านหัวฝาย



ภาพที่ 2.39 วัตถุประสงค์การดำเนินงานที่ปรับปรุงให้เข้าสู่โมเดลธุรกิจเพื่อสังคม

จากภาพ 2.38 โครงสร้างการบริหารจัดการของกลุ่ม มีนางยุพิน วงศ์อะทะ เป็นประธาน นางกัญญา ปลุกสุข เหมัญญิก นางกัญญา กันเอ้ย เลขานุการ และมีการแต่งตั้งตำแหน่งใหม่ในโครงสร้างปี 2569 คือ นางศรีพรรณ กันเอ้ย ดูแลการย้อมสีและการตัดเย็บ นายนพรัตน์ วงศ์อะทะ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ และการตลาดดิจิทัล และจากภาพ 2.39 พบว่า มีการเพิ่มวัตถุประสงค์ ข้อ 4 คือ ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ร่วมกับเครือข่าย สร้างรายได้ และกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชน และ ข้อ 6 ปันรายได้เพื่อช่วยเหลือสังคม เป็นรายได้หรือกำไรหลังหักค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ซึ่งในการก่อตั้งในปี 2566 ไม่ได้กำหนดวัตถุประสงค์ดังกล่าวไว้

กิจกรรมที่ 5

การลงพื้นที่ จัดเก็บข้อมูล ติดตามประเมินผลการนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์

ครั้งที่ 1 วันที่ 24 มีนาคม 2569 นัดพบปะเพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ในการดำเนินกิจกรรมโครงการปีที่ 2 วางแผนการดำเนินงาน ติดตามความก้าวหน้าในการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ร่วมกับ ผู้นำ อบต.บ้านดง และเครือข่ายการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ โดยมีผู้เข้าร่วมหารือ จำนวน 13 คน



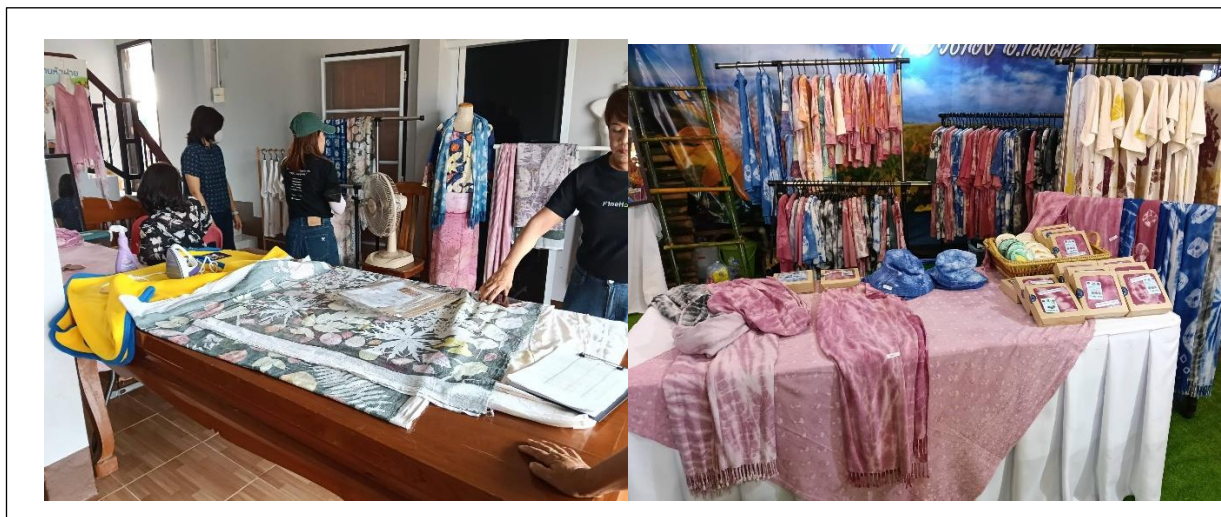
ภาพ 2.40 การลงพื้นที่ประสานงานโครงการ ครั้งที่ 1 วันที่ 24 มีนาคม 2569

ครั้งที่ 2 วันที่ 27-28 เมษายน ติดตามผลการดำเนินงานขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้ดำเนินการแก้ไขตามข้อเสนอแนะจากอุตสาหกรรมในการยื่นขอ มผช.ผ้ามัดย้อมจากครั่ง คราม และผ้า Eco print



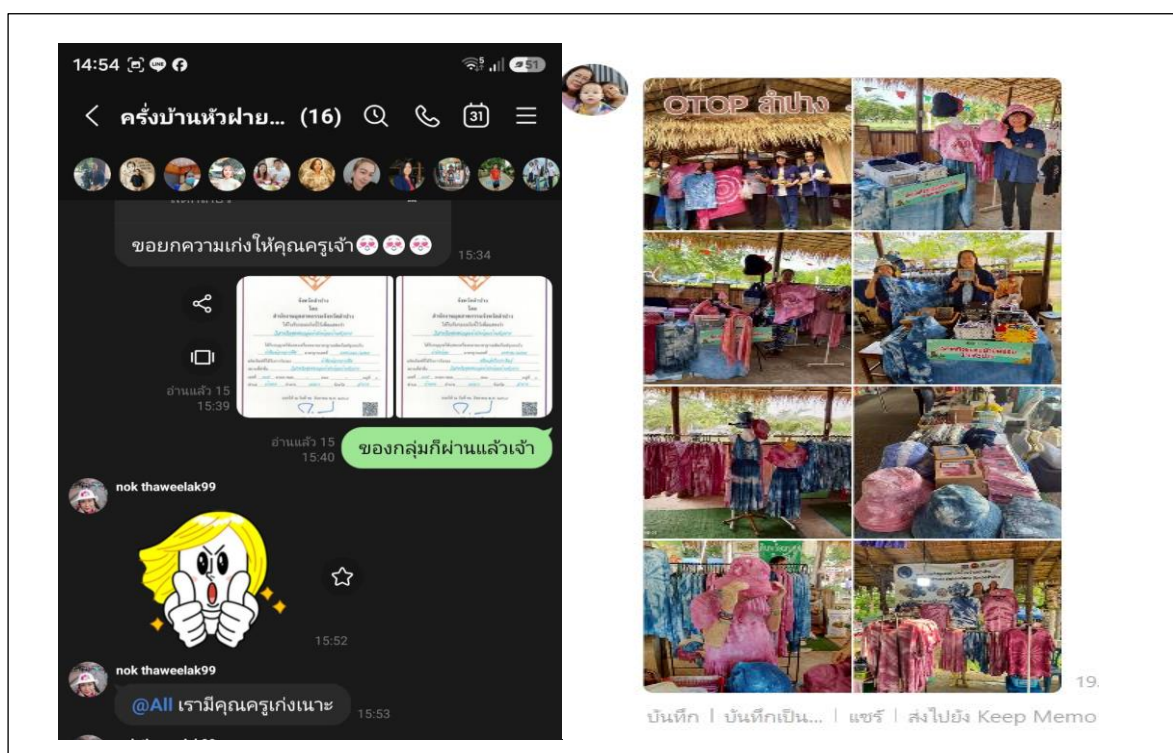
ภาพ 2.41 การลงพื้นที่ประสานงานโครงการ ครั้งที่ 2 วันที่ 27-28 เมษายน 2569

ครั้งที่ 3 วันที่ 7 เมษายน 2569 ลงพื้นที่หาหรือการจัดกิจกรรมและติดตามผลการดำเนินงานของกลุ่ม
ปัญหาอุปสรรคในการทำการตลาด เพื่อวางแผนการพัฒนาและแปรรูปผลิตภัณฑ์

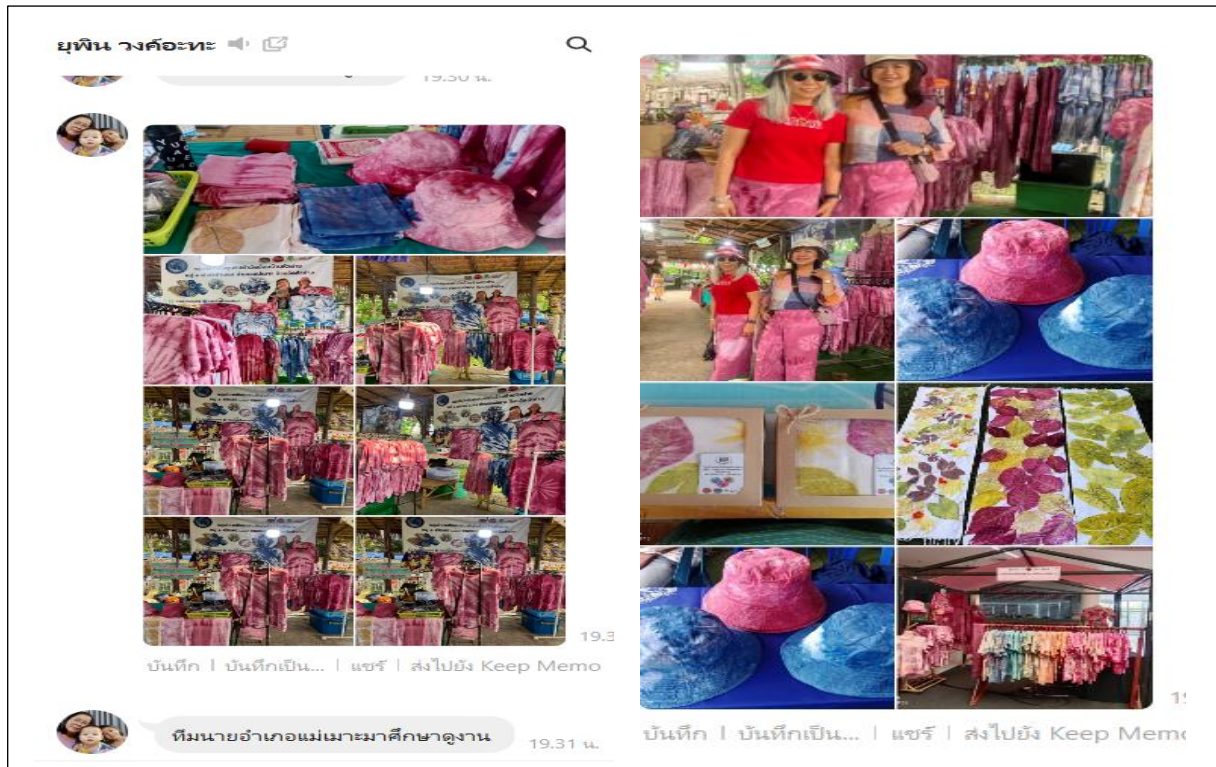


ภาพ 2.42 การลงพื้นที่ประสานงานโครงการ ครั้งที่ 3 วันที่ 7 เมษายน 2569

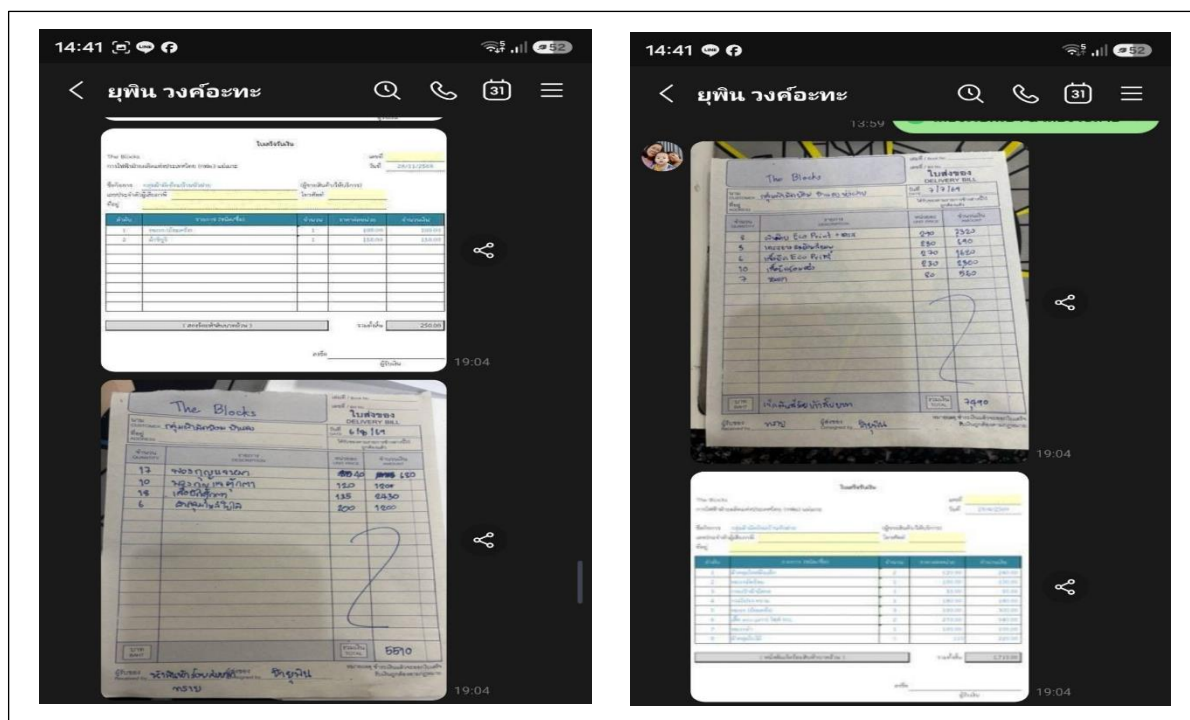
การติดตามประเมินผลผ่านช่องทาง Line เป็นการติดตามผลการดำเนินงาน การเก็บข้อมูลกิจกรรม
และยอดขายกับประธานกลุ่ม และแจ้งผลการดำเนินผ่านกลุ่ม Line ครั่งบ้านหัวฝาย ภาพ 2.43 - 2.45



ภาพ 2.43 การติดตามประเมินผลผ่าน Line group



ภาพ 2.44 การติดตามผลการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่าน Line group



ภาพ 2.45 การติดตามผลยอดขายผลิตภัณฑ์ผ่าน Line group

2.3 การประเมินผลการดำเนินกิจกรรมของโครงการ

2.3.1 ผลการประเมินในแต่ละกิจกรรม มีดังนี้

กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม ถ่ายทอดการสร้างแพทเทิร์นเสื้อกุยเฮง เสื้อแขนงู และการวางแบบ การตัดเย็บ การอัดกาว แนะนำแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ดำเนินการในวันที่ 6-7 มิถุนายน 2569 ณ วิทยาลัยชุมชนฯ มีผู้เข้าฝึกอบรม จำนวน 15 คน มีผลการประเมิน ดังนี้

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 93.33 มีอายุต่ำสุด 33 ปี สูงสุด 73 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท/เดือน มีอาชีพเป็นแม่บ้าน ข้าราชการเกษียณ แหล่งข่าวมาจากสมาชิกกลุ่ม เคยได้รับการอบรมจากคลินิกเทคโนโลยี (แสดงรายละเอียดในตาราง 2.16)

ตาราง 2.16 ผลความพึงพอใจและการปรับปรุงหลักสูตรของผู้รับบริการกิจกรรมที่ 1

รายการ	คะแนน	S.D.	แปลผล
ข้อมูลวัดความพึงพอใจ	4.60	.382	มากที่สุด
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ (เช่น การประกาศรับสมัคร การติดต่อเชิญอบรม การประสานงานและให้ข้อมูล การดูแล และการทำงานอย่างมีขั้นตอน ฯลฯ)	4.67	.488	มากที่สุด
2. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (เช่น อธิษาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีใจในการให้บริการ ฯลฯ)	4.67	.488	มากที่สุด
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (สถานที่อบรม อาหาร เครื่องโสตฯ เอกสารอบรม ฯลฯ)	4.47	.516	มากที่สุด
ข้อมูลเพื่อการปรับปรุงหลักสูตร	4.57	.314	มากที่สุด
4. การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์	4.67	.488	มากที่สุด
5. ความเหมาะสมของเนื้อหาหลักสูตร	4.33	.617	มากที่สุด
6. ความเหมาะสมของวิทยากร	4.47	.516	มากที่สุด
7. ระยะเวลาในการอบรม (จำนวนวัน)	4.67	.488	มากที่สุด
8. ช่วงเวลาการอบรม (วัน/เดือน/ฤดูที่อบรม)	4.67	.488	มากที่สุด
9. ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและค่าใช้จ่าย	4.67	.488	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยรวม 2 ด้าน	4.58	.329	มากที่สุด

จากตาราง 2.16 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.58, S.D = 0.329) คิดเป็นร้อยละ 91.6 สำหรับความพึงพอใจด้านกระบวนการ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.60, S.D = 0.382) ความพึงพอใจเพื่อการปรับปรุงหลักสูตรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.57, S.D = 0.314)

ตาราง 2.17 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามการคาดหวังว่าสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ กิจกรรมที่ 1

การนำไปใช้ประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ
นำไปใช้ประโยชน์ได้	15	100.00
นำไปใช้ประโยชน์ไม่ได้	-	-
รวม	15	100.00

จากตาราง 2.17 พบว่า ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดจำนวน 15 ราย คาดหวังว่าสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ได้ คิดเป็นร้อยละ 100

ตาราง 2.18 แสดงจำนวนและร้อยละ จำแนกตามการคาดหวังรายได้ที่เพิ่มขึ้นกิจกรรมที่ 1

รายได้ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น/เดือน	จำนวน	ร้อยละ
น้อยกว่า 1,000	1	6.67
1,001 - 2,000	1	6.67
2,001 - 3,000	1	6.67
3,001 - 4,000	1	6.67
4,001- 5,000	11	73.32
รวม	15	100.0

จากตาราง 2.18 พบว่า ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดจำนวน 15 ราย คาดหวังว่ามีรายได้เพิ่มขึ้น 4,001 – 5,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 73.32

กิจกรรมที่ 2 อบรมความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 93.3 มีอายุต่ำสุด 29 ปี สูงสุด 73 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท/เดือน มีอาชีพเป็นแม่บ้าน ข้าราชการเกษียณ แห่่งข่าว มาจากสมาชิกกลุ่ม เคยได้รับการอบรมจากคลินิกเทคโนโลยี (แสดงรายละเอียดในตาราง 2.17)

ตาราง 2.19 ผลความพึงพอใจและการปรับปรุงหลักสูตรของผู้รับบริการกิจกรรมที่ 2

รายการ	คะแนน	S.D.	แปลผล
ข้อมูลวัดความพึงพอใจ	4.13	.546	มาก
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ (เช่น การประกาศรับสมัคร การติดต่อ เชิญอบรม การประสานงานและให้ข้อมูล การดูแล และการทำงานอย่างมีขั้นตอน ฯลฯ)	3.67	.617	มาก
2. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (เช่น อธิษาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีใจในการให้บริการ ฯลฯ)	4.60	.507	มาก
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (สถานที่อบรม อาหาร เครื่องโสตฯ เอกสารอบรม ฯลฯ)	3.93	.704	มาก
ข้อมูลเพื่อการปรับปรุงหลักสูตร	4.28	.270	มาก
4. การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์	4.27	.458	มาก
5. ความเหมาะสมของเนื้อหาหลักสูตร	4.33	.488	มาก
6. ความเหมาะสมของวิทยากร	4.53	.516	มาก
7. ระยะเวลาในการอบรม (จำนวนวัน)	4.47	.516	มาก
8. ช่วงเวลาการอบรม (วัน/เดือน/ฤดูที่อบรม)	4.07	.799	มาก
9. ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและค่าใช้จ่าย	4.07	.799	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม 2 ด้าน	4.22	.275	มาก

จากตาราง 2.19 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.22, S.D = 0.275) คิดเป็นร้อยละ 82.6 สำหรับความพึงพอใจด้านกระบวนการ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.13, S.D = 0.546) ความพึงพอใจเพื่อการปรับปรุงหลักสูตรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.28, S.D = 0.270)¹

¹ หลักเกณฑ์การจัดระดับค่าเฉลี่ย

มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.55 – 5.00

มีความสำคัญในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 – 4.54

มีความสำคัญในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.55 – 3.54

มีความสำคัญในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 1.55 – 2.54

มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.54

ตาราง 2.20 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามการคาดหวังว่าสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์กิจกรรมที่ 2

การนำไปใช้ประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ
นำไปใช้ประโยชน์ได้	15	100.00
นำไปใช้ประโยชน์ไม่ได้	-	-
รวม	15	100.00

จากตาราง 2.20 พบว่า ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดจำนวน 15 ราย คาดหวังว่าสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ได้ คิดเป็นร้อยละ 100

ตาราง 2.21 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามการคาดหวังรายได้ที่เพิ่มขึ้นกิจกรรมที่ 2

รายได้ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น/เดือน	จำนวน	ร้อยละ
2,001 - 3,000	4	26.7
3,001 - 4,000	3	20.0
4,001 - 5,000	8	53.3
รวม	15	100.0

จากตาราง 2.21 พบว่า ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดจำนวน 15 ราย คาดหวังว่ามีรายได้เพิ่มขึ้น 4,001 – 5,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 53.3

กิจกรรมที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนการตลาดดิจิทัล และการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ในวันศุกร์ที่ 22 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2569 ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านดง อำเภอมะเมาะ จังหวัดลำปาง จำนวนผู้เข้าอบรม 30 คนมีผลการประเมิน ดังนี้

ผู้เข้าร่วมกิจกรรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 มีอายุต่ำสุด 30 ปี สูงสุด 73 ปี ส่วนใหญ่มีรายได้มากกว่า 15,000 บาท/เดือน ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นแม่บ้าน แหล่งข่าวมาจากสมาชิกกลุ่ม เคยได้รับการอบรมจากคลินิกเทคโนโลยี จำนวน 10 คน ไม่เคยได้รับการอบรมจากคลินิกเทคโนโลยี จำนวน 25 คน (แสดงรายละเอียดในตาราง 2.22)

ตาราง 2.22 ผลความพึงพอใจและการปรับปรุงหลักสูตรของผู้รับบริการกิจกรรมที่ 3

รายการ	คะแนน	S.D.	แปลผล
ข้อมูลวัดความพึงพอใจ	4.64	.382	มากที่สุด
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ (เช่น การประกาศรับสมัคร การติดต่อ เชิญอบรม การประสานงานและให้ข้อมูล การดูแล และการทำงานอย่างมีขั้นตอน ฯลฯ)	4.69	.488	มากที่สุด
2. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (เช่น อธิษาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีใจในการให้บริการ ฯลฯ)	4.68	.488	มากที่สุด
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (สถานที่อบรม อาหาร เครื่องโสตฯ เอกสารอบรม ฯลฯ)	4.57	.516	มากที่สุด
ข้อมูลเพื่อการปรับปรุงหลักสูตร	4.59	.314	มากที่สุด
4. การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์	4.67	.488	มากที่สุด
5. ความเหมาะสมของเนื้อหาหลักสูตร	4.33	.617	มากที่สุด
6. วิทยากรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ	4.47	.414	มากที่สุด
7. ระยะเวลาในการอบรม (จำนวนวัน)	4.69	.344	มากที่สุด
8. ช่วงเวลาการอบรม (วัน/เดือน/ฤดูที่อบรม)	4.68	.258	มากที่สุด
9. ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและค่าใช้จ่าย	4.68	.258	มากที่สุด
คะแนนเฉลี่ยรวม 2 ด้าน	4.62	.275	มากที่สุด

จากตาราง 2.22 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.62, S.D = 0.275) คิดเป็นร้อยละ 92.5 สำหรับความพึงพอใจด้านกระบวนการ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.64, S.D = 0.382) ความพึงพอใจเพื่อการปรับปรุงหลักสูตรอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.59, S.D = 0.314)²

ตาราง 2.23 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามการคาดหวังว่าสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ กิจกรรมที่ 3

การนำไปใช้ประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ
นำไปใช้ประโยชน์ได้	15	100.00
นำไปใช้ประโยชน์ไม่ได้	0	-
รวม	15	100.00

² หลักเกณฑ์การจัดระดับค่าเฉลี่ย

มีความสำคัญในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.55 – 5.00

มีความสำคัญในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.55 – 4.54

มีความสำคัญในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 2.55 – 3.54

มีความสำคัญในระดับน้อย ค่าเฉลี่ย 1.55 – 2.54

มีความสำคัญในระดับน้อยที่สุด ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.54

จากตาราง 2.23 พบว่า ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดจำนวน 30 ราย แต่ติดตามประเมินผลเพียง 15 ราย คาดหวังว่าสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ได้ คิดเป็นร้อยละ 100.0

ตาราง 2.24 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามการคาดหวังรายได้ที่เพิ่มขึ้นกิจกรรมที่ 3

รายได้ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น/เดือน	จำนวน	ร้อยละ
3,001 - 4,000	7	46.66
4,001- 5,000	8	53.34
รวม	15	100.0

จากตาราง 2.24 พบว่า ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดจำนวน 30 ราย แต่ติดตามประเมินผลเพียง 15 ราย คาดหวังว่ามีรายได้เพิ่มขึ้น 3,001 – 4,000 บาท/เดือน คิดเป็นร้อยละ 50.0 และรายได้เพิ่มขึ้น 4,001 -5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.0 เช่นกัน

กิจกรรมที่ 4 การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม

จัดขึ้นในระหว่างวันที่ 4-5 เดือนกรกฎาคม พศ.2569 ได้ร่วมกันวางแผนออกแบบโครงสร้างและทำความเข้าใจเกี่ยวกับโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม มีการจัดการเครือข่าย โดยการนำเด็ก ๆ เยาวชนเข้ามาร่วมกิจกรรม ในวิสาหกิจสังคม มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 15 คน มีผลการประเมิน ดังนี้

ตาราง 2.25 ผลความพึงพอใจและการปรับปรุงหลักสูตรของผู้รับบริการกิจกรรมที่ 4

รายการ	คะแนน	S.D.	แปลผล
ข้อมูลวัดความพึงพอใจ	4.20	.303	มาก
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ (เช่น การประกาศรับสมัคร การติดต่อ เชิญอบรม การประสานงานและให้ข้อมูล การดูแล และการทำงานอย่างมีขั้นตอน ฯลฯ)	4.26	.457	มาก
2. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (เช่น อธิษาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีใจในการให้บริการ ฯลฯ)	4.13	.351	มาก
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (สถานที่อบรม อาหาร เครื่องโสตฯ เอกสารอบรม ฯลฯ)	4.20	.414	มาก
ข้อมูลเพื่อการปรับปรุงหลักสูตร	4.41	.407	มาก
4. การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์	4.46	.516	มาก
5. ความเหมาะสมของเนื้อหาหลักสูตร	4.60	.507	มาก
6. วิทยากรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ	4.33	.617	มาก
7. ระยะเวลาในการอบรม (จำนวนวัน)	4.40	.507	มาก
8. ช่วงเวลาการอบรม (วัน/เดือน/ฤดูที่อบรม)	4.33	.487	มาก
9. ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและค่าใช้จ่าย	4.40	.507	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม 2 ด้าน	4.30	.280	มาก

จากตาราง 2.25 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.30, S.D = 0.280) คิดเป็นร้อยละ 86.0 สำหรับความพึงพอใจด้านกระบวนการ เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ สิ่งอำนวยความสะดวกอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.20, S.D = 0.303) ความพึงพอใจเพื่อการปรับปรุงหลักสูตรอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.41, S.D = 0.407)

ตาราง 2.26 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามการคาดหวังว่าสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์กิจกรรมที่ 4

การนำไปใช้ประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ
นำไปใช้ประโยชน์ได้	15	100.00
นำไปใช้ประโยชน์ไม่ได้	-	-
รวม	15	100.00

จากตาราง 2.26 พบว่า ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดจำนวน 15 ราย คาดหวังว่าสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ได้ คิดเป็นร้อยละ 100

ตาราง 2.27 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามการคาดหวังรายได้ที่เพิ่มขึ้นกิจกรรมที่ 4

รายได้ที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้น/เดือน	จำนวน	ร้อยละ
3,001 - 4,000	8	53.3
4,001- 5,000	7	46.7
รวม	15	100.0

จากตาราง 2.27 พบว่า ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดจำนวน 15 ราย คาดหวังว่ามีรายได้เพิ่มขึ้น 3,001 – 4,000 บาท/เดือนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.3 รองลงมา คือ 4,001 -5,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 46.7

ตาราง 2.28 แสดงข้อมูลผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 1

ID	ชื่อ	ที่อยู่	อายุ	อาชีพ	การศึกษา	รายได้	แหล่งข่าว	การอบรม จากคลินิกฯ	ลงทะเบียน คนจน	สถานะ	การนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์
1	นางกำไร ธิตวงศ์	119 หมู่ 3 ต. บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	60	แม่บ้าน	ปริญญาตรี	15,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	เครือข่าย	T1
2	นางบุญทอง บุญเจริญ	127 หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	67	แม่บ้าน	ป.4	3,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T1
3	นส.บุษราคัม หล้าหม่เครือ	44/2 หมู่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	42	แม่บ้าน	ปวส.	8,000	Line กลุ่ม	ไม่เคย	เคย	เครือข่าย	T1
4	นางศรพรรณ กันเอ้ย	256 หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	58	รับจ้าง	ป.4	5,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	สมาชิก	T1
5	นางกอบแก้ว เดชะเทพ	112 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	73	ข้าราชการเกษียณ	ปริญญาตรี	25,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	สมาชิก	T1
6	นางสาวสุพิน บุญเจริญ	261หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	45	ค้าขาย	ปริญญาตรี	7,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T1
7	นางคำสุก เกี้ยงแก้ว	201 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	68	แม่บ้าน	ป.6	12,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T1
8	นางกันยา กันเอ้ย	72 หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	50	ค้าขาย	ปริญญาตรี	15,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T1
9	นางสาวฉรินทร เกี้ยงแก้ว	45 หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	35	ทำงานบริษัท	ปริญญาตรี	18,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T1
10	นางยุพิน วงศ์อะทะ	135 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	62	แม่บ้าน	ป.6	12,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T1
11	นางสาวฐาปณีย์ ปกแก้ว	297 หมู่ 2 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	60	แม่บ้าน	ปริญญาตรี	15,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T1
12	นางกันยา ปลุกสุข	33 หมู่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	73	แม่บ้าน	ประถม	7,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	สมาชิก	T1
13	นางสาวพรณี จันทร์ดี	202 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	34	ค้าขาย	ม.3	8,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	สมาชิก	T1
14	นายณพรัตน์ วงศ์อะทะ	130 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	30	ทำงานบริษัท	ปริญญาตรี	26,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T1
15	นางมาลี ใจแก้ว	205/5 หมู่7 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	55	ค้าขาย	ม.6	18,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	เครือข่าย	T1

หมายเหตุ T1 เทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

ตาราง 2.29 แสดงข้อมูลผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 2

ID	ชื่อ	ที่อยู่	อายุ	อาชีพ	การศึกษา	รายได้	แหล่งข่าว	การอบรม จากคลินิกฯ	ลงทะเบียน คนจน	สถานะ	การนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์
1	นางยุพิน วงศ์อะทะ	135 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	62	แม่บ้าน	ป.6	12,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T2
2	นางกัญญา กันแอ้ย	72 หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	50	ค้าขาย	ปริญญาตรี	15,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T2
3	นางกอบแก้ว เดชะเทพ	112 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	73	ข้าราชการเกษียณ	ปริญญาตรี	25,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	สมาชิก	T2
4	นางคำสุก เกียงแก้ว	201 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	68	แม่บ้าน	ป.6	12,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T2
5	นางมาลี ใจแก้ว	205/5 หมู่ 7 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	55	ค้าขาย	ม.6	18,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	เครือข่าย	T2
6	นางกำไร ธิวงค์	119 หมู่ 3 ต. บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	60	แม่บ้าน	ปริญญาตรี	15,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	เครือข่าย	T2
7	นายณพรัตน์ วงศ์อะทะ	130 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	30	ทำงานบริษัท	ปริญญาตรี	26,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T2
8	นางบุญทอง บุญเจริญ	127 หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	67	แม่บ้าน	ป.4	3,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T2
9	นางศรพรรณ กันแอ้ย	256 หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	58	รับจ้าง	ป.4	5,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	สมาชิก	T2
10	นส.วิภา เกียงแก้ว	8086 ม.3 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	33	ทำงานบริษัท	ปริญญาตรี	17,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	เครือข่าย	T2
11	นส.บุษราคัม หล้าห่มเครือ	44/2 หมู่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	42	แม่บ้าน	ปวส.	8,000	Line กลุ่ม	ไม่เคย	เคย	เครือข่าย	T2
12	นางสาวฉรินทร เกียงแก้ว	45 หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	35	ทำงานบริษัท	ปริญญาตรี	18,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T2
13	นางสาวพรรณิ จันทรดี	202 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	34	ค้าขาย	ม.3	8,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	สมาชิก	T2
14	นางสาวสุพิน บุญเจริญ	261หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	45	ค้าขาย	ปริญญาตรี	7,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T2
15	นางสาวฐาปณีย์ ปกแก้ว	297 หมู่ 2 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	60	แม่บ้าน	ปริญญาตรี	15,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T2

หมายเหตุ T2 การสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล

ตาราง 2.30 แสดงข้อมูลผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 3

ID	ชื่อ	ที่อยู่	อายุ	อาชีพ	การศึกษา	รายได้	แหล่งข่าว	การอบรม จากคลินิกฯ	ลงทะเบียน คนจน	สถานะ	การนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์
1	นางกอบแก้ว เดชะเทพ	112 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	73	ข้าราชการเกษียณ	ปริญญาตรี	25,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	สมาชิก	T3
2	นางศรีพรรณ กันเอย	256 หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	58	รับจ้าง	ป.4	5,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	สมาชิก	T3
3	นางบุญศรี เดชะเดอ	142/1 ม. 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	59	ค้าขาย	ป.4	10,000	Line กลุ่ม	ไม่เคย	เคย	เครือข่าย	T3
4	นส.รัชนี ไชยะคำ	250 ม. 2 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	48	ค้าขาย	ปวส.	10,000	Line กลุ่ม	ไม่เคย	เคย	เครือข่าย	T3
5	นางวิมล กันทะเงิน	204 ม. 3 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	53	ค้าขาย	ปวส.	10,000	Line กลุ่ม	ไม่เคย	เคย	เครือข่าย	T3
6	นส.บุษราคัม หล้าหม่เครือ	44/2 หมู่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	42	แม่บ้าน	ปวส.	8,000	Line กลุ่ม	ไม่เคย	เคย	เครือข่าย	T3
7	นายธนา อัครวีรรัตน	80 ม.8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	55	ผู้ประกอบการอิสระ	ปวส.	20,000	Line กลุ่ม	ไม่เคย	เคย	เครือข่าย	T3
8	นางกันยา ปลุกสุข	33 หมู่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	73	แม่บ้าน	ประถม	7,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	สมาชิก	T3
9	นางสาวฉรินทร เกียงแก้ว	45 หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	35	ทำงานบริษัท	ปริญญาตรี	18,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T3
10	นางสาวพรรณิ จันทรดี	202 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	34	ค้าขาย	ม.3	8,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	สมาชิก	T3
11	นางสาวสุพิน บุญเจริญ	261หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	45	ค้าขาย	ปริญญาตรี	7,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T3
12	นางสาวฐาปณีย์ ปกแก้ว	297 หมู่ 2 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	60	แม่บ้าน	ปริญญาตรี	15,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T3
13	นายพนรัตน์ วงศ์ทะ	130 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	30	ทำงานบริษัท	ปริญญาตรี	26,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T3
14	นางยุพิน วงศ์ทะ	135 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	62	แม่บ้าน	ป.6	12,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T3
15	นางกันยา กันเอย	72 หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	50	ค้าขาย	ปริญญาตรี	15,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T3

หมายเหตุ T3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์

ตาราง 2.31 แสดงข้อมูลผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 4

ID	ชื่อ	ที่อยู่	อายุ	อาชีพ	การศึกษา	รายได้	แหล่งข่าว	การอบรม จากคลินิกฯ	ลงทะเบียน คนจน	สถานะ	การนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์
1	นส.วิภา เกียงแก้ว	8086 ม.3 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	33	ทำงานบริษัท	ปริญญาตรี	17,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	เครือข่าย	T4
2	นางกำไร ริดวงศ์	119 หมู่ 3 ต. บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	60	แม่บ้าน	ปริญญาตรี	15,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	เครือข่าย	T4
3	นางบุญทอง บุญเจริญ	127 หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	67	แม่บ้าน	ป.4	3,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T4
4	นางก้นยา กันเอ้ย	72 หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	50	ค้าขาย	ปริญญาตรี	15,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T4
5	นายพนรัตน์ วงศ์อะทะ	130 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	30	ทำงานบริษัท	ปริญญาตรี	26,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T4
6	นางศรีพรรณ กันเอ้ย	256 หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	58	รับจ้าง	ป.4	5,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	สมาชิก	T4
7	นางกอบแก้ว เดชะเทพ	112 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	73	ข้าราชการเกษียณ	ปริญญาตรี	25,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	สมาชิก	T4
8	นางยุพิน วงศ์อะทะ	135 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	62	แม่บ้าน	ป.6	12,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T4
9	นางคำสุก เกียงแก้ว	201 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	68	แม่บ้าน	ป.6	12,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T4
10	นางสาวพรรณิ จันทรดี	202 หมู่ที่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	34	ค้าขาย	ม.3	8,000	Line กลุ่ม	เคย	เคย	สมาชิก	T4
11	นางสาวณรินทร์ เกียงแก้ว	45 หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	35	ทำงานบริษัท	ปริญญาตรี	18,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T4
12	นางสาวฐาปณีย์ ปกแก้ว	297 หมู่ 2 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	60	แม่บ้าน	ปริญญาตรี	15,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T4
13	นางสาวสุพิน บุญเจริญ	261หมู่ที่ 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	45	ค้าขาย	ปริญญาตรี	7,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	สมาชิก	T4
14	นางมาลี ใจแก้ว	205/5 หมู่7 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	55	ค้าขาย	ม.6	18,000	Line กลุ่ม	เคย	ไม่เคย	เครือข่าย	T4
15	นส.บุษราคัม หล้าหม่เครือ	44/2 หมู่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	42	แม่บ้าน	ปวส.	8,000	Line กลุ่ม	ไม่เคย	เคย	เครือข่าย	T4

หมายเหตุ T4 การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม

2.3.2 การประเมินผลโครงการโดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์กับผู้เข้าร่วมโครงการ

การประเมินผลโครงการโดยใช้แบบสอบถามกับผู้เข้าร่วมโครงการสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ จำนวน 15 คน มีผลดังนี้

ตาราง 2.32 ความพึงพอใจผู้รับบริการภายใต้โครงการส่งเสริมการนำ วทน. เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน

รายการ	คะแนน	S.D.	แปลผล
1. มีช่องทางการให้บริการที่หลากหลาย	4.86	.345	มากที่สุด
2. การให้บริการขั้นตอน ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน	4.76	.430	มากที่สุด
3. การให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว	4.77	.430	มากที่สุด
4. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสุภาพ เต็มใจ ยินดี	4.77	.430	มากที่สุด
5. เจ้าหน้าที่ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว	4.87	.346	มากที่สุด
6. เจ้าหน้าที่ให้บริการตอบข้อซักถามปัญหาได้น่าเชื่อถือ	4.86	.347	มากที่สุด
7. ท่านได้รับความรู้เพิ่มขึ้นจากเดิม	4.73	.449	มากที่สุด
8. ข้อมูลที่ได้รับ ถูกต้อง และตรงความต้องการ	4.73	.449	มากที่สุด
9. ข้อมูลที่ได้รับมีประโยชน์ สามารถนำไปแก้ไขปัญหาก็ได้	4.70	.466	มากที่สุด
10. ความพึงพอใจในภาพรวมของการรับบริการ	4.96	.182	มากที่สุด
ภาพรวม	4.80	.193	มากที่สุด

จากตาราง 2.32 พบว่า ผู้เข้าร่วมกิจกรรมมีความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.80, S.D = .193) คิดเป็นร้อยละ 96.0 โดยข้อย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความพึงพอใจภาพรวมของการรับบริการ ($\bar{X}$ = 4.96, S.D = .182)

ตาราง 2.33 จำนวนและร้อยละ จำแนกตามความรู้ที่ได้รับที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ (สามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

การนำไปใช้ประโยชน์	จำนวน	ร้อยละ
เพิ่มรายได้	15	100.00
ลดรายจ่าย	-	-
เพิ่มคุณภาพชีวิต	7	50.00

จากตาราง 2.33 พบว่า ผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมทั้งหมดจำนวน 15 คน สามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการถ่ายทอดเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ในการเพิ่มรายได้ คิดเป็นร้อยละ 100 รายได้ที่เพิ่มขึ้นต่ำสุด 2,000 บาท สูงสุด 8,000 บาท ค่าเฉลี่ยของรายได้ที่เพิ่มขึ้น 5,000 บาท/เดือน หากมีการทำและจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง การเพิ่มคุณภาพชีวิต จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 50

การเพิ่มคุณภาพชีวิต พบว่า มีการสามารถสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน กลุ่มสมาชิกให้เกิดการจ้างงาน มีอาชีพเสริมทำอยู่ที่บ้าน เกิดความสุขในการทำกิจกรรมร่วมกันระหว่างสมาชิกและคนในครอบครัว

2.3.3 การประเมินผลทั้งโครงการทางเศรษฐศาสตร์ (เทียบกับการลงทุนโครงการ)

จากสูตรการคำนวณผลตอบแทนโครงการ

$$\text{มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์สุทธิที่เกิดจากโครงการทั้งหมด} / \text{งบประมาณโครงการ (มากกว่าหรือเท่ากับ 1)}$$

$$\text{แทนค่า ผลตอบแทนโครงการ (เท่า)} = \frac{350,600}{200,300}$$

ดังนั้น ผลตอบแทนโครงการ = 1.75 เท่า

2.3.4 สรุปแบบประเมินผลการติดตามผลภายหลังการถ่ายทอดเทคโนโลยี

ตาราง 2.34 สรุปแบบประเมินผลการติดตามผลภายหลังการถ่ายทอดเทคโนโลยี

รายการประเมิน	จำนวน	หน่วยนับ
จำนวนผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีตามแผน	15	คน
จำนวนผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี	30	คน
จำนวนผู้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ติดตามผล	15	คน
จำนวนผู้ที่นำองค์ความรู้ไปใช้ประโยชน์	15	คน
มูลค่าทางเศรษฐกิจจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากปีที่ 2	9,891	บาท/เดือน
ผลตอบแทนโครงการ	1.75	เท่า

จากตาราง 2.34 จำนวนกลุ่มเป้าหมายที่จะเข้ารับการถ่ายทอดเทคโนโลยีตามแผน คือ 15 คน มีจำนวนผู้เข้าร่วมซึ่งเป็นเครือข่ายชุมชนจำนวน 4 คน การติดตามประเมินผลทั้งหมด 15 คน พบว่า ผู้เข้ารับการถ่ายทอดเทคโนโลยีทุกคน สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ประโยชน์ได้จริง มูลค่าทางเศรษฐกิจจากรายได้ที่เพิ่มขึ้นเท่ากับ 9,891 บาทต่อเดือน มีผลตอบแทนโครงการ 1.75 เท่าของเงินที่ลงทุนในโครงการ

บทที่ 3

สรุปผลการดำเนินโครงการ

3.1 สรุปผลการดำเนินงานตามค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัดของโครงการในภาพรวมปีงบประมาณ 2569

ตาราง 3.1 ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วย	ค่าเป้าหมายปีที่ 1		ค่าเป้าหมายปีที่ 2	
		แผน	ผล	แผน	ผล
1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี	คน	15	15	15	30
2. จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอด (ระบุรายละเอียดองค์ความรู้เทคโนโลยี)	เรื่อง	5	5	4	4
ปี 2568 1. การถ่ายทอดเทคโนโลยีการย้อมสีธรรมชาติ 2. การตรวจวัดความคงทนของสี 3. อบรมความรู้เรื่องการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (1) มผช.ผ้ามัดย้อม เลขที่ 52/2557 รับรอง 20 กค. 2569 (2) มผช.ผ้าพิมพ์ลายจากพืช เลขที่ 1662/2565 รับรอง 20 กค. 2569 4. การถ่ายทอดองค์ความรู้การมัดย้อมและการทำผ้า Eco-print ใช้สีย้อมจากครั้ง 5. การบัญชีต้นทุน การตั้งราคา และการสร้างตราหยั (ฝ่ายมัดย้อม)					
ปี 2569 1. เทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม 2. การสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล 3. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์ 4. การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและไม่เคลือบรุ้งเพื่อสังคม					
3. จำนวนวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้	คน	3	4	3	3
ปีที่ 1: 2568 1. นางคำสูก เกียงแก้ว วิทยากรถ่ายทอดการย้อมสีธรรมชาติจากครั้งและคราม 2. นางยุพิน วงศ์อะทะ วิทยากรถ่ายทอดการขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 3. นางกัลยา วงศ์สุทะ วิทยากรถ่ายทอดการมัดย้อมชิโบริ, การทำผ้า Eco print 4. นางสาวฐานิย์ ปกแก้ว วิทยากรบัญชีต้นทุน การสร้างตราหยั การตั้งราคา ปีที่ 2: 2569 1. นางศรีพรรณ กันแอย์ วิทยากรถ่ายทอดการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2. นายนพรัตน์ วงศ์อะทะ วิทยากรสร้างสื่อและเทคโนโลยีใช้ในการตลาดดิจิทัล 3. นางกันยา ปลุกสุข วิทยากรการบริหารจัดการกลุ่ม การวางแผนการตลาด					
4. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการพัฒนา/ต่อยอด (ระบุชื่อผลิตภัณฑ์)	ผลิตภัณฑ์	3	12	4	6
ปีที่ 1 แบ่งเป็น 4 กลุ่มผลิตภัณฑ์ 1. ผ้ามัดย้อม (ด้วยหนังกาย) ได้แก่ เสื้อยืด, ผ้าคลุมไหล่, ผ้าขึ้น 2. ผ้า Eco print ได้แก่ เสื้อยืด, ผ้าคลุมไหล่สาธุ 2 ชั้น, ผ้าคลุมไหล่หอม, ผ้าขึ้น 3. ผ้ามัดย้อมชิโบริ ได้แก่ เสื้อยืด, ผ้าคลุมไหล่สาธุ 2 ชั้น, ผ้าขึ้น 4. ผ้าเทคนิคผสมผสาน Eco print+ชิโบริ+มัดย้อม ได้แก่ ผ้าคลุมไหล่, ผ้าขึ้น ปีที่ 2 จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ 1. เสื้อผู้ชายแขนยาว 2. เสื้อกุยเฮง 3. เสื้อชาฟาริควิน					

ตาราง 3.1 ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ (ต่อ)

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วย	ค่าเป้าหมายปี 1		ค่าเป้าหมายปี 2	
		แผน	ผล	แผน	ผล
4. เสื้อกระดุมหน้าคอกกลม 5. เสื้อยืดมัดย้อมตกแต่งด้วยตุ๊กตา ugly doll 6. พวงกุญแจรูปสัตว์จากผ้าย้อมครั้ง					
5. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	80	84.4	80	96.0
6. จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	คน	15	15	15	15
7. สัดส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้น	เท่า	4	1.36	4	1.75
8. จำนวนโครงการหรือกิจกรรมที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน นำความรู้ไปประยุกต์ใช้	กิจกรรม	3	4	4	4
9. จำนวนศูนย์เรียนรู้	ศูนย์เรียนรู้	-	-	-	-

จากตาราง 3.1 พบว่า ผลการดำเนินงานที่ผ่านมา มีจำนวนผู้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยีจำนวน 30 คน จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอดจำนวน 4 เรื่อง จำนวนวิทยากร 3 คน จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกระบวนการพัฒนา/ต่อยอด จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ ร้อยละความพึงพอใจ 96.0 จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีไปปรับใช้ประโยชน์ 15 คน สัดส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นหากมีการดำเนินการผลิตสินค้าอย่างต่อเนื่อง 1.75 เท่า

3.2 การประเมินผลกระทบจากการดำเนินโครงการ

ผลกระทบการดำเนินงาน

1. ด้านเศรษฐกิจ มียอดขายตามการสัมภาษณ์ข้อมูลจากประธานกลุ่ม ดังนี้

ตาราง 3.2 ยอดขายปี 2569 (มค.- กย.)

หมวดสินค้า (SKU)	ราคา (บาท/ ชิ้น)	จำนวน (ชิ้น) รายปี	รายได้ (บาท)
เสื้อยืด (มัตย้อม)	370	50	18,500
ผ้าคลุมไหล่ (มัตย้อม)	300	30	9,000
ผ้าชิ้น 115×200 (มัตย้อม)	630	30	18,900
เสื้อยืด (Eco print)	490	45	22,050
ผ้าคลุมไหล่ สาลู 2 ชิ้น (Eco)	590	40	23,600
ผ้าคลุมไหล่ ทอมือ (Eco)	680	30	20,400
ผ้าชิ้น 115×200 (Eco print)	990	20	19,800
เสื้อยืด (ซิโบริ)	476	20	9,520
ผ้าคลุมไหล่ สาลู 2 ชิ้น (ซิโบริ)	590	30	17,700
ผ้าชิ้น 115×200 (ซิโบริ)	1,350	20	27,000
ผ้าคลุมไหล่ (เทคนิคผสม)**	750	20	15,000
ผ้าชิ้น 115×200 (เทคนิคผสม)**	1,450	21	30,450
เสื้อมัตย้อม ตกแต่งด้วยตุ๊กตา	369	33	12,177
เสื้อกุยเฮง	1,290	30	38,700
เสื้อซาฟารีคอจีน	1,699	27	45,873
พวงกุญแจรูปสัตว์จากผ้าย้อมครั้ง	129	170	21,930
รวมทั้งหมด			350,600

** เสื้อผู้ชาย กับเสื้อคอกลมกระดุมหน้ายังไม่ได้จำหน่ายในปี

จำนวนขายเฉลี่ย ประมาณ 51 ชิ้นต่อเดือน

รายได้เฉลี่ย ประมาณ 29,217 บาทต่อเดือน

** ยอดจำหน่ายส่วนใหญ่มาจากร้าน The box ที่เป็นยอดขายต่อเดือน ๆ ละ 18,000 บาท

และเป็นยอดขายจากการจำหน่ายเพิ่มเติมจาก online การออกรู

คำนวณการเพิ่มขึ้นของรายได้ ปีที่ 1

- Starting Value (ก่อนโครงการ) = 120,000 บาท/ปี
- Current Value (หลังโครงการ, พยากรณ์ทั้งปี) = 231,920 บาท/ปี

$$\frac{231,920 - 120,000}{120,000} \times 100 = \frac{111,920}{120,000} \times 100$$

ทำให้ละขึ้น:

- $111,920 \div 120,000 = 0.93267 \times 100 = 93.27\%$

ดังนั้น รายได้เพิ่มขึ้นประมาณ **93.3%** เมื่อเทียบกับก่อนโครงการ

คำนวณการเพิ่มขึ้นของรายได้ ปีที่ 2

- Starting Value (ปีที่ 1) = 231,900 บาท/ปี
- Current Value (หลังโครงการ, พยากรณ์ทั้งปี) = 350,600 บาท/ปี

$$(350,600 - 231,920) \div 231,920 \times 100 = 51.17\%$$

ตาราง 3.3 เปรียบเทียบยอดขายก่อนและหลังดำเนินโครงการ

รายการ	มูลค่า (บาท)	หมายเหตุ
ยอดขายก่อนเริ่มโครงการ	120,000	1 ปี
ยอดขายปีที่ 1 หลังดำเนินโครงการ	231,920	(มค.- ธค. 68)
ยอดขายปีที่ 2 หลังดำเนินโครงการ	350,600	(มค.- กย. 69)
การเปลี่ยนแปลง (%) ปีที่ 2	51.17	คำนวณจาก $(350,600 - 231,920) \div 231,920 \times 100$

ดังนั้น หลังจากดำเนินโครงการ รายได้ของกลุ่มเพิ่มขึ้นเป็น **51.17%** เมื่อเทียบกับในปีที่ 2

ผลกระทบเชิงสังคม

การเสริมสร้างความเข้มแข็งในชุมชน

- การสร้างความร่วมมือในชุมชน: โครงการนี้สามารถเสริมสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือระหว่างสมาชิกในชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างตลาดสำหรับสินค้าท้องถิ่น ช่วยให้สมาชิกในชุมชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน
- การสร้างงานและโอกาสในชุมชน: โครงการนี้สามารถสร้างงานทั้งในภาคการผลิต (ทอผ้า, ย้อมผ้า) ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการว่างงานในพื้นที่ และสร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจให้กับชุมชน

การอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรม

- **การรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่น:** การส่งเสริมการใช้ครั้งในการย้อมผ้าซึ่งอาจหายไปหากไม่มีการฟื้นฟูและส่งเสริม โครงการนี้สามารถช่วยถ่ายทอดความรู้และทักษะในกระบวนการผลิตผ้าย้อมสีธรรมชาติให้กับคนรุ่นใหม่ ทำให้สามารถรักษาอัตลักษณ์ของชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่นไว้ได้ พร้อมทั้งสร้างความภูมิใจในความเป็นท้องถิ่น

ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

การใช้สีธรรมชาติช่วยลดมลพิษจากการย้อมสีสังเคราะห์

- **การใช้สีจากครั่งแทนสารเคมี:** การย้อมผ้าด้วยครั่งซึ่งเป็นสีจากธรรมชาติจะช่วยลดการใช้สีสังเคราะห์หรือสารเคมีในการย้อมผ้า ซึ่งมักจะมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การปนเปื้อนของสารเคมีในแหล่งน้ำและการปล่อยสารพิษในกระบวนการผลิต ซึ่งการใช้ครั่งจะช่วยลดปัญหาดังกล่าว
- **การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน:** การใช้ครั่งที่เก็บจากธรรมชาติและการปลูกฝ้ายในพื้นที่ท้องถิ่นจะช่วยส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในวิธีที่ยั่งยืน ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรือทำให้เกิดการขาดแคลนทรัพยากรธรรมชาติในระยะยาว

การฟื้นฟูและอนุรักษ์ภูมิทัศน์ท้องถิ่น

- **การฟื้นฟูพื้นที่เกษตรกรรมท้องถิ่น:** การส่งเสริมการปลูกฝ้ายในพื้นที่ท้องถิ่นอย่างยั่งยืนจะช่วยฟื้นฟูภูมิทัศน์เกษตรกรรมในพื้นที่ เช่น การเก็บครั่งจากธรรมชาติซึ่งจะช่วยรักษาสมดุลของระบบนิเวศ

3.3 สรุปผลการใช้จ่ายงบประมาณตามรายการกิจกรรมที่ระบุไว้ในข้อเสนอโครงการ

ปีงบประมาณ พ.ศ.2569 งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน 200,300 บาท

งบประมาณที่ใช้จ่าย 200,300 บาท งบประมาณคงเหลือ 0 บาท

ตาราง 3.4 สรุปผลการใช้จ่ายงบประมาณ

กิจกรรม	สถานะการดำเนินงาน ในแต่ละกิจกรรม		งบประมาณที่ใช้จ่าย ไปแล้ว (บาท)
	เสร็จแล้ว	ขอขยายเวลา	
กิจกรรมที่ 1 กิจกรรมถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม งบประมาณ 48,700 บาท	✓		47,100
กิจกรรมที่ 2 กิจกรรมอบรมความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาด ดิจิทัลงบประมาณ 54,850 บาท	✓		42,700
กิจกรรมที่ 3 กิจกรรมการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผู้ผลิต งบประมาณ 50,770 บาท	✓		54,580
กิจกรรมที่ 4 การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม งบประมาณ 34,700 บาท	✓		39,300
กิจกรรมที่ 5 ค่าจ้างจัดเก็บข้อมูล ติดตามประเมินผล การนำเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ และจัดทำรายงานผลการดำเนินโครงการ งบประมาณ 11,280 บาท	✓		16,620
แผนเงิน : ตามไตรมาส	200,300		200,300

บทที่ 4

ปัญหา อุปสรรค และข้อเสนอแนะ

ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินโครงการถ่ายทอดเทคโนโลยี

1. การทำผ้ามัดย้อมเทคนิคชิโบริในปีที่ 1 พบว่า สมาชิกกลุ่มยังขาดทักษะ และเป็นงานที่ต้องใช้ฝีมือ ในปีที่ 2 จึงมีการลดการทำเทคนิคชิโบริ
2. สมาชิกมีเริ่มเข้าสู่สังคมสูงวัยมากยิ่งขึ้น ส่งผลให้มีกำลังการผลิตน้อย

ข้อเสนอแนะ

1. สมาชิกกลุ่มมีจำนวนเพียง 15 คน หากมียอดสั่งซื้อจำนวนมาก อาจต้องสร้างเครือข่ายไปยังหมู่บ้านใกล้เคียง เพื่อจะได้ช่วยสร้างงาน สร้างอาชีพ
2. สมาชิกลดการทำชิโบริลง เพราะต้องใช้เวลามากในการปัก จึงให้เน้นไปที่การทำตุ๊กตาจากเศษผ้า เพื่อมาใช้ตกแต่งเสื้อยัดมัดย้อม ทำให้สามารถขายในกลุ่มวัยรุ่น วัยทำงานได้
3. ควรเพิ่มเครือข่ายไปยังกลุ่มเยาวชน หรือกลุ่มแม่บ้านในหมู่บ้านอื่น ๆ เพื่อสร้างเครือข่ายในการทำงาน ออกสู่ตลาดมากยิ่งขึ้น
4. ควรมีการศึกษาดูงานด้านการย้อมสีธรรมชาติจากสีครามและสีอื่น ๆ จากชุมชนอื่น ๆ เพื่อนำความรู้ มาประยุกต์ใช้ในกลุ่มของตนเอง

ภาคผนวก

- ข้อมูลการนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์
- แบบประเมินผลกิจกรรม
- แบบวัดความพึงพอใจผู้รับบริการภายใต้โครงการส่งเสริมการนำ วทน. เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน
- แบบลงทะเบียนผู้เข้าร่วมโครงการ



แบบฟอร์มการนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์

ชื่อกลุ่ม: วิชาทฤษฎีชุมชนผ่านคัย้อมบ้านหัวผาย
ที่อยู่: 135 หมู่ 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง

วันที่ 12 เดือนกันยายน...พ.ศ.2569

เรื่อง การนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์

เรียน ปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ตามที่ สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ร่วมกับ คลินิกเทคโนโลยีเครือข่าย ได้ดำเนินโครงการส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน เพื่อนำผลงานวิจัยและพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ไปถ่ายทอด บ่มเพาะ เพิ่มศักยภาพให้แก่ชุมชน วิชาทฤษฎีชุมชน ผู้ประกอบการ กลุ่มเกษตรกร นั้น

ข้าพเจ้า...นางยุพิน วงศ์อะทะ ประธานกลุ่มวิชาทฤษฎีชุมชนผ่านคัย้อมบ้านหัวผาย มีสมาชิกจำนวน....15....คน ได้รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี องค์ความรู้ด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ดังนี้ (ระบุได้มากกว่า 1 เรื่อง/เทคโนโลยี/องค์ความรู้)

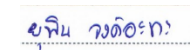
เทคโนโลยี/องค์ความรู้	ผลของการใช้องค์ความรู้/เทคโนโลยี (เพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย มาตรฐาน อื่น ๆ)
1.ถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม	สามารถเพิ่มรายได้ให้กันทางกลุ่ม สามารถพัฒนาและตัดเย็บออกแบบผลิตภัณฑ์...เสื้อกยเฮง...เสื้อคอจีน...เสื้อคอกลมได้
2..ความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล	สามารถสร้างสื่อที่ใช้สำหรับการตลาดดิจิทัลได้...มีการใช้ AI เพื่อสร้างเนื้อหาทางการตลาดได้
3..การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและวางแผนการตลาดดิจิทัลสำหรับผลิตภัณฑ์	มีการวางแผนและสามารถสร้างวิหยวกรชุมชนสำหรับการตลาดดิจิทัลได้
4..การบริหารจัดการกลุ่มธุรกิจเพื่อสังคม	มีแนวทางในการบริหารจัดการกลุ่มเข้าสู่ธุรกิจเพื่อสังคมได้

ซึ่งกลุ่มได้นำความรู้ดังกล่าวไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพ การพัฒนาชุมชน พัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้สามารถเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย และพัฒนาคุณภาพชีวิตให้ดีขึ้น จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้
จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ


(นางน้าน...รักประยูร)
ผู้รับผิดชอบโครงการ

ขอแสดงความนับถือ


(นางยุพิน...วงศ์อะทะ)
ประธานกลุ่ม / ตัวแทนกลุ่ม

แบบประเมินผลการจัดกิจกรรม

IDProject=

รายการ	ระดับ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่พึงพอใจ (0)
ท่านมีความพอใจในคำถามต่อไปนี้ระดับใด						
ข้อมูลวัดความพึงพอใจ						
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ (เช่น การประกาศรับสมัคร การติดต่อเชิญอบรม การประสานงาน และให้ข้อมูล การดูแล และการทำงานอย่างมีขั้นตอน ฯลฯ)						
2. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (เช่น อธิษาศัยดี ยิ้มแย้มแจ่มใส มีใจในการให้บริการ ฯลฯ)						
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (สถานที่อบรม อาหาร เครื่องโสตฯ เอกสารอบรม ฯลฯ)						
ข้อมูลเพื่อการปรับปรุงหลักสูตร						
4. การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์						
5. ความเหมาะสมของเนื้อหาหลักสูตร						
6. ความเหมาะสมของวิทยากร						
7. ระยะเวลาในการอบรม (จำนวนวัน)						
8. ช่วงเวลาการอบรม (วัน/เดือน/ฤดูที่อบรม)						
9. ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและค่าใช้จ่าย						

10. ท่านคาดว่าจะสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้หรือไม่.

- 1 ☐ นำไปใช้ประโยชน์ได้
 2 ☐ นำไปใช้ประโยชน์ไม่ได้

11. ท่าน คาดว่าจะ จะมีรายได้เพิ่มขึ้นกี่บาทรายได้ต่อเดือน (เลือกเพียง 1 ข้อ)

- 1 ☐ น้อยกว่า 1,000 บาท 2 ☐ 1,000 - 2,000 บาท
 3 ☐ 2,001 - 3,000 บาท 4 ☐ 3,001 - 4,000 บาท
 5 ☐ 4,001 - 5,000 บาท 6 ☐ 5,001 - 6,000 บาท
 7 ☐ 6,001 - 7,000 บาท 8 ☐ 7,001 - 8,000 บาท
 9 ☐ 8,001 - 9,000 บาท 10 ☐ 9,001 - 10,000 บาท
 11 ☐ มากกว่า 10,000 บาท (โปรดระบุจำนวน.....บาท)

แบบประเมินผลการจัดกิจกรรม

IDProject=

รายการ	ระดับ					
ข้อมูลวัดความพึงพอใจ	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่พึง พอใจ (0)
1. ด้านกระบวนการ ขั้นตอนการให้บริการ (เช่น การประกาศรับสมัคร การติดต่อเชิญอบรม การประสานงานและให้ข้อมูล การดูแล และการทำงานอย่างมีขั้นตอน ฯลฯ)						
2. เจ้าหน้าที่ผู้ให้บริการ (เช่น อธิษาศัยดี ยิ้มแย้ม แจ่มใส มีใจในการให้บริการ ฯลฯ)						
3. สิ่งอำนวยความสะดวก (สถานที่อบรม อาหาร เครื่องโสตฯ เอกสารอบรม ฯลฯ)						
ข้อมูลเพื่อการปรับปรุงหลักสูตร						
4. หลักสูตรสามารถนำไปใช้ได้จริงหลังฝึกอบรม						
5. หลักสูตรการฝึกอบรมมีความน่าสนใจ เนื้อหาเข้าใจง่าย						
6. วิทยากรมีความรู้ ความเชี่ยวชาญ						
7. ระยะเวลาในการอบรม (จำนวนวัน) มีความเหมาะสม						
8. มุ่งเน้นให้ผู้เข้าอบรมเกิดทักษะอย่างแท้จริง						
9. ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับเวลาและค่าใช้จ่าย						
10. ท่านคาดว่าจะสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้หรือไม่.						
1 ☐ นำไปใช้ประโยชน์ได้						
2 ☐ นำไปใช้ประโยชน์ไม่ได้						
11. ท่าน คาดว่า จะมีรายได้เพิ่มขึ้นกี่บาทรายได้ต่อเดือน (เลือกเพียง 1 ข้อ)						
1 ☐ น้อยกว่า 1,000 บาท	2 ☐ 1,000 - 2,000 บาท					
3 ☐ 2,001 – 3,000 บาท	4 ☐ 3,0001 – 4,000 บาท					
5 ☐ 4,0001 – 5,000 บาท	6 ☐ 5,0001 – 6,000 บาท					
7 ☐ 6,0001 – 7,000 บาท	8 ☐ 7,0001 – 8,000 บาท					
9 ☐ 8,0001 – 9,000 บาท	10 ☐ 9,0001 – 10,000 บาท					
11 ☐ มากกว่า 10,000 บาท (โปรดระบุจำนวน.....บาท)						

แบบสอบถามวัดความพึงพอใจผู้รับบริการภายใต้โครงการส่งเสริมการนำ วทน.

เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน

รหัสโครงการ.....

รายการ	ระดับ					
	มากที่สุด (5)	มาก (4)	ปานกลาง (3)	น้อย (2)	น้อยที่สุด (1)	ไม่พึงพอใจ (0)
มีช่องทางการให้บริการที่หลากหลาย						
การให้บริการขั้นตอน ไม่ยุ่งยาก ซับซ้อน						
การให้บริการมีความสะดวก รวดเร็ว						
เจ้าหน้าที่ ให้บริการด้วยความสุภาพ เต็มใจ ยินดี						
เจ้าหน้าที่ ให้บริการด้วยความสะดวก รวดเร็ว						
เจ้าหน้าที่ ให้บริการตอบข้อซักถามปัญหาได้นำเชื่อถือ						
ท่านได้รับความรู้เพิ่มขึ้นจากเดิม						
ข้อมูลที่ได้รับ ถูกต้อง และตรงความต้องการ						
ข้อมูลที่ได้รับมีประโยชน์ สามารถนำไปแก้ไขปัญหาได้						
ความพึงพอใจในภาพรวมของการรับบริการ						

ความรู้ที่ได้รับ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในเรื่องใด

() เพิ่มรายได้ () ลดรายจ่าย () เพิ่มคุณภาพชีวิต

รายได้ที่เพิ่มขึ้นกี่บาท.....

รายจ่ายที่ลดลง กี่บาท.....

คุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น คืออย่างไร อธิบาย

.....

.....

.....

ชื่อ นามสกุลผู้ตอบแบบสอบถาม.....

แบบลงทะเบียนผู้เข้าร่วมโครงการ

กิจกรรมที่ 1 การถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

รายชื่อผู้เข้าร่วมอบรม

โครงการ “การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครื่อง Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง”

หลักสูตร “การถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม”

วันที่ 6 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2569 เวลา 09.00 – 16.00 น.

ณ วิทยาลัยชุมชนสามัคคีอ้อมบ้านหัวฝาย ตำบลบ้านดง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง

ที่	ชื่อ - สกุล	ที่อยู่	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
1	ศิริวิ สุตวณต์	119 ม.3 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	062-5016405	ศิริวิ
2	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	4030/10/8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	096-4849606	42แนว
3	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	44/2 ม.1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081-456249	นาย
4	ศิริพร งามวงศ์	4123 ม.3 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0803831840	ศิริพร
5	นศ.ศรณภัฏ 606/ก	112 ม.1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0919448614	ศิริพร
6	นศ.ศรณภัฏ 606/ก	21 ม.8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	097-2165446	ศิริพร
7	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	1116 ม.3 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0817653137	ศิริพร
8	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	22 ม.3 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0929445201	ศิริพร
9	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	A5 ม.8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0665197087	ศิริพร
10	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	135 ม.1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0884045053	ศิริพร
11	น.ศ.ศิริพร งามวงศ์	897 ม.2 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	088-2942548	ศิริพร
12	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	33 ม.1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	089-8546763	ศิริพร
13	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	124/1 ม.1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	086-4552101	ศิริพร
14	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	202 ม.1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081-3339240	ศิริพร
15	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	206/5 ม.1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	084 6570961	ศิริพร

รายชื่อผู้เข้าร่วมอบรม

โครงการ “การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครื่อง Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง”

หลักสูตร “การถ่ายทอดเทคโนโลยีการตัดเย็บและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม”

วันที่ 7 เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2569 เวลา 09.00 – 16.00 น.

ณ วิทยาลัยชุมชนสามัคคีอ้อมบ้านหัวฝาย ตำบลบ้านดง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง

ที่	ชื่อ - สกุล	ที่อยู่	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
1	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	44/2 ม.1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081-456249	นาย
2	น.ศ.ศิริพร งามวงศ์	112 ม.1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0812844114	ศิริพร
3	ศิริวิ สุตวณต์	119 ม.3 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	062-5016405	ศิริวิ
4	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	1116 ม.3 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0817653137	ศิริพร
5	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	22 ม.3 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0929445201	ศิริพร
6	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	4030/12/8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0864849606	ศิริพร
7	ศิริพร งามวงศ์	4123 ม.3 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0803831840	ศิริพร
8	นศ.ศรณภัฏ 606/ก	21 ม.8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	097-2165446	ศิริพร
9	น.ศ.ศิริพร งามวงศ์	897 ม.2 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	088-2942548	ศิริพร
10	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	33 ม.1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	089-8546763	ศิริพร
11	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	A5 ม.8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0865197087	ศิริพร
12	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	135 ม.1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0884045053	ศิริพร
13	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	897 ม.2 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	088-2942548	ศิริพร
14	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	124/1 ม.1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	086-4552101	ศิริพร
15	นางสาวณัฏฐา งามวงศ์	202 ม.1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081-3339240	ศิริพร

กิจกรรมที่ 2 อบรมความรู้เรื่องการสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล

รายชื่อผู้เข้าร่วมอบรม

โครงการ "การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครื่อง Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง"

หลักสูตร "การสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล"

วันที่ 11 เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2569 เวลา 09.00 - 16.00 น.

ณ วิสาหกิจชุมชนผ้าฝ้ายย้อมบ้านหัวฝาย ตำบลบ้านต๊อง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง

ที่	ชื่อ - สกุล	ที่อยู่	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
1	นางอุบล วรรณาทะ	135 ม.1 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	088-4645053	อุบล
2	นางกนก งามน้อย	12 ม.8 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	097-9095201	กนก
3	น.ส. กอมนันท์ วรรณาทะ	112 ม.1 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081-8334614	กนก
4	นางอริสสา กัญญากร	1116 ม.3 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0917653134	อริสสา
5	นางสาว น.กัญญา	168/5 ม.4 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	094 693 0961	น.กัญญา
6	นาย พิโรธ รัตนศิริ	119 ม.3 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	062-5018705	พิโรธ
7	นางพนรัตน์ วรรณาทะ	1241 ม.1 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	086-4552101	พนรัตน์
8	นาย นพพร นพพร	4030 ม.8 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	086-4849606	นพพร
9	นางพรรณ นามน้อย	4123 ม.9 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	090383410	พรรณ
10	นางสาวกัญญา นามน้อย	8086 ม.3 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081-8984154	กัญญา
11	น.ส. นงนภตม์ นามน้อย	444 ม.1 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081-1456849	นงนภตม์
12	น.ส. นกนรินทร์ นามน้อย	ม.4 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง		นกนรินทร์
13	น.ส. พชรพร รัตนศิริ	102 ม.1 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	086-3739440	พชรพร
14	นางสาวกัญญา นามน้อย	8030 ม.8 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	097-2065446	กัญญา
15	นางอุบล วรรณาทะ	135 ม.1 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	088-4645053	อุบล

รายชื่อผู้เข้าร่วมอบรม

โครงการ "การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครื่อง Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง"

หลักสูตร "การสร้างสื่อและเทคโนโลยีสำหรับใช้ในทางการตลาดดิจิทัล"

วันที่ 12 เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2569 เวลา 09.00 - 16.00 น.

ณ วิสาหกิจชุมชนผ้าฝ้ายย้อมบ้านหัวฝาย ตำบลบ้านต๊อง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง

ที่	ชื่อ - สกุล	ที่อยู่	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
1	นางอริสสา กัญญากร	1116 ม.3 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081 765 3134	อริสสา
2	นางสาว น.กัญญา	168/5 ม.4 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	084 693 0961	น.กัญญา
3	น.ส. กอมนันท์ นามน้อย	112 ม.1 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	088-2949445	กนก
4	น.ส. กอมนันท์ นามน้อย	112 ม.1 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081 289 8814	กนก
5	นาย นพพร นพพร	4030 ม.8 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	086-4849606	นพพร
6	น.ส. นกนรินทร์ นามน้อย	ม.4 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง		นกนรินทร์
7	นางสาวกัญญา นามน้อย	8086 ม.3 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081-8984154	กัญญา
8	นางกนก งามน้อย	12 ม.8 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	097-9095201	กนก
9	น.ส. นงนภตม์ นามน้อย	444 ม.1 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081-1456849	นงนภตม์
10	นางสาวกัญญา นามน้อย	8030 ม.8 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	097-2065446	กัญญา
11	น.ส. พชรพร รัตนศิริ	102 ม.1 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081-3739440	พชรพร
12	นางพรรณ นามน้อย	4123 ม.9 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	090383410	พรรณ
13	นางพนรัตน์ วรรณาทะ	1241 ม.1 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	086-4552101	พนรัตน์
14	นาย พิโรธ รัตนศิริ	119 ม.3 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	082-5018705	พิโรธ
15	นางอุบล วรรณาทะ	135 ม.1 ต.บ้านต๊อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	088-4645053	อุบล

กิจกรรมที่ 3 การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนการตลาดดิจิทัล

รายชื่อผู้เข้าร่วมอบรม

โครงการ "การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครื่อง Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง"

หลักสูตร "การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนการตลาดดิจิทัล และการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน"

วันศุกร์ ที่ 22 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2569 เวลา 09.00 - 16.30 น."

ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านดง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง

ที่	ชื่อ - สกุล	ที่อยู่	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
1	นางสาว น. น. น.	112 ม. 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0819 878112	
2	นางสาว น. น. น.	0123 ม. 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	080 3831240	
3	นางสาว น. น. น.	142/1 ม. 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0860218823	
4	นางสาว น. น. น.	250 ม. 2 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	084-8043290	
5	นางสาว น. น. น.	204 ม. 3 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	093 6261208	
6	นางสาว น. น. น.	115 ม. 4 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	087 8291484	
7	นางสาว น. น. น.	80 ม. 3 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	065-8896486	
8	นางสาว น. น. น.	33 ม. 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	089-8546763	
9	นางสาว น. น. น.	129/1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081-889885	
10	นางสาว น. น. น.	99/2 ม. 4 ต.บ้านดง	073-1807282	
11	นางสาว น. น. น.	101/1 ม. 4 ต.บ้านดง	080-6256030	
12	นางสาว น. น. น.	80 ม. 3 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	084-909651	
13	นางสาว น. น. น.	149 ม. 2 ต.บ้านดง	0923543195	
14	นางสาว น. น. น.	กฟผ. แม่เมาะ	094256631	
15	นางสาว น. น. น.	กฟผ. แม่เมาะ	084556631	

รายชื่อผู้เข้าร่วมอบรม

โครงการ "การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครื่อง Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง"

หลักสูตร "การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนการตลาดดิจิทัล และการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน"

วันศุกร์ ที่ 22 เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2569 เวลา 09.00 - 16.30 น."

ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านดง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง

ที่	ชื่อ - สกุล	ที่อยู่	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
16	นางสาว น. น. น.	011 ม. 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง		
17	นางสาว น. น. น.	300 ม. 5 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	093-1350801	
18	นางสาว น. น. น.	359/2 ม. 5 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0852453080	
19	นางสาว น. น. น.	649 ม. 12 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0928549239	
20	นางสาว น. น. น.	329/1 ม. 4 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0810920037	
21	นางสาว น. น. น.	15/2 ม. 4 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	-	
22	นางสาว น. น. น.	101 ม. 8 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0843724278	
23	นางสาว น. น. น.	117 ม. 7 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	098-270-8681	
24	นางสาว น. น. น.	141/2 ม. 16 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	098-726-7030	
25	นางสาว น. น. น.	120/1 ม. 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	-	
26	นางสาว น. น. น.	301/1 ม. 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0817653197	
27	นางสาว น. น. น.	53/2 ม. 4 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0950395699	
28	นางสาว น. น. น.	814 ม. 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	-	
29	นางสาว น. น. น.	817 ม. 1 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0846870961	
30	นางสาว น. น. น.	7018 ม. 3 ต.บ้านดง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0882890981	

กิจกรรมการสำรวจเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน

รายชื่อผู้เข้าร่วมอบรม

โครงการ “การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุ Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง”
หลักสูตร “การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนการตลาดดิจิทัล และการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน”

วันที่ 22 เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2569 เวลา 09.00 – 16.30 น.”

ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านต๋อง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง

ที่	ชื่อ - สกุล	ที่อยู่	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
1	กวีระ ธีตวงศ์	119 ม.3 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	062-5014705	กวีระ
2	นางสาวอรรษา งามน้อย	4000/10/8. ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	086-4849606	อรรษา
3	นางสาวอรรษา งามน้อย	44/2 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081-456249	อรรษา
4	พรพรรณ กัมปารักษ์	4123 ม.8 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0803431840	พรพรรณ
5	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0912 848114	ศรณภพ
6	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	091-848114	ศรณภพ
7	นางสาวอรรษา งามน้อย	1116 ม.3 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0817653137	อรรษา
8	นางสาวอรรษา งามน้อย	1116 ม.3 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	092 4495201	อรรษา
9	นางสาวอรรษา งามน้อย	1116 ม.3 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0665197087	อรรษา
10	นางสาวอรรษา งามน้อย	135 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	088 0045053	อรรษา
11	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	088-2942548	ศรณภพ
12	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	089-8566763	ศรณภพ
13	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	086-4552191	ศรณภพ
14	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081-3793940	ศรณภพ
15	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	084 6470961	ศรณภพ

รายชื่อผู้เข้าร่วมอบรม

โครงการ “การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุ Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง”
หลักสูตร “การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค การวางแผนการตลาดดิจิทัล และการจัดทำเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน”

วันที่ 23 เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2569 เวลา 09.00 – 16.30 น.”

ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านต๋อง อำเภอแม่เมาะ จังหวัดลำปาง

ที่	ชื่อ - สกุล	ที่อยู่	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
1	นางสาวอรรษา งามน้อย	4000 ม.8 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	086-4849606	อรรษา
2	นางสาวอรรษา งามน้อย	135 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	088-4045053	อรรษา
3	พรพรรณ กัมปารักษ์	4123 ม.8 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0803431840	พรพรรณ
4	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0866870961	ศรณภพ
5	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0882942548	ศรณภพ
6	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	086-3793940	ศรณภพ
7	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0929995201	ศรณภพ
8	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081201884814	ศรณภพ
9	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	062-5018205	ศรณภพ
10	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	091-0960446	ศรณภพ
11	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	086-4552191	ศรณภพ
12	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	0817653137	ศรณภพ
13	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	086-4197017	ศรณภพ
14	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081-8984152	ศรณภพ
15	นศ.ศรณภพ 606-166	112 ม.1 ต.บ้านต๋อง อ.แม่เมาะ จ.ลำปาง	081-1456249	ศรณภพ

กิจกรรมที่ 4 การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม

รายชื่อผู้เข้าร่วมอบรม

โครงการ "การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครื่อง Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง"

หลักสูตร "การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม"

วันที่ 4 เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2569 เวลา 09.00 - 16.00 น.

ณ วิทยาลัยชุมชนลำปาง ต.บ้านต๋อน อ.เมืองลำปาง จ.ลำปาง

ที่	ชื่อ - สกุล	ที่อยู่	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
1	นางนงนุช ภูมิกิจ	4030 ม.8 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	086-4849606	นงนุช
2	นางอริยา จันทอภา	135 ม.1 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	088-4045033	อริยา
3	นางพรพรรณ ภูมิวงศ์	4123 ม.8 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	090 393 1940	พรพรรณ
4	นางสาว ใจดี	868/5 ม.4 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	094 687 0961	ใจดี
5	น.ส.สุวิมล ภูมิกิจ	899 ม.2 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	088 294 2548	สุวิมล
6	น.ส.พรทิพย์ จันทร์ดี	202 ม.1 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	086-3733740	พรทิพย์
7	นางสาว กัญญา	12 ม.8 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	092 949 5201	กัญญา
8	น.ส.ศุภมาส ใจดี	112 ม.1 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	081 251 88814	ศุภมาส
9	นางสาว ใจดี	117 ม.2 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	062-5018205	ใจดี
10	น.ส.สุวิมล ภูมิกิจ	8030 ม.9 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	094-2960446	สุวิมล
11	นางสาว ใจดี	120/1 ม.1 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	086-4552191	ใจดี
12	นางสาว กัญญา	1116 ม.3 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	081 765 3137	กัญญา
13	น.ส.ศุภมาส ใจดี	88 ม.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	086-319 7047	ศุภมาส
14	นางสาว กัญญา	4086 ม.9 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	081-8384154	กัญญา
15	น.ส.นงนุช ภูมิกิจ	444/2 ม.1 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	081-1456249	นงนุช

รายชื่อผู้เข้าร่วมอบรม

โครงการ "การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเครื่อง Gift & Lifestyle เชื่อมโยงการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง"

หลักสูตร "การบริหารจัดการกลุ่มแบบมีส่วนร่วมและโมเดลธุรกิจเพื่อสังคม"

วันที่ 5 เดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2569 เวลา 09.00 - 16.00 น.

ณ วิทยาลัยชุมชนลำปาง ต.บ้านต๋อน อ.เมืองลำปาง จ.ลำปาง

ที่	ชื่อ - สกุล	ที่อยู่	เบอร์โทร	ลายมือชื่อ
1	นางสาว กัญญา	8086 ม.3 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	081-8384154	กัญญา
2	นางสาว ใจดี	119 ม.3 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	062-5018205	ใจดี
3	นางนงนุช ภูมิกิจ	4030 ม.8 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	086-4849606	นงนุช
4	นางสาว กัญญา	12 ม.8 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	092 949 5201	กัญญา
5	นางสาว ใจดี	120/1 ม.1 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	086-4552191	ใจดี
6	นางพรพรรณ ภูมิวงศ์	4123 ม.8 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	090 393 1940	พรพรรณ
7	น.ส.ศุภมาส ใจดี	112 ม.1 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	081 251 88814	ศุภมาส
8	นางอริยา จันทอภา	135 ม.1 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	088-4045033	อริยา
9	นางสาว กัญญา	1116 ม.3 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	081 765 3137	กัญญา
10	น.ส.พรทิพย์ จันทร์ดี	202 ม.1 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	086-3733740	พรทิพย์
11	น.ส.ศุภมาส ใจดี	88 ม.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	086-319 7047	ศุภมาส
12	น.ส.สุวิมล ภูมิกิจ	299 ม.2 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	088-294 2548	สุวิมล
13	น.ส.ศุภมาส ใจดี	8030 ม.9 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	094-2960446	ศุภมาส
14	น.ส.นงนุช ภูมิกิจ	444/2 ม.1 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	081-1456249	นงนุช
15	นางสาว ใจดี	868/5 ม.4 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	094 687 0961	ใจดี
	น.ส.นงนุช ภูมิกิจ	444/2 ม.1 ต.บ้านต๋อน อ.เมือง จ.ลำปาง	081-1456249	นงนุช