



วารสารวิชาการ อุตสาหกรรมศึกษา

URL : <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/jindedu/issue/archive>

วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม- ธันวาคม 2560

JOURNAL OF INDUSTRIAL EDUCATION

FACULTY OF EDUCATION, SRINAKHARINWIROT UNIVERSITY Volume 11 No. 2 July – December 2017

รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา
ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

A MODEL OF CAREER ENHANCEMENT FROM LOCAL IDENTITIES:

BAN PU NAMRON KANCHANABURI THAI-MYNNMAR BORDER

ภัทรพล สุวรรณโฉม⁽¹⁾ ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ⁽²⁾ วิชัย แหวนเพชร⁽³⁾

ไพรัช วงศ์ยุทธไกร⁽⁴⁾ โอภาส สุขหวาน⁽⁵⁾

PATTARAPOL SUWANNACHOM⁽¹⁾ KHWANYING SRIPRASERTPAP⁽²⁾ WICHAJ WANPHET⁽³⁾

PAIRUS WONGYUTTHAKRAI⁽⁴⁾ OPHAT SUKWAN⁽⁵⁾

⁽¹⁾ หลักสูตรการบริหารและการจัดการการศึกษา แขนงวิชาการบริหารอาชีวศึกษา

⁽¹⁾⁽²⁾⁽⁴⁾⁽⁵⁾ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

⁽³⁾ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

⁽¹⁾ Educational Administration and Management program Concentrate in Vocational Education Administration

⁽¹⁾⁽²⁾⁽⁴⁾⁽⁵⁾ Faculty of Education, Srinakharinwirot University

⁽³⁾ Faculty of Industrial Technology, Pranakhon Rajabhat University

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี เพื่อพัฒนาและยืนยันความเหมาะสมรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีโดยแบ่งงานเป็น 3 ระยะ ระยะแรกเริ่มด้วยศึกษาอัตลักษณ์จากข้อมูลเอกสาร งานวิจัย และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมายคือผู้นำชุมชน ตัวแทนชาวบ้าน ผู้นำทางศาสนา บุคคลสำคัญของชุมชน โดยเก็บข้อมูลด้วยเทคนิค snow ball นำอัตลักษณ์ที่ได้ไปพัฒนาสร้างตัวอย่างผลิตภัณฑ์ และประเมินคุณภาพ

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)

ของผลิตภัณฑ์ ระยะที่สองพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีด้วยการหาวิธีปฏิบัติการที่ดีจากกลุ่มอาชีพที่ทำกิจการที่คล้ายกัน โดยนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมโยงและสร้างรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนขึ้น ส่วนระยะที่สามจัดสนทนากลุ่มเพื่อยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบฯ

ผลการวิจัยพบว่า จากการสำรวจความต้องการชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน คือ ชุมชนยังขาดผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ และชุมชนต้องการอาชีพให้สอดคล้องกับการพัฒนาของพื้นที่ จากการศึกษาพบว่าอัตลักษณ์ชุมชนมีองค์ประกอบ 4 ด้านได้แก่ ด้านชาติพันธุ์(Ethnographic) ด้านวัฒนธรรม(Cultural) ด้านภาษาและการสื่อสาร(Communication) และด้านรูปแบบการดำรงชีวิต(Life Style) นำไปสู่ขั้นตอนคัดเลือกอัตลักษณ์เพื่อสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ ได้ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ ในด้านความมีอัตลักษณ์,ด้านความสวยงาม, ด้านความสะดวกในการใช้งาน และด้านความปลอดภัย มีค่าระดับมากที่สุด ยังสร้างรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน(NIPPA) ประกอบไปด้วย 1) การศึกษาความต้องการของชุมชน(Needs Study) 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interviews)3) การออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype Design) 4) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype Development) และ 5) การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Assessment)ส่วนการส่งเสริมอาชีพใช้รูปแบบ4Ps และ4Cs ประกอบกัน โดยรูปแบบ 4Ps ประกอบไปด้วย 1)สินค้าผลิตภัณฑ์(Product)2)ราคาผลิตภัณฑ์ (Price) 3) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) และ 4) การโฆษณาจัดจำหน่าย (Promotion)และรูปแบบ 4Cs ประกอบไปด้วย 1)ความต้องการของลูกค้า(Customer Need)2)ราคาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ (Cost) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Convenient) และ 4) การสื่อสารเชิงพาณิชย์ (Communication)

คำสำคัญรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ, อัตลักษณ์,ออกแบบผลิตภัณฑ์, ตำบลบ้านพุน้ำร้อนจังหวัดกาญจนบุรี

Abstract

The objective of this research is a study of the cultural identity in the Thai-Myanmar border area at the checkpoint of Ban PuNamron, Kanchanaburi. To develop a model of Career Enhancement from local identity of Thai-Myanmar at Ban PuNamron, Kanchanaburi.

The research is separated into 3 stages, first stage started from studying of cultural identity of each culture in both paperwork and In-depth interview. The target groups for an interview are the Community leaders, Village representatives, Religious leaders, other important persons in the communities. Using a snow ball technique in collecting all information needed then transfers all that information into a design process and the products evaluation. The second stage is a development of a product into a career path for the community. The research has gone into more details of career development by observing and analyzing of the other similar types of local business models to create a link of career network for the community. The third stage is a setting of a meeting and conversing to find out the best model for this research.

From the result of this research, we have found that a need of this community is the products that can be shown as a local identity items and also a need of career path that can be adjusted to fit with a community development. We have also found that the local identity of this area can be divided into 4 parts, Ethnographic, Cultural, Communication and Life Style. We have used these 4 cultural identities to create

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)

product prototypes and having the highest level in an evaluation of Identity, Aesthetic, Functional, and Safety issue.

From this research we have a final model of the development in local identity products design which is now called as NIPPA. NIPPA is combining with 1) Needs Study 2) In-Depth Interviews 3) Prototype Design 4) Prototype Development and 5) Assessment. In the Career enhancement part, we are using 4Ps and 4Cs as a consideration. 4Ps is combining with 1) Product 2) Price 3) Place and 4) Promotion. While 4Cs is combining with 1) Customer Need 2) Cost 3) Convenient and 4) Communication.

Keywords: a Model of Career Enhancement, Identity, Product design, Ban PuNamronKanchanaburi Province

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)

บทนำ

นโยบายของรัฐบาลเรื่องการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศประเด็นหนึ่งคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตชุมชน เพื่อให้มีมาตรฐานการผลิตที่ดียิ่งขึ้น เป็นหลักประกันคุณภาพเพิ่มความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค รวมทั้ง ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้ชุมชนมีศักยภาพอย่างยั่งยืน สอดรับกับโมเดลของ Thailand 4.0 นั่นคือ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนโดยจะต้องเปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” และเปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมเปลี่ยนจากรูปแบบบริการแบบเดิมซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่บริการที่มีมูลค่าสูงซึ่งจังหวัดกาญจนบุรีมีความเหมาะสมทางด้านที่ตั้งโดยมีแนวเขตติดต่อกับเมียนมามีชายแดนติดต่อเมียนมายาวถึง 770 กม. มีช่องผ่านแดนรวม 43 ช่องทางในจังหวัดกาญจนบุรีมีช่องผ่านแดนที่สำคัญ ได้แก่ ด้านพระเจดีย์สามองค์อำเภอสังขละบุรี ด้านบ้านอีต่อง อำเภอทองผาภูมิ ด้านบ้านพุน้ำร้อนอำเภอบ้านเก่า แต่มีด้านบ้านพุน้ำร้อนอำเภอบ้านเก่าแห่งเดียวที่มีฐานะเป็นจุดผ่านแดนถาวรและจุดผ่อนปรนทางการค้ากัน (กรอบการพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี, 2557) โดยด้านบ้านพุน้ำร้อนตั้งอยู่ตรงข้ามกับพื้นที่ของชนกลุ่มน้อยมอญ และกะเหรี่ยงเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยและเมียนมาซึ่งในอนาคตคาดว่าด้านชายแดนแห่งนี้จะมีบทบาทสำคัญด้านการค้าและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเนื่องจากได้มีการดำเนินการพัฒนาโครงการท่าเรือน้ำลึกและนิคมอุตสาหกรรมเมืองทวายรวมทั้งถนนเชื่อมต่อเมืองทวายกับชายแดนจังหวัดกาญจนบุรี โดยเริ่มจากเมืองทวายถึงบ้านแม่ระมี แคว้นตะนาวศรี มายังชายแดนไทยในขณะที่ประเทศไทยสำหรับการรองรับการคมนาคมและระบบขนส่งจากนิคมอุตสาหกรรมเมืองทวายถึงบ้านเก่าหากโครงการดังกล่าวแล้วเสร็จจะทำให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์ในด้านการคมนาคม การค้า การขนส่งสินค้า วัตถุุดิบและการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

การนำความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่มีอยู่มาสานสร้างและส่งเสริมให้เกิดรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ และพื้นที่ใกล้เคียงและส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับประชาชนใน การพัฒนาด้านเศรษฐกิจตลาดการค้าชายแดนโดยที่คุณลักษณะเฉพาะตัวเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้นๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่นและศาสนาที่เรียกว่าอัตลักษณ์ยังแสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชนเกิดการยอมรับร่วมกันของชาวชุมชนมีการปฏิบัติต่อกันมาจนเกิดเป็นวัฒนธรรมการค้าตรงซัพพลายเชนมีลักษณะเฉพาะของชุมชน (นิรมล ชมหวาน, 2557) จากเหตุผลที่ชุมชนชายแดนไทย-เมียนมาด้านบ้านพุน้ำร้อน เปิดเป็นจุดผ่านแดนถาวรและจุดผ่อนปรนทางการค้ากันย่อมจะมีปริมาณคนที่มาใช้บริการเป็นจำนวนมาก การเตรียมการด้านต่างๆจึงควรบริหารจัดการให้สอดคล้องกันไปด้วย รวมไปถึงภาคเศรษฐกิจการนำอัตลักษณ์ชุมชนไปสร้างเป็นผลิตภัณฑ์จะเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ต่อภาคเศรษฐกิจชุมชนอีกด้วย

ดังนั้นเพื่อเป็นการสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล, โมเดลของ Thailand 4.0 อีกทั้งจังหวัดกาญจนบุรีเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดนผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อนกาญจนบุรีว่าจะสามารถพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีได้เช่นไร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)

ความสำคัญของการวิจัย

ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนในพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมาตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีที่ได้สามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่แสดงอัตลักษณ์ชุมชนและนำไปสู่การส่งเสริมอาชีพเกิดธุรกิจจำหน่ายสินค้าในชุมชน อันจะส่งผลให้เศรษฐกิจของชุมชนเกิดการพัฒนา และสามารถเป็นแบบอย่างให้ชุมชนในพื้นที่อื่น ๆ ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ของตนเองได้

ขอบเขตของการวิจัย

พื้นที่ศึกษา

ศึกษาเฉพาะชุมชนบ้านพุน้ำร้อน เพื่อหาอัตลักษณ์ชุมชนชายแดนไทย-เมียนมา จังหวัดกาญจนบุรี

ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน ทำการศึกษาในประเด็นด้านชาติพันธุ์ วัฒนธรรมความเชื่อ ภาษาในการสื่อสาร และรูปแบบการดำรงชีวิต

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในชุมชนชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในชุมชนชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี ได้แก่ พระสงฆ์ ผู้ใหญ่บ้านชาวบ้านที่มีผู้แนะนำ

ระยะเวลาการดำเนินการ

การวิจัยครั้งนี้ ดำเนินการในช่วงเดือนสิงหาคม 2559 – มิถุนายน 2560

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

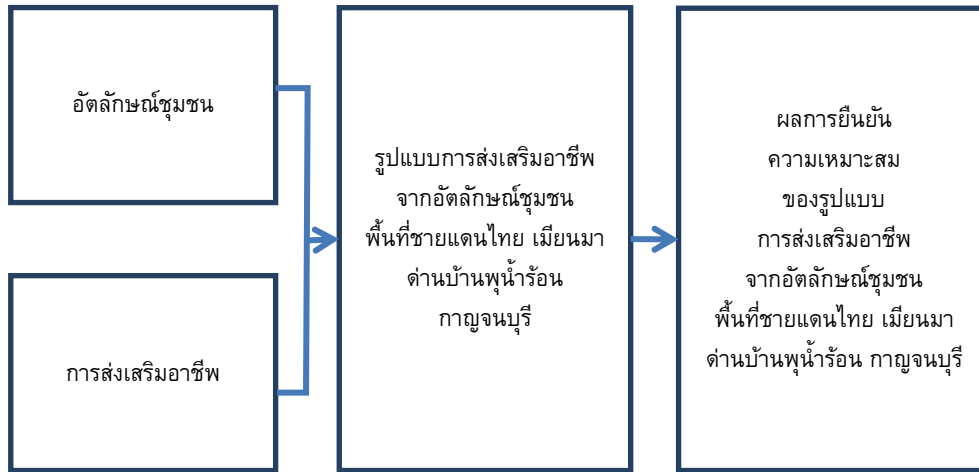
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

ตัวแปรต้นได้แก่ การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน ทำการศึกษาในประเด็นด้าน ชาติพันธุ์ วัฒนธรรมความเชื่อ ภาษาในการสื่อสาร และรูปแบบการดำรงชีวิต

ตัวแปรที่ศึกษา ได้แก่ ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (พิศมัยรัตน์โรจน์สกุล, 2558)เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research; PAR)(สมโภชน์ อเนกสุข, 2548) โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการ ดังนี้

ระยะที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน

การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน ประกอบไปด้วยแนวทางการดำเนินการดังนี้

1.1 การศึกษาแนวคิด ดำเนินการศึกษาทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

1.2 การดำเนินการวิจัย ใช้พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีเป็นพื้นที่ในการศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนที่จะใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การเก็บข้อมูลการวิจัย ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างทั้งนี้แนวคำถามครอบคลุมเกี่ยวกับความต้องการจำเป็น อัตลักษณ์ชุมชน ด้าน ชาติพันธุ์ วัฒนธรรม ความเชื่อ ภาษาในการสื่อสาร และรูปแบบการดำรงชีวิตตรวจสอบคุณภาพแบบสัมภาษณ์โดย ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านนำเครื่องมือที่สร้างขึ้นไปสัมภาษณ์หาอัตลักษณ์ชุมชน ด้วยเทคนิค snow ballโดยช่วงเวลาของการดำเนินการสัมภาษณ์ในช่วงเดือน สิงหาคม – ตุลาคม 2559 ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ พระสงฆ์ ผู้ใหญ่บ้านชาวบ้านที่มีผู้แนะนำรวมทั้งสิ้น 6 คน จนได้ข้อมูลสมบูรณ์เพียงพอ

1.3 การวิเคราะห์ข้อมูลคณะผู้วิจัยตีความจากการสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง และสังเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน และนำเสนอข้อสรุปเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในขั้นตอนต่อไป

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)



ภาพประกอบ 2 การเก็บข้อมูลในพื้นที่

ระยะที่ 2 การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ในการการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ประกอบไปด้วยแนวทางการดำเนินการดังนี้

- 2.1 การคัดเลือกอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการออกแบบของที่ระลึกจากข้อสรุปที่ได้พัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการคัดเลือกอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการออกแบบของที่ระลึกผู้เชี่ยวชาญในการคัดเลือกคัดเลือกอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการออกแบบของที่ระลึกประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบในสถานศึกษาที่มีประสบการณ์กับพื้นที่ที่ศึกษา ผู้วิจัยตัวแทนชุมชน และนักออกแบบจำนวน 3 คน ร่วมกันพิจารณาคัดเลือกอัตลักษณ์ของตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี
- 2.2 การออกแบบเบื้องต้น ผู้วิจัยดำเนินการโดยการกำหนดเวลาดำเนินการ ระยะเวลาการร่างแบบและออกแบบ การขึ้นต้นแบบและการปรับปรุงแบบ
- 2.3 การผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยเลือกสถานที่ผลิตจัดงบประมาณในแต่ละขั้นตอน
- 2.4 การประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบนี้ จะประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบแบบคาร์ระดับ จำนวน 5 ระดับโดยผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ จำนวน 5 ท่าน
- 2.5 การวิเคราะห์ข้อมูลข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบประเมินผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบ นำมาทำการวิเคราะห์ เพื่อหาค่าสถิติต่าง ๆ โดยการ แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ระยะที่ 3 พัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ในการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีประกอบไปด้วยแนวทางการดำเนินการดังนี้

- 3.1 เลือกสถานประกอบการที่มีวิธีการปฏิบัติการที่ดี (Best practice) โดยเลือกพิจารณาจากลักษณะความคล้ายใกล้เคียงกับเรื่องวิจัย คือการทำออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก กลุ่มตีมิดเหน็บ 4 ดาว และกลุ่มผ้าทอมือ
- 3.2 การเก็บข้อมูลโดยการค้นเอกสารและลงพื้นที่สัมภาษณ์หาข้อมูลและเทคนิคด้านวิธีการปฏิบัติการที่ดี (Best practice) การวิเคราะห์ข้อมูล (Content Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์ประเด็นการส่งเสริมอาชีพที่มาจากวิธีการปฏิบัติการที่ดี และนำไปสร้างเป็นรูปแบบการส่งเสริมอาชีพพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี
- 3.3 จัดประชุมสนทนากลุ่ม (focus group) โดยผู้ร่วมมาจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี และสรุปผลการจัดประชุมสนทนากลุ่ม เพื่อนำผลไปยืนยัน

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)

ความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ผลการวิจัย

ระยะที่ 1 การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน

1. การศึกษาความต้องการของชุมชน

จากการศึกษาความต้องการจำเป็นของบุคคลในพื้นที่ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่า การค้าชายแดนตรงบริเวณนี้ได้เกิดขึ้นตามปริมาณผู้คนที่เข้ามาใช้บริการกับพื้นที่มีร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ร้านค้าสะดวกซื้อ เสื้อผ้า ของที่ระลึก แต่เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่จำหน่ายก็มีเพียงสินค้าตามท้องตลาดทั่วไป และสินค้าเกษตรชุมชนเท่าที่มี ยังไม่พบเห็นสิ่งที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นพื้นที่ชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน การศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกดังกล่าว ใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนต่อไป

2. การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน

จากผลการศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกดังกล่าว จึงได้ทำการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีพบรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 อัตลักษณ์ชุมชนด้านชาติพันธุ์

ลักษณะของการตั้งบ้านเรือนของคนในหมู่บ้านชุมชนหงสาวดี บริเวณตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี จะมีสภาพคล้ายกับหมู่บ้านธิะในฝั่งแผ่นดินของสหภาพเมียนมา เพราะมีการเชื่อมโยงกันในเรื่องเครือญาติ การทำมาหากิน การค้าชายแดนมาแต่อดีตสภาพเป็นครอบครัวขนาดเล็ก มีทั้งคนไทย มอญ กะเหรี่ยง พม่า ความเป็นอยู่ของชุมชนจะอาศัยอยู่กันแบบเครือญาติถ้อยที่ถ้อยอาศัย รักใคร่สามัคคี พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน



ภาพประกอบ 3 อัตลักษณ์ชุมชนด้านชาติพันธุ์

2.2 อัตลักษณ์ชุมชนด้านวัฒนธรรมความเชื่อ

คนส่วนใหญ่ที่ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีนับถือศาสนาพุทธ แต่ก็มีในส่วนรายละเอียดเช่นชุมชนหงสาวดีจะมีความเชื่อพื้นถิ่นทั้งเชื่อสายกะเหรี่ยงและมอญ ซึ่งงานเหล่านี้ก็จะจัดในวัดซึ่งวัดพุน้ำร้อนรัตนคีรีที่ชุมชน

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)

กล่าวถึงมาก เนื่องจากการที่พื้นที่มีความหลากหลายทางด้านชาติพันธุ์แต่ก็มีความเหมือนกันคือในเรื่องการนับถือศาสนาพุทธ ภายภาพสิ่งก่อสร้างของวัดพุทธรังษีรัตนคีรีจะเป็นการผสมผสานกันระหว่างไทย พม่า กะเหรี่ยงและมอญ จะมีกิจกรรมหรือพิธีกรรมตามความเชื่อเข้ามาผสมกลมกลืน จนถือว่าเป็นรูปแบบพุทธตามแนวทางชาติพันธุ์บริเวณชุมชนนี้



ภาพประกอบ 4 อุตลักษณ์ชุมชนด้านวัฒนธรรมความเชื่อ

2.3 อุตลักษณ์ชุมชนด้านภาษาในการสื่อสาร

ใช้ภาษาไทยสำหรับการพูดเป็นหลัก แต่สำหรับชุมชนมอญและกะเหรี่ยง ก็มีการใช้ภาษาของตนเองในการสื่อสารกัน ในชุมชนใช้วิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบเรียบง่าย



ภาพประกอบ 5 อุตลักษณ์ชุมชนด้านภาษาในการสื่อสาร

2.4 อุตลักษณ์ชุมชนด้านรูปแบบการดำรงชีวิต

การดำรงชีวิต งานประเพณีที่โดดเด่นเช่นงานวันรำลึกบรรพบุรุษ ซึ่งเป็นงานที่ได้รับการถ่ายทอดมายาวนาน เป็นงานที่ให้พี่ ๆ น้อง ๆ ชาติพันธุ์มอญได้รำลึกถึงผู้ที่เสียสละเพื่อชาติ และ ผู้ที่มีพระคุณ ซึ่งไม่ว่าจะไปอยู่ที่ไหนเมื่อถึงวันจัดงานนี้ ก็จะกลับมารวมตัวกันเพื่อรำลึกถึงบรรพบุรุษของตน และงานวันพระใหญ่ จะมีการนำสิ่งของจัดใส่กะละมัง ของที่ใส่อยู่ในกะละมังจะเป็นสิ่งของที่มีความเชื่อที่หล่อหลอมกันมาว่า ในกะละมัง ต้องมีกล้วยแทนการแตกหน่อออกลูกออกหลาน มีมะพร้าวแทนในเรื่องความแข็งแรง มีใบต้นหว้าแทนในเรื่องการให้ลูกหลานมีการอ่านนอนสอนง่าย ส่วนจะมีอะไรในกะละมังอีกก็ขึ้นอยู่กับฐานะของแต่ละคน

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)



ภาพประกอบ 6 อัตลักษณ์ชุมชนด้านประเพณี

ผลจากการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนชายแดนไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี สามารถสรุปได้ดังภาพประกอบต่อไปนี้



ภาพประกอบ 7 อัตลักษณ์ชุมชน

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)

ระยะที่ 2 การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

จากภาพประกอบ 7 อັตลัษณ์ชุมชนชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 คน ได้ทำการคัดเลือกอັตลัษณ์ชุมชนเพื่อการออกแบบของที่ระลึก โดยใช้องค์ประกอบความหลากหลายของชาติพันธุ์ในชุมชน โดยให้การแต่งกายเป็นการสื่อสารถึงความหลากหลายทางชาติพันธุ์ในชุมชน ประเพณีความเชื่อ และวัตถุ/สถานที่ที่สื่อสารถึงความเป็นพื้นที่ ผลการดำเนินการเป็นดังนี้


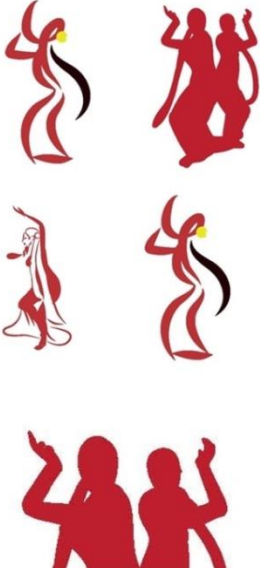
1. การออกแบบเบื้องต้นขั้นตอนนี้นำข้อมูลจากการคัดเลือกอັตลัษณ์ชุมชนมาออกแบบโดยใช้การร่างด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)

ตาราง 1 ที่มาและแนวคิดในการออกแบบ

ที่มา	ลวดลายที่ออกแบบ	แนวคิด
		แนวคิดการออกแบบมาจากรูปทรงของมหาเจดีย์พระธาตุสองแผ่นดิน รูปร่างของผลงานจากการใช้ลายเส้นและสีแดง สีทอง อันเป็นการสื่อถึงความเจริญ
		แนวคิดการออกแบบมาจากรูปทรงของมหาเจดีย์พระธาตุสองแผ่นดิน รูปร่างผลงานจากการใช้ลายเส้นการทำเป็นผลงาน 2 มิติ
		แนวคิดการออกแบบมาจากรูปทรงของเสาหงส์สัญลักษณ์สำคัญของมอญ รูปร่างของผลงานจากการใช้ลายเส้นและสีแดง สีทอง
		แนวคิดการออกแบบมาจากการแต่งกายของคนชาติพันธุ์มอญ
		แนวคิดการออกแบบมาจากการแต่งกายของคนชาติพันธุ์กะเหรี่ยง

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)

ที่มา	ลวดลายที่ออกแบบ	แนวคิด
		แนวคิดการออกแบบ มาจากกิจกรรม เพื่อนรำในงานประเพณีสำคัญต่างๆ

2. การผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

หลังจากที่ได้ร่างกราฟิก ก็ร่วมกันกับคณะทำงานพิจารณารูปแบบ ปรับปรุงขนาดและลวดลายให้มีความเป็นไปได้อย่างลงตัวที่สุดจัดทำเขียนแบบเพื่อส่งไปสู่กระบวนการขึ้นต้นแบบ และทำการปรับปรุงปรับแบบจนกว่าจะได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์



ภาพประกอบ 8 ตัวอย่างต้นแบบผลิตภัณฑ์

3. การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบ

ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ จำนวน 5 ท่านประเมินผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบพบว่า ผลการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ ในด้านความมีอัตลักษณ์, ด้านความสวยงาม, ด้านความสะดวกในการใช้งานและด้านความปลอดภัยมีค่าระดับเหมาะสมมากที่สุด รายละเอียดดังตาราง 2

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)

ตาราง 2 การประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

งานผลิตภัณฑ์	Mean	S.D.	แปลความ
1.ด้านความมีอัตลักษณ์	4.67	0.43	เหมาะสมมากที่สุด
2.ด้านความสวยงาม(Aesthetics)	4.80	0.41	เหมาะสมมากที่สุด
3.ด้านความสะดวกในการใช้งาน(Ergonomics)	4.67	0.49	เหมาะสมมากที่สุด
4.ด้านความปลอดภัย(Safety)	4.73	0.46	เหมาะสมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน	4.72	0.45	เหมาะสมมากที่สุด

ระยะที่ 3 พัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

3.1 เลือกสถานประกอบการที่มีวิธีการปฏิบัติการที่ดี (Best practice) โดยเลือกพิจารณาจากลักษณะความคล้ายใกล้เคียงกับเรื่องวิจัย คือการทำออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก กลุ่มตีมีดเหน็บ 4 ดาว และกลุ่มผ้าทอมือ



ภาพประกอบ 9 กลุ่มตีมีดเหน็บ 4 ดาว และกลุ่มผ้าทอมือ

3.2 ผลการเก็บข้อมูลโดยการค้นเอกสารและลงพื้นที่สัมภาษณ์หาข้อมูลและเทคนิคด้านวิธีการปฏิบัติการที่ดี การวิเคราะห์ข้อมูล (Content Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์ประเด็นกลไกการส่งเสริมอาชีพที่มาจากวิธีการปฏิบัติการที่ดี และจากแนวคิด 4Ps (product, price, place, promotion) และ 4Cs (customer needs, cost, convenience, communication) และนำไปสร้างเป็นรูปแบบการส่งเสริมอาชีพพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

4Ps	4Cs
<p>Product</p> <p>ผู้ผลิตเป็นผู้สร้างสรรค์สินค้าผลิตภัณฑ์ และการกำหนดว่าผลิตภัณฑ์ควรผลิตอย่างไร</p>	<p>Customer needs</p> <p>ความต้องการของลูกค้าเริ่มมีการพัฒนาตามความนิยมเป็นกลุ่มๆ เช่น ตามความต้องการนำไปใช้สอย และที่สำคัญการนำไปใช้ทำงาน เริ่มเปลี่ยนเป็นการสะสมหรือเป็นของที่ระลึก</p>
<p>Price</p> <p>ผู้ผลิตกำหนดราคาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ความต่างกันไปทั้งวัสดุ ความยากง่ายของการขึ้นรูป ความทนทานการใช้งาน รูปทรงที่แตกต่าง รวมถึงขนาดอีกด้วย และอีกสิ่งที่มีผลต่อราคาคือความเก่าแก่ควรค่าแก่การเก็บสะสม</p>	<p>Cost to customer</p> <p>ราคาที่ลูกค้ารับได้ถ้ามีความต้องการและความพึงพอใจ ราคาค่อนข้างสูงกว่างานผลิตแบบโรงงาน เนื่องด้วยเป็นงานขึ้นรูปด้วยมือ และแฝงด้วยความเป็นอัตลักษณ์ช่างที่มีเรื่องราวสอดรับกัน</p>

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)

4Ps	4Cs
<p>ชื่อเสียงเรื่องราว</p> <p>Place สถานที่ที่จะส่งเสริมให้เกิดการจำหน่าย มีการติดต่อที่ผลิตโดยตรง ร้านค้าส่ง-ปลีก รถบริการจำหน่ายอุปกรณ์เกษตรยังคงเป็นสถานที่ที่ต้องใช้ผลิตภัณฑ์ของจริงไปวางจัดจำหน่าย ทำให้มีส่วนเกี่ยวข้องกับอื่น ๆ เช่น ค่าขนส่ง ค่าแรงขนส่ง การเก็บรักษา มาเกี่ยวข้องกับเพิ่มค่าใช้จ่ายในส่วนนี้อีกด้วย</p> <p>Promotion ลักษณะการสื่อสารเฉพาะกลุ่มผู้ใช้งาน แบบปากต่อปาก จากการบอกเล่าของบุคคลมีชื่อเสียงทำให้เกิดความนิยมเพิ่มขึ้นขยายไปสู่การขยายพื้นที่การจัดจำหน่าย</p>	<p>Convenience การค้าออนไลน์เป็นตัวสนับสนุนส่งเสริมอาชีพที่ดีผู้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม่จำเป็นต้องลงทุนของ(ผลิตภัณฑ์) เปลี่ยนเป็นการใช้เทคโนโลยีถ่ายภาพ และเทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์แทนหน้าร้านแบบเดิม ผู้นิยมผลิตภัณฑ์มีแบบให้เลือกที่หลากหลาย วัสดุประกอบสามารถแสดงภาพได้ ก่อนการตัดสินใจซื้อหรือบริโภค</p> <p>Communication มีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม มีหลากหลายช่องทางที่เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่ตรงสู่การตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ สื่อสารตรงและถูกกลุ่มกับเป้าหมายได้รับรู้ที่รวดเร็ว มีผลต่อเชิงพาณิชย์</p>

3.3 ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ รับรองผลการยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีจากการประชุมสนทนากลุ่ม (focus group)

สรุปและอภิปรายผล

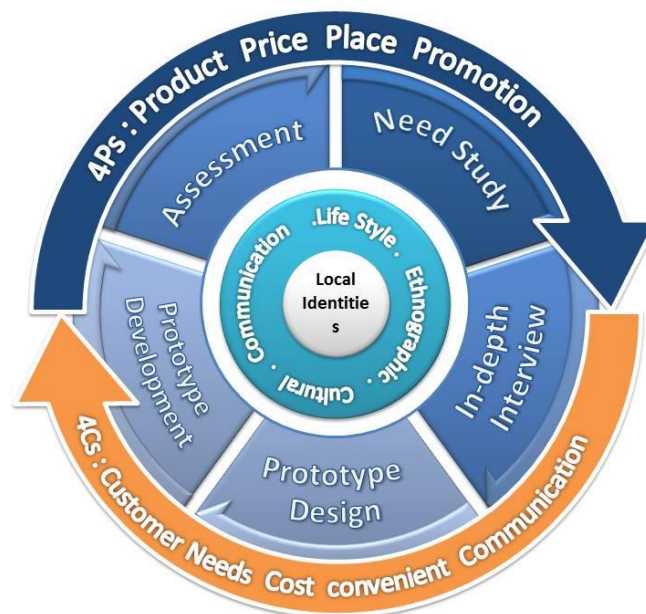
การศึกษาอัตลักษณ์พื้นบ้านบริเวณพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีพบว่า

1. อัตลักษณ์ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีประกอบด้วย 1)ด้านชาติพันธุ์ ประกอบด้วย มอญ พม่า และกะเหรี่ยง, 2)ด้านวัฒนธรรมความเชื่อ, 3)ด้านภาษาในการสื่อสารและ 4)ด้านรูปแบบการดำรงชีวิตซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกนกพร ฉิมพลี(2555)ได้ทำวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน:กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ผลที่ได้คือจากการศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน พบว่า ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสานเกี่ยวข้องกับความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์และถ่ายทอดสืบต่อกันมา จนกลายเป็นองค์ความรู้ประจำท้องถิ่นที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมและการปลูกฝังวิถีคิด การดำเนินชีวิตประจำวันให้แก่ลูกหลาน เพื่อปฏิบัติสืบต่อกันมา และประทีป พิษทองกลางและคณะ(2556) ได้ทำวิจัยเรื่องรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มผู้ผลิตโคมล้านนา ชุมชนเมืองสาทร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่าชุมชนเมืองสาทร มีประวัติศาสตร์ในการผลิตโคมล้านนามายาวนาน ฝีมือประณีต โคมที่ผลิตมีความสวยงาม รูปแบบหลากหลายผลิตภัณฑ์เน้นศิลปะ ความเป็นอัตลักษณ์ของล้านนา นอกจากจะเป็นแหล่งผลิตโคมล้านนาที่มีคุณภาพแล้ว ชุมชนเมืองสาทรยังมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นชุมชนต้นแบบในการดำเนินการธุรกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์และแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมล้านนา ส่วนรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มผู้ผลิตโคมล้านนา ตั้งอยู่บนพื้นฐานสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม 2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และ 3) ศักยภาพของชุมชน

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)

2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยใช้ขั้นตอนการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ คือ การออกแบบเบื้องต้น การประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญ การปรับปรุงแบบ และการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ ผลการประเมินคุณภาพรูปแบบผลิตภัณฑ์ พบว่าในด้านมีอัตลักษณ์,ด้านความสวยงาม และด้านความปลอดภัยมีค่าระดับมากที่สุด ในขณะที่ด้านความสะดวกในการใช้งาน มีผลการประเมินอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณวรรณ ตั้งจันทร์และ นิรัช สุดสังข์ (2554) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกจากผ้าปักชาวเขาเผ่าม้งตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ทำการออกแบบภาพร่างผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย ความงาม ความเหมาะสม ภายใต้ขั้นตอนการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดแต่งโต๊ะอาหาร ออกแบบให้คำนึงถึง ลวดลายผ้าปักม้งที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศหญิง จึงได้นำลายดอกไม้นำมาใช้ ในการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ผ้ารองจานและผ้ารองแก้ว ผ้าที่นำมาใช้เป็นพื้นหลักให้ใช้ได้สะดวก ทำความสะอาดและดูแลรักษาง่าย อีก ทั้งสร้างความสวยงาม เรียบง่าย เป็นทางการ ภายใต้แนวความคิด “Hmong” ม้ง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึง เอกลักษณ์การปักผ้าของชนเผ่าวัฒนธรรมความเป็นชาวเขาเผ่าม้ง ในรูปแบบที่เรียบง่ายและเป็นทางการ เพื่อให้ระลึกถึง คิดถึง หมูบ้านชาวเขาเผ่าม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ หรือใช้เป็นของฝาก ของที่ ระลึกได้อีกด้วย

3. จากผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีและ การวิเคราะห์ข้อมูล (Content Analysis) โดยใช้การวิเคราะห์ประเด็นกลไกการส่งเสริมอาชีพที่มาจากวิธีการปฏิบัติที่ดี และจากแนวคิด4Ps(product, price, place, promotion)และ4Cs(customer needs, cost, convenience, communication) และนำไปสร้างเป็นรูปแบบการส่งเสริมอาชีพพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี โดยผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับพื้นที่ รับรองผลการยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพสามารถเขียนเป็นรูปแบบการส่งเสริมอาชีพพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีได้ดังภาพประกอบ 10 ดังนี้



ภาพประกอบ 10 รูปแบบการส่งเสริมอาชีพพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี(NIPPA)

จากภาพประกอบ 10 รูปแบบการส่งเสริมอาชีพพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี(NIPPA) ประกอบไปด้วย 1) การศึกษาความต้องการของชุมชน(Needs Study) 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interviews)3)

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)

การออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype Design) 4) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype Development) และ 5) การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Assessment) ส่วนการส่งเสริมอาชีพใช้รูปแบบ 4Ps และ 4Cs ประกอบกัน โดยรูปแบบ 4Ps ประกอบไปด้วย 1)สินค้าผลิตภัณฑ์(Product) 2)ราคาผลิตภัณฑ์ (Price) 3) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) และ 4) การโฆษณาจัดจำหน่าย (Promotion) และรูปแบบ 4Cs ประกอบไปด้วย 1)ความต้องการของลูกค้า(Customer Need) 2)ราคาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ (Cost) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Convenient) และ 4) การสื่อสารเชิงพาณิชย์ (Communication)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอจากการวิจัย

จากผลการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

- 1.ชุมชนในเขตพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี สามารถนำรูปแบบส่งเสริมอาชีพนี้ไปใช้ และสามารถมีอาชีพทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน เช่นชุดน้ำชา เสื้อผ้าที่ระลึก และแก้วน้ำเซรามิคเป็นต้น
2. หน่วยงานด้านจัดการศึกษาสามารถนำรูปแบบส่งเสริมอาชีพนี้ไปปรับใช้กับบริบทพื้นที่อื่นๆ ในการพัฒนาส่งเสริมอาชีพให้กับต่างชุมชนอื่นๆต่อไปได้
3. หน่วยงานบริหารส่วนท้องถิ่นสามารถนำรูปแบบส่งเสริมอาชีพนี้ไปใช้ ในการพัฒนาส่งเสริมอาชีพให้กับต่างชุมชน และยังสามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมให้กับชุมชนอื่นๆต่อไปได้

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรพิจารณาการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์หรือเสริมกิจกรรมต่างๆเพื่อให้เกิดทางเลือกมากขึ้นอีกทั้งพิจารณาด้านวัสดุและด้านกรรมวิธีการผลิต ตลอดจนช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มเติมด้วย

บรรณานุกรม

- กนกพร ฉิมพลี. (2555). "รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน:กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา. วารสารราชพฤกษ์ ปีที่ : 9 ฉบับที่ : 3 เลขหน้า : 36-41 ปีพ.ศ. : 2555
- นิรมล ชมหวาน. (2557). อัตลักษณ์ของชุมชนตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ.วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ ปีที่ 4 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2557
- ประทีป พิษทองกลางและคณะ. 2556. รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มผู้ผลิตโคมล้านนาชุมชนเมืองสาทร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. วารสารการพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต 1(3): 129-139 (2556)
- พิสมัย รัตนโรจน์สกุล.(2558). กระบวนทัศน์และกระบวนการของการวิจัยเชิงคุณภาพกับการอาชีวศึกษา. วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒปีที่ 9 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2558
- สมโภชน์ อเนกสุข (2548). การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม. วารสารวิจัยและวัดผลการศึกษา ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มีนาคม 2548
- อรุณวรรณตั้งจันทร์ และนิรัชสุดสังข์. (2554)การออกแบบผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกจากผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย

ภัทรพล สุวรรณโณม, ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, วิชัย แหวนเพชร, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, โอภาส สุขหวาน
วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษาปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2560(108-125)

นเรศวรปีที่ 1 ฉบับที่ 2 ตุลาคม 2553-มีนาคม 2554

Bibliography(In Thai)

- ArunwanTangchantornand NiratSoodsang. (2010).Product designs of gift and souvenir for hill tribe Hmong CommunityTambonKheknai, AmpurKhaokor, Petchabun Province.Art and Architecture Journal NaresuanUniversity Vol 1, No 2 October 2010
- KanokpornChimplee. (2012). “Knowledge Management Models for Local Wisdom in Wickerwork Handicrafts: A Case Study of Local Communities Enterprises in NakonRatchasima Province. Ratchaphruek Journal Year: 9 Volume: 3 Page: 36-41 Year: 2012
- NiramonKhomwhan. (2014). Community identity of bang phli old market, samutprakanprovince.ValayaAlongkorn Review Vol. 4 No. 2 July-December 2014
- PrateepPuchthonglang and ApiriyaNamwongprom.(2013). Creative Economic Development Model of Lanna Lantern Manufacturers in MuangSart of Muang District, Chiang Mai Province. Journal of Community Development and Life Quality 1(3): 129-139 (2013)
- PissamaiRattanasakul. (2015). Paradigm and Process of Qualitative Research in Vocational Education.Journal of industrial education, Volume 9 No. 2 July – December2015
- SompochAnegasukha. (2005). Participatory Action Research.Journal of Educational Research and Measurement, Volume 3, Number 1 March 2005