

รายงานฉบับสมบูรณ์

กิจกรรมส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม
เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569
แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE)
โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน (ปีที่ 2)

ผู้รับผิดชอบโครงการ

อาจารย์ศุภาวิณี กิติวินิต

รองศาสตราจารย์ ดร.ชินีเพ็ญ มะลิสุวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์อาอีเซาะส์ เบ็ญหาวัน

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

เสนอต่อ

สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

บทสรุปโครงการ

โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน (ปีที่ 2) ได้รับการอนุมัติให้ดำเนินโครงการ โดยใช้งบประมาณจากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ภายใต้แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise: BCE) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 จำนวน 170,950 บาท มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจสีมายาให้มีระบบบริหารจัดการที่ชัดเจน โปร่งใส และดำเนินธุรกิจบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน เพื่อส่งเสริมการตลาดและขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีมายาทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยมีการออกแบบแบรนด์ สื่อประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมตลาดสร้างสรรค์ที่วัดผลได้ และเพื่อยกระดับศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายาด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

โครงการมีลักษณะเป็นโครงการบริการวิชาการเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นแบบมีส่วนร่วม ดำเนินงานต่อเนื่องเป็นปีที่ 2 ภายใต้กรอบการพัฒนาระยะ 3 ปี (ปีงบประมาณ พ.ศ. 2568–2570) ประกอบด้วย 9 กิจกรรมที่เชื่อมโยงต่อเนื่องกัน ตั้งแต่การสำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจเพื่อจัดทำข้อมูลค่าฐาน การพัฒนาแบบจำลองธุรกิจและแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ การสร้างระบบบริหารจัดการภายในกลุ่ม การพัฒนาทักษะการสื่อสารแบรนด์และการตลาดดิจิทัล การสร้างเครือข่ายธุรกิจ การทดลองจำหน่ายในตลาดจริง ไปจนถึงเวทีสะท้อนผลและการประเมินผลโครงการ มีกลุ่มเป้าหมาย คือ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา บ้านหน้าถ้ำ ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา จำนวน 1 กลุ่ม สมาชิก 15 คน ร่วมกับผู้แทนกลุ่มอาชีพและเครือข่ายในพื้นที่ รวมผู้ได้รับการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยี จำนวน 50 คน สูงกว่าค่าเป้าหมายที่กำหนดไว้ 35 คน ดำเนินการระหว่างวันที่ 14 มีนาคม ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2569 ณ ที่ทำการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา บ้านหน้าถ้ำ องค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ วัดคูหาภิมุข และสวนขวัญเมือง อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา โดยได้รับความอนุเคราะห์จากองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา และศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) เกิดเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการ จำนวน 3 เครือข่าย

องค์ความรู้ที่เกิดจากการดำเนินโครงการมี 4 เรื่อง ได้แก่ การจัดการธุรกิจชุมชนและการออกแบบแบบจำลองธุรกิจสีมายา (Simaya Business Canvas) การพัฒนาแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์สีมายา (Simaya Creative Marketing Plan) ระบบบริหารจัดการภายในกลุ่ม (Simaya Business Management System) ซึ่งประกอบด้วยการปรับโครงสร้างองค์กรเป็น 6 ฝ่ายและระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์พร้อมหน้าสรุปผล และการสื่อสารแบรนด์และการผลิตสื่อดิจิทัลสำหรับชุมชน

ผลผลิตสำคัญของโครงการ ได้แก่ แบบจำลองธุรกิจและแผนการตลาดที่สมาชิกร่วมกันจัดทำ ระบบบัญชีที่กลุ่มใช้บันทึกข้อมูลจริง สื่อภาพผลิตภัณฑ์ 15 รายการและคลิปวิดีโอ 16 คลิป แกนนำชุมชนที่พัฒนาเป็นวิทยากรถ่ายทอดความรู้ได้ 3 คน การบรรจุกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มไว้ในโปรแกรมท่องเที่ยวของชุมชนตำบลหน้าถ้ำ รวมถึงโปรแกรม Signature "ตามรอยศรัทธาถ้ำพระนอน สู่ภูมิปัญญาดินมายา" และการยื่นคำขอรับอนุสิทธิบัตร 2 รายการ เมื่อวันที่ 3 กันยายน พ.ศ. 2569 ซึ่งพัฒนาจากผลิตภัณฑ์ต้นแบบของปีที่ 1 นอกจากนี้ โครงการยังบูรณาการกับการเรียนการสอน 2 รายวิชา จาก 2 หลักสูตร ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพิ่มเติมจากแผน 3 รายการ และบูรณาการกับการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมร่วมกับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา

นอกจากนี้ ผลการสำรวจความพึงพอใจของผู้รับบริการอยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.83 สูงกว่าค่าเป้าหมายร้อยละ 85 ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ มีผู้นำความรู้และเทคโนโลยีไปใช้ 35 คน จากผู้ได้รับการถ่ายทอด 50 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 สูงกว่าค่าเป้าหมาย 20 คน ด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มเพิ่มขึ้น 0.46 เท่า จากฐานปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 สูงกว่าค่าเป้าหมาย 0.40 เท่า คิดเป็นรายได้ส่วนเพิ่มประมาณ 121,120 บาทต่อปี ผลการดำเนินงานจึงบรรลุหรือสูงกว่าค่าเป้าหมายครบทั้ง 7 ตัวชี้วัด ปัญหาที่พบ คือ ระยะเวลาดำเนินงานที่จำกัด เนื่องจากคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงานออกเมื่อวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2569 ทำให้กิจกรรมหลักกระชับอยู่ในช่วงเดือนมิถุนายนถึงกันยายน และกลุ่มยังไม่ได้สรุปข้อมูลต้นทุนรวมรายปี จึงยังไม่สามารถคำนวณกำไรสุทธิและอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนตามแนวทางของคู่มือได้ครบถ้วน ข้อเสนอแนะสำหรับการดำเนินงานในปีที่ 3 คือ การบันทึกรายรับรายจ่ายในระบบบัญชีอย่างครบถ้วนตลอดปีงบประมาณ พร้อมจัดทำบัญชีต้นทุนต่อหน่วยผลิตภัณฑ์ การยกระดับกระบวนการผลิตเพื่อขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การขยายช่องทางจำหน่ายออนไลน์ต่อยอดจากฐาน Facebook สู่ระบบตลาดออนไลน์ถาวร การนำโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่การจำหน่ายจริงพร้อมพัฒนาวิทยากรชุมชนเพิ่มเป็น 5 คน และการพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจสู่การลงนามบันทึกความร่วมมือ

คำนำ

รายงานฉบับสมบูรณ์นี้จัดทำขึ้นเพื่อรายงานผลการดำเนินงานโครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน (ปีที่ 2) ภายใต้แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise: BCE) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 โดยได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

โครงการเป็นการดำเนินงานต่อเนื่องปีที่ 2 ภายใต้กรอบการพัฒนาระยะ 3 ปี ร่วมกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา บ้านหน้าถ้ำ ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา โดยต่อยอดจากผลิตภัณฑ์ต้นแบบและการยืนยันความปลอดภัยของวัตถุดิบด้วยกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ในปีที่ 1 ไปสู่การวางระบบบริหารจัดการธุรกิจ การตลาด และการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์และภูมิปัญญาของกลุ่มเข้ากับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ด้วยความเชื่อว่าการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากในจังหวัดชายแดนภาคใต้จะยั่งยืนได้ เมื่อชุมชนมีทั้งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่า ระบบบริหารจัดการที่ตรวจสอบได้ และช่องทางรายได้ที่หลากหลายเป็นของตนเอง

เนื้อหาแบ่งเป็น 4 บท ได้แก่ บทที่ 1 บทนำ บทที่ 2 วิธีดำเนินการ ซึ่งนำเสนอกระบวนการรายกิจกรรมทั้ง 9 กิจกรรมพร้อมกิจกรรมบูรณาการความร่วมมือ บทที่ 3 ผลการดำเนินงาน ซึ่งครอบคลุมผลตามพื้นที่เป้าหมาย ผลการสำรวจความต้องการ ผลการบูรณาการกับพันธกิจอื่นของมหาวิทยาลัย ผลตามเป้าหมายและตัวชี้วัด ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และผลด้านเครือข่ายและทรัพย์สินทางปัญญา และบทที่ 4 สรุปผล ปัญหา และข้อเสนอแนะ

คณะผู้ดำเนินโครงการขอขอบคุณสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ที่สนับสนุนงบประมาณ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาและคณะวิทยาการจัดการที่สนับสนุนด้านวิชาการและการบริหารจัดการ องค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา และศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ ที่เปิดพื้นที่และกลไกความร่วมมือวิทยากรผู้ทรงคุณวุฒิ คณาจารย์ และนักศึกษาที่ร่วมบูรณาการโครงการเข้ากับการเรียนการสอน และเหนือสิ่งอื่นใด ขอขอบคุณประธานและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายาทุกท่าน ที่เปิดบ้าน เปิดบัญชี และเปิดใจเรียนรู้ร่วมกันตลอดการดำเนินงาน และหวังว่ารายงานฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานในพื้นที่ และผู้สนใจการพัฒนาบนฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นต่อไป

อาจารย์ศุภาวิณี กิติวินิต
หัวหน้าโครงการ
ตุลาคม 2569

สารบัญ

เรื่อง **หน้า**

บทสรุปโครงการ.....ก

คำนำ.....ข

สารบัญ.....ค

บทที่ 1 บทนำ.....1

ความเป็นมาและความสำคัญ.....1

วัตถุประสงค์ของโครงการ.....3

ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ.....3

บทที่ 2 วิธีการดำเนินงาน.....5

การดำเนินงานโครงการ.....5

บทที่ 3 ผลการดำเนินงาน.....55

ผลการดำเนินงานตามชุมชนและพื้นที่เป้าหมาย.....56

ผลการสำรวจความต้องการ.....57

ผลการบูรณาการโครงการกับพันธกิจอื่นๆ.....60

ผลการดำเนินงานตามเป้าหมายและตัวชี้วัด.....67

ผลการดำเนินงานภาคีเครือข่าย.....84

ผลการดำเนินงานทรัพย์สินทางปัญญา.....85

ผลการเผยแพร่ผลงาน.....85

ผลการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคม.....86

บทที่ 4 สรุปผล ปัญหา และข้อเสนอแนะ.....89

ภาคผนวก.....91

ภาคผนวก ก โครงการที่ได้รับการอนุมัติ.....93

ภาคผนวก ข เอกสาร/แบบฟอร์มที่เกี่ยวข้องกับโครงการ.....94

ภาคผนวก ค รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการ..... 122

ภาคผนวก ง ภาพกิจกรรม..... 125

บทที่ 1
บทนำ

ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

การพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากบนฐานทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นแนวทางสำคัญของการพัฒนาประเทศในปัจจุบัน ภายใต้กรอบเศรษฐกิจชีวภาพ เศรษฐกิจหมุนเวียน และเศรษฐกิจสีเขียว (BCG Economy) และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งมุ่งเปลี่ยนทุนทางธรรมชาติและทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนให้เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน สำหรับจังหวัดชายแดนภาคใต้ แนวทางดังกล่าวมีความหมายเป็นพิเศษ เพราะเศรษฐกิจชุมชนและการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการสร้างรายได้ การจ้างงาน และความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการชุมชนจำนวนมากยังมีข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการ การตลาด และการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เข้ากับตลาด จึงจำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนด้านองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และการจัดการอย่างต่อเนื่อง

ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา เป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรเฉพาะถิ่น คือ "ดินมายา" ซึ่งให้สีโทนน้ำตาลแดงตามธรรมชาติ และเป็นอัตลักษณ์ที่สะท้อนภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา บ้านหน้าถ้ำ ก่อตั้งขึ้นเมื่อ พ.ศ. 2558 จากการรวมตัวของคนในชุมชนที่มีภูมิปัญญาด้านการย้อมผ้าด้วยสีธรรมชาติ ปัจจุบันมีสมาชิก 15 คน มีโครงสร้างการบริหาร 5 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายบริหารจัดการ ฝ่ายควบคุมการผลิต ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ฝ่ายการตลาด และฝ่ายจัดหาวัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มครอบคลุมผ้าและเครื่องแต่งกายจากผ้ามัดย้อมสีดินมายา กระเป๋า และของใช้ควบคู่กับการให้บริการแหล่งเรียนรู้แก่นักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยว ซึ่งแสดงให้เห็นว่ากลุ่มมีทั้งฐานการผลิตและศักยภาพในการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เข้ากับการท่องเที่ยว

ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ภายใต้แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (Building Community Enterprise: BCE) ในการดำเนินโครงการปีที่ 1 ซึ่งมุ่งสร้างความเชื่อมั่นด้านความปลอดภัยของวัตถุดิบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบทางเคมีด้วยเทคนิค X-ray Fluorescence (XRF) พบว่าดินจากบริเวณนอกถ้ำซึ่งชุมชนใช้เป็นวัตถุดิบหลัก ไม่พบสารฟอสเฟตที่เกี่ยวข้องกับมูลค้างคาว จึงสามารถนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์สุขภาพและสิ่งทอได้อย่างปลอดภัย (ศุภาวิณี กิติวินิต และคณะ, 2568) ผลการยืนยันทางวิทยาศาสตร์ดังกล่าวนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ได้แก่ สครับดินมายา และสีน้ำธรรมชาติจากดินมายาและพืชท้องถิ่น รวมทั้งกิจกรรมเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ "แต้มสีมายา" และก่อให้เกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา องค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ โรงเรียนในพื้นที่ และภาคเอกชน

แม้การดำเนินงานในปีที่ 1 จะสร้างฐานด้านองค์ความรู้และผลิตภัณฑ์ได้เป็นรูปธรรม แต่การประเมินผลพบว่ากลุ่มยังไม่สามารถเปลี่ยนศักยภาพดังกล่าวให้เป็นผลทางธุรกิจได้อย่างต่อเนื่อง เนื่องจากยังขาดระบบบริหารจัดการที่เป็นรูปธรรม โดยเฉพาะด้านการเงินและการบริหารต้นทุน ขาดแผนการตลาดที่ชัดเจนและช่องทางจำหน่ายที่หลากหลาย และการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ยังไม่สามารถสร้างการรับรู้ในวงกว้าง ประกอบกับอุทกภัยในช่วงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2568 ได้ส่งผลกระทบต่อการผลิต การเก็บรักษาสินค้า และการจำหน่ายของกลุ่ม ทำให้ความจำเป็นในการวางระบบบริหารจัดการและการจัดเก็บข้อมูลทางธุรกิจเพื่อการตัดสินใจเพิ่มสูงขึ้น ช่องว่างเหล่านี้สะท้อนว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียวยังไม่เพียงพอต่อการสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจของกลุ่ม หากไม่มีการพัฒนาระบบธุรกิจรองรับควบคู่กัน

กรอบการพัฒนาของแพลตฟอร์ม BCE สำหรับโครงการต่อเนื่องปีที่ 2 กำหนดให้ผู้ประกอบการชุมชนยื่นขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ นำโมเดลธุรกิจที่ออกแบบไว้มาใช้ในการจำหน่ายสินค้าและบริการผ่านช่องทางออฟไลน์และออนไลน์ และนำแนวคิดธุรกิจเพื่อสังคมมาปรับใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ โครงการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 จึงออกแบบให้ต่อยอดจากผลของปีแรกไปสู่ระดับโมเดลธุรกิจ โดยบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับองค์ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และการจัดการธุรกิจ เริ่มจากการวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจของกลุ่มเพื่อจัดทำข้อมูลค่าฐาน นำไปสู่การออกแบบแบบจำลองธุรกิจสีมายา (Simaya Business Canvas) การจัดทำแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์สีมายา (Simaya Creative Marketing Plan) และการพัฒนาระบบบริหารจัดการธุรกิจสีมายา (Simaya Business Management System) ควบคู่กับการพัฒนาทักษะการสื่อสารแบรนด์และการตลาดดิจิทัล การสร้างเครือข่ายธุรกิจ และการทดลองจำหน่ายในตลาดจริง เพื่อให้การวางแผนธุรกิจอาศัยข้อมูลจากผู้บริโภคและสถานการณ์จริง มากกว่าการกำหนดแนวทางจากสมมติฐานเพียงอย่างเดียว

นอกจากการพัฒนาด้านธุรกิจและการตลาด โครงการยังให้ความสำคัญกับการต่อยอดกิจกรรม "แต้มสีมายา" สู่กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative Tourism) ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้มาเยือนได้เรียนรู้เรื่องราวของดินมายาและอัตลักษณ์ของบ้านหน้าถ้ำผ่านการลงมือปฏิบัติ แนวทางนี้ช่วยเพิ่มความหลากหลายของแหล่งรายได้ของกลุ่มนอกเหนือจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้ากับเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนของตำบลหน้าถ้ำ อันเป็นการสร้างคุณค่าจากประสบการณ์ควบคู่กับคุณค่าจากตัวสินค้า

ด้วยเหตุนี้ โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน (ปีที่ 2) จึงมีความสำคัญในฐานะกลไกเชื่อมโยงองค์ความรู้และผลผลิตจากปีแรกเข้าสู่ระบบการบริหารจัดการธุรกิจ การตลาด และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ โดยอาศัยการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายในพื้นที่เป็นฐานการดำเนินงาน ผลที่คาดหวังไม่เพียงเป็นการยกระดับศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายาให้บริหารธุรกิจของ

ตนเองได้อย่างมีระบบและยั่งยืน แต่ยังเป็นต้นแบบของการบูรณาการวิทยาศาสตร์กับภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างเศรษฐกิจฐานรากในจังหวัดชายแดนภาคใต้ ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) เป้าหมายที่ 8 การส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ครอบคลุมและยั่งยืน และเป้าหมายที่ 12 การผลิตและการบริโภคอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจสีมายา ให้มีระบบบริหารจัดการที่ชัดเจน โปร่งใส และสามารถดำเนินธุรกิจบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

2. เพื่อส่งเสริมการตลาดและขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีมายา ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยมีการออกแบบแบรนด์ สื่อประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมตลาดสร้างสรรค์ที่วัดผลได้

3. เพื่อยกระดับศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายา ด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ประโยชน์ที่ได้รับจากโครงการ

ประโยชน์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายามีโครงสร้างการบริหาร บทบาทหน้าที่ของสมาชิก และเครื่องมือบริหารจัดการที่ออกแบบจากข้อมูลการดำเนินงานจริงของกลุ่ม ครอบคลุมการบันทึกรายรับ–รายจ่าย การคำนวณต้นทุน การบันทึกการผลิต วัตถุดิบ สินค้าคงเหลือ และคำสั่งซื้อ ซึ่งเป็นฐานในการบริหารธุรกิจที่ชัดเจน โปร่งใส และตรวจสอบได้ (วัตถุประสงค์ข้อที่ 1)

2. กลุ่มมีแบบจำลองธุรกิจสีมายาและแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่สมาชิกร่วมกันจัดทำ ทำให้สามารถกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จุดขาย คุณค่าของผลิตภัณฑ์ และช่องทางจำหน่ายได้อย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งมีข้อมูลการตอบรับจากผู้บริโภคในตลาดจริงสำหรับปรับปรุงผลิตภัณฑ์และแผนการตลาด (วัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

3. สมาชิกกลุ่มได้รับการพัฒนาทักษะการสื่อสารแบรนด์และการตลาดดิจิทัล ได้แก่ การถ่ายภาพสินค้าด้วยโทรศัพท์มือถือ การเขียนข้อความจำหน่าย และการใช้ช่องทางออนไลน์ในการสื่อสารและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ซึ่งช่วยขยายโอกาสการเข้าถึงลูกค้านอกพื้นที่ (วัตถุประสงค์ข้อที่ 2)

4. กลุ่มมีกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมแต้มสีมายา ที่ผ่านการทดลองจัดกับผู้เข้าร่วมจริง และสามารถพัฒนาเป็นบริการเชิงท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงเรื่องราวของดินมายา อัตลักษณ์

ชุมชนหน้าถ้ำ และผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ทำให้กลุ่มมีแหล่งรายได้เพิ่มเติมนอกเหนือจากการจำหน่ายสินค้า (วัตถุประสงค์ข้อที่ 3)

ประโยชน์ต่อภาคีที่เกี่ยวข้อง

1. ชุมชนและภาคีเครือข่ายในพื้นที่ การดำเนินงานร่วมกันระหว่างมหาวิทยาลัย กลุ่มวิสาหกิจชุมชน องค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ และหน่วยงานภาครัฐในจังหวัด เช่น สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้และโอกาสทางธุรกิจ และยกระดับบทบาทของกลุ่มจากผู้รับการพัฒนาไปสู่ผู้ถ่ายทอดความรู้ในกิจกรรมของหน่วยงานในพื้นที่

2. การคุ้มครองและต่อยอดองค์ความรู้ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่พัฒนาจากดินมายาได้รับการยื่นคำขอรับอนุสิทธิบัตรเพื่อคุ้มครององค์ความรู้ด้านสูตรและกรรมวิธีการผลิต ซึ่งเป็นฐานสำหรับการนำผลิตภัณฑ์ไปสู่การจำหน่ายเชิงพาณิชย์ในปีที่ 3

3. มหาวิทยาลัยและนักศึกษา การบูรณาการโครงการกับการเรียนการสอน ทำให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากโจทย์จริงของชุมชนตั้งแต่การศึกษาความต้องการ การศึกษาตลาด จนถึงการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ และมหาวิทยาลัยได้ทำหน้าที่สถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างเป็นรูปธรรม

บทที่ 2
วิธีการดำเนินงาน

โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน (ปีที่ 2) ดำเนินงานในพื้นที่ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา โดยมีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา บ้านหน้าถ้ำ เป็นกลุ่มเป้าหมายหลัก จำนวน 1 กลุ่ม และกำหนดค่าเป้าหมายผู้ได้รับการถ่ายทอดความรู้หรือเทคโนโลยีในปีที่ 2 จำนวน 35 คน ตามตัวชี้วัดของโครงการ การดำเนินงานอยู่ภายใต้คำสั่งมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา เรื่อง แต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานโครงการ ลงวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2569 ประกอบด้วย อาจารย์ศุภาวิณี กิติวินิต ประธาน ผู้ช่วยศาสตราจารย์อาอีเซาะส์ เบ็ญหาวัน กรรมการ และรองศาสตราจารย์ ดร.ชินีเพ็ญ มะลิสุวรรณ กรรมการและเลขานุการ

คณะดำเนินโครงการออกแบบกิจกรรม 9 กิจกรรมให้มีความเชื่อมโยงต่อเนื่องกันตามหลักการพัฒนาธุรกิจชุมชน เริ่มจากการศึกษาสถานการณ์และศักยภาพของกลุ่มเพื่อจัดทำข้อมูลค่าฐาน การพัฒนาความรู้และเครื่องมือด้านการจัดการธุรกิจและการตลาด การนำเครื่องมือไปใช้ในการบริหารจัดการภายในและการสื่อสารการตลาด การเชื่อมโยงเครือข่ายและการทดลองตลาดจริง ไปจนถึงการสะท้อนผลและประเมินผลการดำเนินงาน กิจกรรมทั้งหมดตามแผน มีดังนี้

1. สำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจของกลุ่มสีมายา เพื่อรวบรวมข้อมูลพื้นฐานด้านการบริหารจัดการ การผลิต การเงิน ผลิตภัณฑ์ ตลาด และความพร้อมของสมาชิก สำหรับใช้เป็นฐานในการกำหนดแนวทางการพัฒนา

2. อบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดการธุรกิจสีมายา และออกแบบโมเดลธุรกิจสีมายา (Simaya Business Canvas) เพื่อพัฒนาความรู้ด้านการบริหารธุรกิจชุมชน การวิเคราะห์ต้นทุน และการออกแบบแบบจำลองธุรกิจให้สอดคล้องกับบริบทของกลุ่ม

3. พัฒนาแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Simaya Creative Marketing Plan) เพื่อกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จุดขาย การสื่อสารคุณค่า และช่องทางการตลาดของกลุ่ม

4. สร้างระบบบริหารจัดการภายในกลุ่ม (Simaya Business Management System) เพื่อพัฒนาโครงสร้างการบริหาร บทบาทหน้าที่ของสมาชิก และเครื่องมือจัดการข้อมูลด้านการเงิน การผลิต และคำสั่งซื้อ

5. อบรมการสื่อสารแบรนด์และการตลาดดิจิทัลสำหรับชุมชน เพื่อพัฒนาทักษะการถ่ายภาพสินค้า การเขียนข้อความจำหน่าย และการจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์

6. กิจกรรมจับคู่ธุรกิจสร้างเครือข่ายสีมายา (Simaya Business Networking) เพื่อเชื่อมโยงกลุ่มกับผู้ประกอบการและหน่วยงานที่สนับสนุนช่องทางตลาดและกิจกรรมของชุมชน

7. ทดลองจำหน่ายจริง Simaya Creative Market จากผืนดินสู่มูลค่าชุมชน เพื่อนำผลิตภัณฑ์และกิจกรรมของกลุ่มสู่ตลาดจริง และเก็บข้อมูลการตอบรับของผู้บริโภค

8. เวทีสะท้อนผลและสรุปแนวทางต่อยอด Simaya Talk & Share: สานต่อคุณค่าจากดินมายา เพื่อทบทวนผลการดำเนินงาน การนำความรู้ไปใช้ ปัจจัยความสำเร็จ และแนวทางการพัฒนาต่อเนื่อง

9. สรุปและประเมินผลโครงการ เพื่อรวบรวม ตรวจสอบ และวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์และตัวชี้วัด และจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์

กิจกรรมทั้ง 9 กิจกรรมใช้ผลจากกิจกรรมก่อนหน้าเป็นข้อมูลนำเข้าของกิจกรรมถัดไป กล่าวคือ ผลการสำรวจศักยภาพและความพร้อมของสมาชิกในกิจกรรมที่ 1 ถูกนำไปใช้ออกแบบเนื้อหาการอบรมในกิจกรรมที่ 2 และ 3 ร่างแบบจำลองธุรกิจและแผนการตลาดที่ได้ถูกนำไปสู่การจัดระบบบริหารจัดการในกิจกรรมที่ 4 และการสื่อสารการตลาดในกิจกรรมที่ 5 และผลการทดลองตลาดในกิจกรรมที่ 7 ถูกนำกลับมาทบทวนในเวทีสะท้อนผลของกิจกรรมที่ 8 กระบวนการดังกล่าวให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของสมาชิก การเรียนรู้จากการปฏิบัติ และการใช้ข้อมูลย้อนกลับจากการใช้งานจริงมาปรับปรุงเครื่องมือ มากกว่าการถ่ายทอดความรู้ในรูปแบบการบรรยายเพียงอย่างเดียว

ด้านระยะเวลา การดำเนินกิจกรรมจริงเริ่มขึ้นภายหลังการออกคำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานเมื่อวันที่ 10 มีนาคม พ.ศ. 2569 คณะดำเนินโครงการจึงปรับช่วงเวลาของกิจกรรมให้สอดคล้องกับความพร้อมของกลุ่มและกำหนดการของภาคีเครือข่าย โดยคงลำดับความต่อเนื่องของกิจกรรมตามแผนเดิม และดำเนินการแล้วเสร็จภายในปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 รายละเอียดแผนการดำเนินงานและวันที่ดำเนินการจริง แสดงดังตารางที่ 2.1

ตารางที่ 2.1 แผนการดำเนินงาน ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

กิจกรรม/ ปี พ.ศ./ เดือน	แผนการดำเนินงาน												สถานะการดำเนินงาน
	2568			2569									
	10	11	12	01	02	03	04	05	06	07	08	09	
1. สำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจของกลุ่มสีมายา		▪	▪	▪	▪	▪							☑ เสร็จแล้ว ☐ ขอขยายเวลา
2. อบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดการธุรกิจสีมายา และออกแบบโมเดลธุรกิจสีมายา							▪	▪	▪				☑ เสร็จแล้ว ☐ ขอขยายเวลา
3. พัฒนาแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์							▪	▪	▪				☑ เสร็จแล้ว ☐ ขอขยายเวลา

กิจกรรม/ ปี พ.ศ./ เดือน	แผนการดำเนินงาน												สถานะการดำเนินงาน
	2568			2569									
	10	11	12	01	02	03	04	05	06	07	08	09	
4. สร้างระบบบริหารจัดการภายในกลุ่ม								▪	▪	▪	▪		☑ เสร็จแล้ว ☐ ขอขยายเวลา
5. อบรมการสื่อสารแบรนด์และการตลาดดิจิทัลสำหรับชุมชน									▪	▪	▪		☑ เสร็จแล้ว ☐ ขอขยายเวลา
6. จับคู่ธุรกิจสร้างเครือข่ายสีมายา									▪	▪	▪		☑ เสร็จแล้ว ☐ ขอขยายเวลา
7. ทดลองจำหน่ายจริง Simaya Creative Market									▪	▪	▪		☑ เสร็จแล้ว ☐ ขอขยายเวลา
8. เวทีสะท้อนผล Simaya Talk & Share											▪	▪	☑ เสร็จแล้ว ☐ ขอขยายเวลา
9. สรุปและประเมินผลโครงการ										▪	▪	▪	☑ เสร็จแล้ว ☐ ขอขยายเวลา

1. กิจกรรมสำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจของกลุ่มสีมายา

การดำเนินงาน

กิจกรรมที่ 1 ดำเนินการเมื่อวันที่ 14 มีนาคม พ.ศ. 2569 ณ ที่ทำการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา บ้านหน้าถ้ำ ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและวิเคราะห์สถานการณ์ทางธุรกิจของกลุ่มก่อนดำเนินกิจกรรมพัฒนา และจัดทำข้อมูลค่าฐาน (Baseline) สำหรับการออกแบบแบบจำลองธุรกิจสีมายา (Simaya Business Canvas) และแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์สีมายา (Simaya Creative Marketing Plan) ตลอดจนใช้เป็นเกณฑ์เปรียบเทียบการเปลี่ยนแปลงเมื่อสิ้นสุดโครงการ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2 ของโครงการ

การเก็บข้อมูลใช้กระบวนการแบบมีส่วนร่วม ประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก การสังเกตการณ์สถานที่ผลิตและจุดจำหน่าย การประชุมกลุ่มเพื่อรับฟังความคิดเห็นและยืนยันข้อมูลร่วมกับสมาชิก และการวิเคราะห์ศักยภาพด้วยเครื่องมือ SWOT Analysis เครื่องมือที่ใช้มี 2 ชุด ชุดแรก คือ แบบเก็บข้อมูลฐานธุรกิจ ตลาด ผู้เข้าร่วม และข้อมูลประกอบการออกแบบโมเดลธุรกิจและแผนการตลาด ใช้เก็บข้อมูลเชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 ราย ได้แก่ ประธานและรองประธานกลุ่ม ชุดที่สอง คือ แบบสำรวจรายบุคคล ใช้ประเมินความพร้อมและความต้องการพัฒนาศักยภาพของคณะกรรมการกลุ่ม ซึ่งประกอบด้วยประธาน รองประธาน และกรรมการ จำนวน 15

คน ครอบคลุม 3 ด้าน ได้แก่ ความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ ด้านการตลาดเชิงสร้างสรรค์ และด้านการเป็นแกนนำถ่ายทอดต่อ โดยใช้มาตรประมาณค่า 5 ระดับ



ภาพที่ 2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก



ภาพที่ 2.2 การประชุมกลุ่ม

ผลการดำเนินงาน

1) ข้อมูลฐานธุรกิจของกลุ่ม

ผลการสำรวจพบว่า กลุ่มมีสมาชิก 15 คน โดยมีสมาชิกที่ปฏิบัติงานสม่ำเสมอ 11 คน มีโครงสร้างการบริหาร 5 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายบริหารจัดการ ฝ่ายควบคุมการผลิต ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ฝ่ายการตลาด และฝ่ายจัดหาวัตถุดิบ ผู้ให้ข้อมูลหลักระบุว่าสมาชิกรับผิดชอบงานการเงินและบัญชี และงานประชาสัมพันธ์ร่วมด้วย มีการประชุมประจำเดือนและประชุมเฉพาะกิจเมื่อมีงานเร่งด่วน สมาชิกยึดถือมติและกติกาของกลุ่มอย่างเคร่งครัด ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มครอบคลุมผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ ผ้าชิ้น เสื้อ กางเกง หมวก และกระเป๋าหลายรูปแบบ ควบคู่กับการให้บริการแหล่งเรียนรู้และ Workshop ย้อมผ้าสำหรับนักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยว

ด้านการเงิน กลุ่มมีการบันทึกรายรับ–รายจ่ายในสมุดบัญชีของกลุ่มและสรุปผลทุกรอบ 28 วันทำการ ซึ่งเป็นรอบการแบ่งผลประโยชน์ให้สมาชิกตามหลักทำมากได้มาก โดยบันทึกการทำงานรายวันควบคู่กัน จากบันทึกดังกล่าว กลุ่มมีรายได้รวมในปี พ.ศ. 2567 ซึ่งเป็นปีก่อนเข้าร่วมโครงการ 262,880 บาท หรือเฉลี่ยเดือนละประมาณ 21,907 บาท และมีรายได้รวมในปี พ.ศ. 2568 ซึ่งเป็นปีที่ 1 ของโครงการ 397,252 บาท หรือเฉลี่ยเดือนละประมาณ 33,104 บาท ยอดของปี พ.ศ. 2567 ใช้เป็นค่าฐานของตัวชี้วัดด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจ ตามปีฐานเดียวกับที่รายงานฉบับสมบูรณ์ปีที่ 1 ใช้ อย่างไรก็ตาม ข้อจำกัดที่พบคือ กลุ่มคำนวณต้นทุนต่อหน่วยได้เพียงบางผลิตภัณฑ์ และยังไม่มีการบันทึกการผลิต ยอดขาย และสินค้าคงเหลืออย่างเป็นระบบ จึงยังไม่สามารถกำหนดราคาที่สะท้อนต้นทุนจริงและประเมินผลการจำหน่ายรายผลิตภัณฑ์ได้ ต้นทุนหลักคือผ้า ซึ่งยังไม่ได้จัดซื้อตรงจากโรงงาน ด้านการผลิต ฤดูฝนและความชื้นเป็นข้อจำกัดต่อการย้อมและตากผ้า

ด้านการตลาด ลูกค้าหลักของกลุ่ม ได้แก่ หน่วยงานภาครัฐ องค์กรเอกชน ธนาคาร นักเรียน นักศึกษา และนักท่องเที่ยว โดยลูกค้าองค์กรมักซื้อครั้งละจำนวนมากและสั่งทำตามคำสั่งซื้อ เหตุผลที่ลูกค้าเลือกซื้อ คือ ความประณีต ความเป็นเอกลักษณ์ และสีธรรมชาติ ขณะที่ข้อกังวลของลูกค้า คือ ปัญหาสีตกและการผลิตไม่ทันเวลา ช่องทางจำหน่ายปัจจุบัน ได้แก่ หน้าร้าน การออกบูธ เพจเฟซบุ๊ก และไลน์ โดยช่องทางออนไลน์มีผู้ดูแลเพียง 1 คน และกลุ่มยังไม่มีโลโก้หรือสโลแกนที่ใช้อย่างเป็นทางการ ข้อมูลค่าฐานที่สำคัญสรุปดังตารางที่ 2.2

ตารางที่ 2.2 ค่าฐาน (Baseline) ของกลุ่มสีมายาก่อนการพัฒนา

ตัวชี้วัด	ค่าฐาน (มีนาคม 2569)
สมาชิกทั้งหมด / ปฏิบัติงานสม่ำเสมอ	15 คน / 11 คน
รายได้รวมปี พ.ศ. 2567 (ปีก่อนเข้าร่วมโครงการ)	62,880 บาท (เฉลี่ยเดือนละ 21,907 บาท)
การคำนวณต้นทุนต่อหน่วย	บางผลิตภัณฑ์
การบันทึกการผลิต ยอดขาย และสินค้าคงเหลือ	ไม่มี
ช่องทางจำหน่ายออนไลน์	2 ช่องทาง (Facebook, LINE)
ผู้ดูแลช่องทางออนไลน์	1 คน
โลโก้หรือสโลแกนที่ใช้อย่างเป็นทางการ	ไม่มี
ความพร้อมจัดกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	จัดได้ทุกสัปดาห์ในวันเปิดทำการ



ภาพที่ 2.3 ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีมายาของกลุ่ม ณ จุดจำหน่ายของกลุ่ม

2) ความพร้อมและความต้องการพัฒนาของคณะกรรมการกลุ่ม

ผลการสำรวจรายบุคคลพบว่า คณะกรรมการกลุ่มมีความพร้อมในภาพรวมระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.86, S.D. = 0.20) ด้านการจัดการธุรกิจและด้านการเป็นแกนนำถ่ายทอดต่อมีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\bar{x}$ = 3.92) ส่วนด้านการตลาดเชิงสร้างสรรค์มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x}$ = 3.78) ดังตารางที่ 2.3

ตารางที่ 2.3 ความพร้อมของคณะกรรมการกลุ่มสีมายา (n = 15)

ข้อ	รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
	ด้านการจัดการธุรกิจ	**3.92**	**0.30**	**มาก**
1	เข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเองในกลุ่มอย่างชัดเจน	4.40	0.51	มากที่สุด
2	ทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักของกลุ่ม	4.27	0.59	มากที่สุด
3	เข้าใจต้นทุนพื้นฐานของการผลิตหรือการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม	3.93	0.46	มาก
4	สามารถอธิบายจุดเด่นของกลุ่มให้ผู้อื่นเข้าใจได้	4.00	0.38	มาก
5	เห็นความสำคัญของการวางระบบบริหารจัดการธุรกิจของกลุ่ม	3.87	0.52	มาก
6	มีความพร้อมที่จะเรียนรู้เรื่อง Business Model Canvas	3.00	0.65	ปานกลาง
7	สามารถมีส่วนร่วมในการคิดแนวทางพัฒนาธุรกิจของกลุ่ม	3.87	0.52	มาก
8	มีความพร้อมเข้าร่วมกิจกรรมอบรมตลอดระยะเวลาที่กำหนด	4.00	0.53	มาก
	ด้านการตลาดเชิงสร้างสรรค์	**3.78**	**0.23**	**มาก**
9	รู้จักลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายของสินค้ากลุ่มตนเองในระดับหนึ่ง	4.07	0.59	มาก
10	สามารถอธิบายจุดขายของสินค้าหรือกิจกรรมของกลุ่มได้	4.07	0.46	มาก
11	เห็นความสำคัญของการสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์	4.20	0.68	มาก
12	สนใจเรียนรู้การออกแบบโลโก้ แผนตลาด และสื่อประชาสัมพันธ์	3.93	0.59	มาก
13	สามารถใช้สื่อออนไลน์พื้นฐาน เช่น Facebook, Line, TikTok ได้	3.20	0.56	ปานกลาง
14	มีความพร้อมร่วมคิดช่องทางจำหน่ายทั้งออนไลน์และออฟไลน์	3.13	0.52	ปานกลาง
15	เชื่อว่าการตลาดเชิงสร้างสรรค์จะช่วยเพิ่มโอกาสให้กลุ่ม	3.80	0.56	มาก
16	มีความพร้อมนำความรู้ด้านการตลาดไปใช้จริงหลังอบรม	3.80	0.41	มาก
	ด้านการเป็นแกนนำถ่ายทอดต่อ	**3.92**	**0.36**	**มาก**
17	มีความมั่นใจในการนำเสนอข้อมูลของกลุ่มต่อผู้อื่น	4.33	0.49	มากที่สุด
18	สามารถอธิบายขั้นตอนหรือแนวคิดที่ได้เรียนรู้ให้สมาชิกคนอื่นเข้าใจได้	4.00	0.38	มาก
19	มีความพร้อมที่จะเป็นแกนนำในการนำความรู้ไปใช้ต่อในกลุ่ม	3.87	0.35	มาก
20	สนใจเป็นผู้ช่วยวิทยากรหรือแกนนำถ่ายทอดต่อในอนาคต	3.47	1.06	มาก
	ภาพรวม	**3.86**	**0.20**	**มาก**

หมายเหตุ: S.D. รายด้านและภาพรวมคำนวณจากคะแนนเฉลี่ยรายบุคคล เกณฑ์การแปลผล 4.21–5.00 มากที่สุด 3.41–4.20 มาก 2.61–3.40 ปานกลาง 1.81–2.60 น้อย และ 1.00–1.80 น้อยที่สุด

จุดแข็ง: ความเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเอง ($\bar{x}$ = 4.40) ความรู้ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x}$ = 4.27) และความมั่นใจในการนำเสนอข้อมูลของกลุ่ม ($\bar{x}$ = 4.33) อยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนฐานการผลิตและการแบ่งงานที่เข้มแข็ง

ช่องว่างที่ต้องพัฒนา: ความพร้อมเรียนรู้ Business Model Canvas ($\bar{x}$ = 3.00) ความพร้อมร่วมคิดช่องทางจำหน่าย ($\bar{x}$ = 3.13) และการใช้สื่อออนไลน์ ($\bar{x}$ = 3.20) อยู่ในระดับปานกลาง สอดคล้องกับข้อมูลฐานธุรกิจที่พบว่าช่องทางออนไลน์มีผู้ดูแลเพียง 1 คน ความต้องการพัฒนาของคณะกรรมการแสดงดังตารางที่ 2.4

ตารางที่ 2.4 หัวข้อที่ต้องการให้เน้นในการอบรมและช่องทางที่ควรพัฒนา (เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ, n = 15)

รายการ	จำนวน	ร้อยละ
หัวข้อที่ต้องการให้เน้นในการอบรม		
การเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวกับการขายสินค้า	11	73.33
การหาจุดขายของสินค้า/บริการ	4	26.67
การขายผ่านช่องทางออนไลน์	4	26.67
การคิดต้นทุนและกำหนดราคาขาย	3	20.00
การทำสื่อประชาสัมพันธ์	3	20.00
การจัดกิจกรรมตลาดสร้างสรรค์ / การบริหารจัดการกลุ่ม / การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย / การสร้างแบรนด์และโลโก้	1	6.67
การออกแบบโมเดลธุรกิจ (BMC)	0	0.00
ช่องทางที่กลุ่มควรพัฒนาเพิ่มเติม		
กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	10	66.67
Facebook Page	5	33.33
TikTok	3	20.00
Line/QR Code	3	20.00
การออกบูธ	2	13.33

ความต้องการหลักของคณะกรรมการ คือ การเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวกับการขายสินค้า (ร้อยละ 73.33) และการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์เป็นช่องทางจำหน่าย (ร้อยละ 66.67) ขณะที่ไม่มีผู้ใดเลือกหัวข้อการออกแบบโมเดลธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับความพร้อมเรียนรู้ BMC ที่อยู่ในระดับปานกลาง นอกจากนี้ คณะกรรมการ 10 คน (ร้อยละ 66.67) ประเมินตนเองในระดับมากขึ้นไปครบทั้ง 4 ข้อของด้านการเป็นแกนนำถ่ายทอดต่อ จึงใช้เป็นฐานในการคัดเลือกแกนนำชุมชนสำหรับการเตรียมเป็นวิทยากรในกิจกรรมที่ 4

3) การวิเคราะห์ศักยภาพและการนำผลไปใช้ การวิเคราะห์ SWOT จากข้อมูลทั้งสองชุด สรุปได้ดังนี้

จุดแข็ง: วัตถุดิบดินมายาที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นและมีผลวิเคราะห์ยืนยันความปลอดภัยจากปีที่ 1 โครงสร้างการแบ่งงานที่ชัดเจน วินัยทางการเงินระดับพื้นฐาน และฐานลูกค้าองค์กรที่ซื้อจำนวนมาก

จุดอ่อน: การขาดข้อมูลต้นทุนต่อหน่วยและระบบบันทึกการผลิต อัตลักษณ์แบรนด์ที่ยังไม่เป็นทางการ และทักษะการตลาดดิจิทัลที่จำกัด

โอกาส: ความต้องการของที่ระลึกจากหน่วยงานในจังหวัด กระแสผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ และการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ของสถานศึกษา

อุปสรรค: จำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง ข้อจำกัดด้านฤดูกาล และภัยธรรมชาติ



ภาพที่ 2.4 คณะดำเนินโครงการร่วมกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา ณ ที่ทำการกลุ่ม

2. กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดการธุรกิจสีมายา และออกแบบโมเดลธุรกิจสีมายา (Simaya Business Canvas)

การดำเนินงาน

กิจกรรมที่ 2 ดำเนินการเมื่อวันที่ 10 มิถุนายน พ.ศ. 2569 ณ องค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา เป็นวันแรกของการอบรมเชิงปฏิบัติการต่อเนื่อง 2 วัน ภายใต้หัวข้อ การพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจและแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ในพื้นที่ตำบลหน้าถ้ำ มีผู้เข้าร่วม 30 คน ประกอบด้วยสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา ตัวแทนชุมชน และเครือข่ายในพื้นที่ วิทยากรประกอบด้วยผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชระ ขาวสังข์ และอาจารย์ ดร.

ศุภมาส รัตนพิพัฒน์ ร่วมกับอาจารย์ศุภาวิณี กิติวินิต หัวหน้าโครงการ กิจกรรมนี้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของโครงการ

เนื้อหาการอบรมออกแบบจากผลการสำรวจในกิจกรรมที่ 1 ซึ่งพบว่าคณะกรรมการกลุ่มมีความพร้อมเรียนรู้แบบจำลองธุรกิจในระดับปานกลาง และให้ความสำคัญกับการเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวกับการขายสินค้าเป็นอันดับแรก คณะดำเนินโครงการจึงนำเสนอแบบจำลองธุรกิจในฐานะเครื่องมือวางแผนธุรกิจจากบริบทจริงของกลุ่ม มากกว่าการนำเสนอเชิงทฤษฎี สาระสำคัญของการอบรมครอบคลุม

- การวิเคราะห์ต้นทุนและการบริหารธุรกิจชุมชน
- แนวคิดแบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC)
- การออกแบบคุณค่าที่นำเสนอ (Value Proposition Design)

รูปแบบการอบรมเป็นการบรรยายเชิงปฏิบัติการสลับกับกิจกรรมกลุ่มย่อย ผู้เข้าร่วมแบ่งกลุ่มฝึกวิเคราะห์ปัญหา ต้นทุน และแนวทางบริหารธุรกิจของกลุ่มตนเอง จากนั้นเติมข้อมูลลงแบบฟอร์ม BMC ทั้ง 9 องค์ประกอบ โดยมีวิทยากรและคณะดำเนินโครงการให้คำแนะนำประจำกลุ่ม

ผลการดำเนินงาน

ผู้เข้าร่วมได้ร่วมกันจัดทำร่างแบบจำลองธุรกิจของกลุ่มครบทั้ง 9 องค์ประกอบ ได้แก่ คุณค่าที่นำเสนอ กลุ่มลูกค้า ช่องทาง ความสัมพันธ์กับลูกค้า กระแสรายได้ ทรัพยากรหลัก กิจกรรมหลัก พันธมิตรหลัก และโครงสร้างต้นทุน ชิ้นงานของกลุ่มย่อยสะท้อนการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์เข้ากับการท่องเที่ยวอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การกำหนดบริการในรูปแบบแพ็กเกจกิจกรรมรอบเช้าและรอบบ่าย พร้อมจำนวนผู้เข้าร่วมต่อรอบ การระบุกลุ่มลูกค้าพร้อมปริมาณที่คาดว่าจะรองรับ การระบุพันธมิตรจากหน่วยงานในพื้นที่ และการประมาณการต้นทุนผันแปร ได้แก่ ค่าวัตถุดิบ ค่าแรง และค่าตอบแทนผู้แนะนำลูกค้า

คณะดำเนินโครงการได้นำชิ้นงานจากกลุ่มย่อยมาสังเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจากกิจกรรมที่ 1 เป็นแบบจำลองธุรกิจสีมายา (Simaya Business Canvas) สำหรับใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานของกลุ่ม ดังตารางที่ 2.5

ตารางที่ 2.5 แบบจำลองธุรกิจสีมายา (Simaya Business Canvas)

องค์ประกอบ	สาระสำคัญ
1. คุณค่าที่นำเสนอ (Value Proposition)	ผลิตภัณฑ์จากทรัพยากรท้องถิ่นที่สะท้อนอัตลักษณ์ดินมายาและภูมิปัญญาชุมชน งานหัตถกรรมที่มีเรื่องราว ผลิตภัณฑ์หลากหลายสำหรับลูกค้าหลายช่วงวัย และกิจกรรมสร้างสรรค์ที่เชื่อมการซื้อสินค้าเข้ากับประสบการณ์การท่องเที่ยว
2. กลุ่มลูกค้า (Customer Segments)	นักท่องเที่ยวและผู้มาเยือน ผู้สนใจสินค้าธรรมชาติ คนรุ่นใหม่ นักเรียน นักศึกษา ผู้สนใจกิจกรรมเรียนรู้และ Workshop และหน่วยงานหรือคณะศึกษาดูงาน

องค์ประกอบ	สาระสำคัญ
3. ช่องทาง (Channels)	หน้าร้าน ร้านค้าชุมชนและจุดท่องเที่ยว บูธและงานเทศกาล เพจเฟซบุ๊ก แคตตาล็อกอิเล็กทรอนิกส์ เครือข่ายหน่วยงาน และกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
4. ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationships)	การสื่อสารผ่านเรื่องราวของดินมายา การตอบข้อซักถามผ่านช่องทางออนไลน์ การสร้างประสบการณ์ผ่านการสาธิตและการลงมือปฏิบัติ และการเก็บความคิดเห็นเพื่อปรับปรุงสินค้าและบริการ
5. กระแสรายได้ (Revenue Streams)	การจำหน่ายผ้ามัดย้อมและผลิตภัณฑ์แปรรูป การจำหน่ายในงานหรือบูธกิจกรรม กิจกรรมสร้างสรรค์และ Workshop เช่น "แต้มสีมายา" และผลิตภัณฑ์ต่อยอดตามความพร้อมของกลุ่ม
6. ทรัพยากรหลัก (Key Resources)	ดินมายาและทรัพยากรท้องถิ่น ภูมิปัญญาและทักษะการมัดย้อมและตัดเย็บของสมาชิก โครงสร้างการทำงานของกลุ่ม เรื่องราวของสีมายา ระบบบัญชี และเครือข่ายความร่วมมือ
7. กิจกรรมหลัก (Key Activities)	การจัดหาวัตถุดิบ การมัดย้อม ตัดเย็บ และควบคุมคุณภาพ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ การผลิตเนื้อหาประชาสัมพันธ์ การจำหน่ายและเข้าร่วมงานตลาด การจัดกิจกรรมสาธิต และการบันทึกรายรับ–รายจ่ายและข้อมูลการขาย
8. พันธมิตรหลัก (Key Partners)	มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานที่เปิดพื้นที่ตลาด กลุ่มผู้ประกอบการในพื้นที่ที่เชื่อมโยงการท่องเที่ยวและสถานศึกษา
9. โครงสร้างต้นทุน (Cost Structure)	ค่าวัตถุดิบและวัสดุ ค่าแรงหรือค่าตอบแทนการผลิต ค่าตัดเย็บและแปรรูป ค่าบรรจุภัณฑ์ ค่าขนส่งและเดินทาง ค่าออกบูธ ค่าจัดทำสื่อ วัสดุสำหรับกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ และค่าใช้จ่ายในการบริหารจัดการ

ที่มา: สังเคราะห์จากผลการอบรมเชิงปฏิบัติการกิจกรรมที่ 2 และข้อมูลจากกิจกรรมที่ 1

แบบจำลองธุรกิจดังกล่าวทำให้กลุ่มมองเห็นภาพรวมธุรกิจของตนเองอย่างเป็นระบบ และเห็นความเชื่อมโยงระหว่างผลิตภัณฑ์ กิจกรรมท่องเที่ยว และรายได้ ผลผลิตนี้ถูกนำไปใช้เป็นฐานในการจัดทำแผนการตลาดในกิจกรรมที่ 3 และการออกแบบระบบบริหารจัดการในกิจกรรมที่ 4

ปัญหาและแนวทางแก้ไข ผู้เข้าร่วมบางส่วนยังไม่คุ้นเคยกับศัพท์และแนวคิดด้านการจัดการธุรกิจ เช่น การคิดต้นทุนและการกำหนดคุณค่า และแบบฟอร์ม BMC มีหลายองค์ประกอบ ทำให้ผู้เข้าร่วมบางรายไม่ถนัดการเขียนรายละเอียดด้วยตนเอง วิทยากรจึงใช้การซักถาม การกระตุ้นการคิด และการช่วยสรุปประเด็นประจำกลุ่ม จนผู้เข้าร่วมสามารถจัดทำชิ้นงานได้สำเร็จ

ทั้งนี้ ผลการประเมินความพึงพอใจของการอบรมนำเสนอต่อท้ายกิจกรรมที่ 3



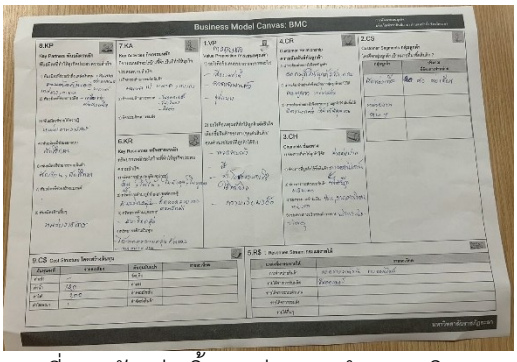
ภาพที่ 2.5 การเปิดการอบรมเชิงปฏิบัติการ



ภาพที่ 2.6 วิทยากรให้คำแนะนำ



ภาพที่ 2.7 ผู้เข้าร่วมฝึกปฏิบัติการวิเคราะห์ธุรกิจ



ภาพที่ 2.8 ตัวอย่างชิ้นงานร่างแบบจำลองธุรกิจ



ภาพที่ 2.9 แบบจำลองธุรกิจสีมายา (Simaya Business Canvas) ฉบับสังเคราะห์

3. กิจกรรมพัฒนาแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Simaya Creative Marketing Plan)

การดำเนินงาน

กิจกรรมที่ 3 ดำเนินการเมื่อวันที่ 11 มิถุนายน พ.ศ. 2569 ณ องค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ เป็นวันที่สองของการอบรมเชิงปฏิบัติการต่อเนื่อง มีผู้เข้าร่วม 25 คน ประกอบด้วยสมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา ตัวแทนชุมชน ผู้ประกอบการในพื้นที่ และเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง กิจกรรมนี้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของโครงการ และต่อยอดโดยตรงจากแบบจำลองธุรกิจที่ได้ในกิจกรรมที่ 2

สาระสำคัญของการอบรมครอบคลุม

- การวิเคราะห์สถานการณ์และศักยภาพ
- การกำหนดเป้าหมายทางการตลาด
- การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
- การค้นหาจุดขาย
- การสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์
- การวางกลยุทธ์และช่องทางการตลาด

รูปแบบการอบรมเป็นการบรรยายเชิงปฏิบัติการร่วมกับกิจกรรมกลุ่มย่อยและการนำเสนอผลงาน โดยใช้แบบฟอร์มแผนการตลาด 7 องค์ประกอบ ได้แก่ การวิเคราะห์ศักยภาพ เป้าหมายการตลาด กลยุทธ์การตลาด (4P และ 3C) แผนปฏิบัติการ ช่องทางการตลาด การวัดผลและติดตาม และปัจจัยความสำเร็จ

ผลการดำเนินงาน

ผู้เข้าร่วมแต่ละกลุ่มได้จัดทำร่างแผนการตลาดและนำเสนอต่อที่ประชุม ชิ้นงานของกลุ่มย่อยครอบคลุมการวิเคราะห์จุดแข็งของพื้นที่ เช่น ความใกล้แหล่งท่องเที่ยว ธรรมชาติที่สวยงาม และความปลอดภัยของชุมชน การกำหนดเป้าหมายเชิงตัวเลข และแผนปฏิบัติการที่ระบุกิจกรรมพร้อมงบประมาณเบื้องต้น เช่น การปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ การถ่ายภาพและจัดทำคลิปประชาสัมพันธ์ การประชาสัมพันธ์ผ่านไลน์ เฟซบุ๊ก และติ๊กต็อก และการร่วมออกบูธกับหน่วยงานในพื้นที่

คณะดำเนินโครงการได้สังเคราะห์ชิ้นงานเป็นแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์สีมายา ภายใต้แนวคิด **สีมายา จากดินถิ่น สู่คุณค่าชุมชน สู่โอกาสบนเส้นทางการท่องเที่ยว** สาระสำคัญประกอบด้วย

- **เป้าหมายการตลาด:** เพิ่มรายรับของกลุ่มอย่างต่อเนื่องจากฐานรายได้เดิม โดยติดตามผลจากข้อมูลบัญชีรายวดของกลุ่ม เพิ่มช่องทางประชาสัมพันธ์และจำหน่าย

สร้างแบรนด์สีมายาให้มีเอกลักษณ์และมีเรื่องราว และทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักแบรนด์สีมายาและชุมชนหน้าถ้ำมากขึ้น

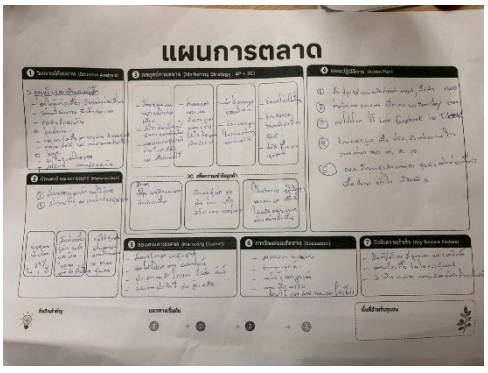
- **กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย:** นักท่องเที่ยว คนรุ่นใหม่และนักเรียนนักศึกษา ผู้ชื่นชอบสินค้าธรรมชาติ และผู้สนใจกิจกรรมเรียนรู้และ Workshop
- **กลยุทธ์ 4P:**
    - ด้านผลิตภัณฑ์: พัฒนาสินค้าให้หลากหลาย ออกแบบร่วมกับคนรุ่นใหม่และเจาะตลาดวัยรุ่น โดยรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น
    - ด้านราคา: กำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพ
    - ด้านช่องทาง: ใช้บูธและงานเทศกาล ร้านค้าชุมชน หน้าร้าน และสื่อออนไลน์
    - ด้านการส่งเสริมการตลาด: เล่าเรื่องราวสินค้าและชุมชน จัดกิจกรรมสาธิตการมัดย้อม และจัดแพ็กเกจสินค้าร่วมกับกิจกรรม
- **แผนปฏิบัติการ:** การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่และปรับปรุงคุณภาพ การจัดทำสื่อและคอนเทนต์ออนไลน์ การออกบูธและจัดกิจกรรมสาธิต การเข้าร่วมงานเทศกาล และการพัฒนาศักยภาพสมาชิก
- **ตัวชี้วัดการติดตามผล:** ยอดขาย สถิติรายได้รายงวด จำนวนลูกค้าและผู้มาเยือน ความพึงพอใจ การกลับมาซื้อซ้ำ และการรับรู้แบรนด์

แผนการตลาดนี้ทำให้กลุ่มมีทิศทางการตลาดที่ชัดเจนและวัดผลได้ และถูกนำไปใช้ต่อในการอบรมการตลาดดิจิทัลในกิจกรรมที่ 5 และการทดลองจำหน่ายจริงในกิจกรรมที่ 7

ปัญหาและแนวทางแก้ไข ผู้เข้าร่วมบางส่วนยังไม่คุ้นเคยกับการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้าและการเขียนแผนการตลาด วิทยากรจึงใช้วิธีระดมความคิดในกลุ่มย่อยและช่วยสรุปประเด็นก่อนนำเสนอ



ภาพที่ 2.10 ตัวแทนกลุ่มนำเสนอร่างแผนการตลาดต่อที่ประชุม



ภาพที่ 2.11 ตัวอย่างชิ้นงานร่างแผนการตลาด



ภาพที่ 2.12 แผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์สีมายา (Simaya Creative Marketing Plan) ฉบับสังเคราะห์

ผลการประเมินการอบรมกิจกรรมที่ 2–3

การประเมินดำเนินการเมื่อสิ้นสุดการอบรมต่อเนื่อง 2 วัน ได้รับแบบประเมินที่สมบูรณ์ 24 ชุด จากผู้เข้าร่วมอบรม 30 คน คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 80.00 ผู้ตอบเป็นสมาชิกกลุ่มสีมายา 13 คน (ร้อยละ 54.17) และผู้เข้าร่วมจากกลุ่มอาชีพ กลุ่มท่องเที่ยว ผู้ประกอบการในตำบลหน้าถ้ำ หรือไม่ระบุกลุ่ม 11 คน (ร้อยละ 45.83) เครื่องมือประกอบด้วยแบบประเมินความพึงพอใจ 13 ข้อ และแบบสะท้อนการนำไปใช้ประโยชน์เบื้องต้น 9 ข้อ ใช้มาตรประมาณค่า 5 ระดับ ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการคำนวณจากข้อ 13 "โดยภาพรวม ท่านพึงพอใจต่อการอบรมครั้งนี้" ตามสูตร (ค่าเฉลี่ยข้อ 13 ÷ 5) × 100 และนำเสนอค่าเฉลี่ยรวมทั้ง 13 ข้อเป็นข้อมูลประกอบ ผลการประเมินแสดงดังตารางที่ 2.6

ตารางที่ 2.6 ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมต่อการอบรมกิจกรรมที่ 2–3 (n = 24)

ข้อ	รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
	ด้านเนื้อหา	**4.03**	**0.62**	**มาก**
1	เนื้อหาการวิเคราะห์ต้นทุนและการบริหารธุรกิจชุมชนมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.08	0.72	มาก
2	เนื้อหาการออกแบบแบบจำลองธุรกิจชุมชนช่วยให้เข้าใจภาพรวมธุรกิจของกลุ่มมากขึ้น	4.04	0.55	มาก
3	เนื้อหาการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย จุดขาย และการสื่อสารคุณค่ามีประโยชน์ต่อกลุ่ม	4.12	0.74	มาก
4	เนื้อหาการจัดทำแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์เหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่	3.88	0.85	มาก
	ด้านกระบวนการจัดกิจกรรม	**4.17**	**0.48**	**มาก**
5	กิจกรรมกลุ่มย่อยเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมมีส่วนร่วมในการคิดและทำงานร่วมกัน	4.25	0.53	มากที่สุด
6	รูปแบบการอบรมเน้นการลงมือปฏิบัติจริงและช่วยให้เกิดการเรียนรู้	4.33	0.64	มากที่สุด
7	ระยะเวลาและลำดับกิจกรรมมีความเหมาะสม	3.92	0.72	มาก
	ด้านวิทยากรและสื่อประกอบ	**4.38**	**0.59**	**มากที่สุด**
8	วิทยากรถ่ายทอดความรู้ได้ชัดเจน เข้าใจง่าย และเชื่อมโยงกับบริบทชุมชนได้ดี	4.58	0.58	มากที่สุด
9	วิทยากรเปิดโอกาสให้ซักถามและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์	4.21	0.72	มากที่สุด
10	เอกสาร ใบงาน และสื่อประกอบการอบรมช่วยให้ทำกิจกรรมได้สะดวก	4.33	0.64	มากที่สุด
	ด้านประโยชน์ที่ได้รับ	**4.19**	**0.61**	**มาก**
11	การอบรมช่วยให้มองเห็นแนวทางพัฒนาธุรกิจหรือกลุ่มของตนเองได้ชัดเจนขึ้น	4.29	0.69	มากที่สุด

ข้อ	รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
12	การอบรมช่วยให้เห็นแนวทางต่อยอดผลิตภัณฑ์/บริการของกลุ่มสู่การตลาดมากขึ้น	4.00	0.72	มาก
13	โดยภาพรวม ท่านพึงพอใจต่อการอบรมครั้งนี้	4.29	0.69	มากที่สุด
	ภาพรวม 13 ข้อ	**4.18**	**0.54**	**มาก**

หมายเหตุ: S.D. รายด้านและภาพรวมคำนวณจากคะแนนเฉลี่ยรายบุคคล เกณฑ์การแปลผล 4.21–5.00 มากที่สุด 3.41–4.20 มาก 2.61–3.40 ปานกลาง 1.81–2.60 น้อย และ 1.00–1.80 น้อยที่สุด

ผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจต่อการอบรมโดยภาพรวม (ข้อ 13) ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.29) คิดเป็นร้อยละความพึงพอใจ 85.83 สูงกว่าค่าเป้าหมายของโครงการ (ร้อยละ 85) และผู้ตอบ 21 คน (ร้อยละ 87.50) พึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุด ค่าเฉลี่ยรวมทั้ง 13 ข้ออยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.18, S.D. = 0.54) ด้านวิทยากรและสื่อประกอบได้รับการประเมินสูงที่สุดในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.38) โดยข้อที่สูงที่สุด คือ การถ่ายทอดความรู้ที่ชัดเจนและเชื่อมโยงกับบริบทชุมชน ($\bar{x}$ = 4.58) ขณะที่ด้านเนื้อหามีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x}$ = 4.03) ข้อที่ต่ำที่สุด คือ ความสอดคล้องของเนื้อหาแผนการตลาดกับบริบทพื้นที่ ($\bar{x}$ = 3.88) และระยะเวลาและลำดับกิจกรรม ($\bar{x}$ = 3.92) ซึ่งเป็นประเด็นปรับปรุงสำหรับการจัดอบรมครั้งต่อไป สำหรับการสะท้อนการนำไปใช้ประโยชน์เบื้องต้น ผลการประเมินแสดงดังตารางที่ 2.7

ตารางที่ 2.7 การสะท้อนการนำไปใช้ประโยชน์เบื้องต้นของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 2–3 (n = 24)

ข้อ	รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
	ด้านความเข้าใจหลังอบรม	**4.17**	**0.46**	**มาก**
1	เข้าใจต้นทุนและปัญหาการบริหารธุรกิจของกลุ่มตนเองมากขึ้น	4.29	0.46	มากที่สุด
2	สามารถนำแนวคิดแบบจำลองธุรกิจชุมชนไปใช้วิเคราะห์ธุรกิจของกลุ่มได้	4.04	0.69	มาก
3	สามารถอธิบายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและจุดขายของผลิตภัณฑ์/บริการได้ชัดเจนขึ้น	4.12	0.54	มาก
4	มองเห็นแนวทางการสื่อสารคุณค่าและประชาสัมพันธ์ได้ดีขึ้น (n = 23)	4.17	0.58	มาก
	ด้านความพร้อมในการนำไปใช้	**4.10**	**0.52**	**มาก**
5	มีความพร้อมที่จะนำความรู้จากการอบรมไปใช้พัฒนากลุ่มหรือธุรกิจของตน	4.04	0.62	มาก
6	ตั้งใจจะร่วมผลักดันให้กลุ่มนำแนวทางที่ได้จากการอบรมไปใช้ต่อ	4.08	0.58	มาก
7	ผลงานที่กลุ่มร่วมกันจัดทำระหว่างอบรมสามารถนำไปใช้ต่อได้จริง	4.17	0.64	มาก
	ด้านศักยภาพการถ่ายทอดต่อ	**3.88**	**0.56**	**มาก**
8	มีความพร้อมที่จะถ่ายทอดสิ่งที่ได้เรียนรู้ให้สมาชิกคนอื่นหรือผู้สนใจ	3.92	0.58	มาก
9	มีความมั่นใจพอที่จะร่วมเป็นแกนนำหรือผู้ช่วยขับเคลื่อนกิจกรรมของกลุ่ม	3.83	0.64	มาก
	ภาพรวม 9 ข้อ	**4.08**	**0.44**	**มาก**

ผู้เข้าร่วมสะท้อนการนำไปใช้ประโยชน์ในภาพรวมระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.08, S.D. = 0.44) ด้านความเข้าใจหลังอบรมสูงที่สุด ($\bar{x}$ = 4.17) โดยข้อที่สูงที่สุด คือ ความเข้าใจต้นทุนและปัญหาการบริหารธุรกิจของกลุ่ม ($\bar{x}$ = 4.29) ส่วนด้านศักยภาพการถ่ายทอดต่อต่ำที่สุด ($\bar{x}$ = 3.88) ผู้ตอบ 20 คน (ร้อยละ 83.33) ประเมินความพร้อมนำความรู้ไปใช้ (ข้อ 5) ในระดับมากขึ้นไป ซึ่งเป็นข้อมูล ณ สิ้นสุดการอบรม เรื่องที่ผู้เข้าร่วมตั้งใจนำไปใช้แสดงดังตารางที่ 2.8

ตารางที่ 2.8 เรื่องที่ผู้เข้าร่วมตั้งใจนำไปใช้ (เลือกได้ไม่เกิน 3 ข้อ, n = 24)

เรื่องที่ตั้งใจนำไปใช้	จำนวน	ร้อยละ
การหาจุดขายของสินค้า/บริการ	15	62.50
การคิดต้นทุน/กำหนดราคาขาย	12	50.00
การประชาสัมพันธ์และสื่อสารคุณค่า	9	37.50
การวางแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์	9	37.50
การเตรียมความพร้อมเชื่อมโยงสู่กิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน	8	33.33
การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	8	33.33
การบริหารจัดการกลุ่ม	5	20.83
การวางแบบจำลองธุรกิจของกลุ่ม	2	8.33

หมายเหตุ: ร้อยละคำนวณจากฐานผู้ตอบ 24 คน ผลรวมของร้อยละจึงอาจมากกว่า 100

เรื่องที่ตั้งใจนำไปใช้ พบว่า มากที่สุด คือ การหาจุดขายของสินค้า/บริการ (ร้อยละ 62.50) และการคิดต้นทุน/กำหนดราคาขาย (ร้อยละ 50.00) เมื่อเทียบกับกิจกรรมที่ 1 ซึ่งคณะกรรมการเลือกการคิดต้นทุนเป็นหัวข้อที่ต้องการพัฒนาเพียงร้อยละ 20.00 (ตารางที่ 2.4) พบว่าหลังการอบรมการคิดต้นทุนกลายเป็นเรื่องที่ผู้เข้าร่วมตั้งใจนำไปใช้เป็นอันดับที่ 2 ทั้งนี้ ผู้ตอบทั้งสองชุดข้อมูลไม่ใช่กลุ่มเดียวกันทั้งหมด การเปรียบเทียบจึงเป็นเพียงข้อบ่งชี้

4. กิจกรรมสร้างระบบบริหารจัดการภายในกลุ่ม (Simaya Business Management System)

การดำเนินงาน

กิจกรรมที่ 4 ดำเนินการ 2 วัน ณ ที่ทำการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ได้แก่ วันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2569 การอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการออกแบบโครงสร้างและระบบบริหารจัดการภายในกลุ่มสีมายา และวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2569 การอบรมเชิงปฏิบัติการเรื่องการใช้เครื่องมือบริหารจัดการธุรกิจสีมายาและการเตรียมวิทยากรชุมชน มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม 50 คน ประกอบด้วย สมาชิกกลุ่มสีมายา 15 คน และผู้เข้าร่วมจากกลุ่มอาชีพและเครือข่ายในพื้นที่ 35 คน โดยมีอาจารย์อมรเทพ มณีเนียม เป็นวิทยากร กิจกรรมนี้สอดคล้องกับ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ของโครงการ ที่มุ่งพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจสีมายาให้มีระบบบริหารจัดการที่ชัดเจน โปร่งใส และสามารถดำเนินธุรกิจบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

การออกแบบกิจกรรมต่อยอดจากผลของกิจกรรมก่อนหน้า 2 ส่วน ส่วนแรก คือ ผลการสำรวจในกิจกรรมที่ 1 ซึ่งพบว่ากลุ่มบันทึกบัญชีด้วยมือในสมุดบันทึก คำนวณต้นทุนต่อหน่วยได้เพียงบางผลิตภัณฑ์ และยังไม่มีการบันทึกการผลิต ยอดขาย และสินค้าคงเหลืออย่างเป็นระบบ ส่วนที่สอง คือ ผลการประเมินการอบรมกิจกรรมที่ 2–3 ซึ่งผู้เข้าร่วมเลือกการคิดต้นทุนและกำหนดราคาขายเป็นเรื่องที่ตั้งใจนำไปใช้เป็นอันดับที่ 2 และเสนอให้เพิ่มระยะเวลาการอบรม คณะดำเนินโครงการจึงจัดกิจกรรมเป็น 2 วัน และเน้นการฝึกปฏิบัติกับข้อมูลจริงของกลุ่ม

ในวันที่ 23 สิงหาคม พ.ศ. 2569 กระบวนการเริ่มจากการทบทวนรูปแบบการบริหารจัดการเดิมของกลุ่ม วิเคราะห์บทบาท หน้าที่ และความรับผิดชอบของสมาชิก รวมทั้งปัญหาและช่องว่างในการดำเนินงานด้านการเงิน การผลิต การตลาด การจัดการวัตถุดิบ สินค้าคงเหลือ และการประสานงาน จากนั้นผู้เข้าร่วมร่วมกันออกแบบโครงสร้างการบริหารและกระบวนการทำงานภายในกลุ่ม พร้อมนำสมุดบันทึกรายรับ–รายจ่ายเดิมของกลุ่มมาใช้เป็นข้อมูลตั้งต้นในการทบทวนวิธีบันทึกและการจัดหมวดหมู่ข้อมูล ก่อนพัฒนาเป็นระบบบัญชีในรูปแบบตารางอิเล็กทรอนิกส์ โดยคงรูปแบบข้อมูลและการสรุปผลเป็นงวดตามที่สมาชิกใช้อยู่เดิมเป็นฐาน เพื่อให้สมาชิกปรับตัวเข้ากับเครื่องมือใหม่ได้ง่าย

ในวันที่ 26 สิงหาคม พ.ศ. 2569 มุ่งเน้นการใช้เครื่องมือบริหารจัดการธุรกิจ ด้วยการบรรยายสาธิต และฝึกปฏิบัติการจัดเก็บข้อมูลสำคัญ ได้แก่ รายรับ–รายจ่าย ต้นทุน วัตถุดิบ การผลิต สินค้าคงเหลือ คำสั่งซื้อ ยอดจำหน่าย และการส่งมอบสินค้า ผู้เข้าร่วมฝึกผ่านกรณีตัวอย่างที่เชื่อมโยงกระบวนการตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อ การคำนวณต้นทุน การเบิกวัตถุดิบ การบันทึกการผลิต การตรวจสอบคุณภาพ การส่งมอบสินค้า จนถึงการรับชำระเงิน การพัฒนาเครื่องมือใช้กระบวนการพัฒนา–ทดลองใช้–รับข้อมูลย้อนกลับ–ปรับแก้ โดยผู้เข้าร่วมทดลองใช้เครื่องมือและเสนอข้อปรับปรุงให้เหมาะสมกับระดับทักษะและวิธีการทำงานของสมาชิก แทนการจัดทำแบบฟอร์มสำเร็จรูปแล้วส่งมอบเพียงอย่างเดียว

ในส่วนของการเตรียมบุคลากรสำหรับการถ่ายทอดต่อ กิจกรรมได้คัดเลือกแกนนำ 3 คน จากคณะกรรมการที่มีศักยภาพเป็นแกนนำตามผลการสำรวจในกิจกรรมที่ 1 และจัดกิจกรรมทดลองถ่ายทอด (Teach-back) โดยให้แกนนำอธิบายและสาธิตการใช้เครื่องมือแก่ผู้เข้าร่วมกลุ่มย่อย เพื่อฝึกทักษะการถ่ายทอดและเตรียมความพร้อมสำหรับการขยายผลภายในกลุ่ม

ผลการดำเนินงาน

ผลผลิตของกิจกรรมมี 3 ส่วนหลัก

ส่วนที่ 1 แผนผังโครงสร้างการบริหารของกลุ่มสีมายา

กลุ่มปรับโครงสร้างเป็น 6 ฝ่าย ประกอบด้วยประธาน รองประธาน และฝ่ายงานที่เชื่อมโยงกับกระบวนการดำเนินธุรกิจ ได้แก่ ฝ่ายมัดย้อม ฝ่ายตัดเย็บ ฝ่ายบัญชี ฝ่ายจัดหาวัสดุอุปกรณ์ ฝ่ายควบคุมคุณภาพ และฝ่ายประชาสัมพันธ์ เมื่อเทียบกับโครงสร้างเดิม 5 ฝ่าย โครงสร้างใหม่แยกงานผลิตออกเป็นฝ่ายมัดย้อมและฝ่ายตัดเย็บตามลำดับการทำงานจริง กำหนดฝ่ายบัญชีเป็นผู้รับผิดชอบข้อมูลการเงินโดยตรง และกำหนดแนวทางเชื่อมโยงการทำงานระหว่างฝ่ายตั้งแต่การรับคำสั่งซื้อจนถึงการรับชำระเงิน ทำให้ติดตามความรับผิดชอบและข้อมูลของแต่ละขั้นตอนได้ชัดเจนขึ้น

ส่วนที่ 2 ระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชนสีมายา

เป็นระบบบัญชีในรูปแบบตารางอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วยหน้าบันทึกรายรับ บันทึกรายจ่าย บันทึกคำสั่งซื้อและยอดขาย สรุปรายรับ–รายจ่าย รายงาน และข้อมูลอ้างอิง พร้อมหน้าสรุปผล (Dashboard) ที่แสดงรายรับรวม รายจ่ายรวม ยอดขาย และยอดคงเหลือของแต่ละงวดโดยอัตโนมัติ ภายหลังการอบรม กลุ่มได้เริ่มนำระบบไปใช้บันทึกข้อมูลจริงตั้งแต่เดือนสิงหาคม 2569 โดยทดลองบันทึกย้อนหลังด้วยข้อมูลจากสมุดบัญชีเดิมของงวดที่ผ่านมา เพื่อให้สมาชิกคุ้นเคยกับการจัดหมวดหมู่ข้อมูลและการอ่านผลจากหน้าสรุปผล ข้อมูลที่บันทึกในช่วงนี้จึงมีลักษณะเป็นการฝึกใช้งานระบบ ยังไม่ครอบคลุมรายรับรายจ่ายทั้งหมดของกลุ่ม การใช้ระบบบันทึกอย่างครบถ้วนทุกรายการจะเริ่มในปีที่ 3 ซึ่งจะทำให้ข้อมูลรายงวดเป็นฐานที่สมบูรณ์สำหรับการติดตามผลทางเศรษฐกิจของกลุ่ม

ส่วนที่ 3 ชุดแบบบันทึกข้อมูลการดำเนินงาน

ครอบคลุมต้นทุน วัตถุดิบ การผลิต สินค้าคงเหลือ คำสั่งซื้อ และการส่งมอบสินค้า

ทั้ง 3 ส่วนประกอบกันเป็นระบบบริหารจัดการธุรกิจสีมายา (Simaya Business Management System) การเปลี่ยนแปลงก่อนและหลังการดำเนินกิจกรรมสรุปดังตารางที่ 2.9

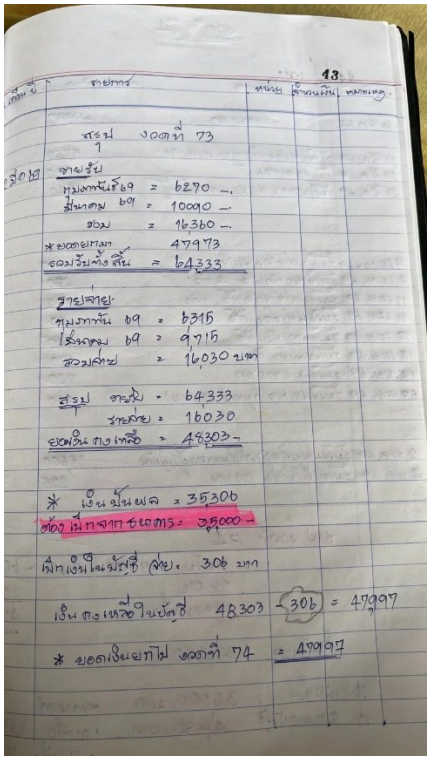
ตารางที่ 2.9 การเปลี่ยนแปลงของระบบบริหารจัดการก่อนและหลังการดำเนินกิจกรรมที่ 4

ประเด็น	ก่อนการพัฒนา (มีนาคม 2569)	หลังการพัฒนา (สิงหาคม 2569)
โครงสร้างการบริหาร	โครงสร้าง 5 ฝ่าย แบ่งตามหน้าที่ทั่วไป	ปรับโครงสร้างเป็น 6 ฝ่าย ตามกระบวนการผลิตจริง พร้อมแนวทางเชื่อมโยงงานตั้งแต่รับคำสั่งซื้อถึงรับชำระเงิน
การบันทึกบัญชี	บันทึกด้วยมือในสมุดบัญชี สรุปเป็นงวด	ระบบบัญชีตารางอิเล็กทรอนิกส์ สรุปผลรายงวดอัตโนมัติ

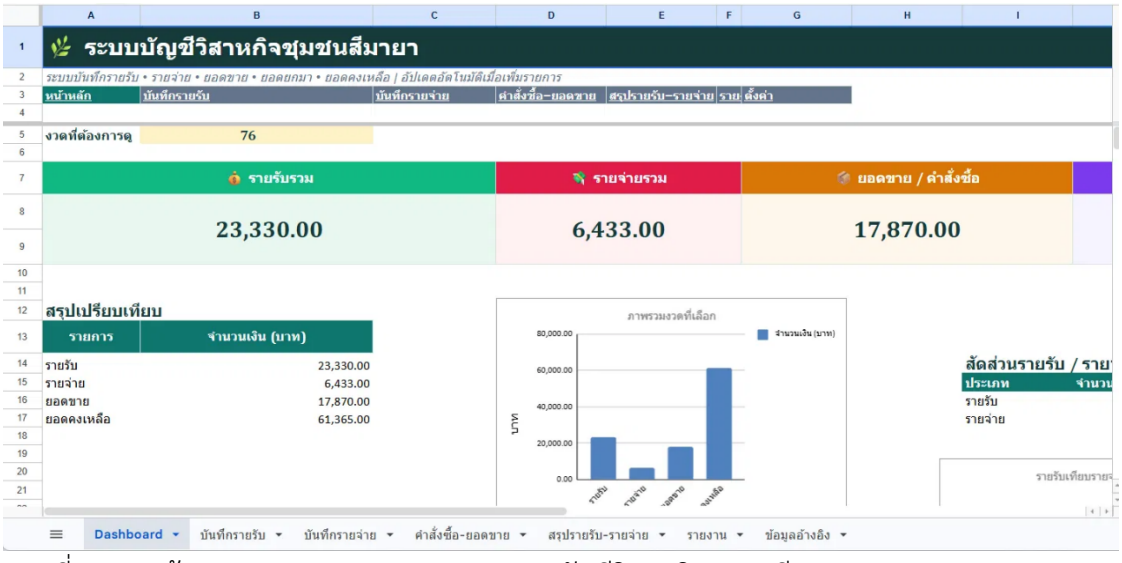
ประเด็น	ก่อนการพัฒนา (มีนาคม 2569)	หลังการพัฒนา (สิงหาคม 2569)
การบันทึกคำสั่งซื้อและยอดขาย	ไม่มีการบันทึกแยก	มีหน้าบันทึกคำสั่งซื้อและยอดขาย
การรายงานผล	คำนวณด้วยมือเมื่อสิ้นงวด	Dashboard แสดงรายรับ รายจ่าย ยอดขาย และยอดคงเหลือ
การบันทึกต้นทุน การผลิต และสินค้าคงเหลือ	ต้นทุนต่อหน่วยบางผลิตภัณฑ์ ไม่มีบันทึกการผลิตและสินค้าคงเหลือ	ชุดแบบบันทึกข้อมูลต้นทุน วัตถุดิบ การผลิต และสินค้าคงเหลือ
ผู้ถ่ายทอดความรู้ภายในกลุ่ม	ยังไม่มีการกำหนด	แกนนำ 3 คน ผ่านการทดลองถ่ายทอด (Teach-back)

ผลการทดลองถ่ายทอดของแกนนำ พบว่าแกนนำสามารถอธิบาย ขั้นตอนการบันทึกรายรับ–รายจ่ายและคำสั่งซื้อให้สมาชิกกลุ่มย่อยปฏิบัติตามได้ ซึ่งเป็นการเตรียมความพร้อมของแกนนำสำหรับการประเมินในเวทีสะท้อนผลกิจกรรมที่ 8

ปัญหาและแนวทางแก้ไข พบว่า สมาชิกบางคนขาดความคุ้นเคยกับการใช้คอมพิวเตอร์หรือโทรศัพท์ คณะผู้ดำเนินโครงการแก้ไขโดยการจับคู่สมาชิกที่ถนัดเทคโนโลยีกับสมาชิกที่ยังไม่คุ้นเคย หรือการคงสมุดบันทึกควบคู่ในช่วงเปลี่ยนผ่าน



ภาพที่ 2.13 สมุดบันทึกรายรับ–รายจ่ายเดิมของกลุ่ม ซึ่งใช้เป็นข้อมูลตั้งต้นในการพัฒนาระบบบัญชี



ภาพที่ 2.14 หน้าสรุปผล (Dashboard) ของระบบบัญชีวิสาหกิจชุมชนสีมายา



ภาพที่ 2.15 แผนผังโครงสร้างการบริหารวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา

กิจกรรมที่ 5 อบรมการสื่อสารแบรนด์และการตลาดดิจิทัลสำหรับชุมชน

ผลการสำรวจความพร้อมของคณะกรรมการในกิจกรรมที่ 1 ชี้ว่า สมาชิกเห็นความสำคัญของการสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.20) แต่ความสามารถในการใช้สื่อออนไลน์พื้นฐาน ($\bar{x}$ = 3.20) และความพร้อมร่วมคิดช่องทางจำหน่าย ($\bar{x}$ = 3.13) ยังอยู่ในระดับปานกลาง ผลดังกล่าวสะท้อนว่ากลุ่มเห็นคุณค่าของการตลาดแล้ว แต่ยังขาดทักษะเชิงปฏิบัติด้านดิจิทัล ขณะเดียวกัน แผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ที่จัดทำในกิจกรรมที่ 3 ได้กำหนดการใช้สื่อออนไลน์และ

การสร้างเรื่องราวเป็นแนวทางสำคัญในการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ กิจกรรมที่ 5 จึงออกแบบเป็นการฝึกปฏิบัติที่แปลงแผนการตลาดสู่การสื่อสารจริง เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของโครงการ คือ เพื่อส่งเสริมการตลาดและขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีมายา ทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยมีการออกแบบแบรนด์ สื่อประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมตลาดสร้างสรรค์ที่วัดผลได้

วิธีดำเนินการ

กิจกรรมจัดขึ้นในรูปแบบการอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ การสื่อสารแบรนด์และการตลาดดิจิทัลสำหรับชุมชน การถ่ายภาพสินค้าและการจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ เมื่อวันที่ 20 สิงหาคม พ.ศ. 2569 ณ ที่ทำการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา มีผู้เข้าร่วมจำนวน 50 คน ประกอบด้วยสมาชิกกลุ่มสีมายา 15 คน และผู้เข้าร่วมจากกลุ่มอาชีพและเครือข่ายในพื้นที่ 35 คน วิทยากร คือ อาจารย์ศฤงคาร กิติวินิต ผู้มีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิก การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบอัตลักษณ์และการสร้างแบรนด์ และการถ่ายภาพ และมีประสบการณ์วิจัยด้านการพัฒนาลวดลายผ้าบาติกร่วมกับชุมชนในจังหวัดนราธิวาส

กิจกรรมเริ่มจากการตรวจสอบทักษะพื้นฐานของผู้เข้าร่วมด้านการใช้โทรศัพท์มือถือ การถ่ายภาพ และการใช้เฟซบุ๊ก เพื่อให้วิทยากรปรับรูปแบบการถ่ายทอดให้เหมาะสมกับระดับทักษะของผู้เข้าร่วม จากนั้นจึงเชื่อมโยงเข้าสู่แนวคิดเรื่องคุณค่าของแบรนด์สีมายาและข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ควรสื่อสารกับลูกค้า เพื่อให้สมาชิกเห็นความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ อัตลักษณ์ของกลุ่ม และการนำเสนอผ่านสื่อการตลาด

ในส่วนของการผลิตสื่อ ผู้เข้าร่วมได้รับการสาธิตและฝึกปฏิบัติการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ด้วยโทรศัพท์มือถือ โดยใช้ผลิตภัณฑ์จริงของกลุ่มเป็นสื่อการเรียนรู้ เนื้อหาครอบคลุมการจัดฉาก การเลือกแสงและฉากหลัง การกำหนดมุมกล้อง การถ่ายภาพรายละเอียดผลิตภัณฑ์ และการถ่ายภาพที่แสดงลักษณะการใช้งาน เพื่อให้ภาพสื่อสารทั้งรูปลักษณ์ รายละเอียด และจุดเด่นของสินค้าได้อย่างเหมาะสม วิทยากรสาธิตการใช้ผ้ามัดย้อมของกลุ่มเป็นฉากหลัง เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์สีดินมายาไปพร้อมกับตัวสินค้า นอกจากนี้ ยังมีการฝึกบันทึกภาพเคลื่อนไหวและวิดีโอในระดับที่เหมาะสมกับการใช้งานผ่านโทรศัพท์มือถือ เพื่อเพิ่มทางเลือกในการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของกลุ่ม

เนื่องจากสมาชิกมีระดับความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีแตกต่างกัน โดยเฉพาะสมาชิกบางส่วนที่เป็นผู้สูงอายุ การดำเนินกิจกรรมจึงเน้นการสาธิตทีละขั้น การลงมือปฏิบัติจริง และการให้คำแนะนำระหว่างการฝึก มากกว่าการอธิบายเชิงเทคนิค ผู้เข้าร่วมได้ทดลองจัดวางสินค้า เลือกฉากและมุมถ่ายภาพ ใช้โทรศัพท์ของตนเองบันทึกภาพ และนำผลงานมาปรับแก้ร่วมกับวิทยากร

ภาคบ่ายเป็นการพัฒนาทักษะด้านการเขียนข้อความเพื่อจำหน่ายสินค้าและการนำเสนอสินค้าผ่านสื่อออนไลน์ ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้การจัดเตรียมข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้ครบถ้วน การเขียนข้อความให้สื่อสารจุดเด่นและอัตลักษณ์ของสินค้า และการนำข้อมูลและภาพผลิตภัณฑ์ไปใช้ประกอบการ

เผยแพร่ผ่านช่องทางออนไลน์ มีการสาธิตการลงประกาศสินค้าผ่านสื่อออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) การตอบข้อความลูกค้า การรับคำสั่งซื้อ ตลอดจนข้อควรระวังด้านความปลอดภัยในการสื่อสารและการซื้อขายออนไลน์ จากนั้นผู้เข้าร่วมฝึกปฏิบัติครบกระบวนการ ตั้งแต่การเลือกผลิตภัณฑ์ การถ่ายภาพ การจัดเตรียมข้อมูล การเขียนข้อความประชาสัมพันธ์ ไปจนถึงการร่างประกาศจำหน่ายสินค้า โดยตรวจสอบและปรับแก้ผลงานร่วมกับวิทยากร การอบรมจึงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการรับฟังเนื้อหา แต่เชื่อมโยงความรู้สู่การสร้างสื่อจากผลิตภัณฑ์จริงของกลุ่ม

ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานจำแนกได้ 3 ส่วน ดังนี้

1) ผลผลิตจากการฝึกปฏิบัติ

ผลผลิตจากการฝึกปฏิบัติ ได้แก่ ชุดภาพผลิตภัณฑ์ที่ถ่ายด้วยโทรศัพท์มือถือ ข้อความและเนื้อหาสำหรับการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ และร่างข้อความประกาศจำหน่ายสินค้า ภาพถ่ายและข้อมูลดังกล่าวได้นำไปพัฒนาต่อเป็นชุดสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ประกอบด้วยสื่อภาพผลิตภัณฑ์ 15 รายการ และคลิปวิดีโอ 16 คลิป

สื่อทุกชิ้นนำเสนอจุดเด่นของสินค้า รายละเอียดการใช้งาน และช่องทางติดต่อของกลุ่ม พร้อมแสดงตราสัญลักษณ์ของกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ในฐานะหน่วยงานผู้ให้การสนับสนุน

ตารางที่ 2.10 ชุดสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์สีมายา

ลำดับ	สื่อ	ราคา (บาท)	ภาพประกอบ
1	กระเป๋าสะพายข้าง แบบที่ 1	160	

ลำดับ	สื่อ	ราคา (บาท)	ภาพประกอบ
2	กระเป๋าสะพายข้าง แบบที่ 2	160	
3	กระเป๋าใส่ไอแพด	250	

ลำดับ	สื่อ	ราคา (บาท)	ภาพประกอบ
4	กระเป๋าแบบรูด	100	
5	สครับดินมายา	149 (ใหญ่) 49 (เล็ก)	

ลำดับ	สื่อ	ราคา (บาท)	ภาพประกอบ
6	เสื้อผ้ามัดย้อม		
7	ไข่เค็มดินมายา		

ลำดับ	สื่อ	ราคา (บาท)	ภาพประกอบ
8	ภาพกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์แต้มสีมายา		

2) สื่อประชาสัมพันธ์ที่เผยแพร่จริง

กลุ่มเผยแพร่เนื้อหาผ่านบัญชี Facebook กลุ่มสีมายา หน้าถ้ำ ตั้งแต่ช่วงก่อนการอบรม ซึ่งเป็นการโพสต์วิดีโอแนะนำผลิตภัณฑ์สครับดินมายาเมื่อวันที่ 22 กรกฎาคม พ.ศ. 2569 ภายหลังการอบรม กลุ่มทยอยเผยแพร่ชุดสื่อ ตัวอย่างผลงานที่เผยแพร่จริง การเผยแพร่คลิปแอนิเมชันความยาวประมาณ 1 นาที ที่เล่าเรื่องการเตรียมผ้า การมัดลาย และการย้อมสีด้วยภูมิปัญญาของกลุ่ม เมื่อวันที่ 21 กันยายน พ.ศ. 2569คลิปดังกล่าว และข้อความประกอบระบุว่าเป็นสื่อที่พัฒนาขึ้นภายใต้โครงการ พร้อมช่องทางติดต่อซื้อผลิตภัณฑ์ ณ วันที่บันทึกข้อมูล โพสต์มีผู้แสดงความรู้สึก 19 ครั้ง และแชร์ 2 ครั้ง (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2569)



ภาพที่ 2.19 คลิปแอนิเมชันเล่าเรื่องผ้ามัดย้อมสีมายาที่เผยแพร่ผ่าน Facebook

ผลดังกล่าวแสดงว่า กิจกรรมที่ 5 บรรลุผลในระดับการพัฒนาทักษะและการผลิตสื่อ ขณะที่การขยายช่องทางจำหน่ายออนไลน์ยังไม่ครบตามแผน

ปัญหาและแนวทางแก้ไข ผู้เข้าร่วมมีพื้นฐานการใช้โทรศัพท์มือถือและสื่อออนไลน์แตกต่างกัน การฝึกปฏิบัติบางช่วง โดยเฉพาะการถ่ายภาพ การจัดองค์ประกอบภาพ และการใช้เครื่องมือบนโทรศัพท์ จึงต้องแนะนำเป็นรายบุคคล และใช้เวลามากกว่าการบรรยายทั่วไป คณะดำเนินโครงการแก้ไขโดยใช้การสาธิตทีละขั้นควบคู่กับการฝึกปฏิบัติ ให้คำแนะนำรายบุคคลแก่ผู้ที่ยังไม่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี และใช้ผลิตภัณฑ์จริงของกลุ่มเป็นสื่อการฝึก เพื่อให้สถานการณ์การเรียนรู้ใกล้เคียงการใช้งานจริงมากที่สุด ในระยะต่อไป กลุ่มควรกำหนดผู้รับผิดชอบหลักในการดูแลช่องทางการตลาดดิจิทัล และกำหนดความถี่ในการเผยแพร่เนื้อหาอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้การสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ต่อเนื่องและเป็นระบบ



ภาพที่ 2.16 การให้คำแนะนำการใช้โทรศัพท์มือถือแก่ผู้เข้าร่วมเป็นรายบุคคลระหว่างการฝึกปฏิบัติ



ภาพที่ 2.17 วิทยากรสาธิตการจัดฉากและถ่ายภาพสินค้าโดยใช้ผ้ามัดย้อมสีมายาเป็นฉากหลัง

กิจกรรมที่ 6 จับคู่ธุรกิจสร้างเครือข่ายสีมายา (Simaya Business Networking)

การวิเคราะห์ห่วงโซ่คุณค่าในข้อเสนอโครงการระบุว่า กลุ่มสีมายายังขาดเครือข่ายพันธมิตรธุรกิจในพื้นที่ ทั้งที่ตำบลหน้าถ้ำมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่น ได้แก่ ถ้ำพระนอน ถ้ำมืด และถ้ำศิลป์ รวมทั้งกลุ่มอาชีพและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องหลายกลุ่ม กิจกรรมที่ 6 จึงมุ่งเชื่อมโยงกลุ่มสีมายากับเครือข่ายการท่องเที่ยวและกลุ่มที่เกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อขยายโอกาสทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ และนำกิจกรรมของกลุ่มเข้าสู่ระบบการท่องเที่ยวโดยชุมชน กิจกรรมนี้สนับสนุน

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และข้อที่ 3 ของโครงการ คือ เพื่อยกระดับศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายา ด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

ข้อเสนอโครงการกำหนดรูปแบบกิจกรรมไว้เป็นเวทีเจรจาธุรกิจ (Business Matching) และการลงนามบันทึกข้อตกลงระหว่างกลุ่มสีมายากับผู้ประกอบการในพื้นที่ ระหว่างการดำเนินโครงการ องค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำได้ออกคำสั่งที่ 205/2569 ลงวันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2569 แต่งตั้งคณะทำงานการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนตำบลหน้าถ้ำ ซึ่งมีองค์ประกอบครอบคลุมผู้นำชุมชน กลุ่มอาชีพ ผู้ประกอบการ ผู้ให้บริการที่พักและอาหาร และหน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ คณะทำงานมีภารกิจพัฒนาเส้นทาง กิจกรรม และบริการท่องเที่ยวของตำบล ตลอดจนจัดทำร่างข้อตกลงร่วมของชุมชน

คณะดำเนินโครงการเห็นว่า การเชื่อมโยงกลุ่มสีมายาผ่านกลไกที่มีคำสั่งแต่งตั้งเป็นทางการและมีภารกิจต่อเนื่อง จะเกิดความร่วมมือที่ยั่งยืนกว่าการจัดเวทีเจรจาธุรกิจเพียงครั้งเดียว จึงปรับรูปแบบการดำเนินงานเป็นการประสานความร่วมมือผ่านคณะทำงานดังกล่าว [ยืนยันเหตุผลการปรับรูปแบบ] โดยมีกลไกเชื่อมโยง 2 ระดับ ดังนี้

- **ระดับกลุ่ม:** นางเนาวรัตน์ น้อยพงษ์ ประธานกลุ่มสีมายา ได้รับแต่งตั้งเป็นคณะทำงานฝ่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ภูมิปัญญา และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ กลุ่มจึงมีบทบาทโดยตรงในการกำหนดทิศทางการท่องเที่ยวของตำบล
- **ระดับวิชาการ:** อาจารย์ศุภาวิณี กิติวินิต และรองศาสตราจารย์ ดร.ชินีเพ็ญ มะลิสุวรรณ คณะดำเนินโครงการ ได้รับแต่งตั้งเป็นคณะที่ปรึกษา ร่วมกับวิทยากรของโครงการ ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วัชระ ขาวสังข์ และอาจารย์อมรเทพ มณีเนียม องค์ความรู้จากโครงการจึงส่งต่อสู่การออกแบบโปรแกรมท่องเที่ยวของตำบลได้โดยตรง

การดำเนินงาน

คณะดำเนินโครงการร่วมกับคณะทำงานฯ นำกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสีมายาเข้าไปเชื่อมโยงกับรายการนำเที่ยวในพื้นที่ตำบลหน้าถ้ำ โดยกำหนดให้สีมายาเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์การท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เรื่องราวของดินมายาและอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ที่ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง และเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ของฝาก และของที่ระลึกจากกลุ่ม

การดำเนินงานลักษณะนี้ทำให้การสร้างเครือข่ายไม่จำกัดอยู่เฉพาะการพบปะระหว่างผู้ประกอบการ แต่เชื่อมบทบาทของกลุ่มสีมายาเข้าสู่ห่วงโซ่กิจกรรมการท่องเที่ยวของชุมชน ตั้งแต่การนำเสนอเรื่องราวของพื้นที่ การจัดกิจกรรมสร้างประสบการณ์ ไปจนถึงการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก่ผู้มาเยือน กลุ่มจึงเข้าถึงนักท่องเที่ยวผ่านเครือข่ายการท่องเที่ยวในพื้นที่

ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานจำแนกได้ 3 ส่วน ดังนี้

1) กลุ่มสีมายาเป็นแกนของโปรแกรม Signature ของตำบล

คณะทำงานฯ จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยว Signature ของชุมชนท่องเที่ยวตำบลหน้าถ้ำ ชื่อ **ตามรอยศรัทธาถ้ำพระนอน สู่ภูมิปัญญาดินมายา** เป็นโปรแกรมครึ่งวัน เวลา 09.00–13.00 น. ค่าบริการ 699 บาทต่อคน ขั้นต่ำ 10 คนต่อคณะ รวมผู้นำทางหรือนักสื่อความหมาย วิทยากรกลุ่มสีมายา วัสดุและชิ้นงานจากกิจกรรม อาหารกลางวัน และประกันอุบัติเหตุ

โปรแกรมเริ่มจากการสักการะพระพุทธไสยาสน์และเรียนรู้เรื่องราวของถ้ำพระนอนร่วมกับนักสื่อความหมายของชุมชน จากนั้นเดินทางสู่กลุ่มสีมายาเพื่อร่วม Workshop 2 กิจกรรม ได้แก่ กิจกรรมย้อมผ้าดินมายา และกิจกรรมแต้มสีมายา ซึ่งนักท่องเที่ยวเก็บผลงานของตนไว้เป็นของที่ระลึก ช่วงท้ายเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม เช่น ผ้ามัดย้อมดินมายา และไข่เค็มดินมายา ก่อนรับประทานอาหารกลางวันเมนูท้องถิ่น

การใช้ดินมายา เป็นส่วนหนึ่งของชื่อโปรแกรมหลัก และการจัดให้กลุ่มสีมายาเป็นช่วงกิจกรรมที่ยาวที่สุดของโปรแกรม สะท้อนว่าภูมิปัญญาของกลุ่มได้รับการยอมรับเป็นอัตลักษณ์การท่องเที่ยวของตำบล ขณะเดียวกัน กิจกรรม "แต้มสีมายา" ซึ่งทดลองจัดร่วมกับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลาเมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม พ.ศ. 2569 ได้ต่อยอดเป็นบริการท่องเที่ยวที่จำหน่ายได้จริง

2) กลุ่มสีมายาอยู่ในชุดโปรแกรมท่องเที่ยวของตำบล

นอกจากโปรแกรม Signature คณะทำงานฯ ยังพัฒนาชุดโปรแกรมท่องเที่ยวตามแนวคิด 5A และการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) กลุ่มสีมายาได้รับการบรรจุในรายการ ดังตารางที่ 2.12

ตารางที่ 2.11 บทบาทของกลุ่มสีมายาในโปรแกรมท่องเที่ยวชุมชนตำบลหน้าถ้ำ

โปรแกรม	ค่าบริการ (บาท/คน)	บทบาทของกลุ่มสีมายา
Signature: ตามรอยศรัทธาถ้ำพระนอน สู่ภูมิปัญญาดินมายา (ครึ่งวัน)	699	Workshop ย้อมผ้าดินมายาและแต้มสีมายา พร้อมจำหน่ายผลิตภัณฑ์
ครึ่งวัน: ตามรอยศรัทธาและมนต์ขลังแห่งถ้ำหน้าถ้ำ	699	จุดแวะซื้อผลิตภัณฑ์
ครึ่งวัน: ศิลปะถ้ำพันปีและวิถีสร้างสรรค์	699	Workshop ย้อมผ้าดินมายา และจำหน่ายผลิตภัณฑ์
1 วัน: มหัศจรรย์อารยธรรมหน้าถ้ำ สัมผัสวิถีเกษตรยั่งยืน	999	Workshop ย้อมผ้าดินมายา (ทางเลือก)
2 วัน 1 คืน: สโลว์ไลฟ์หน้าถ้ำ แลผา พักกาย ชาร์จพลังอารยธรรม	2,199	Workshop ย้อมผ้าดินมายา (ทางเลือก)

3) ช่องทางรายได้ใหม่ของกลุ่ม

การเข้าสู่โปรแกรมท่องเที่ยวเปิดช่องทางรายได้ใหม่ให้กลุ่ม 2 ทาง คือ ค่าตอบแทนวิทยากรและค่าวัสดุในกิจกรรม Workshop และรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก่นักท่องเที่ยว ตามโครงสร้างต้นทุนในชุดโปรแกรมของคณะทำงานฯ กิจกรรมย้อมผ้าหนึ่งครั้งมีค่าวิทยากร 200 บาทต่อคณะ และค่าวัสดุ 50 บาทต่อคน คณะขั้นต่ำ 10 คนจึงสร้างรายได้จากกิจกรรมให้กลุ่มไม่น้อยกว่า 700 บาทต่อครั้ง ยังไม่รวมยอดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

ผลดังกล่าวเป็นพื้นฐานสำหรับการพัฒนาความร่วมมือด้านการตลาดและการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระยะต่อไป ส่วนการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือตามข้อเสนอโครงการ จะดำเนินการผ่านร่างข้อตกลงร่วมของชุมชนซึ่งเป็นภารกิจของคณะทำงานฯ และกิจกรรมพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจและลงนามบันทึกความร่วมมือในปีที่ 3

ปัญหาและแนวทางแก้ไข ด้วยโปรแกรมเพิ่งจัดทำแล้วเสร็จ จึงยังไม่มีข้อมูลการใช้บริการเพียงพอสำหรับประเมินผลทางเศรษฐกิจ แนวทางในระยะต่อไป คือ กลุ่มควรบันทึกรายได้จากกิจกรรมท่องเที่ยวแยกจากรายได้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในระบบบัญชีที่พัฒนา เพื่อใช้วัดผลของการเชื่อมโยงเครือข่ายอย่างเป็นรูปธรรม



ภาพที่ 2.18 โปรแกรมท่องเที่ยว Signature ตามรอยศรัทธาถ้ำพระนอน สู่ภูมิปัญญาดินมายา ของชุมชนท่องเที่ยวตำบลหน้าถ้ำ

กิจกรรมที่ 7 ทดลองจำหน่ายจริง Simaya Creative Market จากผืนดินสู่มูลค่าชุมชน

กิจกรรมที่ 7 เป็นขั้นทดสอบผลของกิจกรรมก่อนหน้าในตลาดจริง ได้แก่ แผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์จากกิจกรรมที่ 3 และทักษะการสื่อสารผลิตภัณฑ์จากกิจกรรมที่ 5 เพื่อเก็บข้อมูลยอดจำหน่ายและความคิดเห็นของผู้บริโภค แล้วนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์และแผนการตลาด กิจกรรมนี้ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ของโครงการโดยตรง ในส่วนของกิจกรรมตลาดสร้างสรรค์ที่วัดผลได้

ข้อเสนอโครงการกำหนดให้กลุ่มจัดตลาดสร้างสรรค์ของตนเอง 1 ครั้งในพื้นที่จังหวัดยะลา ในการดำเนินงานจริง คณะผู้ดำเนินโครงการปรับเป็นการนำกลุ่มสีมายาร่วมจำหน่ายในงานมหกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์อัตลักษณ์ชายแดนใต้ผ่านการยกระดับห่วงโซ่คุณค่ากาแฟและผ้าพื้นถิ่นชายแดนใต้ ภายใต้การจัดงาน BIKE COFFEE CRAFT 2026 ระหว่างวันที่ 22–23 สิงหาคม พ.ศ. 2569 ณ สนามแข่งขันนกเขาชวา สวนขวัญเมือง (พรุบาโกย) อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา จัดโดยศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.) เหตุผลของการปรับรูปแบบ คือ งานดังกล่าวมุ่งยกระดับห่วงโซ่คุณค่าผ้าพื้นถิ่นชายแดนใต้โดยตรง ซึ่งตรงกับผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่ม และมีผู้ประกอบการร่วมจำหน่าย 30 บูธ รวมทั้งผู้เข้าชมงานจำนวนมาก กลุ่มจึงเข้าถึงผู้บริโภคที่หลากหลายกว่าการจัดตลาดเองในพื้นที่ชุมชน และได้เรียนรู้การจำหน่ายภายใต้ข้อกำหนดของงานระดับจังหวัด เช่น การเปิดร้านตามเวลาที่กำหนดและการรายงานยอดจำหน่ายรายวันต่อผู้จัดงาน [ยืนยันเหตุผล] องค์ประกอบของกิจกรรมตามข้อเสนอโครงการยังดำเนินการครบ ได้แก่ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การสาธิตกิจกรรมแต้มสีมายา และการเก็บข้อมูลยอดขายและความคิดเห็นของผู้ร่วมกิจกรรม

วิธีดำเนินการ

กลุ่มสีมายาเปิดบูธจำหน่ายระหว่างเวลา 10.00–22.00 น. ทั้ง 2 วัน โดยมีสมาชิกกลุ่มจัดเวรประจำบูธ กิจกรรมประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

1. การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ บูธของกลุ่มจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กระเป๋าผ้ามัดย้อมดินมายา ผ้ามัดย้อม ยางมัดผม และสครับดินมายา ซึ่งจำหน่ายในราคาพิเศษช่วงเปิดตัว 149 บาทและ 49 บาทตามขนาดบรรจุ ผลิตภัณฑ์จัดวางพร้อมป้ายข้อมูลที่แสดงจุดเด่นและราคา ตามแนวทางการนำเสนอสินค้าจากกิจกรรมที่ 5

2. กิจกรรมเชิงประสบการณ์ จัดกิจกรรมแต้มสีมายา (SIMAYA Creative Postcard Workshop) ในราคา 15 บาทต่อคน ผู้เข้าร่วมระบายสีจากดินมายาลงบนโปสการ์ดลายเส้นอัตลักษณ์ของหน้าถ้ำ และเก็บผลงานกลับไปเป็นของที่ระลึก

3. การเก็บข้อมูล บันทึกยอดจำหน่ายรายวันซึ่งกลุ่มรายงานต่อผู้จัดงานทุกวันเวลา 22.00 น. ตามข้อกำหนดของงาน และเก็บข้อมูลผู้บริโภคด้วยแบบสำรวจการตอบรับของตลาดต่อผลิตภัณฑ์สีมายา (Simaya Market Test) แบบสำรวจ Simaya Market Test ประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่ ข้อมูล

ทั่วไปของผู้ตอบ การตอบรับต่อผลิตภัณฑ์ ราคาและสิ่งที่ควรพัฒนา การรับรู้และโอกาสทางการตลาด และข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เก็บข้อมูลจากผู้เข้าชมบูธที่สมัครใจตอบตลอดการจัดงาน 2 วัน ได้แบบสำรวจที่ใช้ได้ 71 ชุด

ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานจำแนกได้ 4 ส่วน ดังนี้

1) ยอดจำหน่าย ตลอด 2 วันของการจัดงาน กลุ่มมียอดจำหน่ายรวม 12,046 บาท ตามยอดที่รายงานต่อผู้จัดงาน ยอดดังกล่าวรวมทั้งการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และรายได้จากกิจกรรมแต้มสีมายาซึ่งกลุ่มบันทึกเป็นยอดเดียวกัน เมื่อเทียบกับรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มในปี 2569 ซึ่งเท่ากับ 32,000 บาท ยอดจำหน่ายในงานครั้งนี้คิดเป็นร้อยละ 37.60 ของรายได้ทั้งเดือน โดยเกิดขึ้นภายในเวลาเพียง 2 วัน แสดงว่าการร่วมจำหน่ายในงานระดับจังหวัดให้ผลตอบแทนต่อเวลาสูงกว่าการจำหน่าย ณ ที่ทำการกลุ่มอย่างชัดเจน

2) ผลการทดลองตลาด (Simaya Market Test) ผู้ตอบแบบสำรวจมีจำนวน 71 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 48 คน (ร้อยละ 67.61) อายุเฉลี่ย 29.54 ปี และพำนักในจังหวัดยะลา 58 คน (ร้อยละ 81.69) รองลงมาคือจังหวัดปัตตานี นราธิวาส สงขลา และนครศรีธรรมราช ผลสำคัญแสดงดังตารางที่ 2.13

ตารางที่ 2.12 ผลการทดลองตลาด Simaya Market Test

ประเด็น	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวนผู้ตอบ (n)
ลักษณะการมีส่วนร่วม เข้าชมหรือสอบถามข้อมูล	40	57.14	70
ลักษณะการมีส่วนร่วม เลือกซื้อผลิตภัณฑ์	18	25.71	70
ลักษณะการมีส่วนร่วม สนใจหรือพิจารณาผลิตภัณฑ์	12	17.14	70
ผลิตภัณฑ์ที่สนใจ ผ้ามัดย้อมสีมายา	44	61.97	71
ผลิตภัณฑ์ที่สนใจ สครับดินมายา	29	40.85	71
เห็นว่าราคาเหมาะสม	60	85.71	70
สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ในอนาคต	62	87.32	71
ผู้ซื้อจริงที่สนใจซื้อในอนาคต	16	88.89	18
ผู้สนใจซื้อในอนาคตที่ยังไม่ได้ซื้อภายในงาน	45	72.58	62
รู้จักผลิตภัณฑ์จากบูธภายในงาน	30	42.86	70

หมายเหตุ: จำนวนผู้ตอบ (n) แตกต่างกันตามลักษณะของแต่ละข้อคำถาม ข้อลักษณะการมีส่วนร่วมกำหนดให้เลือก 1 ข้อ มีผู้ตอบเกินกว่าที่กำหนด 1 ราย จึงตัดออกจากการวิเคราะห์ คงเหลือ n = 70 ข้อราคากำหนดให้เลือก 1 ข้อ มีผู้ไม่ตอบ 1 ราย คงเหลือ n = 70 ข้อช่องทางการรู้จักผลิตภัณฑ์มีผู้ไม่ตอบ 1 ราย คงเหลือ n = 70 ส่วนข้อผลิตภัณฑ์ที่สนใจและข้อความสนใจซื้อในอนาคตมีผู้ตอบครบทุกราย จึงใช้ n = 71 สำหรับสองแถวสุดท้ายเป็นการวิเคราะห์เฉพาะกลุ่มย่อย คือกลุ่มผู้ซื้อจริง 18 ราย และกลุ่มผู้สนใจซื้อในอนาคต 62 ราย ตามลำดับ

3) ข้อค้นพบด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

ปัจจัยที่ดึงดูดความสนใจมากที่สุด ได้แก่ ความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 66.20) รูปแบบ สีสัน หรือลวดลาย (ร้อยละ 61.97) และการใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบท้องถิ่น (ร้อยละ 52.11) ขณะที่ราคาเป็นปัจจัยดึงดูดเพียงร้อยละ 1.41 ผลนี้ชี้ว่าผู้บริโภคเลือกสีมายาจากคุณค่าเชิงอัตลักษณ์มากกว่าราคา ซึ่งสนับสนุนแนวทางการสื่อสารเรื่องราวของดินมายาในแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ด้านความสนใจรายผลิตภัณฑ์ ผ้ามัดย้อมสีมายาได้รับความสนใจมากที่สุด (ร้อยละ 61.97) รองลงมาคือสครับดินมายา (ร้อยละ 40.85) แสดงว่าผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นในปีที่ 1 ได้รับการตอบรับควบคู่กับผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่ม

ข้อค้นพบสำคัญ คือ ผู้สนใจซื้อในอนาคตที่ยังไม่ได้ซื้อภายในงานมี 45 คน มากกว่าผู้ซื้อจริงที่มี 18 คนกว่า 2 เท่า สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการเพื่อช่วยตัดสินใจ ได้แก่ ข้อมูลผลิตภัณฑ์และวิธีใช้ที่ชัดเจน (ร้อยละ 53.52) ความหลากหลายของรูปแบบ สี และขนาด (ร้อยละ 52.11) และตัวอย่างสินค้าหรือการสาธิตให้ทดลองสัมผัส (ร้อยละ 47.89)

ด้านช่องทาง ผู้ตอบรู้จักสีมายาผ่านบูธภายในงานมากที่สุด (ร้อยละ 42.86) รองลงมาคือเพื่อนหรือคนรู้จักแนะนำ (ร้อยละ 27.14) และ Facebook หรือสื่อออนไลน์ของกลุ่ม (ร้อยละ 20.00) ส่วนช่องทางที่สะดวกซื้อในอนาคต ได้แก่ งานแสดงสินค้าหรือตลาด (ร้อยละ 45.71) Facebook (ร้อยละ 38.57) และการซื้อจากกลุ่มวิสาหกิจโดยตรง (ร้อยละ 25.71) ผลดังกล่าวยืนยันความสำคัญของการพัฒนาช่องทาง Facebook ที่เริ่มในกิจกรรมที่ 5 ควบคู่กับการออกบูธ

ข้อมูลจากคำถามปลายเปิดสนับสนุนผลข้างต้น ผู้ตอบ 43 คนระบุสิ่งที่เห็นว่าโดดเด่นที่สุด ซึ่งส่วนใหญ่กล่าวถึงสีธรรมชาติจากดินมายาและความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่ไม่ซ้ำกับผลิตภัณฑ์อื่น รองลงมาคือลวดลายผ้ามัดย้อมและการใช้วัตถุดิบท้องถิ่น ส่วนข้อเสนอแนะจากผู้ตอบ 20 คน จำแนกได้ 3 กลุ่ม ได้แก่ ความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ เช่น เพิ่มรูปแบบให้ตอบโจทย์แฟชั่น เพิ่มขนาดเสื้อผ้า และพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เจาะกลุ่มวัยรุ่นในระดับราคาที่เข้าถึงได้ การประชาสัมพันธ์ เช่น เพิ่มช่องทางและความถี่ในการเผยแพร่ให้ประชาชนรับรู้มากขึ้น และการขยายช่องทางจำหน่าย เช่น ออกบูธในงานต่าง ๆ ให้บ่อยขึ้น ข้อเสนอแนะทั้ง 3 กลุ่มสอดคล้องกับผลเชิงปริมาณข้างต้น และสอดคล้องกับช่องว่างด้านช่องทางออนไลน์ที่พบในกิจกรรมที่ 5

4) การนำผลไปใช้ ผลการทดลองตลาดนำไปใช้ใน 2 ทาง ดังนี้

- การปรับปรุงของกลุ่ม ใช้ปรับการนำเสนอ ณ จุดขาย ได้แก่ การเพิ่มข้อมูลวิธีใช้และการให้ลูกค้าทดลองสัมผัสสินค้า รวมทั้งปรับความหลากหลายของรูปแบบ สี และขนาดของผลิตภัณฑ์ เพื่อเปลี่ยนผู้สนใจ 45 คนให้เป็นผู้ซื้อ

- ข้อมูลตั้งต้นของต้นแบบนักศึกษา งานนี้เป็นพื้นที่ศึกษาตลาดของนักศึกษารายวิชาผู้ประกอบการนวัตกรรมธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และการจัดงาน ซึ่งก่อนงานออกแบบผลิตภัณฑ์จาก

ผ้าสีมายาในระดับแนวคิดเท่านั้น นักศึกษานำข้อมูลจากการศึกษาตลาดไปปรับแก้จนพัฒนาเป็นต้นแบบภายหลังงาน รายละเอียดนำเสนอในบทที่ 3

ปัญหาและแนวทางแก้ไข จากข้อมูลการทดลองตลาด ผู้เข้าชมบูธส่วนใหญ่ยังไม่ตัดสินใจซื้อ ณ จุดจำหน่าย โดยต้องการข้อมูลผลิตภัณฑ์และวิธีใช้ที่ชัดเจน ความหลากหลายของรูปแบบ สี และขนาด และตัวอย่างสินค้าให้ทดลองสัมผัส ซึ่งตรงกับข้อเสนอแนะปลายเปิดที่ขอให้เพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ การประชาสัมพันธ์ และความถี่ในการออกบูธ

แนวทางในการจำหน่ายครั้งต่อไป คือ จัดทำป้ายหรือเอกสารแสดงวิธีใช้และคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ จัดตัวอย่างสินค้าให้ทดลอง เก็บช่องทางติดต่อของผู้สนใจเพื่อติดตามการขายผ่าน Facebook ภายหลังงาน และวางแผนการออกบูธร่วมกับหน่วยงานในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง









ภาพที่ 2.19 ผู้เข้าร่วมระบายสีจากดินมายาลงบนโปสการ์ดลายเส้นอัตลักษณ์หน้าถ้ำ




ภาพที่ 2.20 ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต้มสีมายา SIMAYA Creative Postcard Workshop




ภาพที่ 2.21 การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ณ บูธกลุ่มสีมายา ในงาน BIKE COFFEE CRAFT 2026 สวนขวัญเมือง จังหวัดยะลา

กิจกรรมบูรณาการความร่วมมือ แต้มสีมายา ร่วมกับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา

นอกจากกิจกรรม 9 กิจกรรมตามแผน โครงการได้รับเชิญจากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลาให้ร่วมจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในโครงการส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนต้นแบบ เที่ยวชุมชน ยลวิถี สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน จังหวัดยะลา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ตามหนังสือที่ ยล 0032/723 ลงวันที่ 9 กรกฎาคม พ.ศ. 2569

หมู่บ้านหน้าถ้ำเป็นชุมชนต้นแบบ เที่ยวชุมชน ยลวิถี ระดับจังหวัดที่ได้รับการคัดเลือกในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2564–2568 กิจกรรมนี้มุ่งนำทุนทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ และองค์ความรู้ในท้องถิ่นมาต่อยอดสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของโครงการ คือ "เพื่อยกระดับศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายา ด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์" คณะดำเนินโครงการจึงใช้โอกาสนี้ทดลองจัดกิจกรรม แต้มสีมายา กับกลุ่มผู้มาเยือนจริงเป็นครั้งแรก

วิธีดำเนินการ

กิจกรรมจัดขึ้นเมื่อวันอาทิตย์ที่ 19 กรกฎาคม พ.ศ. 2569 เวลา 09.00–14.00 น. ณ วัดคูหาภิมุข ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ในรูปแบบ Workshop ชุมชนต้นแบบร่วมกับวิทยากรจากชมรมศิลปินชายแดนใต้ บทบาทของโครงการแบ่งเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. กลุ่มสีมายาเป็นวิทยากรถ่ายทอด วิทยากรจากกลุ่มสีมายาจัด Workshop การทำผ้ามัดย้อม และจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้แก่ กระเป๋าผ้า ยางมัดผม หมวก และผ้ามัดย้อมสีมายา พร้อมจัดแสดงสีธรรมชาติจากดินมายาและพืชท้องถิ่น

2. คณะดำเนินโครงการเป็นวิทยากรกิจกรรมแต้มสีมายา วิทยากรจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา จัด Workshop วาดภาพด้วยสีจากดินมายา ผู้เข้าร่วมระบายสีจากดินมายาลงบนภาพลายเส้นอัตลักษณ์ของหน้าถ้ำ เช่น ศาลาวัด ผลไม้ท้องถิ่น และตัวอักษร สีมายาหน้าถ้ำ และจัดแสดงป้ายนิทรรศการความเป็นมาและแผนการพัฒนา 3 ปีของโครงการ

การประเมินผลใช้แบบประเมินความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรม ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไป ความพึงพอใจ มาตรประมาณค่า 5 ระดับ ผลที่ได้รับและความสนใจต่อยอด และข้อเสนอแนะ ข้อมูลวิเคราะห์ด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย ได้แก่ 4.21–5.00 มากที่สุด 3.41–4.20 มาก 2.61–3.40 ปานกลาง 1.81–2.60 น้อย และ 1.00–1.80 น้อยที่สุด ร้อยละความพึงพอใจคำนวณจากค่าเฉลี่ยเทียบกับคะแนนเต็ม 5 คะแนน ส่วนคำถามที่เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ร้อยละคำนวณจากจำนวนผู้ตอบ ผลรวมจึงอาจเกินร้อยละ 100

ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานจำแนกได้ ดังนี้

ผู้เข้าร่วมและผลงาน ผู้ตอบแบบประเมินมีจำนวน 50 คน ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษา 42 คน (ร้อยละ 84.00) รองลงมาเป็นประชาชนทั่วไป นักท่องเที่ยว สมาชิกชุมชน และผู้แทนหน่วยงาน อายุเฉลี่ย 22.44 ปี โดยร้อยละ 72.00 อยู่ในช่วงอายุ 18–24 ปี ผู้ตอบร้อยละ 92.00 ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มสีมายามาก่อน แสดงว่ากิจกรรมเข้าถึงกลุ่มผู้มาเยือนใหม่ได้เป็นส่วนใหญ่ ผู้เข้าร่วมทุกคนได้ผลงานภาพวาดสีดินมายาเป็นของที่ระลึก

ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วม ผลการประเมินแสดงดังตารางที่ 2.14 และ 2.15 ผลนี้รายงานแยกเฉพาะกิจกรรมนี้ และไม่นำไปรวมกับตัวชี้วัดความพึงพอใจของโครงการ เนื่องจากเป็นกิจกรรมบูรณาการที่อยู่นอกแผนงาน 9 กิจกรรม และผู้เข้าร่วมเป็นกลุ่มผู้มาเยือน ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายที่รับการถ่ายทอดเทคโนโลยี

ตารางที่ 2.13 ความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรมแต้มสีมายา (n = 50)

ข้อ	รายการประเมิน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
	ด้านการประชาสัมพันธ์และการเข้าถึงข้อมูล	**4.32**	**0.86**	**มากที่สุด**
1	ข้อมูลประชาสัมพันธ์กิจกรรมมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	4.36	0.83	มากที่สุด
2	วัน เวลา สถานที่ และรายละเอียดกิจกรรมมีความครบถ้วน	4.28	0.90	มากที่สุด
	ด้านการต้อนรับและการจัดกิจกรรม	**4.40**	**0.86**	**มากที่สุด**
3	การต้อนรับและการลงทะเบียนมีความสะดวกและเป็นระบบ	4.38	0.90	มากที่สุด
4	สถานที่และระยะเวลาในการจัดกิจกรรมมีความเหมาะสม	4.38	0.81	มากที่สุด
5	วัสดุ อุปกรณ์ และพื้นที่สำหรับทำกิจกรรมมีความพร้อม	4.34	0.89	มากที่สุด
6	ทีมงานและผู้ดำเนินกิจกรรมให้คำแนะนำอย่างชัดเจนและเหมาะสม	4.48	0.84	มากที่สุด
	ด้านความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ	**4.44**	**0.85**	**มากที่สุด**
7	กิจกรรมช่วยให้เข้าใจเรื่องราวและคุณค่าของดินมายามากขึ้น	4.46	0.84	มากที่สุด
8	กิจกรรมช่วยให้เห็นคุณค่าของภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ชุมชนหน้าถ้ำ	4.38	0.83	มากที่สุด
9	กิจกรรมเปิดโอกาสให้ได้เรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง	4.48	0.84	มากที่สุด
10	กิจกรรมมีความสร้างสรรค์ สนุก และเหมาะสมกับผู้เข้าร่วม	4.44	0.93	มากที่สุด
	ด้านการต่อยอดและภาพรวมของกิจกรรม	**4.51**	**0.83**	**มากที่สุด**
11	มีศักยภาพในการพัฒนาเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน	4.55	0.81	มากที่สุด
12	ท่านมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมแต้มสีมายาในภาพรวม	4.48	0.86	มากที่สุด
	ภาพรวม 12 ข้อ	**4.42**	**0.85**	**มากที่สุด**

ตารางที่ 2.14 ความสนใจต่อยอดและการแนะนำกิจกรรมแต้มสีมายา

รายการ	จำนวนผู้ตอบ (คน)	จำนวน (คน)	ร้อยละ
พึงพอใจต่อกิจกรรมในภาพรวมระดับมากถึงมากที่สุด	50	44	88.00
สนใจหรือสนใจมากที่จะเข้าร่วมกิจกรรมอีก	42	40	95.24
แนะนำหรืออาจจะแนะนำกิจกรรมให้ผู้อื่น	50	49	98.00
สนใจผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีมายาเพิ่มเติม	50	33	66.00
สนใจกิจกรรมแต้มสีมายาเพิ่มเติม	50	28	56.00

ผู้เข้าร่วมมีความพึงพอใจต่อกิจกรรมแต้มสีมายาในภาพรวมระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.48, S.D. = 0.86) คิดเป็นร้อยละ 89.60 และผู้ตอบร้อยละ 88.00 พึงพอใจในระดับมากถึงมากที่สุด ความพึงพอใจทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านที่สูงที่สุด คือ ด้านการต่อยอดและภาพรวมของกิจกรรม ($\bar{x}$ = 4.51) รองลงมาคือ ด้านความรู้และประสบการณ์ที่ได้รับ ($\bar{x}$ = 4.44) ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ศักยภาพในการพัฒนาเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน ($\bar{x}$ = 4.55) รองลงมาคือ การเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริง และคำแนะนำของทีมงาน ($\bar{x}$ = 4.48 เท่ากัน) ส่วนข้อที่ต่ำที่สุด คือ ความครบถ้วนของรายละเอียดวัน เวลา และสถานที่ ($\bar{x}$ = 4.28) ซึ่งยังอยู่ในระดับมากที่สุด

ด้านความสนใจต่อยอด ผู้ตอบร้อยละ 95.24 สนใจเข้าร่วมกิจกรรมอีก และร้อยละ 98.00 จะแนะนำหรืออาจจะแนะนำกิจกรรมให้ผู้อื่น สิ่งที่สนใจต่อยอดมากที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีมายา (ร้อยละ 66.00) และกิจกรรมแต้มสีมายา (ร้อยละ 56.00) สะท้อนว่ากิจกรรมเชิงประสบการณ์ช่วยเปิดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้

กิจกรรมนี้เป็นจุดเริ่มต้นของการพัฒนาแต้มสีมายา จากกิจกรรมทดลองสู่บริการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชน กล่าวคือ ทดลองจัดกับผู้มาเยือนจริงครั้งแรกในกิจกรรมนี้ นำไปจำหน่ายเป็นบริการในราคา 15 บาทต่อคนในงาน BIKE COFFEE CRAFT 2026 (กิจกรรมที่ 7) และได้รับการบรรจุเป็น Workshop ในโปรแกรม Signature ตามรอยศรัทธาถ้ำพระนอน สู่ภูมิปัญญาดินมายา ของชุมชนท่องเที่ยวตำบลหน้าถ้ำ (กิจกรรมที่ 6) ผลการประเมินที่ผู้เข้าร่วมเห็นว่ากิจกรรมมีศักยภาพพัฒนาเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของชุมชนในระดับสูงสุด ($\bar{x}$ = 4.55) สนับสนุนทิศทางดังกล่าว

ขณะเดียวกัน บทบาทของกลุ่มสีมายาได้เปลี่ยนจากผู้รับการพัฒนาเป็นวิทยากรถ่ายทอดภูมิปัญญาในกิจกรรมของหน่วยงานระดับจังหวัด ซึ่งสะท้อนการยกระดับศักยภาพของกลุ่มด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 โดยตรง

ปัญหาและแนวทางแก้ไข ข้อที่ได้รับการประเมินต่ำที่สุด คือ ความครบถ้วนของรายละเอียดวัน เวลา และสถานที่ ($\bar{x}$ = 4.28) นอกจากนี้ ทุกข้อมีคำตอบในระดับน้อยหรือน้อยที่สุด 2–4 คำตอบ

ซึ่งอาจสะท้อนว่ามีผู้เข้าร่วมกลุ่มเล็กที่ยังไม่พึงพอใจต่อกิจกรรมโดยรวม เมื่อพัฒนากิจกรรมแต้มสีมายาเป็นบริการท่องเที่ยว กลุ่มควรจัดทำข้อมูลประชาสัมพันธ์ที่ระบุวัน เวลา สถานที่ ระยะเวลา และสิ่งที่ผู้เข้าร่วมจะได้รับให้ครบถ้วน และเก็บข้อเสนอแนะจากผู้เข้าร่วมทุกครั้ง เพื่อระบุสาเหตุของความไม่พึงพอใจและปรับปรุงบริการให้ตรงจุด



ภาพที่ 2.22 สื่อประชาสัมพันธ์กิจกรรม "แต้มสีมายา จากดินมายาสู่ผลงานสร้างสรรค์



ภาพที่ 2.23 ผู้เข้าร่วมกิจกรรมระบายสีจากดินมายาลงบนภาพลายเส้นอัตลักษณ์หน้าถ้ำ



ภาพที่ 2.24 ผลงานภาพวาดสีดินมายา "สีมายาหน้าถ้ำ" ของผู้เข้าร่วมกิจกรรม



ภาพที่ 2.25 กลุ่มสีมายาจัดแสดงและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ภายในงาน



ภาพที่ 2.26 ป้ายนิทรรศการความเป็นมาและแผนการพัฒนาของโครงการ

กิจกรรมที่ 8 เวทีสะท้อนผลและสรุปแนวทางต่อยอด Simaya Talk & Share สานต่อคุณค่าจากดินมายา

กิจกรรมที่ 8 เป็นกิจกรรมปิดการดำเนินงานของปีที่ 2 หลังจากกลุ่มสีมายาผ่านการพัฒนาครบทั้งด้านการจัดการธุรกิจ การตลาด และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยว กิจกรรมมีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนผลการดำเนินงานร่วมกับสมาชิกกลุ่ม ผู้เข้าร่วม และภาคีเครือข่าย ถอดบทเรียนจากการดำเนินงาน และกำหนดแนวทางต่อยอดในปีที่ 3 ผลของกิจกรรมนี้เป็นฐานของการสรุปผลในบทที่ 3 และข้อเสนอแนะในบทที่ 4

วิธีดำเนินการ

กิจกรรมจัดขึ้นเมื่อวันพุธที่ 9 กันยายน พ.ศ. 2569 ณ ที่ทำการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา มีผู้เข้าร่วมจำนวน 60 คน ดำเนินกระบวนการโดยคณะผู้ดำเนินโครงการ ได้แก่ อาจารย์ศุภาวิณี กิติวินิต ผู้ช่วยศาสตราจารย์อาอีเซาะส์ เบ็ญหาวัน และรองศาสตราจารย์ ดร.ชินีเพ็ญ มะลิสุวรรณ ซึ่งทำหน้าที่นำเสนอข้อมูล อำนวยกระบวนการ และถอดบทเรียนตามบทบาทในโครงการ

กิจกรรมประกอบด้วย 3 ขั้นตอน ดังนี้

1. การนำเสนอผลการดำเนินงาน คณะผู้ดำเนินโครงการนำเสนอความเชื่อมโยงระหว่างวัตถุประสงค์ กิจกรรม ผลผลิต และตัวชี้วัด พร้อมหลักฐานจากกิจกรรมที่ผ่านมา

2. การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ สมาชิกกลุ่มและผู้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์การนำความรู้ไปใช้ ปัญหาที่พบ และความคาดหวังต่อการพัฒนากลุ่ม

3. การกำหนดแนวทางต่อยอด ร่วมกันพิจารณาแนวทางการดำเนินงานในปีที่ 3 ภายใต้โจทย์ สีมายาจะก้าวต่อไปอย่างไร

ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานจำแนกได้ 3 ส่วน ดังนี้

1. การทบทวนผลการดำเนินงานร่วมกับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เวทีนี้เป็นครั้งแรกที่สมาชิกกลุ่ม ผู้เข้าร่วมจากกลุ่มอาชีพ และภาคีเครือข่ายได้เห็นผลการดำเนินงานของปีที่ 2 ในภาพรวม ผลที่นำมาทบทวนร่วมกัน ได้แก่ ระบบบริหารจัดการและระบบบัญชีที่กลุ่มใช้งานจริง ชุดสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์และการเผยแพร่ผ่าน Facebook ผลการทดลองตลาดในงาน BIKE COFFEE CRAFT 2026 และการบรรจุกิจกรรมของกลุ่มในโปรแกรมท่องเที่ยวของตำบล การทบทวนร่วมกันทำให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้าใจความเชื่อมโยงของกิจกรรมทั้งปี และใช้เป็นข้อมูลร่วมในการกำหนดทิศทางปีที่ 3

2. บทเรียนจากการดำเนินงาน คณะผู้ดำเนินโครงการถอดบทเรียนจากหลักฐานการดำเนินงานตลอดปีที่ 2 แล้วนำเสนอต่อเวที ผลสรุปแสดงดังตารางที่ 2.16

ตารางที่ 2.15 บทเรียนจากการดำเนินงานปีที่ 2 และแนวทางต่อยอดในปีที่ 3

ด้าน	ผลที่เกิดขึ้น	ประเด็นที่ต้องพัฒนา	แนวทางในปีที่ 3
ระบบบริหารจัดการ	กลุ่มปรับโครงสร้างเป็น 6 ฝ่าย และมีระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์พร้อม Dashboard (กิจกรรมที่ 4)	การบันทึกข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และการแยกรายได้จากกิจกรรมท่องเที่ยวออกจากรายได้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์	ติดตามการบันทึกข้อมูลอย่างต่อเนื่อง และต่อยอดระบบบริหารจัดการสู่กลไกธุรกิจเพื่อสังคม
การตลาดและช่องทางจำหน่าย	ผู้บริโภคร้อยละ 87.32 สนใจซื้อในอนาคต และเลือกผลิตภัณฑ์จากความเป็นเอกลักษณ์มากกว่าราคา (กิจกรรมที่ 7) กลุ่มมีชุดสื่อประชาสัมพันธ์และใช้ Facebook เผยแพร่ (กิจกรรมที่ 5)	ผู้สนใจ 44 คนยังไม่ตัดสินใจซื้อเนื่องจากต้องการข้อมูลวิธีใช้และการทดลองสัมผัสสินค้า และ ปีที่ 2 มุ่งพัฒนา Facebook ก่อน ช่องทางอื่นตามแผนพัฒนาในปีที่ 3	ขยายตลาดและพัฒนาระบบจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง (Simaya Go Beyond Market) รวมถึงช่องทางออนไลน์ตามแผน
เครือข่ายและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	กิจกรรมแต้มสีมายาพัฒนาจากการทดลองจัดร่วมกับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา สู่การจำหน่ายเป็นบริการ และได้รับการบรรจุในโปรแกรม Signature ของตำบล (กิจกรรม	ยังไม่มีข้อมูลการใช้บริการโปรแกรมท่องเที่ยวสำหรับประเมินผลทางเศรษฐกิจ และยังไม่มีการลงนามบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ	พัฒนาและทดลองใช้โปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับกลุ่มนักท่องเที่ยวจริง และพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจพร้อมลงนามบันทึกความร่วมมือ

ด้าน	ผลที่เกิดขึ้น	ประเด็นที่ต้องพัฒนา	แนวทางในปีที่ 3
	ที่ 6–7 และกิจกรรมบูรณาการความร่วมมือ)		
การถ่ายทอดและการนำความรู้ไปใช้	สมาชิกและเครือข่ายได้รับการถ่ายทอดความรู้ด้านการจัดการธุรกิจ การตลาด และการตลาดดิจิทัล (กิจกรรมที่ 2–5)	สมาชิกมีพื้นฐานด้านเทคโนโลยีแตกต่างกัน ต้องการคำแนะนำรายบุคคล และต้องเก็บหลักฐานการนำความรู้ไปใช้อย่างเป็นระบบ	ติดตามการนำไปใช้ด้วยแบบฟอร์มการนำผลงานวิจัยและพัฒนาไปใช้ประโยชน์ และเสริมทักษะแกนนำให้ถ่ายทอดต่อได้

หมายเหตุ: แนวทางในปีที่ 3 เป็นไปตามแผนการดำเนินงานในข้อเสนอโครงการต่อเนื่องปีที่ 3 ปีงบประมาณ พ.ศ. 2570

3. แนวทางต่อยอดสู่ปีที่ 3 บทเรียนข้างต้นชี้ว่า ปีที่ 2 ได้วางรากฐานด้านระบบบริหารจัดการ สื่อการตลาด และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวครบตามวัตถุประสงค์แล้ว แต่ผลทางเศรษฐกิจยังอยู่ในระยะเริ่มต้น ปีที่ 3 จึงควรมุ่งเปลี่ยนรากฐานดังกล่าวให้เป็นรายได้ที่วัดผลได้ ผ่าน 3 แนวทางที่สอดคล้องกับแผนในข้อเสนอโครงการปีที่ 3 ได้แก่ 1) การขยายตลาดและพัฒนาระบบจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง โดยจัดทำระบบตลาดออนไลน์ถาวรต่อยอดจากช่องทาง Facebook เพื่อรองรับผู้สนใจที่ยังไม่ได้ซื้อ ณ จุดจำหน่าย 2) การพัฒนาและทดลองใช้โปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์กับกลุ่มนักท่องเที่ยวจริง เพื่อเก็บข้อมูลรายได้และความพึงพอใจ และ 3) การพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจร่วมกับคณะทำงานการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนตำบลหน้าถ้ำและภาคีในพื้นที่ สู่การลงนามบันทึกความร่วมมือ

ปัญหาและแนวทางแก้ไข ผลการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเวทียังไม่ได้บันทึกเป็นลายลักษณ์อักษรอย่างเป็นระบบ รายงานส่วนนี้จึงนำเสนอบทเรียนที่ถอดจากหลักฐานการดำเนินงานเป็นหลัก ในปีที่ 3 คณะผู้ดำเนินโครงการจะกำหนดผู้บันทึกประจำเวที และใช้แบบบันทึกผลการสะท้อนผลที่มีหัวข้อชัดเจน ได้แก่ ความสำเร็จ ปัญหา และข้อเสนอแนะ เพื่อให้ได้ข้อมูลจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ตรวจสอบย้อนกลับได้ และใช้ประกอบการประเมินผลโครงการได้อย่างสมบูรณ์





ภาพที่ 2.27 การนำเสนอผลการดำเนินงานโครงการในเวที Simaya Talk & Share









ภาพที่ 2.28 ผู้เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้และร่วมกำหนดแนวทางต่อยอด

กิจกรรมที่ 9 สรุปและประเมินผลโครงการ

กิจกรรมที่ 9 เป็นขั้นตอนสุดท้ายของการดำเนินงานในปีที่ 2 มีวัตถุประสงค์เพื่อรวบรวม ตรวจสอบ และวิเคราะห์ผลการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์และตัวชี้วัดของโครงการ ประเมินผลลัพธ์ในมิติเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม และจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์เสนอต่อหน่วยงานต้นสังกัดและสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ตามเงื่อนไขของแพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE)

วิธีดำเนินการ

คณะผู้ดำเนินโครงการดำเนินการระหว่างเดือน มีนาคม ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2569 ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรวบรวมและตรวจสอบหลักฐาน รวบรวมเอกสารและหลักฐานจากกิจกรรมที่ 1–8 ได้แก่ ใบลงทะเบียน แบบสำรวจและแบบประเมิน ภาพถ่ายกิจกรรม ผลผลิตของกลุ่ม สื่อประชาสัมพันธ์ ข้อมูลยอดจำหน่าย และเอกสารความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก จากนั้นตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของข้อมูล โดยเฉพาะการนับรายชื่อผู้ได้รับการถ่ายทอดความรู้แบบไม่ซ้ำ เนื่องจากผู้เข้าร่วมบางส่วนเข้าร่วมมากกว่า 1 กิจกรรม

2. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสังเกตและการบันทึกภาคสนามด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา

3. การประเมินผลตามตัวชี้วัด เปรียบเทียบผลการดำเนินงานกับค่าเป้าหมายของตัวชี้วัดปีที่ 2 ประเมินผลการบรรลุวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ และคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจและอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (B/C ratio) พร้อมแสดงที่มาของข้อมูลและวิธีคำนวณ

4. การจัดทำรายงาน จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์พร้อมเอกสารประกอบ และรายงานความก้าวหน้าผ่านระบบคลินิกเทคโนโลยีออนไลน์ (CMO) รายไตรมาสตามเงื่อนไขของแหล่งทุน

ผลการดำเนินงาน

ผลการดำเนินงานจำแนกได้ 3 ส่วน ดังนี้

1. ชุดหลักฐานและฐานข้อมูลของโครงการ โครงการมีชุดหลักฐานประกอบการรายงานผลครบตามกิจกรรม แสดงดังตารางที่ 2.17

ตารางที่ 2.16 ชุดหลักฐานประกอบการสรุปและประเมินผลโครงการ

ประเภทหลักฐาน	รายการ	แหล่งที่มา
ข้อมูลฐานของกลุ่ม	ผลสำรวจศักยภาพทางธุรกิจ และแบบสำรวจความพร้อมรายบุคคล 15 ชุด	กิจกรรมที่ 1

ประเภทหลักฐาน	รายการ	แหล่งที่มา
ผลการประเมินการอบรม	แบบประเมินความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ 24 ชุด	กิจกรรมที่ 2–3
ผลผลิตด้านการจัดการ	แผนผังโครงสร้างที่ปรับเป็น 6 ฝ่าย และระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์พร้อม Dashboard	กิจกรรมที่ 4
ผลผลิตด้านการตลาด	ชุดสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ สื่อภาพผลิตภัณฑ์ 15 รายการ และคลิปวิดีโอ 16 คลิป	กิจกรรมที่ 5
หลักฐานเครือข่าย	คำสั่ง อบต.หน้าถ้ำ ที่ 205/2569 และชุดโปรแกรมท่องเที่ยวของตำบล	กิจกรรมที่ 6
ข้อมูลตลาดและยอดจำหน่าย	แบบสำรวจ Simaya Market Test 71 ชุด และยอดจำหน่ายรายวันที่รายงานต่อผู้จัดงาน	กิจกรรมที่ 7
หลักฐานความร่วมมือภายนอก	หนังสือเชิญจากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา และแบบประเมินกิจกรรมแต้มสีมายา 50 ชุด	กิจกรรมบูรณาการความร่วมมือ
หลักฐานทรัพย์สินทางปัญญา	คำขออนุสิทธิบัตร 2 รายการ ยื่นเมื่อวันที่ 3 กันยายน พ.ศ. 2569	มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

2. ผลการประเมินตามตัวชี้วัดและวัตถุประสงค์ ผลการเปรียบเทียบกับค่าเป้าหมายของตัวชี้วัดปีที่ 2 ผลการบรรลุวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ และการคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจและ B/C ratio นำเสนอในบทที่ 3

3. รายงานและการรายงานผลต่อแหล่งทุน คณะผู้ดำเนินโครงการจัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์ประกอบด้วย 4 บท พร้อมเอกสารประกอบในภาคผนวก และดำเนินการรายงานผลตามเงื่อนไขของแพลตฟอร์ม BCE

ปัญหาและแนวทางแก้ไข การรวบรวมหลักฐานพบว่า ข้อมูลบางส่วนยังไม่ได้บันทึกอย่างเป็นระบบตั้งแต่ระหว่างการดำเนินงาน โดยเฉพาะข้อมูลรายได้ของกลุ่มในช่วงก่อนเริ่มโครงการซึ่งใช้เป็นค่าฐานสำหรับเปรียบเทียบ และบันทึกผลการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในเวทีสะท้อนผล ทำให้การประเมินผลบางส่วนต้องอาศัยหลักฐานทางอ้อม

แนวทางแก้ไขในปีที่ 3 คือ กำหนดผู้รับผิดชอบการจัดเก็บข้อมูลประจำกิจกรรม ใช้แบบบันทึกมาตรฐานตั้งแต่กิจกรรมแรก และใช้ระบบบัญชีของกลุ่มที่พัฒนาในกิจกรรมที่ 4 บันทึกรายรับรายจ่ายอย่างต่อเนื่อง โดยแยกรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ออกจากรายได้จากกิจกรรมท่องเที่ยว เพื่อให้ข้อมูลมูลค่าทางเศรษฐกิจในปีถัดไปตรวจสอบย้อนกลับได้ทั้งหมด

บทที่ 3
ผลการดำเนินงาน

โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน (ปีที่ 2) มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจสีมายาให้มีระบบบริหารจัดการที่ชัดเจน โปร่งใส และดำเนินธุรกิจบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน เพื่อส่งเสริมการตลาดและขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีมายาทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ และเพื่อยกระดับศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายาด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

บทนี้นำเสนอผลการดำเนินงานที่สังเคราะห์จากหลักฐานของกิจกรรมทั้ง 9 กิจกรรม ร่วมกับกิจกรรมบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก ตามที่รายงานไว้ในบทที่ 2 โดยใช้ฐานข้อมูลจากแบบสำรวจความพร้อมและความต้องการของคณะกรรมการกลุ่ม แบบเก็บข้อมูลฐานธุรกิจจากผู้ให้ข้อมูลหลัก แบบประเมินความพึงพอใจและการนำไปใช้ประโยชน์ แบบสำรวจการตอบรับของตลาด บันทึกบัญชีและยอดสรุปรายได้ของกลุ่ม เอกสารคำสั่งและหนังสือราชการของภาคีเครือข่าย และเอกสารการยื่นคำขอรับความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ การสังเกตการณ์ และคำถามปลายเปิด โดยระบุจำนวนผู้ตอบกำกับทุกรายการที่มีฐานการคำนวณต่างกัน และแสดงเกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยไว้ใต้ตารางที่เกี่ยวข้อง

การนำเสนอเรียงลำดับจากบริบทของพื้นที่และความต้องการของกลุ่ม ไปสู่ผลการบูรณาการพันธกิจ ผลตามตัวชี้วัด และผลด้านเครือข่าย เพื่อให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างโจทย์ของชุมชน กระบวนการพัฒนา และผลลัพธ์ที่เกิดขึ้น ประกอบด้วยหัวข้อดังนี้

1. ผลการดำเนินงานตามชุมชนและพื้นที่เป้าหมาย
2. ผลการสำรวจความต้องการ
3. ผลการบูรณาการโครงการกับพันธกิจอื่น ๆ
4. ผลการดำเนินงานตามเป้าหมายและตัวชี้วัด
5. ผลการดำเนินงานภาคีเครือข่าย

นอกจากนี้ บทนี้ยังรายงานผลการดำเนินงานด้านทรัพย์สินทางปัญญา ผลการเผยแพร่ผลงาน และผลการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคม ตามรูปแบบรายงานที่กำหนด

ผลการดำเนินงานตามชุมชนและพื้นที่เป้าหมาย

การดำเนินโครงการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 กำหนดพื้นที่เป้าหมาย ณ บ้านหน้าถ้ำ ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา โดยมีวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา บ้านหน้าถ้ำ เป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของการพัฒนา กลุ่มก่อตั้งเมื่อ พ.ศ. 2558 ปัจจุบันมีสมาชิก 15 คน โดยมี นางเนาวรัตน์ น้อยพงษ์ เป็นประธานกลุ่ม โครงการมีลักษณะเป็นโครงการต่อเนื่องปีที่ 2 ภายใต้กรอบการดำเนินงานระยะ 3 ปี ระหว่างปีงบประมาณ พ.ศ. 2568–2570 โดยพัฒนาต่อยอดจากฐานทรัพยากร ภูมิปัญญา และผลิตภัณฑ์ของชุมชน ไปสู่การยกระดับระบบการจัดการธุรกิจ การตลาด และการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายาเป็นกลุ่มชุมชนที่นำดินมายาและวัสดุธรรมชาติในท้องถิ่นมาใช้เป็นฐานในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม โดยการดำเนินงานของกลุ่มเชื่อมโยงองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น การผลิต งานหัตถกรรม และเรื่องราวของพื้นที่เข้าด้วยกัน ฐานทรัพยากรและองค์ความรู้ดังกล่าวจึงเป็นทุนสำคัญของพื้นที่ที่สามารถต่อยอดได้ทั้งในมิติของผลิตภัณฑ์ชุมชนและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ทั้งนี้ พื้นที่ตำบลหน้าถ้ำยังมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่น ได้แก่ ถ้ำพระนอน ถ้ำมืด และถ้ำศิลป์ ซึ่งเอื้อต่อการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเข้าสู่ห่วงโซ่การท่องเที่ยวของชุมชน

สำหรับการดำเนินงานในปีที่ 2 โครงการมุ่งยกระดับจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์และองค์ความรู้ในระยะที่ผ่านมา ไปสู่การเสริมสร้างขีดความสามารถในการจัดการธุรกิจของกลุ่มอย่างเป็นระบบ โดยให้ความสำคัญกับ 3 มิติที่สัมพันธ์กัน ได้แก่ การพัฒนาระบบบริหารจัดการธุรกิจภายในกลุ่ม การพัฒนาการตลาดและช่องทางจำหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ และการเชื่อมโยงผลิตภัณฑ์และภูมิปัญญาของกลุ่มกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องโดยตรงกับวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อของโครงการ

ในเชิงกลุ่มเป้าหมาย โครงการกำหนดค่าเป้าหมายในปีที่ 2 ให้มีผู้ได้รับการถ่ายทอดความรู้หรือเทคโนโลยีจำนวน 35 คน โดยเปิดให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชน ตัวแทนชุมชน และผู้เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมตามลักษณะของแต่ละกิจกรรม ตั้งแต่การสำรวจศักยภาพและความต้องการ การพัฒนาแบบจำลองธุรกิจและแผนการตลาด การพัฒนาระบบบริหารจัดการ การสื่อสารการตลาด การทดลองตลาด ตลอดจนการสะท้อนผลและถอดบทเรียนร่วมกัน

ผลการดำเนินงานเชิงพื้นที่ในปีที่ 2 มีกิจกรรมที่ดำเนินการในพื้นที่รวม 9 กิจกรรม และกิจกรรมบูรณาการความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกอีก 1 กิจกรรม โดยกิจกรรมส่วนใหญ่จัด ณ ที่ทำการกลุ่ม และมีบางกิจกรรมจัดในพื้นที่อื่นตามลักษณะของงาน ได้แก่ องค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ วัดคูหาภิมุข และสวนขวัญเมือง อำเภอเมืองยะลา

ผลจากการดำเนินงานจึงสะท้อนลักษณะการพัฒนาแบบต่อเนื่อง โดยใช้วิสาหกิจชุมชนสีมายาเป็นฐานของกระบวนการพัฒนา และเชื่อมโยงสมาชิกชุมชน ผู้รับบริการ นักศึกษา และภาคีที่เกี่ยวข้องเข้ากับกิจกรรมตามบทบาทที่แตกต่างกัน ส่งผลให้พื้นที่ดำเนินงานไม่ได้ทำหน้าที่เพียงเป็นสถานที่จัดกิจกรรม แต่เป็นพื้นที่เรียนรู้และทดลองประยุกต์ใช้องค์ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจ การตลาด และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในบริบทจริงของชุมชน ดังปรากฏในงวดบัญชีที่ 76 ซึ่งกลุ่มมีรายได้จากการเป็นแหล่งเรียนรู้และการสาธิตให้แก่หน่วยงานและสถาบันการศึกษาภายนอก

กลุ่มเป้าหมาย วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา บ้านหน้าถ้ำ จำนวน 1 กลุ่ม สมาชิก 15 คน

ลำดับ	ชุมชน/กลุ่ม/โรงเรียน	หมู่บ้าน	หมู่ที่	ตำบล	อำเภอ	จังหวัด	ปีที่ได้ดำเนินการในพื้นที่ (25xx - 25xx)
1	วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา บ้านหน้าถ้ำ	บ้านหน้าถ้ำ	1	หน้าถ้ำ	เมืองยะลา	ยะลา	2568–2570

ผลการสำรวจความต้องการ

โครงการสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายก่อนออกแบบกิจกรรม โดยใช้เครื่องมือ 2 ชุด ได้แก่ แบบสำรวจความพร้อมรายบุคคลจากคณะกรรมการกลุ่ม 15 คน และแบบเก็บข้อมูลฐานธุรกิจ ตลาด และข้อมูลประกอบการออกแบบโมเดลธุรกิจและแผนการตลาด ซึ่งเก็บจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 2 ราย คือ ประธานและรองประธานกลุ่ม ดำเนินการเมื่อวันที่ 14 มีนาคม พ.ศ. 2569 ณ ที่ทำการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา

ความพร้อมของกลุ่มในภาพรวม

ผลการสำรวจความพร้อมในการพัฒนาธุรกิจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.86, S.D. = 0.20) เมื่อจำแนกรายด้าน ด้านการจัดการธุรกิจและด้านความพร้อมของแกนนำมีค่าเฉลี่ยเท่ากันที่ 3.92 ส่วนด้านการตลาดมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{x}$ = 3.78) และพบผู้มีศักยภาพพัฒนาเป็นแกนนำของกลุ่มจำนวน 10 คน เมื่อพิจารณารายข้อ ประเด็นที่สมาชิกประเมินตนเองไว้ในระดับปานกลาง คือ ความสามารถในการใช้สื่อออนไลน์พื้นฐาน ($\bar{x}$ = 3.20) และความพร้อมในการร่วมคิดช่องทางจำหน่ายใหม่ ($\bar{x}$ = 3.13) ขณะที่สมาชิกเห็นความสำคัญของการสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.20) ผลดังกล่าวชี้ว่ากลุ่มตระหนักถึงคุณค่าของการตลาดแล้ว แต่ยังขาดทักษะเชิงปฏิบัติในการนำไปใช้จริง

สภาพการดำเนินงานของกลุ่มก่อนการพัฒนา

ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักแสดงว่า กลุ่มมีสมาชิก 15 คน โดยมีสมาชิกที่ปฏิบัติงานสม่ำเสมอ 11 คน มีโครงสร้างการบริหาร 5 ฝ่าย ได้แก่ ฝ่ายบริหารจัดการ ฝ่ายควบคุมการผลิต ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ฝ่ายการตลาด และฝ่ายจัดหาวัตถุดิบ โดยสมาชิกรับผิดชอบงานการเงินและบัญชี และงานประชาสัมพันธ์ร่วมด้วย กลุ่มมีการประชุมทั้งตามรอบปกติและการประชุมเฉพาะกิจเมื่อมีงานเร่งด่วน สมาชิกยึดถือมติและข้อตกลงของกลุ่มเป็นแนวปฏิบัติร่วมกัน จุดแข็งที่ผู้ให้ข้อมูลระบุตรงกัน คือ ความสามัคคี การมีส่วนร่วมของสมาชิก และการใช้ทรัพยากรของชุมชนเป็นฐานการผลิต ซึ่งทำให้กลุ่มเป็นที่ยอมรับของหน่วยงานและบุคคลทั่วไป

ด้านผลิตภัณฑ์และบริการ กลุ่มมีผลิตภัณฑ์หลากหลาย ทั้งผ้าชิ้น ผ้าคลุมไหล่ ผ้าพันคอ และผลิตภัณฑ์แปรรูป เช่น กระเป๋ารูปแบบต่าง ๆ หมวก และกางเกง นอกจากนี้ยังให้บริการเป็นแหล่งเรียนรู้แก่นักเรียน นักศึกษา และประชาชนทั่วไป และเคยจัดกิจกรรม Workshop การย้อมผ้าและการระบายสีให้แก่คณะผู้มาเยือนแล้ว แสดงว่ากลุ่มมีทุนเดิมด้านการจัดกิจกรรมเชิงประสบการณ์อยู่ก่อนเริ่มโครงการปีที่ 2

ด้านรายได้และการเงิน แหล่งรายได้หลักของกลุ่มมาจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ การรับคำสั่งผลิตจากลูกค้า และการให้บริการเป็นแหล่งเรียนรู้ กลุ่มมีการบันทึกรายรับรายจ่ายและสรุปบัญชีทุก 28 วันทำการ ซึ่งเป็นรอบการแบ่งผลประโยชน์ให้สมาชิกตามหลักการทำมากได้มากทำน้อยได้น้อย จากยอดสรุปบัญชีของกลุ่ม รายได้รวมในปี พ.ศ. 2567 ซึ่งเป็นปีก่อนเข้าร่วมโครงการ เท่ากับ 262,880 บาท หรือเฉลี่ยเดือนละประมาณ 21,907 บาท ซึ่งใช้เป็นค่าฐานของการประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจในหัวข้อผลกระทบทางเศรษฐกิจ ต้นทุนที่สูงที่สุด คือ ผ้าซึ่งต้องจัดซื้อจากภายนอกชุมชน ขณะที่ดินมายาและวัสดุให้สีจากพืชจัดหาได้ในพื้นที่ ข้อจำกัดสำคัญที่กลุ่มระบุ คือ ยังไม่มีบัญชีต้นทุนต่อหน่วยครบทุกผลิตภัณฑ์ และยังไม่มีการบันทึกจำนวนการผลิต ยอดจำหน่าย และสินค้าคงเหลืออย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นความต้องการพัฒนาที่นำไปสู่การออกแบบกิจกรรมที่ 4 ของโครงการ

ด้านการผลิต กลุ่มผลิตทั้งตามคำสั่งซื้อและตามสต็อก มีการวางแผนการผลิตล่วงหน้าและมีสมาชิกทำหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพก่อนจำหน่าย อย่างไรก็ตาม กลุ่มยังไม่มีการบันทึกจำนวนการผลิต จำนวนที่จำหน่าย และสินค้าคงเหลือ โดยใช้วิธีตรวจนับจากของจริง และยังไม่มีการคำนวณต้นทุนต่อชิ้นครบทุกผลิตภัณฑ์ ปัญหาที่พบในกระบวนการผลิต คือ สภาพอากาศในฤดูฝนซึ่งทำให้ผลิตผ้าได้น้อยลง

ด้านตลาดและลูกค้า ลูกค้าหลักของกลุ่มประกอบด้วยนักท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐและเอกชน นักเรียนและนักศึกษา และประชาชนทั่วไป ทั้งในจังหวัดยะลาและต่างจังหวัด โดยตัดสินใจซื้อจากความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การใช้สีจากธรรมชาติ และคุณภาพของงานฝีมือ ช่องทางจำหน่ายที่ใช้อยู่ ได้แก่ หน้าร้านของกลุ่ม การออกบูธในงานต่าง ๆ และการสั่งซื้อผ่านช่องทาง

ออนไลน์ของกลุ่ม ส่วนข้อกังวลที่ลูกค้าสอบถามบ่อยที่สุดก่อนตัดสินใจซื้อ คือ ความคงทนของสีและระยะเวลาในการผลิตตามคำสั่งซื้อ

ความต้องการพัฒนาของกลุ่ม

เมื่อประมวลปัญหาและความต้องการที่ผู้ให้ข้อมูลระบุ พบว่าความต้องการพัฒนาของกลุ่มจำแนกได้ 3 ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อของโครงการ ดังตารางที่ 3.1

ตารางที่ 3.1 ปัญหาและความต้องการพัฒนาของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา

ด้าน	ปัญหาที่กลุ่มระบุ	ความต้องการพัฒนา
ระบบบริหารจัดการ	ยังไม่มีบัญชีต้นทุนรายผลิตภัณฑ์และไม่มีการบันทึกจำนวนการผลิตและสินค้าคงเหลือ	จัดทำระบบบัญชีและการคำนวณต้นทุนต่อชิ้นของทุกผลิตภัณฑ์
การตลาดและช่องทางจำหน่าย	ขาดทักษะการใช้สื่อและเทคโนโลยีการประชาสัมพันธ์และการจำหน่ายออนไลน์ยังไม่ได้ผลเท่าที่ควร	พัฒนาทักษะการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์และขยายโอกาสทางการตลาดในทุกช่องทาง
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์	รายได้ลดลงตามจำนวนนักท่องเที่ยวที่ลดลง และยังขาดองค์ความรู้และอุปกรณ์สำหรับจัดกิจกรรม	พัฒนารูปแบบการสาธิตการทำผ้าสีมายาให้ผู้มาเยือนได้ลงมือปฏิบัติจริงและดึงผู้มาเยือนเข้ามาร่วมกิจกรรม ณ ที่ทำการกลุ่ม

จากตารางข้างต้น จะเห็นว่าปัญหาทั้ง 3 ด้านมีความเชื่อมโยงกัน กล่าวคือ การไม่มีระบบบันทึกข้อมูลการผลิตและต้นทุนทำให้กลุ่มไม่สามารถกำหนดราคาที่สะท้อนต้นทุนจริงและไม่สามารถประเมินผลการจำหน่ายได้ ขณะที่ข้อจำกัดด้านทักษะดิจิทัลทำให้ช่องทางออนไลน์ที่มีอยู่ยังไม่ถูกใช้ให้เกิดยอดขาย และการที่รายได้ผูกกับจำนวนนักท่องเที่ยวทำให้กลุ่มมีความเสี่ยงเมื่อจำนวนผู้มาเยือนลดลง ความต้องการของกลุ่มจึงไม่ใช่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่เป็นการสร้างระบบและช่องทางที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ซึ่งมีอยู่แล้วเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้นและมีการบริหารจัดการที่ตรวจสอบได้

เมื่อสอบถามถึงสิ่งที่กลุ่มต้องการให้โครงการปีที่ 2 ช่วยแก้ไขมากที่สุด ผู้ให้ข้อมูลระบุตรงกันว่าเป็นเรื่องการขยายโอกาสทางการตลาดในทุกช่องทาง และเมื่อให้เลือกเพียง 3 เรื่องที่ควรดำเนินการก่อน กลุ่มจัดให้การตลาดเป็นลำดับแรก ส่วนทิศทางระยะยาว กลุ่มต้องการเห็นการเข้ามามีบทบาทของสมาชิกรุ่นใหม่ที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี และต้องการสร้างความสัมพันธ์กับเครือข่ายในตำบลหน้าถ้ำให้มากขึ้นกว่าเดิม

การนำผลการสำรวจไปใช้ออกแบบกิจกรรม

ผลการสำรวจข้างต้นถูกนำไปใช้ออกแบบกิจกรรมของโครงการโดยตรง ความต้องการด้านระบบบริหารจัดการนำไปสู่กิจกรรมที่ 2 การอบรมการจัดการธุรกิจชุมชน และกิจกรรมที่ 4 การพัฒนาระบบบริหารจัดการกลุ่ม ซึ่งนำไปสู่การปรับโครงสร้างการบริหารเป็น 6 ฝ่าย และการพัฒนาระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ ความต้องการด้านการตลาดและช่องทางจำหน่ายนำไปสู่กิจกรรมที่ 3 การจัดทำแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ กิจกรรมที่ 5 การอบรมการสื่อสารแบรนด์และการตลาดดิจิทัล และกิจกรรมที่ 7 การทดลองจำหน่ายจริง ส่วนความต้องการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์นำไปสู่กิจกรรมที่ 6 การเชื่อมโยงกลุ่มเข้ากับเครือข่ายการท่องเที่ยวของตำบล และการพัฒนากิจกรรมแต้มสีมายาให้เป็นบริการที่จำหน่ายได้จริง

นอกจากนี้ ข้อมูลด้านอัตลักษณ์ที่กลุ่มให้ไว้ยังถูกนำไปใช้ในการออกแบบการสื่อสารแบรนด์ โดยเฉพาะแนวคิดที่กลุ่มใช้อธิบายตนเองว่าผลิตภัณฑ์ทุกชิ้นมาจากเรื่องเล่าของชุมชนและภูมิปัญญาท้องถิ่น แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับผลการทดลองตลาดในกิจกรรมที่ 7 ซึ่งพบว่าผู้บริโภคเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สีมายาจากความเป็นเอกลักษณ์มากกว่าปัจจัยด้านราคา

ผลการบูรณาการโครงการกับพันธกิจอื่นๆ

การบูรณาการโครงการบริการวิชาการกับการเรียนการสอน

1. หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเคมีประยุกต์ รหัสวิชา 141023030 เคมีของการย้อมสิ่งทอและหัตถกรรมท้องถิ่น (Chemistry of Local Textile and Handicrafts Dyeing)

2. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และการจัดงานรหัสวิชา 331274031 ผู้ประกอบการนวัตกรรมธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และการจัดงาน (Entrepreneurship and Innovation in Tourism Hotel and Event Business)

โครงการได้บูรณาการกับการเรียนการสอนใน 2 รายวิชา จาก 2 หลักสูตร ได้แก่ รายวิชาเคมีของการย้อมสิ่งทอและหัตถกรรมท้องถิ่น หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเคมีประยุกต์ และรายวิชาผู้ประกอบการนวัตกรรมธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และการจัดงาน หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และการจัดงาน ทั้งสองรายวิชาใช้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายาเป็นโจทย์จริงของการเรียนรู้ แต่มองจากคนละมิติ รายวิชาแรกเน้นด้านวิทยาศาสตร์ของกระบวนการย้อม ส่วนรายวิชาที่สองเน้นด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจและการท่องเที่ยว รายละเอียดมีดังนี้

1) รายวิชาเคมีของการย้อมสิ่งทอและหัตถกรรมท้องถิ่น

โครงการได้บูรณาการองค์ความรู้และทรัพยากรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายาเข้ากับรายวิชา 141023030 เคมีของการย้อมสิ่งทอและหัตถกรรมท้องถิ่น (Chemistry of Local

Textile and Handicrafts Dyeing) จำนวน 3(1-4-4) หน่วยกิต หลักสูตรวิทยาศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเคมีประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา จัดการเรียนการสอนในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2569 มีผู้ช่วยศาสตราจารย์อาอีเซาะส์ เบ็ญหาวัน เป็นอาจารย์ผู้สอน และมีนักศึกษาลงทะเบียนเรียน 16 คน คำอธิบายรายวิชาครอบคลุมประเภทของสีย้อม สารช่วยย้อม กระบวนการและมาตรฐานการย้อม การย้อมสีธรรมชาติจากพืชในท้องถิ่น ปัจจัยที่มีผลต่อความคงทนของสีย้อม และการตกแต่งสำเร็จ ขอบเขตดังกล่าวสอดคล้องโดยตรงกับกระบวนการผลิตสีมายา ซึ่งเป็นสีย้อมที่ได้จากการผสมดินมายากับสีจากพืชท้องถิ่น

การบูรณาการดำเนินการในบทที่ 3 กระบวนการย้อมสีสิ่งทอและหัตถกรรม หัวข้อเทคนิคการย้อมสีพื้นบ้านและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยใช้กระบวนการย้อมสีมายาของกลุ่มเป็นกรณีศึกษาในชั่วโมงปฏิบัติการ นักศึกษาได้ฝึกชั่งวัตถุดิบ ใช้สารช่วยติดสี ควบคุมอุณหภูมิและเวลาในการย้อม และเปรียบเทียบเฉดสีที่ได้จากเงื่อนไขต่างกัน การบูรณาการนี้มีความหมายต่อกลุ่มโดยตรง เพราะข้อมูลฐานธุรกิจจากกิจกรรมที่ 1 พบว่าลูกค้ากังวลเรื่องสีตก ขณะเดียวกันนักศึกษาได้เรียนรู้หลักเคมีการย้อมจากภูมิปัญญาจริงในพื้นที่ จึงเป็นประโยชน์ทั้งต่อผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชาและต่อการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของชุมชน



ภาพที่ 3.1 ภาพนักศึกษาปฏิบัติการ

2) รายวิชาผู้ประกอบการนวัตกรรมธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และการจัดงาน

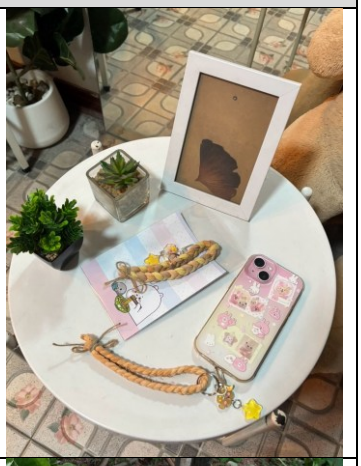
โครงการได้บูรณาการกับรายวิชา 331274031 ผู้ประกอบการนวัตกรรมธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และการจัดงาน (Entrepreneurship and Innovation in Tourism Hotel and Event Business) จำนวน 6(3-6-9) หน่วยกิต หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และการจัดงาน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา จัดการเรียนการสอนในภาคการศึกษาที่ 1 ปีการศึกษา 2569 มีอาจารย์ภานุวัฒน์ ศรีมาฆะ และอาจารย์ศุภาวิณี กิติวินิต เป็น

อาจารย์ผู้สอน และมีนักศึกษาลงทะเบียนเรียน 22 คน คำอธิบายรายวิชาครอบคลุมนวัตกรรมและกระบวนการการเป็นผู้ประกอบการ การวิเคราะห์สถานการณ์และแนวโน้มธุรกิจ แนวคิดเชิงนวัตกรรมการผลิตสินค้าใหม่ และการฝึกปฏิบัติการเขียนแผนธุรกิจ โดยคำนึงถึงจรรยาบรรณทางธุรกิจ รายวิชานี้จึงใช้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายาเป็นโจทย์จริงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อธุรกิจและการท่องเที่ยวได้

การบูรณาการดำเนินการผ่านใบงานกิจกรรมที่ 4 การพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์นวัตกรรมจากผ้าสีมายาเพื่อเพิ่มคุณค่าทางธุรกิจและการท่องเที่ยว ซึ่งเป็นงานกลุ่ม 15 คะแนน ระยะเวลา 3 สัปดาห์ สอดคล้องกับผลลัพธ์การเรียนรู้รายวิชา CLO2 และ CLO3 นักศึกษาแบ่งเป็น 3 กลุ่มตามขอบเขตผลิตภัณฑ์ ได้แก่ กลุ่มออกแบบ กลุ่มเครื่องประดับ และกลุ่มผลิตภัณฑ์ แต่ละกลุ่มใช้ข้อมูลจากการศึกษาผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่มสีมายา การศึกษาตลาดในกิจกรรมทดลองจำหน่ายจริง Simaya Creative Market ณ งาน BIKE COFFEE CRAFT 2026 และผลการวิเคราะห์ Business Model Canvas เป็นฐานในการพัฒนา กระบวนการทำงานของทุกกลุ่มดำเนินไปตามลำดับเดียวกัน คือ วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เดิมและกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย สร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์อย่างน้อย 3 แนวคิด ตรวจสอบแนวคิดกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและสมาชิกกลุ่มสีมายา คัดเลือกแนวคิดที่เหมาะสมที่สุด พัฒนาต้นแบบ ทดสอบต้นแบบกับผู้ให้ข้อมูลทั้งสองกลุ่มอีกครั้ง แล้วปรับปรุงต้นแบบก่อนสรุปเป็นแนวคิดผลิตภัณฑ์สำหรับจัดทำแผนธุรกิจในกิจกรรมถัดไปของรายวิชาผลการดำเนินงานได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์กลุ่มละ 1 รายการ รวม 3 รายการ ดังแสดงในตารางที่ 3.2

ตารางที่ 3.2 ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากการบูรณาการกับรายวิชาผู้ประกอบการนวัตกรรมธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และการจัดงาน

ต้นแบบผลิตภัณฑ์	ลักษณะและการใช้อัตลักษณ์สีมายา	ราคาขายที่เสนอ (บาท)	ภาพผลงาน
กระเป๋าธรรมชาติในสีมายา	ลวดลาย Doodle 4 ช่อง จากดิน ใบไม้ ดอกไม้ และดวงอาทิตย์ สกรีนสีขาวบนผ้ามัดย้อมโทนสีมายา	299	

ต้นแบบผลิตภัณฑ์	ลักษณะและการใช้อัตลักษณ์สีมายา	ราคาขายที่เสนอ (บาท)	ภาพผลงาน
Maya Color Strap	สายคล้องโทรศัพท์ถักเปียจากผ้าสีมายา ใช้เศษผ้าจากการผลิต	49 ชุดของขวัญ 59	
Simaya Home Classic	ผ้ารองหม้อและผ้ารองแก้วจากผ้ามัดย้อมสีมายา 3 โทนสี ได้แก่ สีดินมายา สีใบหูกวาง และสีเปลือกมังคุด	สายคล้อง 49 ชุดของขวัญ 59 ผ้ารองหม้อ 79 ผ้ารองแก้ว 39 พิเศษ 3 ชิ้น 100 ชุดกล่องของขวัญ 119	

จากตารางที่ 3.2 นักศึกษาทั้ง 3 กลุ่มพัฒนาต้นแบบเป็นชิ้นงานจริง มีระดับราคาตั้งแต่ 39 ถึง 299 บาท ครอบคลุมทั้งของใช้ส่วนบุคคล ของใช้ในบ้าน และของที่ระลึก ทุกกลุ่มนำต้นแบบไปทดสอบกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและสมาชิกกลุ่มสีมายา แล้วปรับปรุงตามผลการทดสอบ รายละเอียดของแต่ละผลิตภัณฑ์มีดังนี้

กระเป๋าธรรมชาติในสีมายา ของกลุ่มออกแบบ เป็นกระเป๋าผ้าตัดเย็บสำเร็จ กลุ่มสีมายาผลิตกระเป๋าอยู่แล้ว ความใหม่ของต้นแบบนี้จึงอยู่ที่ลวดลาย ไม่ใช่ประเภทสินค้า นักศึกษานำเรื่องราวที่มาของสีมายา คือ ดิน ใบไม้ ดอกไม้ และดวงอาทิตย์ มาสร้างเป็นลวดลาย Doodle แล้วสกรีนลงบนผ้ามัดย้อม ต้นแบบฉบับแรกใช้ลวดลายกระจายทั่วผืนผ้า ผลการทดสอบพบว่าลวดลายมีรายละเอียดมากและดูไม่เป็นระเบียบ นักศึกษาจึงปรับเป็นลวดลาย 4 ช่องแนวนอน ลดรายละเอียดที่ซับซ้อน และจัดทำบล็อกสกรีนที่ใช้ผลิตซ้ำได้



ภาพที่ 3.2 นักศึกษากลุ่มออกแบบนำเสนอบล็อกสกรีนและต้นแบบกระเป๋า "ธรรมชาติในสีมายา" ในชั้นเรียนรายวิชาผู้ประกอบการนวัตกรรมธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และการจัดงาน]

Maya Color Strap ของกลุ่มเครื่องประดับ เป็นสายคล้องโทรศัพท์ถักเปียจากผ้าสีมายา ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใหม่ของกลุ่ม และใช้เศษผ้าจากการผลิตเดิมเป็นวัตถุดิบ ผลการทดสอบพบว่าลูกค้าชอบสีและลวดลายของผ้า แต่จุดเชื่อมระหว่างสายกับตะขอยังไม่แข็งแรง และบางชิ้นถักไม่แน่น นักศึกษาจึงเสริมจุดเชื่อม เพิ่มเชือกด้านในสาย ทำให้ปรับความยาวได้ และพัฒนารูปแบบชุดของขวัญบรรจุถุงใส ดังภาพที่ 3.3



ภาพที่ 3.3 ต้นแบบ Maya Color Strap สายคล้องโทรศัพท์ถักเปียจากผ้าสีมายา

Simaya Home Classic ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ เป็นผ้ารองหม้อและผ้ารองแก้วจากผ้ามัดย้อมสีมายา ซึ่งขยายการใช้ผ้าสีมายาไปสู่ของใช้ในบ้าน และใช้เศษผ้าจากการผลิตเสื้อได้ นักศึกษาพัฒนาเป็น 3 รูปแบบ คือ ผ้ารองหม้อ ผ้ารองแก้ว และชุดกล่องของขวัญ ผลการทดสอบพบว่าลูกค้ายอมรับรูปแบบและราคา ส่วนสมาชิกกลุ่มสีมายาเสนอให้กำหนดระยะตะเข็บให้เท่ากันทุกชิ้น และตรวจสอบวัสดุกันความร้อน เพื่อให้ผลิตซ้ำได้คุณภาพใกล้เคียงกัน ดังภาพที่ 3.4



ภาพที่ 3.4 ต้นแบบ Simaya Home Classic (ก) ผ้ารองหม้อ (ข) ผ้ารองแก้ว จากผ้ามัดย้อมสีมายา ผลงานนักศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์

การปรับปรุงต้นแบบของทั้ง 3 กลุ่มแสดงว่านักศึกษาใช้ข้อมูลจากลูกค้าและผู้ผลิตจริงประกอบการตัดสินใจเชิงธุรกิจ ซึ่งเป็นสาระสำคัญของผลลัพธ์การเรียนรู้ CLO2 และ CLO3 ของรายวิชา การทดสอบยังพบประเด็นที่ต้องพิสูจน์เพิ่มเติมก่อนนำต้นแบบเข้าสู่การผลิตของกลุ่มกระเป๋าธรรมชาติในสีมายา และ Simaya Home Classic ต้องทดสอบความคงทนของสีหลังการซัก Maya Color Strap ต้องทดสอบความแข็งแรงของตะขอในการใช้งานจริง และทุกผลิตภัณฑ์ต้องตรวจสอบต้นทุนเมื่อผลิตในจำนวนมาก

การบูรณาการโครงการบริการวิชาการกับการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม

1. โครงการส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนต้นแบบ เที่ยวชุมชน ยลวิถี สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน จังหวัดยะลา ผู้รับผิดชอบ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 แหล่งทุน สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลาดำเนินโครงการส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนต้นแบบ เที่ยวชุมชน ยลวิถี สู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน จังหวัดยะลา เพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพของชุมชนต้นแบบ เที่ยวชุมชน ยลวิถี ระดับจังหวัด หมู่บ้านหน้าถ้ำ ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา ได้รับคัดเลือกเป็นชุมชนต้นแบบดังกล่าวในช่วงปีงบประมาณ พ.ศ. 2564–2568 โครงการมุ่งให้ชุมชนนำทุนทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ วิถีชีวิต และองค์ความรู้ในท้องถิ่น มาต่อยอดสู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ และเสริมสร้างความเข้มแข็งให้แก่เศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน เป้าหมายนี้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ของโครงการ คือ เพื่อยกระดับศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายา ด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์

การบูรณาการเริ่มจากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลามีหนังสือที่ ยล 0032/723 ลงวันที่ 9 กรกฎาคม 2569 เรื่อง ขอเชิญบริการทางวิชาการแก่ชุมชนต้นแบบ เที่ยวชุมชน ยลวิถี ถึงอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา หนังสือฉบับนี้เชิญอาจารย์ศุภาวิณี กิติวินิต ในนามโครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน (ปีที่ 2) ร่วมกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายา จัดกิจกรรมฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ภาพศิลปะด้วยสีจากดินมายาแก่เยาวชนและนักท่องเที่ยว เมื่อวันอาทิตย์ที่ 19 กรกฎาคม 2569 เวลา 09.00–14.00 น. ณ วัดคูหาภิมุข ตำบลหน้าถ้ำ ในกิจกรรม Workshop ชุมชนต้นแบบครั้งนี้ กลุ่มสีมายาเป็นวิทยากรกิจกรรมการทำผ้ามัดย้อม และคณะผู้ดำเนินโครงการเป็นวิทยากรกิจกรรมวาดภาพด้วยสีจากดินมายา ภายใต้ชื่อกิจกรรม "แต้มสีมายา" ควบคู่กับกิจกรรมเขียนภาพศิลปะของชมรมศิลปินชายแดนใต้ และการบรรเลงดนตรีไทยของวงโรงเรียนมานะศึกษา

การบูรณาการครั้งนี้มีคุณค่าต่อการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรมในสองมิติ มิติแรกคือการสืบทอดภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่ ผู้เข้าร่วมส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษา และร้อยละ 92.00 ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มสีมายามาก่อน ภูมิปัญญาการย้อมสีจากดินมายาและพืชท้องถิ่นจึงถูกถ่ายทอดจากสมาชิกกลุ่มไปสู่กลุ่มเยาวชนโดยตรง มิติที่สองคือการเชื่อมภูมิปัญญากับแหล่งวัฒนธรรมของพื้นที่ การจัดกิจกรรม ณ วัดคูหาภิมุข ทำให้การเรียนรู้เรื่องดินมายาเกิดขึ้นควบคู่กับแหล่งศาสนสถานสำคัญของตำบลหน้าถ้ำ การเชื่อมโยงนี้สอดคล้องกับโปรแกรมท่องเที่ยว Signature ตามรอยศรัทธาถ้ำพระนอน สู่ภูมิปัญญาดินมายา ของคณะทำงานการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนตำบลหน้าถ้ำ ที่รายงานไว้ในกิจกรรมที่ 6

ในด้านเศรษฐกิจ กิจกรรมนี้แสดงให้เห็นว่าทุนทางวัฒนธรรมสร้างรายได้ให้ชุมชนได้จริง บันทึกบัญชีของกลุ่มแสดงรายรับจากการสาธิตให้แก่สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลาในกิจกรรมนี้ 2,000 บาท ขณะเดียวกัน ความร่วมมือครั้งนี้ยังเป็นหลักฐานว่าหน่วยงานด้านวัฒนธรรมในพื้นที่ยอมรับกลุ่มสีมายาในบทบาทผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญา ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนากิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มในระยะต่อไป

ผลการดำเนินงานตามเป้าหมายและตัวชี้วัด

ระดับโครงการ (ตามข้อเสนอโครงการ)

1) ผลการการดำเนินงานตามค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัดของโครงการในภาพรวม

ผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ

ค่าเป้าหมายในแต่ละปี (3 ปี) ของผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ

ตารางที่ 3.3 ค่าเป้าหมายในแต่ละปี (3 ปี) ของผลผลิตและผลลัพธ์ของโครงการ

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วย	ค่าเป้าหมายในแต่ละปี					
		ปีที่ 1		ปีที่ 2		ปีที่ 3	
		แผน	ผล	แผน	ผล	แผน	ผล
1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี	คน	25	25	35	50	40	–
2. จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอด	เรื่อง	2	3	2	4	1	–
3. จำนวนวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้	คน	0	0	3	3	5	–
4. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	80	86.60	85	85.83	90	–
5. จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	คน	15	15	20	35	25	–
6. มูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ	เท่า	0.2	0.2*	0.4	0.46	0.5	–
7. ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการพัฒนา	ผลิตภัณฑ์	2	2	0	3**	0	–

หมายเหตุ:

* ตัวชี้วัดที่ 6 วัดการเพิ่มขึ้นของรายได้เทียบกับปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ซึ่งเป็นปีก่อนเข้าร่วมโครงการ รายงานฉบับสมบูรณ์ปีที่ 1 รายงานผลไว้ว่ารายได้เพิ่มขึ้นเป็น 1.2 เท่าของฐานเดิม ซึ่งเท่ากับการเพิ่มขึ้น 0.2 เท่า ตารางนี้จึงแสดงค่าในรูปของการเพิ่มขึ้น เพื่อให้เทียบกับค่าเป้าหมายในหน่วยเดียวกันได้

** ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่เกิดขึ้นจากการบูรณาการโครงการกับรายวิชาผู้ประกอบการนวัตกรรมธุรกิจ

ท่องเที่ยว โรงแรม และการจัดงาน ซึ่งเป็นผลเพิ่มเติมจากแผน รายละเอียดแสดงในหัวข้อผลการบูรณาการโครงการกับพันธกิจอื่น ๆ ทั้งนี้ ต้นแบบทั้ง 3 รายการยังไม่เข้าสู่การผลิตของกลุ่ม จึงไม่นำมาคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจ

2) ผลการการดำเนินงานตามค่าเป้าหมาย/ตัวชี้วัดของโครงการในปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

ผลผลิต/ผลลัพธ์	หน่วย	ค่าเป้าหมาย	
		แผน	ผล
1. จำนวนคนที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้/เทคโนโลยี	คน	35	50
2. จำนวนเทคโนโลยีที่ถ่ายทอด	เรื่อง	2	4
3. จำนวนวิทยากรที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้	คน	3	3
4. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการ	ร้อยละ	85	85.83
5. จำนวนผู้นำความรู้/เทคโนโลยีที่ได้รับไปใช้ประโยชน์	คน	20	35
6. มูลค่าทางเศรษฐกิจที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการ	เท่า	0.4	0.46
7. ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการพัฒนา	ผลิตภัณฑ์	0	3**

หมายเหตุ: ** ผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากการบูรณาการกับรายวิชาผู้ประกอบการนวัตกรรมธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และการจัดงาน (รายละเอียดในหัวข้อผลการบูรณาการโครงการกับพันธกิจอื่น ๆ) ไม่นำมาคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจ

จากตารางตัวชี้วัดทั้ง 7 ตัวชี้วัดบรรลุหรือสูงกว่าค่าเป้าหมาย ผลการดำเนินงานรายตัวชี้วัดมีดังนี้

ตัวชี้วัดที่ 1 จำนวนผู้ได้รับการถ่ายทอดนับแบบไม่นับซ้ำ จากกิจกรรมที่เป็นการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีโดยตรง กิจกรรมที่ 4 และกิจกรรมที่ 5 มีผู้เข้าร่วมชุดเดียวกัน 50 คน ประกอบด้วยสมาชิกกลุ่มสีมายา 15 คน และกลุ่มอาชีพและเครือข่าย 35 คน สูงกว่าค่าเป้าหมาย 35 คน

ตัวชี้วัดที่ 2 โครงการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี 4 เรื่อง สูงกว่าค่าเป้าหมาย 2 เรื่อง เรื่องแรกคือการจัดการธุรกิจชุมชนและการออกแบบโมเดลธุรกิจ ครอบคลุมการวิเคราะห์ต้นทุน การใช้ Business Model Canvas และ Value Proposition Design ถ่ายทอดในกิจกรรมที่ 2 เรื่องที่สองคือการพัฒนาแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ครอบคลุมการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จุดขาย และการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ถ่ายทอดในกิจกรรมที่ 3 เรื่องที่สามคือระบบบริหารจัดการภายในกลุ่ม ประกอบด้วยการปรับโครงสร้างองค์กรเป็น 6 ฝ่าย และระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์พร้อม Dashboard ถ่ายทอดในกิจกรรมที่ 4 เรื่องที่สี่คือการสื่อสารแบรนด์และการผลิตสื่อดิจิทัล ถ่ายทอดในกิจกรรมที่ 5 ทั้ง 4 เรื่องเกิดผลผลิตที่ตรวจสอบได้ สำหรับเรื่องที่ 1 และเรื่องที่ 2 ผู้เข้าร่วมอบรม

จัดทำโมเดลธุรกิจตามแบบฟอร์ม Business Model Canvas และร่างแผนการตลาดด้วยตนเองในกิจกรรมกลุ่มย่อย จากนั้นคณะผู้ดำเนินโครงการนำผลงานของผู้เข้าร่วมมาสังเคราะห์เป็นแบบจำลองธุรกิจสีมายา (Business Model Canvas) และสรุปแผนการตลาดสีมายา เพื่อใช้เป็นแนวทางการดำเนินงานของกลุ่ม สำหรับเรื่องที่ 3 กลุ่มใช้ระบบบัญชีบันทึกรายรับรายจ่ายจริง และเรื่องที่ 4 กลุ่มใช้ชุดสื่อประชาสัมพันธ์เผยแพร่ผ่าน Facebook ของกลุ่ม

ตัวชี้วัดที่ 3 มีวิทยากรชุมชนที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้ 3 คน ตามค่าเป้าหมาย วิทยากรทั้ง 3 คนเป็นแกนนำของกลุ่มสีมายาที่มีบทบาทถ่ายทอดความรู้ 2 ลักษณะ ลักษณะแรก คือ การเป็นวิทยากร Workshop ผ้ามัดย้อมในกิจกรรมบูรณาการความร่วมมือแต้มสีมายากับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2569 ลักษณะที่สอง คือ การอธิบายและสาธิตการใช้เครื่องมือบริหารจัดการแก่ผู้เข้าร่วมกลุ่มย่อย ซึ่งผ่านการประเมินแบบ Teach-back ในกิจกรรมที่ 4 บทบาทผู้ถ่ายทอดของกลุ่มเกิดขึ้นในช่วงเดียวกับรายได้จากการสาธิตและค่าเรียนรู้ที่บันทึกในบัญชี

ตัวชี้วัดที่ 4 วัดจากแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 2–3 มีผู้ตอบแบบประเมิน 24 คน จากผู้เข้าร่วม 30 คน คิดเป็นร้อยละ 80 ข้อความพึงพอใจภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.29 คิดเป็นร้อยละ 85.83 สูงกว่าค่าเป้าหมายร้อยละ 85

ตัวชี้วัดที่ 5 คณะผู้ดำเนินโครงการติดตามผลการนำความรู้ไปใช้จากผู้ได้รับการถ่ายทอด 50 คน ภายหลังการอบรม พบว่ามีผู้นำความรู้และเทคโนโลยีไปใช้ประโยชน์ 35 คน คิดเป็นร้อยละ 70 สูงกว่าค่าเป้าหมาย 20 คน และสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำร้อยละ 60 ของผู้ได้รับการถ่ายทอด

ตัวชี้วัดที่ 6 มูลค่าทางเศรษฐกิจวัดจากการเพิ่มขึ้นของรายได้กลุ่มเทียบกับปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ซึ่งเป็นปีก่อนเข้าร่วมโครงการ และเป็นปีฐานเดียวกับที่รายงานฉบับสมบูรณ์ปีที่ 1 ใช้ในปี 2569 กลุ่มมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 32,000 บาท เพิ่มขึ้นจากปีฐานซึ่งมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 21,907 บาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 0.46 เท่า สูงกว่าค่าเป้าหมาย 0.40 เท่า หากประมาณการเป็นรายปี รายได้เพิ่มขึ้น 121,120 บาท รายละเอียดวิธีคำนวณและข้อจำกัดของข้อมูลแสดงในหัวข้อผลกระทบทางเศรษฐกิจและหัวข้อผลการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคม การคำนวณไม่รวมผลิตภัณฑ์ต้นแบบตามตัวชี้วัดที่ 7

ตัวชี้วัดที่ 7 ข้อเสนอโครงการกำหนดค่าเป้าหมายปีที่ 2 เป็น 0 ผลิตภัณฑ์ เนื่องจากปีที่ 2 มุ่งพัฒนาการจัดการธุรกิจและการตลาดต่อยอดจากผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2 รายการของปีที่ 1 ไม่ได้มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ อย่างไรก็ตาม การบูรณาการโครงการกับรายวิชาผู้ประกอบการนวัตกรรมธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และการจัดงาน ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพิ่มเติมจากแผน 3 รายการ ได้แก่ กระเป๋าธรรมชาติในสีมายา Maya Color Strap และ Simaya Home Classic ซึ่งนักศึกษาพัฒนาร่วมกับกลุ่มสีมายา ต้นแบบทั้ง 3 รายการยังไม่เข้าสู่การผลิตของกลุ่ม จึงไม่นำมาคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจ

โดยสรุป ผลการดำเนินงานปีที่ 2 แสดงความต่อเนื่องจากผลลัพธ์ระดับผู้รับการถ่ายทอดไปสู่การนำไปใช้จริง จากผู้ได้รับการถ่ายทอด 50 คน มีผู้นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ 35 คน และมีแกนนำ 3 คนที่พัฒนาเป็นวิทยากรชุมชน สามารถถ่ายทอดความรู้และภูมิปัญญาต่อผู้อื่น และสร้างรายได้ให้กลุ่มได้ ผลลัพธ์ดังกล่าวเป็นฐานสำคัญของค่าเป้าหมายปีที่ 3 ซึ่งกำหนดวิทยากรชุมชนเพิ่มเป็น 5 คน และผู้นำไปใช้ประโยชน์ 25 คน

3) การประเมินผลกระทบจากการดำเนินโครงการ

(1) ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

การประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจของโครงการในปีที่ 2 ใช้ข้อมูลรายได้รวมรายปีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายาเป็นฐานหลักในการวิเคราะห์ โดยกลุ่มเป็นผู้ให้ข้อมูลและยืนยันความถูกต้องของตัวเลข ร่วมกับหลักฐานรายรับระดับรายการที่คณะทำงานบันทึกไว้จากกิจกรรมที่เกิดขึ้นในช่วงดำเนินโครงการ เหตุผลที่เลือกใช้ข้อมูลรายได้รายปีเป็นฐานการวิเคราะห์ แทนการเปรียบเทียบรายรับระหว่างงวดบัญชี เนื่องจากรายได้ของกลุ่มมีความผันผวนตามฤดูกาลท่องเที่ยวและตามคำสั่งซื้อเฉพาะคราว การเปรียบเทียบข้อมูลเพียงสองงวดติดกันจึงมีความเสี่ยงที่จะสะท้อนความผันผวนระยะสั้นมากกว่าผลของโครงการ ขณะที่การใช้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนในรอบปีเป็นตัวแทนของผลประกอบการจะให้ภาพที่มีเสถียรภาพและตรวจสอบย้อนกลับได้มากกว่า

ก่อนเข้าร่วมโครงการ ในปี พ.ศ. 2567 กลุ่มมีรายได้รวมทั้งปี 262,880 บาท หรือเฉลี่ยเดือนละประมาณ 21,907 บาท ตัวเลขนี้ถือเป็นฐานเปรียบเทียบก่อนโครงการ (base year) ของตัวชี้วัดด้านมูลค่าทางเศรษฐกิจ เมื่อเข้าสู่ปีที่ 1 ของโครงการ ในปี พ.ศ. 2568 กลุ่มมีรายได้รวมทั้งปี 397,252 บาท หรือเฉลี่ยเดือนละประมาณ 33,104 บาท และในปีที่ 2 ของโครงการ คือปี พ.ศ. 2569 ซึ่งกลุ่มสรุปยอดบัญชีไว้ระหว่างเดือนมกราคมถึงเดือนกันยายน กลุ่มมีรายได้เฉลี่ยเดือนละ 32,000 บาท คิดเป็นรายได้สะสมในรอบ 9 เดือนประมาณ 288,000 บาท ทั้งนี้ ข้อมูลของปี พ.ศ. 2569 เป็นค่าเฉลี่ยจากช่วงเวลา 9 เดือน ขณะที่ข้อมูลของปี พ.ศ. 2567 และ พ.ศ. 2568 เป็นค่าเฉลี่ยจากรอบปีเต็ม การเปรียบเทียบจึงมีข้อจำกัดด้านฐานเวลาที่ไม่เท่ากัน ซึ่งคณะทำงานขอระบุไว้เพื่อความโปร่งใสในการตีความผล

เมื่อเปรียบเทียบรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในปี พ.ศ. 2569 กับฐานก่อนโครงการในปี พ.ศ. 2567 พบว่ากลุ่มมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนเพิ่มขึ้นประมาณ 10,093 บาท คิดเป็นการเพิ่มขึ้น 0.46 เท่าของฐานเดิม หรือประมาณ 121,120 บาทต่อปีหากคิดเต็มปี ผลดังกล่าวสูงกว่าค่าเป้าหมายของตัวชี้วัดที่ 6 ซึ่งกำหนดไว้ที่ 0.4 เท่าในปีที่ 2 จึงถือว่าตัวชี้วัดนี้บรรลุเป้าหมาย การใช้รายได้เฉลี่ยต่อเดือนเป็นหน่วยเปรียบเทียบทำให้ผลการคำนวณไม่ขึ้นกับจำนวนเดือนที่มีข้อมูล กล่าวคือ ไม่ว่าจะคำนวณบน

ฐานข้อมูล 9 เดือนตามที่กลุ่มสรุปไว้ หรือคำนวณบนฐานรายได้ที่ประมาณการเต็มปี อัตราการเพิ่มขึ้นที่ได้ก็เท่ากันที่ 0.46 เท่า

ทั้งนี้ ค่า 0.46 เท่า เป็นผลสะสมของการดำเนินโครงการทั้งสองปีเมื่อเทียบกับฐานก่อนโครงการ ไม่ใช่ผลที่เกิดจากปีที่ 2 เพียงปีเดียว คณะทำงานเห็นควรรายงานข้อเท็จจริงนี้ไว้อย่างตรงไปตรงมา พร้อมกับข้อสังเกตว่ารายได้เฉลี่ยต่อเดือนในปี พ.ศ. 2569 ต่ำกว่าปี พ.ศ. 2568 ประมาณร้อยละ 3.3 ซึ่งสอดคล้องกับสถานการณ์เศรษฐกิจและการท่องเที่ยวในพื้นที่ที่จำนวนนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาในจังหวัดลดลงอย่างมากในปีดังกล่าว ในบริบทที่ปัจจัยภายนอกเป็นลบเช่นนี้ การที่กลุ่มยังรักษาระดับรายได้ไว้ได้ใกล้เคียงกับปีก่อนหน้า และยังสูงกว่าฐานก่อนโครงการอย่างชัดเจน จึงเป็นข้อค้นพบที่มีความหมายในตัวเอง เพราะสะท้อนว่ากลไกรายได้ที่โครงการช่วยสร้างขึ้นทำหน้าที่รองรับผลกระทบจากการหดตัวของตลาดนักท่องเที่ยวได้ในระดับหนึ่ง

ประเด็นที่มีนัยสำคัญไม่น้อยกว่าตัวเลขรายได้รวม คือการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างแหล่งที่มาของรายได้ กลุ่มให้ข้อมูลว่าในปี พ.ศ. 2569 รายได้ส่วนใหญ่มาจากสองช่องทางหลัก คือ การจัดกิจกรรมเรียนรู้สำหรับกลุ่มเยาวชนและผู้สนใจเรียนรู้กระบวนการย้อมสีจากดินมายา และการออกบูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในงานต่าง ๆ ซึ่งแตกต่างจากก่อนเข้าร่วมโครงการที่รายได้ส่วนใหญ่มาจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางเดิมของกลุ่ม การเปลี่ยนแปลงนี้สอดรับโดยตรงกับช่องทางที่โครงการพัฒนาขึ้นในปีที่ 2 ได้แก่ การพัฒนาฐานเรียนรู้และกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในกิจกรรมที่ 4 การจัดทำรายการนำเที่ยวและการเข้าร่วมคณะทำงานขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลหน้าถ้ำในกิจกรรมที่ 6 และการทดสอบตลาดและการออกบูธจำหน่ายในกิจกรรมที่ 7 ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจึงไม่ใช่เพียงการเพิ่มยอดขายของผลิตภัณฑ์เดิม แต่เป็นการเพิ่มประเภทของรายได้ (revenue stream) ให้กลุ่ม ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนตามเจตนารมณ์ของโครงการ

หลักฐานระดับรายการที่สนับสนุนข้อค้นพบดังกล่าวมีสองชุด ชุดแรกคือรายได้จากการให้บริการเรียนรู้และการสาธิตกระบวนการย้อมผ้าสีมายา ซึ่งคณะทำงานบันทึกรายการไว้ได้อย่างน้อย 4,180 บาท ประกอบด้วยรายได้ 2,000 บาท จากการร่วมกิจกรรม "แต้มสีมายา" เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2569 ตามหนังสือเชิญของสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา ที่ ยล 0032/723 รายได้ 560 บาท จากการให้บริการเรียนรู้เมื่อวันที่ 26 กรกฎาคม 2569 และค่าเรียนรู้จากนักศึกษาและผู้สนใจรวม 1,620 บาท ระหว่างวันที่ 1–9 สิงหาคม 2569 ชุดที่สองคือรายได้จากการออกบูธจำหน่ายผลิตภัณฑ์ร่วมกับร้าน BIKE COFFEE CRAFT ระหว่างวันที่ 22–23 สิงหาคม 2569 ซึ่งกลุ่มมีรายได้รวม 12,046 บาท ภายในระยะเวลาเพียง 2 วัน คิดเป็นประมาณร้อยละ 37.64 ของรายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มในปี พ.ศ. 2569 ตัวเลขนี้ชี้ให้เห็นศักยภาพของช่องทางการจำหน่ายแบบออกบูธร่วมกับผู้ประกอบการภายนอกพื้นที่ ซึ่งเป็นช่องทางที่ควรขยายผลอย่างเป็นระบบในปีที่ 3

ในการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจครั้งนี้ คณะทำงานเห็นควรระบุข้อจำกัดของข้อมูลไว้อย่างชัดเจน เพื่อให้การตีความผลเป็นไปอย่างระมัดระวัง ประการแรก ระบบบันทึกบัญชีรายรับรายจ่ายที่โครงการส่งมอบให้กลุ่มเริ่มใช้งานจริงในเดือนสิงหาคม 2569 ซึ่งเป็นช่วงปลายของการดำเนินโครงการ ข้อมูลในระบบจึงยังไม่ครอบคลุมรายรับทั้งหมดของกลุ่มตลอดปี และยังอยู่ในระยะที่สมาชิกกำลังสร้างความคุ้นเคยกับการบันทึกอย่างต่อเนื่อง การวิเคราะห์ในหัวข้อนี้จึงใช้ข้อมูลจากระบบดังกล่าวเป็นหลักฐานประกอบในระดับรายการเท่านั้น ไม่ได้ใช้เป็นฐานในการคำนวณอัตราการเปลี่ยนแปลงภาพรวม ประการที่สอง กลุ่มยังไม่ได้สรุปข้อมูลต้นทุนและค่าใช้จ่ายรวมรายปี จึงยังไม่สามารถคำนวณกำไรสุทธิ อัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุน (Benefit Cost Ratio: BCR) และผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ได้อย่างครบถ้วนตามแนวทางที่คู่มือกำหนด ประการที่สาม ข้อมูลที่ใช้วิเคราะห์เป็นข้อมูลที่กลุ่มสรุปและยืนยันด้วยตนเอง มิได้ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีภายนอก และยังไม่สามารถแยกผลที่เกิดจากโครงการออกจากปัจจัยภายนอกอื่น ๆ ได้ด้วยวิธีการทางสถิติ การรายงานค่า 0.46 เท่า จึงเป็นการรายงานการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในช่วงเวลาที่โครงการดำเนินการ (change during the project period) มิใช่การยืนยันความเป็นเหตุเป็นผลเชิงสาเหตุอย่างสมบูรณ์

ด้วยเหตุผลข้างต้น คณะทำงานจึงกำหนดให้การจัดทำระบบบัญชีต้นทุนต่อหน่วยผลิตภัณฑ์และการบันทึกรายรับรายจ่ายอย่างต่อเนื่องครบรอบปี เป็นภารกิจสำคัญของการดำเนินงานในปีที่ 3 เพื่อให้สามารถคำนวณกำไรสุทธิ ราคาขายที่สะท้อนต้นทุนจริง และค่า BCR ตามหลักเกณฑ์ของคู่มือได้อย่างสมบูรณ์ อันเป็นเงื่อนไขจำเป็นต่อการยกระดับกลุ่มไปสู่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการรับรองมาตรฐานในเชิงพาณิชย์ตามแผนบันไดสามขั้นของแพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน

(2) ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอโครงการปีที่ 2 คาดหวังผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อม 3 ประการ ได้แก่ การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงนิเวศ และการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว การดำเนินงานปีที่ 2 มุ่งเน้นการจัดการธุรกิจและการตลาด ผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจึงเกิดในลักษณะการเสริมความเข้มแข็งให้แนวปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของกลุ่มที่มีอยู่เดิม ไม่ได้เปลี่ยนกระบวนการผลิตโดยตรง กระบวนการดำเนินงานและหลักฐานของผลกระทบแต่ละประการมีดังนี้

ผลกระทบประการแรก คือ การส่งเสริมการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน เกิดผ่านการทำให้การใช้วัตถุดิบธรรมชาติกลายเป็นคุณค่าทางการตลาดของกลุ่ม กลุ่มสีมายาใช้ดินมายาผสมกับสีจากพืชในท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบให้สี ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มมาแต่เดิม ในปีที่ 2 โครงการนำจุดเด่นนี้ไปกำหนดเป็นคุณค่าที่นำเสนอในแบบจำลองธุรกิจสีมายาจากกิจกรรมที่ 2 และใช้สื่อสารกับลูกค้า

ผ่านชุดสื่อประชาสัมพันธ์จากกิจกรรมที่ 5 ผลสำรวจ Simaya Market Test ในกิจกรรมที่ 7 ยืนยันว่าลูกค้าให้คุณค่ากับจุดเด่นนี้จริง ผู้ตอบร้อยละ 52.11 (n = 71) ระบุว่าวัตถุดิบท้องถิ่นเป็นปัจจัยที่ดึงดูดความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ เมื่อแนวปฏิบัติที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมสร้างคุณค่าทางการตลาดได้ กลุ่มจึงมีแรงจูงใจทางเศรษฐกิจที่จะรักษาแนวปฏิบัตินี้ต่อไป

ผลกระทบประการที่สอง คือ การอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงนิเวศ เกิดผ่านการสร้างความรู้เชิงวิทยาศาสตร์มารองรับภูมิปัญญาเดิม ในปีที่ 1 โครงการวิเคราะห์องค์ประกอบทางเคมีของดินมายาด้วยเทคนิค XRF และพบว่าดินนอกถ้ำที่ชุมชนใช้ปลอดสารฟอสเฟตจากมูลค้างคาว ตามที่ระบุในข้อเสนอโครงการปีที่ 2 ในปีที่ 2 การบูรณาการกับรายวิชาเคมีของการย้อมสิ่งทอและหัตถกรรมท้องถิ่นต่อยอดความรู้นี้ โดยศึกษาการใช้สารช่วยติดสี การควบคุมอุณหภูมิและเวลา และปัจจัยที่มีผลต่อความคงทนของสี ใช้กระบวนการย้อมสีมายาเป็นกรณีศึกษา ความรู้ชุดนี้เป็นฐานของการพัฒนาคุณภาพการย้อมสีธรรมชาติ

ผลกระทบประการที่สาม คือ การสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมผ่านกิจกรรมท่องเที่ยว ในกิจกรรมบูรณาการความร่วมมือแต้มสีมายากับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2569 ณ วัดคูหาภิมุข สมาชิกกลุ่มเป็นวิทยากร Workshop ผ้ามัดย้อมและจัดแสดงสีธรรมชาติจากดินมายาและพืชท้องถิ่น ส่วนคณะผู้ดำเนินโครงการเป็นวิทยากรกิจกรรมวาดภาพด้วยสีจากดินมายา ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษา ผู้เข้าร่วมได้เรียนรู้ว่าสีที่ใช้มาจากทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ และผลิตขึ้นด้วยภูมิปัญญาของชุมชน

(3) ผลกระทบด้านสังคม

การดำเนินโครงการปีที่ 2 ก่อให้เกิดผลกระทบด้านสังคมใน 3 ด้าน ตามผลกระทบที่คาดหวังในข้อเสนอโครงการ ได้แก่ ความร่วมมือของภาคีเครือข่ายในพื้นที่ ทักษะและศักยภาพของคนในชุมชน และการสืบทอดภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่ กระบวนการและผลที่เกิดขึ้นในแต่ละด้านมีดังนี้

ด้านความร่วมมือของภาคีเครือข่ายในพื้นที่

ก่อนการดำเนินงานปีที่ 2 กลุ่มสีมายาดำเนินธุรกิจในฐานะวิสาหกิจชุมชนรายกลุ่ม ยังไม่มีบทบาทอย่างเป็นทางการในโครงสร้างการพัฒนาการท่องเที่ยวของท้องถิ่น กระบวนการสร้างความร่วมมือเกิดขึ้นในระดับตำบล ระดับจังหวัด และระดับภูมิภาค

ในระดับตำบล โครงการปรับรูปแบบกิจกรรมที่ 6 จากเวทีจับคู่ธุรกิจเป็นการเชื่อมกลุ่มเข้าสู่คณะทำงานการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนตำบลหน้าถ้ำ ตามคำสั่งองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ ที่ 205/2569 ลงวันที่ 9 กรกฎาคม 2569 ประธานกลุ่มสีมายาเป็นคณะทำงานฝ่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และคณะผู้ดำเนินโครงการเป็นที่ปรึกษา ผลที่ตามมาคือกลุ่มได้รับการบรรจุในโปรแกรมท่องเที่ยวของชุมชนตำบลหน้าถ้ำ จังหวัดยะลา รวมถึงโปรแกรม Signature ตามรอยศรัทธาถ้ำ

พระนอน สู่ภูมิปัญญาดินมายา ซึ่งกำหนดรายได้ของกลุ่มจากกิจกรรม Workshop ย้อมผ้าดินมายาไว้ชัดเจน คือ ค่าวิทยากร 200 บาทต่อคณะ และค่าวัสดุ 50 บาทต่อคน

ในระดับจังหวัดและระดับภูมิภาค สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลามีหนังสือเชิญโครงการและกลุ่มสีมายาร่วมจัดกิจกรรมแต้มสีมายา ภายใต้โครงการส่งเสริมทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนต้นแบบ "เที่ยวชุมชน ยลวิถี" และศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้เปิดพื้นที่ให้กลุ่มจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในงาน BIKE COFFEE CRAFT 2026 ร่วมกับผู้ประกอบการ 30 บูธ

ความร่วมมือยังขยายสู่กลุ่มอาชีพในพื้นที่ ผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 4–5 ประกอบด้วยสมาชิกกลุ่มสีมายา 15 คน และกลุ่มอาชีพและเครือข่าย 35 คน ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจและการสื่อสารแบรนด์จึงกระจายไปยังผู้ประกอบการชุมชนรายอื่นด้วย ในช่วงท้ายโครงการ เวทีสะท้อนผลในกิจกรรมที่ 8 เมื่อวันที่ 9 กันยายน 2569 มีผู้เข้าร่วม 60 คน [ระบุองค์ประกอบของผู้เข้าร่วม] เป็นพื้นที่ให้ภาคีได้ทบทวนผลการดำเนินงานร่วมกัน

ด้านทักษะและศักยภาพของคนในชุมชน

ผลการประเมินในกิจกรรมที่ 1 เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2569 พบว่า ก่อนการดำเนินงาน กลุ่มยังไม่มีการบันทึกจำนวนผลิต จำนวนขาย และสินค้าคงเหลือ และยังไม่มีบัญชีต้นทุนรายผลิตภัณฑ์ ความพร้อมของกลุ่มด้านการใช้สื่อออนไลน์มีค่าเฉลี่ยเพียง 3.20 และด้านการร่วมคิดช่องทางจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.13

กระบวนการพัฒนาเริ่มจากการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี 4 เรื่อง ในกิจกรรมที่ 2–5 ได้แก่ การจัดการธุรกิจและการออกแบบโมเดลธุรกิจ การพัฒนาแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ระบบบริหารจัดการภายในกลุ่ม และการสื่อสารแบรนด์และการผลิตสื่อดิจิทัล จากนั้นฝึกแกนนำให้ถ่ายทอดความรู้ต่อด้วยวิธี Teach-back

หลังการดำเนินงาน กลุ่มปรับโครงสร้างองค์กรเป็น 6 ฝ่าย ได้แก่ มัดย้อม ตัดเย็บ บัญชี จัดหาวัสดุ ควบคุมคุณภาพ และประชาสัมพันธ์ และใช้ระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์พร้อม Dashboard บันทึกรายรับรายจ่ายจริง ในระดับบุคคล จากผู้ได้รับการถ่ายทอด 50 คน มีผู้นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ 35 คน และแกนนำ 3 คนพัฒนาเป็นวิทยากรชุมชน

ในด้านคุณภาพชีวิต บทบาทวิทยากรเปิดช่องทางรายได้ใหม่ให้กลุ่ม นอกเหนือจากการผลิตและจำหน่ายสินค้า คณะทำงานบันทึกรายได้จากค่าเรียนรู้และการสาธิตกระบวนการย้อมผ้าสีมายาในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคม 2569 ไว้ได้อย่างน้อย 4,180 บาท รายได้ประเภทนี้อาศัยความรู้และทักษะของสมาชิกเป็นหลัก จึงเป็นการเพิ่มมูลค่าให้ภูมิปัญญาที่สมาชิกมีอยู่แล้ว

ด้านการสืบทอดภูมิปัญญาสู่คนรุ่นใหม่

กระบวนการสืบทอดภูมิปัญญาดำเนินผ่าน 2 ช่องทาง ได้แก่

ช่องทางแรกคือกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ สมาชิกกลุ่มเป็นวิทยากร Workshop ผ้ามัดย้อมในกิจกรรมบูรณาการความร่วมมือแต้มสีมายากับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา ผู้ตอบแบบประเมิน 50 คน เป็นนักเรียนและนักศึกษา 42 คน คิดเป็นร้อยละ 84.00 และร้อยละ 92.00 ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มสีมายามาก่อน ผู้ตอบ 49 คน คิดเป็นร้อยละ 98.00 จะแนะนำกิจกรรมนี้แก่ผู้อื่น (รายละเอียดในตารางที่ 2.14–2.15) ภูมิปัญญาจึงถูกถ่ายทอดจากสมาชิกกลุ่มไปสู่เยาวชนกลุ่มใหม่ที่ยังไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่ม

ช่องทางที่สองคือการบูรณาการกับการเรียนการสอนในระดับอุดมศึกษา นักศึกษาสาขาวิชาเคมีประยุกต์ 16 คน ศึกษากระบวนการย้อมสีมายาในชั่วโมงปฏิบัติการ และนักศึกษาสาขาวิชาธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และการจัดงาน 22 คน พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบร่วมกับกลุ่ม

ผลจากทั้งสองช่องทางทำให้กลุ่มสีมายาเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับการพัฒนาไปเป็นแหล่งเรียนรู้ของเยาวชนและสถาบันการศึกษาในพื้นที่ สอดคล้องกับผลกระทบที่คาดหวังในข้อเสนอโครงการ ว่าตำบลหน้าถ้ำจะเป็นต้นแบบการเรียนรู้ด้านธุรกิจสร้างสรรค์บนฐานทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม

4) สรุปกิจกรรมที่บรรลุเป้าหมายตามแผนการดำเนินงานของโครงการ (ตั้งแต่ปีแรก – ปีปัจจุบัน) และที่ไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผนการดำเนินงานของโครงการ (พร้อมระบุเหตุผลและแนวทางการดำเนินงานในปีต่อไป)

ปีที่ 1 (พ.ศ. 2568)

ปีที่ 1 มุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากดินมายา ได้แก่ สครับดินมายา และสีน้ำธรรมชาติจากดินและพืชท้องถิ่น พร้อมสร้างความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของวัตถุดิบด้วยการวิเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์ โครงการดำเนินกิจกรรมครบตามแผน ได้แก่ การเก็บข้อมูลอัตลักษณ์ท้องถิ่น การวิเคราะห์คุณภาพดินด้วยเทคนิค XRF การอบรมเชิงปฏิบัติการวันสร้างสรรค์สีมายา เพื่อถ่ายทอดความรู้ด้านการผลิต การตลาด และการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่า และการเผยแพร่ผลงานสู่สาธารณะ ผลการวิเคราะห์ XRF พบว่าดินนอกถ้ำที่ชุมชนใช้เป็นวัตถุดิบหลักปลอดสารฟอสเฟตจากมูลค้างคาว ผลการดำเนินงานบรรลุค่าเป้าหมายครบทุกตัวชี้วัด ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2 รายการ และองค์ความรู้ด้านการสกัดสีธรรมชาติ มีผู้เข้าร่วมกิจกรรม 134 คน ตามตัวชี้วัดระดับกระทรวงของรายงานปีที่ 1 ในจำนวนนี้มีผู้ได้รับการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีตามตัวชี้วัด 25 คน และเกิดเครือข่ายความร่วมมือระหว่างมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา องค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ โรงเรียนในพื้นที่ และภาคเอกชน ผลการประเมินปีที่ 1 ยังชี้ทิศทางการพัฒนาต่อไป 3 ด้าน ได้แก่ ระบบบริหารจัดการ

ธุรกิจ โดยเฉพาะด้านการเงินและการบริหารต้นทุน แผนการตลาดและช่องทางจำหน่าย และการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ทั้ง 3 ด้านจึงเป็นจุดเน้นของปีที่ 2

ปีที่ 2 (พ.ศ. 2569)

ปีที่ 2 มุ่งพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจสีมายา ต่อยอดจากผลิตภัณฑ์ต้นแบบของปีที่ 1 สู่ระดับโมเดลธุรกิจ แผนการตลาด และช่องทางจำหน่าย โครงการเริ่มดำเนินงานทันทีหลังมีคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงาน ลงวันที่ 10 มีนาคม 2569 โดยจัดกิจกรรมที่ 1 เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2569 ผลการดำเนินงานรายกิจกรรมแสดงในตารางที่ 3.4

ตารางที่ 3.4 ผลการดำเนินงานตามแผนรายกิจกรรม ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569

กิจกรรม	วันที่ดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน
1. สำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจของกลุ่มสีมายา	14 มีนาคม 2569	เป็นไปตามแผน
2. อบรมเชิงปฏิบัติการการจัดการธุรกิจสีมายา และออกแบบโมเดลธุรกิจสีมายา	10 มิถุนายน 2569	เป็นไปตามแผน
3. พัฒนาแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์	11 มิถุนายน 2569	เป็นไปตามแผน
4. สร้างระบบบริหารจัดการภายในกลุ่ม	23 และ 26 สิงหาคม 2569	เป็นไปตามแผน
5. อบรมการสื่อสารแบรนด์และการตลาดดิจิทัลสำหรับชุมชน	20 สิงหาคม 2569	เป็นไปตามแผน
6. จับคู่ธุรกิจสร้างเครือข่ายสีมายา	9 กรกฎาคม 2569	ปรับรูปแบบ
7. ทดลองจำหน่ายจริง Simaya Creative Market	22–23 สิงหาคม 2569	ปรับรูปแบบ
8. เวทีสะท้อนผล Simaya Talk & Share	9 กันยายน 2569	เป็นไปตามแผน
9. สรุปและประเมินผลโครงการ	กันยายน 2569	เป็นไปตามแผน

จากตารางที่ 3.4 โครงการดำเนินกิจกรรมครบทั้ง 9 กิจกรรม 7 กิจกรรมเป็นไปตามแผน และ 2 กิจกรรมปรับรูปแบบเพื่อใช้กลไกที่ตอบวัตถุประสงค์ได้ดีกว่าแผนเดิม นอกจากกิจกรรมตามแผน โครงการยังดำเนินกิจกรรมบูรณาการความร่วมมือแต้มสีมายา ร่วมกับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2569 และบูรณาการกับการเรียนการสอน 2 รายวิชา ผลการดำเนินงานบรรลุหรือสูงกว่าค่าเป้าหมาย**ครบทั้ง 7 ตัวชี้วัด**

กิจกรรมที่เป็นไปตามแผนสร้างผลผลิตสำคัญของปีที่ 2 ได้แก่ แบบจำลองธุรกิจสีมายาและสรุปแผนการตลาดสีมายา ซึ่งคณะผู้ดำเนินโครงการสังเคราะห์จากผลงานของผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 2–3 การปรับโครงสร้างองค์กรเป็น 6 ฝ่ายและระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์พร้อม Dashboard จากกิจกรรมที่ 4 สื่อภาพผลิตภัณฑ์ 15 รายการ และคลิปวิดีโอ 16 คลิป จากกิจกรรมที่ 5 และแกนนำ 3 คนที่พัฒนาเป็นวิทยากรชุมชน

กิจกรรมที่ 6 แผนเดิมกำหนดเป็นเวทีเจรจาจับคู่ธุรกิจและลงนามบันทึกข้อตกลง ในช่วงเวลาเดียวกัน องค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำจัดตั้งคณะทำงานการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนตำบลหน้าถ้ำ ตามคำสั่งที่ 205/2569 ลงวันที่ 9 กรกฎาคม 2569 เพื่อรวมภาคีด้านการท่องเที่ยวของตำบลไว้ในโครงสร้างเดียว โครงการพิจารณาว่ากลไกนี้ตอบวัตถุประสงค์ของกิจกรรมที่ 6 ได้ดีกว่าเวทีเฉพาะกิจ ด้วยเหตุผล 2 ประการ ประการแรก ความร่วมมือมีหน่วยงานท้องถิ่นเป็นผู้รับผิดชอบต่อเนื่อง ไม่สิ้นสุดเมื่อจบกิจกรรม ประการที่สอง กลไกนี้เชื่อมกลุ่มกับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในตำบลโดยตรง โครงการจึงนำกลุ่มเข้าสู่คณะทำงานดังกล่าว ประธานกลุ่มสีมายาเป็นคณะทำงานฝ่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน และคณะผู้ดำเนินโครงการเป็นที่ปรึกษา ผลคือกลุ่มได้รับการบรรจุในโปรแกรมท่องเที่ยวของชุมชนตำบลหน้าถ้ำ จังหวัดยะลา รวมถึงโปรแกรม Signature ตามรอยศรัทธาถ้ำพระนอน สู่ภูมิปัญญาดินมายา ซึ่งกำหนดรายได้ของกลุ่มจากกิจกรรม Workshop ไว้ชัดเจน ผลนี้เป็นเครือข่ายธุรกิจที่มีรูปแบบรายได้รองรับ ตรงตามเจตนาของกิจกรรมจับคู่ธุรกิจ

กิจกรรมที่ 7 แผนเดิมกำหนดให้โครงการจัดตลาดสร้างสรรค์เอง ในช่วงเวลาเดียวกัน ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้จัดงาน BIKE COFFEE CRAFT 2026 ณ สนามแข่งขันนกเขาชวา สวนขวัญเมือง (พรุบาโกย) มีผู้ประกอบการร่วม 30 บูธ โครงการพิจารณาว่าการทดลองจำหน่ายในงานระดับจังหวัดที่มีผู้เข้าชมหลากหลาย จะให้ข้อมูลตลาดที่สะท้อนพฤติกรรมผู้บริโภคจริงได้กว้างกว่าตลาดที่จัดขึ้นเฉพาะในชุมชน และเปิดโอกาสให้กลุ่มได้เรียนรู้การจำหน่ายเคียงข้างผู้ประกอบการรายอื่น ผลการดำเนินงานยืนยันการตัดสินใจนี้ แบบสำรวจ Simaya Market Test เก็บข้อมูลผู้บริโภคได้ 71 ราย ผู้ตอบร้อยละ 42.86 (n = 70) รู้จักผลิตภัณฑ์ของกลุ่มครั้งแรกจากบูธในงาน แสดงว่ากิจกรรมนี้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าใหม่ได้จริง

การจัดกิจกรรมที่ 7 ในวันที่ 22–23 สิงหาคม 2569 และกิจกรรมที่ 4 ในวันที่ 23 และ 26 สิงหาคม 2569 มีวันที่ 23 สิงหาคมตรงกัน กำหนดการนี้มีความสมเหตุสมผลและบริหารจัดการได้ วันจัดงาน BIKE COFFEE CRAFT 2026 กำหนดโดยผู้จัดภายนอก ส่วนกิจกรรมที่ 4 ออกแบบให้ดำเนินการ 2 วัน อีกทั้งสองกิจกรรมมีลักษณะงานต่างกัน กิจกรรมที่ 7 ใช้ตัวแทนของกลุ่มประจำบูธจำหน่าย ส่วนกิจกรรมที่ 4 เป็นการอบรมและวางระบบกับผู้เข้าร่วม คณะผู้ดำเนินโครงการและกลุ่มจึงจัดสรรบุคลากรให้ดำเนินได้ทั้งสองกิจกรรมตามกำหนด โดยกลุ่มไม่ต้องสละโอกาสทางการตลาดจากงานระดับจังหวัด

ในด้านช่องทางจำหน่ายออนไลน์ ข้อเสนอโครงการวางแผนไว้ 4 ช่องทาง ได้แก่ Facebook Page, TikTok, QR Code ร้านค้า และ mini catalog ปีที่ 2 โครงการมุ่งพัฒนา Facebook เป็นช่องทางหลักก่อน ด้วยเหตุผล 2 ประการ ประการแรก ผลประเมินในกิจกรรมที่ 1 พบว่าความพร้อมด้านการใช้สื่อออนไลน์ของกลุ่มมีค่าเฉลี่ย 3.20 การสร้างความชำนาญในช่องทางเดียวให้มั่นคงก่อนจึงเหมาะกับศักยภาพของกลุ่ม ประการที่สอง ผลสำรวจ Simaya Market Test พบว่า Facebook เป็น

ช่องทางออนไลน์ที่ผู้บริโภคเลือกซื้อในอนาคตมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 38.57 (n = 70) ช่องทางออนไลน์อื่นตามแผนจะพัฒนาต่อในปีที่ 3 เมื่อกลุ่มมีความพร้อมและฐานลูกค้าจาก Facebook แล้ว

คู่มือรูปแบบการจัดการธุรกิจสีมายา องค์ประกอบหลักของคู่มือจัดทำแล้วเป็นผลผลิตของกิจกรรมที่ 2–5 ได้แก่ แบบจำลองธุรกิจ แผนการตลาด โครงสร้างองค์กร ระบบบัญชี และชุดสื่อประชาสัมพันธ์

ปีที่ 3 (พ.ศ. 2570)

ปีที่ 3 มุ่งเปลี่ยนรากฐานด้านระบบบริหารจัดการ การตลาด และการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวของปีที่ 2 ไปสู่การจำหน่ายสินค้าและบริการจริง ผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการรับรองมาตรฐาน และกลไกธุรกิจเพื่อสังคม ข้อเสนอโครงการต่อเนื่องปีที่ 3 ประกอบด้วย 5 กิจกรรม ได้แก่ 1) ยกระดับกระบวนการผลิตและคุณภาพผลิตภัณฑ์สู่การรับรองมาตรฐาน 2) พัฒนาและทดลองใช้โปรแกรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ 3) ขยายตลาดและพัฒนาระบบจำหน่ายอย่างต่อเนื่อง 4) พัฒนาเครือข่ายความร่วมมือทางธุรกิจและลงนามบันทึกความร่วมมือ และ 5) พัฒนากลไกธุรกิจเพื่อสังคม ถอดบทเรียน และสรุปประเมินผล 3 ปี ทุกกิจกรรมต่อยอดจากผลของปีที่ 2 โดยตรง ได้แก่ ช่องทาง Facebook และผู้สนใจซื้อ 44 คนจากการทดลองตลาด การบรรจุกลุ่มในโปรแกรมท่องเที่ยวของตำบล ความร่วมมือกับคณะทำงานตามคำสั่งองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ ที่ 205/2569 อนุสิทธิบัตรที่ยื่นคำขอแล้ว 2 รายการ และแกนนำผู้ถ่ายทอดความรู้ 3 คน นอกจากนี้ โครงการจะเก็บข้อมูลบัญชีรายงวดตลอดปีงบประมาณ และข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณเป็นฐานตั้งแต่ต้นปี

5) สรุปผลการใช้จ่ายงบประมาณ

ปีงบประมาณ (พ.ศ.)	งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน (บาท)	งบประมาณที่ใช้จ่าย (บาท)	งบประมาณคงเหลือ (บาท)	หมายเหตุ
2569	170,950	กิจกรรมที่ 1 จำนวนเงิน 15,000 บาท รายละเอียด ดังนี้ - ค่าตอบแทนการจัดเก็บข้อมูลหรือสำรวจข้อมูล เป็นเงิน 6,500 บาท - ค่าจ้างถ่ายเอกสาร เป็นเงิน 8,500 บาท	0	
		กิจกรรมที่ 2 จำนวนเงิน 30,000 บาท รายละเอียด ดังนี้ - ค่าสมนาคุณวิทยากร เป็นเงิน7,200 บาท		

ปีงบประมาณ (พ.ศ.)	งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน (บาท)	งบประมาณที่ใช้จ่าย (บาท)	งบประมาณคงเหลือ (บาท)	หมายเหตุ
		- ค่าอาหารมื้อหลัก เป็นเงิน 5,250 บาท - ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม เป็นเงิน 2,450 บาท - ค่าวัสดุ เป็นเงิน 15,100 บาท		
		กิจกรรมที่ 3 จำนวนเงิน 20,000 บาท รายละเอียด ดังนี้ - ค่าสมนาคุณวิทยากร เป็นเงิน7,200 บาท - ค่าอาหารมื้อหลัก เป็นเงิน 3,750 บาท - ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม เป็นเงิน 1,750 บาท - ค่าวัสดุ เป็นเงิน 7,300 บาท		
		กิจกรรมที่ 4 จำนวนเงิน 29,200 บาท รายละเอียด ดังนี้ - ค่าสมนาคุณวิทยากร เป็นเงิน7,200 บาท - ค่าอาหารมื้อหลัก เป็นเงิน 15,000 บาท - ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม เป็นเงิน 7,000 บาท		
		กิจกรรมที่ 5 จำนวนเงิน 14,600 บาท รายละเอียด ดังนี้ - ค่าสมนาคุณวิทยากร เป็นเงิน3,600 บาท - ค่าอาหารมื้อหลัก เป็นเงิน 7,500 บาท - ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม เป็นเงิน 3,500 บาท		

ปีงบประมาณ (พ.ศ.)	งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน (บาท)	งบประมาณที่ใช้จ่าย (บาท)	งบประมาณคงเหลือ (บาท)	หมายเหตุ
		กิจกรรมที่ 7 จำนวนเงินค่าจ้างจัดบูธนิทรรศการ เป็นเงิน 42,150 บาท		
		กิจกรรมที่ 8 จำนวนเงิน 20,000 บาท รายละเอียด ดังนี้ - ค่าอาหารมื้อหลัก เป็นเงิน 9,000 บาท - ค่าอาหารว่างและเครื่องดื่ม เป็นเงิน 4,200 บาท - ค่าวัสดุ เป็นเงิน 6,800 บาท		
รวม	**170,950**	**170,950**	**0**	

หมายเหตุ: การใช้จ่ายงบประมาณมีการปรับโอนระหว่างกิจกรรมภายในวงเงินที่ได้รับอนุมัติ โดยยอดรวมคงเดิมที่ 170,950 บาท สาเหตุของการปรับมีดังนี้ กิจกรรมที่ 4 ขยายจาก 1 วันเป็น 2 วัน และมีผู้เข้าร่วม 50 คน มากกว่าที่ประมาณการไว้ จึงมีค่าอาหารและค่าอาหารว่างเพิ่มขึ้น กิจกรรมที่ 8 มีผู้เข้าร่วม 60 คน มากกว่าที่ประมาณการไว้ จึงมีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้นในลักษณะเดียวกัน กิจกรรมที่ 6 ปรับรูปแบบจากเวทีเจรจาธุรกิจเฉพาะกิจเป็นการเชื่อมกลุ่มเข้าสู่คณะทำงานการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนตำบลหน้าถ้ำ ตามคำสั่งองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ ที่ 205/2569 ซึ่งดำเนินการโดยไม่มีค่าใช้จ่าย และกิจกรรมที่ 9 คณะผู้ดำเนินโครงการดำเนินการเอง โดยไม่มีค่าใช้จ่ายที่เบิกจ่ายจากงบประมาณโครงการ งบประมาณของทั้งสองกิจกรรมจึงถูกปรับไปใช้ในกิจกรรมที่ 4 กิจกรรมที่ 7 และกิจกรรมที่ 8 ตามความจำเป็นที่เกิดขึ้นจริง

ระดับมหาวิทยาลัย

ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ผล	รายละเอียดผลการดำเนินงาน	หลักฐาน (แนบลิงก์/ภาคผนวก)	การบรรลุผลสำเร็จ ☑ บรรลุ ☒ ไม่บรรลุ
1. จำนวนชุมชน/หน่วยงานองค์กรท้องถิ่นที่เข้าถึงระบบคลังปัญญาและได้รับการยกระดับคุณภาพชีวิต อย่างน้อย 3 มิติ	ชุมชน	1	1. วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา บ้านหน้าถ้ำ หมู่ 1 ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา มีการพัฒนาจำนวน 3 มิติ ดังนี้ ☑ 1) เศรษฐกิจ มีการพัฒนา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มเพิ่มขึ้น 0.46 เท่าจากฐานปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 จากเดือนละประมาณ 21,907 บาท เป็นเดือนละ 32,000 บาท และเกิดรายได้ประเภทใหม่จากค่าเรียนรู้และการสาธิตผ้าสีมายา ซึ่งคณะทำงานบันทึกรายการไว้ได้อย่างน้อย 4,180 บาท ร่วมกับรายได้จากการออกบูธจำหน่ายในงานระดับจังหวัด 12,046 บาท ภายใน 2 วัน ☑ 2) การศึกษา มีการพัฒนา ได้รับการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี 4 เรื่อง มีผู้ได้รับการถ่ายทอด 50 คน นำไปใช้ประโยชน์ 35 คน และพัฒนาแกนนำเป็นวิทยากรชุมชน 3 คน ☑ 3) สังคม มีการพัฒนา กลุ่มเข้าร่วมคณะทำงานการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนตำบลหน้าถ้ำ ตามคำสั่งองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ ที่ 205/2569 และได้รับการบรรจุในโปรแกรมท่องเที่ยวของชุมชนตำบลหน้าถ้ำ จังหวัดยะลา	- ระบบบัญชีรายรับรายจ่ายของกลุ่ม - แบบติดตามการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ - คำสั่งองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ ที่ 205/2569	☑ บรรลุ

ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ผล	รายละเอียดผลการดำเนินงาน	หลักฐาน (แนบลิงก์/ภาคผนวก)	การบรรลุผลสำเร็จ ☑ บรรลุ ☒ ไม่บรรลุ
			☐ 4) สุขภาพ ☐ 5) สิ่งแวดล้อม		
2. จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนามีมูลค่าเพิ่มและสร้างรายได้เพิ่มขึ้น	ผลิตภัณฑ์	1	**1. กิจกรรมเวิร์กช็อป แต้มสีมายา ผลิตภัณฑ์เชิงบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** - มูลค่าก่อนการพัฒนา เป็นกิจกรรมเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นในปีที่ 1 ยังไม่มีอัตราค่าบริการ และหลังการพัฒนา จำหน่ายเป็นบริการในราคา 15 บาทต่อคน ในงาน BIKE COFFEE CRAFT 2026 และได้รับการบรรจุเป็น Workshop ในโปรแกรม Signature ตามรอยศรัทธาถ้ำพระนอน สู่ภูมิปัญญาดินมายา ซึ่งกำหนดรายได้ของกลุ่มจากกิจกรรม Workshop ไว้ที่ค่าวิทยากร 200 บาทต่อคณะ และค่าวัสดุ 50 บาทต่อคน คณะขั้นต่ำ 10 คน จึงเท่ากับไม่น้อยกว่า 700 บาทต่อครั้ง - รายได้ก่อนการพัฒนา กลุ่มไม่มีรายได้จากกิจกรรมนี้ และหลังการพัฒนา มีรายได้ค่าสาธิตจากสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา 2,000 บาท เมื่อวันที่ 19 กรกฎาคม 2569	- บัญชีรายรับรายจ่ายของกลุ่ม - หนังสือสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา ที่ ยล 0032/723 - รายละเอียดโปรแกรมท่องเที่ยวชุมชนตำบลหน้าถ้ำ - รายชื่อบูธผู้ประกอบการงาน BIKE COFFEE CRAFT 2026	☑ บรรลุ
3. ร้อยละความพึงพอใจของผู้รับบริการวิชาการ	ร้อยละ	85.83	ประเมินจากผู้เข้าร่วมกิจกรรมที่ 2–3 ผู้ตอบแบบประเมิน 24 คน จากผู้เข้าร่วม 30 คน (ร้อยละ 80) ความพึงพอใจภาพรวมมีค่าเฉลี่ย 4.29 อยู่ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 85.83	แบบประเมินความพึงพอใจกิจกรรมที่ 2–3	☑ บรรลุ

ตัวชี้วัด	หน่วยวัด	ผล	รายละเอียดผลการดำเนินงาน	หลักฐาน (แนบลิงก์/ภาคผนวก)	การบรรลุผลสำเร็จ ☑ บรรลุ ☒ ไม่บรรลุ
4. ร้อยละความไม่พึงพอใจของผู้รับบริการวิชาการ	ร้อยละ	0.64	ประเมินจากผู้ตอบแบบประเมินกลุ่มเดียวกับตัวชี้วัดที่ 3 (24 คน) คิดจากสัดส่วนคำตอบระดับน้อยและน้อยที่สุดต่อคำตอบทั้งหมด 13 ข้อ	แบบประเมินความพึงพอใจกิจกรรมที่ 2–3	☑ บรรลุ
5. ร้อยละของผู้เข้ารับบริการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์	ร้อยละ	70.00	ติดตามผลจากผู้ได้รับการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยี 50 คน พบผู้นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ 35 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00	แบบติดตามการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์	☑ บรรลุ

ระดับกระทรวง

ตัวชี้วัดที่ 18 จำนวนประชาชนในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ได้รับการพัฒนาทักษะหรือองค์ความรู้ในการประกอบอาชีพ

ลำดับ	วัน เดือน ปี	ทักษะหรือองค์ความรู้ในการประกอบอาชีพที่ได้ให้บริการวิชาการ	หน่วยงานเข้าร่วม/ประเภทผู้เข้าร่วม	จำนวนผู้เข้าร่วม (คน)
1	10 มิ.ย. 69	การจัดการธุรกิจชุมชนและการออกแบบโมเดลธุรกิจ (การวิเคราะห์ต้นทุน, Business Model Canvas, Value Proposition Design)	สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายาและเครือข่ายกลุ่มอาชีพในพื้นที่ตำบลหน้าถ้ำ	30
2	11 มิ.ย. 69	การพัฒนาแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์	สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายาและเครือข่ายกลุ่มอาชีพในพื้นที่ตำบลหน้าถ้ำ	25
3	20 ส.ค. 69	การสื่อสารแบรนด์และการผลิตสื่อดิจิทัล การสื่อสารแบรนด์ การถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ และการเขียนข้อความจำหน่ายออนไลน์	สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา 15 คน และกลุ่มอาชีพและเครือข่ายในพื้นที่ 35 คน	50
4	23 และ 26 ส.ค. 69	ระบบบริหารจัดการภายในกลุ่มและระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์พร้อม Dashboard	สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา 15 คน และกลุ่มอาชีพและเครือข่ายในพื้นที่ 35 คน	50

ผลการดำเนินงานภาคีเครือข่าย

ลำดับ	รายชื่อหน่วยงาน	หลักฐาน (MoU/MoA)
1	องค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ	คำสั่งองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ ที่ 205/2569 ลงวันที่ 9 กรกฎาคม 2569 เรื่อง แต่งตั้งคณะทำงานการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนตำบลหน้าถ้ำ คณะผู้ดำเนินโครงการเป็นที่ปรึกษา และประธานกลุ่มสีมายาเป็นคณะทำงานฝ่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน
2	สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา	หนังสือสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา ที่ ยล 0032/723 ลงวันที่ 9 กรกฎาคม 2569 เรื่อง ขอเชิญบริการทางวิชาการแก่ชุมชนต้นแบบ "เที่ยวชุมชน ยลวิถี" พร้อมกำหนดการกิจกรรม

ลำดับ	รายชื่อหน่วยงาน	หลักฐาน (MoU/MoA)
3	ศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ (ศอ.บต.)	คู่มือผู้ประกอบการงาน BIKE COFFEE CRAFT 2026 และรายชื่อบูธผู้ประกอบการ (กลุ่มสีมายา บูธที่ 29)

ผลการดำเนินงานทรัพย์สินทางปัญญา

☑ มี

☐ ลิขสิทธิ์ เรื่อง ..... คำขอแจ้งข้อมูลเลขที่.....

☑ อนุสิทธิบัตร 2 เรื่อง

1. อนุสิทธิบัตร เรื่อง ผลิตภัณฑ์สครับผิวที่มีส่วนผสมของดิน เลขที่คำขอ [อยู่ระหว่างการออกเลขที่คำขอ]

2. อนุสิทธิบัตร เรื่อง องค์ประกอบของสีน้ำจากสารสกัดธรรมชาติ เลขที่คำขอ [อยู่ระหว่างการออกเลขที่คำขอ]

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลายื่นคำขอทั้ง 2 รายการผ่านระบบ Patent E-Filing ของกรมทรัพย์สินทางปัญญา เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2569 ในฐานะผู้รับโอนสิทธิจากผู้ประดิษฐ์ ผู้ประดิษฐ์ ได้แก่ ผู้ช่วยศาสตราจารย์อาอีเซาะส์ เบ็ญหาวัน อาจารย์ศุภาวิณี กิติวินิต และรองศาสตราจารย์ ดร.ชินีเพ็ญ มะลิสุวรรณ การประดิษฐ์ทั้ง 2 รายการพัฒนาจากผลิตภัณฑ์ต้นแบบของโครงการในปีที่ 1 สถานะ อยู่ระหว่างการพิจารณา

☐ สิทธิบัตรการประดิษฐ์/อนุสิทธิบัตร เรื่อง ..... เลขที่คำขอ .....

☐ สิทธิบัตรการออกแบบ เรื่อง ..... เลขที่คำขอ .....

☐ ไม่มี

ผลการเผยแพร่ผลงาน (บทความวิชาการ บทความวิจัย บทความเผยแพร่ความรู้ สื่อสาธารณะ)

☐ มี

ชื่อเรื่อง .....

แหล่งเผยแพร่ .....

สถานะ .....

แหล่งอ้างอิง .....

☑ ไม่มี

ผลการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจและสังคม

1) ผลกระทบทางเศรษฐกิจ

รายได้/ยอดขาย	121,120 บาทต่อปี
ต้นทุน	**170,950 บาท** (งบประมาณโครงการปีที่ 2)
กำไรสุทธิ	**–49,830 บาท** (ผลประโยชน์สุทธิภายในปีงบประมาณเดียว)
ROI (%)	–29.15

รายละเอียดการประเมิน

การประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจของโครงการปีที่ 2 ใช้มุมมองผลตอบแทนจากการลงทุนของโครงการ โดยกำหนดให้งบประมาณที่ได้รับการสนับสนุน 170,950 บาท เป็นต้นทุนการลงทุน และรายได้ส่วนเพิ่มของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายาเป็นผลประโยชน์ที่เกิดขึ้น

รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มในปี พ.ศ. 2569 เท่ากับ 32,000 บาท เพิ่มขึ้นจากฐานปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ซึ่งเท่ากับ 21,907 บาทต่อเดือน คิดเป็นส่วนเพิ่มเดือนละ 10,093 บาท หรือ 121,120 บาทต่อปี เมื่อเทียบกับงบประมาณโครงการ ได้ค่า B/C ratio เท่ากับ 0.71 ผลประโยชน์สุทธิภายในปีงบประมาณเดียวเท่ากับ –49,830 บาท และ ROI เท่ากับร้อยละ –29.15 (ข้อมูลที่กลุ่มสรุปไว้ครอบคลุมเดือนมกราคมถึงกันยายน 2569 ซึ่งมีรายได้ส่วนเพิ่มที่สังเกตได้จริง 90,840 บาท ค่า 121,120 บาท เป็นค่าที่ปรับเป็นฐานเต็มปีเพื่อให้เทียบกับงบประมาณรายปีได้)

ค่า ROI ที่ติดลบในปีนี้สะท้อนลักษณะของโครงการตามกรอบแพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน ซึ่งออกแบบเป็นบันไดสามขั้น โดยปีที่ 2 เป็นปีลงทุนในระบบบริหารจัดการ การตลาด และช่องทางจำหน่าย มิใช่ปีเก็บเกี่ยวรายได้ ผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นมีลักษณะเป็นกระแสต่อเนื่อง มิใช่รายการครั้งเดียว เมื่อพิจารณาระยะเวลาคืนทุน พบว่ารายได้ส่วนเพิ่มในอัตราปัจจุบันจะชดเชยเงินลงทุนได้ภายใน 1.41 ปี และหากผลประโยชน์คงระดับเดิมตลอดกรอบการดำเนินงาน 3 ปี ค่า ROI จะเท่ากับร้อยละ 112.55

ทั้งนี้ คณะผู้ดำเนินโครงการขอระบุข้อจำกัดของการคำนวณไว้ 3 ประการ ประการแรก ตัวเศษของการคำนวณใช้รายได้ส่วนเพิ่ม มิใช่กำไรสุทธิของกิจการ เนื่องจากกลุ่มยังไม่ได้สรุปข้อมูลต้นทุนรวมรายปี ค่าที่รายงานจึงเป็นค่าสูงสุดที่เป็นไปได้ และค่าที่คำนวณจากกำไรสุทธิจริงจะต่ำกว่านี้ ประการที่สอง การคำนวณยังไม่ได้คิดมูลค่าของทรัพย์สินที่โครงการสร้างขึ้นและจะสร้างรายได้ต่อเนื่องโดยไม่ต้องลงทุนซ้ำ ได้แก่ ระบบบริหารจัดการและระบบบัญชี ชุดสื่อประชาสัมพันธ์ วิทยากร

ชุมชน 3 คน การบรรจุกลุ่มในโปรแกรมท่องเที่ยวของตำบล และคำขออนุสิทธิบัตร 2 รายการ ประการที่สาม ข้อมูลรายได้เป็นข้อมูลที่กลุ่มสรุปและยืนยันด้วยตนเอง มิได้ผ่านการตรวจสอบโดยผู้สอบบัญชีภายนอก การยกระดับค่า B/C ratio ให้ถึงเกณฑ์เมื่อสิ้นสุดปีที่ 3 จึงกำหนดไว้เป็นเป้าหมายในข้อเสนอโครงการต่อเนื่อง โดยมีเงื่อนไขสำคัญคือการจัดทำบัญชีต้นทุนต่อหน่วยผลิตภัณฑ์และการบันทึกรายรับรายจ่ายครบรอบปี ซึ่งเป็นภารกิจแรกของปีที่ 3

2) ผลกระทบทางสังคม

มูลค่าปัจจุบันของผลประโยชน์ (บาท)	อยู่ระหว่างการพัฒนาเกณฑ์ตัวแทนมูลค่า จะประเมินในปีที่ 3
มูลค่าการลงทุนรวม (บาท)	**335,950** (สะสม 2 ปี คือ 165,000 บาท ในปี 2568 และ 170,950 บาท ในปี 2569)
SROI (%)	ประเมินในปีที่ 3 เมื่อมีข้อมูลครบ

รายละเอียดการประเมิน

สำหรับผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) การคำนวณตามหลักวิชาต้องอาศัยการกำหนดตัวแทนมูลค่าทางการเงิน (financial proxy) ให้แก่ผลลัพธ์ทางสังคมแต่ละรายการ ซึ่งต้องมีฐานอ้างอิงที่ตรวจสอบได้ ในปีที่ 2 โครงการยังไม่มีข้อมูลเพียงพอต่อการกำหนดตัวแทนมูลค่าดังกล่าว อีกทั้งการนำรายได้ส่วนเพิ่มของกลุ่มมาใช้เป็นผลประโยชน์ทางสังคมจะเป็นการนับซ้ำกับการประเมินผลกระทบทางเศรษฐกิจ คณะผู้ดำเนินโครงการจึงรายงานผลลัพธ์ทางสังคมในเชิงปริมาณที่มีหลักฐานรองรับแทน ดังนี้

ด้านการพัฒนาคน มีผู้ได้รับการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยี 50 คน และนำความรู้ไปใช้ประโยชน์จริง 35 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 พร้อมพัฒนาแกนนำของกลุ่มเป็นวิทยากรชุมชนที่ถ่ายทอดความรู้ให้ผู้อื่นได้ 3 คน

ด้านโครงสร้างความร่วมมือ กลุ่มได้รับการแต่งตั้งเป็นคณะทำงานฝ่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ภูมิปัญญา และเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ตามคำสั่งองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ ที่ 205/2569 และได้รับการบรรจุในโปรแกรมท่องเที่ยวของชุมชนตำบลหน้าถ้ำ ซึ่งเปลี่ยนสถานะของกลุ่มจากผู้รับการพัฒนาเป็นผู้ร่วมกำหนดทิศทางการพัฒนาของตำบล

ด้านการสืบทอดภูมิปัญญา ผู้เข้าร่วมกิจกรรมแต้มสีมายา 50 คน ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนและนักศึกษา และร้อยละ 92.00 ไม่เคยเข้าร่วมกิจกรรมของกลุ่มมาก่อน ร่วมกับนักศึกษาจาก 2 รายวิชา รวม 38 คน ที่เรียนรู้จากโจทย์จริงของชุมชน

ด้านการคุ้มครององค์ความรู้ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลายื่นคำขอรับอนุสิทธิบัตร 2 รายการ เมื่อวันที่ 3 กันยายน 2569 ซึ่งพัฒนาจากผลิตภัณฑ์ต้นแบบของปีที่ 1 และอยู่ระหว่างการพิจารณา

การประเมิน SROI อย่างครบถ้วนกำหนดไว้เป็นภารกิจของปีที่ 3 ซึ่งจะดำเนินการพร้อมกับการสรุปผลการดำเนินงานตลอดกรอบ 3 ปี โดยใช้ข้อมูลต้นทุน ข้อมูลการใช้บริการโปรแกรมท่องเที่ยว และข้อมูลการติดตามผู้นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ที่เก็บต่อเนื่องตลอดปีงบประมาณ

บทที่ 4
สรุปผล ปัญหา และข้อเสนอแนะ

การดำเนินโครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน (ปีที่ 2) สำเร็จลุล่วงไปได้ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ โดยสามารถสรุปผลการดำเนินงานโครงการ ปัญหาอุปสรรค ปัจจัยความสำเร็จ และข้อเสนอแนะ ดังนี้

สรุปผลการดำเนินโครงการ

โครงการปีที่ 2 ดำเนินงานกับวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา บ้านหน้าถ้ำ ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ภายใต้แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE) ปีที่ 2 ของโครงการต่อยอดจากผลิตภัณฑ์ต้นแบบและผลการวิเคราะห์ทางวิทยาศาสตร์ของปีที่ 1 สู่การพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจ การตลาด และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ตรงกับแนวทางของแพลตฟอร์ม BCE ในปีที่ 2 ที่มุ่งขับเคลื่อนโมเดลธุรกิจ โครงการดำเนินกิจกรรมครบทั้ง 9 กิจกรรม ผลการดำเนินงานสรุปตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจสีมายา ให้มีระบบบริหารจัดการที่ชัดเจน โปร่งใส และสามารถดำเนินธุรกิจบนฐานทรัพยากรท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน ผลการดำเนินงานได้แบบจำลองธุรกิจสีมายา (Business Model Canvas) ซึ่งสังเคราะห์จากผลงานของผู้เข้าร่วมอบรมกลุ่มปรับโครงสร้างองค์กรเป็น 6 ฝ่ายตามลักษณะงานจริง ได้แก่ มัดย้อม ตัดเย็บ บัญชี จัดหาวัสดุ ควบคุมคุณภาพ และประชาสัมพันธ์ และใช้ระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์พร้อม Dashboard บันทึกรายรับรายจ่ายจริง ระบบบัญชีนี้ทำให้กลุ่มมีเครื่องมือบันทึกและสรุปผลการเงินของตนเองเป็นครั้งแรก และเป็นเงื่อนไขจำเป็นสำหรับการประเมินผลตอบแทนทางเศรษฐกิจอย่างครบถ้วนในปีที่ 3 เมื่อมีข้อมูลบันทึกต่อเนื่องครบรอบปี นอกจากนี้แกนนำ 3 คนยังพัฒนาเป็นวิทยากรชุมชนที่ถ่ายทอดความรู้ต่อได้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อส่งเสริมการตลาดและขยายช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีมายาทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ โดยมีการออกแบบแบรนด์ สื่อประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมตลาดสร้างสรรค์ที่วัดผลได้ ผลการดำเนินงานได้สรุปแผนการตลาดสีมายา สื่อภาพผลิตภัณฑ์ 15 รายการ และคลิปวิดีโอ 16 คลิป สำหรับเผยแพร่ผ่าน Facebook ของกลุ่ม ในด้านช่องทางออฟไลน์กลุ่มได้ทดลองจำหน่ายในงาน BIKE COFFEE CRAFT 2026 ของศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลสำรวจ Simaya Market Test ยืนยันการยอมรับของตลาด ผู้ตอบร้อยละ 87.32 (n = 71) สนใจซื้อในอนาคต ร้อยละ 85.71 (n = 70) เห็นว่าราคาเหมาะสม และผู้ซื้อจริงร้อยละ 88.89 (n = 18) สนใจซื้อซ้ำ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อยกระดับศักยภาพกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายา ด้วยกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ผลการดำเนินงานทำให้กลุ่มเข้าสู่คณะทำงานการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวชุมชนตำบลหน้าถ้ำ ตามคำสั่งองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ ที่ 205/2569 และได้รับการบรรจุในโปรแกรมท่องเที่ยวของชุมชนตำบลหน้าถ้ำ จังหวัดยะลา รวมถึงโปรแกรม Signature ตามรอยศรัทธาถ้ำพระนอน สู่ภูมิปัญญาดินมายา กลุ่มยังได้ร่วมจัดกิจกรรมแต้มสีมายา กับสำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา บทบาทผู้ถ่ายทอดภูมิปัญญาสร้างรายได้ประเภทใหม่ให้กลุ่ม ซึ่งคณะทำงานบันทึกรายการไว้ได้อย่างน้อย 4,180 บาท ในช่วงเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคม 2569 และเป็นรายได้ที่กลุ่มไม่เคยมีมาก่อนเข้าร่วมโครงการ

ในด้านตัวชี้วัด โครงการบรรลุหรือสูงกว่าค่าเป้าหมายทั้ง 7 ตัวชี้วัด มีผู้ได้รับการถ่ายทอดความรู้ 50 คน เทคโนโลยีและองค์ความรู้ที่ถ่ายทอด 4 เรื่อง วิทยากรชุมชน 3 คน ความพึงพอใจร้อยละ 85.83 ผู้นำความรู้ไปใช้ประโยชน์ 35 คน คิดเป็นร้อยละ 70 และผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพิ่มเติมจากแผน 3 รายการ ส่วนมูลค่าทางเศรษฐกิจ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนของกลุ่มเพิ่มขึ้น 0.46 เท่าจากฐานปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 สูงกว่าค่าเป้าหมาย 0.40 เท่า คิดเป็นรายได้ส่วนเพิ่มประมาณ 121,120 บาทต่อปี ผลที่น่าสนใจคือการเปลี่ยนแปลงนี้เกิดขึ้นในปีที่จำนวนนักท่องเที่ยวในพื้นที่ลดลงอย่างมาก โดยรายได้ส่วนใหญ่มาจากกิจกรรมเรียนรู้และการออกบูธจำหน่าย ซึ่งเป็นช่องทางที่โครงการพัฒนาขึ้นในปีที่ 2 นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลายังยื่นคำขออนุสิทธิบัตร 2 รายการ ซึ่งพัฒนาจากผลิตภัณฑ์ต้นแบบของปีที่ 1 และโครงการได้บูรณาการกับการเรียนการสอน 2 รายวิชา และกับการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม

ปัญหาอุปสรรค

1. ระยะเวลาดำเนินงาน โครงการเริ่มดำเนินงานหลังคำสั่งแต่งตั้งคณะทำงาน ลงวันที่ 10 มีนาคม 2569 กิจกรรมหลักจึงดำเนินในช่วงเดือนมิถุนายนถึงกันยายน คณะผู้ดำเนินโครงการจัดการด้วยการวางกำหนดการกิจกรรมให้ต่อเนื่อง และใช้โอกาสจากกิจกรรมของหน่วยงานภาคีในพื้นที่ร่วมด้วย

2. ข้อมูลสำหรับประเมินผลทางเศรษฐกิจ ก่อนการดำเนินงานปีที่ 2 กลุ่มยังไม่มีการบันทึกจำนวนผลิต จำนวนขาย และต้นทุนรายผลิตภัณฑ์ ระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ที่พัฒนาขึ้นในโครงการเริ่มใช้งานในเดือนสิงหาคม 2569 ข้อมูลในระบบจึงยังบันทึกไม่ครบถ้วนทุกรายการ การประเมินมูลค่าทางเศรษฐกิจในปีนี้จึงใช้ข้อมูลสรุปรายได้รายปีของกลุ่มเป็นหลัก และเนื่องจากกลุ่มยังไม่มีการสรุปต้นทุนรวมรายปี จึงยังไม่สามารถคำนวณกำไรสุทธิและอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนตามสูตรของคู่มือได้ครบถ้วน

3. ความพร้อมด้านสื่อดิจิทัลของกลุ่ม ผลการประเมินในกิจกรรมที่ 1 พบว่าความพร้อมด้านการใช้สื่อออนไลน์มีค่าเฉลี่ย 3.20 โครงการจึงมุ่งพัฒนา Facebook เป็นช่องทางหลักก่อน ช่องทางออนไลน์อื่นตามแผนยังต้องพัฒนาต่อ

4. ความคงทนของสี ลูกค้าสอบถามเรื่องความคงทนของสี และการทดสอบต้นแบบของนักศึกษาชี้ว่าควรทดสอบความคงทนหลังการซักก่อนเข้าสู่การผลิต

ปัจจัยความสำเร็จ

1. ต้นทุนจากปีที่ 1 ผลการวิเคราะห์ดินมายาด้วยเทคนิค XRF ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 2 รายการ และความสัมพันธ์กับชุมชนที่สร้างไว้ในปีที่ 1 ทำให้ปีที่ 2 เริ่มงานได้ทันทีในระดับการจัดการธุรกิจ โดยไม่ต้องเริ่มต้นใหม่

2. ความร่วมมือของภาคีเครือข่าย องค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดยะลา และศูนย์อำนวยการบริหารจังหวัดชายแดนภาคใต้ เปิดพื้นที่ให้กลุ่มได้บทบาทในโครงสร้างการท่องเที่ยวของตำบล ได้ถ่ายทอดภูมิปัญญา และได้ทดลองตลาดจริง การปรับรูปแบบกิจกรรมให้สอดคล้องกับกลไกของภาคีทำให้ผลลัพธ์มีความต่อเนื่องเกินกว่ากิจกรรมเฉพาะกิจ

3. ทีมงานสหวิทยาการ คณะผู้ดำเนินโครงการประกอบด้วยผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชน เคมีประยุกต์ และนิเทศศาสตร์ ร่วมกับวิทยากรภายนอกด้านการจัดการธุรกิจ บัญชี และการออกแบบ ทำให้การพัฒนาครอบคลุมทั้งคุณภาพผลิตภัณฑ์ การบริหารจัดการ และการสื่อสารตลาด

4. การมีส่วนร่วมของสมาชิกกลุ่ม สมาชิกกลุ่มทั้ง 15 คนเข้าร่วมกิจกรรมที่ 4–5 และแกนนำพร้อมรับบทบาทวิทยากร การเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ เช่น การจัดทำ Business Model Canvas และการใช้ระบบบัญชีจริง ทำให้ความรู้ถูกนำไปใช้ต่อได้

5. การบูรณาการพันธกิจของมหาวิทยาลัย การบูรณาการกับการเรียนการสอนและการทำนุบำรุงศิลปะและวัฒนธรรม เพิ่มทรัพยากรให้โครงการ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากนักศึกษา ความรู้ด้านเคมีการย้อม และเวทีถ่ายทอดภูมิปัญญาสู่เยาวชน

ข้อเสนอแนะครั้งต่อไป

1. ด้านการตลาด ขยายช่องทางจำหน่ายออนไลน์จากฐาน Facebook สู่ระบบตลาดออนไลน์ถาวรและช่องทางอื่นตามแผน เช่น TikTok QR Code ร้านค้า และ mini catalog โดยพัฒนาสมาชิกรุ่นใหม่เป็นผู้รับผิดชอบสื่อออนไลน์ของกลุ่ม

2. ด้านการบริหารจัดการและข้อมูลเศรษฐกิจ ให้กลุ่มบันทึกรายรับรายจ่ายในระบบบัญชีอย่างครบถ้วนทุกรายการตั้งแต่เดือนตุลาคม 2569 เป็นต้นไป และต่อยอดระบบสู่การบันทึกจำนวนผลิต สินค้าคงเหลือ และต้นทุนรายผลิตภัณฑ์ พร้อมสรุปรายได้รายไตรมาสตามที่ระบุในข้อเสนอโครงการ เพื่อให้การคำนวณมูลค่าทางเศรษฐกิจในปีที่ 3 ครอบคลุมตลอดปีงบประมาณ และสามารถคำนวณกำไรสุทธิและอัตราส่วนผลประโยชน์ต่อต้นทุนตามสูตรของคู่มือได้ ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่ต้องปิดให้ได้เมื่อสิ้นสุดโครงการในปีที่ 3

3. ด้านคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ทดสอบความคงทนของสีตามมาตรฐาน ร่วมกับหลักสูตรเคมีประยุกต์ และ ยกระดับกระบวนการผลิตและคุณภาพผลิตภัณฑ์เพื่อขอรับรองมาตรฐานหรือจดแจ้งตามประเภทของผลิตภัณฑ์ เช่น มผช. และ อย. ให้แล้วเสร็จภายในปีที่ 3 ตามตัวชี้วัดของแพลตฟอร์ม BCE ที่กำหนดให้มีผลิตภัณฑ์ผ่านการรับรองมาตรฐานเมื่อจบปีสุดท้าย

4. ด้านการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ นำโปรแกรมท่องเที่ยวของตำบลที่กลุ่มได้รับการบรรจุไว้สู่การจำหน่ายจริง พัฒนาแกนนำจาก 3 คนเป็นวิทยากรชุมชน 5 คน ตามค่าเป้าหมายปีที่ 3 และยกระดับความร่วมมือกับองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำและภาคีในพื้นที่สู่การลงนามบันทึกความร่วมมือ

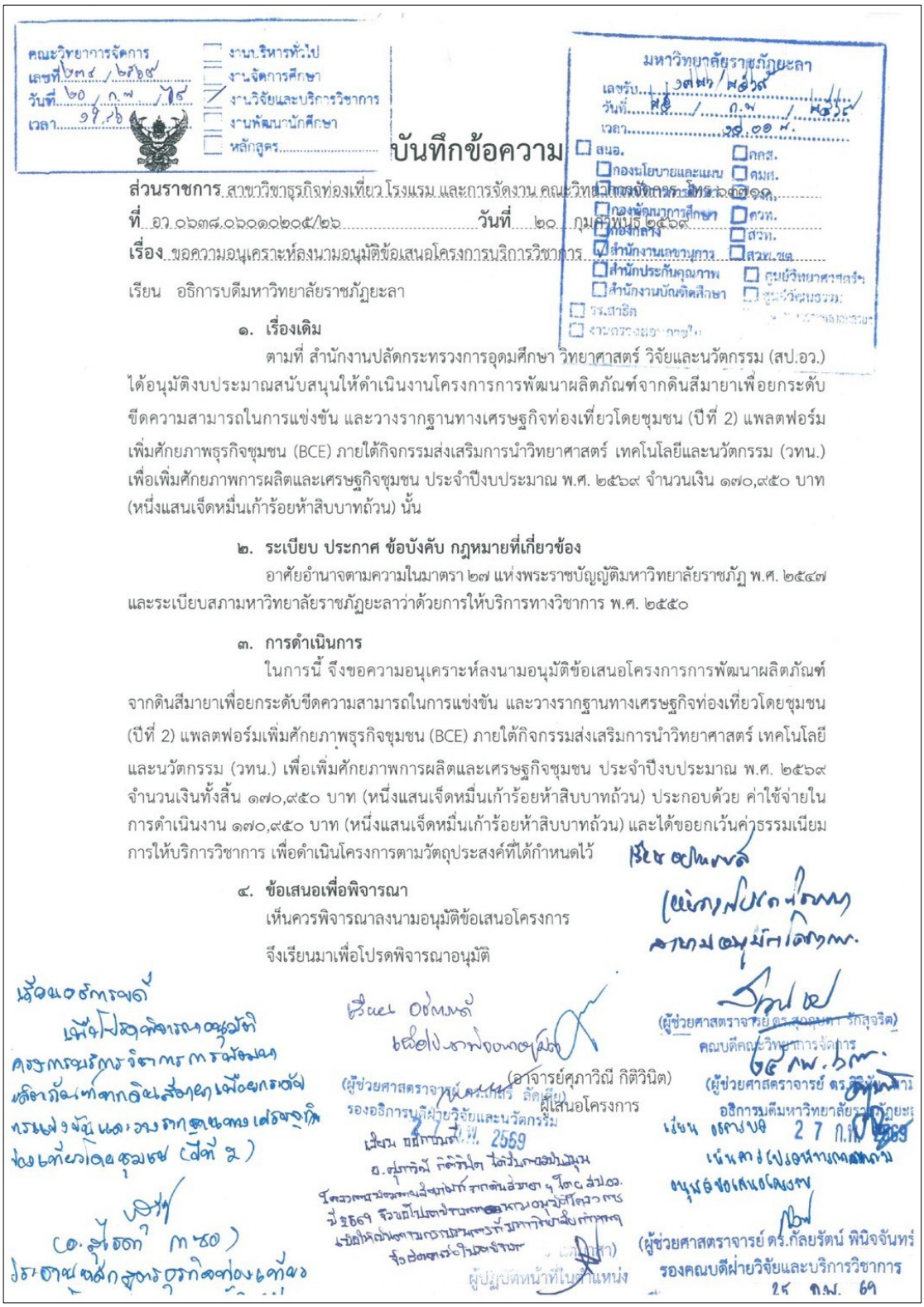
5. ด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ พิจารณานำผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากนักศึกษา 3 รายการ เข้าสู่การทดลองผลิตและจำหน่ายโดยกลุ่ม โดยเฉพาะรายการที่มีศักยภาพใช้ประโยชน์จากเศษผ้า และควรเก็บข้อมูลยืนยันเมื่อเข้าสู่การผลิต

6. ด้านการติดตามและประเมินผล จัดทำแบบบันทึกผลสำหรับเวทีและกิจกรรมกลุ่มย่อยทุกครั้ง ใช้แบบติดตามการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ตามคู่มือข้อเสนอโครงการ และเก็บข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมเชิงปริมาณเป็นฐานตั้งแต่ต้นปีที่ 3

7. ด้านการต่อยอดทางวิชาการ ข้อมูลที่เก็บอย่างเป็นระบบในปีที่ 2 เช่น ผลการประเมินความพร้อมของกลุ่ม และผลสำรวจ Simaya Market Test มีศักยภาพพัฒนาเป็นบทความวิจัยด้านการพัฒนาธุรกิจชุมชนบนฐานภูมิปัญญาและการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งจะเผยแพร่องค์ความรู้จากโครงการสู่วงวิชาการ

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก โครงการที่ได้รับการอนุมัติ



คณะวิทยาการจัดการ
เลขที่ ๒๓๔ / ๒๕๖๙
วันที่ ๒๐ / ก.พ. / ๖๙
เวลา ๑๗.๑๖
☐ งานบริหารทั่วไป
☐ งานจัดการศึกษา
☑ งานวิจัยและบริการวิชาการ
☐ งานพัฒนานักศึกษา
☐ หลักสูตร.....

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
เลขรับ ๑๗๔๗ / ๒๕๖๙
วันที่ ๒๕ / ก.พ. / ๒๕๖๙
เวลา ๑๕.๐๑ น.
☐ สนอ. ☐ กคส.
☐ กองนโยบายและแผน ☐ คมส.
☐ กองบริหารการสื่อสารองค์กร ☐ ศบค.
☐ กองพัฒนาการศึกษา ☐ ควท.
☐ กองกลาง ☐ สวท.
☑ สำนักงานเลขานุการ ☐ สวพ.ชต.
☐ สำนักประกันคุณภาพ ☐ ศูนย์วิทยาศาสตร์ฯ
☐ สำนักงานบัณฑิตศึกษา ☐ ศูนย์วัฒนธรรม
☐ ร.ร.สาธิต
☐ งานตรวจสอบภายใน

บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ สาขาวิชาธุรกิจท่องเที่ยว โรงแรม และการจัดงาน คณะวิทยาการจัดการ โทร ๐๗๓๕๑๑๑๑ ต่อ ๑๑๑๑

ที่ อว ๐๖๓๘.๐๖๐๑๐๒๐๕/๒๖ **วันที่** ๒๐ กุมภาพันธ์ ๒๕๖๙

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ลงนามอนุมัติข้อเสนอโครงการบริการวิชาการ

เรียน อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

๑. **เรื่องเดิม**

ตามที่ สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สป.อว.) ได้อนุมัติงบประมาณสนับสนุนให้ดำเนินงานโครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน (ปีที่ 2) แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE) ภายใต้กิจกรรมส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (วทน.) เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ จำนวนเงิน ๑๗๐,๙๕๐ บาท (หนึ่งแสนเจ็ดหมื่นเก้าร้อยห้าสิบบาทถ้วน) นั้น

๒. **ระเบียบ ประกาศ ข้อบังคับ กฎหมายที่เกี่ยวข้อง**

อาศัยอำนาจตามความในมาตรา ๒๗ แห่งพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยราชภัฏ พ.ศ. ๒๕๔๗ และระเบียบสภามหาวิทยาลัยราชภัฏยะลาว่าด้วยการให้บริการทางวิชาการ พ.ศ. ๒๕๕๐

๓. **การดำเนินการ**

ในการนี้ จึงขอความอนุเคราะห์ลงนามอนุมัติข้อเสนอโครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน (ปีที่ 2) แพลตฟอร์มเพิ่มศักยภาพธุรกิจชุมชน (BCE) ภายใต้กิจกรรมส่งเสริมการนำวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม (วทน.) เพื่อเพิ่มศักยภาพการผลิตและเศรษฐกิจชุมชน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. ๒๕๖๙ จำนวนเงินทั้งสิ้น ๑๗๐,๙๕๐ บาท (หนึ่งแสนเจ็ดหมื่นเก้าร้อยห้าสิบบาทถ้วน) ประกอบด้วย ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน ๑๗๐,๙๕๐ บาท (หนึ่งแสนเจ็ดหมื่นเก้าร้อยห้าสิบบาทถ้วน) และได้ขอยกเว้นค่าธรรมเนียมการให้บริการวิชาการ เพื่อดำเนินโครงการตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

๔. **ข้อเสนอเพื่อพิจารณา**

เห็นควรพิจารณาลงนามอนุมัติข้อเสนอโครงการ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ

(อาจารย์ศุภาวิณี กิติวินิต)
ผู้เสนอโครงการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุดจิต รักสุจริต)
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.[illegible])
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยรัตน์ พินิจจันทร์)
รองคณบดีฝ่ายวิจัยและบริการวิชาการ
๒๕ ก.พ. ๖๙

ความคิดเห็นของหัวหน้าส่วนราชการ

เห็นควร
☑ อนุมัติ
☐ ไม่อนุมัติ เนื่องจาก.....
.....

(ลงชื่อ).....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุกฤษดา รักสุจริตย์)
ตำแหน่ง คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
วันที่ 25 เดือน ก.พ. พ.ศ. 69

ความคิดเห็นของผู้อำนวยการสถาบันวิจัยฯ

เห็นควร
☑ อนุมัติ
☐ ไม่อนุมัติ เนื่องจาก.....
.....

(ลงชื่อ).....
(รองศาสตราจารย์ ดร.ชัยพัฒน์ มะลิสุวรรณ)
ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนาชายแดนภาคใต้
วันที่ 27 เดือน ก.พ. พ.ศ. 69

ความคิดเห็นของรองอธิการบดี

เห็นควร
☑ อนุมัติ
☐ ไม่อนุมัติ เนื่องจาก.....

(ลงชื่อ).....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกสรี ลัดเลีย)
รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและนวัตกรรม
วันที่ 27 เดือน ก.พ. พ.ศ. 69

ความคิดเห็นของอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

☑ อนุมัติ
☐ ไม่อนุมัติ เนื่องจาก.....

(ลงชื่อ).....
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริชัย นามบุรี)
อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
วันที่ ..... เดือน 27 ก.พ. 2569 พ.ศ. .....

หมายเหตุ: เมื่อได้รับการอนุมัติจากอธิการบดีแล้ว โปรดนำส่งบันทึกข้อความฉบับนี้ พร้อมข้อเสนอโครงการให้งานพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ อีเมล์ academic_service@yru.ac.th เพื่อลงระบบฐานข้อมูลบริการวิชาการต่อไป

ภาคผนวก ข เอกสาร/แบบฟอร์มที่เกี่ยวข้องกับโครงการ

แบบฟอร์มสำรวจและวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจ
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายา บ้านหน้าถ้ำ
ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

ใช้สำหรับกิจกรรมที่ 1 ของโครงการปีที่ 2: สำรวจข้อมูลภาคสนาม สัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ศักยภาพด้วย SWOT และประชุมยืนยันข้อมูล

เอกสารฉบับนี้ออกแบบเพื่อให้การเก็บข้อมูลภาคสนามมีโครงสร้างเดียวกัน และสามารถใช้ต่อยอดสู่การจัดทำรูปแบบการจัดการธุรกิจสีมายา แผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ ระบบบริหารจัดการภายในกลุ่ม ช่องทางจำหน่าย และการเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างเป็นระบบ

กลุ่มเป้าหมาย	วิสาหกิจชุมชนผ้ามัดย้อมสีมายา บ้านหน้าถ้ำ ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา
วิธีเก็บข้อมูล	สำรวจข้อมูลพื้นฐาน / สัมภาษณ์เชิงลึก / สังเกตการณ์ภาคสนาม / วิเคราะห์ SWOT / ประชุมยืนยันข้อมูล
การใช้ประโยชน์จากข้อมูล	ใช้เป็นฐานข้อมูลสำหรับ Business Model, Simaya Creative Marketing Plan, ระบบบัญชีและการบริหารกลุ่ม, ช่องทางจำหน่าย และกิจกรรม “แต้มสีมายา”
หลักการบันทึกข้อมูล	แยกข้อเท็จจริงออกจากความเห็นของผู้เก็บข้อมูลอย่างชัดเจน และหากข้อมูลยังไม่พร้อมให้ระบุว่า “ข้อมูลยังไม่เพียงพอ”

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของการลงพื้นที่

รายการ	รายละเอียด
วัน/เดือน/ปี	.....
สถานที่ลงพื้นที่	.....
ชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก	.....
บทบาทของผู้ให้ข้อมูล	.....
ผู้เก็บข้อมูล/ผู้บันทึก	.....

ประเภทการเก็บข้อมูลครั้งนี้

☐ สำรวจข้อมูลพื้นฐาน	☐ สัมภาษณ์เชิงลึก	☐ สังเกตการณ์ภาคสนาม
☐ สรุป SWOT	☐ ประชุมยืนยันข้อมูล	☐ อื่น ๆ .....

2) จุดแข็งที่ควรนำไปต่อยอดทันที

.....

.....

3) จุดอ่อนที่จำเป็นต้องพัฒนาในกิจกรรมปีที่ 2

.....

.....

4) ข้อมูลใดพร้อมใช้ต่อยอดสู่ Business Model / Marketing Plan / ระบบบริหารจัดการ

.....

.....

5) ข้อมูลใดยังไม่เพียงพอ และต้องเก็บเพิ่มอะไร

.....

.....

หมายเหตุ: เอกสารนี้ออกแบบจากข้อมูลโครงการปีที่ 2 รายงานผลปีที่ 1 และประเด็นคำถามร่างเดิมของคณะทำงาน
เพื่อให้การเก็บข้อมูลภาคสนามมีโครงสร้างเดียวกันและเชื่อมสู่การวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจของกลุ่มสีมายาได้อย่างเป็นระบบ

ส่วนที่ 7 แบบบันทึกการสังเกตการณ์ภาคสนาม

รายการสังเกต	สิ่งที่พบ	ข้อสังเกตเพิ่มเติม
สภาพพื้นที่ผลิตและความเป็นระเบียบ		
การจัดเก็บวัตถุดิบและสินค้า		
คุณภาพบรรจุภัณฑ์/ฉลาก/ข้อมูลสินค้า		
หลักฐานการขาย/การประชาสัมพันธ์ที่พบ		
อุปกรณ์สำหรับกิจกรรมเวิร์กช็อป		
การมีส่วนร่วมของสมาชิก		
ความพร้อมด้านความสะอาดและความปลอดภัย		
ป้าย/เรื่องเล่า/อัตลักษณ์ที่สื่อถึงกลุ่ม		
ความพร้อมต่อการต้อนรับผู้มาเยือน		
ประเด็นอื่นที่ควรบันทึก		

ส่วนที่ 8 แบบสรุปการวิเคราะห์ SWOT

Strengths (S) จุดแข็ง	**Weaknesses (W) จุดอ่อน** ....
Opportunities (O) โอกาส	**Threats (T) อุปสรรค** ....
ประเด็นยุทธศาสตร์เบื้องต้น (SO / ST / WO / WT)	**ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการเร่งด่วน** ....

5.2 คำถามสัมภาษณ์เชิงลึกด้านการจัดการ

• ปัจจุบันเรื่องใดทำให้การบริหารกลุ่มยากที่สุด: คน เงิน งาน เอกสาร การตลาด หรือการประสานงาน

บันทึกคำตอบ: .....

• ใครเป็นผู้ตัดสินใจเรื่องสำคัญ และใช้กระบวนการอย่างไร

บันทึกคำตอบ: .....

• หากจะวางระบบใหม่ กลุ่มต้องการเริ่มจากระบบใดก่อนเป็นอันดับแรก

บันทึกคำตอบ: .....

ส่วนที่ 6 การเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และประสบการณ์นักท่องเที่ยว

ประเด็น	ระดับความพร้อม	รายละเอียด/หลักฐาน
มีพื้นที่รองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	
มีวิทยากร/ผู้สาธิตที่พร้อมถ่ายทอด	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	
มีกระบวนการกิจกรรมที่ชัดเจน	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	
มีอุปกรณ์สำหรับกิจกรรมเพียงพอ	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	
มีมาตรการด้านความปลอดภัย/สุขอนามัย	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	
เชื่อมโยงเส้นทางกับแหล่งเรียนรู้หรือแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	
มีราคา/รูปแบบกิจกรรมที่พร้อมทดลองขาย	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	
มีสื่อประชาสัมพันธ์หรือเรื่องเล่าสำหรับนักท่องเที่ยว	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	

6.1 คำถามเฉพาะสำหรับกิจกรรม “แต้มสีมายา” หรือกิจกรรมเชิงประสบการณ์

• กิจกรรมใดที่เหมาะที่สุดในการนำเสนอให้นักท่องเที่ยว/เยาวชน/หน่วยงานภายนอก

บันทึกคำตอบ: .....

• หนึ่งรอบกิจกรรมรองรับได้กี่คน ใช้เวลานานเท่าใด และต้องเตรียมอะไรบ้าง

บันทึกคำตอบ: .....

• จุดเสี่ยงหรือข้อจำกัดเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้าร่วมคืออะไร

บันทึกคำตอบ: .....

ประเด็น	มี/ไม่มี/ยังไม่ชัด	รายละเอียด
	☐ ยังไม่ชัด	
มีบัญชีรายรับ–รายจ่าย	☐ มี ☐ ไม่มี ☐ ยังไม่ชัด	
มีการบันทึกต้นทุนการผลิต	☐ มี ☐ ไม่มี ☐ ยังไม่ชัด	
มีหลักเกณฑ์แบ่งผลประโยชน์	☐ มี ☐ ไม่มี ☐ ยังไม่ชัด	
มีระบบสต็อกวัตถุดิบ/สินค้า	☐ มี ☐ ไม่มี ☐ ยังไม่ชัด	
มีเอกสารคำสั่งซื้อ/ใบเสร็จ/หลักฐานการขาย	☐ มี ☐ ไม่มี ☐ ยังไม่ชัด	
มีแผนธุรกิจหรือแผนขยายงานระยะ 1–3 ปี	☐ มี ☐ ไม่มี ☐ ยังไม่ชัด	

5.1 ข้อมูลรายได้ ต้นทุน และธุรกรรม

รายการ	ข้อมูลปัจจุบัน	สถานะข้อมูล
รายได้รวมรอบปีล่าสุด		☐ มีหลักฐาน ☐ บอกเล่า ☐ ยังไม่มี
ต้นทุนหลัก		☐ มีหลักฐาน ☐ บอกเล่า ☐ ยังไม่มี
ค่าใช้จ่ายประจำ		☐ มีหลักฐาน ☐ บอกเล่า ☐ ยังไม่มี
รายได้จากกิจกรรมท่องเที่ยว/เวิร์กช็อป		☐ มีหลักฐาน ☐ บอกเล่า ☐ ยังไม่มี
ข้อมูลที่ยังไม่สามารถสรุปได้		☐ มีหลักฐาน ☐ บอกเล่า ☐ ยังไม่มี

ประเด็น	ข้อมูลเชิงข้อเท็จจริง	ข้อสังเกตของผู้เก็บข้อมูล
ข้อจำกัดจากฤดูกาล/ภัยพิบัติ/การขนส่ง		

ส่วนที่ 4 ศักยภาพตลาด การขาย และการสื่อสารคุณค่า

ประเด็น	ข้อมูลที่ได้
1) ลูกค้าหลักในปัจจุบันคือใคร	
2) ช่องทางจำหน่ายที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน	
3) ช่วงเวลาที่ขายดี/ขายได้น้อย	
4) ระดับราคาปัจจุบันและวิธีตั้งราคา	
5) คู่แข่งหรือสินค้าทดแทนที่กังวล	
6) การสื่อสารเรื่องราว/จุดขาย/แบรนด์ที่ใช้อยู่	

4.1 คำถามสัมภาษณ์เชิงลึกด้านตลาด

• ลูกค้าเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สีมายาเพราะอะไร: ลวดลาย สี เรื่องราว ความเป็นธรรมชาติ หรือประสบการณ์ที่ได้รับ

บันทึกคำตอบ: .....

• อะไรคืออุปสรรคสำคัญที่สุดในการขาย: ราคา บรรจุภัณฑ์ การขนส่ง การโปรโมต ความสม่ำเสมอของสินค้าหรือกำลังการผลิต

บันทึกคำตอบ: .....

• กลุ่มเคยขายผ่านเพจ/แพลตฟอร์มออนไลน์หรือไม่ ผลเป็นอย่างไร

บันทึกคำตอบ: .....

• หากจะเพิ่มช่องทางจำหน่ายอีก 1–2 ช่องทาง กลุ่มเห็นว่าแบบใดเหมาะสมที่สุด เพราะเหตุใด

บันทึกคำตอบ: .....

ส่วนที่ 5 การบริหารจัดการภายในกลุ่มและข้อมูลการเงินเบื้องต้น

ประเด็น	มี/ไม่มี/ยังไม่ชัด	รายละเอียด
มีการแบ่งหน้าที่งานอย่างเป็นทางการ	☐ มี ☐ ไม่มี ☐ ยังไม่ชัด	
มีการประชุมกลุ่มสม่ำเสมอ	☐ มี ☐ ไม่มี	

ส่วนที่ 3 ศักยภาพผลิตภัณฑ์ บริการ และการผลิต

3.1 รายการผลิตภัณฑ์/บริการที่กลุ่มมีอยู่ในปัจจุบัน

ผลิตภัณฑ์/บริการ	สถานะปัจจุบัน	จุดเด่น/อัตลักษณ์	ปัญหาที่พบ
ผ้ามัดย้อมสีมายา			
สครับดินมายา			
สีน้ำธรรมชาติ			
กิจกรรม “แต้มสีมายา”			
ผลิตภัณฑ์/บริการอื่น			

3.2 การประเมินศักยภาพเชิงผลิตภัณฑ์

☐ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์จากดินมายาแตกต่างจากผลิตภัณฑ์หัตถกรรมหรือสินค้าธรรมชาติอื่นอย่างไร

คำตอบ/หลักฐาน: .....

☐ ผลิตภัณฑ์ใดเป็นตัวสร้างรายได้หลักในปัจจุบัน และเพราะเหตุใด

คำตอบ/หลักฐาน: .....

☐ ผลิตภัณฑ์ใดพร้อมต่อยอดเชิงพาณิชย์/เชิงท่องเที่ยวมากที่สุด

คำตอบ/หลักฐาน: .....

☐ มีมาตรฐาน การรับรอง การทดสอบ หรือข้อมูลยืนยันคุณภาพใดบ้าง

คำตอบ/หลักฐาน: .....

☐ มีความเป็นไปได้ในการแตกไลน์ผลิตภัณฑ์หรือจัดทำ DIY kit / ของที่ระลึก / ชุดกิจกรรมหรือไม่

คำตอบ/หลักฐาน: .....

3.3 กำลังการผลิตและความพร้อมด้านปฏิบัติการ

ประเด็น	ข้อมูลเชิงข้อเท็จจริง	ข้อสังเกตของผู้เก็บข้อมูล
กำลังการผลิตต่อรอบ/ต่อเดือน		
ความพร้อมด้านวัตถุดิบ		
อุปกรณ์และพื้นที่การผลิต		
การควบคุมคุณภาพ		

ส่วนที่ 2 แบบสำรวจข้อมูลพื้นฐานของกลุ่ม

ประเด็นข้อมูล	ข้อมูลที่ได้จากภาคสนาม
1) ชื่อกลุ่ม/ชื่อทางการ	
2) ปีที่เริ่มก่อตั้ง/พัฒนากลุ่ม	
3) จำนวนสมาชิกปัจจุบัน	
4) โครงสร้างการบริหาร/คณะกรรมการ	
5) สถานที่ผลิต/เก็บสินค้า/จัดกิจกรรม	
6) วัตถุดิบหลักที่ใช้	
7) ทรัพยากรหรืออัตลักษณ์สำคัญของกลุ่ม	
8) สถานะเอกสารสำคัญของกลุ่ม	

2.1 ข้อมูลสมาชิกและการแบ่งบทบาท

ชื่อ/กลุ่มบทบาท	หน้าที่หลัก	มีผู้รับผิดชอบชัดเจนหรือไม่
		☐ มี ☐ ไม่มี ☐ ยังไม่ชัด
		☐ มี ☐ ไม่มี ☐ ยังไม่ชัด
		☐ มี ☐ ไม่มี ☐ ยังไม่ชัด
		☐ มี ☐ ไม่มี ☐ ยังไม่ชัด
		☐ มี ☐ ไม่มี ☐ ยังไม่ชัด

2.2 ปัญหาเร่งด่วนที่กลุ่มมองเห็นในปัจจุบัน

ประเด็นปัญหา	ผลกระทบต่อกลุ่ม	หลักฐาน/ตัวอย่างที่พบ

5.2 คำถามสัมภาษณ์เชิงลึกด้านการจัดการ

• ปัจจุบันเรื่องใดทำให้การบริหารกลุ่มยากที่สุด: คน เงิน งาน เอกสาร การตลาด หรือการประสานงาน

บันทึกคำตอบ: .....

• ใครเป็นผู้ตัดสินใจเรื่องสำคัญ และใช้กระบวนการอย่างไร

บันทึกคำตอบ: .....

• หากจะวางระบบใหม่ กลุ่มต้องการเริ่มจากระบบใดก่อนเป็นอันดับแรก

บันทึกคำตอบ: .....

ส่วนที่ 6 การเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และประสบการณ์นักท่องเที่ยว

ประเด็น	ระดับความพร้อม	รายละเอียด/หลักฐาน
มีพื้นที่รองรับผู้เข้าร่วมกิจกรรม	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	
มีวิทยากร/ผู้สาธิตที่พร้อมถ่ายทอด	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	
มีกระบวนการกิจกรรมที่ชัดเจน	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	
มีอุปกรณ์สำหรับกิจกรรมเพียงพอ	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	
มีมาตรการด้านความปลอดภัย/สุขอนามัย	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	
เชื่อมโยงเส้นทางกับแหล่งเรียนรู้หรือแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียงได้	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	
มีราคา/รูปแบบกิจกรรมที่พร้อมทดลองขาย	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	
มีสื่อประชาสัมพันธ์หรือเรื่องเล่าสำหรับนักท่องเที่ยว	☐ สูง ☐ ปานกลาง ☐ ต่ำ	

6.1 คำถามเฉพาะสำหรับกิจกรรม “แต้มสีมายา” หรือกิจกรรมเชิงประสบการณ์

• กิจกรรมใดที่เหมาะที่สุดในการนำเสนอให้นักท่องเที่ยว/เยาวชน/หน่วยงานภายนอก

บันทึกคำตอบ: .....

• หนึ่งรอบกิจกรรมรองรับได้กี่คน ใช้เวลานานเท่าใด และต้องเตรียมอะไรบ้าง

บันทึกคำตอบ: .....

• จุดเสี่ยงหรือข้อจำกัดเมื่อมีนักท่องเที่ยวเข้าร่วมคืออะไร

บันทึกคำตอบ: .....

แบบฟอร์มเก็บข้อมูลฐานธุรกิจ ตลาด ผู้เข้าร่วม และข้อมูลประกอบการออกแบบ
โมเดลธุรกิจสีมายา (Simaya Business Canvas)
และแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์สีมายา (Simaya Creative Marketing Plan)
โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน
และวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน ปีที่ 2
พื้นที่ดำเนินงาน: ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา

คำชี้แจง: ใช้แบบฟอร์มนี้ใช้ประกอบการวิเคราะห์ศักยภาพทางธุรกิจ การออกแบบกิจกรรมอบรม และการจัดทำผลผลิตของโครงการปีที่ 2

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของการเก็บข้อมูล

ชื่อผู้ให้ข้อมูลหลัก		เบอร์โทรศัพท์	
ตำแหน่ง			

ตอนที่ 2 ข้อมูลฐานธุรกิจจริงของกลุ่ม

วัตถุประสงค์: เพื่อเก็บข้อมูลโครงสร้างสมาชิก รายได้ ต้นทุน การผลิต การเงิน และปัญหาการบริหารจัดการของกลุ่ม

2.1 โครงสร้างและการดำเนินงานของกลุ่ม

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
1) ปัจจุบันกลุ่มมีสมาชิกทั้งหมดกี่คน และมีสมาชิกที่ปฏิบัติงานสม่ำเสมอกี่คน	
2) กลุ่มมีการแบ่งหน้าที่อย่างไรบ้าง ใครรับผิดชอบเรื่องใด	
3) กลุ่มมีการประชุมกันบ่อยเพียงใด และมีการบันทึกมติการประชุมหรือไม่	
4) กลุ่มมีระเบียบ/ข้อตกลง/กติกาภายในกลุ่มหรือไม่	
5) จุดแข็งที่สุดของการบริหารกลุ่มในปัจจุบันคืออะไร	
6) ปัญหาที่พบมากที่สุดในการบริหารกลุ่มคืออะไร	

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล

2.2 ผลิตภัณฑ์และบริการของกลุ่ม

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
1) ปัจจุบันกลุ่มมีผลิตภัณฑ์หรือบริการอะไรบ้าง	
2) ผลิตภัณฑ์ใดเป็นผลิตภัณฑ์หลักที่สร้างรายได้มากที่สุด	
3) ผลิตภัณฑ์ใดขายได้ยากที่สุด เพราะเหตุใด	
4) กลุ่มมีบริการหรือกิจกรรมเชิงท่องเที่ยวอะไรที่จัดได้จริงแล้วบ้าง	
5) ผลิตภัณฑ์/บริการใดที่กลุ่มต้องการพัฒนาเป็นพิเศษในปีนี้	

2.3 ข้อมูลรายได้ ต้นทุน และการเงิน

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
1) ในรอบ 12 เดือนที่ผ่านมา กลุ่มมีรายได้รวมประมาณเท่าใด หรือหากยังไม่สามารถสรุปได้ โปรดแยกรายได้โดยประมาณเป็นรายเดือน/รายไตรมาส	
2) แหล่งรายได้หลักของกลุ่มมาจากอะไรบ้าง	

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
3) ต้นทุนหลักของกลุ่มมีอะไรบ้าง และต้นทุนส่วนใดสูงที่สุด	
4) กลุ่มมีวิธีคำนวณต้นทุนต่อชิ้นหรือไม่ และกำหนดราคาขายอย่างไร	
5) กลุ่มมีการบันทึกรายรับ–รายจ่ายหรือไม่ ใช้รูปแบบใด และใครเป็นผู้รับผิดชอบ	
6) กลุ่มมีเงินกองกลางหรือไม่ และมีหลักเกณฑ์แบ่งผลประโยชน์อย่างไร	
7) กลุ่มเคยประสบปัญหาขาดทุนหรือมีสินค้าคงเหลือจำนวนมากหรือไม่ เพราะเหตุใด	
8) หากปีนี้ต้องเริ่มระบบบัญชีใหม่ กลุ่มต้องการความช่วยเหลือเรื่องใดมากที่สุด	

2.4 การผลิตและการจัดการวัตถุดิบ

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
1) วัตถุดิบหลักที่ใช้คืออะไร และมาจากแหล่งใด	
2) วัตถุดิบใดหาได้ยากหรือมีความเสี่ยงขาดแคลน	
3) กลุ่มมีการวางแผนการผลิตล่วงหน้าหรือไม่	

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
4) กลุ่มผลิตตามคำสั่งซื้อหรือตามสต็อก	
5) ปัญหาที่พบในการผลิตคืออะไร	
6) กลุ่มมีการควบคุมคุณภาพสินค้าก่อนจำหน่ายหรือไม่	
7) กลุ่มมีการบันทึกจำนวนการผลิต จำนวนขาย และสินค้าคงเหลือหรือไม่	
8) หากต้องพัฒนาระบบบริหารจัดการภายใน สิ่งใดควรทำก่อนเป็นอันดับแรก	

ตอนที่ 3 ข้อมูลตลาดและลูกค้า

วัตถุประสงค์: เพื่อใช้จัดทำแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์สีมายา (Simaya Creative Marketing Plan) ให้ยึดข้อมูลตลาดและลูกค้าจริงของกลุ่ม

3.1 ลูกค้าและผู้ซื้อปัจจุบัน

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
1) ปัจจุบันลูกค้าหลักของกลุ่มคือใคร	
2) ลูกค้าซื้อสินค้า/บริการใดมากที่สุด	
3) ลูกค้าส่วนใหญ่มาจากที่ใด	
4) ลูกค้าตัดสินใจซื้อเพราะอะไร	
5) ลูกค้ามักซื้อผ่านช่องทางใด	

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
6) ลูกค้ามักถามหรือกังวลเรื่องอะไรบ่อยที่สุดก่อนซื้อ	

3.2 ตลาดและการแข่งขัน

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
1) กลุ่มมองว่าคู่แข่งหรือสินค้าที่ใกล้เคียงกับกลุ่มคือใครบ้าง	
2) อะไรคือจุดเด่นที่ทำให้สีมายาแตกต่างจากสินค้าหรือกลุ่มอื่น	
3) อะไรคือจุดที่ยังสู้ตลาดไม่ได้	
4) ลูกค้ากลุ่มใหม่ที่ควรขยายไปหาในปีนี้คือใคร	
5) หากเลือก 3 คำที่สะท้อนตัวตนของสีมายา อยากใช้คำว่าอะไร	
6) กลุ่มอยากให้สินค้า/บริการของตนถูกมองว่าเป็นแบบใด	

3.3 ช่องทางจำหน่ายและการสื่อสาร

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
1) ปัจจุบันกลุ่มมีช่องทางจำหน่ายอะไรบ้าง และช่องทางใดขายดีที่สุด	
2) ช่องทางใดใช้แล้วไม่ค่อยได้ผล เพราะเหตุใด	
3) กลุ่มมีเพจ Facebook / TikTok / Line / QR Catalog / ช่องทางออนไลน์อื่นหรือไม่	
4) ใครเป็นผู้ดูแลช่องทางออนไลน์ของกลุ่ม	
5) โพสต์หรือสื่อประชาสัมพันธ์แบบใดที่คนสนใจมากที่สุด	
6) กลุ่มมีโลโก้ สโลแกน หรือข้อความแนะนำกลุ่มที่ใช้ประจำหรือไม่	
7) หากให้สื่อสารกับลูกค้าเพียง 1 เรื่อง กลุ่มอยากให้ลูกค้าจดจำเรื่องใดมากที่สุดเกี่ยวกับสีมายา	

3.4 ความต้องการตลาดเชิงสร้างสรรค์และกิจกรรมท่องเที่ยว

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
1) กิจกรรม “แต้มสีมายา” เหมาะกับลูกค้ากลุ่มใดมากที่สุด	
2) กิจกรรมลักษณะใดที่ลูกค้าน่าจะสนใจเพิ่มเติม	
3) หากมีนักเรียน/เยาวชน/นักท่องเที่ยวมาเข้าร่วมกลุ่มพร้อมจัดกิจกรรมได้บ่อยเพียงใด	
4) สิ่งที่ยังขาดสำหรับการจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์คืออะไร	
5) กลุ่มต้องการให้กิจกรรมท่องเที่ยวช่วยเรื่องใดมากที่สุด	

ตอนที่ 4 ข้อมูลสำหรับจัดทำโมเดลธุรกิจสีมายา (Simaya Business Canvas)

วัตถุประสงค์: เพื่อดึงข้อมูลจริงจากชุมชนมาจัดทำโมเดลธุรกิจสีมายา (Business Model Canvas) ของกลุ่ม

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
1) ลูกค้าหลักของกลุ่มคือใคร และลูกค้าแต่ละกลุ่มต้องการอะไรจากสินค้า/บริการของกลุ่ม	
2) อะไรคือคุณค่าหลักที่กลุ่มส่งมอบให้ลูกค้า	
3) ลูกค้ารู้จักกลุ่มผ่านช่องทางใด	
4) กลุ่มส่งมอบสินค้า/บริการให้ลูกค้าอย่างไร	
5) กลุ่มมีความสัมพันธ์กับลูกค้าแบบใด	
6) รายได้หลักของกลุ่มมาจากอะไร	
7) ทรัพยากรสำคัญที่สุดของกลุ่มคืออะไร	

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
8) กิจกรรมหลักที่กลุ่มต้องทำให้ดีคืออะไร	
9) หุ้นส่วนหรือหน่วยงานที่ช่วยให้กลุ่มทำงานได้คือใครบ้าง	
10) ต้นทุนหลักของกลุ่มคืออะไร และหากต้องลดต้นทุนโดยไม่กระทบคุณภาพมาก สิ่งใดพอทำได้	

ตอนที่ 5 ข้อมูลสำหรับจัดทำแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์สีมายา (Simaya Creative Marketing Plan)

วัตถุประสงค์: เพื่อใช้จัดทำแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์สีมายา (Simaya Creative Marketing Plan)

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
1) ปีนี้กลุ่มอยากขายอะไรเป็นอันดับแรก	
2) ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายอันดับ 1 ของสินค้านี้คือใคร	
3) ลูกค้ากลุ่มนี้สนใจอะไร และมีพฤติกรรมซื้อแบบใด	
4) สินค้าหรือกิจกรรมนี้มีจุดขายเด่นอะไร	
5) ถ้าจะเล่าเรื่องสีมายาให้ลูกค้าฟังใน 1–2 ประโยค จะพูดว่าอย่างไร	
6) ภาพลักษณ์ที่อยากให้ลูกค้ารู้สึกเมื่อเห็นสีมายาคืออะไร	
7) ช่องทางสื่อสารที่เหมาะที่สุดกับลูกค้ากลุ่มนี้คืออะไร	
8) ช่องทางจำหน่ายที่ควรใช้จริงใน 3 เดือนข้างหน้า	

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
คืออะไร	
9) กลุ่มพร้อมทำสื่อแบบใดมากที่สุด	
10) กลุ่มอยากให้มีการโปรโมตหรือกิจกรรมส่งเสริมการขายแบบใด	
11) ตัวชี้วัดใดที่กลุ่มคิดว่าสำคัญที่สุดสำหรับวัดผลการตลาด	

ตอนที่ 7 คำถามปลายเปิดเชิงยุทธศาสตร์

ข้อคำถาม	คำตอบ/บันทึกข้อมูล
1) หากมองไปอีก 1 ปีข้างหน้า กลุ่มสีมายาควรเปลี่ยนแปลงเรื่องใดให้เห็นชัดที่สุด	
2) สิ่งที่กลุ่มอยากให้โครงการปีที่ 2 ช่วยแก้จริงที่สุดคือเรื่องอะไร	
3) หากต้องเลือกทำเพียง 3 เรื่องในปีนี้ อะไรคือสิ่งที่ควรทำก่อน	
4) กลุ่มอยากเห็นความร่วมมือกับเครือข่ายในตำบลหน้าถ้ำในรูปแบบใด	
5) ความสำเร็จของกิจกรรมอบรมครั้งนี้ ในมุมของกลุ่ม ควรวัดจากอะไร	

แบบสำรวจรายบุคคล
เก็บข้อมูลฐานธุรกิจ ตลาด ผู้เข้าร่วม และข้อมูลประกอบการออกแบบโมเดลธุรกิจสีมายา (Simaya Business Canvas) และแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์สีมายา (Simaya Creative Marketing Plan)
โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน ปีที่ 2

วัตถุประสงค์: เพื่อประเมินความพร้อมและความต้องการพัฒนาศักยภาพของผู้เข้าร่วมอบรมในด้านการจัดการธุรกิจ การตลาดเชิงสร้างสรรค์ และความพร้อมในการเป็นแกนนำถ่ายทอดต่อ

คำชี้แจง: โปรดทำเครื่องหมาย ✓ หรือระบายลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด
โดยใช้เกณฑ์ 5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

ชื่อ–สกุล			
บทบาทในกลุ่ม	☐ ประธาน/คณะกรรมการ ☐ สมาชิกกลุ่ม ☐ เยาวชน ☐ เครือข่าย ☐ อื่น ๆ	งานที่เกี่ยวข้องมากที่สุด	☐ บริหาร ☐ ผลิต ☐ การตลาด/ขาย ☐ การเงิน/บัญชี ☐ กิจกรรมท่องเที่ยว ☐ สื่อออนไลน์ ☐ อื่น ๆ
ระยะเวลาที่มีส่วนร่วมกับกลุ่ม	☐ น้อยกว่า 1 ปี ☐ 1–3 ปี ☐ 4–6 ปี ☐ มากกว่า 6 ปี		

การประเมินความพร้อมด้านการจัดการธุรกิจ

ข้อประเมิน	5	4	3	2	1
1. เข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเองในกลุ่มอย่างชัดเจน	☐	☐	☐	☐	☐
2. ทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือบริการหลักของกลุ่ม	☐	☐	☐	☐	☐
3. เข้าใจต้นทุนพื้นฐานของการผลิตหรือการดำเนินกิจกรรมของกลุ่ม	☐	☐	☐	☐	☐
4. สามารถอธิบายจุดเด่นของกลุ่มให้ผู้อื่นเข้าใจได้	☐	☐	☐	☐	☐
5. เห็นความสำคัญของการวางระบบบริหารจัดการธุรกิจของกลุ่ม	☐	☐	☐	☐	☐
6. มีความพร้อมที่จะเรียนรู้เรื่อง Business Model Canvas (BMC)	☐	☐	☐	☐	☐
7. สามารถมีส่วนร่วมในการคิดแนวทางพัฒนาธุรกิจของกลุ่ม	☐	☐	☐	☐	☐
8. มีความพร้อมเข้าร่วมกิจกรรมอบรมตลอดระยะเวลาที่กำหนด	☐	☐	☐	☐	☐

การประเมินความพร้อมด้านการตลาดเชิงสร้างสรรค์

ข้อประเมิน	5	4	3	2	1
9. รู้จักลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายของสินค้ากลุ่มตนเองในระดับหนึ่ง	☐	☐	☐	☐	☐
10. สามารถอธิบายจุดขายของสินค้าหรือกิจกรรมของกลุ่มได้	☐	☐	☐	☐	☐
11. เห็นความสำคัญของการสร้างแบรนด์และภาพลักษณ์	☐	☐	☐	☐	☐

ข้อประเมิน	5	4	3	2	1
12. สนใจเรียนรู้การออกแบบโลโก้ แผนตลาด และสื่อประชาสัมพันธ์	☐	☐	☐	☐	☐
13. สามารถใช้สื่อออนไลน์พื้นฐาน เช่น Facebook, Line, TikTok หรือโทรศัพท์มือถือ เพื่อการสื่อสารได้	☐	☐	☐	☐	☐
14. มีความพร้อมร่วมคิดช่องทางจำหน่ายของกลุ่มทั้งออนไลน์และออฟไลน์	☐	☐	☐	☐	☐
15. เชื่อว่าการตลาดเชิงสร้างสรรค์จะช่วยเพิ่มโอกาสให้ผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมของกลุ่ม	☐	☐	☐	☐	☐
16. มีความพร้อมนำความรู้ด้านการตลาดไปใช้จริงหลังอบรม	☐	☐	☐	☐	☐

ความต้องการพัฒนา:

หัวข้อที่ท่านต้องการให้เน้นในการอบรมมากที่สุด		ช่องทางที่ท่านคิดว่ากลุ่มควรพัฒนาเพิ่มเติมมากที่สุด	
☐	การคิดต้นทุนและกำหนดราคาขาย	☐	Facebook Page
☐	การบริหารจัดการกลุ่ม	☐	TikTok
☐	การออกแบบโมเดลธุรกิจ (BMC)	☐	Line/QR Code
☐	การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย	☐	การออกบูธ
☐	การหาจุดขายของสินค้า/บริการ	☐	การขายในงานชุมชน
☐	การสร้างแบรนด์และโลโก้	☐	การขายผ่านเครือข่ายโรงเรียน/หน่วยงาน
☐	การทำสื่อประชาสัมพันธ์	☐	กิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
☐	การขายผ่านช่องทางออนไลน์		
☐	การจัดกิจกรรมตลาดสร้างสรรค์		
☐	การเชื่อมโยงกิจกรรมท่องเที่ยวกับการขายสินค้า		

ความพร้อมในการเป็นแกนนำถ่ายทอดต่อ

ข้อประเมิน	5	4	3	2	1
17. มีความมั่นใจในการนำเสนอข้อมูลของกลุ่มต่อผู้อื่น	☐	☐	☐	☐	☐
18. สามารถอธิบายขั้นตอนหรือแนวคิดที่ได้เรียนรู้ให้สมาชิกคนอื่นเข้าใจได้	☐	☐	☐	☐	☐
19. มีความพร้อมที่จะเป็นแกนนำในการนำความรู้ไปใช้ต่อในกลุ่ม	☐	☐	☐	☐	☐
20. สนใจเป็นผู้ช่วยวิทยากรหรือแกนนำถ่ายทอดต่อในอนาคต	☐	☐	☐	☐	☐

แบบประเมินความพึงพอใจ
กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการจัดการธุรกิจและแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์
ภายใต้โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน ปีที่ 2

คำชี้แจง

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นของท่าน

เกณฑ์การให้คะแนน

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

ชื่อกลุ่ม/หน่วยงาน .....

สถานะผู้ตอบ

☐ สมาชิกกลุ่ม ☐ ตัวแทนชุมชน ☐ ผู้ประกอบการ

☐ เยาวชน ☐ หน่วยงานภาครัฐ/เครือข่าย

☐ อื่น ๆ .....

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจต่อการอบรม

ด้านเนื้อหา

ข้อประเมิน	5	4	3	2	1
1. เนื้อหาการวิเคราะห์ต้นทุนและการบริหารธุรกิจชุมชนมีความชัดเจนและเข้าใจง่าย	☐	☐	☐	☐	☐
2. เนื้อหาการออกแบบแบบจำลองธุรกิจชุมชนช่วยให้เข้าใจภาพรวมธุรกิจของกลุ่มมากขึ้น	☐	☐	☐	☐	☐
3. เนื้อหาการกำหนดกลุ่มเป้าหมาย จุดขาย และการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์/บริการมีประโยชน์ต่อกลุ่ม	☐	☐	☐	☐	☐
4. เนื้อหาการจัดทำแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่	☐	☐	☐	☐	☐

ด้านกระบวนการจัดกิจกรรม

ข้อประเมิน	5	4	3	2	1
5. กิจกรรมกลุ่มย่อยเปิดโอกาสให้ผู้เข้าอบรมมีส่วนร่วมในการคิดและทำงานร่วมกัน	☐	☐	☐	☐	☐
6. รูปแบบการอบรมเน้นการลงมือปฏิบัติจริงและช่วยให้เกิดการเรียนรู้	☐	☐	☐	☐	☐
7. ระยะเวลาและลำดับกิจกรรมมีความเหมาะสม	☐	☐	☐	☐	☐

ด้านวิทยากรและสื่อประกอบ

ข้อประเมิน	5	4	3	2	1
8. วิทยากรถ่ายทอดความรู้ได้ชัดเจน เข้าใจง่าย และเชื่อมโยงกับบริบทชุมชนได้ดี	☐	☐	☐	☐	☐
9. วิทยากรเปิดโอกาสให้ซักถามและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์	☐	☐	☐	☐	☐
10. เอกสาร ใบงาน และสื่อประกอบการอบรมช่วยให้ทำกิจกรรมได้สะดวก	☐	☐	☐	☐	☐

ด้านประโยชน์ที่ได้รับ

ข้อประเมิน	5	4	3	2	1
11. การอบรมช่วยให้ท่านมองเห็นแนวทางพัฒนาธุรกิจหรือกลุ่มของตนเองได้ชัดเจนขึ้น	□	□	□	□	□
12. การอบรมช่วยให้ท่านเห็นแนวทางต่อยอดผลิตภัณฑ์/บริการของกลุ่มสู่การตลาดมากขึ้น	□	□	□	□	□
13. โดยภาพรวม ท่านพึงพอใจต่อการอบรมครั้งนี้	□	□	□	□	□

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด

1. หัวข้อที่ท่านเห็นว่ามีประโยชน์มากที่สุด

   .....

   .....

2. สิ่งที่ควรปรับปรุงในการอบรมครั้งต่อไป

   .....

   .....

แบบสะท้อนการนำไปใช้ประโยชน์เบื้องต้น
จากกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการจัดการธุรกิจและแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์
ภายใต้โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และ
วางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน ปีที่ 2

ตอนที่ 1 การสะท้อนผลการเรียนรู้และการนำไปใช้

ด้านความเข้าใจหลังอบรม

ข้อประเมิน	5	4	3	2	1
1. หลังการอบรม ข้าพเจ้าเข้าใจต้นทุนและปัญหาการบริหารธุรกิจของกลุ่มตนเองมากขึ้น	□	□	□	□	□
2. ข้าพเจ้าสามารถนำแนวคิดแบบจำลองธุรกิจชุมชนไปใช้วิเคราะห์ธุรกิจของกลุ่มได้	□	□	□	□	□
3. ข้าพเจ้าสามารถอธิบายกลุ่มลูกค้าเป้าหมายและจุดขายของผลิตภัณฑ์/บริการของกลุ่มได้ชัดเจนขึ้น	□	□	□	□	□
4. ข้าพเจ้ามองเห็นแนวทางการสื่อสารคุณค่าและประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์/กิจกรรมของกลุ่มได้ดีขึ้น	□	□	□	□	□

ด้านความพร้อมในการนำไปใช้

ข้อประเมิน	5	4	3	2	1
5. ข้าพเจ้ามีความพร้อมที่จะนำความรู้จากการอบรมไปใช้พัฒนากลุ่มหรือธุรกิจของตน	□	□	□	□	□
6. ข้าพเจ้ามีความตั้งใจจะร่วมผลักดันให้กลุ่มนำแนวทางที่ได้จากการอบรมไปใช้ต่อ	□	□	□	□	□
7. ข้าพเจ้าคิดว่าผลงานที่กลุ่มร่วมกันจัดทำระหว่างอบรมสามารถนำไปใช้ต่อได้จริง	□	□	□	□	□

ด้านศักยภาพการถ่ายทอดต่อ

ข้อประเมิน	5	4	3	2	1
8. ข้าพเจ้ามีความพร้อมที่จะถ่ายทอดสิ่งที่ได้เรียนรู้ให้สมาชิกคนอื่นหรือผู้สนใจต่อไป	☐	☐	☐	☐	☐
9. ข้าพเจ้ามีความมั่นใจพอที่จะร่วมเป็นแกนนำหรือผู้ช่วยขับเคลื่อนกิจกรรมของกลุ่มในระยะต่อไป	☐	☐	☐	☐	☐

ตอนที่ 2 สิ่งที่ตั้งใจนำไปใช้มากที่สุด
โปรดเลือกได้ไม่เกิน 3 ข้อ

☐ การคิดต้นทุน/กำหนดราคาขาย
☐ การวางแบบจำลองธุรกิจของกลุ่ม
☐ การหาจุดขายของสินค้า/บริการ
☐ การเตรียมความพร้อมเชื่อมโยงสู่กิจกรรมท่องเที่ยวโดยชุมชน
☐ อื่น ๆ .....
☐ การบริหารจัดการกลุ่ม
☐ การกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
☐ การประชาสัมพันธ์และสื่อสารคุณค่า
☐ การวางแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์

ตอนที่ 3 คำถามปลายเปิด

1. หลังการอบรม ท่านตั้งใจจะนำความรู้ไปใช้เรื่องใดก่อนเป็นอันดับแรก
   .....
   .....
2. สิ่งที่ท่านคิดว่ายังต้องการการสนับสนุนเพิ่มเติม เพื่อให้สามารถนำความรู้ไปใช้ได้จริง
   .....
   .....

รหัสแบบสอบถาม: .....

แบบสำรวจการตอบรับของตลาดต่อผลิตภัณฑ์สีมายา Simaya Market Test
โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน (ปีที่ 2)
คำชี้แจง

แบบสำรวจนี้จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาการตอบรับของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์สีมายาที่นำมาทดลองจำหน่ายในตลาดจริง ข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้ประกอบการวิเคราะห์กลุ่มลูกค้า ความสนใจต่อผลิตภัณฑ์ การตัดสินใจซื้อ และช่องทางการตลาด เพื่อใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และแผนการตลาดของกลุ่มต่อไป

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ

1. เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง ☐ อื่น ๆ ☐ ไม่ประสงค์ระบุ

2. อายุ ..... ปี

3. จังหวัดที่พำนัก .....

ส่วนที่ 2 การตอบรับต่อผลิตภัณฑ์สีมายา

4. ท่านมีลักษณะการมีส่วนร่วมกับผลิตภัณฑ์สีมายาอย่างไร เลือก 1 ข้อ

☐ เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ☐ สนใจหรือพิจารณาผลิตภัณฑ์
☐ เข้ามาชม/สอบถามข้อมูลผลิตภัณฑ์

5. ผลิตภัณฑ์สีมายาที่ท่านสนใจคืออะไร เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

☐ ผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อมสีมายา ☐ สครับดินมายา
☐ ผลิตภัณฑ์งานคราฟต์/ของที่ระลึกสีมายา ☐ อื่น ๆ ระบุ .....

6. สิ่งใดทำให้ท่านสนใจผลิตภัณฑ์สีมายา เลือกได้ไม่เกิน 3 ข้อ

☐ ความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ☐ การใช้ทรัพยากรหรือวัตถุดิบท้องถิ่น
☐ รูปแบบ สีสัน หรือลวดลายของผลิตภัณฑ์ ☐ เรื่องราวและอัตลักษณ์ของดินมาย
☐ ประโยชน์หรือการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ☐ ราคา
☐ การนำเสนอหรือการอธิบายข้อมูลของผู้จำหน่าย ☐ อื่น ๆ ระบุ .....

ส่วนที่ 3 ราคาและสิ่งที่ควรพัฒนา

7. จากผลิตภัณฑ์ที่ท่านสนใจ ท่านคิดว่าราคาที่จำหน่ายเป็นอย่างไร เลือก 1 ข้อ

☐ เหมาะสม ☐ ค่อนข้างสูง
☐ ค่อนข้างต่ำ ☐ ยังไม่สามารถตัดสินได้

8. สิ่งใดจะช่วยให้ท่านพิจารณาเลือกผลิตภัณฑ์สีมายาได้ง่ายขึ้น เลือกได้ไม่เกิน 3 ข้อ

☐ มีข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และวิธีใช้ที่ชัดเจน
☐ มีข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งที่มาและเรื่องราวของผลิตภัณฑ์
☐ มีรูปแบบ สี ขนาด หรือผลิตภัณฑ์ให้เลือกหลากหลายมากขึ้น

รหัสแบบสอบถาม: .....

☐ มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและน่าสนใจ
☐ มีตัวอย่างสินค้า/การสาธิตให้ทดลองหรือสัมผัสก่อน
☐ มีข้อมูลที่ช่วยสร้างความมั่นใจด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์
☐ สามารถซื้อหรือสั่งซื้อได้สะดวก
☐ อื่น ๆ ระบุ .....

ส่วนที่ 4 การรับรู้และโอกาสทางการตลาด

9. ท่านรู้จักหรือพบเห็นผลิตภัณฑ์สีมายาจากช่องทางใด เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

☐ **เคยรู้จักผลิตภัณฑ์สีมายามาก่อน**
☐ **เพื่อน/คนรู้จักแนะนำ**
☐ **Facebook หรือสื่อออนไลน์ของสีมายา**
☐ **พบเห็นบูธสีมายาภายในงาน**
☐ **อื่น ๆ ระบุ .....**

10. หากมีโอกาสในอนาคต ท่านสนใจซื้อผลิตภัณฑ์สีมายาหรือไม่ เลือก 1 ข้อ

☐ สนใจมาก
☐ สนใจ
☐ ยังไม่แน่ใจ
☐ ไม่สนใจ

11. หากต้องการซื้อผลิตภัณฑ์สีมายาในอนาคต ท่านสะดวกซื้อผ่านช่องทางใด เลือกได้มากกว่า 1 ข้อ

☐ ซื้อจากกลุ่มวิสาหกิจฯ โดยตรง
☐ Facebook
☐ ร้านค้า/ร้านของฝาก
☐ งานแสดงสินค้า ตลาด กิจกรรมต่าง ๆ
☐ ช่องทางออนไลน์อื่น ๆ ระบุ .....
☐ อื่น ๆ ระบุ .....

ส่วนที่ 5 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

12. สิ่งที่ท่านเห็นว่าผลิตภัณฑ์สีมายา โดดเด่นหรือน่าสนใจที่สุด คืออะไร

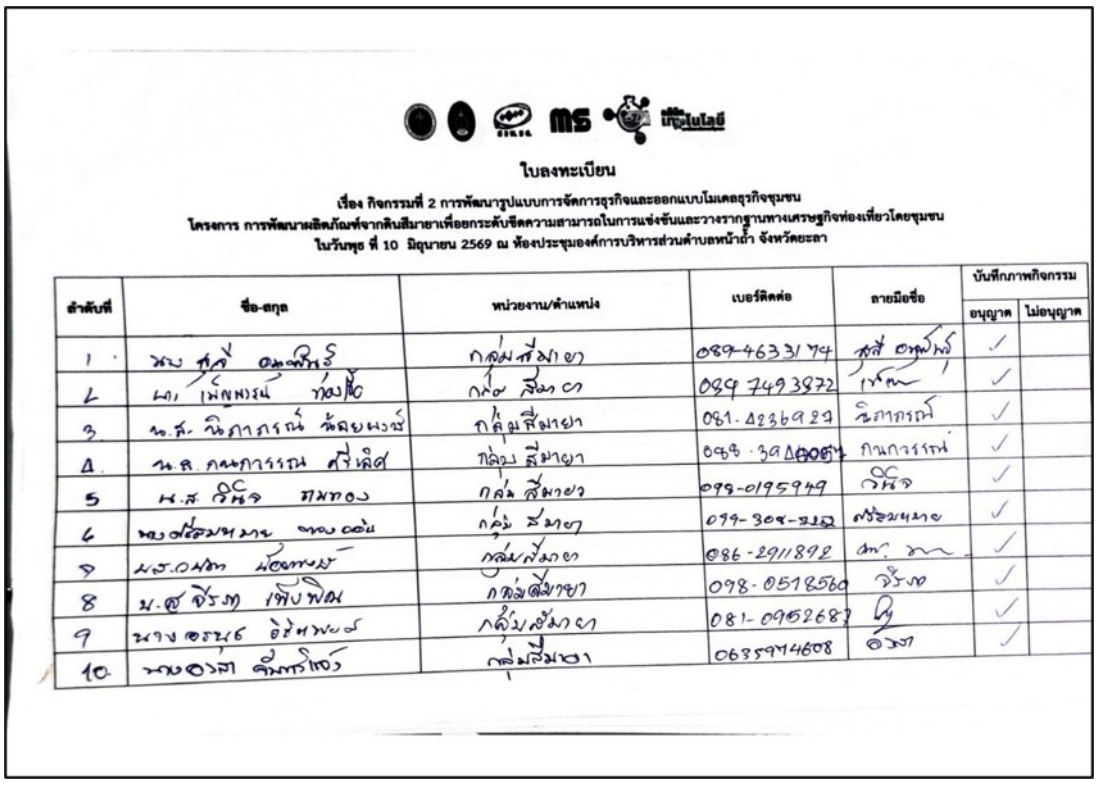
.....
.....

13. ท่านมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับสิ่งที่ควรปรับปรุงหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์สีมายาเพิ่มเติมอย่างไร

.....
.....

ขอขอบคุณสำหรับความคิดเห็นของท่าน
ข้อมูลที่ได้รับจะนำไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดของกลุ่มสีมายาต่อไป

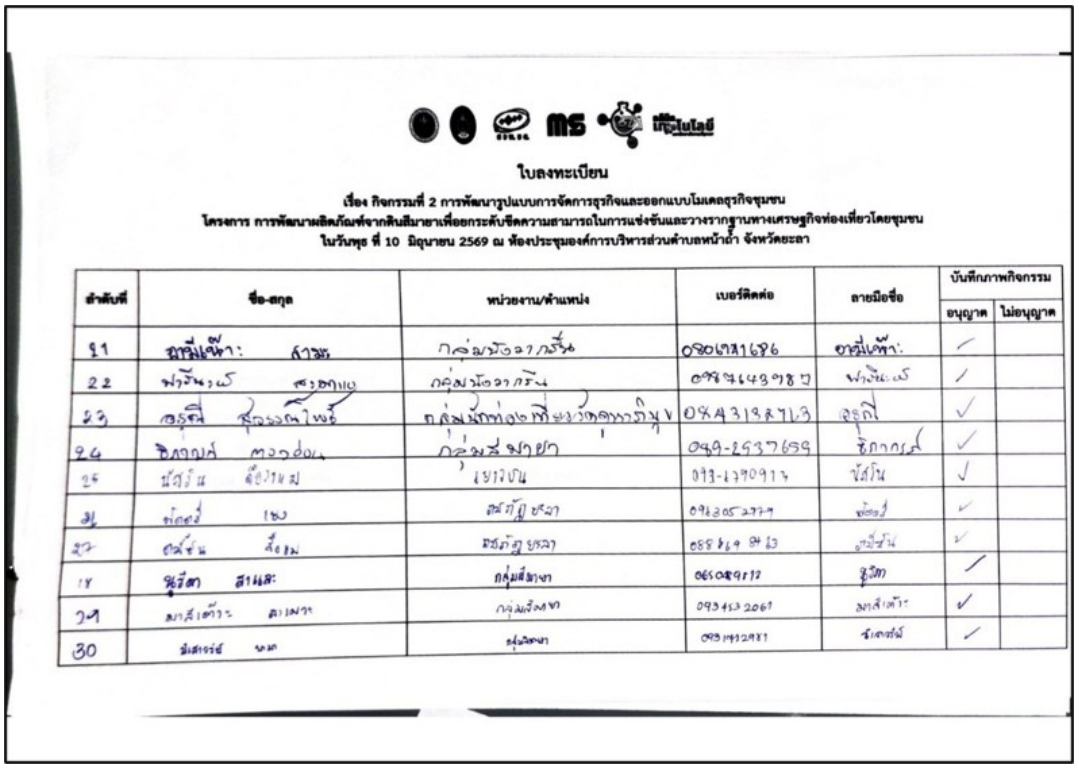
ภาคผนวก ค รายชื่อผู้เข้าร่วมโครงการ



ใบลงทะเบียน

เรื่อง กิจกรรมที่ 2 การพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจและออกแบบโมเดลธุรกิจชุมชน
โครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน
ในวันพุธ ที่ 10 มิถุนายน 2569 ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ จังหวัดยะลา

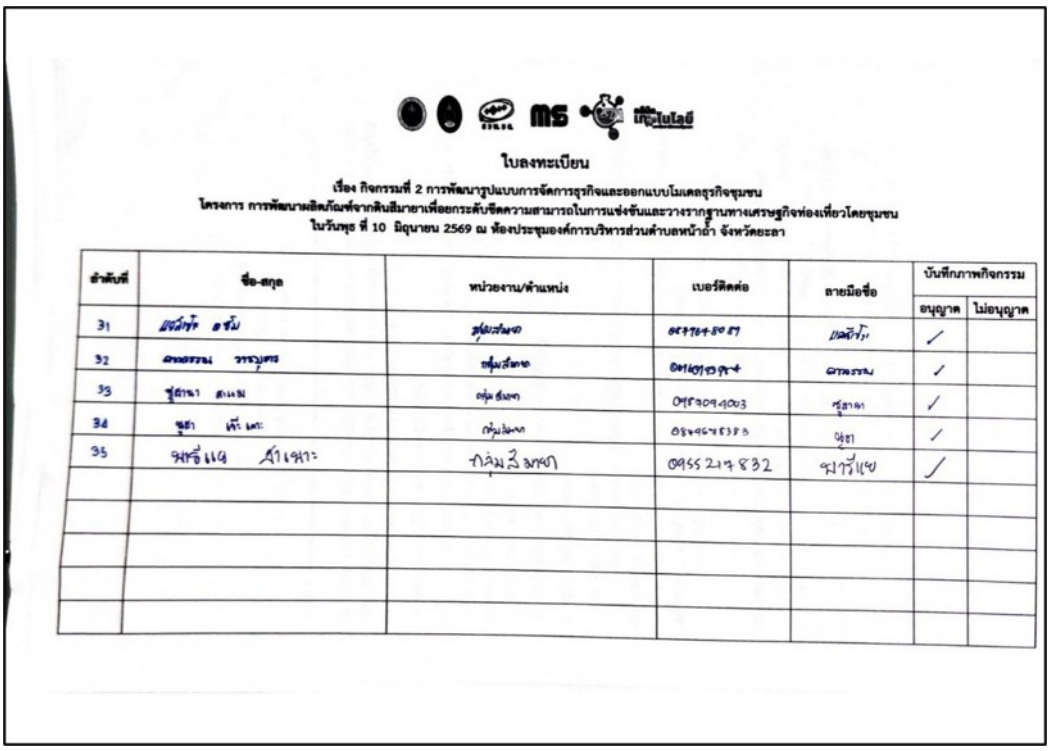
ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ	ลายมือชื่อ	บันทึกภาพกิจกรรม	
					อนุญาต	ไม่อนุญาต
1	นาย ศุภสิ อนุพันธุ์	กลุ่มสีมายา	089-4633174	ศุภสิ อนุพันธุ์	✓	
2	นาง เพ็ญพรรณ ทองชิ้ว	กลุ่ม สีมายา	089 749 3872	เพ็ญ	✓	
3	น.ส. นิภาภรณ์ น้ำฉยพงษ์	กลุ่มสีมายา	081-4236929	นิภาภรณ์	✓	
4	น.ส กนกวรรณ ศรีหลิศ	กลุ่ม สีมายา	098-3940894	กนกวรรณ์	✓	
5	น.ส. ริณิธ สมทอง	กลุ่ม สีมายา	099-0195949	ริณิธ	✓	
6	นาง ศรีสมหมาย นาคอ่อน	กลุ่ม สีมายา	094-308-3252	ศรีสมหมาย	✓	
7	น.ส.กมลา พ่อตะพงษ์	กลุ่มสีมายา	086-2911892	กมล	✓	
8	น.ส ชัรงฑ เพิ่งพิณ	กลุ่มสีมายา	098-0518560	ชัรงฑ	✓	
9	นาย ธรรษธ อิ่มหมงษ์	กลุ่มสีมายา	081-0952683	ปู	✓	
10	นางอมลา คีมทรัพย์	กลุ่มสีมายา	0635914608	อมลา	✓	



ใบลงทะเบียน

เรื่อง กิจกรรมที่ 2 การพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจและออกแบบโมเดลธุรกิจชุมชน
โครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน
ในวันพุธ ที่ 10 มิถุนายน 2569 ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ จังหวัดยะลา

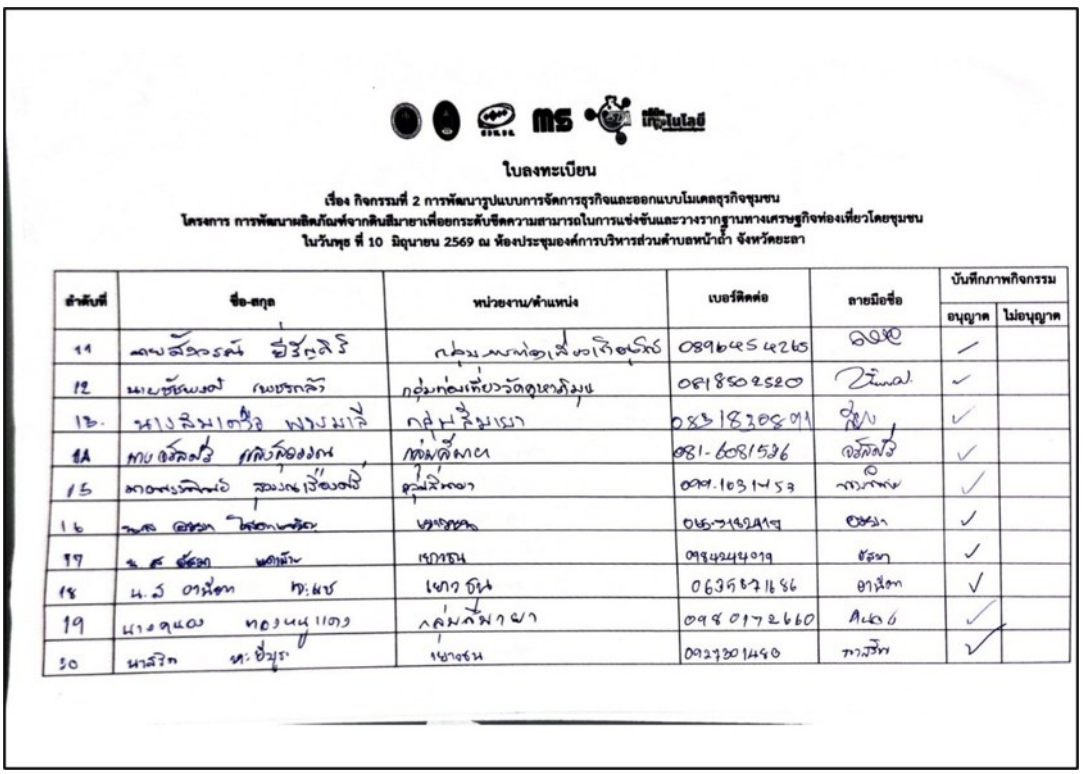
ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ	ลายมือชื่อ	บันทึกภาพกิจกรรม	
					อนุญาต	ไม่อนุญาต
21	สาลีเต๊ะ สาและ	กลุ่มน้องกลิ้น	0801431686	สาลีเต๊ะ	✓	
22	ฟาอีนะ สะอุตมะ	กลุ่มน้องกลิ้น	0887643978	ฟาอีนะ	✓	
23	ธรธีณี สุวรรณไพรี	กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม	0843198713	ธรธีณี	✓	
24	อิสาอัฟ ตาวอ่อน	กลุ่มสีมายา	099-2537659	อิสาอัฟ	✓	
25	นัสรีน ดือราแม	เยาวชน	093-1790914	นัสรีน	✓	
26	ซัลตง์ เชง	สมัครผู้ขาย	0963052779	ซัลตง์	✓	
27	อาลีซัน ลือสม	สมัครผู้ขาย	0886149413	อาลีซัน	✓	
28	ซูรีตา สาและ	กลุ่มสีมายา	0650891212	ซูรีตา	✓	
29	มาลีเต๊ะ สาและ	กลุ่มเจ็ดหาง	0934532061	มาลีเต๊ะ	✓	
30	ซัลตรรย์ นาค	กลุ่มสีมายา	0931432931	ซัลตรรย์	✓	



ใบลงทะเบียน

เรื่อง กิจกรรมที่ 2 การพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจและออกแบบโมเดลธุรกิจชุมชน
โครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน
ในวันพุธ ที่ 10 มิถุนายน 2569 ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ จังหวัดยะลา

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ	ลายมือชื่อ	บันทึกภาพกิจกรรม	
					อนุญาต	ไม่อนุญาต
31					✓	
32					✓	
33			0958094003		✓	
34			0849645383		✓	
35			0955217832		✓	



ใบลงทะเบียน

เรื่อง กิจกรรมที่ 2 การพัฒนารูปแบบการจัดการธุรกิจและออกแบบโมเดลธุรกิจชุมชน
โครงการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสีมายาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันและวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน
ในวันพุธ ที่ 10 มิถุนายน 2569 ณ ห้องประชุมองค์การบริหารส่วนตำบลหน้าถ้ำ จังหวัดยะลา

ลำดับที่	ชื่อ-สกุล	หน่วยงาน/ตำแหน่ง	เบอร์ติดต่อ	ลายมือชื่อ	บันทึกภาพกิจกรรม	
					อนุญาต	ไม่อนุญาต
11			0896455265		✓	
12			0818502520		✓	
13			0831823085		✓	
14			081-6081536		✓	
15			099.103 1453		✓	
16			0867192479		✓	
17			0984444019		✓	
18			0639687186		✓	
19			0980172660		✓	
20			0927301450		✓	

ภาคผนวก ง ภาพกิจกรรม

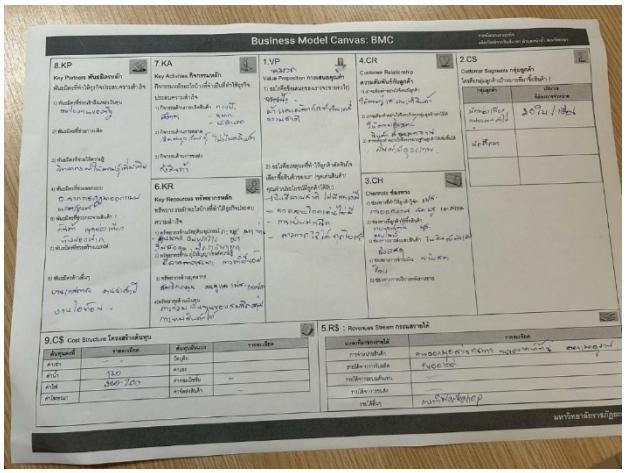
ภาพกิจกรรมที่ 2 อบรมเชิงปฏิบัติการ การจัดการธุรกิจสีมายา และ ออกแบบโมเดลธุรกิจสีมายา (Simaya Business Canvas)











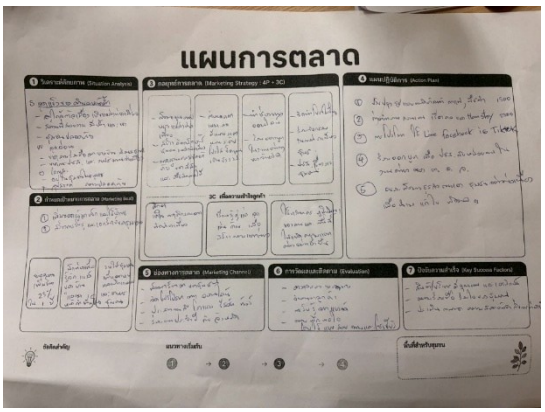
ภาพกิจกรรมที่ 3 พัฒนาแผนการตลาดเชิงสร้างสรรค์ (Simaya Creative Marketing Plan)











ภาพกิจกรรมที่ 4 สร้างระบบบริหารจัดการภายในกลุ่ม (Simaya Business Management System)










ภาพกิจกรรมที่ 5 การสื่อสารแบรนด์และการตลาดดิจิทัลสำหรับชุมชน











ภาพกิจกรรมที่ 7 ทดลองจำหน่ายจริง Simaya Creative Market จากผืนดินสู่มูลค่าชุมชน















ภาพกิจกรรมที่ 8 เวทีสะท้อนผลและสรุปแนวทางต่อยอด Simaya Talk & Share : สานต่อคุณค่าจากดินมายา

