



รายงานการวิจัย

การจัดการห่วงโซ่คุณค่าใหม่เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ด้วยนวัตกรรมดิจิทัล

ภายใต้โครงการ

การยกระดับและเพิ่มมูลค่าผ้าพื้นบ้านจังหวัดเพชรบูรณ์ด้วยคณิตศาสตร์และ
นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

กนิฐา แสงกระจ่าง และคณะ

สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ประจำปีงบประมาณ 2566

รายงานการวิจัย

การจัดการห่วงโซ่คุณค่าใหม่เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ด้วยนวัตกรรมดิจิทัล

ภายใต้โครงการ

การยกระดับและเพิ่มมูลค่าผ้าพื้นบ้านจังหวัดเพชรบูรณ์ด้วยคณิตศาสตร์และ
นวัตกรรมดิจิทัลเพื่อสร้างความเข้มแข็งเศรษฐกิจฐานรากของชุมชน

กนิฐา แสงกระจ่าง	สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์
	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
อลิสนา อนันตะอาด	สาขาศิลปกรรม
	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

ทุนอุดหนุนโดย งบประมาณแผ่นดิน

ประเภทโครงการวิจัยพัฒนาวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

ประจำปีงบประมาณ 2566

ชื่องานวิจัย	การจัดการห่วงโซ่คุณค่าใหม่เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านด้วยนวัตกรรมดิจิทัล
ผู้วิจัย	กนิฐา แสงกระจ่าง และอลิสนา อนันตอาด สาขาวิชาบรรณารักษศาสตร์และสารสนเทศศาสตร์ สาขาวิชาศิลปกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ปีที่เสร็จ	2566

บทคัดย่อ

งานวิจัย เรื่อง การจัดการห่วงโซ่คุณค่าใหม่เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านด้วยนวัตกรรมดิจิทัล มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาโมเดลธุรกิจผ้าพื้นบ้าน และ 2) เพื่อพัฒนาเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมดิจิทัล คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยคือ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และทำการสำรวจ (Survey Research) และสังเกตการณ์สัมภาษณ์ โดยจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำถามตามแบบสัมภาษณ์ และแบบประเมิน ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ (1) ข้อมูลทั่วไป (2) การเข้าถึงเทคโนโลยี การเลือกใช้เทคโนโลยี และกระบวนการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจและ (3) ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านในด้านต่าง ๆ และแบบประเมินความคิดเห็นการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ ผลการวิจัย สรุปได้ว่า

1) ชุมชนได้มีโมเดลธุรกิจผ้าพื้นบ้าน รูปแบบโมเดลเดิม เป็นรูปแบบของการพัฒนาสินค้าตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า ยังไม่มีขั้นตอนและวิธีการที่เป็นระบบ ผู้วิจัยได้เข้าไปพัฒนารูปแบบโมเดลใหม่ ขั้นตอนหรือกระบวนการใช้เทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ การผลิตสินค้าและบริการให้มินวัตกรรมและมีมูลค่าสูง

2) การพัฒนาเครื่องมือแอปพลิเคชันไลน์ ในการส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมดิจิทัล จำนวนชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านสูงสุดได้ร้อยละ 64.10 และการประเมินความน่าสนใจของการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน โดยแบ่งเป็น 7 ด้านร้อยละ 74.4

คำสำคัญ : ห่วงโซ่คุณค่าใหม่, ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน, นวัตกรรมดิจิทัล

Research Title : The Management of New Value Chain for Enhancement
of Folk Weaving Product with Digital Innovation

Name : Kanitra Seangkajang and
: Phetchabun Rajabhat University

Year : 2022

ABSTRACT

The research on the management of new value chain for elevating the traditional home textile products through digital innovation has two objectives: 1) to develop the business model of traditional home textile products, and 2) to develop tools for promoting marketing and distribution of community products through digital innovation. The researchers conducted the study by collecting data from documents, conducting surveys, and observing events. They gathered information on opinions from a sample group through interviews and assessments, comprising three parts: (1) general information, (2) technology access, technology adoption, and processes to enhance business efficiency, and (3) readiness of various aspects of traditional home textile products. The assessment also included opinions on the use of technology to improve business efficiency.

The research findings can be summarized as follows:

1. The community has a traditional home textile business model, following the old model of product development based on customer needs. However, there is no systematic process. The researchers developed a new model, process, or method using technology to enhance the efficiency of product and service production, making them innovative and high-value.
2. The development of LINE application tools for promoting marketing and distribution of community products through digital innovation has reached a maximum of 64.10% of communities with traditional home textile products. The evaluation of the interest in using technology to enhance the efficiency of traditional home textile products is 74.4% across 7 dimensions.

Keywords: New value chain, Folk Weaving, Digital Innovation

กิติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยคำแนะนำต่าง ๆ จากคณาจารย์ และบุคลากร คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และความร่วมมือช่วยเหลืออย่างดียิ่งจากผู้ทรงคุณวุฒิที่สละเวลาให้คำแนะนำ คำปรึกษา รวมถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการดำเนินการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณตัวแทนชุมชนที่เข้ารับการสัมภาษณ์ ผู้เชี่ยวชาญที่ให้ความกรุณาตรวจสอบและเสนอแนะในการพัฒนารูปแบบและการให้ข้อมูลในการทำวิจัยแก่คณะผู้วิจัย

ท้ายสุดนี้ คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณอย่างสูงยิ่ง ทุนการวิจัยที่ได้รับจากทุนอุดหนุนการวิจัยของจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2566 ที่ได้ให้ทุนอุดหนุนการวิจัยครั้งนี้มา ณ ที่นี้ด้วย

กนิฐา แสงกระจ่าง และอริสสา อนัตตอาด

1 สิงหาคม 2566

สารบัญ

บทคัดย่อ	ก
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญภาพ	ฉ
สารบัญตาราง	ช
บทที่ 1	1
ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	3
1.3 ระเบียบวิธีวิจัย	3
1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ	4
บทที่ 2	5
เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	5
2.1 เอกลักษณะทางวัฒนธรรม	5
2.2 โมเดล Online to Office	7
2.3 Business Model Canvas	8
บทที่ 3	10
วิธีดำเนินงานวิจัย	10
3.1 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่คัดเลือกไว้	10
3.2 การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ	11
3.3 การทดสอบและประเมิน	12
3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	13

บทที่ 4	14
ผลการวิจัย	14
3.1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่คัดเลือกไว้	14
3.2 ผลการใช้ Business Model Canvas ธุรกิจผ้าในโมเดล O2O	17
3.3 ผลประเมินความความคิดเห็นการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ	23
3.4 ผลการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ	30
บทที่ 5	47
สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ	47
5.1 สรุปผลการวิจัย/ อภิปรายผล	47
5.2 ข้อเสนอแนะ	49
ภาคผนวก ก	50
แบบสัมภาษณ์	51
แบบประเมินความพึงพอใจ	53
“กระบวนการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน”	53
บรรณานุกรม	55

สารบัญภาพ

ภาพที่ 1	ผ้าพื้นบ้าน	2
ภาพที่ 2	ตารางวิเคราะห์ Business Model Canvas ธุรกิจผ้าในโมเดล O2O.....	9
ภาพที่ 3	จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม.....	23
ภาพที่ 4	ความน่าสนใจของการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน	23
ภาพที่ 5	ความรู้ความเข้าใจ ก่อน.....	24
ภาพที่ 6	ความรู้ความเข้าใจ หลัง	24
ภาพที่ 7	การนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านตรงกับความต้องการ	24
ภาพที่ 8	ประโยชน์ที่ได้รับ/ความรู้ใหม่เพิ่มเติม	25
ภาพที่ 9	การนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ	25
ภาพที่ 10	ภาพรวมการอบรม.....	25
ภาพที่ 11	คณะผู้วิจัยมีความรอบรู้ในเนื้อหา.....	26
ภาพที่ 12	คณะผู้วิจัยมีความสามารถในการอธิบายเนื้อหาได้ชัดเจน	26
ภาพที่ 13	คณะผู้วิจัยมีการเตรียมการสอนล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ	27
ภาพที่ 14	คณะผู้วิจัยมีความตั้งใจในการสอน	27
ภาพที่ 15	เนื้อหาที่สอนเรียงตามลำดับเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่องเหมาะสม	27
ภาพที่ 16	คณะผู้วิจัยมีความสามารถในการตอบข้อซักถาม.....	28
ภาพที่ 17	คณะผู้วิจัยมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม	28
ภาพที่ 18	เอกสารประกอบและสื่อที่ใช้ในการอบรมชัดเจน เข้าใจง่าย	29
ภาพที่ 19	ระยะเวลามีความเหมาะสม	29
ภาพที่ 20	ความพร้อมในการจัดเตรียมอุปกรณ์ที่ใช้.....	29
ภาพที่ 21	ตัวอย่างผ้าในชุมชน.....	30
ภาพที่ 22	การผลิตผ้าพื้นบ้าน.....	31
ภาพที่ 23	สินค้าจากผ้าพื้นบ้าน (เดิม).....	31
ภาพที่ 24	การลงพื้นที่เพื่อหาแนวทางแก้ไขครั้งที่ 1.....	32
ภาพที่ 25	การลงพื้นที่เพื่อหาแนวทางแก้ไขครั้งที่ 2.....	33
ภาพที่ 26	การลงพื้นที่เพื่อหาแนวทางแก้ไขครั้งที่ 3.....	33

ภาพที่ 27	แนวทางการแก้ไขปัญหาใช้ Business Model Canvas.....	34
ภาพที่ 28	ผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นบ้าน.....	35
ภาพที่ 29	ผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นบ้านแปรรูปเป็นกระเป๋าปักปัก.....	36
ภาพที่ 30	ผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นบ้านแปรรูปเป็นกระเป๋าในแบบต่าง ๆ.....	37
ภาพที่ 31	ผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นบ้านแปรรูปเป็นเครื่องประดับผม.....	38
ภาพที่ 32	ผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นบ้านแปรรูปในแบบต่าง ๆ.....	39
ภาพที่ 33	การใช้ลวดลายทางคณิตศาสตร์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	40
ภาพที่ 34	การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบที่ 1.....	41
ภาพที่ 35	การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบที่ 1.....	42
ภาพที่ 36	การสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2.....	43
ภาพที่ 37	การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2.....	44
ภาพที่ 38	การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการออกแบบแผ่นประชาสัมพันธ์.....	45
ภาพที่ 39	การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการ.....	47

สารบัญตาราง

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไป.....	14
ตารางที่ 2 การเข้าถึงเทคโนโลยี การเลือกใช้เทคโนโลยี และกระบวนการนำเทคโนโลยีมาเพิ่ม ประสิทธิภาพธุรกิจ	15
ตารางที่ 3 ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านในด้านต่าง ๆ	16
ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านด้วยนวัตกรรมดิจิทัล	48

บทที่ 1

ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ดำเนินการลงพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ เพื่อหาแนวทางการประยุกต์ใช้การออกแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์โดยเฉพาะผ้าพื้นบ้านให้กับเศรษฐกิจฐานราก ด้านข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่น ประวัติเรื่องเล่า กระบวนการผลิต และข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ลวดลายตามอัตลักษณ์ชุมชน เพื่อการอนุรักษ์และสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น สร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ในการสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เกิดนวัตกรรมชุมชน มีรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านเชิงเอกลักษณ์ และสร้างสรรค์พบว่า ผ้าพื้นบ้านเชิงเอกลักษณ์ คือ ผ้าพื้นบ้านเอกลักษณ์ที่โดดเด่น เช่น ผ้าชิ้นหัวแดงตีก่าน ผ้ามุก เป็นการทอด้วยกี่กระตุก วัสดุที่ใช้ใน การทอได้แก่ ฝ้าย ไหม และด้ายสำเร็จรูป (ด้ายโทเร) ลักษณะของผ้าที่พบเป็นการทอด้วยการมัดหมี่ และการทอยกดอกหรือภาษาท้องถิ่นเรียกว่า “การเก็บขิด” ลวดลายบนผืนผ้าที่พบมีทั้งลวดลายดั้งเดิม และลวดลายประยุกต์ ส่วนใหญ่นำมาทำเป็นผ้าชิ้น ผ้าผืน ผ้าขาวม้า และผ้าหน้าหมอน (พิพิธภัณฑ์ผ้า มหาวิทยาลัยนเรศวร, 2551) และผ้าพื้นบ้านเชิงสร้างสรรค์ เกิดจากลายผ้าทอพื้นบ้านชาวไทยภูเขาจังหวัดเพชรบูรณ์ มี 3 รูปแบบคือ ลายผ้าปักมือด้วยด้าย ลายผ้าตัดปะทับสอย และลายผ้าเขียนเทียน ส่วนผ้าทอได้จากใยกล้วยทอด้วยกี่เอว

และสาขาสารสนเทศศาสตร์ และสาขาศิลปกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ได้ดำเนินการลงพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์เพื่อหาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีผ่านกรณีตัวอย่างวิสาหกิจชุมชน/OTOP/ผู้ประกอบการในภาคธุรกิจผ้าพื้นบ้านเพื่อให้ทันการเปลี่ยนแปลงที่ประเทศไทยกำลังก้าวสู่เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล (Digital) เพื่อพัฒนากระบวนการ/วิธีการ/นวัตกรรมดิจิทัลใดที่เหมาะสมในการเข้าสู่ตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านเพื่อเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย จากการลงพื้นที่ของคณะผู้วิจัย พบว่า ปัญหาของผลิตภัณฑ์ที่นำมาจำหน่ายในตลาดลานค่านั้น ส่วนหนึ่งผลิตจากท้องถิ่น แต่อีกส่วนหนึ่งซื้อมาจากจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย และจากการสนทนากลุ่มย่อยการสัมภาษณ์ และการสังเกต ชุมชนมีความต้องการอนุรักษ์และฟื้นฟูผ้าพื้นบ้านให้เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวได้อีกหนึ่งผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 1 ผ้าพื้นบ้าน

สถานการณ์ปัจจุบันประเทศไทยกำลังก้าวสู่เศรษฐกิจและสังคมดิจิทัล (Digital) มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนประเทศอย่างต่อเนื่อง และดิจิทัลได้มีบทบาททั้งสร้างความท้าทาย สร้างโอกาส ที่สำคัญได้สร้างจุดเปลี่ยนต่อทุกกิจกรรมทางเศรษฐกิจ แต่เมื่อพิจารณาภาพรวมเรื่องขีดความสามารถในการแข่งขันด้านดิจิทัลของประเทศ (IMD World Digital Competitiveness Ranking) ในปี 2564 พบว่า ความสามารถในการปรับตัวรับกับบริบทของความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 40 จากประเทศที่ทำการสำรวจทั้งหมด 63 ประเทศ ซึ่งนับว่ายังอยู่ในอันดับต่ำ ขณะที่ผู้ประกอบการเป็นพลังขับเคลื่อนสำคัญของระบบเศรษฐกิจ ยังมีข้อจำกัดในเรื่องความสามารถทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เนื่องจากไม่สามารถนำมาใช้ในการดำเนินธุรกิจได้เต็มประสิทธิภาพ มีจุดอ่อนเรื่องการปรับตัวรับกับบริบทความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีของโลก และขาดแนวทางกระบวนการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของการพัฒนาผู้ประกอบการ

การศึกษาธุรกิจผ้าพื้นบ้านห่วงโซ่คุณค่าใหม่ (New Value Chain) ในกลุ่มชุมชน/CPOT/OTOP นั้นจำเป็นต้องอาศัยหลักการแนวคิดของโมเดลธุรกิจ O2O หรือ Online to Offline คือ “การผสมผสานธุรกิจจากออนไลน์ไปยังออฟไลน์” และ “การนำคุณภาพของออฟไลน์มาช่วยยกระดับออนไลน์” โมเดลธุรกิจ O2O ค่อนข้างให้ความสำคัญในมาตรฐานของคุณภาพของสินค้าและบริการ ปัจจุบันการเติบโตของสื่ออินเทอร์เน็ตได้ส่งผลกับการใช้ชีวิตของผู้คน การค้า การสื่อสารต่าง ๆ บนพื้นที่ออนไลน์มากขึ้น ผลักดันให้คนไทยมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้ารูปแบบใหม่ “เช็ค-แชร์-ซื้อ” ผ่านการใช้งานอินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟน และโซเชียลมีเดียต่าง ๆ

ปัจจุบันผ้าทอเพชรบูรณ์ได้รับความนิยมสูงมาก การทอผ้าจึงเป็นหัตถกรรมพื้นบ้านที่ทำรายได้ดี และนับวันจะแพร่หลายมากยิ่งขึ้นด้วยลวดลายสีสัน และฝีมือทอผ้าอันประณีตงดงาม แต่ที่ผ่านมายังประสบปัญหาเรื่องของการรวมกลุ่มเป็นกลุ่มเครือข่ายธุรกิจ เนื่องจากแต่ละชุมชนยังไม่มีความรู้ในเรื่องการรวมกลุ่มเครือข่าย ซึ่งจะสามารถช่วยการดำเนินธุรกิจของตนเองได้ ดังนั้น เพื่อส่งเสริมให้ชุมชน/OTOP/ผู้ประกอบการของจังหวัดเพชรบูรณ์ สามารถนำเทคโนโลยีดิจิทัลไปประยุกต์ใช้ในการดำเนินธุรกิจ สาขาสารสนเทศศาสตร์ และสาขาศิลปกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้ดำเนินการลงพื้นที่เพื่อหาแนวทางการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเป็นแนวทางในการวางแผนการส่งเสริม และจัดทำข้อเสนอแนะในการส่งเสริมผู้ประกอบการให้มีการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินธุรกิจตัวเองต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.1 เพื่อพัฒนาโมเดลธุรกิจผ้าพื้นบ้าน
- 1.2 เพื่อพัฒนาเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมดิจิทัล

1.3 ระเบียบวิธีวิจัย

- 1.3.1 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่คัดเลือกไว้
 - 1.3.1.1 การเข้าถึงเทคโนโลยี การเลือกใช้เทคโนโลยี และกระบวนการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ
 - 1.3.1.2 การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าบริการ เช่น การออกแบบและการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การนำเทคโนโลยี แอปพลิเคชัน หรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า เป็นต้น
- 1.3.2 จัดทำเครื่องมือการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ
- 1.3.3 สรุปผล

1.4 ประโยชน์ที่ได้รับ

1.4.1 ด้านเศรษฐกิจ

ห่วงโซ่คุณค่าเดิมและห่วงโซ่คุณค่าใหม่ของกลุ่มอาชีพทำให้สามารถเพิ่ม มูลค่าของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านอนุรักษ์และสร้างสรรค์จังหวัดเพชรบูรณ์มีอัตราการเติบโตในระบบเศรษฐกิจฐานราก รายได้ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านอนุรักษ์และผ้าสร้างสรรค์จังหวัดเพชรบูรณ์

1.4.2 ด้านสังคม

การส่งเสริมห่วงโซ่คุณค่าใหม่ในภาคธุรกิจผ้าพื้นบ้านและเป็นข้อมูลในการจัดทำข้อเสนอแนะต่อจังหวัดเพชรบูรณ์ในการขับเคลื่อนการถ่ายทอด/ ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีไปสู่ชุมชน/ OTOP/ผู้ประกอบการ และผู้เกี่ยวข้อง

1.4.3 ด้านสิ่งแวดล้อม

งานวิจัยนี้สามารถสร้างผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมจากผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านสามารถสร้างมูลค่า ทำให้คนในชุมชนนำความรู้และนวัตกรรมไปใช้เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิต

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเรื่อง การจัดการห่วงโซ่คุณค่าใหม่เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านด้วยนวัตกรรมดิจิทัล ได้มีการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม
- 2.2 โมเดล Online to Office
- 2.3 Business Model Canvas

2.1 เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ได้ให้ความสำคัญในการส่งเสริมในการนำเอาองค์ความรู้และผลงานวิจัย (Research & Development) ที่อยู่ภายใต้มหาวิทยาลัยฯ มาเชื่อมโยง ให้ออกมาในเชิงพาณิชย์ รวมทั้งเป็นช่องทางนำผลงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ และนวัตกรรมที่สร้างสรรค์โดยคณาจารย์ ในสถาบันอุดมศึกษาพัฒนาสู่กระบวนการใช้งานเชิงพาณิชย์สร้างวงจรรายได้ ผลประโยชน์ เพื่อสร้างผลสัมฤทธิ์ (Result base) สู่เป้าหมายการพัฒนาขีดความสามารถเชิงการแข่งขันของประเทศในท้องถิ่นให้ประสบผลสำเร็จในการประกอบอาชีพอย่างยั่งยืน ดังนั้น มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ สภาวัฒนธรรมจังหวัดเพชรบูรณ์ ตัวแทนชุมชนชาวเขา และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ กำหนดประเด็นผลิตภัณฑ์หรือสินค้าทางวัฒนธรรม CPOT โดยมีพื้นที่เป้าหมาย อำเภอเขาค้อ อำเภอหล่มเก่า และอำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ มีการดำเนินงานหลักประกอบด้วย (1) ศึกษาข้อมูลจังหวัดก่อนลงพื้นที่ (2) ลงพื้นที่ และ (3) สรุปผลการลงพื้นที่ โดยได้ผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพ (Product Champion) และเป็นประเด็นปัญหาสำคัญ (Critical Issue) เชิงวัฒนธรรม คือ ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน

อย่างไรก็ตามถึงแม้ว่าจังหวัดเพชรบูรณ์ จะมีศักยภาพในหลาย ๆ ด้าน แต่ยังคงมีปัญหาด้านนวัตกรรมสมัยใหม่ที่จะช่วยพัฒนาห่วงโซ่การผลิตผ้าพื้นบ้าน แต่หากในแต่ละชุมชนมีนวัตกรรมเพื่อเป็นผู้ถ่ายทอดองค์ความรู้ทั้งเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การอนุรักษ์วัฒนธรรม ด้วยเหตุผลดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญกับวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่เป็เอกลักษณ์ของชุมชน จากความร่วมมือในการศึกษาวิจัยเพื่อการอนุรักษ์ สืบสาน และต่อยอดผ้าพื้นบ้านจังหวัดเพชรบูรณ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ

มาฟื้นฟูและพัฒนาผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสืบสานทำให้ชุมชนเกิดความรักสามัคคี ภาคภูมิใจ เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในการรองรับการมาเยือนของกลุ่มตลาดนักท่องเที่ยวต่าง ๆ ก่อเกิดผลในด้านเศรษฐกิจเพื่อสร้างงานสร้างอาชีพแก่คนในชุมชนและธุรกิจที่รองรับนักท่องเที่ยว

ผ้าพื้นบ้านเป็นสินค้าภูมิปัญญาท้องถิ่น มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และมีเรื่องราวความเป็นมาที่บูรณาการกับวิถีชีวิต การอยู่ร่วมกันของชุมชน เพื่อการพึ่งตนเองในการดำรงชีวิตของคนท้องถิ่น และสร้างเศรษฐกิจชุมชน จากการลงพื้นที่ของคณะผู้วิจัย พบว่าผ้าพื้นบ้านจังหวัดเพชรบูรณ์ แบ่งเป็น 2 ลักษณะ คือ

ผ้าทอ เป็นการทอด้วยกี่กระตุก วัสดุที่ใช้ในการทอได้แก่ ฝ้าย ไหม และด้ายสำเร็จรูป (ด้ายโทเร) ลักษณะของผ้าที่พบเป็นการทอด้วยการมัดหมี่ และการทอยกดอกหรือภาษาท้องถิ่นเรียกว่า “การเก็บขิด” ลวดลายบนผืนผ้าที่พบมีทั้งลวดลายดั้งเดิม และลวดลายประยุกต์ ได้แก่ ลายโคมห้า ลายโคมเก้า ลายตะขอ ลายปราสาท ลายขาเป๋ย ลายกุญแจเงิน ประยุกต์ ลายแกนข้าวโพด ลายปักกิ่ง ลายเครื่องหินน้อยและลายที่ดัดแปลงมาจากธรรมชาติ เช่น ต้นไม้ ดอกไม้ หรือแมลงต่าง ๆ ได้แก่ ลายผัดแค้น ลายบัวสวรรค์ ลายดอกบัวแก้ว เป็นต้น ส่วนใหญ่นำมาทำเป็นผ้าชิ้น ผ้าผืน ผ้าขาวม้า และผ้าหน้าหมอน (พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติ มหาวชิราลงกรณนครสวรรค์, 2551) โดยเฉพาะผ้าพื้นบ้านอนุรักษ์ผ้าชิ้นหัวแดงตีนก่าน

ผ้าใยกล้วย ซึ่งเป็นผ้าพื้นบ้านของชาวไทยภูเขา ที่นับว่าเป็นมรดกอันล้ำค่าทางวัฒนธรรมและมีคุณค่าเพราะขั้นตอนการผลิตกว่าจะออกมาเป็นผ้า ต้องผ่านขั้นตอนกระบวนการผลิตที่ยุ่งยากและยาวนานไม่น้อย ปีหนึ่งนั้นคนสมัยก่อนเขาจะผลิตได้ไม่เกิน 2 ผืน เพราะต้องใช้เวลาวางจากการทำมาหากินมาทำการผลิต โดยไม่ได้ทำเป็นอาชีพ ปัจจุบันนับเป็นช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อการสูญหายภูมิปัญญาของชาวไทยภูเขา ลายผ้าทอชาวไทยภูเขา สามารถจำแนกได้ 3 รูปแบบ คือ 1) ลายผ้าปักมือ ประกอบด้วยกลุ่มปักมือด้วยเส้นด้าย และกลุ่มงานปักมือด้วยวัสดุตกแต่ง 2) ลายผ้าตัดปะทับสอยประกอบด้วย กลุ่มลายเข้ามุมเหลี่ยม และกลุ่มลายเข้ามุมโค้ง 3) ลายผ้าเขียนเทียน ประกอบด้วย ประกอบด้วยกลุ่มลายดอก และกลุ่มลายแถว

ปัจจุบันผ้าทอเพชรบูรณ์ทั้ง 2 ลักษณะได้รับความนิยมอย่างมาก เนื่องด้วยมีสีสัน ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ ฝีมือทอผ้าอันประณีตงดงาม จากการลงพื้นที่ของคณะผู้วิจัย พบว่า การทอหรือการปักผ้า ให้ออกมาเป็นลวดลายต่าง ๆ นั้น อาศัยการถ่ายทอดองค์ความรู้จากรุ่นสู่รุ่น ส่งผลให้ลายผ้าที่ทอหรือปักออกมา คลาดเคลื่อนกันออกไป นอกจากนี้ ปัญหาทางเศรษฐกิจและการโยกย้ายแรงงานเข้าสู่โรงงานอุตสาหกรรม ประชากรในพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ให้อีกโอกาสที่จะได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษก็น้อยลง ทักษะการทอผ้าและปักผ้าเริ่มไม่มีผู้สานต่อ ทำให้เกิดปัญหา การสูญเสียองค์ความรู้ ภูมิปัญญาการทอผ้า การปักผ้า และยิ่งไปกว่านั้นยังพบว่าปัญหาของผลิตภัณฑ์ที่นำมาจำหน่ายในตลาดลานค้า ฯ นั้น ส่วนหนึ่งผลิตจากท้องถิ่น แต่อีกส่วนหนึ่งซื้อมาจากจังหวัดเชียงใหม่และเชียงราย และจากการสนทนากลุ่มย่อยการสัมภาษณ์ และการสังเกต ชุมชนมีความต้องการอนุรักษ์และฟื้นฟูผ้าพื้นบ้าน ให้มีรูปแบบเป็นมาตรฐาน มีการบันทึกลวดลายตามหลักวิชาการ และต้องการผลิตผ้าและพัฒนาให้เป็นผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวได้อีกหนึ่งผลิตภัณฑ์

2.2 โมเดล Online to Office

โมเดลธุรกิจ O2O หรือ Online to Offline คือ “การผสานธุรกิจจากออนไลน์ไปยังออฟไลน์” และ “การนำคุณภาพของออฟไลน์มาช่วยยกระดับออนไลน์” โมเดลธุรกิจ O2O ก่อนข้างให้ความสำคัญในมาตรฐานของคุณภาพของสินค้าและบริการ

ปัจจุบันการเติบโตของสื่ออินเทอร์เน็ตได้ส่งผลกับการใช้ชีวิตของผู้คน การค้า การสื่อสารต่าง ๆ บนพื้นที่ออนไลน์มากขึ้น ผลักดันให้คนไทยมีพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้ารูปแบบใหม่ “เช็ค-แชร์-ซื้อ” ผ่านการใช้งานอินเทอร์เน็ต สมาร์ทโฟน และโซเชียลมีเดียต่าง ๆ จากการสำรวจ พบว่า ที่ผ่านมามีคนไทยมีการซื้อสินค้าทางออนไลน์ถึงกว่าแสนห้าหมื่นล้านบาทหรือประมาณ 5% ของมูลค่าตลาดค้าปลีก ซึ่งถือว่าอัตราการเติบโตของอีคอมเมิร์ซในประเทศไทยมีอัตราสูงกว่าการเติบโตของประเทศอื่น ๆ ในเอเชีย ขณะเดียวกันการซื้อสินค้าทางออฟไลน์ก็ยังได้รับอิทธิพลจากสื่อออนไลน์มากถึง 80% โดยผู้บริโภคมีการ “ศึกษาและเลือกซื้อ” สินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ เพียงแต่ไปชำระเงินและรับสินค้า ณ จุดขาย กลายเป็นพฤติกรรมที่เรียกว่า O2O หรือ Online to Offline

สำหรับประเทศไทยนั้น ตัวอย่างของธุรกิจที่มีการใช้โมเดล O2O ดังความเป็นออนไลน์มาเป็นตัวเชื่อมต่อทำให้กิจกรรมหรือบริการออฟไลน์เข้าด้วยกัน คือ “Application LINE MAN” ที่แตกยอดมาจาก Application LINE ที่ใช้สำหรับการสื่อสาร ซึ่ง LINE ได้ทำการสำรวจถึงความต้องการจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค ในเมืองถึงความต้องการการช่วยเหลือในชีวิตประจำวันด้านใดมากที่สุด พบว่าคนในเมืองจะเน้นในเรื่องอาหาร การส่งสินค้าและเอกสาร รวมถึงการซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคที่ใช้ใน

ชีวิตประจำวัน สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้ LINE ได้มีการพัฒนา Application LINE MAN ขึ้นมาให้บริการทั้ง 4 ด้าน คือ Food Delivery Messenger ร้านสะดวกซื้อ และการส่งพัสดุ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในจุดนี้ LINE MAN ถือว่าใช้โมเดล O2O ที่มีการเชื่อมโยงธุรกิจระหว่างออนไลน์กับออฟไลน์เข้าด้วยกันได้อย่างสมดุลและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อทั้งผู้บริโภคและผู้ประกอบการ

จะเห็นได้ว่าผู้ประกอบการในประเทศไทยหลายรายสามารถเติบโตได้ เพราะการทำการตลาดผ่านช่องทางออนไลน์ เนื่องจากพัฒนาการทางด้านเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ประชาชนสามารถเข้าถึงบริการได้ทุกที่ นอกจากนี้รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานทางด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ทั่วทุกมุมของประเทศ เพื่อยกระดับความสามารถของผู้ประกอบการไทยให้สามารถแข่งขันกับผู้ประกอบการต่างประเทศได้ ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยมีช่องทางในการเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหลากหลายช่องทางผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูง

2.3 Business Model Canvas

สำหรับธุรกิจผ้าพื้นบ้านห้วงโซ่คุณค่าใหม่ กล่าวได้ว่าทุกสาขาธุรกิจนำ Business Model Canvas มาเป็นรูปแบบในการเริ่มต้นทำธุรกิจทั้งสิ้น เนื่องจาก Business Model Canvas สามารถทำให้ผู้ประกอบการเข้าใจภาพรวมทั้งหมดของกิจการ และทำให้ผู้ประกอบการสามารถสร้างเป้าหมาย หรือ จับกลุ่มลูกค้าได้ชัดเจนขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถจัดสรรช่องทางการเข้าถึงลูกค้าโดยอาศัยระบบเทคโนโลยีดิจิทัลผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ ได้อีกด้วย ซึ่งจากที่กล่าวมาทั้งหมดนั้นสามารถแสดงองค์ประกอบของ Business Model Canvas ได้ดังต่อไปนี้

- Customer Segment คือ กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย เช่น เป็นกลุ่มลูกค้าที่ผู้ประกอบการมองว่ามีกำลัง และสามารถตัดสินใจในการเลือกซื้อโดยไม่ลังเล โดยอาจจะเป็นมวลชน (Mass) เป็นแบบเฉพาะกลุ่ม (Niche) กลุ่มลูกค้าองค์กร หรือกลุ่มลูกค้าที่เกี่ยวข้องมากกว่าหนึ่งกลุ่ม (Multi-Sided Platform)
- Value Propositions คือ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง ซึ่งสามารถเรียกความสนใจจากลูกค้าได้
- Channels คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการขายเองโดยตรงผ่านหน้าร้านผ่าน Website, Line, Facebook
- Customer Relationships คือ ช่องทางการให้บริการทั้งก่อนและหลังการขาย เพื่อให้ลูกค้าสามารถติดตามสอบถามข้อมูล และคอยให้ความช่วยเหลือ เช่น Facebook, Line, ศูนย์บริการลูกค้า (Call Center) หรือช่องทางให้ลูกค้าช่วยเหลือตัวเองได้ เช่น Web-Self Service เป็นต้น

- Revenue Streams คือ การหารายได้ เช่น รายได้จากการขายสินค้า รายได้จากการขายผลผลิตทางธุรกิจผ้า รายได้จากการให้บริการ การรับจ้างรีวิวสินค้า รับจ้างทำ Content รายได้จากการขายสินค้า เป็นต้น
- Key Resource คือ ทรัพยากร ซึ่งเป็นได้ทั้งเงินทุน ทรัพยากรบุคคล สิ่งของ ทรัพย์สินทางปัญญา เช่น พนักงาน ต้นทุนทางการผลิต เครื่องมือในการใช้ประกอบธุรกิจ แพลตฟอร์ม
- Key Activities คือ กิจกรรมหลักที่ต้องขับเคลื่อนให้ธุรกิจทำงานได้ เช่น การผลิต การเข้าไปช่วยแก้ปัญหาให้กับลูกค้า การจัดการดูแลแพลตฟอร์ม การควบคุมคุณภาพสินค้า การคัดเลือกวัตถุดิบ การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร การให้บริการลูกค้า
- Key Partners คือ คู่ค้า หรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินธุรกิจ ให้ธุรกิจสามารถขับเคลื่อนได้ตามแผนงานที่กำหนดไว้
- Cost Structure คือ ค่าใช้จ่ายหลักของธุรกิจ เช่น ต้นทุนทางด้านวัตถุดิบ ค่าแรงงาน ค่าบริหารจัดการ ค่าโฆษณา ค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินธุรกิจ เป็นต้น



ภาพที่ 2 ตารางวิเคราะห์ Business Model Canvas ธุรกิจผ้าในโมเดล O2O

บทที่ 3

วิธีดำเนินงานวิจัย

งานวิจัย การจัดการห่วงโซ่คุณค่าใหม่เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านด้วยนวัตกรรมดิจิทัล ได้มีการดำเนินการแบ่งขั้นตอนออกเป็น 4 ขั้นตอนดังนี้

- 3.1 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่คัดเลือกไว้
- 3.2 การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ
- 3.3 การทดสอบและประเมิน
- 3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่คัดเลือกไว้

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research Method) โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้ดังนี้

3.1.1 การเข้าถึงเทคโนโลยี การเลือกใช้เทคโนโลยี และกระบวนการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ

คณะผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล (Datasets) ด้วยวิธีการขออนุญาตเจ้าของร้าน จากรายการดังต่อไปนี้

3.1.1.1 แสดงรายการสินค้า สามารถแสดงชื่อ สี ไซส์ ราคาได้ โดยเรียงลำดับจากสินค้าใหม่ล่าสุดขึ้นมาแสดงผลก่อน 10 รายการ

3.1.1.2 แสดงรายการคำสั่งซื้อของลูกค้า เมื่อรับคำสั่งซื้อจากลูกค้าเสร็จ สามารถให้ลูกค้าดูประวัติการทำรายการย้อนหลังได้ โดยมีการแสดงข้อมูลของรายการที่ถูกสั่งซื้อ สถานะการชำระเงิน และการจัดส่ง

3.1.1.3 รับคำสั่งซื้อ (สี, ไซส์, ประเภทการจัดส่ง, ชื่อ - ที่อยู่จัดส่ง)

3.1.1.4 ตอบคำถามลูกค้า ปัญหาต่าง ๆ ที่เป็นคำถามที่ถูกถามบ่อย ๆ

3.1.1.5 ตรวจสอบหลักฐานการชำระเงิน ด้วยตัวของเจ้าของร้านเอง

3.1.1.6 แจ้งเตือนทางการชำระเงิน เมื่อลูกค้าทำการสั่งซื้อ แต่ยังไม่ชำระเงินภายในเวลาที่กำหนด

3.1.1.7 แจ้งหมายเลขติดตามพัสดุ เมื่อเจ้าของร้านส่งสินค้า แล้วได้ใบเสร็จจากไปรษณีย์แล้ว นำมาส่งหมายเลขติดตามพัสดุให้กับลูกค้าได้

3.1.2 การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าบริการ เช่น การออกแบบและการใช้ความคิดสร้างสรรค์ การนำเทคโนโลยี แอปพลิเคชัน หรือแพลตฟอร์มต่าง ๆ มาสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า เป็นต้น

คณะผู้วิจัยได้ศึกษาและจัดทำแบบสอบถามทางออนไลน์ โดยจัดทำในรูปแบบ Google Form และได้ทำการกระจายแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างผ่านทางแอปพลิเคชัน Line, Facebook โดยการจัดทำแผนการสัมภาษณ์เชิงลึกพัฒนาผ้าพื้นบ้าน ดังนี้

3.1.2.1 ศึกษาปัญหาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน

- ประวัติและที่มาของลายผ้า
- รูปแบบสินค้า
- ต้นทุน/กำลังการผลิต
- การจัดการสินค้าและบริการ
- ช่องทางการจัดจำหน่าย
- ข้อมูลจากผู้ประกอบการ

3.1.2.2 วางแผนเพื่อหาแนวทางการแก้ไข

- วิเคราะห์ปัญหา
- ระดมความคิดเพื่อหาแนวทางการแก้ไข
- สรุปแผนแนวทางในการแก้ไขปัญหา

3.1.2.3 พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน

- วิเคราะห์กลุ่มลูกค้า
- ออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน
- สร้างช่องทางการขายผ่านนวัตกรรมดิจิทัล
- จัดจำหน่าย

3.2 การใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ

3.2.1 FaceBook

3.2.2 TikTok

3.2.3 Line

3.2.3 Shopee

3.3 การทดสอบและประเมิน

แบบสอบถามได้มีการตรวจสอบความครอบคลุม และความตรงของเนื้อหา ลักษณะคำถาม คำตอบ เพื่อให้ผู้ที่ตอบแบบสอบถามเข้าใจได้ง่าย ให้แบบสอบถามมีความเที่ยงตรง (Validity) และความน่าเชื่อถือ (Reliability) มากที่สุด โดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไข แล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหาว่ามีความสอดคล้องกับตัวแปรมากน้อยเพียงใด ก่อนที่จะนำแบบสอบถามแจกไปยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ใช้สถิติเบื้องต้น ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

$$\bar{X} = \frac{\sum X}{N}$$

เมื่อ $\bar{X}$ แทน ค่าคะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง
 $\sum X$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดในกลุ่มตัวอย่าง
 N แทน จำนวนนักเรียนในกลุ่มตัวอย่าง

ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

$$S.D. = \sqrt{\frac{N\sum x^2 - (\sum x)^2}{N(N-1)}}$$

เมื่อ S.D. แทน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 X แทน คะแนนแต่ละคน
 N แทน จำนวนนักเรียน
 $\sum$ แทน ผลรวม

ขอบเขตของค่าเฉลี่ยที่ได้จากแบบสอบถามความคิดเห็นคือ

ค่าน้ำหนัก	ความหมาย
4.50 – 5.00	มากที่สุด
3.50 – 4.49	มาก
2.50 – 3.49	ปานกลาง
1.50 – 2.49	น้อย
1.00 – 1.49	น้อยที่สุด

3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.4.1 ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

3.5.2 หาค่าความตรงด้านเนื้อหา (Content validity) ของคำถามหลังจากสร้างเครื่องมือในการวิจัย โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาปัญหาพิเศษเป็นผู้ตรวจ

3.5.3 นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบมาทำการแก้ไขให้ถูกต้องก่อนนำไปทดลองใช้เก็บกับกลุ่มตัวอย่าง 30 ชุด และนำผลวิเคราะห์หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามในแต่ละตัวแปรด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ครอนบักอัลฟา เพื่อทดสอบค่าความเชื่อมั่น และความสอดคล้องของแบบสอบถาม ค่าอัลฟาที่ได้จะแสดงค่าความคงที่ของแบบสอบถาม โดยจะมีค่าระหว่าง $0 \leq \alpha \leq 1$ ค่าที่ใกล้เคียง 1 มาก แสดงว่ามีความเชื่อมั่นสูง

บทที่ 4

ผลการวิจัย

งานวิจัย การจัดการห่วงโซ่คุณค่าใหม่เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านด้วยนวัตกรรมดิจิทัล มีผลการวิจัยได้ดังนี้

- 3.1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่คัดเลือกไว้
- 3.2 ผลการใช้ Business Model Canvas ธุรกิจผ้าในโมเดล O2O
- 3.3 ผลประเมินความคิดเห็นการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ
- 3.4 ผลการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ

3.1 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการที่คัดเลือกไว้

หลังจากคณะผู้วิจัยได้สำรวจปัญหาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในชุมชน พบว่า ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย มีรูปแบบที่จำกัด และมีหน้าร้านเป็นช่องทางการขายเพียงที่เดียว ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มนี้ได้ อยู่ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมสร้างอาชีพตำบลห้วยไร่ ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. โปรดระบุชื่อสินค้าผ้าพื้นเมืองของท่าน

เครื่องประดับจากผ้าพื้นเมือง

2. พื้นที่ตำบล...ห้วยไร่.....จังหวัด...เพชรบูรณ์

3. สินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านในพื้นที่

ตำบลห้วยไร่ อำเภอหล่มสัก จังหวัดเพชรบูรณ์ และพื้นที่ในตลาดออนไลน์

4. รายได้ต่อปีในปัจจุบัน100,000....บาท/ปี
5. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของท่านคือ ลูกค้าวัยทำงาน
6. ช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบันตั้งอยู่ที่ทำเนียบกลุ่มสตรีจักรสานตำบลห้วยไร่
7. โปรดระบุวัตถุประสงค์การพัฒนาสินค้า และบริการของท่าน
- ☒ ออกแบบสินค้า/บริการใหม่
 - ☒ ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่
 - ☐ พัฒนาสินค้า/บริการให้มีมูลค่าสูง
8. เป้าหมายการพัฒนาสินค้า และบริการของท่านคืออะไร
- ☐ ได้สินค้า/บริการใหม่
 - ☒ ได้สินค้า/บริการที่มีบรรจุภัณฑ์ใหม่
 - ☒ ได้นำสินค้า/บริการที่จำหน่ายออนไลน์ได้
 - ☐ ได้สินค้า/บริการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน
 - ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)

ตารางที่ 2 การเข้าถึงเทคโนโลยี การเลือกใช้เทคโนโลยี และกระบวนการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ

1. โปรดระบุเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมที่ท่านต้องการนำมาเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจเข้ามา 3 ข้อ

1. ปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมเพื่อการจำหน่าย
2. พัฒนารูปแบบสินค้าให้มีความน่าสนใจและให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย
3. นำสินค้ามาจำหน่ายผ่าน platform online

2. โปรดระบุกระบวนการนำเทคโนโลยีที่ท่านต้องการนำมาเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจเข้ามา 3 ข้อ

1. ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
2. ออกแบบผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
3. นำสินค้ามาจำหน่ายผ่าน platform online เพื่อเพิ่มโอกาสในการขายสินค้าออกไปสู่ผู้ใช้งานมากยิ่งขึ้น

ตารางที่ 3 ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านในด้านต่าง ๆ

	ประเด็นความพร้อมในด้านต่าง ๆ	ระดับความพร้อม		
		พร้อม	ไม่พร้อม	N/A
1	ด้านวัตถุดิบ	/		
2	ด้านกระบวนการผลิตและบริการ	/		
3	ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการ	/		
4	ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการ	/		
5	ด้านการจัดการ	/		
6	ด้านการขนส่งและกระจายสินค้า		/	
7	ด้านบรรจุภัณฑ์		/	
8	ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง		/	
9	ด้านการจัดการการตลาด		/	
10	ด้านการขาย (ที่ไม่ใช้ระบบ Online)	/		
11	ด้านการขาย (ในระบบ Online)		/	

หมายเหตุ : N/A คือไม่มีข้อมูลที่จะประเมิน

3.2 ผลการใช้ Business Model Canvas ธุรกิจผ้าในโมเดล O2O

แผนการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการศรีสองศรีผ้าทอมือ

1. ข้อมูลพื้นฐานกิจการ

- 1.1 ชื่อกิจการ ศรีสองศรีผ้าทอมือ
- 1.2 สถานที่ตั้ง 214 หมู่ 5 ต.ห้วยไร่ อ.หล่มสัก จ.เพชรบูรณ์ 67110.
- 1.3 ลักษณะของธุรกิจ กลุ่มผู้ผลิตชุมชน
- 1.4 ประวัติความเป็นมาของกิจการ

เดิมทีนั้นเป็นการรวมกลุ่มของผู้สูงอายุในชุมชน ในการทำผ้ามือโดยใช้กี่ทอผ้า โดยผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้นั้นมีทั้งผ้าถุง ผ้าขึ้นหัวแดงตีนก่วน ผ้าแพรใส่ปลาไหล ผ้าพื้นไม่มีลาย และผ้ามัดย้อม หัวแดงตีนก่วน ซึ่งใช้สถานที่ศาลาวัดศรีสองศรีในการรวมกลุ่มทำกิจกรรม ในช่วงเริ่มต้นมีสมาชิกคุณยายเพียง 7 คน แต่ในปัจจุบันมีสมาชิกทั้งหมดถึง 20 คน โดยจะแยกกันตามลักษณะงานออกเป็นงานผ้าทอและงานแปรรูปผลิตภัณฑ์ อีกทั้งได้จดทะเบียนผู้ประกอบการ OTOP ปี พ.ศ. 2560 และมีการพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์อื่น ๆ เพิ่มเติม อาทิเช่น เสื้อผ้า ของใช้ และของประดับตกแต่งต่างๆ มาจนถึงปัจจุบัน

2. การวิเคราะห์สภาพแวดล้อม สถานการณ์การแข่งขัน และสถานการณ์ของกิจการในปัจจุบัน

2.1 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก

- 2.1.1 สภาพภูมิอากาศ
- 2.1.2 สถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019
- 2.1.3 กำลังซื้อของผู้บริโภค

2.2 การวิเคราะห์สถานการณ์การแข่งขัน

- 2.2.1 ช่องทางการขายที่หลากหลาย
- 2.2.2 การโฆษณา
- 2.2.3 การแข่งขันทางด้านของราคา

ตลาดเป้าหมาย: วัยทำงาน/ข้าราชการ/บุคลากรหน่วยงานต่างๆ/วัยรุ่น

ตลาดเป้าหมายหลัก: วัยทำงาน/ อายุ 30 ขึ้นไป/ข้าราชการ/บุคลากรหน่วยงานต่างๆ

ตลาดเป้าหมายรอง: นักท่องเที่ยว

วัตถุประสงค์การตลาด

1. จุดแข็งและจุดอ่อนของกิจการ
 - จุดแข็ง : ลวดลายของผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ และเป็นสินค้าทำมือ
 - จุดอ่อน : กำลังการผลิตน้อย
2. กลยุทธ์ราคา/โครงสร้าง
 - ต้นทุนการจัดซื้อวัตถุดิบ
 - ค่าแรง
 - ค่าโฆษณา
3. การกระจายสินค้าและการครอบคลุมการตลาด
 - จัดร้านขายสินค้าตามหน่วยงานราชการ (OTOP)
 - ขายสินค้าผ่านหน้าร้าน
 - จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ (Line Official, Facebook Fanpage, Shopee, Lazada, Tiktok)
4. กลยุทธ์ส่งเสริมการตลาด
 - จัดโปรโมชั่นสินค้าให้มีความน่าสนใจ
 - เพิ่มช่องทางการโปรโมทสินค้าเพื่อเพิ่มการมองเห็น
5. กลยุทธ์ด้านโฆษณาและการสื่อสาร
 - โฆษณาผ่านทางออนไลน์ : แพนเพจ ต่าบลห่วยไร่
 - แจกใบปลิวสินค้า
6. กลยุทธ์การวิจัยและพัฒนา
 - สำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
 - ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อผลิตภัณฑ์ฯ

2.2.2 สรุปข้อได้เปรียบเสียเปรียบที่สำคัญ

จุดแข็ง	ลวดลายของผ้าที่เป็นเอกลักษณ์
จุดอ่อน	มีกำลังการผลิตน้อย

2.3 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน

2.3.1 ด้านการตลาด (Marketing)

จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ (Line Official, Facebook Fanpage, Shopee, Lazada, Tiktok)

2.3.2 ด้านการผลิตและการปฏิบัติการ (Production and Operation)

ออกแบบบรรจุภัณฑ์/ออกแบบผลิตภัณฑ์ และเพิ่มกำลังการผลิต/ขยายการผลิตสู่กลุ่มเยาวชนเพื่อเป็นการอนุรักษ์ผ้าทอมือ

2.3.3 ด้านการจัดองค์กร (Organizing)

การร่วมงานของ โรงเรียนบ้านวังร่อง กศน.ตำบลห้วยไร่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ วิทยาลัยสารพัดช่างเพชรบูรณ์ พัฒนาชุมชนอำเภอหล่มสัก วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบูรณ์ กอ.รมน.จังหวัดเพชรบูรณ์ เกษตรอำเภอหล่มสัก พาณิชย์จังหวัดเพชรบูรณ์ เทศบาลเมืองหล่มสัก องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยไร่ และสภ.บ้านตัว ฯลฯ

2.3.4 ด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ (Human Resource Management)

มีใจรักในการทำงาน มีความละเอียดในการทำงาน และมีความซื่อสัตย์ ให้คนในองค์กรมีความเข้าใจในชิ้นงาน เพื่อที่จะได้นำความรู้ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

3. SWOT Analysis

3.1 การวิเคราะห์โอกาสหรืออุปสรรคของธุรกิจ (สถานการณ์ภายนอกธุรกิจ)

สภาพแวดล้อมภายนอก	โอกาส	อุปสรรค
1. สภาพแวดล้อมด้านเศรษฐกิจ	การฟื้นฟูทางเศรษฐกิจ หลังการแพร่ระบาดของ ไวรัสโคโรนา 2019	การแพร่ระบาดของไวรัส โคโรนา 2019
2. สภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยี	มีช่องทางการนำเสนอ สินค้าที่มากขึ้น	การประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง
3. สภาพแวดล้อมด้านการเมือง/ กฎหมาย	ผู้นำชุมชนกระจาย ข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า	ไม่สามารถจดสิทธิบัตรได้
4. สภาพแวดล้อมด้านสังคม/ วัฒนธรรม	มีการประสานงานจาก หน่วยงานภาครัฐ	การจัดสรรงบประมาณของ ภาครัฐไม่เพียงพอ

3.2 การวิเคราะห์จุดแข็งหรือจุดอ่อนของกิจการ (สถานการณ์ภายในธุรกิจ)

สภาพแวดล้อมภายนอก	จุดแข็ง	จุดอ่อน
1. ด้านการตลาด	การบริการลูกค้าทั้งหน้าร้าน และช่องทางออนไลน์	ขาดทีมการตลาด/การประชาสัมพันธ์
2. ด้านการเงิน	เกิดรายได้หมุนเวียนในชุมชน	ต้นทุนในการผลิตสูง/เกิดการสำรองจ่ายในการจัดซื้อวัตถุดิบ
3. ด้านการผลิตหรือปฏิบัติการ	ผลิตสินค้าตามยอดการสั่งซื้อ	มีกำลังการผลิตน้อย
4. ด้านองค์กรและบุคลากร	สร้างรายได้ให้ผู้สูงอายุในชุมชน	ยังขาดคนสืบทอดความรู้และภูมิปัญญาในเรื่องการทอผ้า

4. ทิศทางธุรกิจ

4.1 วิสัยทัศน์ (Vision)

เพื่อกระจายรายได้ให้แก่คนสามวัยในชุมชน (ผู้สูงอายุ, แม่บ้านสตรี, เยาวชน) ในการร่วมตัวทำกิจกรรมเพื่อลดภาวะเครียดในผู้สูงอายุ มีการพัฒนารูปแบบสินค้าที่หลากหลาย เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในชุมชน ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมการทอผ้าในท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง และเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ที่สนใจในสินค้าจากงานผ้าทอมือ

4.2 ภารกิจ (Mission)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์
- พัฒนารูปแบบสินค้า
- เพิ่มช่องทางการขาย

4.3 เป้าประสงค์ (Goals) วัตถุประสงค์

- สร้างรายได้ให้คนในชุมชน
- ลดความเครียดในผู้สูงอายุ
- สร้างการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจในชุมชน
- ประชาสัมพันธ์วัฒนธรรมการทอผ้าในท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง
- ตอบสนองความต้องการของผู้ที่สนใจในสินค้าจากงานผ้าทอมือ

5. กลยุทธ์ธุรกิจ (Business Strategy)

- สร้างตัวตนสินค้าของคนในชุมชน
- เน้นช่องทางการจัดจำหน่าย

5.1 กลยุทธ์ระดับองค์กร (Corporate Level Strategy)

- มีการร่วมงานของโรงเรียนบ้านวังร่อง กศน.ตำบลห้วยไร่ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ วิทยาลัยสารพัดช่างเพชรบูรณ์ พัฒนาชุมชนอำเภอหล่มสัก วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบูรณ์ กอ.รมน. จังหวัดเพชรบูรณ์ เกษตรอำเภอหล่มสัก พาณิชย์จังหวัดเพชรบูรณ์ เทศบาลเมืองหล่มสัก องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยไร่ และสภ.บ้านดิว ฯลฯ

5.2 กลยุทธ์ระดับหน่วยธุรกิจ (Business Strategy)

- สีของลวดลายผ้าทอมือ
- เส้นใยธรรมชาติ
- สีย้อมจากธรรมชาติ

5.3 กลยุทธ์ระดับหน้าที่ (Function Level Strategy)

5.3.1. กลยุทธ์การตลาด

1. กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix หรือ 4P's)

- สินค้าสามารถใช้ได้จริงในชีวิตประจำวัน มีลักษณะน่าใช้ มีคุณภาพแข็งแรงเหมาะสมกับราคา และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม

- กำหนดราคาให้สามารถจับต้องได้
- จำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์ (Line Official, Facebook Fanpage, Shopee, Lazada, Tiktok)

- จัดโปรโมชั่นสินค้าให้มีความน่าสนใจ/เพิ่มช่องทางการโฆษณาสินค้าเพื่อเพิ่มการมองเห็น

2. กลยุทธ์กลุ่มเป้าหมายและตำแหน่งทางการตลาด (STP Marketing)

- การแบ่งส่วนตลาด (Segmentation)

การขายหน้าร้าน และการขายผ่านช่องทางออนไลน์

- การกำหนดตลาดเป้าหมาย (Targeting)

วัยทำงาน/ ผู้ที่มีอายุ 30 ขึ้นไป/ข้าราชการ/บุคคลากรหน่วยงานต่างๆ/วัยรุ่น/ นักท่องเที่ยว

- การกำหนดตำแหน่งการตลาด (Positioning)

กำหนดคุณภาพของสินค้า ในการผลิตแต่ละรอบแต่ละชิ้นงาน

5.3.2 กลยุทธ์การผลิตภัณฑ์และการปฏิบัติการ

- การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์/บริการ

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจ/ออกแบบผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่มากขึ้น

- กระบวนการผลิต/ปฏิบัติการ (Process)

สั่งเส้นใยสำเร็จ จากนั้นทำมาทอเพื่อสร้างลวดลาย โดยจะนำที่ได้ผ้ามาอัดผ้าทอ และนำไปแปรรูปตามชิ้นงานที่ได้ออกแบบไว้

- การวางแผนกำลังการผลิต (Capacity)

เพิ่มกำลังการผลิต/ขยายการผลิตสู่กลุ่มเยาวชนเพื่อเป็นการอนุรักษ์ผ้าทอมือ

- การบริหารสินค้าคงเหลือ (Inventory)

ไม่มีสินค้าคงเหลือ เนื่องจากการผลิตเป็นสินค้าทำมือ จะผลิตก็ต่อเมื่อมีการสั่งสินค้าเข้ามา (Pre Order)

- การจัดการด้านวัตถุดิบและการขนส่ง

สั่งเส้นใยสำเร็จจากโรงงานเพื่อมาทำการทอผ้า

- การจัดการเกี่ยวกับคุณภาพ (Quality)

สอบถามความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อคุณภาพของสินค้าเสมอ เนื่องจากผลิตภัณฑ์เป็นการทำมือ

- การจัดการเกี่ยวประสิทธิภาพการผลิต

เน้นความละเอียดของสินค้าแต่ละชิ้นเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

5.3.3 กลยุทธ์การเงินและการบัญชี

ลงบัญชีเพื่อคำนวณต้นทุนและกำไรในการผลิต ต่อการขายสินค้าในแต่ละครั้ง

5.3.4 กลยุทธ์การจัดการองค์กรและการบริหาร

ภายในองค์กรได้มีการจัดสั่งสินค้าเพื่อนำไปมอบให้บุคลากรในหน่วยงานนั้นๆ

5.3.5 กลยุทธ์จัดการทรัพยากรบุคคล

- การวิเคราะห์ลักษณะงาน จำนวนและคุณสมบัติของพนักงาน

มีใจรักในการทำงาน มีความละเอียดในการทำงาน และมีความซื่อสัตย์

- การพัฒนาคน

ให้คนในองค์กรมีความเข้าใจในชิ้นงาน เพื่อที่จะได้นำความรู้ไปพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป

- การกำหนดค่าตอบแทนและสวัสดิการ

ค่าตอบแทนขึ้นอยู่กับความยากง่ายและความละเอียดของชิ้นงานนั้นๆ

- การจัดการเรื่องระเบียบวินัย การลงโทษ และการจูงใจ

กรณีส่งชิ้นงานช้ากว่ากำหนด จะหักค่าตอบแทนร้อยละ 20 ของราคาชิ้นงาน

กรณีทำชิ้นงานสูญหายจะทำการปรับ 2 เท่าจากราคาชิ้นงานที่ทำสำเร็จแล้ว

6. งบประมาณทางการเงินในการดำเนินกิจการ (ประมาณการ)

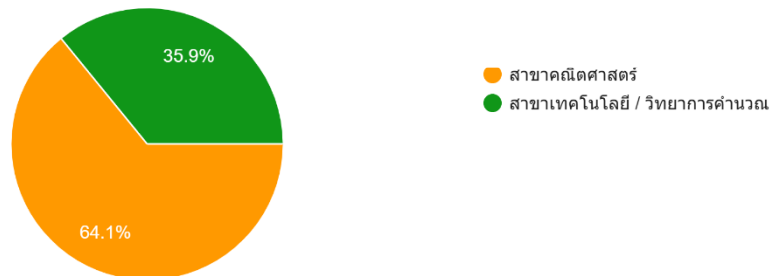
30,000 บาท/รอบการผลิต

3.3 ผลประเมินความความคิดเห็นการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ

คณะผู้วิจัยใช้วิธีการรวบรวมข้อมูลการประเมินความคิดเห็น จากจำนวนแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด ได้รับกลับคืนจำนวน 78 ชุด คิดเป็นร้อยละ 78

3.3.1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

ท่านมีผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน
คำตอบ 78 ข้อ

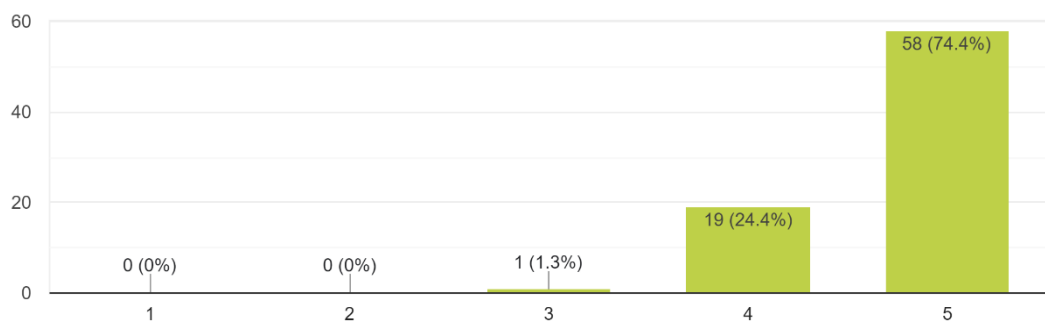


ภาพที่ 3 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม

จากภาพที่ 3 ผลประเมินพบว่า คะแนนในภาพรวม โดยแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ มีและไม่มีผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน จำนวนชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านสูงสุดได้ร้อยละ 64.10

3.3.2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน

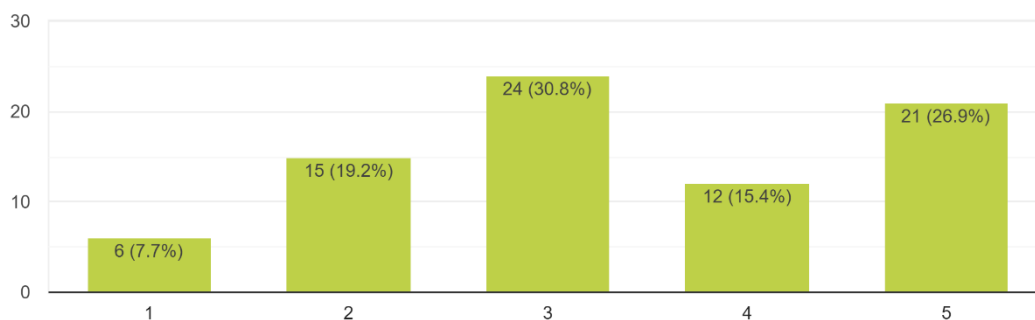
1.1 ความน่าสนใจของการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน
คำตอบ 78 ข้อ



ภาพที่ 4 ความน่าสนใจของการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน

1.2 ความรู้ความเข้าใจ ก่อน

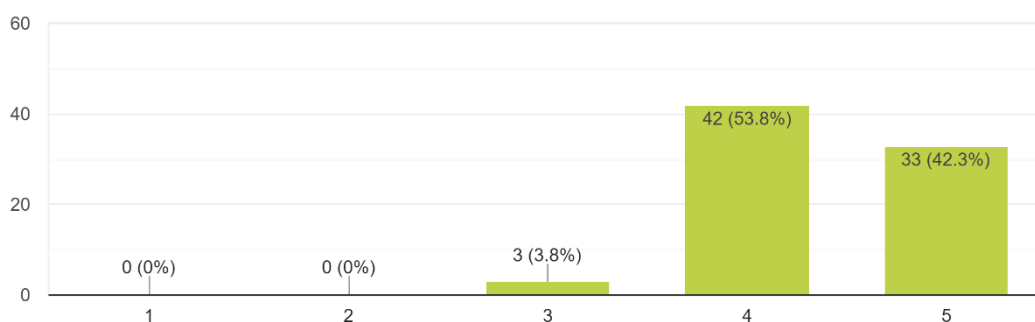
คำตอบ 78 ข้อ



ภาพที่ 5 ความรู้ความเข้าใจ ก่อน

1.3 ความรู้ความเข้าใจ หลัง

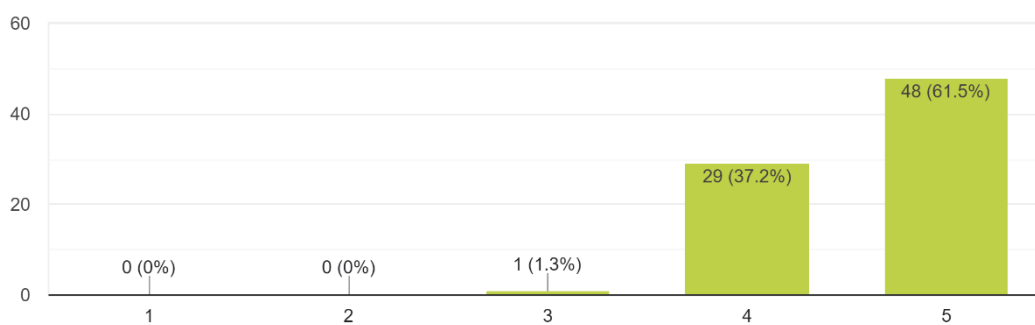
คำตอบ 78 ข้อ



ภาพที่ 6 ความรู้ความเข้าใจ หลัง

1.4 การนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านตรงกับความต้องการ

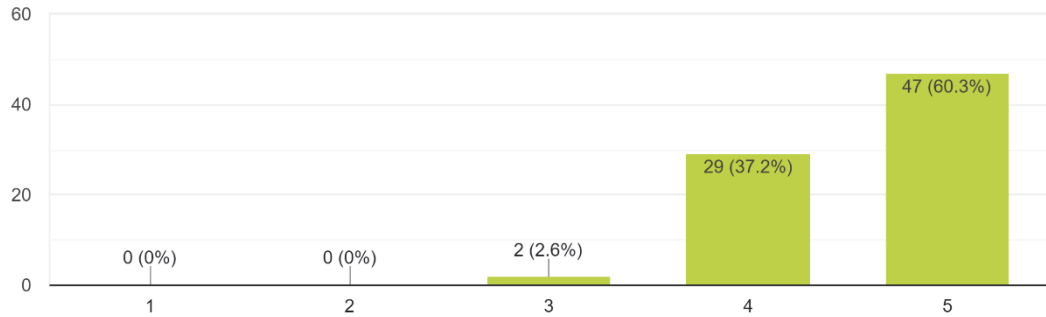
คำตอบ 78 ข้อ



ภาพที่ 7 การนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านตรงกับความต้องการ

1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ/ความรู้ใหม่เพิ่มเติม

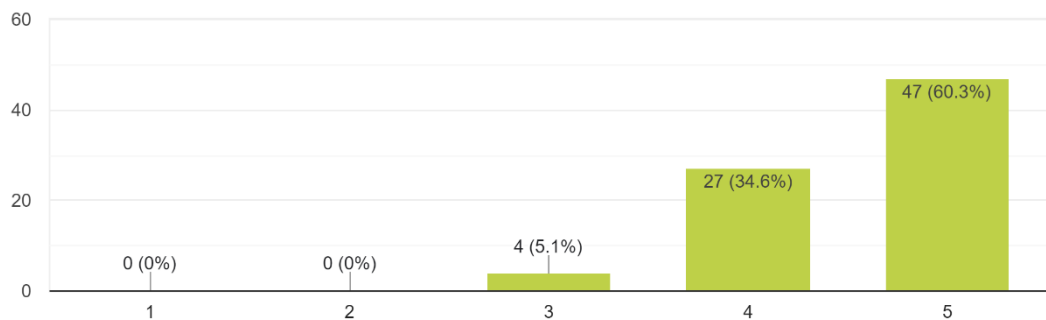
คำตอบ 78 ข้อ



ภาพที่ 8 ประโยชน์ที่ได้รับ/ความรู้ใหม่เพิ่มเติม

1.6 การนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ

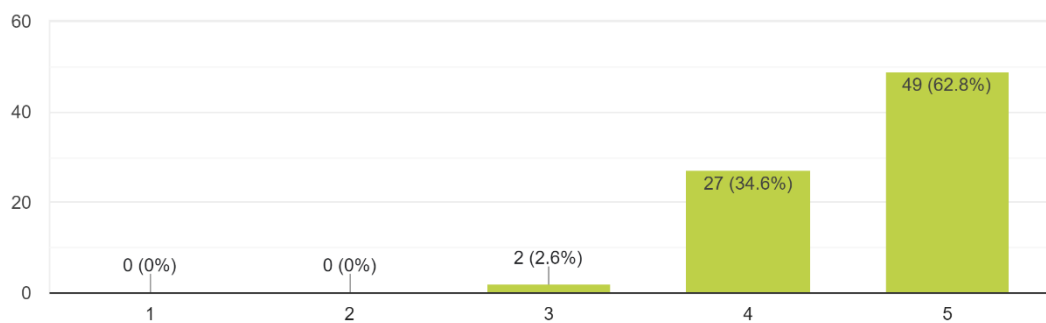
คำตอบ 78 ข้อ



ภาพที่ 9 การนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ

1.7 ภาพรวมการอบรม

คำตอบ 78 ข้อ



ภาพที่ 10 ภาพรวมการอบรม

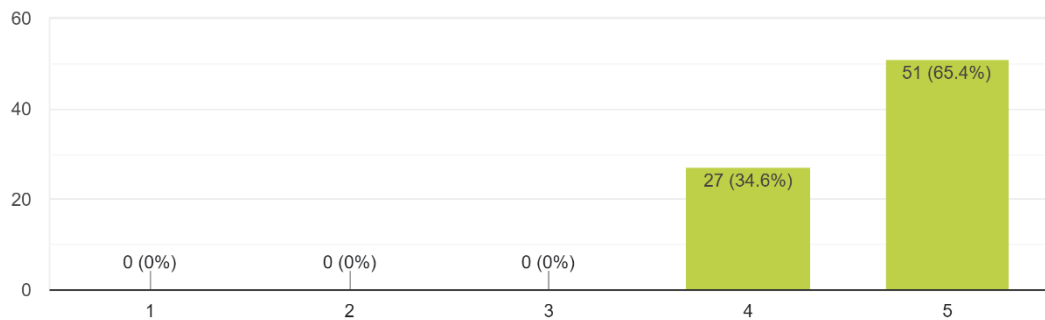
จากภาพที่ 4-10 ผลประเมิพบว่า คะแนนในภาพรวม โดยแบ่งเป็น 7 ด้าน คือ ความน่าสนใจของการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ความรู้ความเข้าใจก่อนความรู้ความเข้าใจหลัง หัวข้ออบรมตรงความต้องการ ประโยชน์ที่ได้รับ/ความรู้ใหม่เพิ่มเติม การนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ ภาพรวมการอบรม

ผลการประเมินสูงสุดได้ร้อยละ 74.4 คือ ความน่าสนใจของการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน

3.3.3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคณะผู้วิจัย

2.1 คณะผู้วิจัยมีความรอบรู้ในเนื้อหา

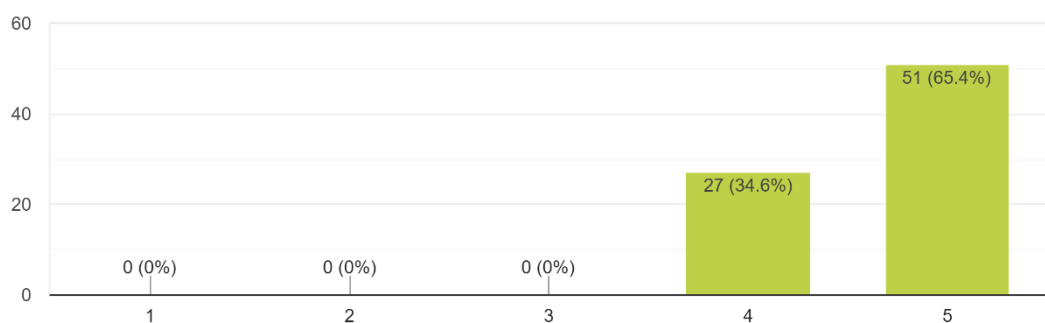
คำตอบ 78 ข้อ



ภาพที่ 11 คณะผู้วิจัยมีความรอบรู้ในเนื้อหา

2.2 คณะผู้วิจัยมีความสามารถในการอธิบายเนื้อหาได้ชัดเจน

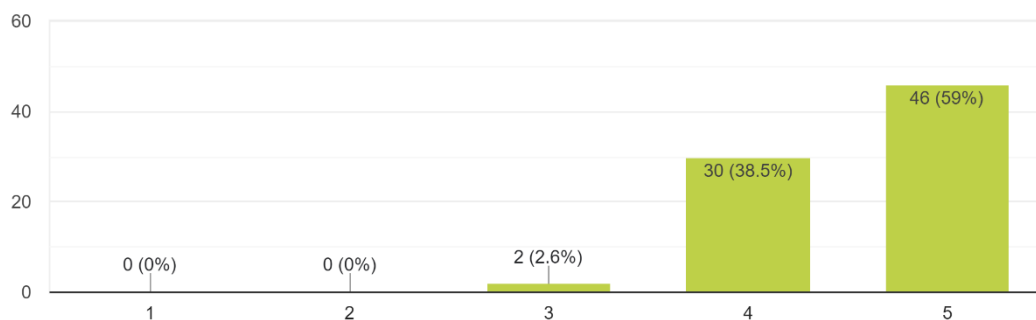
คำตอบ 78 ข้อ



ภาพที่ 12 คณะผู้วิจัยมีความสามารถในการอธิบายเนื้อหาได้ชัดเจน

2.3 คณะผู้วิจัยมีการเตรียมการสอนล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ

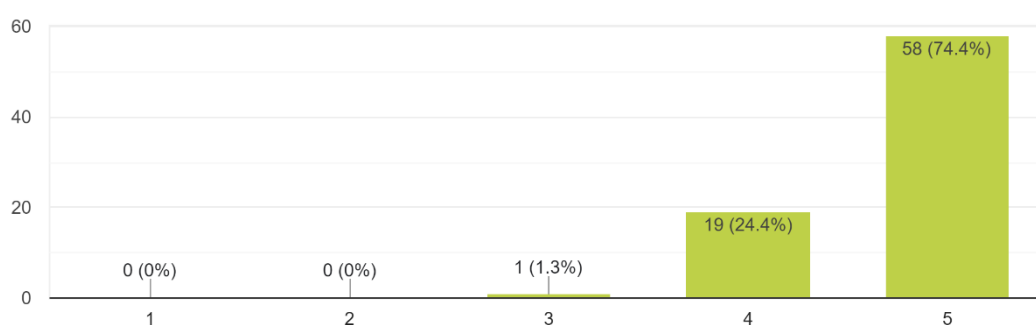
คำตอบ 78 ข้อ



ภาพที่ 13 คณะผู้วิจัยมีการเตรียมการสอนล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ

2.4 คณะผู้วิจัยมีความตั้งใจในการสอน

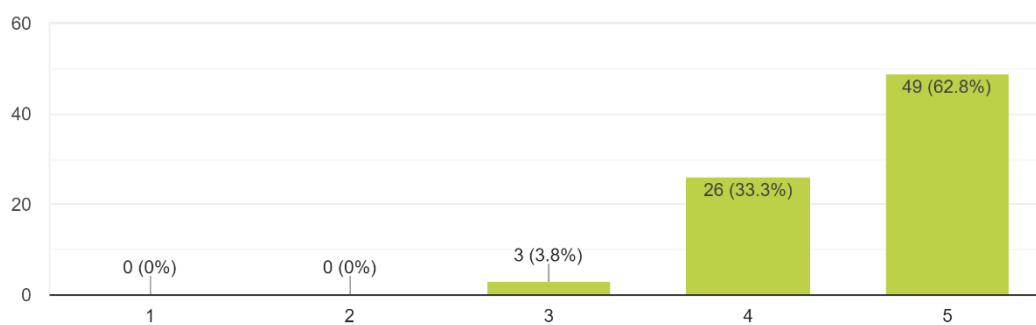
คำตอบ 78 ข้อ



ภาพที่ 14 คณะผู้วิจัยมีความตั้งใจในการสอน

2.5 เนื้อหาที่สอนเรียงตามลำดับเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่องเหมาะสม

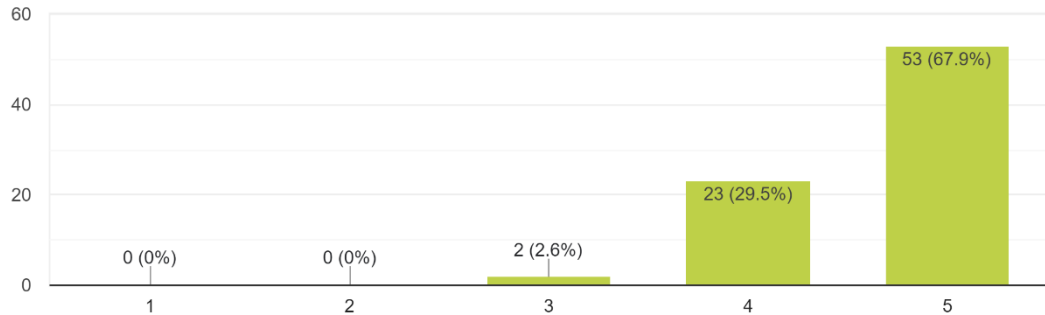
คำตอบ 78 ข้อ



ภาพที่ 15 เนื้อหาที่สอนเรียงตามลำดับเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่องเหมาะสม

2.6 คณะผู้วิจัยมีความสามารถในการตอบข้อซักถาม

คำตอบ 78 ข้อ

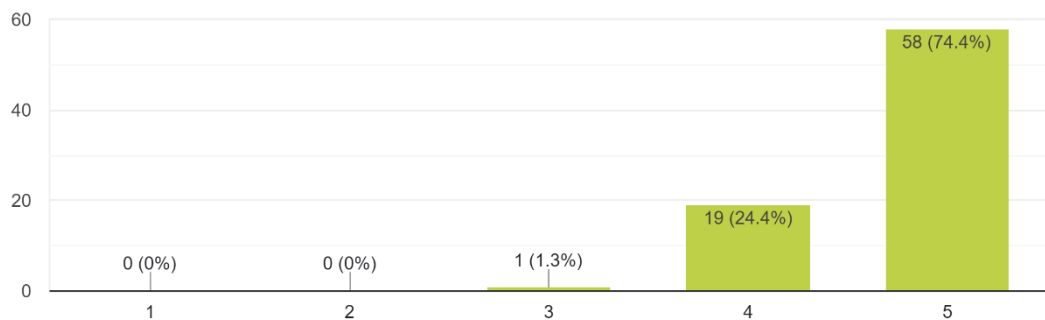


ภาพที่ 16 คณะผู้วิจัยมีความสามารถในการตอบข้อซักถาม

2.7 คณะผู้วิจัยมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม เช่น ความสุภาพ ความกระตือรือร้น

การใช้เสียงและท่วงท่าการพูดที่เหมาะสม

คำตอบ 78 ข้อ



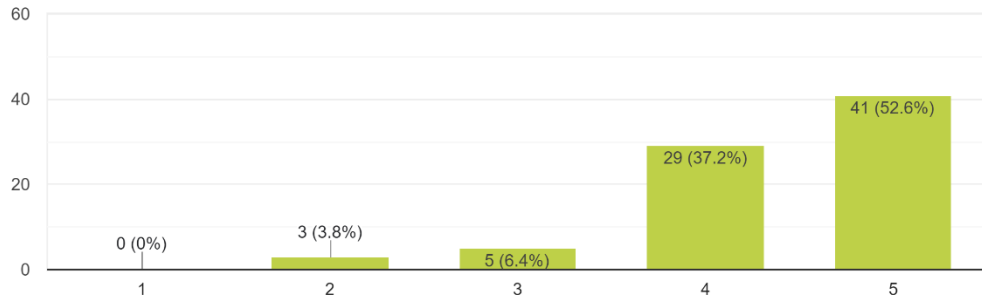
ภาพที่ 17 คณะผู้วิจัยมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม

จากภาพที่ 11-17 ผลประเมินพบว่า คะแนนในภาพรวม โดยแบ่งเป็น 8 ด้าน คือ คณะผู้วิจัยมีความรอบรู้ในเนื้อหา คณะผู้วิจัยมีความสามารถในการอธิบายเนื้อหาได้ชัดเจน คณะผู้วิจัยมีการเตรียมการสอนล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ คณะผู้วิจัยมีความตั้งใจในการสอน เนื้อหาที่สอนเรียงตามลำดับเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่องเหมาะสม คณะผู้วิจัยมีความสามารถในการตอบข้อซักถาม วิทยากรมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม เช่น ความสุภาพ ความกระตือรือร้น การใช้เสียงและท่วงท่าการพูดที่เหมาะสมสามารถอธิบายและตอบข้อซักถามได้อย่างเหมาะสม ผลการประเมินสูงสุดได้ร้อยละ 74.4 คือ คณะผู้วิจัยมีความตั้งใจในการสอน สามารถอธิบายและตอบข้อซักถามได้อย่างเหมาะสม

3.3.4 ความคิดเห็นโดยรวม

3.1 เอกสารประกอบและสื่อที่ใช้ในการอบรมชัดเจน เข้าใจง่าย

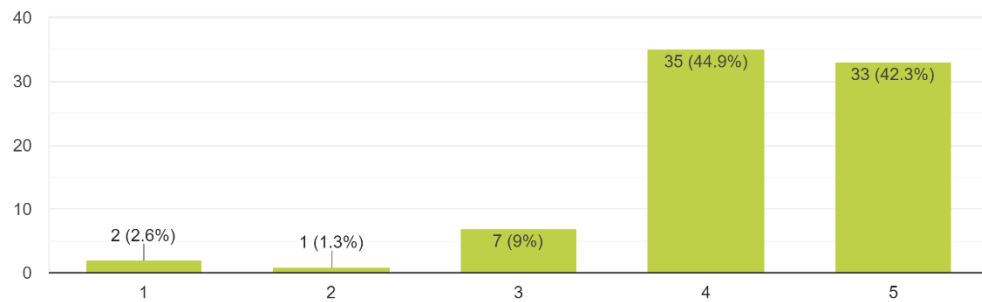
คำตอบ 78 ข้อ



ภาพที่ 18 เอกสารประกอบและสื่อที่ใช้ในการอบรมชัดเจน เข้าใจง่าย

3.2 ระยะเวลามีความเหมาะสม

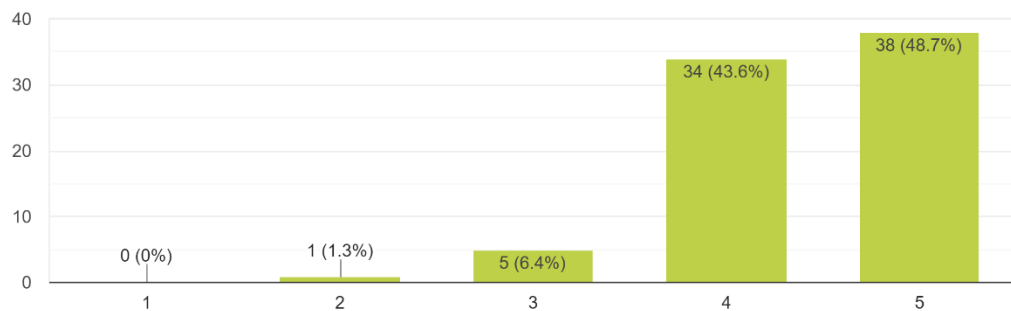
คำตอบ 78 ข้อ



ภาพที่ 19 ระยะเวลามีความเหมาะสม

3.3 ความพร้อมในการจัดเตรียมอุปกรณ์ที่ใช้

คำตอบ 78 ข้อ



ภาพที่ 20 ความพร้อมในการจัดเตรียมอุปกรณ์ที่ใช้

3.4 ผลการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ

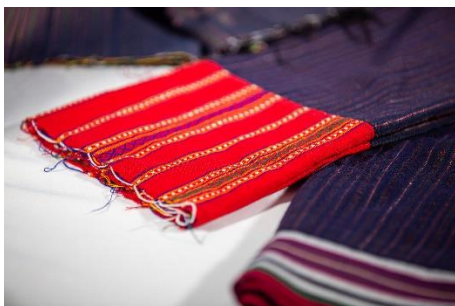
3.4.1 ศึกษาปัญหาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน

ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านยังไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย มีรูปแบบที่จำกัด และมีหน้าร้านเป็นช่องทางการขายเพียงที่เดียว ซึ่งในปัจจุบันกลุ่มนี้ได้ อยู่ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มหัตถกรรมสร้างอาชีพตำบลห้วยไร่

3.4.1.1 ประวัติและที่มาของลายผ้า

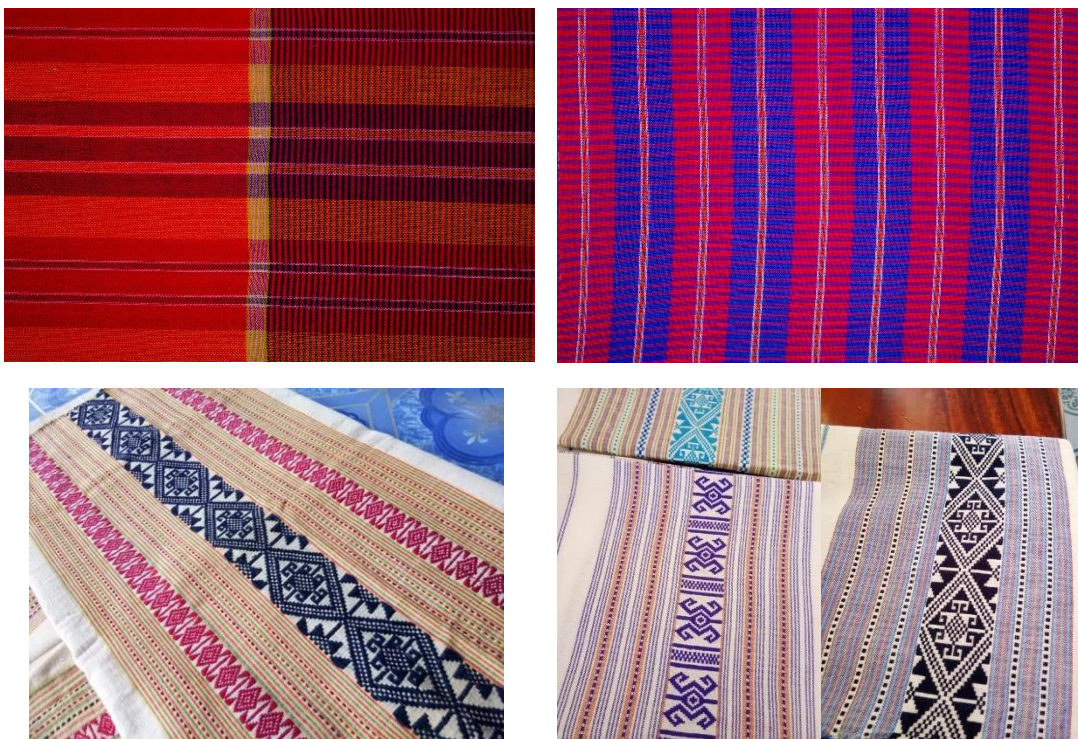
การทอผ้าเป็นงานหัตถกรรมอย่างหนึ่งที่สืบทอดกันมาเป็นเวลานาน ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน เพื่อใช้ในการนุ่งห่ม ตำบลห้วยไร่เป็นอีกตำบลหนึ่งที่ได้อิทธิพลปัญหาในการทอผ้า และมีการจัดตั้งกลุ่มทอผ้า โดยใช้ชื่อ “กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองศรีสองคร” เพื่อเป็นการสร้างรายได้ให้แก่ผู้สูงอายุในชุมชน ภายในหมู่บ้านวังร่อง ณ วัดศรีสองคร

3.4.1.2 รูปแบบสินค้า



ภาพที่ 21 ตัวอย่างผ้าในชุมชน

3.4.1.3 ต้นทุน/กำลังการผลิต



ภาพที่ 22 การผลิตผ้าพื้นบ้าน

3.4.1.4 การจัดการสินค้าและบริการ



ภาพที่ 23 สินค้าจากผ้าพื้นบ้าน (เดิม)

3.4.1.5 ช่องทางการจัดจำหน่าย

ที่ทำการกลุ่มสตรีจักรสานตำบลห้วยไร่

3.4.1.6 ข้อมูลจากผู้ประกอบการ

ชื่อกิจการ ศรีสองครผ้าทอมือ

เดิมทีนั้นเป็นการรวมกลุ่มของผู้สูงอายุในชุมชน ในการทำผ้ามือโดยใช้กี่ทอผ้า โดยผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้นั้นมีทั้งผ้าถุง ผ้าชิ้นหัวแดงตีนก่าน ผ้าแพรใส่ปลาไหล ผ้าพื้นไม่มีลาย และผ้ามัดย้อมหัวแดงตีนก่าน ซึ่งใช้สถานที่ศาลาวัดศรีสองครในการรวมกลุ่มทำกิจกรรม มาจนถึงปัจจุบัน

3.4.2 วางแผนเพื่อหาแนวทางการแก้ไข

3.4.2.1 วิเคราะห์ปัญหา

การรวมกลุ่มทำกิจกรรม ในช่วงเริ่มต้นมีสมาชิกคุณยายเพียง 7 คน มีการจัดจำหน่ายสินค้าในพื้นที่แต่มีความพร้อมในด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านวัตถุดิบ ด้านกระบวนการผลิตและบริการ ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านการจัดการ ด้านการขาย (ที่ไม่ใช่ระบบ Online) และไม่มีความพร้อม ดังนี้ ด้านการขนส่งและกระจายสินค้า ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง ด้านการจัดการการตลาด และด้านการขาย (ในระบบ Online)

3.4.2.2 ระดมความคิดเพื่อหาแนวทางการแก้ไข



ภาพที่ 24 การลงพื้นที่เพื่อหาแนวทางแก้ไขครั้งที่ 1

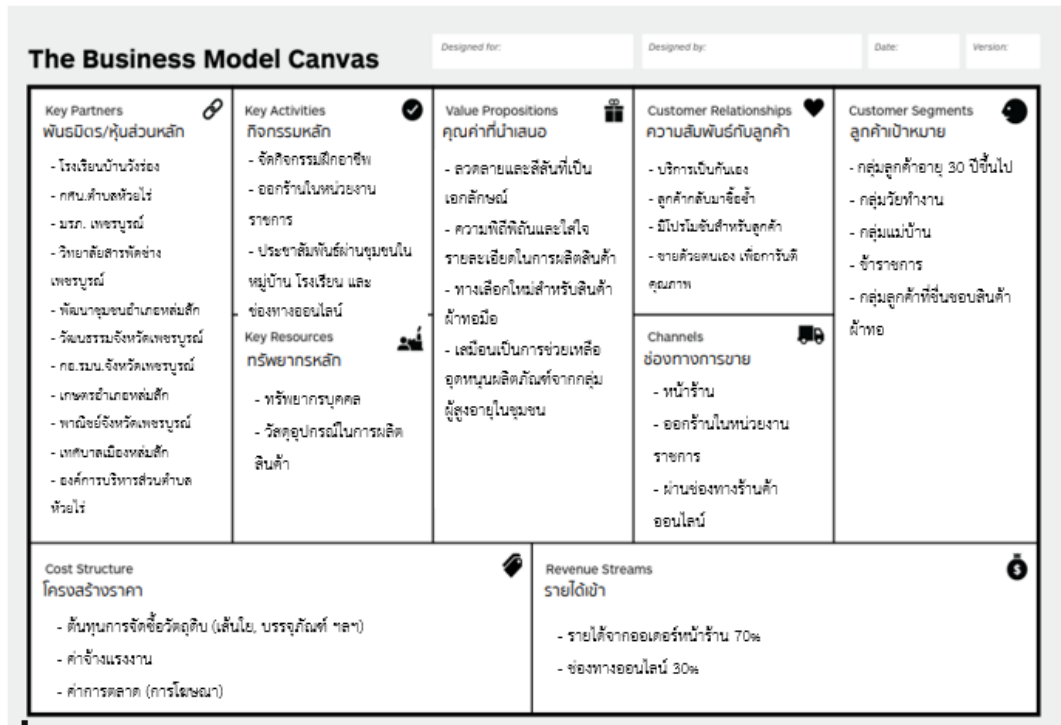


ภาพที่ 25 การลงพื้นที่เพื่อหาแนวทางแก้ไขครั้งที่ 2
การลงพื้นที่กลุ่มผู้สูงอายุที่ยังคงเอกลักษณ์ใส่ผ้าพื้นบ้านเพื่อหาแนวทางแก้ไขครั้งที่ 3



ภาพที่ 26 การลงพื้นที่เพื่อหาแนวทางแก้ไขครั้งที่ 3

3.4.2.3 สรุปแผนแนวทางในการแก้ไขปัญหา



ภาพที่ 27 แนวทางการแก้ไขปัญหาคำใช้ Business Model Canvas

3.4.3 พัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน

3.4.3.1 วิเคราะห์กลุ่มลูกค้า

3.4.3.2 ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน



ภาพที่ 28 ผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นบ้าน



ภาพที่ 29 ผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นบ้านแปรรูปเป็นกระเป๋าปักปัก



ภาพที่ 30 ผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นบ้านแปรรูปเป็นกระเป๋าในแบบต่าง ๆ

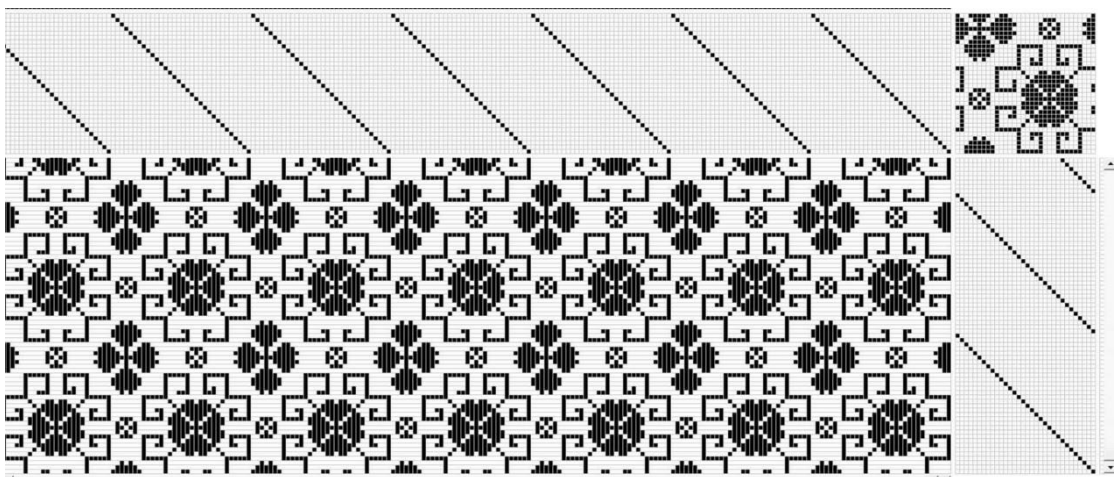
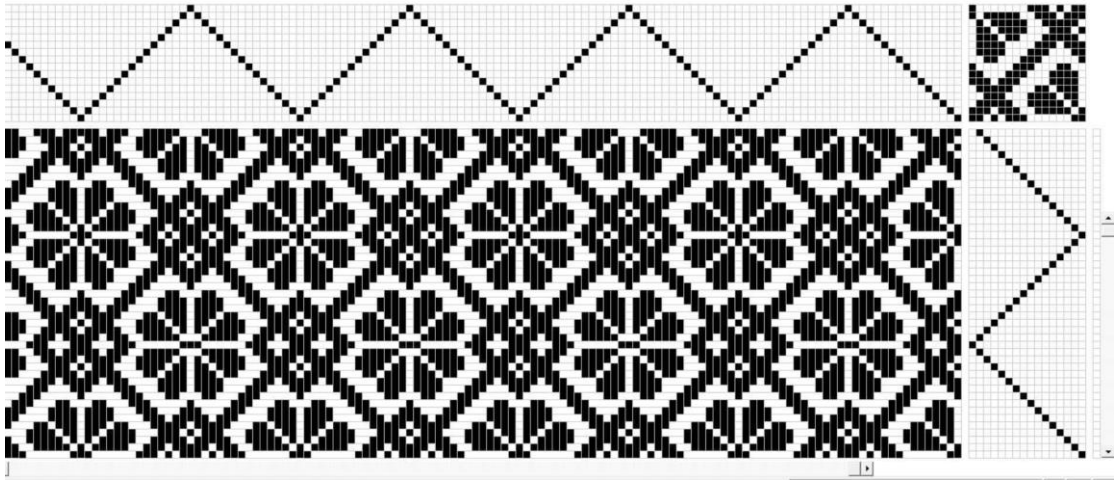


ภาพที่ 31 ผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นบ้านแปรรูปเป็นเครื่องประดับผม

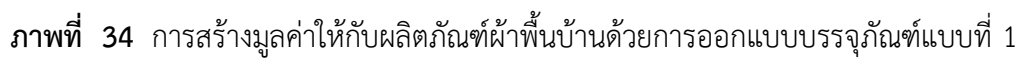


ภาพที่ 32 ผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นบ้านแปรรูปในรูปแบบต่าง ๆ

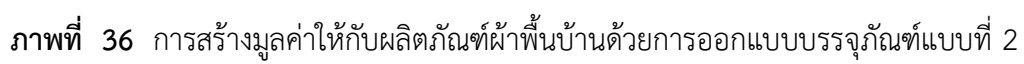
3.4.3.3 การสร้างมูลค่าให้กับสินค้าและบริการ



ภาพที่ 33 การใช้ลวดลายทางคณิตศาสตร์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 35 การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบที่ 1



VS-OM

VS-01

no
5A

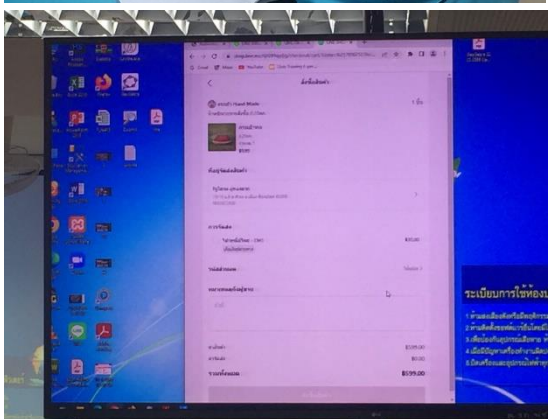
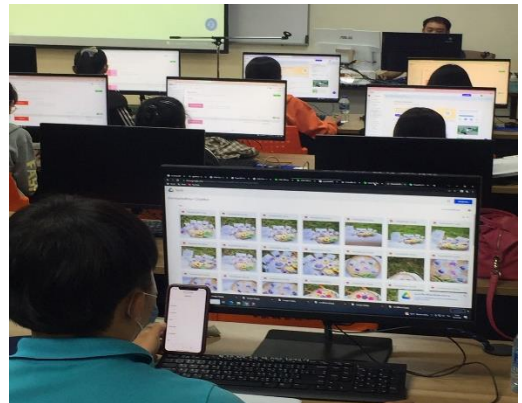
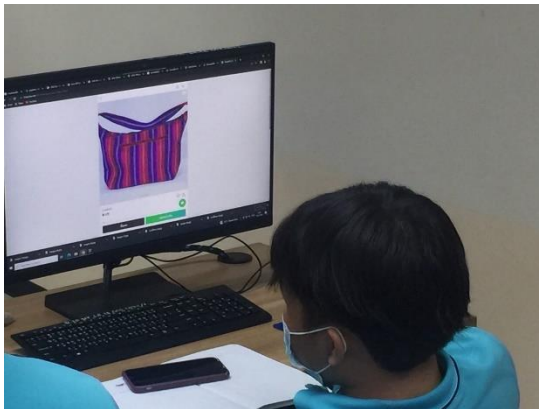
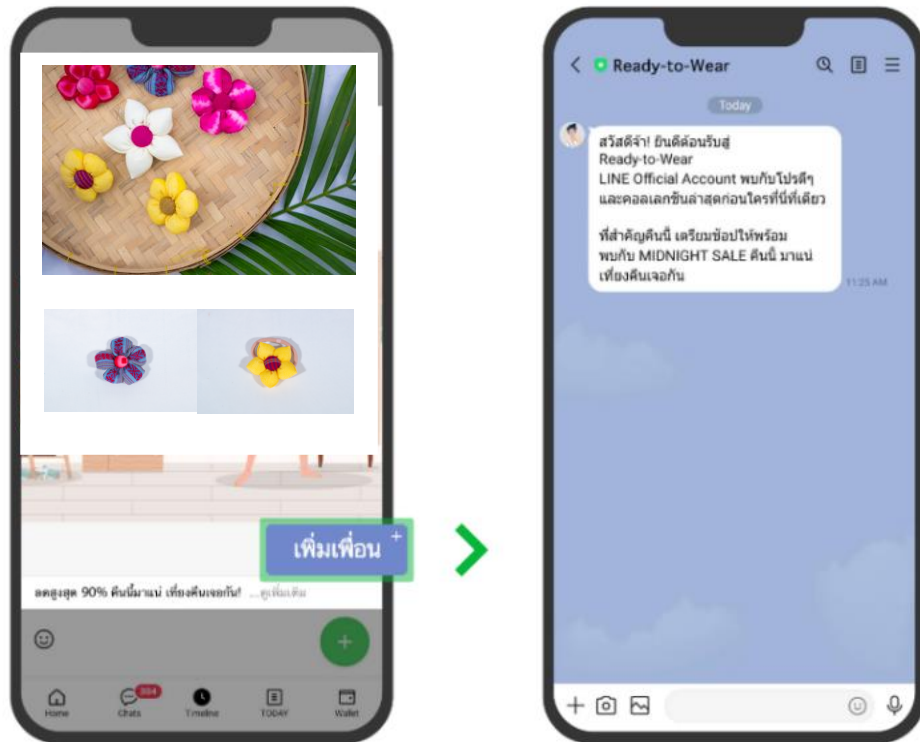
ทอ-รัก

ภาพที่ 37 การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2

3.4.3.4 สร้างช่องทางการขายผ่านนวัตกรรมดิจิทัล



ภาพที่ 38 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการออกแบบแผ่นประชาสัมพันธ์



ภาพที่ 39 การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการ

บทที่ 5

สรุป อภิปราย และข้อเสนอแนะ

การจัดการห่วงโซ่คุณค่าใหม่เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านด้วยนวัตกรรมดิจิทัล สามารถสรุปผลการดำเนินงานและข้อเสนอแนะ ต่าง ๆ ได้ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย/ อภิปรายผล
- 5.2 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย/ อภิปรายผล

การจัดการห่วงโซ่คุณค่าใหม่เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านด้วยนวัตกรรมดิจิทัล มีวัตถุประสงค์การวิจัยคือ (1) เพื่อพัฒนาโมเดลธุรกิจผ้าพื้นบ้าน และ (2) เพื่อพัฒนาเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมดิจิทัล

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย คือ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร และทำการสำรวจ (Survey Research) และสังเกตการณ์ สัมภาษณ์ โดยจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับข้อคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่างที่ตอบคำถามตามแบบสัมภาษณ์ และแบบประเมิน ประกอบด้วย แบบการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ ประกอบด้วย 3 ส่วนคือ (1) ข้อมูลทั่วไป (2) การเข้าถึงเทคโนโลยี การเลือกใช้เทคโนโลยี และกระบวนการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจและ(3) ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านในด้านต่าง ๆ และแบบประเมินความความคิดเห็นการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ

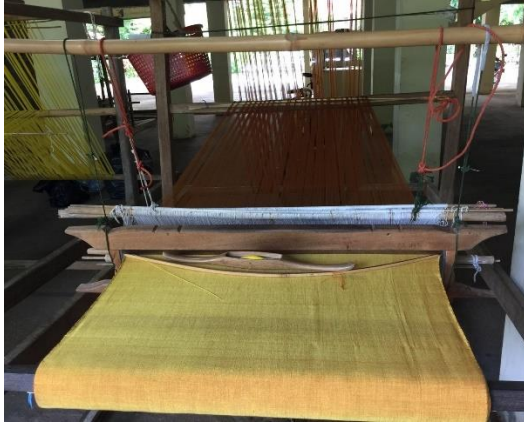
ผลการวิจัย สรุปได้ว่า

5.1.1 ชุมชนได้มีโมเดลธุรกิจผ้าพื้นบ้าน

รูปแบบโมเดลเดิม เป็นรูปแบบของการพัฒนาสินค้าตามความต้องการของกลุ่มลูกค้า ยังไม่มีขั้นตอนและวิธีการที่เป็นระบบ

รูปแบบโมเดลใหม่ ขั้นตอนหรือกระบวนการใช้เทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตสินค้าและบริการให้มีนวัตกรรมและมีมูลค่าสูง

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านด้วยนวัตกรรมดิจิทัล

สินค้าหรือบริการเดิม	สินค้าหรือบริการใหม่
	
ปัญหาที่พบหรือจุดอ่อนของสินค้าหรือบริการเดิม เดิมมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าพื้นเมืองอยู่แล้ว แต่บรรจุภัณฑ์ของสินค้าไม่น่าสนใจ	ศักยภาพชุมชน/หรือเหตุผลในการพัฒนาสินค้า ปัญหาจากการสัมภาษณ์ ได้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความดึงดูดในการซื้อ โดยพิจารณาจากรูปแบบ รูปทรง และสี
เทคโนโลยีที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ไม่มีบรรจุภัณฑ์แบบเดิมใช้การใส่ถุงแก้วพลาสติก (ไม่มีการออกแบบลวดลายบรรจุภัณฑ์)	เทคโนโลยีที่ใช้ในผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ใช้ความรู้ด้านการออกแบบจากการเรียนรู้จากการเข้าร่วมอบรมต่าง ๆ จากคณะผู้วิจัย โดยใช้ความเหมาะสมของสี ลวดลาย และขนาดให้มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์ในการออกแบบ
มาตรฐานสินค้าหรือบริการเดิม เป็นสินค้า OTOP ของชุมชน	มาตรฐานสินค้าหรือบริการใหม่ เป็นสินค้า OTOP ของชุมชน
รายได้เดิมต่อเดือน 3,120 บาท	รายได้ใหม่ต่อเดือน 5,750 บาท

5.1.2 การพัฒนาเครื่องมือแอปพลิเคชันไลน์ ในการส่งเสริมการตลาดและการจัดจำหน่ายสินค้าชุมชนด้วยนวัตกรรมดิจิทัล

5.1.2.1 จำนวนชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านสูงสุดได้ร้อยละ 64.10

5.1.2.2 การประเมินสูงสุดได้ร้อยละ 74.4 คือ ความน่าสนใจของการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน โดยแบ่งเป็น 7 ด้าน คือ ความน่าสนใจของการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน ความรู้ความเข้าใจก่อน ความรู้ความเข้าใจหลัง หัวข้ออบรมตรงความต้องการ ประโยชน์ที่ได้รับ/ความรู้ใหม่เพิ่มเติม การนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ ภาพรวมการอบรม

5.1.2.3 ผลการประเมินสูงสุดได้ร้อยละ 74.4 คือ คณะผู้วิจัยมีความตั้งใจในการสอนสามารถอธิบายและตอบข้อซักถามได้อย่างเหมาะสม โดยแบ่งเป็น 8 ด้าน คือ คณะผู้วิจัยมีความรอบรู้ในเนื้อหา คณะผู้วิจัยมีความสามารถในการอธิบายเนื้อหาได้ชัดเจน คณะผู้วิจัยมีการเตรียมการสอนล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ คณะผู้วิจัยมีความตั้งใจในการสอน เนื้อหาที่สอนเรียงตามลำดับเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่องเหมาะสม คณะผู้วิจัยมีความสามารถในการตอบข้อซักถาม วิทยากรมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม เช่น ความสุภาพ ความกระตือรือร้น การใช้เสียงและท่วงท่าการพูดที่เหมาะสมสามารถอธิบายและตอบข้อซักถามได้อย่างเหมาะสม

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ควรมีการแบ่งกลุ่มผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านจากยอดการขาย ตามสถานที่การขาย เช่น แหล่งชุมชน แหล่งสถานที่ท่องเที่ยว หรือแหล่งของฝาก เป็นต้น

5.2.2 เนื่องจากจังหวัดเพชรบูรณ์เป็นสถานที่ท่องเที่ยวจึงมีนักท่องเที่ยวจำนวนมากแต่ไม่เท่ากันตลอดทั้งปี ควรใช้นวัตกรรมดิจิทัลในการจัดสรรแนวทางในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อให้สามารถขายกับนักท่องเที่ยวได้ตลอดทั้งปี

5.2.3 ควรให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการโรงแรม ทั้งร้านค้า ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ในการนำนวัตกรรมดิจิทัลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการส่งเสริมการขายของผู้ประกอบการนั้น ๆ เนื่องจากเข้าถึงข้อมูลข่าวสารและเทคโนโลยีในปัจจุบันเป็นที่ต้องการกับผู้บริโภครุ่นใหม่

ภาคผนวก ก

- แบบประเมินความพึงพอใจการถ่ายทอดเทคโนโลยี “กระบวนการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน”
- แบบประเมินผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน บรรจุภัณฑ์ และช่องทางการขายผ่านนวัตกรรมดิจิทัล

แบบสัมภาษณ์



ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

1. โปรดระบุชื่อสินค้าผ้าพื้นเมืองของท่าน

2. พื้นที่ตำบล.....จังหวัด.....เพชรบูรณ์

3. สินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านในพื้นที่

4. รายได้ต่อปีในปัจจุบันบาท/ปี

5. กลุ่มลูกค้าเป้าหมายของท่านคือ.....ด

6. ช่องทางการจัดจำหน่ายในปัจจุบันร

7. โปรดระบุวัตถุประสงค์การพัฒนาสินค้า และบริการของท่าน

- ☐ ออกแบบสินค้า/บริการใหม่
- ☐ ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่
- ☐ พัฒนาสินค้า/บริการให้มีมูลค่าสูง

8. เป้าหมายการพัฒนาสินค้า และบริการของท่านคืออะไร

- ☐ ได้สินค้า/บริการใหม่
- ☐ ได้สินค้า/บริการที่มีบรรจุภัณฑ์ใหม่
- ☐ ได้นำสินค้า/บริการที่จำหน่ายออนไลน์ได้
- ☐ ได้สินค้า/บริการที่ได้รับการรับรองมาตรฐาน
- ☐ อื่นๆ (โปรดระบุ)

ส่วนที่ 2 การเข้าถึงเทคโนโลยี การเลือกใช้เทคโนโลยี และกระบวนการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจ

1. โปรดระบุเทคโนโลยี หรือนวัตกรรมที่ท่านต้องการนำมาเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจเข้ามา 3 ข้อ

--

2. โปรดระบุกระบวนการนำเทคโนโลยีที่ท่านต้องการนำมาเพิ่มประสิทธิภาพธุรกิจเข้ามา 3 ข้อ

--

ส่วนที่ 3 ความพร้อมของผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านในด้านต่าง ๆ

	ประเด็นความพร้อมในด้านต่าง ๆ	ระดับความพร้อม		
		พร้อม	ไม่พร้อม	N/A
1	ด้านวัตถุดิบ			
2	ด้านกระบวนการผลิตและบริการ			
3	ด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์และบริการ			
4	ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และบริการ			
5	ด้านการจัดการ			
6	ด้านการขนส่งและกระจายสินค้า			
7	ด้านบรรจุภัณฑ์			
8	ด้านการจัดการสินค้าคงคลัง			
9	ด้านการจัดการการตลาด			
10	ด้านการขาย (ที่ไม่ใช่ระบบ Online)			
11	ด้านการขาย (ในระบบ Online)			

หมายเหตุ : N/A คือไม่มีข้อมูลที่จะประเมิน

แบบประเมินความพึงพอใจ

“กระบวนการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน”



แบบประเมินความพึงพอใจ “กระบวนการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน”

คำชี้แจง

แบบประเมินฉบับนี้ จัดทำขึ้นเพื่อให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ประเมิน

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในระดับคะแนนที่ต้องการ

ลำดับ ที่	หัวข้อการประเมิน	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
1	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน					
	1.1 ความน่าสนใจของการนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้าน					
	1.2 ความรู้ความเข้าใจ ก่อน					
	1.3 ความรู้ความเข้าใจ หลัง					
	1.4 การนำเทคโนโลยีมาเพิ่มประสิทธิภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นบ้านตรงกับความต้องการ					
	1.5 ประโยชน์ที่ได้รับ/ความรู้ใหม่เพิ่มเติม					
	1.6 การนำความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจ					
	1.7 ภาพรวมการอบรม					
2	ความคิดเห็นเกี่ยวกับคณะผู้วิจัย					
	2.1 คณะผู้วิจัยมีความรอบรู้ในเนื้อหา					
	2.2 คณะผู้วิจัยมีความสามารถในการอธิบายเนื้อหาได้ชัดเจน					
	2.3 คณะผู้วิจัยมีการเตรียมการสอนล่วงหน้าอย่างเป็นระบบ					

ลำดับ ที่	หัวข้อการประเมิน	ระดับคะแนน				
		1	2	3	4	5
	2.4 คณะผู้วิจัยมีความตั้งใจในการสอน					
	2.5 เนื้อหาที่สอนเรียงตามลำดับเป็นขั้นตอนอย่างต่อเนื่อง เหมาะสม					
	2.6 คณะผู้วิจัยมีความสามารถในการตอบข้อซักถาม					
	2.7 คณะผู้วิจัยมีบุคลิกภาพที่เหมาะสม เช่น ความสุภาพ ความ กระตือรือร้น การใช้เสียงและท่วงท่าการพูดที่เหมาะสม					
3	ความคิดเห็นโดยรวม					
	3.1 เอกสารประกอบและสื่อที่ใช้ชัดเจน เข้าใจง่าย					
	3.2 ระยะเวลามีความเหมาะสม					
	3.3 ความพร้อมในการจัดเตรียมอุปกรณ์ที่ใช้					

ขอขอบพระคุณในความอนุเคราะห์ของท่าน มา ณ โอกาสนี้

บรรณานุกรม

- Atat, R., Liu, L., Wu, J., Li, G., Ye, C., & Yang, Y. (2016). Big Data Meet Cyber-Physical Systems: A Panoramic Survey”. *IEEE Access, Digital Object Identifier*, 4, 73603-73636,.
- Babbage, C. (1864). *Chapter VIII- Of the Analytical Engine. Passages from the Life of a Philosopher*. London: Longman.
- Cade, M. (2020, October 15). *John McCarthy -- Father of AI and Lisp -- Dies at 84*. Retrieved from wired: <https://www.wired.com/2011/10/john-mccarthy-father-of-ai-and-lisp-dies-at-84/>
- Carlos, A. C., Carlos, S., & Gara, M. (2016). History and Philosophy of Evolutionary Computation. In P. A. Plemaen, *Evolutionary Computation, Hybrid Systems, and Applications* (pp. 537-574). Singapore: World Scientific Publishing Co. Pte. Ltd.
- Chen, M., Mao, S., & Liu, Y. (2014). Big Data: A Survey. *Mobile Netw Appl*, 19, 171–209.
- Das, A. (2017, March 26). *The very basics of Reinforcement Learning*. Retrieved from becominghuman.ai: <https://becominghuman.ai/the-very-basics-of-reinforcement-learning-154f28a79071>
- Edwards, J. (2010). *John Atanasoff and Clifford Berry: Inventing The ABC, A Benchmark Digital Computer*. Electronicdesign Com Article Embedded .
- Google. (2020, October 10). AVA. Retrieved from AVA Dataset: <https://research.google.com/ava/>
- J. A. N., L. (2012). A Computer for Solving Linear Simultaneous Equations. *IEEE Computer Society and the Institute of Electrical and Electronics Engineers*, 262-272.

- Wu, J., Guo, S., Huang, H., & Liu, W. (March 2018). Information and Communications Technologies for Sustainable Development Goals: State-of-the-Art, Needs and Perspectives. *IEEE Communications Surveys & Tutorials*, 20(3), 2389-2406.
- Zhang, L., Zhang, L., & Du, B. (2016). Deep learning for remote sensing data: A technical tutorial on the state of the art. *IEEE Geoscience and Remote*, 4(2), 22–40.
- Zhao, Y., Wu, J., & Liu, C. (2014). Dache : A data aware caching for bigdata applications using the mapreduce framework. *Tsinghua Science and Technology*, 19(1), 39–50.
- ศูนย์นวัตกรรมดิจิทัล. (2563). *HIGH VALUE DATASETS QUICK GUIDE*. กรุงเทพฯ: มีนาคม.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2019). 36Focus_in_PISA. PISA.
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2557). *ผลการประเมิน PISA 2012 คณิตศาสตร์ การอ่าน และวิทยาศาสตร์*. กรุงเทพฯ: กรุงเทพมหานครการพิมพ์.
- สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน). (2562). *เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สำหรับการบริหารงานและการบริการภาครัฐ*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ส.พิจิตรการพิมพ์ จำกัด.
- อนุชิต ไกรวิจิตร. (3 กุมภาพันธ์ 2563). *กรมการขนส่งทางบก ชวนคนขับแท็กซี่ตรวจสุขภาพฟรี 11-12 ก.พ. นี้*. เข้าถึงได้จาก www.thestandard.co: <https://thestandard.co/fitness-to-drive-11-12-feb/>