# การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมอาชีพลดความเหลื่อมล้ำ กลุ่ม ร่วมใจอาสาพัฒนาหมู่บ้านเนินกระบก อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา

# Product Development to Promote Career in Order to Reduce Inequality by Community Development Volunteer Noen Krabok Village, Tha Takiab District, Chachoengsao Province

เสาวนีย์ รัฐนิธิคุณานนท์[1], ไอรดา สุดสังข์[2] และ สุดากาญจน์ แยบดี[3]

Saowanee Ratnidhikunanon[1], Irada Soodsung[2] and Sudakan Yabdee[3]

**Received:** 15 September 2024 **Revised:** 17 January 2025 **Accepted:** 29 January 2025

## บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) ศึกษาความต้องการและแนวทางส่งเสริมอาชีพเพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ในกลุ่มร่วมใจอาสาพัฒนาหมู่บ้านเนินกระบก อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา (2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สอดคล้องกับศักยภาพและทักษะของชุมชน (3) ถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างความยั่งยืน เป็นการวิจัยผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย มี 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มร่วมใจอาสาพัฒนาหมู่บ้านเนินกระบก อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 20 คน เครื่องมือวิจัย ได้แก่แบบสัมภาษณ์ แบบทดสอบ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง 2) กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จำนวน 400 คน เลือกโดยการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก หรือสมัครใจ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 3 ด้าน ด้านหน้าที่ใช้สอย ด้านความสวยงาม ด้านวัสดุ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t – test และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Data) ผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ 1) พบว่าสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เห็นว่ามีความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ ทางกลุ่มมีความพร้อม และต้องการพัฒนาทักษะการผลิผลิตภัณฑ์ ทางกลุ่มเลือกใช้ผ้าสีด่อน และผ้าขาวม้า เป็นวัสดุหลักในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ต้องการผลิต คือ เสื้อสตรี เสื้อบุรุษ กระเป๋า 2) ได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์จำนวน 3 กลุ่ม 9 แบบ คือ ต้นแบบเสื้อสตรี 3 แบบ ต้นแบบเสื้อบุรุษ 3 แบบ และต้นแบบกระเป๋า 3 แบบ ศึกษาความพึงพอใจ

[1] คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
E-mail: Saowanee.t @rmutp.ac.th

[2] คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
E-mail: Irada.s @rmutp.ac.th

[3] สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ, คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
E-mail: Sudakan.y @rmutp.ac.th

[1] Faculty of Industrial Textiles and Fashion Design, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

[2] Faculty of Industrial Textiles and Fashion Design, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

[3] Faculty of Industrial Textiles and Fashion Design, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ 9 แบบ ทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านหน้าที่ใช้สอย ด้านความสวยงาม ด้านวัสดุ พบว่าทุกแบบได้รับความพึงพอใจระดับมาก และมากที่สุด

ผลการทดสอบก่อนเข้าอบรมและหลังอบรม พบว่ามีคะแนนเฉลี่ยก่อนอบรมเท่ากับ 5.20 คะแนน และเฉลี่ยหลังอบรมเท่ากับ 11.25 คะแนน ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนก่อนและหลังอบรม พบว่า คะแนนสอบหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผลประเมินความพึงพอใจหลังการ อบรม ทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ ด้านวิทยากร ด้านสถานที่ / ระยะเวลา / อาหาร ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านการนำความรู้ไปใช้ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ =4.60, S.D. =0.36) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านการนำความรู้ไปใช้ ได้รับรับความพึงพอใจระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.90, S.D. =0.19)

**คำสำคัญ :** การพัฒนาผลิตภัณฑ์, การส่งเสริมอาชีพ, ความเหลื่อมล้ำ

## Abstract

The objectives of this research were: 1) To study the needs for occupational promotion and income inequality among the Community Development Volunteer Group in Neng Krabok Village, Tha Takiap District, Chachoengsao Province. 2) To develop community products that align with the community's potential and skills. 3) To transfer skills and knowledge related to community products. This research employed a mixed-methods approach, combining both quantitative and qualitative research. The sample consists of two groups: 1) 20 members of the Ruamjai Asa Pattana Community Group**.** Research instruments included semi-structured interviews and quizzes, with the sample group selected using purposive sampling**.**2) 400 respondents to a satisfaction survey regarding the prototype product development, chosen through the convenience sampling method or voluntary participation. Research instruments a satisfaction questionnaire evaluating the prototype products in three aspects: functionality, aesthetics, and materials. The statistics used in the research were frequency distribution, percentages, mean, standard deviation, t-tests, and qualitative data analysis.

The research findings, according to the objectives, were as follows: 1) It was found that the group members saw that there was an income disparity. The group is ready and wants to improve product production skills. They chose to use fabrics that are characteristic of the community, such as plain-colored fabrics and "pah" cloth (a traditional Thai cloth). The products they wish to produce include women's shirts, men's shirts, and bags. 2) 3 groups of product prototypes were created, totaling 9 designs: women's shirts 3 designs, men's shirts 3 designs and bags 3 designs**.** Study the satisfaction of respondents towards the 9 product prototypes across all 3 aspects: functionality, aesthetics, and materials. It was found that all prototypes received high levels of satisfaction. The results of the pre-training and post-training tests revealed that the average score before training was 5.20 points. while the average score after the training

was 11.25 points. When comparing the scores before and after the training, it was found that the post-training scores were significantly higher than the pre-training scores at the 0.05 level of statistical significance. The satisfaction evaluation after the training revealed**.** The satisfaction results from the training across all 4 aspects-speakers, venue/duration/food, understanding of the knowledge, and application of the knowledge-were all rated as very high, with an overall average of ($\bar{x}$ = 4.60, S.D. = 0.36). When examining the individual aspects, it was found that the aspect with the highest satisfaction was the application of knowledge, with a high satisfaction level ($\bar{x}$ = 4.90, S.D. = 0.19).

**Keywords:** Product Development, Promote Career, Inequality

## บทนำ

ความเหลื่อมล้ำ หมายถึง ความไม่เท่าเทียมกัน (inequality) ระหว่างผู้ที่มีโอกาส และผู้ที่ขาดโอกาสในการเข้าถึงทรัพยากร และสิทธิพื้นฐานในสังคม ความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ หมายถึง การกระจายรายได้ที่ไม่เท่าเทียมกัน ซึ่งส่งผลให้กลุ่มคนบางกลุ่มมีรายได้สูง ในขณะที่อีกกลุ่มหนึ่งมีรายได้ต่ำ สาเหตุของความยากจนสามารถจำแนกออกเป็น 4 ปัจจัยหลัก ได้แก่ ปัจจัยทางสังคม ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านระบบบริหารจัดการ และปัจจัยอื่น ๆ ที่อยู่นอกเหนือการควบคุม (ศุภเจตน์ จันทร์สาส์น, 2552)

ชุมชนท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา เป็นตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นถึงความท้าทายด้านความเหลื่อมล้ำในระดับพื้นที่ได้อย่างชัดเจน เนื่องจากชุมชนแห่งนี้ประกอบด้วยประชากรที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์และผู้คนที่อพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติ ชุมชนดังกล่าวประกอบไปด้วย 22 หมู่บ้าน โดยหมู่บ้านเนินกระบกเป็นชุมชนชนบท ที่ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม

หนึ่งในกลุ่มที่ได้รับผลกระทบจากช้างป่าอย่างหนัก คือ “กลุ่มร่วมใจอาสาพัฒนาหมู่บ้านเนินกระบก” ซึ่งได้จัดตั้งขึ้นเพื่อฝึกทักษะอาชีพให้กับสมาชิกกลุ่ม ปัจจุบันกลุ่มดังกล่าวมีอุปกรณ์และเครื่องจักรเย็บผ้า โดยผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มผลิต ได้แก่ ผ้าวน และผ้าเช็ดเท้า อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์เหล่านี้ยังขาดความโดดเด่น และมีการแข่งขันสูงในตลาด ทำให้ไม่สามารถจำหน่ายในราคาที่สูงได้ ทางกลุ่มจึงมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชน และสามารถเพิ่มมูลค่าได้

จากการลงพื้นที่ และรับฟังปัญหาเบื้องต้น คณะผู้วิจัยพบว่า การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับชุมชน โดยใช้ทรัพยากรในท้องถิ่น และอัตลักษณ์ของพื้นที่ จะสามารถช่วยส่งเสริมอาชีพ ลดความเหลื่อมล้ำ และเพิ่มโอกาสให้ชุมชนสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ การถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะการผลิตยังสามารถสร้างความมั่นคงให้แก่ชุมชน ทั้งในด้านเศรษฐกิจและสังคม ซึ่งจะนำไปสู่การพึ่งพาตนเองในระยะยาว โดยมีเป้าหมายสำคัญคือ การพัฒนาชุมชนให้มีความพออยู่พอกิน มีรายได้ที่มั่นคง มีการออม และสามารถขยายโอกาสทางอาชีพต่อไปในอนาคต

## จุดประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาความต้องการและแนวทางส่งเสริมอาชีพเพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ในกลุ่มร่วมใจอาสาพัฒนาหมู่บ้านเนินกระบก อำเภอ

ท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา

2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สอดคล้องกับศักยภาพและทักษะของชุมชน

3. ถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างความยั่งยืน

## ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของกลุ่ม

2. ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องนุ่งห่มชุมชนจากผ้าสีด่อน

## วิธีการศึกษา

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Methods) ตามลักษณะการศึกษารวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ และเชิงปริมาณ พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมอาชีพลดความเหลื่อมล้ำ กลุ่มร่วมใจอาสาพัฒนาหมู่บ้านเนินกระบก อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาความต้องการและแนวทางส่งเสริมอาชีพเพื่อลดความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ในกลุ่มร่วมใจอาสาพัฒนาหมู่บ้านเนินกระบก อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา โดยใช้กลุ่มตัวอย่างสมาชิกของกลุ่มร่วมใจอาสาพัฒนาหมู่บ้านเนินกระบก 20 คน ได้มาโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling)

เครื่องมือวิจัยเชิงคุณภาพ สัมภาษณ์สมาชิกของกลุ่มร่วมใจอาสาพัฒนาหมู่บ้านเนินกระบก เป็นแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) มีหัวข้อการสัมภาษณ์ต่อไปนี้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ได้แก่ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความพึงพอใจกับรายได้ ความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ในชุมชน ผลกระทบจากความเหลื่อมด้านรายได้ ความต้องการได้รับการฝึกอบรม ศักยภาพ ความพร้อมในการพัฒนาอาชีพ

ตอนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่ม ได้แก่ วัตถุประสงค์ของการตั้งกลุ่ม จำนวนสมาชิกกลุ่ม แหล่งเงินทุนของกลุ่ม การกระจายรายได้ของกลุ่ม ความพร้อมเครื่องจักร คาวมต้องการของกลุ่ม ตอนที่ 3 ร่วมหาอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้แก่ ร่วมวิเคราะห์ swot ของกลุ่มเพื่อหาอัตลักษณ์ผ้าที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม ประเภทผลิตภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนา ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

2. พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สอดคล้องกับศักยภาพ และทักษะของชุมชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ผู้บริโภค และผู้สนใจต้นผลิตภัณฑ์ จำนวน 400 คน ได้มาโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างตามสะดวก หรือสมัครใจ (Convenient or Volunteer sampling) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากร ใช้สูตร (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) ผู้วิจัยกำหนดให้สัดส่วนของประชากรเท่ากับ 0.45 ต้องการระดับความเชื่อมั่น 95% และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ 5%

เครื่องมือวิจัยเชิงปริมาณ แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 9 แบบ โดยมีขั้นตอนดังนี้

นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์ มาร่วมระดมความคิดกับทางกลุ่ม เพื่อร่วมกันออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จากนั้นนำไปทดสอบตลาดด้วยการให้กลุ่มตัวอย่าง ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อกำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ นำต้นแบบที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุด 3 แบบ ถ่ายทอดทักษะการผลิตผลิตภัณฑ์ให้ทางกลุ่ม เพื่อทางกลุ่มจะได้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ตรงกับความต้องการของตลาดเพื่อผลิตและจำหน่ายต่อไป โดยมีขั้นตอนดังนี้

2.1 ร่างแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 เสื้อสตรี กลุ่มที่ 2 เสื้อบุรุษ กลุ่มที่ 3 กระป๋า รวม 15 แบบ

2.2 ให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน คัดเลือกแบบร่างแบบผลิตภัณฑ์ให้เหลือ 3 กลุ่ม รวม 9 แบบ จากนั้นขึ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์

2.3 แบบสอบถามความพึงพอที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 9 แบบ เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด (Open-Ended Form) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมอาชีพลดความเหลื่อมล้ำ กลุ่มร่วมใจอาสาพัฒนาหมู่บ้านเนินกระบก อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทรา 3 ด้านได้แก่ ด้านหน้าที่ใช้สอย ด้านความสวยงาม ด้านวัสดุ โดยใช้ประมาณค่าระดับความคิดเห็นมากน้อย 5 ระดับ (Likert scale) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

ระดับคะแนน 5 = มีความพึงพอใจมากที่สุด
ระดับคะแนน 4 = มีความพึงพอใจมาก
ระดับคะแนน 3 = มีความพึงพอใจปานกลาง
ระดับคะแนน 2 = มีความพึงพอใจน้อย
ระดับคะแนน 1 = มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย ในช่วงคะแนน ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49 หมายถึง พึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.50 – 3.49 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.50 – 2.49 หมายถึง พึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.49 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

3. ถ่ายทอดองค์ความรู้และทักษะการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างความยั่งยืน โดยเลือกต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับความพึงพอใจสุงสุด 3 แบบ มาถ่ายทอดองค์ความรู้ และทักษะการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ให้กับกลุ่ม โดยมีการประเมินการถ่ายทอดทักษะ และให้กลุ่มทำแบบทดสอบ (Test) ทักษะ เพื่อวัดผลก่อนและหลังการอบรม ทำแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรม เพื่อประเมินว่าผู้เข้าร่วมอบรมได้รับความรู้ ทักษะตามวัตถุประสงค์ สามารถนำสิ่งที่เรียนรู้ไปปรับใช้ในชีวิตหรืออาชีพได้หรือไม่ โดยใช้เครื่องมือดังนี้

3.1 แบบทดสอบ (Test) ทักษะ แบบเลือกตอบ (Multiple-Choice) มี 3 ตัวเลือก คำถามเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น ขั้นตอนการเย็บ การวางผ้า การทำแบบตัด 15 ข้อ

3.2 แบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรม เรื่องการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจำนวน 3 แบบ เป็นลักษณะถามปลายเปิด (Open-Ended Form) โดยแบ่งคำถามออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจ ของผู้เข้ารับการอบรม การผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้แก่ (1) ด้านวิทยากร (2) ด้านสถานที่ / ระยะเวลา / อาหาร (3) ด้านความรู้ความเข้าใจ (4) ด้านการนำความรู้ไปใช้ โดยประมาณค่าระดับความคิดเห็นมากน้อย 5 ระดับ (Likert scale) (บุญชม ศรีสะอาด, 2545) และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะจากการเข้าอบรม

## ผลการศึกษา

1. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์

1.1 จากการรวบรวมข้อมูลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์จำนวน 20 คน พบว่าผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ทั้งหมดเป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่

อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 36-45 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท และสำเร็จการศึกษาสูงสุดในระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย (ม.6) ผู้ตอบส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และไม่พึงพอใจกับรายได้ในปัจจุบัน นอกจากนี้ ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ในชุมชน ซึ่งส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตและทำให้เกิดข้อจำกัดในด้านต่าง ๆ ผู้ตอบส่วนใหญ่แสดงความต้องการให้มีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยสมาชิกในกลุ่มส่วนใหญ่มีความพร้อมที่จะทำอาชีพเสริม ทั้งนี้ พบว่าสมาชิกในกลุ่มส่วนหนึ่งมีทักษะด้านการตัดเย็บอยู่บ้าง แต่ยังไม่เพียงพอสำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างเป็นระบบ จึงมีความต้องการให้มีการจัดฝึกอบรมทักษะด้านการตัดเย็บเพิ่มเติม เพื่อสร้างศักยภาพและเพิ่มรายได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ในการจัดตั้งกลุ่ม คือ การบรรเทาผลกระทบที่เกิดจากช้างป่า และสร้างรายได้เสริมให้กับสมาชิกกลุ่ม เพื่อลดการพึ่งพาอาชีพเกษตรกรรมเพียงอย่างเดียว แหล่งงบประมาณหลักของกลุ่มมาจากเงินทุนที่สมาชิกในกลุ่มร่วมกันจัดหาเอง โดยการกระจายรายได้จะดำเนินการตามปริมาณ และคุณภาพของงานที่สมาชิกได้มีส่วนร่วม จากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ของกลุ่ม พบว่าผ้า **ผ้าสีด่อน** ได้รับการเลือกให้เป็นวัสดุหลักที่สะท้อนอัตลักษณ์ของกลุ่ม โดยจะเพิ่มความโดดเด่นด้วยการตกแต่งด้วย **ผ้าขาวม้า** สำหรับผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มมุ่งเน้นการผลิต ได้แก่ **เสื้อสตรี เสื้อบุรุษ และกระเป๋า** ทั้งนี้ เพื่อสร้างสินค้าให้มีความเป็นเอกลักษณ์และตอบโจทย์ตลาดอย่างยั่งยืน

1.2 ร่างแบบผลิตภัณฑ์ 3 กลุ่ม 15 แบบ ได้แก่เสื้อสตรี 5 แบบ เสื้อบรุษ 5 แบบ กระเป๋า 5 แบบ ให้ผู้เชี่ยวชาญเลือกกลุ่มละ 3 แบบที่เหมาะสม

1.3 ขึ้นต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนตามที่ผู้เชี่ยวชาญได้เลือก จำนวน 3 กลุ่ม 9 แบบ ดังภาพที่1-3




**ภาพที่ 1** ต้นแบบเสื้อสตรี




**ภาพที่ 2** ต้นแบบเสื้อบุรุษ




**ภาพที่ 3** ต้นแบบกระเป๋า

2. ข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์

2.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (400 คน) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 269 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 มีอายุระหว่าง 41-45 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.25 มีสถานภาพ สมรส จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.5 จบการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52 ประกอบอาชีพ พนักงานทั่วไป จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33 มีรายได้ต่อเดือน ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 163 คน

คิดเป็นร้อยละ 40.75 มีภูมิลำเนาอยู่ที่ จังหวัดฉะเชิงเทรา จำนวน 361 คน คิดเป็นร้อยละ 90.25 จุดประสงค์ที่มา เพื่อซื้อสิ้นค้าอุปโภค บริโภค จำนวน 209 คน คิดเป็นร้อยละ 52.25

2.2 ความพึงพอใจของผู้ตอบแบบที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ ดังตารางที่ 1-3

**ตารางที่ 1** ต้นแบบผลิตภัณฑ์เสื้อสตรี

| รายการประเมิน | ต้นแบบที่ 1.1 | | | ต้นแบบที่ 1.2 | | | ต้นแบบที่ 1.3 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\bar{X}$ | SD | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{X}$ | SD | ระดับความพึงพอใจ |
| **หน้าที่ใช้สอย** | | | | | | | | | |
| รูปแบบผลิตภัณฑ์เหมาะกับการใช้งาน | 4.60 | 0.78 | มากที่สุด | 4.84 | 0.40 | มากที่สุด | 4.95 | 0.24 | มากที่สุด |
| สะดวกต่อการใช้งาน | 4.74 | 0.60 | มากที่สุด | 4.72 | 0.51 | มากที่สุด | 4.88 | 0.38 | มากที่สุด |
| สะดวกต่อการขนส่ง | 4.70 | 0.65 | มากที่สุด | 4.74 | 0.49 | มากที่สุด | 4.85 | 0.40 | มากที่สุด |
| ง่ายต่อการดูแลรักษา | 4.40 | 0.88 | มาก | 4.74 | 0.55 | มากที่สุด | 4.88 | 0.37 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.61** | **0.72** | **มากที่สุด** | **4.76** | **0.49** | **มากที่สุด** | **4.89** | **0.35** | **มากที่สุด** |
| **ความสวยงาม** | | | | | | | | | |
| ผลิตภัณฑ์สื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชน | 4.75 | 0.56 | มากที่สุด | 4.80 | 0.44 | มากที่สุด | 4.91 | 0.31 | มากที่สุด |
| สีมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ | 4.32 | 0.89 | มาก | 4.75 | 0.47 | มากที่สุด | 4.85 | 0.44 | มากที่สุด |
| รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม | 4.69 | 0.65 | มากที่สุด | 4.78 | 0.45 | มากที่สุด | 4.92 | 0.30 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.59** | **0.70** | **มากที่สุด** | **4.78** | **0.46** | **มากที่สุด** | **4.89** | **0.35** | **มากที่สุด** |
| **วัสดุ** | | | | | | | | | |
| ใช้วัสดุที่มีความแข็งแรง | 4.81 | 0.51 | มากที่สุด | 4.81 | 0.42 | มากที่สุด | 4.84 | 0.46 | มากที่สุด |
| ใช้วัสดุเหมาะกับผลิตภัณฑ์ | 4.76 | 0.61 | มากที่สุด | 4.82 | 0.44 | มากที่สุด | 4.94 | 0.28 | มากที่สุด |
| ผลิตภัณฑ์มีความทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ | 4.73 | 0.65 | มากที่สุด | 4.83 | 0.42 | มากที่สุด | 4.96 | 0.21 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.76** | **0.59** | **มากที่สุด** | **4.82** | **0.43** | **มากที่สุด** | **4.91** | **0.32** | **มากที่สุด** |
| **รวมทุกด้าน** | **4.65** | **0.25** | **มากที่สุด** | **4.78** | **0.30** | **มากที่สุด** | **4.90** | **0.18** | **มากที่สุด** |

**ตารางที่ 2** ต้นแบบผลิตภัณฑ์เสื้อบุรุษ

| รายการประเมิน | ต้นแบบที่ 2.1 | | | ต้นแบบที่ 2.2 | | | ต้นแบบที่ 2.3 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\bar{x}$ | SD | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{x}$ | SD | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{x}$ | SD | ระดับความพึงพอใจ |
| **หน้าที่ใช้สอย** | | | | | | | | | |
| รูปแบบผลิตภัณฑ์เหมาะกับการใช้งาน | 4.57 | 0.79 | มากที่สุด | 4.88 | 0.43 | มากที่สุด | 4.92 | 0.31 | มากที่สุด |
| สะดวกต่อการใช้งาน | 4.50 | 0.79 | มากที่สุด | 4.74 | 0.59 | มากที่สุด | 4.84 | 0.40 | มากที่สุด |
| สะดวกต่อการขนส่ง | 4.69 | 0.66 | มากที่สุด | 4.84 | 0.46 | มากที่สุด | 4.84 | 0.39 | มากที่สุด |
| ง่ายต่อการดูแลรักษา | 4.57 | 0.78 | มากที่สุด | 4.47 | 0.85 | มากที่สุด | 4.85 | 0.41 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.58** | **0.76** | **มากที่สุด** | **4.73** | **0.58** | **มากที่สุด** | **4.86** | **0.38** | **มากที่สุด** |
| **ความสวยงาม** | | | | | | | | | |
| ผลิตภัณฑ์สื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชน | 4.69 | 0.63 | มากที่สุด | 4.79 | 0.52 | มากที่สุด | 4.84 | 0.41 | มากที่สุด |
| สีมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ | 4.54 | 0.77 | มากที่สุด | 4.50 | 0.71 | มากที่สุด | 4.65 | 0.59 | มากที่สุด |
| รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม | 4.69 | 0.67 | มากที่สุด | 4.70 | 0.68 | มากที่สุด | 4.90 | 0.32 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.64** | **0.69** | **มากที่สุด** | **4.66** | **0.64** | **มากที่สุด** | **4.80** | **0.44** | **มากที่สุด** |
| **วัสดุ** | | | | | | | | | |
| ใช้วัสดุที่มีความแข็งแรง | 4.72 | 0.65 | มากที่สุด | 4.82 | 0.53 | มากที่สุด | 4.86 | 0.44 | มากที่สุด |
| ใช้วัสดุเหมาะกับผลิตภัณฑ์ | 4.60 | 0.74 | มากที่สุด | 4.82 | 0.52 | มากที่สุด | 4.93 | 0.29 | มากที่สุด |
| ผลิตภัณฑ์มีความทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ | 4.70 | 0.66 | มากที่สุด | 4.82 | 0.55 | มากที่สุด | 4.92 | 0.33 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.67** | **0.68** | **มากที่สุด** | **4.82** | **0.53** | **มากที่สุด** | **4.90** | **0.36** | **มากที่สุด** |
| **รวมทุกด้าน** | **4.63** | **0.41** | **มากที่สุด** | **4.74** | **0.3** | **มากที่สุด** | **4.85** | **0.19** | **มากที่สุด** |

**ตารางที่ 3** ต้นแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋า

| รายการประเมิน | ต้นแบบที่ 3.1 | | | ต้นแบบที่ 3.2 | | | ต้นแบบที่ 3.3 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | $\bar{x}$ | SD | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{x}$ | SD | ระดับความพึงพอใจ | $\bar{x}$ | SD | ระดับความพึงพอใจ |
| **หน้าที่ใช้สอย** | | | | | | | | | |
| รูปแบบผลิตภัณฑ์เหมาะกับการใช้งาน | 4.93 | 0.28 | มากที่สุด | 4.58 | 0.76 | มากที่สุด | 4.68 | 0.69 | มากที่สุด |
| สะดวกต่อการใช้งาน | 4.84 | 0.42 | มากที่สุด | 4.51 | 0.78 | มากที่สุด | 4.74 | 0.58 | มากที่สุด |
| สะดวกต่อการขนส่ง | 4.81 | 0.43 | มากที่สุด | 4.47 | 0.77 | มาก | 4.72 | 0.58 | มากที่สุด |
| ง่ายต่อการดูแลรักษา | 4.85 | 0.41 | มากที่สุด | 4.47 | 0.78 | มาก | 3.93 | 0.95 | มาก |
| **รวม** | **4.86** | **0.38** | **มากที่สุด** | **4.51** | **0.77** | **มากที่สุด** | **4.51** | **0.70** | **มากที่สุด** |
| **ความสวยงาม** | | | | | | | | | |
| ผลิตภัณฑ์สื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชน | 4.88 | 0.34 | มากที่สุด | 4.53 | 0.75 | มากที่สุด | 4.78 | 0.52 | มากที่สุด |
| สีมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ | 4.81 | 0.47 | มากที่สุด | 4.35 | 0.86 | มาก | 4.66 | 0.68 | มากที่สุด |
| รูปแบบของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม | 4.88 | 0.34 | มากที่สุด | 4.51 | 0.77 | มากที่สุด | 4.44 | 0.84 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.86** | **0.39** | **มากที่สุด** | **4.46** | **0.79** | **มาก** | **4.62** | **0.68** | **มากที่สุด** |
| **วัสดุ** | | | | | | | | | |
| ใช้วัสดุที่มีความแข็งแรง | 4.81 | 0.49 | มากที่สุด | 4.19 | 0.92 | มาก | 4.70 | 0.61 | มากที่สุด |
| ใช้วัสดุเหมาะกับผลิตภัณฑ์ | 4.92 | 0.31 | มากที่สุด | 4.55 | 0.79 | มากที่สุด | 4.81 | 0.52 | มากที่สุด |
| ผลิตภัณฑ์มีความทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่ | 4.95 | 0.24 | มากที่สุด | 4.66 | 0.70 | มากที่สุด | 4.70 | 0.68 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.89** | **0.34** | **มากที่สุด** | **4.47** | **0.81** | **มากที่สุด** | **4.74** | **0.60** | **มากที่สุด** |
| **รวมทุกด้าน** | **4.87** | **0.21** | **มากที่สุด** | **4.48** | **0.56** | **มาก** | **4.61** | **0.42** | **มากที่สุด** |

2.3 จากตารางที่ 1-3 พบว่าต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน 3 กลุ่ม 9 แบบ ที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ต้นแบบเสื้อสตรีแบบที่ 1.3 มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$=4.90, S.D. =0.18) กำหนดให้เป็นต้นแบบเสื้อสตรี รองลงมา คือ ต้นแบบกระเป๋าแบบที่ 3.1 มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$= 4.87, S.D. =0.21) กำหนดให้เป็นต้นแบบกระเป๋า และต้นแบบเสื้อบุรุษ แบบที่ 2.3 มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$=4.85, S.D. =0.19) กำหนดให้เป็นต้นแบบเสื้อบุรุษ ดังภาพที่ 4

3. เพื่อถ่ายทอดทักษะองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชน

3.1 เพื่อถ่ายทอดทักษะองค์ความรู้การผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเลือกต้นแบบผลิตภัณฑ์ 3 แบบที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ต้นแบบเสื้อสตรี ต้นแบบเสื้อบุรุษ ต้นแบบกระเป๋า โดยใช้แบบทดสอบก่อน - หลัง จำนวน 15 ข้อ ได้ผลดังตารางที่ 5




**ภาพที่ 4** แสดงต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ถ่ายทอด

**ตารางที่ 5** ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสถิติทดสอบที และระดับนัยสำคัญทางสถิติของการทดสอบเปรียบเทียบคะแนนสอบก่อนและหลังอบรม

| การทดสอบ | N | Scores | Total scores | Mean | S.D. | D | S.D.D | t | Sig.(1-tailed) |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Pre-test** | 20 | 15 | 104 | 5.20 | 1.24 | 6.05 | 1.54 | 17.59* | 0.0000 |
| **Post-test** | 20 | 15 | 225 | 11.25 | 1.89 | | | | |

จากตารางที่ 5 พบว่า การทดสอบก่อนเข้าอบรมและหลังอบรม มีคะแนนเฉลี่ยก่อนอบรมเท่ากับ 5.20 คะแนน และเฉลี่ยหลังอบรมเท่ากับ 11.25 คะแนน ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนก่อนและหลังอบรม พบว่าคะแนนสอบหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

**ตารางที่ 6** ความพึงพอใจหลังการอบรม

N=20

| รายการประเมิน | X | SD | ระดับความพึงพอใจ |
|---|---|---|---|
| **ด้านวิทยากร** | | | |
| 1. การเตรียมตัวและความพร้อมของวิทยากร | 4.80 | 0.41 | มากที่สุด |
| 2. การถ่ายทอดของวิทยากร | 4.80 | 0.41 | มากที่สุด |
| 3. สามารถอธิบายเนื้อหาได้ชัดเจนและตรงประเด็น | 4.80 | 0.41 | มากที่สุด |
| 4. ใช้ภาษาที่เหมาะสมและเข้าใจง่าย | 4.75 | 0.44 | มากที่สุด |
| 5. การตอบคำถามของวิทยากร | 4.80 | 0.39 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.79** | **0.70** | **มากที่สุด** |
| **ด้านสถานที่ / ระยะเวลา / อาหาร** | | | |
| 1. สถานที่สะอาดและมีความเหมาะสม | 4.90 | 0.31 | มากที่สุด |
| 2. ความพร้อมของอุปกรณ์ | 4.50 | 0.51 | มากที่สุด |
| 3. ระยะเวลาในการอบรม มีความเหมาะสม | 4.50 | 0.51 | มากที่สุด |
| 4. อาหาร มีความเหมาะสม | 4.80 | 0.41 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.62** | **0.35** | **มากที่สุด** |
| **ด้านความรู้ความเข้าใจ** | | | |
| 1. ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนี้ก่อนการอบรม | 2.65 | 0.49 | มากที่สุด |
| 2. ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนี้หลังการอบรม | 4.90 | 0.31 | มากที่สุด |
| 3. สามารถอธิบายขั้นตอนก่อนหลังได้ | 4.80 | 0.41 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.12** | **0.20** | **มากที่สุด** |
| **ด้านการนำความรู้ไปใช้** | | | |
| 1. สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ได้จริง | 5.00 | 0.00 | มากที่สุด |
| 2. สามารถนำความรู้ไปสร้างอาชีพเสริมได้ | 4.90 | 0.31 | มากที่สุด |
| 3. สามารถให้คำปรึกษาแก่เพื่อนร่วมงานได้ | 4.80 | 0.41 | มากที่สุด |
| **รวม** | **4.90** | **0.19** | **มากที่สุด** |
| **รวมทุกด้าน** | **4.60** | **0.36** | **มากที่สุด** |

## อภิปรายผล

1. ผลจากการสัมภาษณ์ และระดมสมองระหว่างสมาชิกกลุ่มร่วมใจอาสาพัฒนาหมู่บ้านเนินกระบก อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทราร่วมกับทีมวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่ามีความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ในชุมชน สมาชิกกลุ่มมีความพร้อม และต้องให้มีการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการผลิตผลิตภัณฑ์จากผ้า ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการผลิต คือ เสื้อสตรี เสื้อบุรุษ กระเป๋า สะท้อนถึงความมุ่งมั่นในการความต้องการพัฒนาทักษะ และสร้างอาชีพเสริม อาจเพราะการฝึกทักษะที่เหมาะสมจะช่วยเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ สอดคล้องกับ พระณัฐวุฒิ พันทะลี และคณะ (2565) ว่า ความเหลื่อมล้ำ คือ ความไม่เท่าเทียมกัน ความต่างกัน ความไม่เสมอกันในทุกเรื่องทุกพื้นที่ทุกภาคส่วน และทุกเวลา เช่น รายได้การศึกษา กระบวนการยุติธรรม การสาธารณะสุข ที่อยู่อาศัย ตลอดจนการเข้าถึงทรัพยากรและบริการพื้นฐานทางสังคม ทางกลุ่มเลือกใช้ผ้าสีด่อนที่แสดงอัตลักษณ์ของชุมชน และเป็นผ้าที่มีอยู่ในชุมชน เป็นการนำวัสดุที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งเป็นการสร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ และยังเป็นการสนับสนุนการผลิตในท้องถิ่นด้วย การนำเอกลักษณ์ของผ้าท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับ มรกต กำแพงเพชร และคณะ (2562) ศึกษาวิจัยเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพชรสมุทรคีรี โครงการเศรษฐกิจชุมชนครบวงจร บ้านเพชรเพลินดิน พบว่า ทรัพยากรท้องถิ่นสามารถพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ของแต่ละจังหวัด โดยการประเมินจากมิติทางด้านวัฒนธรรมมีความเกี่ยวกับการประกอบอาชีพทั้งสิ้น รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวที่มีประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมยาวนานในแต่ละยุคสมัย

2. ต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้ง 3 กลุ่ม 9 แบบ โดยรวมได้รับความพึงพอใจระดับมาก และระดับมากที่สุด โดยด้านที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านวัสดุ พบว่าทุกแบบได้รับความพึงพอใจระดับมาก อาจเพราะเลือกใช้ผ้าสีด่อนซึ่งเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ตกแต่งด้วยผ้าขาวม้า และมีการออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับชนิดของผ้าช่วยให้ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและมีคุณภาพ รองลงมา ด้านหน้าที่ใช้สอย และด้านความสวยงาม สอดคล้องกับ อรวรรณ ชัยวงษ์วิบูลย์ (2560) ศึกษาวิจัย เรื่องแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเครื่องเขียน TINTINTOYS ผลการวิจัยพบว่า นอกจากการออกแบบให้มีความโดดเด่นแล้ว ต้องคำนึงถึง การใช้งานและคุณภาพของวัสดุที่นำมาใช้ผลิตกระเป๋าเครื่องเขียน เช่น พลาสติกต้องมีความยืดหยุ่น โดยผู้บริโภค เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้า เน้นการออกแบบที่โดดเด่น ง่ายต่อการนำไปใช้งาน เพื่อให้สามารถตอบสนองกบความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ และในขณะเดียวกนั้นสามารถสร้างโอกาสทางธุรกิจให้กับTINTINTOYS ต่อไป

ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ต้นแบบเสื้อสตรีแบบที่ 1.3 ลักษณะ โดยรวมได้รับความพึงพอใจระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$=4.90, S.D. =0.18) อาจเพราะมีการออกแบบรูปแบบเสื้อที่สวมใส่ได้หลายโอกาศ ใช้ผ้าสีด่อนซึ่งเป็นวัสดุท้องถิ่นมีความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน เมื่อตกแต่งกับผ้าขาวม้าให้ให้มีสีสันสดใส มีความทนทานต่อการใช้งาน ง่ายต่อการดูแลรักษา สะดวกต่อการขนส่ง สอดคล้องกับ อัญชลี โสมดี และคณะ (2550) การออกแบบคือ การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ และการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงของเดิมให้ดียิ่งขึ้นด้วยการใช้วัสดุและวิธีการที่เหมาะสม ตามแบบแผนและจุดมุ่งหมายที่ต้องการ โดยอาศัยองค์ประกอบด้านความงาม หรือกฎเกณฑ์ขององค์ประกอบของศิลปะ ยังสอดคล้อง

กับ เมธาวี จำเนียร (2564) การจะทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถติดตราตรึงใจให้อยู่ในทุกความคิดของผู้บริโภคนั้น จะต้องให้ความสำคัญกับทุนทางวัฒนธรรม ภูมิปัญญา ความเชื่อ และวิถีชีวิตของแต่ละท้องถิ่น ผ่านการสร้างอัตลักษณ์ เพื่อให้เกิดความน่าสนใจ และสามารถดึงดูดใจผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อสินค้าและผลิตภัณฑ์ของชุมชน ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ต้นแบบกระเป๋าแบบที่ 3.2 ลักษณะเป็นกระเป๋าถือใบเล็ก ไม่มีซิป ที่ได้รับความพึงพอใจน้อย อาจเพราะ กระเป๋าถือใบเล็กไม่สามารถตอบสนองความต้องการในการใช้งานของผู้ใช้ได้อย่างเต็มที่ การเก็บของไม่ปลอดภัย ความจุไม่เพียงพอ วัสดุและการออกแบบอาจไม่ตรงตามความต้องการ

3. ผลการทดสอบก่อนเข้าอบรมและหลังอบรม มีคะแนนเฉลี่ยก่อนอบรมเท่ากับ 5.20 คะแนน และเฉลี่ยหลังอบรมเท่ากับ 11.25 คะแนน ตามลำดับ และเมื่อเปรียบเทียบระหว่างคะแนนก่อนและหลังอบรม พบว่า คะแนนสอบหลังอบรมสูงกว่าก่อนอบรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 การเพิ่มขึ้นของคะแนนเฉลี่ยแสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมอบรมได้รับความรู้ และทักษะใหม่ๆ ที่มีประโยชน์และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ อาจเพราะมีเนื้อหา และวิธีการอบรมที่มีความเหมาะสม รวมทั้งตัวผู้เข้าอบรมที่มีความพยายาม ตั้งใจรับการอบรม สอดคล้องกับ ธิดารัตน์ สมานพันธ์ และคณะ (2564) พบว่า นักศึกษามีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเนื้อหาในการอบรมเป็นประโยชน์ต่อผู้เข้ารับการอบรมที่จะได้นำไปประยุกต์ใช้ในการฝึกประสบการณ์ และยังสอดคล้องกับ ฐานิตา ลิ่มวงศ์ และคณะ (2557) ที่กล่าวว่า โครงการอบรมมีส่วนช่วยให้ผู้เข้าอบรมมีความรู้เพิ่มเติมหลังการอบรมเป็นอย่างมาก ซึ่งความสำเร็จของโครงการอาจมาจากการจัดโครงการที่ผสมผสานกันระหว่างการบรรยายและการลงมือปฏิบัติเพื่อทำให้ผู้เข้าอบรมได้บูรณาการความรู้ความเข้าใจอย่างแท้จริง

ผลการศึกษาความพึงพอใจหลังการอบรมโครงการวิจัย ประเมิน 4 ด้าน ได้แก่ ด้าน ด้านวิทยากร ด้านสถานที่ / ระยะเวลา / อาหาร ด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านการนำความรู้ไปใช้ โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$=4.60, S.D. =0.36) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คือ ด้านการนำความรู้ไปใช้ ได้รับรับความพึงพอใจระดับมากมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$= 4.90, S.D. =0.19) อาจเพราะเนื้อหาที่อบรมสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง และสามารถนำความรู้ไปสร้างอาชีพเสริมได้ ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตัวเองได้

## สรุป

จากการศึกษาวิจัย พบว่า **การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมอาชีพลดความเหลื่อมล้ำ** ในกลุ่ม**ร่วมใจอาสาพัฒนาหมู่บ้านเนินกระบก** สามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากกลุ่มมีความพร้อมในการพัฒนาทักษะด้านการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มตั้งเป้าหมายในการผลิต ได้แก่ **เสื้อสตรี เสื้อบุรุษ และกระเป๋า** ซึ่งผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้งหมดได้ผ่านการทดสอบตลาดมาแล้ว และได้รับผลตอบรับที่ดี จึงสามารถเริ่มต้นผลิตเพื่อจำหน่ายได้ทันที

ผลการประเมินความรู้ และทักษะหลังการอบรม พบว่า **คะแนนสอบหลังการอบรมสูงกว่าก่อนการอบรม** อย่างชัดเจน สะท้อนว่ากลุ่มมีความรู้ ความเข้าใจในขั้นตอนการผลิต และทักษะที่จำเป็นเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญนอกจากนี้ **แบบประเมินความพึงพอใจหลังการอบรม** แสดงให้เห็นว่าผู้เข้าร่วมอบรมมีความพึงพอใจในระดับสูงสุดในทุกด้าน ซึ่งอาจเป็นผลมาจากเนื้อหา และวัตถุประสงค์ของการอบรมที่ตรงกับความต้องการและความคาดหวังของกลุ่มอย่างแท้จริง

## ข้อเสนอแนะ

1. ควรทำการศึกษาปัญหา และความต้องการของชุมชนให้ละเอียด เกี่ยวกับปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของชุมชน เพื่อให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างเหมาะสม

2. ควรสำรวจและศึกษาแนวทางการตลาดดิจิทัลเพื่อให้สามารถใช้สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ และจำหน่ายผลิตภัณฑ์

3. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับจัดทำการอบรม และฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะการผลิต และการจัดการธุรกิจให้กับสมาชิกในกลุ่ม

## กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริม อาชีพลดความเหลื่อมล้ำกลุ่มร่วมใจอาสาพัฒนาหมู่บ้านเนินกระบก อำเภอท่าตะเกียบ จังหวัดฉะเชิงเทราเล่มนี้ เร็จลุล่วงไปได้ด้วยการสนับสนุนทุนการวิจัยจากงบ ประมาณเงินรายได้ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2567 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

## เอกสารอ้างอิง

ฐานิตา ลิ่มวงศ์พีรพนธ์ทิพย์, โอสถ ณัฐภพ, บัวหลวง และสุภาภรณ์ ชูช่วย. (2557). ผลสัมฤทธิ์การจัดการเรียนรู้ความปลอดภัยทางชีวภาพและทางเคมีในห้องปฏิบัติการของนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาคณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. *วารสารสังคมศาสตร์ มนุษยศาสตร์และศึกษาศาสตร์, 9*(1), 286–297.

ธิดารัตน์ สมานพันธ์ และคณะ. (2564). การประเมินโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนการฝึกปฏิบัติการสอนในสถานศึกษา. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 13*(2), 545–558.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สุวีริยาสาส์น.

พระณัฐวุฒิ พันทะลี และคณะ. (2565). ความเหลื่อมล้ำทางสังคมไทยในยุคชีวิตวิถีใหม่. *วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย, 5*(2), 186–210.

มรกต กำแพงเพชร และคณะ. (2562). การสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพชรสมุทรคีรี โครงการเศรษฐกิจชุมชนครบวงจรบ้านเพชรเพลินดิน. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 13*(2), 136–153.

เมธาวี จำเนียร. (2564). อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่การสร้างและสื่อสารแบรนด์ กรณีศึกษาการแสดงรำโทนนกพิทิด. *วารสารราชพฤกษ์, 19*(2), 1–12.

ศุภเจตน์ จันทร์สาส์น. (2552). ความยากจนและความเหลื่อมล้ำของรายได้ในประเทศไทย. *วารสารประชากรศาสตร์, 25*(2), 71–89.

อรวรรณ ชัยวงษ์วิบูลย์. (2560). *แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระเป๋าเครื่องเขียน TINTINTOYS* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการมหาวิทยาลัยมหิดล].

อัญชลี โสมดี และคณะ. (2550). *วิเคราะห์การออกแบบผลิตภัณฑ์และศักยภาพธุรกิจชุมชน ตามโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์เดินเส้นลวดลาย อำเภอหางดงจังหวัดเชียงใหม่* (รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์). มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.