

รูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา
ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษาดุฎิบัณฑิต สาขาการบริหารและการจัดการศึกษา
แผนกการบริหารการอาชีวศึกษา

สิงหาคม 2560

รูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา
ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษาดุสิตบัณฑิต สาขาการบริหารและการจัดการศึกษา
แขนงการบริหารการอาชีวศึกษา
สิงหาคม 2560
ลิขสิทธิ์เป็นของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

รูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา
ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี



เสนอต่อบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์ราชภัฏ เพื่อเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ปริญญาการศึกษาดุสิตบัณฑิต สาขาการบริหารและการจัดการศึกษา
แผนกการบริหารอาชีวศึกษา

สิงหาคม 2560

ภัทรพล สุวรรณโณม. (2560). รูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี. ปรินญาณพนธ์ กศ.ด. (การบริการและการจัดการการศึกษา). กรุงเทพฯ : บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
คณะกรรมการควบคุม : ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ,
รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย แหวนเพชร

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี เพื่อพัฒนาและยืนยันความเหมาะสมรูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีโดยแบ่งงานเป็น 3 ระยะ ระยะแรกเริ่มด้วยศึกษาอัตลักษณ์จากข้อมูลเอกสารงานวิจัย และใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก กลุ่มเป้าหมายคือ ผู้นำชุมชน ตัวแทนชาวบ้าน ผู้นำทางศาสนา บุคคลสำคัญของชุมชน โดยเก็บข้อมูลด้วยเทคนิค snow ball นำอัตลักษณ์ที่ได้ไปพัฒนาสร้างตัวอย่างผลิตภัณฑ์ และประเมินคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ระยะที่สองพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีด้วยการหาวิธีปฏิบัติการที่ดีจากกลุ่มอาชีพที่ทำการที่คล้ายกัน โดยนำมาวิเคราะห์ความเชื่อมโยงและสร้างรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนขึ้น ส่วนระยะที่สามจัดสนทนากลุ่มเพื่อยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบ

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

A MODEL OF CAREER ENHANCEMENT FROM LOCAL IDENTITIES:
BAN PU NAMRON KANCHANABURI THAI-MYNNMAR BORDER



AN ABSTRACT
BY
PATTARAPOL SUWANNACHOM

Presented in Partial Fulfillment of the Requirements for the
Doctor of Education Program in Educational Administration and Management

At Srinakharinwirot University

August 2017

Pattarapol Suwannachom. (2017). *Model of Career Enhancement from Local Identities: Ban Pu Namron Kanchanaburi Thai-Myanmar Border*. Dissertation. Ed.D. (Administration and Education Management: Vocational Education). Bangkok: Graduate School, Srinakharinwirot University. Advisor Committee: Assist. Prof. Dr. Khwanying Sriprasertphap. Advisor Committee: Assoc. Prof. Dr. Wichai Vanpech.

The objective of this research is a study of the cultural identity in the Thai-Myanmar border area at the Ban Pu Namron checkpoint in border Kanchanaburi. To develop a model of career enhancement from the local identity of Thai-Myanmar the border at Ban Pu Namron in Kanchanaburi.

The research was separated into three stages, first stage started with the studying of the cultural identity of each culture in both paperwork and In-depth interviews. The target groups for interviews included community leaders, village representatives, religious leaders and other important people in the community. Using a Snowball technique to collect all of the information needed then transferring all that information into a design process and the evaluation of the products. The second stage is the development of a product into a career path for the community. The research went into more details interns of career development by observing and analyzing other similar types of local business models to create a link of career network for the community. The third stage is a setting a meeting and discussing the best model for this research.

From the results of the research, it was found that one need of this community is for products that can be shown as local identity items and also a career path that can be adjusted to fit into a community development. It was also found that the local identity this area can be divided into four parts: Ethnographic, Cultural, Communication and Life Style. We have used these four cultural identities to create product prototypes with the highest level in an evaluation of identity, aesthetic, functional, and safety issues.

As a result of this research, we have a final model of the development of local identity products design, also known as NIPPA. NIPPA is combines the following elements 1) needs study 2) in-depth interviews 3) prototype design 4) prototype development and 5) assessment. In the career enhancement section the 4Ps and 4Cs were considered for use. The 4Ps is combine with 1) Product; 2) Price; 3) Place and 4) Promotion, while the 4Cs combine with 1) Customer Need; 2) Cost; 3) Convenient and 4) Communication.

ปริญญานิพนธ์

เรื่อง

รูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา
ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ของ

ภัทรพล สุวรรณโณม

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญา
การศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและการจัดการศึกษา แขนงวิชาการบริหารอาชีวศึกษา
ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

.....คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นายแพทย์จัตตราชัย เอกปัญญาสกุล)

วันที่.....เดือน.....พ.ศ. 2560

คณะกรรมการควบคุมปริญญานิพนธ์

คณะกรรมการสอบปากเปล่า

.....ประธาน

.....ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิระชัย คอนจจอหอ)

.....กรรมการ

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย แหวนเพชร)

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ)

.....กรรมการ

(รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย แหวนเพชร)

.....กรรมการ

(อาจารย์ ดร.กัมปนาท บริบูรณ์)

ประกาศคุณูปการ

ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยความอนุเคราะห์ให้คำปรึกษาอย่างดียิ่งของท่านผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ, รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย แหวนเพชร ดร.ไพรัช วงยุทธไกร อาจารย์โอบาส สุขหวาน อาจารย์ และคณาจารย์สาขาวิชาอุตสาหกรรมศึกษา และสาขาวิชาการบริหารและการจัดการการศึกษาแขนงวิชาการบริหารการอาชีวศึกษาทุกท่าน ที่กรุณาให้คำปรึกษาแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไข พร้อมทั้งให้ข้อเสนอแนะ เพื่อให้ปริญญานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยมีความรู้สึกซาบซึ้งจึงขอกราบขอบพระคุณทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

ขอขอบพระคุณผู้เชี่ยวชาญ ผู้ทรงคุณวุฒิ และคณาจารย์ทุกท่านที่ได้ให้ความอนุเคราะห์เวลาในการให้คำแนะนำ และข้อเสนอแนะต่างๆ ขอขอบคุณปราชญ์ชาวบ้าน และผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์อัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการทำปริญญานิพนธ์ในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณคณาจารย์สาขาวิชาการบริหารและการจัดการการศึกษา แขนงวิชาการบริหารการอาชีวศึกษาทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ และมอบความรักความเอาใจใส่ให้แก่ผู้วิจัยตลอดระยะเวลาที่ผู้วิจัยศึกษา ณ ภาควิชานี้

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณ บิดา มารดา และบุคคลในครอบครัวสุวรรณโณมที่ให้ ความช่วยเหลือ สนับสนุน และเป็นกำลังใจ แก่ผู้วิจัยเสมอมา คุณค่าและประโยชน์อันเกิดจากการทำปริญญานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบเป็น กตัญญู กตเวทิตา แต่ บิดา มารดา ครู อาจารย์ และผู้มีพระคุณทุกท่าน

ภัทรพล สุวรรณโณม

สารบัญ

บทที่	หน้า
1 บทนำ.....	1
ภูมิหลัง.....	1
คำถามการวิจัย.....	3
ความมุ่งหมายของการวิจัย.....	3
ขอบเขตของการวิจัย.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ.....	5
กรอบแนวคิดการวิจัย.....	6
ผลที่คาดว่าจะได้รับ.....	6
2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	7
การพัฒนารูปแบบ.....	8
ความหมายของรูปแบบ.....	8
ประเภทของรูปแบบ.....	9
องค์ประกอบของรูปแบบ.....	12
ตัวอย่างของรูปแบบ.....	13
การส่งเสริมอาชีพ.....	20
ความหมายของอาชีพ.....	20
ทฤษฎีทางอาชีพ.....	21
การปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice)	23
การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR).....	24
อัตลักษณ์.....	25
ความหมายของอัตลักษณ์.....	25
การออกแบบกับอัตลักษณ์.....	26
การออกแบบผลิตภัณฑ์.....	28

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
2 (ต่อ)	
ชายแดนไทย-เมียนมา บ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี.....	29
งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	39
งานวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบ.....	39
งานวิจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์.....	41
งานวิจัยต่างประเทศ.....	43
3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	44
วิธีดำเนินการระยะที่ 1.....	44
วิธีดำเนินการระยะที่ 2.....	47
วิธีดำเนินการระยะที่ 3.....	47
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	49
5 สรุป อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ.....	82
บรรณานุกรม.....	91
ภาคผนวก.....	97
ประวัติย่อผู้วิจัย.....	122

บัญชีตาราง

ตาราง	หน้า
1 ที่มาและแนวคิดในการออกแบบ.....	58
2 การประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบ.....	59
3 การวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการตลาด(4Ps)	68
4 การวิเคราะห์องค์ประกอบด้านความต้องการของลูกค้า(4Cs).....	69
5 ผลการศึกษา Best Practice ทั้ง 2 กรณี.....	70
6 ข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ.....	73



บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
1 Mosaica Model	13
2 Model for Early Field Experiences in Teacher.....	14
3 Education.....	16
4 Model of Pedagogy.....	17
5 The VI using Virtual IT Discovery (VIVID) model (Permvattana, 2012).....	18
6 PTTs Security, Safety, Health and Environment (SSHE) model.....	31
7 ที่ทำการจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน.....	31
8 ที่ทำการจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน.....	32
9 วัดพุน้ำร้อนรัตนคีรี.....	32
10 วัดพุน้ำร้อนรัตนคีรี.....	33
11 ที่ทำการจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน.....	33
12 ที่ทำการจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน.....	34
13 การแต่งกายในงานพิธีต่างๆ.....	34
14 ของประดับในงานพิธีต่างๆ.....	35
15 อาหารพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ.....	35
16 อาหารพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ.....	36
17 อาหารพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ.....	36
18 อาหารพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ.....	37
19 การแต่งกายพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ.....	37
20 การแต่งกายพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ.....	38
21 การแสดงรำยรำพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ.....	38
22 การแสดงรำยรำพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ.....	48
23 การดำเนินการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ.....	49
24 การเก็บข้อมูลในพื้นที่.....	51
25 อุดมการณ์ชุมชนด้านชาติพันธุ์.....	52
26 อุดมการณ์ชุมชนด้านวัฒนธรรมความเชื่อ.....	53
27 อุดมการณ์ชุมชนด้านภาษาในการสื่อสาร.....	54
28 อุดมการณ์ชุมชนด้านประเพณี.....	55

บัญชีภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
29 อัตลักษณ์ชุมชน.....	58
30 ตัวอย่างต้นแบบผลิตภัณฑ์.....	60
31 รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (NIPPA).....	62
32 ช่างศักดา ชิบเขและผู้สัมภาษณ์.....	63
33 ช่างศักดา ชิบเขในขณะขึ้นรูปตีมีดเหล็ก.....	63
34 ช่างศักดา ชิบเข และผลงานมีดเหล็ก.....	64
35 ช่างสุทิน วังนาค กับจักรกลตีขึ้นรูปมีดเหล็ก.....	65
36 ช่างสุทิน วังนาค กับการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์มีดเหล็ก.....	67
37 ป้าอารีรัตน์ พฤษภูมิ กับที่ร้านขายผ้าขาวม้าร้อยสี OTOPห้าดาว กาญจนบุรี.....	67
38 กลุ่มผ้าทอมือบ้านหนองขาว ตำบลหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี.....	71
39 ความเชื่อมโยงกันของมุมมองของผู้ผลิตและความต้องการของลูกค้า รูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา.....	71
40 ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ ชายแดน ไทย-เมียนมา.....	77
41 ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ ชายแดน ไทย-เมียนมาด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี รูปแบบ 3 มิติ.....	77

บทที่ 1

บทนำ

ภูมิหลัง

นโยบายของรัฐบาลเรื่องการเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของประเทศประเด็นหนึ่งคือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของผู้ผลิตชุมชน เพื่อให้มีมาตรฐานการผลิตที่ดียิ่งขึ้น เป็นหลักประกันคุณภาพเพิ่มความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค รวมทั้ง ส่งเสริมและประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดเพื่อเพิ่มช่องทางการจำหน่ายให้ชุมชนมีศักยภาพอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับโมเดลของ Thailand 4.0 นั่นคือ มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนโดยจะต้องเปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” และเปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรมเปลี่ยนจากรูปแบบบริการแบบเดิมซึ่งมีการสร้างมูลค่าค่อนข้างต่ำ ไปสู่บริการที่มีมูลค่าสูง ซึ่งจังหวัดกาญจนบุรีมีความเหมาะสมทางด้านที่ตั้งโดยมีแนวเขตติดต่อกับเมียนมามีชายแดนติดต่อเมียนมายาวถึง 770 กม. มีช่องผ่านแดนรวม 43 ช่องทางในจังหวัดกาญจนบุรีมีช่องผ่านแดนที่สำคัญ ได้แก่ ด่านพระเจดีย์สามองค์ อำเภอสังขละบุรี ด่านบ้านอิถอง อำเภอทองผาภูมิ ด่านบ้านพุน้ำร้อนอำเภอบ้านเก่า แต่มีด่านบ้านพุน้ำร้อนอำเภอบ้านเก่าเพียงแห่งเดียวที่มีฐานะเป็นจุดผ่านแดนถาวรและจุดผ่อนปรนทางการค้ากัน จากกรอบการพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี พ.ศ.2557 โดยด่านบ้านพุน้ำร้อนตั้งอยู่ตรงข้ามกับพื้นที่ของชนกลุ่มน้อย มอญ และกะเหรี่ยงเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการค้าชายแดนระหว่างประเทศไทยและเมียนมาซึ่งในอนาคตคาดว่าจะด่านชายแดนแห่งนี้จะมีบทบาทสำคัญด้านการค้าและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศเนื่องจากได้มีการดำเนินการพัฒนาโครงการทำเรื่อน้ำลึกและนิคมอุตสาหกรรมเมืองทวายรวมทั้งถนนเชื่อมต่อเมืองทวายกับชายแดนจังหวัดกาญจนบุรี โดยเริ่มจากเมืองทวายถึงบ้านแม่ละมี แคว้นตะนาวศรี มายังชายแดนไทยในขณะนี้ประเทศไทยสำหรับการรองรับการคมนาคมและระบบขนส่งจากนิคมอุตสาหกรรมเมืองทวายถึงบ้านเก่าหากโครงการดังกล่าวแล้วเสร็จจะทำให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์ในด้านการคมนาคม การค้า การขนส่งสินค้า วัตถุดิบและการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก

บ้านพุน้ำร้อน ตำบลบ้านเก่า อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี รัฐบาลได้ประกาศเมื่อพ.ศ.2558 ให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน เพื่อเชื่อมกับนิคมอุตสาหกรรมทวาย ในสหภาพเมียนมา จากหมู่บ้านเล็กๆ ได้รับความสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นด้านการค้าชายแดน เป็นจุดเชื่อมโยงที่สำคัญในการเชื่อมโยงทางการคมนาคมและขนส่งของอาเซียน การเปลี่ยนแปลงเชิงบริบทย่อมมีผลกระทบด้านต่างๆที่เกิดขึ้นตามมา พิพัฒน์ นนทนาธรณ์ (2555: ออนไลน์) ทำการจัดเก็บข้อมูลผลประเมินผลกระทบด้านการค้า การลงทุนและการท่องเที่ยวบริเวณบ้านพุน้ำร้อน พบว่าผลกระทบ

โดยรวมอยู่ในระดับสูงสำหรับการพัฒนาพื้นที่ แต่จากการสำรวจสภาพพื้นที่เบื้องต้นยังไม่พบการส่งเสริมอาชีพที่ชัดเจน ยังคงวิถีการดำเนินชีวิตดั้งเดิมคือเกษตรกรรม ทำไร่ ทำสวนและหาของป่า อีกทั้งพื้นที่มีประชากรอาศัยหลายเชื้อชาติทั้งไทย มอญ พม่า กะเหรี่ยง

การนำความหลากหลายทางวัฒนธรรมที่มีอยู่มาสานสร้างและส่งเสริมให้เกิดรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่และพื้นที่ใกล้เคียงและส่งเสริมให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวสร้างรายได้ให้กับประชาชนในการพัฒนาด้านเศรษฐกิจตลาดการค้าชายแดนโดยที่คุณลักษณะเฉพาะตัวเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้นๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่นและศาสนา อัตลักษณ์ยังแสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชน เกิดการยอมรับร่วมกันของชุมชนมีการปฏิบัติสืบต่อกันมาจนเกิดเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีพมีลักษณะเฉพาะของชุมชน นิรมล ชมหวาน (2557) จากเหตุผลที่ชุมชนชายแดนไทย-เมียนมาด่านบ้านพุน้ำร้อน เปิดเป็นจุดผ่านแดนถาวรและจุดผ่อนปรนทางการค้ากันย่อมจะมีปริมาณคนเข้ามาใช้บริการเป็นจำนวนมาก การเตรียมการด้านต่างๆจึงควรบริหารจัดการให้สอดคล้องกันไปด้วย รวมไปถึงภาคเศรษฐกิจการนำอัตลักษณ์ชุมชนไปสร้างเป็นอาชีพทำผลิตภัณฑ์จะเป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมให้เกิดประโยชน์ต่อภาคเศรษฐกิจชุมชนอีกด้วย

อาชีพเป็นสิ่งที่บุคคลทำเพื่อการดำรงชีพ โดยใช้ความรู้ ทักษะ และความสามารถของคนที่ได้รับจากการศึกษาและฝึกอบรม อาชีพคือการทำมาหากินของมนุษย์ เป็นการแบ่งหน้าที่การทำงานของคนในสังคม และทำให้ดำรงอาชีพในสังคมได้ บุคคลที่ประกอบอาชีพจะได้ค่าตอบแทน หรือรายได้ที่จะนำไปใช้จ่ายในการดำรงชีวิต และสร้างมาตรฐานที่ดีให้แก่ตนเอง ครอบครัว ชุมชน และประเทศชาติ ดังนั้นการส่งเสริมอาชีพจึงเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจ ก่อให้เกิดรายได้ และแก้ปัญหาการว่างงานของประชาชนที่ได้รับผลกระทบจากภาวะวิกฤตทางการเงิน เป็นกระบวนการพัฒนาเพื่อสร้างชุมชนให้เข้มแข็งและพึ่งตนเองได้ และเป็นอีกวิธีหนึ่งที่จะส่งเสริมให้ประชาชนได้เกิดกลุ่มอาชีพที่หลากหลาย มีการพึ่งพาอาศัยกันและกัน เกิดความสามัคคีขึ้นในหมู่คณะ และยังสามารถนำสินค้ามาจำหน่ายหรือแลกเปลี่ยนกันจะเป็นทุนหมุนเวียนในชุมชน และดึงให้ประชาชนในบริเวณใกล้เคียงมาใช้บริการหรืออุดหนุนร้านค้าในชุมชน สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลในการส่งเสริมให้กินของไทย ใช้ของไทย ซึ่งการดำเนินงานดังกล่าวจะเกิดประโยชน์แก่ประชาชนอย่างทั่วถึง และเท่าเทียมกันอันจะส่งผลให้การแก้ไขปัญหาในระดับเศรษฐกิจรากหญ้า

การส่งเสริมอาชีพเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจซึ่งตรงกับวางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2558: 3-6) ที่ยังคงให้ความสำคัญของการพัฒนาคนและท้องถิ่น เนื่องด้วยการเปลี่ยนแปลงพื้นที่ชนบทไปสู่ความเป็นเมืองมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เพื่อลดความแออัดของเมืองหลวงและเมืองหลัก ความจำเป็นในการลงทุนโครงสร้างพื้นฐาน การจัดการสาธารณะเพื่อรองรับการเติบโตของเมือง การใช้

ประโยชน์ทรัพยากรท้องถิ่นทั้งปัจจัยการผลิตและแรงงาน ภาคการค้า บริการและอุตสาหกรรม ตลอดจนเทคโนโลยี ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น และมีแนวโน้มเป็นสังคมพหุวัฒนธรรมมากขึ้น บทสรุปหนึ่งของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2553: 1-8) ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 11 พ.ศ. 2555-2559 มีการเน้นย้ำความสำคัญของการพัฒนาคนและท้องถิ่น ในยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศด้านหนึ่งที่ว่า การพัฒนาต้องควบคู่ไปกับการใช้อัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อให้เกิดคุณภาพและยั่งยืน และสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 8 พ.ศ.2555-2559 ที่ส่งเสริมให้เกิดการสร้างศักยภาพและความสามารถในการพัฒนาทางเศรษฐกิจ โดยพัฒนาองค์ความรู้และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ เพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนและส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ นำความรู้สร้างมูลค่าเพิ่มและเสริมคุณค่าการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (2555: 55-57) รวมถึงความสอดคล้องกับนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2558: ออนไลน์) ที่เริ่มดำเนินการตั้งแต่ปี 2558 สนับสนุนการพัฒนางานศิลปหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการสร้างอัตลักษณ์และการผลิตสินค้าในท้องถิ่น โดยพัฒนาและส่งเสริมอุตสาหกรรม ความคิดสร้างสรรค์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และนวัตกรรม

ผู้วิจัยในฐานะที่ศึกษาด้านการบริหารการอาชีวศึกษา สนใจในเรื่องการบริหารและจัดการเพื่อการส่งเสริมอาชีพ พื้นที่กลุ่มเป้าหมายคือชายแดน ด่านบ้านพุน้ำร้อน ตำบลบ้านเก่า อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ที่มีศักยภาพสามารถถ่ายทอดความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน ทั้งยังสนใจว่ารูปแบบส่งเสริมอาชีพ ดังกล่าวจะทำให้ทั้งภาครัฐ เอกชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชนควรจะต้องเป็นอย่างไร เพื่อรองรับการเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน และที่สำคัญอย่างยิ่งสามารถที่จะนำรูปแบบส่งเสริมอาชีพที่ทำการศึกษาลู่การพัฒนาศึกษาพื้นที่อื่นๆต่อไปได้อีกด้วย

คำถามการวิจัย

รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี มีคุณลักษณะที่เหมาะสมอย่างไร

ความมุ่งหมายของการวิจัย

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

3. เพื่อยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน
พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ด้านเนื้อหา

1.1 การส่งเสริมอาชีพ โดยการศึกษาเอกสาร การสังเกต และการสัมภาษณ์ จากผู้
ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพที่มีบริบทใกล้เคียงกับพื้นที่เป้าหมายและใช้การวิเคราะห์
เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อหาจุดสำคัญร่วมความสำเร็จในการประกอบอาชีพ

1.2 อัตลักษณ์ชุมชน โดยการศึกษาสภาพและความต้องการ เป็นข้อมูลอัตลักษณ์
และนำไปสู่กระบวนการออกแบบอัตลักษณ์ และสร้างผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์

1.3 ชุมชนชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี โดยการศึกษา
สภาพชุมชนชายแดน สถานที่สำคัญ เชื้อชาติ ศาสนา ภาษาและวัฒนธรรมท้องถิ่น และความเป็นพื้นที่
เขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ

2. ตัวแปรที่ศึกษา

ระยะพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนฯ

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ อัตลักษณ์ชุมชนฯ และรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ

ตัวแปรตาม ได้แก่ รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ ชายแดน
ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ระยะยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนฯ

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ตัวแปรตาม ได้แก่ ผลการยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

นิยามศัพท์เฉพาะ

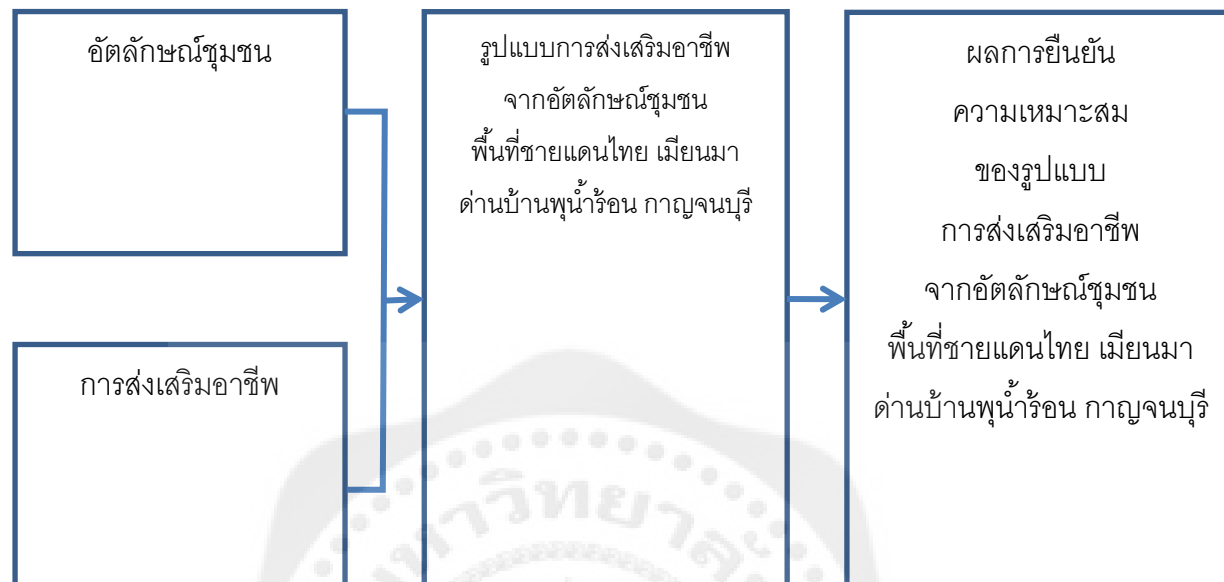
1. **รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ** หมายถึง ภาพแนวความคิดการสนับสนุนให้เกิดการประกอบอาชีพ โดยมีการวางแผน การบริหารจัดการ การดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอน และการประเมินผล

2. **อัตลักษณ์ชุมชน** หมายถึง การรวบรวมคุณลักษณะเฉพาะตัวของชุมชน จาก ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี ชายแดนไทย-เมียนมา จากปราชญ์ชาวบ้าน นักวิชาการ ผู้นำชุมชน ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ และไปพัฒนาการผลิตสร้างสรรค์งานเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ

3. **รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน** หมายถึง การวางแผน การบริหารจัดการ การดำเนินการอย่างเป็นขั้นตอน และการประเมินผล โดยอาศัยอัตลักษณ์ของชุมชนเป็นฐาน โดยที่อัตลักษณ์จะได้จากปราชญ์ชาวบ้าน นักวิชาการ ผู้นำชุมชน

4. **การยืนยันรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี** หมายถึง การนำรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จาก อัตลักษณ์ของชุมชนฯ ไปนำเสนอต่อที่ประชุม (Focus Group) โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ และ ประเมินผลเพื่อยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ โดยอัตลักษณ์ของชุมชนฯ

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี โดยจัดทำเป็นคู่มือส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนฯ
2. ทำให้ชุมชนในเขตพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี มีอาชีพทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน เช่น ชุดน้ำชา เสื้อผ้าที่ระลึก และแก้วน้ำเซรามิค เป็นต้น
3. เป็นแนวทางให้กับหน่วยงานบริหารส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาส่งเสริมอาชีพ
4. เป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมให้กับชุมชนอื่นๆต่อไป

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยเพื่อหารูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา บ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจากพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี เพื่อพัฒนารูปแบบฯและเพื่อยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. การพัฒนารูปแบบ
 - 1.1 ความหมายของรูปแบบ
 - 1.2 ประเภทของรูปแบบ
 - 1.3 องค์ประกอบของรูปแบบ
 - 1.4 ตัวอย่างของรูปแบบ
2. การส่งเสริมอาชีพ
 - 2.1 ความหมายของอาชีพ
 - 2.2 ทฤษฎีทางอาชีพ
 - 2.3 การปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice)
 - 2.4 การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR)
 - 2.5 ส่วนผสมทางการตลาด
3. อัตลักษณ์
 - 3.1 ความหมายของอัตลักษณ์
 - 3.2 การออกแบบกับอัตลักษณ์
 - 3.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์
4. ชายแดนไทย-เมียนมา บ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี
- 5.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 5.1 งานวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบ
 - 5.2 งานวิจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์
 - 5.3 งานวิจัยต่างประเทศ

การพัฒนารูปแบบ

1.1 ความหมายของรูปแบบ

ลอง แมน (Longman. 1981: 668) ให้ความหมายของ รูปแบบ ไว้ 3 ลักษณะ คือ

1. รูปแบบ หมายถึง สิ่งซึ่งเป็นแบบย่อส่วนของของจริง ซึ่งเท่ากับ แบบจำลอง
2. รูปแบบ หมายถึง สิ่งของหรือคนที่นำมาใช้เป็นแบบอย่างในการดำเนินการบางอย่าง เช่น

ครูต้นแบบ

3. รูปแบบ หมายถึง รุ่นของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน (2525: 965) ให้ความหมายไว้ว่ารูปแบบ หมายถึง รูปที่กำหนดขึ้นเป็นหลักหรือเป็นแนวซึ่งเป็นที่ยอมรับ

เยาวดี วิบูลย์ศรี (2536: 25) รูปแบบ คือ วิธีที่บุคคลใดบุคคลหนึ่งได้ถ่ายทอดความคิด ความเข้าใจ ตลอดจนจินตนาการของคนที่มาต่อปรากฏการณ์ หรือเรื่องราวใด ๆ ให้ปรากฏในลักษณะของการสื่อสารในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง รูปแบบจึงเป็นแบบจำลองในลักษณะเลียนแบบ หรือเป็นตัวแบบที่ใช้เป็นแบบอย่างเป็นแผนผังหรือแบบแผนของการดำเนินการอย่างใดอย่างหนึ่งต่อเนื่องด้วยความสัมพันธ์เชิงระบบ

บุญชม ศรีสะอาด (2533: 19) รูปแบบ คือ โครงสร้างที่แสดงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบที่มีในปรากฏการณ์ธรรมชาติ หรือในระบบต่างๆ หมายถึงแบบจำลองอย่างง่าย หรือย่อส่วนของปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่ผู้เสนอรูปแบบดังกล่าวได้ศึกษาและพัฒนาขึ้นมา เพื่อแสดงหรืออธิบายปรากฏการณ์ให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น

สุบรรณ พันธ์วิศวาส และชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ (2522: 22-23) รูปแบบคือ การย่อหรือเลียนแบบความสัมพันธ์ที่ปรากฏอยู่ในโลกแห่งความเป็นจริงของปรากฏการณ์ใดปรากฏการณ์หนึ่งโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยในการจัดระบบความคิดในเรื่องนั้นให้เข้าใจได้ง่ายขึ้นและเป็นระเบียบ

กูด (Good. 1973: 25) รูปแบบ คือ แบบอย่างของสิ่งใดสิ่งหนึ่งเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างหรือทำซ้ำเป็นตัวอย่างเพื่อการเลียนแบบ เป็นแผนภูมิหรือรูปสามมิติซึ่งเป็นตัวแทนของสิ่งใดสิ่งหนึ่งหรือหลักการหรือแนวคิด เป็นชุดของปัจจัยหรือตัวแปรที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ซึ่งรวมกันเป็นตัวอย่างประกอบและเป็นสัญลักษณ์ทางระบบสังคม

ฮาเซอร์ (Hausser. 1980: 132-161) กล่าวว่า รูปแบบ คือสิ่งที่ออกแบบมาเพื่อแสดงถึงองค์ประกอบและกระบวนการตรวจสอบความแตกต่างระหว่างความสัมพันธ์ในเชิงทฤษฎีกับปรากฏการณ์จริง

อุทุมพร จามรมาน (2537: 122) รูปแบบ คือ รูปแบบต้นแบบที่ถูกต้องแบบจำลองแบบแผน
 ทิศนา แหมมณี (2551: 38) รูปแบบ คือ รูปธรรมของความคิดที่เป็นนามธรรมซึ่งบุคคลแสดง
 ออกมาในลักษณะใดลักษณะหนึ่งเช่นเป็นคำอธิบายเป็นแผนผังไดอะแกรมหรือแผนภาพเพื่อช่วยให้
 ตนเองและบุคคลอื่นสามารถเข้าใจได้ชัดเจนขึ้น รูปแบบจึงเป็นเครื่องมือทางความคิดที่บุคคลใช้ในการ
 สืบเสาะหาคำตอบความรู้ความเข้าใจในปรากฏการณ์ทั้งหลาย

दनัย เทียนพุด (2556: 20) กล่าวว่ารูปแบบเป็นการบรรยายหรือกำหนดความเชื่อมโยงของสิ่ง
 ที่เป็นกฎเกณฑ์สำคัญสำหรับทำความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ความรู้ของธุรกิจ

สรุปได้ว่า รูปแบบ คือ ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและพัฒนาขึ้น
 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อช่วยในการจัดระบบความคิดในเรื่องการส่งเสริมอาชีพชุมชนให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น
 และเป็นระเบียบ โดยแสดงเป็นการบรรยาย หรือกำหนดความเชื่อมโยง หรืออธิบายปรากฏการณ์ให้
 เข้าใจได้ง่ายขึ้น

1.2 ประเภทของรูปแบบ

เจ คีฟ (Keeves John. 1997: 561-562) แบ่งประเภทของรูปแบบทางการศึกษาและ
 สังคมศาสตร์ และพัฒนากำหนดรูปแบบทางการศึกษาเป็น 5 ประเภท คือ

1. รูปแบบเชิงเปรียบเทียบ (Analogue Model) เป็นรูปแบบที่ใช้การอุปมาอุปมัย
 เทียบเคียงปรากฏการณ์ที่เป็นรูปแบบ ซึ่งสร้างความเข้าใจในปรากฏการณ์ที่เป็นนามธรรม
2. รูปแบบเชิงข้อความ (Semantic Model) เป็นรูปแบบที่ใช้ภาษาเป็นสื่อในการบรรยาย
 หรืออธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาด้วยภาษา แผนภูมิ หรือรูปภาพ เพื่อให้โครงสร้างทางความคิด
 องค์ประกอบ และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของปรากฏการณ์นั้น ๆ และใช้ข้อความในการอธิบาย
 เพื่อให้เกิดความกระจ่างมากขึ้น
3. รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ (Mathematical Model) เป็นรูปแบบที่ใช้สมการทาง
 คณิตศาสตร์เป็นสื่อในการแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่างๆ รูปแบบประเภทนี้มักนิยมใช้กันทั้งใน
 สาขาจิตวิทยาและศึกษาศาสตร์ รวมทั้งการบริหารการศึกษา
4. รูปแบบเชิงสาเหตุ (Causal Model) เป็นรูปแบบที่พัฒนามาจากเทคนิคที่เรียกว่า
 เทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง ในการศึกษาด้านพันธุศาสตร์ รูปแบบเชิงสาเหตุทำให้สามารถศึกษา
 รูปแบบเชิงข้อความที่มีตัวแปรสลับซับซ้อนได้
5. รูปแบบเชิงแผนผัง (Schematic Model) เป็นความคิดที่แสดงออกผ่านทางแผนผัง
 แผนภาพไดอะแกรมกราฟ เป็นต้น

ศิริชัย กาญจนวาสี (2545: 89) ได้แบ่งประเภทของรูปแบบจากวิธีการนำเสนอแนวคิดของรูปแบบตามการกระทำได้ 3 ลักษณะ ได้แก่

1. รูปแบบเชิงบรรยาย เป็นการนำเสนอโดยใช้การบรรยายระบุถึงหลักการหรือตัวแปร และมีคำอธิบายถึงปรากฏการณ์ด้วยคำบรรยายความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิด หลักการ หรือตัวแปร เหล่านั้น

2. รูปแบบเชิงรูปภาพ เป็นการนำเสนอโดยใช้รูปภาพ หรือสัญลักษณ์จำลองแสดงถึงแนวคิด หลักการ หรือตัวแปร และลากเส้นโยงความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิด หลักการ หรือตัวแปร เหล่านั้น

3. รูปแบบเชิงคณิตศาสตร์ เป็นการนำเสนอโดยใช้สัญลักษณ์แทนแนวคิด หลักการ หรือตัวแปร และใช้ฟังก์ชันคณิตศาสตร์เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิด หลักการ หรือตัวแปร เหล่านั้น

ทิพวรรณ เตมียกุล (2545: 13) ได้จำแนกชนิดรูปแบบเป็น 4 ชนิดคือ

1. รูปแบบที่ยึดกฎเกณฑ์เป็นรูปแบบที่มีระเบียบใช้เป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา
2. รูปแบบที่ใช้พรรณนาเป็นรูปแบบที่ใช้บรรยายสิ่งที่เป็นอยู่ว่ามีลักษณะเช่นไร
3. รูปแบบที่มีตัวตนเป็นรูปแบบที่ตัวตนสามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน
4. รูปแบบที่ไม่มีตัวตนเป็นรูปแบบที่ต้องจินตนาการ

สมิธ (Smith, 1997: 90) ได้จำแนกประเภทของรูปแบบออกได้ดังนี้

1. รูปแบบเชิงกายภาพ (Physical Model) ได้แก่

1.1 รูปแบบคล้ายจริง (Iconic Model) มีลักษณะคล้ายของจริงจะต้องสร้างรูปแบบเท่าของจริงขึ้นมาก่อน เพื่อผลิตสินค้าขึ้น

1.2 รูปแบบเหมือนจริง (Analog Model) มีลักษณะคล้ายปรากฏการณ์จริง

2. รูปแบบเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Model) ได้แก่

2.1 รูปแบบข้อความ (Verbal Model) หรือรูปแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Model)

2.2 รูปแบบทางคณิตศาสตร์ (Mathematical Model) หรือรูปแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Model)

दनัย เทียนพุด (2555: 20) กล่าวว่า รูปแบบมีคุณลักษณะดังนี้

1. ความเป็นระบบ (Systematic)
2. ระบบเปิด (Open)
3. พลวัต (Dynamic)

4. มีลักษณะทำให้เหมาะได้ (Adaptive)

5. เป็นนวัตกรรม (Innovation)

ดนัย เทียนพุฒ (2555: 267-300) กล่าวเพิ่มว่ารูปแบบโมเดลทางความคิดประกอบด้วย

1. การศึกษาปรากฏการณ์หรือเหตุการณ์ (Events) จนกระทั่งสร้างเป็นรูปแบบของ

เหตุการณ์ (Pattern of Events)

2. หลังจากนั้นจึงกำหนดโครงสร้างความคิด ในรูปแบบสมการที่เป็นความสัมพันธ์ของตัวแปร

3. นำโครงสร้างทางความคิดไปตรวจสอบกับข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption) ของ

องค์กร/ธุรกิจ

4. จำลองรูปแบบโมเดลในลักษณะต่อไปนี้

4.1 เป็นสมมติฐาน (Hypothesis) เกี่ยวกับความสัมพันธ์ของตัวแปร

4.2 พาราไดม์ (Paradigm) ที่มีความเชื่อ คุณค่าที่ยึดปฏิบัติ และได้รับการ

ยอมรับ

4.3 กรอบความคิด (Conceptual Framework) ที่ใช้ในการอธิบายถึงความ

เชื่อมโยงทั้งหมดที่ต้องการศึกษาหาความจริง เช่น ปัญหา จุดประสงค์ การทบทวนวรรณกรรม ระเบียบวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์

5. การทดสอบซ้ำในสถานการณ์จริง หากผลการทดสอบเป็นจริงน้อยครั้ง โครงสร้างทางความคิดที่จำลองขึ้นเป็นรูปแบบนั้นเป็นรูปแบบประสบการณ์ แต่ถ้าเป็นจริงทุกครั้งก็พัฒนาเป็นรูปแบบทางทฤษฎีที่ยอมรับโดยทั่วไป

6. รูปแบบทางความคิดของธุรกิจเป็นผลได้จากขั้นที่ 5 ซึ่งอาจเป็นโมเดลทางประสบการณ์ (ไม่สามารถใช้ได้ทั่วไป) หรืออาจเป็นรูปแบบทางทฤษฎีที่สามารถทดสอบซ้ำ และใช้ได้ทั่วไป

สรุป ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้ประเภทของรูปแบบที่อธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษา โดยวัตถุประสงค์คือการส่งเสริมอาชีพ รูปแบบที่ใช้มีแนวโน้มใช้การอธิบายปรากฏการณ์ที่ศึกษาด้วยภาษา แผนภูมิ หรือรูปภาพ เพื่อให้โครงสร้างทางความคิดองค์ประกอบ และความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของปรากฏการณ์นั้น ๆ และใช้ข้อความในการอธิบายเพื่อให้เกิดความกระจ่างมากขึ้น

1.2 องค์ประกอบของรูปแบบ

คีฟส์ (Keeves John. 1997: 386-387) กล่าวว่ารูปแบบโดยทั่วไปจะมีองค์ประกอบที่สำคัญ ดังนี้

1. รูปแบบจะต้องนำไปสู่การทำนาย (Prediction) ผลที่ตามมาซึ่งสามารถพิสูจน์ทดสอบได้ กล่าวคือ สามารถนำไปสร้างเครื่องมือเพื่อไปพิสูจน์ทดสอบได้
2. โครงสร้างของรูปแบบจะต้องประกอบด้วย ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ (Causal Relationship) ซึ่งสามารถใช้อธิบายปรากฏการณ์/เรื่องนั้นได้
3. รูปแบบจะต้องสามารถช่วยสร้างจินตนาการ (Imagination) ความคิดรวบยอด (Concept) และความสัมพันธ์ (Interrelations) รวมทั้งช่วยขยายขอบเขตของการสืบเสาะความรู้
4. รูปแบบควรจะประกอบด้วยความสัมพันธ์เชิงโครงสร้าง (Structural Relationships) มากกว่า ความสัมพันธ์เชิงเชื่อมโยง (Associative Relationships)

บราวน์ (Brown. 1980: 16-17) ที่ได้สังเคราะห์รูปแบบขึ้นมาจากแนวคิดเชิงระบบ (System Approach) กับหลักการบริหารตามสถานการณ์ (Contingency Approach) โดยองค์ประกอบตามรูปแบบของ Brown; & Moberg ประกอบด้วย

1. สภาพแวดล้อม (Environment)
2. เทคโนโลยี (Technology)
3. โครงสร้าง (Structure)
4. กระบวนการจัดการ (Management process)
5. การตัดสินใจสั่งการ (Decision making)

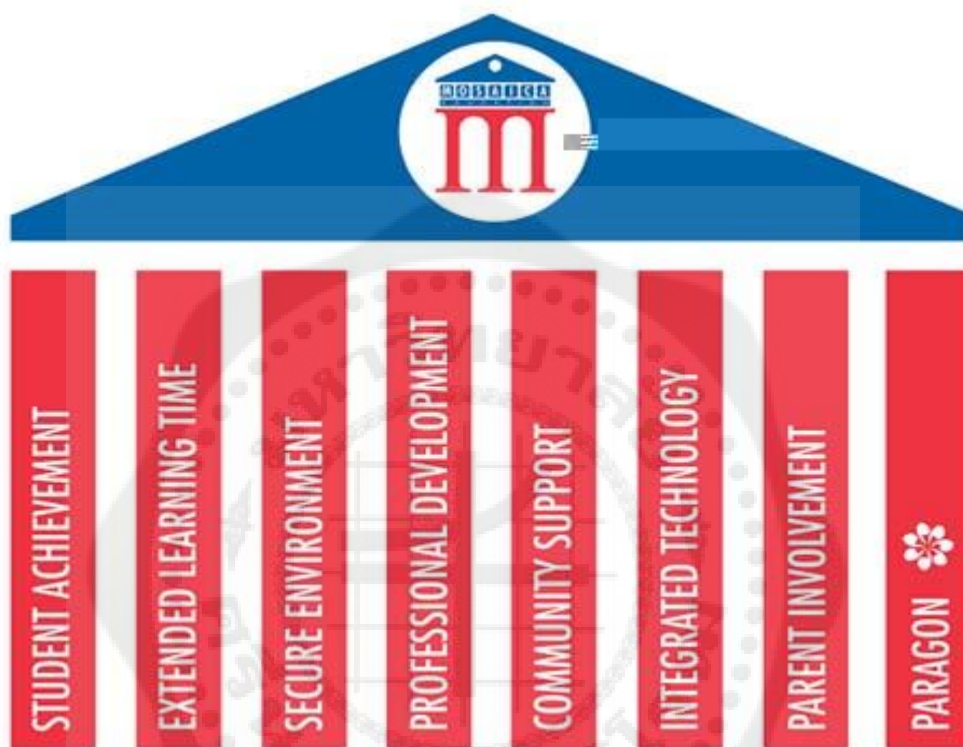
ทิพวรรณ เตมียกุล (2545: 15) กล่าวว่า องค์ประกอบของรูปแบบประกอบด้วย

1. ส่วนประกอบ เป็นส่วนหนึ่งของระบบซึ่งถูกกำหนดขึ้นจากการกระทำต่างๆ เพื่อแสดงผลลัพธ์ของระบบ
2. ตัวแปร เป็นคุณสมบัติที่กำหนดซึ่งของระบบภายใต้เงื่อนไขต่างๆ กัน ซึ่งอาจจำแนกได้หลายชนิด พารามิเตอร์เป็นคุณสมบัติของระบบ
3. ฟังก์ชันความสัมพันธ์เป็นฟังก์ชันที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างพารามิเตอร์และตัวแปรต่างๆ ในระบบ ซึ่งบอกถึงพฤติกรรมของระบบนั้น

อัมพร พงษ์กังสนนันท์ (2550: 179-180) ทำการพัฒนารูปแบบการจัดการศึกษานอกระบบ ในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อส่งเสริมการศึกษาตลอดชีวิต พบว่ารูปแบบมีองค์ประกอบ 8 ส่วน คือ ปรัชญาและหลักการจัดการศึกษา, หลักสูตร, การจัดการเรียนรู้, การประเมินผลการเรียนรู้, การเทียบโอนความรู้และประสบการณ์, การบริหารจัดการศึกษา, กลุ่มเป้าหมาย, และการมีส่วนร่วม

สรุป องค์ประกอบของรูปแบบเป็น โครงสร้างกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กันของตัวแปรต่างๆ ดังนั้นรูปแบบการส่งเสริมอาชีพมีองค์ประกอบ คือ 1) การวางแผน 2) การบริหารการจัดการ 3) การดำเนินการตามแผน และ 4) การประเมินผล

1.3 ตัวอย่างของรูปแบบ



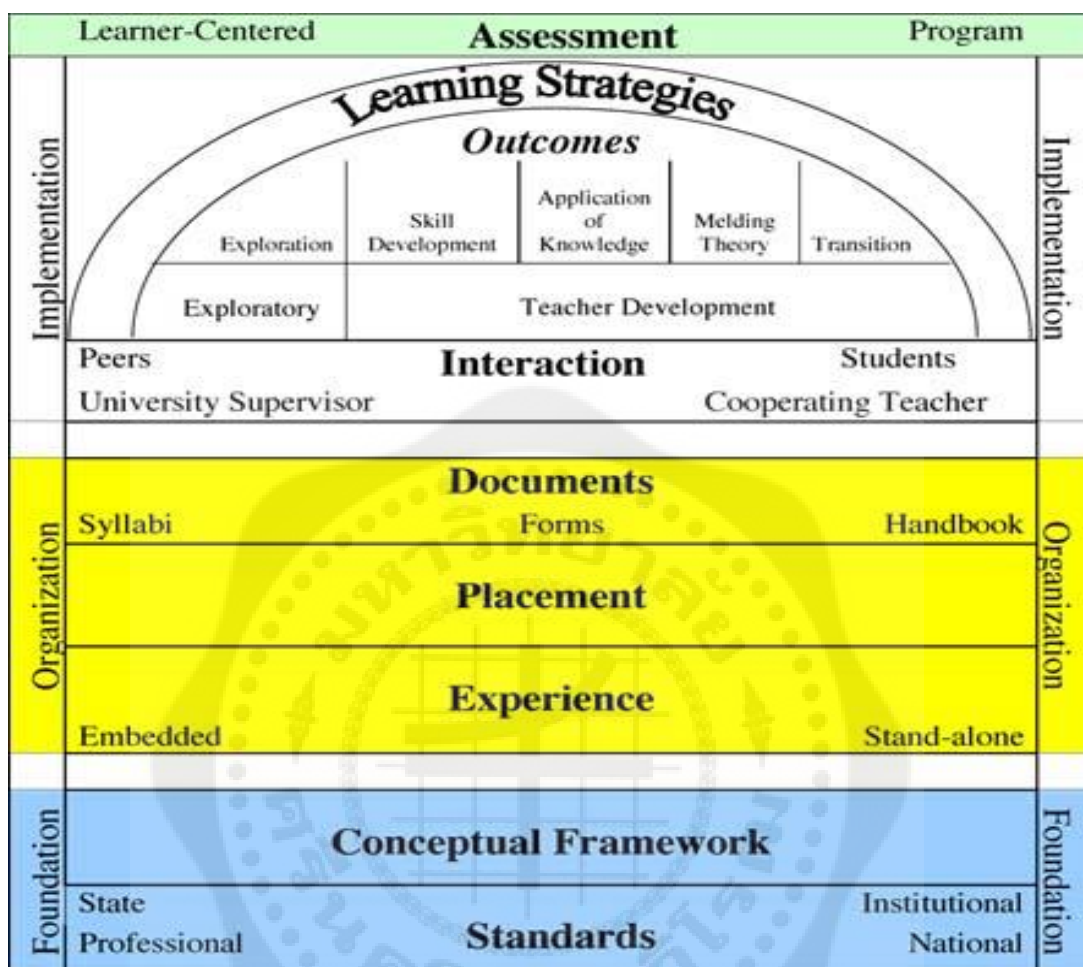
ภาพประกอบ 1 Mosaica Model

ที่มา: <http://mosaicaeducation.com/mosaica-model/>

จากภาพประกอบ 1 Mosaica Model แยกย่อยหัวข้อองค์ประกอบรูปแบบได้ตามนี้

1. การตั้งเป้าหมายในการเรียนของนักเรียน (Student Achievement)
2. การเพิ่มเวลาการเรียนรู้ (Extended Learning Time)
3. สภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยเพื่อการเรียนรู้ (Secure Environment)
4. การพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ (Professional Development)
5. การมีส่วนร่วมของชุมชน ในการร่วมมือในทุกๆด้าน (Community Support)
6. การนำเทคโนโลยีเข้ามาผสมผสานเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ (Integrated Technology)
7. การมีส่วนร่วมจากผู้ปกครอง (Parent Involvement)

8. การจัดตัวอย่างที่ดีเพื่อให้เกิดเป้าหมายและแรงบันดาลใจ (Paragon)



ภาพประกอบ 2 Model for Early Field Experiences in Teacher Education

ที่มา: <https://ejournals.lib.vt.edu/JCTE/article/view/469/638>

ภาพประกอบ 2 รูปแบบต้นแบบในการฝึกงานภาคสนามของการเรียนวิชาชีพครู (Model for Early Field Experience in Teacher Education) แยกออกเป็น 3 องค์ประกอบหลัก

องค์ประกอบที่ 1 ส่วนของการส่งเสริมสนับสนุนการเรียนการสอน (Implementation) ศูนย์การเรียนรู้ / การประเมินผล / แผนงาน (Learner-Centered / Assessment / Program) ต้องมีองค์ประกอบดังนี้

1.1 ยุทธศาสตร์และแผนการเรียนรู้ (Learning Strategies) ที่ครอบคลุมเนื้อหาต่างๆเพื่อให้ได้มาซึ่งผลสำเร็จของการเรียน

1.1.1 การตรวจสอบ สืบหาข้อมูล (Exploration)
 1.1.2 การพัฒนาความสามารถ (Skill development)
 1.1.3 การใช้สติปัญญาในการประยุกต์ความรู้ต่าง ๆ มาใช้งาน (Application of Knowledge)

1.1.4 การผสมผสานทฤษฎีและหลักความรู้ต่างๆ (Melding Theory)

1.1.5 การเปลี่ยนผ่านทางข้อมูล การประมวลความรู้ (Transition)

1.1.6 เซึ่งการตรวจสอบ (Exploratory)

1.1.7 การพัฒนาด้านการสอนของอาจารย์ (Teacher development)

1.2 การแลกเปลี่ยนทางความคิด / การโต้ตอบทางการเรียนรู้ระหว่างผู้สอนและผู้เรียน (Interaction) สามารถแยกองค์ประกอบหลักได้เป็น 4 ส่วน คือ

1.2.1 ตัวเปรียบเทียบโดยใช้คนที่มีตำแหน่งหรือฐานะที่เท่าเทียมกันในการชี้วัด (Peers)

1.2.2 นักเรียน นักศึกษา (Student)

1.2.3 ที่ปรึกษาทางด้านวิชาการจากมหาวิทยาลัย (University Supervisor)

1.2.4 อาจารย์ผู้ช่วยสอน (Cooperating Teacher)

องค์ประกอบที่ 2 ส่วนขององค์กร (Organization)

2.1 Documents / Forms เอกสารแบบฟอร์มต่างๆที่ว่าด้วยเรื่องของหลักสูตร (Syllabi) และคู่มือการเรียนรู้ (Handbook)

2.2 การวางเนื้อหา (Placement) การวางตำแหน่งที่ถูกต้องเหมาะสม

2.3 ประสบการณ์ ความชำนาญ (Experience) ที่เกิดมาจากการถูกบรรจุข้อมูลเนื้อหาลงไป (Embedded) และประสบการณ์ตรงที่ได้จากความสามารถในการจัดการโดยลำพัง (Stand-alone)

องค์ประกอบที่ 3 ส่วนของการสร้างรากฐานให้สถาบัน/องค์กร (Foundation) ที่แยกออกเป็นสองส่วนสำคัญคือ

3.1 การกำหนดเค้าโครงที่เป็นกรอบทางความคิดขององค์กร (Conceptual Framework)

3.2 การสร้างมาตรฐานองค์กร (Standards) จาก ข้อกำหนด (State), ความเชี่ยวชาญในแต่ละสาขาวิชาชีพ (Professional) ในระดับมหาวิทยาลัย (Institutional) และระดับชาติ (National)

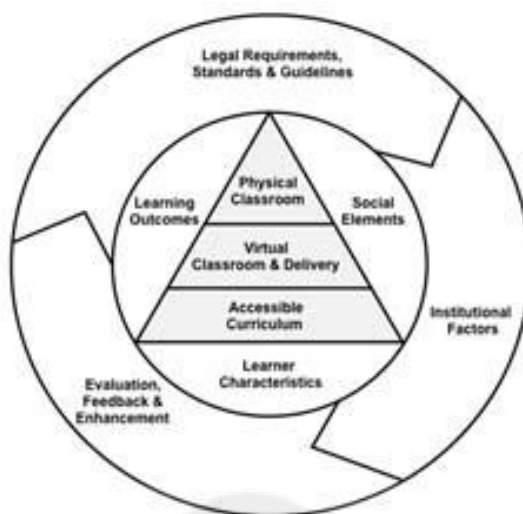


ภาพประกอบ 3 Model of Pedagogy

ที่มา: <https://olrcurriculum.wordpress.com/2013/03/05/model-of-pedagogy/>

ภาพประกอบ 3 รูปแบบการสอน (Model of Pedagogy) ของ Catholic Education Archdiocese of Brisbane แยกองค์ประกอบโมเดลออกเป็น 5 ส่วนหลักดังนี้

- 3.1 การพุ่งเป้าไปที่ผู้เรียนและกระบวนการเรียนรู้ของนักศึกษา (Focus on Learners and their learning)
- 3.2 การสร้างเป้าหมายที่ชัดเจนในการเรียนและการสร้างเกณฑ์วัดความสำเร็จ (Establish clear learning intention and success criteria)
- 3.3. การกระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้ที่หลากหลาย การสร้างความร่วมมือในการสร้างโอกาสในการเรียนรู้ (Activate multiple ways of knowing, interacting and opportunities for constructing knowledge)
- 3.4 การให้การตอบรับ, ให้การตอบสนองที่มีส่วนช่วยกระตุ้นให้การเรียนรู้มีความก้าวหน้า (Respond with feedback that moves learning forward)
- 3.5 การประเมินค่าการเรียนรู้ของนักเรียน โดยผู้สอนต้องเป็นผู้ช่วยกระตุ้นนักเรียนให้เกิดการเรียนรู้และชี้แนะหาหนทางให้เกิดการเรียนรู้ด้านอื่นๆ (Evaluate learning with students as activators of their own learning and resources for others' learning)



ภาพประกอบ 4 The VI using Virtual IT Discovery (VIVID) model (Permvattana, 2012)

ที่มา: <https://www.w3.org/WAI/RD/2013/e-learning/paper1>

ภาพประกอบ 4 รูปแบบการใช้งานภาวะเสมือนจริงที่จำลองโดยเทคนิคคอมพิวเตอร์เพื่อผู้เรียนที่มีปัญหาทางสายตา The VI (Visually Impaired) Using Virtual IT Discovery (VIVID) Model (Permvattana 2012) มีองค์ประกอบหลักในการสร้างหัวข้อโมเดลคือ

- 4.1 ข้อกำหนดมาตรฐานทางกฎหมายและแนวทางเสนอแนะ (Legal requirement standards and Guidelines)
- 4.2 ปัจจัย/ข้อกำหนดของสถาบันการศึกษา (Institutional Factors)
- 4.3 การประเมินผลและการพัฒนาเพิ่มพูนองค์ความรู้ (Evaluation Feedback and Enhancement)

ปัจจัยภายนอกแยกย่อยที่มีผลกับการกำหนดรูปแบบการเรียนรู้มี 3 ประการคือ

1. ผลจากการเรียนรู้ (Learning Outcome)
2. องค์ประกอบทางสังคม (Social Elements)
3. บุคลิก ลักษณะของผู้เรียน (Learner Characteristics)

ส่งผลให้เกิดลักษณะที่ชัดเจนในการนำไปประยุกต์ใช้งานจริงกับ

1. ห้องเรียนทางกายภาพ (Physical classroom)
2. ห้องเรียนเสมือนจริงและการถ่ายทอดข้อมูล (Virtual Classroom and Delivery)
3. การเข้าถึงหลักสูตรและเนื้อหาการเรียนรู้ (Accessible Curriculum)



ภาพประกอบ 5 PTTs Security, Safety, Health and Environment (SSHE) model

ที่มา: <http://www.pttplc.com/en/Sustainability/PTT-Sustainability/SSHE/Pages/SSHE-Management-Standards.aspx>

ภาพประกอบ 5 รูปแบบระบบรักษาความปลอดภัย และความปลอดภัยในสุขภาพและสิ่งแวดล้อม (PTTs Security, Safety, Health and Environment (SSHE) Model) หัวใจหลักของโมเดลนี้คือ กระบวนการพัฒนาที่มีความต่อเนื่องเพื่อให้เกิดผลที่มีประสิทธิภาพในองค์กร ของการปิโตรเลียมแห่งประเทศไทย แยกออกเป็น 6 หัวข้อหลักดังนี้

5.1 นโยบายขององค์กรและผู้นำองค์กร (Policy and Leadership)

5.1.1 นโยบายที่ชัดเจน (Policy)

5.1.2 ผู้นำที่มีคุณภาพและสามารถเข้าถึงได้ (Visible Leadership)

5.1.3 ระบบการบริหารจัดการที่มีคุณภาพ (Management review)

5.2 การวางแผนความเสี่ยงและข้อกำหนดความต้องการ (Planning Risks and Requirement)

5.2.1 การประเมินค่าและบริหารจัดการความเสี่ยง (Risk assessment and Management)

5.2.2 ข้อกำหนดและข้อกำหนดอื่นๆ (Legal and Other requirement)

5.2.3 สินทรัพย์และโครงการใหม่ๆ (New Assets / Projects)

5.2.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการกำหนดขอบข่ายความรับผิดชอบของผลิตภัณฑ์ที่อาจส่งผล ต่อคนและสิ่งแวดล้อม (R&D and Product Responsibility)

5.3 วิศวกรรมการผลิต, กระบวนการผลิตและการบำรุงรักษา (Engineered Ring, Operations and Maintenance)

5.3.1 การออกแบบโรงงาน, โครงสร้างอาคารและการทดสอบการใช้งานของระบบต่างๆ (Facility Design, Construction and Commissioning)

5.3.2 ความปลอดภัยของบุคลากรและสิ่งก่อสร้าง (Security of Personnel and Assets)

5.3.3 ระบบปฏิบัติการซึ่งควบคุมการทำงานด้วยคอมพิวเตอร์ (Operating Procedures)

5.3.4 การผสมผสานทางวิศวกรรมเครื่องกล (Mechanical Integrity)

5.3.5 ผู้ติดต่อประสานงานและผู้ผลิตที่เกี่ยวข้อง (Contractors and Suppliers)

5.3.6 การบริหาร ควบคุมสถานะการเปลี่ยนแปลง (Management of Change)

5.3.7 การเตรียมความพร้อมกับการฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นได้และการตอบสนองของกระบวนการ (Emergency Preparedness and Response)

5.4 การควบคุมติดตามดูแลการปฏิบัติการและพัฒนาของระบบ (Performance Monitoring and Improvement)

5.4.1 การบริหารค่าใช้จ่าย (Incident Management)

5.4.2 ปัจจัยชี้วัดสมรรถภาพของระบบ (Key Performance Indicator)

5.4.3 การตรวจสอบและประเมินผล (Inspections and Audits)

5.4.4 การวางแผนและตั้งเป้าหมายทางธุรกิจ (Objectives, Targets and Business Planning)

5.5 ทรัพยากรและองค์กร (Resources and Organization)

5.5.1 ทรัพยากรด้านต่างๆ (Resources)

5.5.2 โครงสร้างระบบ บทบาท และภาวะความรับผิดชอบ (Structure, Roles and Accountability)

5.5.3 สมรรถนะความสามารถของระบบและการฝึกฝนในการจัดการ (Competency and training)

5.6 (Culture, Communications and Information) วัฒนธรรม, การสื่อสารและ ประชาสัมพันธ์

5.6.1 สัญญาการว่าจ้างกับลูกจ้าง, พฤติกรรมและวัฒนธรรมองค์กร (Employee Engagement, Behavior and Culture)

5.6.2 การประสานงาน การสื่อสารภายในองค์กร (Internal Communication)

5.6.3 การติดต่อประสานงานภายนอกองค์กร (External Communication)

5.6.4 ระบบการจัดเก็บเอกสารและข้อมูลที่มีประสิทธิภาพ (Documentation and Record Keeping)

สรุปได้ว่า รูปแบบ เป็นความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและพัฒนาขึ้นมา เพื่อแสดงหรืออธิบายปรากฏการณ์ให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น มีการแบ่งประเภทของรูปแบบจะขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการอธิบายรูปแบบนั้นๆ เพื่อการหาคำตอบในและปรากฏการณ์ที่ต้องการ องค์ประกอบของรูปแบบเป็น โครงสร้างกระบวนการที่มีความสัมพันธ์กันของตัวแปรต่างๆ ดังนั้น จึงกล่าวได้ว่า วัตถุประสงค์ของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ คือการพัฒนาอาชีพเพื่อให้บุคคลมีงานทำ และมีองค์ประกอบ คือ การวางแผน กระบวนการบริหารการจัดการ การดำเนินการ และการประเมินผล

การส่งเสริมอาชีพ

2.1 ความหมายของอาชีพ

อาชีพ หมายถึงสิ่งที่บุคคลกระทำเพื่อการดำรงชีพ โดยใช้ความรู้ ทักษะ และความสามารถ ของตนที่ได้รับจากการศึกษาและฝึกอบรม อาชีพ คือการทำมาหากินของมนุษย์ เป็นการแบ่งหน้าที่ การทำงานของคนในสังคมและทำให้ดำรงอาชีพในสังคมได้ ความจำเป็นของการประกอบอาชีพมีดังนี้

1. เพื่อตนเอง การประกอบอาชีพทำให้มีรายได้มาจับจ่ายใช้สอยในชีวิต
2. เพื่อครอบครัว ทำให้สมาชิกของครอบครัวได้รับการเลี้ยงดูทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
3. เพื่อชุมชน ถ้าสมาชิกในชุมชนมีอาชีพและมีรายได้ดีจะส่งผลให้สมาชิกมีความเป็นอยู่ดี ขึ้น อยู่ดีกินดี ส่งผลให้ชุมชนเข้มแข็งและพัฒนาตนเองได้
4. เพื่อประเทศชาติ เพื่อประชากรของประเทศมีการประกอบอาชีพที่ดี มีรายได้ดี ทำให้มี รายได้ที่เสียภาษีให้กับรัฐบาลมีรายได้ไปใช้บริหารประเทศต่อไป

สรีรา พันธุ์พรม(2544) ได้ให้ความหมายว่าอาชีพเป็นการทำมาหากิน ทำธุรกิจ ตามความชอบ หรือความถนัด ได้คำตอบแทนเป็นค่าจ้าง หรือ เงินเดือน ประชาชนในประเทศที่สามารถมีอาชีพเป็น หลักถือได้ว่าเป็นตัวบ่งชี้ให้เห็นถึง ความเจริญก้าวหน้าและพัฒนาประเทศได้

อาชีพที่มีส่วนร่วมพัฒนาประเทศ สามารถแบ่งออกเป็น 8 ประเภท คือ

1. อาชีพเกษตรกรรม (Agriculture) เป็นอาชีพหลักของคนไทยมาเป็นเวลาช้านาน ได้แก่ การทำสวน การทำนา ทำไร่ การประมง การเลี้ยงสัตว์ และการป่าไม้
2. อาชีพเหมืองแร่ (Mineral) เกี่ยวข้องกับการดำเนินกิจกรรม การขุดเจาะนำเอาทรัพยากรธรรมชาติต่าง ๆ มาใช้ เช่น ถ่านหิน ดีบุก น้ำมัน และปูนซีเมนต์ ฯลฯ
3. อาชีพอุตสาหกรรม (Manufacturing) เป็นการดำเนินกิจกรรมทางด้านการผลิตและบริการทั่วๆ ไปทั้งอุตสาหกรรมขนาดย่อม และขนาดใหญ่
4. อาชีพก่อสร้าง (Construction) เป็นการดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการสร้างอาคาร ที่อยู่อาศัย ถนน สะพาน เขื่อน ฯลฯ
5. อาชีพพาณิชยกรรม (Commercial) เป็นการดำเนินกิจกรรมเกี่ยวกับการตลาด การจำหน่ายสินค้าปลีก และสินค้าส่ง
6. อาชีพการเงิน (Financial) การดำเนินกิจกรรมที่ส่งเสริมให้ธุรกิจต่างๆ คล่องตัวมากยิ่งขึ้น ให้ความช่วยเหลือและการลงทุน ได้แก่ ธนาคารต่างๆ
7. อาชีพบริการ (Services) เป็นการดำเนินกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ในการอำนวยความสะดวกสบาย เป็นการขนส่ง การสื่อสาร การโรงแรมท่องเที่ยว โรงพยาบาล โรงภาพยนตร์ ภัตตาคาร ร้านอาหาร สถานบันเทิงต่างๆ ฯลฯ
8. อาชีพอื่นๆ เป็นอาชีพที่นอกเหนือจากอาชีพดังกล่าวข้างต้น ได้แก่ อาชีพอิสระต่างๆ เช่น แพทย์ ครู วิศวกร สถาปนิก จิตรกร ประติมากร เป็นต้น

เดอ เซนไซและรอบบิน (1994) ได้กล่าวว่า อาชีพ (Career) หมายถึง สิ่งที่บุคคลกระทำเพื่อการดำรงชีวิต โดยใช้ความรู้ ทักษะ และความสามารถของตนที่ได้รับจากการศึกษาและฝึกอบรม เช่น อาชีพแพทย์ พยาบาล นักวิทยาศาสตร์ ช่างไฟฟ้า ช่างไม้ เป็นต้น แต่ในที่นี้จะให้ความหมายของคำว่าอาชีพ คือ ลำดับของตำแหน่งซึ่งบุคคลดำรงอยู่ภายในช่วงชีวิตของเขา”

สรุป อาชีพ เป็นรูปแบบการดำรงชีพในสังคมมนุษย์ปัจจุบัน อาชีพเป็นหน้าที่ของบุคคลในสังคม โดยสามารถแบ่งตามประเภทและตามเป้าหมาย โดยใช้ความรู้ ทักษะ และความสามารถของคนที่ได้รับจากการศึกษาและฝึกอบรม

2.2 ทฤษฎีทางอาชีพ

วัชร ทรัพย์มี (2544: 120) ได้พัฒนาทฤษฎีพัฒนาการด้านอาชีพ โดยมีหลักการดังนี้คือ

1. พัฒนาการด้านอาชีพเป็นกระบวนการต่อเนื่องและมีการเปลี่ยนแปลงได้เนื่องจากความสนใจในอาชีพ ความสามารถของบุคคล สภาพที่บุคคลดำรงชีวิตและการทำงาน ความรู้สึกนึกคิดที่มีต่อ

ตนเอง เปลี่ยนแปลงไปตามเวลาและประสบการณ์ การเลือกและการปรับตัวในอาชีพจึงเป็นกระบวนการต่อเนื่อง

2. คุณสมบัติของแต่ละคนเหมาะกับอาชีพได้หลายอย่าง เช่น คนที่ชอบช่วยเหลือผู้อื่น อาจประกอบอาชีพพยาบาล นักสังคมสงเคราะห์ แพทย์ หรือคนที่ถนัดคำนวณ อาจประกอบอาชีพวิศวกรหรือนักบัญชี คนที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ อาจประกอบอาชีพ นักแสดง หรือ สถาปนิก

3. บุคคลมีความแตกต่างกันในด้านความสามารถ ความถนัด ความสนใจและบุคลิกภาพ

4. ลักษณะของแบบฉบับอาชีพ (Career Pattern) เป็นต้นว่า ระดับของอาชีพ (เช่น อาชีพระดับวิชาชีพ อาชีพทักษะหรือกึ่งทักษะ) การประกอบอาชีพอย่างความมั่นคงขึ้นกับสถานะเศรษฐกิจสังคมของครอบครัว ความสามารถทางสติปัญญา บุคลิกลักษณะและโอกาสที่แต่ละบุคคลได้รับตลอดจนการปรับตัวในอาชีพ

5. การที่จะส่งเสริมให้มีพัฒนาการด้านอาชีพที่ดี ทำได้โดยการส่งเสริมให้ได้พัฒนาความสามารถให้เต็มที่และให้ได้รู้สภาพข้อเท็จจริงต่างๆ เกี่ยวกับลักษณะของตนเองและสิ่งแวดล้อมส่งเสริมให้มีความเข้าใจตนเองอย่างถ่องแท้

6. กระบวนการพัฒนาการด้านอาชีพ มีความเกี่ยวข้องกับการพิจารณาตนเองของบุคคล เป็นการที่บุคคลได้มีความสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมและบุคคลได้ประเมินการกระทำของตนเองว่ามีสิ่งใดดีหรือด้อย

7. การที่บุคคลจะประสบความสำเร็จด้านการงานและในชีวิต ขึ้นกับการที่บุคคลนั้นได้ทำงานตรงกันกับความสามารถ ความถนัด ความสนใจ บุคลิกภาพและค่านิยมของตนเอง

8. การพิจารณาตนเองได้ก่อตัวขึ้นแล้วในระยะก่อนวัยรุ่นและชัดเจนขึ้นในระยะวัยรุ่นและมีส่วนเกี่ยวข้องกับการพิจารณาอาชีพของบุคคล

9. องค์ประกอบเกี่ยวกับความเป็นจริงทั้งหลาย ทั้งลักษณะต่างๆ ของตนเองและสังคมยังมีอิทธิพลต่อการเลือกอาชีพมากขึ้นเมื่ออายุเพิ่มขึ้น

10. การเลือกอาชีพและระดับของอาชีพ สัมพันธ์กับสติปัญญา สถานะเศรษฐกิจสังคมของครอบครัว ความต้องการ ค่านิยม ความสนใจ ทักษะเกี่ยวกับสัมพันธ์ภาพระหว่างบุคคลระดับการศึกษาและขึ้นกับความต้องการของตลาดแรงงาน

11. การประสบความสำเร็จด้านการประกอบอาชีพ เป็นการเพิ่มพูนความรู้สึกรู้สึกดีที่มีต่อตนเองในทางที่ดี

12. การประกอบอาชีพของบุคคลเป็นการกำหนดชีวิต

สรุป ทฤษฎีทางอาชีพ คือ การตัดสินใจเลือกอาชีพและการปรับตัวการทำงานเป็นกระบวนการ คิดอย่างมีเหตุผลและพัฒนาเป็นระยะเวลานาน การพัฒนาการด้านอาชีพเป็นกระบวนการต่อเนื่อง และมีการเปลี่ยนแปลงได้ ซึ่งผู้วิจัยนำมาเป็นข้อมูลในการประกอบรูปแบบการส่งเสริมอาชีพชุมชน

2.3 การปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice)

บรูซ ซีริมหาสาร (2548: ออนไลน์) ได้กล่าวว่าเป็นวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศในการทำสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ให้สำเร็จซึ่งเป็นผลมาจากการนำความรู้ไปปฏิบัติจริง แล้วสรุปความรู้และประสบการณ์นั้นเป็นแนวปฏิบัติที่ดีที่สุดของตนเอง

ธเนศ ขำเกิด (2550: ออนไลน์) กล่าวว่า American Productivity and Quality Center ให้ความหมาย วิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศเป็นการปฏิบัติทั้งหลายที่สามารถก่อให้เกิดผลที่เป็นเลิศ หรือวิธีปฏิบัติที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ หรือสู่ความเป็นเลิศ

วิธีปฏิบัติในการพัฒนาคุณภาพสถานศึกษาที่จะเรียกได้ว่าเป็นวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศนั้น มีแนวทางการพิจารณา 6 ข้อ ดังนี้

1. วิธีปฏิบัตินั้น ดำเนินการบรรลุผลได้สอดคล้องกับความคาดหวังของชุมชนหรือผู้ปกครองที่มีต่อ สถานศึกษา หรือเป็นวิธีปฏิบัติที่สร้างความพึงพอใจให้กับทุกคนในสถานศึกษาได้

2. วิธี ปฏิบัตินั้น ผ่านกระบวนการนำไปใช้อย่างเป็นวงจร จนเห็นผลอย่างชัดเจนว่า ทำให้เกิดคุณภาพสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งคือ วิธีปฏิบัตินั้นมีกระบวนการ PDCA จนเห็นแนวโน้มของตัวชี้วัดความสำเร็จที่ดีขึ้น

3. สถานศึกษาสามารถบอกเล่าถึงวิธีปฏิบัตินั้นได้ว่า ทำอะไร (what) ทำอย่างไร (how) และทำไมจึงทำ หรือ ทำไมจึงไม่ทำ (why)

4. ผลลัพธ์จากวิธีปฏิบัตินั้น เป็นไปตามองค์ประกอบ ข้อกำหนดของการพัฒนาคุณภาพเชิงระบบ

5. วิธีปฏิบัตินั้น สามารถระบุได้ว่า เกิดจากปัจจัยสำคัญที่ชัดเจน และปัจจัยนั้นก่อให้เกิดการปฏิบัติที่ต่อเนื่องและยั่งยืน

6. วิธีปฏิบัตินั้นใช้กระบวนการจัดการความรู้ (KM) เช่นการเล่าเรื่อง (Storytelling) ในการถอดบทเรียนจากการดำเนินการ

สรุปการปฏิบัติที่เป็นเลิศเป็นการปฏิบัติทั้งหลายที่สามารถก่อให้เกิดผลที่เป็นเลิศ หรือวิธีปฏิบัติที่ทำให้องค์กรประสบความสำเร็จ หรือสู่ความเป็นเลิศ ซึ่งผู้วิจัยเลือกตัวอย่างการปฏิบัติที่เป็นเลิศที่มีบริบทใกล้เคียงกับพื้นที่ที่ผู้วิจัยดำเนินการคือ ตำบลบ้านพุน้ำร้อน จังหวัดกาญจนบุรี

2.4 การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR)

สุภาภรณ์ จันทวานิช (2531: 67) กล่าวว่า การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นการวิจัยที่นำแนวคิด 2 ประการมาผสมผสานกันคือการปฏิบัติการ (Action) ซึ่งหมายถึงกิจกรรมที่โครงการวิจัยจะต้องดำเนินการ และคำว่า การมีส่วนร่วม (Participation) อันเป็นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องของทุกฝ่ายที่เข้าร่วมกิจกรรมวิจัย ในการวิเคราะห์สภาพปัญหาหรือสถานการณ์อันใดอันหนึ่ง แล้วร่วมในกระบวนการตัดสินใจและการดำเนินการจนกระทั่งสิ้นสุดการวิจัย

ชนิษฐา กาญจนสินนท์ (2536) ให้ความหมายของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมไว้ว่า หมายถึง การวิจัยที่พยายามศึกษาชุมชน โดยเน้นการวิเคราะห์ปัญหา ศึกษาหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา วางแผนและดำเนินการตามแผนในการแก้ไขปัญหา รวมทั้งการดำเนินการประเมินผล โดยที่ทุกขั้นตอนดังกล่าวสมาชิกชุมชนเข้าร่วมด้วย อันเป็นการส่งเสริมให้ชุมชนได้เกิดการเรียนรู้ ได้พัฒนาตนเอง ในการทำงานพัฒนา

อุทัย ดุลยเกษม (2536) กล่าวว่า การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็นรูปแบบของการวิจัยที่ประชาชนซึ่งเคยเป็นประชากรของการวิจัย กลับบทบาทมาเป็นผู้ร่วมในการทำวิจัย โดยเข้ามามีบทบาทส่วนร่วมตลอดกระบวนการวิจัย

กมล สุดประเสริฐ (2537: 7) ให้ความหมายของการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมไว้ว่าเป็น การวิจัยที่จัดกระทำโดยผู้ปฏิบัติการเพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ในการแก้ไขปัญหาโดยทันที และต้องกระทำเป็นหมู่คณะร่วมกัน

นิตยา เงินประเสริฐศรี (2544: 61-62) กล่าวว่า การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเป็นกลยุทธ์ที่สะท้อนให้เห็นถึงการเดินทางไปสู่การพัฒนา (Journey of Development) โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากสิ่งที่เป็นอยู่ไปสู่สิ่งที่สามารถเป็นไปได้ ทั้งในระดับปัจเจกชนและระดับสังคม โดยหัวใจสำคัญของการเปลี่ยนแปลงอยู่ที่กระบวนการวิจัย ซึ่งใช้แนวทางความร่วมมือ (Collaborative Approach) ระหว่างนักวิจัยกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) ทั้งนี้กระบวนการวิจัยจะต้องเป็นประชาธิปไตย ยุติธรรม มีอิสระ และส่งเสริมคุณค่าของชีวิต

สรุป การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เป็นการร่วมกันดำเนินกระบวนการวิจัยโดยผู้ปฏิบัติงานในพื้นที่ ทั้งที่เป็นชาวบ้านและนักพัฒนา กับผู้วิจัยภายนอก ซึ่งผู้วิจัยเลือกวิธีการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาและในกระบวนการพัฒนาด้านแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้ผลผลิตและผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

2.5 ส่วนผสมทางการตลาด

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2541: 35-36) ส่วนผสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาด เป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการหรือธุรกิจจะต้องสร้างส่วนผสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือ ตัวผู้บริโภค

1. ผลิตภัณฑ์ (Product) สินค้า บริการ ความคิด (Idea) การศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จะต้องศึกษาปัญหาต่างๆ ที่ครอบคลุมถึงการเลือกตัวผลิตภัณฑ์ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ ในเรื่อง คุณภาพ ประสิทธิภาพ สี ขนาด รูปทรง การให้บริการประกอบการขาย การรับประกัน ฯลฯ

2. การจัดจำหน่าย (Place or Distribution) การจัดจำหน่ายแบ่งกิจกรรมออกเป็น 2 ส่วน คือ ช่องทางจำหน่ายสินค้า (Channel of Distribution) เน้นการศึกษาถึงชนิดของช่องทางการจำหน่าย อีกส่วนหนึ่ง คือ การแจกจ่ายตัวสินค้า (Physical Distribution) การกระจายสินค้าเข้าสู่ตัวผู้บริโภค การเลือกใช้วิธีการขนส่ง Transportation) ที่เหมาะสมในการช่วยแจกจ่ายสินค้า

3. การกำหนดราคา (Price) การกำหนดราคาที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะนำไปเสนอขายก่อนที่จะกำหนดราคาสินค้า ธุรกิจต้องมีเป้าหมายว่าจะตั้งราคาเพื่อต้องการกำไร หรือเพื่อขยายส่วนถือครองตลาด (Market Share) หรือเพื่อเป้าหมายอย่างอื่น

4. การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการติดต่อสื่อสารไปยังตลาดเป้าหมาย การส่งเสริมการตลาดเป็นวิธีการที่จะบอกให้ลูกค้าทราบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เสนอขาย

สรุป ผู้วิจัยได้นำหลักของส่วนผสมทางการตลาดนำไปประกอบการสร้างข้อคำถามเพื่อจะหาวิธีการปฏิบัติการที่เป็นเลิศของสถานประกอบการที่มีลักษณะของการทำและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกัน

อัตลักษณ์

3.1 ความหมายของอัตลักษณ์

นิรมล ขมหวาน(2557) อัตลักษณ์ คือ สิ่งแสดงถึงความเป็นตัวตนของชุมชน ซึ่งถูกสร้างขึ้นบนพื้นฐานของความเหมือนกันทั้งด้านวัฒนธรรมประเพณีวิถีชีวิตความเป็นอยู่และเกิดการยอมรับร่วมกันของชาวชุมชนและมีการปฏิบัติสืบต่อกันมาจนเกิดเป็นวัฒนธรรมการดำรงชีวิตที่มีลักษณะเฉพาะของชุมชนและเป็นสิ่งที่ครอบคลุมวิถีการดำเนินชีวิตของชุมชน

พิศิษฐ์ คุณวโรตม์ (2546: 306-307) อัตลักษณ์ คือ ความรู้สึกนึกคิดต่อตนเอง ซึ่งจะเกิดขึ้นจากการปฏิสัมพันธ์ระหว่างตัวเรากับคนอื่น โดยผ่านการมองตัวเองและคนอื่นมองเราในขณะนั้น

อภิญา เพ็ญฟูสกุล (2546) ได้กล่าวไว้ว่า มโนทัศน์อัตลักษณ์ จะถูกกล่าวควบคู่ไปกับเรื่องของอำนาจ นิยามความหมายหรือการสร้างภาพแทนความจริง(representation)

โชติกา ศรีประเสริฐ (2554) อัตลักษณ์ คือ คุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้นๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น และศาสนา ฯลฯ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือสากกับสังคมอื่นๆ กล่าวคือ ลักษณะที่ไม่เหมือนกับของคนอื่นๆ

วิชัยพร สาคริก (2545: 19) อัตลักษณ์ คือ ความสำนึกของแต่ละบุคคลว่าตนเองมีความแตกต่างจากผู้อื่นอย่างไร เป็นคำตอบเป็นตอบของคำถามที่ว่าฉันคือใคร และฉันคือใครในสายตาผู้อื่น ซึ่งบุคคลหนึ่ง ๆ จะมีหลายอัตลักษณ์ หมายถึงการมองตนเองในแง่มุมต่าง ๆ ในฐานะสมาชิกหน่วยหนึ่งของสังคม

สรุปได้ว่าอัตลักษณ์ เป็นคุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชน หรือประเทศนั้นๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น และศาสนา ซึ่งในส่วนอัตลักษณ์นี้ผู้วิจัยจะนำไปพัฒนาด้วยกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สามารถเกิดผลงานที่มีความสามารถในเชิงเศรษฐกิจและเชิงสังคมได้ต่อไป

3.2 การออกแบบกับอัตลักษณ์

โชติวัฒน์ ปุณโณปถัมป์ (2559: สัมภาษณ์) ได้กล่าวว่าอัตลักษณ์เป็นลักษณะความเป็นตัวตนอันมีเอกลักษณ์ด้านใดด้านหนึ่ง ที่ถูกรับรู้ผ่านกระบวนการสื่อสาร จนมองเห็นเอกลักษณ์ดังกล่าว และเอกลักษณ์ เป็นลักษณะเฉพาะอันเด่นชัดของสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งสามารถนำไปผ่านกระบวนการสื่อสารสู่ความเป็นอัตลักษณ์ได้ และได้แบ่งประเภทของอัตลักษณ์ไว้ดังนี้

1. อัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ จากการรวมตัวของคนประเภทเดียวกัน มีจุดหมายร่วมกัน ภายใต้วัฒนธรรมเดียวกัน ความเชื่อและการกระทำที่บรรลู่เป้าหมายเดียวกันอย่างเป็นธรรมชาติ ในรูปของกิจกรรมที่โดดเด่น เทศกาลประเพณีท้องถิ่น

2. อัตลักษณ์ที่เกิดขึ้นโดยเจตนาสร้างภาพเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ โดยการทำสิ่งใดซ้ำๆ นานๆ คือการส่งสารเข้าสู่ความทรงจำรับรู้ของผู้รับสาร ให้เป็นที่จดจำในหมู่มหาชน มักใช้วิธีสร้างภาพที่ง่ายต่อการจดจำผ่านสื่อต่างๆ และรักษาภาพลักษณ์นั้นไว้ด้วยการกระทำที่สอดคล้องกับภาพลักษณ์นั้นๆ ให้มหาชนเห็นอย่างต่อเนื่องเป็นเวลานาน

ภูวนาท รัตนรังสิกุล(2559: สัมภาษณ์) ได้กล่าวว่านักออกแบบจำนวนมากประสบความสำเร็จในการศึกษาตีความผลผลิตจากภูมิปัญญาไทย ไปสู่แก่นแท้ของภูมิปัญญาและสร้างสรรค์เป็นงานศิลปะร่วมสมัย กระบวนการของแต่ละบุคคลล้วนเป็นรูปแบบเฉพาะตนตามทักษะความถนัด

ความสามารถส่วนบุคคล พรสวรรค์และทฤษฎีที่ได้ศึกษาเล่าเรียน เรียกได้ว่าไม่มีหลักการสำเร็จรูปสำเร็จรูปสำหรับการสร้างสรรค์งาน จึงเสนอเครื่องมือช่วยในการสร้างสรรค์ซึ่งสอดคล้องกับการทำงานคือ

1.การเรียบเรียงข้อมูลสร้างสรรค์ด้วยแผนที่ความคิด (Mind mapping) เป็นการถ่ายทอดกระบวนการคิดในสมองและจิตใจออกมาเป็นรูปธรรมในรูปแบบของแผนผังที่มีรูปร่างหน้าตาตามแต่ความเหมาะสมของเนื้อหา

2.การทำ Theme Board หากนักออกแบบใช้ข้อมูล เช่น สถิติ รายงานการวิจัย ข้อมูลทางการตลาดทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ กฎระเบียบ หรือเหตุผลแบบตรรกศาสตร์ ย่อมแปลความไปสู่รูปแบบทางศิลปะได้ยาก และขณะเดียวกันก็จะมีจุดอ่อนด้านความงาม การตอบสนองต่อรากเหง้าทางวัฒนธรรม (ซึ่งบ้างใช้คำว่า จิตวิญญาณ) ทำให้เสน่ห์ของภูมิปัญญาไทยหายไป

ดังนั้นจึงมีผู้ออกแบบวิธีการเชื่อมต่อเพื่อประมวลข้อมูลทั้งสองประเภท ด้วยการทำ theme board เพื่อช่วยแปลพื้นฐานข้อมูลเชิงวิชาการแบบที่สมองซีกซ้ายถนัดไปต่อยอดเป็นการศึกษาวิจัยในทางศิลปะ และนำเสนอข้อมูลด้วยรูปภาพ โครงสี ทัศนธาตุ ตัวอย่างวัสดุ เพื่อช่วยนักออกแบบตัดสินใจกำหนดแนวคิดในการออกแบบ โดยเฉพาะด้านอารมณ์ ความรู้สึก (mood; & tone) ได้อย่างเหมาะสม

3.การกำหนดด้านอารมณ์ ความรู้สึก (mood & tone) คือการกำหนดรูปแบบความงามของผลิตผลทางภูมิปัญญาให้มีบุคลิกภาพที่สื่อสารต่ออารมณ์ความรู้สึกของผู้บริโภคด้วยหลักการกำหนด Mood & Tone ของผลงาน โดยควรสื่อสารบุคลิกภาพของงานออกแบบเป็นหมวดหมู่ เช่น

- Classic คือบุคลิกภาพเป็นกลาง ใช้ได้หลากหลายทั้งวาระโอกาส สถานที่ เพศ วัย มีลักษณะเป็นทางการที่มีมาหรือประวัติความเป็นมายาวนาน

- ล้าลอง เป็นผลผลิตที่ใช้ในโอกาสไม่เป็นทางการ มีความเป็นกันเอง เน้นความสะดวก รำเร้ง

- หรรษา เป็นทางการ ประณีต ละเลียดอ่อนให้ความรู้สึกของชนชั้นสูง ความเป็นผู้ดี

- พื้นถิ่น เรียบง่าย เป็นธรรมชาติ ได้รับอิทธิพล จากความเชื่อ เรื่องปรัมปรา

- ล้ำสมัย แสดงออกซึ่งความรู้และวิทยาการในอนาคต เทคโนโลยี วัสดุ แนวคิดของโลกในอนาคต

- โรแมนติก ตอบสนองความสุขในวัยเยาว์สังคมวัฒนธรรมในอดีต

- สุดโต่ง แสดงออกถึงความโดดเด่น แตกต่างกบฏต่อชนบประเพณีดั้งเดิมของสังคม

สรุปได้ว่าการออกแบบกับอัตลักษณ์ สามารถเกิดขึ้นเองตามธรรมชาติและเกิดขึ้นโดยเจตนาสร้างภาพเพื่อจุดประสงค์เฉพาะ ผู้วิจัยสามารถใช้เครื่องมือช่วยในการสร้างสรรค์ซึ่งสอดคล้องกับการ

ทำงานคือ การเรียบเรียงข้อมูลสร้างสรรค์ด้วยแผนที่ความคิด (Mind mapping) การทำ Theme Board และการกำหนด Mood & Tone ในการออกแบบกับอัตลักษณ์ชุมชน

3.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มีปัจจัย (Design factors) มากมายที่นักออกแบบที่ต้องคำนึง ถึง ปัจจัยพื้นฐาน 10 ประการ ที่นิยมใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาสร้างสรรค์งานเชิงอุตสาหกรรม เป็นตัวกำหนดองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่

1. หน้าที่ใช้สอย (Function) สามารถตอบสนองประโยชน์ใช้สอยตามที่คุณสมบัติต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถูกต้องตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

2. ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics or sales appeal) จะต้องมีความรูปร่าง ขนาด สีสันสวยงาม น่าใช้ ตรงตามรสนิยมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย เป็นวิธีการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยม และได้ผลดี

3. ความสะดวกสบายในการใช้ (Ergonomics) เกี่ยวกับ ขนาด สัดส่วน ความสามารถและขีดจำกัดที่เหมาะสมสำหรับอวัยวะต่างๆ ของผู้ใช้ การเกิดความรู้สึกที่ดีและสะดวกสบายในการใช้ผลิตภัณฑ์

4. ความปลอดภัย (Safety) ต้องคำนึงถึงความปลอดภัยของชีวิตและทรัพย์สินของผู้บริโภคเป็นสำคัญ ไม่เลือกใช้วัสดุ สี กรรมวิธีการผลิต ฯลฯ ที่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้หรือทำลายสิ่งแวดล้อม ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายเตือนไว้ให้ชัดเจน

5. ความแข็งแรง (Construction) ทนทานต่อการใช้งานตามหน้าที่และวัตถุประสงค์ที่กำหนดโครงสร้างมีความเหมาะสม ตามคุณสมบัติของวัสดุ

6. ราคา (Cost) การกำหนดกลุ่มเป้าหมายที่จะใช้ว่าเป็นกลุ่มใด อาชีพอะไร ฐานะเป็นอย่างไร จะช่วยให้ประมาณราคาขายให้เหมาะสม

7. วัสดุ (Materials) ควรเลือกวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านต่างๆ ได้แก่ ความใส ผิวมันวาว ทนความร้อน ทนกรดด่างไม่ขึ้น ฯลฯ เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ยังต้องพิจารณาถึงความง่ายในการดูแลรักษา

8. กรรมวิธีการผลิต (Production) ควรออกแบบให้สามารถผลิตได้ง่าย รวดเร็ว ประหยัดวัสดุ ค่าแรงและค่าใช้จ่ายอื่นๆ บางกรณีอาจต้องออกแบบให้สอดคล้องกับกรรมวิธีของเครื่องจักรและอุปกรณ์ ที่มีอยู่เดิม

9. การบำรุงรักษาและซ่อมแซม (Maintenance) แก้ไขซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยากเมื่อมีการชำรุดเสียหายเกิดขึ้น ง่ายและสะดวกต่อการทำความสะอาดเพื่อช่วยยืดอายุการใช้งาน

10. การขนส่ง (Transportation) ควรคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนส่ง ระยะทาง เส้นทาง การขนส่ง การกินเนื้อที่ในการขนส่ง (มิติความจุ กว้าง ' ยาว ' สูง ของรถยนต์ส่วนบุคคล รถบรรทุกทั่วไป ตู้บรรทุกสินค้า ฯลฯ)

สรุปงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีจะต้องผสมผสานปัจจัยต่างๆ ทั้งรูปแบบ(form) ประโยชน์ใช้สอย(function) กายวิภาคเชิงกล(ergonomics)และอื่นๆ ให้เข้ากับวิถีการดำเนินชีวิต แฟชั่น หรือแนวโน้มที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภคเป้าหมายได้อย่างกลมกลืนลงตัวมีความสวยงามโดดเด่น มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ตั้งอยู่บนพื้นฐานทางการตลาด และความเป็นไปได้ในการผลิตจำนวนมาก ส่วนการให้ลำดับความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ขึ้นอยู่กับจุดประสงค์และความซับซ้อนของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ซึ่งผู้วิจัยจะนำองค์ประกอบของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญมาสร้างแบบประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์หลังจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบแล้ว

ชายแดนไทย-เมียนมา บ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

บ้านพุน้ำร้อนเดิมมีคนจำนวนหนึ่งที่เดินทางมาจากบ้านห้วยน้ำขาว เมื่อ พ.ศ. 2520 ได้มาหาอาหารป่า เพื่ออุปโภคและบริโภค อีกส่วนหนึ่งเพื่อรับจ้างทำเหมืองแร่ ซึ่งเป็นแร่ดีบุก คือเหมืองแร่ชาติเชื้อ และได้พบบ่อน้ำพุร้อน จึงเรียกว่า บ้านน้ำพุร้อนจนปัจจุบัน ด้วยความเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านทำเลที่ตั้งและได้รับความสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นด้านการค้าชายแดนระหว่างประเทศไทย-เมียนมา ชายแดนแห่งนี้จะมีบทบาทสำคัญด้านการค้าและการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ เนื่องจากปัจจุบันได้มีการดำเนินการพัฒนาโครงการทำเรื่อน้ำลึกและนิคมอุตสาหกรรมเมืองทวาย รวมทั้งถนนเชื่อมต่อกับเมืองทวายกับชายแดน จังหวัดกาญจนบุรี โดยเริ่มจากเมืองทวาย-บ้านแม่ระมี แคว้นตะนาวศรี มายังชายแดนไทยในขณะที่ประเทศไทยก็มีการก่อสร้างถนนลาดยางจากอำเภอเมืองกาญจนบุรีถึงบ้านพุน้ำร้อน และกำลังดำเนินการก่อสร้างถนนบริเวณบ้านพุน้ำร้อนถึงด่านชายแดน ซึ่งในอนาคตถนนสายนี้จะเป็นถนนสายหลักสำหรับการรองรับการคมนาคมและระบบขนส่งจากนิคมอุตสาหกรรมเมืองทวาย-บ้านเก่า หากโครงการดังกล่าวแล้วเสร็จจะทำให้ประเทศไทยได้รับประโยชน์ในด้านการคมนาคม การค้า การขนส่งสินค้า วัตถุดิบ และการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก โดยจังหวัดกาญจนบุรีกลายเป็นพื้นที่เศรษฐกิจใหม่ เป็นศูนย์กลางของโลจิสติกส์ และเป็นประตูการค้าด้านตะวันตกของไทยเชื่อมโยงการค้าด้านตะวันออกของประเทศในกลุ่มประเทศเวียดนาม กัมพูชา ไทย เมียนมา จากทะเลจีนใต้ไปทะเลอันดามัน อีกช่องทางหนึ่งในอนาคต

บ้านพุน้ำร้อน ตำบลบ้านเก่า อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี รัฐบาลได้ประกาศเมื่อพ.ศ.2558 ให้เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน เพื่อเชื่อมกับนิคมอุตสาหกรรมทวาย ในสหภาพเมียนมา จากหมู่บ้านเล็กๆ ได้รับความสำคัญในการพัฒนาพื้นที่ให้เป็นด้านการค้าชายแดน เป็นจุดเชื่อมโยงที่

สำคัญในการเชื่อมโยงทางการคมนาคมและขนส่งของอาเซียน จากบทบาทและความสำคัญของเมืองชายแดนบ้านพุน้ำร้อนที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคต จึงต้องมีการเตรียมพื้นที่บริเวณด้านชายแดนและพื้นที่ใกล้เคียงโดยรอบเพื่อรองรับกิจกรรมต่างๆ ที่จะเกิดขึ้นให้มีความเหมาะสม เป็นระเบียบ สะดวกสบาย และได้มาตรฐาน เพื่ออำนวยความสะดวกในการค้าผ่านแดนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นการวางผังชุมชนชายแดนบ้านพุน้ำร้อนและพื้นที่ต่อเนื่องในเขตพื้นที่ตำบลบ้านเก่า เพื่อรองรับยุทธศาสตร์ทวายจึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อเป็นการวางแผนและใช้เป็นกรอบแนวทางการพัฒนาพื้นที่ให้เหมาะสมและมีมาตรฐานเป็นที่ยอมรับตามระดับมาตรฐานสากล

ชุมชนบ้านพุน้ำร้อนประกอบด้วยกลุ่มชาติพันธุ์คนไทยเชื้อสายกระเหรี่ยง เชื้อสายมอญ และเชื้อสายพม่า ซึ่งทั้ง 3 กลุ่มชาติพันธุ์ มีลักษณะโครงสร้างทางสังคมค่อนข้างคล้ายคลึงกัน โดยเฉพาะสถาบันครอบครัวที่มีลักษณะเป็นครอบครัวขยาย และวัดมีความสำคัญต่อชุมชนในฐานะที่พึ่งและที่ยึดเหนี่ยวทางจิตใจ ด้านวัฒนธรรมและประเพณีกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ เช่น ผ้าทอของชาวกระเหรี่ยง และมีวัฒนธรรมร่วมระหว่างกลุ่ม ด้านการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในพื้นที่ ปัจจุบันประชาชนในพื้นที่เกิดการว่างงาน และมีการเปลี่ยนอาชีพ เช่น ช่างแกะสลักและประดิษฐ์เครื่องใช้จากไม้ การจักสานเสื่อลำแพนและการจักสานเข่ง ชุมชนบ้านพุน้ำร้อนต้องการให้องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีการต่อยอดและมีการส่งเสริมให้เรียนรู้ภูมิปัญญาอื่น ที่เกี่ยวเนื่องกับชุมชนให้มีเศรษฐกิจครัวเรือนที่ดีขึ้น

สรุปชายแดนไทย-เมียนมา บ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายด้านวัฒนธรรมและประเพณีกลุ่มชาติพันธุ์ต่างๆ และต้องการการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในพื้นที่ จากการเป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษชายแดน



ภาพประกอบ 6 ที่ทำการจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน

ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณ



ภาพประกอบ 7 ที่ทำการจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน

ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณ



ภาพประกอบ 8 วัดพุน้ำร้อนรัตนคีรี

ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณ



ภาพประกอบ 9 วัดพุน้ำร้อนรัตนคีรี

ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณ



ภาพประกอบ 10 ที่ทำการจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน
ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณ



ภาพประกอบ 11 ที่ทำการจุดผ่านแดนถาวรบ้านพุน้ำร้อน
ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณ



ภาพประกอบ 12 การแต่งกายในงานพิธีต่างๆ

ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณม



ภาพประกอบ 13 ของประดับในงานพิธีต่างๆ

ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณม



ภาพประกอบ 14 อาหารพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ

ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณม



ภาพประกอบ 15 อาหารพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ

ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณม



ภาพประกอบ 16 อาหารพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ

ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณ



ภาพประกอบ 17 อาหารพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ

ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณ



ภาพประกอบ 18 การแต่งกายพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ

ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณม



ภาพประกอบ 19 การแต่งกายพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ

ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณม



ภาพประกอบ 20 การแสดงรำรำพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ

ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณม



ภาพประกอบ 21 การแสดงรำรำพื้นเมืองในงานพิธีต่างๆ

ที่มา: ภัทรพล สุวรรณโณม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

5.1 งานวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบ

อภิชาติ ใจอารีย์ (2557: 250-255) รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปหน่อไม้ของชุมชนบ้านพุเตย จังหวัดกาญจนบุรี ได้ศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปหน่อไม้ใน 3 องค์ประกอบ คือ องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น กระบวนการจัดการความรู้ และปัจจัยเงื่อนไขแห่งความสำเร็จในการจัดการความรู้ของชุมชนบ้านพุเตย จังหวัดกาญจนบุรี ผลการศึกษา พบว่า 1) องค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปหน่อไม้ของชุมชนบ้านพุเตย มีที่มา 2 ลักษณะ คือ (1) ภูมิปัญญาดั้งเดิม และ (2) ความรู้ใหม่ที่ผสมผสานระหว่างภูมิปัญญาดั้งเดิมกับวิทยาการสมัยใหม่ที่ได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐ 2) กระบวนการจัดการความรู้ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ (1) การกำหนดความรู้ โดยผ่านการพิจารณาว่าเป็นความรู้ดั้งเดิมหรือความรู้ใหม่ที่ประยุกต์จากภูมิปัญญาเดิม (2) การแสวงหาความรู้ ที่มาจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในชุมชนและการส่งเสริมจากหน่วยงานภายนอก (3) การแลกเปลี่ยนความรู้อย่างไม่เป็นทางการผ่านการพูดคุยและปรึกษาหารือ เพื่อการแก้ปัญหาในกระบวนการแปรรูป (4) การจัดเก็บความรู้ ส่วนใหญ่เป็นการจัดเก็บความรู้ในตัวบุคคล

กนกพร จิมพลี (2555: 302-310) ได้หารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา โดยศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ไม่ต่ำกว่า 3 ครั้ง การสัมภาษณ์เชิงลึกจำนวน 20 คน การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผลพบว่าการศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 ประการ คือ ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น กระบวนการจัดการความรู้ และเงื่อนไขที่มีผลต่อการจัดการความรู้

บุญรุ่ง โนใจ และ วีระกุล ชายผา (2557: 16-22) ได้ทำวิจัยเรื่องรูปแบบการส่งเสริมอาชีพช่างฝีมือระดับชุมชน ในท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์ ศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหางาน/อาชีพช่างฝีมือระดับชุมชนในท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่นศึกษาความต้องการ และความจำเป็นของช่างฝีมือระดับชุมชนในท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่นศึกษาข้อเสนอรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ ช่างฝีมือระดับชุมชนในท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยสรุปได้ว่า สภาพทั่วไปของช่างฝีมือระดับชุมชนในท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่นเป็นลักษณะกิจการเล็กๆ ทำกันในครัวเรือน ส่วนใหญ่ จะทำในฤดูว่างจากการทำการเกษตร ส่วนใหญ่จะเป็นช่างซ่อมจักรยานยนต์และ ช่างเชื่อมเหล็กดัด ช่างชุมชนขาดเครื่องมือและอุปกรณ์ ขาดเงินลงทุน ทำงานได้เฉพาะระดับพื้นฐานทั่วไปความต้องการ และความจำเป็นของช่างฝีมือระดับชุมชนต้องเป็นช่างที่สามารถทำงานได้หลากหลายสาขาช่างที่เกี่ยวข้องกัน รูปแบบการ

ส่งเสริมอาชีพช่างฝีมือระดับชุมชน องค์การปกครองท้องถิ่นควรจะเป็นเจ้าภาพหลักในด้าน การสนับสนุนงบประมาณ ดำเนินการ มีการจัดทำโครงการส่งเสริมอาชีพให้กับช่างชุมชนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ช่างฝีมือระดับชุมชนมีงานอย่างต่อเนื่อง สามารถพึ่งพาตนเองได้ลักษณะการจัดการบริการจะมี 2 แบบ คือแบบที่องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ดำเนินการและแบบที่ช่างฝีมือระดับชุมชนเป็นผู้ดำเนินการกฎ/ระเบียบที่สำคัญ จำเป็น ควรจะปรับปรุงกฎหมายกฎระเบียบที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมอาชีพช่างให้เหมาะสมกับ ท้องถิ่นเพื่อที่จะสามารถปฏิบัติงานได้สะดวกรวดเร็วผลงานวิจัยเรื่องรูปแบบการส่งเสริมอาชีพช่างฝีมือระดับชุมชนในท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่น ใช้เป็นแนวทางในการปฏิบัติงานส่งเสริมอาชีพช่างให้กับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชน

วุฒินันท์ ไตรยางค์และคณะ(2559: 371-378) การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพดีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน การวิจัยนี้เป็นการศึกษาวิเคราะห์และพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพดีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรที่ได้ใบรับรอง Q ข้าว มีปัญหาในการผลิตข้าวคุณภาพดี คือ ในด้านรับจ้างเก็บเกี่ยวหายาก อัตราค่าจ้างแรงงานสูง และราคาผลผลิตตกต่ำ ส่วนเกษตรกรทั่วไปมีปัญหาในการผลิตข้าวคุณภาพดี คือ ปุ๋ยมีราคาแพง สำหรับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพดี พบว่า มีประเด็นที่พึงพอใจน้อยที่สุดคือ ด้านงบประมาณในการทัศนศึกษาดูงานและการประชาสัมพันธ์ และผู้วิจัยได้จัดเวทีเสวนาเชิงวิชาการโดยเชิญผู้แทนจากภาคเกษตรกรผู้ปลูกข้าว นักวิชาการส่งเสริมการเกษตร และสภาเกษตรกรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม เพื่อให้ผู้ร่วมเวทีเสวนาเชิงวิชาการได้พิจารณาร่วมกัน ได้ข้อสรุปในการส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพดีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน คือ ภาครัฐต้องมีความชัดเจนด้านนโยบาย ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ควรเพิ่มงบประมาณและสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ในการปฏิบัติงานให้เพียงพอและทันสมัย และในประเด็นสำคัญที่สุดคือ ต้องเน้นการพัฒนาตลาดโดยภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชน สนับสนุนตลาดข้าวคุณภาพดี แยกออกจากตลาดข้าวทั่วไป เพื่อให้ราคาผลผลิตข้าว GAP สูงกว่าราคาผลผลิตข้าวทั่วไป

สรุปงานวิจัยเกี่ยวกับรูปแบบ พิจารณาที่วัตถุประสงค์ ส่วนมากจะศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหางาน/อาชีพ โดยหาความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่างๆ เพื่อแสดงหรืออธิบายปรากฏการณ์ให้เข้าใจได้ง่ายขึ้น และพิจารณาองค์ประกอบ ต่างๆ คือ การสำรวจสภาพและความต้องการ กระบวนการบริหารจัดการ และการประเมินผล

5.2 งานวิจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์

วิศาล บุญประกอบ (2556: 90-98) ได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่น ของชุมชนบ้านแก่งเปี้ยว อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยหาแนวทางการพัฒนาฟื้นฟูการปั้นเครื่องปั้นดินเผาเพื่อทำการค้าขายให้ได้รายได้เหมือนแต่ก่อนจนสามารถทำเป็นอาชีพ โดยวัดความชำนาญจากเยาวชน ผลสรุปได้ว่าสามารถฟื้นฟูและสืบทอดภูมิปัญญาการปั้นเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านแก่งเปี้ยวไว้ได้ ในการแสดงทัศนคติเกี่ยวกับการฟื้นฟูภูมิปัญญาการปั้นเครื่องปั้นดินเผาของชุมชนบ้านแก่งเปี้ยว นั้น ชาวบ้านเห็นความสำคัญในระดับมากกว่าภูมิปัญญาการปั้นโอ่งของชุมชน แต่ชาวบ้านยังเชื่อมั่นในระดับที่น้อย ว่าการประกอบอาชีพปั้นโอ่งจะทำให้เกิดรายได้ เพราะชาวบ้านมีความเห็นว่าความต้องการโอ่งในปัจจุบันลดลง

อัญชลี โสมดี (2556: 5-11) ได้ใช้การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจชุมชนอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาความต้องการชุมชนเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพชุมชนการศึกษาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ในด้านแนวความคิด กลวิธีการออกแบบ ขั้นตอนการผลิต ภูมิปัญญาชาวบ้าน ทัศนคติสภาพแวดล้อม ต้นทุนทางธรรมชาติ ที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์รวมถึงการจัดการความรู้ด้านการออกแบบพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และการจัดการความรู้เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพด้านการจัดการ การตลาด การผลิต และการดำเนินงานเกี่ยวกับธุรกิจชุมชนบนพื้นฐาน ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเพื่อการพัฒนาชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน ด้วยกระบวนการจัดการความรู้ ผลพบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนมีความต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ และศักยภาพในกลุ่มตนเองเพื่อการพัฒนาความรู้ ความเชี่ยวชาญในการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ธุรกิจชุมชนมีความพร้อมในการพัฒนาตนเอง และการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

กุลนาถ ตันพานิชรัตนกุล (2556: 127-129) ได้สร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์จากเศษไม้ยางพารา เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภาคใต้กรณีศึกษาเรือกอกและจำลองภาคใต้ โดยศึกษาและสังเคราะห์องค์ความรู้จากศิลปวัฒนธรรมภาคใต้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ความเป็นไปได้ในการผลิตโดยกลุ่มผู้ผลิตสินค้าจากไม้ ผลการวิจัยพบว่าทิศทางของรูปแบบการสร้างบรรจุภัณฑ์จากเศษไม้ยางพาราสามารถเป็นแนวทางในการสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ภาคใต้ได้อย่างมีคุณภาพ

อรัญ วานิชกร (2556: 22-28) ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเครื่องปั้นดินเผาพร้อมสมัยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลเกาะเกร็ด โดยศึกษาการผลิตและความต้องการของนักท่องเที่ยวตลอดจนพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาแบบใหม่ ตำบลเกาะเกร็ดให้ร่วมสมัย สอดคล้องกับบริบทสังคมเมืองโดยผลพบว่าการสร้างอัตลักษณ์ให้เกิดขึ้นแก่ผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ตราสัญลักษณ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่

สอดคล้องกันเป็นชุดสามารถลดต้นทุนการผลิต ลดเวลา เพิ่มความสามารถและปริมาณการผลิต ออกแบบและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ 2 รูปแบบที่พัฒนารูปแบบมาจากเอกลักษณ์ของเกาะเกร็ดคือรูปทรงของหม้อลายวิจิตรและรูปทรงของเจดีย์เอียงวัดปรมัยยิกาวาส โดยได้ตัดทอนรูปแบบใช้เฉพาะเส้นรอบรูป(Silhouette)และสำหรับโครงสร้างรูปทรงเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่มีพื้นผิวสัมผัสที่เย็น มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้มากขึ้น จึงเน้นการประดับตกแต่งและใช้งานบนโต๊ะประเภทต่างๆ เช่น โต๊ะอาหาร โต๊ะรับแขก โต๊ะทำงาน การออกแบบรูปทรงแบ่งเป็น 3 แนวทางคือ แนวทางแรกได้แรงบันดาลใจจากการเจริญเติบโตของพืช แนวทางต่อมาคือแรงบันดาลใจจากใบไม้ ใบเฟิร์น พร้อมกับการใส่ฟังก์ชันให้เป็นที่ใส่ลิ้นสอ นามบัตร สามารถใส่หลอดแก้วเพื่อเป็นแจกัน หรือจะใส่แปรงสีฟัน และสบู่ในห้องน้ำ แนวทางสุดท้ายได้จากการตัดทอนลดรายละเอียดและเส้นโครงสร้างของหม้อลายวิจิตรของเดิม เพื่อเป็นนาฬิกาใส่ของหม้อลายวิจิตรอันจิ๋วใช้ทับกระดาษ ห้อยกุญแจหรือฟังก์ชันอื่นๆแล้วแต่ผู้ใช้จะใส่จินตนาการลงไปได้ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้สามารถลดต้นทุนการผลิตและมีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้นสามารถใช้เป็นแนวทางส่งเสริมการอนุรักษ์ควบคู่กับการสร้างสรรค์เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลต่อไป

ไทยโรจน์ พวงมณี (2553: 157-164) ที่ศึกษาอัตลักษณ์ประเพณีผีตาโชน ประเพณีผีขนน้ำ และประเพณีแห่ดอกไม้ : การออกแบบสร้างสรรค์ชุดการแสดงสำหรับการนำเสนอภาพลักษณ์การท่องเที่ยว จังหวัดเลย โดยศึกษา อัตลักษณ์ประเพณีผีตาโชน ประเพณีผีขนน้ำ และประเพณีแห่ดอกไม้ และยังส่งเสริมการเรียนรู้ประเพณีผีตาโชน ประเพณีผีขนน้ำ และประเพณีแห่ดอกไม้ ของชุมชนท้องถิ่น และออกแบบสร้างสรรค์ชุดการแสดงจากการตีความหมายจากประเพณีผีตาโชน ประเพณีผีขนน้ำ และประเพณีแห่ดอกไม้ จังหวัดเลย

เกศณีย์ สัตตัตถนขจรและคณะ(2559: 177-189) การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลหลวงใต้ อำเภองาว จังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนเทศบาลหลวงใต้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ผลการศึกษา พบว่า อัตลักษณ์ของชุมชนตำบลหลวงใต้จากการสังเคราะห์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นคนเมือง ซึ่งคนทางภาคเหนือจะเรียกตัวเองว่าเป็นคนเมืองโดยมีวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณีเป็นคนเมืองอย่างแท้จริงซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นของตำบลหลวงใต้สะท้อนออกมาเป็นอัตลักษณ์แบ่งได้ 4 ประเภทคือ 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับอาหารคือการทำขนมจีนและน้ำเงี้ยว 2) ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการแพทย์คือการรักษาแพทย์พื้นบ้านโดยใช้ยาสมุนไพร 3) ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการประกอบอาชีพคือการปลูกข้าวและการปลูกกระเทียม 4) ภูมิปัญญาท้องถิ่นการสืบทอด อนุรักษ์ วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น

จิตตินุช วัฒนะ(2550 : 76-79)ทำการศึกษาเพื่อกำหนดอัตลักษณ์ถนนวัฒนธรรม (ถนนคนเดิน) ของจังหวัดพิษณุโลก มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดอัตลักษณ์ถนนวัฒนธรรม (ถนนคนเดิน) ของจังหวัดพิษณุโลก ให้เป็นที่รู้จักและนำไปสู่การสร้างจุดขายการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ผลการวิจัยปรากฏดังนี้ การรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายต่อการกำหนดอัตลักษณ์ของจังหวัดพิษณุโลก มีความคล้ายคลึงกันระหว่างประชากรสองกลุ่ม โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ เห็นว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดพิษณุโลก คือ 1) พระพุทธชินราช 2) สมเด็จพระนเรศวรมหาราช 3) น้ำตก และ 4) กว๊านเตียวห้อยขา ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นประชาชน และผู้ประกอบการสินค้า OTOP แต่ประชาชน และผู้ประกอบการสินค้า OTOP เห็นว่ากล้วยตาก และสุนัขบางแก้วเป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดพิษณุโลก นอกจากนี้ การรับรู้ของประชากรสองกลุ่ม ไม่ได้กล่าวถึง พระนางพญา ไก่ชนพระนเรศวร และดนตรีมังคละ ซึ่งปรากฏในข้อมูลเอกสารเกี่ยวกับอัตลักษณ์จังหวัดพิษณุโลก จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอรูปแบบการจัดภูมิทัศน์วัฒนธรรมชุมชน เพื่อเป็นแนวทางการจัดการถนนคนเดินภายใต้อัตลักษณ์ถนนวัฒนธรรม เพื่อสร้างการรับรู้และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก ที่จะส่งผลให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างงาน สร้างรายได้ให้ประชาชนในท้องถิ่นต่อไป

สรุปได้ว่างานวิจัยเกี่ยวกับอัตลักษณ์ สามารถหาข้อมูลอัตลักษณ์และสู่กระบวนการเพิ่มคุณค่าเชิงพาณิชย์ได้เช่นการจัดกิจกรรม การนำไปสู่กระบวนการออกแบบเป็นผลิตภัณฑ์ หรือการการจัดภูมิทัศน์และอื่นๆภาพรวมคือการขยายไปสู่งานเชิงพาณิชย์ได้

5.3 งานวิจัยต่างประเทศ

Vincent A Harren. (1979: 119-133) รูปแบบการตัดสินใจทำอาชีพสำหรับนักศึกษา สรุปได้ว่าสภาพแวดล้อม, กระบวนการทางจิตวิทยาของการตัดสินใจ, พัฒนาการและบุคลิกภาพของผู้ตัดสินใจ, ลักษณะประจำตัว และข้อกำหนดของปัจจัยสิ่งแวดล้อม จะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจทำอาชีพสำหรับนักศึกษา

Mary Cianni and Donna Wnuck. (1997: 105-115) ได้เขียนบทความเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการเจริญเติบโตของ บุคคลและทีม: ส่งผลต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาอาชีพ กล่าวว่าการสถานที่ทำงานในอนาคตอาจจำเป็นต้องมีคนที่จะพึ่งพาสมาชิกในทีมสำหรับการรับรู้และการฝึกอบรมที่จัดไว้ให้ ทีมที่แข็งแกร่งอาจจะขึ้นอยู่กับการพัฒนาเส้นทางอาชีพและการออกแบบการจัดกิจกรรมการพัฒนาอาชีพที่มีการใช้งานผ่านประสบการณ์

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยเพื่อหารูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชนชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจากพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี เพื่อพัฒนารูปแบบและเพื่อยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี โดยมีการดำเนินการวิจัยตามลำดับระยะต่างๆดังนี้

ระยะที่ 1 ศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ระยะที่ 2 พัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ระยะที่ 3 ยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

วิธีดำเนินการวิจัย

ระยะที่ 1 ศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนของพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ตอนที่ 1 ศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน

พื้นที่ที่ศึกษา คือ ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้นำชาวบ้าน พระสงฆ์ ผู้ใหญ่บ้าน ชาวบ้าน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ โดยหาคุณภาพของแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ทั้งนี้แนวคำถามครอบคลุมเกี่ยวกับความต้องการจำเป็น อัตลักษณ์ชุมชน ด้าน ชาติพันธุ์ วัฒนธรรมความเชื่อ ภาษาในการสื่อสาร และรูปแบบการดำรงชีวิตตรวจสอบคุณภาพแบบสัมภาษณ์ โดย ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน หาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์วิจัย คือค่าIOC (IOC: Index of item Objective Congruence) มีผู้เชี่ยวชาญ ตั้งแต่ 3 คนขึ้นไปในการตรวจสอบโดยให้เกณฑ์ในการตรวจพิจารณาข้อคำถาม ดังนี้

ให้คะแนน +1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน 0 ถ้าไม่แน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ตรงตามวัตถุประสงค์

ให้คะแนน -1 ถ้าแน่ใจว่าข้อคำถามวัดได้ไม่ตรงตามวัตถุประสงค์

โดยมีการแปลความหมายว่า ค่า IOC ตั้งแต่ 0.50-1.00 มีค่าความเที่ยงตรง ใช้ได้

ค่า IOC ต่ำกว่า 0.50 ต้องปรับปรุง ยังใช้ไม่ได้

วิธีการดำเนินการวิจัย

1. การศึกษาแนวคิด ดำเนินการศึกษาทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

2. การดำเนินการวิจัยโดยใช้พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี เป็นพื้นที่ในการศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก และศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนที่จะใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก การเก็บข้อมูลการวิจัย ใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง เครื่องมือคือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ทั้งนี้แนวคำถามครอบคลุมเกี่ยวกับความต้องการจำเป็น อัตลักษณ์ชุมชน ด้าน ชาติพันธุ์ วัฒนธรรมความเชื่อ ภาษาในการสื่อสาร และรูปแบบการดำรงชีวิตตรวจสอบคุณภาพแบบสัมภาษณ์โดย ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน นำเครื่องมือที่สร้างขึ้นไปสัมภาษณ์หาอัตลักษณ์ชุมชน ด้วยเทคนิค snow ball โดยช่วงเวลาของการดำเนินการ สัมภาษณ์ในช่วงเดือน สิงหาคม – ตุลาคม 2559 ผู้ให้ข้อมูลได้แก่ พระสงฆ์ ผู้ใหญ่บ้าน ชาวบ้านที่มีผู้แนะนำรวมทั้งสิ้น 6 คน จนได้ข้อมูลสมบูรณ์เพียงพอ

3. การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยตีความจากการสัมภาษณ์เชิงโครงสร้าง และสังเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน และนำเสนอข้อสรุปเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกในขั้นตอนต่อไป

ตอนที่ 2 การออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 ท่าน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จะประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบ แบบค่าระดับ จำนวน 5 ระดับ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ จำนวน 5 ท่าน

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การหาค่าเฉลี่ย (Mean)

โดยมีการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย แบ่งเป็น 5 ช่วงดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
4.51 - 5.00	ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.51 - 4.50	ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมมาก
2.51 - 3.50	ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมปานกลาง
1.51 - 2.50	ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมน้อย
1.00 - 1.50	ผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

2. ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)

วิธีดำเนินการ

1. การคัดเลือกอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการออกแบบของที่ระลึก จากข้อสรุปที่ได้พัฒนาเป็นกรอบแนวคิดในการคัดเลือกอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการออกแบบของที่ระลึก ผู้เชี่ยวชาญในการคัดเลือกคัดเลือกอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการออกแบบของที่ระลึกประกอบด้วย ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบในสถานศึกษาที่มีประสบการณ์กับพื้นที่ที่ศึกษา ผู้วิจัยตัวแทนชุมชน และนักออกแบบ จำนวน 3 คน ร่วมกันพิจารณาคัดเลือกอัตลักษณ์ของตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

2. การออกแบบเบื้องต้น ผู้วิจัยดำเนินการโดยการกำหนดเวลาดำเนินการ ระยะเวลาการร่างแบบและออกแบบ การขึ้นต้นแบบ และการปรับปรุงแบบ

3. การผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยเลือกสถานที่ผลิต จัดงบประมาณในแต่ละขั้นตอน กระบวนการออกแบบและการสร้างผลิตภัณฑ์ ให้ได้ต้นแบบ โดยใช้วิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research)

4. การประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบนี้ จะประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบ แบบค่าระดับ จำนวน 5 ระดับ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ จำนวน 5 ท่าน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบประเมินผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบ นำมาทำการวิเคราะห์ เพื่อหาค่าสถิติต่าง ๆ โดยการใช้ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ระยะที่ 2 พัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ศึกษาวิธีการส่งเสริมอาชีพด้วยการหาวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศ โดยพิจารณาจากอาชีพที่ประสบความสำเร็จที่มีบริบทที่ใกล้เคียงกับพื้นที่เป้าหมายซึ่งอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรีด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา เพื่อหาข้อสรุปความสำเร็จร่วม จนได้วิธีการส่งเสริมอาชีพ

พื้นที่ที่ศึกษา คือ วิสาหกิจชุมชน สถานประกอบการที่ประสบความสำเร็จที่มีบริบทที่ใกล้เคียงกับการทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบในจังหวัดกาญจนบุรี

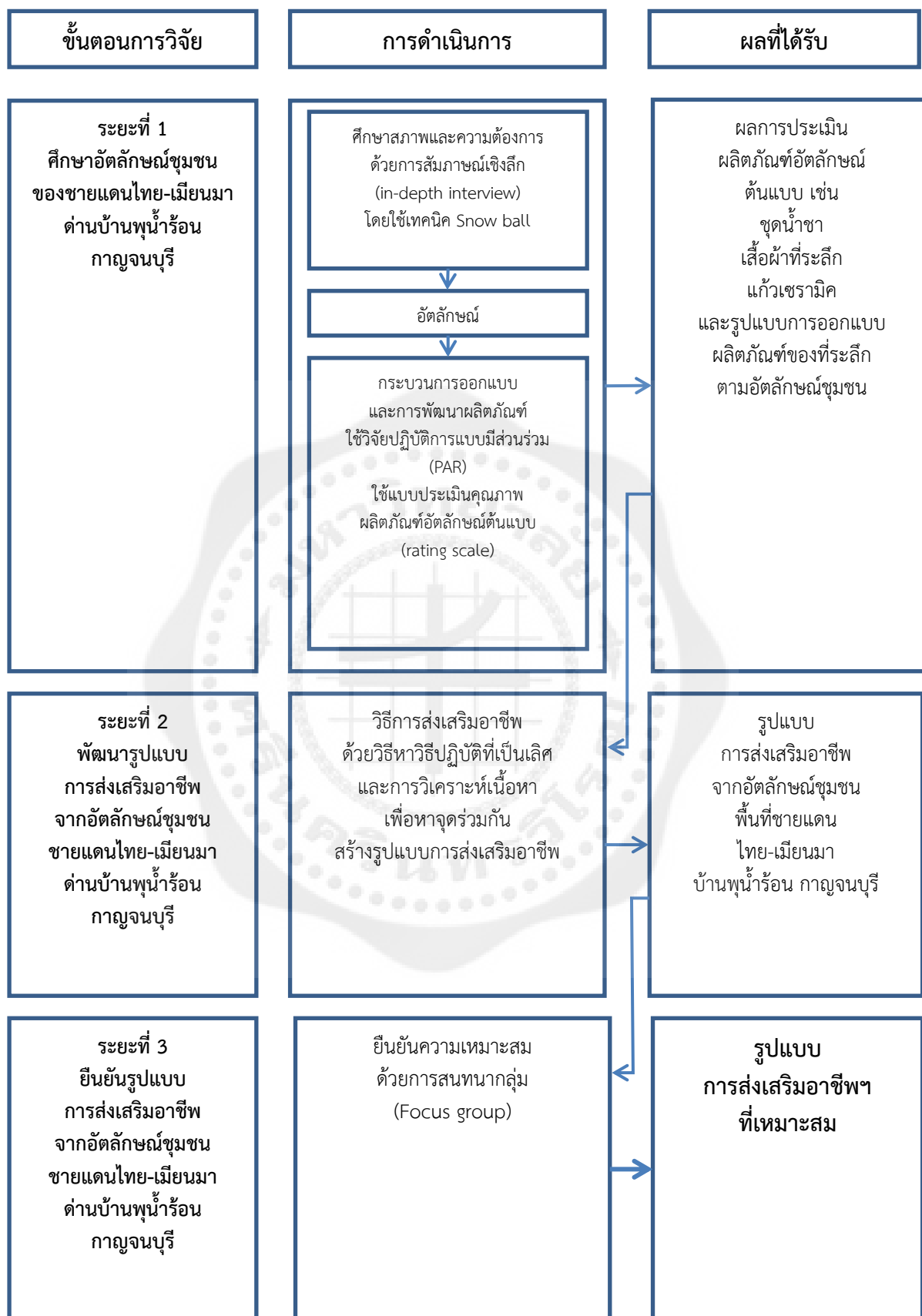
ผู้ให้ข้อมูล คือ เจ้าของกิจการสถานประกอบการ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์ และหาคูณภาพของแบบสัมภาษณ์

ระยะที่ 3 ยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

โดยนำรูปแบบการส่งเสริมอาชีพฯ ไปประเมินยืนยันความเหมาะสมด้วยการสนทนากลุ่มจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ

ผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ โดยผู้เชี่ยวชาญพิจารณาจากผู้มีความสำคัญเกี่ยวข้องกับชุมชนพื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีหรือปฏิบัติงานในหน่วยงานราชการด้านวัฒนธรรม อุตสาหกรรมหรืออื่นๆที่เกี่ยวข้อง และผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาจากผู้ดำรงตำแหน่งทางวิชาการ และมีคุณวุฒิคุณวุฒิปฏิบัติ มีความเชี่ยวชาญด้านการบริหารจัดการ, การบริหารจัดการศึกษา และด้านการจัดการอาชีพ



ภาพประกอบ 22 การดำเนินการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพฯ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยเพื่อหารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี เพื่อพัฒนารูปแบบฯและเพื่อยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้

ผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทยเมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

1. การศึกษาความต้องการของชุมชน

จากการศึกษาความต้องการจำเป็นของบุคคลในพื้นที่ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่า การค้าชายแดนตรงบริเวณนี้ได้เกิดขึ้นตามปริมาณผู้คนที่เข้ามาใช้บริการกับพื้นที่ที่มีร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ร้านค้าสะดวกซื้อ เสื้อผ้า ของที่ระลึก แต่เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ที่จำหน่ายกับมีเพียงสินค้าตามท้องตลาดทั่วไป และสินค้าเกษตรชุมชนเท่าที่มี ยังไม่พบเห็นสิ่งที่สามารถบ่งบอกถึงความเป็นพื้นที่ชุมชนด่านพุน้ำร้อน การศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกดังกล่าว ใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนต่อไป



ภาพประกอบ 23 การเก็บข้อมูลในพื้นที่

2. การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน

จากผลการศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกดังกล่าว จึงได้ทำการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี พบรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 อัตลักษณ์ชุมชนด้านชาติพันธุ์

ลักษณะของการตั้งบ้านเรือนของคนในหมู่บ้านชุมชนหงสาวดี บริเวณด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีจะมีสภาพคล้ายกับหมู่บ้านธิะในฝั่งแผ่นดินของสหภาพเมียนมา เพราะมีการเชื่อมโยงกันในเรื่องเครือญาติ การทำมาหากิน การค้าขายแดนมาแต่อดีตสภาพเป็นครอบครัวขนาดเล็ก มีทั้งคนไทย มอญ กะเหรี่ยง พม่า ความเป็นอยู่ของชุมชนจะอาศัยอยู่กันแบบเครือญาติถ้อยทีถ้อยอาศัย รักใคร่สามัคคี พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

“...บ้านพุน้ำร้อนเหมือนกระจกสะท้อนกันกับบ้านธิะ คนในสองหมู่บ้านมีการไปมาหาสู่กัน ใช้ภาษาพูดเดียวกัน เรานับถือศาสนาเดียวกัน มีหลวงพ่อดีเป็นผู้นำศาสนาด้วยกัน...”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1. 2559: สัมภาษณ์)

“...ถ้าแบ่งสัดส่วนผู้คนบ้านพุน้ำร้อน จะพบว่าเป็นคนไทยจำนวนครึ่งหนึ่งหรือหาลิบบส่วน คนเชื้อชาติมอญ สามสิบส่วน อีกสิบห้าส่วนเป็นกะเหรี่ยง ที่เหลือคือพม่าหรือเมียนมา...”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2. 2559: สัมภาษณ์)

“...การแต่งกายของชาวบ้านบ้านพุน้ำร้อนก็จะเหมือนทั่วไปแล้ว ด้วยความเจริญที่เข้ามา ทั้งถนน ด้านสุขภาพ ทำให้มีการค้าขายที่สะดวกสบายขึ้น แต่ที่จะมองชัดเจนคือวันจัดงานพระใหญ่ สารทใหญ่ งานประเพณีไหว้บรรพบุรุษ คนในหมู่บ้านจะแต่งตัวเต็มทั้งมอญ กะเหรี่ยง พม่า ไทย ส่วนใหญ่ก็มารวมกันที่วัดพุน้ำร้อน(รัตนคีรี)นี้...”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 3. 2559: สัมภาษณ์)

“...ความสัมพันธ์กันของชาวบ้านพุน้ำร้อนดีมาก มีการพบปะพูดคุย มีประเพณี มีการตั้งเป็นชุมชน หงสาวดี ทุกคนรักใคร่สามัคคีกัน แบ่งหน้าที่กันทำงาน มีวัดเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจร่วมกัน...”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4. 2559: สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 24 อัตลักษณ์ชุมชนด้านชาติพันธุ์

2.2 อัตลักษณ์ชุมชนด้านวัฒนธรรมความเชื่อ

คนส่วนใหญ่ที่ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีนับถือศาสนาพุทธ แต่ก็มีในส่วนของรายละเอียดเช่นชุมชนหงสาวดีจะมีความเชื่อพื้นถิ่นทั้งเชื้อสายกะเหรี่ยงและมอญ ซึ่งงานเหล่านี้ก็จะจัดในวัดซึ่งวัดพุน้ำร้อนรัตนคีรี ที่ชุมชนกล่าวถึงมาก เนื่องจากการที่พื้นที่มีความหลากหลายทางด้านชาติพันธุ์แต่ก็มีความเหมือนกันคือในเรื่องการนับถือศาสนาพุทธ ภายหลังจากก่อสร้างของวัดพุน้ำร้อนรัตนคีรีจะเป็นการผสมผสานกันระหว่างไทย พม่า กะเหรี่ยงและมอญ จะมีกิจกรรมหรือพิธีกรรมตามความเชื่อเข้ามาผสมกลมกลืน จนถือว่าเป็นรูปแบบพุทธตามแนวทางชาติพันธุ์บริเวณชุมชนนี้

“...การนับถือศาสนาและความเชื่อของชาวบ้านพุน้ำร้อน นับถือศาสนาพุทธเป็นส่วนใหญ่ มีความเชื่อพื้นถิ่นตามแต่ดั้งเดิม ทั้งมอญ กะเหรี่ยง พม่าและไทย เช่นไหว้ปู่ย่าบรรพบุรุษ ร่วมกันใช้วัดวัดเป็นที่ยึดเหนี่ยวจิตใจร่วมกัน...”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 1. 2559: สัมภาษณ์)

“...ชาวบ้านพุน้ำร้อนมักจะนึกถึงวัดพุน้ำร้อน เจดีย์พระธาตุสองแผ่นดิน ในการพบปะพูดคุย มีประชุมกัน ถ้าจะนึกถึงสิ่งก่อสร้างก็จะนึกถึงก่อนเสมอ...”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 2. 2559: สัมภาษณ์)

“...กิจกรรมที่เกิดขึ้นในงานวัดหรือที่ชาวบ้านพุน้ำร้อนจัดขึ้น ก็จะมีให้เห็นเช่นการฟ้อนรำจะออกแนวแบบพม่า พระนางรำมาจากทางฝั่งพม่า เมืองอิทะ การทำอาหารเช่นแกงฮังเล ที่นี้จะต่างกับทางเหนือ เพราะใส่มะสะหว่า และมีขนมทองโยะเป็นที่นิยมต้อนรับแขกจากภายนอกอีกด้วย โดยกิจกรรมที่จัดจะมีเจ้าภาพมารับผิดชอบตลอดการจัดงาน มาจากแรงศรัทธาจริงๆ...”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4. 2559: สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 25 อัตลักษณ์ชุมชนด้านวัฒนธรรมความเชื่อ

2.3 อัตลักษณ์ชุมชนด้านภาษาในการสื่อสาร

คนในพื้นที่ใช้ภาษาไทยสำหรับการพูดเป็นหลัก แต่สำหรับชุมชนมอญและกะเหรี่ยง ก็มีการใช้ภาษาของตนเอง ในการสื่อสารกันชุมชนใช้วิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบเรียบง่าย

“...การสื่อสารกันภายในบ้านpunน้ำร้อนพูดคุยด้วยภาษาไทยเป็นหลัก แต่ถ้าในวงกลุ่มเล็กๆใช้ภาษามอญ ภาษากะเหรี่ยง เวลาไปฝั่งพม่าก็ใช้ภาษาพม่าเวลาข้ามแดน ไม่มีปัญหาสำหรับการสื่อสาร....”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 5. 2559: สัมภาษณ์)

“...ถ้าต้องพูดคุยกับแขกหรือคนข้างนอกพื้นที่ที่ใช้ภาษาไทยนี่ละ แต่บางครั้งก็ต้องผสมปนเปกันไประหว่างพูดคุย ก็ไม่เห็นว่าจะทำให้งานติดขัดเลย กลับมีบรรยากาศที่ดีด้วยอีก....”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6. 2559: สัมภาษณ์)

“...ตัวหนังสือขึ้นอยู่กับว่าทำงานอะไร มันก็ใช้สองสามแบบนั้นแหละ แล้วแต่ว่าไปใช้กับที่ใด มีคนเขียนและอ่านได้ แต่แนวๆพูดได้ค่อนข้างจะเยอะ....”

(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6. 2559: สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 26 อัตลักษณ์ชุมชนด้านภาษาในการสื่อสาร

2.4 อัตลักษณ์ชุมชนด้านรูปแบบการดำรงชีวิต

การดำรงชีวิต งานประเพณีที่โดดเด่นเช่นงานวันรำลึกบรรพบุรุษ ซึ่งเป็นงานที่ได้รับการถ่ายทอดมายาวนาน เป็นงานที่ให้พี่ ๆ น้อง ๆ ชาตัพันธุ์มอญได้รำลึกถึงผู้ที่เสียสละเพื่อชาติ และ ผู้ที่มีพระคุณ ซึ่งไม่ว่าจะไปอยู่ที่ไหนเมื่อถึงวันจัดงานนี้ ก็จะกลับมารวมตัวกันเพื่อรำลึกถึงบรรพบุรุษของตน และงานวันพระใหญ่ จะมีการนำสิ่งของจัดใส่กะละมัง ของที่ใส่อยู่ในกะละมังจะเป็นสิ่งของที่มีความเชื่อที่หล่อหลอมกันมาว่า ในกะละมัง ต้องมีกล้วยแทนการแตกหน่อออกลูกออกหลาน มีมะพร้าว

แทนในเรื่องความแข็งแรง มีใบต้นหว่าแทนในเรื่องการให้ลูกหลานมีการอ่านออกเสียงง่าย ส่วนจะมีอะไรในกะละมังอีกก็ขึ้นอยู่กับฐานะของแต่ละคน

“...งานวันพระใหญ่ จะมารวมตัวกันไหว้บรรพบุรุษ ใครมีกะละมังก็จัดของเต็มมีกล้วย มะพร้าวและหมากพลูสารพัด แต่มันมีความหมายที่ดีให้ลูกหลานเจริญรุ่งเรือง...”
(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6. 2559: สัมภาษณ์)

“...งานรำลึกถึงบรรพชน ผู้เสียสละของมอญ ทำกันมานานแล้ว เรียกว่าเป็นประเพณีเลยทีเดียว ส่งเสริมให้ลูกหลานมีความกตัญญูทวดที่...”
(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 4. 2559: สัมภาษณ์)

“...ตัวหนังสือขึ้นอยู่กับว่าทำงานอะไร มันก็ใช้สองสามแบบนั้นแหละ แล้วแต่จะไปใช้กับที่ใด มีคนเขียนและอ่านได้ แต่แนวๆพูดได้ค่อนข้างจะเยอะ...”
(ผู้ให้ข้อมูลคนที่ 6. 2559: สัมภาษณ์)



ภาพประกอบ 27 อัตลักษณ์ชุมชนด้านประเพณี

ผลจากการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี สามารถสรุปได้ดังภาพประกอบต่อไปนี้



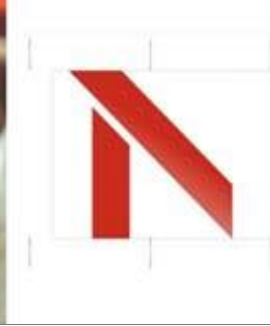
ภาพประกอบ 28 อัตลักษณ์ชุมชน

ผลการนำอัตลักษณ์ชุมชนชายแดนไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อนมาออกแบบและ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

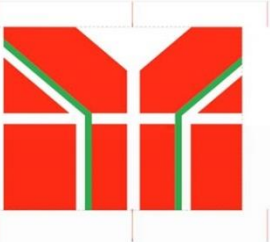
จากภาพประกอบ 28 สามารถนำอัตลักษณ์ชุมชนชายแดนไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อนกาญจนบุรี มาให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบจำนวน 3 คน ได้ทำการคัดเลือกอัตลักษณ์ชุมชนเพื่อการออกแบบของที่ระลึก โดยใช้องค์ประกอบความหลากหลายของชาติพันธุ์ในชุมชน โดยการใช้การแต่งกายเป็นการสื่อสารถึงความหลากหลายทางชาติพันธุ์ในชุมชน ประเพณีความเชื่อ และวัตถุ/สถานที่ที่สื่อสารถึงความเป็นพื้นที่ ผลการดำเนินการเป็นดังนี้

1.การออกแบบเบื้องต้น ขั้นตอนนี้นำข้อมูลจากการคัดเลือกอัตลักษณ์ชุมชนมาออกแบบโดยใช้การร่างด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์

ตาราง 1 ที่มาและแนวคิดในการออกแบบ

ที่มา	ลวดลายที่ออกแบบ	แนวคิด
		แนวคิดการออกแบบมาจาก รูปทรงของมหาเจดีย์พระธาตุด สองแผ่นดิน รูปร่างของ ผลงานจากการใช้ลายเส้น และสีแดง สีทอง อันเป็นการ สื่อถึงความเจริญ
		แนวคิดการออกแบบมาจาก รูปทรงของมหาเจดีย์พระธาตุด สองแผ่นดิน รูปร่างผลงาน จากการใช้ลายเส้นการทำ เป็น ผลงาน 2 มิติ
		แนวคิดการออกแบบมาจาก รูปทรงของเสาหงส์ สัญลักษณ์สำคัญของมอญ รูปร่างของผลงานจากการใช้ ลายเส้น และสีแดง สีทอง
		แนวคิดการออกแบบ มาจากการแต่งกาย ของคนชาติพันธุ์มอญ

ตาราง 1 (ต่อ)

ที่มา	ลวดลายที่ออกแบบ	แนวคิด
		แนวคิดการออกแบบ มาจากการแต่งกาย ของคนชาติพันธุ์กะเหรี่ยง
		แนวคิดการออกแบบ มาจากกิจกรรม เพื่อนำในงานประเพณี สำคัญต่างๆ

2. การผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

หลังจากที่ได้ร่างกราฟิก ก็ร่วมกันกับคณะทำงานพิจารณารูปแบบ ปรับปรุงขนาดและลวดลาย ให้มีความเป็นไปได้ลงตัวที่สุดจัดทำเขียนแบบเพื่อส่งไปสู่กระบวนการขึ้นต้นแบบ และทำการปรับปรุง ปรับแบบจนกว่าจะได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์



ภาพประกอบ 29 ตัวอย่างต้นแบบผลิตภัณฑ์

3. การประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบ

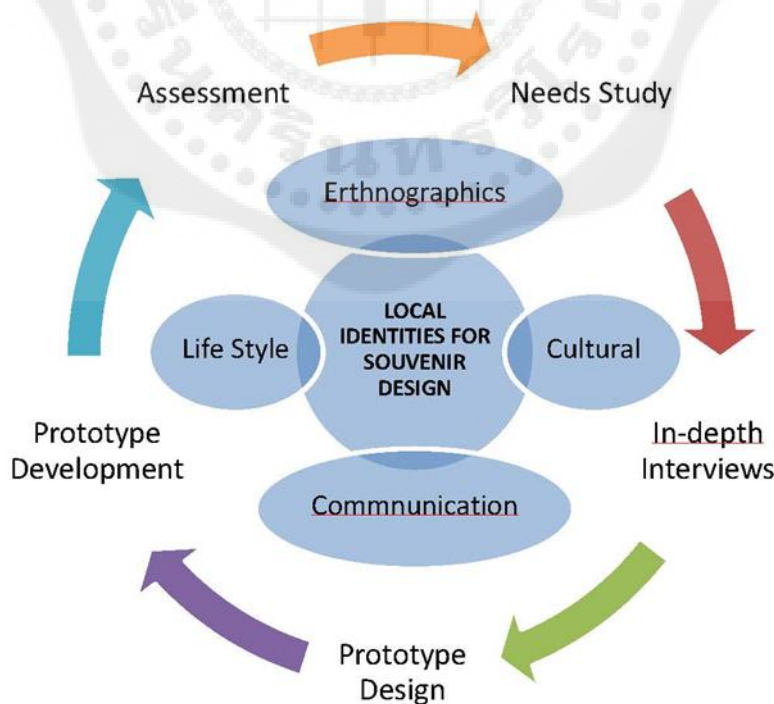
ผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ จำนวน 5 ท่าน ประเมินผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบ พบว่า ผลการประเมินรูปแบบผลิตภัณฑ์ ในด้านความมีอัตลักษณ์, ด้านความสวยงาม, ด้านความสะดวกในการใช้งาน และด้านความปลอดภัยมีค่าระดับเหมาะสมมากที่สุด รายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 การประเมินผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ประเมินผลิตภัณฑ์	Mean	SD	แปลผล
1.ด้านความมีอัตลักษณ์			
1.1 สามารถสะท้อนความเป็นชุมชน	4.60	0.55	เหมาะสมมากที่สุด
1.2 มีความเป็นสัญลักษณ์ (Symbol)	4.80	0.45	เหมาะสมมากที่สุด
1.3 ความสามารถในการสื่อสาร เผยแพร่ (Communications)	4.60	0.55	เหมาะสมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรายด้าน	4.67	0.49	เหมาะสมมากที่สุด
2.ด้านความสวยงาม (Aesthetics or sales appeal)			
2.1 ความเป็นองค์ประกอบทางศิลปะ (Composition)	5.00	0.00	เหมาะสมมากที่สุด
2.2 สีและจุดสนใจ (Colors)	4.80	0.45	เหมาะสมมากที่สุด
2.3 เทคนิคตกแต่ง (Decoration Technique)	4.60	0.55	เหมาะสมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรายด้าน	4.80	0.41	เหมาะสมมากที่สุด
3.ด้านความสะดวกในการใช้งาน (Ergonomics)			
3.1 รูปร่างผลิตภัณฑ์ (Shape & Form)	4.60	0.55	เหมาะสมมากที่สุด
3.2 หน้าที่ประโยชน์ใช้สอย (Function)	4.80	0.45	เหมาะสมมากที่สุด
3.3 การนำมาใช้ใหม่ (Recycle)	4.60	0.55	เหมาะสมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรายด้าน	4.67	0.49	เหมาะสมมากที่สุด
4.ด้านความปลอดภัย (Safety)			
4.1 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์	4.80	0.45	เหมาะสมมากที่สุด
4.2 คุณภาพสำหรับการใช้งาน	4.80	0.45	เหมาะสมมากที่สุด
4.3 คุณภาพสำหรับผู้ใช้งาน	4.72	0.46	เหมาะสมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรายด้าน	4.73	0.46	เหมาะสมมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยทั้งหมด	4.72	0.45	เหมาะสมมากที่สุด

2. การออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยใช้ขั้นตอนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ คือ การออกแบบเบื้องต้น การประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ การปรับปรุงแบบ และการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ ผลการประเมินคุณภาพรูปแบบผลิตภัณฑ์ พบว่าในด้านมีอัตลักษณ์,ด้านความสวยงาม และด้านความปลอดภัยมีค่าระดับมากที่สุด ในขณะที่ด้านความสะดวกในการใช้งานมีผลการประเมินอยู่ในระดับมากซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ มานะ อินพรมมี(2555) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่องการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของฝาก ของที่ระลึกกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดเพชรบูรณ์ผลที่ได้คือการประเมินการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญภาพรวมทุกด้านของผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 แบบมีความเหมาะสมมากเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า 1) ด้านความมีอัตลักษณ์มีความเหมาะสมมาก 2) ด้านความสวยงามมีความเหมาะสมมาก 3) ด้านความสะดวกในการใช้งานมีความเหมาะสมมาก ด้านความปลอดภัยมีความเหมาะสมมาก 2. สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้สนใจและนักท่องเที่ยวยภาพรวมทุกด้านของผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 แบบมีความเหมาะสมมากเมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่า 1) ด้านความมีอัตลักษณ์มีความเหมาะสมมาก 2) ด้านความสวยงามมีความเหมาะสมมาก 3) ด้านความสะดวกในการใช้งานมีความเหมาะสมมาก 4) ด้านความปลอดภัยมีความเหมาะสมมาก

จากผลการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีสามารถเขียนเป็นรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน ได้ดังภาพประกอบ 29 ดังนี้



ภาพประกอบ 30 รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (NIPPA)

จากภาพประกอบ 29 รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (NIPPA) ประกอบไปด้วย 1) การศึกษาความต้องการของชุมชน(Needs Study) 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interviews)ด้านอัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ด้านได้แก่ ด้านชาติพันธุ์ (Ethnographic) ด้านวัฒนธรรม(Cultural) ด้านภาษาและการสื่อสาร(Communication) และด้านรูปแบบการดำรงชีวิต(Life Style) 3) การออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Design) 4) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Development) และ 5) การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Assessment)

ผลการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ศึกษาวิธีการส่งเสริมอาชีพด้วยวิธีหาวิธีปฏิบัติที่ดี(Best Practice) โดยพิจารณาจากอาชีพที่ประสบความสำเร็จที่มีบริบทที่ใกล้เคียงกับพื้นที่เป้าหมาย ซึ่งอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรีและใช้การวิเคราะห์เนื้อหา(Content Analysis) เพื่อหาจุดความสำคัญ(ความสำเร็จ)ร่วม จนได้กลไกหรือวิธีการส่งเสริมอาชีพ

ผลการศึกษา

กรณีศึกษาแรก ช่างศักดา ชิบเข กลุ่มทำมิดเห็บ กาญจนบุรี

ช่างศักดา ชิบเข อยู่ที่บ้านเลขที่ 136/20 ม.3 ต.ท่าล้อ อ.ท่าม่วง จ.กาญจนบุรี ทำอาชีพทำมิดเห็บ โดยมีการตีขึ้นรูปมิด ผ่านกรรมวิธีต่างๆจนได้ผลผลิตสำเร็จ และถึงกระบวนการจัดจำหน่าย ทั้งจากการสั่งจองและการขึ้นรูปมิดจำหน่ายตรงเอง ผลงานเป็นงานที่มีทั้งประโยชน์ใช้สอย และความเป็นศิลปะเฉพาะตน มีการสืบต่องานช่างมิดกันถึงสามชั่วอายุคน โดยเริ่มตั้งแต่รุ่นกำ(ปู่)นามคือช่างค่อน จากข้อมูลว่าได้รับสืบทอดมาอีกที โดยช่างค่อนได้มาตั้งรกรากที่จังหวัดกาญจนบุรี โดยได้ย้ายที่พำนักอาศัยมาจากจีนแผ่นดินใหญ่ และช่างค่อนได้ถ่ายทอดสู่ทายาทในตระกูลคือ ช่างลำราญ ซึ่งงานช่างลำราญก็มีลวดลายที่โดดเด่นและมีแนวทางการวางลวดลายอันเป็นอัตลักษณ์ของตน ผู้ที่นิยมในงานตีมิดเห็บมักใช้ประโยชน์เป็นหลัก ส่วนแนวทางการตีลวดลายนั้นก็มักมีกลุ่มผู้นิยมอยู่ปริมาณมาก ปัจจุบันราคาค่อนช่างสูงเป็นหลักหลายพันบาท มีตัวอย่างที่ผู้วิจัยได้รับรู้จากการสัมภาษณ์ช่างลำราญ และเห็นหลักฐานร่องรอยเช่นคนเด่นดังในสังคมจังหวัดกาญจนบุรี เช่นผู้ว่าราชการจังหวัดกาญจนบุรี ท่านหนึ่งถึงขนาดมานั่งเฝ้ารอถึงบริเวณหน้าเตาตีมิดกันเลยทีเดียว แต่ด้วยเหตุเพราะตัวช่างลำราญได้เสียชีวิตไปแล้ว ผลงานช่างตีมิดก็ไม่ได้หมดไปด้วย ยังคงถ่ายทอดสู่ช่างตีมิดเห็บรุ่นที่สาม ช่างศักดา

ซึ่งเป็นกำลังคนรุ่นใหม่ ด้วยวัยกลางคน แนวอัตลักษณ์เฉพาะตัวของบ้านซิบเซ มีลักษณะค่อนข้างคล้ายกันอาจจะเนื่องจากมีเครื่องมือในการสร้างที่คล้ายกัน การถ่ายทอดงานช่างรุ่นต่อรุ่นด้วยความ เป็นสายเลือด มีการถ่ายทอดทักษะวิชาเหมือนการสืบต่อกันกัน ต้องมีพิธีกรรมในการต่อกันกันเช่น การถือประเพณีระเบียบแบบแผน การไหว้บูชาสิ่งต่างๆอันเป็นเสมือนครู การนับถือเตา อุปกรณ์ในการ ทำอาชีพ และจากความสำคัญของเทคโนโลยีการสื่อสารที่ไร้พรมแดน ช่างศักดาได้มีการเพิ่มเทคนิคการ ขยายการตลาดการขายโดยใช้เทคโนโลยีการสื่อสารนี้ด้วย จะพบว่าสิ่งที่เป็นผลดีก็คือการทำความรู้จก กับลูกค้าผู้นิยมในกลุ่มกว้างขึ้น ผู้สนใจในกลุ่มใกล้เคียงกันในจังหวัดอื่นๆก็มีมากขึ้นตาม แต่ที่พบก็คือ ปริมาณการขึ้นรูปมีดเหน็บยังอยู่ในจำนวนจำกัด ด้วยเป็นงานขึ้นมือ(Handmade) และรูปแบบงาน ส่วนใหญ่จะเป็นผลงานเชิงหัตถศิลป์ที่มีมูลค่าสูง มีเรื่องราวในการนำเสนอชิ้นงาน ออกเป็นแนวทาง สำหรับเก็บรักษาเป็นของที่ระลึก



ภาพประกอบ 31 ช่างศักดา ซิบเซและผู้สัมภาษณ์



ภาพประกอบ 32 ช่างตีกล้า ชีบเขในขณะขึ้นรูปตีมีดเหน็บ



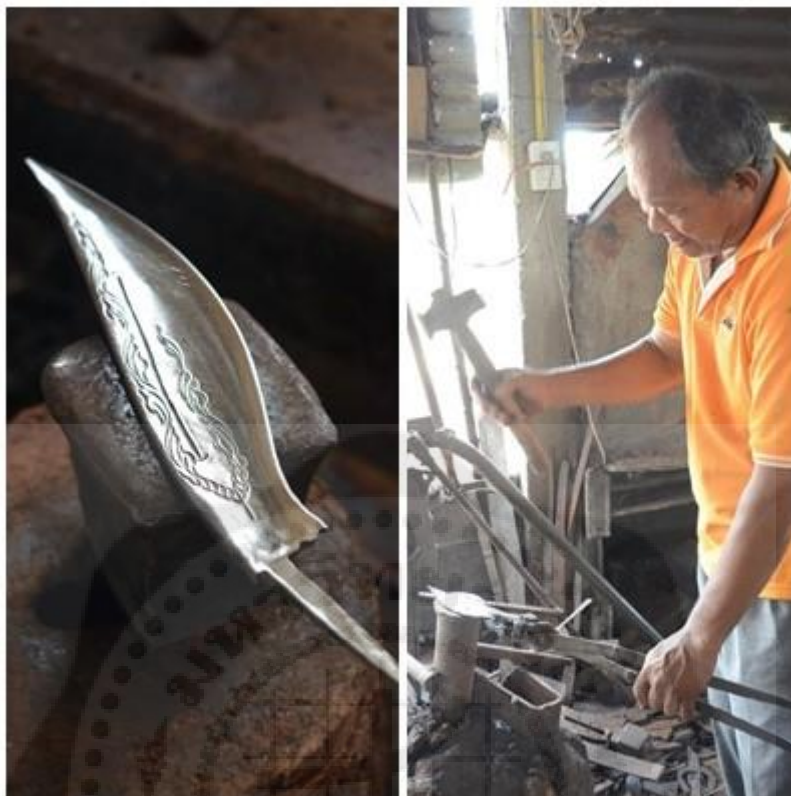
ภาพประกอบ 33 ช่างตีกล้า ชีบเข และผลงานมีดเหน็บ

กรณีศึกษาที่สอง ช่างสุทิน วังนาค กลุ่มทำมิดเหน็บ กาญจนบุรี

ช่างสุทิน วังนาค บ้านเลขที่ 134 ม.10 ต.ดอนตาเพชร อ.พนมทวน จ.กาญจนบุรี เจ้าของผลิตภัณฑ์มิดเหน็บ OTOP จ.กาญจนบุรี ระดับ 3 ดาว ผู้สืบทอดวิชาการตีมีดมาจากรุ่นปู่ และสืบทอดมารุ่นตน และตกทอดมายังรุ่นลูกหลาน ผู้นำวัสดุเหลือใช้เช่นเหล็กแหนบ เหล็กผานรถไถเก่า เหล็กหัวแดง ตลับลูกปืน บาร์เลื่อย ตะปูหมุดหมอนทางรถไฟ โดยมากใช้เหล็กแหนบ และผานรถไถ เนื่องจากเป็นวัสดุเหลือใช้ นำกลับมาแปรรูปใหม่ และมีต้นทุนราคาถูก เจ้าของสัญลักษณ์ลวดลายบนมิดเหน็บรูปพระปรมาภิไธย หรือเจดีย์(แล้วแต่คนเรียก) กรรมวิธีผลิตมิดเหน็บโดยเริ่มคือการเลือกวัสดุที่ทำ การเผาด้วยความร้อนจากฟืนและพัดลมความแรงสูง มีการเลือกใช้จักรกลเทคโนโลยีเฉพาะเพื่อทุ่นแรง ทำให้มีผลิตผลที่มีปริมาณมากเมื่อเทียบกับการขึ้นรูปด้วยมือ มิดเหน็บของช่างสุทินมีที่โดดเด่นคือการใช้วัสดุเช่น บาร์เลื่อย ตะปูหมุดหมอนทางรถไฟ อีกทั้งยังมีการตีเหล็กลายซึ่งเป็นการนำโลหะหลายชนิดมาผ่านความร้อนและตีพับไปมาจนเนื้อมิดเหน็บประสานกันแต่ก็ยังมีลายของเนื้อโลหะที่ผสมผสานกันให้คงเห็นได้ เหล็กลายเมื่อขึ้นเป็นมิดเหน็บมีมูลค่าและคุณค่าสูง(หลายพันบาท) อีกทั้งยังมีความเชื่อในด้านพิธีกรรมมาเกี่ยวข้องอีกด้วย สำหรับงานปัจจุบันมีมิดเหน็บหลากหลายขนาด ทั้งใหญ่ กลาง เล็ก(เป็นงานของที่ระลึก) ถือเป็นอาชีพที่มีผู้ให้ความสนใจในระดับที่ดีมากประเภทหนึ่งในจังหวัดกาญจนบุรี



ภาพประกอบ 34 ช่างสุทิน วังนาค กับจักรกลตีขึ้นรูปมิดเหน็บ



ภาพประกอบ 35 ข้างสุทิน วังนาค กับ การขึ้นรูปผลิตภัณฑ์มีดเหน็บ

กรณีศึกษาที่สาม ป้าอารีรัตน์ พงศพิศกุล กลุ่มผ้าทอมือ กาญจนบุรี

ป้าอารีรัตน์ พงศพิศกุล บ้านเลขที่ 10 หมู่ 1 ต.หนองขาว อ.ท่าม่วง จ.กาญจนบุรี “ผ้าขาวม้า ร้อยสี OTOPห้าดาว กาญจนบุรี” เป็นประธานกลุ่มผ้าทอมือบ้านหนองขาว ตำบลหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี บอกถึงที่มาและจุดเด่นของผ้าขาวม้าร้อยสีของจังหวัดกาญจนบุรี ว่า มีลวดลายที่โดดเด่น สวยงาม สีสันสดใส ไม่ตก จากประสบการณ์ที่สั่งสมมาหลายสิบปี โดยเฉพาะสีสันทน มีการทดลองและพัฒนา ร่วมกับโรงย้อมผ้าและใช้เพียงโรงย้อมผ้าเจ้าเดียวมาโดยตลอด ทำให้รูปแบบวิธีการย้อมผ้ามีความนิ่ง คงสไตส์จนสามารถการันตีรับประกันว่าสีผ้าไม่ตก ไม่ลอกแน่นอน กับคำโฆษณาผ้าขาวม้าร้อยสีเป็นตัวยืนยันทางเลือกในลวดลายสีสันทนอันเกิดขึ้นกับผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่าย ลวดลายผ้าขาวม้าร้อยสีของกลุ่มผ้าทอมือบ้านหนองขาว เป็นลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ “ลายตาจ๊ก” ลวดลายที่โดดเด่นเป็นลายผ้าที่มีการทอแยกสายตลอดทั้งผืนในการทอมือด้วยกี่กระตุก ทำให้ผ้าขาวม้าลายตาจ๊กของบ้านหนองขาว มีราคาสูงกว่าลายทั่วไปและเป็นที่ต้องการของตลาดอย่างมาก ซึ่งในสถานที่ที่ป้าอารีรัตน์ พงศพิศกุลอยู่นั้น มีเพียงกี่กระตุกชิ้นงานทอผ้าเพียง 5 หลัง แต่สามารถ

รวมปริมาณได้มากเนื่องจากในกลุ่มทอผ้า มีสมาชิกกว่า 70 คน ซึ่งเป็นทั้งผู้ที่มีอายุมาก กลุ่มเยาวชน หรือแม่บ้าน ที่ต้องการมีงานทำ และหารายได้เสริมให้กับครอบครัวซึ่งสมาชิกของกลุ่มจะมีรายได้เสริมวันละประมาณ 300 บาท ทำให้ทุกวันนี้มีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ส่วนจังหวัดที่มีการส่งสินค้าของกลุ่มมีหลายจังหวัด ทั้ง จังหวัดราชบุรี พิษณุโลก นครสวรรค์ นครศรีธรรมราช ยะลา เพชรบุรี และกรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถสร้างรายได้ให้กับทางกลุ่มถึงปีละประมาณกว่าล้านบาท มีการนำผ้าทอไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ เพื่อสร้างรายได้เพิ่มอีกด้วย เช่น กระเป๋า รองเท้า กรอบแว่นตา และผ้าพันคอ ไว้ใช้ในช่วงฤดูหนาวอีกด้วย หน่วยงานต่างๆในจังหวัดกาญจนบุรีก็มีการมาสนับสนุนให้อาชีพร้านผ้าทอสามารถดำเนินการต่อเนื่อง และเกิดความมั่นใจว่าอาชีพนี้จะไม่สูญหายไปจากบ้านหนองขาวได้ การทอผ้านำมาซึ่งอาชีพสืบเนื่องได้ อาทิเช่นอาชีพย้อม เรียงเส้นด้ายก่อนการทอ ซึ่งต้องใช้ความสามารถทักษะและความคุ้นชิน ความประณีตละเอียดอ่อนในทุกๆขั้นตอน เมื่อรุ่นผู้ใหญ่รุ่นหนึ่งทำก็มีรุ่นลูกหลานมาช่วยกันทำ และก็เกิดทักษะความชำนาญ แถมการได้ค่าตอบแทนที่คุ้มค่าด้วย บางบ้านที่ว่างเว้นจากการทำเกษตรกรรมก็จะเริ่มทำงานผ้า บางบ้านทำเป็นอาชีพหลักเลยทีเดียว ซึ่งลูกค้ามีทั้งคนไทยและลูกค้าต่างชาติ หมู่บ้านหนองขาวมีการจัดส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกด้วย โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ การเที่ยวโดยนั่งรถบรรทุกเล็กๆแบบชนบท การทำเกษตรกรรมทำนา การทำขนมประจำชุมชน เช่นขนมตาล อาหารตามประเพณี เช่นแกงกลางวัน มัดใต้ ลูกตาล ผลิตภัณฑ์จากตาลบ้านหนองขาวก็มีทั้งคุณภาพและปริมาณไม่แพ้จังหวัดใดๆเช่นกัน



ภาพประกอบ 36 ป้าอารีรัตน์ พุทธิภูมิกุล กับที่ร้านขายผ้าขาวม้าร้อยสี OTOPห้าดาว กาญจนบุรี



ภาพประกอบ 37 กลุ่มผ้าทอมือบ้านหนองขาว ตำบลหนองขาว อำเภอท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี

ตาราง 3 การวิเคราะห์องค์ประกอบด้านการตลาด(4Ps)

องค์ประกอบด้านการตลาด(4Ps)	การวิเคราะห์
ผลิตภัณฑ์(Product)	ผลิตภัณฑ์เป็นงานที่เน้นประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก การผลิตจึงมีผลมาจากความต้องการจากผู้ใช้งานเป็นหลัก แต่ก็มีการสร้างลวดลายเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตน การดึงเอาอัตลักษณ์มาเป็นการสร้างสรรค์สินค้าผลิตภัณฑ์จึงมีความจำเป็นกับการกำหนดว่าผลิตภัณฑ์ควรมีทิศทางการผลิตเช่นไร
ราคา(Price)	มีการกำหนดราคาแยกและรวมกันในทุกขั้นตอน เช่น จะมีความต่างกันไปทั้งวัสดุ ความยากง่ายของการขึ้นรูป ความทนทานการใช้งาน รูปร่างรูปทรงที่แตกต่าง รวมถึงขนาดอีกด้วย และอีกสิ่งที่มีผลต่อราคาคือความเก่าแก่ควรค่าแก่การเก็บสะสม ชื่อเสียงเรื่องราว
สถานที่(Place)	สถานที่ที่จะส่งเสริมให้เกิดการจำหน่าย มีการติดต่อที่ผลิตโดยตรง ร้านค้าส่ง-ปลีก รถบริการจำหน่ายอุปกรณ์เกษตร ยังคงเป็นสถานที่ที่ต้องใช้ผลิตภัณฑ์ของจริงไปวางจัดจำหน่าย ทำให้มีส่วนเกี่ยวข้องกับอื่นๆเช่นค่าขนส่ง ค่าแรงขนส่ง การเก็บรักษา มาเกี่ยวข้องให้เพิ่มค่าใช้จ่ายในส่วนนี้อีกด้วย
การสื่อสาร(Promotion)	ลักษณะการสื่อสารเฉพาะกลุ่มผู้ใช้งาน แบบปากต่อปาก จากการบอกเล่าของบุคคลมีชื่อเสียงทำให้เกิดค่านิยมเพิ่มขึ้นขยายไปสู่การขยายพื้นที่การจัดจำหน่าย

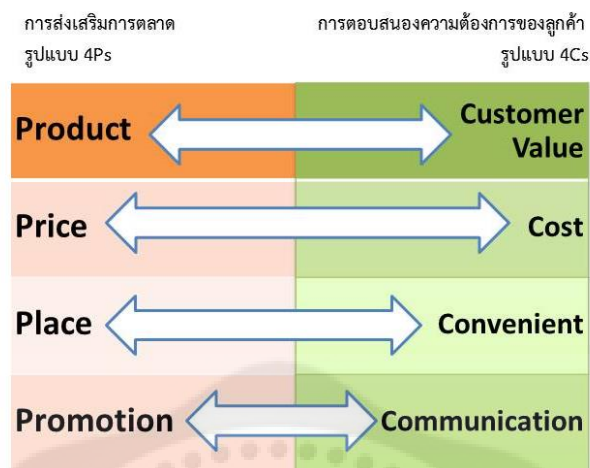
ตาราง 4 การวิเคราะห์องค์ประกอบด้านความต้องการของลูกค้า(4Cs)

องค์ประกอบด้านความต้องการของลูกค้า (4Cs)	การวิเคราะห์
ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Customer needs)	ความต้องการของลูกค้าเริ่มมีการพัฒนาตามความนิยมเป็นกลุ่มๆ เช่น ตามความต้องการนำไปใช้สอย และที่สำคัญการนำไปใช้ทำงานเริ่มเปลี่ยนเป็นการสะสมหรือเป็นของที่ระลึก
ต้นทุนในการได้รับการตอบสนอง (Cost to customer)	ราคาที่ลูกค้ารับได้ถ้ามีความต้องการและความพึงพอใจ ราคาค่อนข้างสูงกว่างานผลิตแบบโรงงาน เนื่องด้วยเป็นงานขึ้นรูปด้วยมือ และแฝงด้วยความเป็นอัตลักษณ์ข้างที่มีเรื่องราวสอดรับ
ความสะดวกในการรับการตอบสนอง (Convenience)	การค้าออนไลน์เป็นตัวสนับสนุนส่งเสริมอาชีพที่ดีผู้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม่จำเป็นต้องทุนของ (ผลิตภัณฑ์) เปลี่ยนเป็นการใช้เทคโนโลยีถ่ายภาพ และเทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์ แทนหน้าร้านแบบเดิม ผู้นิยมผลิตภัณฑ์มีแบบให้เลือกที่หลากหลาย วัสดุประกอบสามารถแสดงภาพได้ ก่อนการตัดสินใจซื้อหรือบริโภค
การสื่อสารให้กลุ่มเป้าหมายรับรู้ (Communication)	ผลิตภัณฑ์มีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารต่อกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม มีหลากหลายช่องทางที่เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่ตรงสู่การตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ เช่น ผู้ผลิตได้มีการใช้ช่องทางสื่อสารออนไลน์ ในการชี้แจงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ รวมถึงแสดงให้เห็นความแตกต่างของกลุ่มสินค้า ทำให้มีการสื่อสารตรงและถูกกลุ่มกับเป้าหมายได้รู้ที่รวดเร็ว มีผลต่อเชิงพาณิชย์

ตาราง 5 ผลการศึกษา Best Practice ทั้ง 2 กรณี พบว่า

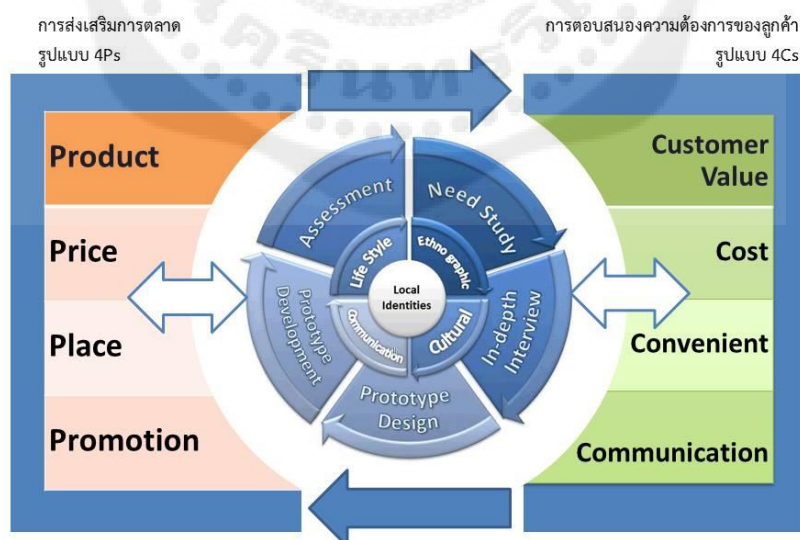
4Ps	4Cs
Product ผู้ผลิตเป็นผู้สร้างสรรค์สินค้าผลิตภัณฑ์ และ การกำหนดว่าผลิตภัณฑ์ควรมีทิศทางทางการผลิต เช่นไร	Customer needs ความต้องการของลูกค้าเริ่มมีการพัฒนาตาม ความนิยมเป็นกลุ่มๆ เช่น ตามความต้องการ นำไปใช้สอย และที่สำคัญการนำไปใช้ทำงาน เริ่มเปลี่ยนเป็นการสะสมหรือเป็นของที่ระลึก
Price ผู้ผลิตกำหนดราคาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ความ ต่างกันไปทั้งวัสดุ ความยากง่ายของการขึ้นรูป ความทนทานการใช้งาน รูปร่างรูปทรงที่ แตกต่าง รวมถึงขนาดอีกด้วย และอีกสิ่งที่มีผล ต่อราคาคือความเก่าแก่ควรค่าแก่การเก็บสะสม ชื่อเสียงเรื่องราว	Cost to customer ราคาที่ลูกค้ารับได้ถ้ามีความต้องการและความ พึงพอใจ ราคาค่อนข้างสูงกว่างานผลิตแบบ โรงงาน เนื่องด้วยเป็นงานขึ้นรูปด้วยมือ และ แฝงด้วยความเป็นอัตลักษณ์ช่างที่มีเรื่องราว สอดรับ
Place สถานที่ที่จะส่งเสริมให้เกิดการจำหน่าย มีการ ติดต่อกับที่ผลิตโดยตรง ร้านค้าส่ง-ปลีก รถ บริการจำหน่ายอุปกรณ์เกษตร ยังคงเป็น สถานที่ที่ต้องใช้ผลิตภัณฑ์ของจริงไปวางจัด จำหน่าย ทำให้มีส่วนเกี่ยวข้องกับเช่นค่าขนส่ง ค่าแรงขนส่ง การเก็บรักษา มาเกี่ยวข้องให้เพิ่ม ค่าใช้จ่ายในส่วนนี้อีกด้วย	Convenience การค้าออนไลน์เป็นตัวสนับสนุนส่งเสริมอาชีพที่ ดีผู้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม่จำเป็นต้องลงทุนของ (ผลิตภัณฑ์) เปลี่ยนเป็นการใช้เทคโนโลยี ถ่ายภาพ และเทคโนโลยีการสื่อสารออนไลน์ แทนหน้าร้านแบบเดิม ผู้นิยมผลิตภัณฑ์มีแบบ ให้เลือกที่หลากหลาย วัสดุประกอบสามารถ แสดงภาพได้ ก่อนการตัดสินใจซื้อหรือบริโภค
Promotion ลักษณะการสื่อสารเฉพาะกลุ่มผู้ใช้งาน แบบ ปากต่อปาก จากการบอกเล่าของบุคคลมีชื่อเสียง ทำให้เกิดค่านิยมเพิ่มขึ้นขยายไปสู่การขยาย พื้นที่การจัดจำหน่าย	Communication มีการพัฒนารูปแบบการสื่อสารต่อ กลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม มีหลากหลาย ช่องทางที่เป็นเทคโนโลยีการสื่อสารที่ตรงสู่การ ตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์ สื่อสารตรงและถูก กลุ่มกับเป้าหมายได้รับรู้ที่รวดเร็ว มีผลต่อเชิง พาณิश्य

ผลการศึกษา Best Practice ทั้ง 2 กรณี พบว่า ทั้งมุมมองของผู้ผลิตและความต้องการของลูกค้ามีความเชื่อมโยงกันสามารถเขียนเป็นรูปแบบได้ดังนี้



ภาพประกอบ 38 ความเชื่อมโยงกันของมุมมองของผู้ผลิตและความต้องการของลูกค้า

จากผลการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการศึกษา Best Practice สามารถพัฒนาเป็นรูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี ได้ดังภาพประกอบ 39



ภาพประกอบ 39 รูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

จากรูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา
ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี ดังภาพประกอบ อธิบายได้ว่า

1. ขั้นตอนการพัฒนาต้นแบบ

ใช้วงจร NIPPA รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (NIPPA) ประกอบไปด้วย 1) การศึกษาความต้องการของชุมชน (Needs Study) 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) ด้านอัตลักษณ์ชุมชน ซึ่งมีองค์ประกอบ 4 ด้านได้แก่ ด้านชาติพันธุ์ (Ethnographic) ด้านวัฒนธรรม (Cultural) ด้านภาษาและการสื่อสาร (Communication) และด้านรูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style) 3) การออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Design) 4) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Development) และ 5) การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Assessment)

2. การส่งเสริมการตลาด

ใช้รูปแบบ 4Ps ประกอบไปด้วย 1) สินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคาผลิตภัณฑ์ (Price) 3) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) และ 4) การโฆษณาจัดจำหน่าย (Promotion)

3. การตอบสนองความต้องการของลูกค้า

ใช้รูปแบบ 4Cs ประกอบไปด้วย 1) ความต้องการของลูกค้า (Customer Need) 2) ราคาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ (Cost) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Convenient) และ 4) การสื่อสารเชิงพาณิชย์ (Communication)

ผลการยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่ยืนยันความเหมาะสมรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี โดยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 7 คน ดังนี้

ตาราง 6 ข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ

รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี	ข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ
1) รูปแบบอัตลักษณ์ชุมชน มีองค์ประกอบ 4 ด้านได้แก่ ด้านชาติพันธุ์(Ethnographic) ด้านวัฒนธรรม(Cultural) ด้านภาษาและการสื่อสาร (Communication) และด้านรูปแบบการดำรงชีวิต(Life Style)	-การได้มาของอัตลักษณ์ชุมชนเริ่มจากการศึกษาความต้องการ(Need Study) ประเด็นใหญ่ 2 ข้อคือ สินค้าของที่ระลึกที่พบจะเป็นทั่วไป ไม่สามารถสะท้อนความเป็นชุมชนได้ และชุมชนต้องการมีอาชีพเสริมเพื่อให้สอดคล้องกับความเจริญของพื้นที่ และไม่ทอดทิ้งอาชีพเดิมที่ประกอบอยู่ -เห็นด้วยกับการที่รูปแบบอัตลักษณ์ชุมชน มีองค์ประกอบ 4 ด้านคือ ด้านชาติพันธุ์ (Ethnographic) ด้านวัฒนธรรม(Cultural) ด้านภาษาและการสื่อสาร(Communication) และด้านรูปแบบการดำรงชีวิต(Life Style) -รูปแบบอัตลักษณ์ชุมชนนี้มุ่งเน้นไปที่อาชีพการทำของที่ระลึก จากการสำรวจความต้องการเบื้องต้น ซึ่งอาชีพอาจเป็นอื่นๆได้อีก เช่นอาชีพเกษตรกรรม หรือการบริการก็ได้

ตาราง 6 (ต่อ)

รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี	ข้อเสนอแนะผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ
2) รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน(NIPPA) ประกอบไปด้วย 1) การศึกษาความต้องการของชุมชน (Needs Study) 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interviews) 3) การออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Design) 4) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Development) และ 5) การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Assessment)	- NIPPA Model น่าจะเป็นหลักของงานวิจัยครั้งนี้ เป็นกลุ่มของกระบวนการในอาชีพการทำของที่ระลึก - NIPPA Model มีการเชื่อมโยงกับรูปแบบของอัตลักษณ์ชุมชนโดยเชื่อมไปที่การศึกษาความต้องการของชุมชน(Needs Study) ทำให้ได้มาของการสร้างงานโดยเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ -โมเดลที่ได้นี้คือกระบวนการสร้างผลิตภัณฑ์ (Design Process) แบ่งเป็นขั้นสำรวจ ขั้นวางแผน ขั้นพัฒนางาน และการประเมินผลงาน โดยใช้แนวคิดของอัตลักษณ์ชุมชนเป็นต้นทาง
3) รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ 3.1)การส่งเสริมการตลาด โดยใช้รูปแบบ 4Ps ประกอบไปด้วย 1) สินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) 2)ราคาผลิตภัณฑ์ (Price) 3) สถานที่จำหน่าย (Place) และ 4) การโฆษณาจัดจำหน่าย (Promotion)	-การส่งเสริมการตลาด โดยใช้รูปแบบ 4Ps ควรเป็นปัจจัยแรกเริ่มที่มาจากการสำรวจความต้องการของชุมชน และเข้าสู่ NIPPA Model เป็นมุมมองว่าชุมชนต้องการอาชีพทำผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อบริโภคหรือจำหน่ายอะไร และสำคัญคือจะต้องตอบโจทย์อัตลักษณ์ชุมชนด้วย -การเชื่อมโยงของ การส่งเสริมการตลาด โดยใช้รูปแบบ 4Ps กับ NIPPA Model ตัวทิศทางของลูกศรควรเชื่อมโยงให้เห็นว่ามีการทำให้เกิดการส่งเสริมอาชีพเช่นไร อาจแสดงในรูปของการวนรอบเป็นสามมิติ

ตาราง 6 (ต่อ)

รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ด้าน บ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี	ข้อเสนอแนะผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ
3.2) การตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้รูปแบบ 4Cs ประกอบไปด้วย 1) ความต้องการของลูกค้า (Customer Need) 2) ราคาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ (Cost) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Convenient) และ 4) การสื่อสารเชิงพาณิชย์ (Communication)	-รูปแบบ 4Cs การตอบสนองความต้องการของลูกค้า เป็นสิ่งที่ชุมชนต้องคิดโดยมุมมองว่าถ้าเป็นลูกค้าจะมีความสามารถในการตัดสินใจซื้อเช่นไร โดยพิจารณาจากทั้ง 1) ความต้องการของลูกค้า (Customer Need) 2) ราคาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ (Cost) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Convenient) และ 4) การสื่อสารเชิงพาณิชย์ (Communication) -ทั้งรูปแบบ 4Ps และรูปแบบ 4Cs ควรจะเป็นการหมุนเวียนเชื่อมโยงควบคู่กับการทำโมดูล NIPPA เพื่อเป็นการพัฒนาต่อไปได้อีก -โมดูลทั้งสองชุด คือรูปแบบ 4Ps และรูปแบบ 4Cs จะเป็นตัวขับเคลื่อนให้เกิดการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี -ถ้าทำโมดูลเป็นลักษณะสามมิติ จะเห็นภาพความเชื่อมโยงได้ชัดเจนขึ้นเช่นไร

สามารถสรุปได้ว่า ข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่ยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี และจะทำให้ชุมชนในเขตพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี มีอาชีพทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน เช่น ชูदन้าชา เสื้อผ้าที่ระลึก และแก้วน้าเซรามิค เป็นต้น ยังเป็นแนวทางให้กับหน่วยงานบริหารส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาส่งเสริมอาชีพ

อีกทั้งยังสามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมให้กับชุมชนอื่นๆต่อไป โดยรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี ประกอบไปด้วยดังนี้

1.รูปแบบอัตลักษณ์ชุมชน มีองค์ประกอบ 4 ด้านได้แก่ ด้านชาติพันธุ์(Ethnographic) ด้านวัฒนธรรม(Cultural) ด้านภาษาและการสื่อสาร(Communication) และด้านรูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style)

2.รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน(NIPPA) ประกอบไปด้วย 1) การศึกษาความต้องการของชุมชน(Needs Study) 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interviews) 3) การออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Design) 4) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Development) และ 5) การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Assessment)

3.รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ ประกอบไปด้วย

การส่งเสริมการตลาด โดยใช้รูปแบบ 4Ps ประกอบไปด้วย 1) สินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคาผลิตภัณฑ์ (Price) 3) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) และ 4) การโฆษณาจัดจำหน่าย(Promotion) และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้รูปแบบ 4Cs ประกอบไปด้วย 1) ความต้องการของลูกค้า (Customer Need) 2)ราคาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ (Cost) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Convenient) และ 4) การสื่อสารเชิงพาณิชย์ (Communication)

และผู้วิจัยได้ดำเนินการแก้ไขรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีตามคำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ โดยได้รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีดังนี้



ภาพประกอบ 40 รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา
ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี



ภาพประกอบ 41 รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา
ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี รูปแบบ 3 มิติ

รูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี ประกอบด้วยการดำเนินการ 3 ขั้นตอน คือ

- ขั้นตอนที่ 1 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน ด้วยวงจร NIPPA
- ขั้นตอนที่ 2 การส่งเสริมการตลาดโดยใช้รูปแบบ 4Ps
- ขั้นตอนที่ 3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้รูปแบบ 4Cs

รายละเอียดของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี แต่ละขั้นตอนเป็นดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน ด้วยวงจร NIPPA

1) การศึกษาความต้องการของชุมชน(Needs Study)

เป็นขั้นตอนการศึกษาค้นคว้าความต้องการจำเป็นของบุคคลในพื้นที่ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ซึ่งการค้าชายแดนตรงบริเวณนี้ เกิดขึ้นตามปริมาณผู้คนที่เข้ามาใช้บริการกับพื้นที่มีร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ร้านค้าสะดวกซื้อ เสื้อผ้า ของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามท้องตลาดทั่วไป และสินค้าเกษตรชุมชนเท่าที่มี การศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกดังกล่าว จึงมีประโยชน์เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน ที่บ่งบอกความเป็นพื้นที่ชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) ด้านอัตลักษณ์ชุมชน

เป็นขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านอัตลักษณ์ชุมชน โดยใช้องค์ประกอบของอัตลักษณ์ชุมชน 4 ด้านได้แก่

2.1 อัตลักษณ์ชุมชนด้านชาติพันธุ์

แสดงลักษณะของการตั้งบ้านเรือนของคนในหมู่บ้านชุมชนหงสาวดี บริเวณตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีจะมีสภาพคล้ายกับหมู่บ้านธิทะในฝั่งแผ่นดินของสหภาพเมียนมา เพราะมีการเชื่อมโยงกันในเรื่องเครือญาติ การทำมาหากิน การค้าชายแดนมาแต่อดีตสภาพเป็นครอบครัวขนาดเล็ก มีทั้งคนไทย มอญ กะเหรี่ยง พม่า ความเป็นอยู่ของชุมชนจะอาศัยอยู่กันแบบเครือญาติถ้อยทีถ้อยอาศัย รักใคร่สามัคคี พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน

2.2 อัตลักษณ์ชุมชนด้านวัฒนธรรมความเชื่อ

แสดงลักษณะของวัฒนธรรมความเชื่อของคนส่วนใหญ่ที่ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีซึ่งนับถือศาสนาพุทธ แต่ก็มีในส่วนรายละเอียดเช่นชุมชนหงสาวดีจะมีความเชื่อพื้นถิ่นทั้ง

เชื้อสายกะเหรี่ยงและมอญ ความเชื่อพื้นถิ่นเหล่านี้มีการจัดกิจกรรมในวัดพุน้ำร้อนรัตนคีรี เนื่องจาก การที่พื้นที่ที่มีความหลากหลายทางด้านชาติพันธุ์แต่ก็มีความเหมือนกันคือในเรื่องการนับถือศาสนา พุทธ กายภาพสิ่งก่อสร้างของวัดพุน้ำร้อนรัตนคีรีจะเป็นการผสมผสานกันระหว่างไทย พม่า กะเหรี่ยง และมอญ จะมีกิจกรรมหรือพิธีกรรมตามความเชื่อเข้ามาผสมกลมกลืน จนถือว่าเป็นรูปแบบพุทธตาม แนวทางชาติพันธุ์บริเวณชุมชนนี้

2.3 อัตลักษณ์ชุมชนด้านภาษาในการสื่อสาร

แสดงลักษณะด้านภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งนี้มีการใช้ภาษาไทยสำหรับการพูดเป็น หลัก แต่สำหรับชุมชนมอญและกะเหรี่ยง ก็มีการใช้ภาษาของตนเอง ในการสื่อสารกันชุมชนใช้วิถี ชีวิตความเป็นอยู่แบบเรียบง่าย มีอักษรที่เป็นของภาษาตนเอง เช่น มอญ กะเหรี่ยง

2.4 อัตลักษณ์ชุมชนด้านรูปแบบการดำรงชีวิต

แสดงลักษณะการดำรงชีวิต งานประเพณีที่โดดเด่นเช่นงานวันรำลึกบรรพบุรุษ ซึ่งเป็น งานที่ได้รับการถ่ายทอดมายาวนาน เป็นงานที่ให้พี่ ๆ น้อง ๆ ชาติพันธุ์มอญได้รำลึกถึงผู้ที่เสียสละเพื่อ ชาติ และ ผู้ที่มีพระคุณ ซึ่งไม่ว่าจะไปอยู่ที่ไหนเมื่อถึงวันจัดงานนี้ ก็จะกลับมารวมตัวกันเพื่อรำลึกถึง บรรพบุรุษของตน และงานวันพระใหญ่ จะมีการนำสิ่งของจัดใส่กะละมัง ของที่ใส่อยู่ในกะละมังจะเป็น สิ่งของที่มีความเชื่อที่หล่อหลอมกันมาว่า ในกะละมัง ต้องมีกล้วยแทนการแตกหน่อออกลูกออกหลาน มีมะพร้าวแทนในเรื่องความแข็งแรง มีใบต้นหว้าแทนในเรื่องการให้ลูกหลานมีการอ่านหนังสือง่าย ส่วนจะมีอะไรในกะละมังอีกก็ขึ้นอยู่กับฐานะของแต่ละคน

3) การออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Design)

เป็นขั้นตอนการออกแบบเบื้องต้น ขั้นตอนนี้นำข้อมูลจากการคัดเลือกอัตลักษณ์ชุมชนมา ออกแบบโดยใช้การร่างด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้องค์ประกอบด้านวัฒนธรรมความเชื่อ เรื่อง สิ่งก่อสร้าง, ด้านชาติพันธุ์ เรื่องการแต่งกาย และด้านรูปแบบการดำรงชีวิต เรื่องการยึดถือประเพณี

4) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Development)

เป็นขั้นตอนพัฒนาต้นแบบ โดยใช้คณะทำงานเป็นผู้พัฒนาต้นแบบ คณะทำงานพิจารณารูปแบบ ปรับปรุงขนาดและลวดลายให้มีความเป็นไปได้ลงตัวที่สุด จัดทำเขียนแบบเพื่อส่งไปสู่ กระบวนการขึ้นต้นแบบ และทำการปรับปรุงปรับเปลี่ยนจนกว่าจะได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์

5) การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Assessment)

เป็นขั้นตอนการประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ ดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ ประเมิน ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกต้นแบบ ในด้านความมีอัตลักษณ์,ด้านความสวยงาม, ด้านความสะดวกในการ ใช้งาน และด้านความปลอดภัย

ขั้นตอนที่ 2 การส่งเสริมการตลาดโดยใช้รูปแบบ 4Ps

ขั้นตอนการส่งเสริมการตลาดโดยใช้รูปแบบ 4Ps ดำเนินการดังนี้

1. การส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

เป็นขั้นตอนการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์โดยมุมมองของผู้ผลิต โดยใช้เอกลักษณ์มาเป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ จำเป็นต่อการกำหนดว่าผลิตภัณฑ์ควรมีทิศทางการผลิต เช่นไร ผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้ง 3 ตัวอย่างได้มาจากการหาความต้องการของพื้นที่ชุมชนว่า ผลิตภัณฑ์ต้องสื่อถึงความเป็นชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน การผลิตต้นแบบไปจนกระทั่งถึงการเป็นสินค้า สามารถพัฒนาได้ตั้งแต่การร่วมกับนักออกแบบในการร่างและปรับปรุง ร่างแบบ ขึ้นรูปต้นแบบจนทดลองทำเป็นต้นแบบสินค้าออกมา

2. การส่งเสริมด้านราคา (Price)

เป็นขั้นตอนการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมด้านราคาของผลิตภัณฑ์จากมุมมองของผู้ผลิต มีการกำหนดราคาต่างกันไปทั้งวัสดุ ความยากง่ายของการขึ้นรูป ความทนทานการใช้งาน และอื่นๆ ชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อนจะรู้ถึงต้นทุนการผลิตและสามารถกำหนดราคาจำหน่ายได้อย่างเหมาะสมกับราคาท้องตลาดทั่วไปได้

3. การส่งเสริมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

เป็นขั้นตอนการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ที่จะส่งเสริมให้เกิดการจำหน่ายจากมุมมองของผู้ผลิต ที่มีการติดต่อที่ผลิตโดยตรง ร้านค้าส่ง-ปลีก รถบริการจำหน่าย และอื่นๆ ชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อนมีความสามารถที่จะจัดตั้งร้านค้าของที่ระลึก เพราะจากการที่เป็นจุดผ่านแดนถาวรมีร้านค้าเกิดขึ้นปริมาณมาก ร้านค้าของที่ระลึกยังไม่เพียงพอ แต่ปริมาณของผู้มาใช้บริการกับมีแนวโน้มเพิ่มจำนวนมากขึ้น ทั้งปริมาณเข้าประเทศและออกนอกประเทศ เกี่ยวข้องกับการเปิดพื้นที่เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษคือตำบลบ้านเก่า ทำให้เกิดความมั่นคงและจะนำมาสู่การพัฒนาด้านเศรษฐกิจอีกด้วย

4. การส่งเสริมด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)

เป็นขั้นตอนการส่งเสริมการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย ลักษณะการสื่อสาร ช่องทางการจัดจำหน่าย จากมุมมองของผู้ผลิต สำหรับชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน ที่เป็นจุดผ่านแดนถาวรนั้น การส่งเสริมการขายเริ่มด้วยมีความสามารถด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านภาครัฐและเอกชน การตั้งหน้าร้าน การออกไปสเตอร์ การสอดแทรกข้อความประชาสัมพันธ์ตามสื่อสารของท้องถิ่นและด้วยความที่บริเวณนี้มีการส่งเสริมงานที่แสดงความเป็นชาติพันธุ์บ่อยครั้ง เช่นงานบุญเดือนต่างๆ งานพิธีสงฆ์ งานประเพณีก็ยังสามารถใช้ช่องทางนี้ในการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์หรือบริการอันเกี่ยวเนื่องได้อีกด้วย

ขั้นตอนที่ 3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้รูปแบบ 4Cs

ขั้นตอนการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้รูปแบบ 4Cs ดำเนินการดังนี้

1. การตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Customer needs)

เป็นขั้นตอนการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การวางแผนผลิตภัณฑ์ที่มีเป้าหมายอยู่ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงที่สุด ดังนั้นการจัดการ Product จึงเป็นการจัดการที่เกี่ยวกับการตอบสนอง สำหรับชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน ที่เป็นจุดผ่านแดนถาวรนั้นสามารถพิจารณาด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าก่อนที่จะเริ่มวางแผนผลิต เพื่อให้ทราบความต้องการและกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ป้องกันการลงทุนเกินกำลังต้องการ อีกทั้งยังเป็นทางเลือกในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับการรองรับของลูกค้า

2. การตอบสนองด้านราคาที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Cost to customer)

เป็นขั้นตอนการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการตอบสนองราคาที่ลูกค้ารับได้ถ้ามีความต้องการและความพึงพอใจ ความพอใจของลูกค้า แนวคิดของ Appreciation คือ ให้มากกว่าลูกค้าคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ลูกค้ารักและศรัทธา ผลของมันมีค่ามากกว่าลูกค้าพอใจ เพราะนอกจากลูกค้าจะซื้อซ้ำ บอกต่อ แล้วยังปกป้องและระคอบสินค้าด้วย สำหรับชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน ที่เป็นจุดผ่านแดนถาวรนั้นจำเป็นต้องศึกษาในประเด็นนี้ เนื่องจากปริมาณของคนที่มาพื้นที่มีหลากหลาย ถ้ามีการเก็บข้อมูลที่ดีก็จะตอบใจห้ความต้องการและวางราคาได้ดีตรงกับแรงซื้อของลูกค้า

3. การตอบสนองด้านความสะดวกในการเลือกซื้อ (Convenience)

เป็นขั้นตอนการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการตอบสนองการตอบสนองความสะดวกที่ผู้บริโภคจะได้รับ การจัดการด้าน Place จึงเป็นการจัดการด้านความสะดวกทั้งการซื้อ และการติดต่อกับลูกค้า สำหรับชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อนมีสิ่งอำนวยความสะดวกเอื้ออำนวยในการสั่งซื้อทั้งเงินสดและและเครดิต สามารถจัดส่งซื้อจากสื่อออนไลน์ ชำระค่าใช้จ่ายได้หลายช่องทาง

4. การตอบสนองการสื่อสารเพื่อการรับรู้ (Communication)

เป็นขั้นตอนการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการตอบสนองการสื่อสารรับรู้ จุดติดต่อ (Contact Point) ใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ สำหรับชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน มีช่องทางการสื่อสารได้หลายทางเช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อออนไลน์ต่างๆ

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเพื่อหารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีครั้งนี้ มีความมุ่งหมายเพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี เพื่อพัฒนารูปแบบและเพื่อยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี โดยสรุปผลการดำเนินการวิจัยดังนี้

สรุปผลการวิจัย

1. การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี จากการสำรวจความต้องการชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน คือ ชุมชนยังขาดผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ และชุมชนต้องการอาชีพให้สอดคล้องกับการพัฒนาของพื้นที่ ผลการศึกษาพบว่าอัตลักษณ์ชุมชน มีองค์ประกอบ 4 ด้านได้แก่ ด้านชาติพันธุ์(Ethnographic) ด้านวัฒนธรรม(Cultural) ด้านภาษาและการสื่อสาร(Communication) และด้านรูปแบบการดำรงชีวิต(Life Style) นำไปสู่ขั้นตอนคัดเลือกอัตลักษณ์เพื่อสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ ได้ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ ในด้านความมีอัตลักษณ์,ด้านความสวยงาม, ด้านความสะดวกในการใช้งาน และด้านความปลอดภัย มีค่าระดับมากที่สุด และสามารถสร้างรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (NIPPA) ประกอบไปด้วย 1) การศึกษาความต้องการของชุมชน(Needs Study) 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interviews) 3) การออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype Design) 4) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype Development) และ 5) การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Assessment)

2. การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี ใช้รูปแบบอัตลักษณ์ชุมชน มีองค์ประกอบ 4 ด้านได้แก่ ด้านชาติพันธุ์(Ethnographic) ด้านวัฒนธรรม(Cultural) ด้านภาษาและการสื่อสาร(Communication) และด้านรูปแบบการดำรงชีวิต(Life Style) และเชื่อมโยงไปยังรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (NIPPA) ประกอบไปด้วย 1) การศึกษาความต้องการของชุมชน(Needs Study) 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interviews) 3) การออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype Design) 4) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype Development) และ 5) การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Assessment) และกลไกของส่วนการส่งเสริมอาชีพใช้รูปแบบ4Ps และ4Csประกอบกัน โดยรูปแบบ 4Ps ประกอบไปด้วย 1) สินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคาผลิตภัณฑ์ (Price) 3) สถานที่จัด

จำหน่าย (Place) และ 4) การโฆษณาจัดจำหน่าย (Promotion) และรูปแบบ 4Cs ประกอบไปด้วย 1) ความต้องการของลูกค้า (Customer Need) 2) ราคาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ (Cost) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Convenient) และ 4) การสื่อสารเชิงพาณิชย์ (Communication)

3.การยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี โดยข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่ยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี และจะทำให้ชุมชนในเขตพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี มีอาชีพทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน เช่น ชุดน้ำชา เสื้อผ้าที่ระลึก และแก้วนํ้า เชารมิค เป็นต้น ยังเป็นแนวทางให้กับหน่วยงานบริหารส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาส่งเสริมอาชีพ ยังสามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมให้กับชุมชนอื่นๆต่อไป โดยรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี ประกอบไปด้วยดังนี้

3.1 รูปแบบอัตลักษณ์ชุมชน มีองค์ประกอบ 4 ด้านได้แก่ ด้านชาติพันธุ์ (Ethnographic) ด้านวัฒนธรรม(Cultural) ด้านภาษาและการสื่อสาร(Communication) และด้านรูปแบบการดำรงชีวิต (Life Style)

3.2 รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (NIPPA) ประกอบไปด้วย 1) การศึกษาความต้องการของชุมชน(Needs Study) 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interviews) 3) การออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Design) 4) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Development) และ 5) การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Assessment)

3.3 รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ ประกอบไปด้วยการส่งเสริมการตลาด โดยใช้รูปแบบ 4Ps ประกอบไปด้วย 1) สินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) 2)ราคาผลิตภัณฑ์ (Price) 3) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) และ 4) การโฆษณาจัดจำหน่าย(Promotion) และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้รูปแบบ 4Cs ประกอบไปด้วย 1) ความต้องการของลูกค้า (Customer Need) 2)ราคาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ (Cost) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Convenient) และ 4) การสื่อสารเชิงพาณิชย์ (Communication)

อภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทยเมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี จากการสำรวจความต้องการชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน คือ ชุมชนยังขาดผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่ และชุมชนต้องการอาชีพให้สอดคล้องกับการพัฒนาของพื้นที่ ผลการศึกษาพบว่าอัตลักษณ์ชุมชน มีองค์ประกอบ 4 ด้านได้แก่ ด้านชาติพันธุ์(Ethnographic) ด้านวัฒนธรรม(Cultural) ด้านภาษาและการสื่อสาร(Communication) และด้านรูปแบบการดำรงชีวิต(Life Style) สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกพร ฉิมพลี(2555: 36-40) ได้ทำวิจัยเรื่องรูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน:กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา ผลที่ได้คือจากการศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน พบว่า ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสานเกี่ยวข้องกับความรู้ความสามารถและประสบการณ์ที่บรรพบุรุษได้สร้างสรรค์และถ่ายทอดสืบต่อกันมา จนกลายเป็นองค์ความรู้ประจำท้องถิ่นที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ทางสังคมและการปลูกฝังวิถีคิด การดำเนินชีวิตประจำวันให้แก่ลูกหลาน เพื่อปฏิบัติสืบต่อกันมา และประเพณี พิธีทองหลางและคณะ(2556) (2556: 36-40) ได้ทำวิจัยเรื่องรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มผู้ผลิตโคมล้านนา ชุมชนเมืองสาทร อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่พบว่าชุมชนเมืองสาทร มีประวัติศาสตร์ในการผลิตโคมล้านนามายาวนาน มีมือประณีต โคมที่ผลิตมีความสวยงามรูปแบบหลากหลายผลิตภัณฑ์เน้นศิลปะ ความเป็นอัตลักษณ์ของล้านนา นอกจากจะเป็นแหล่งผลิตโคมล้านนาที่มีคุณภาพแล้ว ชุมชนเมืองสาทรยังมีศักยภาพในการพัฒนาให้เป็นชุมชนต้นแบบในการดำเนินการธุรกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์และแหล่งท่องเที่ยววัฒนธรรมล้านนา ส่วนรูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มผู้ผลิตโคมล้านนา ตั้งอยู่บนพื้นฐานสำคัญ 3 ประการ ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วม 2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และ 3) ศักยภาพของชุมชนนำไปสู่ขั้นตอนคัดเลือกอัตลักษณ์เพื่อสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ ได้ผลการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ ในด้านความมีอัตลักษณ์,ด้านความสวยงาม, ด้านความสะดวกในการใช้งาน และด้านความปลอดภัย มีค่าระดับมากที่สุด และเมื่อได้อัตลักษณ์ชุมชน ตำบลบ้านพุน้ำร้อนแล้วจัดสร้างรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (NIPPA) ประกอบไปด้วย 1) การศึกษาความต้องการของชุมชน(Needs Study) 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interviews) 3) การออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype Design) 4) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype Development) และ 5) การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Assessment) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อรุณวรรณ ตั้งจันทร์ และ นิรัช สุดสังข์ (2554) ที่ได้ทำการวิจัยเรื่อง การออกแบบผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกจากผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ ทำการออกแบบภาพร่างผลิตภัณฑ์ โดยคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย ความงาม ความเหมาะสม ภายใต้ขั้นตอนการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ โดยการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุด

แต่งโต๊ะอาหาร ออกแบบให้คำนึงถึง ลวดลายผ้าปักม้งที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นเพศหญิง จึงได้นำลายดอกไม้ นำมาใช้ ในการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ผ้ารองจานและผ้ารองแก้ว ผ้าที่นำมาใช้เป็นพื้นหลักให้ใช้ได้สะดวก ทำความสะอาดและดูแลรักษาง่าย อีก ทั้งสร้างความสวยงาม เรียบง่าย เป็นทางการ ภายใต้แนวความคิด “Hmong” ม้ง เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึง เอกลักษณ์การปักผ้าของชนเผ่า วัฒนธรรมความเป็นชาวเขาเผ่าม้ง ในรูปแบบที่เรียบง่ายและเป็นทางการ เพื่อให้ ระลึกถึง คิดถึง หมู่บ้านชาวเขาเผ่าม้ง ตำบลเช็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ หรือใช้เป็นของฝาก ของที่ระลึกได้อีกด้วย และอรัญ วาณิชกร (2556: 22-28) ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ระลึกเครื่องปั้นดินเผาร่วมสมัยเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลเกาะเกร็ด โดยศึกษาการผลิตและความต้องการของนักท่องเที่ยว ตลอดจนพัฒนาเครื่องปั้นดินเผาแบบใหม่ ตำบลเกาะเกร็ดให้ร่วมสมัย สอดคล้องกับบริบทสังคมเมืองโดย ผลพบว่ามี การสร้างอัตลักษณ์ให้เกิดขึ้นแก่ผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่ตราสัญลักษณ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกันเป็นชุดสามารถลดต้นทุนการผลิต ลดเวลา เพิ่มความสามารถและปริมาณการผลิต ออกแบบและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ได้รูปแบบตราสัญลักษณ์ 2 รูปแบบที่พัฒนารูปแบบมาจากเอกลักษณ์ของเกาะเกร็ด ๑. รูปทรงของหม้อลายวิจิตรและรูปทรงของเจดีย์เขียงวัดปรมาภิยาวาส โดยได้ตัดทอนรูปแบบใช้เฉพาะเส้นรอบรูป(Silhouette)และสำหรับโครงสร้างรูปทรงเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ที่มีพื้นผิวสัมผัสที่เย็น มีปฏิสัมพันธ์กับผู้ใช้มากขึ้น จึงเน้นการประดับตกแต่งและใช้งานบนโต๊ะประเภทต่างๆเช่น โต๊ะอาหาร โต๊ะรับแขก โต๊ะทำงาน ผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ได้สามารถลดต้นทุนการผลิตและมีประโยชน์ใช้สอยมากขึ้นสามารถใช้เป็นแนวทางส่งเสริมการอนุรักษ์ควบคู่กับการสร้างสรรค์ เพื่อให้สอดคล้องกับนโยบายส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของรัฐบาลต่อไป สอดคล้องกับไทยโรจน์ พวงมณี (2553: 157-164) ที่ศึกษาอัตลักษณ์ประเพณีผีตาโขน ประเพณีผีขนน้ำ และประเพณีแห่ดอกไม้ : การออกแบบสร้างสรรค์ชุดการแสดงสำหรับการนำเสนอภาพลักษณ์การท่องเที่ยว จังหวัดเลย โดยศึกษา อัตลักษณ์ประเพณีผีตาโขน ประเพณีผีขนน้ำ และประเพณีแห่ดอกไม้ และยังส่งเสริมการเรียนรู้ประเพณีผีตาโขน ประเพณีผีขนน้ำ และประเพณีแห่ดอกไม้ ของชุมชนท้องถิ่น และออกแบบสร้างสรรค์ชุดการแสดงจากการตีความหมายจากประเพณีผีตาโขน ประเพณีผีขนน้ำ และประเพณีแห่ดอกไม้จังหวัดเลย และเกศณีย์ สัตตรัตนขจรและคณะ(2559: 177-189) การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนตำบลหลวงใต้ อำเภอวัง จังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนเทศบาลหลวงได้จากภูมิปัญญาท้องถิ่นโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ผลการศึกษา พบว่า อัตลักษณ์ของชุมชนตำบลหลวงได้จากการสังเคราะห์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นคนเมืองซึ่งคนทางภาคเหนือจะเรียกตัวเองว่าเป็นคนเมืองโดยมีวิถีชีวิตวัฒนธรรมประเพณีเป็นคนเมืองอย่างแท้จริงซึ่งภูมิปัญญาท้องถิ่นของตำบลหลวงได้สะท้อนออกมาเป็นอัตลักษณ์แบ่งได้ 4 ประเภทคือ 1) ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับอาหารคือการทำขนมจีนและน้ำเงี้ยว 2) ภูมิปัญญาท้องถิ่น

เกี่ยวกับการแพทย์คือการรักษาแพทย์พื้นบ้านโดยใช้ยาสมุนไพร 3) ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการประกอบอาชีพคือการปลูกข้าวและการปลูกกระเทียม 4) ภูมิปัญญาท้องถิ่นการสืบทอด อนุรักษ์ วัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่น และจิตตานุ วัฒน (2550: 76-79) ทำการศึกษาเพื่อกำหนดอัตลักษณ์ วัฒน วัฒน (ถนนคนเดิน) ของจังหวัดพิษณุโลก มีวัตถุประสงค์เพื่อกำหนดอัตลักษณ์ วัฒน วัฒน (ถนนคนเดิน) ของจังหวัดพิษณุโลก ให้เป็นที่รู้จักและนำไปสู่การสร้างจุดขายการท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น ผลการวิจัยปรากฏดังนี้ การรับรู้ของกลุ่มเป้าหมายต่อการกำหนดอัตลักษณ์ของจังหวัดพิษณุโลก มีความคล้ายคลึงกันระหว่างประชากรสองกลุ่ม โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวชาว ต่างประเทศ เห็นว่า อัตลักษณ์ของจังหวัดพิษณุโลก คือ 1) พระพุทธชินราช 2) สมเด็จพระนเรศวร มหาราช 3) น้ำตก และ 4) ก๋วยเตี๋ยวห้อยขา ซึ่งสอดคล้องกับความเห็นประชาชน และผู้ประกอบการ สินค้า OTOP แต่ประชาชน และผู้ประกอบการสินค้า OTOP เห็นว่ากล้วยตาก และสุนัขบางแก้ว เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดพิษณุโลก นอกจากนี้ การรับรู้ของประชากรสองกลุ่ม ไม่ได้กล่าวถึง พระ นางพญา ไก่ชนพระนเรศวร และดนตรีมโหรี ซึ่งปรากฏในข้อมูลเอกสารเกี่ยวกับอัตลักษณ์จังหวัด พิษณุโลก จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำเสนอรูปแบบการจัดภูมิทัศน์วัฒนธรรมชุมชน เพื่อเป็นแนว ทางการจัดการถนนคนเดินภายใต้ อัตลักษณ์ถนนวัฒนธรรม เพื่อสร้างการรับรู้และส่งเสริมการ ท่องเที่ยวของจังหวัดพิษณุโลก ที่จะส่งผลให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ สร้างงาน สร้างรายได้ให้ ประชาชนในท้องถิ่นต่อไปและอุปวิทย์ สุวคันธกุลและคณะ (2552: 101-107) ที่ออกแบบและพัฒนา สิ่งทอพื้นเมืองไทยทรงดำจังหวัดเพชรบุรี กรณีศึกษา: ชุดผ้าบนโต๊ะอาหาร วัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อออกแบบและพัฒนาชุดผ้าบนโต๊ะอาหารจากผ้าทอพื้นเมืองไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี และศึกษา ความเหมาะสมต่อชุดผ้าบนโต๊ะอาหารจากผ้าทอพื้นเมืองไทยทรงดำ จังหวัดเพชรบุรี จากการวิเคราะห์ ความเหมาะสมของการออกแบบและพัฒนาสิ่งทอพื้นเมืองไทยทรงดำ ชุดผ้าบนโต๊ะอาหารผลการ ประเมินโดยรวมจากมากไปน้อยของลวดลายผลิตภัณฑ์ คือรูปแบบลายสัตว์ (ลายปู), ลายพันธุ์ พฤษภา (ลายดอกพิกุล) และลายสถานที่และสิ่งของ(ลายโบสถ์)

2. การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดนไทย-เมียน มา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี ใช้รูปแบบอัตลักษณ์ชุมชน มีองค์ประกอบ 4 ด้านได้แก่ ด้านชาติ พันธุ์(Ethnographic) ด้านวัฒนธรรม(Cultural) ด้านภาษาและการสื่อสาร(Communication) และด้าน รูปแบบการดำรงชีวิต(Life Style) และเชื่อมโยงไปยังรูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัต ลักษณ์ชุมชน (NIPPA) ประกอบไปด้วย 1) การศึกษาความต้องการของชุมชน(Needs Study) 2) การสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interviews) 3) การออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype Design) 4) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ (Prototype Development) และ 5) การประเมินต้นแบบ ผลิตภัณฑ์ (Assessment) และกลไกของส่วนการส่งเสริมอาชีพใช้รูปแบบ4Ps และ4Csประกอบกัน

โดยรูปแบบ 4Ps ประกอบไปด้วย 1) สินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) 2) ราคาผลิตภัณฑ์ (Price) 3) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) และ 4) การโฆษณาจัดจำหน่าย (Promotion) และรูปแบบ 4Cs ประกอบไปด้วย 1) ความต้องการของลูกค้า (Customer Need) 2) ราคาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ (Cost) 3) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Convenient) และ 4) การสื่อสารเชิงพาณิชย์ (Communication) สอดคล้องกับวุฒินันท์ ไตรยางค์และคณะ(2559: 371-378) การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพดีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน เพื่อศึกษาวิเคราะห์และพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพดีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผลการศึกษาพบว่า เกษตรกรที่ได้ใบรับรอง Q ข้าว มีปัญหาในการผลิตข้าวคุณภาพดี คือ ในด้านรถรับจ้างเก็บเกี่ยวหายาก อัตราค่าจ้างแรงงานสูง และราคาผลผลิตตกต่ำ ส่วนเกษตรกรทั่วไปมีปัญหาในการผลิตข้าวคุณภาพดี คือ ปุ๋ยมีราคาแพง สำหรับเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพดี โดยได้ข้อสรุปในการส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพดีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน คือ ภาครัฐต้องมีความชัดเจนด้านนโยบาย ควรจัดให้มีการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง ควรเพิ่มงบประมาณและสนับสนุนเครื่องมืออุปกรณ์ในการปฏิบัติงานให้เพียงพอและทันสมัย และในประเด็นสำคัญที่สุดคือ ต้องเน้นการพัฒนาระบบตลาดโดยภาครัฐควรร่วมมือกับภาคเอกชน สนับสนุนตลาดข้าวคุณภาพดี แยกออกจากตลาดข้าวทั่วไป เพื่อให้ราคาผลผลิตข้าว GAP สูงกว่าราคาผลผลิตข้าวทั่วไป และอัญชลี โสมดี(2556: 5-11) ได้ใช้การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจชุมชนอำเภอออยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่ โดยศึกษาความต้องการชุมชนเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และศักยภาพชุมชนการศึกษาแบบผลิตภัณฑ์ในด้านแนวความคิด กลวิธีการออกแบบ ขั้นตอนการผลิต ภูมิปัญญาชาวบ้าน ทักษะคนดี สภาพแวดล้อม ต้นทุนทางธรรมชาติที่ส่งผลกระทบต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์รวมถึงการจัดการความรู้ด้านการออกแบบพัฒนาสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และการจัดการความรู้เพื่อการวิเคราะห์ศักยภาพด้านการจัดการ การตลาด การผลิต และการดำเนินงานเกี่ยวกับธุรกิจชุมชนบนพื้นฐาน ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเพื่อการพัฒนาชีวิตและเศรษฐกิจชุมชนให้ยั่งยืน ด้วยกระบวนการจัดการความรู้ ผลพบว่า กลุ่มธุรกิจชุมชนมีความต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ และศักยภาพในกลุ่มตนเองเพื่อการพัฒนาความรู้ ความเชี่ยวชาญในการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ธุรกิจชุมชนมีความพร้อมในการพัฒนาตนเอง และการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

3.การยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนพื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี โดยข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่ยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี และจะทำให้ชุมชนในเขตพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน

กาญจนบุรี มีอาชีพทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน เช่นชุดน้ำชา เสื้อผ้าที่ระลึก และแก้วนํ้า เสรรามิคเป็นต้น ยังเป็นแนวทางให้กับหน่วยงานบริหารส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาส่งเสริมอาชีพ ยังสามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมให้กับชุมชนอื่นๆต่อไป โดยรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดน ไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี ประกอบไปด้วยดังนี้ 1) รูปแบบอัตลักษณ์ชุมชน มีองค์ประกอบ 4 ด้านได้แก่ ด้านชาติพันธุ์ (Ethnographic) ด้านวัฒนธรรม(Cultural) ด้านภาษาและการสื่อสาร(Communication) และด้านรูปแบบการดำรงชีวิต(Life Style) 2) รูปแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (NIPPA) ประกอบไปด้วย 2.1) การศึกษาความต้องการของชุมชน(Needs Study) 2.2) การสัมภาษณ์เชิงลึก(In-depth Interviews) 2.3) การออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Design) 2.4) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Development) และ 2.5) การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Assessment) และ 3) รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ ประกอบด้วยการส่งเสริมการตลาด โดยใช้รูปแบบ 4Ps ประกอบไปด้วย 3.1) สินค้าผลิตภัณฑ์ (Product) 3.2)ราคาผลิตภัณฑ์ (Price) 3.3) สถานที่จัดจำหน่าย (Place) และ 3.4) การโฆษณาจัดจำหน่าย(Promotion) และการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้รูปแบบ 4Cs ประกอบไปด้วย 3.5) ความต้องการของลูกค้า (Customer Need) 3.6) ราคาผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ (Cost) 3.7) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Convenient) และ 3.8) การสื่อสารเชิงพาณิชย์ (Communication) สอดคล้องกับทวี วัชรเกียรติศักดิ์ (2559: 43-53) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนโดยการพัฒนากลุ่มอาชีพ ในพื้นที่ องค์การบริหารส่วนตำบลพลสงคราม อำเภอโนนสูง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า บริบทเชิงพื้นที่ในการดำเนินงานและการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน ทั้งองค์การบริหารส่วนตำบล และชุมชน มีความพร้อมต่อการพัฒนาแนวทางและการดำเนินการส่งเสริมการสร้าง ความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนโดยการพัฒนากลุ่มอาชีพ จะต้องสร้างจากภายใน ภายนอก และทั้งภายใน และภายนอกชุมชน ตามปัจจัยแห่งความสำเร็จ คือ ความรู้ การยอมรับ ศักดิ์ศรีที่เท่าเทียมของภาคีสมาชิก และการ มีชุมชนเป้าหมายเป็นศูนย์กลางของการสร้างความเข้มแข็งโดยที่ผลการดำเนินการสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ ให้กับชุมชนโดยการพัฒนากลุ่มอาชีพเชิงรูปธรรม ทำให้มีการพัฒนา จัดตั้ง ดำเนินงานและขับเคลื่อนการจัดหาทุน ของกลุ่มอาชีพในทั้ง 15 หมู่บ้านตามความเหมาะสมและการตัดสินใจของแต่ละชุมชน และขวัญใจ อุณหวัฒน์ไพบูลย์(2558) วิจัยเรื่องการพัฒนาแบบการส่งเสริมอาชีพตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง รูปแบบการส่งเสริมอาชีพตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง มีกระบวนการคือ ต้องศึกษาปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กระบวนการ PDCA การส่งเสริมอาชีพ ให้เข้าใจ และจากนั้นดำเนินการดังนี้ 1). การเตรียมการส่งเสริม หรือขึ้นวางแผน (Plan) โดยประกอบด้วยประชากรที่จะรับ

การส่งเสริม การสำรวจความต้องการ ของประชากร วิเคราะห์การเข้าสู่อาชีพ จัดเตรียมโครงการ ส่งเสริมอาชีพ และทำเครื่องมือประเมินผลโครงการ 2).การ ส่งเสริมอาชีพ หรือขั้นการลงมือกระทำ (Do)ประกอบด้วย Input (เครื่องมือ อุปกรณ์ งบประมาณ) Process (จัดฝึกอบรม อาชีพ) Output (ผลิตภัณฑ์ ยอดขาย) 3).การประเมินผลการตรวจสอบงาน (Check) 4).การสังเคราะห์ผล การแก้ไขปัญหา (Action) และ5).ความยั่งยืน(Sustainable) การทำอย่างต่อเนื่องตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง และคู่มือรูปแบบการส่งเสริมอาชีพตามปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียงที่พัฒนาขึ้นเป็นที่ ยอมรับของผู้เชี่ยวชาญ โดยมีความเชื่อมั่น 95% แสดงว่าการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ ตาม ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมีประสิทธิผลเพราะผู้เชี่ยวชาญยอมรับ และสอดคล้องกับ นนทยา อธิธิชินบัญชา(2559) แนวทางการสร้างอาชีพเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผู้สูงอายุใน จังหวัดศรีสะเกษ จากการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงอุปมาน (Inductive Method) พบศักยภาพ 6 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มช่างและการจักสาน 2) กลุ่มศิลปวัฒนธรรม 3) กลุ่มดูแลสุขภาพ 4) กลุ่มทอผ้า และปักผ้า 5) กลุ่มการทำเกษตรและเลี้ยงสัตว์ 6) กลุ่มประกอบการค้าขายและบริการ สำหรับ แนวทางในการสร้างอาชีพเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผู้สูงอายุในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อ ขยับเคลื่อนในการนำไปสู่ความสำเร็จ (Success Model) ใช้ PINS Model หรือโมเดลเข็มหมุด ประกอบด้วย ด้านการมีส่วนร่วม (Participation: P) ด้านความสนใจ ความถนัดของผู้สูงอายุ และ ผลประโยชน์ที่จะได้รับ (Interest: I) ด้านการสร้าง เครือข่าย (Network: N) และด้านการสนับสนุน ส่งเสริมจากภาครัฐและภาคเอกชน (Support: S)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้
 1. ชุมชนในเขตพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี สามารถนำ รูปแบบส่งเสริมอาชีพนี้ไปใช้ และสามารถมีอาชีพทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน เช่นชุดน้ำชา เสื้อผ้าที่ระลึก และแก้วน้าเซรามิคเป็นต้น
 2. หน่วยงานด้านจัดการศึกษาสามารถนำรูปแบบส่งเสริมอาชีพนี้ไปปรับใช้กับบริบทพื้นที่ อื่นๆ ในการพัฒนาส่งเสริมอาชีพให้กับต่างชุมชนอื่นๆต่อไปได้
 3. หน่วยงานบริหารส่วนท้องถิ่นสามารถนำรูปแบบส่งเสริมอาชีพนี้ไปใช้ ในการพัฒนา ส่งเสริมอาชีพให้กับต่างชุมชน และยังสามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมให้กับ ชุมชนอื่นๆต่อไปได้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนสำหรับพื้นที่อื่นๆ โดยการศึกษาความต้องการของพื้นที่ว่าอาชีพใดคือความต้องการ เช่นเกษตรกรรม เกี่ยวกับท่องเที่ยว หรือที่เกี่ยวกับด้านบริการ เป็นต้น

2. ควรทำความเข้าใจกับบริบทพื้นที่ที่ศึกษาให้เพียงพอ ก่อนการศึกษาอัตลักษณ์พื้นที่ที่สนใจ เพราะประเด็นในการพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพฯ มีความแตกต่างกันในแต่ละชุมชน





บรรณานุกรม

- กนกพร ฉิมพลี. (2555). *รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมเครื่องจักสาน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชน จังหวัดนครราชสีมา*. วิทยานิพนธ์ ปริญญาโท (พัฒนาระดับสูงและการจัดการสิ่งแวดล้อม). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2558). *ยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวไทย พ.ศ.2558-2560*. สืบค้นเมื่อ กรกฎาคม 2558 จาก http://www.mots.go.th/ewt_dl_link.php?nid=7114.
- เกศณีย์ สัตตวัตน์ขจรและคณะ. (2558). *การศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนจากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ตำบลหลวงใต้ อำเภองาว จังหวัดลำปาง*. ในการประชุมวิชาการระดับชาติ “วิทยาการจัดการ 2015: วิจัยเพื่อสร้างสรรค์สู่เศรษฐกิจชุมชนสู่ประชาคมอาเซียน”. หน้า 568-584. ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- กุลนาถ ตันพานิชรัตนกุล. (2553). *การสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์จากเศษไม้ยางพารา เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ภาคใต้ กรณีศึกษาเรือกอกและจำลองภาคใต้*. วิทยานิพนธ์ ศ.ม. (ออกแบบนิเทศศิลป์). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยศิลปากร. ถ่ายเอกสาร.
- ขวัญใจ อุณหวัฒน์ไพบูลย์, ไพรัช วงศ์ยุทธไกร, ธนรัตน์ แต้ววัฒนา. (2558). *การพัฒนาแบบการส่งเสริมอาชีพตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง รูปแบบการส่งเสริมอาชีพตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง*. วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 9 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2558 (34-45)
- ทิดกร สอนภาษา. (2555, 23 มิถุนายน). *เอกลักษณ์-อัตลักษณ์*. คมชัดลึก city life. ฉบับที่ 455
- จิตตินุช วัฒนนะ. (2550). *การศึกษาเพื่อกำหนดอัตลักษณ์วัฒนธรรม (ถนนคนเดิน) ของจังหวัดพิษณุโลก*. วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศ. ปีที่ 7 ฉบับที่ 2. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- โชติกา ศรีประเสริฐ (2554). *การรวบรวมความหมายของ“อัตลักษณ์”* สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2559 จาก <http://chotika51-thesis.blogspot.com/2011/07/blog-post.html>.
- โชติวัฒน์ ปุณโณปถัมภ์. (2559, 28 เมษายน) สัมภาษณ์โดย ภัทรพล สุวรรณโณ ที่มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ดนัย เทียนพุฒ. (2555). *ทุนมนุษย์จัดการให้ดีที่สุดเลิศ*. โครงการฮิวแมนแคปิตอล. Copyright. _____ (2556). *วิจัยเพื่อพัฒนาโมเดลใหม่หรือรูปแบบใหม่*. สืบค้นเมื่อ 18 พฤษภาคม 2559 จาก <http://www.slideshare.net/drddan/ss-14198207>

- ทิตินา แคมมณี. (2551). *ศาสตร์การลององค์ความรู้เพื่อการจัดการกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ*. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ไทยโรจน์ พวงมณี . (2554). *การศึกษาอัตลักษณ์ ประเพณีผีตาโชนประเพณีผีขนน้ำ และประเพณีดอกไม้งาม: การออกแบบสร้างสรรค์ชุดการแสดงสำหรับการนำเสนอภาพลักษณ์การท่องเที่ยวจังหวัดเลย*. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมวัฒนธรรม กระทรวงวัฒนธรรม.
- ธเนศ ข้าเกิด. (2550). *Best Practices คืออะไร*. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2559 จาก <https://www.gotoknow.org/posts/113893>
- นันทยา อธิธิชินบัญชร. (2559). *แนวทางการสร้างอาชีพเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับผู้สูงอายุในจังหวัดศรีสะเกษ .วารสารปัญญาภิวัฒน์ ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - เมษายน 2559*
- นวลศิริ เปาโรหิตย์. (2528). *พัฒนาการทางอาชีพ*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง
- นิรมล ขมหวาน. (2557). *อัตลักษณ์ของชุมชนตลาดโบราณบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ*. ปทุมธานี : ศูนย์เรียนรู้การผลิตและจัดการธุรกิจสิ่งพิมพ์ดิจิทัล, 2554
- บุญชม ศรีสะอาด. (2535). *การวิจัยเบื้องต้น*. กรุงเทพฯ: สุริยาสาน.
- บุญดี บุญญาภิกิจ และคณะ. (2547). *การจัดการความรู้.....จากทฤษฎีสู่การปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: จิรวัฒน์ เอกซ์เพรส.
- บุญรุ่ง โนใจ และ วีระกุล ชายผา. (2557, กันยายน-ธันวาคม). *รูปแบบการส่งเสริมอาชีพช่างฝีมือระดับชุมชน ในท้องถิ่นจังหวัดขอนแก่น*. วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น. ฉบับที่ 3: 16-22.
- บุรชัย ศิริมหาสาร. (2548). *การจัดการองค์ความรู้สู่องค์กรอัจฉริยะ*. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2559 จาก http://kmcenter.rid.go.th/kmc17/data/Knowledge/Article/Article_out/040756-01.pdf.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์และคณะ. (2555). *รายงานการศึกษาความเหมาะสมการจัดตั้งด้านอุตสาหกรรม บ้านพุน้ำร้อน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ผู้นำธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- พิศิษฐ์ คุณวโรตม์. (2546). *อัตลักษณ์และกระบวนการต่อสู้เพื่อชีวิตของผู้ติดเชื้อ HIV. อัตลักษณ์ชาติพันธุ์ และความเป็นชายขอบ*. กรุงเทพฯ : ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร,
- พิศมัย รัตนโรจน์สกุล.(2558). *กระบวนการทัศน์และกระบวนการของการวิจัยเชิงคุณภาพกับการอาชีวศึกษา*.วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ ปีที่ 9 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2558

- ภูวนาท รัตนรังสิกุล. (2559, 28 เมษายน) สัมภาษณ์โดย ภัทรพล สุวรรณโณม ที่มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เยาวดี วิบูลย์ศรี. (2536). *การประเมินโครงการแนวคิดและแนวปฏิบัติ*. กรุงเทพฯ: ภาควิชาวิจัยการศึกษา คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525*. กรุงเทพฯ: อักษรเจริญทัศน์.
- วัชร ทรัพย์มี. (2531). *การแนะแนวอาชีพ*. กรุงเทพมหานคร: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- วิไลพร สาคกริก. 2545. *การสื่อความหมายและการรับรู้เอกลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนหัวหิน*. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาโทศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวาทวิทยา ภาควิชาวาทวิทยาและสื่อสารการแสดง คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิศาล บุญประกอบ. (2556). *พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเพื่ออนุรักษ์และฟื้นฟูภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านแก่งเปา อำเภอหล่มเก่า จังหวัดเพชรบูรณ์*. เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- วุฒินันท์ ไตรยางค์และคณะ. (2558). *การพัฒนารูปแบบการส่งเสริมการผลิตข้าวคุณภาพดีในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน*. ขอนแก่น: วารสารแก่นเกษตร. ปีที่43 ฉบับที่2. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศิริชัย กาญจนวาสี (2545). *ทฤษฎีการทดสอบแนวใหม่ = Modern test theories*. พิมพ์ครั้งที่2. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สมโภชน์ อเนกสุข (2548). *การวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม*. วารสารวิจัยและวัดผลการศึกษา ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มีนาคม 2548
- สุบรรณ พันธุ์วิเศษ และชัยวัฒน์ ปัญจพงษ์ . (2522). *ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปฏิบัติ*. พิมพ์ลักษณ์, กรุงเทพฯ :โอเดียนสโตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2558). *ร่างแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)* . สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2559 จาก http://www.nesdb.go.th/article_attach/Book_Plan12.pdf.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2553). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 (พ.ศ. 2555-2559)*. สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2559 จาก <http://art-culture.cmu.ac.th/images/uploadfile/depfile-150910140608>.

- สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2555). นโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติฉบับที่ 8 (พ.ศ.2555-2559). สืบค้นเมื่อ มิถุนายน 2559 จาก <http://science.yru.ac.th/research/documents/thai.pdf>.
- อรุณวรรณ ตังจันทร และนิรัช สุดสังข์. (2554) การออกแบบผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกจากผ้าปักชาวเขาเผ่าม้ง ตำบลเข็กน้อย อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 ตุลาคม 2553-มีนาคม 2554
- อภิชาติ ใจอารีย์. (2557). รูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการแปรรูปหน่อไม้ของชุมชนบ้านพุเตย จังหวัดกาญจนบุรี. กรุงเทพฯ: วารสารการเมืองการปกครอง กิจการสาธารณะ (Public Affairs). ปีที่4 ฉบับที่2. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อภิญญา เฟื่องฟูสกุล (2546). อัตลักษณ์ : การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด = Identity. กรุงเทพฯ :คณะกรรมการสภาวิจัยแห่งชาติ สาขาสังคมวิทยา สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- อรัญ วานิชกร. (2556). อัตลักษณ์หัตถเวชกรรมไทยสู่การออกแบบผลิตภัณฑ์ในสปาร่วมสมัย. กรุงเทพฯ: วารสารศิลปกรรม. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- อัญชลี โสมดี. (2556). การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจชุมชนอำเภอคอยสะแก จังหวัดเชียงใหม่. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- อุทุมพร จามรมาน. (2537). การทำวิจัยเชิงสำรวจ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- อุปวิทย์ สุวคันธกุล, โอภาส สุขหวาน, ประทีพ ทองเหลือ. (2552). การออกแบบและพัฒนาสิ่งทอพื้นเมืองไทยทรงดำจังหวัดเพชรบุรี กรณีศึกษา: ชุมผ้าบนโต๊ะอาหาร. วารสารวิชาการอุตสาหกรรมศึกษา ปีที่ 3 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2552 (101-107)
- Brown, W. B. , & Moberg, D. J. (1980). *Organization Theory and Management: Approach*. New. York : John Wiley and Sons. Burns R. W. , & Brooks, G. D. (1973).
- Good, C. V. Dictionary of education. New York: McGraw-Hill Book. 1973
- Harren, V. A. (1979). *A model of career decision making for college students*. *Journal of Vocational Behavior*, 14(2), 119-133.

Hausser, D. L. *Comparison of different models for analysis. In organizational assessment perspective on the measurement of organizational behavior and quality of work life.* New York: John Wiley; & Son. 1980.

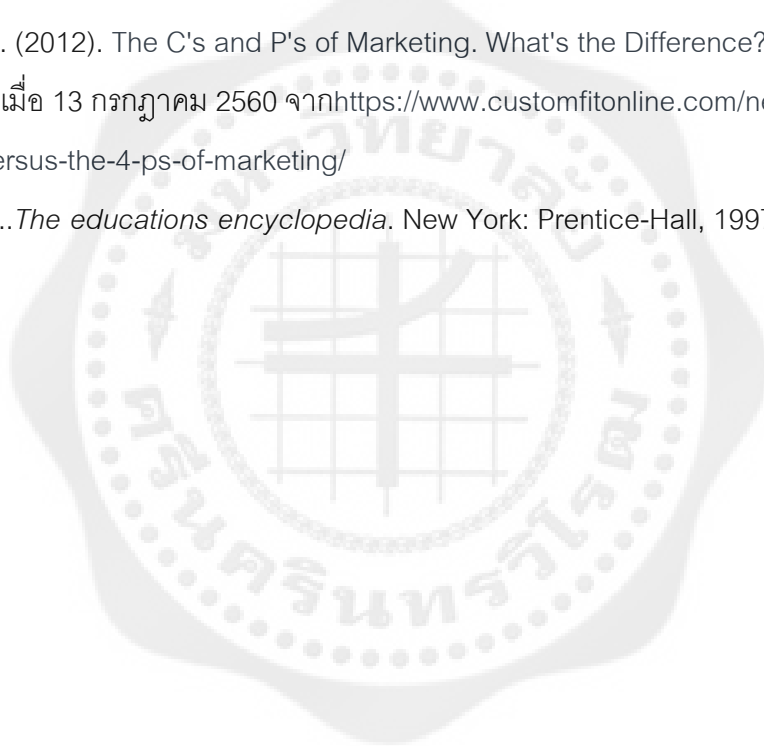
Keeves John P. *Educational research, and methodology, and measurement: An international handbook.* Oxford: Pergamum Press. 1997.

Longman (1981,p.668) "พจนานุกรม Contemporary English" สืบค้นเมื่อ 13 มีนาคม 2559 จาก <http://drjirapan.Wordpress.com>

Mary Cianni and Donna WhuckIndividual. *Growth and Team Enhancement: Moving Toward a New Model of Career Development.* : ACAD MANAGE PERSPECT1997.

Roy McClean. (2012). The C's and P's of Marketing. What's the Difference? สืบค้นเมื่อ 13 กรกฎาคม 2560 จาก <https://www.customfitonline.com/news/2012/10/19/4-cs-versus-the-4-ps-of-marketing/>

Smith E. W.et..*The educations encyclopedia.* New York: Prentice-Hall, 1997.





ภาคผนวก



ภาคผนวก ก
แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและแบบประเมิน IOC

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

ปริญญานิพนธ์ เรื่อง รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ความมุ่งหมายของการวิจัย ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งความมุ่งหมายไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี
3. เพื่อยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ผู้วิจัย นายภัทรพล สุวรรณโณ รหัส 54199150099 สาขาวิชาการบริหารและการจัดการ การศึกษา

อาจารย์ที่ปรึกษา ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญหญิง ศรีประเสริฐภาพ
รองศาสตราจารย์ ดร.วิชัย แหวนเพชร

แบบสัมภาษณ์เพื่อหาอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี มีประเด็นที่สัมภาษณ์ดังนี้

1. ชาติพันธุ์วรรณนาในชุมชนด่านบ้านพุน้ำร้อน
2. สภาพวัฒนธรรมที่เด่นชัดในชุมชนด่านบ้านพุน้ำร้อน
3. การสื่อสารของคนในชุมชนด่านบ้านพุน้ำร้อน
4. รูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของคนในชุมชนด่านบ้านพุน้ำร้อน
5. จุดเด่นชุมชนด่านบ้านพุน้ำร้อน
6. การส่งเสริมอาชีพ

แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

สัมภาษณ์วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

เวลา.....ถึง.....น.

ชื่อผู้ที่สัมภาษณ์.....สถานที่สัมภาษณ์

.....*

ข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ-นามสกุล.....วุฒิการศึกษา.....

ตำแหน่ง.....

อาชีพ.....ประสบการณ์ทำงาน.....ปี

ที่อยู่/สถานที่ติดต่อบ้านเลขที่

เบอร์โทร.....

E-mail :

facebook :

line :

คำถามที่สัมภาษณ์

1. สภาพของชาติพันธุ์สุวรรณนาในชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อนเป็นเช่นไร
2. สภาพวัฒนธรรมที่เด่นชัดหรือพบเห็นได้บ่อยๆ ในชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อนเป็นอย่างไร
3. การสื่อสารของคนในชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อนเป็นอย่างไร
4. รูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของคนในชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อนเป็นอย่างไร
5. ถ้ากล่าวถึงชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน ท่านคิดถึงสิ่งใดเป็นอันดับแรก
6. ถ้าท่านได้รับสิทธิที่จะพัฒนาพื้นที่ชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน โดยส่งเสริมสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เกิดขึ้นท่านคิดถึงเรื่องใดเป็นอันดับแรก

ขอขอบคุณครับ

ภัทรพล สุวรรณโณ

แบบประเมินความเหมาะสมของแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

เรื่อง แบบสัมภาษณ์เพื่อหาอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่องที่ตรงกับระดับความคิดเห็นของท่าน

เห็นด้วย หมายถึง ข้อคำถามมีความเหมาะสมในการสัมภาษณ์

ไม่แน่ใจ หมายถึง ข้อคำถามไม่แน่ใจว่ามีความเหมาะสมในการสัมภาษณ์

ไม่เห็นด้วย หมายถึง ข้อคำถามไม่มีความเหมาะสมในการสัมภาษณ์

ข้อ	รายการประเมิน	ระดับความคิดเห็น		
		เห็นด้วย	ไม่แน่ใจ	ไม่เห็นด้วย
1	สภาพของชาติพันธุ์วรรณนาในชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อนเป็นเช่นไร			
2	สภาพวัฒนธรรมที่เด่นชัดหรือพบเห็นได้บ่อยๆในชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อนเป็นอย่างไร			
3	การสื่อสารของคนในชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อนเป็นอย่างไร			
4	รูปแบบการใช้ชีวิตประจำวันของคนในชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อนเป็นอย่างไร			
5	ถ้ากล่าวถึงชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน ท่านคิดถึงสิ่งใดเป็นอันดับแรก			
6	ถ้าท่านได้รับสิทธิที่จะพัฒนาพื้นที่ชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน โดยส่งเสริมสิ่งใดสิ่งหนึ่งให้เกิดขึ้นท่านคิดถึงเรื่องใดเป็นอันดับแรก			

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน
(.....)

ตารางผลประเมินความเหมาะสมของแบบสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อหาอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่
ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ประเด็น คำถาม	คะแนนพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ					ผลรวม คะแนน	ค่า I.O.C.	สรุปผล
	คนที่1	คนที่2	คนที่3	คนที่4	คนที่5			
1	1	1	1	1	1	5	1.0	ผ่าน
2	1	1	1	1	1	5	1.0	ผ่าน
3	1	1	1	1	1	5	1.0	ผ่าน
4	1	1	1	1	1	5	1.0	ผ่าน
5	1	1	1	1	0	4	0.8	ผ่าน
6	1	1	0	1	1	4	0.8	ผ่าน

ภาคผนวก ข
คำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม

แบบสนทนากลุ่ม(Focus Group)

เรื่อง รูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

คำถาม

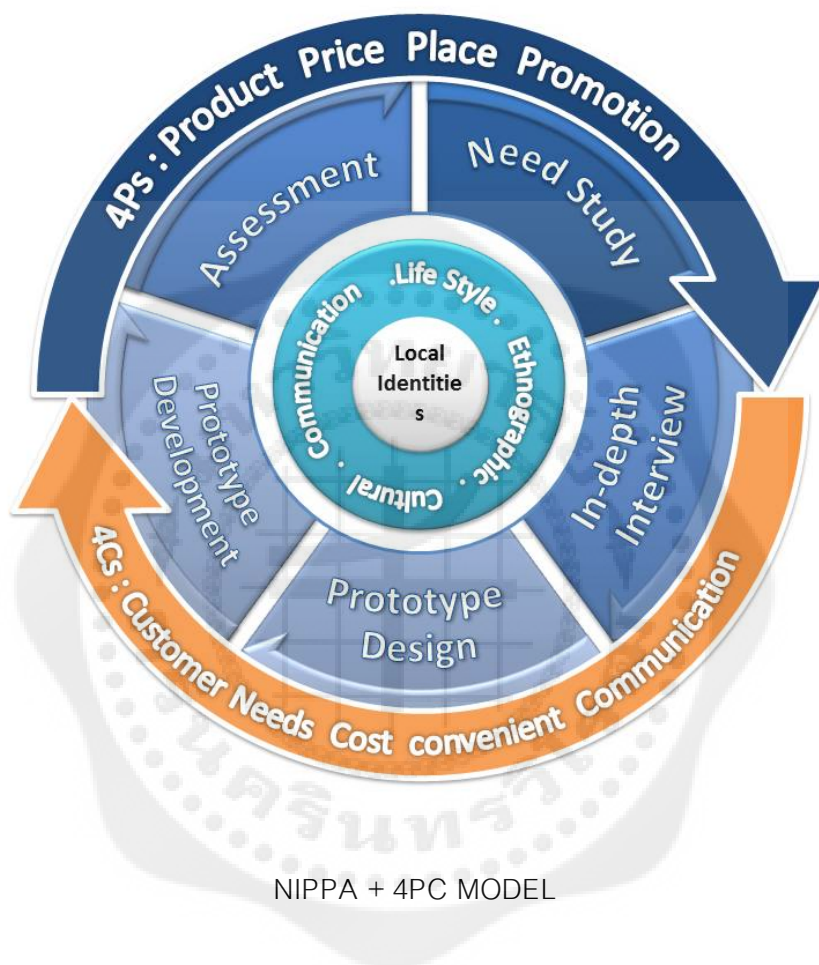
1. รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี นี้ เหมาะสมหรือไม่อย่างไร
2. ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน ด้วยวงจรNIPPA เหมาะสมหรือไม่ อย่างไร
3. ขั้นตอนส่งเสริมการตลาด โดยใช้ขั้นตอนการดำเนินการ 4Ps เหมาะสมหรือไม่ อย่างไร
4. ขั้นตอนการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้ขั้นตอนการดำเนินการ 4Cs เหมาะสมหรือไม่ อย่างไร
5. รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนฯ นี้ มีองค์ประกอบไหนบ้างที่ท่านจะแนะนำเพิ่มเติม
6. รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนฯ มีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร ถ้าจัดทำเป็นคู่มือส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน
7. รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนฯ จะส่งเสริมให้ชุมชนในเขตพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี มีความสามารถในอาชีพทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน เช่นชุดน้ำชา เสื้อผ้าที่ระลึก และแก้วน้ำเซรามิค เป็นต้น
8. รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนฯ จะส่งผลเช่นไรต่อหน่วยงานบริหารส่วนท้องถิ่นในการเกิดการพัฒนาส่งเสริมอาชีพ
9. รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชนฯ จะสามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมให้กับชุมชนอื่นๆต่อไปอย่างไร จึงจะเหมาะสม

ภาคผนวก ค

คู่มือรูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน



รูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน
พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี



ปริญญานิพนธ์ ของนายภัทรพล สุวรรณโณม
หลักสูตรปริญญาการศึกษาดุษฎีบัณฑิต
สาขาการบริหารและการจัดการศึกษา แขนงการบริหารการอาชีวศึกษา

รูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน
พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ปริญญานิพนธ์ ของนายภัทรพล สุวรรณโณ

หลักสูตรปริญญาการศึกษาดุษฎีบัณฑิต
สาขาการบริหารและการจัดการศึกษา แขนงการบริหารการอาชีวศึกษา

ความมุ่งหมายของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี
3. เพื่อยืนยันความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้รูปแบบการส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี โดยจัดทำเป็นคู่มือส่งเสริมอาชีพ จากอัตลักษณ์ชุมชน
2. ทำให้ชุมชนในเขตพื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี มีอาชีพทำผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน เช่น ชุบน้ำชา เสื้อผ้าที่ระลึก และแก้วน้าเซรามิค เป็นต้น
3. เป็นแนวทางให้กับหน่วยงานบริหารส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาส่งเสริมอาชีพ
4. เป็นต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมให้กับชุมชนอื่นๆต่อไป

รูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน
พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี



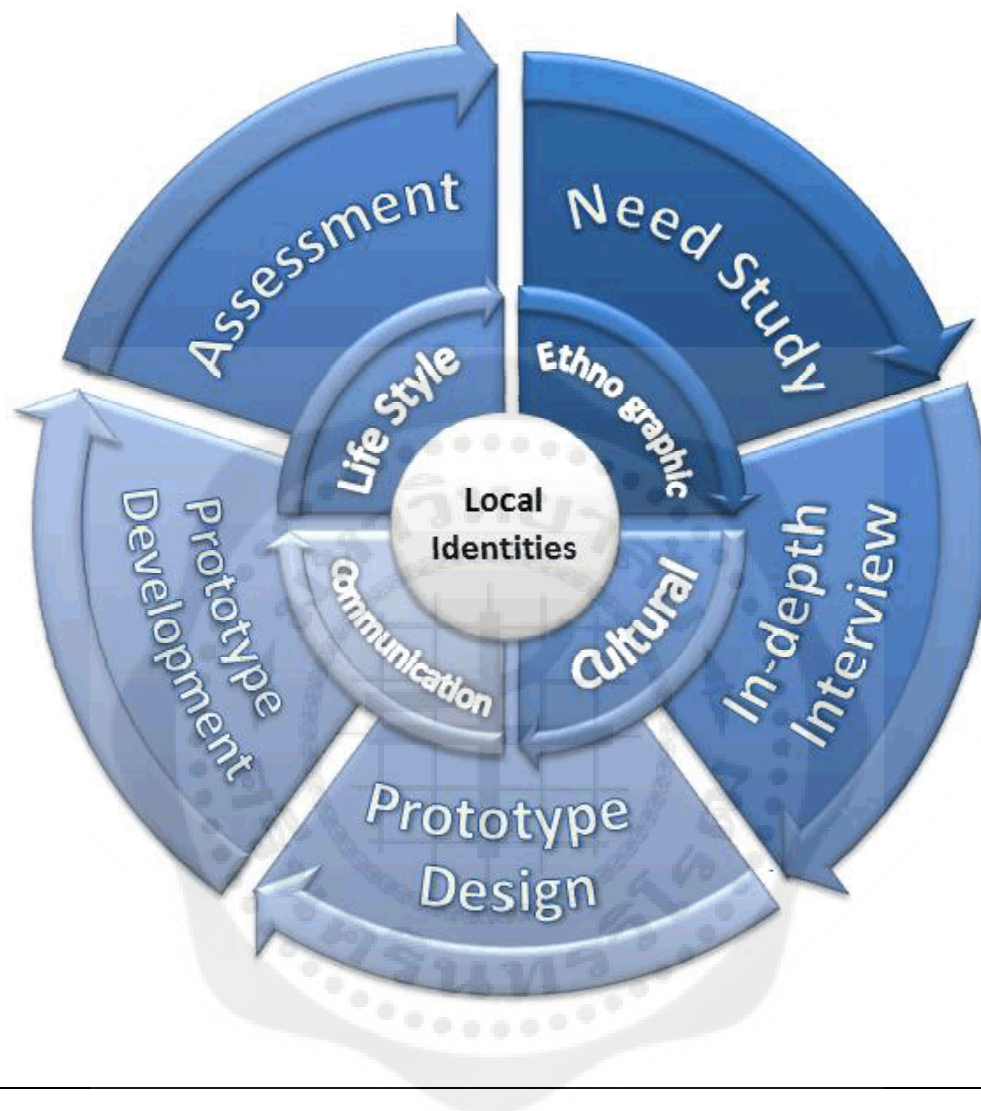
ภาพประกอบ 1 รูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี

รูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี ประกอบด้วยขั้นตอนการดำเนินการ 3 ขั้นตอน

- ขั้นตอนที่ 1 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน ด้วยวงจร NIPPA
- ขั้นตอนที่ 2 การส่งเสริมการตลาดโดยใช้รูปแบบ 4Ps
- ขั้นตอนที่ 3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้รูปแบบ 4Cs

รายละเอียดของรูปแบบการส่งเสริมอาชีพจากอัตลักษณ์ชุมชน พื้นที่ชายแดนไทย-เมียนมา ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี แต่ละขั้นตอนเป็นดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน ด้วยวงจร NIPPA



ภาพประกอบ 2 ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน ด้วยวงจร NIPPA

ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชนด้วยวงจร NIPPA ดำเนินการดังนี้

1) การศึกษาความต้องการของชุมชน(Needs Study)

เป็นขั้นตอนการศึกษาความต้องการจำเป็นของบุคคลในพื้นที่ตำบลบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก ซึ่งการค้าขายแดนตรงบริเวณนี้ เกิดขึ้นตามปริมาณผู้คนที่เข้ามาใช้บริการกับพื้นที่มีร้านอาหาร ร้านเครื่องดื่ม ร้านค้าสะดวกซื้อ เสื้อผ้า ของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์ของที่

ระลึกตามท้องตลาดทั่วไป และสินค้าเกษตรชุมชนเท่าที่มี การศึกษาความต้องการจำเป็นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกดังกล่าว จึงมีประโยชน์เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชน ที่บ่งบอกความเป็นพื้นที่ชุมชนด้าน

พุน้ำร้อน

2) การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) ด้านอัตลักษณ์ชุมชน

เป็นขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึกด้านอัตลักษณ์ชุมชน โดยใช้องค์ประกอบของอัตลักษณ์ชุมชน

4 ด้านได้แก่

2.1 อัตลักษณ์ชุมชนด้านชาติพันธุ์

แสดงลักษณะของการตั้งบ้านเรือนของคนในหมู่บ้านชุมชนหงสาวดี บริเวณด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีจะมีสภาพคล้ายกับหมู่บ้านธิตะในฝั่งแผ่นดินของสหภาพเมียนมา เพราะมีการเชื่อมโยงกันในเรื่องเครือญาติ การทำมาหากิน การค้าขายแดนมาแต่อดีตสภาพเป็นครอบครัวขนาดเล็ก มีทั้งคนไทย มอญ กะเหรี่ยง พม่า ความเป็นอยู่ของชุมชนจะอาศัยอยู่กันแบบเครือญาติถ้อยทีถ้อยอาศัย รักใคร่สามัคคี พึ่งพาอาศัยซึ่งกันและกัน



ภาพประกอบ 3 อัตลักษณ์ชุมชนด้านชาติพันธุ์

2.2 อัตลักษณ์ชุมชนด้านวัฒนธรรมความเชื่อ

แสดงลักษณะของวัฒนธรรมความเชื่อของคนส่วนใหญ่ที่ด้านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรีซึ่งนับถือศาสนาพุทธ แต่ก็มีในส่วนรายละเอียดเช่นชุมชนหงสาวดีจะมีความเชื่อพื้นถิ่นทั้งเชื้อสายกะเหรี่ยงและมอญ ความเชื่อพื้นถิ่นเหล่านี้มีการจัดกิจกรรมในวัดพุน้ำร้อนรัตนคีรี เนื่องจากพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางด้านชาติพันธุ์แต่ก็มีความเหมือนกันคือในเรื่องการนับถือศาสนาพุทธ ภายภาพสิ่งก่อสร้างของวัดพุน้ำร้อนรัตนคีรีจะเป็นการผสมผสานกันระหว่างไทย พม่า กะเหรี่ยง และมอญ จะมีกิจกรรมหรือพิธีกรรมตามความเชื่อเข้ามาผสมกลมกลืน จนถือว่าเป็นรูปแบบพุทธตามแนวทางชาติพันธุ์บริเวณชุมชนนี้



ภาพประกอบ 4 อัตลักษณ์ชุมชนด้านวัฒนธรรมความเชื่อ

2.3 อัตลักษณ์ชุมชนด้านภาษาในการสื่อสาร

แสดงลักษณะด้านภาษาเพื่อการสื่อสาร ทั้งนี้มีการใช้ภาษาไทยสำหรับการพูดเป็นหลัก แต่สำหรับชุมชนมอญและกะเหรี่ยง ก็มีการใช้ภาษาของตนเอง ในการสื่อสารกัน ในชุมชนใช้วิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบเรียบง่าย มีอักษรที่เป็นของภาษาตนเอง เช่น มอญ กะเหรี่ยง



ภาพประกอบ 5 อัตลักษณ์ชุมชนด้านภาษาในการสื่อสาร

2.4 อัตลักษณ์ชุมชนด้านรูปแบบการดำรงชีวิต

แสดงลักษณะการดำรงชีวิต งานประเพณีที่โดดเด่นเช่นงานวันรำลึกบรรพบุรุษ ซึ่งเป็นงานที่ได้รับการถ่ายทอดมายาวนาน เป็นงานที่ให้พี่ ๆ น้อง ๆ ชาติพันธุ์มอญได้รำลึกถึงผู้ที่เสียสละเพื่อชาติ และ ผู้ที่มีพระคุณ ซึ่งไม่ว่าจะไปอยู่ที่ไหนเมื่อถึงวันจัดงานนี้ ก็จะกลับมารวมตัวกันเพื่อรำลึกถึงบรรพบุรุษของตน และงานวันพระใหญ่ จะมีการนำสิ่งของจัดใส่กะละมัง ของที่ใส่อยู่ในกะละมังจะเป็นสิ่งของที่มีความเชื่อที่หล่อหลอมกันมาว่า ในกะละมัง ต้องมีกล้วยแทนการแตกหน่อออกลูกออกหลาน

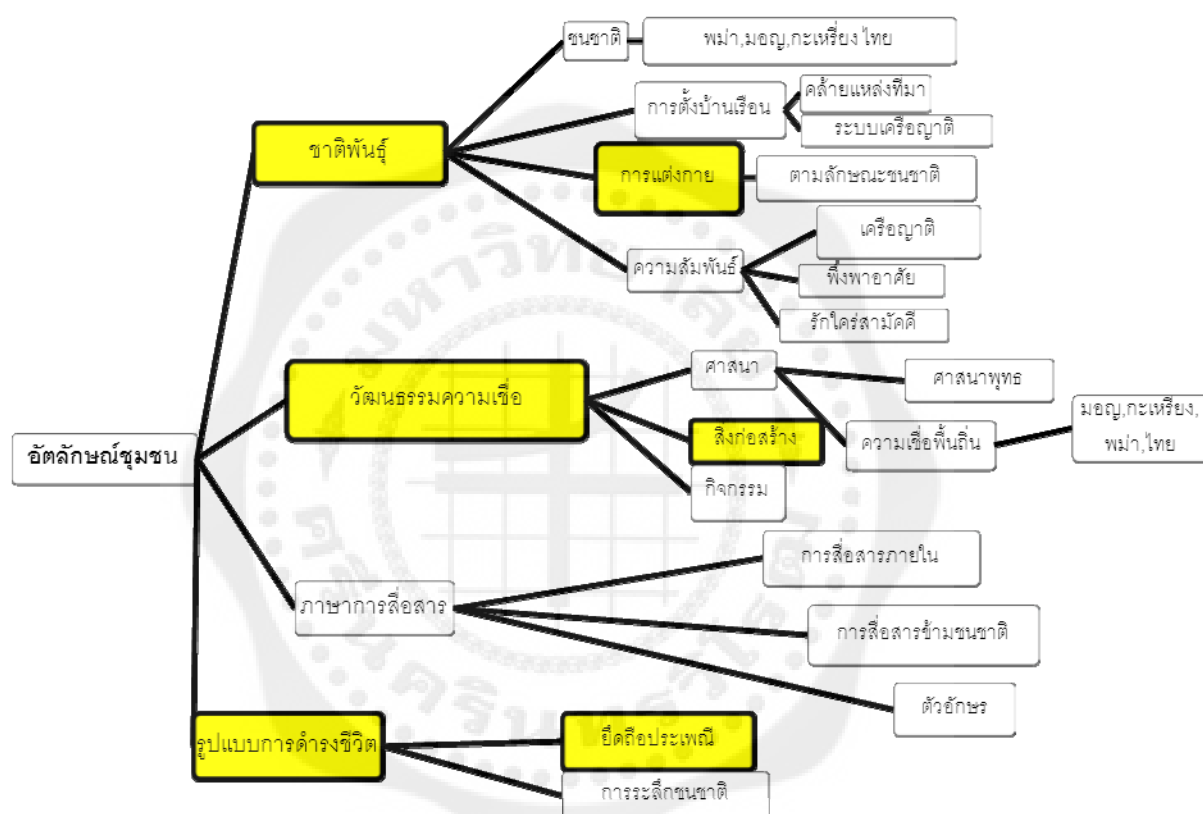
มีมะพร้าวแทนในเรื่องความแข็งแรง มีใบต้นหว้าแทนในเรื่องการให้ลูกหลานมีการว่านอนสอนง่าย ส่วนจะมีอะไรในกะละมังอีกก็ขึ้นอยู่กับฐานะของแต่ละคน



ภาพประกอบ 6 อุดลักษณะชุมชนด้านประเพณี



ขั้นตอนการสัมภาษณ์เชิงลึก ด้วยอัตลักษณ์ชุมชนโดยสรุป อัตลักษณ์ชุมชนชายแดนไทย-เมียนมา ด่านบ้านพุน้ำร้อน กาญจนบุรี สามารถสรุปได้ดังภาพประกอบต่อไปนี้

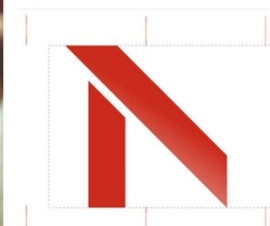


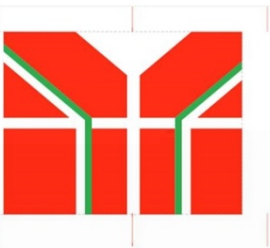
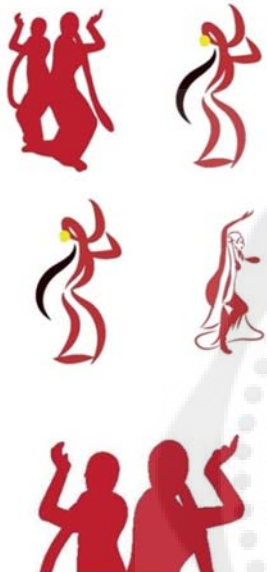
ภาพประกอบ 7 อัตลักษณ์ชุมชน

การออกแบบต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Design)

เป็นขั้นตอนการออกแบบเบื้องต้น ขั้นตอนนี้นำข้อมูลจากการคัดเลือกอัตลักษณ์ชุมชนมาออกแบบโดยใช้การร่างด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้องค์ประกอบด้านวัฒนธรรมความเชื่อ เรื่อง สิ่งก่อสร้าง, ด้านชาติพันธุ์ เรื่องการแต่งกาย และด้านรูปแบบการดำรงชีวิต เรื่องการยึดถือประเพณี

ตาราง 1 ที่มาและแนวคิดในการออกแบบ

ที่มา	ลวดลายที่ออกแบบ	แนวคิด
		แนวคิดการออกแบบมาจาก รูปทรงของมหาเจดีย์พระธาตุ สองแผ่นดิน รูปร่างของ ผลงานจากการใช้ลายเส้น และสีแดง สีทอง อันเป็นการ สื่อถึงความเจริญ
		แนวคิดการออกแบบมาจาก รูปทรงของมหาเจดีย์พระธาตุ สองแผ่นดิน รูปร่างผลงาน จากการใช้ลายเส้นการทำ เป็น ผลงาน 2 มิติ
		แนวคิดการออกแบบมาจาก รูปทรงของเสาหงส์ สัญลักษณ์สำคัญของมอญ รูปร่างของผลงานจากการใช้ ลายเส้น และสีแดง สีทอง
		แนวคิดการออกแบบ มาจากการแต่งกาย ของคนชาติพันธุ์มอญ

ที่มา	ลวดลายที่ออกแบบ	แนวคิด
		แนวคิดการออกแบบ มาจากการแต่งกาย ของคนชาติพันธุ์กะเหรี่ยง
		แนวคิดการออกแบบ มาจากกิจกรรม พ้อนรำในงานประเพณี สำคัญต่างๆ

3) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Prototype Development)

เป็นขั้นตอนพัฒนาต้นแบบ โดยใช้คณะทำงานเป็นผู้พัฒนาต้นแบบ คณะทำงานพิจารณา รูปแบบ ปรับปรุงขนาดและลวดลายให้มีความเป็นไปได้ลงตัวที่สุด จัดทำเขียนแบบเพื่อส่งไปสู่กระบวนการขึ้นต้นแบบ และทำการปรับปรุงปรับเปลี่ยนจนกว่าจะได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์



ภาพประกอบ 8 ตัวอย่างต้นแบบผลิตภัณฑ์

4) การประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่จะเลือกตามอัตลักษณ์ชุมชน (Assessment)

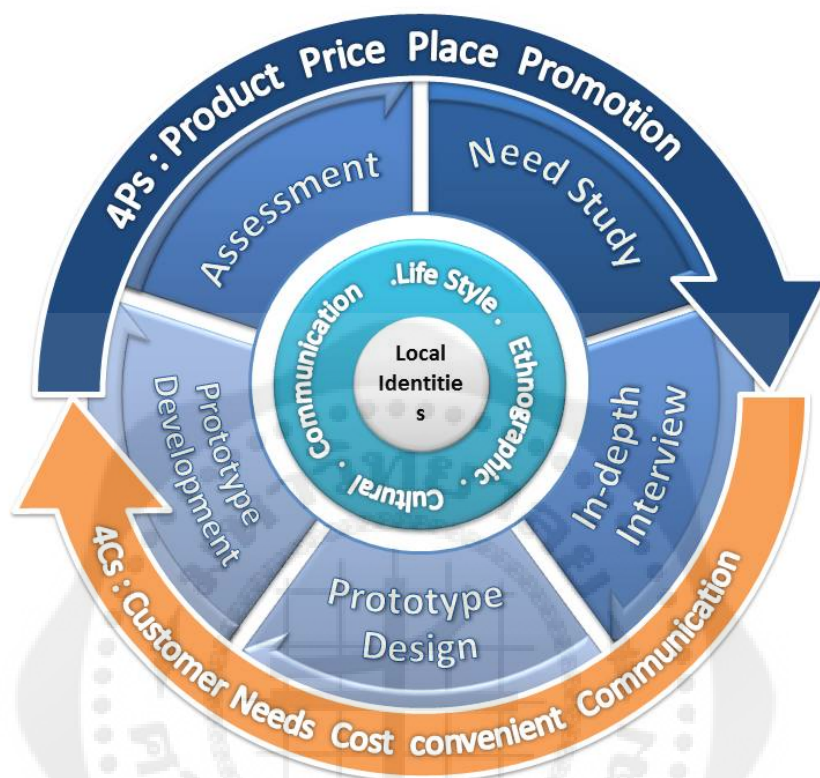
เป็นขั้นตอนการประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ ดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบ ประเมินผลิตภัณฑ์ที่จะเลือกต้นแบบ ในด้านความมีอัตลักษณ์,ด้านความสวยงาม, ด้านความสะดวกในการใช้งาน และด้านความปลอดภัยโดยใช้แบบประเมินดังนี้

ประเมินผลิตภัณฑ์	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1.ด้านความมีอัตลักษณ์					
1.1 สามารถสะท้อนความเป็นชุมชน					
1.2 ความเป็นสัญลักษณ์ (Symbol)					
1.3 ความสามารถในการสื่อสาร เผยแพร่ (Communications)					
2.ด้านความสวยงาม (Aesthetics or sales appeal)					
2.1 ความเป็นองค์ประกอบทางศิลปะ (Composition)					

ประเมินผลิตภัณฑ์	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
2.2 สีเส้นและจุดสนใจ (Colors)					
2.3 เทคนิคตกแต่ง (Decoration Technique)					
3.ด้านความสะดวกในการใช้งาน(Ergonomics)					
3.1 รูปทรงผลิตภัณฑ์ (Shape & Form)					
3.2 หน้าที่ประโยชน์ใช้สอย(Function)					
3.3 การนำมาใช้ใหม่(Recycle)					
4.ด้านความปลอดภัย(Safety)					
4.1 รายละเอียดของผลิตภัณฑ์					
4.2 คุณภาพสำหรับการใช้งาน					
4.3 คุณภาพสำหรับผู้ใช้งาน					

การประเมินต้นแบบ เพื่อการประเมินเบื้องต้นก่อนการผลิตเป็นสินค้าต่อไป

ขั้นตอนที่ 2 การส่งเสริมการตลาดโดยใช้รูปแบบ 4Ps



ภาพประกอบ 9 ขั้นตอนการส่งเสริมการตลาดโดยใช้รูปแบบ 4Ps E. Jerome McCarthy

ขั้นตอนการส่งเสริมการตลาดโดยใช้รูปแบบ 4Ps ดำเนินการดังนี้

1. การส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์(Product)

เป็นขั้นตอนการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมด้านผลิตภัณฑ์โดยมุมมองของผู้ผลิต โดยใช้อัตลักษณ์มาเป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ จำเป็นต่อการกำหนดว่าผลิตภัณฑ์ควรมีทิศทางการผลิต เช่นไร ผลิตภัณฑ์ต้นแบบทั้ง 3 ตัวอย่างได้มาจากการหาความต้องการของพื้นที่ชุมชนว่า ผลิตภัณฑ์ต้องสื่อถึงความเป็นชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน การผลิตต้นแบบไปจนกระทั่งถึงการเป็นสินค้า สามารถพัฒนาได้ตั้งแต่การร่วมกับนักออกแบบในการร่างและปรับปรุง ร่างแบบ ขึ้นรูปต้นแบบจนทดลองทำเป็นต้นแบบสินค้าออกมา

2. การส่งเสริมด้านราคา(Price)

เป็นขั้นตอนการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมด้านราคาของผลิตภัณฑ์จากมุมมองของผู้ผลิต มีการกำหนดราคาต่างกันไปในทั้งวัสดุ ความยากง่ายของการขึ้นรูป ความทนทานการใช้งาน และอื่นๆ ชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อนจะรู้ถึงต้นทุนการผลิตและสามารถกำหนดราคาจำหน่ายได้อย่างเหมาะสมกับราคาท้องตลาดทั่วไปได้

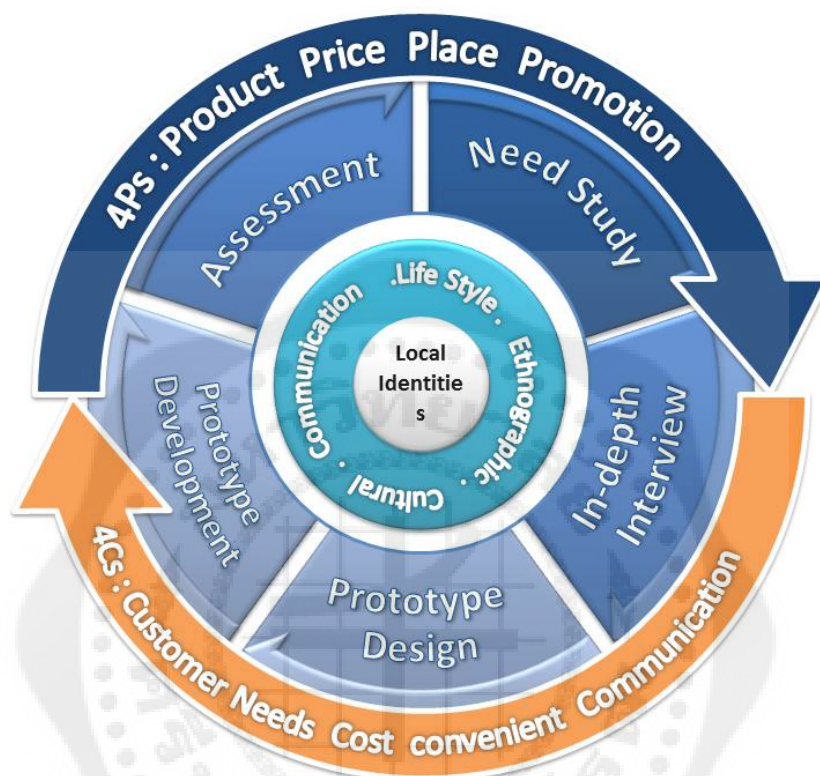
3. การส่งเสริมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)

เป็นขั้นตอนการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สถานที่ที่จะส่งเสริมให้เกิดการจำหน่ายจากมุมมองของผู้ผลิต ที่มีการติดต่อที่ผลิตโดยตรง ร้านค้าส่ง-ปลีก รถบริการจำหน่าย และอื่นๆ ชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อนมีความสามารถที่จะจัดตั้งร้านค้าของที่ระลึก เพราะจากการที่เป็นจุดผ่านแดนถาวรมีร้านค้าเกิดขึ้นปริมาณมาก ร้านค้าของที่ระลึกยังไม่เพียงพอ แต่ปริมาณของผู้มาใช้บริการก็มีแนวโน้มเพิ่มจำนวนมากขึ้น ทั้งปริมาณเข้าประเทศและออกนอกประเทศ เกี่ยวข้องกับการเปิดพื้นที่เป็นเขตเศรษฐกิจพิเศษคือตำบลบ้านเก่า ทำให้เกิดความมั่นคงและจะนำมาสู่การพัฒนาด้านเศรษฐกิจอีกด้วย

4. การส่งเสริมด้านการส่งเสริมการขาย(Promotion)

เป็นขั้นตอนการส่งเสริมการตลาด ด้านการส่งเสริมการขาย ลักษณะการสื่อสาร ช่องทางการจัดจำหน่าย จากมุมมองของผู้ผลิต สำหรับชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน ที่เป็นจุดผ่านแดนถาวรนั้น การส่งเสริมการขายเริ่มด้วยมีความสามารถด้วยการประชาสัมพันธ์ผ่านภาครัฐและเอกชน การตั้งหน้าร้าน การออกไปสเตอร์ การสอดแทรกข้อความประชาสัมพันธ์ตามสื่อสารของท้องถิ่นและด้วยความที่บริเวณนี้มีการส่งเสริมงานที่แสดงความเป็นชาติพันธุ์บ่อยครั้ง เช่นงานบุญเดือนต่างๆ งานพิธีสงฆ์ งานประเพณีก็ยังสามารถใช้ช่องทางนี้ในการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์หรือบริการอันเกี่ยวเนื่องได้อีกด้วย

ขั้นตอนที่ 3 การตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้รูปแบบ 4Cs



ภาพประกอบ 10 ขั้นตอนการตอบสนองความต้องการของลูกค้า
โดยใช้รูปแบบ 4Cs Robert F. Lauterborn

ขั้นตอนการตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยใช้รูปแบบ 4Cs ดำเนินการดังนี้

1. การตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (Customer needs)

เป็นขั้นตอนการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้า การวางแผนผลิตภัณฑ์ที่มีเป้าหมายอยู่ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ตรงที่สุด ดังนั้นการจัดการ Product จึงเป็นการจัดการที่เกี่ยวกับการตอบสนอง สำหรับชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน ที่เป็นจุดผ่านแดนถาวรนั้นสามารถพิจารณาด้านการตอบสนองความต้องการของลูกค้าก่อนที่จะเริ่มวางแผนผลิต เพื่อให้ทราบความต้องการและกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน ป้องกันการลงทุนเกินกำลังต้องการ อีกทั้งยังเป็นทางเลือกในการจัดหาผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับการรองรับของลูกค้า

2. การตอบสนองด้านราคาที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า (Cost to customer)

เป็นขั้นตอนการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการตอบสนองราคาที่ลูกค้ารับได้ถ้ามีความต้องการและความพึงพอใจ ความพอใจของลูกค้า แนวคิดของ Appreciation คือ ให้มากกว่าลูกค้าคาดหวัง ซึ่งจะทำให้ลูกค้ารักและศรัทธา ผลของมันมีค่ามากกว่าลูกค้าพอใจ เพราะนอกจากลูกค้าจะซื้อซ้ำ บอกต่อ แล้วยังปกป้องและรอคอยสินค้าด้วย สำหรับชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อน ที่เป็นจุดผ่านแดนถาวรนั้นจำเป็นต้องศึกษาในประเด็นนี้ เนื่องจากปริมาณของคนที่มาพื้นที่มีหลากหลาย ถ้ามีการเก็บข้อมูลที่ดีก็จะตอบโจทย์ความต้องการและวางราคาได้ดีตรงกับแรงซื้อของลูกค้า

3. การตอบสนองด้านความสะดวกในการเลือกซื้อ (Convenience)

เป็นขั้นตอนการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการตอบสนองการตอบสนองความสะดวกที่ผู้บริโภคจะได้รับ การจัดการด้าน Place จึงเป็นการจัดการด้าน Convenience ทั้งการซื้อและการติดต่อกับลูกค้า สำหรับชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อนมีสิ่งอำนวยความสะดวกเอื้ออำนวยในการสั่งซื้อ ทั้งเงินสดและบัตรเครดิต สามารถจัดส่งซื้อจากสื่อออนไลน์ ชำระค่าใช้จ่ายได้หลายช่องทาง

4. การตอบสนองการสื่อสารเพื่อการรับรู้ (Communication)

เป็นขั้นตอนการตอบสนองความต้องการของลูกค้า ด้านการตอบสนองการสื่อสารรับรู้ จุดติดต่อ (Contact Point) ใหม่ ๆ เพื่อให้สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้ สำหรับชุมชนตำบลบ้านพุน้ำร้อนมีช่องทางการสื่อสารได้หลายทางเช่น ป้ายประชาสัมพันธ์ สื่อออนไลน์ต่าง ๆ

ประวัติย่อผู้วิจัย



ประวัติย่อผู้วิจัย

ชื่อชื่อสกุล	นายภัทรพล สุวรรณโณม
วันเดือนปีเกิด	19 พฤษภาคม 2515
สถานที่เกิด	จังหวัดสมุทรสาคร
สถานที่อยู่ปัจจุบัน	70 หมู่ 4 ตำบลหนองบัว อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
ตำแหน่ง	อาจารย์
สถานที่ทำงาน	คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2527	ประถมศึกษาปีที่ 6 จาก โรงเรียนอนุบาลสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
พ.ศ.2532	มัธยมศึกษาปีที่ 6 จาก โรงเรียนสมุทรสาครวิทยาลัย จังหวัดสมุทรสาคร
พ.ศ.2537	ศิลปบัณฑิต เครื่องเคลือบดินเผา คณะมัณฑนศิลป์ จาก มหาวิทยาลัยศิลปากร
พ.ศ.2542	การศึกษามหาบัณฑิต อุตสาหกรรมศึกษา จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
พ.ศ.2560	การศึกษาดุษฎีบัณฑิต (กศ.ด.) การบริหารและการจัดการการศึกษา แขนงวิชาการบริหารอาชีวศึกษา จาก มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ