



รายงานผลการดำเนินงานคลินิกเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

ปีงบประมาณ พ.ศ. 2569 ไตรมาสที่ 4

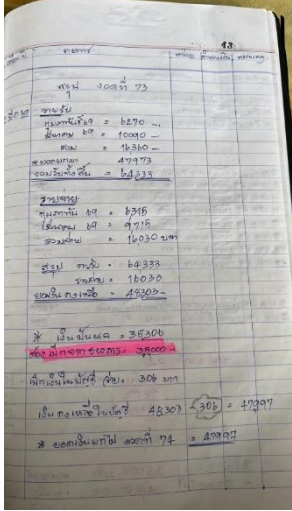
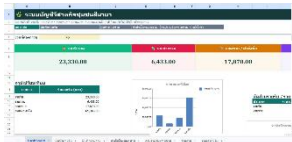
โครงการการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากดินสียามาเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขัน และวางรากฐานทางเศรษฐกิจท่องเที่ยวโดยชุมชน (ปีที่ 2)

ผู้รับผิดชอบ

1. อาจารย์ศุภาวิณี กิตติวินิต
2. อาจารย์อาอ์ไฮะส์ เบ็ญหาวัน
3. รองศาสตราจารย์ ดร.ชินีเพ็ญ มะลิสุวรรณ

1. รายงานผลการดำเนินงาน

กิจกรรม	รายละเอียด ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ ภาพกิจกรรม	จำนวนผู้รับ บริการ (คน)
กิจกรรมที่ 4 การสร้างระบบบริหารจัดการภายในกลุ่ม (Simaya Business Management System)	ดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการ 2 วัน วันที่ 23 และ 26 สิงหาคม 2569 ณ ที่ทำการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสีมายา ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมืองยะลา จังหวัดยะลา โดยพัฒนาระบบบริหารจัดการธุรกิจจากข้อมูลและรูปแบบการทำงานจริงของกลุ่ม ผลการดำเนินงานประกอบด้วย (1) ปรับโครงสร้างการบริหารและกำหนดบทบาทหน้าที่ให้เชื่อมโยงกระบวนการทำงาน ตั้งแต่รับคำสั่งซื้อจนถึงรับชำระเงิน (2) พัฒนาระบบบัญชีในรูปแบบตารางอิเล็กทรอนิกส์	   	50

กิจกรรม	รายละเอียด ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ ภาพกิจกรรม	จำนวนผู้รับ บริการ (คน)
	สำหรับบันทึกรายรับ-รายจ่าย คำสั่งซื้อ ยอดขาย และสรุปผล ผ่าน Dashboard (3) จัดทำชุดแบบบันทึกต้นทุน วัตถุดิบ การผลิต สินค้า คงเหลือ คำสั่งซื้อ และการส่ง มอบสินค้า (4) เตรียมแกนนำชุมชนจำนวน 3 คน ผ่านกิจกรรมทดลอง ถ่ายทอด (Teach-back) เพื่อให้สามารถถ่ายทอดการใช้ เครื่องมือแก่สมาชิกได้ ทั้งนี้ กลุ่มเริ่มนำระบบบัญชีไปบันทึก ข้อมูลจริงแล้ว	  	
กิจกรรมที่ 5 อบรม การสื่อสารแบรนด์ และการตลาดดิจิทัล สำหรับชุมชน	ดำเนินการอบรมเชิงปฏิบัติการ เรื่อง การสื่อสารแบรนด์และ การตลาดดิจิทัลสำหรับชุมชน การถ่ายภาพสินค้าและการ จำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ เมื่อ วันที่ 20 สิงหาคม 2569 ณ ที่ ทำการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้า มัดย้อมสีมายา ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอเมือง จังหวัดยะลา โดย เน้นการฝึกปฏิบัติจาก ผลิตภัณฑ์จริงของกลุ่ม ครอบคลุมการถ่ายภาพ ผลิตภัณฑ์ด้วยโทรศัพท์มือถือ	  	50

กิจกรรม	รายละเอียด ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ ภาพกิจกรรม	จำนวนผู้รับ บริการ (คน)
	การจัดฉาก แสง ฉากหลังและ มุกมก้อง การจัดเตรียมข้อมูล สินค้า การเขียนข้อความ ประชาสัมพันธ์และร่างประกาศ จำหน่ายสินค้า ตลอดจนการใช้ Facebook เพื่อเผยแพร่ข้อมูล ตอบข้อความลูกค้า และรับคำ สั่งซื้อ ผลการดำเนินงานเกิด ชุดสื่อภาพผลิตภัณฑ์ 15 รายการ และคลิปวิดีโอ 16 คลิป และมีการนำเสนอไป เผยแพร่จริงผ่าน Facebook ของกลุ่มสิมาया หน้าถ้า ภายหลังการอบรม ทั้งนี้การ ดำเนินงานช่วยพัฒนาทักษะ การสื่อสารแบรนด์และการผลิต สื่อดิจิทัลของผู้เข้าร่วม โดยยัง ควรพัฒนาความต่อเนื่องของ การเผยแพร่และกำหนด ผู้รับผิดชอบช่องทางการตลาด ดิจิทัลให้ชัดเจนในระยะต่อไป	 The first image shows a woven bag with a floral pattern, priced at 160 Baht. The second image is a poster for a pottery workshop (Srimaya Creative Pottery Workshop) with a price of 15 Baht per person. The third image is a screenshot of a Facebook post about a pottery workshop, featuring a video of a woman working on a pottery wheel.	
กิจกรรมที่ 6 จับคู่ ธุรกิจสร้างเครือข่ายสี มาया (Simaya Business Networking)	ดำเนินการสร้างเครือข่ายความ ร่วมมือโดยเชื่อมโยงกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนผ่านมิตย้อมสี มาयाเข้าสู่กลไกการขับเคลื่อน การท่องเที่ยวชุมชนตำบลหน้า ถ้ำ โดยประธานกลุ่มสิมาया ได้รับแต่งตั้งเป็นคณะทำงาน ด้านผลิตภัณฑ์ชุมชน ภูมิ ปัญญา และเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ และคณะดำเนิน	 The poster is titled 'ชุมชนท่องเที่ยวตำบลหน้าถ้ำ' (Community Tourism in Nam Thang Sub-township). It features a map of the area and lists various community activities and products. It also includes contact information for the community group.	

กิจกรรม	รายละเอียด ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ ภาพกิจกรรม	จำนวนผู้รับ บริการ (คน)
	โครงการร่วมเป็นที่ปรึกษาด้านวิชาการ ส่งผลให้กิจกรรมและผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้รับการบรรจุในโปรแกรมท่องเที่ยวของตำบล ทั้งในรูปแบบ Workshop ย้อมผ้าดินมายา กิจกรรมแต้มสีมายา และจุดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ โดยมีโปรแกรม Signature “ตามรอยศรัทธาถ้าพระนอน สู่ภูมิปัญญาดินมายา” และโปรแกรมท่องเที่ยวอื่นของตำบลที่เชื่อมโยงกลุ่มสีมายาเข้าเป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ท่องเที่ยว นอกจากนี้ ได้กำหนดรูปแบบรายได้จากกิจกรรม Workshop ได้แก่ ค่าวิทยากรและค่าวัสดุ ตลอดจนรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก่นักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นฐานสำหรับการต่อยอดเครือข่ายการตลาดและการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระยะต่อไป		
กิจกรรมที่ 7 ทดลองจำหน่ายจริง Simaya Creative Market จากผืนดินสู่มูลค่าชุมชน	ดำเนินการทดลองจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีมายาในตลาดจริง โดยเข้าร่วมงาน BIKE COFFEE CRAFT 2026 ระหว่างวันที่ 22-23 สิงหาคม 2569 ณ สนามแข่งขันนกเขาขาว สวนขวัญเมือง (พญาโกย) อำเภอบาง		

กิจกรรม	รายละเอียด ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ ภาพกิจกรรม	จำนวนผู้รับ บริการ (คน)
	เมืองยะลา จังหวัดยะลา ภายใต้การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม ได้แก่ กระเป๋าผ้ามัดย้อมดินมายา ผ้ามัดย้อม ยางมัดผม และสกรับดินมายา พร้อมจัดกิจกรรม SIMAYA Creative Postcard Workshop “แต้มสีมายา” และเก็บข้อมูลการตอบรับของตลาดด้วยแบบสำรวจ Simaya Market Test ผลการเก็บข้อมูลได้แบบสำรวจที่ใช้วิเคราะห์ได้ 71 ชุด พบว่าผ้ามัดย้อมสีมายาได้รับความสนใจร้อยละ 61.97 สกรับดินมายาร้อยละ 40.85 ผู้ตอบร้อยละ 85.71 เห็นว่าราคาเหมาะสม และร้อยละ 87.32 สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ในอนาคต โดยมีผู้สนใจซื้อในอนาคตแต่ยังไม่ได้ซื้อภายในงานจำนวน 44 คน ข้อมูลดังกล่าวนำไปใช้ปรับการนำเสนอ ณ จุดขาย การให้ข้อมูลวิธีใช้ การเพิ่มโอกาสทดลองสัมผัสสินค้า ตลอดจนการวางแผนพัฒนารูปแบบ สี ขนาด และช่องทางประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ในระยะต่อไป	   	

กิจกรรม	รายละเอียด ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ ภาพกิจกรรม	จำนวนผู้รับ บริการ (คน)
กิจกรรมที่ 8 เวที สะท้อนผลและสรุป แนวทางต่อยอด “Simaya Talk & Share: สานต่อคุณค่า จากดินมาया”	ดำเนินกิจกรรมเมื่อวันที่ 9 กันยายน 2569 ณ ที่ทำการ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้ามัดย้อมสี มาया ตำบลหน้าถ้ำ อำเภอ เมือง จังหวัดยะลา เพื่อทบทวน ผลการดำเนินงานปีที่ 2 ถอด บทเรียน และกำหนดแนวทาง ต่อยอดร่วมกับสมาชิกกลุ่ม ผู้เข้าร่วม และภาคีเครือข่าย กระบวนการประกอบด้วย การ นำเสนอความเชื่อมโยงระหว่าง วัตถุประสงค์ กิจกรรม ผลผลิต และตัวชี้วัด การแลกเปลี่ยน ประสบการณ์จากการ ดำเนินงาน และการพิจารณา แนวทางพัฒนาปีที่ 3 ผลการ ทบทวนสะท้อนความก้าวหน้า สำคัญ ได้แก่ การมีระบบ บริหารจัดการและบัญชีของ กลุ่ม การพัฒนาสื่อและ การตลาดผ่าน Facebook ผล การทดลองตลาดจากกิจกรรม Simaya Market Test และ การเชื่อมกิจกรรมสีมาयाเข้าสู่ โปรแกรมท่องเที่ยวของตำบล พร้อมกำหนดแนวทางต่อยอด ในปีที่ 3 ได้แก่ การพัฒนา ระบบตลาดและช่องทาง จำหน่ายอย่างต่อเนื่อง การ ทดลองใช้โปรแกรมท่องเที่ยว เชิงสร้างสรรค์กับนักท่องเที่ยว	   	60

กิจกรรม	รายละเอียด ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ ภาพกิจกรรม	จำนวนผู้รับ บริการ (คน)
	จริง และการพัฒนาเครือข่าย ความร่วมมือทางธุรกิจ ทั้งนี้ ผล การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นใน เวทียังไม่ได้บันทึกเป็นลาย ลักษณ์อักษรอย่างเป็นระบบ รายงานจึงใช้บทเรียนที่ สังเคราะห์จากหลักฐานการ ดำเนินงานตลอดปีเป็นฐานหลัก		
กิจกรรมที่ 9 สรุปและ ประเมินผลโครงการ	ดำเนินการรวบรวม ตรวจสอบ และวิเคราะห์ผลการดำเนินงาน จากกิจกรรมที่ 1-8 เพื่อ ประเมินผลตามวัตถุประสงค์ และตัวชี้วัดของโครงการ โดย รวบรวมหลักฐาน ได้แก่ ใบ ลงทะเบียน แบบสำรวจและ แบบประเมิน ผลผลิตของกลุ่ม สื่อประชาสัมพันธ์ ข้อมูลการ ทดลองตลาดและยอดจำหน่าย เอกสารเครือข่าย และหลักฐาน ทรัพย์สินทางปัญญา พร้อม ตรวจสอบรายชื่อผู้ได้รับการ ถ่ายทอดความรู้แบบไม่ซ้ำ วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ สังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากหลักฐานการดำเนินงาน ผลการประเมินนำไปใช้สรุปการ บรรลุวัตถุประสงค์ทั้ง 3 ข้อ ตัวชี้วัดของโครงการ และ ผลลัพธ์ด้านเศรษฐกิจ สังคม		

กิจกรรม	รายละเอียด ผลการดำเนินงาน	หลักฐาน/ ภาพกิจกรรม	จำนวนผู้รับ บริการ (คน)
	และสิ่งแวดล้อม พร้อมจัดทำ รายงานฉบับสมบูรณ์และ รายงานผลตามเงื่อนไขของ แพลตฟอร์ม BCE		

2. ปัญหาอุปสรรค หรืออื่น ๆ

พบข้อจำกัดสำคัญใน 5 ประเด็น ได้แก่

1) ความแตกต่างด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีของผู้เข้าร่วม ผู้เข้าร่วมมีระดับความคุ้นเคยกับคอมพิวเตอร์ โทรศัพท์มือถือ และสื่อออนไลน์แตกต่างกัน ส่งผลให้การฝึกใช้ระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ การถ่ายภาพสินค้า และการตลาดดิจิทัลต้องใช้การสาธิตที่ละเอียดและทำให้คำแนะนำรายบุคคลมากกว่าการอบรมทั่วไป

2) ความต่อเนื่องในการใช้เครื่องมือและช่องทางดิจิทัลของกลุ่ม แม้กลุ่มได้รับการพัฒนาระบบบัญชีเครื่องมือบริหารจัดการ และสื่อประชาสัมพันธ์แล้ว แต่การใช้งานให้ต่อเนื่องยังต้องอาศัยการกำหนดผู้รับผิดชอบที่ชัดเจน ทั้งด้านการบันทึกข้อมูลและการเผยแพร่เนื้อหาผ่านช่องทางออนไลน์

3) การเปลี่ยนความสนใจของผู้บริโภคไปสู่การตัดสินใจซื้อจริงยังมีข้อจำกัด ผลการทดลองตลาดพบว่าผู้บริโภคจำนวนหนึ่งมีความสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ในอนาคต แต่ยังไม่ตัดสินใจซื้อ ณ จุดจำหน่าย โดยต้องการข้อมูลผลิตภัณฑ์และวิธีใช้ที่ชัดเจน ความหลากหลายของรูปแบบ สี และขนาด รวมถึงตัวอย่างสินค้าให้ทดลองสัมผัสก่อนตัดสินใจซื้อ

แนวทางแก้ไข ดังนี้

1) ปรับรูปแบบการถ่ายทอดให้เหมาะสมกับระดับทักษะของผู้เข้าร่วม ใช้การสาธิตที่ละเอียด การฝึกปฏิบัติจริง และการให้คำแนะนำรายบุคคล โดยจับคู่สมาชิกที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีกับสมาชิกที่ยังไม่คุ้นเคย เพื่อช่วยให้สามารถใช้ระบบบัญชีอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์มือถือ และสื่อออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม

2) กำหนดผู้รับผิดชอบการใช้งานระบบและช่องทางดิจิทัลให้ชัดเจน มอบหมายสมาชิกหรือแกนนำของกลุ่มให้รับผิดชอบด้านการบันทึกข้อมูลในระบบบัญชีและการเผยแพร่สื่อออนไลน์ พร้อมกำหนดรูปแบบและความถี่ในการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เครื่องมือและช่องทางที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริง

3) ปรับการนำเสนอสินค้าให้ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จัดทำข้อมูลผลิตภัณฑ์และวิธีใช้ให้ชัดเจน เพิ่มตัวอย่างสินค้าให้ทดลองสัมผัส และพัฒนาความหลากหลายของรูปแบบ สี และขนาดของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งใช้ช่องทาง Facebook เพื่อติดตามและสื่อสารกับผู้สนใจหลังการออกบูธ