รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์
การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์

DEVELOPMENT OF LOCAL PRODUCT INNOVATION, KALASIN PROVINCE

ผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์ชาย สิกขา และคณะ

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ร่วมกับห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์



งานวิจัยนี้ เป็นส่วนหนึ่งของโครงการยกระดับไหมและ OTOP สู่นครหม่อนไหมก้าวไกลสู่สากล

กิจกรรม การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์

โดยสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ ประจำปีงบประมาณ 2562



รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์

DEVELOPMENT OF LOCAL PRODUCT INNOVATION, KARASIN PROVINCE

ผู้วิจัย

รองศาสตราจารย์ ดร. ศักดิ์ชาย สิกขา

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ร่วมกับห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์ เซ็นเตอร์

งานวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการยกระดับไหมและ OTOP สู่นครหม่อนไหมก้าวไกลสู่สากล

กิจกรรม การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์

โดย สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ ประจำปีงบประมาณ 2562

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ ดำเนินการโดยความร่วมมือระหว่าง ห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์ เซ็นเตอร์ (4S DESIGN CENTER) กับศูนย์วิจัยทางศิลปกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา (ARDC) คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ภายใต้โครงการยกระดับไหมและ OTOP สู่นครหม่อนไหม ก้าวไกลสู่สากล กิจกรรมที่ 4.2 กิจกรรมย่อยการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามหนังสือสัญญาเลขที่ 16/2562 ลงนามเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2562 กับสำนักงานพัฒนาการจังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้สนับสนุนงบประมาณในการดำเนินงาน มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 18 ราย ระยะเวลา 90 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม – 30 ตุลาคม พ.ศ. 2562

ในการนี้ ได้ดำเนินงานสำเร็จลุล่วงบรรลุตามวัตถุประสงค์ของโครงการทุกประการแล้ว ผู้วิจัยใคร่ขอขอบคุณผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนี้

ขอขอบคุณ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ และจังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้สนับสนุนงบประมาณประจำปี 2562 เพื่อการดำเนินงานในครั้งนี้ จนสำเร็จลุล่วงด้วยดี

ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยคณะศิลปกรรมศาสตร์ ที่สนับสนุนคณะทำงานที่ปรึกษาในการดำเนินงานครั้งนี้

ขอขอบคุณเครือข่ายความร่วมมือทั้งคณาจารย์จากมหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยขอนแก่น และจากสถานประกอบการภาคเอกชน ที่ร่วมให้คำปรึกษาแนะนำ เป็นวิทยากร และเป็นแหล่งศึกษาดูงาน

และสุดท้ายขอขอบคุณผู้ประกอบการ OTOP จากจังหวัดกาฬสินธุ์ ทั้ง 18 ราย ที่ให้ความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมกันตลอดโครงการ

บทคัดย่อ

งานวิจัย การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน ในครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) และสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ซึ่งมีกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประกอบการ OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่ได้จากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 18 กลุ่ม มีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการ และศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ 2) เพื่อศึกษากระบวนการถ่ายทอดความรู้ที่นำสู่การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์ และ 3) เพื่อออกแบบและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ให้ศักยภาพการผลิตที่สูงขึ้น และสินค้ามีรูปแบบที่ความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการทั้ง 18 ราย มีปัญหา และความต้องการที่แตกต่างกัน รวมทั้งมีศักยภาพในการผลิต การบริหาร รูปแบบผลิตภัณฑ์ รายได้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน แม้จะเป็นผู้ผลิตสินค้าในกลุ่มเดียวกัน จากการทดลองใช้กระบวนการถ่ายทอดความรู้ที่นำสู่การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ 3 ขั้นตอน คือ การจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้เชิงปฏิบัติการ การจัดกิจกรรมศึกษาดูงานในแหล่งศึกษาดูงานที่เหมาะสม และการจัดให้ความรู้และระดมความคิดหาเพื่อค้นหาข้อสรุปในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นรายกรณี ณ สถานประกอบการ สามารถขับเคลื่อนให้เกิดการเรียนรู้และเกิดการพัฒนาได้ ส่วนการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ สามารถสรุปได้ว่า การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน มี 4 รูปแบบ คือ นวัตกรรมด้านเครื่องทุ่นแรงสนับสนุนการผลิต นวัตกรรมด้านการผลิต นวัตกรรมด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม และของใช้ และสุดท้าย คือ นวัตกรรมด้านการออกแบบ ซึ่งมีผลการประเมินจากวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด/ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับจากการพัฒนา 18 ผลิตภัณฑ์/กลุ่ม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ ดีมาก (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.57 – 5.00) กิจกรรมทดสอบตลาด โดยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค จำนวน 100 คน พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา 18 ผลิตภัณฑ์/กลุ่ม มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ ดีมาก (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.50 – 5.00) จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ และมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ ดี (ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.50 – 4.49) จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ นอกจากนั้น หลังการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้ประเมินผลลัพธ์การดำเนินงานจากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยจำนวน 18 ราย พบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย 4.83) จำแนกเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจในอันดับที่ 1 คือ ความพึงพอใจในภาพรวมของการพัฒนา ความพึงพอใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความพึงพอใจการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับ ดีมาก (ค่าเฉลี่ย 5.00)

สารบัญ

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ	**ก**
บทคัดย่อ	**ข**
สารบัญ	**ค**
สารบัญภาพ	**จ**
สารบัญตาราง	**ฑ**
บทที่ 1 บทนำ	**1**
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์	3
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัยและพัฒนา	3
1.4 ขอบเขตในการวิจัย	4
1.5 วิธีดำเนินการวิจัย	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 ทบทวนวรรณกรรม	**7**
2.1 ผลิตภัณฑ์ชุมชน	7
2.2 นโยบายภาครัฐกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน	9
2.3 ตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนและการแข่งขัน	12
2.4 การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	14
2.5 การพัฒนาเชิงนวัตกรรม	15
2.6 การออกแบบและพัฒนา	17
2.7 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	19
บทที่ 3 การศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มเป้าหมาย	**28**
3.1 การจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan)	28
3.2 การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์	33
บทที่ 4 การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน	**91**
4.1 การสร้างความเข้าใจกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP	91
4.2 กิจกรรมการเรียนรู้นอกสถานที่	94
4.3 ผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำการผลิตและการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่	97
บทที่ 5 การประเมินผลการพัฒนา	**187**
5.1 การวิพากษ์ผลิตภัณฑ์	187
5.2 การทดสอบตลาด (Market Test)	207
5.3 การประเมินผลลัพธ์จากผู้ประกอบการ	232

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 6 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	**235**
6.1 การสรุปผลการวิจัย	235
6.2 การอภิปรายผลการวิจัย	242
6.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย	246
เอกสารอ้างอิง	**247**
ภาคผนวก	**252**
ภาคผนวก ก ข้อเสนอด้านเทคนิค	253
ภาคผนวก ข หนังสือราชการและเอกสารที่เกี่ยวข้อง	274
ภาคผนวก ค ผลงานการออกแบบและพัฒนาโลโก้ และบรรจุภัณฑ์หรือแท็กฉลากสินค้า สติ๊กเกอร์ ริบบิ้น	280

สารบัญภาพ

ภาพที่ **หน้า**

1.1 กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย 3
1.2 กรอบแนวคิดในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน 4
3.1 ประชุมคณะทำงานเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) 29
3.2 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ สหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน 34
3.3 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ 38
3.4 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง 41
3.5 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย หมู่ 3 44
3.6 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาค้อ 47
3.7 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว 49
3.8 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มจักสานบ้านหนองห้าง 52
3.9 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มทอเสื่อกกและแปรรูปกกบ้านหนองบัว 55
3.10 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่ 58
3.11 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง 59
3.12 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา 63
3.13 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์ 67
3.14 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ วิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวเหนียวเขาวงตำบลหนองผือ 69
3.15 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ชาวนา บ้านนอก 71
3.16 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ วิสาหกิจชุมชนข้าวงอกฮางกล้อง 73

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

3.17 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP แจ่วบองแม่มหา 75

3.18 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม 78

3.19 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ สหกรณ์การเกษตรก้าวแสน จำกัด 80

4.1 การบรรยายให้ความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด 92

4.2 กิจกรรมกลุ่มย่อย การวางแผนและนำเสนอแนวคิดในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน 92

4.3 ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมในการวิจัย 92

4.4 ศึกษาดูงาน ณ แม่หวาปลาร้าบอง จังหวัดร้อยเอ็ด 94

4.5 ศึกษาดูงาน ณ กิจการลุงบุญมี อำเภอราษีไศล จังหวัดศรีสะเกษ 95

4.6 ศึกษาดูงาน ณ ตะเกียงดาว Bamboo Charcoal Shampoo อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร 95

4.7 ศึกษาดูงาน ณ จักสานไทเลย บ้านกลาง ตำบลหนองหญ้าปล้อง อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย 96

4.8 ศึกษาดูงาน ณ นรินทร์ทิพย์ (ป้าวี) อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร 96

4.9 การให้คำปรึกษาแนะนำ แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design) ผ้าซิ่นแพรวาและผ้าคลุมไหล่แพรวา 98

4.10 ลายผ้าซิ่นแพรวาและผ้าคลุมไหล่แพรวาย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง คราม) ออกแบบและพัฒนาใหม่ 98

4.11 การให้คำปรึกษาแนะนำ เทคนิคการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ในการทอและสร้างลายผ้าซิ่นแพรวาและผ้าคลุมไหล่แพรวา 99

4.12 การถ่ายทอดความรู้และปฏิบัติการพัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติจากครั่ง 99

4.13 การถ่ายทอดความรู้และปฏิบัติการพัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติจากคราม 100

4.14 การถ่ายทอดความรู้และปฏิบัติการพัฒนาเทคนิคการทอผ้าซิ่นแพรวาลายล่วง (ขิด) 100

4.15 นวัตกรรมการทอและการสร้างสรรค์ลายผ้า: ผ้าซิ่นไหมแพรวา (สีธรรมชาติ ครั่ง คราม) 100

4.16 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้าสหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน 101

4.17 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการออกแบบแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม 101

4.18 การออกแบบชุดแต่งกายบุรุษและสตรีจากผ้าไหมแพรวาย้อมสีธรรมชาติ แบรนด์ (Brand) : ศิลป์แพรวา Silp Praewa 102

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

4.19 การให้คำปรึกษาแนะนำ แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design) ผ้าซิ่นมัดหมี่ (หมี่ร่าย) 102

4.20 การให้คำปรึกษาแนะนำ ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design) ลายผ้าซิ่นมัดหมี่ (หมี่ร่าย) 103

4.21 การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการมัดหมี่ร่าย จากตารางกราฟลายผ้าที่ออกแบบ 103

4.22 ลายผ้าซิ่นหมี่ร่ายและผ้าคลุมไหล่หมี่ร่ายย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกกุง) ออกแบบและพัฒนาใหม่ 104

4.23 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการค้นหมี่ (หมี่ร่าย) เตรียมเส้นในการทอผ้าที่พัฒนาใหม่ 105

4.24 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการมัดหมี่ (หมี่ร่าย) ลายผ้าที่พัฒนาใหม่ 105

4.25 การถ่ายทอดความรู้และปฏิบัติการพัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติ เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นคูณ 106

4.26 การถ่ายทอดความรู้และปฏิบัติการพัฒนาเทคนิคการทอผ้าซิ่นหมี่ร่ายคั่นขิด ซึ่งเป็นนวัตกรรมในการทอผ้าสร้างลวดลายรูปแบบใหม่ของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ 106

4.27 นวัตกรรมในการทอและสร้างสรรค์ลายผ้า: ผ้าซิ่นมัดหมี่คั่นขิด ลายปลาลำปาว ย้อมสีธรรมชาติ เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นขนุน 107

4.28 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ 107

4.29 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการออกแบบแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าและผ้ามัดหมี่ 108

4.30 การออกแบบชุดแฟชั่นสตรีจากผ้าทอพื้นเมือง แบรนด์ (Brand) : ไพรัช Pairat 108

4.31 Perspective นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องค้นหูก PJ 02 109

4.32 Perspective นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องค้นหูก PJ 02 110

4.33 การให้คำปรึกษาแนะนำ แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design) และร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design) ร่มผ้าพื้นเมือง 110

4.34 ลายแพรวาประยุกต์เพื่อใช้ในงานซิลสกรีนผ้าผลิตร่ม ออกแบบและพัฒนาใหม่ 111

4.35 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการพิมพ์ลายบนผ้าผลิตร่มแพรวาประยุกต์ 112

4.36 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการผลิตโครงสร้างร่มจากไม้ 112

4.37 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการเคลือบผ้าผลิตร่ม 113

4.38 นวัตกรรมการออกแบบ การพิมพ์ลายและการผลิตร่ม : ร่มไม้ลายผ้าแพรวา 114

4.39 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง 114

4.40 การให้คำปรึกษาแนะนำ แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design) ผ้าพันคอ (มัดย้อม) 115

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

4.41 การให้คำปรึกษาแนะนำ ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design) ผ้าพันคอ (มัดย้อม) 115

4.42 ลายสร้างสรรค์เพื่อใช้มัดย้อมด้วยเทคนิคชิโบริ ออกแบบและพัฒนาใหม่ 116

4.43 การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคมัดย้อม การย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้และดินแดง 116

4.44 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการย้อมสีธรรมชาติ และการใช้ดินแดงเป็นสารช่วยติดสี 117

4.45 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ลายเพื่อใช้มัดย้อมด้วยเทคนิคชิโบริ 118

4.46 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการย้อมสีธรรมชาติและทดลองใช้ดินแดงในการช่วยติดสี 118

4.47 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการมัดย้อมลายปลาเพื่อให้เป็นอัตลักษณ์ผืนผ้าของกลุ่ม 119

4.48 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการตัดเย็บและแปรรูปเป็นของที่ระลึก 120

4.49 นวัตกรรมการสร้างสรรค์เทคนิคมัดย้อมและการสร้างสรรค์ลาย : ผ้าพันคอ (มัดย้อม) สีธรรมชาติจากเปลือกไม้ ดินแดง 121

4.50 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย หมู่ 3 121

4.51 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการออกแบบแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ 122

4.52 การออกแบบชุดแต่งกายบุรุษและสตรีจากผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ แบรนด์ (Brand) : ดงน้อย 122

4.53 Perspective นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องค้นหูก PJ 02 123

4.54 Perspective นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องค้นหูก PJ 02 123

4.55 การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการออกแบบลายผ้าและการสร้างนวัตกรรม 124

4.56 ลายขิดวงเดือน 125

4.57 ลายหมี่สร้อยดอกค้อ 125

4.58 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการ “สืบหูก” เพื่อใช้ทอเทคนิคเก็บขิดผสมมัดหมี่ 126

4.59 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการทอเก็บขิดผสมมัดหมี่ตามลายผ้าที่ออกแบบใหม่ 127

4.60 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการออกแบบและตัดเย็บกระเป๋าผ้าแบบต่างๆ 128

4.61 นวัตกรรมการออกแบบลาย การพัฒนาเทคนิคการทอ : ผ้าขิดผสมมัดหมี่ลายสร้อยวงเดือน 128

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

4.62 นวัตกรรมการสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาค้อ 129
4.63 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการออกแบบแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้ามัดหมี่ทอมือ 129
4.64 การออกแบบชุดแฟชั่นสตรี “ชุดเดรส” จากผ้ามัดหมี่ทอมือ แบรนด์ (Brand) : ไทญ้อ ทอผ้า 130
4.65 นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องค้นหูก PJ 03 131
4.66 การให้คำปรึกษาแนะนำ แนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผ้าพื้นลายขัดให้เกิดนวัตกรรม 132
4.67 ลายขิดดอกบัว 133
4.68 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการย้อมสีธรรมชาติเส้นฝ้าย โดยใช้พืชในท้องถิ่น 134
4.69 การทดลองย้อมสีธรรมชาติเห็ดตะปู้ เปลือกหว้า และประดู่ เพื่อค้นหาสูตรเฉพาะในการย้อม 135
4.70 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการค้นหูก สืบหูก เพื่อสร้างเทคนิคการทอลายใหม่ 135
4.71 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการทอ เก็บขิด เพื่อสร้างเทคนิคการทอลายใหม่ 136
4.72 การออกแบบและการถ่ายทอดความรู้ในการฝึกทักษะในการแปรรูปผ้า (ชุดเอี๊ยม) 137
4.73 นวัตกรรมในการย้อมสีธรรมชาติ เทคนิคการทอ : ผ้าลายขัดผสมผสานการจกลายดอกบัว ย้อมสีธรรมชาติจากเห็ดตะปู้ เปลือกหว้า ประดู่ สำหรับการแปรรูป 137
4.74 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว 138
4.75 การออกแบบชุดเครื่องแต่งกายบุรุษและสตรีจากผ้าทอมือ แบรนด์ (Brand) : ทอรัตน์ 139
4.76 การให้คำปรึกษาแนะนำ แนวคิดในการสร้างนวัตกรรมงานจักสาน (Concept Design) 140
4.77 ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design) ผลิตภัณฑ์ใหม่ (โคมไฟ) 140
4.78 การให้คำแนะนำด้านการผลิตโคมไฟต้นแบบ 141
4.79 การให้คำปรึกษาแนะนำกระบวนการผลิตและตกแต่งผลิตภัณฑ์ใหม่ 141
4.80 การนวัตกรรมงานจักสานไม้ไผ่ลายขิด : โคมไฟแบบแขวนและแบบตั้งโต๊ะ 142
4.81 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มจักสานไม้ไผ่ลายขิด 142
4.82 Perspective นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องเหลาเส้นตอก 143
4.83 นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องเหลาเส้นตอก 144
4.84 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการย้อมสีธรรมชาติเส้นกก 145

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

4.85 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการเทคนิคการสานขึ้นรูปทรงกระเป๋า โดยใช้แบบพิมพ์ 146
4.86 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการสานเฟอร์นิเจอร์ 146
4.87 นวัตกรรมงานสานย้อมสีธรรมชาติ : กระเป๋าเส้นกกสานสลับเส้นย้อมสีฝักคูณและเพกา 147
4.88 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มทอเสื่อกกและแปรรูปกกบ้านหนองบัว 147
4.89 การให้คำปรึกษาแนะนำ แนวคิดในการสร้างนวัตกรรมงานจักสาน (Concept Design) 148
4.90 ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design) กระเป๋า 149
4.91 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการตัดเย็บด้วยมือเพื่อประกอบกับงานจักสาน 149
4.92 การให้คำปรึกษาแนะนำและติดตามคุณภาพการผลิตกระเป๋าต้นแบบ 150
4.93 นวัตกรรมจักสานไม้ไผ่ : กระเป๋าเป้จักสานร่วมกับผ้าทอพื้นเมือง 150
4.94 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่ 151
4.95 Perspective นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องผ่าเส้นตอกไม้ไผ่และหวาย 152
4.96 นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องผ่าเส้นตอกไม้ไผ่และหวาย 152
4.97 การออกแบบและจัดทำเตาเผาถ่านขนาดเล็กต้นแบบ 154
4.98 การออกแบบและจัดทำห้องปฏิบัติการผลิตสบู่ชาร์โคล ตามมาตรฐาน 154
4.99 การทำบล็อกสบู่ชาร์โคล ด้วยพิมพ์ยางซิลิโคลน 155
4.100 การถ่ายทอดความรู้การผลิตสบู่ชาร์โคล 155
4.101 สบู่ผงถ่าน สูตรผงถ่าน และสูตรผงถ่านสครับผสมเส้นใยตะไคร้หอม 156
4.102 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง 156
4.103 ผลิตภัณฑ์ใหม่ สบู่ผงถ่าน แบรนด์ (Brand) : นิศา ชาร์โคล Nisa Charcoal 157
4.104 การระดมความคิดในการออกแบบ (Concept Design) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 158
4.105 การให้คำปรึกษาแนะนำ ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก 158
4.106 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการหล่อเรซิ่นเพื่อผลิตของที่ระลึก 159
4.107 การติดตามให้คำปรึกษาแนะนำด้านการผลิตในเชิงพาณิชย์ 160
4.108 นวัตกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก : พวงกุญแจธุงมงคล (เรซิ่น) 160
4.109 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา 161
4.110 ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีอาหารให้คำปรึกษาแนะนำการผลิตและการจัดการระบบโรงงาน 162

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

4.111 การให้คำปรึกษาแนะนำในการทดลองผลิตหมูทุบทรงเครื่องและหมูเค็มทรงเครื่อง 163
4.112 การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์ และวางแผนการตลาด 163
4.113 นวัตกรรมการแปรรูปอาหาร : หมูทุบทรงเครื่อง หมูเค็มทรงเครื่อง 164
4.114 ส่วนประกอบในการผลิต : หมูเค็มทรงเครื่อง หมูทุบทรงเครื่อง 164
4.115 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์ 165
4.116 ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีอาหารให้คำปรึกษาแนะนำด้านสูตรอาหาร การผลิตและการควบคุมคุณภาพ 166
4.117 การให้คำปรึกษาแนะนำกระบวนการผลิต ขนาดบรรจุ ฉลากสินค้า และการจัดจำหน่าย 166
4.118 นวัตกรรมการแปรรูปข้าว : น้ำจมูกข้าวกล้อง 5 รสชาติ ได้แก่ Original ใบเตย ขนุน มัลเบอรี่ และข้าวก่ำ 167
4.119 ส่วนประกอบในการผลิต : น้ำจมูกข้าวกล้อง 167
4.120 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้าวิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวเหนียวเขาวงตำบลหนองผือ 167
4.121 การให้คำปรึกษาแนะนำกระบวนการผลิต การใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เกี่ยวข้อง 169
4.122 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากข้าว 170
4.123 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการผลิตและควบคุมคุณภาพ 170
4.124 นวัตกรรมการแปรรูปข้าว : ผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชพร้อมชงดื่ม 171
4.125 ส่วนประกอบในการผลิต : ผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชพร้อมชงดื่ม 171
4.126 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มเกษตรอินทรีย์ ชาวนา บ้านนอก 171
4.127 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และสร้างนวัตกรรมแปรรูปข้าว 172
4.128 การให้คำปรึกษาแนะนำการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีอาหาร 173
4.129 การให้คำปรึกษาแนะนำและฝึกปฏิบัติการผลิตสบู่ข้าวไรซ์เบอรี่ 173
4.130 ส่วนประกอบในการผลิต : สบู่ข้าวไรซ์เบอรี่ 173
4.131 การให้คำปรึกษาแนะนำและฝึกปฏิบัติการผลิตเกรียบจากข้าวกล้องด้วยสูตรต่าง ๆ 174
4.132 นวัตกรรมการแปรรูปข้าว : ข้าวเกรียบ ไดโนไรซ์ 174
4.133 ส่วนประกอบในการผลิต : ข้าวเกรียบ ไดโนไรซ์ 175
4.134 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวงอกฮางกล้อง 175
4.135 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการแปรรูปปลาร้า : ปลาร้าน้ำพริกเผา 176
4.136 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการแปรรูปปลาร้า : คั่วกลิ้งปลาย่าง 177

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

4.137 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านมาตรฐานการผลิต 177
4.138 นวัตกรรมการแปรรูปปลาร้า : ปลาร้าน้ำพริกเผา คั่วกลิ้งปลาย่าง 178
4.139 ส่วนประกอบในการผลิต : ปลาร้าน้ำพริกเผา คั่วกลิ้งปลาย่าง 178
4.140 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP แจ่วบองแม่มหา 178
4.141 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการแปรรูปปลาร้า : ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว 180
4.142 การให้คำปรึกษาแนะนำในการฝึกปฏิบัติการแปรรูปปลาร้า : ปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ 181
4.143 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านมาตรฐานการผลิตและคุณภาพอาหาร 181
4.144 นวัตกรรมการแปรรูปปลาร้า : ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว และปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ 182
4.145 ส่วนประกอบในการผลิต : ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว และปลาร้าคั่วกลิ้ง สมุนไพร ไขมันต่ำ 182
4.146 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม 182
4.147 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการผลิตทาร์ตมัลเบอรี่ 183
4.148 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการผลิตขนมปังกรอบมัลเบอรี่ 184
4.149 การให้คำปรึกษาแนะนำการเตรียมสถานประกอบการเพื่อเตรียมขอรับการตรวจรับรองมาตรฐาน 184
4.150 นวัตกรรมการแปรรูปผลหม่อน : ทาร์ตมัลเบอรี่ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่ 185
4.151 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้า 185
5.1 ตัวอย่างภาพกิจกรรมการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ 188
5.2 ผ้าซิ่นไหมแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง คราม) 189
5.3 ผ้าซิ่นมัดหมี่ผสมขิด ลายปลาลำปาว ย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นขนุน) 190
5.4 ร่ม (ด้ามไม้) ลายเอกลักษณ์ผ้าแพรวา 191
5.5 ผ้าพันคอ (มัดย้อม) ย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้ ดินแดง 192
5.6 ผ้าขิดผสมมัดหมี่ ลายสร้อยวงเดือน (สำหรับการแปรรูป) 193
5.7 ผ้าลายขัดผสมขิดดอกบัว ลายนัตตะบุศย์ ย้อมสีธรรมชาติ เห็ด เปลือกหว้า ประดู่ (สำหรับการแปรรูป) 194
5.8 โคมไฟแบบแขวนและแบบตั้งโต๊ะ 195
5.9 กระเป๋า ย้อมสีธรรมชาติ (ฝักคูณ เพกา) 196
5.10 กระเป๋าเป้จักสานร่วมกับผ้าทอพื้นเมือง 197
5.11 สบู่ผงถ่าน นิศา ชาร์โคล 198
5.12 พวงกุญแจธุงมงคล (เรซิ่น) 199
5.13 หมูทุบทรงเครื่อง หมูเค็มทรงเครื่อง 200

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่ **หน้า**

5.14 น้ำจมูกข้าวกล้อง 5 รสชาติ ได้แก่ Original ใบเตย ขนุน มัลเบอรี่ และข้าวก่ำ 201
5.15 ผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชพร้อมชงดื่ม 202
5.16 ข้าวเกรียบ ไดโนไรซ์ 203
5.17 ปลาร้าน้ำพริกเผา คั่วกลิ้งปลาย่าง 204
5.18 ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว และปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ 205
5.19 ทาร์ตมัลเบอรี่ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่ 206
5.20 ตัวอย่างภาพกิจกรรม “ทดสอบตลาด” (Market Test) 213
5.21 ผ้าซิ่นไหมแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง คราม) 214
5.22 ผ้าซิ่นมัดหมี่ผสมขิด ลายปลาลำปาว ย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นขนุน) 215
5.23 ร่ม (ด้ามไม้) ลายเอกลักษณ์ผ้าแพรวา 216
5.24 ผ้าพันคอ (มัดย้อม) ย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้ ดินแดง 217
5.25 ผ้าขิดผสมมัดหมี่ ลายสร้อยวงเดือน (สำหรับการแปรรูป) 218
5.26 ผ้าลายขัดผสมขิดดอกบัว ลายนัตตะบุศย์ ย้อมสีธรรมชาติ เห็ด เปลือกหว้า ประดู่ (สำหรับการแปรรูป) 219
5.27 โคมไฟแบบแขวนและแบบตั้งโต๊ะ 220
5.28 กระเป๋า ย้อมสีธรรมชาติ (ฝักคูณ เพกา) 221
5.29 กระเป๋าเป้จักสานร่วมกับผ้าทอพื้นเมือง 222
5.30 สบู่ผงถ่าน นิศา ชาร์โคล 223
5.31 พวงกุญแจถุงมงคล (เรซิ่น) 224
5.32 หมูทุบทรงเครื่อง หมูเค็มทรงเครื่อง 225
5.33 น้ำจมูกข้าวกล้อง 5 รสชาติ ได้แก่ Original ใบเตย ขนุน มัลเบอรี่ และข้าวก่ำ 226
5.34 ผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชพร้อมชงดื่ม 227
5.35 ข้าวเกรียบ ไดโนไรซ์ 228
5.36 ปลาร้าน้ำพริกเผา คั่วกลิ้งปลาย่าง 229
5.37 ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว และปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ 230
5.38 ทาร์ตมัลเบอรี่ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่ 231
5.39 การจัดกิจกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้าแก่กลุ่มเป้าหมาย 232
6.1 กระบวนการถ่ายทอดความรู้สู่การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน 244

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

3.1 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) 29
3.2 แผนการลงพื้นที่ของที่ปรึกษาในงานวิจัยเพื่อศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย 30
4.1 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการเข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ 93
5.1 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ผ้าซิ่นไหมแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง คราม) 189
5.2 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ผ้าซิ่นมัดหมี่ผสมขิด ลายปลาลำปาว ย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นขนุน) 190
5.3 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ร่ม (ด้ามไม้) ลายเอกลักษณ์ผ้าแพรวา 191
5.4 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ผ้าพันคอ (มัดย้อม) ย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้ ดินแดง 192
5.5 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ผ้าขิดผสมมัดหมี่ ลายสร้อยวงเดือน 193
5.6 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ผ้าลายขัดผสมขิดดอกบัว ลายนัตตะบุศย์ ย้อมสีธรรมชาติ เห็ด เปลือกหว้า ประดู่ (สำหรับการแปรรูป) 194
5.7 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ โคมไฟแบบแขวนและแบบตั้งโต๊ะ 195
5.8 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ กระเป๋า ย้อมสีธรรมชาติ (ฝักคูณ เพกา) 196
5.9 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ กระเป๋าเป้จักสานร่วมกับผ้าทอพื้นเมือง 197
5.10 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ สบู่ผงถ่าน นิศา ชาร์โคล 198
5.11 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ พวงกุญแจธุงมงคล (เรซิ่น) 199
5.12 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ หมูทุบทรงเครื่อง หมูเค็มทรงเครื่อง 200
5.13 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ น้ำจมูกข้าวกล้อง 201
5.14 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชพร้อมชงดื่ม 202
5.15 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ข้าวเกรียบ ไดโนไรซ์ 203
5.16 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ปลาร้าน้ำพริกเผา คั่วกลิ้งปลาย่าง 204
5.17 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว และปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพรไขมันต่ำ 205
5.18 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ทาร์ตมัลเบอรี่ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่ 206
5.19 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ผ้าซิ่นไหมแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง คราม) 214
5.20 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ผ้าซิ่นมัดหมี่ผสมขิด ลายปลาลำปาว ย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นขนุน) 215
5.21 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ร่ม (ด้ามไม้) ลายเอกลักษณ์ผ้าแพรวา 216
5.22 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ผ้าพันคอ (มัดย้อม) ย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้ ดินแดง 217
5.23 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ผ้าขิดผสมมัดหมี่ ลายสร้อยวงเดือน 218

สารบัญตาราง

ตารางที่ **หน้า**

5.24 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ผ้าลายขัดผสมขิดดอกบัว ลายนัตตะบุศย์ ย้อมสีธรรมชาติ เห็ด เปลือกหว้า ประดู่ (สำหรับการแปรรูป) 219
5.25 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) โคมไฟแบบแขวนและแบบตั้งโต๊ะ 220
5.26 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) กระเป๋า ย้อมสีธรรมชาติ (ฝักคูณ เพกา) 221
5.27 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) กระเป๋าเป้จักสานร่วมกับผ้าทอพื้นเมือง 222
5.28 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) สบู่ผงถ่าน นิศา ชาร์โคล 223
5.29 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) พวงกุญแจถุงมงคล (เรซิ่น) 224
5.30 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) หมูทุบทรงเครื่อง หมูเค็มทรงเครื่อง 225
5.31 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) น้ำจมูกข้าวกล้อง 226
5.32 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชพร้อมชงดื่ม 227
5.33 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ข้าวเกรียบ ไดโนไรซ์ 228
5.34 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ปลาร้าน้ำพริกเผา คั่วกลิ้งปลาย่าง 229
5.35 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว และปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ 230
5.36 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ทาร์ตมัลเบอรี่ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่ 231
5.37 ผลการประเมินผลลัพธ์จากผู้ประกอบการ 233

บทที่ 1
บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในรอบหลายปีที่ผ่านมารวมถึงยุคปัจจุบันคือ ปี พ.ศ. 2562 ภาครัฐได้มีแนวนโยบายในการที่จะเสริมสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศ โดยเฉพาะในระดับพื้นที่เพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางสังคม ขยายโอกาสให้แก่ประชาชน ยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ส่งเสริมให้กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ SMEs และเกษตรกรมีโอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างอาชีพใหม่ สร้างรายได้ อันจะนำไปสู่ความเข้มแข็งของเศรษฐกิจภายในประเทศและสามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้อย่างยั่งยืน

โดยในปี พ.ศ. 2561 กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย (2561: 65) ได้จัดทำแผนปฏิบัติราชการกรมการพัฒนาชุมชน ประจำปี พ.ศ. 2561 เพื่อขับเคลื่อนยุทธศาสตร์กรมการพัฒนาชุมชนให้บรรลุวิสัยทัศน์ “เศรษฐกิจฐานรากมั่นคงและชุมชนพึ่งตนเองได้ ภายในปี 2564” โดยเขียนไว้ในข้อ กระบวนงานที่ 3 เรื่อง การยกระดับผู้ผลิต ผู้ประกอบการสู่ความเป็นมืออาชีพ ว่า การขับเคลื่อนควรประกอบด้วยโครงการต่าง ๆ เช่น โครงการพัฒนาผู้ประกอบการรุ่นใหม่ การเสริมสร้างจิตสำนึกการเป็นผู้ประกอบการที่ดี การเพิ่มประสิทธิภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการแบบมืออาชีพด้านการบริหารจัดการ ด้านการออกแบบ/รูปแบบ/บรรจุภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านการจัดทำแผนธุรกิจ ด้านการเข้าถึงแหล่งทุน ด้านการสร้างนวัตกรรม และด้านการพัฒนากลุ่มอาชีพใหม่

ในส่วนของการสร้างนวัตกรรม กฤตยา สังข์เกษม และคณะ (2560: ออนไลน์) เคยกล่าวไว้ในงานวิจัย นวัตกรรมก็เกิดขึ้นได้ในวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนในภาคใต้ ว่า นวัตกรรม (Innovation) โดยทั่วไปหมายถึง “การเปลี่ยนแปลงสู่สิ่งใหม่ หรือ การปรับปรุงจากสิ่งเดิม ที่เกิดจากการนำาความรู้ ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ไปพัฒนาให้เกิดคุณค่าต่อลูกค้า องค์กร และสังคม” หรือ หมายถึง “การทำาสิ่งใหม่ที่ดีกว่าเดิม” นวัตกรรมเป็นคำที่คุ้นหูหลาย ๆ ท่าน เนื่องจากถูกบรรจุอยู่ในยุทธศาสตร์หลักและนโยบายของรัฐบาล จึงเห็นถึงการกระตุ้นให้ภาคการผลิตต่าง ๆ นำนวัตกรรมเข้ามาปรับใช้ เพื่อผลักดันความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ และเป็นความหวังที่จะทำให้ประเทศไทยสามารถก้าวผ่านกับดักรายได้ปานกลาง

นอกจากนั้น ในกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ซึ่งเป็นหน่วยงานใหม่และมีส่วนในการขับเคลื่อนนวัตกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดย อัจฉรา วงศ์แสงจันทร์ (2562: ออนไลน์) รองปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ได้กล่าวไว้ว่า การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาด ควรมีกรอบแนวทางในการพัฒนา 4 มิติ อันได้แก่ ผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (New entrepreneurs) นวัตกรรมและเทคโนโลยี (Innovation & Technology) อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ (Product identity) และช่องทางการตลาด (Marketing channels) เพื่อมุ่งสู่เป้าหมาย โดยแบ่งกลุ่มการต่อยอดทำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีนวัตกรรม ดังนี้ ผลิตภัณฑ์ต้นแบบกลุ่มที่ 1 จะใช้เทคโนโลยีนวัตกรรมในการแก้ไขปัญหา ทำผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นและน่าสนใจ และสร้างช่องทางการตลาดเพื่อทำให้ขายสินค้าได้มากขึ้น ผลิตภัณฑ์ต้นแบบกลุ่มที่ 2 สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่มีนวัตกรรม ให้มีนวัตกรรมและการออกแบบเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคได้

ในการนี้ จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ (2562: TOR) ได้กำหนดจุดเน้นทางยุทธศาสตร์ Positioning ด้านการพัฒนาไหมไทยสู่สากล และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ให้มีคุณภาพ โดยเฉพาะ “ผ้าไหมแพรวา” ที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งมีความวิจิตรงดงาม ล้ำค่าอย่างยิ่ง ถือเป็นสินค้าที่บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) จากความเชื่อวิถีชุมชน ในอดีตผ้าไหมเป็นของสูงค่ามีราคา กว่าจะผลิตผ้าไหมได้แต่ละผืนต้องใช้ระยะเวลานาน เนื่องจากเป็นงานผ้าถือเป็นฝีมือโดยแท้ของผู้ผลิต ทั้งนี้ จากการวิเคราะห์ SWOT พบว่า ในการพัฒนาผ้าไหมแพรวาของจังหวัดกาฬสินธุ์ 1) ยังขาดการส่งเสริม สนับสนุนการผลิตเส้นไหมที่มีคุณภาพ ทำให้ต้องสั่งซื้อเส้นไหมจากภายนอกเข้ามาใช้ภายในจังหวัด 2) ขาดการส่งเสริมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมที่เป็นต้นน้ำ 3) การแปรรูปผ้าไหมแพรวายังไม่ตอบสนองความต้องการตลาด 4) ผ้าไหมแพรวามีราคาค่อนข้างสูง และ 5) ตลาดผ้าไหมแพรวาอยู่ในกลุ่มยังไม่กว้างขวาง จากปัญหาที่เกิดขึ้น จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้มีการดำเนินงานพัฒนาผ้าไหมแพรวาอย่างเป็นระบบ เริ่มต้นจากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมที่มีคุณภาพ ถือเป็นกิจกรรมต้นน้ำที่สำคัญ ผลจากการสำรวจข้อมูลเมื่อเดือนกันยายน 2560 พบว่า จังหวัดกาฬสินธุ์ มีเกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม จำนวน 536 รายมีพื้นที่ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม 5,118 ไร่ และมีผู้ผลิต ผู้ประกอบการไหมและ OTOP ที่ขึ้นทะเบียนจำนวน 1,858 กลุ่ม/ราย มี 2,730 ผลิตภัณฑ์ สมาชิก 24,825 คน มียอดจำหน่าย OTOP 3,171,583,552 ล้านบาท ที่สามารถสร้างงาน สร้างอาชีพและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ผู้ผลิต ผู้ประกอบการผ้าไหมและ OTOP การเลี้ยงหม่อนไหม การสาวเส้นไหม การพัฒนาเส้นไหมให้ได้มาตรฐาน การย้อมสีไหม การสนับสนุนปัจจัยการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่า จังหวัดกาฬสินธุ์ถือเป็นความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาและยกระดับไหมและOTOP ให้มีหลากหลาย และขยายฐานกลุ่มลูกค้าให้มีมากยิ่งขึ้น รวมถึงการยกระดับนวัตกรรมการผลิตที่มีคุณภาพ การส่งเสริมหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว

ดังนั้น ในการพัฒนาให้ได้มาตรฐานการย้อมสีไหม การสนับสนุนปัจจัยการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อเพิ่มมูลค่า จังหวัดกาฬสินธุ์เห็นว่า มีความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาและยกระดับไหมและ OTOP ให้มีความหลากหลายและขยายฐานกลุ่มลูกค้าให้มีมากยิ่งขึ้น รวมถึงการยกระดับนวัตกรรมการผลิตไหมที่มีคุณภาพ การส่งเสริมหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว การเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่กลุ่มผู้ผลิตผู้ประกอบการ ผ้าไหม (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์. 2562: TOR)

คณะผู้วิจัยจากศูนย์วิจัยทางศิลปกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา (ARDC) สาขาวิชา การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ภาควิชาทัศนศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้ร่วมกับห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์ เซ็นเตอร์ เห็นว่า กิจกรรมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนภายใต้โครงการยกระดับไหมและ OTOP สู่นครหม่อนไหม ก้าวไกลสู่สากล ของจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งดำเนินการโดยสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นงานวิจัยที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อชุมชนแบบครบวงจร สามารถส่งเสริมให้เกิดความเข้มแข็งในกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ในระยะยาว อีกทั้งมีความสอดคล้องกับภารกิจการให้บริการวิชาการแก่ชุมชนของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม จึงได้รับดำเนินการวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนในครั้งนี้

1.2 วัตถุประสงค์

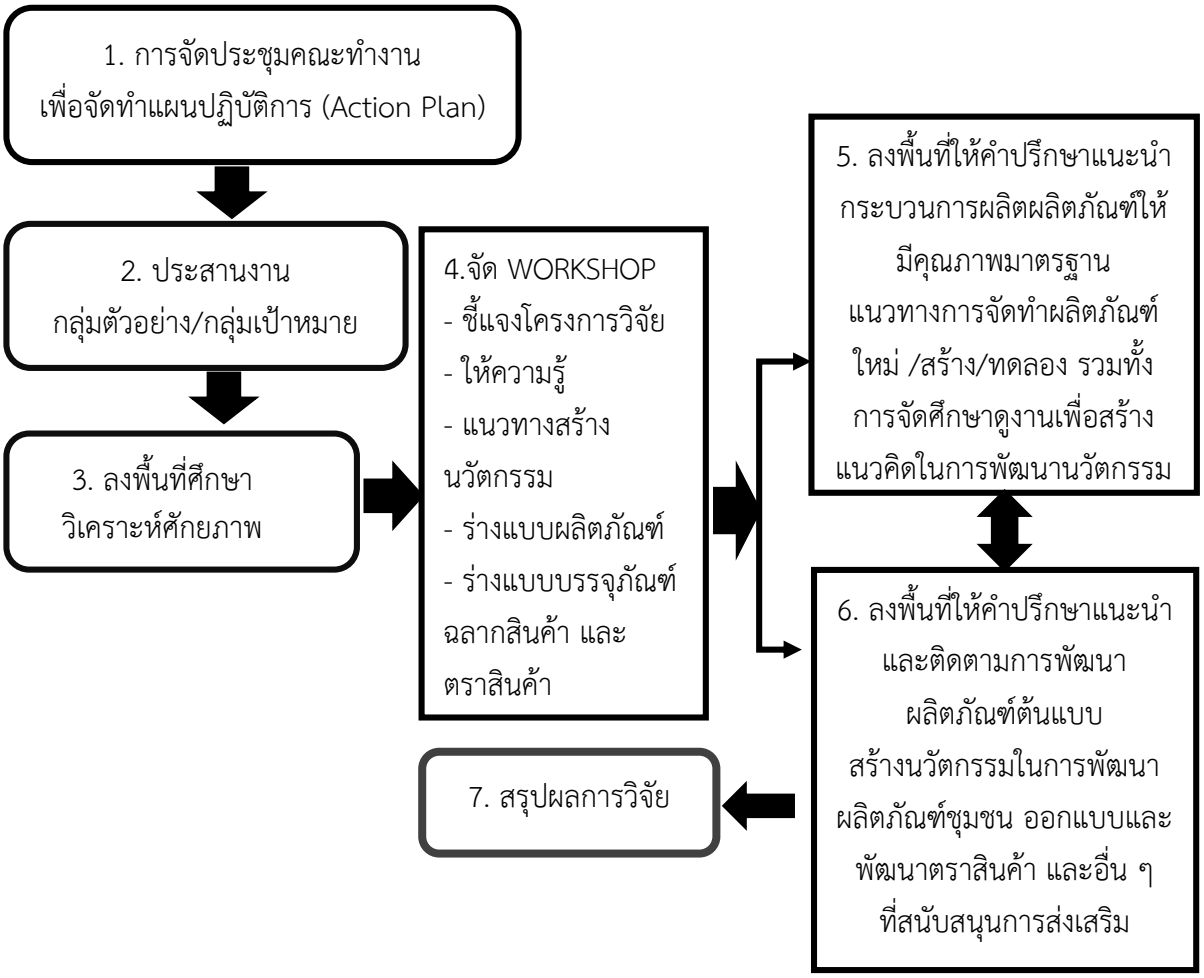
1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการ และศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์

2. เพื่อศึกษากระบวนการถ่ายทอดความรู้ที่นำสู่การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์

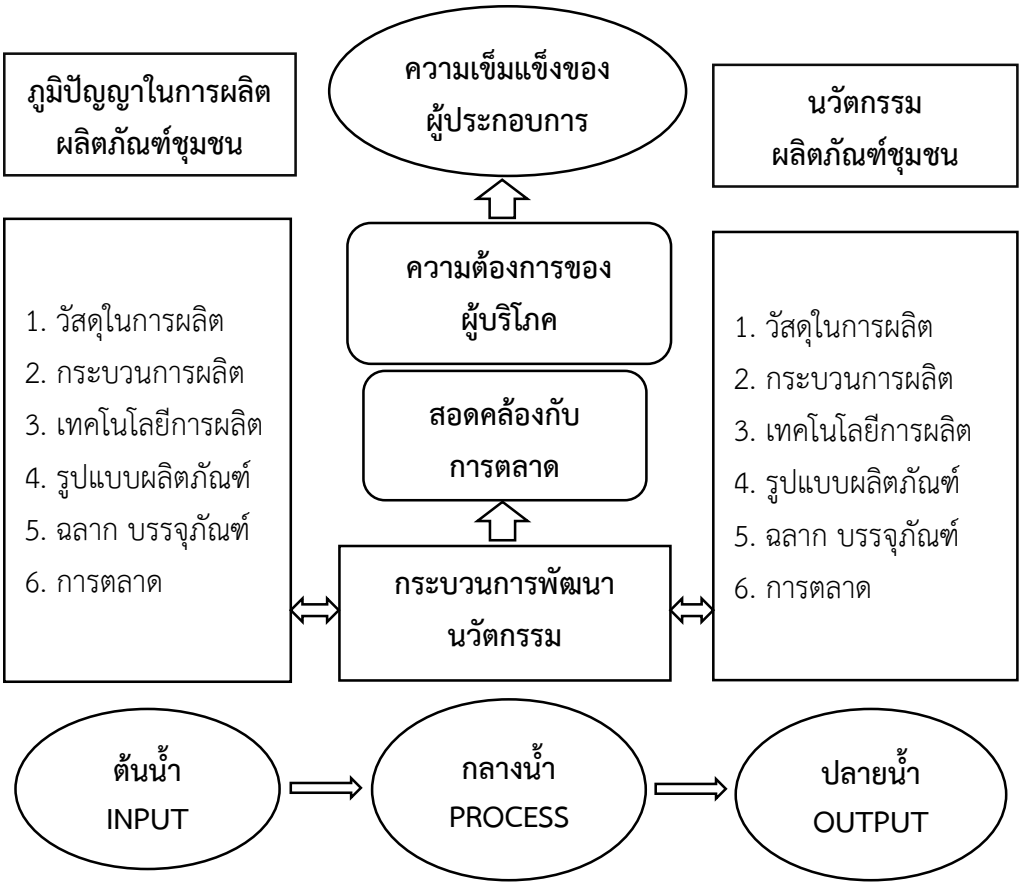
3. เพื่อออกแบบและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์ ให้ศักยภาพการผลิตที่สูงขึ้น และสินค้ามีรูปแบบที่ความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด

1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัยและพัฒนา

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดในการดำเนินงานไว้ 2 ส่วน ดังนี้



ภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดในการดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 1.2 กรอบแนวคิดในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน

1.4 ขอบเขตในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ สถิติเชิงบรรยาย (Descriptive Statistics) และสถิติอ้างอิง (Inferential Statistics) ซึ่งมีขอบเขตการวิจัย ดังนี้

ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งแบ่งเขตพื้นที่ทางปกครองออกเป็น 18 อำเภอ

ขอบเขตด้านตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรต้น ได้แก่ ศักยภาพของผู้ประกอบการ OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์

ตัวแปรตาม ได้แก่ การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร หมายถึง ผู้ประกอบการ OTOP ในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 23,330 ราย/กลุ่ม (อ้างอิงจาก : ผลการลงทะเบียนคัดสรรโอทอปไทยเพื่อยกระดับ 4-5 ดาว, 17 พฤษภาคม 2562)

กลุ่มตัวอย่าง หมายถึง ผู้ประกอบการ OTOP ซึ่งได้จากการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากอำเภอต่าง ๆ ในเขตพื้นที่จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 18 ราย/กลุ่ม

1.5 วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดขั้นตอนการดำเนินงานออกเป็น 8 ขั้นตอน ดังนี้

1) จัดทำแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

2) ประสานงานดำเนินการร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย

3) จัดผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย ค้นหาสภาพปัญหา จุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ ความต้องการด้านการตลาด เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์

4) จัดกิจกรรมสร้างความเข้าใจกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ หรืออื่น ๆ ให้แก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 18 ราย/ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งดำเนินออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป้าหมายให้เกิดนวัตกรรมและงานวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป้าหมาย โดยมีทีมวิทยากรที่เชี่ยวชาญ

5) ผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์และมีรูปแบบที่ทันสมัยตรงกับความต้องการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การพัฒนากระบวนการผลิต การพัฒนานวัตกรรม การออกแบบและพัฒนาโลโก้ (Logo) หรือตราสัญลักษณ์สินค้า และอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการตลาด

6) จัดกิจกรรมประเมินผลผลการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน และอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

7) สรุปผลการดำเนินงาน จัดทำรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ

ผลิตภัณฑ์ หมายถึง วัตถุ สิ่งของ เครื่องใช้ที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของมนุษย์ โดยผู้สร้างสรรค์มีวัตถุประสงค์ในการสร้างเพื่อตอบสนองความต้องการอย่างใด อย่างหนึ่งหรือหลายอย่างร่วมกัน เช่น ร่างกาย จิตใจ อารมณ์ ความเชื่อ เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ชุมชน หมายถึง วัตถุ สิ่งของ เครื่องใช้ที่เกิดจากการสร้างสรรค์ของคนในชุมชน โดยผู้สร้างสรรค์มีวัตถุประสงค์ในการสร้างสรรค์เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ ให้กับตนเอง กลุ่ม หรือชุมชน ส่วนใหญ่มักเป็นงานที่มาจากภูมิปัญญาดั้งเดิม การต่อยอดภูมิปัญญา การประยุกต์ และบางส่วนอาจเกิดจากการเรียนรู้วิทยาการใหม่ ๆ ในการสร้างสรรค์เพื่อให้สอดคล้องกับความความต้องการของผู้บริโภคและตลาด

นวัตกรรม หมายถึง การกระทำอย่างใดอย่างหนึ่งของมนุษย์ที่สะท้อนให้เห็นถึงการสร้างแนวคิด การประดิษฐ์ของหรือวิธีการใหม่นวัตกรรม

ผู้ประกอบการ หมายถึง เจ้าของกิจการ หรือผู้ที่คิดริเริ่มจัดตั้งธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง โดยมองเห็นโอกาสทางธุรกิจและยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา เพื่อมุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากผลการดำเนินงานของธุรกิจตนเอง

สินค้า OTOP หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่แสดงถึงภูมิปัญญาไทย ที่ผู้ผลิต ผู้ประกอบการนำสินค้ามา ลงทะเบียนเป็นผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP และผ่านการตรวจสอบจากคณะกรรมการลงทะเบียนโดยสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด

มาตรฐาน OTOP หมายถึง ระดับ OTOP ระดับดาวตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการรับรองมาตรฐาน หรือรางวัลต่าง ๆ ที่ได้รับ

การพัฒนาศักยภาพ หมายถึง การเพิ่มขีดความสามารถสูงสุดที่เป็นไปได้ตามแนวทางของยุทธศาสตร์ OTOP ซึ่งเป็นการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นและความรู้ความสามารถที่มีภายในกลุ่ม OTOP มาบูรณาการให้เกิดประโยชน์อย่างมีกระบวนการ เพื่อการเพิ่มศักยภาพในการดำเนินธุรกิจผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผู้เชี่ยวชาญ หมายถึง บุคคลผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ประสบการณ์ในทางศิลปะ วิทยาศาสตร์ การฝีมือ การค้า การรับรองมาตรฐาน หรือการงานที่ทำ ซึ่งความเห็นของผู้เชี่ยวชาญจะเป็นการให้คำชี้แนะ แนะนำปรึกษาในศาสตร์ที่มีความเชี่ยวชาญหรือมีประสบการณ์ในแง่ของวิชาการหรือการฝึกทักษะก็ได้

บทที่ 2
ทบทวนวรรณกรรม

ในการวิจัยการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่าง ๆ เพื่อประกอบการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งมีประเด็นสำคัญ 7 ประการ ดังนี้

1) ผลิตภัณฑ์ชุมชน
2) นโยบายภาครัฐกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน
3) ตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนและการแข่งขัน
4) การขับเคลื่อนของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน
5) การพัฒนาเชิงนวัตกรรม
6) การออกแบบและพัฒนา
7) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ผลิตภัณฑ์ชุมชน

คำว่า **“ผลิตภัณฑ์ (Product)”** มีนักวิชาการและบุคคลสำคัญในวงการวิชาการได้ให้ความหมายแง่คิดมุมมองที่เป็นประโยชน์ไว้หลายท่าน ดังนี้

Kotler (1997: 92) ได้ให้ความหมายไว้ว่าสิ่งใด ๆ ที่นำเสนอเพื่อตอบสนองความจำเป็นหรือความต้องการของตลาดให้ได้รับความพึงพอใจ ดังนั้นผลิตภัณฑ์ (Product) จึงมีความหมายครอบคลุมทั้งสินค้าที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ เช่น คุณภาพของผลิตภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ กลิ่น สี ราคา ตราสินค้า เป็นต้น ผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการ การดูแล การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศ และทั่วโลก (สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิจิตร. 2559)

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2546: 434) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ทางกิจการได้นำเสนอขายแก่ตลาด เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า ต้องสร้างคุณค่าให้เกิดขึ้น โดยผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายต้องมีคุณประโยชน์หลักและต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าคาดหวังหรือเกินความคาดหวัง รวมถึงการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพเพื่อความสามารถทางการแข่งขันในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นความสะดวก ความรวดเร็ว การให้ความเห็น และการให้คำปรึกษาเป็นต้น การบริการต้องมีคุณภาพเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์ แต่คุณภาพของการบริการจะต้องมาจากหลาย ๆ ปัจจัยประกอบกัน ทั้งความรู้ความสามารถ และประสบการณ์ของพนักงาน ความทันสมัยของอุปกรณ์ ความรวดเร็ว ความต่อเนื่องของขั้นตอน การส่งมอบบริการ ความสวยงามของอาคารสถานที่ รวมทั้งอัธยาศัยไมตรีของพนักงาน

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ (2548: 29) ได้ให้ความหมายไว้ว่า การพิจารณาผลิตภัณฑ์ในการให้บริการ ต้องพิจารณาถึงขอบเขตของการบริการ คุณภาพของการบริการ ระดับชั้นของการบริการ ตราสินค้า สายการบริการ การรับประกัน และการบริการหลังการขาย จะต้องครอบคลุมไปถึงเครือข่ายที่กว้าง เช่น สังคม

ภายในอาคารเล็ก ๆ อาคารเดียว ไปจนกระทั่งจุดที่ใหญ่ที่สุดของประเทศ หรือร้านอาหารขนาดเล็กไปจนกระทั่งห้องอาหารของโรงแรมระดับสี่ดาว

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา (2552: 77) ได้ให้ความหมายไว้ว่า เป็นข้อเสนอทั้งหมดของผู้ขายที่สามารถให้ประโยชน์หรือคุณค่าแก่ลูกค้า โดยผลิตภัณฑ์แบ่งออกได้เป็น 5 ระดับ ตามองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์บริการ ได้แก่ ผลประโยชน์หลัก ผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ผลิตภัณฑ์เสริม และผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปได้ ซึ่งในองค์ประกอบของแต่ละผลิตภัณฑ์ดังกล่าว สามารถที่จะนำไปใช้ในการบริหารจัดการให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย

จากข้อมูลดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ไม่ใช่สินค้าสำเร็จรูปเพียงอย่างเดียว เพราะในทางการตลาดจะมีความหมายค่อนข้างกว้าง เนื่องจากลูกค้าไม่ได้ต้องการที่จะซื้อสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่ลูกค้าจ่ายเงินไปก็เพื่อซื้อผลประโยชน์และคุณค่าที่เฉพาะเจาะจงจากสินค้าหรือบริการนั้น ๆ ที่ผู้ขายเสนอให้แก่ลูกค้า

ส่วนคำว่า “**ผลิตภัณฑ์ชุมชน (Local Product)**” มีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาและส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ให้ความหมายแง่คิดมุมมองไว้ ดังนี้

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิจิตร (2560: ออนไลน์) ได้ให้ความหมายผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีกำเนิดมาจากชุมชน โดยภูมิปัญญาชาวบ้านที่แสดงให้เห็นถึงรากฐานทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้น ๆ เป็นแนวคิดที่ต้องการให้ประชาชนประกอบธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ประชาชนในชุมชน หรือการสร้างศักยภาพที่มีอยู่ภายในชุมชนให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ โดยชุมชนต้องปรับเปลี่ยนตนเอง ยกระดับจากฐานะผู้ผลิตสินค้าขึ้นมาเหมือนเป็นบริษัทย่อย ๆ ครบวงจร ทั้งการบริหารจัดการดูแลระบบการเงินและระบบบัญชีควบคุมการผลิตให้ได้มาตรฐาน ออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย มีความคล่องตัวในการติดต่อตลาดได้ด้วยตัวเองได้ แต่ในสถานการณ์ปัจจุบันสินค้าจากชุมชนไม่สามารถสู้กับคุณภาพสินค้าที่เป็นของกลุ่ม SMEs ได้ และพบว่า สินค้าชุมชนมีข้อจำกัดที่ยังไม่สามารถพัฒนาสินค้าสินค้าให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีอำนาจการซื้อทั้งในเมืองและต่างชาติ นอกจากนี้ชุมชนยังขาดความสามารถในการบริหารจัดการและไม่ผ่านมาตรฐานสินค้าที่โครงการตั้งตามขั้นของระดับดาว จากข้อจำกัดดังกล่าว ตัวเลขของการเติบโตของการจำหน่ายสินค้าจึงตกอยู่ในกลุ่ม SMEs เป็นส่วนใหญ่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาเท่าทันตลาดมากกว่าสินค้าที่ชาวบ้านผลิตเป็นสินค้าพื้นถิ่นใช้ในภูมิปัญญาชาวบ้านขาดโอกาสในการเรียนรู้ให้เท่าทันตลาดภายนอก จึงเป็นอุปสรรคที่สำคัญที่จะพัฒนากระบวนเรียนรู้ปรับตัวให้ทันกับความต้องการของลูกค้าที่มีเรื่องรสนิยม รูปแบบ คุณภาพเข้ามาเกี่ยวข้องอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ จึงเป็นโอกาสที่กลุ่มที่มีศักยภาพอื่นเข้ามาทดแทนสินค้าชุมชน

คำว่า “ผลิตภัณฑ์ชุมชน” ที่ผ่านมามักถูกเรียกว่า หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ OTOP ในระยะเริ่มต้นผลิตภัณฑ์ที่มีกำเนิดมาจากชุมชนโดยภูมิปัญญาชาวบ้านที่แสดงให้เห็นถึงรากฐานทางวัฒนธรรม วิถีชีวิตความเป็นอยู่ของคนในชุมชนนั้น ๆ ซึ่งเป็นแนวคิดที่ต้องการให้ประชาชนประกอบธุรกิจที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มให้แก่ประชาชนในชุมชน หรือการสร้างศักยภาพที่มีอยู่ภายในชุมชนให้เกิดประโยชน์ทางเศรษฐกิจ โดยชุมชนต้องปรับเปลี่ยนตนเอง ยกระดับจากฐานะผู้ผลิตสินค้าขึ้นมาสู่ระบบธุรกิจชุมชนแบบครบวงจร ทั้งการบริหารจัดการกลุ่มสมาชิกการดูแลระบบการเงิน และการจัดการระบบบัญชี การควบคุมระบบการผลิต ต่อมาเมื่อมีการขับเคลื่อนจากหลายหน่วยงาน ได้มีการพัฒนาระบบมาตรฐานการผลิต การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

มีการสร้างสรรค์นวัตกรรมในด้านต่าง ๆ รวมทั้งออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและมีการขับเคลื่อนกลไกทางการตลาด ทั้งการจำหน่ายตรง จำหน่ายในตลาดออนไลน์

2.2 นโยบายภาครัฐกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้ผลและเป็นที่ยอมรับของทุกฝ่าย คือ การพัฒนาแบบมีส่วนร่วม นับตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ จนถึงปลายน้ำ ดังนั้นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนเป็นต้นน้ำในการผลิต ภาครัฐจึงควรมีการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ในการพัฒนาที่ชุมชนได้มีโอกาสคิด ตัดสินใจ ลงมือปฏิบัติ และประเมินผลการดำเนินงานร่วมกับภาครัฐ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนการพัฒนาที่ทุกฝ่ายยอมรับ

ความหมายของการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (Participation Development) เป็นการพัฒนาที่ประชาชนมีส่วนร่วมในกระบวนการพัฒนา ตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดกระบวนการ คือ การมีส่วนร่วมในการศึกษาชุมชนเพื่อค้นหาปัญหาและวิเคราะห์ปัญหาความต้องการของชุมชน โดยการพัฒนานั้นต้องตรงกับความต้องการ สอดคล้อง และเหมาะสมกับวิถีชีวิตหรือวัฒนธรรมของคนในชุมชน ชุมชนจึงจะเกิดการร่วมมือด้วยความสมัครใจและประสบความสำเร็จ เฉลียว บุรีภักดี และคณะ (2545: 115) ได้มีความเห็นว่า การพัฒนาแบบมีส่วนร่วมที่พบโดยทั่วไปมี 3 รูปแบบ ดังนี้

1) การมีส่วนร่วมแบบชายขอบ (Marginal Participation) เป็นการมีส่วนร่วมที่เกิดจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจไม่เท่าเทียมกัน กล่าวคือ มีฝ่ายหนึ่งรู้สึกด้อยอำนาจกว่า มีทรัพยากร หรือความรู้ด้อยกว่าอีกฝ่ายหนึ่ง เป็นต้น

2) การมีส่วนร่วมแบบบางส่วน (Partial Participation) เป็นการมีส่วนร่วมที่เกิดจากการกำหนดนโยบายของรัฐ โดยที่ไม่รู้ความต้องการของประชาชน ดังนั้น การมีส่วนร่วมจึงเป็นเพียงประชาชนได้ร่วมแสดงความคิดเห็นในการดำเนินกิจกรรมบางส่วนบางเรื่องเท่านั้น

3) การมีส่วนร่วมแบบสมบูรณ์ (Full Participation) เป็นการมีส่วนร่วมในทุกขั้นตอนของการพัฒนาด้วยความเท่าเทียมกันของทุกฝ่าย จัดเป็นการมีส่วนร่วมในการพัฒนาอย่างแท้จริงของประชาชนตามแนวความคิดและหลักการพัฒนาชุมชน เมื่อนำมาใช้ในการเรียนรู้จะสนับสนุนและส่งเสริมให้กระบวนการเรียนรู้ร่วมกันของชุมชนดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ

ปัจจัยพื้นฐานที่ส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ด้วยการได้ปฏิบัติจริง

ในกระบวนการเรียนรู้ด้วยการได้ปฏิบัติจริงแบบมีส่วนร่วมมีปัจจัยพื้นฐานที่ทำให้เกิดการส่งเสริมซึ่งกันและกัน ระหว่างคุณภาพของการเรียนรู้และความรวดเร็วของการเรียนรู้ ดังต่อไปนี้ (ทวีศักดิ์ นพเกสร. 2545: 92)

1) การสะท้อนประสบการณ์ของผู้ร่วมเรียนรู้
2) การมีเวลาเพียงพอสำหรับกระบวนการเรียนรู้
3) การนำประเด็นที่ต้องรีบดำเนินการมาเรียนรู้
4) การที่ผู้เรียนสามารถมองเห็นผลลัพธ์ของการเรียนรู้ที่จะเกิดขึ้น
5) การที่ผู้เรียนยอมให้มีการเปลี่ยนแปลงและความเสี่ยงเกิดขึ้นอย่างสมเหตุสมผล
6) การกระตุ้นผู้เรียนและสนับสนุนการปรึกษาหารือกันระหว่างผู้เรียน

7) ผู้เรียนสามารถตั้งคำถามถึงสมมุติฐานของการปฏิบัติได้

8) ผู้เรียนได้รับการป้อนข้อมูลและความเห็นย้อนกลับจากผลของการแก้ไขปัญหาจากผู้เรียนรู้ร่วมกันและคนอื่น ๆ

9) กระบวนการเรียนรู้ต้องไม่พึ่งพาแต่ผู้เชี่ยวชาญเพียงอย่างเดียว เพราะจะทำให้ผู้เรียนอ่อนแอ ขาดความเชื่อมั่นในตนเอง

10) การดำเนินงานร่วมกันในแนวราบคือมีความเท่าเทียมกัน ซึ่งจะเสริมสร้างการเรียนรู้ร่วมกันได้มากยิ่งขึ้น

11) การที่ผู้เรียนรู้จักสำรวจตนเองและปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นระบบ

12) การให้ผู้เรียนสามารถทำงานกับปัญหาและบริบทที่ไม่คุ้นเคยได้ เพราะจะส่งเสริมให้ผู้เรียนปรับตัวเปลี่ยนแปลงจากประสบการณ์เดิมได้ง่ายขึ้น เกิดแนวคิดใหม่ได้ง่ายขึ้น

13) การเรียนรู้เกิดขึ้นจากองค์ประกอบของกระบวนการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ทั้ง 4 ประการอย่างครบถ้วน คือ องค์ประสบการณ์ องค์สะท้อน องค์สรุปหลักการพื้นฐานและองค์ประยุกต์หลักการหรือทดลองปฏิบัติจากหลักการ

ในปัจจุบันรัฐบาลได้มีการมอบหมายให้หน่วยงานในภาครัฐที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยทุกหน่วยงานจะมีความรับผิดชอบและการส่งเสริมที่แตกต่างกันออกไป แต่การดำเนินงานของหน่วยงานเหล่านี้จะต้องทำงานภายใต้โครงการและนโยบายเดียวกันของรัฐบาล ซึ่งมีจุดประสงค์ที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละด้าน ได้แก่ ด้านการอบรมให้ความรู้ด้านการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการยกระดับบรรจุภัณฑ์ ด้านการจัดสรรช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการสนับสนุนสินเชื่อต้นทุนต่ำ ซึ่งมีผู้ส่วนเกี่ยวข้องต่าง ๆ ได้ให้ข้อมูลไว้ ดังนี้

ดรุณ แสงฉาย (2560: ออนไลน์) ได้กล่าวว่า รัฐบาลได้มีการพัฒนาโครงการกิจกรรมส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ในปัจจุบันกรมท่าอากาศยานมีแผนที่จะพัฒนาท่าอากาศยานอย่างต่อเนื่อง ภายใต้นโยบายของรัฐบาลเรื่องการเน้นการส่งเสริมการเชื่อมโยงเครือข่ายคมนาคมของประเทศ เพื่อให้ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการกิจกรรมส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) สามารถใช้พื้นที่จำหน่ายสินค้าและร่วมทำกิจกรรมต่าง ๆ ในโครงการ ซึ่งจะก่อให้เกิดรายได้แก่ชุมชนและท้องถิ่นเป็นการสร้างเครือข่ายที่ดีร่วมกันระหว่างรัฐบาลกับชุมชนท้องถิ่นโดยจะส่งผลที่ดีต่อประเทศด้านเศรษฐกิจต่อไป

พิสิฐ รังสฤษฎ์วุฒิกุล (2560: ออนไลน์) ได้กล่าวไว้ว่า สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมพร้อมให้ความร่วมมือด้านวิชาการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) อย่างเต็มที่ เพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ตามนโยบายของรัฐบาลให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงมีนโยบายที่จะขยายธุรกิจไปยังเครือข่ายกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม CLMV และ AEC (Asean Economics Community) ต่อไป

ภานุวัฒน์ ตริยางกูรศ (2560: ออนไลน์) ได้กล่าวไว้ว่า กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมได้ให้ความร่วมมือในโครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งจะส่งผลประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์ในเชิงบวก 3 ด้าน ได้แก่

1) ผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพที่ดีและมีนวัตกรรม

2) ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพและได้มาตรฐาน

3) ผลิตภัณฑ์มีตลาดรองรับ

โดยกรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจะมุ่งเน้นไปที่การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ รวมไปถึงการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพที่สามารถเข้าร่วมโครงการต่อไปในอนาคต

ทวิโรจน์ ทรงกำพล (2560: ออนไลน์) ได้กล่าวไว้ว่า บริษัทไทยสมายล์แอร์เวย์ จำกัด ได้ให้ความร่วมมือในโครงการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) โดยมุ่งเน้นที่จะเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ผ่านช่องทางสื่อต่าง ๆ ของไทยสมายล์ ตลอดจนการสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) มีช่องทางการจัดจำหน่ายเพิ่มขึ้น รวมถึงการร่วมมือกับหน่วยงานอื่น ๆ เพื่อจัดกิจกรรมส่งเสริมทางการตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ส่งเสริมภาพลักษณ์ของของผลิตภัณฑ์ชุมชนธุรกิจและหน่วยงานต่าง ๆ ที่อยู่ภายใต้โครงการนี้อีกด้วย

มงคล ลีลาธรรม (2560: ออนไลน์) ได้กล่าวไว้ว่า ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย (SME Development Bank) เข้าร่วมโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อมุ่งเน้นให้ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยวและธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องในชุมชนท้องถิ่นและภูมภาค เช่น ธุรกิจแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนท้องถิ่นหรือภูมิภาค ธุรกิจที่พักร้านอาหารในชุมชนท้องถิ่นหรือภูมิภาค เป็นต้น ตลอดจนการสนับสนุนเงินเพื่อการลงทุนแฟรนไชน์ สร้างทางเลือกให้คนรุ่นใหม่กลับบ้านเกิด เพื่อสร้างธุรกิจของตนเองในชุมชนท้องถิ่น ซึ่งจะส่งผลต่อเศรษฐกิจในทางที่ดี เนื่องจากก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้เข้าสู่ชุมชนท้องถิ่นและภูมิภาคอย่างกว้างขวางตามนโยบายพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ของรัฐบาล

หลักการและแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีนักวิชาการหลายท่านได้ให้หลักการและแนวคิดที่น่าสนใจไว้ ดังนี้

McCarthy & Pereault,Jr (1991: ออนไลน์) เคยกล่าวไว้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์ที่ใช้สำหรับกิจการอาจจะเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่มีแนวคิดใหม่ๆ หรือมีการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในผลิตภัณฑ์สินค้าหรือที่มีอยู่แล้วเกิดการเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์สินค้าจะต้องมีผลให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจในตัวผลิตภัณฑ์สินค้าให้มากที่สุด กล่าวคือ ควรมีความพึงพอใจมากกว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าชนิดเดิม หรืออาจจะเป็นผลิตภัณฑ์เดิมที่นำเสนอในตลาดใหม่ๆ ซึ่งปัจจุบันสภาพทางการตลาดมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้น ตลอดจนมีความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็วทำให้มีผลิตภัณฑ์สินค้าใหม่ๆ ในตลาดจำนวนมากที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและไปเร็ว ดังนั้น จึงส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สินค้าสั้นลง ผลิตภัณฑ์สินค้าที่ออกสู่ตลาดใหม่จะอยู่รอดได้ในตลาด จึงต้องเป็นผลิตภัณฑ์สินค้าที่มีความใหม่และความแตกต่าง ซึ่งเป็นสาระสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้าเท่านั้น

ประสงค์ ประณีตพลกรัง (2547: อ้างจาก McCarthy & Pereault,Jr. 1991. ออนไลน์) ได้แสดงแนวคิดไว้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อเพิ่มมูลค่าการแข่งขันเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่งขันอาจจำแนกผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) ซึ่งอาจมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใน 3 ลักษณะ คือ

1) ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ (Innovative Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังไม่มีผู้ใดนำเสนอในตลาดมาก่อนหรือเป็นแนวคิดใหม่ที่ผู้บริโภคอาจยังคาดไม่ถึง

2) ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่โดยการปรับเปลี่ยนดัดแปลง (Replacement Product of Modify Product) หมายถึง เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาเปลี่ยนแปลงปรับปรุงมาจากผลิตภัณฑ์เดิมที่ขายอยู่แล้วในตลาด ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้มากขึ้น

3) ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบหรือการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ (ImitativeorMe – too -Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับกิจการ แต่ไม่ใหม่ในท้องตลาด เกิดจากการที่กิจการเห็นว่า เป็นผลิตภัณฑ์สินค้าหรือบริการที่ได้รับการยอมรับและเป็นที่นิยมของผู้บริโภคหรือลูกค้าเป็นหลัก ทำให้กิจการมีโอกาสทำกำไรสูง จึงเสนอผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการเพื่อเข้าสู่ท้องตลาด โดยมีส่วนแบ่งทางการตลาดขององค์กรหรือบริษัท

จากข้อมูลดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า นโยบายภาครัฐกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ การที่รัฐบาลมีนโยบายมาช่วยสนับสนุนส่งเสริมและผลักดันผลิตภัณฑ์ชุมชนในทุกด้าน ได้แก่ ด้านการอบรมให้ความรู้ด้านการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการยกระดับบรรจุภัณฑ์ ด้านการจัดสรรช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการสนับสนุนเงินลงทุนโดยอาศัยการปฏิบัติงานของหน่วยงานที่มีส่วนเกี่ยวข้องและสามารถส่งเสริมให้ชุมชนได้มีศักยภาพในทุกด้านที่กล่าวมา ส่งผลให้ชุมชนสามารถผลิตสินค้าที่มีในชุมชนใช้ทรัพยากรในชุมชนอย่างคุ้มค่าและมีความคิดสร้างสรรค์ที่จะสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดได้ต่อไปในอนาคต

2.3 ตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนและการแข่งขัน

จินตะนา วงศ์วิภูษณะ และคณะ (2554: ออนไลน์) ได้กล่าวไว้ว่า ตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนและการแข่งขันจะสอดคล้องกับการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ผ่านทางช่องทางการขายต่างๆ รวมถึงระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลากลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางดาน) ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา โดยกรณีศึกษาที่เป็นการศึกษาปัญหาและความเป็นไปได้ในการนำเอาระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาใช้โดยวิเคราะห์จากส่วนผสมทางการตลาดและศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค (SWOT) ของกลุ่มพบว่า จำเป็นต้องเพิ่มศักยภาพในส่วนของส่วนผสมทางการตลาด ทางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ เพื่อให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ รวมถึงการบริการที่ดีแล้วจึงค่อยเพิ่มช่องการทางจัดจำหน่ายจะทำให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนมีความน่าเชื่อถือแก่กลุ่มผู้บริโภค โดยมุ่งเน้นตลาดหลักคือ กลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบในสินค้าทำมือ (Hand Made Products) ทั้งภายในและภายนอกประเทศ ซึ่งผู้บริโภคจะคำนึงถึงคุณค่าจากผลิตภัณฑ์เป็นหลัก รวมถึงภูมิปัญญาที่ผู้ผลิตได้ใส่เข้าไปในตัวผลิตภัณฑ์ ดังนั้น การแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงอยู่ที่ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ด้านภูมิปัญญา ความคิดสร้างสรรค์ และการมีนวัตกรรม

อัญชัญ จงเจริญ (2554: ออนไลน์) ได้กล่าวไว้ว่า ตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนและการแข่งขันผู้บริโภคจะคำนึงถึงมาตรฐานการจัดการธุรกิจ ร้านจำหน่ายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) จังหวัดระนองเป็นการศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) พบว่า ผู้ผลิตเน้นการพัฒนาที่ตัวสินค้าเป็นหลักทางด้านการผลิต การศึกษาสนใจเรื่องของส่วนประสมการตลาด มีการบริหารจัดการด้านการผลิต โดยมีผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะที่คล้ายกันเกือบทุกร้าน คือ เม็ดมะม่วงหิมพานต์ กะปิ และอาหารทะเลแห้ง จุดเด่นของผลิตภัณฑ์อยู่ที่ความสดใหม่และความสะอาดของผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตที่ผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าเป็นผู้ดำเนินการเองทั้งหมด ตั้งแต่การคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการผลิต การบรรจุภัณฑ์และการออกวางจำหน่าย ด้านราคา ผู้ประกอบการมีการตั้งราคาสินค้าที่มีความเหมาะสม ด้านการจัดจำหน่าย

ร้านจำหน่ายสินค้าสะอาด มีการจัดวางสินค้าได้อย่างเหมาะสม และสะดวกในการเลือกซื้อสินค้าของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการให้ความเป็นกันเองกับลูกค้า มีการสื่อสารแนะนำผลิตภัณฑ์ให้แก่ลูกค้าได้เป็นอย่างดี เนื่องจากผู้ประกอบการเป็นผู้ขายสินค้าหน้าร้านด้วยตนเอง ดังนั้น ตลาดของผลิตภัณฑ์ชุมชนจึงเป็นกลุ่มผู้บริโภคที่สนใจในทรัพยากรท้องถิ่นของจังหวัดระนองทั้งในประเทศและต่างประเทศ เนื่องจากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ผลิตขึ้นมาล้วนผ่านมาจากกระบวนการผลิตอย่างพิถีพิถันของภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น ผู้บริโภคจึงให้ความสนใจกับผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เป็นของกิน โดยกลุ่มผู้บริโภคหลัก คือ นักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อไปรับประทานเองและนักท่องเที่ยวที่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อนำกลับไปฝากครอบครัว

รัตน์กมณ รัตนเศรษฐ์กุล (2555: ออนไลน์) เคยกล่าวไว้ว่า ตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนและการแข่งขัน ผู้ผลิตต้องใช้กระบวนการจัดการภูมิปัญญามาช่วยส่งเสริมให้สมุนไพรความงามสร้างธุรกิจชุมชน ซึ่งมีเป้าหมายตลาดกลุ่มผู้บริโภคในภาคกลาง โดยมีการจัดการ 7 ด้าน คือ ด้านการจัดการการผลิต ด้านการจัดการการเงิน ด้านการจัดการบุคลากร ด้านอุปกรณ์เครื่องมือเครื่องใช้และอาคารสถานที่ และจากการดำเนินงานมีปัญหาและอุปสรรคเกิดขึ้น ได้แก่ ราคาวัตถุดิบผันผวน วัตถุดิบไม่เพียงพอต่อความต้องการ บุคลากรเข้าออกบ่อย วัตถุดิบที่ปลูกไม่มีคุณภาพ ขาดอุปกรณ์เทคโนโลยี ผู้บริโภคติดยี่ห้อสินค้าของต่างประเทศ การกระจายผลิตภัณฑ์สู่ลูกค้ายังไม่กว้างขวาง จึงจัดทำยุทธศาสตร์ 4 แนวทาง ได้แก่

1) การสืบสานภูมิปัญญาสมุนไพรความงามด้วยภูมิปัญญาไทยและเครือข่ายภูมิปัญญาทั้งในและนอกชุมชน

2) การพัฒนาคุณภาพและปริมาณการผลิตตามความต้องการของตลาด

3) การเพิ่มขีดความสามารถด้านการตลาดพัฒนาขีดความสามารถด้านการตลาดในเชิงธุรกิจ

4) การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการธุรกิจสมุนไพรความงามในชุมชนดำเนินการให้เป็นธุรกิจของชุมชนทุกภาคส่วนในชุมชนมีส่วนร่วม

โดยกำหนดกลไกและวิธีการขับเคลื่อนโดยการจัดโครงสร้างการจัดการเป็นธุรกิจของชุมชนสร้างค่านิยม รวมงามอย่างไทยด้วยภูมิปัญญาไทย ประเมินความก้าวหน้าและความสำเร็จของธุรกิจเป็นรูปธรรมและปรับปรุงพัฒนาให้มีความต่อเนื่อง

ลักษมี งามมีศรี และคณะ (2552: ออนไลน์) ศึกษาเรื่องการศึกษาการตลาดสินค้า OTOP สู่แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดสินค้า OTOP ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครสวรรค์ เพื่อหากลุ่มตลาดและวิเคราะห์การแข่งขันพบว่ากลุ่ม OTOP มีเงินทุนน้อย ชุมชนท้องถิ่นจึงมีการคิดค้นและประดิษฐ์สินค้าขึ้นมา โดยอาศัยทรัพยากรที่โดดเด่นในท้องถิ่นรวมกับภูมิปัญญา ซึ่งมีความยากง่ายและระยะเวลาในการผลิตแตกต่างกันในแต่ละท้องถิ่น แต่ส่วนใหญ่แล้วสินค้า OTOP จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยมือ ส่งผลให้ต้องกำหนดราคาสูงแต่การแข่งขันยังมีน้อยและเติบโตได้ยาก เนื่องจากปัญหาและอุปสรรคที่ผู้ผลิตบางรายได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ จึงได้มีเอกสารเผยแพร่ มีเว็บไซต์ ทำให้มีลูกค้าสั่งซื้อสินค้าได้โดยตรง แต่ขาดแคลนแรงงานบุคลากร ไม่มีความรู้หรือความสามารถในการผลิตสินค้าเท่าที่ควร อีกทั้งความไม่เข้มแข็งของกลุ่มชุมชน ขาดความรู้ด้านการบริหารจัดการ ขาดระบบในองค์กรทำให้บุคลากรหรือแรงงานที่มีอยู่ในกลุ่มทยอยลาออกจากกลุ่มเพื่อไปหาอาชีพอื่นทำ ส่วนแนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาด พบว่า มีการวางแผนดำเนินงานด้านการจัดการรายเดือน วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตสินค้า ควรเป็นผลผลิตทางการเกษตรหรือทรัพยากรธรรมชาติ เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับวัตถุดิบทางธรรมชาติที่ไม่เจือปนสารเคมี

ให้ความสำคัญกับการวางแผนการตลาด โดยเน้นด้านผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ด้านการประชาสัมพันธ์และโฆษณา เพื่อต้องการให้ลูกค้าเข้าใจในผลิตภัณฑ์และเกิดความต้องการผลิตภัณฑ์โดยผ่านสื่อต่างๆ แต่ในการประชาสัมพันธ์ส่งผลให้มีค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ผู้ผลิตจึงไม่ได้ให้ความสำคัญในด้านนี้มาก ด้านการจัดการช่องทางการจัดจำหน่ายกระจายสินค้าให้ครอบคลุมพื้นที่กลุ่มเป้าหมาย โดยจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในช่องทางต่างๆ การจัดให้มีผู้แทนจำหน่ายอิสระในลักษณะผู้ค้าส่งแบบเลือกสรรเพียง 1 ราย ให้เป็นผู้กระจายสินค้าในแต่ละจังหวัด

พิสิฐ รังสฤษฎ์วุฒิกุล (2560: ออนไลน์) ได้กล่าวไว้ว่า รัฐบาลได้มีนโยบายผลักดันผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นสินค้าในระดับสากล โดยมอบหมายให้สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมพัฒนาชุมชนในด้านด้านวิชาการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) เพื่อเป็นการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ตามนโยบายของรัฐบาล ให้คุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นที่ยอมรับแก่ผู้บริโภคทั้งในประเทศและต่างประเทศ รวมถึงมีนโยบายผลักดันให้มีผู้ประกอบการที่จะขยายธุรกิจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีการส่งออกไปยังเครือข่ายกลุ่มประเทศกัมพูชา ลาว พม่า และเวียดนาม CLMV และ AEC (Asean Economics Community) ซึ่งเป็นตลาดใหม่ที่สามารถทำกำไรให้คนในชุมชนได้อย่างกว้างขวางในอนาคต

จากข้อความดังกล่าวสามารถสรุปได้ว่า ตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ กลุ่มผู้บริโภคที่ชื่นชอบในงานฝีมือ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ชุมชนส่วนใหญ่เป็นงานฝีมือ (Hand Made Products) ซึ่งมีผู้บริโภคที่สนใจในสินค้าเหล่านี้ทั้งในและนอกประเทศ ซึ่งก็คือ นักท่องเที่ยวหรือพ่อค้าคนกลางต่างชาติ ส่วนการแข่งขันผลิตภัณฑ์ชุมชนจะมีการแข่งขันกันหลักๆ คือ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ รวมถึงวัตถุดิบและภูมิปัญญาที่ใช้ในการผลิตด้วย แต่ถ้าหากมีการสนับสนุนจากรัฐบาล การแข่งขันของผลิตภัณฑ์ก็จะน้อยลง และจะเป็นการหาตลาดที่สามร่วมกันเป็นส่วนมาก ซึ่งก็คือ ตลาดที่อยู่ภายนอกประเทศ

2.4 การขับเคลื่อนผลิตภัณฑ์ชุมชนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

กรมพัฒนาชุมชน (2562: ออนไลน์) ได้มีการส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ระดับ 1-3 ดาว กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (กลุ่ม D) กลุ่มผลิตภัณฑ์ในการท่องเที่ยวหรือท่องเที่ยว OTOP และนวัตวิถี เกิดการรับรู้เป็นที่รู้จักจากบุคคลภายนอกและสามารถจำหน่ายได้ในแหล่งท่องเที่ยวภายในจังหวัดมีกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (Quadrant D) และเครือข่ายสินค้า OTOP ระดับจังหวัด ภายในประเทศดำเนินการจำหน่ายควบคู่ไปกับตลาดประชารัฐคนไทยยิ้มได้ ซึ่งในปัจจุบันพบว่า ผลิตภัณฑ์เหล่านี้มีโอกาสที่จะถูกคัดเลือกไปขายในระดับจังหวัดหรือระดับประเทศน้อยยังคงจำหน่ายภายในชุมชุนเป็นหลักหรือความต้องการของ Trade บางแห่งเท่านั้น ยอดจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ชุมชนอยู่ในระดับที่น้อย ส่งผลให้รายได้ของคนในชุมชนไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ เศรษฐกิจรากฐานชะลอตัวไม่แข็งแรง ในปัจจุบันจึงได้มีการจัดโครงการ OTOP เคลื่อนที่ (OTOP Mobile) โดยมีจุดประสงค์ 3 ประการ ได้แก่ 1) เพื่อเผยแพร่ประชาสัมพันธ์สร้างการรับรู้ภายนอกชุมชน 2) เพื่อสร้างโอกาสในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางการตลาดนอกชุมชัน และ 3) เพื่อเพิ่มทักษะและประสบการณ์ให้แก่ผู้ผลิตสินค้า OTOP ในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์และการตลาด

กรมพัฒนาชุมชน (2562: ออนไลน์) ในข่าวไทยรัฐออนไลน์ เมื่อวันที่ 19 เม.ย. 2562 หัวข้อข่าว กรมการพัฒนาชุมชน ยกระดับสินค้า OTOP สู่มาตรฐาน มผช. หนุนท่องเที่ยวชุมชน ให้ข่าวว่า กรมการพัฒนาชุมชน ได้ขอความร่วมมือให้กระทรวงอุตสาหกรรมดำเนินการต่อยอด โดยนำผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา (กลุ่ม D) ที่ได้รับการพัฒนาจากกรมการพัฒนาชุมชน เข้าสู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

(มผช.) ซึ่งขณะนี้ อยู่ระหว่างดำเนินการออกใบขอรับการตรวจประเมินคุณภาพเบื้องต้น (มผช.ป) โดย กรมการพัฒนาชุมชน จะเป็นผู้รวบรวมรายงานผลการทดสอบผลิตภัณฑ์ รวมทั้งส่งเอกสารประกอบการยื่นคำขอที่ถูกต้อง ครบถ้วน ให้สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด ดำเนินการพิจารณาออกใบรับคำขอ มผช.ป. และเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งสองหน่วยงานได้เห็นชอบร่วมกันในการทำงานที่ใกล้ชิดทั้งในส่วนกลางและในระดับพื้นที่ โดยสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด และสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัด จะขับเคลื่อนเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนา ได้รับการรับรอง มผช. ต่อไป เพื่อให้สอดรับกับนโยบายของรัฐบาลที่มุ่งมั่นยกระดับพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค รวมทั้งเป็นการเชื่อมโยงให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของไทยไปสู่ตลาดที่กว้างมากขึ้นทั้งในและต่างประเทศ

พสุ โลหารชุน ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม (2561: ออนไลน์) กล่าวถึง การขับเคลื่อนและพัฒนาด้านการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในยุคดิจิทัล ว่า กระทรวงอุตสาหกรรม โดย สมอ. ได้ถ่ายโอนงานการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สำนักงานอุตสาหกรรมทั้ง 76 จังหวัด ดำเนินการเป็นหน่วยรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนระดับจังหวัด และ สมอ. ได้ปรับปรุงหลักเกณฑ์และเงื่อนไขในการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามแผนยกระดับการบริการภาครัฐ ระยะที่ 2 ตาม พ.ร.บ.การอำนวยความสะดวกในการพิจารณาอนุญาตของทางราชการ พ.ศ. 2558 ปรับปรุงคู่มือประชาชน: การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยลดระยะเวลาในการดำเนินการจาก 73 วันทำการ เป็น 49 วันทำการ ซึ่งจากผลการดำเนินงานที่ผ่านมาในปี 2561 พบว่า ยังมีปัญหาอุปสรรคในการปฏิบัติงานที่เกิดจากสาเหตุปัจจัยต่างๆ ที่ต้องนำมาทบทวน วิเคราะห์และแก้ไขปัญหาร่วมกัน ประกอบกับ สมอ. มีแผนการนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ปรับปรุงพัฒนากระบวนการทำงาน เพื่อปรับตัวเข้าสู่ยุครัฐบาลดิจิทัล ตามนโยบาย THAILAND 4.0 สมอ. จึงได้จัดการสัมมนาเพื่อเตรียมความพร้อมบุคลากรที่ดำเนินงานด้านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนจากสำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัด (สอจ.) ทั่วประเทศขึ้น

จากข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมและพัฒนาโดยตรง ได้แสดงให้เห็นถึงแนวทางในการดำเนินงานภาครัฐที่มีการขับเคลื่อนทั้งด้านการยกระดับ การพัฒนา และการปรับตัวตามกระแสความเปลี่ยนแปลงของโลก

2.5 การพัฒนาเชิงนวัตกรรม

คำว่า **“นวัตกรรม”** ได้ถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการค้นหาแนวทาง วิธีการกระทำใหม่เพื่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในการดำเนินงาน เช่น นวัตกรรมการผลิต นวัตกรรมกระบวนการ นวัตกรรมการออกแบบ รวมทั้งนวัตกรรมเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ให้ความคิดเห็นไว้ ดังนี้

ปัทมา เธียรวิศิษฎ์สกุล (2560: ออนไลน์) ซึ่งทำหน้าที่เลขานุการคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติได้กล่าวไว้ว่า “นวัตกรรม (Innovation)” มีรากศัพท์มาจากคำว่า Innovare ในภาษาละตินแปลว่า “ทำสิ่งใหม่ขึ้นมา” สหภาพยุโรปซึ่งเป็นต้นกำเนิดของแนวคิดเรื่อง “ระบบนวัตกรรมแห่งชาติ” ได้ให้คำนิยามว่า “นวัตกรรมคือ การปรับใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ กระบวนการผลิตใหม่ การตลาดหรือรูปแบบองค์กรใหม่ที่ก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงมูลค่าในแง่ของผลประโยชน์ด้านการเงิน ชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีและความมีประสิทธิภาพ เป็นต้น (อ้างจาก European Parliament Research Service, 2016) นอกจากนั้นยังกล่าวไว้ว่า สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.) ได้ให้นิยามว่า นวัตกรรม คือ ผลลัพธ์ของการเชื่อมโยงของทรัพยากรมนุษย์ ทุนทางการเงินและโครงสร้างพื้นฐาน รวมถึงการวิจัยและพัฒนาเพื่อก่อให้เกิด

“ระบบนิเวศนวัตกรรม” และกล่าวถึงกรอบแนวคิดระบบนวัตกรรมแห่งชาติว่า “ระบบนวัตกรรมแห่งชาติ” (National Innovation System หรือ NIS) คือ “ความเชื่อมโยงระหว่างผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการสร้างสรรค์นวัตกรรมเป็นกลไกสำคัญที่นำไปสู่การปรับปรุงประสิทธิภาพด้านเทคโนโลยี” โดยความก้าวหน้าทางนวัตกรรมและทางเทคนิคเป็นผลมาจากความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนระหว่างผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ทำหน้าที่ผลิต แจกจ่ายและปรับใช้ความรู้อย่างหลากหลายทั้งในรูปแบบของความร่วมมือ กิจกรรม และการไหลเวียนขององค์ความรู้และเทคโนโลยี (อ้างจาก OECD, National Innovation System, 1997) ทั้งนี้ได้สรุปว่า สำนักงานนวัตกรรมแห่งชาติ (สนช.) มีการปรับใช้กรอบแนวคิดระบบนวัตกรรมของ Stefan Kuhlmann และ Erik Arnold เพื่ออธิบายระบบนวัตกรรมในบริบทของไทยที่ผู้เกี่ยวข้องและสถาบันต่าง ๆ มีบทบาทเชื่อมโยงกันในการพัฒนาแพร่กระจายและใช้เทคโนโลยี โดยจะปฏิสัมพันธ์กันในลักษณะเครือข่าย มีองค์ประกอบหลัก ได้แก่ ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง (Actors) เครือข่าย (Network) สถาบัน (Institutions) และเทคโนโลยี (Technology) รวมทั้งได้แบ่งนวัตกรรมที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจออกเป็น 4 ประเภท ได้แก่ (1) นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์และบริการ (2) นวัตกรรมด้านกระบวนการ (3) นวัตกรรมด้านเทคโนโลยี และ (4) นวัตกรรมด้านสังคม

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม (2559: ออนไลน์) ได้กล่าวไว้ว่า นวัตกรรมเป็นการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ขึ้นมา โดยอาศัยความสามารถและการประยุกต์ใช้ความรู้ เช่น การนำความคิดสร้างสรรค์ ทักษะ และประสบการณ์ทางเทคโนโลยีหรือการจัดการมาพัฒนาและผลิตสินค้าใหม่ หรือกระบวนการผลิตใหม่ หรือบริการใหม่ ซึ่งตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหรือตลาด

นวัตกรรมในเชิงเศรษฐศาสตร์ คือ การนำแนวความคิดใหม่หรือการใช้ประโยชน์จากสิ่งที่มีอยู่แล้วมาใช้ประโยชน์ในรูปแบบใหม่ทางเศรษฐกิจ เพื่อทำให้เกิดความแตกต่างจากคนอื่น โดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงต่างๆ (Change) ที่เกิดขึ้นรอบตัวให้กลายมาเป็นโอกาส (Opportunity) และถ่ายทอดไปสู่แนวความคิดใหม่ที่ทำให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมหรือการนำเทคโนโลยีต่าง ๆ มาก่อให้เกิดคุณค่าและมูลค่า หรือทำให้เกิดของใหม่และมีประโยชน์

การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์หรือนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า

เมื่อชุมชนมีกลุ่มคนที่มีความคิดสร้างสรรค์และการคิดเชิงนวัตกรรม รวมถึงมีการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่มแล้ว การที่จะสามารถคิดค้นหรือพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการใหม่ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้นั้น ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ (ศศิมา สุขสว่าง. 2016: ออนไลน์)

ส่วนที่ 1 สร้างคุณค่ากับผู้ใช้งาน (User Desirability)

การพัฒนานวัตกรรมขึ้นมานั้น จะต้องคำนึงถึงคุณค่าที่จะเกิดประโยชน์ต่อผู้ใช้งานหรือกลุ่มเป้าหมายที่มีความต้องการใช้ประโยชน์จากสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ของเรา ซึ่งต้องเริ่มจากการสังเกต การฟังหรือการไปสวมบทบาทนั้นของผู้ใช้ว่า เขาต้องการอะไร เขามีปัญหาอะไร และมีความต้องการอย่างไร เพื่อให้สามารถพัฒนาสร้างสรรค์เป็นนวัตกรรมที่ตรงต่อความต้องการของผู้ใช้งานหรือกลุ่มเป้าหมายได้ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการวิจัยพัฒนาการคิดและออกแบบ หรือการตลาด เป็นต้น

ส่วนที่ 2 ขยายผลสร้างมูลค่าทางธุรกิจได้ (Business Viability)

การพัฒนานวัตกรรมจะต้องนำผลจากการพัฒนามาใช้สร้างมูลค่าหรือผลตอบแทนสู่ชุมชนหรือผู้ประกอบการธุรกิจชุมชนได้ ซึ่งขึ้นอยู่กับสิ่งที่จะพัฒนาว่า ต้องการตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายอย่างไร และไปใน

ทิศทางใด กล่าวคือ การที่ชุมชนเน้นพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่นร่วมกับทรัพยากรที่มี เพื่อผลิตสินค้าออกมาตอบสนองนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการพัฒนาและส่งเสริมทางการตลาด

ส่วนที่ 3 สามารถเป็นไปได้ทางเทคนิค (Technical Feasibility)

นวัตกรรมบางอย่างมีเวลาชีวิต รวมถึงเทคโนโลยี หากไม่คำนวณเวลาให้เหมาะสม เมื่อพัฒนาออกมาเสร็จแล้ว ระยะเวลาผ่านไปอาจจะเป็นของที่ล้าสมัย เช่น ระบบโทรศัพท์บ้านที่ทันสมัยขึ้น แต่ประชากรส่วนใหญ่นิยมใช้โทรศัพท์มือถือมากกว่าโทรศัพท์บ้าน ดังนั้นการไปพัฒนาระบบโทรศัพท์บ้านอาจจะไม่ตอบความต้องการของผู้ใช้งานโทรศัพท์มือถือ หรือในปัจจุบันคนมักมีการติดต่อสื่อสารกันผ่านทางโซเชียลมีเดีย เช่น เฟสบุ้ค (Facebook) ไลน์ (Line) อินสตราแกรม (Instragram) และทวิตเตอร์ (Twitter) รวมระบบต่าง ๆ ที่ติดต่อสื่อสารได้ฟรีทางอินเตอร์เน็ต เป็นต้น ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการประดิษฐ์และการผลิตการวิจัยและพัฒนา รวมถึงวิศวกรรมในชุมชนในการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิคด้วย

2.6 การออกแบบและพัฒนา

ทำนอง จันทิมา (2537: 2-3) เคยให้คำจำกัดความไว้ว่า การออกแบบ หมายถึง การใช้ความคิดในการเลือกใช้วัสดุ เพื่อสร้างสรรค์งานศิลปะให้มีหน้าที่ใช้สอยตามความต้องการ ทั้งในด้านอัตถประโยชน์และความงามในรูปร่างลักษณะตลอดทั้งรูปทรง ทั้งนี้ได้แบ่งหลักเกณฑ์ที่ควรยึดถือในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดีออกเป็น 7 ประการ คือ หน้าที่ของการนำไปใช้สอย การประหยัด ความคงทน วัสดุ โครงสร้าง ความงาม และลักษณะเฉพาะอย่าง โดยนักออกแบบส่วนมากถือว่า ธรรมชาติเป็นครูคนแรกที่มีแม่บทของต้นแบบ ไม่ว่าพืช สัตว์ แมลง ตลอดจนสิ่งของที่ได้จากธรรมชาติ แต่การนำมาใช้ไม่ได้นำมาใช้โดยตรง แต่นักออกแบบได้นำมาแก้ไขให้เหมาะสม และ มาโนช กงกะนันน์ (2549: 46) ได้กล่าวถึง การสร้างงานออกแบบ ในหนังสือ ศิลปะการออกแบบว่า นักออกแบบแต่ละคนอาจมีแรงบันดาลใจแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นกับประสบการณ์และจินตนาการ แรงบันดาลใจเป็นพลังอันเร้นลับ และมีคุณค่ามหาศาล อาจเกิดขึ้นจาก 3 ทาง คือ จากตัวเรา โดยผ่านทางสมอง เรียกว่า จินตนาการ อีกทางจากภายนอกคือ การรับรู้จากธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และทางสุดท้ายคือ จากสังคมและวัฒนธรรม มุมมองและแนวคิดของทั้ง 3 ท่านที่เขียนไว้ต่างช่วงปี แสดงให้เห็นว่ากระบวนการคิดในงานออกแบบอาจมีที่มาจากหลายวิธีการ แต่หนึ่งในวิธีการเหล่านั้นที่ได้รับการยอมรับมาโดยตลอด คือ การเสาะแสวงหาสิ่งดลใจใหม่ๆ เพื่อมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบเพื่อสร้างทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่หลากหลาย ซึ่งต้องหาจุดร่วมที่พอดี

ธีระชัย สุขสด (2544: 39) ได้แบ่งคุณสมบัติในการออกแบบ ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

ลักษณะที่ 1 เป็นคุณสมบัติในด้านวิชาชีพ โดยกล่าวว่า ผู้ออกแบบจะต้องไม่เพียงแต่มีความคิดสร้างสรรค์เท่านั้น แต่ควรมีประสบการณ์หรือความชำนาญในด้านอื่น ๆ ด้วย เช่น จิตรกร วิศวกร ช่างเครื่องกล นักประดิษฐ์หุ่นจำลอง นักขายของ พ่อค้า และควรมีความรู้ด้านกราฟิก ชนิดของวัสดุ กรรมวิธีการผลิต และยังต้องเป็นนักค้นคว้าวิจัย นักสถิติด้วย การทำงานต้องทำเป็นทีมและมีการประชุมระดมความคิดกัน

ลักษณะที่ 2 เป็นคุณสมบัติประจำตัว โดยกล่าวว่า เป็นลักษณะเฉพาะที่อาจเกิดจากลักษณะนิสัยที่มีมาช้านาน หรือบางอย่างเกิดจากการฝึกฝนที่เป็นระบบ ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้และฝึกฝนประสบการณ์ คุณสมบัติดังกล่าวอาจประกอบด้วย การเป็นนักคิดนักประดิษฐ์ การมีรสนิยมด้านศิลปะ การเป็นคนช่างสังเกต การชอบศึกษาหาความรู้ และการเป็นคนมีเหตุผล เป็นต้น

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา ได้แบ่งคุณสมบัติของผู้ทำหน้าที่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ว่ามี 2 ลักษณะ คือ

ลักษณะที่ 1 มีประสบการณ์ทำงานที่หลากหลายมากกว่าหนึ่งด้าน เช่น การตลาด การผลิต การเงินหรือการบัญชี เป็นต้น

ลักษณะที่ 2 มีนิสัยกล้าเสี่ยง และสามารถที่จะทำทุกอย่างให้สินค้าออกสู่ตลาดให้ได้

จากความหมายและขอบข่ายของงานออกแบบ ตลอดจนคุณสมบัติของผู้ที่จะมาทำหน้าที่ออกแบบผลิตภัณฑ์ ถือเป็นปัจจัยเบื้องต้นที่ควรมีการทำความเข้าใจก่อนที่จะดำเนินการออกแบบ สำหรับในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ ผู้ทำหน้าที่ไม่อาจออกแบบโดยไม่ใช้หลักการและทฤษฎีเข้ามาเกี่ยวข้อง หนึ่งในหลักการและทฤษฎีที่สำคัญ ก็คือ การใช้กระบวนการทำงานที่มีความถูกต้องและเหมาะสม สำหรับในกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีนักวิชาการหลายท่านได้เคยเสนอแนะแนวทางในการดำเนินการไว้หลายทฤษฎี ทั้งนี้ พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง (2550: 17) เคยกล่าวไว้ว่า คำว่า กระบวนการ หมายถึง ส่วนย่อยๆ ที่นำมาเรียงกัน ส่วนคำว่า วิธี หมายถึง แบบหรือหนทางที่จะทำ ดังนั้น หากพิจารณาความหมายของคำว่า กระบวนการ จึงน่าจะหมายถึง วิธีที่จะทำโดยลำดับหรือขั้นตอนทำงานที่มีลำดับก่อน-หลัง ที่ใช้แปลงเหตุปัจจัยกลุ่มหนึ่ง ให้กลายเป็นผลปัจจัยอีกกลุ่มหนึ่ง สำหรับคำว่า กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ นวลน้อย บุญวงษ์ (2539: 133) เคยกล่าวไว้ว่า กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์เป็นระบบเป็นวิธีที่ช่วยลดความผิดพลาดในการทำงานและมีความเหมาะสมกับการแก้ปัญหาในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเฉพาะปัญหาที่มีข้อมูลเป็นปริมาณมากเป็นโจทย์ที่ต้องการผู้ร่วมงานจากต่างสาขาและเป็นงานที่ต้องการความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในระดับสูง ดังนั้นเพื่อให้การวางขั้นตอนการทำงานการออกแบบจำเป็นต้องค้นหาหรือคัดเลือกกระบวนการทางการออกแบบที่มีความเหมาะสมลักษณะงานและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ถือเป็นกระบวนการหนึ่งในการสร้างความเปลี่ยนแปลงให้กับผลิตภัณฑ์ โดยคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนามีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด โดนใจผู้บริโภค ทำให้สินค้าติดตลาดเป็นที่นิยมของลูกค้า ซึ่งกรณีดังกล่าวมีนักวิชาการให้แง่คิดมุมมองไว้ดังนี้

วรรณพรรธน์ ริมผดี (2554: ออนไลน์) ได้ให้ความหมายว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ การปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านรูปแบบด้านบรรจุภัณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าให้มีโอกาสทางการตลาดมากขึ้น โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ประกอบด้วย 1) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ 2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ด้านรูปแบบ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ ด้านภูมิปัญญา ซึ่งการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value Adding) ของผลิตภัณฑ์ 4) การพัฒนาลักษณะของผลิตภัณฑ์ 5) การพัฒนาด้านภูมิปัญญา 6) การพัฒนาเรื่องราวของผลิตภัณฑ์

วารุณี สุนทรเจริญนนท์ (2559: ออนไลน์) ได้กล่าวถึง แนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ว่า ผู้บริโภคทุกคนที่อยู่ในสังคมย่อมจะได้รับอิทธิพลทางสภาพแวดล้อมด้วยกันทุกคน ซึ่งอิทธิพลทางสภาพแวดล้อมเหล่านี้ประกอบไปด้วย อิทธิพลทางเศรษฐกิจ ประชากร วัฒนธรรม ชั้นสังคม กลุ่มอ้างอิง ครอบครัว แบบการดำรงชีวิตและบุคลิกภาพ อิทธิพลเหล่านี้ต่างก็มีผลกระทบต่อพฤติกรรมผู้บริโภคทั้งสิ้น นักการตลาดจึงต้องศึกษาและทำความเข้าใจถึงอิทธิพลดังกล่าว การทำให้ผู้บริโภคจำนวนมากทุกคนถูกใจ

ผลิตภัณฑ์เหมือนกันได้ในเป็นความจริง คือ ผู้บริโภคมักมีรสนิยมคล้ายกัน จัดเป็นกลุ่มได้ แม้แต่ละคนในฐานะปัจเจกชนมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวก็ตาม แต่กลุ่มคนที่มีพื้นฐานหรืออยู่ในบริบทใกล้เคียงกัน มักมีแนวโน้มของรสนิยมหรือความชอบใกล้เคียงกัน เมื่อเข้าใจผู้บริโภคแล้ว จึงจะพิจารณาโอกาสต่าง ๆ ที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อให้ตรงกับความต้องการและรสนิยมของผู้บริโภค จุดนี้เป็นสิ่งสำคัญ มิได้หมายความว่าจะต้องถามผู้บริโภคตรง ๆ ว่า ต้องกาให้ออกแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างไร แต่หมายถึง การนำความต้องการและทัศนคติของผู้บริโภคที่สำรวจมาได้แปลงเป็นการออกแบบในส่วนต่าง ๆ อย่างแยบยล

จากข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า จุดเริ่มต้นของการออกแบบและพัฒนา คือ การนำความต้องการและทัศนคติของผู้บริโภคที่สำรวจมาได้แปลงเป็นการออกแบบในส่วนต่าง ๆ ซึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะเป็นการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้านรูปแบบ ด้านบรรจุภัณฑ์ ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพื่อการเพิ่มมูลค่าให้มีโอกาสทางการตลาดมากขึ้น โดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นและเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้ สำหรับการสร้างงานออกแบบ นักออกแบบแต่ละคนอาจมีแรงบันดาลใจแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นกับประสบการณ์และจินตนาการ แรงบันดาลใจเป็นพลังอันเร้นลับและมีคุณค่ามหาศาล

2.7 เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการศึกษาค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมาใช้ในการพัฒนาต่อยอดประยุต์ใช้และเป็นแนวทางในการดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มงานวิจัยออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

2.7.1 งานวิจัยที่ใช้ในการพัฒนาต่อยอด

ศักดิ์ชาย สิกขา (2553: บทคัดย่อ) ได้เคยวิจัยเรื่อง การศึกษากระบวนการถ่ายทอดความรู้ทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่เหมาะสมกับกลุ่มอาชีพในภาคอีสาน โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัย 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาพฤติกรรมในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาอาชีพของกลุ่มอาชีพในท้องถิ่นภาคอีสาน 2) เพื่อศึกษาและทดลองใช้เทคนิค วิธีการตามกระบวนการถ่ายทอดความรู้ทางการออกแบบกับกลุ่มอาชีพต่างๆ ในภาคอีสาน 3) เพื่อสรุปผลการประยุกต์ใช้กระบวนการที่มีความเหมาะสมกับการถ่ายทอดความรู้ทางการออกแบบให้กับกลุ่มอาชีพในภาคอีสาน การวิจัยนี้เป็น การวิจัยเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากกลุ่มอาชีพที่ผลิตงานหัตถกรรมในท้องถิ่น ซึ่งมีลักษณะของการผลิตผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ทำเลที่ตั้งอยู่ในเขตพื้นที่ต่างกัน โดยเลือกพื้นที่ศึกษาทดลองและจัดเก็บข้อมูลจาก 4 กลุ่มอาชีพ ผลจากการวิจัย พบว่า การเรียนรู้เพื่อพัฒนาอาชีพของกลุ่มอาชีพในท้องถิ่นภาคอีสานที่ผ่านมา เป็นการเรียนรู้ที่เกิดจากการต่อยอดภูมิปัญญาในท้องถิ่น การได้รับการสนับสนุนด้านความรู้และทักษะจากหน่วยงานภาครัฐ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างกลุ่ม สำหรับการศึกษาและทดลองใช้เทคนิค วิธีการถ่ายทอดความรู้ทางการออกแบบกับกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในภาคอีสาน พบว่า ต้องอาศัยอาศัยเทคนิค วิธีการถ่ายทอดความรู้ 4 ประการ คือ การบรรยาย การสาธิต การฝึกปฏิบัติ และการอภิปราย ซึ่งในทุกขั้นตอนเน้นกิจกรรมการมีส่วนร่วม โดยส่งเสริมให้มีกระบวนการกระตุ้นการคิดและการแสดงออก จากการสรุปกระบวนการในขั้นตอนสุดท้าย ผู้วิจัย พบว่า กระบวนการถ่ายทอดความรู้ทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มอาชีพในภาคอีสาน ควรประกอบด้วย 6 ขั้นตอนหลัก ตามลำดับ ดังนี้ 1) การบรรยายความรู้ทั่วไปที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) การฝึกทักษะในการวาดเส้น 3) การบรรยายความรู้ทางการตลาด 4) การฝึกปฏิบัติการออกแบบ 5) การผลิตต้นแบบและการประเมินแบบมีส่วนร่วม 6) การทดลองตลาดและประเมินแบบมีส่วนร่วม

ศักดิ์ชาย สิกขา (2554: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง การออกแบบและการพัฒนาเตาอบไม้ไผ่ที่เหมาะสมกับงานหัตถกรรม โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยไว้ 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลการอบไม้ไผ่ของไทย ทั้งที่เป็นการอบรมควัน และการอบไอน้ำการใช้พืชสมุนไพรเพื่อศึกษาจุดเด่น จุดด้อยของแต่ละวิธีการ 2) เพื่อทดลองพัฒนารูปแบบเตาอบ และกรรมวิธีการอบที่สามารถป้องกันมอดและแมลงได้ 3) เพื่อวิเคราะห์ผลการทดลอง และนำผลงานเผยแพร่กับกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ โดยวิจัยได้ลงพื้นที่เก็บข้อมูลสภาพปัจจุบันและปัญหาในการอบไม้ไผ่ ในพื้นที่ 10 จังหวัด คือ กาญจนบุรี ปราจีนบุรี นครนายก หนองบัวลำภู อุบลราชธานี เลย นครพนม มุกดาหาร กาฬสินธุ์ ยโสธร และได้ศึกษาจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ได้จำแนกวิธีการที่พบออกเป็น 2 ลักษณะ และแยกเป็นกรณีศึกษาที่แตกต่างกัน คือ การอบรมควันสำหรับงานจักสาน พบกรณีศึกษาที่มีความแตกต่างกัน 9 กรณี และการอบรมควันสำหรับงานเฟอร์นิเจอร์ พบกรณีศึกษาที่มีความแตกต่างกัน 6 กรณี นอกจากนั้น ยังได้ศึกษากรรมวิธีการป้องกันมอดและแมลงอื่นๆ และการใช้เตาในงานอบอื่นๆ ที่คาดว่าจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาเตาอบรมควันอีก 5 กรณี หลังจากนั้นได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ รูปแบบของเตาอบและคุณภาพในการอบในลักษณะต่างๆ เพื่อศึกษาเปรียบเทียบคุณภาพของการอบในรูปแบบที่แตกต่างกัน ซึ่งสรุปผลแยกออกเป็น 5 ประเด็นหลัก คือ วัสดุในการก่อสร้างเตาอบรม กรรมวิธีในการก่อสร้าง การออกแบบเตา กรรมวิธีในการอบรมควัน และประโยชน์ที่ได้รับจากการใช้เตาอบรมควัน หลังได้ข้อสรุป ผู้วิจัยได้จัดประชุมระดมความคิดผู้ประกอบการและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 12 ราย สรุปประเด็นสำคัญได้ 3 ประการ คือ 1) ด้านเชื้อเพลิงในการเผาไหม้ ควรเน้นความประหยัดในการเผาไหม้ วัสดุในการนำมาเป็นเชื้อเพลิง ควรเป็นวัสดุหาได้ในท้องถิ่นและควรเป็นวัสดุเหลือใช้ กรรมวิธีการเผาและวัสดุเชื้อเพลิงต้องไม่ก่อให้เกิดอันตรายหรือมลพิษต่อผู้ใช้งานและบุคคลอื่นๆ ที่อยู่ในพื้นที่ 2) ด้านรูปแบบเตาอบรมควัน ควรมีขนาดที่สามารบรรจุลำไม้ไผ่ ได้ในขนาดความยาว ไม่ต่ำกว่า 2 เมตร มีช่องทางบรรจุไม้ไผ่ ช่องทางเติมเชื้อเพลิง และช่องทางระบายควัน 3) ด้านวัสดุก่อสร้างเตา ควรเป็นวัสดุที่หาซื้อได้ในท้องถิ่น มีความคงทนต่อการใช้งาน และเน้นความประหยัด ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งหมด ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อกำหนดเบื้องต้นในการทดลองออกแบบและสร้างเตาอบรมควันต้นแบบ จำนวน 4 เตาอบ โดยเตาอบหมายเลข 4 เป็นเตาอบรมควันที่ได้รับการทดสอบแล้วว่า มีความเหมาะสมกับการนำมาใช้ในกระบวนการผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ ทั้งงานจักสานและงานเฟอร์นิเจอร์ ในการทดสอบการป้องกันมอดและแมลงกัดแทะ พบว่า ในช่วงระยะเวลา 6 เดือน ไม่พบการกัดแทะของมอดและแมลง สอดคล้องกับเกณฑ์ที่กำหนด

ศักดิ์ชาย สิกขา ประทับใจ สิกขา และเสกสันต์ ศรีสันต์ (2555: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์ลายผ้าแถบลุ่มน้ำโขง : กรณีศึกษาบ้านกุ่ม ตำบลห้วยไผ่ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งมีวัตถุประสงค์การวิจัย 2 ประการ คือ การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นแถบลุ่มน้ำโขง เพื่อนำมาใช้ในงานสร้างลวดลายบนผืนผ้า และการพัฒนาลายผ้าทอมือแบบร่วมสมัยที่มีคุณค่าต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น สรุปผลการวิจัยได้ 2 ประการ คือ 1) ด้านอัตลักษณ์ท้องถิ่นแถบลุ่มน้ำโขงกับการนำมาใช้ในงานสร้างลวดลายบนผืนผ้า พบว่า อัตลักษณ์ท้องถิ่นแถบลุ่มน้ำโขง อาจจำแนกได้ 2 ลักษณะ คือ (1) อัตลักษณ์ในภาพรวมของลุ่มน้ำโขง เช่น ความเชื่อเกี่ยวกับพญานาค ลักษณะความอุดมสมบูรณ์ที่มีอยู่ตามธรรมชาติ เช่น โขดหิน เกาะแก่ง หาดทราย พืชพรรณ สายพันธุ์ของสัตว์น้ำ อุปกรณ์ประมง เป็นต้น (2) อัตลักษณ์เฉพาะพื้นที่ของลุ่มน้ำโขง เช่น ฮูปแต้มในอุทยานผาแต้ม เสาเฉลียง บั้งไฟพญานาค เป็นต้น ดังนั้น ในการนำอัตลักษณ์มาใช้ในงานออกแบบลวดลายบนผืนผ้าอาจเกิดขึ้นได้ทั้งในสองลักษณะ ทั้งนี้เกณฑ์

ในการเลือกต้องพิจารณาจากหลายองค์ประกอบ เช่น ความยาก-ง่าย ในการนำมาออกแบบและผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ ความสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และรูปแบบของผลิตภัณฑ์ สำหรับในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกกรรมวิธีการผลิตลวดลายบนผืนผ้าโดยใช้วิธีการมัดย้อม ซึ่งเป็นกรรมวิธีที่กลุ่มผู้ผลิตกำลังให้ความสนใจและอยู่ในช่วงของการพัฒนา 2) การพัฒนาลายผ้าทอมือแบบร่วมสมัยที่มีคุณค่าต่อวัฒนธรรมท้องถิ่น พบว่า การพัฒนาลายผ้าโดยใช้เทคนิคการมัดย้อม มีข้อจำกัดในการเลือกลายอัตลักษณ์ท้องถิ่น ซึ่งรูปแบบของการใช้เทคนิคมัดย้อมต้องใช้ภาพหรือลายเส้นที่ไม่มีรายละเอียดซับซ้อนมาก ในการนี้ ข้อสรุปของรูปแบบที่ง่ายต่อการผลิต คือ การใช้ลายผ้าที่มาจากปลาลุ่มน้ำโขง บั้งไฟพญานาค และคลื่นน้ำ โดยเลือกจัดวางตำแหน่งบนผ้าพันคอและผ้าคลุมไหล่ ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นลูกค้าหลักของชุมชน

ศักดิ์ชาย สิกขา ประทับใจ สิกขา และธันยมัย เจียรกุล (2558: บทคัดย่อ) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน มีวัตถุประสงค์ในการวิจัยไว้ 4 ประการ คือ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ ใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบและพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน 2) ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภค และปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน 3) ออกแบบและพัฒนาเตาอบไม้ไผ่ที่เหมาะสมกับงานหัตถกรรม 4) กำหนดแนวทางในการออกแบบและพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ผู้วิจัยได้กำหนดประชากร เป็นผู้บริโภคและผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่ในภาคอีสาน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคจากเขตพื้นที่อำเภอเมือง ในภาคอีสาน 7 จังหวัด และบุคคลในหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งกลุ่มผู้ผลิตงานหัตถกรรมไม้ไผ่ ในเขตพื้นที่ภาคอีสาน จำนวน 10 จังหวัด สำหรับกลุ่มตัวอย่าง ในการทดลองการใช้เตาอบรมควันเป็นกลุ่มผู้ผลิต จำนวน 2 กลุ่มอาชีพ ซึ่งได้จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) วิธีการวิจัยได้จำแนกการวิจัยออกเป็น 3 โครงการวิจัยย่อย แต่ละโครงการวิจัยมีการดำเนินการพร้อมกันทั้ง 3 โครงการ หลังการดำเนินการนำผลการวิจัยมาทดลองใช้กับกลุ่มอาชีพ อีก 1 กลุ่มอาชีพ เพื่อกำหนดเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสานตามวัตถุประสงค์การวิจัย ผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้อของผู้ซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่มากกว่า 1 ครั้งต่อปี สมาชิกในครอบครัวที่เป็นผู้ใช้สินค้าคือ แม่ นอกจากนั้น ผู้ที่แนะนำให้ผู้ซื้อซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่มักจะเป็นคนในครอบครัว ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่ พบว่า ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด หรือ 4 P’s คือ Product, Price, Place และ Promotion ตามลำดับ สำหรับปัจจัยสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่า ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดคือ มีความเป็นเอกลักษณ์ของวัฒนธรรมไทย รองลงมาคือ เป็นค่านิยมของสังคมไทย และผลิตภัณฑ์ช่วยสร้างการยอมรับในกลุ่ม เมื่อพิจารณาโดยรวมของปัจจัยต่างๆ ทั้งปัจจัยด้านการตลาด และปัจจัยสิ่งแวดล้อม ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่นั้นพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าหัตถกรรมไม้ไผ่มากที่สุดคือ ความมีเอกลักษณ์ของความเป็นไทย (Mean = 3.52) รองลงมาคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ (Mean = 3.34) และความเหมาะสมของราคาผลิตภัณฑ์ และค่านิยมในการใช้สินค้าไทย (Mean = 3.32) สำหรับการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน ผู้วิจัยได้พิจารณาจากปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 3 ส่วน ซึ่งพบว่า ส่วนของภูมิปัญญาท้องถิ่น ผู้ผลิตส่วนใหญ่นิยมพัฒนางานจากภูมิปัญญาดั้งเดิม เช่น การใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการอบรมควัน (ร้อยละ 60.61) 2) ส่วนปัจจัยในด้านต่าง ๆ ที่เกิดจากการส่งเสริมผลิตภัณฑ์

OTOP ในปีพ.ศ. 2544-2551 พบว่า สภาวะเศรษฐกิจมีผลกระทบต่องานหัตถกรรมไม้ไผ่อยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 57.58) นโยบายภาครัฐมีผลกระทบต่องานหัตถกรรมไม้ไผ่อยู่ในระดับมากที่สุด (ร้อยละ 57.58) การให้ความช่วยเหลือของส่วนราชการส่วนใหญ่ให้ความช่วยเหลือด้านการอบรมให้ความรู้ (ร้อยละ 51.52) สิ่งที่ส่วนราชการให้ความช่วยเหลือนั้นตรงกับความต้องการ (ร้อยละ 48.48) และสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้มาก (ร้อยละ 45.45) ผู้ผลิตส่วนใหญ่ต้องการให้ส่วนราชการช่วยเหลือในด้านการสนับสนุนงบประมาณ (ร้อยละ 66.67) สภาพแวดล้อมในการทำงานมีผลต่อการพัฒนางานไม้ไผ่ (ร้อยละ 66.67) หากมีการพัฒนาวัสดุทดแทนผู้ผลิตส่วนใหญ่เห็นว่าไม่เหมาะสม (ร้อยละ 87.88) ผู้ผลิตส่วนใหญ่เห็นว่าผู้ซื้อมีค่านิยมในการใช้ผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่เนื่องจากเป็นวัสดุธรรมชาติ (ร้อยละ 100.00) และในส่วนของการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน พบว่า ผลิตภัณฑ์ไม้ไผ่มีทั้งจุดเด่น จุดด้อย จุดเด่นเห็นว่าเป็นวัสดุธรรมชาติ (ร้อยละ 60.61) จุดด้อยที่เห็นว่า มีปัญหามอด รา (ร้อยละ 81.82) และข้อเสนอแนะแนวทางพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน ผู้ผลิตส่วนใหญ่เห็นว่า ควรศึกษาหาวิธีการแก้ไขปัญหามอด รา (ร้อยละ 51.52) จากข้อมูลที่ได้จากการศึกษาทั้งหมด ผู้วิจัยได้นำมาเป็นข้อกำหนดเบื้องต้น ในการทดลองออกแบบและสร้างเตาอบรมควันต้นแบบ จำนวน 4 เตาอบ โดยเตาอบหมายเลข 4 เป็นเตาอบรมควันที่ได้รับการทดสอบแล้วว่า มีความเหมาะสม

ประทับใจ สุวรรณธาดา และคณะ (2560: บทคัดย่อ) ได้วิจัยการศึกษากระบวนการผลิตผ้าทอพื้นเมืองเพื่อออกแบบเครื่องทุ่นแรงในการผลิต: กรณีศึกษาเครื่องค้นหูก กล่าวไว้ว่า การค้นหูกเป็นหนึ่งในขั้นตอนของการเตรียมเส้นไหม/ฝ้ายก่อนนำไปใช้เป็นเส้นยืนในขั้นตอนการทอผ้าพื้นเมือง การค้นหูกถือเป็นวิธีการที่ยุ่งยากและค่อนข้างเปลืองแรงในการทำงาน โดยผู้ทำหน้าที่ค้นหูกจะต้องคำนวณความยาวของเส้นไหม/ฝ้ายจากความยาวของผืนผ้าที่จะทอแต่ละครั้ง อุปกรณ์ที่ใช้เรียกว่า “โฮงค้นหูกหรือหลักเฝือ” ดังนั้นการพัฒนาเครื่องทุ่นแรงมาช่วยในขั้นตอนนี้ จะทำให้ได้ความเที่ยงตรงในการคำนวณมากขึ้น รวดเร็วยิ่งขึ้น และที่สำคัญประหยัดแรงงาน ลดเวลาและต้นทุนการผลิต ผลการวิจัยและพัฒนาพบว่า เครื่องค้นหูกที่พัฒนาใหม่ เป็นการเปลี่ยนวิธีการทำงานเดินคล้องเส้นไหมแบบซ้าย-ขวา มาเป็นการกดปุ่มให้เครื่องวัดระยะความยาวแทน ในการทำงานเพียงแต่นำหลอด/โบก/อัก ที่จะค้นหูกมาวางตามตำแหน่ง แล้วโยงเส้นไหม/ฝ้ายสอดผ่านช่องบังคับเส้น แล้วนำมาพันไว้กับหลักที่ติดกับกงล้อก็จะสามารถเริ่มใช้งานได้ การทำงานของเครื่องใช้หลักการหมุนของกงล้อแทนการโยงเส้นไหม/ฝ้ายแบบโยงซ้าย-ขวา โดยกำหนดให้กงล้อหมุนและตั้งค่าเท่ากับความยาวของการโยงซ้าย-ขวา เช่น ปกติต้องการระยะความยาวในการโยงแต่ละครั้ง ให้ยาวทั้งหมด 20 เมตร ก็จะกำหนดไว้ที่ 20 เมตร และหยุดคล้องขาไจ 1 ครั้ง ก็จะตั้งค่า 20 เมตรทุกรอบการหมุนและหยุด 1 ครั้ง แล้วกดปุ่มให้เครื่องหมุ่นใหม่ ทำแบบนี้ไปเรื่อย ๆ ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า ทำให้ประหยัดเวลา ประหยัดแรงงาน และช่วยลดต้นทุนในการผลิตได้ดี ทั้งนี้ จากผลการประเมินความเหมาะสมกับการนำมาใช้ในชุมชน พบว่า ยังมีข้อจำกัดที่ควรปรับปรุงแก้ไข 2 ประการ คือ 1) ต้นทุนการผลิตที่ค่อนข้างสูง 2) ระบบการใช้งานค่อนข้างมีความซับซ้อนไม่เหมาะกับการเรียนรู้ของช่างทอพื้นบ้าน ซึ่งควรมีการนำมาวิจัยและพัฒนาต่อยอดเพื่อให้เกิดการใช้งานได้จริงในชุมชน

ประทับใจ สุวรรณธาดา และคณะ. (2560: บทนำ) ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกกและเตยหนาม ย้อมสีธรรมชาติ ได้กล่าวไว้ว่า การทอเสื่อ เป็นงานหัตถกรรมพื้นบ้านที่มีอยู่ทั่วไปในทุกภูมิภาคของไทย แต่มีจะมีการทอมากที่สุด คือ ภาคอีสานของไทย วัสดุดั้งเดิมที่ใช้ในการทอของคนอีสานก็คือ กก ผือ ไหล เตยหนาม และหวาย ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาสินค้าประเภท ทอเสื่อ เกิดขึ้น จึงมีการคิดค้นใช้

วัสดุอื่นเพิ่มเติมขึ้น ได้แก่ ผักตบชวา ธูปฤาษี กระจูด และอื่นๆ งานทอเสื่อ คนอีสานเรียกว่า “ต่ำสาด” นับตั้งแต่สมัยโบราณมา เสื่อหรือสาดของคนอีสานเป็นการผลิตเพื่อใช้กันเองภายในบ้านเรือน หากมีมากก็นำมาถวายวัดเพื่อใช้ในกิจกรรมของวัด บางส่วนก็ฝากญาติมิตรหรือแลกเปลี่ยนสินค้า รูปแบบของเสื่อ/สาดอีสานมักเป็นผืนเดียว แต่อาจมีหลายขนาด จัดเก็บโดยการม้วน ไม่นิยมย้อมสี ต่อมาเมื่อมีการพัฒนาเป็นอาชีพมีการซื้อขายเกิดขึ้น จึงมีการย้อมสีเคมีเกิดขึ้น และพัฒนาเป็นเสื่อพับแบบ 3 พับ พัฒนาเป็นเบาะรองนั่ง และสินค้าอื่นๆ ในยุคปัจจุบัน ผู้บริโภคในวิถีสังคมเมืองได้ให้ความสำคัญกับการใช้ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การย้อมสีธรรมชาติเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค ที่ผ่านมาการย้อมสีธรรมชาติเส้นใยพืช ประเภท กก ผือ ไหล ผักตบชวา เตยหนาม มีผู้ทดลองค้นหาเทคนิคการย้อมจากวัสดุธรรมชาติมานานนับปี แต่ส่วนใหญ่มักประสบปัญหาการติดสี เนื่องจากผิวนอกของพืชเหล่านี้มีความมันและลื่น ยากต่อการติดสี ในงานวิจัยนี้จึงเป็นอีกหนึ่งแนวทางในการพัฒนาต่อยอดการย้อมสีธรรมชาติเส้นใยพืช

ศักดิ์ชาย สิกขา และประทับใจ สุวรรณธาดา (2562: บทคัดย่อ) ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาและยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรม: กรณีศึกษากลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานหวาย บ้านทับทิมสยาม 07 เลขที่ 209 หมู่ที่ 15 ตำบลบักดอง อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งในงานวิจัยได้มีการพัฒนานวัตกรรมเครื่องทุ่นแรง คือ เครื่องเหลาเส้นตอกกลม หวาย ไม้ไผ่ และวัสดุอื่น ๆ เป็นเครื่องทุ่นแรงที่เหมาะสำหรับใช้ในการเหลาเส้นตอกให้กลมในขนาดต่าง ๆ โดยใช้หลักการทำงานแบบดึงเส้นตอกที่ต้องการเหลาผ่านรูขนาดต่าง ๆ ที่มีแผ่นรูขนาดต่าง ๆ ให้เลือก แผ่นรูผลิตจากแผ่นสแตนเลสคุณภาพดีเจาะรู แผ่นสแตนเลสเจาะรูจะเป็นตัวขูดผิวเส้นตอกให้กลมและมีขนาดเล็กลง อัตราความเร็วในการทำงาน 30 วินาทีต่อความยาว 6 เมตร ในการดำเนินการวิจัย ได้จัดให้มีการส่งมอบเครื่องทุ่นแรง สาธิตการใช้เครื่องทุ่นแรง ทดลองฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องทุ่นแรง จัดให้มีการทดลองใช้งานไม่น้อยกว่า 15 วัน และให้มีการประเมินการใช้เครื่องทุ่นแรง โดยใช้แบบสอบถาม ผลจากการแจกแบบประเมินกับผู้ใช้งานเครื่องทุ่นแรง ซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตจำนวน 24 คน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับ ดีมาก คือ 4.98 ถือว่าเครื่องทุ่นแรงทั้งสองเครื่องมีความเหมาะสมกับการใช้งาน และสามารถลดระยะเวลาในการผลิตได้ ทำให้ผลงานมีคุณภาพดียิ่งขึ้น ได้เส้นตอกที่มีขนาดสม่ำเสมอเหมาะกับการใช้งาน

สรุปผลจากงานวิจัยที่ใช้ในการพัฒนาต่อยอด เป็นงานวิจัยที่ได้คัดเลือกจากการศึกษาลักษณะของผลิตภัณฑ์เดิม ปัญหา และความต้องการของผู้ประกอบการเป้าหมาย ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย โดยงานวิจัยนี้ จะเป็นการวิจัยต่อยอดจากงานวิจัยเดิมในบางส่วน

2.7.2 งานวิจัยที่ใช้เป็นแนวทางในการวิจัย

บุญฑวรรณ วิงวอน และคณะ (2557: 102-119) ทำวิจัยเรื่อง แนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่ากิจการวิสาหกิจขนาดย่อม อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาบริบทการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดย่อมและแนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าวิสาหกิจขนาดย่อม อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเครื่องมือวิจัย คือ การสำรวจ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์ การจัดการเวทีเสวนา การประชุมแบบมีส่วนร่วมของชุมชน และการวิเคราะห์เนื้อหาแบบมีส่วนร่วม กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ประกอบการและสมาชิกวิสาหกิจขนาดย่อมที่ให้ความร่วมมือ จำนวน 26 แห่งจาก 46 แห่ง ภายใน 7 ตำบลของอำเภอห้างฉัตร ผลการวิจัยพบว่า ส่วนใหญ่มีลักษณะการจัดตั้ง 3 รูปแบบ คือ (1) สมาชิกต่อยอดมาจากธุรกิจครอบครัวและมีประสบการณ์มาก่อน

(2) จัดตั้งกิจการโดยนโยบายรัฐบาลให้มีการรวมกลุ่มเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณ และ (3) จัดตั้งกิจการขึ้นมาตามความต้องการของสมาชิก เพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจครอบครัวและชุมชน ส่วนการผลิตยังอยู่ในลักษณะเดิม ๆ หรือผลิตตามคำสั่งซื้อของลูกค้าและอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นแบบดั้งเดิมด้วยการประยุกต์ใช้กับเทคโนโลยีที่เหมาะสม แต่ยังขาดการพัฒนาด้านองค์ความรู้แบบองค์รวม แนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์พบว่า เน้นการเรียนรู้จากธุรกิจอื่นที่ประสบความสำเร็จผ่านการนำความเชื่อศาสนาวัฒนธรรม รูปแบบการดำเนินชีวิต และพิธีกรรมต่าง ๆ ด้วยการออกแบบรูปลักษณ์ใหม่ ๆ บนผลิตภัณฑ์หรือตำนานและเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ เน้นการสร้างความแตกต่างบนบรรจุภัณฑ์หรือตราสินค้าเพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะ

นิตยา วรรณกิตร (2558:63-85) ได้ทำวิจัยเรื่อง ภูมิปัญญา“ผ้าไหมแพรวาผู้ไทบ้านโพน”: พลวัตและการปรับตัว โดยเน้นการศึกษากระบวนการทอผ้าไหมแพรวาของกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไทในชุมชนโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ ในฐานะกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่สำคัญของชุมชน การศึกษาเน้นมิติเรื่อง พลวัตและพัฒนาการของภูมิปัญญาด้านการทอผ้า รวมทั้งบทบาทและสถานภาพของชุมชนกับการจัดการธุรกิจชุมชนแบบพึ่งตนเองของชาวผู้ไท บ้านโพน ในปัจจุบันผลการวิจัยพบว่า ในอดีตกระบวนการทอผ้าไหมแพรวาของชาวผู้ไทบ้านโพนมีลักษณะเป็นระบบภูมิปัญญาที่สะสมองค์ความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับวิถีชีวิตมากกว่าการผลิตเพื่อประโยชน์ในเชิงธุรกิจ ผ้าไหมแพรวาจึงเปรียบเสมือนมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนถึงจิตวิญญาณของกลุ่มชาติพันธุ์ผู้ไทมาตั้งแต่บรรพชน ต่อมาเมื่อวัฒนธรรมดังกล่าวถูกนำไปเชื่อมโยงกับระบบเศรษฐกิจส่งผลให้บทบาทของผ้าไหมแพรวาในฐานะภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชนเริ่มเปลี่ยนแปลงไปกลายเป็นบทบาทในฐานะผลิตภัณฑ์ที่สามารถเปลี่ยนคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนให้ดีขึ้น ชุมชนจึงเกิดการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในลักษณะของการพัฒนาและยกระดับกระบวนการทอผ้าให้เป็นธุรกิจในครัวเรือนและรวมตัวกันเป็นธุรกิจชุมชนส่งผลให้การทอผ้าแบบดั้งเดิมที่เน้นการใช้ประโยชน์ในวิถีชีวิตและวัฒนธรรมกลายมาเป็นการทอผ้าในเชิงพาณิชย์ กระบวนการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวสะท้อนถึงวิธีการเรียนรู้และการปรับตัวของชุมชนเพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์จากภายนอกชุมชนด้วยการนำภูมิปัญญาดั้งเดิมของชุมชนมาผสมผสานและประยุกต์ให้เกิดประโยชน์ในการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิต การรวมกลุ่มในการทอผ้าไหมแพรวาส่งผลให้เกิดองค์กรชุมชนที่ช่วยสร้างความสมานฉันท์ของคนในชุมชนและทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งธุรกิจชุมชนด้านการทอผ้า นอกจากมีบทบาทต่อความเข้มแข็งของชุมชนแล้วยังสามารถพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนด้านต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อม นับเป็นพื้นฐานที่ดีในการรองรับการพัฒนาศักยภาพของชุมชนในด้านอื่น นอกจากนี้ การทอผ้ายังเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมลักษณะอื่นที่สัมพันธ์กัน เช่น กลุ่มโฮมสเตย์ กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้า กลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหม เป็นต้น ลักษณะดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ชุมชนบ้านโพนเป็นชุมชนที่สามารถนำภูมิปัญญาดั้งเดิมมาพัฒนาและปรับใช้เพื่อให้เกิดช่องทางเลือกในการประกอบอาชีพอย่างเหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยไม่ทำลายวัฒนธรรมดั้งเดิม การทอผ้าไหมแพรวาของชาวผู้ไทบ้านโพนจึงเป็นสิ่งเชื่อมต่อสำนึกทางวัฒนธรรมของชุมชนจากอดีตสู่ปัจจุบัน และเป็นปัจจัยชี้ความสำเร็จ โดยเฉพาะการสร้างชุมชนให้เข้มแข็งและพึ่งตนเองได้อย่างยั่งยืน

ธนกร สิริสุคันธา (2559: 90–106) ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาศักยภาพและการจัดการนวัตกรรมภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์ โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาศักยภาพและปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนและหาแนวทางการจัดการนวัตกรรมภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ประชากรที่ใช้ใน

การวิจัย ได้แก่ ผู้นำกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในเขตอำเภอเมืองปาน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผลการดำเนินงานต่อเนื่องไม่น้อยกว่า 2 ปีขึ้นไป ผลการวิจัยพบว่า ศักยภาพที่โดดเด่น ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชน คือ การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผลิตสินค้าหรือบริการ โดยมีการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ของคนในชุมชน รวมทั้งการได้รับส่งเสริมจากภาครัฐในการอบรมเพื่อยกระดับความสามารถด้านความรู้ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ด้านแนวทางการจัดการนวัตกรรมภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะสามารถกระทำได้โดยผู้นำกลุ่มต้องสร้างความภาคภูมิใจในผลการดำเนินงานของกลุ่มที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและชุมชนเพราะหากชุมชนได้รับประโยชน์จากการได้ร่วมกันทำงานกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนจะเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการกลุ่มโดยกลุ่มต้องแสดงความรับผิดชอบต่อลูกค้าต่อสาธารณะและมีการวางเป้าหมายและทิศทางการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้วยการต่อยอดภูมิปัญญาบนพื้นฐานทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนรวมทั้งการปรับใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิต

จุรีวรรณ จันพลา และคณะ (2559: 82-98) ได้ดำเนินการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการสร้างเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลายผ้าไทยทรงดำในอำเภอบางเลนและอำเภอกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม 2) ศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำ 3) พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และ 4) ทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำที่ได้พัฒนาขึ้น ผลการวิจัยพบว่า ผ้าทอและเครื่องแต่งกายของชาวไทยทรงดำถือเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มชาติพันธุ์ไทยทรงดำ ที่มีเอกลักษณ์ในการใช้ผ้าสีดำในการนุ่งห่ม ทั้งในชีวิตประจำวันและในการประกอบพิธีกรรม จนเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นของชาวไทยทรงดำ โดยชาวไทยทรงดำนิยมใช้ผ้าพื้นสีดำทอขึ้นอย่างง่าย ๆ มีสีสันและลวดลายบ้าง ซึ่งจากการศึกษาลวดลายผ้าไทยทรงดำพบว่า ลวดลายต่าง ๆ สามารถแบ่งได้ 3 ประเภท คือ ลายพืช ลายสัตว์ และลายผสมอื่น ๆ ในส่วนของการสื่อความหมายในการใช้สีในการทอผ้าและประดับตกแต่งของชาวไทยทรงดำแต่ละสีมีความหมายแตกต่างกัน โดยเฉพาะสีครามเข้มหรือสีดำซึ่งเป็นสีหลักของผืนผ้าและการใช้งานของชาวไทยทรงดำ โดยสื่อความหมายว่า เกิดจากการเก็บกดที่ต้องพลัดพรากจากบ้านเกิดเมืองนอนมาเป็นชนกลุ่มน้อยในประเทศไทย 2) การออกแบบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำนั้น อันดับแรกผู้ออกแบบต้องคำนึงถึงหลักการออกแบบโดยทั่วไปที่สำคัญ คือ ประโยชน์ใช้สอย อีกส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญที่นักออกแบบจะต้องคำนึงถึง คือ การคงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลาย และสีสันต่าง ๆ ตามความเชื่อของชาวไทยทรงดำ เนื่องจากลายผ้าไทยทรงดำมีลายต่าง ๆ ไม่มาก และมีการใช้สีสันที่จำกัด การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำจึงต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษ โดยเฉพาะในเรื่องของการคงเอกลักษณ์ของชาวไทยทรงดำและความแตกต่างของวัฒนธรรมความเชื่อของแต่ละพื้นที่ที่มีความแตกต่างกัน 3) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำ 4 ชนิด คือ หมอนอิงกล่อง กระดาษทิชชู กระเป๋าสตรี และเสื้อผ้า ตามผลการศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใน 5 พื้นที่ ซึ่งพบว่า กลุ่มลูกค้าเป้าหมายมีความต้องการผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทยทรงดำสูงสุดได้แก่ หมอนอิง กล่องกระดาษทิชชู่ กระเป๋าสตรีเสื้อ และกางเกง ตามลำดับ

ญาณิศา โกมลสิริโชค (2560: 1480–1494) ได้ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าทอกะเหรี่ยงเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของอำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ โดยนำเสนอและตีพิมพ์เผยแพร่

ในประชุมวิชาการนเรศวรวิจัย ครั้งที่ 13 วิจัยและนวัตกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าทอกะเหรี่ยงเพื่อให้เป็นเอกลักษณ์ของอำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ และเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยให้แก่ชุมชนผ้าทอกะเหรี่ยงอำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ สรุปผลการวิจัยว่า กลุ่มตัวอย่างต้องการรูปแบบของสินค้าที่เป็นสินค้าจากอำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่ จึงร่วมกันกับทางผู้ดำเนินงานวิจัยในการนำ“เต่า”มาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ในครั้งนี้ เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย อีกทั้งยังเป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์และความมีอายุยืน รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ คือ ผ้าที่ใช้บนโต๊ะอาหาร ผ้าม่าน และตุ๊กตาเต่า ดังนั้น ผู้ดำเนินงานวิจัยจึงได้ทำการออกแบบและผลิตต้นแบบของสินค้า 3 รูปแบบตามที่ต้องการ

สุภาภรณ์ เชียงใหม่ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์ (2560: 1255 – 1265) ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าไหมแพรวา กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมแพรวา ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการบริหารจัดการ ปัจจัยที่สนับสนุนการพัฒนารวมทั้งแนวทางและโอกาสในการพัฒนาวิสาหกิจผฎไหมแพรวาบ้านโพน โดยศึกษาจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเฉพาะเจาะจง รวมจำนวน 15 คน โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มทอผฎไหมแพรวาบ้านโพน จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2520 ได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากโครงการศูนย์ศิลปาชีพในสมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์พระบรมราชินีนาถ ในช่วงของการวิจัยมีสมาชิกจำนวน 840 คน โดยมีปัจจัยที่สนับสนุนการพัฒนา ได้แก่ ด้านคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มที่มีความรับผิดชอบต่อหน้าที่มีทักษะและความชำนาญในการทอผ้า ด้านการดำเนินงานและการจัดการกลุ่มที่มีการกำหนดกฎระเบียบ ข้อบังคับต่าง ๆ ไว้เป็นระบบชัดเจน ด้านการเรียนรู้และการมีส่วนร่วมในการวางแผนและแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นในการดำเนินงานด้านเครือข่ายทั้งในและต่างจังหวัด และด้านการได้รับการส่งเสริมและสนับสนุนจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน แต่อย่างไรก็ตาม ในส่วนของการศึกษาสภาพปัญหา พบว่า กลุ่มประสบปัญหาในการพัฒนาและต่อยอดผลิตภัณฑ์ไม่สามารถตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภคเท่าที่ควร ขาดความรู้ความสามารถเกี่ยวกับช่องทางการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ รวมทั้งปัญหาต้นทุนวัตถุดิบที่สูง ซึ่งแนวทางและโอกาสในการพัฒนาให้กลุ่มประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน คือ เน้นการลดต้นทุนการผลิต ซึ่งถือว่า เป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินงาน หรือการสร้างเอกลักษณ์ของกลุ่มเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว การประสานงานที่ดีกับเครือข่ายและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งการเพิ่มทักษะในการให้บริการด้านอื่น ๆ นอกเหนือจากทักษะด้านการผลิต เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวที่หลากหลายจากการเปิดการค้าเสรีอาเซียน ทั้งงนี้ ผ้าไหมแพรวา ถือว่าเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักหนึ่งใน 60 รายการของกลุ่มสินค้าชุมชนระดับ premium อย่างสินค้า GI หรือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่ตอบสนองนโยบายของรัฐบาลในการขับเคลื่อนประเทศสู่ไทยแลนด์ 4.0 เพื่อรองรับกับสภาวะเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป อาจกล่าวได้ว่า วิสาหกิจชุมชนเป็นรากฐานในการสร้างความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนและพัฒนาเศรษฐกิจของ ประเทศโดยเป็นจุดเริ่มต้นในการขับเคลื่อนไปสู่การเป็นประเทศที่มั่งคั่งมั่นคงและยั่งยืน

สรุปผลจากการศึกษาและรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องใช้เป็นแนวทางในการวิจัย พบว่า

1) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้ประกอบการในชุมชน คือ การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผลิตสินค้าหรือบริการ โดยมีการแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ของคนในชุมชน รวมทั้งการได้รับส่งเสริมจากภาครัฐในการอบรมเพื่อยกระดับความสามารถด้านความรู้ในการดำเนินงานวิสาหกิจชุมชน ด้านแนวทางการจัดการนวัตกรรมภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์โดยการมีส่วนร่วม

2) การออกแบบเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากผ้าทอพื้นเมืองนั้น อันดับแรก ผู้ออกแบบต้องคำนึงถึง คือ ประโยชน์ใช้สอย การคงเอกลักษณ์และการสื่อความหมายของลวดลาย และสีสันต่าง ๆ ตามความเชื่อ

3) การพัฒนาด้านองค์ความรู้แบบองค์รวมและแนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ควรเน้นการเรียนรู้จากธุรกิจอื่นที่ประสบความสำเร็จ เน้นการออกแบบรูปลักษณ์ใหม่ ๆ บนผลิตภัณฑ์หรือตำนานและเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ เน้นการสร้างความแตกต่างบนบรรจุภัณฑ์หรือตราสินค้าเพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะ

4) แนวทางการจัดการนวัตกรรมภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์แบบมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะสามารถกระทำอย่างได้ผล เมื่อผู้นำกลุ่มสามารถต้องสร้างความภาคภูมิใจในผลการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง ต่อกลุ่ม และชุมชน

บทที่ 3
การศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มเป้าหมาย

จากวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ 2) เพื่อยกระดับนวัตกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ 3) เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาสินธุ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ในบทที่ 3 นี้ เป็นการดำเนินงานวิจัยในส่วนของวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 คือ การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ ซึ่งอยู่ในขั้นตอนการดำเนินงาน 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 จัดทำแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ขั้นที่ 2 ประสานงานดำเนินการร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นที่ 3 จัดผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ SWOT ค้นหาสภาพปัญหา จุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ ความต้องการด้านการตลาด และศักยภาพการผลิต เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์

ซึ่งมีผลการดำเนินการศึกษาศักยภาพชุมชน ดังนี้

3.1 การจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan)

3.1.1 การจัดประชุมชี้แจงและระดมความคิดการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ณ ห้อง FA 106 คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้กำหนดระยะเวลาทำงานเพื่อให้เป็นไปตามขั้นตอนการวิจัย ดังนี้








ภาพที่ 3.1 ประชุมคณะทำงานเพื่อจัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan)

ตารางที่ 3.1 แผนปฏิบัติการ (Action Plan)

การดำเนินงาน		ระยะเวลาการดำเนินงาน 90 วัน(เผื่อเวลาในการแก้ไข 15 วัน)					
ที่	กิจกรรม	1-15	16-30	31-45	46-60	61-75	หมายเหตุ
1.	การจัดประชุมชี้แจงและระดมความคิดการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ทั้งหมด และประสานงานดำเนินการร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย	→					
2.	ผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ SWOT ค้นหาสภาพปัญหา จุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ ความต้องการด้านการตลาด และศักยภาพการผลิต	→					
3.	จัด WORKSHOP 3 วัน 2 คืน เพื่อสร้างความเข้าใจ ให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ หรืออื่น ๆ ให้แก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 18 ราย	→	→				
4.	ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป้าหมายให้เกิดนวัตกรรมและงานวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป้าหมาย	→	→				เน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ และค้นหาความเหมาะสม

ตารางที่ 3.1 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) (ต่อ)

การดำเนินงาน		ระยะเวลาการดำเนินงาน 90 วัน(เผื่อเวลาในการแก้ไข 15 วัน)					
ที่	กิจกรรม	1-15	16-30	31-45	46-60	61-75	หมายเหตุ
5.	ผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำกระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน และให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ /ทดลอง/ ตรวจวิเคราะห์ นวัตกรรม	→	→	→	→		เน้นการผลิตงานต้นแบบ การสร้างนวัตกรรม
6.	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และ LOGO หรือแท็ก พร้อมจัดพิมพ์ สำหรับผลิตภัณฑ์เป้าหมาย	→	→	→	→		งานเพิ่มเติมให้ผู้ประกอบการเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการขาย
7.	จัดประเมินผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม และจัดกิจกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้าแก่ลุ่มเป้าหมายเพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์	→	→	→	→		งานเพิ่มเติมให้ผู้ประกอบการเพื่อสนับสนุนและส่งเสริมการขาย
8.	- จัดทำรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์	→	→	→	→	→	การปรับปรุงแก้ไข

3.1.2 ประสานงานดำเนินการร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย

ประสานงานดำเนินการร่วมกับกลุ่มเป้าหมายและได้จัดแผนงานในการให้ผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ SWOT ค้นหาสภาพปัญหา จุดอ่อนจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ ความต้องการด้านการตลาด และศักยภาพการผลิต เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ รายละเอียดตามตารางที่ 3.2 ดังนี้

ตารางที่ 3.2 แผนการลงพื้นที่ของที่ปรึกษาในงานวิจัยเพื่อศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย

วันที่	ลำดับที่	ชื่อกลุ่มผู้ประกอบการ	ชื่อผู้เชี่ยวชาญ
1 ส.ค. 62	1.	**สหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน** เลขที่ 173/1 หมู่ 5 บ้านโพน ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 083-3383956	ผศ.ดร. ประทับใจ สุวรรณธาดา Tel. 081-9679527 น.ส. สิริยาภรณ์ สุขแสง Tel. 093-5371929
2 ส.ค. 62	2.	**กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม** เลขที่ 32 หมู่ที่ 8 บ้านมิตรหนองเรือง ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 095-2481560	ผศ.ดร. ประทับใจ สุวรรณธาดา Tel. 081-9679527 น.ส. สิริยาภรณ์ สุขแสง Tel. 093-5371929

ตารางที่ 3.2 แผนการลงพื้นที่ของที่ปรึกษาในงานวิจัยเพื่อศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย (ต่อ)

วันที่	ลำดับที่	ชื่อกลุ่มผู้ประกอบการ	ชื่อผู้เชี่ยวชาญ
	3.	**กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว** เลขที่ 98 หมู่ที่ 5 บ้านนิคมหนองบัว ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 095-1683269	รศ.ดร. ศักดิ์ชาย สิกขา Tel. 081-7900290
	4.	**กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวงอกฮางกล้อง** เลขที่ 122 หมู่ที่ 1 บ้านจาน ตำบลโนนนาจาน อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 099-7032169	นายเสกสันต์ ศรีสันต์ Tel. 081-7090876
3 ส.ค. 62	5.	**กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่** เลขที่ 21 หมู่ 11 บ้านคำไฮ ตำบลหนองกุงศรี อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 088-3371721	ผศ.ดร. ประทับใจ สุวรรณธาดา Tel. 081-9679527 น.ส. สิริยาภรณ์ สุขแสง Tel. 093-5371929
	6.	**กลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง** เลขที่ 222 หมู่ที่ 8 บ้านโนนสูง ตำบลโนนสูง อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 094-0409615	รศ.ดร. ศักดิ์ชาย สิกขา Tel. 081-7900290
	7.	**กลุ่มทอเสื่อกกและแปรรูปกกบ้านหนองบัว** เลขที่ 182 หมู่ที่ 9 บ้านหนองบัว ตำบลเจ้าท่า อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 087-4037888	นายเสกสันต์ ศรีสันต์ Tel. 081-7090876
4 ส.ค. 62	8.	**สหกรณ์การเกษตรก้าวแสน จำกัด** เลขที่ 116 หมู่ที่ 5 บ้านหนองริวหนัง ตำบลลำหนองแสน อำเภอหนองกรุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 064-2747116	ผศ.ดร. ประทับใจ สุวรรณธาดา Tel. 081-9679527 น.ส. สิริยาภรณ์ สุขแสง Tel. 093-5371929
	9.	**กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา** เลขที่ 106 หมู่ที่ 7 บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 098-1052445, 062-1957668	รศ.ดร. ศักดิ์ชาย สิกขา Tel. 081-7900290
	10.	**วิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวเหนียวเขาวงตำบลหนองผือ** เลขที่ 91/1 หมู่ที่ 1 บ้านหนองผือ ตำบลหนองผือ อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 092-9874111	นายเสกสันต์ ศรีสันต์ Tel. 081-7090876
5 ส.ค. 62	11.	**กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง** เลขที่ 79 หมู่ 8 บ้านกุดครอง ตำบลดอนจาน อำเภอดอนจาน จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 063-1124939	ผศ.ดร. ประทับใจ สุวรรณธาดา Tel. 081-9679527

ตารางที่ 3.2 แผนการลงพื้นที่ของที่ปรึกษาในงานวิจัยเพื่อศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มเป้าหมาย (ต่อ)

วันที่	ลำดับที่	ชื่อกลุ่มผู้ประกอบการ	ชื่อผู้เชี่ยวชาญ
	12.	**กลุ่มจักสานบ้านหนองห้าง** เลขที่ 86 หมู่ที่ 3 บ้านหนองสระพัง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 092-7190400	รศ.ดร. ศักดิ์ชาย สิกขา Tel. 081-7900290
	13.	**กลุ่มเกษตรอินทรีย์ชาวนา บ้านนอก** เลขที่ 262 หมู่ที่ 9 บ้านท่างาม ตำบลอุ่มเม่า อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 086-2256229, 087-4436007	นายเสกสันต์ ศรีสันต์ Tel. 081-7090876
7 ส.ค. 62	14.	**กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาค้อ** ศาลาประจำบ้าน หมู่ที่ 5 บ้านนาค้อ ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 098-8427578	ผศ.ดร. ประทับใจ สุวรรณธาดา Tel. 081-9679527 น.ส. สิริยาภรณ์ สุขแสง Tel. 093-5371929
	15.	**กลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่** เลขที่ 42/2 หมู่ที่ 16 บ้านหนองตากไห ตำบลสงเปลือย อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 085-7558253	รศ.ดร. ศักดิ์ชาย สิกขา Tel. 081-7900290
9 ส.ค. 62	16.	**กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP แจ่วบองแม่มหา** เลขที่ 2 หมู่ที่ 4 บ้านยางอุ้ม ตำบลยางอุ้ม อำเภอท่าคันโท จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 082-2015049	ผศ.ดร. ประทับใจ สุวรรณธาดา Tel. 081-9679527 น.ส. สิริยาภรณ์ สุขแสง Tel. 093-5371929
	17.	**กลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์** เลขที่ 227 หมู่ที่ 2 เทศบาลตำบลนาจารย์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 087-2158459, 080-0332622	นายธนากร จันทะดวง Tel. 096-4567638
12 ส.ค. 62	18.	**กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย หมู่ 3** เลขที่ 60 หมู่ 3 บ้านดงน้อย ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 065-0359602, 096-7636690	ผศ.ดร. ประทับใจ สุวรรณธาดา Tel. 081-9679527 นายธนากร จันทะดวง Tel. 096-4567638 น.ส. สิริยาภรณ์ สุขแสง Tel. 093-5371929

3.2 การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์

จัดผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ SWOT ค้นหาสภาพปัญหา จุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ ความต้องการด้านการตลาด และศักยภาพการผลิต เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ สามารถสรุปผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ จำแนกเป็นรายกลุ่ม ดังนี้

3.2.1 สหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เลขที่ 173/1 หมู่ 5 บ้านโพน ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 083-3383956 ID Line: 083-3383956 Facebook: สหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน สมาชิกกลุ่ม จำนวน 197 คน เครือข่ายร่วม จำนวน 811 คน 4 อำเภอ

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	ผ้าและเครื่องแต่งกาย
ผลิตภัณฑ์หลัก	ผ้าไหมแพรวา อื่น ๆ เช่น ผ้าไหมมัดหมี่, เสื้อภูไท
ราคา	1,000 บาทขึ้นไป
ช่องทางการขายหลัก	งาน OTOP, ออกบูธขายสินค้า, มีศูนย์จำหน่ายสินค้า
กลุ่มลูกค้าหลัก	หน่วยงานราชการ และลูกค้าทั่วไป
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	50 ผืน
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	10,000,000 บาท/ปี
มาตรฐานที่ได้รับ	มผช. 79-9/14 (กส), คัดสรร OTOP 5 ดาว
ชื่อแบรนด์	ศิลป์แพรวา Silp Praewa
สโลแกน	สรรค์ศิลป์งามล้ำค่า วิจิตรตระการตาแพรวาบ้านโพน
ตราสินค้า (โลโก้)   	โลโก้ → ใช้รูปจั่ว แบบดั้งเดิม ตัวหนังสือ → ใช้คำว่า ศิลป์แพรวา (พิมพ์เรียงติดกัน)
ฉลาก/บรรจุภัณฑ์	ถุงกระดาษ

Story **เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)**	**แพรวา** เป็นผ้าที่มีหลายๆ ลาย อยู่ในผืนผ้าเดียวกัน มีความงามล้ำค่าวิจิตรพิสดารกว่าผ้าไหมอื่นๆ จนขึ้นชื่อว่า **“ราชินีแห่งไหม”** มักทอด้วยวิธีการเก็บขิดและจก (ขิด เป็นวิธีการสร้างลวดลายโดยใช้ไม้เก็บขิด ซึ่งเป็นแผ่นไม้บางๆ กว้างประมาณ 3 นิ้ว ยาวประมาณ 2 ศอก สอดงัดด้ายเส้นยืน เป็นการเก็บลายจากเขา ใช้กระสวยพุ่งด้ายเส้นพุ่ง ส่วนจก ใช้มือ) วิธีการดังกล่าวชาวบ้านโพนได้สืบทอดสรรค์ศิลป์ผ่านการบ่มเพาะเรื่องราว ความรู้สึก ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามมาจากบรรพบุรุษชาวผู้ไทยให้เป็นลวดลายเรขาคณิตที่แสดงถึงความมานะพยายามในการทอผ้าอย่างมีเอกลักษณ์ ใช้คลุมไหล่หรือห่มเฉียงไหล่ในโอกาสพิเศษ เช่น เทศกาลงานบุญประเพณีหรืองานสำคัญๆ

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

 ผ้าไหมแพรวา	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... เทคนิค/ลาย.....เกาะ จก..... วัสดุที่ใช้ .....ไหมจุล รัง 8 (2,900)..... เส้นยืน...ไหมจุล รัง 8... เส้นพุ่ง...ไหมจุล รัง 8..... ใช้เวลาในการผลิต .....2.....เดือน/ผืน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.. 2,900 (ไหม 1 kg.) บาท/ผืน ราคาขาย ...เริ่มต้นที่ 25,000..... บาท/ผืน อื่นๆ.... ผ้าตัดชุด... → หน้าผ้ากว้าง 72 cm. (ผ้าลาย 2 m. ผ้าพื้น 3 m.)

 ผ้าไหมแพรวา	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... เทคนิค/ลาย.....เกาะ จก..... วัสดุที่ใช้ .....ไหมจุล รัง 8 (2,900)..... เส้นยืน...ไหมจุล รัง 8... เส้นพุ่ง...ไหมจุล รัง 8..... ใช้เวลาในการผลิต .....1.....เดือน/ผืน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.. ..... บาท/ผืน ราคาขาย ...เริ่มต้นที่ 19,000..... บาท/ผืน อื่นๆ.... ผ้าคลุมไหล่ ... → หน้าผ้ากว้าง 50 cm. ผ้าสไบ ... → หน้าผ้ากว้าง 30 cm. ยาว 2.30-2.50 m.

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุด แข็ง: ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: ต้นทุน, การผลิตใช้เวลานาน ☐ โอกาส: เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง มีหลายหน่วยงานสนับสนุน ☐ ปัญหาอุปสรรค: ไม่มี
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ 2) ทำผ้านุ่ม ผ้าหอม 3) ผ้าซิ่น
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) เส้นไหม (ไหมจุล รัง 8) 2) ฟืม 24 หลบ หน้ากว้าง 1 เมตร 3 อัน
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	สกลนคร, มุกดาหาร
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) การย้อมคราม
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ผ้าซิ่นแพรวา (ลายขิด+จก) สีธรรมชาติ+คราม





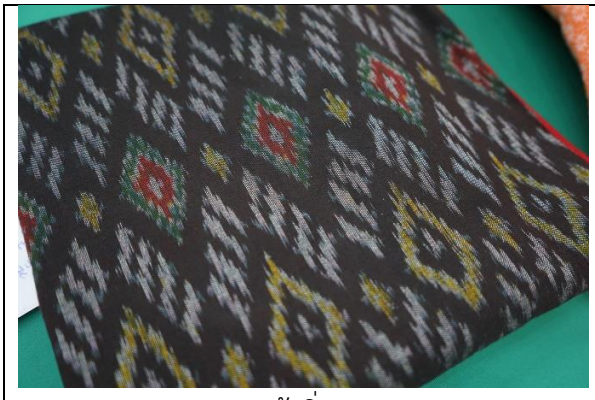
ภาพที่ 3.2 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ สหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน

3.2.2 กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ เลขที่ 21 หมู่ 11 บ้านคำไฮ ตำบลหนองกุงศรี อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 088-3371721 สมาชิกกลุ่ม จำนวน 20 คน ทำจริงจัง 4 คน เครือข่ายร่วม จำนวน 1 แห่ง (หมู่ 8)

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	ผ้าและเครื่องแต่งกาย
ผลิตภัณฑ์หลัก	ผ้าไหมมัดหมี่ อื่นๆ เช่น ผ้าขาวม้า, ผ้าสไบ, ผ้าลายดอกพิกุล, ผ้าพื้นเรียบ
ช่องทางการขายหลัก	ขายส่งให้พ่อค้าแม่ค้า, Facebook
กลุ่มลูกค้าหลัก	บุคคลทั่วไป
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	10 ผืน
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	100,000 บาท/ปี
มาตรฐานที่ได้รับ	OTOP อยู่ระหว่างต่อ
ชื่อแบรนด์	ไพรัช Pairat
สโลแกน	สืบต่อทอหมี่ ผ้าเนื้อดี มีคุณค่า
ตราสินค้า (โลโก้)	ใช้ตัวหนังสือ ไพรัช
ฉลาก/บรรจุภัณฑ์   	ถุงกระดาษ ขนาด กว้าง 35 cm. X สูง 25 cm. (ขยายข้าง 8 cm.) ฉลาก ขนาด กว้าง 5 cm. X ยาว 10 cm. ใช้สีโทนชมพู
Story **เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)**	ภูมิปัญญาดั้งเดิมของบรรพบุรุษปลูกหม่อนเลี้ยงไหม สมัยก่อนทอผ้าเป็นผ้าพื้นไม่มีลวดลาย ต่อมาลูกหลานได้พัฒนาผ้าให้มีลวดลายด้วยการมัดหมี่ ซึ่งเป็นเทคนิคการทอผ้าอย่างหนึ่งที่มีการสร้างลวดลายก่อนที่จะทำการย้อมสี การมัดและย้อมลาย สามารถทำได้ทั้งเส้นยืน (เส้นทางเครือ) และเส้นพุ่ง (เส้นทางต่ำ ซึ่ง ผ้ามัดหมี่ของ**กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่** บ้านคำไฮ จะทอด้วยความประณีตทุกขั้นตอน เพราะใส่ใจทุกกระบวนการผลิต ผ้าทุกผืนจึงมีความสวยงาม ทอแน่น เนื้อผ้านุ่ม สวมใส่สบาย คงทน ดูแลรักษาง่าย ปัจจุบันได้มีการพัฒนาประยุกต์ลายมัดหมี่ให้เป็นลายเอกลักษณ์ของกลุ่ม เพื่อเพิ่มพูนรายได้ให้กับครอบครัวและชุมชน

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

 ผ้าซิ่น	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... เทคนิค/ลาย....มัดหมี่ ลายกลีบมะเฟือง..... วัสดุที่ใช้ .....ด้ายซีกวง เบอร์ 20..... เส้นยืน...โทเร น้ำ 1... เส้นพุ่ง...ด้ายซีกวง เบอร์ 20 ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน/ผืน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....150..... บาท/ผืน ราคาขาย .....500..... บาท/ผืน อื่นๆ .....
 ผ้าเมตร	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... เทคนิค/ลาย ผ้าเหยียบ 13 เขา (ตะกรอ) ลายดอกพิกุล วัสดุที่ใช้ .....โทเร น้ำ 1..... เส้นยืน....โทเร น้ำ 1.... เส้นพุ่ง...โทเร น้ำ 1..... ใช้เวลาในการผลิต .....1..... เมตร/วัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย..... บาท/ผืน ราคาขาย .....250..... บาท/เมตร อื่นๆ .....
 ผ้าสไบ	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... เทคนิค/ลาย.....ขิด ..... วัสดุที่ใช้ .....โทเร น้ำ 1..... เส้นยืน.....โทเร น้ำ 1.. เส้นพุ่ง.....โทเร น้ำ 1..... ใช้เวลาในการผลิต .....วัน/ผืน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย..... บาท/ผืน ราคาขาย .....400..... บาท/ผืน อื่นๆ .....

 ผ้าคลุมไหล่	☐ สีเคมี ✓ ธรรมชาติ (ระบุ) ...เปลือกประดู่ ..... เทคนิค/ลาย.....ผ้าพื้น..... วัสดุที่ใช้ .....ซีกวง เบอร์ 20..... เส้นยืน..ซีกวง เบอร์ 20.. เส้นพุ่ง...ซีกวง เบอร์ 20.... ใช้เวลาในการผลิต .....วัน/ผืน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย..... บาท/ผืน ราคาขาย .....400..... บาท/ผืน

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: สีไม่ตก ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: ขาดกำลังการผลิต ☐ โอกาส: มีหน่วยงานสนับสนุน (พช.) ☐ ปัญหาอุปสรรค: ขาดเครื่องมืออุปกรณ์
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) หม้อย้อม (สแตนเลส) 1 ใบ 2) หลักเฝือ (เครื่องค้นหูก)/หลาปั่นหลอด 3) เส้นไหม เส้นด้ายประดิษฐ์ และด้ายโทเร (ตรานกยูง ไม่เอาตราเสือ) 47) ฟืม 2 ดาง (28) ประมาณหมื่นกว่าบาท
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	ที่ไหนก็ได้ ไปด้วยกัน → สกลนคร, มุกดาหาร
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) ลวดลายมัดหมี่ใหม่ (หมี่ร่าย) 2) ย้อมสีธรรมชาติ
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ผ้าซิ่นไหมมัดหมี่ (หมี่ร่าย) ยังทำไม่เคยทำ ทำไม่เป็น ย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกประดู่ มีมากในท้องถิ่น)




ภาพที่ 3.3 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่

3.2.3 กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง เลขที่ 79 หมู่ 8 บ้านกุดครอง ตำบลดอนจาน อำเภอดอนจาน จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 063-1124939 ID Line: 063-1124939 Facebook: Nutdanai Phansamret สมาชิกกลุ่ม จำนวน 9 คน

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	ผ้าและเครื่องแต่งกาย/สิ่งของเครื่องใช้
ผลิตภัณฑ์หลัก	ร่มผ้าพื้นเมือง อื่นๆ เช่น กระเป๋า ย่าม ปลอกหมอน เสื้อภูไท
ราคา	250 บาท
ช่องทางการขายหลัก	Facebook, แม่ค้าพ่อค้า
กลุ่มลูกค้าหลัก	ลูกค้าทั่วไป
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	200 ด้าม
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	50,000 บาท/ปี
มาตรฐานที่ได้รับ	ไม่มี
ชื่อแบรนด์	กาเต้นก้อน Katenkon
สโลแกน	ใต้แผ่นฟ้า แพรวาร่มเย็น
ตราสินค้า (โลโก้) 	ใช้โลโก้เดิม (การ์ตูนหมอลำ) ตัดคำว่า ผ้าแปรรูปออก
ฉลาก/บรรจุภัณฑ์	สติ๊กเกอร์ ถุงแก้วยาวใส่ร่ม ริบบิ้น สำหรับเย็บติดสายรัดร่ม
Story **เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)**	**“กาเต้นก้อน”** มาจากลายโปงลาง, ลายลำ **ร่มผู้ไทย** ได้แรงบันดาลใจมาจากลายผ้าแพรวา ซึ่งเป็นผ้าที่มีความงดงามล้ำค่าวิจิตรพิสดารกว่าผ้าไหมอื่นๆ จนขึ้นชื่อว่า “ราชินีแห่งไหม” เป็นผ้าเอกลักษณ์ผู้ไทยที่รู้จักกันดีอย่างแพร่หลาย นำมาประยุกต์ใช้ทำร่มเพื่อบ่งบอกความเป็นผู้ไทยกาฬสินธุ์

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

 ร่มผ้าพื้นเมือง	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ .....ผ้าโทเร พิมพ์ลาย โครงร่มสำเร็จรูป เทคนิค/ลาย.....แพรวา..... ใช้เวลาในการผลิต .....10.....ด้าม/วัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....120..... บาท/ด้าม ราคาขาย .....250..... บาท/ด้าม อื่นๆ .....
 กระเป๋า	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ .....ไหมผสมฝ้าย..... เทคนิค/ลาย.....มัดหมี่..... ใช้เวลาในการผลิต .....5.....ใบ/วัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....100..... บาท/ใบ ราคาขาย .....300..... บาท/ใบ อื่นๆ .....

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์แพรวากาฬสินธุ์ ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: ไม่กันน้ำ, ไม่แข็งแรง ☐ โอกาส: มีกลุ่มเดียวที่ทำ, ไม่ซ้ำใคร ☐ ปัญหาอุปสรรค: ตลาดยังไม่กว้าง ขายได้เฉพาะในตัวจังหวัด
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) คุณภาพร่มในการใช้งาน 2) ตลาด
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) เครื่องปั้มความร้อน (ปั้มโลโก้) 2) โครงร่ม (ไม้) 3) เครื่องกลึงไม้ (ทำโครงร่มจากไม้) 4) เครื่องมือและอุปกรณ์ตัดเย็บผ้า 5) ด้ายเย็บผ้า (ทุกสี)
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	สกลนคร, มุกดาหาร
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) การทำกระดาษ (ทำร่ม) 2) การสกรีนลายแพรวา
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ร่มกระดาษลายแพรวา




ภาพที่ 3.4 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง

3.2.4 กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย หมู่ 3 เลขที่ 60 หมู่ 3 บ้านดงน้อย ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 065-0359602, 096-7636690 ID Line: 096-7636690 Facebook: ผ้ามัดย้อมสีธรรมชาติบ้านดงน้อย สมาชิกกลุ่ม จำนวน 34 คน เครือข่ายร่วม จำนวน 6 แห่ง (เยาวชน, รร.ผู้สูงอายุ)

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	ผ้าและเครื่องแต่งกาย
ผลิตภัณฑ์หลัก	ผ้ามัดย้อม (สีธรรมชาติ) อื่นๆ เช่น ผ้ามัดหมี่/ไหมมัดหมี่ (สีธรรมชาติ), เสื้อมัดย้อม (สีธรรมชาติ), ผ้าแพรวา
ราคา	เริ่มต้น 150 บาท
ช่องทางการขายหลัก	Facebook, Line, จัดบูธ
กลุ่มลูกค้าหลัก	หน่วยงานราชการ, กลุ่มลูกค้าทั่วไป
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	180 ผืน
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	300,000 – 400,000 บาท
มาตรฐานที่ได้รับ	4 ดาว
ชื่อแบรนด์	ดงน้อย
สโลแกน	ผ้าย้อมดิน หอมกลิ่นธรรมชาติ
ตราสินค้า (โลโก้)	ปรับปรุงจากโลโก้เดิม

ฉลาก/บรรจุภัณฑ์  	กล่องใส สำหรับใส่ผ้าพันคอ กระดาษคาดผ้าพันคอ สติ๊กเกอร์ (วงกลม เส้นผ่าศูนย์กลาง 3 cm.)
Story **เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)**	การทำผ้ามัดย้อมนั้นถือว่า เป็นการทำลวดลายผ้าศิลปะที่มีรูปแบบแตกต่างกันไป ไม่ซ้ำใครและเป็นผลงานที่มีชิ้นเดียวในโลก ผ้ามัดย้อม **“ดงน้อย”** เป็นผ้าที่คำนึงถึงความปลอดภัยของคนใช้ เป็นความภาคภูมิใจของคนทำ ผลิตจากกระบวนการย้อมสีธรรมชาติที่ได้จาก**เปลือกไม้**ในท้องถิ่นและ**ดินแดง** ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

 ผ้าคลุมไหล่	☐ สีเคมี ✓ ธรรมชาติ (ระบุ) ...ดินแดง..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ ....เรย่อน (ซีกวง) ทางเครือ (เส้นยืน) เบอร์ 30 ทางต่ำ (เส้นพุ่ง) เบอร์ 20 เทคนิค/ลาย....มัดย้อม ลายดอกแก้ว..... ใช้เวลาในการผลิต .....6.....ผืน/วัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....110..... บาท/ผืน ราคาขาย ผ้าพันคอ 150, ผ้าคลุมไหล่ 250 บาท/ผืน อื่นๆ .....

 ผ้าคลุมไหล่	☐ สีเคมี ✓ ธรรมชาติ (ระบุ) ...ดินแดง..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ ....เรย่อน (ซีกวง) ทางเครือ (เส้นยืน) เบอร์ 30 ทางต่ำ (เส้นพุ่ง) เบอร์ 20 เทคนิค/ลาย....มัดย้อม ลายดาวล้อมเพชร..... ใช้เวลาในการผลิต .....6.....ผืน/วัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....110..... บาท/ผืน ราคาขาย ผ้าพันคอ 150, ผ้าคลุมไหล่ 250 บาท/ผืน อื่นๆ .....



ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: ดิน, โคลน ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: สีตก ☐ โอกาส: ความเป็นสีธรรมชาติ ☐ ปัญหาอุปสรรค: ข้อจำกัดลายมัดย้อม, ตลาด/แหล่งจำหน่ายไม่แน่นอน
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) พัฒนาลายมัดย้อม 2) พัฒนาการตลาด 3) พัฒนามาตรฐานของสี (สีตก)
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) ชุดเตาแก๊ส 2 ชุด 2) หม้อต้มย้อมผ้า (หม้อก๋วยเตี๋ยว) 3 ใบ 3) เครื่องค้นหูก 4) อุปกรณ์ค้นหมี่มอเตอร์ (กว้าง 80 ยาว 100 เมตร) 5) แพ็คเก็ตหุ้มม้วนผ้า 6) ถุงแก้วแพ็คผ้ามีกาวติด ขนาด 6 X 11-12 นิ้ว และ 4 X 11-12 นิ้ว 7) โต๊ะหน้าขาว ใช้พับผ้า 3 ตัว 8) ภาชนะใส่วัสดุในการย้อม (กาละมังสีดำ 5 อัน) 9) ด้ายเรย่อน เบอร์ 20, 30 10) ฟืม 4 ตะกรอ หน้าเมตร (ฝ้าย) ลายลูกแก้ว/ลูกหวาย 1 อัน 11) บล็อกลายมัดย้อมที่เป็นมาตรฐาน
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	จังหวัดสกลนคร ถึงมุกดาหาร
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	การแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้า 1) การแปรรูปตัดเย็บผ้า (กระเป๋า, ของชำร่วย) 2) การแปรรูปดินแดงผสมถ่านเพื่อดับกลิ่น, ประดับ → เศษดินแดงที่ใช้แล้วสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ได้หรือไม่?
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	อบรมย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกไม้ ดินแดง) แปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้า (กระเป๋า, ของชำร่วยที่เป็นงานทำมือ) เทคนิคมัดย้อม




ภาพที่ 3.5 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย หมู่ 3

3.2.5 กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาค้อ ศาลาประจำบ้าน หมู่ที่ 5 บ้านนาค้อ ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 098-8427578 ID Line: 098-8427578

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	ผ้าและเครื่องแต่งกาย
ผลิตภัณฑ์หลัก	ผ้าฝ้ายมัดหมี่ อื่นๆ เช่น ผ้าขาวม้า, ผ้าคลุมไหล่, ผ้าพันคอ, เสื้อสำเร็จรูป, กระเป๋า
ราคา	500 บาท
ช่องทางการขายหลัก	Line
กลุ่มลูกค้าหลัก	ลูกค้าทั่วไป, ข้าราชการ
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	200 ผืน
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	200,000 บาท/ปี
มาตรฐานที่ได้รับ	มีเฉพาะผ้าฝ้ายมัดหมี่, OTOP 3 ดาว
ชื่อแบรนด์	ไทญ้อ ทอผ้า
สโลแกน	เอกลักษณ์ไทญ้อ สร้อยดอกค้อ ช่อกระโดน
ตราสินค้า (โลโก้)	ใช้โลโก้เดิม

ฉลาก/บรรจุภัณฑ์  	
Story **เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)**	ผ้าไทญ้อ เป็นผ้าของกลุ่มไทญ้อที่ใช้วัตถุดิบธรรมชาติ และวิธีการทอได้มาจากปู่ย่าตาทวด สืบทอดกันมายาวนาน จากเดิมผ้าไทญ้อจะมีเพียงสีดำและสีแดงเท่านั้น แต่ปัจจุบันได้พัฒนาเรื่องการย้อมสีเพิ่มมากขึ้น โดยนำรากไม้ชนิดต่างๆ และดินโคลนธรรมชาติมาเป็นวัตถุดิบสำหรับย้อมสี จึงทำให้ผ้าไทญ้อมีสีหลากหลายเพิ่มมากขึ้น สินค้าที่ทำจำหน่ายมากที่สุดของผ้าไทญ้อ คือ ผ้าพันคอ เพราะเนื้อผ้ามีความนุ่มและสามารถปักลายลงบนเนื้อผ้าเพิ่มความสวยงามได้อีก

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

 เสื้อสำเร็จรูป	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ .....ซีกวง..... เทคนิค/ลาย.....ผ้าพื้น..... ใช้เวลาในการผลิต .....วัน/ตัว ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....600..... บาท/ตัว ราคาขาย ....700-800..... บาท/ตัว อื่นๆ .....
 ผ้าซิ่น	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ .....ซีกวง..... เทคนิค/ลาย....มัดหมี่..... ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน/ผืน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....200..... บาท/ผืน ราคาขาย .....600..... บาท/ผืน อื่นๆ .....

 กระเป๋า	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ .....ซีกวง (เศษผ้า) ..... เทคนิค/ลาย.....มัดหมี่ ลายสร้อยดอกค้อเล็ก... ใช้เวลาในการผลิต .....2.....วัน/ใบ ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย....250..... บาท/ใบ ราคาขาย .....300..... บาท/ใบ อื่นๆ .....
 กระเป๋า	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ .....ซีกวง (เศษผ้า) ..... เทคนิค/ลาย...มัดหมี่ ลายสร้อยดอกค้อ ช่อกระโดน ใช้เวลาในการผลิต .....4-5.....ใบ/วัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....50..... บาท/ใบ ราคาขาย .....100..... บาท/ใบ อื่นๆ .....

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ สร้อยดอกค้อ ช่อกระโดน ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: ต้นทุน, การผลิตใช้เวลานาน ☐ โอกาส: มีหน่วยงานสนับสนุน ☐ ปัญหาอุปสรรค: -
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) อยากแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้า
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) ฝ้ายซีกวง 20/2 (100 กิโลกรัม) 2) ไหม รัง 8 (50 กิโลกรัม)
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) การทำไหม
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	1) พัฒนาเทคนิคการทอ 2) พัฒนาการตัดเย็บ แปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้า (กระเป๋า)




ภาพที่ 3.6 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาค้อ

3.2.6 กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว เลขที่ 98 หมู่ที่ 5 บ้านนิคมหนองบัว ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 095-1683269, 083-4956319, 086-3144573 ID Line: 083-4956319 Facebook: Angkana luesphon

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	ผ้าและเครื่องแต่งกาย
ผลิตภัณฑ์หลัก	ผ้าฝ้าย อื่นๆ เช่น ผ้าทอจากด้ายประดิษฐ์, ผ้าขาวม้า, ผ้าพันคอ, ผ้าแปรรูป
ราคา	เมตรละ 300-400 บาท
ช่องทางการขายหลัก	Facebook
กลุ่มลูกค้าหลัก	พ่อค้าแม่ค้า, ลูกค้าทั่วไป
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	60 เมตร/เดือน
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	60,000 บาท/ปี
มาตรฐานที่ได้รับ	OTOP 3 ดาว
ชื่อแบรนด์	ทอรัตน์ Tho Rutn
สโลแกน	ผ้าทอสีสด งดงามลายขัด
ตราสินค้า (โลโก้)	ทอรัตน์
ฉลาก/บรรจุภัณฑ์	✓ มี (ระบุ) ถุงกระดาษสีน้ำตาล

Story เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)	ทอรัตน์ ผ้าทอมือ สืบสานงานทอมือจากรุ่นสู่รุ่นมีการปรับมาตรฐานยกระดับฝีมือมาโดยลำดับ สามารถทอผ้าได้หลากหลายทั้งด้ายประดิษฐ์และฝ้าย ผลิตภัณฑ์จึงมั่นใจได้ทั้งคุณภาพและฝีมือ

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

 ผ้าขาวม้า	☐ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ .....ด้ายไหมประดิษฐ์..... เทคนิค/ลาย..... ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน/ผืน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....40..... บาท/ผืน ราคาขาย .....100..... บาท/ผืน อื่นๆ .....
 ผ้าพันคอ	☐ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ .....ด้ายสังเคราะห์..... เทคนิค/ลาย..... ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน/ผืน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....25..... บาท/ผืน ราคาขาย .....100..... บาท/ผืน อื่นๆ .....
 เสื้อสำเร็จรูป	☐ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ตัวเสื้อ เปลือกประดู่..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ .....ด้าย และฝ้าย..... เทคนิค/ลาย.....ขิด..... ใช้เวลาในการผลิต .....วัน/ผืน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....500..... บาท/ผืน ราคาขาย .....1200-1500..... บาท/ผืน อื่นๆ .....

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: ผ้าทอลายขิดมีความประณีต, สมาชิกอยู่ในวัยทำงาน+วัยคุณแม่ ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: ผลิตไม่ทันตามความต้องการ, ขาดทักษะการผลิตลวดลาย ☐ โอกาส: มีหน่วยงานสนับสนุน ☐ ปัญหาอุปสรรค: ไม่สามารถเข้าได้ทุกงาน, ขาดประสบการณ์
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) พัฒนาฝีมือ (ตัดเย็บ) 2) พัฒนาการย้อมสีธรรมชาติ 3) พัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) หุ่น (ครึ่งตัว, เต็มตัว) 2) เส้นฝ้าย 3) ตู้โชว์ 4) ฟืม ขนาด 40 เซนติเมตร (ทำผ้าพันคอ) 5) ฟืมทอผ้า หน้า 1 เมตร 6) อยากเรียนรู้การตัดเย็บ
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	แล้วแต่จะจัดไป (มุกดาหาร)
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) การตัดเย็บ 2) การออกแบบลายผ้า 3) การย้อมผ้า
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	- ย้อมสีธรรมชาติ - การมัดย้อม - พัฒนาผ้าฝ้าย - ต้องการเครื่องมือ





ภาพที่ 3.7 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว

3.2.7 กลุ่มจักสานบ้านหนองห้าง เลขที่ 86 หมู่ที่ 3 บ้านหนองสระพัง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 092-7190400 ID Line: 092-7190400 Facebook: ไม้ไผ่ธรรมดา

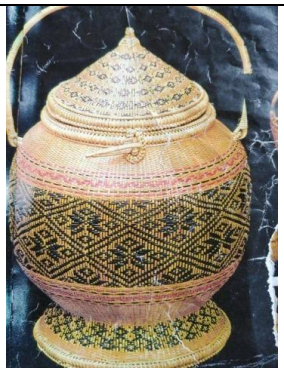
ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	สิ่งของเครื่องใช้
ผลิตภัณฑ์หลัก	เครื่องจักสาน เช่น ตะกร้าลายขิด (ไม้ไผ่), กระติบข้าว (ก่องข้าวเหนียว), มวยนึ่งข้าวเหนียว, ผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ทุกชนิด
ราคา	4,500 บาท (แล้วแต่ขนาด)
ช่องทางการขายหลัก	Facebook
กลุ่มลูกค้าหลัก	ลูกค้าทั่วไป
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	200 อัน
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	200,000 บาท
มาตรฐานที่ได้รับ	OTOP 5 ดาว
ชื่อแบรนด์	กลุ่มจักสานไม้ไผ่บ้านหนองห้าง → สานศิลป์ จักสานไม้ไผ่ลายขิด
สโลแกน	ไม้ไผ่ธรรมดา วิจิตรตระการตาลายขิด
ตราสินค้า (โลโก้)	✓ มี (ระบุ) รูปผลิตภัณฑ์ → ไม้ไผ่ลายขิด
ฉลาก/บรรจุภัณฑ์	
Story เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)	สานศิลป์ จักสานไม้ไผ่ลายขิด ได้สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ที่มีความประณีต มียกดอกลายขัดชิด ลายขิดดอกจัน ลายขิดขอ ลายขิดตาแมว และลายเรขาคณิตผสมผสานกันอย่างสลับซับซ้อน เน้นความเรียบร้อยและแข็งแรง ใช้ตอกเส้นเล็กสานละเอียด โดยใช้ไม้ไผ่ที่เกิดตามภูเขาและลำห้วยเชิงเขา เช่น ไม้ไผ่ไร่ มาจักตอก รมควัน และย้อมสีธรรมชาติ

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

 กระเตาะ	☐ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ .....1..... วัสดุที่ใช้ .....ไผ่ไร.....เส้นดอกแบน..... เทคนิค/ลาย.....ขิด..... ใช้เวลาในการผลิต .....7.....วัน/อัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....400..... บาท/อัน ราคาขาย .....6,000..... บาท/อัน อื่นๆ .....

 มวยนึ่งข้าวเหนียว	☐ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ ..... เทคนิค/ลาย.....3 นอม..... ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน/อัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....100..... บาท/อัน ราคาขาย .....120-200..... บาท/อัน อื่นๆ .....

 ลายขิด	☐ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ .....ไผ่ไร่ เส้นดอกกลม..... เทคนิค/ลาย.....ขิด..... ใช้เวลาในการผลิต .....45.....วัน/อัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....-..... บาท/อัน ราคาขาย .....15,000..... บาท/อัน อื่นๆ .....

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: มีฝีมือการผลิตที่โดดเด่น, ไม่มีคู่แข่งทางการตลาดในกลุ่มเดียวกัน ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: ขาดผู้สืบทอด เนื่องจากชิ้นงานประณีต, สมาชิกสูงอายุ ส่วนใหญ่ผลิตแต่หวดนึ่งข้าว ☐ โอกาส: หน่วยงานสนับสนุน ☐ ปัญหาอุปสรรค: การตลาด
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) พัฒนารูปแบบสินค้า ผลิตง่ายในเชิงพาณิชย์ 2) เครื่องมือในการผลิต
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) อุปกรณ์เครื่องใช้เกี่ยวกับการจักตอก (ไม้ไผ่+หวาย) 2) หวายชนิดเครือ (เถาว์)/เส้นหวาย 3) เครื่องจักตอก เหลาตอก 4) สีย้อม แล็คเกอร์
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	กลุ่มที่มีฝีมือยอดเยี่ยมที่สุดในประเทศไทย
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับตลาด 2) การใช้เครื่องมือทุ่นแรง
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	1) ผลิตภัณฑ์ใหม่ 2) นวัตกรรมเครื่องมือในการผลิต




ภาพที่ 3.8 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มจักสานบ้านหนองห้าง

3.2.8 กลุ่มทอเสื่อกกและแปรรูปกกบ้านหนองบัว เลขที่ 182 หมู่ที่ 9 บ้านหนองบัว ตำบลเจ้าท่า อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 087-4037888 ID Line: aoddy0811 Facebook: Adul Nammultree

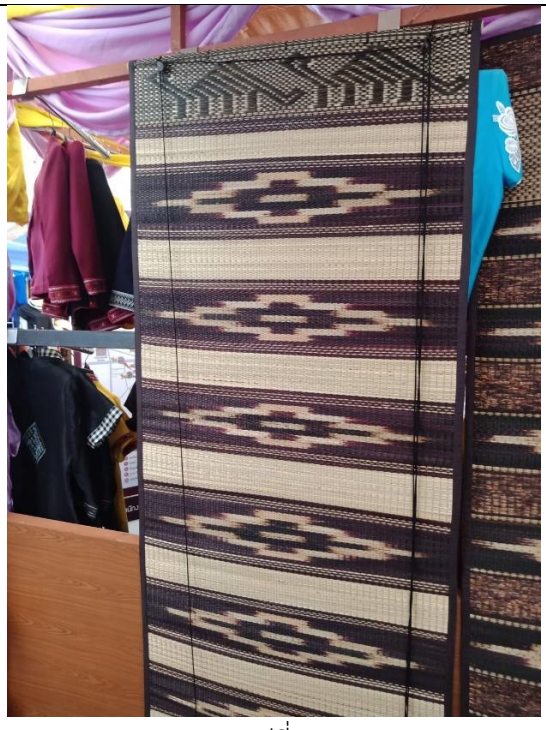
ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	สิ่งของเครื่องใช้, ของฝาก ของที่ระลึก	
ผลิตภัณฑ์หลัก	เสื่อกก อื่นๆ เช่น หมอนอิง มู่ลี่ สายแขน ต่างหู กรอบภาพ ฯลฯ	
ราคา	350 บาท	
ช่องทางการขายหลัก	Facebook, line	
กลุ่มลูกค้าหลัก	ลูกค้าทั่วไป	
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	50 ผืน	
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	50,000 บาท/ปี	
มาตรฐานที่ได้รับ	ยังไม่ได้รับมาตรฐาน OTOP, KBO	
ชื่อแบรนด์	ปัททา ปัททา กกหนองบัว	
สโลแกน	สร้างสรรค์ของใช้ เส้นใยจากท้องทุ่ง	
ตราสินค้า (โลโก้)	ออกแบบให้ → ตัวหนังสือ ไดโนเสาร์	
ฉลาก/บรรจุภัณฑ์ 	- ฉลากสินค้า - ถุงยาวใส่เสื่อ - ถุงใส่หมอน	

Story เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)	กก ไหล ผือ พืชท้องถิ่นที่มีมากมายทั้งในชุมชนและหนองดูน (หนองน้ำหมู่บ้าน) เดิมทีชาวบ้านนำมาทอเป็นเสื่อแบบง่ายๆ ไม่มีลวดลายเพื่อใช้ในครัวเรือน ต่อมาได้พัฒนาทอเป็นลวดลายไดโนเสาร์ ช้าง อักษรคำขวัญ และอื่นๆ ด้วยเทคนิคการเก็บขิดด้วยมือ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาความสามารถพิเศษของสมาชิกที่ต้องใช้ความเพียรในการเก็บขิด ทำให้การทอมีความประณีต ละเอียด แน่น และลายชัดกว่าการทอด้วยฟืมขิดสำเร็จ

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

 เสื่อกก	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... เทคนิค/ลาย..... วัสดุที่ใช้ .....กก..... เส้นยืน..... เส้นพุ่ง..... ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน/ผืน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....200..... บาท/ผืน ราคาขาย .....350..... บาท/ผืน
 หมอน	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... เทคนิค/ลาย..... วัสดุที่ใช้ ..... เส้นยืน..... เส้นพุ่ง..... ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน/ใบ ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....150..... บาท/ใบ ราคาขาย .....350..... บาท/ใบ
 สายแขน	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ....กำไลกก..... ☐ อื่นๆ ..... เทคนิค/ลาย..... วัสดุที่ใช้ ..... เส้นยืน..... เส้นพุ่ง..... ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน/อัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....40..... บาท/อัน ราคาขาย .....79..... บาท/อัน

 มู่ลี่	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... เทคนิค/ลาย..... วัสดุที่ใช้ .....กก..... เส้นยืน..... เส้นพุ่ง..... ใช้เวลาในการผลิต .....วัน/ผืน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....200..... บาท/ผืน ราคาขาย .....440..... บาท/ผืน อื่นๆ .....

 กรอบภาพ	✓ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) .....กรอบรูป..... ☐ อื่นๆ ..... เทคนิค/ลาย..... วัสดุที่ใช้ ..... เส้นยืน..... เส้นพุ่ง..... ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน/อัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....250..... บาท/อัน ราคาขาย .....400..... บาท/อัน อื่นๆ .....

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ (ไดโนเสาร์), มีความสามัคคีเข้มแข็ง ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: ผลิตช้าไม่ทันต่องานออเดอร์, แรงงานขาดความต่อเนื่อง ☐ โอกาส: มีหน่วยงานสนับสนุน, มีตลาดออนไลน์ มีลูกค้าประจำ ☐ ปัญหาอุปสรรค: กำลังผลิตไม่พอ, ขาดเครื่องทุ่นแรง
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) แปรรูปผลิตภัณฑ์ 2) บรรจุภัณฑ์ 3) โลโก้

สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) วัตถุดิบ เช่น เส้นกก 2) ใยสังเคราะห์ 3) สีย้อมกก ระบุ สีน้ำตาล 4) ลูกปัดไม้ เพื่อตกแต่งเครื่องประดับ
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	บ้านแพง จังหวัดมหาสารคาม
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) แปรรูป 2) การตลาด 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	1) ย้อมสีธรรมชาติ 2) การแปรรูปเป็นของใช้ ของตกแต่งบ้าน 3) การเรียนรู้ทักษะการสาน




ภาพที่ 3.9 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มทอเสื่อกกและแปรรูปกกบ้านหนองบัว

3.2.9 กลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่ เลขที่ 42/2 หมู่ที่ 16 บ้านหนองตากไห ตำบลสงเปลือย อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 085-7558253 ID Line: 085-7558253 Facebook: Tonglo Phonkla

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	สิ่งของเครื่องใช้
ผลิตภัณฑ์หลัก	ตะกร้าผอบทอง อื่นๆ เช่น กระติบข้าว มีหลายขนาด
ราคา	350 บาท
ช่องทางการขายหลัก	Line, มารับถึงที่ผลิต
กลุ่มลูกค้าหลัก	แม่ค้าพ่อค้า, ลูกค้าทั่วไป
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	30 อัน
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	150,000 บาท

มาตรฐานที่ได้รับ	ไม่มี
ชื่อแบรนด์	ไผ่ไร่ทอง
สโลแกน	ไผ่เนื้อดีสีทองคำ เลิศล้ำจักสาน
ตราสินค้า (โลโก้)	ออกแบบให้
ฉลาก/บรรจุภัณฑ์	แท็ก
Story เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)	งานหัตถกรรมไม้ไผ่ เป็นความภาคภูมิใจของคนอีสานที่ได้สืบทอดเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ถือว่าเป็น ต้นทุนทางปัญญา ทำให้คนอีสานมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตขึ้นใช้เอง และผลิตเพื่อการจำหน่ายเป็นรายได้ในครัวเรือน ซึ่ง **ไผ่ไร่ทอง** ได้นำไม้ไผ่ไร่ วัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น มาพัฒนาสร้างสรรค์โดยช่างฝีมือที่มีความชำนาญงานไม้ไผ่ ให้เป็นสิ่งของเครื่องใช้ที่มีลวดลายการสานเป็นเอกลักษณ์

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

 ตะกร้าผอบทอง ลูกเล็ก หน้า 4-6	☐ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ .....ไม้ไผ่ไร่ หวาย ฐานตะกร้า ตุติบ..... เทคนิค/ลาย.....หัน.....ข้างในลาย3 เกี้ยว..... ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน/อัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....200..... บาท/อัน ราคาขาย .....350..... บาท/อัน
 ตะกร้าผอบทอง ลูกกลาง หน้า 8-10	☐ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ .....ไม้ไผ่ไร่ หวาย ฐานตะกร้า ตุติบ..... เทคนิค/ลาย.....หัน ข้างในลาย3 เกี้ยว..... ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน/อัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....2500..... บาท/อัน ราคาขาย .....400..... บาท/อัน
 ตะกร้าผอบทอง แบบไม่มีฝา หน้า 10-12	☐ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ .....ไม้ไผ่ไร่ หวาย ฐานตะกร้า ตุติบ..... เทคนิค/ลาย.....หัน ช้างในลาย 3 เกี้ยว..... ใช้เวลาในการผลิต .....วัน/อัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย..... บาท/อัน ราคาขาย .....350..... บาท/อัน

 กระติบ	☐ สีเคมี ☐ ธรรมชาติ (ระบุ) ..... ☐ อื่นๆ ..... วัสดุที่ใช้ .....ไม้ไผ่ไร่ หวาย ฐานตะกร้า ตุติบ..... เทคนิค/ลาย.....2 และ 3 ข้างกระแต ข้างในลาย 3 ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน/อัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....100..... บาท/อัน ราคาขาย .....180..... บาท/อัน อื่นๆ .....

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: มีไม้ไผ่ในธรรมชาติเพียงพอ, มีสมาชิกมากกว่า 50 คน ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: รูปแบบผลิตภัณฑ์, ลวดลาย, ขาดเครื่องมืออุปกรณ์ในการผลิต, กลุ่มไม่มีชื่อเสียง ☐ โอกาส: มีหน่วยงานสนับสนุน ☐ ปัญหาอุปสรรค: ขาดตลาด, พ่อค้าคนกลางกดราคา
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ 2) เครื่องมือ อุปกรณ์ ในการผลิต, เครื่องเหลาและจักเส้นตอก
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) งบประมาณไม่พอ 2) สีย้อมไม้ แล็คเกอร์เงา 3) เครื่องเหลา เครื่องจักตอก 4) เลื่อยตัดไม้ 5) หวาย 6) ไม้ไผ่ไร่
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	ลาว
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) รูปทรงใหม่ 2) แบบตัวลาย 3) การตลาด
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	1) ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ 2) เครื่องทุ่นแรง



ภาพที่ 3.10 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่

3.2.10 กลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง เลขที่ 222 หมู่ที่ 8 บ้านโนนสูง ตำบลโนนสูง อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์โทรศัพท์ 094-0409615 ID Line: 094-0409615 Facebook ชยุต ศรีกิตติลาภ

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	
ผลิตภัณฑ์หลัก	ถ่านอัดแท่ง
ราคา	กิโลกรัมละ 8 บาท
ช่องทางการขายหลัก	ร้านขายปลีกทั่วไป, รับตามออเดอร์
กลุ่มลูกค้าหลัก	ร้านหมูกระทะ, ร้านขายปิ้งย่าง
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	25 ตัน / เดือน
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	240,000 บาท / ปี
มาตรฐานที่ได้รับ	ไม่มี
ชื่อแบรนด์	นิศา ชาร์โคล Nisa Charcoal
สโลแกน	ธรรมชาติบำบัด ขจัดกลิ่นกาย สบายผิว
ตราสินค้า (โลโก้)	ตัวหนังสือ
ฉลาก/บรรจุภัณฑ์	สติ๊กเกอร์ กล่อง
Story เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)	เศษผงจากที่ชาวบ้านเผาที่เหลือใช้จึงนำมาคิดจากโครงการพระราชดำริ ในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ราชกาลที่ 9 จึงนำมาคิดที่จะผลิตถ่านจากของที่เหลือใช้ในหมู่บ้าน ถ่านไม้ไผ่ (Bamboo Charcoal) เป็นถ่านที่ได้จากการเผาไหม้ในอุณหภูมิสูงกว่า 1,000 องศาเซลเซียส มีความบริสุทธิ์ของธาตุคาร์บอนสูง จึงมีคุณสมบัติเด่นช่วยดูดซับกลิ่น ความอับชื้น และขับสารเคมีตามผิวหนัง ผิวหนังจึงสะอาด ปราศจากสิว

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

 ถ่านอัดแท่ง	วัสดุที่ใช้ .....ถ่านไม้รวม..... ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย..... บาท ราคาขาย ....30-100..... บาท บดลงถาดลอง ผสมแป้งมัน + น้ำ +ถ่าน บดละเอียด อัดเป็นแท่ง ตากแดดธรรมดา 3 วัน ต้อบ3-4 วัน

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: หาถ่านในพื้นที่ได้ง่าย, มีอาคารสถานที่ชัดเจน ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: ยังไม่ได้มาตรฐาน การรับรอง, ขาดฉลาก และบรรจุภัณฑ์, ขาดการแปรรูป ☐ โอกาส: มีหน่วยงานรัฐให้การสนับสนุน ☐ ปัญหาอุปสรรค: ขาดอุปกรณ์ เช่น ตู้อบ, ขาดการตลาด
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) เป็นเครื่องสำอางฟอกหน้า 2) สบู่ 3) แชมพู
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) ห้องอบผลิตภัณฑ์ 2) ตะแกรงใส่ถ่านตอนอบ 3) รถเข็น 4) กระสอบใส่ถ่าน
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	แหล่งแปรรูปผลิตภัณฑ์จากถ่าน
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) การตลาดออนไลน์ 2) เทคนิคการขาย
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากถ่าน




ภาพที่ 3.11 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง

3.2.11 กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา เลขที่ 106 หมู่ที่ 7 บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์โทรศัพท์ 098-1052445, 062-1957668, 093-9625055 ID Line: jyft5055 Facebook: หมู่บ้านท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเสมา

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	สิ่งของเครื่องใช้, ของฝาก ของที่ระลึก	
ผลิตภัณฑ์หลัก	ธุง เช่น ธุงสาย ธุงพวง ต่างหู ปิ่นปักผม พัด เข็มกลัด กระเป๋าผ้า ร่ม โคมไฟ และผลิตภัณฑ์เครื่องประดับธุงอื่นๆ	
ราคา	เริ่มต้น 50 บาท ถึง 2,000 บาท	
ช่องทางการขายหลัก	Facebook, line	
กลุ่มลูกค้าหลัก	กลุ่มหน่วยงานราชการ, ลูกค้าทั่วไป	
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	1,000 ชิ้น/เดือน	
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	100,000 บาท/ปี	
มาตรฐานที่ได้รับ	ไม่มี	
ชื่อแบรนด์	ธุงมงคล เสมายาคู	
สโลแกน	เมืองฟ้าแดดสงยาง ดินแดนแห่งทะเลธุง	
ตราสินค้า (โลโก้)	ธุง, พระธาตุ, เสมา	
ฉลาก/บรรจุภัณฑ์ 	-  - ต้องการกล่อง ธุงขนาดเล็ก ขนาดใหญ่	
Story **เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)**	**ชุมชนเสมา** มีโบราณสถานสมัยทวารวดี ราวพุทธศตวรรษที่ 13-15 เป็นที่เคารพนับถือของชุมชน คือ พระธาตุยาคู เดิมเรียกว่า “พระธาตุใหญ่” เพื่อเป็นสิริมงคล ชาวบ้านจะนำธุงใยแมงมุมไปสักการะ จึงมีแนวคิดจัดตั้งชุมชนวิสาหกิจเกี่ยวกับธุง เพื่อนำไปสักการะพระธาตุยาคูและจำหน่ายเป็นของฝากของที่ระลึก เพื่อสืบทอดและสืบสานการใช้ธุงจากรากฐานการนำมาใช้ในทางศาสนา **ธุงใย ธุงใยมุม ธุงใยแมงมุม** เป็นธุงชนิดหนึ่งทำด้วยเส้นฝ้ายย้อมสีและไม้ไผ่ โดยเหลาไม้ไผ่เป็นซี่เล็กๆ ไขว้กากบาทกัน แล้วใช้เส้นฝ้ายสีพันสานกันเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสหรือหกเหลี่ยม จากศูนย์กลางออกมาเรื่อยๆ เป็นแถบสีสลับกันเป็นชั้นๆ ขนาดของธุงจะใหญ่ เล็ก ต่างกัน แล้วนำธุงมาต่อกันเป็นผืนยาวทิ้งชายห้อย ให้แกว่งปลิวไปตามลม	

Story **เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)**	คนอีสานนิยมทำธุงถวายเป็นเครื่องบูชา เชื่อว่า ธุง เป็นสัญลักษณ์ว่า มีการทำบุญ เป็นการบอกกล่าวบวงสรวงเทพยดา เชื่อว่า ธุง เป็นเครื่องหมายชัยชนะ เมื่อเวลามีการจัดงานบุญ พญามารจะไม่มารบกวน เชื่อว่า ธุง ใช้ป้องกันมารผจญ หรือสิ่งไม่ดี สิ่งที่มองไม่เห็น วิญญาณต่างๆ ที่จะมารบกวนงานบุญ หากเห็นธุงแล้วจะถอยออกไป เชื่อว่า ถ้ายกธุงขึ้นแล้วจะชนะมาร พญามาร จะไม่มาเข้าใกล้ มารมาผจญเมื่อเวลาจัดงาน (เมาเหล้า มีเรื่องมีราว) เชื่อว่า การถวายธุง เป็นการสร้างบุญกุศล เมื่อถวายธุงแล้วจะได้บุญ จะได้เกาะชายผ้าธุงขึ้นสวรรค์ และอุทิศกุศลผลบุญให้กับผู้ที่ล่วงลับไปแล้ว เชื่อว่า ทานธุงในชาตินี้เพื่ออานิสงส์ในชาติหน้า เชื่อว่า ถวายธุงช่วงสงกรานต์ จะได้บุญ ได้ความร่มเย็นเป็นสุข (ความเชื่อเกี่ยวกับธุงเป็นความเชื่อส่วนบุคคล อาจไม่เหมือนกัน)

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

 ปิ่นปักผม	วัสดุที่ใช้ ไหมพรม ฝ้าย/ด้ายสีต่างๆ ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....30..... บาท ราคาขาย .....50-100..... บาท อื่นๆ .....
 ต่างหู	วัสดุที่ใช้ ไหมพรม ฝ้าย/ด้ายสีต่างๆ ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....30..... บาท ราคาขาย .....50-120..... บาท อื่นๆ .....
 กล่องธุง	วัสดุที่ใช้ ไหมพรม ฝ้าย/ด้ายสีต่างๆ ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....60..... บาท ราคาขาย .....100..... บาท อื่นๆ .....

 พัด	วัสดุที่ใช้ ไหมพรม ฝ้าย/ด้ายสีต่างๆ ใช้เวลาในการผลิต .....1.....วัน ต้นทุนการผลิตเฉลี่ย.....30..... บาท ราคาขาย .....50-99..... บาท อื่นๆ .....





ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: ธุงมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว, กลุ่มมีความแข็งแรง สามัคคี, มีการจัดการที่ดี ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: ขาดเครื่องมือ อุปกรณ์การผลิต, ขาดตลาดรองรับ, ขาดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับยุคสมัย ☐ โอกาส: มีหน่วยงานสนับสนุน ☐ ปัญหาอุปสรรค: ความคงทน แข็งแรง คงทนของสี, การพันกันของธุง ยุ่งเหยิงขณะใช้งาน
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) บรรจุภัณฑ์ 2) โลโก้ 3) คุณภาพผลิตภัณฑ์
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) หลา สำหรับปั่นหลอดด้าย 2) เครื่องเหลาไม้ไผ่ และมีด 3) เลื่อยตัดไม้ไผ่ (ไฟฟ้า) 4) วัสดุผลิต (ด้าย, ผ้าลดโลกร้อนลาย 2, ไหมพรม, ไหมประดิษฐ์, ลูกปัด)
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	สกลนคร, มุกดาหาร
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ 2) กระบวนการผลิตและจำหน่ายสินค้า 3) ตลาด

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	1) เครื่องทุ่นแรง เช่น เครื่องผ่าและเครื่องเหลาสี่เหลี่ยม, เครื่องเหลากลม, เครื่องกลึง / เครื่องเจาะ/อุปกรณ์ทำลูกยืด, หลาไฟฟ้า ใช้สำหรับปั่นด้าย /กรอด้าย เครื่องกรอด้ายใช้เวิร์นจักร กาฬสินธุ์ 2) ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ประเภท ของฝากของที่ระลึก/เครื่องประดับ




ภาพที่ 3.12 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา

3.2.12 กลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์ เลขที่ 227 หมู่ที่ 2 เทศบาลตำบลนาจารย์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 087-2158459, 080-0332622 ID Line: 080-0332622 Facebook: กลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์ สมาชิกกลุ่ม จำนวน 20 คน

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	อาหาร
ผลิตภัณฑ์หลัก	หมูทุบอบไฟธรรมชาติ อื่นๆ เช่น เนื้อทุบอบไฟธรรมชาติ, หมูเค็มไร้มัน, ปลาร้าบองสมุนไพร, หนังหมูกรอบไร้มัน
ราคา	ขนาดเล็ก 60 ขนาดใหญ่ 120
ช่องทางการขายหลัก	ส่งร้านค้า, ขายปลีก
กลุ่มลูกค้าหลัก	ลูกค้าทั่วไป
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	500 กล่อง
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	1,500,000 บาท / ปี
มาตรฐานที่ได้รับ	อย., มผช., GMP
ชื่อแบรนด์	นาจารย์
สโลแกน	ไร้มัน กรอบ อร่อย
ตราสินค้า (โลโก้) 	ใช้โลโก้เดิม

ฉลาก/บรรจุภัณฑ์	 
Story **เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)**	ประวัติการแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์ เดิมกลุ่มแปรรูปเนื้อสัตว์โดยนางอัจฉรา เดชพรรณนา อดีตกำนันตำบลนาจารย์ ได้ส่งเสริมกลุ่มทอผ้าและกลุ่มเลี้ยงสุกร ซึ่งเป็นการประกอบอาชีพของชุมชน ด้วยราคาสุกรตกต่ำ จึงคิดพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาส โดยการหันมาใช้ภูมิปัญญาในการทำเนื้อแดดเดียวที่สามารถเก็บไว้รับประทานนานๆ จึงได้ประสานกับสำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบทเพื่อส่งเสริมอาชีพโครงการพระราชดำริฯ จำนวน 23,000 บาท ในการจัดอบรมหลักสูตรการแปรรูปเนื้อสัตว์ มีสมาชิกเข้าร่วมจำนวน 30 คน กลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์จึงเกิดขึ้นมาเมื่อวันที่ 11 ตุลาคม 2544 ซึ่งปัจจุบันนางอัจฉรา เดชพรรณนา เป็นประธานกลุ่ม สถานที่ตั้งอยู่ที่ตลาดสดเทศบาลนาจารย์ โดยทางเทศบาลได้ให้ความอนุเคราะห์จัดตั้งอาคาร เป็นจุดผลิตและจำหน่ายสินค้า OTOP ของตำบลนาจารย์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์สมัยก่อนการถนอมอาหารมักจะทำกินแบบง่ายๆ โดยการแล่เนื้อให้มีความยาวประมาณ 5-6 นิ้ว และมีความหนาประมาณ 1 เซนติเมตร นำมาปรุงรสและหมักให้เข้าที่ จากนั้นนำไปผึ่งแดดและตากให้แห้ง สามารถเก็บไว้รับประทานได้นาน แต่มักจะมีปัญหาและอุปสรรคในการรับประทาน เพราะเนื้อที่นำมารับประทานนั้นมีความแข็งและเหนียวมาก ด้วยนวัตกรรมยุคใหม่และการเข้ามามีบทบาทของส่วนราชการ ทำให้ได้มีการเรียนรู้ที่จะทำอาหารให้เกิดความอร่อย นุ่ม และน่ารับประทานมากยิ่งขึ้น โดยใช้กระบวนการในการนำเนื้อมาทุบ เพื่อให้เกิดความอ่อนนุ่ม และเข้าถึงรสชาติของอาหารมากยิ่งขึ้น จึงทำให้เป็นที่นิยมของผู้บริโภคมาจนทุกวันนี้

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

 หมูทุบ	**ส่วนประกอบสำคัญโดยประมาณ** 1. หมูเนื้อแดง 80% 2. เกลือ 5% 3 ซีอิ้วขาว 5% 4. น้ำตาลทรายขาว 10% ☐ ไม่เจือสี (No Colors) ☐ ไม่ใส่วัตถุกันเสีย (No Preservatives) **วิธีการเก็บรักษา** ควรเก็บไว้ในที่เย็น **มาตรฐานรับรอง** ☐ อย. เลขที่ 46-2-01860-6-0001 ☐ มผช. เลขที่ 97/2553 **น้ำหนักสุทธิ** .....80..... กรัม **ราคา** .....60.... บาท



หมูทุบ

ส่วนประกอบสำคัญโดยประมาณ
1. หมูเนื้อแดง 80% 2. เกลือ 5%
3 ซีอิ้วขาว 5% 4. น้ำตาลทรายขาว 10%
☐ ไม่เจือสี (No Colors)
☐ ไม่ใส่วัตถุกันเสีย (No Preservatives)
วิธีการเก็บรักษา ควรเก็บไว้ในที่เย็น
มาตรฐานรับรอง
☐ อย. เลขที่ 46-2-01860-6-0001
☐ มผช. เลขที่ 97/2553
น้ำหนักสุทธิ .....160.... กรัม **ราคา** .....120..... บาท



หมูเค็มไร้มัน

ส่วนประกอบสำคัญโดยประมาณ
1. หมูสามชั้น 80% 2. เกลือ 6%
3 ซีอิ้วขาว 4% 4. น้ำตาลทรายขาว 10%
☐ ไม่เจือสี (No Colors)
☐ ไม่ใส่วัตถุกันเสีย (No Preservatives)
วิธีการเก็บรักษา ควรเก็บไว้ในที่เย็น
มาตรฐานรับรอง
☐ อย. เลขที่ 46-2-01860-6-0006
☐ มผช. เลขที่ 85/2546
น้ำหนักสุทธิ .....200.... กรัม **ราคา** ....120..... บาท



หนังหมูกรอบ

ส่วนประกอบสำคัญโดยประมาณ
1. หนังหมูสามชั้น 95% 2. น้ำปลา 1%
3 ซีอิ้วขาว 2.5% 4. น้ำตาลทรายขาว 1%
5. เกลือ 0.5%
☐ ไม่เจือสี (No Colors)
☐ ไม่ใส่วัตถุกันเสีย (No Preservatives)
วิธีการเก็บรักษา ควรเก็บไว้ในที่เย็น
มาตรฐานรับรอง
☐ อย. เลขที่ 46-2-01860-6-0007
☐ มผช. เลขที่ 132/2546
น้ำหนักสุทธิ .....100..... กรัม **ราคา** .....60..... บาท

  ปลาร้าบองสมุนไพร	**ส่วนประกอบสำคัญโดยประมาณ** 1. ปลาร้าสุก 30.86% 2. หอมแดงป่น 30.86% 3. กระเทียมป่น 30.86% 4. พริกป่น 2.47% 5. งาป่น 1.54% 6. ข่าป่น 2.47% 7. ใบมะกรูด 0.93% ☐ ไม่เจือสี (No Colors) ☐ ไม่ใส่วัตถุกันเสีย (No Preservatives) **วิธีการเก็บรักษา** ควรเก็บไว้ในที่เย็น **มาตรฐานรับรอง** ☐ อย. เลขที่ 46-2-01860-6-0004 ☐ มผช. เลขที่ **น้ำหนักสุทธิ** .....400.... กรัม **ราคา** .....50..... บาท **น้ำหนักสุทธิ** .....90.... กรัม **ราคา** .....15..... บาท

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: อบด้วยเตาถ่าน ไฟธรรมชาติ มีกลิ่นหอมธรรมชาติ ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: สมาชิกขาดไปทำกิจกรรมของตนเอง เช่น ทำไร่ทำนา เมื่อมีออเดอร์มักจะประสบปัญหาการผลิต ทำได้น้อย ☐ โอกาส: มีแหล่งจำหน่ายชัดเจน เช่น กาฬสินธุ์พลาซ่า เอ๋แหนมเนือง ตลาดเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์ ฯลฯ ☐ ปัญหาอุปสรรค: กำลังการผลิต
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) ขยายตัวสินค้า (ผลิตภัณฑ์ใหม่) 2) บรรจุภัณฑ์ แบบเปิดฝากระป๋อง
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) เครื่องทุบเนื้อหมู → สามารถเคลื่อนย้ายได้สะดวก เผื่อนำไปโชว์ตามงานแสดงสินค้า 2) เครื่องสไลด์เนื้อ 3) เครื่องแช่แข็ง
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	จังหวัดร้อยเอ็ด
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) น้ำพริกแจ่วบองหมูทุบ
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	1) คั่วกลิ้งหมูทุบ/หมูเค็ม 2) บรรจุภัณฑ์





ภาพที่ 3.13 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์

3.2.13 วิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวเหนียวเขาวงตำบลหนองผือ เลขที่ 91/1 หมู่ที่ 1 บ้านหนองผือ ตำบลหนองผือ อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 092-9874111

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	อาหาร	
ผลิตภัณฑ์หลัก	ข้าวเหนียวเขาวง (ขายเมล็ดพันธุ์ มะลิ 105)	
ราคา		
ช่องทางการขายหลัก	Line, เครือข่าย, ร้านขายปลีก	
กลุ่มลูกค้าหลัก	ร้านขายปลีก	
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน		
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	5,720,000 บาท/ปี	
มาตรฐานที่ได้รับ	GAP	
ชื่อแบรนด์	เมล็ดพันธุ์ข้าวเขาวง → เขาวง	
สโลแกน	แซบเผิ้ง มีคุณค่าทางอาหาร	
ตราสินค้า (โลโก้) ฉลาก/บรรจุภัณฑ์		

Story เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)	จากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นแหล่งที่มีดินและสภาพอากาศเป็นเลิศ เหมาะสำหรับการปลูกข้าวพันธุ์ดี คุณภาพเยี่ยม มีความอ่อน หอม นุ่ม อุดมด้วยคุณค่าทางอาหารที่ดีต่อสุขภาพ การประกวดติดอันดับ 2 ของประเทศปี 2562 ติดระดับ 1-3 ระดับจังหวัด ประเภทข้าวมีคุณภาพ

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

 เมล็ดพันธุ์ข้าวเขาวง	**เมล็ดพันธุ์ข้าวเขาวง** **มาตรฐานรับรอง** ☐ อย. เลขที่ ..... ☐ มผช. เลขที่ ..... ☐ อื่นๆ ระบุ/เลขที่ ..... GAP..... **ควบคุมโดย** กรมการข้าวและกรมส่งเสริมการเกษตร **น้ำหนักสุทธิ** ..... กรัม **ราคา** ..... 500..... บาท **วัน เดือน ปีที่ผลิต/บรรจุ** MFG : ..... **วันหมดอายุ** EXP **:** ..... อื่นๆ .....ข้าวมะลิ 650 บาท.....

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: คุณภาพดีเป็นที่ยอมรับ มีมาตรฐาน, กลุ่มมีความเข้มแข็งในการทำงาน ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: ขาดการตลาด, ขาดแรงงานภาคการเกษตร ☐ โอกาส: แหล่งงานภาครัฐให้การสนับสนุน ☐ ปัญหาอุปสรรค: ฤดูกาล, แหล่งน้ำ อยู่ห่างเขตชลประทาน
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) ..... 2) .....
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) เครื่องคัดแยกเมล็ดพันธุ์ข้าว 2) บรรจุภัณฑ์ (กระสอบใส่ข้าว)
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	ศรีสะเกษ
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	น้ำจมูกข้าวกล้อง




ภาพที่ 3.14 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ วิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวเหนียวเขาวงตำบลหนองผือ

3.2.14 กลุ่มเกษตรอินทรีย์ชาวนาบ้านนอก เลขที่ 262 หมู่ที่ 9 บ้านท่างาม ตำบลอุ่มเม่า อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ 46120 Tel. 086-2256229, 087-4436007 ID Line: BAI6229 Facebook: ชาวนา บ้านนอก ชาวนาของพระราชา ทองใบ ไชยสิงห์ เพจ: ชาวนา บ้านนอก ข้าวธรรมชาติเพื่อสุขภาพ

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	อาหาร	
ผลิตภัณฑ์หลัก	ข้าวปลอดสารพิษ อื่นๆ เช่น ข้าวกล้องน้ำนมหอมมะลิ 105 ข้าวกล้องไรซ์เบอรี่ ข้าวกล้องข้าวเหนียวดำ ผงจมูกข้าวกล้อง น้ำส้มสายชูหมักจากข้าวเหนียวดำ	
ราคา	กิโลกรัมละ 80 บาท	
ช่องทางการขายหลัก	Facebook	
กลุ่มลูกค้าหลัก	กลุ่มคนรักสุขภาพ	
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	200-300 กิโลกรัม/เดือน	
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	150,000 -200,000 บาท/ปี	
มาตรฐานที่ได้รับ	มาตรฐานอินทรีย์ EU, USDA, มกท.	
ชื่อแบรนด์	ชาวนา บ้านนอก	
สโลแกน	ปลูกด้วยใจ ให้ด้วยรัก – ขายข้าว ทำด้วยใจ ให้ด้วยรัก – ข้าวแปรรูป	

ตราสินค้า (โลโก้)	ปรับปรุงจากโลโก้เดิม
ฉลาก/บรรจุภัณฑ์	ซองฟรอย สติ๊กเกอร์
Story เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)	จมูกข้าวน้ำนมเขียวกาฬสินธุ์ เป็นส่วนที่อุดมสมบูรณ์ด้วยคุณค่าทางอาหารที่สุดของเมล็ดข้าว มีวิตามินและแร่ธาตุที่ให้คุณแก่ร่างกาย โดยเฉพาะโปรตีน ธาตุเหล็ก วิตามินบีรวม และใยอาหาร โอเมก้า 3 6 9 มีประโยชน์ต่อการพัฒนาสมองของคนทุกเพศทุกวัย

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

  ข้าวกล้องปลอดสารพิษ	**ข้าวน้ำนมเขียวกาฬสินธุ์** **มาตรฐานรับรอง** ☐ อย. เลขที่ ..... ☐ EU. เลขที่ ..... ☐ USDA. เลขที่ ..... ☐ มผช. เลขที่ ..... ☐ อื่นๆ ระบุ/เลขที่ ..... มกท. เลขที่ ..... **ควบคุมโดย** กรมการข้าวและกรมส่งเสริมการเกษตร **น้ำหนักสุทธิ** ..... กรัม **ราคา** ..... บาท

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: ปลอดสารพิษ, มีมาตรฐาน ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: ขาดการตลาด, ขาดแรงงาน ☐ โอกาส: ภาครัฐให้การสนับสนุน ☐ ปัญหาอุปสรรค: ฤดูกาล, แหล่งน้ำ
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) ผงจมูกข้าวที่แพ็คเป็นซองสำหรับชง 1 แก้ว 2) บรรจุภัณฑ์ผงจมูกข้าวที่แพ็คเป็นซอง 3) เวชสำอางจากผลจมูกข้าว 4) พัฒนาผงจมูกข้าวผสมธัญพืช
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) เครื่องบดแห้งขนาดกลางที่มีประสิทธิภาพการบดที่ใช้เวลาน้อย 2) ซองบรรจุผงจมูกข้าว 3) เครื่องบรรจุผงจมูกข้าว 4) เครื่องอบ คั่วจมูกข้าว
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	อำนาจเจริญ, ศรีสะเกษ, สุรินทร์
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) การทำผงจมูกข้าวให้เก็บรักษาไว้ได้นาน ยืดอายุการเก็บรักษา 2) การทำจมูกข้าวผสมธัญพืชต่างๆ สูตรการผสม 3) การอบหรือการคั่วจมูกข้าวในอุณหภูมิที่พอเหมาะ

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ผงจมูกข้าวน้ำนม




ภาพที่ 3.15 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ชาวนา บ้านนอก

3.2.15 วิสาหกิจชุมชนข้าวงอกฮางกล้อง เลขที่ 122 หมู่ที่ 1 บ้านจาน ตำบลโนนนาจาน อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 099-7032169 ID Line: 099-7032169 Facebook ข้าวกล้องฮางงอกเกษตรบ้านจาน

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	อาหาร	
ผลิตภัณฑ์หลัก	ข้าวงอกฮางกล้อง อื่นๆ เช่น ข้าวไรซ์เบอรี่ ข้าวกล้องมะลิ 105 ข้าวก่ำเหนียว ข้าวสารขาวมะลิ 105	
ราคา	กิโลกรัมละ 60 บาท	
ช่องทางการขายหลัก	โรงพยาบาลเขาวง	
กลุ่มลูกค้าหลัก	ลูกค้าทั่วไป	
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	500 กิโลกรัม	
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	300,000 บาท/ปี	
มาตรฐานที่ได้รับ	GAP, OTOP 5 ดาว	
ชื่อแบรนด์	ไดโนไรซ์	
สโลแกน	เปี่ยมคุณค่า ดีต่อสุขภาพ	
ตราสินค้า (โลโก้) ฉลาก/บรรจุภัณฑ์	 	

Story เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)	จากผืนดินที่อุดมสมบูรณ์ด้วยแร่ธาตุสายธารลาวาภูเขาไฟยุคโบราณผ่านกระบวนการเพาะงอกที่ควบคุมคุณภาพทุกขั้นตอน ทำให้มีสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ เช่นทอริชานอล กรดฟอรุลิก กรดแกรบมาแอมิโพบิวทริก (CABA) มีประโยชน์ต่อการช่วยบำรุงระบบประสาทตาพิการต่อต้านมะเร็ง คล้ายความวิตกกังวลช่วยในการขับสารต่างๆและกระตุ้นฮอร์โมนการเจริญเติบโตข้าวนาดูไดโนโรพ์จึงดีต่อสุขภาพที่ต้องบอกต่อ

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

 ข้าวงอกฮางกล้อง	**คำแนะนำ** ..... **มาตรฐานรับรอง** ☐ อย. เลขที่ ..... ☐ มผช. เลขที่ ..... ☐ อื่นๆ ระบุ/เลขที่ .....GAP..... **ควบคุมโดย** ..... **น้ำหนักสุทธิ** .....1..... กรัม **ราคา** .....60..... บาท **วัน เดือน ปีที่ผลิต/บรรจุ** MFG : ..... **วันหมดอายุ** EXP : .....อื่นๆ .....

 ข้าวไรซ์เบอรี่	**คำแนะนำ** ..... **มาตรฐานรับรอง** ☐ อย. เลขที่ ..... ☐ มผช. เลขที่ ..... ☐ อื่นๆ ระบุ/เลขที่ .....GAP..... **ควบคุมโดย** ..... **น้ำหนักสุทธิ** .....1..... กรัม **ราคา** .....70..... บาท **วัน เดือน ปีที่ผลิต/บรรจุ** MFG : .....

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: อาหารเพื่อสุขภาพ, มีแหล่งดินที่อุดมสมบูรณ์ด้วยแร่ธาตุ, ผลิตแบบโบราณจากนาดำ ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: หาตลาดยาก, บรรจุภัณฑ์ยังไม่ทันสมัย ☐ โอกาส: สามารถแปรรูปได้หลากหลาย, ทีมงานมีความพร้อมต่อการพัฒนา ☐ ปัญหาอุปสรรค: ขาดเทคนิคในการผลิตขั้นสูง
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) แปรรูปข้าว

สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) เครื่องอัดสุญญากาศ 2) ถุงบรรจุภัณฑ์ 1 กิโลกรัม และ ครึ่งกิโลกรัม 3) เครื่องบดแป้งอย่างละเอียด
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	ไปที่ไหนก็ได้ที่เกี่ยวกับการทำข้าว
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) แปรรูปข้าวให้เป็นซีเรี่ยว 2) ทำขนมต่างๆ ที่เก็บไว้ได้นาน ไม่เป็นขนมเปียก
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	1) แปรรูปข้าว (ข้าวเกรียบ) ไดโนไรซ์ 2) แปรรูปข้าว (สบู่ข้าวกล้อง) ไดโนไรซ์





ภาพที่ 3.16 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ วิสาหกิจชุมชนข้าวงอกฮางกล้อง

3.2.16 กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP แจ่วบองแม่มหา เลขที่ 2 หมู่ที่ 4 บ้านยางอุ้ม ตำบลยางอุ้ม อำเภอท่าคันโท จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 082-2015049 ID Line: 082-2015049 Facebook ราตรี นามชาลี สมาชิกกลุ่ม จำนวน 6 คน

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	อาหาร
ผลิตภัณฑ์หลัก	แจ่วบองสมุนไพรแม่มหา ปลาร้าทรงเครื่อง
ราคา	กระปุกเล็ก 10 บาท, กระปุกใหญ่ 50 บาท
ช่องทางการขายหลัก	Facebook, ตามออเดอร์
กลุ่มลูกค้าหลัก	ลูกค้าทั่วไป
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	200 กิโลกรัม/เดือน
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	

มาตรฐานที่ได้รับ	ยังไม่มี
ชื่อแบรนด์	แจ่วบองแม่มหา
สโลแกน	รสเด็ด เผ็ดอร่อย
ตราสินค้า (โลโก้)	
ฉลาก/บรรจุภัณฑ์	
Story **เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)**	ปลาร้าเป็นการถนอมปลาโดยการหมัก ให้คุณค่าด้านสารอาหารประเภทโปรตีน ไขมัน เกลือแร่ ค่อนข้างสูง สามารถนำไปปรุงอาหารได้หลายชนิด ตั้งแต่ น้ำพริก หลน ทอด นึ่ง เผา แล้วแต่ขนาดของปลาร้า เพื่อให้ผู้บริโภคลิ้มรสความอร่อยของปลาร้าเมนูใหม่ แม่มหา จึงได้พัฒนาสูตร **ปลาร้าน้ำพริกเผา และคั่วกลิ้งปลาย่าง** ความอร่อยที่ลงตัว

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

  แจ่วบอง	**ส่วนประกอบสำคัญโดยประมาณ** 1. เนื้อปลาร้า 60% 2. เครื่องสมุนไพร 40% ☐ ไม่เจือสี (No Colors) ☐ ไม่ใช้วัตถุกันเสีย (No Preservatives) **มาตรฐานรับรอง** ☐ อย. เลขที่ ..... ☐ มผช. เลขที่ ..... ☐ อื่นๆ ระบุ/เลขที่ ..... **น้ำหนักสุทธิ** ...7.5..... กรัม **ราคา** .....10..... บาท **น้ำหนักสุทธิ** .....40..... กรัม **ราคา** .....50..... บาท

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: ใช้ปลานิลจากลำน้ำปาว ซึ่งเป็นเขื่อนเก็บน้ำจังหวัดกาฬสินธุ์ ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: กลุ่มยังไม่เข้มแข็ง การตลาดยังไม่ชัดเจน ขาดแหล่งจำหน่ายที่แน่นอน ส่วนใหญ่ทำตามคำสั่งซื้อ ☐ โอกาส: หน่วยงานสนับสนุน (พช.) ถือว่าเป็นโอกาสที่ดีมากๆ ในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ☐ ปัญหาอุปสรรค: ขาดเครื่องมืออุปกรณ์ช่วยในการผลิต
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) อยากพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ 2) มาตรฐานรับรอง 3) โลโก้ และบรรจุภัณฑ์
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) อุปกรณ์การผลิต + ภาชนะที่ใช้ในการประกอบ 2) บรรจุภัณฑ์/ถุงพลาสติก 3) เครื่องปั้มบรรจุภัณฑ์แบบเปิดสะดวก 4) เครื่องปั่น 5) เครื่องอบ
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	แม่หวาปลาร้าบอง จังหวัดร้อยเอ็ด
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) การจัดเก็บ 2) การทำผลิตภัณฑ์เพิ่ม (ต่อยอด)
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	1) พัฒนากระบวนการผลิต และบรรจุภัณฑ์ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่ม (ต่อยอด)



ภาพที่ 3.17 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP แจ่วบองแม่มหา

3.2.17 กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม เลขที่ 32 หมู่ที่ 8 บ้านมิตรหนองเรือง ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 095-2481560 ID Line: 095-2481560 Facebook: ปลาร้าบองสมุนไพร by แม่บุญร่วม

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	อาหาร
ผลิตภัณฑ์หลัก	ปลาร้าบองสมุนไพรสุก
ราคา	กระปุกเล็ก 30 บาท, กระปุกใหญ่ 100 บาท
ช่องทางการขายหลัก	Facebook, ร้านขายปลีก, ตามออเดอร์
กลุ่มลูกค้าหลัก	ลูกค้าทั่วไป
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	100 กิโลกรัม/เดือน
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	100,000 บาท/ปี
มาตรฐานที่ได้รับ	ยังไม่ได้ขอ อย.
ชื่อแบรนด์	แม่บุญร่วม
สโลแกน	เลอค่า ปลาร้าสมุนไพร
ตราสินค้า (โลโก้)	รูปถ่ายแม่บุญร่วม (กราฟิก) 
ฉลาก/บรรจุภัณฑ์	ฉลาก ขนาด 4.5 cm. X 8 cm. โทนสีเขียวคล้ายแบบเดิม บรรจุภัณฑ์ อยากได้แบบเดิม (มีหูหิ้ว) ใส่โลโก้ พช. 4S มมส. OTOP และ กศน. 
Story เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)	ปลาร้าเป็นการถนอมปลาโดยการหมัก ให้คุณค่าด้านสารอาหารประเภทโปรตีน ไขมัน เกลือแร่ ค่อนข้างสูง สามารถนำไปปรุงอาหารได้หลายชนิด ตั้งแต่ น้ำพริก หลน ทอด นึ่ง เผา แล้วแต่ขนาดของปลาร้า ซึ่ง แม่บุญร่วม ได้พัฒนาสูตรจนลงตัว เป็น **ปลาร้าคั่วกลิ้ง สมุนไพร ไขมันต่ำ และ ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว** เพื่อให้ผู้บริโภคลิ้มรสความอร่อยแบบไร้กังวลเรื่องไขมัน

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม





แจ่วบอง

ส่วนประกอบสำคัญโดยประมาณ
1. เนื้อปลานิล 60%
2. เครื่องสมุนไพร 40%

☐ ไม่เจือสี (No Colors)
☐ ไม่ใช้วัตถุกันเสีย (No Preservatives)

มาตรฐานรับรอง ☐ อย. เลขที่ .....
☐ มผช. เลขที่ .....
☐ อื่นๆ ระบุ/เลขที่ .....
ยังไม่มี อยู่ในระหว่างดำเนินการ

น้ำหนักสุทธิ .....150..... กรัม **ราคา** .....35..... บาท
น้ำหนักสุทธิ .....500... กรัม **ราคา** .....100.... บาท

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: สุก สะอาด สมุนไพร สดเสมอ ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: การตลาดยังไม่ชัดเจน ขาดแหล่งจำหน่ายที่แน่นอน ส่วนใหญ่ทำตามคำสั่งซื้อ ☐ โอกาส: หน่วยงานสนับสนุน (พช.) ถือว่าเป็นโอกาสที่ดีมากๆ ในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ☐ ปัญหาอุปสรรค: ขาดเครื่องมืออุปกรณ์ช่วยในการผลิต
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) อยากมีเครื่องบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน 2) อยากพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นแบบอบแห้ง 3) อยากได้รับการรับรอง
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) เครื่องปั่น เพื่อใช้ในการปั่นเครื่องเทศ 2) เครื่องผสมอาหาร 3) มีความต้องการเตาอบที่มีขนาดเหมาะสมกับการดำเนินงาน
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	แม่หวาปลาร้า จังหวัดร้อยเอ็ด

อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) การอบแห้งของปลาร้าบองสมุนไพร 2) คั่วกลิ้ง 3) ปลาร้าน้ำพริกเผา
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	1) พัฒนากระบวนการผลิต และบรรจุภัณฑ์ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่ม (ต่อยอด)




ภาพที่ 3.18 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม

3.2.18 สหกรณ์การเกษตรก้าวแสน จำกัด เลขที่ 116 หมู่ที่ 5 บ้านหนองริวหนัง ตำบลลำหนองแสน อำเภอหนองกรุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 064-2747116, 089-6913384 ID Line: 089-6913384 Facebook: ธารรดา ไร่พุทธา สมาชิกกลุ่ม จำนวน 32 คน เครือข่ายร่วม จำนวน 103 ราย 9 ตำบล

ข้อมูลจากการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย โดยการระดมความคิดเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการขาย

ประเภทสินค้า	สินค้าทางการเกษตร
ผลิตภัณฑ์หลัก	แยม/น้ำหม่อนเข้มข้น อื่นๆ เช่น แปรรูปกล้วย-ฉาบ, แปรรูปฟักทอง-ฉาบ, แปรรูปหม่อนไหม-แยม น้ำหม่อนเข้มข้น ชาใบหม่อน, ผักกินใบ, ผักกินผล-กระเจี๊ยบเขียวอบแห้ง, ผลไม้-มะม่วง แยม/น้ำ/กวน
ราคา	20 – 100 บาท
ช่องทางการขายหลัก	ขายเอง, ขายออนไลน์
กลุ่มลูกค้าหลัก	คนในชุมชน
กำลังผลิตเฉลี่ย/เดือน	2,500 กิโลกรัม/เดือน
ยอดขายเฉลี่ย/ปี	750,000 บาท/ปี
มาตรฐานที่ได้รับ	GAP ใบรับรองการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับการผลิต.....
ชื่อแบรนด์	น้องแสน
สโลแกน	ปราศจากสารเคมี สุขภาพดีทั้งคนกิน คนทำ

ตราสินค้า (โลโก้) 	ปรับปรุงโลโก้เดิม
ฉลาก/บรรจุภัณฑ์	น้ำหม่อนเข้มข้น ใช้ฉลากสินค้าแบบวงกลม เส้นผ่าศูนย์กลาง 3 cm. ซองชาหม่อน ใช้ฉลากสินค้าแบบสี่เหลี่ยม ขนาด 7 cm. X 9 cm.
Story **เรื่องราวความเป็นมาที่น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ (โดนใจลูกค้า)**	สหกรณ์การเกษตรก้าวแสน จำกัด เน้นทำการเกษตรด้วยหลักธรรมชาติ บนพื้นที่การเกษตรที่ไม่มีสารพิษตกค้าง ได้รับการรับรองการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับการผลิต เพื่อสุขภาพดีทั้งคนกิน คนทำ

ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม

 แยม / น้ำหม่อนเข้มข้น	**ส่วนประกอบสำคัญโดยประมาณ** 1. ลูกหม่อน 75% 2. น้ำตาล 15% 3. เพคติน (Pectin) 4% 4. กรดมะนาว 6% ☐ ไม่เจือสี (No Colors) ☐ ไม่ใช้วัตถุกันเสีย (No Preservatives) **มาตรฐานรับรอง** ☐ อย. เลขที่ ..... ☐ มผช. เลขที่ ..... ☐ อื่นๆ ระบุ/เลขที่ ...GAP..... **น้ำหนักสุทธิ** ..... กรัม **ราคา** ..... บาท

 แยม / น้ำหม่อนเข้มข้น	**ส่วนประกอบสำคัญโดยประมาณ** 1. ลูกหม่อน 100% ☐ ไม่เจือสี (No Colors) ☐ ไม่ใช้วัตถุกันเสีย (No Preservatives) **มาตรฐานรับรอง** ☐ อย. เลขที่ ..... ☐ มผช. เลขที่ ..... ☐ อื่นๆ ระบุ/เลขที่ ....GAP..... **น้ำหนักสุทธิ** ..... กรัม **ราคา** .....35..... บาท

ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SWOT เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มและความต้องการ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์	☐ จุดเด่น/จุดแข็ง: อินทรีย์ ปราศจากสารเคมี ☐ จุดด้อย/จุดอ่อน: ขาดเครื่องมืออุปกรณ์ ยังใช้แบบครัวเรือน ☐ โอกาส: เป็นตัวอย่างต้นแบบแปรรูปหม่อนให้กับชุมชน ☐ ปัญหาอุปสรรค: ศักยภาพในการเพิ่มพื้นที่ผลผลิต
สิ่งที่ต้องการพัฒนา	1) ผลิตภัณฑ์ใหม่จากหม่อน 2) บรรจุภัณฑ์ 3) ยกระดับ เพิ่มผลผลิต
สิ่งที่ต้องการสนับสนุน	1) อุปกรณ์แปรรูป เช่น หม้อทองเหลือง 2) ตู้แช่ 3) บรรจุภัณฑ์แบบซองและขวด 4) ตะกร้าใส่ผัก (แล็ค) 5) รถเข็น 6) กล่องเก็บผลสด 7) พลาสติกใส
อยากไปศึกษาดูงานที่ไหน?	? แหล่งแปรรูปทางการเกษตร กิจการลุงบุญมี อำเภอราษีไศล จังหวัดศรีสะเกษ
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับเรื่องอะไร?	1) แปรรูปผัก/ผลไม้ (หม่อน) 2) เกษตรอินทรีย์ครบวงจร
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์	1) แปรรูปหม่อน 2) บรรจุภัณฑ์ธรรมชาติ



ภาพที่ 3.19 กิจกรรมการลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูล ฯ เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์ ณ สหกรณ์การเกษตรก้าวแสน จำกัด

สรุปผลการวิเคราะห์ SWOT และประเด็นความต้องการ

จากการลงพื้นที่ศึกษาข้อมูลในสถานประกอบการข้างต้น สามารถสรุปประเด็นสำคัญได้เป็นรายสถานประกอบการ ดังนี้

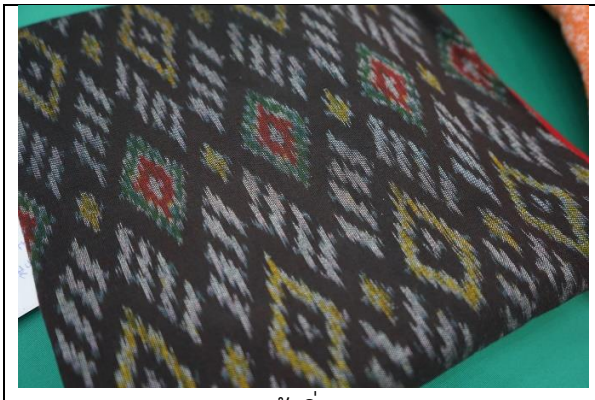
กรณีศึกษาที่ 1 สหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เลขที่ 173/1 หมู่ 5 บ้านโพน ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 083-3383956



ผ้าไหมแพรวา

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุด แข็ง: ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์
จุดด้อย/จุดอ่อน: ต้นทุน, การผลิตใช้เวลานาน
โอกาส: เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง, มีหลายหน่วยงานให้การสนับสนุน
ปัญหาอุปสรรค: ไม่มี
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่ 2) ทำผ้านุ่ม 3) ผ้าซิ่น
อยากไปศึกษาดูงานที่ สกลนคร, มุกดาหาร
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ การย้อมครั่ง คราม
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ้าซิ่นแพรวา (ลายขิด+จก) สีธรรมชาติ+คราม

กรณีศึกษาที่ 2 กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ เลขที่ 21 หมู่ 11 บ้านคำไฮ ตำบลหนองกุงศรี อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 088-3371721



ผ้าซิ่น

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: สีไม่ตก
จุดด้อย/จุดอ่อน: ขาดกำลังการผลิต
โอกาส: มีหน่วยงานสนับสนุน (พช.)
ปัญหาอุปสรรค: ขาดเครื่องมืออุปกรณ์
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) เพิ่มผลิตภัณฑ์ใหม่
อยากไปศึกษาดูงานที่ สกลนคร, มุกดาหาร
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ 1) ลวดลายมัดหมี่ใหม่ (หมี่ร่าย) 2) ย้อมสีธรรมชาติ
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ้าซิ่นไหมมัดหมี่ (หมี่ร่าย) ยังทำไม่เคยทำ ทำไม่เป็น ย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกประดู่ มีมากในท้องถิ่น)

กรณีศึกษาที่ 3 กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง เลขที่ 79 หมู่ 8 บ้านกุดครอง ตำบลดอนจาน อำเภอดอนจาน จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 063-1124939





ร่มผ้าพื้นเมือง

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์แพรวากาฬสินธุ์
จุดด้อย/จุดอ่อน: ไม่กันน้ำ, ไม่แข็งแรง
โอกาส: มีกลุ่มเดียวที่ทำ, ไม่ซ้ำใคร
ปัญหาอุปสรรค: ตลาดยังไม่กว้าง ขายได้เฉพาะในตัวจังหวัด
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) คุณภาพร่มในการใช้งาน 2) ตลาด
อยากไปศึกษาดูงานที่ สกลนคร, มุกดาหาร
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ 1) การทำกระดาษ (ทำร่ม) 2) การสกรีนลายแพรวา
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ร่มกระดาษลายแพรวา

กรณีศึกษาที่ 4 กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย หมู่ 3 เลขที่ 60 หมู่ 3 บ้านดงน้อย ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 065-0359602



ผ้าพันคอ (มัดย้อม)

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: ดินแดง, โคลน
จุดด้อย/จุดอ่อน: สีตก
โอกาส: ความเป็นสีธรรมชาติ
ปัญหาอุปสรรค: ข้อจำกัดลายมัดย้อม, ตลาด/แหล่งจำหน่ายไม่แน่นอน
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) พัฒนาลายมัดย้อม 2) พัฒนาการตลาด 3) พัฒนามาตรฐานของสี (สีตก)
อยากไปศึกษาดูงานที่ สกลนคร, มุกดาหาร
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ การแปรรูปตัดเย็บผ้า (กระเป๋า, ของชำร่วย) 2) พัฒนาเศษดินแดงที่ใช้แล้ว
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อบรมย้อมสีธรรมชาติ , แปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้า, เทคนิคมัดย้อม

กรณีศึกษาที่ 5 กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาค้อ หมู่ที่ 5 บ้านนาค้อ ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 098-8427578



ผ้าซิ่นมัดหมี่ (ลายสร้อยดอกค้อ ช่อกระโดน)

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: ลวดลายมัดหมี่มีเอกลักษณ์
จุดด้อย/จุดอ่อน: ตลาด ราคา
โอกาส: มีหน่วยงานสนับสนุน (พช.)
ปัญหาอุปสรรค: ขาดเครื่องมืออุปกรณ์
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้า
อยากไปศึกษาดูงานที่ อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ การแปรรูปตัดเย็บผ้า (กระเป๋า, ของชำร่วย)
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ อบรมย้อมสีธรรมชาติ, แปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้า

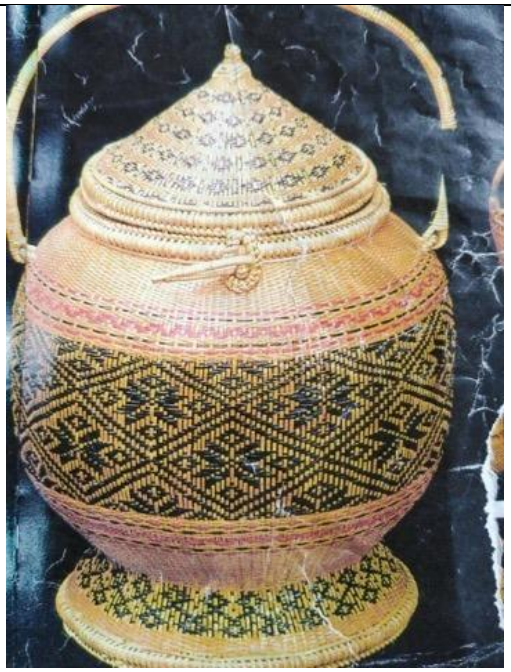
กรณีศึกษาที่ 6 กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว เลขที่ 98 หมู่ที่ 5 บ้านนิคมหนองบัว ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 095-1683269, 083-4956319, 086-3144573



เสื้อสำเร็จรูป

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: ผ้าทอลายขิดมีความประณีต, สมาชิกอยู่ในวัยทำงาน+วัยคุณแม่
จุดด้อย/จุดอ่อน: ผลิตไม่ทันตามความต้องการ, ขาดทักษะการผลิตลวดลาย
โอกาส: มีหน่วยงานสนับสนุน
ปัญหาอุปสรรค: ไม่สามารถเข้าได้ทุกงาน, ขาดประสบการณ์
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) พัฒนาฝีมือ (ตัดเย็บ)
2) พัฒนาการย้อมสีธรรมชาติ
3) พัฒนาการออกแบบแฟชั่น
อยากไปศึกษาดูงานที่ มุกดาหาร
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ 1) การตัดเย็บ 2) การออกแบบลายผ้า 3) การย้อมผ้า
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ย้อมสีธรรมชาติ พัฒนาผ้าฝ้าย ต้องการเครื่องมือ

กรณีศึกษาที่ 7 กลุ่มจักสานบ้านหนองห้าง เลขที่ 86 หมู่ที่ 3 บ้านหนองสระพัง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 092-7190400



จักสานลายขิด

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: มีฝีมือการผลิตที่โดดเด่น, ไม่มีคู่แข่งทางการตลาดในกลุ่มเดียวกัน
จุดด้อย/จุดอ่อน: ขาดผู้สืบทอด เนื่องจากชิ้นงานประณีต, สมาชิกสูงอายุ ส่วนใหญ่ผลิตหวดนึ่งข้าว
โอกาส: หน่วยงานสนับสนุน
ปัญหาอุปสรรค: การตลาด
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) พัฒนารูปแบบสินค้า ผลิตง่ายในเชิงพาณิชย์ 2) เครื่องมือในการผลิต
อยากไปศึกษาดูงานที่ กลุ่มที่มีฝีมือยอดเยี่ยมที่สุดในประเทศไทย
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ 1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับตลาด 2) การใช้เครื่องมือทุ่นแรง
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 1) ผลิตภัณฑ์ใหม่ 2) นวัตกรรมเครื่องมือในการผลิต

กรณีศึกษาที่ 8 กลุ่มทอเสื่อกกและแปรรูปกกบ้านหนองบัว เลขที่ 182 หมู่ที่ 9 บ้านหนองบัว ตำบลเจ้าท่า อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 087-4037888



เสื่อกก (ลายไดโนเสาร์)

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: ลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ (ไดโนเสาร์), มีความสามัคคีเข้มแข็ง
จุดด้อย/จุดอ่อน: ผลิตช้าไม่ทันต่องานออเดอร์, แรงงานขาดความต่อเนื่อง
โอกาส: มีหน่วยงานสนับสนุน, มีตลาดออนไลน์ มีลูกค้าประจำ
ปัญหาอุปสรรค: กำลังผลิตไม่พอ, ขาดเครื่องทุ่นแรง
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) แปรรูปผลิตภัณฑ์ 2) บรรจุภัณฑ์ 3) โลโก้
อยากไปศึกษาดูงานที่ บ้านแพง จังหวัดมหาสารคาม
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ 1) แปรรูป 2) การตลาด 3) การพัฒนาผลิตภัณฑ์
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 1) ย้อมสีธรรมชาติ 2) การแปรรูป 3) ทักษะการสาน

กรณีศึกษาที่ 9 กลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่ เลขที่ 42/2 หมู่ที่ 16 บ้านหนองตากไห ตำบลสงเปลือย อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 085-7558253



ตะกร้าผอบทอง

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: มีไม้ไผ่ในธรรมชาติเพียงพอ, มีสมาชิกมากกว่า 50 คน
จุดด้อย/จุดอ่อน: รูปแบบผลิตภัณฑ์, ลวดลาย, ขาดเครื่องมืออุปกรณ์ในการผลิต, กลุ่มไม่มีชื่อเสียง
โอกาส: มีหน่วยงานสนับสนุน
ปัญหาอุปสรรค: ขาดตลาด, พ่อค้าคนกลางกดราคา
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ 2) เครื่องมืออุปกรณ์ผลิต, เครื่องเหลาและจักเส้นตอก
อยากไปศึกษาดูงานที่ ลาว
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ 1) รูปทรงใหม่ 2) แบบตัวลาย 3) การตลาด
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 1) ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ 2) เครื่องทุ่นแรง

กรณีศึกษาที่ 10 กลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง เลขที่ 222 หมู่ที่ 8 บ้านโนนสูง ตำบลโนนสูง อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 094-0409615



ถ่านอัดแท่ง

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: หาถ่านในพื้นที่ได้ง่าย, มีอาคารสถานที่ชัดเจน
จุดด้อย/จุดอ่อน: ยังไม่ได้มาตรฐาน การรับรอง, ขาดฉลาก และบรรจุภัณฑ์, ขาดการแปรรูป
โอกาส: มีหน่วยงานรัฐให้การสนับสนุน
ปัญหาอุปสรรค: ขาดอุปกรณ์ ตู้อบ, ขาดการตลาด
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) เป็นเครื่องสำอางฟอกหน้า 2) สบู่ 3) แชมพู
อยากไปศึกษาดูงานที่ แหล่งแปรรูปผลิตภัณฑ์จากถ่าน
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ 1) การตลาดออนไลน์ 2) เทคนิคการขาย
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 1) การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากถ่าน

กรณีศึกษาที่ 11 กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา เลขที่ 106 หมู่ที่ 7 บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 098-1052445, 062-1957668





ผลิตภัณฑ์จากอัตลักษณ์ธุง

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: ธุงมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว, กลุ่มมีความแข็งแรง สามัคคี, มีการจัดการที่ดี
จุดด้อย/จุดอ่อน: ขาดเครื่องมือ อุปกรณ์การผลิต, ขาดตลาดรองรับ, ขาดรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับยุคสมัย
โอกาส: มีหน่วยงานสนับสนุน
ปัญหาอุปสรรค: ความคงทน แข็งแรง คงทนของสี, การพันกันของธุง ยุ่งเยิงขณะใช้งาน
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) บรรจุภัณฑ์ 2) โลโก้ 3) คุณภาพผลิตภัณฑ์
อยากไปศึกษาดูงานที่ สกลนคร, มุกดาหาร
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ 1) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ 2) กระบวนการผลิตและจำหน่ายสินค้า 3) ตลาด
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 1) เครื่องทุ่นแรง 2) ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

กรณีศึกษาที่ 12 กลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์ เลขที่ 227 หมู่ที่ 2 เทศบาลตำบลนาจารย์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 087-2158459





หมูทุบ ปลาร้าบอง

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: อบด้วยเตาถ่าน ไฟธรรมชาติ มีกลิ่นหอมธรรมชาติ
จุดด้อย/จุดอ่อน: สมาชิกขาดไปทำกิจกรรมของตนเอง เช่น ทำไร่ทำนา
โอกาส: มีแหล่งจำหน่ายชัดเจน
ปัญหาอุปสรรค: กำลังการผลิต
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) บรรจุภัณฑ์ 2) โลโก้ 3) คุณภาพผลิตภัณฑ์
อยากไปศึกษาดูงานที่ สกลนคร, มุกดาหาร
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ 1) การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ 2) กระบวนการผลิตและจำหน่ายสินค้า 3) ตลาด
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 1) เครื่องทุ่นแรง 2) ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

กรณีศึกษาที่ 13 วิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวเหนียวเขาวงตำบลหนองผือ เลขที่ 91/1 หมู่ที่ 1 บ้านหนองผือ ตำบลหนองผือ อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 092-9874111



เมล็ดพันธุ์ข้าวเขาวง

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: คุณภาพดีเป็นที่ยอมรับ มีมาตรฐาน, กลุ่มมีความเข้มแข็งในการทำงาน
จุดด้อย/จุดอ่อน: ขาดการตลาด, ขาดแรงงาน
โอกาส: แหล่งงานภาครัฐให้การสนับสนุน
ปัญหาอุปสรรค: ฤดูกาล, แหล่งน้ำ อยู่ห่างเขตชลประทาน
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) บรรจุภัณฑ์ 2) โลโก้ 3) คุณภาพผลิตภัณฑ์
อยากไปศึกษาดูงานที่ ศรีสะเกษ
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ แปรรูปข้าว
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ น้ำจมูกข้าวกล้อง

กรณีศึกษาที่ 14 กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ชาวนา บ้านนอก เลขที่ 262 หมู่ที่ 9 บ้านท่างาม ตำบลอุ่มเม่า อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 086-2256229



ข้าวน้ำนมเขียวกาฬสินธุ์

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: ปลอดสารพิษ, มีมาตรฐาน
จุดด้อย/จุดอ่อน: ขาดการตลาด, ขาดแรงงาน
โอกาส: ภาครัฐให้การสนับสนุน
ปัญหาอุปสรรค: ฤดูกาล, แหล่งน้ำ
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) ผงจมูกข้าวที่แพ็คเป็นซองสำหรับชง 1 แก้ว 2) บรรจุภัณฑ์ผงจมูกข้าวที่แพ็คเป็นซอง 3) เวชสำอางจากผลจมูกข้าว 4) พัฒนาผงจมูกข้าวผสมธัญพืช
อยากไปศึกษาดูงานที่ อำนาจเจริญ, ศรีสะเกษ, สุรินทร์
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ 1) การยืดอายุการเก็บรักษา 2) สูตรการผสม 3) การอบหรือการคั่วจมูกข้าว
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผงจมูกข้าวน้ำนม

กรณีศึกษาที่ 15 กลุ่มข้าวกล้องงอกบ้านจาน เลขที่ 122 หมู่ที่ 1 บ้านจาน ตำบลโนนนาจารย์ อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 099-7032169



ข้าวกล้องปลอดสารพิษ

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: อาหารเพื่อสุขภาพ, มีแหล่งดินที่อุดมสมบูรณ์ด้วยแร่ธาตุ, ผลิตแบบโบราณ
จุดด้อย/จุดอ่อน: หาตลาดยาก, บรรจุภัณฑ์
โอกาส: สามารถแปรรูปได้หลากหลาย, ทีมงานมีความพร้อมต่อการพัฒนา
ปัญหาอุปสรรค: ขาดเทคนิคในการผลิตขั้นสูง
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) ถุงบรรจุภัณฑ์ที่มีฉลากในถุง ไม่ต้องติดสติ๊กเกอร์
อยากไปศึกษาดูงานที่ ไปที่ไหนก็ได้เกี่ยวกับการทำข้าว
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ 1) แปรรูปข้าวให้เป็นซีเรี่ยว
2) ทำขนมต่างๆ ที่เก็บไว้ได้นาน ไม่เป็นขนมเปียก
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

กรณีศึกษาที่ 16 กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP แจ่วบองแม่มหา เลขที่ 2 หมู่ที่ 4 บ้านยางอุ้ม ตำบลยางอุ้ม อำเภอท่าคันโท จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 082-2015049



แจ่วบอง

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: ใช้ปลานิลจากลำน้ำปาว ซึ่งเป็นเขื่อนเก็บน้ำจังหวัดกาฬสินธุ์
จุดด้อย/จุดอ่อน: กลุ่มยังไม่เข้มแข็ง การตลาดยังไม่ชัดเจน ขาดแหล่งจำหน่ายที่แน่นอน
โอกาส: หน่วยงานสนับสนุน (พช.) ถือว่าเป็นโอกาสที่ดี ในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์
ปัญหาอุปสรรค: ขาดเครื่องมืออุปกรณ์ช่วยในการผลิต
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) อยากพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์
2) อยากพัฒนาโลโก้ ฉลาก
อยากไปศึกษาดูงานที่ แม่หวาปลาร้าบอง ร้อยเอ็ด
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ 1) การจัดเก็บ
2) การทำผลิตภัณฑ์เพิ่ม (ต่อยอด)
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์
1) พัฒนากระบวนการผลิต และบรรจุภัณฑ์
2) พัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่ม (ต่อยอด)

กรณีศึกษาที่ 17 กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม เลขที่ 32 หมู่ที่ 8 บ้านมิตรหนองเรือง ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 095-2481560



แจ่วบอง

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: สุก สะอาด สมุนไพร สดเสมอ
จุดด้อย/จุดอ่อน: การตลาดยังไม่ชัดเจน ขาดแหล่งจำหน่ายที่แน่นอน ส่วนใหญ่ทำตามคำสั่งซื้อ
โอกาส: หน่วยงานสนับสนุน (พช.) ถือเป็นโอกาสที่ดีในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์
ปัญหาอุปสรรค: ขาดเครื่องมืออุปกรณ์ช่วยการผลิต
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) อยากพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 2) อยากพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นแบบอบแห้ง
อยากไปศึกษาดูงานที่ แม่หวาปลาร้าบอง ร้อยเอ็ด
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ 1) การอบแห้งของปลาร้าบองสมุนไพร 2) คั่วกลิ้ง 3) ปลาร้าน้ำพริกเผา
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์
1) พัฒนากระบวนการผลิต และบรรจุภัณฑ์
2) พัฒนาผลิตภัณฑ์เพิ่ม (ต่อยอด)

กรณีศึกษาที่ 18 สหกรณ์การเกษตรก้าวแสน จำกัด เลขที่ 116 หมู่ที่ 5 บ้านหนองริวหนัง ตำบลลำหนองแสน อำเภอหนองกรุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 064-2747116



แยม / น้ำหม่อนเข้มข้น

ลักษณะของผลิตภัณฑ์
จุดเด่น/จุดแข็ง: อินทรีย์ ปราศจากสารเคมี
จุดด้อย/จุดอ่อน: ขาดเครื่องมืออุปกรณ์
โอกาส: เป็นตัวอย่างต้นแบบแปรรูปหม่อนให้กับชุมชน
ปัญหาอุปสรรค: ศักยภาพในการเพิ่มพื้นที่ผลผลิต
สิ่งที่ต้องการพัฒนา 1) ผลิตภัณฑ์ใหม่จากหม่อน 2) บรรจุภัณฑ์ 3) ยกระดับ เพิ่มผลผลิต
อยากไปศึกษาดูงานที่ แหล่งแปรรูปทางการเกษตร
อยากเรียนรู้เกี่ยวกับ 1) แปรรูปผัก/ผลไม้ (หม่อน) 2) เกษตรอินทรีย์ครบวงจร
แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์
1) แปรรูปหม่อน
2) บรรจุภัณฑ์ธรรมชาติ

สรุปผลการศึกษาและวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มเป้าหมาย

จากข้อมูลที่ได้ในการลงพื้นที่จัดเก็บข้อมูลโดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมระดมความคิด พบว่า ผู้ประกอบการทั้ง 18 ราย มีปัญหา และความต้องการที่แตกต่างกัน รวมทั้งมีศักยภาพในการผลิต การบริหาร รูปแบบผลิตภัณฑ์ รายได้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นผู้ผลิตสินค้าในกลุ่มเดียวกัน ดังนั้น การวางแผนในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ย่อมแตกต่างกัน ดังนั้น ควรมีการเริ่มต้นที่การสร้างความรู้ร่วมกันก่อน เพื่อให้เข้าใจแนวทางและทิศทางในการพัฒนาที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด หลังจากนั้นจึงค้นหาความคิดรวมยอดในการพัฒนาร่วมกัน ในสำหรับการสร้างความรู้ ผู้ประกอบการมีความเห็นร่วมกันว่า ควรมีกิจกรรมศึกษาดูงานในแหล่งที่มีการพัฒนาจนประสบผลสำเร็จ โดยแหล่งศึกษาดูงานนั้นต้องมีระบบการผลิตและรูปแบบสินค้าที่ใกล้เคียงกันกับผู้ศึกษาดูงาน ภายหลังจากการศึกษาดูงานจึงมีการจัดอบรมให้ความรู้และระดมความคิด หาข้อสรุปในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป

บทที่ 4
การออกแบบและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ 2) เพื่อยกระดับนวัตกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ 3) เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาสินธุ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ในบทที่ 4 นี้ เป็นการดำเนินงานวิจัยในส่วนของวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 เพื่อยกระดับนวัตกรรมการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ และข้อที่ 3 เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

สำหรับการดำเนินงานในบทนี้ มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 การสร้างความเข้าใจกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP โดยจัดกิจกรรมสร้างความเข้าใจกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ หรืออื่น ๆ ให้แก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 18 ราย/ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งดำเนินออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป้าหมายให้เกิดนวัตกรรมและงานวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป้าหมาย โดยมีทีมวิทยากรที่เชี่ยวชาญ

ขั้นที่ 2 กิจกรรมการเรียนรู้นอกสถานที่ โดยจัดศึกษาดูงานตามลักษณะของผลิตภัณฑ์

ขั้นที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำการผลิตและการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์และมีรูปแบบที่ทันสมัยตรงกับความต้องการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การพัฒนากระบวนการผลิต การพัฒนานวัตกรรม การออกแบบและพัฒนาโลโก้/ตราสินค้า และอื่นๆ ที่ส่งเสริมการตลาด

ซึ่งมีรายละเอียดในการดำเนินงานโดยสรุป ดังนี้

4.1 การสร้างความเข้าใจกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP

เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ หรืออื่นๆ ตามความเหมาะสม โดยมีผู้ประกอบการ/กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยเข้าร่วมกิจกรรม จำนวน 18 ราย/ผลิตภัณฑ์ มีทีมวิทยากรที่เชี่ยวชาญทั้งด้านการออกแบบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การตลาด และนิสิตระดับปริญญาตรีสาขาวิชาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ คณะศิลปรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ร่วมให้ความรู้และสร้างความเข้าใจ โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ **“ต่อยอดความรู้สู่งานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์”** ในระหว่างวันที่ 16-18 สิงหาคม 2562 ณ โรงแรมชาร์ ลอง บูทรีค อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 3 วัน 2 คืน เป็นการชี้แจงโครงการ/กิจกรรมวิจัย สร้างความรู้ความเข้าใจในเรื่องเกี่ยวกับแนวโน้มและทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตลาด พฤติกรรมผู้บริโภคและการพัฒนาสินค้า ยุค 4.0 กลยุทธ์ทางการตลาดและตลาดออนไลน์ การสร้างแบรนด์สินค้า การออกแบบตราสินค้า สโลแกน และฉลากสินค้า การกำหนดตำแหน่งสินค้าและกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด การยกระดับมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์ การสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และการจัดทำ Mood board ให้กับผู้ประกอบการ OTOP นอกจากนี้ได้แบ่งกลุ่มย่อยออกเป็น 4 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มที่ 1 ประเภทอาหาร กลุ่มที่ 2 ประเภทข้าวแปรรูป กลุ่มที่ 3 ประเภทผ้า

และกลุ่มที่ 4 ประเภทของใช้ ของที่ระลึก เพื่อให้ผู้ประกอบการได้มีส่วนร่วมระดมความคิดในการทำ Mood board การร่างแบบผลิตภัณฑ์ การวางแผนและนำเสนอแนวคิดนวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 4.1 การบรรยายให้ความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด



ภาพที่ 4.2 กิจกรรมกลุ่มย่อย การวางแผนและนำเสนอแนวคิดในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน



ภาพที่ 4.3 ผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมในการวิจัย

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการ

ผลการประเมินความพึงพอใจในการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ **“ต่อยอดความรู้สู่งานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์”** ระหว่างวันที่ 16-18 สิงหาคม 2562 ณ โรงแรม ชาร์ ลอง บูทรีค อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 3 วัน 2 คืน มีผู้เข้าอบรม จำนวน 18 ราย/ผลิตภัณฑ์ รวมจำนวนทั้งสิ้น 51 คน ตอบแบบสอบถาม จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 92.16 ผลการประเมินความพึงพอใจ อยู่ในระดับ **ดีมาก** ($\overline{X}$ = 4.73)

การประเมินความพึงพอใจในครั้งนี้ ได้แบ่งระดับและเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบ ดังนี้

พอใจมากที่สุด ให้ 5 คะแนน
พอใจมาก ให้ 4 คะแนน
พอใจปานกลาง ให้ 3 คะแนน
พอใจน้อย ให้ 2 คะแนน
พอใจน้อยมาก ให้ 1 คะแนน

ตารางที่ 4.1 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการเข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ข้อมูลที่ได้รับสามารถนำไปใช้ประโยชน์/ตรงตามความต้องการ	30	17	0	0	0	47	4.64	0.29	ดีมาก
2. ทักษะ ความรู้ ความสามารถของผู้ให้คำแนะนำ	32	15	0	0	0	47	4.68	0.30	ดีมาก
3. มารยาทและความตั้งใจ และเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้ให้คำแนะนำ	36	11	0	0	0	47	4.77	0.33	ดีมาก
4. ความเหมาะสมของสถานที่ เอกสาร เครื่องมือ วัสดุอุปกรณ์	35	12	0	0	0	47	4.74	0.32	ดีมาก
5. โดยภาพรวม	39	8	0	0	0	47	4.83	0.36	ดีมาก
รวม	**172**	**63**	**0**	**0**	**0**	**235**	**4.73**	**0.32**	**ดีมาก**

จากตารางประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการในการเข้าร่วมกิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการข้างต้น พบว่า โดยภาพรวมผู้ประกอบการมีความพึงพอใจในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$ 4.73) ส่วนในรายละเอียดข้อย่อย พบว่า ประเด็นที่ผู้ประกอบการพึงพอใจมากที่สุด คือ ภาพรวมของการจัดกิจกรรม (ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$ 4.83) รองลงมา คือ มารยาทและความตั้งใจและเอาใจใส่ในการให้บริการของผู้ให้คำแนะนำ (ค่าเฉลี่ย $\overline{X}$ 4.77)

4.2 กิจกรรมการเรียนรู้นอกสถานที่

หลังการจัดกิจกรรมสร้างความเข้าใจกับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เพื่อให้เกิดความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ หรืออื่น ๆ ให้แก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 18 ราย/ผลิตภัณฑ์ รวมทั้งดำเนินออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป้าหมายให้เกิดนวัตกรรมและงานวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป้าหมาย โดยทีมวิทยากรที่เชี่ยวชาญแล้ว ได้มีการจัดกิจกรรมศึกษาดูงานตามลักษณะของผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มเติมความรู้ด้านการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ซึ่งได้มีการคัดเลือกแหล่งศึกษาดูงาน โดยใช้เกณฑ์ในการคัดเลือกแหล่งศึกษาดูงาน 4 ประการ คือ

1) แหล่งศึกษาดูงานมีระบบการผลิตที่ได้มาตรฐาน โดยผ่านการรับรองมาตรฐานที่เชื่อถือได้

2) แหล่งศึกษาดูงานประสบผลสำเร็จด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีชื่อเสียงเป็นที่ยอมรับในวงการ

3) แหล่งศึกษาดูงานอยู่ในเขตพื้นที่ภูมิภาคเดียวกัน และสามารถเป็นเครือข่ายในการพัฒนาร่วมกันได้ในอนาคต

4) แหล่งศึกษาดูงานมีรูปแบบสินค้าที่ใกล้เคียงหรือตรงกับผู้ประกอบการที่จะศึกษาดูงาน

ในการนี้ ได้คัดเลือกแหล่งศึกษาดูงานจำนวน 5 แห่ง โดยได้จัดแบ่งผู้ประกอบการที่เข้าร่วมโครงการในงานวิจัยทั้ง 18 ราย ลงพื้นที่ศึกษาดูงานในแหล่งศึกษาดูงานที่สนใจและตรงกับลักษณะของธุรกิจผลิตภัณฑ์ของตนเอง ซึ่งแหล่งศึกษาดูงานทั้ง 5 แห่ง ประกอบด้วย

4.2.1 สถานที่ศึกษาดูงาน: แม่หวาปลาร้าบอง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด

ผู้ประกอบการที่ศึกษาดูงาน จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาจารย์ 2) ผลิตภัณฑ์ OTOP แม่มหา และ 3) กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม ตามภาพที่ 4.4

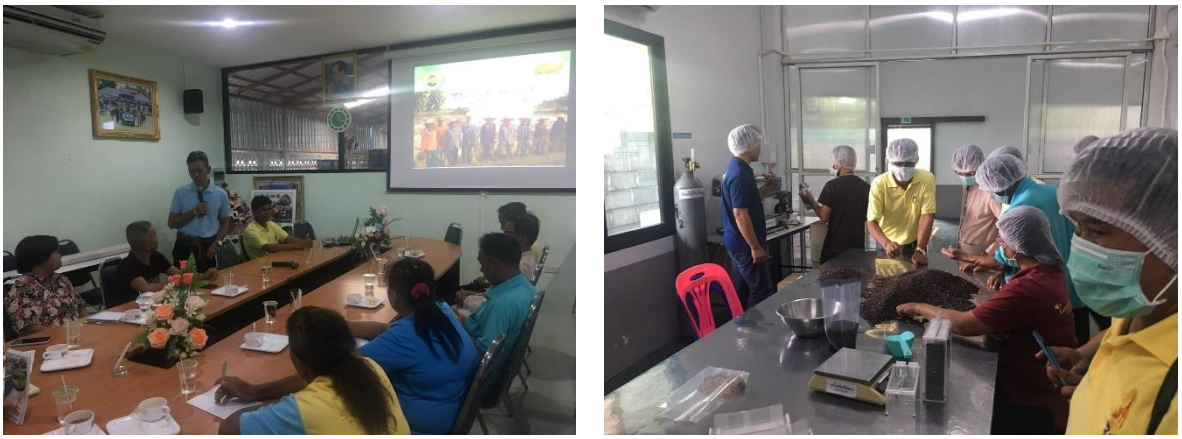


ภาพที่ 4.4 ศึกษาดูงาน ณ แม่หวาปลาร้าบอง จังหวัดร้อยเอ็ด

ผลจากการศึกษาดูงาน พบว่า นอกจากได้ศึกษาดูงานผลิตภัณฑ์เดิมของสถานประกอบการแม่หวาปลาร้าบอง จังหวัดร้อยเอ็ดแล้ว ยังได้ร่วมฝึกภาคปฏิบัติและทดลองการผลิตปลาร้าน้ำพริกเผา (ผลิตภัณฑ์ใหม่) ผลิตปลาร้าคั่วกลิ้ง การทำปลาร้าผง ผู้ประกอบการที่ร่วมศึกษาดูงานได้มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นร่วมกัน ทุกกลุ่มให้ความสนใจสูตรปลาร้าคั่วกลิ้ง ซึ่งจะนำวิธีการดังกล่าวไปทดลองเพื่อสร้างสูตรอาหารเฉพาะของตนเอง

4.2.2 สถานที่ศึกษาดูงาน: กิจการลุงบุญมี อำเภอราษีไศล จังหวัดศรีสะเกษ

ผู้ประกอบการที่ศึกษาดูงาน จำนวน 4 กลุ่ม ได้แก่ 1) วิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวเหนียวเขาวง ตำบลหนองผือ 2) กลุ่มข้าวเกษตรอินทรีย์ ชาวนา บ้านนอก 3) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวงอกฮางกล้อง และ 4) สหกรณ์การเกษตรก้าวแสน จำกัด ตามภาพที่ 4.5



ภาพที่ 4.5 ศึกษาดูงาน ณ กิจการลุงบุญมี อำเภอราษีไศล จังหวัดศรีสะเกษ

ผลจากการศึกษาดูงาน พบว่า แหล่งศึกษาดูงานได้จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และนำเสนอผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวของตนเอง ซึ่งเป็นสินค้านวัตกรรม เช่น ข้าวผงชงพร้อมดื่ม น้ำนมจมูกข้าว ข้าวบรรจุถุงแบบต่าง ๆ น้ำนมข้าวแบบเม็ด และอื่น ๆ นอกจากนั้นยังได้ชมรูปแบบการจัดอาคารสถานที่ห้องผลิต การควบคุมคุณภาพผลิตภัณฑ์จากข้าว และอื่น ๆ ซึ่งผู้ประกอบการที่เข้าเยี่ยมชมได้ทั้งความรู้และแนวคิดในการนำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์และกิจการของตนเอง

4.2.3 สถานที่ศึกษาดูงาน: ตะเกียงดาว Bamboo Charcoal Shampoo อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร

ผู้ประกอบการที่ศึกษาดูงาน จำนวน 1 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มผลิตถ่านอัดแท่ง ตามภาพที่ 4.6



ภาพที่ 4.6 ศึกษาดูงาน ณ ตะเกียงดาว Bamboo Charcoal Shampoo อำเภอคำเขื่อนแก้ว จังหวัดยโสธร

ผลจากการศึกษาดูงาน พบว่า แหล่งศึกษาดูงานได้จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้การสร้างเตาเผาถ่านไฟสูงอุณหภูมิ 1,000 องศาเซลเซียส และนำเสนอผลิตภัณฑ์จากผงถ่าน เช่น ยาสระผม สบู่ พร้อมการสาธิตและจัดให้มีการฝึกภาคปฏิบัติ ในการศึกษาดูงานครั้งนี้ ผู้ประกอบได้รับความรู้เกี่ยวกับวิธีการสร้างเตาเผา วิธีการบดผงถ่าน วิธีการผลิตยาสระผม และสบู่ ซึ่งจะได้นำความรู้และสูตรในการผลิตไปประยุกต์ใช้ต่อไป

4.2.4 สถานที่ศึกษาดูงาน: จักสานไทเลย ตำบลหนองหญ้าปล้อง อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย

ผู้ประกอบการที่ศึกษาดูงาน จำนวน 2 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มจักสานบ้านหนองห้าง และ 2) กลุ่มจักสานไผ่ไร่ทอง บ้านหนองตากไห ตามภาพที่ 4.7



ภาพที่ 4.7 ศึกษาดูงาน ณ จักสานไทเลย บ้านกลาง ตำบลหนองหญ้าปล้อง อำเภอวังสะพุง จังหวัดเลย

ผลจากการศึกษาดูงาน พบว่า แหล่งศึกษาดูงานได้จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และนำเสนอผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่รมควัน หลักจากนั้นได้สาธิตวิธีการอบรมควันเส้นตอกไม้ไผ่ก่อนสาน การกลึงไม้เพื่อผลิตชิ้นส่วนประกอบ วิธีการสานขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ด้วยลายสานใหม่ๆ และเทคนิคพิเศษ ผู้ประกอบการได้รับความรู้ในทุกขั้นตอน และเกิดแนวคิดในการนำมาปรับปรุงพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเอง

4.2.5 สถานที่ศึกษาดูงาน: นรินทร์ทิพย์ (ป้าวี) อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร

ผู้ประกอบการที่ศึกษาดูงาน จำนวน 7 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มสหกรณ์แพรวาบ้านโพน 2) กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ 3) กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง 4) กลุ่มทอผ้าบ้านดงน้อย 5) กลุ่มผ้าฝ้ายมัดหมี่บ้านนาค้อ 6) กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านหนองอีบุตร 7) กลุ่มแม่บ้านผลิตธุงตุเสมา ตามภาพที่ 4.8



ภาพที่ 4.8 ศึกษาดูงาน ณ นรินทร์ทิพย์ (ป้าวี) อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร

ผลการศึกษาดูงาน พบว่า แหล่งศึกษาดูงานได้บรรยายให้ความรู้เกี่ยวกับวิธีการดำเนินธุรกิจผ้าทอมือในยุคปัจจุบัน การสร้างยอดขาย การสร้างแบรนด์ และการขายผ้าทอมือออนไลน์ หลังจากนั้นได้จัดให้มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันระหว่างผู้ประกอบการเจ้าของสถานที่และคณะผู้เยี่ยมชม การนำเสนอผลิตภัณฑ์ การจัดให้เยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ผ้าโบราณ การสาธิตการผลิตผ้าย้อมคราม ทั้งนี้ ผู้ประกอบการได้รับความรู้ครอบคลุมทุกด้าน มีหลายประเด็นที่สามารถนำมาพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ผ้าของตนเองได้

หลังการศึกษาดูงานในภาพรวม พบว่า ผู้ประกอบการได้แนวคิด มุมมอง รวมทั้งเครือข่ายในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกัน เช่น ผู้ประกอบการเกี่ยวกับปลาร้าได้แนวทางในการสร้างสูตรอาหารใหม่ ผู้ประกอบการเกี่ยวกับข้าวได้แนวทางในการพัฒนาข้าวผงให้มีคุณภาพและมาตรฐานยิ่งขึ้น ผู้ประกอบการเกี่ยวกับผ้าได้เทคนิคด้านการตลาด และการย้อมผ้าคราม ผู้ประกอบการเกี่ยวกับถ่านได้แนวทางในการเลือกผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ผู้ประกอบการเกี่ยวกับงานจักสานได้ลายสานใหม่ๆ ในการสาน และได้เทคนิคการรมควันเส้นตอก เป็นต้น

4.3 ผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำการผลิตและการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่

ในขั้นตอนนี้ เป็นการจัดทีมผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทางลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีอัตลักษณ์และมีรูปแบบที่ทันสมัยตรงกับความต้องการตลาด การพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐานและให้คำปรึกษาแนะนำด้านการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ การสร้างนวัตกรรมในการผลิต การออกแบบและพัฒนาโลโก้/ตราสินค้า และอื่นๆ ที่ส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

4.3.1 สหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เลขที่ 173/1 หมู่ 5 บ้านโพน ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 083-3383956

ผลิตภัณฑ์เดิม: ผ้าไหมแพรวา (ผ้าตัดชุด)

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้ปรึกษาแนะนำ ณ สหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับ **แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการนำเสนอข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งนำไปสู่การกำหนดแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ สรุปได้ดังนี้

1) ออกแบบและวางลวดลายผ้ารูปแบบใหม่ เพื่อลดเวลาการทอ โดยออกแบบลวดลายและรูปแบบผ้าไหมแพรวาจากที่เคยทอผ้าสำหรับตัดชุด เป็นผ้าซิ่นแพรวา เนื่องจากกลุ่มไม่เคยทอเป็นผ้าซิ่น

2) การย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง คราม)

3) การแก้ปัญหาด้านหลังผ้าแพรวา ในส่วนที่ไม่ได้ใช้งาน มีช่วงของการข้ามช่องที่ยาว (คืบ) ทำให้เกิดการเกาะเกี่ยวเวลาใช้งาน

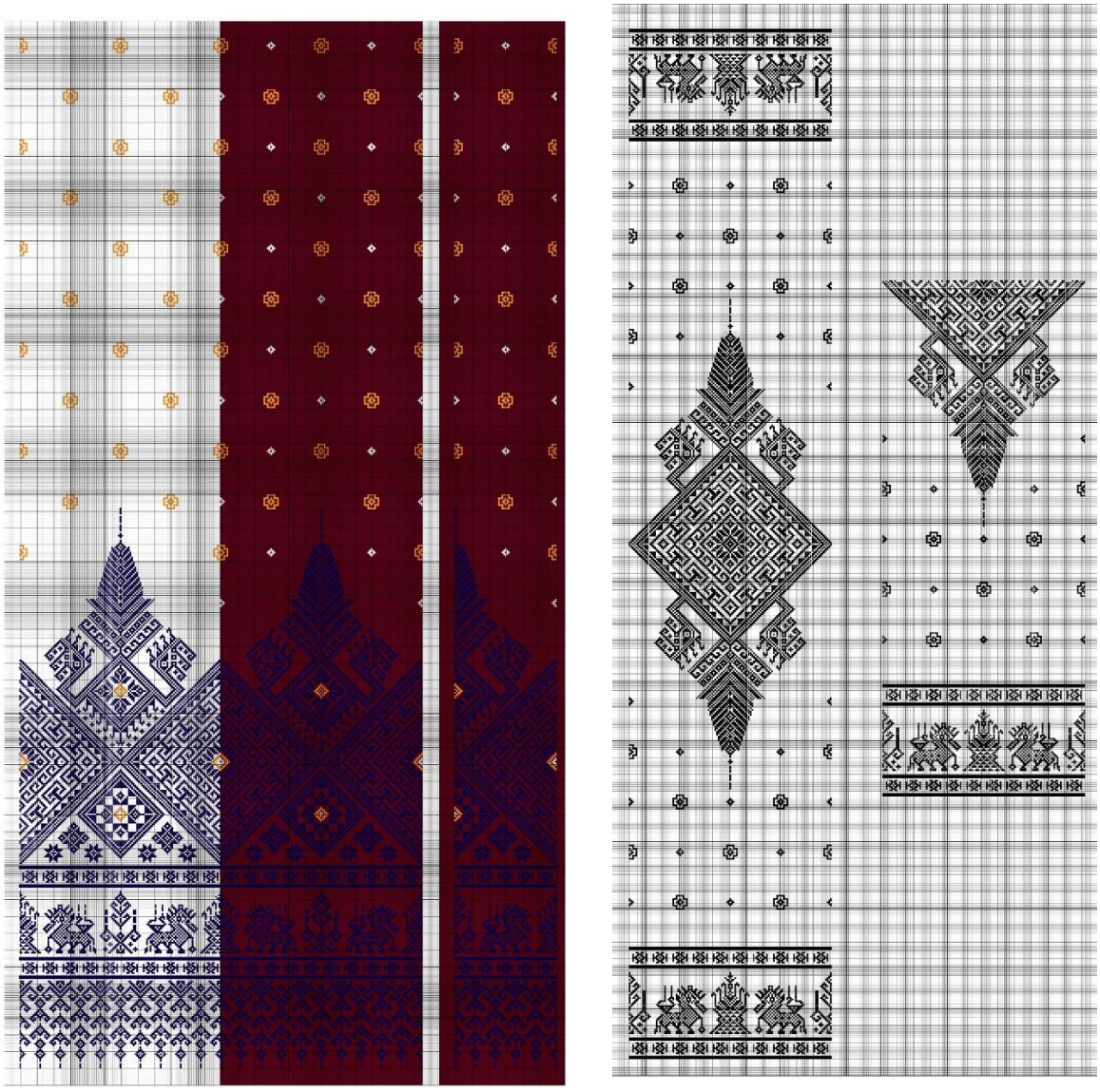
และให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับ **ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design)** โดยดำเนินการออกแบบลายผ้าซิ่นแพรวา และผ้าคลุมไหล่ สรุปได้ดังนี้

1) แรงบันดาลใจในการออกแบบลวดลายผ้า ได้มาจากลวดลายผ้าแซ่วโบราณของผู้ไทย โดยนำเอาลายพันมหา นาคชูสน สิงห์น้อย พานดอกไม้ มาประยุกต์จัดรูปแบบลวดลายใหม่

2) ใช้สีธรรมชาติ จากครั่งและครามในการทอ



ภาพที่ 4.9 การให้คำปรึกษาแนะนำ แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)
ผ้าซิ่นแพรวาและผ้าคลุมไหล่แพรวา



ภาพที่ 4.10 ลายผ้าซิ่นแพรวาและผ้าคลุมไหล่แพรวาย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง คราม) ออกแบบและพัฒนาใหม่

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและรายละเอียดการพัฒนา

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มมีความต้องการที่จะเรียนรู้การทอผ้าซิ่นเพิ่มเติม และเรียนรู้เกี่ยวกับการย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง และคราม) ในครั้งนี้ มีการพัฒนาดังนี้

1) พัฒนารูปแบบผ้าไหมแพรวา จากที่เคยทอผ้าสำหรับตัดชุดลวดลายเต็มผืน เป็น ผ้าซิ่นแพรวา โดยออกแบบและวางลวดลายผ้าใหม่ เพื่อลดเวลาการทอ

2) พัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติจากครั่ง คราม

3) พัฒนาเทคนิคการทอผ้าไหมแพรวาลายล่วง (ขิด) เพื่อแก้ปัญหาด้านหลังผ้า และการซับผ้ากาว ซึ่งเทคนิคดั้งเดิมเส้นยืนพิเศษทำให้เกิดลวดลายผ้าทางด้านหลังในส่วนที่ไม่ได้ใช้งาน มีช่วงของการข้ามช่องที่ ยาว (คืบ) ทำให้เกิดการเกาะเกี่ยวเวลาใช้งาน และแก้ปัญหาการซับผ้ากาว (สำหรับลูกค้าที่ไม่ต้องการซับผ้ากาวด้านหลังเวลาใช้งาน เนื่องจากร้อน) จึงพัฒนาเทคนิคการทอผ้าแบบลายลูกแก้วมาผสมกับเทคนิคดั้งเดิมของพื้นที่ ทำให้เกิดลวดลายผ้าเพียงด้านเดียว คือ ด้านหน้าของผืนผ้า แต่ด้านหลังของผืนผ้าจะมีลักษณะกลมกลืนกับพื้นผ้า

4) ออกแบบและพัฒนาชุดแฟชั่นบุรุษและสตรีจากผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติที่ผลิตในกลุ่ม



ภาพที่ 4.11 การให้คำปรึกษาแนะนำ เทคนิคการสร้างสรรค์นวัตกรรมใหม่ในการทอและสร้างลายผ้าซิ่นแพรวาและผ้าคลุมไหล่แพรวา



ภาพที่ 4.12 การถ่ายทอดความรู้และปฏิบัติการพัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติจากครั่ง



ภาพที่ 4.13 การถ่ายทอดความรู้และปฏิบัติการพัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติจากคราม



ภาพที่ 4.14 การถ่ายทอดความรู้และปฏิบัติการพัฒนาเทคนิคการทอผ้าซิ่นแพรวาลายล่วง (ขิด)

เป็นการให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคการทอผ้าซิ่นแพรวาแบบลายลูกแก้วผสมกับเทคนิคดั้งเดิมของพื้นที่ ลายล่วง (ขิด) เพื่อแก้ปัญหาด้านหลังผ้าและการซับผ้ากาว ซึ่งเป็นนวัตกรรมในการทอผ้ารูปแบบใหม่



ภาพที่ 4.15 นวัตกรรมการทอและการสร้างสรรค์ลายผ้า: ผ้าซิ่นไหมแพรวา (สีธรรมชาติ ครั่ง คราม)

แบรนด์ (Brand) ศิลป์แพรวา Silp Praewa
สโลแกน (Slogan) : สรรค์ศิลป์งามล้ำค่า วิจิตรตระการตาแพรวาบ้านโพน
ภาพที่ 4.16 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้าสหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

แพรวา เป็นผ้าที่มีหลายๆ ลาย อยู่ในผืนผ้าเดียวกัน มีความงามล้ำค่าวิจิตรพิสดารกว่าผ้าไหมอื่นๆ จนขึ้นชื่อว่า **“ราชินีแห่งไหม”** มักทอด้วยวิธีการเก็บขิดและจก (ขิด เป็นวิธีการสร้างลวดลายโดยใช้ไม้เก็บขิด ซึ่งเป็นแผ่นไม้บางๆ กว้างประมาณ 3 นิ้ว ยาวประมาณ 2 ศอก สอดงัดด้ายเส้นยืน เป็นการเก็บลายจากเขา ใช้กระสวยพุ่งด้ายเส้นพุ่ง ส่วนจก ใช้มือ) วิธีการดังกล่าวชาวบ้านโพนได้สืบทอดสรรค์ศิลป์ผ่านการบ่มเพาะเรื่องราว ความรู้สึก ขนบธรรมเนียมประเพณีอันดีงามมาจากบรรพบุรุษชาวผู้ไทยให้เป็นลวดลายเรขาคณิตที่แสดงถึงความมานะพยายามในการทอผ้าอย่างมีเอกลักษณ์ ใช้คลุมไหล่หรือห่มเฉียงไหล่ในโอกาสพิเศษ เช่น เทศกาลงานบุญประเพณีหรืองานสำคัญๆ

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้า โดยการออกแบบชุดเครื่องแต่งกายบุรุษและสตรีจากผ้าไหมแพรวาย้อมสีธรรมชาติที่ผลิตในกลุ่ม เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด โดยเน้นชุดที่เป็นทางการสำหรับการสวมใส่ออกงานสำคัญ




ภาพที่ 4.17 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการออกแบบแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าไหม



ภาพที่ 4.18 การออกแบบชุดแต่งกายบุรุษและสตรีจากผ้าไหมแพรวาย้อมสีธรรมชาติ แบรนด์ (Brand) : ศิลป์แพรวา Silp Praewa

4.3.2 กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ เลขที่ 21 หมู่ 11 บ้านคำไฮ ตำบลหนองกุงศรี อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 088-3371721

ผลิตภัณฑ์เดิม: ผ้าซิ่นมัดหมี่ ผ้าขาวม้า ผ้าเมตร ผ้าสไบ (เคมี)

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้ปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับ **แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการนำเสนอข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งนำไปสู่การกำหนดแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ สรุปได้ดังนี้

1) ออกแบบและวางลวดลายผ้ารูปแบบใหม่ จากที่เคยทอผ้าซิ่นมัดหมี่ (หมี่รวด) เป็น ผ้าซิ่นมัดหมี่ (หมี่ร่าย) เนื่องจากกลุ่มไม่เคยทอผ้าซิ่นรูปแบบนี้มาก่อน

2) การย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นคูณ)

และให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับ **ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design)** โดยดำเนินการออกแบบลายผ้าซิ่นมัดหมี่ สรุปได้ดังนี้

1) แรงบันดาลใจในการออกแบบลวดลายผ้าซิ่นมาจากปลาในเขื่อนลำปาว และย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกของต้นกุง ต้นไม้ในท้องถิ่น ซึ่งมีชื่อพ้องกับชื่ออำเภอหนองกุงศรี นำมาเป็นสีย้อมหลัก

2) ใช้สีธรรมชาติ จากเปลือกกุง ต้นไม้ในท้องถิ่น ซึ่งมีชื่อพ้องกับชื่ออำเภอหนองกุงศรี นำมาเป็นสีย้อมหลัก และกะบก มะเกลือ แก่นคูณ เป็นสีประกอบในการทอ



ภาพที่ 4.19 การให้คำปรึกษาแนะนำ แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design) ผ้าซิ่นมัดหมี่ (หมี่ร่าย)

สำหรับการให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design) ผู้วิจัยได้การนำเสนอข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งนำไปสู่การออกแบบลายผ้าซิ่นหมี่ร่าย โดยได้แรงบันดาลใจในการออกแบบลวดลายผ้าซิ่นมาจากปลาในเขื่อนลำปาว และย้อมสีธรรมชาติ จากเปลือกของต้นกุง ต้นไม้ในท้องถิ่น ซึ่งมีชื่อพ้องกับชื่ออำเภอหนองกุงศรี นำมาเป็นสีย้อมหลัก กะบก มะเกลือ แก่นคูณ เป็นสีประกอบ และมีการใช้มอร์แดนท์ (สารช่วยติดสี) มาใช้ทำสีต่างๆ ในหัวมัดหมี่ ให้เกิดความร่วมสมัยเหมาะกับการใช้งานของลูกค้าที่ชื่นชอบการใช้ผลิตภัณฑ์สีธรรมชาติ



ภาพที่ 4.20 การให้คำปรึกษาแนะนำ ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design) ลายผ้าซิ่นมัดหมี่ (หมี่ร่าย)

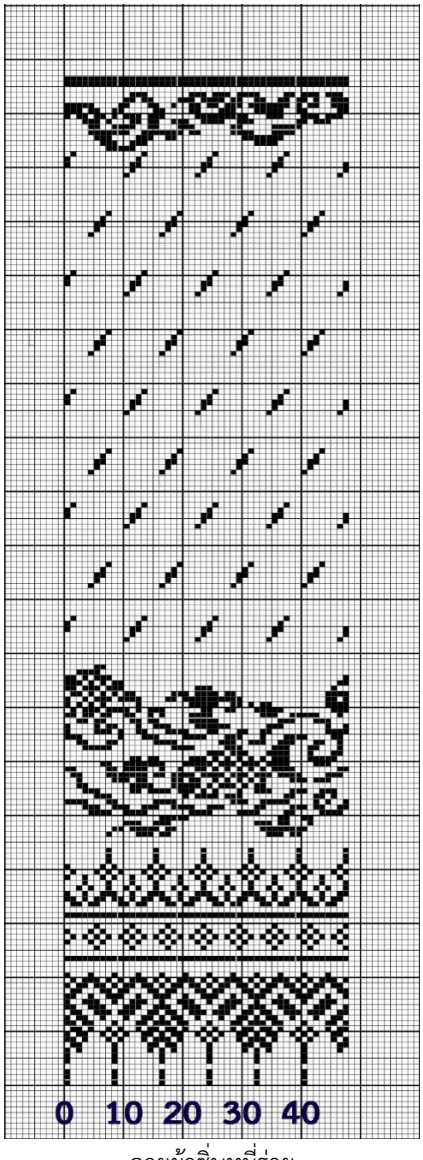
ทั้งนี้ในการลงพื้นที่ ณ กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ ได้ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการมัดหมี่จากตารางกราฟลายผ้าซิ่นหมี่ร่ายและผ้าคลุมไหล่ เพื่อการผลิต สรุปได้ดังนี้

1) เทคนิคการค้นหัวหมี่เพื่อการทอแบบหมี่ร่าย จากดั้งเดิมที่กลุ่มทอได้เฉพาะเทคนิคการมัดหมี่รวด

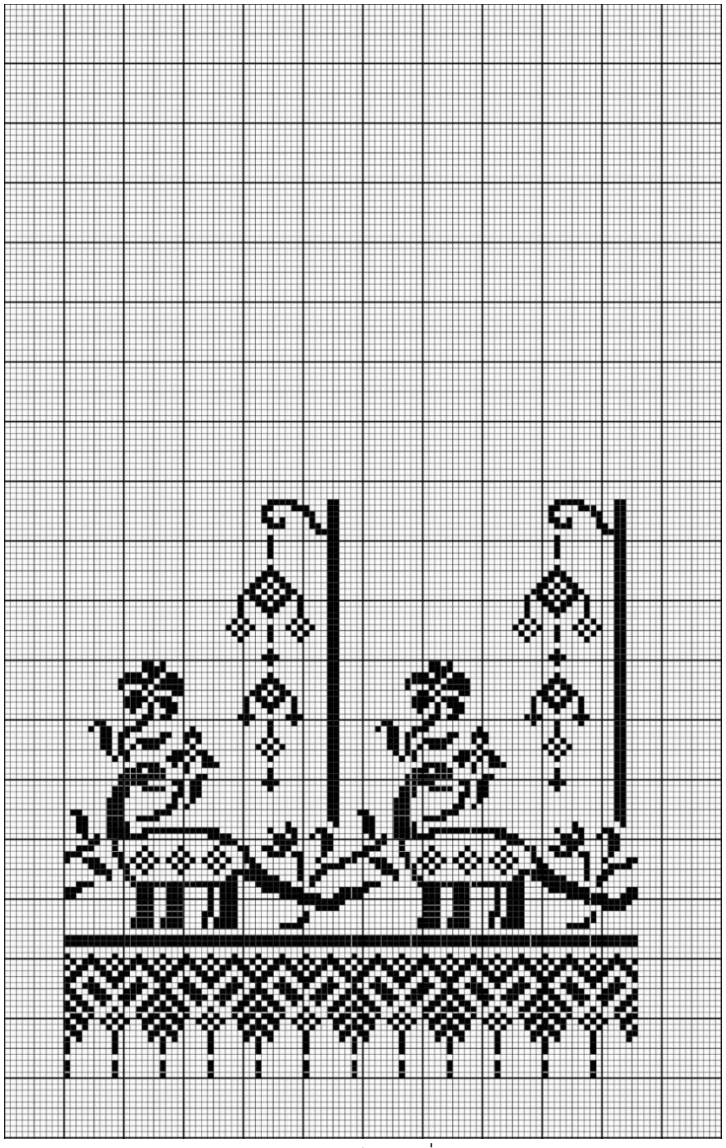
2) ใช้เทคนิคการทอแบบผสมผสาน 2 เทคนิค คือ การนำเอาเทคนิคการทอหมี่คั่นและเทคนิคการทอขิดมาผสมผสานในผืนผ้า



ภาพที่ 4.21 การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการมัดหมี่ร่าย จากตารางกราฟลายผ้าที่ออกแบบ



ลายผ้าซิ่นหมี่ร่าย



ลายผ้าคลุมไหล่หมี่ร่าย

ภาพที่ 4.22 ลายผ้าซิ่นหมี่ร่ายและผ้าคลุมไหล่หมี่ร่ายย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกกุง) ออกแบบและพัฒนาใหม่

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและรายละเอียดการพัฒนา

จากข้อมูลพบว่า กลุ่มไม่เชี่ยวชาญการทอผ้าซิ่นแบบหมี่ร่าย จึงมีความต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับการทอหมี่ร่ายและเรียนรู้การย้อมสีธรรมชาติ ในครั้งนี้ มีการพัฒนาดังนี้

1) พัฒนาเทคนิคการค้นหัวหมี่เพื่อการทอแบบหมี่ร่าย จากดั้งเดิมที่กลุ่มทอได้เฉพาะเทคนิคการมัดหมี่รวด

2) พัฒนาเทคนิคการย้อมสี การมัดหมี่สีธรรมชาติ โดยอบรมเชิงปฏิบัติการค้นหมี่ มัดหมี่เก็บขิด และย้อมสีธรรมชาติ โดยใช้เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นคูณ โดยนำเปลือกจากต้นกุง ต้นไม้ที่มีชื่อพ้องกับชื่ออำเภอหนองกุงศรีมาเป็นสีย้อมหลักในการย้อมและมีการใช้มอร์แดนท์ (สารช่วยติดสี) มาใช้ในการทำสีต่าง ๆ ในหัวมัดหมี่ รวมทั้งการนำเอาเทคนิคของการทอหมี่คั่นและการทอเทคนิคขิดมาผสมผสานในผืนผ้า ให้เกิดความร่วมสมัยเหมาะกับการใช้งานของลูกค้าที่ชื่นชอบการใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ

3) การพัฒนาอุปกรณ์ทุ่นแรงเพื่อลดเวลาในการค้นเส้นทางเครือ รวมทั้งต้นทุนในการผลิต เป็น **“เครื่องค้นหูก”** ซึ่งมีการส่งมอบ สาธิต และทดลองใช้แล้ว ได้ผลในระดับดีมาก

4) ออกแบบและพัฒนาชุดแฟชั่นสตรีจากผ้าทอพื้นเมืองที่ผลิตจำนวนมากในกลุ่ม



ภาพที่ 4.23 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการค้นหมี่ (หมี่ร่าย) เตรียมเส้นในการทอผ้าที่พัฒนาใหม่



ภาพที่ 4.24 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการมัดหมี่ (หมี่ร่าย) ลายผ้าที่พัฒนาใหม่

กิจกรรมการย้อมสีธรรมชาติ

เป็นการฝึกปฏิบัติการย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นคูณ) สำหรับเตรียมเส้นในการทอผ้าที่พัฒนาใหม่



ภาพที่ 4.25 การถ่ายทอดความรู้และปฏิบัติการพัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติ
เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นคูณ



ภาพที่ 4.26 การถ่ายทอดความรู้และปฏิบัติการพัฒนาเทคนิคการทอผ้าซิ่นหมี่ร่ายคั่นขิด
ซึ่งเป็นนวัตกรรมในการทอผ้าสร้างลวดลายรูปแบบใหม่ของกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่



ภาพที่ 4.27 นวัตกรรมในการทอและสร้างสรรค์ลายผ้า: ผ้าซิ่นมัดหมี่คั่นขิด ลายปลาลำปาว ย้อมสีธรรมชาติ เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นขนุน

ไพรัช
PHAIRACH

แบรนด์ (Brand) : ไพรัช Pairat
สโลแกน (Slogan) : สืบต่อทอหมี่ ผ้าเนื้อดี มีคุณค่า
ภาพที่ 4.28 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มผ้าไหมมัดหมี่

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

จากภูมิปัญญาดั้งเดิมของบรรพบุรุษปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ที่เคยทอผ้าเป็นผ้าพื้นไม่มีลวดลาย ต่อมาลูกหลานได้พัฒนาผ้าให้มีลวดลายด้วยการมัดหมี่ ซึ่งเป็นเทคนิคการทอผ้าอย่างหนึ่งที่มีการสร้างลวดลายก่อนที่จะทำการย้อมสี การมัดและย้อมลาย สามารถทำได้ทั้งเส้นยืน (เส้นทางเครือ) และเส้นพุ่ง (เส้นทางตำ ซึ่งผ้ามัดหมี่ของ**กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่** บ้านคำไฮ จะทอด้วยความประณีตทุกขั้นตอน เพราะใส่ใจทุกกระบวนการผลิตผ้าทุกผืนจึงมีความสวยงาม ทอแน่น เนื้อผ้านุ่ม สวมใส่สบาย คงทน ดูแลรักษา

ในปัจจุบันได้พัฒนาเป็นผ้าเอกลักษณ์ที่สวยงาม คือ **“ผ้าซิ่นหมี่ร่ายคั่นขิด ลายปลาลำปาว”** ย้อมสีธรรมชาติ โดยใช้เปลือกกุง ต้นไม้ในท้องถิ่น ซึ่งมีชื่อพ้องกับชื่ออำเภอหนองกุงศรี นำมาเป็นสีย้อมหลักและมีการใช้มอร์แดนท์ (สารช่วยติดสี) มาใช้ในการทำสีต่างๆ ในหัวมัดหมี่ รวมถึง กะบก มะเกลือ แก่นขนุน เป็นการนำเอาเทคนิคของการทอหมี่คั่นและการทอเทคนิคขิดมาผสมผสานในผืนผ้า ให้เกิดความร่วมสมัยเหมาะกับการใช้งานของลูกค้าที่ชื่นชอบการใช้ผลิตภัณฑ์ธรรมชาติ

การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้า โดยการออกแบบชุดแฟชั่นสตรีจากผ้าทอพื้นเมือง (ผ้าขาวม้า และผ้ามัดหมี่) ที่ผลิตจำนวนมากในกลุ่ม เป็นการประยุกต์ใช้ผ้าให้เหมาะกับยุคสมัย เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด โดยเน้นชุดเป็นลำลอง เหมาะกับการสวมใส่เพื่อการท่องเที่ยวในวันสบายๆ



ภาพที่ 4.29 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการออกแบบแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าขาวม้าและผ้ามัดหมี่



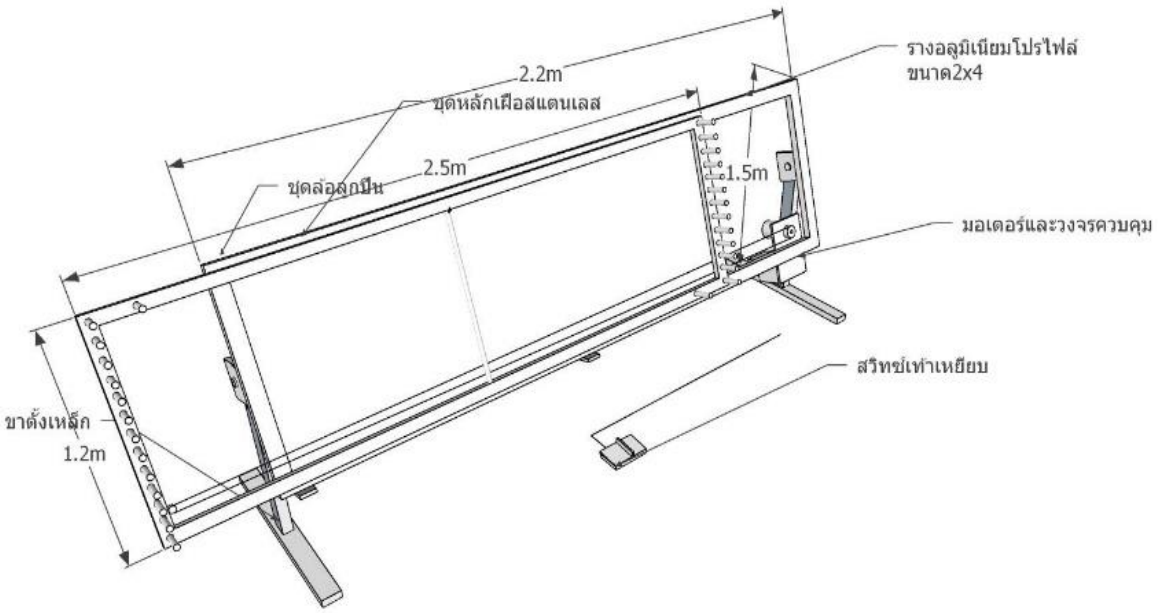
ภาพที่ 4.30 การออกแบบชุดแฟชั่นสตรีจากผ้าทอพื้นเมือง แบรนด์ (Brand) : ไพรัช Pairat

การพัฒนานวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องค้นหูก

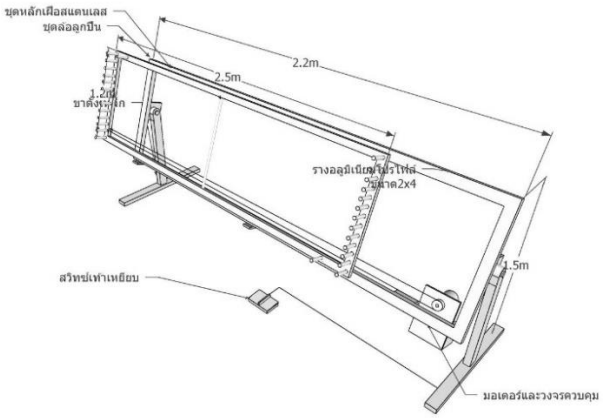
เป็นการพัฒนาอุปกรณ์ทุ่นแรงเพื่อลดเวลาในการค้นเส้นทางเครือ รวมทั้งต้นทุนในการผลิต เป็น **“เครื่องค้นหูก”** ซึ่งมีการส่งมอบ สาธิต และทดลองใช้แล้ว ได้ผลในระดับดีมาก

สำหรับเครื่องค้นหูกนี้ เป็นการพัฒนาต่อยอดงานวิจัยของ ประทับใจ สุวรรณธาดา และคณะ (2560: บทคัดย่อ) ซึ่งได้วิจัย การศึกษากระบวนการผลิตผ้าทอพื้นเมือง เพื่อออกแบบและพัฒนาอุปกรณ์ทุ่นแรงในการผลิต : กรณีศึกษาเครื่องค้นหูก โดยกล่าวไว้ว่า การค้นหูกเป็นหนึ่งในขั้นตอนของการเตรียมเส้นไหม/ฝ้าย ก่อนนำไปใช้เป็นเส้นยืนในขั้นตอนการทอผ้าพื้นเมือง การค้นหูกถือเป็นวิธีการที่ยุ่งยากและค่อนข้างเปลืองแรงในการทำงาน โดยผู้ทำหน้าที่ค้นหูกจะต้องคำนวณความยาวของเส้นไหม/ฝ้ายจากความยาวของผืนผ้าที่จะทอแต่ละครั้ง อุปกรณ์ที่ใช้เรียกว่า “โฮงค้นหูก หรือหลักเฝือ” ดังนั้น การพัฒนาอุปกรณ์ทุ่นแรงมาช่วยในขั้นตอนนี้ จะทำให้ได้ความเที่ยงตรงในการคำนวณมากขึ้น รวดเร็วยิ่งขึ้น และที่สำคัญประหยัดแรงงานและต้นทุนการผลิต ผลการวิจัยและพัฒนาพบว่า เครื่องค้นหูกที่พัฒนาใหม่ เป็นการเปลี่ยนวิธีการทำงานเดินคล้องเส้นไหมแบซ้าย-ขวา

ซึ่งในการวิจัยเครื่องค้นหูก PJ 02 นี้ เป็นการพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับช่างทอผ้าผู้ทำหน้าที่ค้นหูก เป็นการออกแบบเพื่อแก้ปัญหาความเคยชินกับเครื่องค้นหูกแบบเดิม สำหรับผู้สูงอายุที่ไม่สะดวกต่อการเรียนรู้เทคโนโลยีที่ซับซ้อน โดยปรับปรุงวิธีการทำงานค้นหูกจากต้องเดินวนหลายรอบในระยะตั้งแต่ 2 – 5 เมตร เป็นยืนทำงานอยู่กับที่เพียงใช้เท้าเหยียบปุ่มเป็นจังหวะก็สามารถค้นหูกได้เร็วกว่าเดิม โดยไม่ต้องเมื่อยล้าจากการเดินนับร้อยรอบ



ภาพที่ 4.31 Perspective นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องค้นหูก PJ 02



ด้านหลัง เครื่องค้นหูก PJ 02



การส่งมอบเครื่องค้นหูก

ภาพที่ 4.32 Perspective นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องค้นหูก PJ 02

4.3.3 กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง เลขที่ 79 หมู่ 8 บ้านกุดครอง ตำบลดอนจาน อำเภอดอนจาน จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 063-1124939

ผลิตภัณฑ์เดิม: ร่ม (ผ้าแพรวา)

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** ใช้การนำเสนอข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งนำไปสู่การกำหนดแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ สรุปได้ดังนี้

1) การสร้างลวดลายผ้าในการผลิตร่มให้มีเอกลักษณ์ ผ้าแพรวากาฬสินธุ์

2) การพัฒนาโครงสร้างร่มให้เหมาะสมสอดคล้องกับลักษณะของร่ม

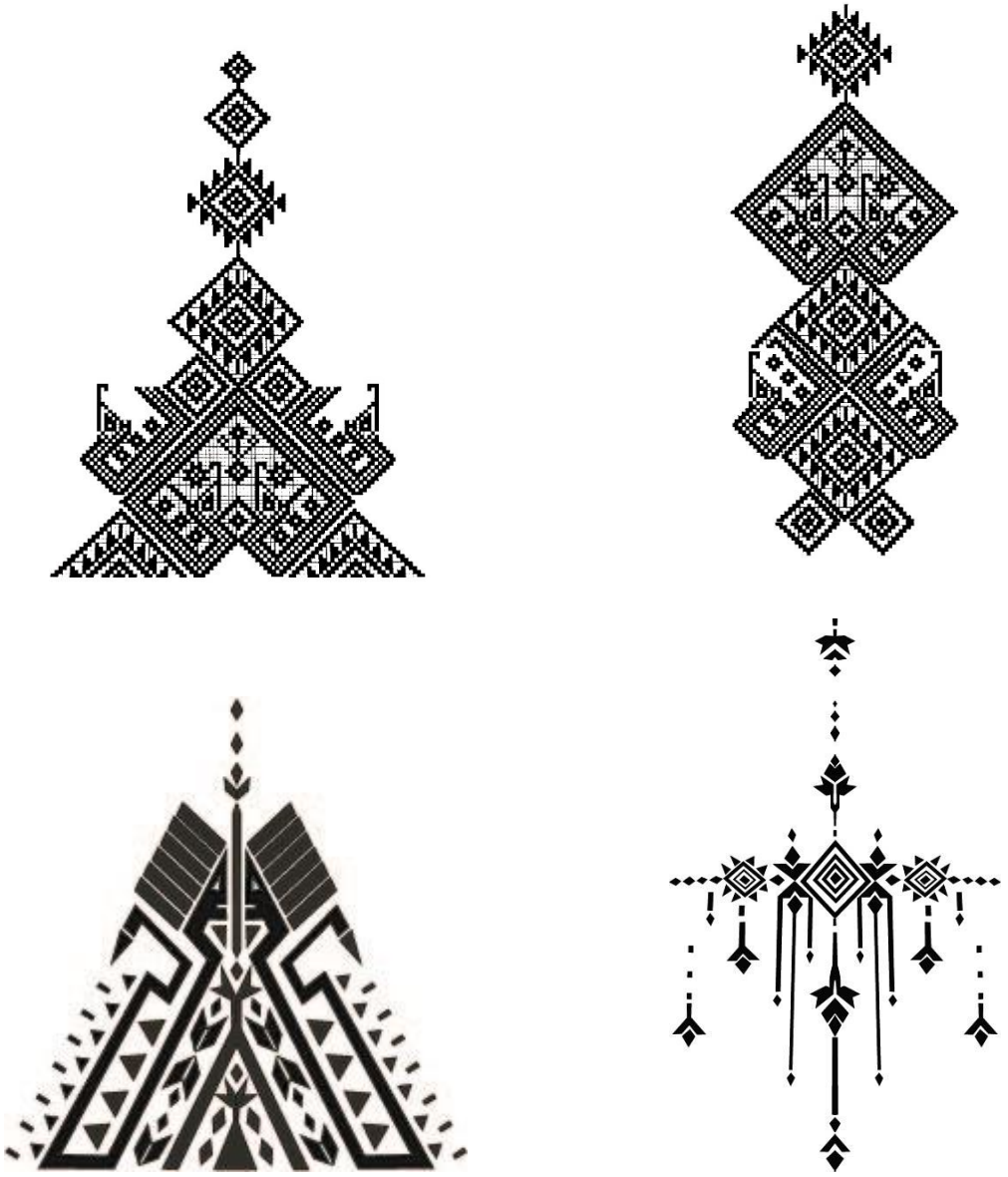
นอกจากนั้นยังให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการ**ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design)** และพัฒนาร่มผ้าพื้นเมือง สรุปได้ดังนี้

1) ให้ความรู้ทางด้านการออกแบบและพัฒนาลายผ้า โดยนำเอกลักษณ์ผ้าแพรวามาประยุกต์ใช้

2) การออกแบบพัฒนาลายร่ม (แพรวา) รูปแบบใหม่ โดยนำลายผ้า (แพรวา) มาออกแบบใหม่เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปใช้กับร่ม



ภาพที่ 4.33 การให้คำปรึกษาแนะนำ แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design) และร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design) ร่มผ้าพื้นเมือง



ภาพที่ 4.34 ลายแพรวาประยุกต์เพื่อใช้ในงานซิลสกรีนผ้าผลิตร่ม ออกแบบและพัฒนาใหม่

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและรายละเอียดการพัฒนา

จากการศึกษา พบว่า ผลิตภัณฑ์เดิมใช้ผ้าพิมพ์ลายแพรวาในการตัดเย็บเป็นร่มร่วมกับร่มสำเร็จ ในการพัฒนาจึงมุ่งเน้นให้กลุ่มสามารถผลิตส่วนประกอบต่าง ๆ ได้ด้วยตัวเองแบบครบวงจร ซึ่งในครั้งนี้ มีการพัฒนาดังนี้

1) พัฒนาเทคนิคการพิมพ์ลายผ้า โดยแนะนำการสร้างลายผ้าเอกลักษณ์ พร้อมออกแบบลายแพรวาประยุกต์ใหม่เพิ่มเติม จำนวน 4 ลาย ใช้เทคนิคการพิมพ์ลายบนผืนผ้า เลือกใช้ผ้าที่เหมาะสมกับการใช้ในงานผลิตร่มและการพิมพ์

2) การพัฒนาโครงร่มจากการซื้อร่มโลหะสำเร็จรูป เป็นการผลิตโครงสร้างร่มจากไม้ เป็นร่ม 8 ซี่ที่สามารถยึดติดและกางได้ง่าย สะดวกต่อการผลิต

ซึ่งมีรายละเอียดในการผลิต ดังนี้

การออกแบบลายแพรวาและการถ่ายทอดความรู้ด้านการพิมพ์ผ้า

เป็นการอบรมเชิงปฏิบัติการพิมพ์ลายลงบนผืนผ้าทอ วิธีการสกรีนลงบนผืนผ้าก่อนนำไปตัดเย็บเป็นร่ม โดยมีการทดลองน้ำยาในการเคลือบผ้าทำร่มด้วยน้ำยาเคลือบแบบต่างๆ



ภาพที่ 4.35 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการพิมพ์ลายบนผ้าผลิตร่มแพรวาประยุกต์

กิจกรรมแนะนำการผลิตโครงสร้างร่มจากไม้

โดยศึกษาจากร่มตัวอย่างแบบต่าง ๆ การเลือกรูปแบบที่เหมาะสม และมีความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงพาณิชย์



ภาพที่ 4.36 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการผลิตโครงสร้างร่มจากไม้

การทดลองการพิมพ์ การเคลือบ

เป็นการทดลองเทคนิคการพิมพ์ลาย ปรับปรุงกระบวนการพิมพ์สกรีน จัดทำแท่นจับบล็อกสกรีนให้สะดวกในการพิมพ์จำนวนมาก อบรมเชิงปฏิบัติการเคลือบผ้าผลิตร่ม การใช้ยางไม้ เคลือบผ้าให้สามารถกันน้ำได้ กันฝนได้ ติดตามคุณภาพการประกอบชิ้นงาน



ภาพที่ 4.37 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการเคลือบผ้าผลิตร่ม





ภาพที่ 4.38 นวัตกรรมการออกแบบ การพิมพ์ลายและการผลิตร่ม : ร่มไม้ลายผ้าแพรวา

แบรนด์ (Brand) : กาเต้นก้อน Katenkon
สโลแกน (Slogan) : ใต้แผ่นฟ้า แพรวาร่มเย็น
ภาพที่ 4.39 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง ผู้ผลิตร่มภายใต้แบรนด์ **“กาเต้นก้อน”** ซึ่งมาจากลายโปงลาง, ลายลำ ผลิตภัณฑ์ **“ร่มผู้ไทย”** ได้แรงบันดาลใจมาจากลายผ้าแพรวา ซึ่งเป็นผ้าที่มีความงดงามล้ำค่าวิจิตรพิสดาร กว่าผ้าไหมอื่นๆ จนขึ้นชื่อว่า “ราชินีแห่งไหม” เป็นผ้าเอกลักษณ์ผู้ไทยที่รู้จักกันดีอย่างแพร่หลาย ลวดลายบนผืนผ้ามีความงดงาม วิจิตร ได้ถูกนำมาประยุกต์เป็นส่วนหนึ่งในการผลิตร่มเพื่อบ่งบอกความเป็นผู้ไทยกาฬสินธุ์ ลวดลายที่นำมาใช้ มีทั้งแบบลายดั้งเดิมและลายประยุกต์ ถูกสร้างสรรค์ด้วยเทคนิคการพิมพ์ และการจัดวางลายที่ลงตัว ร่มผู้ไทยจึงเป็นร่มที่งามอย่างมีคุณค่าเหมาะกับการใช้งานในทุกโอกาส

4.3.4 กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย หมู่ 3 เลขที่ 60 หมู่ 3 บ้านดงน้อย ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 065-0359602, 096-7636690

ผลิตภัณฑ์เดิม: ผ้าพันคอ (มัดย้อม)

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย หมู่ 3 เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** โดยการระดมแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนาผ้ามัดย้อม ใช้การนำเสนอข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งนำไปสู่การกำหนดแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ สรุปได้ดังนี้

1) การสร้างสรรค์ลวดลายผ้าคลุมไหล่ โดยพัฒนาเทคนิคในการมัดย้อมใหม่
2) การย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้และดินแดง ด้วยสูตรที่คิดค้นใหม่
3) การแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่ (กระเป๋า ของที่ระลึก ของชำร่วย)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการ**ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design)** และพัฒนาผ้ามัดย้อม โดยได้แรงบันดาลใจมาจากไดโนเสาร์ จากปลาในแหล่งน้ำธรรมชาติของชุมชน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดกาฬสินธุ์และชุมชน



ภาพที่ 4.40 การให้คำปรึกษาแนะนำ แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design) ผ้าพันคอ (มัดย้อม)



ภาพที่ 4.41 การให้คำปรึกษาแนะนำ ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design) ผ้าพันคอ (มัดย้อม)



ภาพที่ 4.42 ลายสร้างสรรค์เพื่อใช้มัดย้อมด้วยเทคนิคชิโบริ ออกแบบและพัฒนาใหม่

นอกจากนั้น ทีมงานผู้วิจัยยังได้ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคมัดย้อมรูปแบบต่างๆ (สีธรรมชาติ) โดยเฉพาะการย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้และดินแดง ซึ่งพบว่า

1) กลุ่มประสบปัญหาเรื่องสีซีด อาจมาจากกระบวนการย้อมสีธรรมชาติไม่ถูกวิธีการ

2) ควรจัดอบรมเชิงปฏิบัติการย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้ต่าง ๆ ในท้องถิ่น และดินแดง เพื่อแก้ปัญหาเรื่องสีซีด

3) ควรนำเทคนิคชิโบริมาใช้ในการสร้างสรรค์ลวดลายผ้ามัดย้อมเพิ่มเติมจากเทคนิคการสร้างสรรค์ลวดลายผ้ามัดย้อมแบบหนีบที่กลุ่มทำอยู่เดิม



ภาพที่ 4.43 การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับเทคนิคมัดย้อม การย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้และดินแดง

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและรายละเอียดการพัฒนา

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มเชี่ยวชาญการสร้างลวดลายบนผืนผ้าด้วยเทคนิคการมัดย้อมโดยใช้เทคนิคการหนีบผืนผ้าด้วยแบบพิมพ์ไม้และวัสดุต่าง ๆ เพื่อสร้างลวดลายให้มีรูปแบบ (Pattern) ซ้ำ ๆ และปัญหาเดิม คือ การย้อมผ้าแล้วมีสีซีด ซึ่งในครั้งนี้ ได้มีการพัฒนาดังนี้

1) พัฒนากระบวนการมัดย้อม จากเดิมที่ใช้เทคนิคการหนีบผืนผ้าด้วยแบบพิมพ์ไม้และวัสดุต่าง ๆ เพื่อสร้างลวดลาย โดยนำมาประยุกต์เข้ากับเทคนิคมัดย้อมแบบชิโบริ ซึ่งเป็นเทคนิคใหม่ทำให้ได้ลวดลายที่มีความเป็นอิสระ สามารถสร้างสรรค์ลายมัดย้อมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้

2) พัฒนาการใช้ดินแดงที่เป็นวัตถุดิบในพื้นที่มาเป็นสารช่วยติดสี (มอร์แดนท์) ในการย้อมสีจากวัสดุธรรมชาติ

3) พัฒนาทักษะการออกแบบและการตัดเย็บแปรรูป โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อออกแบบแปรรูปกระเป๋า ของชำร่วย ของที่ระลึก

4) การพัฒนาอุปกรณ์ทุ่นแรงเพื่อลดเวลาในการค้นเส้นทางเครือ รวมทั้งต้นทุนในการผลิต เป็น **“เครื่องค้นหูก”** ซึ่งมีการส่งมอบ สาธิต และทดลองใช้แล้ว ได้ผลในระดับดีมาก

5) ออกแบบและพัฒนาชุดแฟชั่นบุรุษและสตรีจากผ้าไหมย้อมสีธรรมชาติที่ผลิตในกลุ่ม ซึ่งมีรายละเอียดในการพัฒนาดังนี้

การศึกษาแนวทางในการพัฒนาและสร้างสรรค์นวัตกรรม



ภาพที่ 4.44 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการย้อมสีธรรมชาติ และการใช้ดินแดงเป็นสารช่วยติดสี



ภาพที่ 4.45 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการสร้างสรรค์ลายเพื่อใช้มัดย้อมด้วยเทคนิคชิโบริ

การถ่ายทอดความรู้การย้อมสีธรรมชาติและค้นหาสูตรใหม่ในการย้อม

เป็นการอบรมเชิงปฏิบัติการและการทดลองการพัฒนาย้อมสีธรรมชาติโดยใช้ดินแดงที่เป็นวัตถุดิบในพื้นที่มาเป็นสารช่วยติดสี



ภาพที่ 4.46 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการย้อมสีธรรมชาติและทดลองใช้ดินแดงในการช่วยติดสี



ภาพที่ 4.47 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการมัดย้อมลายปลาเพื่อให้เป็นอัตลักษณ์ผืนผ้าของกลุ่ม

การฝึกปฏิบัติการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้ามัดย้อม

เป็นการฝึกปฏิบัติการออกแบบ เพื่อแปรรูปตัดเย็บกระเป๋า ของที่ระลึก/ของชำร่วย ตามขั้นตอน ดังนี้

1) ฝึกการออกแบบผลิตภัณฑ์ของชำร่วย และกระเป๋าถือสตรี

2) ฝึกออกแบบและตัด Pattern ตามแบบที่ออกแบบไว้

3) ฝึกตัดผ้าตามแบบ โดยแยกชิ้นส่วนต่าง ๆ ตามแบบ แนะนำวิธีเย็บด้วยมือ และวิธีการประกอบส่วน รวมทั้งวิธีการตกแต่ง

4) ประเมินผลงานการผลิตงานต้นแบบ ประกอบด้วย พวงกุญแจ กระเป๋าใส่เศษตังค์ และที่ใส่แก้ว



ภาพที่ 4.48 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการตัดเย็บและแปรรูปเป็นของที่ระลึก



ภาพที่ 4.49 นวัตกรรมการสร้างสรรค์เทคนิคมัดย้อมและการสร้างสรรค์ลาย : ผ้าพันคอ (มัดย้อม) สีธรรมชาติจากเปลือกไม้ ดินแดง

ดงน้อย
BAAN DONG NOI

แบรนด์ (Brand) : ดงน้อย
สโลแกน (Slogan) : ผ้าย้อมดิน หอมกลิ่นธรรมชาติ

ภาพที่ 4.50 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย หมู่ 3

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

การทำผ้ามัดย้อมนั้นถือว่า เป็นการทำลวดลายผ้าศิลปะที่มีรูปแบบแตกต่างกันไปไม่ซ้ำใครและเป็นผลงานที่มีชิ้นเดียวในโลก ผ้ามัดย้อม **“ดงน้อย”** เป็นผ้าที่คำนึงถึงความปลอดภัยของคนใช้ เป็นความภาคภูมิใจของคนสร้างสรรค์ความงาม ผลิตจากกระบวนการย้อมสีธรรมชาติที่ได้จาก**เปลือกไม้**ในท้องถิ่นและ**ดินแดง** ซึ่งเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

การออกแบบชุดเครื่องแต่งกายบุรุษและสตรี

การออกแบบชุดเครื่องแต่งกายบุรุษและสตรี จากผ้ามัดย้อมและผ้าที่ผลิตโดยกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย โดยดำเนินการดังนี้

1) กำหนดแนวคิดในการออกแบบและกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

2) ออกแบบ และตัดเย็บตามตามแบบ



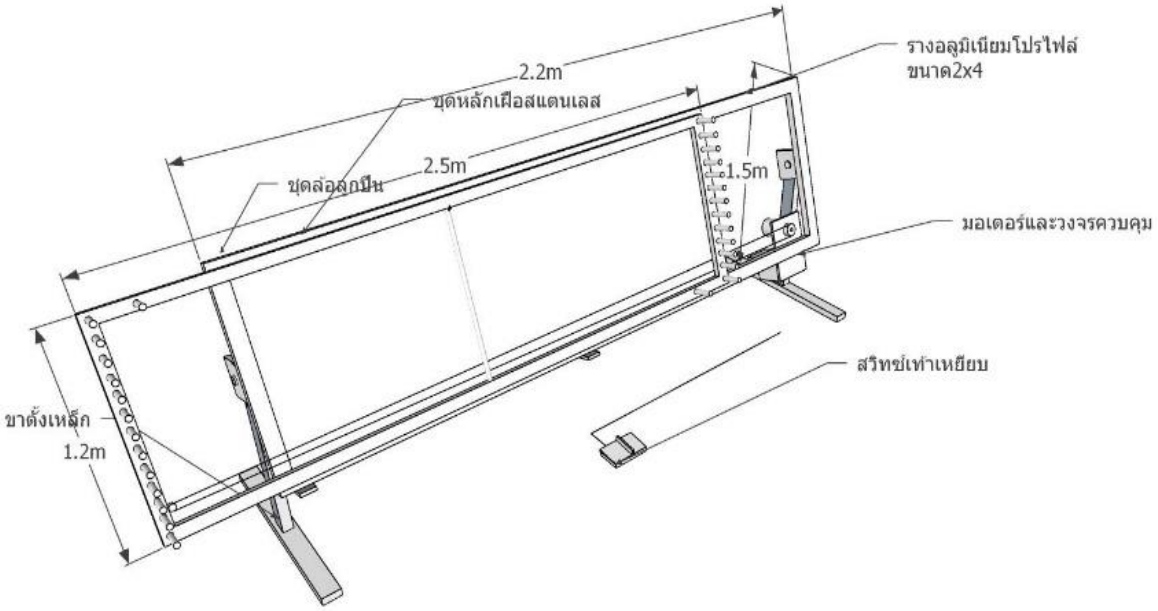
ภาพที่ 4.51 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการออกแบบแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ



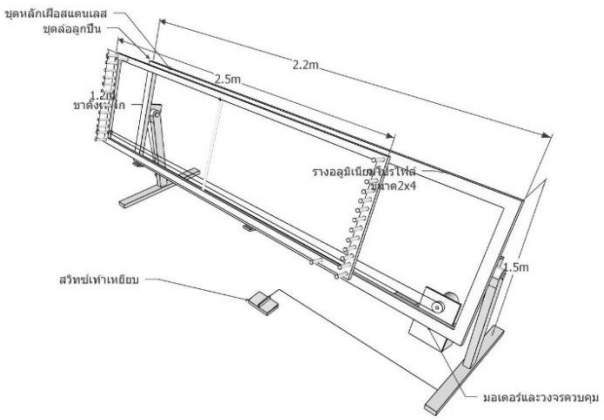
ภาพที่ 4.52 การออกแบบชุดแต่งกายบุรุษและสตรีจากผ้าทอมือย้อมสีธรรมชาติ แบรนด์ (Brand) : ดงน้อย

การพัฒนานวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องค้นหูก

เป็นการพัฒนาอุปกรณ์ทุ่นแรงเพื่อลดเวลาในการค้นเส้นทางเครือ รวมทั้งต้นทุนในการผลิต เป็น **“เครื่องค้นหูก”** ซึ่งมีการส่งมอบ สาธิต และทดลองใช้แล้ว ได้ผลในระดับดีมาก



ภาพที่ 4.53 Perspective นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องค้นหูก PJ 02



ด้านหลัง เครื่องค้นหูก PJ 02



การส่งมอบเครื่องค้นหูก

ภาพที่ 4.54 Perspective นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องค้นหูก PJ 02

4.3.5 กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาค้อ ศาลาประจำบ้าน หมู่ที่ 5 บ้านนาค้อ ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 098-8427578

ผลิตภัณฑ์เดิม: ผ้าซิ่นมัดหมี่ (เคมี)

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาค้อ เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการระดมแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบ ใช้การนำเสนอข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งนำไปสู่การกำหนดแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ สรุปได้ดังนี้

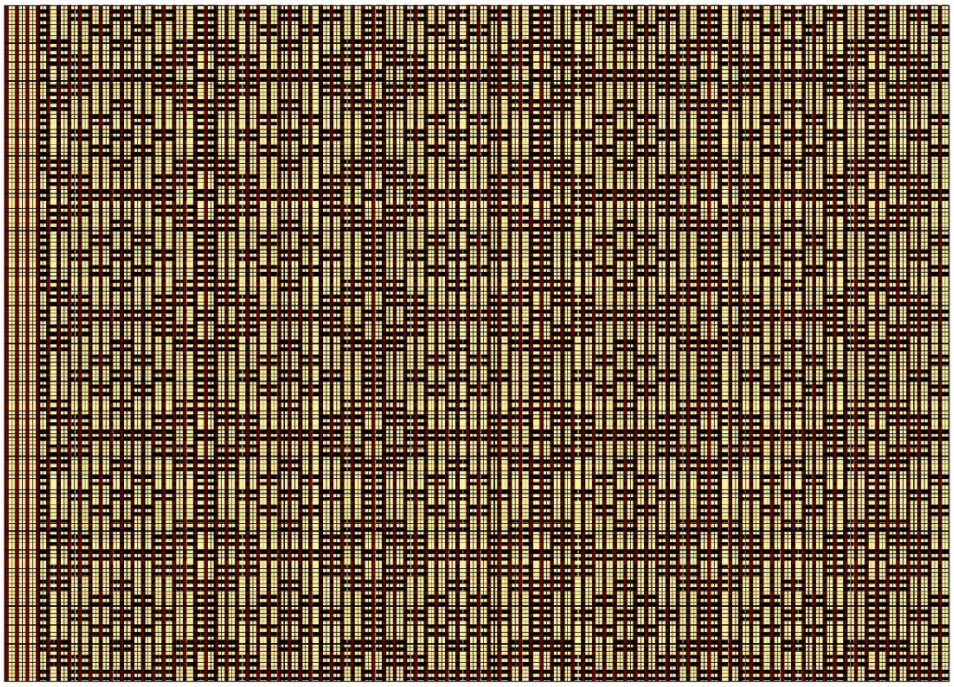
1) การสร้างสรรค์ลวดลายผ้า ควรออกแบบการทอผ้าแบบผสมผสานเทคนิค เพื่อให้เกิดงานผ้ารูปแบบใหม่สำหรับการแปรรูป โดยการนำลายผ้าขิดวงเดือน (ไทญ้อ) ผสมผสานกับหมี่สร้อยดอกค้อ (ลายหมี่เอกลักษณ์กลุ่ม)

2) การแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่ (กระเป๋า)

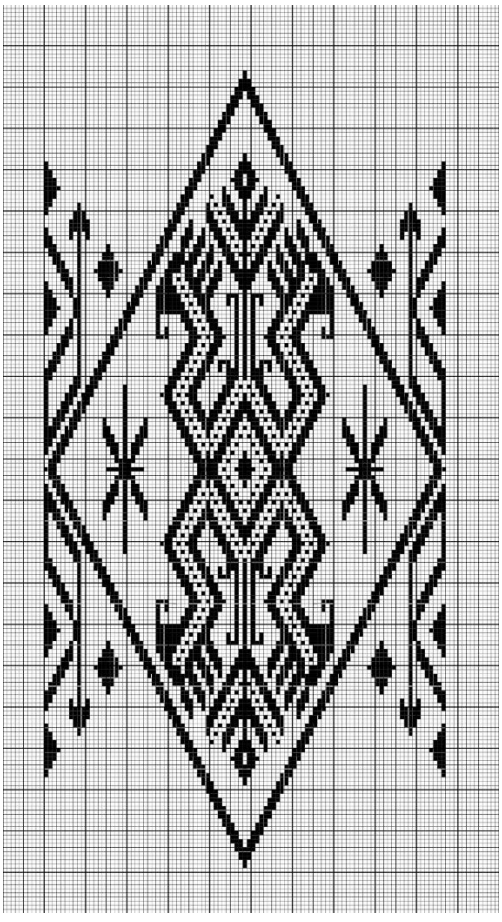
ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการ**ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design)** และลงตารางกราฟลายผ้าขิดวงเดือนผสมมัดหมี่สร้อยดอกค้อ ซึ่งเป็นนวัตกรรมในการพัฒนาลายใหม่ โดยพัฒนาเทคนิคการทอผ้าสองรูปแบบมาผสมผสานกัน คือ จากดั้งเดิมที่ถนัดเทคนิคการทอแบบมัดหมี่ นำมาผสมผสานกับเทคนิคขิดลายวงเดือนที่เป็นรูปแบบเอกลักษณ์ของไทญ้อ (พัฒนาเทคนิคและการผลิตผ้าเอกลักษณ์)



ภาพที่ 4.55 การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการออกแบบลายผ้าและการสร้างนวัตกรรม



ภาพที่ 4.56 ลายขิดวงเดือน



ภาพที่ 4.57 ลายหมี่สร้อยดอกค้อ

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและรายละเอียดการพัฒนา

จากการศึกษาข้อมูลพบว่า กลุ่มมีความเชี่ยวชายในการทอผ้าซิ่นมัดหมี่ย้อมสีเคมี ลายที่นิยมคือ ลายสร้อยดอกค้อ ช่อดอกหมาก มีความต้องการในการแปรรูปกระเป๋า เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ในครั้งนี้มีการพัฒนา ดังนี้

1) พัฒนาเทคนิคการทอสองรูปแบบมาผสมผสานให้เกิดงานผ้ารูปแบบใหม่ เพื่อให้เหมาะสำหรับการแปรรูปเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและสิ่งของเครื่องใช้ ซึ่งจากทักษะฝีมือในการทอผ้าแบบดั้งเดิมที่ถนัดเทคนิคการทอผ้ามัดหมี่ ได้มีการพัฒนาโดยนำมาผสมผสานกับเทคนิคขิดที่เป็นรูปแบบเอกลักษณ์ของไทญ้อ โดยการเลือกเอาเทคนิคขิดลายวงเดือน ซึ่งมีลักษณะของการเก็บลายและการค้นเส้นยืนแตกต่างจากเทคนิคการทอขิดแบบทั่วไป นำมาผสมกับการทอคั่นด้วยลายมัดหมี่ (ลายหมี่สร้อยดอกค้อ) ทำให้เกิดมิติของลวดลายแบบร่วมสมัย เป็นการพัฒนาเทคนิคการทอแบบใหม่เพื่อให้เป็นผ้าเอกลักษณ์ไทญ้อบ้านนาค้อ

2) พัฒนาทักษะการออกแบบและการตัดเย็บแปรรูป โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อออกแบบแปรรูปกระเป๋า ด้วยเทคนิคการตัดเย็บกระเป๋าแบบใช้เทคนิคร่วมทั้งเทคนิคเย็บจักรและเย็บมือ

ซึ่งมีรายละเอียดในการพัฒนาดังนี้

การถ่ายทอดความรู้ วิธีการสืบหูกเพื่อใช้ทอเทคนิคเก็บขิดผสมมัดหมี่



ภาพที่ 4.58 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการ “สืบหูก” เพื่อใช้ทอเทคนิคเก็บขิดผสมมัดหมี่

การถ่ายทอดความรู้และปฏิบัติการฝึกเทคนิคเก็บขิดผสมมัดหมี่



ภาพที่ 4.59 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการทอเก็บขิดผสมมัดหมี่ตามลายผ้าที่ออกแบบใหม่

การฝึกปฏิบัติการแปรรูปผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ

เป็นการฝึกปฏิบัติการออกแบบ เพื่อแปรรูปตัดเย็บกระเป๋า ตามขั้นตอน ดังนี้

1) ฝึกการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าถือสตรี

2) ฝึกออกแบบและตัด Pattern ตามแบบที่ออกแบบไว้

3) ฝึกตัดผ้าตามแบบ โดยแยกชิ้นส่วนต่างๆ ตามแบบ แนะนำวิธีเย็บด้วยมือ การประกอบส่วน และการตกแต่งกระเป๋า

4) ประเมินผลงานการผลิตกระเป๋าต้นแบบ



ภาพที่ 4.60 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการออกแบบและตัดเย็บกระเป๋าผ้าแบบต่างๆ



ภาพที่ 4.61 นวัตกรรมการออกแบบลาย การพัฒนาเทคนิคการทอ : ผ้าขิดผสมมัดหมี่ ลายสร้อยวงเดือน

แบรนด์ (Brand) : ไทญ้อ ทอผ้า Tai Yo Weave
สโลแกน (Slogan) : เอกลักษณ์ไทญ้อ สร้อยดอกค้อ ช่อกระโดน
ภาพที่ 4.62 นวัตกรรมการสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาค้อ

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

ภูมิปัญญาดังเดิมของชาวไทญ้อจะนิยมทอผ้าสีดำ-แดง ผ้าไทญ้อ ใช้วัตถุดิบธรรมชาติ สืบทอดงานฝีมือทอผ้าพื้นเมืองจากปู่ย่า ตาทวดมายาวนาน ต่อมายุคสมัยเปลี่ยนไปมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับยุคสมัยมีการพัฒนาเทคนิคการย้อมสีเพิ่มมากขึ้น โดยนำรากไม้ชนิดต่างๆ และดินโคลนจากธรรมชาติมาเป็นวัตถุดิบในการย้อมสีส่งผลให้ผ้าไทญ้อมีสีหลากหลายมากขึ้น สินค้าที่ถูกผลิตจำหน่ายมากที่สุดของผ้าไทญ้อ คือ ผ้าพันคอ เพราะเนื้อผ้ามีความนุ่มและสามารถปักลายลงบนเนื้อผ้าเพื่อเพิ่มความสวยงามได้ดี

ปัจจุบันได้มีการต่อยอดภูมิปัญญาพัฒนาเทคนิคการทอแบบพิเศษเพื่อให้เป็นผ้าเอกลักษณ์ของชาวไทญ้อบ้านนาค้อ คือ “ผ้าขิดผสมมัดหมี่ ลายสร้อยวงเดือน” ที่มีมิติของลวดลายแบบร่วมสมัย สวยงาม สามารถทอได้หลากสีตามความต้องการของลูกค้า เหมาะสำหรับการแปรรูปเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย รวมทั้งของใช้ต่างๆ

การออกแบบชุดเสื้อผ้าสตรี

การออกแบบชุดเครื่องแต่งกายสตรี จากผ้ามัดหมี่ลายสวยโดยผ้าทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย มีการดำเนินการดังนี้

1) กำหนดแนวคิดในการออกแบบและกำหนดรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่
2) ออกแบบ และตัดเย็บตามตามแบบ



ภาพที่ 4.63 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการออกแบบแปรรูปผลิตภัณฑ์จากผ้ามัดหมี่ทอมือ



ภาพที่ 4.64 การออกแบบชุดแฟชั่นสตรี “ชุดเดรส” จากผ้ามัดหมี่ทอมือ
แบรนด์ (Brand) : ไทญ้อ ทอผ้า

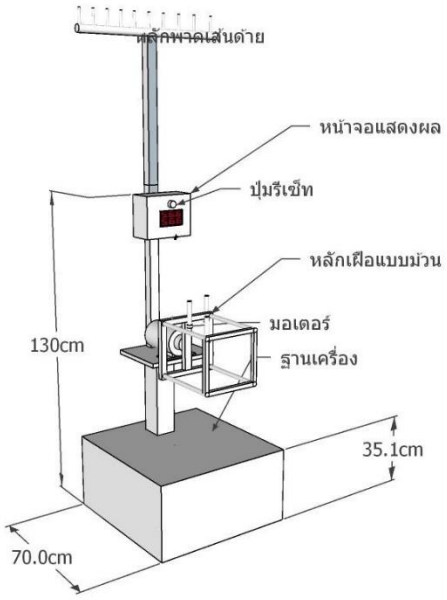
กิจกรรมการพัฒนานวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องค้นหูก

เป็นการพัฒนาอุปกรณ์ทุ่นแรงเพื่อลดเวลาในการค้นเส้นทางเครือ รวมทั้งต้นทุนในการผลิต เป็น **“เครื่องค้นหูก”** ซึ่งมีการส่งมอบ สาธิต และทดลองใช้แล้ว ได้ผลในระดับดีมาก

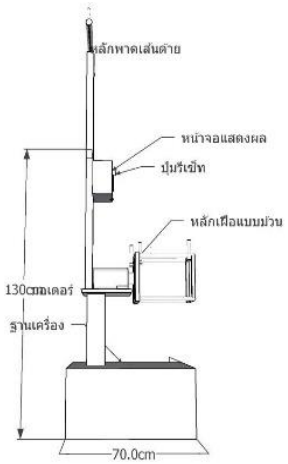
สำหรับเครื่องค้นหูกนี้ เป็นการพัฒนาต่อยอดงานวิจัยของ ประทับใจ สุวรรณธาดา และคณะ (2560: บทคัดย่อ) ซึ่งได้วิจัย การศึกษากระบวนการผลิตผ้าทอพื้นเมืองเพื่อออกแบบเครื่องทุ่นแรงในการผลิต : กรณีศึกษาเครื่องค้นหูก โดยกล่าวไว้ว่า เครื่องค้นการค้นหูกเป็นหนึ่งในขั้นตอนของการเตรียมเส้นไหม/ฝ้ายก่อนนำไปใช้เป็นเส้นยืนในขั้นตอนการทอผ้าพื้นเมือง การค้นหูกถือเป็นวิธีการที่ยุ่งยากและค่อนข้างเปลืองแรงในการทำงาน โดยผู้ทำหน้าที่ค้นหูกจะต้องคำนวณความยาวของเส้นไหม/ฝ้ายจากความยาวของผืนผ้าที่จะทอแต่ละครั้ง อุปกรณ์ที่ใช้เรียกว่า “โฮงค้นหูกหรือหลักเฝือ” ดังนั้น การพัฒนาเครื่องทุ่นแรงมาช่วยในขั้นตอนนี้จะทำให้ได้ความเที่ยงตรงในการคำนวณมากขึ้น รวดเร็วยิ่งขึ้น และที่สำคัญประหยัดแรงงานและต้นทุนการผลิต ผลการวิจัยและพัฒนาพบว่า เครื่องค้นหูกที่พัฒนาใหม่ เป็นการเปลี่ยนวิธีการทำงานเดินคล้องเส้นไหมแบบซ้าย-ขวา มาเป็นการกดปุ่มให้เครื่องวัดระยะความยาวแทน ในการทำงานเพียงแต่นำหลอด/โบก/อักที่จะมาค้นหูกมาวางตามตำแหน่ง แล้วโยงเส้นไหม/ฝ้าย สอดผ่านช่องบังคับเส้นแล้วมาพันไว้กับหลักที่ติดกับกงล้อก็จะสามารถเริ่มใช้งานได้ การทำงานของเครื่องใช้หลักการหมุนของกงล้อแทนการโยงเส้นไหม/ฝ้ายแบบโยงซ้าย-ขวา โดยกำหนดให้กงล้อหมุนและตั้งค่าเท่ากับความยาวของการโยงซ้าย-ขวา

ซึ่งในการวิจัยเครื่องค้นหูก PJ 03 นี้ เป็นการพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับช่างทอผ้าผู้ทำหน้าที่ค้นหูกที่สามารถจะเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ๆ ได้ โดยออกแบบให้ประหยัดพื้นที่ ย่อส่วนโฮงค้นหูกหรือหลักเฝือที่มีความยาวหลายเมตรให้มาอยู่ในรูปของกล่องสี่เหลี่ยมที่มีเส้นรอบกล่องเท่ากับความยาว 1 เมตร ช่างค้นหูกสามารถตั้งความยาวของเส้นที่จะค้นได้ตามสะดวกโดยไม่จำกัดความยาว ระยะความยาวจะแสดงบนจอดิจิตอลในระดับสายตา เมื่อเครื่องหยุดให้ใช้มือคล้องเส้นด้าย/ฝ้าย/ไหมที่ขาไจ และหลักต่างๆ เช่นเดียวกับวิธีการค้นหูกแบบเดิม จากนั้นก็เดินเครื่องต่อเพียงกดปุ่มเดินเครื่องล้อก็จะหมุนกลับทาง วิธีการทำแบบซ้ำๆ ใน

แบบเดิมไปเรื่อยๆ จนได้ปริมาณที่ต้องการจึงถอดเส้นออกด้วยวิธีง่ายๆ เครื่องค้นหูกแบบนี้ ผู้ใช้อาจต้องปรับตัว ปรับวิธีการนิดหน่อย หากคล่องแล้วจะใช้งานได้สะดวกและรวดเร็วมาก



Perspective



Side view



การส่งมอบเครื่องค้นหูก

ภาพที่ 4.65 นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องค้นหูก PJ 03

4.3.6 กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว เลขที่ 98 หมู่ที่ 5 บ้านนิคมหนองบัว ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 083-4956319, 086-3144573

ผลิตภัณฑ์เดิม: ผ้าพื้น (เคมี)

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการระดมแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนาผ้าเมตรเพื่อการแปรรูป ใช้การนำเสนอข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งนำไปสู่การกำหนดแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ สรุปได้ดังนี้

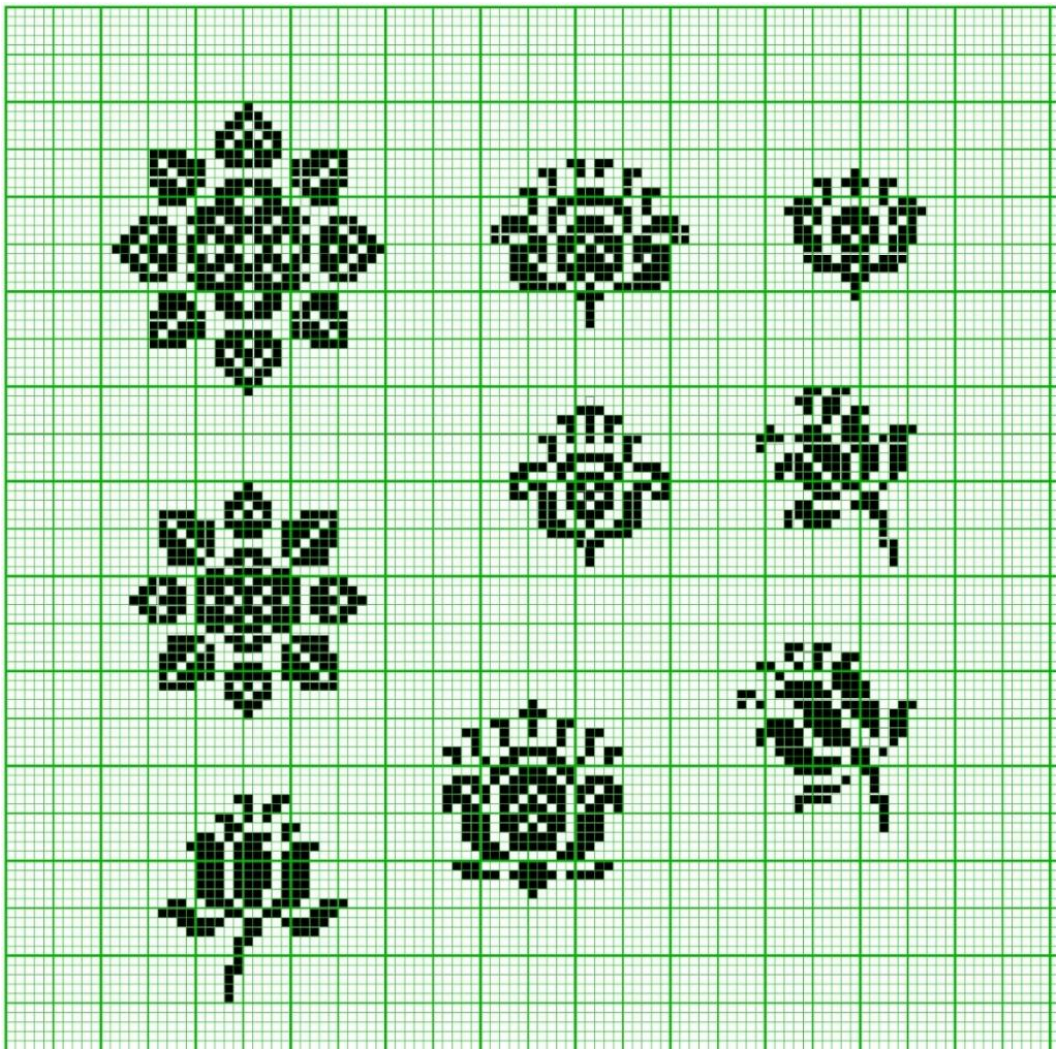
1) ควรมีการออกแบบการทอผ้าแบบผสมผสานเทคนิค เพื่อให้เกิดงานผ้ารูปแบบใหม่สำหรับการแปรรูป

2) ควรปรับรูปแบบการใช้สีในการทอผ้า

นอกจากนั้น ผู้วิจัยได้ให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการ**ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design)** ลวดลายผ้า และลงตารางกราฟลายผ้าสำหรับการแปรรูป เป็นการออกแบบลายรูปแบบใหม่ โดยการออกแบบการทอผ้าแบบผสมผสานเทคนิค โดยการนำลายผ้าขาวม้า (ตาไม่เท่ากัน) ผสมผสานกับเทคนิคขิด (ดอกบัว) และย้อมสีธรรมชาติจากเห็ดตะปู้ เปลือกหว้า



ภาพที่ 4.66 การให้คำปรึกษาแนะนำ แนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผ้าพื้นลายขัดให้เกิดนวัตกรรม



ภาพที่ 4.67 ลายขิดดอกบัว

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและรายละเอียดการพัฒนา

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว ผืนผ้าที่มีการผลิตและจำหน่ายมากที่สุด คือ ผ้าสีพื้นและผ้าลายขัดจากด้ายโทเร ในการพัฒนาได้มีการพัฒนาแบบครบวงจรตั้งแต่ต้นน้ำ จนถึงปลายน้ำ คือ การแปรรูปเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ซึ่งมีการดำเนินการพัฒนา ดังนี้

1) พัฒนาวัสดุและการผลิตผ้าเอกลักษณ์ โดยให้คำแนะนำการเลือกใช้วัสดุในการทอ จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนากระบวนการย้อมสีธรรมชาติจากวัสดุในท้องถิ่น เช่น เห็ดตะปู่ เปลือกหว้า ประดู่ โดยเฉพาะการย้อมสีธรรมชาติจาก “เห็ดตะปู่” ถือเป็นการค้นพบที่สำคัญ เพราะเป็นวัสดุที่มีในท้องถิ่นและให้สีสวยงามมาก

2) พัฒนาเทคนิคการทอ โดยใช้เทคนิคการทอแบบผสมผสานระหว่างเทคนิคการทอผ้าลายขัด (ผ้าขาวม้า) โดยการวางเทคนิคการทอพื้นให้มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ผสมผสานกับเทคนิคการจกลายดอกบัวที่พ้องกับชื่อของหมู่บ้านนิคมหนองบัว เป็นการยกระดับผืนผ้าให้มีคุณค่าและราคาสูงขึ้น

3) พัฒนาทักษะการออกแบบและการตัดเย็บแปรรูป โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อออกแบบและตัดเย็บชุดเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นที่มีความทันสมัย

4) ออกแบบและพัฒนาชุดแฟชั่นบุรุษและสตรีจากผ้าทอมือที่ผลิตในกลุ่ม

การถ่ายทอดความรู้การย้อมสีธรรมชาติเส้นฝ้าย



ภาพที่ 4.68 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการย้อมสีธรรมชาติเส้นฝ้าย โดยใช้พืชในท้องถิ่น

การทดลองและค้นหาสูตรในการย้อมสีธรรมชาติ

ให้คำปรึกษาแนะนำการเลือกใช้วัสดุในการทอ จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนากระบวนการย้อมสีธรรมชาติจากวัสดุในท้องถิ่น เช่น เห็ดตะปู่ เปลือกหว้า ประดู่ โดยเฉพาะการย้อมสีธรรมชาติจาก “เห็ดตะปู่” ถือเป็นการค้นพบที่สำคัญ เพราะเป็นวัสดุที่มีในท้องถิ่นและให้สีสวยมาก





ภาพที่ 4.69 การทดลองย้อมสีธรรมชาติเห็ดตะปู่ เปลือกหว้า และประดู่ เพื่อค้นหาสูตรเฉพาะในการย้อม

การถ่ายทอดความรู้ “การค้นหูก สืบหูก” เพื่อสร้างเทคนิคการทอลายใหม่



การค้นหูก



การสืบหูก

ภาพที่ 4.70 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการค้นหูก สืบหูก เพื่อสร้างเทคนิคการทอลายใหม่

การถ่ายทอดความรู้ “การทอ เก็บขิด” เพื่อสร้างเทคนิคการทอลายใหม่



ภาพที่ 4.71 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการทอ เก็บขิด เพื่อสร้างเทคนิคการทอลายใหม่

การออกแบบและฝึกทักษะในการแปรรูปผ้า ประเภท เสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย

โดยให้คำปรึกษาแนะนำออกแบบและฝึกปฏิบัติการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ “ชุดเอี๊ยม”

1) ให้คำแนะนำแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่เป็นแนวเสื้อผ้าสวมใส่

2) ออกแบบชุดสำหรับวัยรุ่น เป็นลักษณะเอี๊ยม

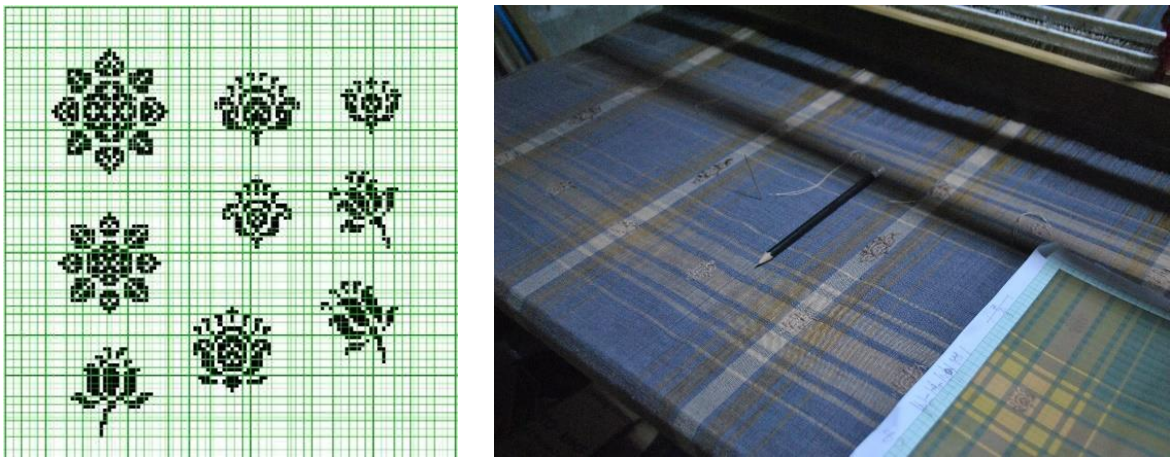
3) สอนตัดผ้าตามแบบ ฝึกปฏิบัติวิธีตัดผ้ามีเผื่อเย็บ และตัดตามแบบ

4) ฝึกตัดเย็บตามแบบและประกอบชิ้นส่วน





ภาพที่ 4.72 การออกแบบและการถ่ายทอดความรู้ในการฝึกทักษะในการแปรรูปผ้า (ชุดเอี๊ยม)



ภาพที่ 4.73 นวัตกรรมในการย้อมสีธรรมชาติ เทคนิคการทอ : ผ้าลายขัดผสมผสานการจกลายดอกบัว ย้อมสีธรรมชาติจากเห็ดตะปู้ เปลือกหว้า ประดู่ สำหรับการแปรรูป

แบรนด์ (Brand) : ทอรัตน์ Tho Rutn

สโลแกน (Slogan) : ผ้าทอสีสด งดงามลายขัด

ภาพที่ 4.74 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว หรือ อังคณาผ้าทอมือ ผู้ผลิตและจำหน่ายผ้าทอมือภายใต้แบรนด์ “ทอรัตน์” เป็นกลุ่มที่สืบสานงานผ้าทอมือในชุมชน ส่งต่องานฝีมือจากรุ่นสู่รุ่น มีการปรับมาตรฐานและยกระดับฝีมือมาโดยลำดับ มีศักยภาพที่สามารถทอผ้าได้หลากหลายทั้งด้ายประดิษฐ์และฝ้าย ผลิตภัณฑ์สมาชิกมีทั้งคนรุ่นใหม่และภูมิปัญญาดั้งเดิม ผลงานสิ่งทอจึงมีความหลากหลาย ทั้งในรูปแบบผืนผ้าและการแปรรูปชุดแฟชั่นที่สวยงาม ผลิตภัณฑ์จากผ้าของ “ทอรัตน์” จึงมั่นใจได้ทั้งคุณภาพและฝีมือ

ในปัจจุบัน ได้พัฒนากระบวนการย้อมสีธรรมชาติจากวัสดุในท้องถิ่น เช่น เปลือกหว้า ประดู่ และวัสดุธรรมชาติที่ค้นพบใหม่ คือ การย้อมสีจากเห็ดตะปู่ ที่ให้โทนสีสวยงาม นอกจากนั้นยังพัฒนาเทคนิคการทอแบบผสมผสานเทคนิคการทอผ้าลายขัด (ผ้าขาวม้า) โดยการวางเทคนิคการทอพื้นให้มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ ผสมผสานกับเทคนิคการจกลายดอกบัว จึงเกิดความงดงามที่มากด้วยคุณค่า

การออกแบบชุดเครื่องแต่งกายบุรุษและสตรีจากผ้าทอมือ

การออกแบบชุดเครื่องแต่งกายสตรี จากผ้ามัดหมี่ลายสวยโดยผ้าทอผ้าพื้นเมือง กลุ่ม “ทอรัตน์” มีการดำเนินการดังนี้

1) กำหนดแนวคิดในการออกแบบและกำหนดรูปแบบชุดแฟชั่น

2) ออกแบบ และตัดเย็บตามตามแบบ







ภาพที่ 4.75 การออกแบบชุดเครื่องแต่งกายบุรุษและสตรีจากผ้าทอมือ แบรนด์ (Brand) : ทอรัตน์

4.3.7 กลุ่มจักสานบ้านหนองห้าง เลขที่ 86 หมู่ที่ 3 บ้านหนองสระพัง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 092-7190400

ผลิตภัณฑ์เดิม: กระติบข้าว มวยนึ่งข้าวเหนียว

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มจักสานบ้านหนองห้าง เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการระดมแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน ให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนี้

1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับประโยชน์ใช้สอยของคนในวิถีสังคมปัจจุบัน

2) การใช้วัสดุในท้องถิ่นร่วมกับงานสาน โดยการหารูปแบบที่มีความกลมกลืน รวมถึงรูปแบบที่มีความสวยงามตามลักษณะของวัสดุนั้น

3) การพัฒนาอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องเหลาเส้นตอกกลม

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและรายละเอียดการพัฒนา

การศึกษาข้อมูลพบว่า ประธานกลุ่มเป็นบุคคลที่มีชื่อเสียงในระดับประเทศด้านงานจักสานของใช้ลายขิดโดยใช้เส้นตอกกลมเล็ก สมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุเชี่ยวชาญด้านการสานมวยนึ่งข้าวเหนียวและกระติบข้าว นอกจากนั้นยังพบว่า มีเยาวชนในพื้นที่มาเรียนรู้งานฝีมือจักสานลายขิดกับประธานกลุ่มเป็นประจำ จนถือเป็นแหล่งเรียนรู้ในพื้นที่ ในการพัฒนาครั้งนี้ ได้เน้นการศึกษาความต้องการของตลาดเพื่อมาใช้ในการพัฒนารูปแบบสินค้าเพื่อให้เกิดการสร้างรายได้กับกลุ่มสมาชิก โดยปรับรูปแบบสินค้า ปรับรูปแบบการสาน และเพิ่มเติมเทคนิคการผลิตใหม่ที่จะสร้างมูลค่าเพิ่ม ดังนี้

1) การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็น **“โคมไฟ”** แบบแขวนและแบบตั้งโต๊ะ โดยพัฒนาการใช้ลายสานเป็นใช้ลายสานเอกลักษณ์ คือ ลายขิดเส้นตอกเล็ก ร่วมกับการสานโดยใช้เส้นตอกแบนที่ผลิตและจักสานง่ายขึ้น

2) การเพิ่มเทคนิคการรมควันผลิตภัณฑ์บางส่วนเพื่อสร้างความงามบนพื้นผิวงานจักสาน

3) การพัฒนาอุปกรณ์ทุ่นแรงเพื่อสร้างมาตรฐานการผลิตเส้นตอก ลดเวลาและต้นทุนในการผลิต เป็น **“เครื่องเหลาตอกกลม”** ซึ่งมีการส่งมอบ สาธิต และทดลองใช้แล้ว ได้ผลในระดับดีมาก



นายประสิทธิ์ อุทรักษ์/ประธานกลุ่ม

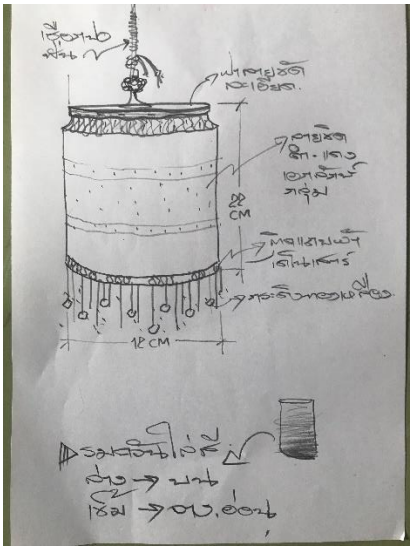


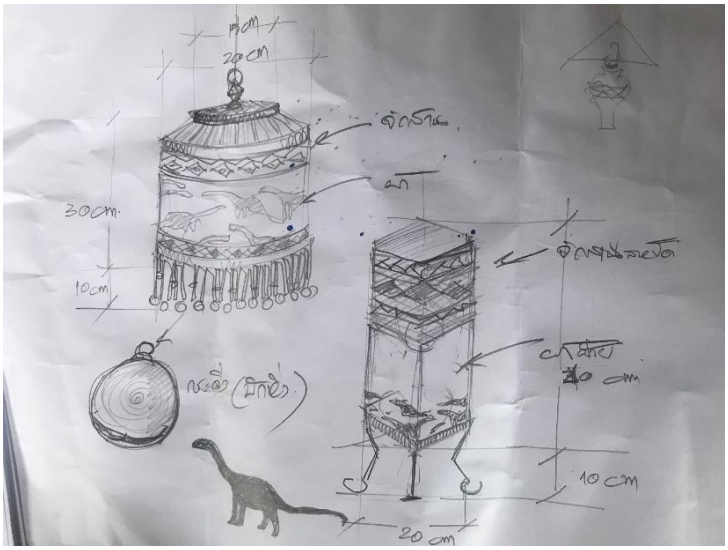
มอบหนังสือจากงานวิจัย การอบรมควันไม้ไผ่

ภาพที่ 4.76 การให้คำปรึกษาแนะนำ แนวคิดในการสร้างนวัตกรรมงานจักสาน (Concept Design)









ภาพที่ 4.77 ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design) ผลิตภัณฑ์ใหม่ (โคมไฟ)




ภาพที่ 4.78 การให้คำแนะนำด้านการผลิตโคมไฟต้นแบบ










ภาพที่ 4.79 การให้คำปรึกษาแนะนำกระบวนการผลิตและตกแต่งผลิตภัณฑ์ใหม่



ภาพที่ 4.80 การนวัตกรรมงานจักสานไม้ไผ่ลายขิด : โคมไฟแบบแขวนและแบบตั้งโต๊ะ



แบรนด์ (Brand) : สานศิลป์ จักสานไม้ไผ่ลายขิด
สโลแกน (Slogan) : ไม้ไผ่ธรรมดา วิจิตรตระการตาลายขิด
ภาพที่ 4.81 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มจักสานไม้ไผ่ลายขิด

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

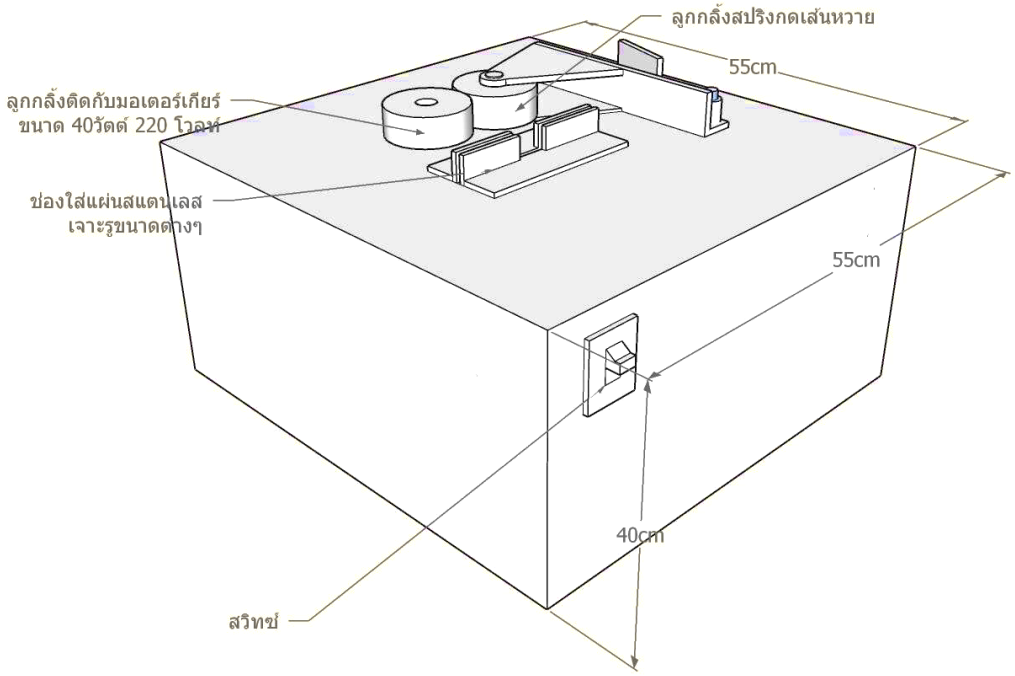
“สานศิลป์” จักสานไม้ไผ่ลายขิด เป็นกลุ่มสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ที่มีความประณีต สวยงาม เป็นงานจักสานขั้นสูงที่ต้องใช้ทักษะฝีมือมาก โดยมีการยกดอกลายขัดขิด ลายขิดดอกจัน ลายขิดขอ ลายขิดตาแมว และลายเรขาคณิตผสมผสานกันอย่างสลับซับซ้อน เน้นความเรียบร้อยและแข็งแรง ใช้ตอกเส้นเล็กสานละเอียด โดยใช้ไม้ไผ่ไร่ที่เกิดตามภูเขาและลำห้วยเชิงเขา มาจักตอก รมควันเป็นสีจากธรรมชาติ

ในปัจจุบันได้ สร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย ประเภท โคมไฟ โมบาย เพื่อให้เหมาะกับงานตกแต่งในวิถีสังคมปัจจุบัน เพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภค เป็นนวัตกรรมผสมผสานระหว่างการใช้เส้นตอกเล็กแบบดั้งเดิมร่วมกับการสานเส้นตอกแบนที่สานได้ง่าย ก่อเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ในราคาที่สอดคล้องกับเศรษฐกิจ

การออกแบบและพัฒนาอุปกรณ์ทุ่นแรงในการผลิตเส้นตอก

เป็นการพัฒนาต่อยอดจากงานวิจัยของ ศักดิ์ชาย สิกขา และประทับใจ สุวรรณธาดา (2562: บทคัดย่อ) ได้ทำวิจันเรื่อง การพัฒนาและยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม : กรณีศึกษา กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานหวาย บ้านทับทิมสยาม 07เลขที่ 209 หมู่ที่ 15 ตำบลบักดอง อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งในงานวิจัยได้มีการพัฒนานวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง คือ เครื่องเหลาเส้นตอกกลม หวาย ไม้ไผ่ และวัสดุอื่น ๆ เป็นอุปกรณ์ทุ่นแรงที่เหมาะสำหรับใช้ในการเหลาเส้นตอกให้กลมในขนาดต่าง ๆ โดยใช้หลักการทำงานแบบดึงเส้นตอกที่ต้องการเหลาผ่านรูขนาดต่าง ๆ ที่มีแผ่นรูขนาดต่าง ๆ ให้เลือกตามต้องการ แผ่นรูผลิตจากแผ่นสแตนเลสคุณภาพดีเจาะรู แผ่นสแตนเลสเจาะรูจะเป็นตัวขูดผิวเส้นตอกให้กลมและมีขนาดเล็กลง อัตราความเร็วในการทำงาน 30 วินาทีต่อความยาว 6 เมตร ในการดำเนินการวิจัยได้จัดให้มีการส่งมอบเครื่องทุ่นแรง สาธิตการใช้และทดลองฝึกปฏิบัติการใช้เครื่องทุ่นแรง จัดให้มีการทดลองใช้งานไม่น้อยกว่า 15 วัน และให้มีการประเมินการใช้งานเครื่องทุ่นแรง โดยใช้แบบสอบถามผลจากการแจกแบบประเมินกับผู้ใช้งานเครื่องทุ่นแรง ซึ่งเป็นสมาชิกกลุ่มผู้ผลิตจำนวน 24 คน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในระดับ ดีมาก คือ 4.98 ถือว่า เครื่องทุ่นแรงทั้งสองเครื่องมีความเหมาะสมกับการใช้งาน และสามารถลดระยะเวลาในการผลิตได้ ทำให้ผลงานมีคุณภาพดียิ่งขึ้น ได้เส้นตอกที่มีขนาดสม่ำเสมอเหมาะกับการใช้งาน

ซึ่งในการพัฒนานวัตกรรมในครั้งนี้ ได้มีการพัฒนาต่อยอดจากงานวิจัยที่ผ่านมาโดย มีการปรับเปลี่ยนรูปแบบของวงล้อใหม่ที่มีขนาดและมีความคงทนมากขึ้น ปรับขนาดการเหลาเส้นตอกให้เล็กลงให้มีขนาดเท่าเส้นด้ายที่ผู้ผลิตมีความต้องการที่จะใช้ในงานสานลายขิด และปรับรูปแบบสวิทช์ปิด-เปิดไฟให้ง่ายต่อการใช้งานและมีความปลอดภัยมากขึ้น



ภาพที่ 4.82 Perspective นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องเหลาเส้นตอก



ภาพที่ 4.83 นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องเหลาเส้นตอก

4.3.8 กลุ่มทอเสื่อกกและแปรรูปกกบ้านหนองบัว เลขที่ 182 หมู่ที่ 9 บ้านหนองบัว ตำบลเจ้าท่า อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 087-4037888

ผลิตภัณฑ์เดิม: เสื่อกก

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มทอเสื่อกกและแปรรูปกกบ้านหนองบัว เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการระดมแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน ให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนี้

1) การพัฒนาเทคนิคการสานขึ้นรูปทรง

เป็นการเพิ่มเทคนิคการผลิตจากเดิมใช้เทคนิคการทอเสื่อกกเปลี่ยนเป็นการสานกระเป๋าและสิ่งของเครื่องใช้ โดยเชิญวิทยากรผู้มีประสบการณ์ คือ นางราตรี คำแก้ว ประธานกลุ่มหัตกรรมทอเสื่อกก จากบ้านแดง อำเภอตระการพืชผล จังหวัดอุบลราชธานี และทีมงานมาช่วยทอดทอดความรู้ สอนทักษะในการสาน เน้นการสานขึ้นรูป 2 เทคนิค คือ การสานขึ้นรูปทรงแบบระนาบแนวพื้นเรียบ และการสานขึ้นรูปทรงแบบใช้บล็อกกำหนดบังคับรูปทรง โดยกำหนดการอบรมจำนวน 3 วัน

2) การพัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติ

เป็นการประยุกต์ใช้งานวิจัย “การย้อมสีธรรมชาติจากกก และเตยหนาม” ของผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประทับใจ สุวรรณธาดา ในการนำมาต่อยอดเทคนิคการย้อมสีธรรชาติ

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและรายละเอียดการพัฒนา

การศึกษาพบว่า กลุ่มมีความเชี่ยวชาญด้านงานทอเสื่อหลากหลายลวดลาย เช่น ลายถักเปีย ลายขิด ลายไดโนเสาร์ และอื่น ๆ แต่ยังขาดความเชี่ยวชาญในการตัดเย็บแปรรูป และการสานขึ้นรูปทรง สำหรับการพัฒนาได้เน้นการเพิ่มทักษะในการผลิตงานสานและเปลี่ยนจากการย้อมสีเคมีเป็นย้อมสีธรรมชาติ สรุปผลการพัฒนาได้ดังนี้

1) พัฒนาคุณภาพวัสดุ โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ การย้อมสีธรรมชาติเส้นกกและผือจากพืชในท้องถิ่น เช่น ฝักคูณ เปลือกเพกาหรือเปลือกหมากลิ้นฟ้า ใบมะยม และอื่น ๆ

2) พัฒนาการสานขึ้นรูปทรงผลิตภัณฑ์ โดยอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการสานขึ้นรูปทรงกระเป๋า โดยใช้แบบพิมพ์ เป็นกระเป๋าแบบต่าง ๆ เช่น กระเป๋าสะพาย กระเป๋าถือ และอื่น ๆ สร้างสรรค์ความงามด้วยการวางลายในการทอสลับสีที่ได้จากการย้อมสีธรรมชาติ ระยะเวลาอบรม 3 วัน





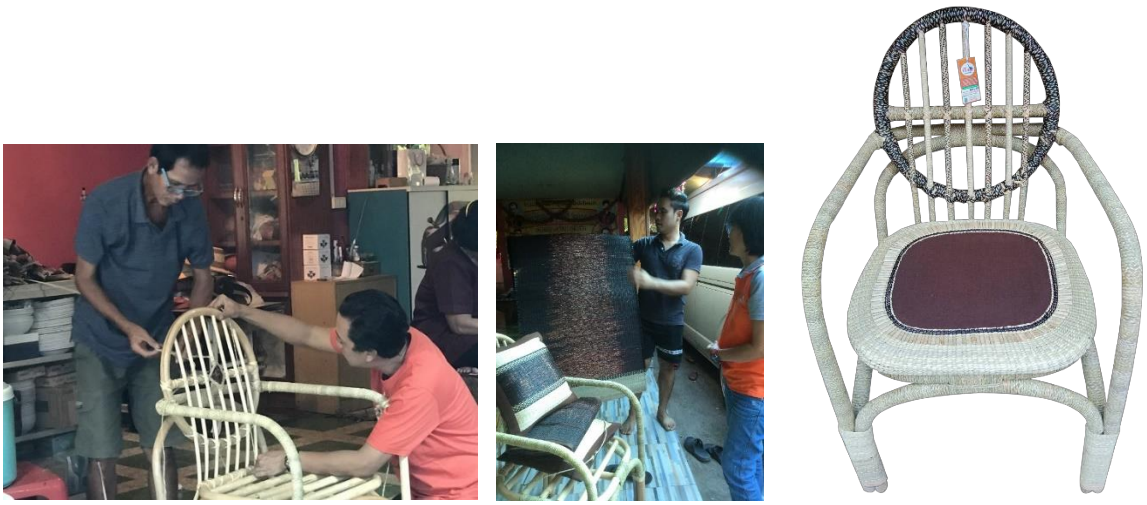
เส้นกกย้อมสีธรรมชาติ (ฝักคูณ) เส้นกกย้อมสีธรรมชาติ (ลิ้นฟ้า)

ภาพที่ 4.84 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการย้อมสีธรรมชาติเส้นกก



ภาพที่ 4.85 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการเทคนิคการสานขึ้นรูปทรงกระเป๋า โดยใช้แบบพิมพ์

นอกจากนั้น ทีมผู้วิจัยยังให้คำปรึกษาแนะนำเทคนิคการสานขึ้นรูปงานเฟอร์นิเจอร์ ด้วยวิธีการการพันเส้นสาน การสานหุ้ม การดึงเส้น และการสานขึ้นลาย โดยใช้โครงสร้างเป็นหวาย



ภาพที่ 4.86 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการสานเฟอร์นิเจอร์



ภาพที่ 4.87 นวัตกรรมงานสานย้อมสีธรรมชาติ : กระเป๋าเส้นกกสานสลับเส้นย้อมสีฝักคูณและเพกา

แบรนด์ (Brand) : ปัททา กกหนองบัว

สโลแกน (Slogan) : สร้างสรรค์ของใช้ เส้นใยจากท้องทุ่ง

ภาพที่ 4.88 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มทอเสื่อกกและแปรรูปกกบ้านหนองบัว

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

กก ไหล ผือ พืชท้องถิ่นที่มีมากมายทั้งในชุมชนและหนองดูนของหมู่บ้าน (หนองน้ำประจำหมู่บ้าน) ภูมิปัญญาดั้งเดิมของกลุ่มเป็นการทอเสื่อกกแบบไม่มีลวดลายเพื่อใช้ในครัวเรือน ต่อมาได้พัฒนาการทอเสื่อเป็นลวดลายไดโนเสาร์ ช้าง อักษรคำขวัญ และอื่นๆ ด้วยเทคนิคการเก็บขิดด้วยมือ เป็นงานทอเสื่อที่มีความประณีต ละเอียด แน่น และลายชัดสวยงาม

ในปัจจุบันได้ยกระดับงานฝีฝีมือและเพิ่มทางเลือกให้กับผู้ชื่นชอบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จากงานทอเป็นงานสาน โดยสานเป็นกระเป๋าในรูปแบบต่าง ๆ รวมทั้งงานสานเฟอร์นิเจอร์ พร้อมทั้งพัฒนาเป็นงานสานกกย้อมสีธรรมชาติจากพืชในท้องถิ่นด้วยเทคนิคการย้อมสูตรเฉพาะ จากผลงานวิจัยของ ผศ.ดร. ประทับใจ สุวรรณธาดา

4.3.9 กลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่ หมู่ที่ 16 บ้านหนองตากไห ตำบลสงเปลือย อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 085-7558253

ผลิตภัณฑ์เดิม: ตะกร้า และผอบ

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่ เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการระดมแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน ให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ดังนี้

1) ควรออกแบบและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้วัสดุประเภทผ้าร่วมกับงานจักสานไม้ไผ่ไร่ เป็นผลิตภัณฑ์ประเภท กระเป๋า โดยใช้การอบรมปฏิบัติการตัดเย็บตกแต่งกระเป๋า แบบเย็บมือในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

- ออกแบบ Pattern กระเป๋า เพื่อนำไปทำการเย็บมือ (Handmade)
- การตัดผ้าตามแบบ และการใช้วัสดุอื่นๆ ร่วมในการผลิต เช่น ผ้า ซับใน
- การประกอบกระเป๋า โดยนำชิ้นงานแต่ละส่วนประกอบกับเครื่องจักสาน

2) ควรใช้วัสดุอื่นร่วมในรูปแบบที่มีความกลมกลืน รวมถึงรูปแบบที่มีความสวยงามตามลักษณะวัสดุนั้น ๆ เช่น ลูกปัดไม้ หนังแท้

3) ควรสร้างสรรค์ความงามและป้องกันการขึ้นรา ด้วยเทคนิคการรมควันเส้นตอกก่อนนำมาสาน

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและรายละเอียดการพัฒนา

การศึกษาพบว่า กลุ่มจักสานจากไม้ไผ่ไร่ ผลิตภัณฑ์หลัก คือ ตะกร้า และผอบ ผลิตภัณฑ์รอง คือ กระติบข้าว มวยนึ่งข้าวเหนียว โดยจัดจำหน่ายในพื้นที่และจำหน่ายตามงานมหกรรมสินค้าที่หน่วยงานภาครัฐจัดแสดง ในภาพรวมของผลิตภัณฑ์ คือ ผลิตภัณฑ์ยังขาดความหลากหลาย ยังไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งานของคนในวิถีสังคมใหม่ ค่าตอบแทนในการผลิตค่อนข้างน้อย สำหรับการพัฒนาได้ดำเนินการดังนี้

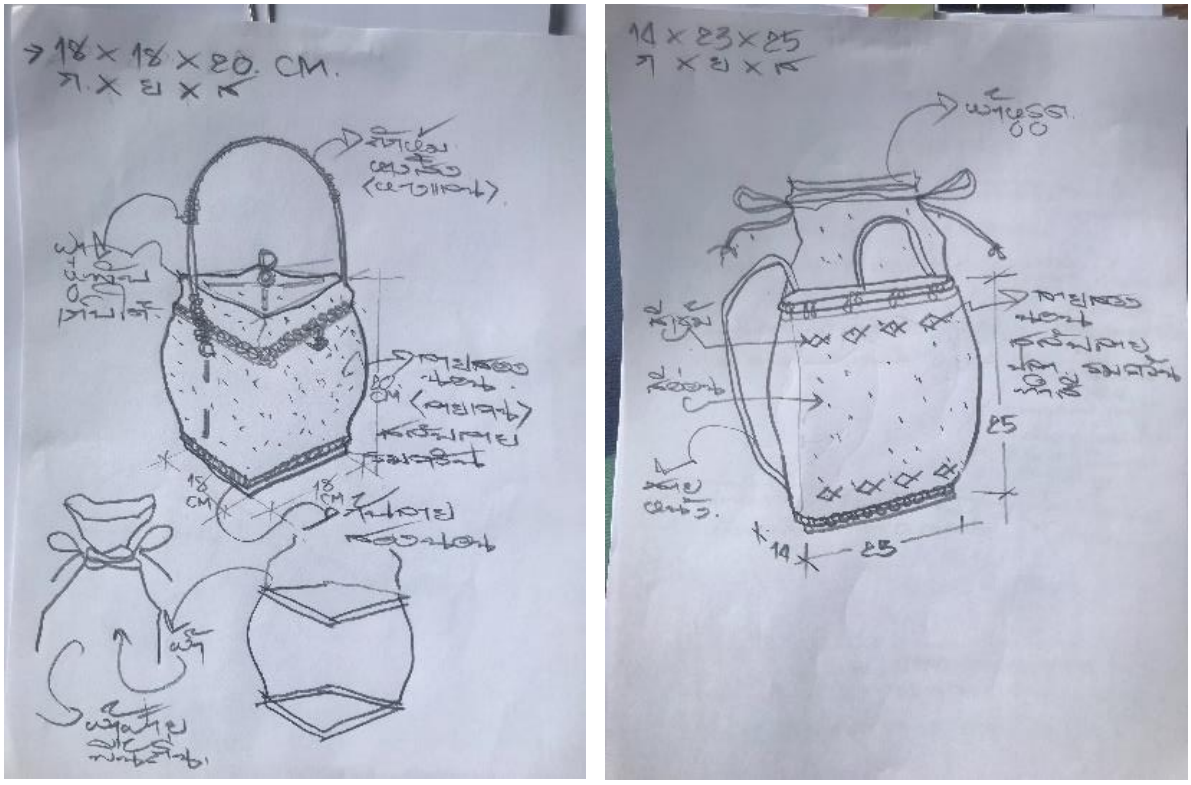
1) ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับตลาด โดยเลือกออกแบบและผลิต “กระเป๋าจักสานร่วมกับผ้าทอพื้นเมือง” ใช้ภูมิปัญญาในงานจักสานเดิมเป็นพื้นฐานในการต่อยอดพัฒนาการสร้างลายใหม่ รูปทรงใหม่ หลังจากนั้นจึงผลิตกระเป๋าผ้าทอมือมาร่วมกับงานจักสาน เลือกรูปแบบผ้า ลายผ้า และสีผ้าให้สอดคล้องกับงานจักสาน เป็นรูปแบบกระเป๋าที่มีความหลากหลาย

2) พัฒนาเทคนิคการรมควันเส้นตอก เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีเทคนิคการรมควัน 2 เทคนิค คือ การรมเส้นตอกก่อนสาน และการรมควันผลิตภัณฑ์หลังงานสาน ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความงดงาม ลวดลายเด่นชัดยิ่งขึ้น เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้า

3) พัฒนากระบวนการผลิต โดยออกแบบและพัฒนาอุปกรณ์ทุ่นแรง **“เครื่องผ่าเส้นตอกไม้ไผ่และหวาย”** ซึ่งมีการส่งมอบ สาธิต และทดลองใช้แล้ว ได้ผลในระดับดีมาก




ภาพที่ 4.89 การให้คำปรึกษาแนะนำ แนวคิดในการสร้างนวัตกรรมงานจักสาน (Concept Design)



ภาพที่ 4.90 ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design) กระเป๋า



ภาพที่ 4.91 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการตัดเย็บด้วยมือเพื่อประกอบกับงานจักสาน



ภาพที่ 4.92 การให้คำปรึกษาแนะนำและติดตามคุณภาพการผลิตกระเป๋าต้นแบบ



ภาพที่ 4.93 นวัตกรรมจักสานไม้ไผ่ : กระเป๋าเป้จักสานร่วมกับผ้าทอพื้นเมือง



แบรนด์ (Brand) : ไผ่ไร่ทอง
สโลแกน (Slogan) : ไผ่เนื้อดีสีทองคำ เลิศล้ำจักสาน
ภาพที่ 4.94 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

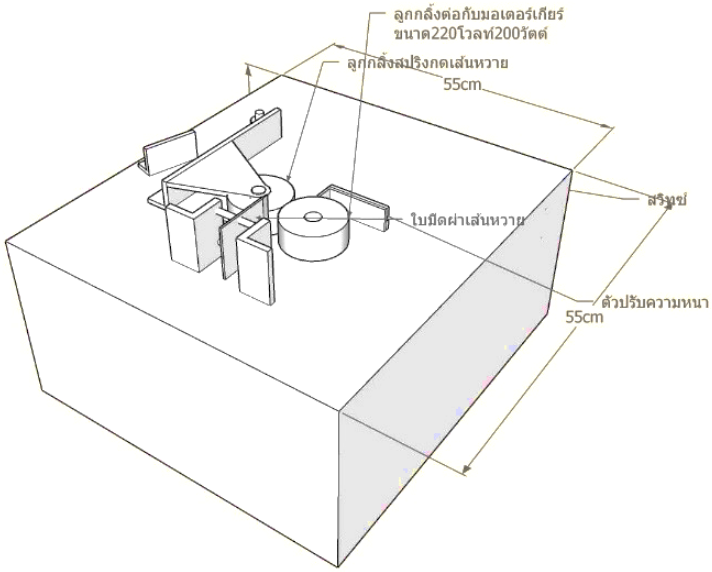
งานหัตถกรรมไม้ไผ่ เป็นความภาคภูมิใจของคนอีสานที่ได้สืบทอดเป็นมรดกทางวัฒนธรรม ถือว่าเป็น ต้นทุนทางปัญญา ทำให้คนอีสานมีผลิตภัณฑ์ที่สามารถผลิตขึ้นใช้เอง และผลิตเพื่อการจำหน่ายเป็นรายได้ในครัวเรือน ซึ่ง **ไผ่ไร่ทอง** ได้นำไม้ไผ่ไร่ วัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่น มาพัฒนาสร้างสรรค์โดยช่างฝีมือที่มีความชำนาญงานไม้ไผ่ ให้เป็นสิ่งของเครื่องใช้ที่มีความสอดคล้องกับวิถีสังคมปัจจุบัน

การออกแบบและพัฒนาอุปกรณ์ทุ่นแรงในการผ่าเส้นตอกไม้ไผ่และหวาย

เป็นการพัฒนาต่อยอดจากงานวิจัยของ ศักดิ์ชาย สิกขา และประทับใจ สุวรรณธาดา (2562: บทคัดย่อ) ได้ทำวิจันเรื่อง การพัฒนาและยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีและนวัตกรรม : กรณีศึกษา กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานหวาย บ้านทับทิมสยาม 07เลขที่ 209 หมู่ที่ 15 ตำบลบักดอง อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ ซึ่งในงานวิจัยได้มีการพัฒนานวัตกรรมเครื่องทุ่นแรง คือ **เครื่องผ่าหรือจักเส้น มีหลักการและแนวคิดการออกแบบและพัฒนา**จากการศึกษาวิธีการจักเส้นหวายออกเป็นเส้นๆ เพื่อนำไปใช้ในการจักสาน ทั้งนี้ หากเป็นหวายน้ำนิยมจักออกเป็น 4 เส้น หรือ 8 เส้นตามขนาดที่ต้องการใช้งาน หากเป็นหวายหางหนูนิยมจักออกเป็น 2 เส้น สำหรับช่างจักสานแล้ว การจักเส้นหวายเป็นขั้นตอนที่ค่อนข้างยุ่งยากมากกว่าการจักเส้นตอกไม้ไผ่ เนื่องจากเส้นหวายมีความยาวมากและมีความอ่อนตัวสูง ดังนั้นในการออกแบบเครื่องจักเส้นหวายหรือผ่าเส้นหวายในงานวิจัยที่ผ่านมา ได้วิเคราะห์ลักษณะของการทำงานออกเป็น 3 ส่วน คือ 1) ส่วนดึงเส้นหวาย 2) ส่วนผ่าเส้นหวายที่สามารถปรับระยะการผ่าได้หลายขนาดความหนา และ 3) ส่วนของการจับและประคองเส้นหวายให้ตรง ผลการวิจัยได้มีการออกแบบและผลิตเครื่องจักหรือผ่าเส้นหวายที่ประเมินแล้วว่า ง่ายต่อการใช้งานและสามารถลดเวลาในการผลิตได้จริง

สำหรับในงานวิจัยครั้งนี้ ได้มีการนำผลงานวิจัยข้างต้นมาพัฒนาต่อยอดเป็น “เครื่องผ่าเส้นตอกไม้ไผ่และหวาย” มีวิธีการใช้งานโดยกดสวิทซ์ไฟฟ้าให้เครื่องทำงาน จากนั้นให้นำเส้นหวายหรือเส้นไม้ไผ่ที่ต้องการผ่า สอดเข้าไประหว่างล้อหมุน (ในงานวิจัยนี้ มีการปรับเปลี่ยนวัสดุวงล้อใหม่ที่คุณภาพดีขึ้น) วงล้อจะบีบและดึงเส้นวิ่งเข้าหาใบมีดและผ่าครึ่ง วิธีการนี้จะทำให้ได้งานที่เร็วโดยไม่ต้องใช้มีดจักเป็นเส้น

ซึ่งเครื่องผ่าเส้นไม้ไผ่และหวายนี้ จะมีข้อผิดพลาดในการผ่าน้อยมาก ได้เส้นไม้ไผ่หรือหวายที่มีความหนาสม่ำเสมอ ช่วยลดแรงงาน ประหยัดเวลา และช่วยสร้างมาตรฐานการผลิตให้สูงขึ้น



ภาพที่ 4.95 Perspective นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องผ่าเส้นตอกไม้ไผ่และหวาย



ภาพที่ 4.96 นวัตกรรมอุปกรณ์ทุ่นแรง : เครื่องผ่าเส้นตอกไม้ไผ่และหวาย

4.3.10 กลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง เลขที่ 222 หมู่ที่ 8 บ้านโนนสูง ตำบลโนนสูง อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 094-0409615

ผลิตภัณฑ์เดิม: ถ่านอัดแท่ง

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการระดมแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน ให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) ออกแบบและจัดทำเตาเผาถ่านต้นแบบ และการทดสอบคุณภาพเตา โดยเตาเผาต้องมีขนาดเล็กกะทัดรัด ประหยัดพลังงาน และต้องเผาให้ได้อุณหภูมิที่ 800-1,000 องศา จึงจะเกิดการเผาไหม้ที่สมบูรณ์ สามารถนำมาใช้ในการผลิตผงถ่านคุณภาพดีได้

2) ออกแบบและให้การสนับสนุนการจัดทำห้องปฏิบัติการ “ผลิตสบู่ชาร์โคล” จากผงถ่าน ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อรองรับการตรวจสอบเพื่อยื่นขอรับรองมาตรฐานการผลิต

3) ออกแบบและจัดทำบล็อก “สบู่ชาร์โคล” โดยทำพิมพ์สบู่ด้วยยางซิลิโคลน เพื่อให้แม่พิมพ์สามารถเก็บรายละเอียดโลโก้ได้ดี ใช้วิธีทำพิมพ์แยก 2 ชิ้น เพื่อความสะดวก พร้อมกับใช้ปูนปลาสเตอร์หล่อประกบแบบพิมพ์หรือที่เรียกว่า “พิมพ์ครอบ” เพื่อป้องกันแม่พิมพ์บิดตัว

4) จัดอบรมถ่ายทอดความรู้การผลิตสบู่ชาร์โคล เพื่อให้เป็นนวัตกรรมใหม่ในการผลิตสบู่ ประกอบด้วย สบู่+ชาร์โคล สบู่+ชาร์โคล+เส้นใยพืช ที่ช่วยขัดผิว โดยให้ความรู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้แม่พิมพ์ การผสมสบู่สูตรต่างๆ การเก็บรักษาอุปกรณ์และแม่พิมพ์

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและรายละเอียดการพัฒนา

การศึกษาข้อมูลพบว่า เป็นกลุ่มผู้ผลิตถ่านอัดแท่ง โดยใช้ถ่านไม้จากไม้หลายชนิด ทั้งที่เผาขึ้นเองและรับซื้อจากชุมชน นำมาบดรวมกันเป็นผงและนำเข้าเครื่องอัดเป็นแท่งผสมกับกาว ตัดออกเป็นท่อนเพื่อบรรจุถุง จำหน่ายถุงละ 40 บาท มีคุณสมบัติดี การเผาไหม้ช้า ให้เชื้อเพลิงได้นานกว่าถ่านที่ใช้ทั่วไป ปัญหาที่พบ คือ ปัญหาด้านการตลาด ผู้ประกอบการมีความต้องการปรับเปลี่ยนรูปแบบสินค้าหรือผลิตภัณฑ์จากถ่านอัดแท่ง ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและเป็นสินค้าที่ได้มาตรฐานเพื่อขอรับรองมาตรฐาน สรุปผลการพัฒนาได้ดังนี้

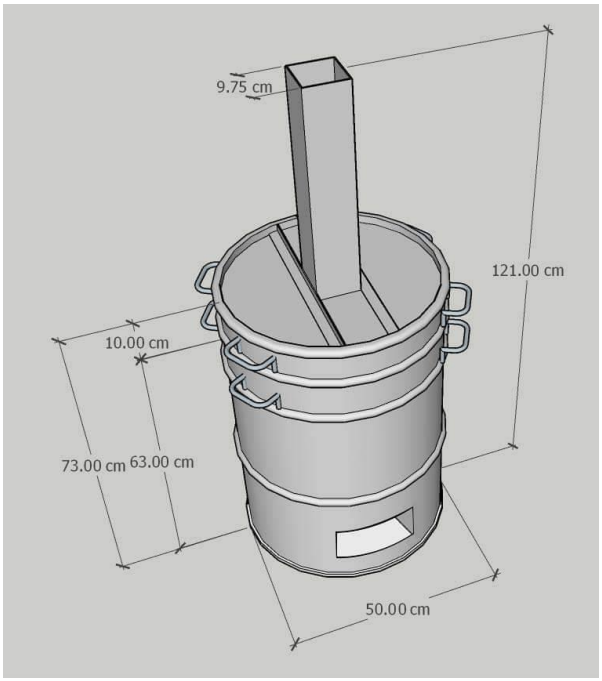
1) นวัตกรรมการออกแบบและพัฒนาเตาเผาถ่านขนาดเล็ก อุณหภูมิสูง สามารถเผาถ่านได้ 1,000 องศา เหมาะสำหรับงานผลิตผงถ่านไม้ไผ่คุณภาพดี พร้อมออกแบบห้องปฏิบัติการผลิตผลิตภัณฑ์

2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ “สบู่ชาร์โคล (นิศา ชาร์โคล) สูตรผงถ่าน และสูตรผงถ่านสครับผสมเส้นใยตะไคร้หอม เป็นสบู่ที่ผ่านการทดลองใช้จนมั่นใจได้ทั้งคุณภาพและความปลอดภัย จึงเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ที่สามารถขยายตลาดได้

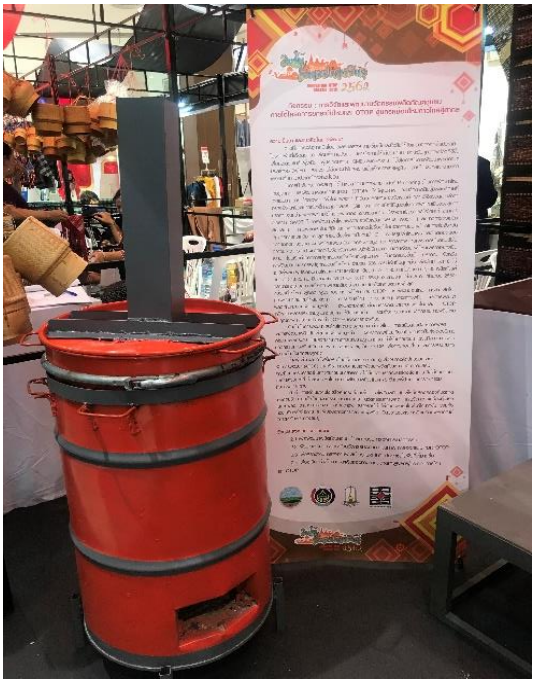
3) การออกแบบรูปแบบสบู่ แบบเทพิมพ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะ โดยแสดงโลโก้นูนต่ำบนเนื้อสบู่ การออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ แบบพรีเมี่ยมสวยงาม แสดงรายละเอียดชัดเจน







Perspective เตาเผาถ่านขนาดเล็ก



เตาเผาถ่านขนาดเล็กต้นแบบ

ภาพที่ 4.97 การออกแบบและจัดทำเตาเผาถ่านขนาดเล็กต้นแบบ





ภาพที่ 4.98 การออกแบบและจัดทำห้องปฏิบัติการผลิตสบู่ชาร์โคล ตามมาตรฐาน









ภาพที่ 4.99 การทำบล็อกสบู่ชาร์โคล ด้วยพิมพ์ยางซิลิโคลน







ภาพที่ 4.100 การถ่ายทอดความรู้การผลิตสบู่ชาร์โคล



ภาพที่ 4.101 สบู่ผงถ่าน สูตรผงถ่าน และสูตรผงถ่านสครับผสมเส้นใยตะไคร้หอม

นิศา ชาร์โคล
Nisa Charcoal

แบรนด์ (Brand) : นิศา ชาร์โคล Nisa Charcoal
สโลแกน (Slogan) : ธรรมชาติบำบัด ขจัดกลิ่นกาย สบายผิว
ภาพที่ 4.102 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

ผงถ่านไม้ไผ่ (Bamboo Charcoal) เป็นผงถ่านที่ได้จากการเผาไหม้ในอุณหภูมิสูงกว่า 1,000 องศาเซลเซียส ที่นำมาบดละเอียด ซึ่งเป็นผงที่มีความบริสุทธิ์ของธาตุคาร์บอนสูงมาก เมื่อนำมาใช้ในการผลิตสบู่ จึงทำให้สบู่จากผงถ่านไม้ไผ่มีคุณสมบัติโดดเด่น มีคุณสมบัติดับกลิ่น ขับสารเคมีตามผิวหนัง ผิวหนังจึงสะอาด ปราศจากสิว



ภาพที่ 4.103 ผลิตภัณฑ์ใหม่ สบู่ผงถ่าน แบรนด์ (Brand) : นิศา ชาร์โคล Nisa Charcoal

4.3.11 กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา เลขที่ 106 หมู่ที่ 7 บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 098-1052445, 062-1957668

ผลิตภัณฑ์เดิม: ถุงใยแมงมุม

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการระดมแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน ให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) การออกแบบและการจัดทำแบบพิมพ์ หลังการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุดเครื่องประดับเป็นการจัดทำแบบพิมพ์สำหรับงานต้นแบบ โดยใช้วิธีปั้นต้นแบบด้วยดินน้ำมัน การทำพิมพ์ด้วยวัสดุซิลิโคลนและปูนปลาสเตอร์ การหล่อต้นแบบออกมาด้วยวัสดุที่เป็นเรซิ่นใส

2) การถ่ายทอดความรู้ให้ผู้ประกอบการ โดยจัดอบรมปฏิบัติการทำผลิตภัณฑ์ธุงต้นแบบ โดยใช้เรซิ่นใสในการหล่อขึ้นรูปทรง การขัดตกแต่งต้นแบบให้มีความเงางาม การร้อยเครื่องประดับเพิ่มเติมด้วยลูกปัดหลากสี เช่น ต่างหู สร้อยข้อมือ พวงกุญแจ และอื่น ๆ

3) การติดตามให้คำแนะนำปรึกษาการผลิตเพื่อการจำหน่าย

นวัตกรรมในการสร้างสรรค์และรายละเอียดการผลิต

การศึกษาพบว่า เป็นกลุ่มผู้ผลิตธุงใยแมงมุมที่สร้างชื่อเสียงให้กับจังหวัดกาฬสินธุ์ ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตประกอบด้วย ธุงสำหรับการแขวนตกแต่งรูปแบบต่าง ๆ ปิ่นปักผมใยแมงมุม เข็มกลัดใยแมงมุม และอื่น ๆ ปัญหาที่พบ คือ ผลิตภัณฑ์ขาดความคงทน ชำรุดง่าย ขาดประโยชน์ใช้สอยที่เหมาะสมกับวิถีสังคมเมือง ไม่สะดวกต่อการเป็นของฝาก ของที่ระลึก ซึ่งในการพัฒนาในครั้งนี้ มีการดำเนินการพัฒนาดังนี้

1) พัฒนากระบวนการผลิตของฝากของที่ระลึก แก้ปัญหาสินค้าขาดความคงทน การจัดเก็บ (ธุงพันกันยุ่งเหยิง) และไม่เหมาะสำหรับการพกพา โดยใช้เทคนิคการหล่อเรซิ่นเคลือบธุงใยแมงมุม ปรับขนาดธุงให้เล็กจิ๋ว ใช้แบบพิมพ์ซิลิโคลนรูปทรงต่าง ๆ และเลือกใช้เรซิ่นใสชนิดพิเศษ หล่อเป็นผลึกใสบรรจุธุงใยแมงมุมรูปแบบต่าง ๆ ไว้ด้านใน เพื่อนำมาใช้ประกอบเป็นผลิตภัณฑ์

2) ออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากผลึกใสธุงใยแมงมุม เป็นของที่ระลึกรูปแบบต่าง ๆ เช่น ชุดเครื่องประดับ ชุดพวงกุญแจของที่ระลึก โคมไฟใยแมงมุม พร้อมบรรจุภัณฑ์แสดงเรื่องราวและความหมายของธุง



ภาพที่ 4.104 การระดมความคิดในการออกแบบ (Concept Design) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก



ภาพที่ 4.105 การให้คำปรึกษาแนะนำ ร่างแบบแนวคิดในการออกแบบ (Sketch Design) ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก



ภาพที่ 4.106 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการหล่อเรซิ่นเพื่อผลิตของที่ระลึก



ภาพที่ 4.107 การติดตามให้คำปรึกษาแนะนำด้านการผลิตในเชิงพาณิชย์



ภาพที่ 4.108 นวัตกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก : พวงกุญแจถุงมงคล (เรซิ่น)



แบรนด์ (Brand) : ธุงมงคล เสมายาคู

สโลแกน (Slogan) : เมืองฟ้าแดดสงยาง ดินแดนแห่งทะเลธุง

ภาพที่ 4.109 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

ชุมชนเสมา มีโบราณสถานสมัยทวารวดี ราวพุทธศตวรรษที่ 13-15 เป็นที่เคารพนับถือของชุมชน คือ พระธาตุยาคู เดิมเรียกว่า “พระธาตุใหญ่” เพื่อเป็นสิริมงคลชาวบ้านจะนำธุงใยแมงมุมไปสักการะ จึงมีแนวคิดจัดตั้งชุมชนวิสาหกิจเกี่ยวกับธุง เพื่อนำไปสักการะพระธาตุยาคูและจำหน่ายเป็นของฝากของที่ระลึก เพื่อสืบทอดและสืบสานการใช้ธุงจากรากฐานการนำมาใช้ในทางศาสนา

ธุงใย ธุงใยมุม ธุงใยแมงมุม เป็นธุงชนิดหนึ่งทำด้วยเส้นฝ้ายย้อมสีและไม้ไผ่ โดยเหลาไม้ไผ่เป็นซี่เล็กๆ ไขว้กากบาทกัน แล้วใช้เส้นฝ้ายสีพันสานกันเป็นรูปสี่เหลี่ยมจัตุรัสหรือหกเหลี่ยม จากศูนย์กลางออกมาเรื่อยๆ เป็นแถบสีสลับกันเป็นชั้นๆ ขนาดของธุงจะใหญ่ เล็ก ต่างกัน แล้วนำธุงมาต่อกันเป็นผืนยาวทิ้งชายห้อยให้แกว่งปลิวไปตามลม

คนอีสานนิยมทำธุงถวายเป็นเครื่องบูชา

เชื่อว่า ธุง เป็นสัญลักษณ์ว่า มีการทำบุญ เป็นการบอกกล่าวบวงสรวงเทพยดา เชื่อว่า ธุง เป็นเครื่องหมายชัยชนะ เมื่อเวลามีการจัดงานบุญ พญามารจะไม่มารบกวน

เชื่อว่า ธุง ใช้ป้องกันมารผจญ หรือสิ่งไม่ดี สิ่งที่มองไม่เห็น วิญญาณต่างๆ ที่จะมารบกวนงานบุญ หากเห็นธุงแล้วจะถอยออกไป

เชื่อว่า ถ้ายกธุงขึ้นแล้วจะชนะมาร พญามาร จะไม่มาเข้าใกล้ มารมาผจญเมื่อเวลาจัดงาน (เมาเหล้า มีเรื่องมีราว)

เชื่อว่า การถวายธุง เป็นการสร้างบุญกุศล เมื่อถวายธุงแล้วจะได้บุญ จะได้เกาะชายผ้าธุงขึ้นสวรรค์ และอุทิศกุศลผลบุญให้กับผู้ที่ล่วงลับไปแล้ว

เชื่อว่า ทานธุงในชาตินี้เพื่ออานิสงส์ในชาติหน้า

เชื่อว่า ถวายธุงช่วงสงกรานต์ จะได้บุญ ได้ความร่มเย็นเป็นสุข

ในการพัฒนาครั้งนี้ เป็นการสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ถุง ในรูปแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประเภทพวงกุญแจ ด้วยเทคนิคเครือบใส ทำให้มีทั้งความหมายในความเชื่อ ความงาม และประโยชน์ใช้สอย

4.3.12 กลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์ เลขที่ 227 หมู่ที่ 2 เทศบาลตำบลนาจารย์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 087-2158459, 080-0332622

ผลิตภัณฑ์เดิม: หมูเค็ม หมูทุบ แจ่วบอง

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์ เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการระดมแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน ให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) ให้คำปรึกษาแนะนำกระบวนการผลิต การขอมาตรฐานรับรองการผลิตภัณฑ์อาหาร โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีอาหาร

2) ให้คำแนะนำปรึกษาการทดลองสูตรอาหารเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ หมูทุบทรงเครื่องและหมูเค็มทรงเครื่อง

3) ให้คำแนะนำปรึกษาและสนับสนุนการออกแบบและพัฒนาฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ระบบใหม่ที่สามารถยืดอายุ และถนอมอาหาร





ภาพที่ 4.110 ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีอาหารให้คำปรึกษาแนะนำการผลิตและการจัดการระบบโรงงาน

การสร้างสรรค์นวัตกรรม และรายละเอียดการพัฒนา

จากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีความอร่อย จนมีลูกค้าติดตามเป็นขาประจำมากมาย ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงนวัตกรรมในครั้งนี้ ได้ดำเนินการดังนี้

1) พัฒนากระบวนการผลิตและสูตรอาหารรูปแบบใหม่ เป็นสูตร **หมูเค็มทรงเครื่อง** และ **หมูทุบทรงเครื่อง** เป็นการ mix and match ผลิตภัณฑ์เด่นของกลุ่ม ความอร่อยยกกำลังสอง สูตรแรกเป็นการใช้หมูเค็มที่เป็นส่วนฉีกขาดจากหมูทุบเป็นแผ่น ซึ่งมีจำนวนมากมาใช้ร่วมกับปลาร้าคั่วสุกด้วยสูตรและส่วนผสมที่ผ่านการทดลองแล้ว สูตรที่สองเป็นการใช้หมูทุบมาเป็นส่วนประกอบหลักร่วมกับปลาร้าคั่วสุก ได้รสชาติที่นุ่มนวล น่ารับประทาน

2) พัฒนาระบบการบรรจุ ด้วยการบรรจุที่สามารถจัดเก็บได้ยาวนานขึ้น โดยใช้กระป๋องบรรจุแบบ 2 ชั้น ชั้นในสุดเป็นแบบฝาปั๊มโลหะด้วยเครื่องปั๊มฝาที่ทันสมัย ซึ่งสะดวกต่อการเปิด ฝาชั้นที่สองเป็นฝาพลาสติกที่ปิดทับด้านนอกอีกชั้น มีหลากหลายขนาดและรูปแบบ



ภาพที่ 4.111 การให้คำปรึกษาแนะนำในการทดลองผลิตหมูทุบทรงเครื่องและหมูเค็มทรงเครื่อง





ภาพที่ 4.112 การให้คำปรึกษาแนะนำเกี่ยวกับการบรรจุภัณฑ์ และวางแผนการตลาด





ภาพที่ 4.113 นวัตกรรมการแปรรูปอาหาร : หมูทุบทรงเครื่อง หมูเค็มทรงเครื่อง





หมูทุบทรงเครื่อง

ส่วนประกอบสำคัญโดยประมาณ

1. หมูทุบ 80%
2. ปลาร้า 5%
3. หอมเจียว 5%
4. กระเทียมเจียว 10%
5. พริกป่น 5%
6. ใบมะกรูด 10%

หมูเค็มทรงเครื่อง

ส่วนประกอบสำคัญโดยประมาณ

1. หมูเค็ม 80%
2. ปลาร้า 5%
3. หอมเจียว 5%
4. กระเทียมเจียว 10%
5. พริกป่น 5%
6. ใบมะกรูด 10%

ภาพที่ 4.114 ส่วนประกอบในการผลิต : หมูเค็มทรงเครื่อง หมูทุบทรงเครื่อง



แบรนด์ (Brand) : นาจารย์
สโลแกน (Slogan) : ทำมานาน เชี่ยวชาญความอร่อย
ภาพที่ 4.115 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

หมูเค็มทรงเครื่อง และหมูทุบทรงเครื่อง นาจารย์ เป็นการ mix and match ผลิตภัณฑ์เด่นของกลุ่มที่ผลิตมานานเกือบ 20 ปี จนได้รับการรับรองมาตรฐาน อย. ปัจจุบันผลิตภัณฑ์เกือบทุกรายการได้รับการรับรองมาตรฐาน 5 ดาว เช่น หมูทุบ หมูเค็ม และแจ่วบอง ในการพัฒนาหมูเค็มทรงเครื่อง และหมูทุบทรงเครื่อง นาจารย์ เป็นการพัฒนาสูตรจนได้สัดส่วนที่ลงตัว เป็นความอร่อยยกกำลังสอง

4.3.13 วิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวเหนียวเขาวงตำบลหนองผือ เลขที่ 91/1 หมู่ที่ 1 บ้านหนองผือ ตำบลหนองผือ อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 092-9874111

ผลิตภัณฑ์เดิม: เมล็ดพันธุ์ข้าว

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ วิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวเหนียวเขาวงตำบลหนองผือ เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการระดมแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน ให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) ให้คำปรึกษาแนะนำการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีอาหาร

2) ให้คำแนะนำปรึกษาการทดลองสูตรการแปรรูปน้ำจมูกข้าว ด้านส่วนผสม รสชาติ คุณค่าทางอาหาร และกระบวนการผลิต

3) ให้คำแนะนำปรึกษาและสนับสนุนการออกแบบและพัฒนาฉลากสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน มีรายละเอียดครบถ้วน และมีความหลากหลายตามรูปแบบของผลิตภัณฑ์

การสร้างสรรค์นวัตกรรม และรายละเอียดการพัฒนา

การศึกษาพบว่า เป็นกลุ่มจำหน่ายพันธุ์ข้าวคุณภาพดี และเป็นผู้ผลิตปุ๋ยใส่ข้าวด้วยสูตรที่กลุ่มคิดค้นแล้วว่าคุณภาพดี ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจำหน่ายสามารถจำหน่ายได้เฉพาะช่วงฤดูทำนา นอกฤดูกาลจะเกิดการว่างงาน ดังนั้น กลุ่มผู้ประกอบการจึงต้องการอาชีพที่เกี่ยวข้องกับข้าวที่สามารถผลิตและจำหน่ายได้อย่างต่อเนื่อง เป็นประโยชน์ต่อสุขภาพสำหรับผู้บริโภค ซึ่งมีการพัฒนาดังนี้

1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นผลิตภัณฑ์น้ำจมูกข้าว 5 รส ได้แก่ Original ใบเตย ขนุน มัลเบอรี่ และข้าวก่ำ ด้วยสูตรเครื่องดื่มที่ผ่านการคิดค้นและทดลองจนได้สูตรที่ลงตัว เป็นทางเลือกสำหรับ

ผู้บริโภคที่มีความชื่นชอบในรสชาติที่แตกต่างกัน สามารถดื่มได้ทุกเพศทุกวัย โดยเฉพาะเด็ก ผู้สูงอายุ และผู้ป่วยที่ไม่สามารถทานอาหารปกติได้

2) บรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้า โลโก้ หลากสีที่ให้ข้อมูลส่วนประกอบครบถ้วน ผู้บริโภคสามารถจดจำรสเครื่องดื่มที่ชื่นชอบได้จากสีฉลากสินค้าทั้ง 5 ชนิด



ภาพที่ 4.116 ผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีอาหารให้คำปรึกษาแนะนำด้านสูตรอาหาร การผลิต และการควบคุมคุณภาพ



ภาพที่ 4.117 การให้คำปรึกษาแนะนำกระบวนการผลิต ขนาดบรรจุ ฉลากสินค้า และการจัดจำหน่าย



ภาพที่ 4.118 นวัตกรรมการแปรรูปข้าว : น้ำจมูกข้าวกล้อง 5 รสชาติ ได้แก่ Original ใบเตย ขนุน มัลเบอรี่ และข้าวก่ำ



น้ำจมูกข้าวกล้องเขาวง
ส่วนประกอบสำคัญ
1. ข้าวกล้อง 90%
2. น้ำตาลทรายแดง 5%
3. เกลือ 1%
4. แต่งสีปรุงรส (ธรรมชาติ) 4%
ประกอบด้วยรสต่าง ๆ ตามที่ต้องการ เช่น รสใบเตย รส Original รสข้าวก่ำ รสขนุน หรือ รสมัลเบอรี่

ภาพที่ 4.119 ส่วนประกอบในการผลิต : น้ำจมูกข้าวกล้อง

แบรนด์ (Brand) : เขาวง
สโลแกน (Slogan) : แซบเผิ้ง มีคุณค่าทางอาหาร
ภาพที่ 4.120 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้าวิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวเหนียวเขาวงตำบลหนองผือ

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

จากสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นแหล่งที่มีดินและสภาพอากาศเป็นเลิศ เหมาะสำหรับการปลูกข้าวพันธุ์ดี คุณภาพเยี่ยม มีความอ่อน หอม นุ่ม อุดมด้วยคุณค่าทางอาหารที่ดีต่อสุขภาพ การประกวดติดอันดับ 2 ของประเทศปี 2562 ติดระดับ 1-3 ระดับจังหวัด ประเภทข้าวมีคุณภาพ ผลิตภัณฑ์จากข้าคุณภาพดีได้ถูกการคิดค้นสูตรเพื่อให้ทุกคนได้รับประทานได้ในทุกวัย ทุกโอกาส เป็นผลิตภัณฑ์น้ำจมูกข้าว 5 รส ได้แก่ Original ใบเตย ขนุน มัลเบอรี่ และข้าวก่ำ

4.3.14 กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ชาวนา บ้านนอก เลขที่ 262 หมู่ที่ 9 บ้านท่างาม ตำบลอุ่มเม่า อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 086-2256229, 087-4436007

ผลิตภัณฑ์เดิม: ข้าวกล้อง ข้าวไรซ์เบอรี่

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ชาวนา บ้านนอก เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการระดมแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน ให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) ให้คำปรึกษาแนะนำกระบวนการผลิต การใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เกี่ยวข้อง การควบคุมคุณภาพ และการขอมาตรฐานรับรอง โดยผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร คณะเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

2) ให้คำปรึกษาแนะนำด้านการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากข้าว ทั้งข้าวผงชงพร้อมดื่ม ข้าวถุง และอื่นๆ โดยจำแนกบรรจุภัณฑ์หลากหลายชนิดเพื่ออำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภคในทุกวัย ทุกโอกาส พร้อมการออกแบบโลโก้ และฉลากสินค้า

3) การให้คำปรึกษาแนะนำและติดตามคุณภาพการผลิต

นวัตกรรมในการสร้างสรรค์และรายละเอียดการผลิต

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ชาวนา บ้านนอก เป็นกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายข้าวเพื่อสุขภาพ มีผลิตภัณฑ์ข้าวบรรจุถุงหลายชนิด หลายรูปแบบ มีข้าวผงชงพร้อมดื่ม ซึ่งต้องมีการปรับปรุงพัฒนาเพิ่มเติม ในครั้งนี้ ได้มีการพัฒนาดังนี้

1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ ประเภทข้าวผง หลากหลายรูปแบบ จากเดิมที่ข้าวผงยังมีความละเอียดไม่เพียงพอ ชงไม่ค่อยละลายและขาดส่วนผสมที่ให้คุณค่าทางอาหาร โดยเฉพาะขาดโปรตีน (กรดอะมิโน) ซึ่งมีมากในพืชตระกูลถั่ว ในการพัฒนาได้มีการคิดค้นสูตรในการผสม การเลือกวัสดุในกลุ่มธัญพืชจนได้สูตรอาหารข้าวผงธัญพืช ชงพร้อมดื่มที่มีคุณภาพดี มีคุณประโยชน์ มีรสชาติดีและละลายน้ำได้ดียิ่งขึ้น

2) พัฒนาข้าวซองบรรจุข้าว ให้สามารถรักษาความสดเขียวของข้าว เนื่องจากเป็นข้าวที่เก็บเกี่ยวก่อนข้าวสุก ทำให้ได้ข้าวที่มีความนุ่ม และมีคุณค่าทางอาหาร รวมทั้งพัฒนาซองบรรจุข้าวผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชชงพร้อมดื่มในรูปแบบซองเล็กชงต่อครั้ง และซองบรรจุขนาดใหญ่ที่ชงได้หลายครั้งหลายขนาด

3) การให้คำปรึกษาแนะนำและติดตามคุณภาพการผลิต

นวัตกรรมในการสร้างสรรค์และรายละเอียดการผลิต

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ชาวนา บ้านนอก เป็นกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายข้าวเพื่อสุขภาพ มีผลิตภัณฑ์ข้าวบรรจุถุงหลายชนิด หลายรูปแบบ มีข้าวผงชงพร้อมดื่ม ซึ่งต้องมีการปรับปรุงพัฒนาเพิ่มเติม ในครั้งนี้ได้มีการพัฒนา ดังนี้

1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ ประเภทข้าวผง หลากหลายรูปแบบ จากเดิมที่ข้าวผงยังมีความละเอียดไม่เพียงพอ ชงไม่ค่อยละลายและขาดส่วนผสมที่ให้คุณค่าทางอาหาร โดยเฉพาะขาดโปรตีน (กรดอะมิโน) ซึ่งมีมากในพืชตระกูลถั่ว ในการพัฒนาได้มีการคิดค้นสูตรในการผสม การเลือกวัสดุในกลุ่มธัญพืช จนได้สูตรอาหารข้าวผงธัญพืช ชงพร้อมดื่มที่มีคุณภาพดี มีคุณประโยชน์ มีรสชาติดีและละลายน้ำได้ดียิ่งขึ้น

2) พัฒนาข้าวซองบรรจุข้าว ให้สามารถรักษาความสดเขียวของข้าว เนื่องจากเป็นข้าวที่เก็บเกี่ยวก่อนข้าวสุก ทำให้ได้ข้าวที่มีความนุ่ม และมีคุณค่าทางอาหาร รวมทั้งพัฒนาซองบรรจุข้าวผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชชงพร้อมดื่มในรูปแบบซองเล็กชงต่อครั้ง และซองบรรจุขนาดใหญ่ที่ชงได้หลายครั้งหลายขนาด

นวัตกรรมในการสร้างสรรค์และรายละเอียดการผลิต

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ชาวนา บ้านนอก เป็นกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายข้าวเพื่อสุขภาพ มีผลิตภัณฑ์ข้าวบรรจุถุงหลายชนิด หลายรูปแบบ มีข้าวผงชงพร้อมดื่ม ซึ่งต้องมีการปรับปรุงพัฒนาเพิ่มเติม ในครั้งนี้ ได้มีการพัฒนาดังนี้

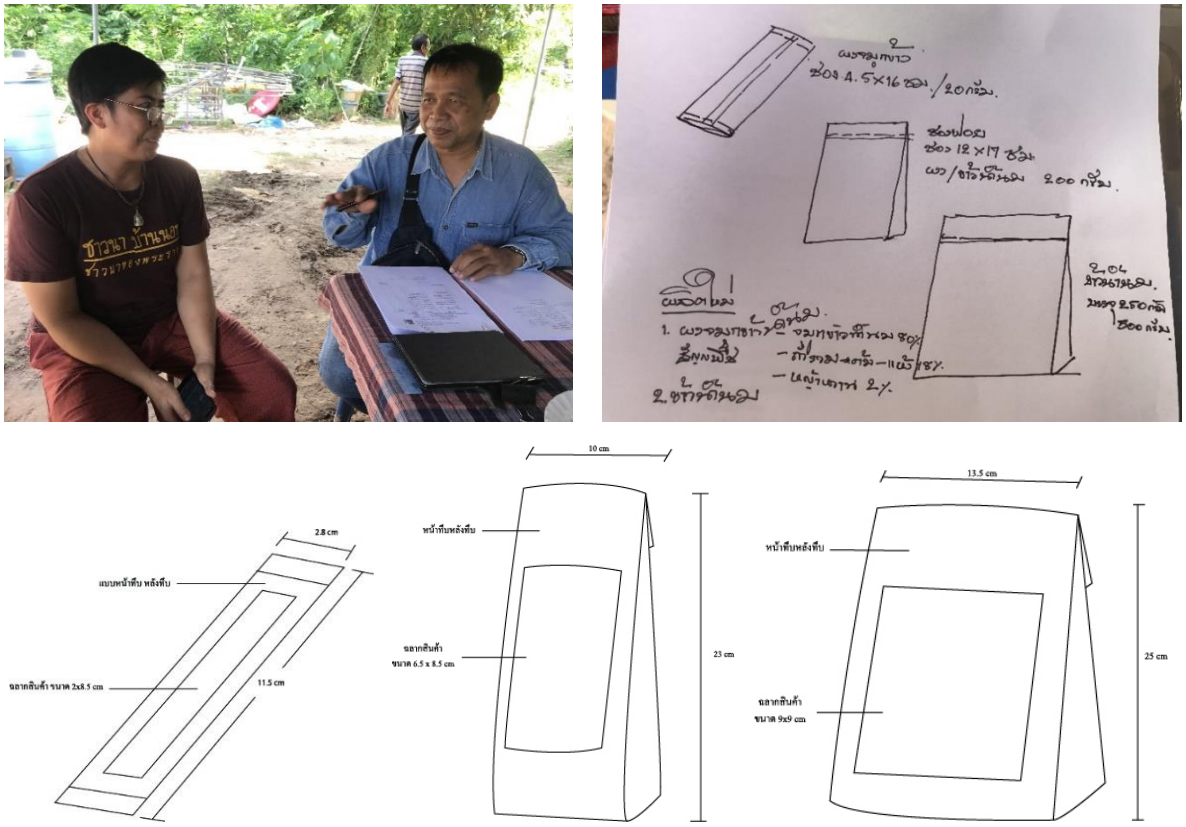
1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ ประเภทข้าวผง หลากหลายรูปแบบ จากเดิมที่ข้าวผงยังมีความละเอียดไม่เพียงพอ ชงไม่ค่อยละลายและขาดส่วนผสมที่ให้คุณค่าทางอาหาร โดยเฉพาะขาดโปรตีน (กรดอะมิโน) ซึ่งมีมากในพืชตระกูลถั่ว ในการพัฒนาได้มีการคิดค้นสูตรในการผสม การเลือกวัสดุในกลุ่มธัญพืช จนได้สูตรอาหารข้าวผงธัญพืช ชงพร้อมดื่มที่มีคุณภาพดี มีคุณประโยชน์ มีรสชาติดีและละลายน้ำได้ดียิ่งขึ้น

2) พัฒนาข้าวซองบรรจุข้าว ให้สามารถรักษาความสดเขียวของข้าว เนื่องจากเป็นข้าวที่เก็บเกี่ยวก่อนข้าวสุก ทำให้ได้ข้าวที่มีความนุ่ม และมีคุณค่าทางอาหาร รวมทั้งพัฒนาซองบรรจุข้าวผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชชงพร้อมดื่มในรูปแบบซองเล็กชงต่อครั้ง และซองบรรจุขนาดใหญ่ที่ชงได้หลายครั้งหลายขนาด





ภาพที่ 4.121 การให้คำปรึกษาแนะนำกระบวนการผลิต การใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 4.122 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จากข้าว



ภาพที่ 4.123 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการผลิตและควบคุมคุณภาพ



ภาพที่ 4.124 นวัตกรรมการแปรรูปข้าว : ผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชพร้อมชงดื่ม



ผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชพร้อมชงดื่ม
ส่วนประกอบสำคัญ
1. จมูกข้าวกล้องน้ำนมเขียวมะลิ 105 80%
2. ธัญพืช 20%

ภาพที่ 4.125 ส่วนประกอบในการผลิต : ผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชพร้อมชงดื่ม

ชาวนา บ้านนอก®
Chawna bannaog

ชาวนา
บ้านนอก

แบรนด์ (Brand) : ชาวนา บ้านนอก
สโลแกน (Slogan) : ทำด้วยใจ ให้ด้วยรัก

ภาพที่ 4.126 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มเกษตรอินทรีย์ ชาวนา บ้านนอก

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

จมูกข้าวน้ำนมเขียวกาฬสินธุ์ เป็นส่วนที่อุดมสมบูรณ์ด้วยคุณค่าทางอาหารที่สุดของเมล็ดข้าว มีวิตามินและแร่ธาตุที่ให้คุณแก่ร่างกาย โดยเฉพาะโปรตีน ธาตุเหล็ก วิตามินบีรวม และใยอาหาร โอเมก้า 3 6 9 ผลิตเป็นข้าวผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืช พร้อมชงดื่ม มีส่วนประสมของโปรตีน (กรดอะมิโน) ซึ่งมีมากในพืชตระกูลถั่ว ข้าวผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืช พร้อมชงดื่ม จึงมีประโยชน์ต่อการพัฒนาสมองของคนทุกเพศทุกวัย

4.3.15 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวงอกฮางกล้อง เลขที่ 122 หมู่ที่ 1 บ้านจาน ตำบลโนนนาจาน อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 099-7032169

ผลิตภัณฑ์เดิม: ข้าวกล้อง ข้าวไรซ์เบอรี่

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวงอกฮางกล้อง เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการระดมแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน ให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) ให้คำปรึกษาแนะนำด้านการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และสร้างนวัตกรรม

2) ให้คำปรึกษาแนะนำการผลิต การใช้เทคโนโลยีการผลิต โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีอาหาร

3) ถ่ายทอดความรู้ด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว โดยจัดฝึกอบรมปฏิบัติการผลิตสบู่และข้าวเกรียบจากข้าวกล้อง

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและรายละเอียดการพัฒนา

จากผู้ผลิตข้าวงอกฮางกล้องที่มีชื่อเสียง เป็นข้าวเพื่อสุขภาพ จากแหล่งปลูกข้าวคุณภาพดี บนผืนดินที่เหมาะสำหรับการเพาะปลูก ได้ยกระดับผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าว ที่ทุกคนสามารถรับประทานเป็นของคบเคี้ยวได้ทุกเวลาและโอกาส โดยมีรายละเอียดในการพัฒนา ดังนี้

1) พัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทขบเคี้ยว “ข้าวเกรียบแผ่นเล็ก” สะดวกต่อการหยิบจับรับประทาน เป็นข้าวเกรียบที่พัฒนามาจากสูตรข้าวโป่งโบราณ โดยเพิ่มวัสดุส่วนประกอบในการผลิตให้มีความอร่อย มีคุณค่าทางอาหาร และเป็นอาหารที่ทำได้ง่ายก่อนรับประทาน เช่น ปิ้ง ย่าง อบ

2) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยบรรจุข้าวเกรียบ ไดโนไรซ์ ใน 2 รูปแบบ คือ บรรจุกล่องสวยงามแบบฝาเกลียว และบรรจุซองฟรอยซิปที่สะดวกต่อการพกพา เหมาะสำหรับเป็นของฝาก ของที่ระลึก สำหรับคนรักสุขภาพ



ภาพที่ 4.127 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านการวางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และสร้างนวัตกรรมแปรรูปข้าว




ภาพที่ 4.128 การให้คำปรึกษาแนะนำการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าว โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีอาหาร





ภาพที่ 4.129 การให้คำปรึกษาแนะนำและฝึกปฏิบัติการผลิตสบู่ข้าวไรซ์เบอรี่

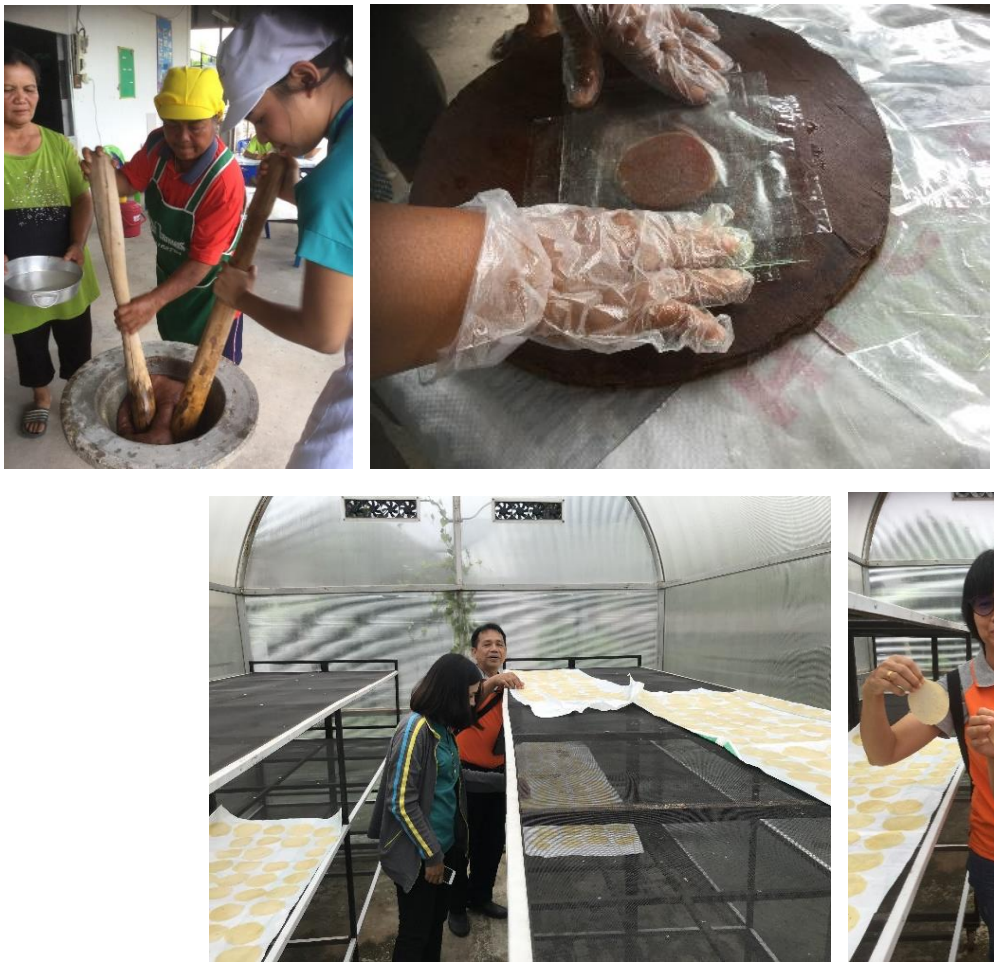


สบู่ข้าวไรซ์เบอรี่

ส่วนประกอบสำคัญ

1. ผงข้าวไรซ์เบอรี่ 40 %
2. ทานาคา 12.5%
3. ว่านหางจระเข้ 12.5%
4. ขมิ้น 12.5%
5. น้ำผึ้ง 12.5%
6. กลีเซอรีน Soap Bar 10%

ภาพที่ 4.130 ส่วนประกอบในการผลิต : สบู่ข้าวไรซ์เบอรี่



ภาพที่ 4.131 การให้คำปรึกษาแนะนำและฝึกปฏิบัติการผลิตเกรียบจากข้าวกล้องด้วยสูตรต่าง ๆ



ภาพที่ 4.132 นวัตกรรมการแปรรูปข้าว : ข้าวเกรียบ ไดโนไรซ์



ข้าวเกรียบ ไดโนไรซ์

ส่วนประกอบสำคัญ

1. ผงข้าวกล้อง 65%
2. กะทิ 7%
3. น้ำตาลปี๊บ 7%
4. น้ำตาลทรายแดง 10%
5. งา 5%
6. เกลือ 2%
7. แต่งกลิ่น (ธรรมชาติ) ใบเตย 4%

ภาพที่ 4.133 ส่วนประกอบในการผลิต : ข้าวเกรียบ ไดโนไรซ์

ไดโนไรซ์
Dino Rice

แบรนด์ (Brand) : ไดโนไรซ์

สโลแกน (Slogan) : เปี่ยมคุณค่า ดีต่อสุขภาพ

ภาพที่ 4.134 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวงอกฮางกล้อง

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

จากผืนดินที่อุดมสมบูรณ์ด้วยแร่ธาตุสายธารลาวาภูเขาไฟยุคโบราณ ข้าวพันธุ์ดีได้เจริญงอกงามผ่านกระบวนการเพาะงอกที่ควบคุมคุณภาพทุกขั้นตอน ข้าวจากผืนดินธารลาวาภูเขาไฟ จึงอุดมไปด้วยสารอาหารที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ข้าวเกรียบเกษตรอินทรีย์ ไดโนโรซ์หลากหลายรส จึงมีความกรอบ อร่อยและดีต่อสุขภาพที่ต้องบอกต่อ

4.3.16 กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP แจ่วบองแม่มหา เลขที่ 2 หมู่ที่ 4 บ้านยางอุ้ม ตำบลยางอุ้ม อำเภอท่าคันโท จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 082-2015049, 082-2015049

ผลิตภัณฑ์เดิม: แจ่วบอง

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP แจ่วบองแม่มหา เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการระดมแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน ให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) ถ่ายทอดความรู้และทดลองสูตรอาหารจากปลาร้า โดยมีวิทยากรที่มีประสบการณ์ร่วมให้คำปรึกษาแนะนำ คือ นางจันทร์ฉวา พูลเพิ่ม เจ้าของกิจการแม่หวาปลาร้าบอง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด

2) ให้คำปรึกษาแนะนำด้านการรักษามาตรฐานคุณภาพ รสชาติ ความสะอาด การใช้เทคโนโลยีการผลิต และการปรับปรุงสถานที่แหล่งผลิตเพื่อขอการรับรองมาตรฐานการผลิต โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีอาหาร

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและรายละเอียดการพัฒนา

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP แจ่วบองแม่มหา เป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการผลิตอาหารแปรรูปจากปลา ในครั้งนี้ ได้พัฒนาเมนูอาหารสูตรใหม่ ดังนี้

1) พัฒนากระบวนการผลิตโดยเลือกปลาร้าจากชนิดของปลาที่เหมาะสมกับการผลิต คือ ปลาร้าจากปลาช่อน ปลาตะเพียน ปลานิล เลือกพริก หอม กระเทียมจากแหล่งผลิตที่มีคุณภาพ เชื่อถือได้ ปรับปรุงสถานที่ผลิต เครื่องมืออุปกรณ์ให้ได้มาตรฐาน สะอาด ปลอดภัย

2) พัฒนาสูตรอาหารจากปลาร้า โดยเลือกสูตรเฉพาะคือ ปลาร้าน้ำพริกเผา และ สูตรคั่วกลิ้งปลาย่าง ซึ่งมีการทดลองสูตร ปรับรส และส่วนผสม รวมทั้งทดลองผลิตเพื่อการจำหน่าย จนมั่นใจได้ทั้งคุณภาพและความอร่อย

3) พัฒนาการบรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้าที่ให้รายละเอียดครบถ้วน และโลโก้ที่ง่ายแก่การจดจำ เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้ผู้บริโภค



ภาพที่ 4.135 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการแปรรูปปลาร้า : ปลาร้าน้ำพริกเผา



ภาพที่ 4.136 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการแปรรูปปลาร้า : คั่วกลิ้งปลาย่าง



ภาพที่ 4.137 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านมาตรฐานการผลิต



ปลาร้าน้ำพริกเผา



คั่วกลิ้งปลาย่าง

ภาพที่ 4.138 นวัตกรรมการแปรรูปปลาร้า : ปลาร้าน้ำพริกเผา คั่วกลิ้งปลาย่าง



ปลาร้าน้ำพริกเผา

ส่วนประกอบโดยประมาณ

1. เนื้อปลาร้า 33%
2. หอมหัวใหญ่ 20%
3. พริกแดงใหญ่ 10%
4. พริกขี้หนูแห้ง 7%
5. กระเทียม 20%
6. มะขามเปียก 7%
7. น้ำตาล เกลือ 3%

คั่วกลิ้งปลาย่าง

ส่วนประกอบโดยประมาณ

1. เนื้อปลาร้า 25%
2. หอมหัวใหญ่ 6%
3. พริกแดงใหญ่ 25%
4. พริกขี้หนูแห้ง 25%
5. กระเทียม 4%
6. ปลาย่าง 15%

ภาพที่ 4.139 ส่วนประกอบในการผลิต : ปลาร้าน้ำพริกเผา คั่วกลิ้งปลาย่าง

แบรนด์ (Brand) : แม่มหา

สโลแกน (Slogan) : รสเด็ด เผ็ดอร่อย

ภาพที่ 4.140 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP แจ่วบองแม่มหา

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

ปลาร้าเป็นการถนอมอาหารประเภทปลาโดยกรรมวิธีการหมัก เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านที่สืบทอดกันมายาวนาน เป็นอาหารคู่บ้านของคนอีสาน ปลาร้าให้คุณค่าด้านสารอาหารประเภทโปรตีน ไขมัน เกลือแร่ค่อนข้างสูง สามารถนำไปปรุงอาหารได้หลายชนิดตั้งแต่ น้ำพริก หลน ทอด นึ่ง เผา ในการนี้ เพื่อให้ผู้บริโภคได้ลิ้มรสความอร่อยของปลาร้าเมนูใหม่ จากที่เคยผลิตแจ่วบองปลาร้าสุก แม่มหาผู้เชี่ยวชาญอาหารประเภทปลาได้พัฒนาอาหารปลาร้าสูตรใหม่ คือ ปลาร้าน้ำพริกเผา และ คั่วกลิ้งปลาย่าง ที่ทุกคนรับประทานแล้วต้องติดใจในรสความอร่อย คุณค่าทางอาหาร เป็นความอร่อยที่ลงตัว

4.3.17 กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม หมู่ที่ 8 บ้านมิตรหนองเรือง ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 095-2481560

ผลิตภัณฑ์เดิม: ปลาร้าบอง

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการระดมแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน ให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) ถ่ายทอดความรู้และทดลองสูตรอาหารจากปลาร้า โดยมีวิทยากรที่มีประสบการณ์ร่วมให้คำปรึกษาแนะนำ คือ นางจันทร์ถวา พูลเพิ่ม เจ้าของกิจการแม่หวาปลาร้าบอง อำเภอเมือง จังหวัดร้อยเอ็ด

2) ให้คำปรึกษาแนะนำด้านการรักษามาตรฐานคุณภาพ รสชาติ ความสะอาด การใช้เทคโนโลยีการผลิต และการปรับปรุงสถานที่แหล่งผลิตเพื่อขอการรับรองมาตรฐานการผลิต โดยผู้เชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีอาหาร

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและรายละเอียดการพัฒนา

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม เป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการผลิตอาหารแปรรูปจากปลา ในครั้งนี้ ได้พัฒนาเมนูอาหารสูตรใหม่ ดังนี้

1) พัฒนากระบวนการผลิตโดยเลือกปลาร้าจากชนิดของปลาที่เหมาะสมกับการผลิต คือ ปลาร้าจากปลาช่อน ปลาตะเพียน ปลานิล เลือกพริก หอม กระเทียมจากแหล่งผลิตที่มีคุณภาพ เชื่อถือได้ ปรับปรุงสถานที่ผลิต เครื่องมืออุปกรณ์ให้ได้มาตรฐาน สะอาด ปลอดภัย

2) พัฒนาสูตรอาหารจากปลาร้า โดยเลือกสูตรเฉพาะคือ ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว สำหรับผู้บริโภคทั่วไป และปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ สำหรับผู้บริโภคที่มีปัญหาด้านไขมัน ซึ่งมีการทดลองสูตรปรับรส และส่วนผสม รวมทั้งทดลองผลิตเพื่อการจำหน่าย จนมั่นใจได้ทั้งคุณภาพและความอร่อย

3) พัฒนาการบรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้าที่ให้รายละเอียดครบถ้วน และโลโก้ที่ง่ายแก่การจดจำ ด้วยรูปลักษณ์ “แม่บุญร่วม” เป็นการสร้างความเชื่อมั่นและมั่นใจให้กับผู้บริโภค



ภาพที่ 4.141 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการแปรรูปปลาร้า : ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว





ภาพที่ 4.142 การให้คำปรึกษาแนะนำในการฝึกปฏิบัติการแปรรูปปลาร้า : ปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ



ภาพที่ 4.143 การให้คำปรึกษาแนะนำด้านมาตรฐานการผลิตและคุณภาพอาหาร



ภาพที่ 4.144 นวัตกรรมการแปรรูปปลาร้า : ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว และปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ



ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว
ส่วนประกอบโดยประมาณ
1. เนื้อปลาร้า 40%
2. หมูเจียว 30%
3. เครื่องสมุนไพร 30%

ปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ
ส่วนประกอบโดยประมาณ
1. เนื้อปลาร้า 60%
2. เครื่องสมุนไพร 40%

ภาพที่ 4.145 ส่วนประกอบในการผลิต : ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว และปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ

แม่บุญร่วม

แบรนด์ (Brand) : แม่บุญร่วม
สโลแกน (Slogan) : เลอค่า ปลาร้าสมุนไพร

ภาพที่ 4.146 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้ากลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

ปลาร้าเป็นการถนอมปลาโดยการหมัก ให้คุณค่าด้านสารอาหารประเภทโปรตีน ไขมัน เกลือแร่ ค่อนข้างสูง สามารถนำไปปรุงอาหารได้หลายชนิดตั้งแต่ น้ำพริก หลน ทอด นึ่ง เผา แล้วแต่ขนาดของปลาร้า เพื่อให้ผู้บริโภคลิ้มรสความอร่อยของปลาร้าเมนูใหม่ แม่บุญร่วม จึงได้พัฒนาสูตร ปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ สำหรับผู้บริโภคได้ลิ้มรสความอร่อยแบบไร้กังวลเรื่องไขมัน และ ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว ความอร่อยที่ลงตัว

4.3.18 สหกรณ์การเกษตรก้าวแสน จำกัด เลขที่ 116 หมู่ที่ 5 บ้านหนองริวหนัง ตำบลลำหนองแสน อำเภอหนองกรุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 064-2747116

ผลิตภัณฑ์เดิม: ผลหม่อน

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำ ณ กลุ่มสหกรณ์การเกษตรก้าวแสน จำกัด เพื่อดำเนินการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดนวัตกรรมฯ โดยแนะนำเกี่ยวกับ**แนวคิดในการออกแบบ (Concept Design)** เป็นการระดมแนวคิดเพื่อใช้ในการออกแบบและพัฒนากระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน ให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ ในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1) การถ่ายทอดความรู้และฝึกปฏิบัติการ ทดลองพัฒนาสูตรขนมมัลเบอรี่ (ผลหม่อน) โดยวิทยากรผู้เชี่ยวชาญด้านอาหาร: เจ้าของกิจการเบเกอรี่ 3 พ. อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

2) การให้คำปรึกษาแนะนำการเตรียมสถานประกอบการ เพื่อเตรียมขอรับการตรวจรับรองมาตรฐาน

การสร้างสรรค์นวัตกรรมและรายละเอียดการพัฒนา

การพัฒนาเน้นอาหารเพื่อสุขภาพ ที่สามารถรับประทานเป็นอาหารว่างคู่กับเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพ เป็นการค้นหาสูตรอาหารว่าง จากพืชตั้งต้นที่มีในท้องถิ่น เช่น ลูกหม่อน ลูกกระเจี๊ยบ หรืออื่นๆ ได้มีการทดลองอาหารหลายสูตร โดยสูตรที่เหมาะสมคือ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่ และทาร์ตมัลเบอรี่ ซึ่งเป็นอาหารที่อยู่ในกระแสนิยม เหมาะสำหรับเป็นอาหารว่างขบเคี้ยวคู่เครื่องดื่ม



ภาพที่ 4.147 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการผลิตทาร์ตมัลเบอรี่



ภาพที่ 4.148 การถ่ายทอดความรู้ในการฝึกปฏิบัติการผลิตขนมปังกรอบมัลเบอรี่



ภาพที่ 4.149 การให้คำปรึกษาแนะนำการเตรียมสถานประกอบการ
เพื่อเตรียมขอรับการตรวจรับรองมาตรฐาน



ทาร์ตมัลเบอรี่



ขนมปังกรอบมัลเบอรี่

ภาพที่ 4.150 นวัตกรรมการแปรรูปผลหม่อน : ทาร์ตมัลเบอรี่ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่



แบรนด์ (Brand) : น้องแสน

สโลแกน (Slogan) : รสชาติดี มีคุณประโยชน์

ภาพที่ 4.151 การสร้างแบรนด์ให้กับสินค้า

เรื่องราวผลิตภัณฑ์ (STORY)

สหกรณ์การเกษตรก้าวแสน จำกัด เป็นกลุ่มคนในชุมชนที่ทำการเกษตรด้วยหลักธรรมชาติ การใช้ภูมิปัญญาดั้งเดิม เน้นการปลูกพืชผักปลอดสารพิษ มีความหลากหลายด้านพืชผักสวนครัว บนพื้นที่การเกษตรที่ไม่มีสารพิษตกค้าง ได้รับการรับรองการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีสำหรับการผลิต เพื่อสุขภาพดีทั้งคนกินคนทำ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ครั้งนี้ ได้คิดค้นสูตรอาหารว่างที่อร่อยและดีต่อสุขภาพ คือ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่และทาร์ตมัลเบอรี่ ที่ทุกคนได้ลิ้มรสแล้วต้องติดใจ

สรุปผลการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

จากการลงพื้นที่ในสถานประกอบการ ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยทั้ง 18 แห่ง พบว่า การดำเนินการวิจัยและพัฒนาที่ใช้ขั้นตอนการพัฒนาที่แตกต่างกัน โดยยึดปัญหา ความต้องการ และศักยภาพของกลุ่มที่แตกต่างกันเป็นข้อพิจารณาในการวางแผนงานการพัฒนาเป็นเฉพาะราย ส่งผลให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่และการสร้างนวัตกรรมในการพัฒนาได้ผลเป็นที่พึงพอใจทุกกลุ่ม ซึ่งในขั้นตอนต่อไป จะเป็นการส่งเสริมด้านการออกแบบโลโก้ ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งการติดตามประเมินผลการผลิตเพื่อการจำหน่าย การจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายในลำดับต่อไป

บทที่ 5
การประเมินผลการพัฒนา

จากวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ 2) เพื่อศึกษากระบวนการถ่ายทอดความรู้ที่นำสู่การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์ และ 3) เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาสินธุ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ซึ่งบทที่ 5 นี้ เป็นการดำเนินงานวิจัยในส่วนของวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์ ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดและกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย ขั้นตอนนี้เป็นการประเมินผลการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน ดังนี้

1) กิจกรรมการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด/ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์
2) กิจกรรมการทดสอบตลาด (Market Test) โดยกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย
3) การประเมินผลลัพธ์จากผู้ประกอบการ

ซึ่งมีรายละเอียดตามลำดับ ดังนี้

5.1 การวิพากษ์ผลิตภัณฑ์

การดำเนินการจัดกิจกรรมวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด/ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายทั้ง 18 กลุ่ม ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป โดยดำเนินการในวันที่ 3 ตุลาคม 2562 ณ ศูนย์การค้า เสริมไทย คอมเพล็กซ์ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม แบ่งระดับความพึงพอใจและเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบ ดังนี้

พอใจมากที่สุด = 5 คะแนน
พอใจมาก = 4 คะแนน
พอใจปานกลาง = 3 คะแนน
พอใจน้อย = 2 คะแนน
พอใจน้อยที่สุด = 1 คะแนน







ภาพที่ 5.1 ตัวอย่างภาพกิจกรรมการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์

5.1.1 สหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เลขที่ 173/1 หมู่ 5 บ้านโพน ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 083-3383956



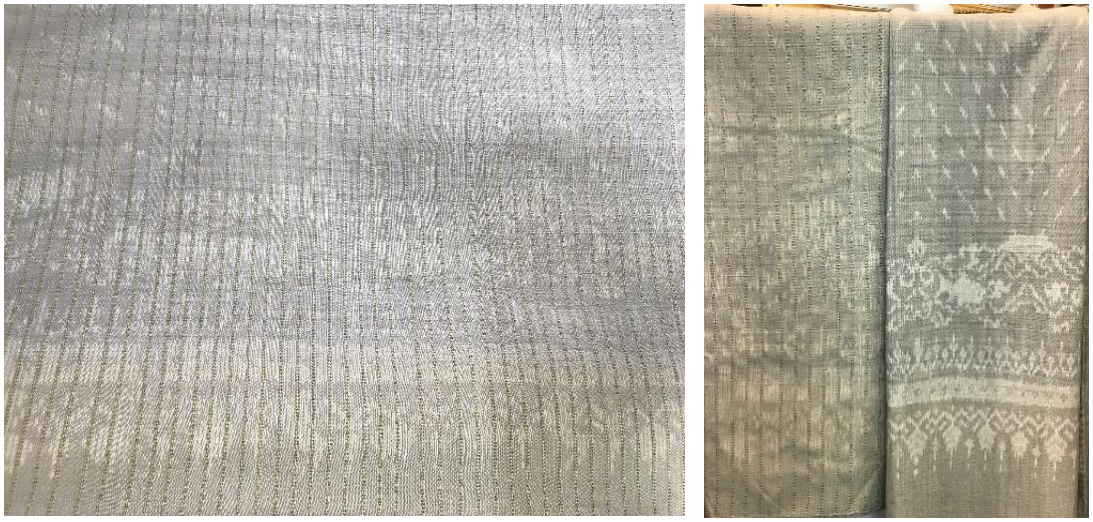
ภาพที่ 5.2 ผ้าซิ่นไหมแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง คราม)

ตารางที่ 5.1 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ผ้าซิ่นไหมแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง คราม)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
3. ความเหมาะสมด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิต	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
4. ความเหมาะสมด้านประโยชน์ใช้สอย	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
5. ความเหมาะสมด้านราคา (12,000 บาท)	2	2	0	0	0	4	4.5	0.27	ดี
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
รวม	**26**	**2**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.93**	**0.41**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์ใหม่ สามารถปรับราคาให้สูงขึ้นได้ เนื่องจากมีการพัฒนาเทคนิคในการผลิตใหม่ มีลวดลายที่สวยงามมากขึ้น

5.1.2 กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ เลขที่ 21 หมู่ 11 บ้านคำไฮ ตำบลหนองกุงศรี อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 088-3371721



ภาพที่ 5.3 ผ้าซิ่นมัดหมี่ผสมขิด ลายปลาลำปาว ย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นขนุน)

ตารางที่ 5.2 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ผ้าซิ่นมัดหมี่ผสมขิด ลายปลาลำปาว ย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นขนุน)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
3. ความเหมาะสมด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิต	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
4. ความเหมาะสมด้านประโยชน์ใช้สอย	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
5. ความเหมาะสมด้านราคา (1,500 บาท)	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
รวม	**18**	**10**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.64**	**0.29**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : ควรเน้นการนำเสนอเรื่องราวผลิตภัณฑ์ (Story) ซึ่งมีการเขียนเรื่องราวไว้ดีมากแล้ว การแปรรูปที่เหมาะสมควรพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย ส่วนราคา สามารถปรับราคาให้สูงขึ้นได้ เมื่อวิเคราะห์ถึงวัตถุดิบ ขั้นตอนการผลิต และเทคนิคพิเศษในการผลิต

5.1.3 กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง เลขที่ 79 หมู่ 8 บ้านกุดครอง ตำบลดอนจาน อำเภอดอนจาน จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 063-1124939



ภาพที่ 5.4 ร่ม (ด้ามไม้) ลายเอกลักษณ์ผ้าแพรวา

ตารางที่ 5.3 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ร่ม (ด้ามไม้) ลายเอกลักษณ์ผ้าแพรวา

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
3. ความเหมาะสมด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิต	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
4. ความเหมาะสมด้านประโยชน์ใช้สอย	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
5. ความเหมาะสมด้านราคา (500 บาท)	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
รวม	**22**	**6**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.79**	**0.34**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : การพัฒนามีเอกลักษณ์ดีมาก ในอนาคตสามารถพัฒนาต่อยอดได้อีก เช่น การปรับเปลี่ยนวัสดุผ้าที่ใช้ทำร่มให้หลากหลาย ใช้สีสกรีนหลากสี ใช้สีพิมพ์ผ้าเชื้อน้ำมัน โดยปรับบล็อกสกรีนเป็นเชื้อน้ำมันจะทำให้สีคงทนยิ่งขึ้น

5.1.4 กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย หมู่ 3 เลขที่ 60 หมู่ 3 บ้านดงน้อย ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 065-0359602, 096-7636690



ภาพที่ 5.5 ผ้าพันคอ (มัดย้อม) ย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้ ดินแดง

ตารางที่ 5.4 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ผ้าพันคอ (มัดย้อม) ย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้ ดินแดง

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
3. ความเหมาะสมด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิต	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
4. ความเหมาะสมด้านประโยชน์ใช้สอย	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
5. ความเหมาะสมด้านราคา (300 บาท)	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
รวม	**22**	**6**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.79**	**0.34**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : เป็นการพัฒนาลวดลายบนผืนผ้าและพัฒนาเทคนิคการมัดย้อมที่ดีมาก ทั้งนี้ ในอนาคตหากสามารถพัฒนาต่อยอดด้านการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ประเภทของฝากของที่ระลึกได้อีกหลากหลายชนิด โดยเฉพาะการผลิตเพื่อจำหน่ายในเทศกาลต่าง ๆ ส่วนราคาสามารถปรับราคาให้สูงขึ้นอีกได้ เพื่อความเหมาะกับเทคนิควิธีการใหม่ที่ได้รับการพัฒนา

5.1.5 กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาค้อ ศาลาประจำบ้าน หมู่ที่ 5 บ้านนาค้อ ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 098-8427578



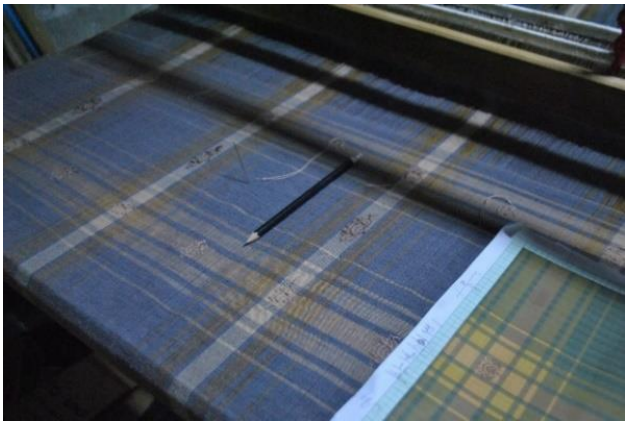
ภาพที่ 5.6 ผ้าขิดผสมมัดหมี่ ลายสร้อยวงเดือน (สำหรับการแปรรูป)

ตารางที่ 5.5 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ผ้าขิดผสมมัดหมี่ ลายสร้อยวงเดือน

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
3. ความเหมาะสมด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิต	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
4. ความเหมาะสมด้านประโยชน์ใช้สอย	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
5. ความเหมาะสมด้านราคา (1,200 บาท)	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
รวม	**18**	**10**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.64**	**0.29**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์ใหม่มีความโดดเด่นด้านลวดลายบนผืนผ้าและมีความหมายในเชิงพื้นที่ ในการจำหน่ายผู้ขายควรเน้นการบอกเล่าเรื่องราว (Story) ในการพัฒนาต่อยอดควรสร้างความหลากหลายด้านการให้สี และควรมีการขับเคลื่อนแปรรูปเสื้อผ้า กระเป๋า เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม

5.1.6 กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว เลขที่ 98 หมู่ที่ 5 บ้านนิคมหนองบัว ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 095-1683269, 083-4956319, 086-3144573




ภาพที่ 5.7 ผ้าลายขัดผสมขิดดอกบัว ลายนัตตะบุศย์
ย้อมสีธรรมชาติ เห็ด เปลือกหว้า ประดู่ (สำหรับการแปรรูป)

ตารางที่ 5.6 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ผ้าลายขัดผสมขิดดอกบัว ลายนัตตะบุศย์ ย้อมสีธรรมชาติ เห็ด เปลือกหว้า ประดู่ (สำหรับการแปรรูป)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
3. ความเหมาะสมด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิต	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
4. ความเหมาะสมด้านประโยชน์ใช้สอย	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
5. ความเหมาะสมด้านราคา (400 บาท)	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
รวม	**20**	**8**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.57**	**0.31**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : ผืนผ้าที่พัฒนาใหม่ มีความโดดเด่นด้านการทอ การออกแบบลาย และเนื้อผ้าที่แน่น เหมาะสำหรับการพัฒนาต่อยอดเข้าสู่ผลิตภัณฑ์ประเภทเคหะภัณฑ์ สำหรับงานประดับตกแต่งภายใน ส่วนราคา สามารถปรับให้สูงขึ้นกว่าที่ตั้งไว้ได้เพราะผ้ามีคุณภาพดีมาก

5.1.7 กลุ่มจักสานบ้านหนองห้าง เลขที่ 86 หมู่ที่ 3 บ้านหนองสระพัง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 092-7190400



ภาพที่ 5.8 โคมไฟแบบแขวนและแบบตั้งโต๊ะ

ตารางที่ 5.7 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ โคมไฟแบบแขวนและแบบตั้งโต๊ะ

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
3. ความเหมาะสมด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิต	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
4. ความเหมาะสมด้านประโยชน์ใช้สอย	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
5. ความเหมาะสมด้านราคา (500 บาท)	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
รวม	**22**	**6**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.79**	**0.34**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์ใหม่ได้มีการปรับรูปแบบเส้นตอกที่ใช้ในการทำให้ลดเวลาในการผลิต ลดต้นทุนในการผลิต ทั้งนี้ ในการพัฒนาต่อยอดควรมีการออกแบบเพิ่มเติมให้มีความหลากหลาย โดยใช้หลักการในการผลิตที่ได้รับการพัฒนา

5.1.8 กลุ่มทอเสื่อกกและแปรรูปกกบ้านหนองบัว เลขที่ 182 หมู่ที่ 9 บ้านหนองบัว ตำบลเจ้าท่า อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 087-4037888



ภาพที่ 5.9 กระเป๋า ย้อมสีธรรมชาติ (ฝักคูณ เพกา)

ตารางที่ 5.8 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ กระเป๋า ย้อมสีธรรมชาติ (ฝักคูณ เพกา)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
3. ความเหมาะสมด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิต	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
4. ความเหมาะสมด้านประโยชน์ใช้สอย	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
5. ความเหมาะสมด้านราคา (500 บาท)	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
รวม	**22**	**6**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.79**	**0.34**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นการพัฒนาที่เน้นความเป็นธรรมชาติ มีการพัฒนาเฉดสีให้มีความหลากหลายจากการย้อมสีธรรมชาติ สามารถพัฒนาต่อยอดเพิ่มเติมได้ โดยออกแบบกระเป๋าให้มีรูปแบบที่หลากหลายมากขึ้น

5.1.9 กลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่ หมู่ที่ 16 บ้านหนองตากไห ตำบลสงเปลือย อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 085-7558253



ภาพที่ 5.10 กระเป๋าเป้จักสานร่วมกับผ้าทอพื้นเมือง

ตารางที่ 5.9 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ กระเป๋าเป้จักสานร่วมกับผ้าทอพื้นเมือง

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	0	4	0	0	0	4	4.00	0.45	ดี
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	0	4	0	0	0	4	4.00	0.45	ดี
3. ความเหมาะสมด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิต	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
4. ความเหมาะสมด้านประโยชน์ใช้สอย	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
5. ความเหมาะสมด้านราคา (800-1,200 บาท)	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
รวม	**16**	**12**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.57**	**0.28**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีการปรับเปลี่ยนด้านการออกแบบในการพัฒนาต่อยอดผู้ผลิตอาจพัฒนาด้านวัสดุตกแต่งจะทำให้สินค้ามีมูลค่าเพิ่มมากขึ้น

5.1.10 กลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง เลขที่ 222 หมู่ที่ 8 บ้านโนนสูง ตำบลโนนสูง อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 094-0409615



ภาพที่ 5.11 สบู่ผงถ่าน นิศา ชาร์โคล

ตารางที่ 5.10 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ สบู่ผงถ่าน นิศา ชาร์โคล

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความเหมาะสมด้านขนาดต่อการใช้งาน	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
2. ความน่าสนใจด้านคุณสมบัติ	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
3. ความเหมาะสมด้านตราสินค้าและชื่อตราสินค้า	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
4. ความเหมาะสมด้านบรรจุภัณฑ์	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
5. ความเหมาะสมด้านราคา (35 บาท)	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
รวม	**24**	**4**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.86**	**0.37**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : สบู่คุณภาพดี สำหรับแนวทางในการพัฒนาต่อยอดควรพัฒนาเพื่อการขอรับรองมาตรฐานการผลิต ซึ่งจะเป็นช่องทางการตลาดที่สามารถจำหน่ายสู่ตลาดต่างประเทศ นอกจากนั้น อาจต่อยอดพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลายรูปแบบมากขึ้น

5.1.11 กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา เลขที่ 106 หมู่ที่ 7 บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 098-1052445, 062-1957668



ภาพที่ 5.12 พวงกุญแจถุงมงคล (เรซิ่น)

ตารางที่ 5.11 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ พวงกุญแจถุงมงคล (เรซิ่น)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
3. ความเหมาะสมด้านวัสดุที่ใช้ในการผลิต	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
4. ความเหมาะสมด้านประโยชน์ใช้สอย	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
5. ความเหมาะสมด้านราคา (90 บาท)	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
รวม	**22**	**6**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.79**	**0.34**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : ในการเพิ่มคุณภาพการผลิต อาจต้องเน้นที่การขัดผิวผลิตภัณฑ์จากเรซิ่นให้ใสขึ้น และให้ความสำคัญกับวัสดุที่นำมาใช้ร่วมให้มีความหลากหลายและดูดี ทั้งนี้ในอนาคตควรมีการพัฒนาต่อยอดด้านรูปแบบให้มีความหลากหลายมากขึ้น

5.1.12 กลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์ เลขที่ 227 หมู่ที่ 2 เทศบาลตำบลนาจารย์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 087-2158459, 080-0332622



ภาพที่ 5.13 หมูทุบทรงเครื่อง หมูเค็มทรงเครื่อง

ตารางที่ 5.12 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ หมูทุบทรงเครื่อง หมูเค็มทรงเครื่อง

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. รสชาติ	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
2. ความสะอาด ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
3. ความเหมาะสมด้านตราสินค้าและชื่อตราสินค้า	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
4. ความเหมาะสมด้านบรรจุภัณฑ์	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
5. ความเหมาะสมด้านราคา (50 บาท)	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
รวม	**28**	**0**	**0**	**0**	**0**	**28**	**5.00**	**0.45**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : ในอนาคตควรมีการพัฒนาต่อยอดด้านรสชาติเพิ่มเติม เพื่อสร้างความหลากหลาย

5.1.13 วิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวเหนียวเขาวงตำบลหนองผือ เลขที่ 91/1 หมู่ที่ 1 บ้านหนองผือ ตำบลหนองผือ อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 092-9874111



ภาพที่ 5.14 น้ำจมูกข้าวกล้อง 5 รสชาติ ได้แก่ Original ใบเตย ขนุน มัลเบอรี่ และข้าวก่ำ

ตารางที่ 5.13 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ น้ำจมูกข้าวกล้อง

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. รสชาติ	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
2. ความสะอาด ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
3. ความเหมาะสมด้านตราสินค้าและชื่อตราสินค้า	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
4. ความเหมาะสมด้านบรรจุภัณฑ์	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
5. ความเหมาะสมด้านราคา (5 บาท)	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
รวม	**22**	**6**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.79**	**0.34**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : ในลำดับต่อไป ควรต่อยอดการพัฒนาด้านการขอรับรองมาตรฐาน (อย.) ต่อไป

5.1.14 กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ชาวนา บ้านนอก เลขที่ 262 หมู่ที่ 9 บ้านท่างาม ตำบลอุ่มเม่า อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 086-2256229, 087-4436007



ภาพที่ 5.15 ผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชพร้อมชงดื่ม

ตารางที่ 5.14 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชพร้อมชงดื่ม

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. รสชาติ	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
2. ความสะอาด ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
3. ความเหมาะสมด้านตราสินค้าและชื่อตราสินค้า	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
4. ความเหมาะสมด้านบรรจุภัณฑ์	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
5. ความเหมาะสมด้านราคา (15, 450 บาท)	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
รวม	**22**	**6**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.79**	**0.34**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : ในลำดับต่อไป ควรต่อยอดพัฒนาเพื่อขอรับรองมาตรฐาน เพิ่มเติมช่องทางการขายให้มากขึ้น

5.1.15 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวงอกฮางกล้อง เลขที่ 122 หมู่ที่ 1 บ้านจาน ตำบลโนนนาจาน อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 099-7032169



ภาพที่ 5.16 ข้าวเกรียบ ไดโนไรซ์

ตารางที่ 5.15 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ข้าวเกรียบ ไดโนไรซ์

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. รสชาติ	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
2. ความสะอาด ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
3. ความเหมาะสมด้านตราสินค้าและชื่อตราสินค้า	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
4. ความเหมาะสมด้านบรรจุภัณฑ์	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
5. ความเหมาะสมด้านราคา (35 บาท)	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
รวม	**24**	**4**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.86**	**0.37**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : ในลำดับต่อไป ควรต่อยอดพัฒนาด้านการขอรับมาตรฐาน อย. ต่อไป

5.1.16 กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP แจ่วบองแม่มหา เลขที่ 2 หมู่ที่ 4 บ้านยางอุ้ม ตำบลยางอุ้ม อำเภอท่าคันโท จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 082-2015049



ภาพที่ 5.17 ปลาร้าน้ำพริกเผา คั่วกลิ้งปลาย่าง

ตารางที่ 5.16 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ปลาร้าน้ำพริกเผา คั่วกลิ้งปลาย่าง

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. รสชาติ	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
2. ความสะอาด ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
3. ความเหมาะสมด้านตราสินค้าและชื่อตราสินค้า	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
4. ความเหมาะสมด้านบรรจุภัณฑ์	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
5. ความเหมาะสมด้านราคา (35, 50, 100 บาท)	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
รวม	**22**	**6**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.79**	**0.34**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : ในลำดับต่อไป ควรต่อยอดพัฒนาด้านการขอรับมาตรฐาน อย. ต่อไป

5.1.17 กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม หมู่ที่ 8 บ้านมิตรหนองเรือง ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 095-2481560



ภาพที่ 5.18 ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว และปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ

ตารางที่ 5.17 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว และปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. รสชาติ	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
2. ความสะอาด ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
3. ความเหมาะสมด้านตราสินค้าและชื่อตราสินค้า	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
4. ความเหมาะสมด้านบรรจุภัณฑ์	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
5. ความเหมาะสมด้านราคา (35, 50, 100 บาท)	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
รวม	**26**	**2**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.93**	**0.41**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : ในลำดับต่อไป ควรต่อยอดพัฒนาด้านการขอรับมาตรฐานเพื่อขยายช่องทางการขายต่อไป เพิ่มเติมรสชาติให้มีความหลากหลายมากขึ้น

5.1.18 สหกรณ์การเกษตรก้าวแสน จำกัด เลขที่ 116 หมู่ที่ 5 บ้านหนองริวหนัง ตำบลลำหนองแสน อำเภอหนองกรุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 064-2747116






ทาร์ตมัลเบอรี่ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่

ภาพที่ 5.19 ทาร์ตมัลเบอรี่ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่

ตารางที่ 5.18 ผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ ทาร์ตมัลเบอรี่ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. รสชาติ	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
2. ความสะอาด ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
3. ความเหมาะสมด้านตราสินค้าและชื่อตราสินค้า	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
4. ความเหมาะสมด้านบรรจุภัณฑ์	2	2	0	0	0	4	4.50	0.27	ดี
5. ความเหมาะสมด้านราคา (10 บาท)	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
7. ความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์โดยภาพรวม	4	0	0	0	0	4	5.00	0.45	ดีมาก
รวม	**24**	**4**	**0**	**0**	**0**	**28**	**4.98**	**0.44**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะอื่นๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ : ในลำดับต่อไป ควรต่อยอดพัฒนาด้านการขอรับรองมาตรฐาน (อย.) เพื่อการขยายช่องทางด้านตลาดในอนาคต

สรุปผลการวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด/ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายทั้ง 18 กลุ่ม พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด/ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาใหม่ ทั้ง 18 ผลิตภัณฑ์/กลุ่ม ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) คือ มีค่าคะแนนระหว่าง 4.57 – 5.00 โดยผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความพึงพอใจ อันดับที่ 1 คือ หมูทุบทรงเครื่อง หมูเค็มทรงเครื่อง ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาจารย์ เลขที่ 89 หมู่ที่ 2 เทศบาลตำบลนาจารย์ ตำบลนาจารย์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 5.00 อันดับที่ 2 คือ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่ และทาร์ตมัลเบอรี่ ผลิตโดยกลุ่มสหกรณ์การเกษตรก้าวแสน เลขที่ 116 หมู่ที่ 5 บ้านหนองริวหนัง ตำบลลำหนองแสน อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.98 อันดับที่ 3 ผ้าซิ่นไหมแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง คราม) ผลิตโดยกลุ่มสหกรณ์แพรวาบ้านโพน เลขที่ 132 หมู่ 1 ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ และคั่วกลิ้งหมูเจียว และ คั่วกลิ้งสมุนไพรไขมันต่ำ ผลิตโดย กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม หมู่ที่ 8 ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4.93 ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ผ้าลายขัดผสมขิดดอกบัว ลายนัตตะบุศย์ ผลิตโดยกลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว เลขที่ 98 หมู่ที่ 5 บ้านนิคมหนองบัว ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ และ กระเป๋าเป้ ผลิตโดยกลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่ หมู่ที่ 16 บ้านหนองตากไห ตำบลสงเปลือย อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) เท่ากับ 4. 57 จากค่าคะแนนดังกล่าว ถือเป็นค่าคะแนนความพึงพอใจภาพรวมในระดับดีมาก

5.2 การทดสอบตลาด (Market Test)

จากการศึกษาข้อมูลที่เขียนโดย Marketeer ในเวบไซต์ทางการตลาดกล่าวไว้ว่า แม้ว่างานการตลาดจะต้องสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่แตกต่างไปจากเดิม และรวดเร็วกว่าคู่แข่งขันอยู่เสมอ แต่ก็ไม่ได้หมายความว่า ควรจะรีบเร่งลัดขั้นตอนอย่างบุ่มบ่ามผลีผลาม ตัวอย่างเช่น ในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ตามมาตรฐานจะดำเนินการเป็นขั้นเป็นตอนโดยในขั้นเกือบสุดท้ายแม้ว่าผลิตภัณฑ์ใหม่จะสำเร็จมาถึงขั้นพร้อมจำหน่ายแล้ว ก็ยังต้องมีขั้นตอนที่สำคัญก่อนที่จะเริ่มเปิดตัวหรือวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างเป็นทางการ เรียกว่าขั้น “การทดสอบตลาด” ซึ่งมี 2 แนวทางหลักก็คือทดสอบแบบ S กับแบบ T โดยผู้เขียนย่อมาจากคำว่า “Simulation การจำลอง” กับ “Trial การทดลอง” ดังนี้ (Marketeer. Market Testing – ขั้นตอนที่ห้ามข้าม; http://marketeer.co.th/archives/97200)

1) S1-Simulated Test Marketing ทำโดยการใช้กลุ่มตัวอย่าง 30-40 ราย โดยเริ่มจากการสัมภาษณ์พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น ตราที่ใช้ ตราที่ชื่นชอบ ราคาและความถี่บ่อยในการซื้อ ฯลฯ จากนั้นให้กลุ่มตัวอย่างดูสิ่งพิมพ์โฆษณาหรือ TVC ที่เราเตรียมไว้ของหลาย ๆ ตรา ซึ่งหนึ่งในนั้นมีโฆษณาผลิตภัณฑ์ใหม่ของเราอยู่ด้วย จากนั้นให้เงินจำนวนหนึ่งแก่กลุ่มตัวอย่างเพื่อให้ไปซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ในร้านที่เรากำหนด ที่เราได้นำผลิตภัณฑ์ใหม่ของเราไปวางจำหน่ายไว้ จากนั้นนัดหมายเชิญกลุ่มตัวอย่างกลับมาเพื่อสัมภาษณ์ ขอให้อภิปรายเหตุผลของการตัดสินใจซื้อ/ไม่ซื้อ และแต่ละองค์ประกอบของส่วนผสมการตลาดของผลิตภัณฑ์ใหม่ของเรา

2) S2-Consumer Panel ทำโดยการใช้กลุ่มตัวอย่างที่ตกลงจะทดลองใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ของเราอย่างต่อเนื่อง แล้วให้สัมภาษณ์ถึงความคิดเห็นและความตั้งใจซื้อใช้จริงของพวกเขา

3) T-Test Marketing คือ การทดลองการตลาด หมายถึง การทดลองส่วนผสมการตลาดจริงวางจำหน่ายในตลาดจริง แต่จำกัดขอบเขตในการทดลอง โดยอาจจะเลือกพื้นที่หนึ่งที่เราประเมินแล้วว่าเป็นตัวแทนภาพใหญ่หรือตลาดทั้งหมดของผลิตภัณฑ์ใหม่ของเราได้ เพื่อวางตลาด

ผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาดจริงๆ จัดโปรโมชั่นจริง เช่น เลือกทดลองการตลาดในเขตเมือง โดยลงโฆษณาทั้งหนังสือพิมพ์ท้องถิ่น ป้ายโฆษณา จัดโปรโมชั่นจริง และแน่นอนมีผลิตภัณฑ์หรือให้บริการจริง เพื่อเก็บข้อมูลและประเมินพฤติกรรมการรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของตลาดและปฏิกิริยาของคู่แข่งขันในตลาดนั้นด้วย

นอกจากนี้ การทดลองการตลาด (Test Marketing) ยังมีแนวทางอื่น ๆ ในการจำกัดขอบเขตการทดลอง เช่น

1) Geographical Area จำกัดพื้นที่ภูมิศาสตร์ด้วยวิธีการอื่นนอกเหนือจากที่กล่าวข้างต้น เช่น เลือกเพียงบางพื้นที่ (แต่อาจจะกระจายหลายพื้นที่) หรือแบ่งตามทีมขาย (บางทีมขายมีผลิตภัณฑ์ใหม่ไปจำหน่ายด้วย)

2) Dealer Display Rooms จำกัดช่องทางหรือเจาะจงเลือกเพียงบางร้านจำหน่าย บางตัวแทนหรือบางโชว์รูมเท่านั้น ที่บริษัทจะนำผลิตภัณฑ์ไปวางจำหน่ายไว้

3) Trade Show – ทดลองการตลาดในงานแสดงสินค้า งานกิจกรรม หรืออีเวนต์

4) Speculative Sales ทดลองขายกับลูกค้าจริง โดยใช้คู่มือ/เครื่องมือ/Sales Kits เช่น แผ่นพับ โบร์ชัวร์ ใบเสนอราคา ฯลฯ เพื่อเสนอขายแก่ลูกค้าจริง โดยวัตถุประสงค์หลักไม่ใช่เพื่อสร้างยอดขาย แต่เพื่อเก็บข้อมูลความสนใจ การซักถาม หรือการตอบสนองของลูกค้า

ซึ่งในงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้เลือกใช้การทดสอบตลาด โดยใช้วิธี **Trade Show** เป็นการทดลองการตลาดในงานแสดงสินค้า งานกิจกรรมหรืออีเวนท์ (Event) ณ ศูนย์การค้าเสริมไทย พลาซ่า ใช้เวลาในการจัดเก็บข้อมูล 3 วัน

การสร้างเครื่องมือทดสอบตลาดหรือสร้างแบบสอบถาม

สำหรับการตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาดประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้ เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ เรียกว่า ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม หรือ 4 Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

1) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งซึ่งสนองความจาเป็นและความต้องการของมนุษย์ได้ คือ สิ่งที่ผู้ขายต้องมอบให้แก่ลูกค้าและลูกค้าได้รับผลประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยทั่วไปแล้วผลิตภัณฑ์แบ่งเป็น 2ลักษณะคือ ผลิตภัณฑ์ที่อาจจับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้

2) ด้านราคา (Price) หมายถึง คุณค่าผลิตภัณฑ์ในรูปตัวเงินลูกค้าจะเปรียบเทียบระหว่างคุณค่า (Value) ของบริการกับราคา (Price) ของบริการนั้น ถ้าคุณค่าสูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาการให้บริการควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน

3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศสิ่งแวดล้อมในการนาเสนอบริการให้แก่ลูกค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการที่นาเสนอ ซึ่งจะต้องพิจารณาในด้านทำเลที่ตั้ง (Location) และช่องทางในการนาเสนอบริการ (Channels)

4) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นเครื่องมือหนึ่งที่มีความสำคัญในการติดต่อสื่อสารให้ผู้ใช้บริการ โดยมีวัตถุประสงค์ที่แจ้งข่าวสารหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรม การใช้บริการและเป็นกุญแจสำคัญของการตลาดสายสัมพันธ์

ทั้งนี้ ในการสร้างเครื่องมือทดสอบตลาดหรือสร้างแบบสอบถาม นอกจากจะนำส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) มาเป็นข้อมูลในการพิจารณาแล้ว ยังมีนักการตลาดให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อ

การนำมาสร้างเป็นแบบสอบถามเพื่อการทดสอบตลาดในประเด็นต่างๆ ดังนี้ (Tantawan-tar. การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร; https://my.dek-d.com/tantawan-tar/writer/viewlongc)

ปัจจัยในการทดสอบตลาด

1) ราคา ต้องดูว่าราคาขายที่ผู้บริโภคยอมรับนั้นเป็นเท่าไร

2) การส่งเสริมการขาย

3) การโฆษณาว่าที่เราใช้สารถดึงดูดผู้บริโภคแค่ไหน

4) สิ่งจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์

5) ช่องทางการจัดจำหน่าย

6) บรรจุภัณฑ์

วางแผนการทดสอบตลาด

1) กำหนดวัตถุประสงค์

2) เลือกแหล่งทดสอบ เป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มเป้าหมาย

3) ระยะเวลาในการทดสอบขึ้นอยู่กับช่วงเวลาในการซื้อซ้ำ สภาพของคู่แข่ง ค่าใช้จ่ายในการทดสอบตลาดถ้านานมากค่าใช้จ่ายก็มาก

การศึกษาประเด็นคำถามเพื่อการประเมินผลิตภัณฑ์ในกิจกรรมทดสอบตลาด

ในการนี้ ที่ปรึกษาได้ศึกษาข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ดังนี้

วุฒิชัย วิถาทานัง ทำวิจัยเรื่อง **การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อการส่งออก** ในวารสารวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ (ปีที่ 10 ฉบับที่ 2 เดือนพฤษภาคม – เดือนสิงหาคม พ.ศ. 2558) ได้สร้างเครื่องมือสำหรับการประเมินผลิตภัณฑ์ในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

1) เอกลักษณ์ความเป็นภูมิปัญญา/แสดงความเป็นไทย

2) ความคงไว้ศิลปหัตถกรรม/ความเป็นศิลปะไทย

3) ลักษณะทั่วไป/รูปแบบ/คุณสมบัติ/รูปทรง/ขนาด

4) การผลิต/การผสมผสาน/ความเหมาะสม

5) วัสดุ

6) ประโยชน์ใช้สอย/การใช้งาน

7) ความสวยงาม

8) รูปลักษณ์การออกแบบความโดดเด่น/ความแตกต่าง/แสดงความมี คุณค่า

9) คุณภาพ/ทนทาน แข็งแรง/ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

10) ความประณีต

11) สี/ ลวดลาย/การตกแต่งสี

12) ตอบสนองความต้องการ/ผู้ใช้งาน/ผู้บริโภค/ราคา / ต้นทุน

ชมจันทร์ ดาวเดือน ทำวิจัยเรื่อง การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีจากผ้าทอโบราณบ้านผาทั่ง จังหวัดอุทัยธานี ตีพิมพ์ในวารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร (ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน2558) โดยได้สำรวจ **ความพึงพอใจในรูปแบบและลวดลายผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี** ของผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ โดยได้แบ่งความพึงพอใจออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 : ความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี ประกอบด้วย

1) ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี (Style)

2) ด้านความสวยงาม (Aesthetic)

3) ด้านการใช้สี (Color)

4) วัสดุที่ใช้ผลิตผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี (Material)

5) ด้านประโยชน์ใช้สอย (funchion)

ส่วนที่ 2 : ความพึงพอใจต่อลวดลายผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี ประกอบด้วย

1) ความสวยงาม

2) การใช้สี

3) การจัดองค์ประกอบของลาย

4) ความเหมาะสมกับรูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรี

ปพนวีย์ สุทธิประสิทธิ์ นักวิชาการอิสระตำแหน่ง รองศาสตราจารย์ เคยเขียนในหนังสือประกอบการเรียนของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชใน หน่วยที่ 8 การทดสอบและการประเมินคุณภาพอาหาร โดยแบ่งการประเมินการประเมินคุณภาพอาหาร ออกเป็น 4 ประเด็น คือ

1) ลักษณะที่ปรากฏ ลักษณะที่ปรากฏซึ่งเป็นคุณลักษณะทางประสาทสัมผัสของอาหารที่สำคัญที่สุด คือ สีของอาหาร นอกจากนั้นได้แก่ ขนาดและรูปร่าง ผิวหน้าของอาหาร ความใสและสภาพการมีฟองในเนื้อของอาหาร

1.1) สีของอาหาร เกิดจากการที่คลื่นแสงตกกระทบอาหารและสะท้อนมาเข้าตาของมนุษย์ในช่วง ความยาวคลื่น 400 ถึง 800 นาโนเมตร อาหารแต่ละชนิดจะมีสีสันเฉพาะ เนื่องจากการมีเม็ดสี (pigment) ที่ให้สีต่างๆ กันออกไป เช่น ในเนื้อสัตว์นั้น เนื้อวัวควรมีสีแดงจัด เนื้อควายควรมีสีแดงคล้ำ เนื้อหมูควร มีสีชมพูและเนื้อไก่ควรมีสีขาวแกมเหลือง ส่วนในผักผลไม้นั้น มะเขือเทศ มะละกอ แตงโม ควรมีสีแดง ในขณะที่ฟักทอง ขนุน ทุเรียน ควรมีสีเหลือง

1.2) ขนาดและรูปร่าง ขนาดของอาหารจัดเป็นปริมาณเปรียบเทียบของชิ้นหรืออนุภาคอาหาร เมื่อ เปรียบเทียบกับชิ้นหรืออนุภาคอื่นๆ ในอาหารประเภทเดียวกัน ส่วนรูปร่างของอาหารบอกลักษณะรูปทรง ของชิ้นหรืออนุภาคอาหาร เช่น แบน ทรงกลม รูปเหลี่ยม และอื่นๆ เป็นต้น อาหารแต่ละชนิดมีขนาดและ รูปร่างไม่เหมือนกัน

1.3) ผิวหน้าของอาหาร อาหารแต่ละชนิดจะมีลักษณะผิวหน้าแตกต่างกันออกไป คุณลักษณะ ผิวหน้าของอาหาร ได้แก่ ความเป็นมัน ความขุ่นมัว ความหยาบหรือละเอียดของผิวหน้า สภาพการเปียก- แห้ง ความนิ่ม-แข็ง ตลอดจนความกรอบและกระด้าง เป็นต้น

1.4) ความใส เป็นคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของอาหารที่เป็นของแข็งและของเหลวบางชนิด เช่น วุ้น หรือเครื่องดื่มโดยทั่วไป เป็นต้น

1.5) สภาพการเป็นฟองในเนื้อของอาหาร เป็นคุณลักษณะของเครื่องดื่มที่มีก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ซึ่งหากมีปริมาณคาร์บอนไดออกไซด์มากจะมีฟองมาก

2) กลิ่น กลิ่นนับเป็นคุณลักษณะเฉพาะของอาหารซึ่งมนุษย์สามารถรับรู้ได้เมื่อโมเลกุลที่ทำให้เกิดกลิ่นใน อาหาร (aromatics) ผ่านเข้าไปในจมูกและสัมผัสกับระบบรับกลิ่น (olfactory system) กลิ่น

ของอาหาร เป็นคุณลักษณะเฉพาะตัวของอาหาร เมื่อนำอาหารหลายชนิดมาผสมหรือประกอบขึ้นเป็นอาหารชนิดใหม่ จะทำให้เกิดกลิ่นที่แตกต่างไปจากเดิมได้ ความแรงของกลิ่นอาหารขึ้นอยู่กับปริมาณสารให้กลิ่นที่หลุดจากเนื้อของอาหาร ซึ่งจะอยู่ภายใต้อิทธิพลของอุณหภูมิและธรรมชาติของสารที่ให้กลิ่นแต่ละชนิด สารที่ให้กลิ่นหลายชนิดจะหลุดจากชิ้นอาหาร ด้วยอิทธิพลจากการทำงานของเอนไซม์ ทำให้เกิดสารให้กลิ่นและสารให้กลิ่นหลุดออกมา ซึ่งเกิดขึ้นเมื่อผิวหน้าชิ้นอาหารถูกตัดใหม่ๆ เช่น หอมและกระเทียม เป็นต้น

3) เนื้อสัมผัส เนื้อสัมผัสของอาหารแต่ละชนิดแตกต่างกันออกไป คุณลักษณะด้านเนื้อสัมผัสของอาหารที่รับรู้ ในปาก เช่น ความบาง ความหนา ปฏิกิริยาที่เกิดขึ้นในปากที่แสดงถึงความเหนียว ความแน่น ความนุ่ม

4) กลิ่นรสของอาหาร เกิดจากองค์ประกอบต่อไปนี้

4.1) สารให้กลิ่น (aromatics) เมื่อเข้าสู่ปากแล้วแยกตัวจากอาหาร

4.2) สารให้รส (tastes) อันได้แก่ สารที่ทำให้เกิดรสเค็ม (salty) รสหวาน (sweet) รสเปรี้ยว (sour) และรสขม (bitter) การเกิดรสต่างๆ ดังกล่าวเกิดได้เมื่อสารที่ทำให้เกิดรสละลายในปาก

4.3) สารที่ทำให้เกิดการตอบสนองอื่น ๆ อันได้แก่ ทำให้เกิดความรู้สึกเผ็ด (spice heat) เย็น (cooling) ฝาด (astringen) แสบ (bite) และรสโลหะ (metallic flavor)

นอกจากคุณลักษณะที่ปรากฏ กลิ่น เนื้อสัมผัสและกลิ่นรสซึ่งถือเป็นคุณลักษณะเชิงประสาทสัมผัส ที่สำคัญของอาหารแล้ว ยังมีองค์ประกอบอีกอย่างหนึ่งแต่ถือว่ามีความสำคัญรองลงไป และมักไม่คำนึงมากนักในระบบการประเมินคุณภาพด้วยประสาทสัมผัส องค์ประกอบดังกล่าวคือ เสียง (noise) ซึ่งเกิดขึ้น เมื่อตรวจสอบอาหาร เช่น เสียงที่เกิดขึ้นเมื่อบีบหรือทำให้อาหารทอดกรอบ เช่น มันฝรั่งทอดกรอบ (potato chip) แตกออก เป็นต้น

จากตัวอย่างการกำหนดประเด็นในการนำมาตั้งคำถามข้างต้น เป็นการตั้งคำถามที่มุ่งเน้นการประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นตัวอย่างจากผลิตภัณฑ์ 3 ประเภท คือ ประเภทงานจักสานผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าแปรรูป และผลิตภัณฑ์ประเภทอาหาร ที่มีรายละเอียดในการประเมินแตกต่างกัน ดังนั้นในการจัดเก็บข้อมูล ในรายละเอียดดังกล่าวควรนำมาเป็นข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด

การดำเนินการทดสอบตลาด (Market Test)

ในการเก็บข้อมูลภาคสนาม (Field Research) เป็นการเก็บรวบรวมจากข้อเท็จจริงและข้อมูลต่างๆ ที่ได้จากการสัมภาษณ์ โดยผู้วิจัย นิสิต และผู้ประกอบการจำนวน 18 ราย ที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้เกี่ยวกับการเก็บข้อมูลอย่างถูกต้อง

การศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methods) วิธีวิทยาที่ใช้ในการศึกษาคือ การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview) ซึ่งใช้สัมภาษณ์รายบุคคล (Focus Individual Interview) ตามแนวทางสัมภาษณ์ (Interview Guide Line) โดยกรอบการสัมภาษณ์เป็นแนวคำถามแบบปลายเปิด (Open Question) ได้กำหนดแนวคำถามแบบกว้างๆ เพื่อเป็นประเด็นในการสนทนา สามารถที่จะแตกประเด็นย่อยระหว่างที่มีการสัมภาษณ์ตามความเหมาะสมได้ และระเบียบวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methods) เป็นวิธีค้นหาความรู้และความจริง โดยเน้นที่ข้อมูลเชิงตัวเลข การวิจัยเชิงปริมาณจะพยายามออกแบบวิธีการวิจัยให้มีการควบคุมตัวแปรที่ศึกษาต้องจัดเตรียมเครื่องมือรวบรวมข้อมูลให้มีคุณภาพ จัดกระทำสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องให้เป็นมาตรฐานและใช้วิธีการทางสถิติช่วยวิเคราะห์และประมวลข้อสรุปเพื่อให้เกิดความคลาดเคลื่อน (Error) น้อยที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นโดยศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้แบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วน มีรายละเอียดดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย เพศ อายุ อาชีพ โดยมีลักษณะคำถามเป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อสินค้าตัวอย่างของผู้ปนะกอบการโดยใช้ส่วนประสมการตลาด 4 โดยจะใช้มาตราส่วนตามมาตรวัด Likert Scale ซึ่งแบ่งมาตราวัดระดับความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 เป็นแบบปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแสดงความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะต่างๆ เพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนา

การวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methods) ขั้นตอนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้บันทึกบทสัมภาษณ์ลงบนแบบสอบถาม (In-depth Interview) เพื่อแบ่งหมวดหมู่ข้อมูลโดยการกำหนดรหัสข้อมูลหลักออกเป็นหัวข้อ 4 หัวข้อในขอบเขตของส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ดังนี้ สินค้า (Product) ราคา (Price) สถานที่ (Place) และ การส่งเสริมการตลาด (Promotion) โดยนำเสนอข้อมูลด้วยวิธีการเขียนบรรยาย

สำหรับวิธีวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methods) ผู้รวบรวมแบบสอบถามใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS (Statistical Package for the Social Science for Windows) ซึ่งเป็นโปรแกรมที่มีประสิทธิภาพสูง ในการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และการจัดการข้อมูลต่างๆ ผู้ใช้โปรแกรมสามารถวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติประเภทต่างๆ และแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลออกมาในรูปของตาราง ใช้หลักการทางสถิต คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อแสดงความเห็นโดยภาพรวมของข้อมูล ก่อนทำสรุปประเด็นปัญหา อุปสรรคในการบริหารส่วนประสมทางการของแต่ละกิจการ

การดำเนินการจัดกิจกรรม “ทดสอบตลาด (Market Test)” เพื่อประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายทั้ง 18 กลุ่ม ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป โดยดำเนินการในระหว่างวันที่ 1-3 ตุลาคม 2562 ณ ศูนย์การค้าเสริมไทย คอมเพล็กซ์ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม แบ่งระดับความพึงพอใจและเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบ ดังนี้

พอใจมากที่สุด = 5 คะแนน พอใจมาก = 4 คะแนน พอใจปานกลาง = 3 คะแนน
พอใจน้อย = 2 คะแนน พอใจน้อยที่สุด = 1 คะแนน

สำหรับเกณฑ์ในการแปลผลคะแนนของแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลค่าคะแนน ดังนี้

1.00 – 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด
1.50 – 2.49 หมายถึง น้อย
2.50 – 3.49 หมายถึง ปานกลาง
3.50 – 4.49 หมายถึง ดี
4.50 – 5.00 หมายถึง ดีมาก



ภาพที่ 5.20 ตัวอย่างภาพกิจกรรม “ทดสอบตลาด” (Market Test)

ซึ่งในการจัดเก็บข้อมูลทดสอบตลาด (Market Test) ในครั้งนี้ ได้ดำเนินการร่วมกันระหว่าง ผู้วิจัย นิสิตสาขาวิชาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ชั้นปีที่ 2 คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม และผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการทดสอบตลาด โดยมีกลุ่มเป้าหมายคือผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าศูนย์การค้าเสริมไทย คอมเพล็กซ์ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ดำเนินการในระหว่างวันที่ 1-3 ตุลาคม 2562 ในงานกิจกรรมจัดแสดงและจัดจำหน่ายสินค้า “อินโอ โอทอป กาฬสินธุ์” กำหนดกลุ่มเป้าหมายในการจัดเก็บข้อมูลไม่น้อยกว่า 100 รายต่อผลิตภัณฑ์ ในการนี้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นหญิงจำนวนร้อยละ 80 เป็นชายจำนวนร้อยละ 20 ประกอบอาชีพรับราชการจำนวนร้อยละ 60 อาชีพพนักงานเอกชน/ผู้ประกอบการจำนวนร้อยละ 30 และอื่น ๆ เช่น นิสิต นักศึกษา แม่บ้าน จำนวนร้อยละ 10 สำหรับผลการจัดเก็บข้อมูลทดสอบตลาดในประเด็นต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ จำแนกตามรายกลุ่ม 18 กลุ่ม ดังนี้

5.2.1 สหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เลขที่ 173/1 หมู่ 5 บ้านโพน ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 083-3383956



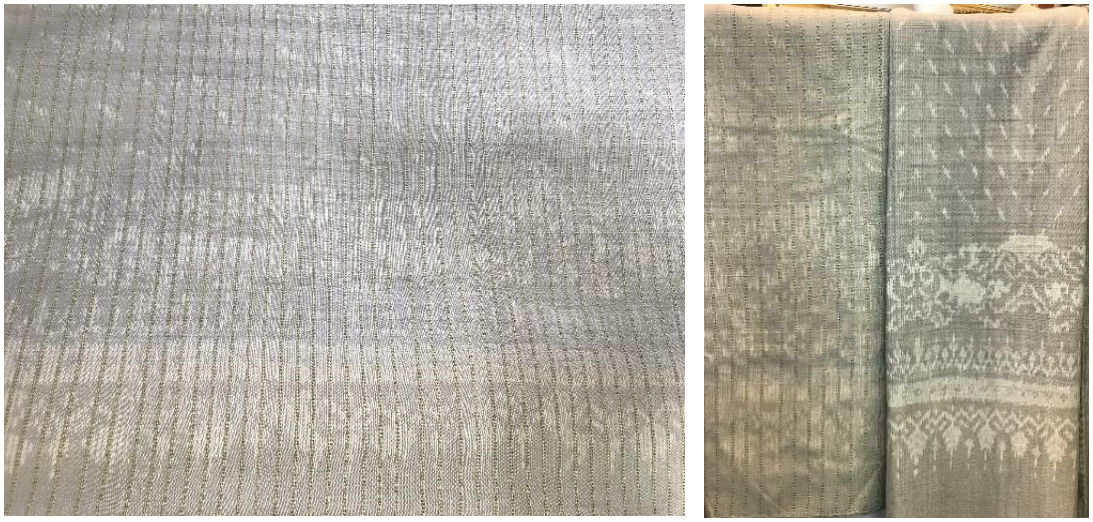
ภาพที่ 5.21 ผ้าซิ่นไหมแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง คราม)

ตารางที่ 5.19 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ผ้าซิ่นไหมแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง คราม)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	81	17	2	0	0	100	4.79	0.35	ดีมาก
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	83	15	2	0	0	100	4.81	0.36	ดีมาก
3. วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมกับการผลิต	76	21	3	0	0	100	4.73	0.33	ดีมาก
4. ประโยชน์ใช้สอย	82	18	0	0	0	100	4.82	0.36	ดีมาก
5. ราคา (12,000 บาท)	43	46	10	0	1	100	4.30	0.23	ดี
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	72	20	8	0	0	100	4.64	0.30	ดีมาก
7. โดยภาพรวม	74	24	2	0	0	100	4.72	0.32	ดีมาก
รวม	**511**	**161**	**27**	**0**	**1**	**700**	**4.69**	**0.44**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ –ไม่มี-

5.2.2 กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ เลขที่ 21 หมู่ 11 บ้านคำไฮ ตำบลหนองกุงศรี อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 088-3371721



ภาพที่ 5.22 ผ้าซิ่นมัดหมี่ผสมขิด ลายปลาลำปาว ย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นขนุน)

ตารางที่ 5.20 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ผ้าซิ่นมัดหมี่ผสมขิด ลายปลาลำปาว ย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นขนุน)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	72	25	3	0	0	100	4.69	0.31	ดีมาก
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	38	59	3	0	0	100	4.35	0.27	ดี
3. วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมกับการผลิต	70	30	1	0	0	100	4.70	0.31	ดีมาก
4. ประโยชน์ใช้สอย	69	29	2	0	0	100	4.67	0.30	ดีมาก
5. ราคา (1,300 บาท)	69	28	3	0	0	100	4.66	0.30	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	57	40	3	0	0	100	4.54	0.27	ดีมาก
7. โดยภาพรวม	75	23	2	0	0	100	4.73	0.32	ดีมาก
รวม	**410**	**224**	**16**	**0**	**0**	**700**	**4.62**	**0.29**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ

สวยงามมากค่ะ มีคุณค่า ย้อมสีธรรมชาติปราศจากสารเคมี

5.2.3 กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง เลขที่ 79 หมู่ 8 บ้านกุดครอง ตำบลดอนจาน อำเภอดอนจาน จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 063-1124939



ภาพที่ 5.23 ร่ม (ด้ามไม้) ลายเอกลักษณ์ผ้าแพรวา

ตารางที่ 5.21 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ร่ม (ด้ามไม้) ลายเอกลักษณ์ผ้าแพรวา

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	60	36	4	0	0	100	4.56	0.27	ดีมาก
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	74	22	4	0	0	100	4.70	0.32	ดีมาก
3. วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมกับการผลิต	46	42	12	0	0	100	4.34	0.22	ดี
4. ประโยชน์ใช้สอย	52	48	0	0	0	100	4.52	0.27	ดีมาก
5. ราคา (400 บาท)	55	43	2	0	0	100	4.53	0.27	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	44	49	7	0	0	100	4.37	0.24	ดี
7. โดยภาพรวม	60	40	0	0	0	100	4.60	0.28	ดีมาก
รวม	**391**	**280**	**29**	**0**	**0**	**700**	**4.52**	**0.26**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ –ไม่มี-

5.2.4 กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย หมู่ 3 เลขที่ 60 หมู่ 3 บ้านดงน้อย ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 065-0359602, 096-7636690



ภาพที่ 5.24 ผ้าพันคอ (มัดย้อม) ย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้ ดินแดง

ตารางที่ 5.22 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ผ้าพันคอ (มัดย้อม) ย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกไม้ ดินแดง

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	50	50	0	0	0	100	4.50	0.27	ดี
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	63	35	2	0	0	100	4.61	0.28	ดีมาก
3. วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมกับการผลิต	68	32	0	0	0	100	4.68	0.30	ดีมาก
4. ประโยชน์ใช้สอย	53	44	3	0	0	100	4.50	0.26	ดี
5. ราคา (300 บาท)	57	39	4	0	0	100	4.53	0.26	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	65	35	0	0	0	100	4.65	0.29	ดีมาก
7. โดยภาพรวม	65	32	3	0	0	100	4.62	0.29	ดีมาก
รวม	**421**	**267**	**12**	**0**	**0**	**700**	**4.58**	**0.28**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ –ไม่มี-

5.2.5 กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาค้อ ศาลาประจำบ้าน หมู่ที่ 5 บ้านนาค้อ ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 098-8427578



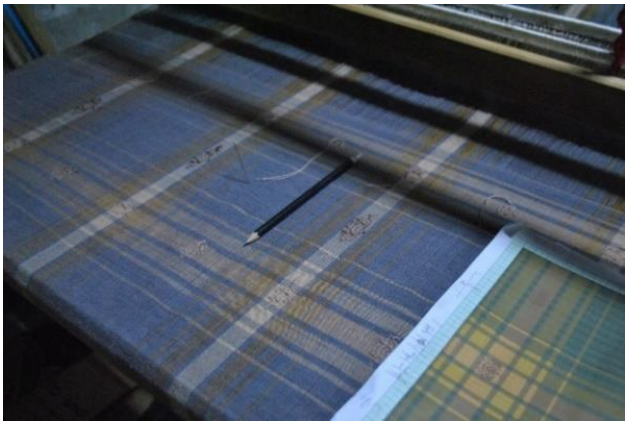
ภาพที่ 5.25 ผ้าขิดผสมมัดหมี่ ลายสร้อยวงเดือน (สำหรับการแปรรูป)

ตารางที่ 5.23 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ผ้าขิดผสมมัดหมี่ ลายสร้อยวงเดือน

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	75	24	1	0	0	100	4.74	0.32	ดีมาก
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	68	28	4	0	0	100	4.64	0.29	ดีมาก
3. วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมกับการผลิต	42	53	5	0	0	100	4.37	0.25	ดี
4. ประโยชน์ใช้สอย	48	49	3	0	0	100	4.45	0.26	ดี
5. ราคา (500 บาท)	45	40	15	0	0	100	4.30	0.22	ดี
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	38	58	4	0	0	100	4.34	0.27	ดี
7. โดยภาพรวม	46	49	5	0	0	100	4.41	0.25	ดี
รวม	**362**	**301**	**37**	**0**	**0**	**700**	**4.46**	**0.44**	**ดี**

ข้อเสนอแนะ –ไม่มี-

5.2.6 กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว เลขที่ 98 หมู่ที่ 5 บ้านนิคมหนองบัว ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 095-1683269, 083-4956319, 086-3144573




ภาพที่ 5.26 ผ้าลายขัดผสมขิดดอกบัว ลายนัตตะบุศย์
ย้อมสีธรรมชาติ เห็ด เปลือกหว้า ประดู่ (สำหรับการแปรรูป)

ตารางที่ 5.24 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ผ้าลายขัดผสมขิดดอกบัว ลายนัตตะบุศย์ ย้อมสีธรรมชาติ เห็ด เปลือกหว้า ประดู่ (สำหรับการแปรรูป)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	56	42	2	0	0	100	4.54	0.27	ดีมาก
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	40	58	2	0	0	100	4.38	0.27	ดี
3. วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมกับการผลิต	76	24	0	0	0	100	4.76	0.33	ดีมาก
4. ประโยชน์ใช้สอย	78	22	0	0	0	100	4.78	0.34	ดีมาก
5. ราคา (400 บาท)	80	20	0	0	0	100	4.80	0.35	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	80	20	0	0	0	100	4.80	0.35	ดีมาก
7. โดยภาพรวม	84	16	0	0	0	100	4.84	0.36	ดีมาก
รวม	**494**	**202**	**4**	**0**	**0**	**700**	**4.70**	**0.31**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ –ไม่มี-

5.2.7 กลุ่มจักสานบ้านหนองห้าง เลขที่ 86 หมู่ที่ 3 บ้านหนองสระพัง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 092-7190400



ภาพที่ 5.27 โคมไฟแบบแขวนและแบบตั้งโต๊ะ

ตารางที่ 5.25 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) โคมไฟแบบแขวนและแบบตั้งโต๊ะ

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	66	33	1	0	0	100	4.65	0.29	ดีมาก
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	49	46	5	0	0	100	4.44	0.25	ดี
3. วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมกับการผลิต	60	36	4	0	0	100	4.56	0.27	ดีมาก
4. ประโยชน์ใช้สอย	52	43	5	0	0	100	4.47	0.25	ดี
5. ราคา (300-500 บาท)	44	49	7	0	0	100	4.37	0.24	ดี
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	47	49	4	0	0	100	4.43	0.26	ดี
7. โดยภาพรวม	42	55	3	0	0	100	4.39	0.26	ดี
รวม	**360**	**311**	**29**	**0**	**0**	**700**	**4.47**	**0.26**	**ดี**

ข้อเสนอแนะ

ควรมีการส่งเสริมการคิดค้นนวัตกรรมด้านการผลิตให้ได้ปริมาณที่มากขึ้น

5.2.8 กลุ่มทอเสื่อกกและแปรรูปกกบ้านหนองบัว เลขที่ 182 หมู่ที่ 9 บ้านหนองบัว ตำบลเจ้าท่า อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ โทรศัพท์ 087-4037888



ภาพที่ 5.28 กระเป๋า ย้อมสีธรรมชาติ (ฝักคูณ เพกา)

ตารางที่ 5.26 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) กระเป๋า ย้อมสีธรรมชาติ (ฝักคูณ เพกา)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	69	28	3	0	0	100	4.66	0.30	ดีมาก
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	45	50	5	0	0	100	4.40	0.25	ดี
3. วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมกับการผลิต	66	32	2	0	0	100	4.64	0.29	ดีมาก
4. ประโยชน์ใช้สอย	72	26	2	0	0	100	4.70	0.31	ดีมาก
5. ราคา (500 บาท)	42	52	6	0	0	100	4.36	0.25	ดี
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	62	36	2	0	0	100	4.60	0.28	ดีมาก
7. โดยภาพรวม	73	25	2	0	0	100	4.71	0.31	ดีมาก
รวม	**429**	**249**	**22**	**0**	**0**	**700**	**4.58**	**0.28**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ

ควรเพิ่มขนาดให้มีความแตกต่างกัน เพื่อเพิ่มทางเลือกของลูกค้า

5.2.9 กลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่ หมู่ที่ 16 บ้านหนองตากไห ตำบลสงเปลือย อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 085-7558253



ภาพที่ 5.29 กระเป๋าเป้จักสานร่วมกับผ้าทอพื้นเมือง

ตารางที่ 5.27 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) กระเป๋าเป้จักสานร่วมกับผ้าทอพื้นเมือง

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	68	29	3	0	0	100	4.65	0.29	ดีมาก
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	51	45	4	0	0	100	4.47	0.26	ดี
3. วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมกับการผลิต	54	45	1	0	0	100	4.53	0.27	ดีมาก
4. ประโยชน์ใช้สอย	56	43	1	0	0	100	4.55	0.27	ดีมาก
5. ราคา (S 800, M 1,000, L 1,200 บาท)	40	52	8	0	0	100	4.32	0.24	ดี
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	60	36	4	0	0	100	4.56	0.27	ดีมาก
7. โดยภาพรวม	62	37	1	0	0	100	4.61	0.28	ดีมาก
รวม	**391**	**287**	**22**	**0**	**0**	**700**	**4.53**	**0.27**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ –ไม่มี-

5.2.10 กลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง เลขที่ 222 หมู่ที่ 8 บ้านโนนสูง ตำบลโนนสูง อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 094-0409615



ภาพที่ 5.30 สบู่ผงถ่าน นิศา ชาร์โคล

ตารางที่ 5.28 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) สบู่ผงถ่าน นิศา ชาร์โคล

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. มีขนาดเหมาะสมต่อการใช้งาน	44	54	2	0	0	100	4.42	0.27	ดี
2. มีคุณสมบัติน่าสนใจ	36	60	4	0	0	100	4.32	0.27	ดี
3. ตราสินค้าและชื่อตราสินค้ามีลักษณะที่จดจำได้ง่าย	36	59	5	0	0	100	4.31	0.26	ดี
4. บรรจุภัณฑ์สามารถนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ครบถ้วนและชัดเจน	46	49	5	0	0	100	4.41	0.25	ดี
5. ราคา (40 บาท)	43	51	6	0	0	100	4.37	0.25	ดี
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	34	62	4	0	0	100	4.30	0.27	ดี
7. โดยภาพรวม	35	64	1	0	0	100	4.34	0.29	ดี
รวม	**274**	**399**	**27**	**0**	**0**	**700**	**4.35**	**0.26**	**ดี**

ข้อเสนอแนะ –ไม่มี-

5.2.11 กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา เลขที่ 106 หมู่ที่ 7 บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 098-1052445, 062-1957668



ภาพที่ 5.31 พวงกุญแจธุงมงคล (เรซิ่น)

ตารางที่ 5.29 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) พวงกุญแจธุงมงคล (เรซิ่น)

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. ความประณีต สวยงาม	46	51	3	0	0	100	4.43	0.26	ดี
2. ความโดดเด่น น่าสนใจ/มีเอกลักษณ์	63	36	1	0	0	100	4.62	0.29	ดีมาก
3. วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมกับการผลิต	52	43	5	0	0	100	4.47	0.25	ดี
4. ประโยชน์ใช้สอย	50	46	4	0	0	100	4.46	0.26	ดี
5. ราคา (90 บาท)	56	44	0	0	0	100	4.56	0.28	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	56	42	2	0	0	100	4.54	0.27	ดีมาก
7. โดยภาพรวม	60	40	0	0	0	100	4.60	0.28	ดีมาก
รวม	**383**	**302**	**15**	**0**	**0**	**700**	**4.53**	**0.27**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ –ไม่มี-

5.2.12 กลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์ เลขที่ 227 หมู่ที่ 2 เทศบาลตำบลนาจารย์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 087-2158459, 080-0332622



ภาพที่ 5.32 หมูทุบทรงเครื่อง หมูเค็มทรงเครื่อง

ตารางที่ 5.30 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) หมูทุบทรงเครื่อง หมูเค็มทรงเครื่อง

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. รสชาติ	70	30	0	0	0	100	4.70	0.31	ดีมาก
2. ความสะอาด ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	66	34	0	0	0	100	4.66	0.30	ดีมาก
3. ตราสินค้าและชื่อตราสินค้ามีลักษณะที่จดจำได้ง่าย	76	24	0	0	0	100	4.76	0.33	ดีมาก
4. บรรจุภัณฑ์สามารถนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ครบถ้วนและชัดเจน	66	34	0	0	0	100	4.66	0.30	ดีมาก
5. ราคา (35, 50 บาท)	70	30	0	0	0	100	4.70	0.31	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	70	30	0	0	0	100	4.70	0.31	ดีมาก
7. โดยภาพรวม	72	28	0	0	0	100	4.72	0.31	ดีมาก
รวม	**490**	**210**	**0**	**0**	**0**	**700**	**4.70**	**0.31**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ –ไม่มี-

5.2.13 วิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวเหนียวเขาวงตำบลหนองผือ เลขที่ 91/1 หมู่ที่ 1 บ้านหนองผือ ตำบลหนองผือ อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 092-9874111



ภาพที่ 5.33 น้ำจมูกข้าวกล้อง 5 รสชาติ ได้แก่ Original ใบเตย ขนุน มัลเบอรี่ และข้าวก่ำ

ตารางที่ 5.31 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) น้ำจมูกข้าวกล้อง

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. รสชาติ	59	38	3	0	0	100	4.56	0.27	ดีมาก
2. ความสะอาด ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	46	49	5	0	0	100	4.41	0.25	ดี
3. ตราสินค้าและชื่อตราสินค้ามีลักษณะที่จดจำได้ง่าย	71	26	3	0	0	100	4.68	0.31	ดีมาก
4. บรรจุภัณฑ์สามารถนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ครบถ้วนและชัดเจน	56	42	2	0	0	100	4.54	0.27	ดีมาก
5. ราคา (5 บาท)	75	20	5	0	0	100	4.70	0.32	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	51	44	5	0	0	100	4.46	0.25	ดี
7. โดยภาพรวม	58	40	2	0	0	100	4.56	0.27	ดีมาก
รวม	**416**	**259**	**25**	**0**	**0**	**700**	**4.56**	**0.27**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ –ไม่มี-

5.2.14 กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ชาวนา บ้านนอก เลขที่ 262 หมู่ที่ 9 บ้านท่างาม ตำบลอุ่มเม่า อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 086-2256229, 087-4436007



ภาพที่ 5.34 ผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชพร้อมชงดื่ม

ตารางที่ 5.32 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชพร้อมชงดื่ม

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. รสชาติ	58	36	6	0	0	100	4.52	0.26	ดีมาก
2. ความสะอาด ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	48	50	2	0	0	100	4.46	0.26	ดี
3. ตราสินค้าและชื่อตราสินค้ามีลักษณะที่จดจำได้ง่าย	53	45	2	0	0	100	4.51	0.27	ดีมาก
4. บรรจุภัณฑ์สามารถนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ครบถ้วนและชัดเจน	57	39	4	0	0	100	4.53	0.26	ดีมาก
5. ราคา (450 บาท)	45	51	4	0	0	100	4.41	0.26	ดี
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	60	40	0	0	0	100	4.60	0.28	ดีมาก
7. โดยภาพรวม	60	40	0	0	0	100	4.60	0.28	ดีมาก
รวม	**381**	**301**	**18**	**0**	**0**	**700**	**4.52**	**0.27**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ –ไม่มี-

5.2.15 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวงอกฮางกล้อง เลขที่ 122 หมู่ที่ 1 บ้านจาน ตำบลโนนนาจาน อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 099-7032169



ภาพที่ 5.35 ข้าวเกรียบ ไดโนไรซ์

ตารางที่ 5.33 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ข้าวเกรียบ ไดโนไรซ์

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. รสชาติ	55	45	0	0	0	100	4.55	0.28	ดีมาก
2. ความสะอาด ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	60	36	4	0	0	100	4.56	0.27	ดีมาก
3. ตราสินค้าและชื่อตราสินค้ามีลักษณะที่จดจำได้ง่าย	58	38	4	0	0	100	4.54	0.27	ดีมาก
4. บรรจุภัณฑ์สามารถนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ครบถ้วนและชัดเจน	58	38	4	0	0	100	4.54	0.27	ดีมาก
5. ราคา (กระปุกละ 35 บาท,ซอง 15 บาท)	64	32	4	0	0	100	4.60	0.28	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ทางการตลาด	60	40	0	0	0	100	4.60	0.28	ดีมาก
7. โดยภาพรวม	62	38	0	0	0	100	4.62	0.29	ดีมาก
รวม	**417**	**267**	**16**	**0**	**0**	**700**	**4.57**	**0.27**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ

ควรเพิ่มรสชาติต่างๆ เพื่อจะได้ลูกค้ากลุ่มต่างๆ เพิ่มขึ้น

5.2.16 กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP แจ่วบองแม่มหา เลขที่ 2 หมู่ที่ 4 บ้านยางอุ้ม ตำบลยางอุ้ม อำเภอท่าคันโท จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 082-2015049



ภาพที่ 5.36 ปลาร้าน้ำพริกเผา คั่วกลิ้งปลาย่าง

ตารางที่ 5.34 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ปลาร้าน้ำพริกเผา คั่วกลิ้งปลาย่าง

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. รสชาติ	70	30	0	0	0	100	4.70	0.31	ดีมาก
2. ความสะอาด ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	44	54	2	0	0	100	4.42	0.27	ดี
3. ตราสินค้าและชื่อตราสินค้ามีลักษณะที่จดจำได้ง่าย	52	48	0	0	0	100	4.52	0.27	ดีมาก
4. บรรจุภัณฑ์สามารถนำเสนอข้อมูลผลิตภัณฑ์ครบถ้วนและชัดเจน	50	48	2	0	0	100	4.48	0.26	ดี
5. ราคา (35, 50, 100 บาท)	57	43	0	0	0	100	4.57	0.28	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	52	48	0	0	0	100	4.52	0.27	ดีมาก
7. โดยภาพรวม	55	45	0	0	0	100	4.55	0.28	ดีมาก
รวม	**380**	**316**	**4**	**0**	**0**	**700**	**4.54**	**0.27**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ –ไม่มี-

5.2.17 กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม หมู่ที่ 8 บ้านมิตรหนองเรือง ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 095-2481560



ภาพที่ 5.37 ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว และปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ

ตารางที่ 5.35 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว และปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. รสชาติ	54	46	0	0	0	100	4.54	0.28	ดีมาก
2. ความสะอาด ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	52	48	0	0	0	100	4.52	0.27	ดีมาก
3. ความเหมาะสมด้านตราสินค้าและชื่อตราสินค้า	43	53	4	0	0	100	4.39	0.26	ดี
4. ความเหมาะสมด้านบรรจุภัณฑ์	46	52	2	0	0	100	4.43	0.27	ดี
5. ความเหมาะสมด้านราคา (35, 50, 100)	53	47	0	0	0	100	4.53	0.27	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	56	44	0	0	0	100	4.56	0.28	ดีมาก
7. โดยภาพรวม	55	45	0	0	0	100	4.55	0.28	ดีมาก
รวม	**359**	**335**	**6**	**0**	**0**	**700**	**4.50**	**0.27**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ –ไม่มี-

5.2.18 สหกรณ์การเกษตรก้าวแสน จำกัด เลขที่ 116 หมู่ที่ 5 บ้านหนองริวหนัง ตำบลลำหนองแสน อำเภอหนองกรุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 064-2747116






ทาร์ตมัลเบอรี่ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่

ภาพที่ 5.38 ทาร์ตมัลเบอรี่ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่

ตารางที่ 5.36 ผลการทดสอบตลาด (Market Test) ทาร์ตมัลเบอรี่ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. รสชาติ	56	44	0	0	0	100	4.56	0.28	ดีมาก
2. ความสะอาด ปลอดภัย น่าเชื่อถือ	53	47	0	0	0	100	4.53	0.27	ดีมาก
3. ความเหมาะสมด้านตราสินค้าและชื่อตราสินค้า	62	38	0	0	0	100	4.62	0.29	ดีมาก
4. ความเหมาะสมด้านบรรจุภัณฑ์	47	53	0	0	0	100	4.47	0.27	ดี
5. ความเหมาะสมด้านราคา (35 บาท)	60	40	0	0	0	100	4.60	0.28	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ในการผลิตเพื่อจำหน่าย	45	55	0	0	0	100	4.45	0.28	ดี
7. โดยภาพรวม	58	42	0	0	0	100	4.58	0.28	ดีมาก
รวม	**381**	**319**	**0**	**0**	**0**	**700**	**4.54**	**0.28**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ –ไม่มี-

สรุปผลการทดสอบตลาด (Market Test) โดยใช้เกณฑ์ในการการแปลผลคะแนนจากแบบสอบถามผู้บริโภคเกี่ยวกับความพึงพอใจ พบว่า กลุ่มผู้บริโภค จำนวน 100 คน เห็นว่า ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาใหม่ทั้ง 18 ผลิตภัณฑ์/กลุ่ม ผลิตภัณฑ์ใหม่ มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก โดยค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ระหว่าง 4.50 – 5.00 จำนวน 15ผลิตภัณฑ์ และมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับดี โดยค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ระหว่าง 3.50 – 4.49 จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก อันดับ 1 คือ หมูทุบทรงเครื่อง หมูเค็มทรงเครื่อง ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาจารย์ เลขที่ 227 หมู่ที่ 2 เทศบาลตำบลนาจารย์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ และผ้าลายขัดผสมขิดดอกบัว ลายนัตตะบุศย์ ผลิตโดยกลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว เลขที่ 98 หมู่ที่ 5 บ้านนิคมหนองบัว ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.70 อันดับที่ 2 คือ ผ้าซิ่นไหมแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง คราม) ผลิตโดยกลุ่มสหกรณ์แพรวาบ้านโพน เลขที่ 132 หมู่ 1 ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ อันดับ 3 คือ ผ้าซิ่นมัดหมี่ผสมขิด ลายปลาลำปาว ย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นขนุน) ผลิตโดยกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ เลขที่ 21 หมู่ 11 บ้านคำไฮ ตำบลหนองกุงศรี อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ สบู่ผงถ่าน “นิศา ชาร์โคล ผลิตโดยกลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง เลขที่ 222 หมู่ที่ 8 บ้านโนนสูง ตำบลโนนสูง อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับดี ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.35

5.3 การประเมินผลลัพธ์จากผู้ประกอบการ

หลังการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้าแก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ โครงการยกระดับไหมและ OTOP สู่นครหม่อนไหมก้าวไกลสู่สากล กิจกรรมย่อย: การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน ในชื่องาน “อินโน โอทอป กาฬสินธุ์” ระหว่างวันที่ 1 -3 ตุลาคม 2562 ณ ศูนย์การค้าเสริมไทย คอมเพล็กซ์ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 3 วัน มีผู้เข้าร่วมจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าจำนวน 18 ราย/ผลิตภัณฑ์








ภาพที่ 5.39 การจัดกิจกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้าแก่กลุ่มเป้าหมาย

ในการนี้ผู้วิจัยได้ประเมินผลลัพธ์การดำเนินงานจากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมงานวิจัยจำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 โดยเครื่องมือที่ใช้การจัดเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการ (Check List)

การประเมินผลลัพธ์ในครั้งนี้ ได้แบ่งระดับและเกณฑ์การให้คะแนนเพื่อใช้ในการเปรียบเทียบ ดังนี้

พอใจมากที่สุด = 5 คะแนน พอใจมาก = 4 คะแนน พอใจปานกลาง = 3 คะแนน

พอใจน้อย = 2 คะแนน พอใจน้อยที่สุด = 1 คะแนน

สำหรับเกณฑ์ในการแปลผลคะแนนของแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลค่าคะแนน ดังนี้

1.00 – 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

1.50 – 2.49 หมายถึง น้อย

2.50 – 3.49 หมายถึง ปานกลาง

3.50 – 4.49 หมายถึง ดี

4.50 – 5.00 หมายถึง ดีมาก

ตารางที่ 5.37 ผลการประเมินผลลัพธ์จากผู้ประกอบการ

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ					รวม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	SD	แปลความ
	5	4	3	2	1				
1. การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต	14	4	0	0	0	18	4.78	0.34	ดีมาก
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์	18	0	0	0	0	18	5.00	0.45	ดีมาก
3. การสร้างแบรนด์	9	9	0	0	0	18	4.50	0.27	ดีมาก
4. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฉลาก สินค้า โลโก้	15	3	0	0	0	18	4.83	0.36	ดีมาก
5. การพัฒนามาตรฐาน	13	5	0	0	0	18	4.72	0.32	ดีมาก
6. การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์	18	0	0	0	0	18	5.00	0.45	ดีมาก
7. โดยภาพรวม	18	0	0	0	0	18	5.00	0.45	ดีมาก
รวม	**105**	**21**	**0**	**0**	**0**	**235**	**4.83**	**0.36**	**ดีมาก**

ข้อเสนอแนะ –ไม่มี-

สรุปผลจากตารางข้างต้น พบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.83 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจในอันดับที่ 1 คือ ความพึงพอใจในภาพรวมของการพัฒนา ความพึงพอใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความพึงพอใจการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) 5.00 อยู่ในระดับดีมาก อันดับที่ 2 คือ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้า โลโก้ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.83 อยู่ในระดับดีมาก อันดับที่ 3 คือ การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.78 อยู่ในระดับดีมาก ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การสร้างแบรนด์ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับดีมาก

บทที่ 6
สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

6.1 การสรุปผลการวิจัย

จากวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการ คือ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการ และศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ 2) เพื่อศึกษากระบวนการถ่ายทอดความรู้ที่นำสู่การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์ และ 3) เพื่อออกแบบและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ให้ศักยภาพการผลิตที่สูงขึ้น และสินค้ามีรูปแบบที่ความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการ และศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมระดมความคิด พบว่า ผู้ประกอบการทั้ง 18 ราย มีปัญหา และความต้องการที่แตกต่างกัน รวมทั้งมีศักยภาพในการผลิต การบริหาร รูปแบบผลิตภัณฑ์ รายได้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นผู้ผลิตสินค้าในกลุ่มเดียวกัน ในการนี้ หากแบ่งประเภทผลิตภัณฑ์ตามแนวทางและหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี พ.ศ. 2562 (OTOP Product Champion : OPC) แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ (กรมการพัฒนาชุมชน, คู่มือแนวทางและหลักเกณฑ์คัดสรร : ออนไลน์) เพื่อประกอบการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสามารถจำแนกตามประเภทผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ที่เข้าร่วมกิจกรรมในงานวิจัย ดังนี้

ประเภทที่ 1 อาหาร มีผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรมในงานวิจัย 7 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม ผลิตภัณฑ์เดิม คือ แจ่วบอง 2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP แจ่วบองแม่มหาผลิตภัณฑ์เดิม คือ แจ่วบอง 3) กลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์ ผลิตภัณฑ์เดิม คือ หมูทุบ 4) วิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวเหนียวเขาวงตำบลหนองผือ ผลิตภัณฑ์เดิม คือ เมล็ดพันธุ์ข้าว 5) กลุ่มเกษตรอินทรีย์ ชาวนา บ้านนอก ผลิตภัณฑ์เดิม คือ ข้าวบรรจุถุง 6) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวงอกฮางกล้อง ผลิตภัณฑ์เดิม คือ ข้าวบรรจุถุง และ 7) สหกรณ์การเกษตรก้าวแสน จำกัด ผลิตภัณฑ์เดิม คือ พืชผักสวนครัว

ประเภทที่ 2 เครื่องดื่ม (ไม่มีผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรมในงานวิจัย)

ประเภทที่ 3 ผ้า เครื่องแต่งกาย มีผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรมในงานวิจัย 5 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) สหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน ผลิตภัณฑ์เดิม คือ ผ้าไหมแพรวา 2) กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว ผลิตภัณฑ์เดิม คือ ผ้าสีพื้นจากเส้นด้ายประดิษฐ์ย้อมสีเคมีจากโรงงาน 3) กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ ผลิตภัณฑ์เดิม คือ ผ้าไหมมัดหมี่ 4) กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาค้อ ผ้าฝ้ายมัดหมี่ย้อมสีเคมี 5) กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย หมู่ 3 ผลิตภัณฑ์เดิม คือ ผ้าฝ้ายมัดย้อมสีธรรมชาติ

ประเภทที่ 4 ของใช้/ของตกแต่ง/ของที่ระลึก มีผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรมในงานวิจัย 6 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง ผลิตภัณฑ์เดิม คือ ร่มผ้า 2) กลุ่มทอเสื่อกกและแปรรูปกกบ้านหนองบัว ผลิตภัณฑ์เดิม คือ เสื่อกก 3) กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา ผลิตภัณฑ์เดิม คือ ธุง 4) กลุ่มจักสานบ้านหนองห้าง ผลิตภัณฑ์เดิม คือ จักสานไม้ไผ่ลายขิด มวยนึ่งข้าวเหนียว กระติบข้าว

5) กลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่ ผลิตภัณฑ์เดิม คือ จักสานกระติบข้าว มวยนึ่งข้าว และผอบ 6) กลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง ผลิตภัณฑ์เดิม คือ ถ่านอัดแท่งสำหรับการหุงต้ม

ประเภทที่ 5 สมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร (ไม่มีผู้ประกอบการเข้าร่วมกิจกรรมในงานวิจัย)

จากการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการ และศักยภาพกลุ่มเป็นรายกรณี สามารถสรุปได้ว่า การวางแผนการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนในแต่ละกลุ่มควรมีความแตกต่างกัน ดังนั้น ควรมีการเริ่มต้นที่การสร้างความรู้ร่วมกันก่อนเพื่อให้เข้าใจแนวทางและทิศทางในการพัฒนาที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด หลังจากนั้นจึงค้นหาความคิดรวมยอดในการพัฒนาร่วมกัน สำหรับการสร้างความรู้ผู้ประกอบการมีความเห็นร่วมกันว่า ควรมีกิจกรรมศึกษาดูงานในแหล่งที่มีการพัฒนาจนประสบผลสำเร็จ โดยแหล่งศึกษาดูงานนั้นต้องมีระบบการผลิตและรูปแบบสินค้าที่ใกล้เคียงกันกับผู้ศึกษาดูงาน หลังการดูงานแล้วจึงมีการจัดอบรมให้ความรู้และระดมความคิด เพื่อค้นหาข้อสรุปแนวทางและวิธีการในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นรายกรณี ณ สถานประกอบการ

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 ผลการให้ความรู้และการกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า แนวทางในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ผู้วิจัยได้ทดลองในงานวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 จัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้เชิงปฏิบัติการ ในประเด็นหลัก 4 ประเด็นคือ

1) แนวโน้มและทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตลาด

2) ผู้บริโภค และการตลาด : พฤติกรรมผู้บริโภคและการพัฒนาสินค้า ยุค 4.0 กลยุทธ์ทางการตลาดและตลาดออนไลน์ การกำหนดตำแหน่งสินค้าและกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด

3) การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง : การจัดทำ Mood board การร่างแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์สินค้า การออกแบบตราสินค้า สโลแกนและฉลากสินค้า และแนวทางในการการยกระดับมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์

4) การสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจในจัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้เชิงปฏิบัติการ หัวข้อ “ต่อยอดความรู้สู่งานวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จังหวัดกาฬสินธุ์” ระหว่างวันที่ 16-18 สิงหาคม 2562 ณ โรงแรมชาร์ลอง บูทรีค อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 3 วัน 2 คืน โดยมีผู้เข้าอบรม จำนวน 18 ราย/ผลิตภัณฑ์ รวมจำนวนทั้งสิ้น 51 คน มีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 92.16 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ($\overline{X}$ = 4.73)

ขั้นตอนที่ 2 การจัดกิจกรรมศึกษาดูงานในแหล่งศึกษาดูงานในแหล่งที่มีการพัฒนาจนประสบผลสำเร็จ ซึ่งมีการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบใกล้เคียงกัน

ขั้นตอนที่ 3 การจัดให้ความรู้และระดมความคิดหาเพื่อค้นหาข้อสรุปในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นรายกรณี ณ สถานประกอบการ

ผลการดำเนินงานตามขั้นตอนที่กำหนดทั้ง 3 ขั้นตอน พบว่า ลำดับขั้นตอนดังกล่าวสามารถขับเคลื่อนให้เกิดการเรียนรู้ได้ โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถหาข้อสรุปแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ชัดเจน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เกิดความกระตือรือร้นในการพัฒนา และสามารถผลิตสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดได้ ดังผลการประเมินความพึงพอใจแนบท้ายงานวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 3 ผลการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ให้ศักยภาพการผลิตที่สูงขึ้น และสินค้ามีรูปแบบที่ความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด พบว่า ในการออกแบบและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนในครั้งนี้ มีการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนจำแนกได้ 4 รูปแบบ ดังนี้

1) นวัตกรรมด้านอุปกรณ์ทุ่นแรงสนับสนุนการผลิต พบว่า มีการพัฒนาอุปกรณ์ทุ่นแรงจำนวน 5 เครื่อง คือ เครื่องค้นหูก (2 แบบ) เครื่องเหลาตอกกลม เครื่องผ่าเส้นตอก และเตาเผาถ่านไฟสูงขนาดเล็ก เครื่องค้นหูก ถือเป็นอุปกรณ์ทุ่นแรงที่เป็นประโยชน์ต่อการเตรียมเส้นด้ายหรือเส้นไหมหรือเส้นฝ้ายสำหรับการนำมาทอเป็นเส้นในแนวตั้งหรือเส้นทางเครือ จากเดิมที่ใช้หลักเฝือในการค้นหูก ต้องใช้เวลา 1-2 วัน ตามศักยภาพของช่างค้นหูก ส่วนเครื่องที่พัฒนาใหม่ใช้เวลาไม่เกิน 2-3 ชั่วโมง ตามศักยภาพของช่างค้นหูก การออกแบบและพัฒนาเครื่องค้นหูกนี้ เป็นการพัฒนาต่อยอดงานวิจัย โดยได้พัฒนาเครื่องค้นหูก 2 แบบ คือ เครื่องค้นหูก PJ 02 และ เครื่องค้นหูก PJ 03 ทั้ง 2 เครื่อง มีวิธีการทำงานที่แตกต่างกันและเหมาะสำหรับผู้ใช้งานที่มีศักยภาพแตกต่างกัน ช่วยลดต้นทุนในการผลิตด้านเวลา ลดแรงงาน และลดอาการเมื่อยล้าจากการทำงาน ส่วนเครื่องเหลาตอกกลม และเครื่องผ่าเส้นตอกเป็นอุปกรณ์ทุ่นแรงสำหรับผู้ผลิตงานหัตถกรรมจากไม้ไผ่และหวาย จากการเหลาและการผ่าไม้ไผ่และหวายที่ใช้มีดหรือฝากระป๋องเจาะรู เพื่อขูดผิว เป็นการออกแบบและพัฒนาเครื่องมือในการเหลาและผ่า โดยใช้วิธีสอดเส้นหวายหรือไม้ไผ่ผ่าเข้าไปในตัวเครื่อง วงล้อที่ขับเคลื่อนด้วยมอเตอร์ไฟฟ้าจะทำหน้าที่ดึงเส้นไม้ไผ่หรือหวายเพื่อเหลากลมหรือผ่าในขนาดที่กำหนด เครื่องเหลาตอกกลมและเครื่องผ่าเส้นตอกจะช่วยทำให้ทำงานได้เร็วขึ้น จากการเหลาด้วยวิธีเดิมในความยาว 6 เมตร ต้องใช้เวลา 5-30 นาที ตามศักยภาพของผู้จักสาน เครื่องเหลาตอกกลม และเครื่องผ่าเส้นตอกจะช่วยเหลาหรือผ่าด้วยเวลาไม่เกิน 1 นาที ได้คุณภาพงานที่มากกว่า เร็วกว่า สุดท้าย คือ เตาเผาถ่านไฟสูงขนาดเล็ก เหมาะสำหรับงานเผาถ่านไม้ไผ่ที่ต้องใช้อุณหภูมิตั้งแต่ 800 – 1,000 องศาเซลเซียส ด้วยขนาดถังที่พอดีเหมาะกับการผลิตถ่านไม้ไผ่เพื่อนำมาบดเป็นผง เพื่อใช้ในการนำไปใช้เป็นส่วนผสมผลิตผงถ่านแปรรูปต่าง ๆ สำหรับอุปกรณ์ทุ่นแรง จำนวน 5 เครื่อง ผู้วิจัยได้ผลิตเป็นงานต้นแบบและผ่านการทดลองใช้งานจริง จนได้ผลเป็นที่พึงพอใจแล้ว จึงได้ผลิตให้กลุ่มตัวอย่างที่มีความต้องการในการใช้งาน รวมทั้งหมด 7 เครื่อง ประกอบด้วย

1.1) เครื่องค้นหูก รุ่น PJ 02 ส่งมอบกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ เลขที่ 21 หมู่ 11 บ้านคำไฮ ตำบลหนองกุงศรี อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ และกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย หมู่ 3 เลขที่ 60 หมู่ 3 บ้านดงน้อย ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ รวมจำนวน 2 เครื่อง

1.2) เครื่องค้นหูก รุ่น PJ 03 ส่งมอบกลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาค้อ หมู่ที่ 5 บ้านนาค้อ ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ รวมจำนวน 1 เครื่อง

1.3) เครื่องเหลาตอกกลม ส่งมอบกลุ่มจักสานบ้านหนองห้าง เลขที่ 3 หมู่ที่ 3 บ้านหนองสระพัง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ และกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา เลขที่ 106 หมู่ที่ 7 บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ รวมจำนวน 2 เครื่อง

1.4) เครื่องผ่าเส้นตอก ส่งมอบกลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่ เลขที่ 42/2 หมู่ที่ 16 บ้านหนองตากไห ตำบลสงเปลือย อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์

1.5) เตาเผาถ่านไฟสูงขนาดเล็ก ส่งมอบกลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง เลขที่ 222 หมู่ที่ 8 บ้านโนนสูง ตำบลโนนสูง อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์

2) นวัตกรรมด้านการผลิต พบว่า มีการพัฒนาเทคนิคการสร้างสรรค์ลายผ้าด้วยเทคนิคการทอ พัฒนาการผลิตของใช้ ของที่ระลึก รวมจำนวน 8 กลุ่ม คือ

(1) สหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน เลขที่ 173/1 หมู่ 5 บ้านโพน ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ พัฒนาผ้าซิ่นไหมแพรวาย้อมสีธรรมชาติ ครั่ง คราม ด้วยเทคนิคการทอผ้าไหมแพรวาลายล่วง (ขิด) เพื่อแก้ปัญหาด้านหลังผ้า โดยเทคนิคดั้งเดิมเส้นยืนพิเศษทำให้เกิดลวดลายผ้าทางด้านหลังในส่วนที่ไม่ได้ใช้งาน มีช่วงของการข้ามช่องที่ยาว (คืบ) ทำให้เกิดการเกาะเกี่ยวเวลาใช้งาน และแก้ปัญหาการซับผ้ากาว สำหรับลูกค้าที่ไม่ต้องการซับผ้ากาวด้านหลังเวลาใช้งาน ทำให้สวมใส่สบายและไม่ร้อนขณะสวมใส่ ในการพัฒนาเทคนิคการทอผ้าใช้การทอแบบทอผ้าลายลูกแก้วผสมกับเทคนิคดั้งเดิมทำให้เกิดลวดลายผ้าเพียงด้านเดียว

(2) กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่ เลขที่ 21 หมู่ 11 บ้านคำไฮ ตำบลหนองกุงศรี อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ พัฒนาลวดลายและรูปแบบผ้าซิ่นมัดหมี่ จากที่เคยทอผ้าซิ่นมัดหมี่ (หมี่รวด) เป็น ผ้าซิ่นมัดหมี่ (หมี่ร่าย) เนื่องจากกลุ่มไม่เคยทอผ้าซิ่นรูปแบบนี้มาก่อน โดยออกแบบและวางลวดลายผ้าใหม่ และพัฒนาการย้อมสีธรรมชาติจากเปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นคูณ นอกจากนั้นยังมีการพัฒนาการใช้มอร์แดนท์ (สารช่วยติดสี) มาใช้ในการทำสีต่าง ๆ ในหัวมัดหมี่ รวมทั้งการนำเอาเทคนิคของการทอหมี่คั่นและการทอเทคนิคขิดมาผสมผสานในผืนผ้าให้เกิดความร่วมสมัย

(3) กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย หมู่ 3 เลขที่ 60 หมู่ 3 บ้านดงน้อย ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ พัฒนากระบวนการมัดย้อม จากเดิมที่ใช้เทคนิคการหนีบผืนผ้าด้วยแบบพิมพ์ไม้และวัสดุต่าง ๆ เพื่อสร้างลวดลาย โดยนำมาประยุกต์เข้ากับเทคนิคมัดย้อมแบบชิโบริ ซึ่งเป็นเทคนิคใหม่ทำให้ได้ลวดลายที่มีความเป็นอิสระ สามารถสร้างสรรค์ลายมัดย้อมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวได้ มีการพัฒนาการใช้ดินแดงที่เป็นวัตถุดิบในพื้นที่มาเป็นสารช่วยติดสี (มอร์แดนท์) ในการย้อมสีจากวัสดุธรรมชาติ นอกจากนั้นยังพัฒนาทักษะการออกแบบและการตัดเย็บแปรรูป โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อออกแบบแปรรูปกระเป๋า ของชำร่วย ของที่ระลึก

(4) กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาค้อ หมู่ที่ 5 บ้านนาค้อ ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ พัฒนาเทคนิคการทอสองรูปแบบมาผสมผสานให้เกิดงานผ้ารูปแบบใหม่เพื่อให้เหมาะสำหรับการแปรรูปเป็นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายและสิ่งของเครื่องใช้ ซึ่งจากทักษะฝีมือในการทอผ้าแบบดั้งเดิมที่ถนัดเทคนิคการทอผ้ามัดหมี่ ได้มีการพัฒนาโดยนำมาผสมผสานกับเทคนิคขิดที่เป็นรูปแบบเอกลักษณ์ของไทญ้อ โดยการเลือกเอาเทคนิคขิดลายวงเดือน ซึ่งมีลักษณะของการเก็บลายและการค้นเส้นยืนแตกต่างจากเทคนิคการทอขิดแบบทั่วไป นำมาผสมกับการทอคั่นด้วยลายมัดหมี่ (ลายหมี่สร้อยดอกค้อ) ทำให้เกิดมิติของลวดลายแบบร่วมสมัย เป็นการพัฒนาเทคนิคการทอแบบใหม่เพื่อให้เป็นผ้าเอกลักษณ์ไทญ้อบ้านนาค้อ นอกจากนั้นยังพัฒนาทักษะการออกแบบและการตัดเย็บแปรรูป โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อออกแบบแปรรูปกระเป๋า ด้วยเทคนิคการตัดเย็บกระเป๋าแบบใช้เทคนิคร่วมทั้งเทคนิคเย็บจักรและเย็บมือ

(5) กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง เลขที่ 79 หมู่ 8 บ้านกุดครอง ตำบลดอนจาน อำเภอดอนจาน จังหวัดกาฬสินธุ์ พัฒนาเทคนิคการพิมพ์ลายผ้า โดยแนะนำการสร้างลายผ้าเอกลักษณ์

พร้อมออกแบบลายแพรวาประยุกต์ใหม่เพิ่มเติม จำนวน 4 ลาย ใช้เทคนิคการพิมพ์ลายบนผืนผ้า เลือกใช้ผ้าที่เหมาะสมกับการใช้ในงานผลิตร่มและการพิมพ์ นอกจากนั้นยังมีการพัฒนาโครงร่มจากการซื้อร่มโลหะสำเร็จรูป เป็นการผลิตโครงสร้างร่มจากไม้ เป็นร่ม 8 ซี่ที่สามารถยึดติดและกางได้ง่าย สะดวกต่อการผลิต

(6) กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว เลขที่ 98 หมู่ที่ 5 บ้านนิคมหนองบัว ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ พัฒนาวัสดุและการผลิตผ้าเอกลักษณ์ โดยให้คำแนะนำการเลือกใช้วัสดุในการทอ จัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนากระบวนการย้อมสีธรรมชาติจากวัสดุในท้องถิ่น เช่น เห็ดตะปู้ เปลือกหว้า ประดู่ โดยเฉพาะการย้อมสีธรรมชาติจาก “เห็ดตะปู้” ถือเป็นการค้นพบที่สำคัญ เพราะเป็นวัสดุที่มีในท้องถิ่นและให้สีสวยงามมาก พัฒนาเทคนิคการทอ โดยใช้เทคนิคการทอแบบผสมผสานระหว่างเทคนิคการทอผ้าลายขัด (ผ้าขาวม้า) โดยการวางเทคนิคการทอพื้นให้มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะผสมผสานกับเทคนิคการจกลายดอกบัวที่พ้องกับชื่อของหมู่บ้านนิคมหนองบัว เป็นการยกระดับผืนผ้าให้มีราคาสูงขึ้น งดงามมากขึ้น นอกจากนั้นยังมีการพัฒนาทักษะการออกแบบและการตัดเย็บแปรรูป โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อออกแบบและตัดเย็บชุดเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายแฟชั่นที่มีความทันสมัย

(7) กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา เลขที่ 106 หมู่ที่ 7 บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ พัฒนากระบวนการผลิตของฝากของที่ระลึก แก้ปัญหาสินค้าขาดความคงทน การจัดเก็บ (ถุงพันกันยุ่งเหยิง) และไม่เหมาะสำหรับการพกพา โดยใช้เทคนิคการหล่อเรซิ่นเคลือบถุงใยแมงมุม ปรับขนาดถุงให้เล็กจิ๋ว ใช้แบบพิมพ์ซิลิโคลนรูปทรงต่าง ๆ และเลือกใช้เรซิ่นใสชนิดพิเศษหล่อเป็นผลึกใสบรรจุถุงใยแมงมุมรูปแบบต่าง ๆ ไว้ด้านใน เพื่อนำมาใช้ประกอบเป็นผลิตภัณฑ์

(8) กลุ่มทอเสื่อกกและแปรรูปกกบ้านหนองบัว หมู่ที่ 9 บ้านหนองบัว ตำบลเจ้าท่า อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ พัฒนาคุณภาพวัสดุ โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการ การย้อมสีธรรมชาติเส้นกกและผือ จากพืชในท้องถิ่น เช่น ฝักคูณ เปลือกเพกาหรือหมากลิ้นฟ้า ใบมะยม และอื่น ๆ พัฒนาการสานขึ้นรูปทรงผลิตภัณฑ์ โดยอบรมเชิงปฏิบัติการ เทคนิคการสานขึ้นรูปทรงกระเป๋า โดยใช้แบบพิมพ์ เป็นกระเป๋าแบบต่าง ๆ เช่น กระเป๋าสะพาย กระเป๋าถือ และอื่น ๆ สร้างสรรค์ความงามด้วยการวางลายในการทอสลับสีที่ได้จากการย้อมสีธรรมชาติ

นอกจากนั้นยังพบว่า ผลการทดสอบคุณภาพของผ้าย้อมสีธรรมชาติ ตามมาตรฐาน มอก. 121 โดยสำนักงานอุตสาหกรรมสิ่งทอ กระทรวงอุตสาหกรรม สำหรับกลุ่มที่ได้รับการพัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติใหม่ จำนวน 4 กลุ่ม ประกอบด้วย กลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย สหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน โดยสรุปในภาพรวมพบว่า ผลการทดสอบในด้านความคงทนต่อแสง มีค่าคะแนนเปลี่ยนสีจากเดิม ในระดับ 3 – 4 ด้านความคงทนต่อการซัก มีค่าคะแนนเปลี่ยนสีจากเดิม ในระดับ 3 – 4 การแปลค่า คือ 3 เท่ากับ สีเปลี่ยนแปลงพอสังเกตได้ และ 4 เท่ากับ สีเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย ถือว่า อยู่ในเกณฑ์ที่ดี สามารถผลิตเพื่อการจำหน่ายได้

3) นวัตกรรมด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม และของใช้ พบว่า มีการพัฒนาขั้นตอนการผลิตอาหาร จำนวน 8 กลุ่ม คือ

(1) กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม เลขที่ 32 หมู่ที่ 8 บ้านมิตรหนองเรือง ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลิตภัณฑ์ปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว และปลาร้าคั่วกลิ้งสมุนไพร ไขมันต่ำ

(2) กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP แจ่วบองแม่มหา เลขที่ 2 หมู่ที่ 4 บ้านยางอุ้ม ตำบลยางอุ้ม อำเภอท่าคันโท จังหวัดกาฬสินธุ์ ปลาร้าน้ำพริกเผา คั่วกลิ้งปลาย่าง

(3) กลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์ เลขที่ 89 หมู่ที่ 2 เทศบาลตำบลนาจารย์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลิตภัณฑ์หมูเค็มทรงเครื่อง หมูทุบทรงเครื่อง

(4) กลุ่มเกษตรอินทรีย์ชาวนา บ้านนอก เลขที่ 262 หมู่ที่ 9 บ้านท่างาม ตำบลอุ่มเม่า อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลิตภัณฑ์ผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชพร้อมชงดื่ม

(5) วิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวเหนียวเขาวงตำบลหนองผือ เลขที่ 91/1 หมู่ที่ 1 บ้านหนองผือ ตำบลหนองผือ อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลิตภัณฑ์น้ำจมูกข้าวกล้อง

(6) สหกรณ์การเกษตรก้าวแสน จำกัด เลขที่ 116 หมู่ที่ 5 บ้านหนองริวหนัง ตำบลลำหนองแสน อำเภอหนองกรุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลิตภัณฑ์ทาร์ตมัลเบอรี่ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่

(7) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวงอกฮางกล้อง เลขที่ 122 หมู่ที่ 1 บ้านจาน ตำบลโนนนาจาน อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบ ไดโนไรซ์

(8) กลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง เลขที่ 222 หมู่ที่ 8 บ้านโนนสูง ตำบลโนนสูง อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์

4) นวัตกรรมด้านการออกแบบ เป็นการสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ เข้าสู่ตลาด ซึ่งในงานวิจัยนี้ ได้ออกแบบลายผ้าใหม่ที่มีเอกลักษณ์ จำนวน 5 ลาย สำหรับกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอมือทั้งหมดที่เข้าร่วมกิจกรรมในงานวิจัย ออกแบบลายแพรวาประยุกต์เพื่อใช้ในการพิมพ์บนผ้าสำหรับผลิตร่มให้กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง เลขที่ 79 หมู่ 8 บ้านกุดครอง ตำบลดอนจาน อำเภอดอนจาน จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 4 ลาย ออกแบบงานจักสานร่วมสมัยให้กลุ่มผู้ผลิตงานจักสานไม้ไผ่ที่เข้าร่วมกิจกรรมในงานวิจัย จำนวน 2 ชุด ออกแบบของที่ระลึกจากธุงสำหรับกลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา เลขที่ 106 หมู่ที่ 7 บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 1 ชุด นอกจากนั้นยังได้ออกแบบโลโก้ ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ สำหรับผู้เข้าร่วมกิจกรรมในงานวิจัยทั้ง 18 กลุ่ม

ในการนี้ เพื่อให้สินค้ามีรูปแบบที่ความสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ผู้วิจัยได้จัดกิจกรรมประเมินผลิตภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบและพัฒนาใน 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 กิจกรรมวิพากษ์ผลิตภัณฑ์ โดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด/ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อประโยชน์ต่อกลุ่มเป้าหมายทั้ง 18 กลุ่ม พบว่า ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด/ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาใหม่ ทั้ง 18 ผลิตภัณฑ์/กลุ่ม ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ ดีมาก ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) คือ มีค่าคะแนนระหว่าง 4.57 – 5.00 โดยผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความพึงพอใจ อันดับที่ 1 คือ หมูทุบทรงเครื่อง หมูเค็มทรงเครื่อง ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาจารย์ เลขที่ 227 หมู่ที่ 2 เทศบาลตำบลนาจารย์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 5.00 อันดับที่ 2 คือ ขนมปังกรอบมัลเบอรี่ และทาร์ตมัลเบอรี่ ผลิตโดยกลุ่มสหกรณ์การเกษตรก้าวแสน เลขที่ 116 หมู่ที่ 5 บ้านหนองริวหนัง ตำบลลำหนองแสน อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.98 อันดับที่ 3 ผ้าซิ่นไหมแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง คราม) ผลิตโดยกลุ่มสหกรณ์แพรวาบ้านโพน เลขที่ 132 หมู่ 1 ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ และคั่วกลิ้งหมูเจียว และ คั่วกลิ้งสมุนไพรไขมันต่ำ ผลิตโดย กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม หมู่ที่ 8 ตำบลกุดโดน

อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.93 ส่วนอันดับสุดท้าย คือ ผ้าลายขัดผสมขิดดอกบัว ลายนัตตะบุศย์ ผลิตโดยกลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัวเลขที่ 98 หมู่ที่ 5 บ้านนิคมหนองบัว ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ และ กระเป๋าเป้ ผลิตโดยกลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่ หมู่ที่ 16 บ้านหนองตากไห ตำบลสงเปลือย อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4. 57 จากค่าคะแนนดังกล่าว ถือเป็นค่าคะแนนความพึงพอใจภาพรวมในระดับ ดีมาก

ส่วนที่ 2 กิจกรรมทดสอบตลาด (Market Test) โดยจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าแก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ ในชื่องาน “อินโน โอทอป กาฬสินธุ์” ระหว่างวันที่ 1 -3 ตุลาคม 2562 ณ ศูนย์การค้าเสริมไทย คอมเพล็กซ์ อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 3 วัน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกลุ่มผู้บริโภค จำนวน 100 คน พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาใหม่ ทั้ง 18 ผลิตภัณฑ์/กลุ่ม ผลิตภัณฑ์ใหม่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ ดีมาก โดยค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ระหว่าง 4.50 – 5.00 จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ และมีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ ดี โดยค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ระหว่าง 3.50 – 4.49 จำนวน 3 ผลิตภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ที่มีระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ ดีมาก อันดับ 1 คือ หมูทุบทรงเครื่อง หมูเค็มทรงเครื่อง ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านนาจารย์ เลขที่ 227 หมู่ที่ 2 เทศบาลตำบลนาจารย์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ และผ้าลายขัดผสมขิดดอกบัว ลายนัตตะบุศย์ ผลิตโดยกลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว เลขที่ 98 หมู่ที่ 5 บ้านนิคมหนองบัว ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ ดีมาก ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.70 อันดับที่ 2 คือ ผ้าซิ่นไหมแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ (ครั่ง คราม) ผลิตโดยกลุ่มสหกรณ์แพรวาบ้านโพน เลขที่ 132 หมู่ 1 ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ อันดับ 3 คือ ผ้าซิ่นมัดหมี่ผสมขิดลายปลาลำปาว ย้อมสีธรรมชาติ (เปลือกกุง กะบก มะเกลือ แก่นขนุน) ผลิตโดยกลุ่มผ้าไหมมัดหมี่เลขที่ 21 หมู่ 11 บ้านคำไฮ ตำบลหนองกุงศรี อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ ส่วนอันดับสุดท้าย คือ สบู่ผงถ่าน “นิศา ชาร์โคล ผลิตโดยกลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง เลขที่ 222 หมู่ที่ 8 บ้านโนนสูง ตำบลโนนสูง อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับ ดี ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.35

ในการนี้ หลังการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้ประเมินผลลัพธ์การดำเนินงานจากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย ซึ่งเป็นผู้ประกอบการที่เข้าร่วมกิจกรรมงานวิจัยจำนวน 18 ราย คิดเป็นร้อยละ 100 โดยเครื่องมือที่ใช้การจัดเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม แบบตรวจสอบรายการ (Check List) พบว่า ผู้ประกอบการมีความพึงพอใจ อยู่ในระดับ ดีมาก มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.83 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อ พบว่า ความพึงพอใจในอันดับที่ 1 คือ ความพึงพอใจในภาพรวมของการพัฒนา ความพึงพอใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความพึงพอใจการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) 5.00 อยู่ในระดับ ดีมาก อันดับที่ 2 คือ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้า โลโก้ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.83 อยู่ในระดับ ดีมาก อันดับที่ 3 คือ การปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิต ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.78 อยู่ในระดับ ดีมาก ส่วนอันดับสุดท้าย คือ การสร้างแบรนด์ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.50 อยู่ในระดับ ดีมาก

6.2 การอภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยในครั้งนี้ พบว่า มีประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

6.2.1 สภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการ และศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการ และศักยภาพของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมระดมความคิด พบว่า ผู้ประกอบการทั้ง 18 ราย มีปัญหา และความต้องการที่แตกต่างกัน รวมทั้งมีศักยภาพในการผลิต การบริหาร รูปแบบผลิตภัณฑ์ รายได้ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นผู้ผลิตสินค้าในกลุ่มเดียวกัน เช่น กลุ่มทอผ้าพื้นเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่เข้าร่วมกิจกรรมในงานวิจัย จำนวน 5 กลุ่ม มีความต้องการที่แตกต่างกันด้านความต้องการเทคโนโลยีในการผลิต มีกลุ่มทอผ้า จำนวน 3 กลุ่ม ที่ต้องการอุปกรณ์ทุ่นแรงประเภท เครื่องค้นหูก ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่คิดค้นขึ้นใหม่ ส่วนอีก 2 กลุ่ม ไม่มีความต้องการเครื่องค้นหูก แต่ต้องการการพัฒนาลายผ้าใหม่ๆ และต้องการเรียนรู้เทคนิคการย้อมสีธรรมชาติที่เป็นนวัตกรรม นอกจากนั้นยังพบว่า กลุ่มผู้ผลิตปลาร้าแปรรูปที่เข้าร่วมกิจกรรมในงานวิจัย มีความต้องการในการแปรรูปปลาร้าที่แตกต่างกัน คือ การแปรรูปปลาร้าคั่วกลิ้งหมูเจียว และ คั่วกลิ้งสมุนไพรไขมันต่ำ ส่วนอีกกลุ่มต้องการผลิตปลาร้าคั่วกลิ้งปลาย่าง และปลาร้าน้ำพริกเผา ในทำนองเดียวกันกลุ่มผู้ผลิตข้าวบรรจุถุงที่เข้าร่วมกิจกรรมงานวิจัยจำนวน 2 กลุ่ม พบว่า กลุ่มแรก มีความต้องการผลิตข้าวผงจมูกข้าวน้ำนมผสมธัญพืชพร้อมชงดื่ม ส่วนอีกกลุ่มต้องการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากข้าวเป็นข้าวเกรียบ ไดโนไรท์ ซึ่งความแตกต่างเหล่านี้ อาจสืบเนื่องมาจากปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น ศักยภาพ ความพร้อม ต้นทุนทางภูมิปัญญา เครื่องมืออุปกรณ์ในการผลิต แรงงาน และเป้าหมายทางการตลาดที่แตกต่างกัน แต่อย่างไรก็ตาม นอกจากความต้องการในการพัฒนาที่แตกต่างกัน ทั้ง 18 กลุ่ม ยังมีความเหมือนกันในหลายประเด็น เช่น ความต้องการในการพัฒนาด้านนวัตกรรม ความต้องการด้านปัจจัยสนับสนุนการผลิต ความต้องการด้านความรู้ใหม่ๆ ที่สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลง ความต้องการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และความต้องการด้านการตลาด การส่งเสริมการตลาด เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อัญชรา พุทธิกาญจนกุล และคณะ. (2558: 77) ที่เคยกล่าวไว้ว่า ผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ซึ่งเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมไม่อาจหลีกเลี่ยงผลกระทบที่สืบเนื่องจากการเปิดเสรีได้เนื่องจากสถานการณ์แข่งขันทางธุรกิจที่รุนแรงในปัจจุบัน ประเทศต่าง ๆ ล้วนหันมาให้ความสำคัญกับการเพิ่มศักยภาพของชุมชนและใช้จุดแข็งของชุมชนด้านวัฒนธรรมวิถีชีวิตและภูมิปัญญา เพื่อเชื่อมโยงสู่ภาคการผลิตและบริการในการสร้างสัญลักษณ์และขยายโอกาสทางการตลาด ซึ่งส่งผลให้ผู้ประกอบการเกิดการปรับตัวรับการแข่งขันที่เข้มข้นขึ้นและเกิดต้นทุนในการปรับตัว ซึ่งถือเป็นโอกาสทางธุรกิจของสินค้าหนึ่งตาบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ต้องเร่งพัฒนาสินค้าทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐานระดับสากล เพื่อสร้างความเชื่อถือต่อผู้บริโภค โดยผสมผสานวัฒนธรรมภูมิปัญญากับเทคโนโลยี นวัตกรรม และพัฒนารูปแบบ การนำเสนอความโดดเด่นของสินค้าให้เกิดการรับรู้ต่อผู้บริโภค

ดังนั้น ในการพัฒนาบนความต้องการที่แตกต่างกัน และมีความต้องการที่เหมือนกันในบางประเด็น การพัฒนาจึงต้องมีการศึกษาผู้ประกอบการที่จะพัฒนาเป็นรายกรณี โดยเริ่มต้นที่การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการ และศักยภาพก่อนการพัฒนา ดังที่ สุดถนอม ตันเจริญ (2561: 156) เคยกล่าวไว้ว่า ในสภาวการณ์ปัจจุบัน ผู้ประกอบการภายในประเทศมีอยู่หลายระดับ ทั้งที่เป็นผู้ประกอบการขนาดใหญ่ ขนาดกลาง และขนาดย่อม ร่วมถึงผู้ผลิตในชุมชน ผู้ประกอบการ บางรายสามารถผลิตสินค้าเพื่อส่งออกได้

แต่ยังมีผู้ประกอบการจำนวนมาก ที่เป็นผู้ประกอบการขนาดย่อมและผู้ผลิตในชุมชน ที่ต้องการการพัฒนาและการส่งเสริมเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับ

6.2.2 การให้ความรู้และกำหนดแนวทางก่อนการพัฒนา

การให้ความรู้และการกำหนดแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ ในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินงานออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 จัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้เชิงปฏิบัติการ (Work shop) ในประเด็นหลัก 4 ประเด็น คือ

1) แนวโน้มและทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับตลาด

2) ผู้บริโภค และการตลาด : พฤติกรรมผู้บริโภคและการพัฒนาสินค้า ยุค 4.0 กลยุทธ์ทางการตลาดและตลาดออนไลน์ การกำหนดตำแหน่งสินค้าและกำหนดส่วนแบ่งทางการตลาด

3) การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง : การจัดทำ Mood board การร่างแบบผลิตภัณฑ์ การสร้างแบรนด์สินค้า การออกแบบตราสินค้า สโลแกนและฉลากสินค้า และแนวทางในการการยกระดับมาตรฐานและคุณภาพผลิตภัณฑ์

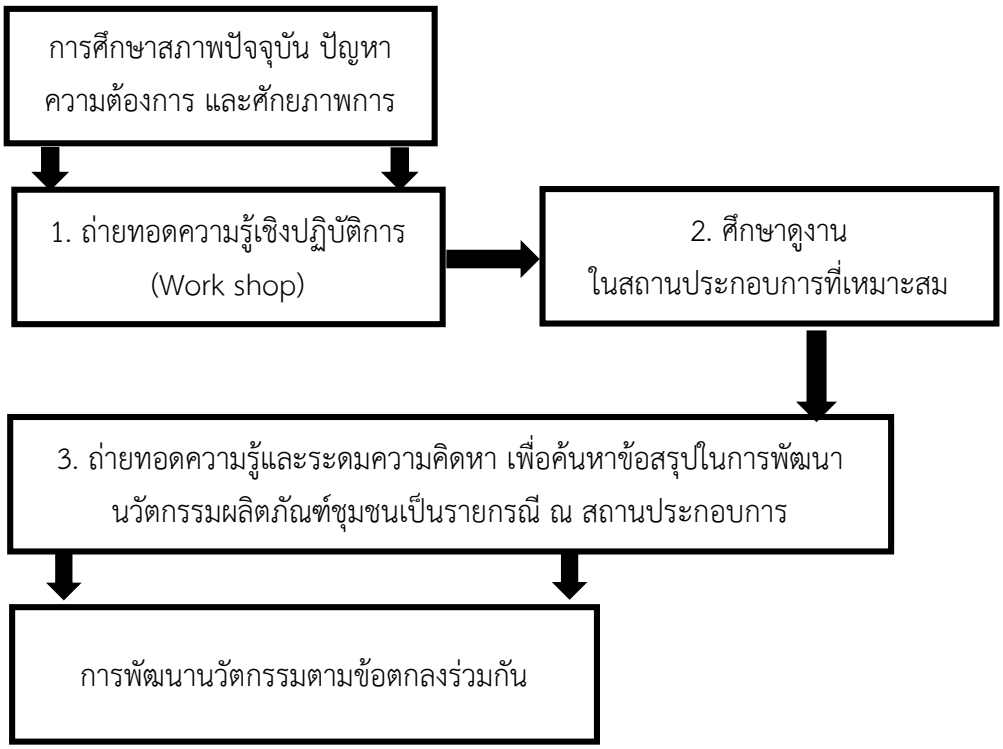
4) การสร้างนวัตกรรมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ขั้นที่ 2 จัดกิจกรรมศึกษาดูงานในสถานประกอบการเหมาะสมที่มีลักษณะการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกันและมีการพัฒนาจนประสบผลสำเร็จ ซึ่งเป็นแหล่งที่ผู้ศึกษาดูงานมีความสนใจ

ขั้นที่ 3 จัดกิจกรรมถ่ายทอดความรู้และระดมความคิดหาเพื่อค้นหาข้อสรุปในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นรายกรณี ณ สถานประกอบการ

จากผลการดำเนินงานตามขั้นตอนที่ผู้วิจัยได้ออกแบบกิจกรรมทั้ง 3 ขั้นตอน พบว่า ลำดับขั้นตอนดังกล่าว สามารถขับเคลื่อนให้เกิดการเรียนรู้ได้ โดยผู้เข้าร่วมกิจกรรมสามารถหาข้อสรุปแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ชัดเจน ตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำ เกิดความกระตือรือร้นในการพัฒนา และสามารถผลิตสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดได้ ดังผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ประกอบการ ซึ่งมีความพึงพอใจในระดับ ดีมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) เท่ากับ 4.83 เมื่อจำแนกเป็นรายข้อพบว่า ความพึงพอใจในอันดับที่ 1 คือ ความพึงพอใจในภาพรวมของการพัฒนา ความพึงพอใจการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และความพึงพอใจการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) 5.00 อยู่ในระดับ ดีมาก

ทั้งนี้ สามารถแสดงความเชื่อมโยงของกระบวนการถ่ายทอดความรู้สู่การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ ดังนี้



ภาพที่ 6.1 กระบวนการถ่ายทอดความรู้สู่การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน

การออกแบบกิจกรรมในการถ่ายทอดความรู้แบบมุ่งเป้า เพื่อให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนร่วมกันสอดคล้องกับแนวคิดของ ชุติมันต์ สะสอง (2558: บทคัดย่อ) ซึ่งเคยกล่าวถึงความรู้ด้านการจัดการและการตลาดยุคใหม่ เพื่อเพิ่มศักยภาพให้สูงขึ้นว่า แนวทางเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ต้องมีความคิดสร้างสรรค์นำภูมิปัญญาทรัพยากรท้องถิ่น และนวัตกรรมมาบูรณาการมีแนวทาง 6 ขั้นตอน คือ (1) การเข้ารับการอบรมเพิ่มความรู้ (2) การออกแบบผลิตภัณฑ์/บรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง (3) การผลิตผลิตภัณฑ์ซ้ำในปริมาณและคุณภาพใกล้เคียง (4) การสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ (5) สามารถจำหน่ายได้อย่างถาวร และ (6) สร้างตราสินค้า โดยผ่านการมีส่วนร่วมของเครือข่าย เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน

6.2.3 การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยจำแนกนวัตกรรมที่พัฒนาออกเป็น 4 ประเภท คือ 1) นวัตกรรมด้านเครื่องทุ่นแรงสนับสนุนการผลิต 2) นวัตกรรมด้านการผลิต 3) นวัตกรรมด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม และของใช้ และ 4) นวัตกรรมด้านการออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับ คำกล่าวของ ธันยมัย เจียรกุล (2557: บทคัดย่อ) ที่เคยเขียนไว้ในงานวิจัยเมื่อปี พ.ศ. 2557 ว่า แนวทางในการเตรียมความพร้อมของผู้ประกอบการ OTOP สู่การรวมตัวของ AEC ตามกรอบ ASEAN SMEs นั้น ต้องเกิดจากความร่วมมือทั้งภาครัฐและเอกชนที่มีความจริงใจในการร่วมมือกันอย่างบูรณาการ เพื่อช่วยพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยควรเริ่มพัฒนาจากการสร้างแรงบันดาลใจ และความมุ่งมั่นตั้งใจของผู้ประกอบการเอง รวมทั้งเน้นด้านการสร้างเครือข่าย เพื่อการแลกเปลี่ยนและแบ่งปันข้อมูลข่าวสารระหว่างกัน ในด้านการบริหารจัดการต้องมีการพัฒนาฝีมือแรงงาน รวมถึงทักษะ ด้านภาษารวมทั้งให้ความรู้

ด้านต่าง ๆ ของอาเซียน ส่วนด้านการตลาดควรสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างคุณค่าให้กับผู้บริโภค พัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน พร้อมทั้งหากลุ่มตลาดเป้าหมายและช่องทางการตลาดในการกระจายสินค้าให้ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายในต้นทุนที่ต่ำที่สุด สำหรับด้านการผลิตควรให้มีการนำเทคโนโลยีมาช่วยในการผลิต

ซึ่งในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้วิจัยได้ใช้วิธีเก็บข้อมูลเบื้องต้น โดยการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา ความต้องการ และศักยภาพการผลิต เป็นรายกรณี จากนั้นจึงนำมาวิเคราะห์ข้อมูล สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อค้นหาปัญหาและแนวทางในการพัฒนาที่แท้จริง จากนั้นจึงเริ่มกระบวนการกระบวนการถ่ายทอดความรู้สู่การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน ผลจากการถ่ายทอดความรู้และจัดระดมความคิดตลอดจนแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกัน ทำให้เกิดการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนที่แตกต่างกัน เช่น นวัตกรรมด้านอุปกรณ์ทุ่นแรงสนับสนุนการผลิต มีการพัฒนาเครื่องทุ่นแรงเกี่ยวกับการผลิตผ้าทอมือ จำนวน 2 เครื่อง คือ เครื่องค้นหูก PJ 02 และเครื่องค้นหูก PJ 03 การพัฒนาอุปกรณ์ทุ่นแรงเกี่ยวกับการผลิตงานจักสาน จำนวน 2 เครื่อง คือ เครื่องเหลาเส้นตอกกลม และเครื่องผ่าเส้นตอกไม้ไผ่หรือหวาย และสุดท้าย คือ การพัฒนาเตาเผาถ่านไฟสูง จำนวน 1 เครื่อง นวัตกรรมด้านการผลิต มีการพัฒนากระบวนการผลิต จำนวน 8 รายการ ส่วนใหญ่เป็นการพัฒนาเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติ เทคนิคการทอผ้าแบบใช้ร่วมหลายเทคนิคในผ้าผืนเดียวกัน และมีการออกแบบลวดลายผ้าลายเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ส่วนที่เหลือจะเป็นการพัฒนาเทคนิคการผลิตใหม่ ๆ ที่ผู้ผลิตยังไม่เคยทำมาก่อนแต่ยังคงเน้นความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมมาเป็นจุดเด่น จุดขายให้กับผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ใหม่ ส่วนนวัตกรรมด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร เครื่องดื่ม และของใช้ จำนวน 8 กลุ่ม เป็นการพัฒนานวัตกรรมโดยต่อยอดจากภูมิปัญญาดั้งเดิม โดยอาหาร เครื่องดื่ม ของใช้เน้นเรื่องของสุขภาพเป็นสำคัญ และสุดท้าย คือ นวัตกรรมด้านการออกแบบ เป็นการสร้างสรรค์รูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เข้าสู่ตลาด ซึ่งในงานวิจัยนี้ ได้ออกแบบลายผ้า ลายจักสาน ลายแพรวา ประยุกต์เพื่อใช้ในการพิมพ์ร่ม รวมทั้งการออกแบบรูปทรงผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวนไม่น้อยกว่า 12 รายการ ซึ่งในการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนในครั้งนี้ ได้ก่อให้เกิดจุดเริ่มต้นของการพัฒนาต่อยอดในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ มรกต กำแพงเพชร (2557: บทคัดย่อ) ที่เคยกล่าวไว้ว่า นวัตกรรมในปัจจุบันไม่ได้มีความซับซ้อนยุ่งยากอย่างที่ผู้ประกอบ SMEs การจินตนาการไว้ เพราะนวัตกรรมเป็นเรื่องที่ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงได้ และมีหน่วยงานภาครัฐ ภาคการศึกษาและสถาบันการเงินอีกมากมายที่พร้อมให้การส่งเสริมสนับสนุนช่วยเหลือ ขอเพียงผู้ประกอบการปรับเปลี่ยนวิธีคิด ไม่หยุดนิ่งในการแสวงหาข้อมูล และโอกาสทางธุรกิจ โดยอาศัยข้อมูลที่มาจากการสอบถามพูดคุยกับลูกค้าถึงความคาดหวังและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อเรา โดยเปรียบเทียบกับคู่แข่งที่อยู่ในใจของลูกค้า ผู้ประกอบการ SMEs สามารถเริ่มต้นด้วยสร้างสินค้านวัตกรรมด้วยก้าวเล็ก ๆ จากการปรับปรุงสินค้าที่มีอยู่ให้ดีขึ้นด้วยวิธีคิดที่แตกต่าง สร้างสรรค์ตามกระบวนการสร้างสินค้า นวัตกรรมที่จะต้องพัฒนาแนวคิดของสินค้านวัตกรรมให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า พัฒนาสินค้าจนกระทั่งสามารถครองใจลูกค้าได้เป็นอย่างดี เมื่อผู้ประกอบการ SMEs เกิดการเรียนรู้ในการสร้างสินค้านวัตกรรมแล้ว ก็จะสามารถผลิตสินค้านวัตกรรมอื่น ๆ ออกมาสู่ตลาดได้อีก จนสามารถขับเคลื่อนธุรกิจของตนให้มีความสามารถในการแข่งขันซึ่งจะเป็นการสร้างมูลค่าให้กับระบบเศรษฐกิจ

6.3 ข้อเสนอแนะในการวิจัย

6.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1) ผลงานวิจัยนี้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทั้งขั้นตอนการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์และวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นรายกรณี

2) ผลงานวิจัยนี้ สามารถนำไปใช้เป็นกรณีศึกษาในการนำภูมิปัญญา ทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีเอกลักษณ์ มีนวัตกรรม และมีความสอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้

6.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) งานวิจัยนี้ สามารถเป็นแนวทางในการวิจัยในเชิงพื้นที่ได้ เนื่องจากในแต่ละพื้นที่ย่อมมีปัญหา ความต้องการ และศักยภาพในการผลิตที่แตกต่างกัน ดังนั้น การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ย่อมมีความแตกต่างกัน

2) งานวิจัยนี้ สามารถวิจัยต่อยอดนวัตกรรมได้ในหลายรายการ โดยเฉพาะงานวิจัยต่อยอดนวัตกรรมเครื่องทุ่นแรงในการผลิต และงานวิจัยต่อยอดเทคนิคในการผลิตต่าง ๆ

เอกสารอ้างอิง

กรมพัฒนาชุมชน. (2561). **แผนปฏิบัติราชการกรมการพัฒนาชุมชน ประจำปี พ.ศ. 2561**. (ออนไลน์). จาก http://plan.cdd.go.th/wp-content/uploads/sites/97/2018/05/. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2562.

กรมพัฒนาชุมชน. (2562). **การขับเคลื่อนของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน.** (ออนไลน์). จาก https://www.cdd.go.th/wp-ontent/uploads/sites/110/2019/05/190527135218-OTOP-Mobile27052019110305.pdf. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2562.

กรมพัฒนาชุมชน. (2562). **กรมการพัฒนาชุมชน ยกระดับสินค้า OTOP สู่มาตรฐาน มผช. หนุนท่องเที่ยวชุมชน.** (ออนไลน์). จาก https://www.thairath.co.th/news/local/bangkok/1548100. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2562.

กรมการพัฒนาชุมชน. (2562). **คู่มือแนวทางและหลักเกณฑ์คัดสรร**. (ออนไลน์). จาก http://singburi.cdd.go.th/wp- content/uploads/sites/65/2019/06/. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2562.

กรมพัฒนาชุมชน. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์. (2562). **TOR โครงการยกระดับไหมและ OTOP นครหม่อนไหมก้าวไกลสู่สากล กิจกรรมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน.** จังหวัดกาฬสินธุ์. เอกสารอัดสำเนา.

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม. (2559). **การพัฒนานวัตกรรม.** (ออนไลน์). จาก: http://innovation.dip.go.th/innovation/?page_id=1088. (Thai) สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2562.

กฤตยา สังข์เกษม. (2560). **งานวิจัย นวัตกรรมก็เกิดขึ้นได้ในวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนในภาคใต้.** (ออนไลน์). จาก https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/ReasearchPaper/.pdf. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2562.

จินตะนา วงศ์วิภูษณะ และคณะ. (2554). **การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ด้วยระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์จากเกล็ดปลา กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเขารูปช้าง (บ้านบางดาน) ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมืองสงขลา จังหวัดสงขลา.** มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา. เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ, วิทยาการจัดการ

จุรีวรรณ จันพลา และคณะ. (2559). **การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทยทรงดำเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์**. Veridian E-Journal, Silpakorn University. ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ 9(2) พฤษภาคม–สิงหาคม 2559: 82-98.

เฉลียว บุรีภักดี และคณะ. (2545). **การวิจัยชุมชน.** กรุงเทพมหานคร: สำนักมาตรฐานการศึกษา ทบวงมหาวิทยาลัย.

ชุติมันต์ สะสอง. (2558). **แนวทางการเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ด้วยกระบวนการมีส่วนร่วมของเครือข่ายผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดแม่ฮ่องสอน.** (ออนไลน์). จาก http://annualconference.ku.ac.th/cd53/12_016_O100.pdf. สืบค้นเมื่อ 5 ตุลาคม 2562.

ชมจันทร์ ดาวเดือน. (2558). **การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าสตรีจากผ้าทอโบราณบ้านผาทั่ง จังหวัดอุทัยธานี.** วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร. 6(1) มกราคม– มิถุนายน 2558.

ญาณิศา โกมลสิริโชค. (2560). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากผ้าทอกะเหรี่ยง เพื่อสร้างเอกลักษณ์ของอำเภอดอยเต่า จังหวัดเชียงใหม่**. วารสารการประชุมวิชาการ นเรศวรวิจัย ครั้งที่ 13: วิจัยและนวัตกรรมขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคม. กลุ่มผลงาน วิจัยทางศิลปะและผลงานสร้างสรรค์. มหาวิทยาลัยนเรศวร. เมื่อวันที่ 21 กรกฎาคม 2560: 1480 – 1494.

ดรุณ แสงฉาย. (2560). **นโยบายภาครัฐกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน.** (ออนไลน์). จาก https://www.matichon.co.th/news-monitor/news_646093. (Thai). สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2562.

ทวีศักดิ์ นพเกสร. (2545). **วิทยากรกระบวนการกับวิกฤตเกษตรกร.** พิมพ์ครั้งที่ 2. พิษณุโลก: สถาบันพัฒนาสี่แยกอินโดจีน.

ทวิโรจน์ ทรงกำพล. (2560). **นโยบายภาครัฐกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน.** (ออนไลน์). จาก https://www.matichon.co.th/news-monitor/news_646093. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2562.

ทำนอง จันทิมา. 2537. **การออกแบบ.** กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

ธนกร สิริสุคันธา. (2559). **การพัฒนาศักยภาพและการจัดการนวัตกรรมภูมิปัญญาเชิงสร้างสรรค์โดยการมีส่วนร่วมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอเมืองปาน จังหวัดลำปาง.** วารสารบัณฑิตศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. กรุงเทพมหานคร: 90 – 106.

ธันยมัย เจียรกุล. (2557). **ปัญหาและแนวทางการปรับตัวของ OTOP เพื่อพร้อมรับการเปิด AEC.** วารสารนักบริหาร/ Executive Journal. 34(1) มกราคม-มิถุนายน 2557: 177 – 191.

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา. (2552). **การตลาดบริการแนวคิดและกลยุทธ์.** (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา. (2552). **ผลิตภัณฑ์ใหม่ การตลาดและการพัฒนา.** กรุงเทพมหานคร: ศูนย์หนังสือแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ธีระชัย สุขสด. (2544). **การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม.** กรุเทพมหานคร: โอเดียนสโตร์.

นิตยา วรรณกิตร. (2558). ภูมิปัญญา **“ผ้าไหมแพรวาผู้ไทบ้านโพน”: พลวัตและการปรับตัว.** วารสารไทยศึกษา 10(2) สิงหาคม 2557 - มกราคม 2558: 63 -85.

นวลน้อย บุญวงษ์. 2539. **หลักการออกแบบ.** กรุงเทพมหานคร: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญฑวรรณ วิงวอน และคณะ. (2557). **แนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่ากิจการวิสาหกิจขนาดย่อม อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง.** วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. 9(1) มกราคม – มิถุนายน 2557: 102-119.

ปัทมา เธียรวิศิษฎ์สกุล. (2560): อ้างจาก European Parliament Research Service, 2016. **หัวข้อการบรรยาย นวัตกรรมนำสู่อนาคตประเทศไทย.** การประชุมประจำปี 2560 ของ สศช. วันจันทร์ที่ 3 กรกฎาคม 2560. จาก http://www.nesdb.go.th/article_attach/article_file_20170703123404.pdf.

ปพนวีณ์ สุทธิประสิทธิ์. (2560). **การทดสอบและการประเมินคุณภาพอาหารด้วยวิธีการทางประสาทสัมผัส.** หนังสือประกอบการเรียนของมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. หน่วยที่ 8 การทดสอบและการประเมินคุณภาพอาหาร. สำนักพิมพ์แห่งมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2559 (8), 21-24.

ประทับใจ สุวรรณธาดา และคณะ. (2560). **การศึกษากระบวนการผลิตผ้าทอพื้นเมืองเพื่อออกแบบเครื่องทุ่นแรงในการผลิต: กรณีศึกษาเครื่องค้นหูก.** รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. มหาสารคาม: เอกสารอัดสำเนา.

ประทับใจ สุวรรณธาดา และคณะ. (2560). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกกและเตยหนาม ย้อมสีธรรมชาติ** รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. มหาสารคาม: เอกสารอัดสำเนา.

ประสงค์ ประณีตพลกรัง. (2547). การบริหารการผลิตและการปฏิบัติการ. กรุงเทพฯ: ธนธัชการพิมพ์.

พิสิฐ รังสฤษฎ์วุฒิกุล. (2560). **นโยบายภาครัฐกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน.** (ออนไลน์). จาก https://www.matichon.co.th/news-monitor/news_646093, (Thai). สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2562.

พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2550). **การออกแบบและพัฒนาแฟชั่นและมัณฑนศิลป์**. กรุงเทพมหานคร: วิสคอม เซ็นเตอร์.

พสุ โลหารชุน. (2561). **การขับเคลื่อนและพัฒนาด้านการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนในยุคดิจิทัล.** (ออนไลน์). จาก https://www.tisi.go.th/news/details/115/. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2562.

ภานุวัฒน์ ตริยางกูรศ. (2560). **นโยบายภาครัฐกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน.** (ออนไลน์). จาก https://www.matichon.co.th/news-monitor/news_646093, (Thai). สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2562.

มงคล ลีลาธรรม. (2560). **นโยบายภาครัฐกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน.** (ออนไลน์). จาก https://www.matichon.co.th/news-monitor/news_646093. สืบค้นเมื่อ 20 กันยายน 2562.

มรกต กำแพงเพชร. (2557). **ผู้ประกอบการ SMEs กับการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่น สู่สินค้านวัตกรรม.** วารสาร ธุรกิจปริทัศน์ 6(1) มกราคม - มิถุนายน 2557: 219-227.

มาโนช กงกะนันทน์. (2549). **ศิลปะการออกแบบ**. นนทบุรี: เอ-บุ๊ค ดิสทริบิวชั่น.

ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2548). **การตลาดบริการ.** กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์เกษตรศาสตร์.

รัตน์กมณ รัตนเศรษฐ์กุล. (2555). **รูปแบบการจัดการภูมิปัญญาสมุนไพรความงามเพื่อเสริมสร้างธุรกิจชุมชน.** วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, สาขาวัฒนธรรมศาสตร์.

ลักษมี งามมีศรี และคณะ. (2552). **การศึกษาการตลาดสินค้า OTOP สู่แนวทางการพัฒนากลยุทธ์การตลาดสินค้า OTOP ในเขตอำเภอเมือง จ.นครสวรรค์.** มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, คณะวิทยาการจัดการ.

วุฒิชัย วิถาทานัง. (2558). **การพัฒนาเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อการส่งออก.** วารสารวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์. 10(2) พฤษภาคม–สิงหาคม 2558.

วรรณพรรธน์ ริมผดี. (2554). อ้างถึงใน พรรณิภา ชาวคำและคณะ. **การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย.** (ออนไลน์). วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี. 12(1) มกราคม–เมษายน 2561: 179.

วารุณี สุนทรเจริญนนท์. (2559). อ้างถึงใน อมรรัตน์ ปัญจมาพร และธีระวัฒน์ จันทึก. **การวิเคราะห์องค์ประกอบปัจจัยของความต้องการบ้านจัดสรรแบบประหยัดพลังงาน.** (ออนไลน์). **Veridian E- Journal, Silpakorn University.** ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 9(3) กันยายน–ธันวาคม 2559: 51.

ศักดิ์ชาย สิกขา. (2553). **การศึกษากระบวนการถ่ายทอดความรู้ทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มอาชีพในภาคอีสาน.** รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. อุบลราชธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ศักดิ์ชาย สิกขา ประทับใจ สิกขา และเสกสันต์ ศรีสันต์. (2555). **การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อสร้างสรรค์ลายผ้าแถบลุ่มน้ำโขง: กรณีศึกษาบ้านกุ่ม ตำบลห้วยไผ่ อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี.** การประชุมทางวิชาการระดับชาติ “มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ครั้งที่ 5 การวิจัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน กับการก้าวสู่ประชาคมอาเซียน” วันที่ 18-19 กรกฎาคม 2555.

ศักดิ์ชาย สิกขา (2554). **การออกแบบและการพัฒนาเตาอบไม้ไผ่ที่เหมาะสมกับงานหัตถกรรม.** รายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี. อุบลราชธานี: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.

ศักดิ์ชาย สิกขา, ประทับใจ สิกขา และธันยมัย เจียรกุล. (2558). **การพัฒนางานหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาคอีสาน.** อุบลราชธานี: วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. 6(1) มกราคม -มิถุนายน 2558: 109-119.

ศักดิ์ชาย สิกขา และประทับใจ สุวรรณธาดา. (2562). **งานวิจัย การพัฒนาและยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ด้านวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และนวัตกรรม: กรณีศึกษา กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานหวาย บ้านทับทิมสยาม 07เลขที่ 209 หมู่ที่ 15 ตำบลบักดอง อำเภอขุนหาญ จังหวัดศรีสะเกษ.** ทุนสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม: เอกสารอัดสำเนา.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2546). **การบริหารการตลาดยุคใหม่.** กรุงเทพฯ: เพชรจรัสแสงธุรกิจ.

สุดถนอม ตันเจริญ. (2561). **แนวทางการพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมืองจังหวัดสมุทรสงคราม.** วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. 7(2) กรกฎาคม–ธันวาคม 2561: 155-166.

สุภาภรณ์ เชียงใหม่ และสถาพร มงคลศรีสวัสดิ์. (2560). **การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผ้าไหมแพรวา กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมแพรวา ตำบลโพน อำเภอคำม่วงจังหวัดกาฬสินธุ์.** การประชุมวิชาการระดับชาติด้านการบริหารกิจการสาธารณะ ครั้งที่ 4 (The 4th National Conference on Public Affairs Management) “การบริหารกิจการสาธารณะภายใต้ประเทศไทย 4.0” (Public Affairs Management Under Thailand 4.0). วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น. เมื่อวันที่ 4 สิงหาคม 2560: 1255–1265.

สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดพิจิตร. (2560). **OTOP คือ อะไร.** (ออนไลน์). จาก http://phichit.cdd.go.th/services/otop-. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2562.

อัจฉรา วงศ์แสงจันทร์. (2562). **โครงการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (IGNITE PLUS).** กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. จาก https://www.trueplookpanya.com/knowledge/content/75104/-bussme-bus-. สืบค้นเมื่อ 15 กันยายน 2562.

อัญชัญ จงเจริญ. (2554). **ศูนย์การศึกษาวิจัยด้านสุขภาพ การท่องเที่ยว และการโรงแรม และที่พำนักระยะยาว วิทยาเขตระนอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา พัฒนารูปแบบ และมาตรฐานการจัดการธุรกิจร้านจำหน่ายสินค้า OTOP และของฝากชุมชน จังหวัดระนอง.** งานวิจัยทางวิชาการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, ศูนย์การศึกษาวิจัยด้านสุขภาพ การท่องเที่ยวและการโรงแรม และที่พำนักระยะยาว วิทยาเขตระนอง.

อัญชรา พุทธิกาญจนกุล และคณะ. (2558). **แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานงานสินค้าสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อรองรับประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (AEC) ของผู้ประกอบการในเขตอำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม.** วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. 2(1) มกราคม - มิถุนายน 2558: 75-85.

Marketeer. Market Testing. **ขั้นตอนที่ห้ามข้าม.** จาก http://marketeer.co.th/archives/97200. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2562.

Mccathy & Pereault, Jr. (1991). **Basic Marketing.** New York : Mc Graw-Hill Kotler, P. (1997). **Marketing management: analysis, planning implementation and control.** (9th ed.). New Jersey: Asimmon&Schuster.

Tantawan-tar. **การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร.** จาก https://my.dek-d.com/tantawan-tar/writer/viewlongc. สืบค้นเมื่อ 10 กันยายน 2562.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
ข้อเสนอด้านเทคนิค

ข้อเสนอด้านเทคนิค
โครงการยกระดับไหมและ OTOP สู่นครหม่อนไหม ก้าวไกลสู่สากล
กิจกรรม การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. หลักการและเหตุผล

ตามที่รัฐบาลมีนโยบายเสริมสร้างความเข้มแข็งและยั่งยืนให้กับเศรษฐกิจภายในประเทศในระดับพื้นที่เพื่อลดความเลื่อมล้ำทางสังคม ขยายโอกาสให้แก่ประชาชน ยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น เพื่อส่งเสริมให้กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ SMEsและเกษตรกร ได้มี โอกาสในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างอาชีพใหม่ สร้างรายได้ อันจะนำไปสู่ความเข้มแข็งของเศรษฐกิจ ภายในประเทศและสามารถแข่งขันกับนานาประเทศได้อย่างยั่งยืน

ในการนี้ จังหวัดกาฬสินธุ์ ได้กำหนดจุดเน้นทางยุทธศาสตร์ Positioning ด้านการพัฒนาไหมไทยสู่สากล และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ให้มีคุณภาพ มีผ้าไหมแพรวา ที่เป็นอัตลักษณ์ของจังหวัดที่มีความวิจิตรงดงาม ล้ำค่าอย่างยิ่งและเป็นสินค้าที่บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) จากความเชื่อวิถีชุมชน ในอดีตผ้าไหมเป็นของสูงค่ามีราคา กว่าจะผลิตผ้าไหมได้แต่ละผืนต้องใช้ระยะเวลานาน เนื่องจากเป็นงานฝีมือโดยแท้ จากการวิเคราะห์ SWOT ในการพัฒนาผ้าไหมแพรวาของจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า 1) ยังขาดการส่งเสริม สนับสนุนการผลิตเส้นไหมที่มีคุณภาพทำให้ต้องสั่งซื้อเส้นไหมจากภายนอกเข้ามาใช้ภายในจังหวัด 2) ขาดการส่งเสริมการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมที่เป็นต้นน้ำ 3) การแปรรูปผ้าไหมแพรวายังไม่ตอบสนองความต้องการตลาด 4) ผ้าไหมแพรวามีราคาค่อนข้างสูง และ 5) ตลาดผ้าไหมแพรวาอยู่ในกลุ่มยังไม่กว้างขวาง จากปัญหาที่เกิดขึ้นจังหวัดกาฬสินธุ์จึงได้มีการดำเนินงานพัฒนาผ้าไหมแพรวาอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มต้นจากการปลูกหม่อนเลี้ยงไหมที่มีคุณภาพ เป็นกิจกรรมต้นน้ำ ที่สำคัญ จังหวัดกาฬสินธุ์มีเกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม จำนวน 536 ราย มีพื้นที่ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม 5,118 ไร่และมีผู้ผลิต ผู้ประกอบการไหมและ OTOP ที่ขึ้นทะเบียนจำนวน 1,858 กลุ่ม/ราย มี 2,730 ผลิตภัณฑ์ สมาชิก 24,825 คน มียอดจำหน่าย OTOP 3,171,583,552 ล้านบาท (ข้อมูล ณ กันยายน 2560) ที่สามารถสร้างงาน สร้างอาชีพและเสริมสร้างความเข้มแข็งให้เกษตรกรผู้ปลูกหม่อนเลี้ยงไหม ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผ้าไหม และOTOPการเลี้ยงหม่อนไหม การสาวเส้นไหม การพัฒนาเส้นไหมให้ได้มาตรฐาน การย้อมสีไหม การสนับสนุนปัจจัยการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่า จึงมีความจำเป็นต้องมีการพัฒนาและยกระดับไหมและOTOP ให้มีหลากหลาย และขยายฐานกลุ่มลูกค้าให้มีมากยิ่งขึ้น รวมถึงการยกระดับนวัตกรรมการผลิตไหมที่มีคุณภาพ การส่งเสริมหมู่ บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยว

ดังนั้น ในการพัฒนาเส้นไหมให้ได้มาตรฐาน การย้อมสีไหมการสนับสนุนปัจจัยการผลิต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่า จังหวัดกาฬสินธุ์จึงเห็นว่า จังหวัดกาฬสินธุ์มีความจำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาและยกระดับไหมและOTOP ให้มีความหลากหลายและขยายฐานกลุ่มลูกค้าให้มีมากยิ่งขึ้น รวมถึงการยกระดับนวัตกรรมการผลิตไหมที่มีคุณภาพ การส่งเสริมหมู่บ้านOTOP เพื่อการท่องเที่ยว การเสริมสร้างความเข้มแข็งแก่กลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการผ้าไหม

ห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์ ทะเบียนนิติบุคคลเลขที่ 0333560001690 เป็นนิติบุคคลที่มีคุณสมบัติในการยื่นข้อเสนอครบถ้วน มีประสบการณ์มีผลงานและประสบการณ์ด้านการจัดกิจกรรมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนตามที่กำหนด รวมทั้งมีเครือข่ายการทำงาน/คณะทำงาน

ที่มีคุณภาพและมีประสบการณ์สูงครอบคลุมเนื้องานตามที่กำหนดในขอบเขตการจ้างงาน (Term of Reference: TOR) โครงการยกระดับไหมและ OTOP สู่นครหม่อนไหมก้าวไกลสู่สากล กิจกรรมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน มีความมั่นใจว่า สามารถที่จะดำเนินงานนี้ได้อย่างมีคุณภาพและแล้วเสร็จก่อนเวลาที่กำหนด จึงมีความประสงค์ที่จะยื่นข้อเสนอและเสนอราคาเพื่อรับจ้างในการดำเนินงานในครั้งนี้

2. วัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน

2.1 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยกระบวนการวิจัยและนวัตกรรม

2.2 เพื่อส่งเสริมการยกระดับนวัตกรรมพัฒนาคุณภาพ การออกแบบไหมและOTOP

2.3 เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ ให้กับประชาชนในพื้นที่ให้มากขึ้น

2.4 เพื่อเสริมสร้างโอกาสและเพิ่มช่องทางการตลาดแก่ผู้ผลิตผู้ประกอบการไหมและ OTOP

3. คุณสมบัติของ “ห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์ ” ผู้ยื่นข้อเสนอ

1. มีความสามารถตามกฎหมาย

2. ไม่เป็นบุคคลล้มละลาย

3. ไม่อยู่ระหว่างเลิกกิจการ

4. ไม่เป็นบุคคลซึ่งอยู่ระหว่างถูกระงับการยื่นข้อเสนอหรือทำสัญญากับหน่วยงานของรัฐไว้ชั่วคราว เนื่องจากเป็นผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์การประเมินผลการปฏิบัติงานของผู้ประกอบการตามระเบียบที่รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการคลังกำหนดตามที่ประกาศเผยแพร่ในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง

5. ไม่เป็นบุคคลซึ่งถูกระบุชื่อไว้ในบัญชีรายชื่อผู้ทิ้งงานและได้แจ้งเวียนชื่อให้เป็นผู้ทิ้งงานของหน่วยงานของรัฐในระบบเครือข่ายสารสนเทศของกรมบัญชีกลาง ซึ่งรวมถึงนิติบุคคลที่ผู้ทิ้งงานเป็นหุ้นส่วนผู้จัดการ กรรมการผู้จัดการ ผู้บริหาร ผู้มีอำนาจในการดำเนินงานในกิจการของนิติบุคคลนั้นด้วย

6. มีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่คณะกรรมการนโยบายการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐกำหนดในราชกิจจานุเบกษา

7. เป็นนิติบุคคลผู้มีอาชีพรับจ้างงานที่ประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ดังกล่าว

8. ไม่เป็นผู้มีผลประโยชน์ร่วมกันกับผู้ยื่นข้อเสนอราคารายอื่นที่เข้ายื่นข้อเสนอให้แก่จังหวัดกาฬสินธุ์ ณ วันประกาศประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ หรือไม่เป็นผู้กระทำการอันเป็นการขัดขวางการแข่งขันราคาอย่างเป็นธรรม ในการประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ครั้งนี้

9. ไม่เป็นผู้ได้รับเอกสิทธิ์หรือความคุ้มกัน ซึ่งอาจปฏิเสธไม่ยอมขึ้นศาลไทย เว้นแต่ รัฐบาลของผู้ยื่นข้อเสนอได้มีคำสั่งให้สละเอกสิทธิ์และความคุ้มกันเช่นว่านั้น

10. ลงทะเบียนในระบบจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐด้วยอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Government Procurement: e - GP) ของกรมบัญชีกลาง

11.ผู้ยื่นข้อเสนอต้องเป็นนิติบุคคลที่มีผลงานและประสบการณ์ด้านการจัดกิจกรรมประเภทเดียวกัน หรือที่เกี่ยวข้องใกล้เคียงกับข้อกำหนดการว่าจ้างนี้ และมีวงเงินตามสัญญาในฉบับไม่ต่ำกว่า **700,000 บาท (เจ็ดแสนบาทถ้วน)** โดยต้องมีหนังสือรับรองผลงานหรือสำเนาสัญญาจากหน่วยงานราชการหรือบริษัทเอกชนที่น่าเชื่อถือ ตามวงเงินแนบมาด้วย

4. กลุ่มเป้าหมาย

ผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 18 ผลิตภัณฑ์ ตามเอกสารประกอบแนบท้าย

5. ขอบเขตการดำเนินงาน

5.1 จัดทำแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ในการดำเนินโครงการทั้งหมด โดยกำหนดระยะเวลาทำงานเป็นรายสัปดาห์และเป้าสัมฤทธิ์ผลในแต่ละช่วงเวลาดำเนินการตามแผนที่ตั้งไว้

5.1.1 จัดทำแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมายตามบัญชีแนบท้าย TOR

5.1.2 จัดทำแผนการประสานงานดำเนินการร่วมกับกลุ่มเป้าหมายและผู้จัดจ้างโดยกำหนดเป็นระยะเวลาตั้งแต่วันลงนามในสัญญาจนถึงวันสิ้นสุดระยะเวลาดำเนินโครงการ

5.2 มีเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญที่มีองค์ความรู้ วุฒิการศึกษาที่เกี่ยวข้องและประสบการณ์การจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อดำเนินการเป็นที่ปรึกษาโครงการ ออกแบบหลักสูตร วิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน ถ่ายทอดองค์ความรู้

ตาราง 1 เจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญที่มีองค์ความรู้ **จำนวน 17 คน ดังนี้**

ที่	คุณสมบัติ	จำนวนตามเกณฑ์ขั้นต่ำ	จำนวนที่เสนอ
	ระดับปริญญาเอกสาขาที่เกี่ยวข้อง และมีประสบการณ์ ตำแหน่งทางวิชาการ ดังนี้ - รองศาสตราจารย์ จำนวน 1 คน - ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จำนวน 5 คน	4 คน	7 คน
	ระดับปริญญาโทสาขาที่เกี่ยวข้องและมีประสบการณ์	5 คน	5 คน
	ระดับปริญญาตรีสาขาที่เกี่ยวข้องและมีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 5 ปี	2 คน	4 คน
	รวม	**11**	**16**

หมายเหตุ นอกจากผู้เชี่ยวชาญที่มีองค์ความรู้ วุฒิการศึกษาที่เกี่ยวข้องและประสบการณ์การจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ตามระบุในข้อเสนอแล้ว ยังมีผู้มีประสบการณ์เฉพาะทางด้านการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีอาหาร จากคณะเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม มหาวิทยาลัยขอนแก่น วิทยาลัยอาชีวะศึกษาจังหวัดมหาสารคาม และผู้ประกอบการทางด้านอาหารที่ประสบผลสำเร็จที่เชิญเข้าร่วมกิจกรรมในครั้งนี้ด้วย

ทั้งนี้ ได้กำหนดผู้รับผิดชอบแยกตามผลิตภัณฑ์เป้าหมาย พร้อมประวัติและวุฒิการศึกษาตามเอกสารประกอบแนบท้าย

5.3 ออกแบบแนวคิดกิจกรรมและแผนการดำเนินงานกิจกรรมให้ชัดเจนครอบคลุมรายละเอียดของการดำเนินงานทั้งหมดเป็นรูปธรรมและปฏิบัติได้จริง เพื่อให้การดำเนินงานกิจกรรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

5.4 ให้ผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย ค้นหาสภาพปัญหา จุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ ความต้องการด้านการตลาด เพื่อใช้ในการวางแผนการพัฒนายกระดับผลิตภัณฑ์

5.5 สร้างความเข้าใจ กับผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP เกิดความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ หรืออื่น ๆ ตามความเหมาะสม ให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 18 ราย/ผลิตภัณฑ์ โดยมีทีมวิทยากรที่เชี่ยวชาญด้านการตลาดร่วมให้ความรู้และสร้างความเข้าใจ

5.6 ดำเนินออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป้าหมายให้เกิดนวัตกรรมและงานวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป้าหมาย อย่างน้อยผลิตภัณฑ์ละ 1 นวัตกรรม ที่สามารถใช้ได้จริง โดยลงพื้นที่เป้าหมายจำนวนไม่น้อยกว่า 3 ครั้งต่อผลิตภัณฑ์ พร้อมจัดทำแบบรายงานการลงพื้นที่ในแต่ละครั้ง

5.7 ให้ผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ให้คำปรึกษา แนะนำกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน และให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวนไม่น้อยกว่า 3 ครั้งต่อผลิตภัณฑ์ หากผลิตภัณฑ์ใดมีการพัฒนาด้านคุณภาพวัสดุในการทอ ควรมีการนำผลิตภัณฑ์เข้าตรวจวิเคราะห์คุณภาพของเส้นใยผ้าเพื่อตรวจวิเคราะห์คุณสมบัติทางกายภาพ

5.8 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และ LOGO หรือแท็ก สำหรับผลิตภัณฑ์เป้าหมาย จำนวน 1 แบบต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ พร้อมด้วยรายละเอียดชิ้นงานออกแบบสามารถนำไปผลิตได้จริง ยกเว้นบางผลิตภัณฑ์ไม่ต้องมีบรรจุภัณฑ์

5.9 สนับสนุนวัสดุต้นแบบสำหรับใช้ ผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์ ตามรายการผลิตภัณฑ์และการออกแบบที่มีอัตลักษณ์ และรูปแบบทันสมัยตรงกับความต้องการตลาด พร้อมจัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (ผลิตภัณฑ์ใหม่) จำนวน 18 ผลิตภัณฑ์ และมอบให้กลุ่มเป้าหมายไม่น้อยกว่า 2 ชิ้นต่อผลิตภัณฑ์

5.10 สนับสนุนปัจจัยการผลิตให้กลุ่มเป้าหมายในรูปแบบวัสดุต่าง ๆ สำหรับผลิตสินค้าเป้าหมายอย่างน้อยผลิตภัณฑ์ละ 60,000 บาท (หกหมื่นบาทถ้วน)

5.11 สนับสนุนบรรจุภัณฑ์กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการออกแบบ (ยกเว้นบางผลิตภัณฑ์ที่ไม่จำเป็นต้องมีบรรจุภัณฑ์ จะสนับสนุนแท็กหรือสติ๊กเกอร์ในจำนวนที่เหมาะสมและเพียงพอ) อย่างน้อยผลิตภัณฑ์ละ 1,000 ชิ้น

5.12 จัดกิจกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้าแก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 ครั้ง ไม่น้อยกว่า 3 วัน ในพื้นที่เอกชนหรือสถานที่ราชการในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์ หรือจังหวัดใกล้เคียง

5.12.1 รายละเอียดการดำเนินการ การก่อสร้างจัดเตรียมสถานที่การจัดงานให้แล้วเสร็จก่อนวันแรกของกำหนดวันจัดงานภายใน 1 วัน และรื้อถอนให้แล้วเสร็จหลังจัดงานภายใน 1 วัน โดยมีรายละเอียดการดำเนินการดังนี้

1) จัดหาสถานที่จัดงานแสดงนวัตกรรมของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาในพื้นที่ที่เหมาะสม ขนาดพื้นที่ไม่น้อยกว่า 200 ตารางเมตร

2) ออกแบบ/จัดหา และจัดทำซุ้มประตูทางเข้า-ออก พร้อมตกแต่งให้เป็นไปตามแนวคิด (Concept) และรูปแบบการจัดงาน (Theme) จำนวน 1 จุด

3) ออกแบบ จัดสถานที่การจัดงาน และจัดหาบูธจำหน่ายสินค้าภายในงาน ขนาดไม่น้อยกว่า 2.5 x2.5 เมตร พร้อมการตกแต่งให้สอดคล้องกับ แนวคิด (Concept) และรูปแบบการจัดงาน (Theme) ไม่น้อยกว่า 20 บูธ โดยมีรายละเอียดดังนี้

(3.1) จัดหาวัสดุอุปกรณ์สำหรับแบ่งแนวเขตของแต่ละร้านให้ชัดเจน

(3.2) จัดทำป้ายชื่อร้านค้าทุกร้านค้าให้เห็นชัดเจน

(3.3) จัดหาบูธและติดตั้งบูธ ขนาด 2.5x2.5 เมตร ครบชุด ประกอบด้วย โต๊ะ เก้าอี้ ปลั๊กไฟ หลอดฟลูออเรนเซน ป้ายชื่อร้าน ถังขยะ จำนวน 20 บูธ (หากอุปกรณ์เชื่อมต่อระบบไฟฟ้าหรือหลอดไฟชำรุดให้ผู้รับจ้างดำเนินการเปลี่ยนให้โดยเร็วที่สุด)

(3.4) ออกแบบและจัดนิทรรศการกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่เริ่มต้นโครงการจนสิ้นสุดโครงการ ให้มีความน่าสนใจและให้สอดคล้องกับแนวคิด (Concept) และรูปแบบการจัดงาน (Theme)

(3.5) ติดตั้งระบบไฟฟ้าส่องสว่างทั้งในบริเวณงานและบริเวณโดยรอบสถานที่

(3.6) ติดตั้งระบบเครื่องเสียงที่มีคุณภาพสามารถใช้งานได้เป็นอย่างดี

(3.7) จัดเตรียมสถานที่บริเวณเวที และด้านหน้าเวที ดังนี้

- จัดเวทีให้มีฐานที่แข็งแรงและปลอดภัย มีบันไดขึ้น-ลง ทั้งด้านซ้ายและด้านขวาของเวที ขนาดความสูงวัดจากพื้นไม่น้อยกว่า 1 เมตร กว้างไม่น้อยกว่า 4 เมตร ยาวไม่น้อยกว่า 6 เมตร ปูพรมพื้นเวที พร้อมออกแบบและจัดทำฉากหลังเวทีให้สวยงาม และมีขนาดที่เหมาะสมกับขนาดของเวที โดยฉากเวทีให้มีชื่องาน ระยะเวลาการจัดงาน โลโก้หน่วยงานผู้จัดงาน หรือตามที่ผู้ว่าจ้างกำหนดเพิ่มเติม ทั้งนี้ฉากเวทีต้องออกแบบและนำเสนอให้ผู้ว่าจ้างให้ความเห็นชอบก่อนกำหนดวันจัดงานวันแรกไม่น้อยกว่า 2 วัน

- บนเวทีและด้านหน้าเวทีจัดให้มีระบบแสง สี เสียง ที่มีคุณภาพ สวยงามและเหมาะสม

- ในวันพิธีเปิดงานให้ผู้รับจ้างจัดเตรียม ชุดรับแขก ประกอบด้วยโซฟาขนาดนั่งได้ 4 คน จำนวน 1 ตัว และนั่งได้ 2 คน จำนวน 2 ตัว จัดเตรียมโต๊ะสำหรับวางแก้วน้ำบริเวณที่จัดวางโซฟามีขนาดความสูงที่เหมาะสม จำนวน 3 ตัว

- ในวันพิธีเปิดงานให้ผู้รับจ้างจัดเตรียมเก้าอี้ที่คลุมด้วยผ้าสีขาวสะอาด ไม่น้อยกว่า 50 ตัว โดยให้จัดวางบริเวณหน้าเวทีให้สวยงาม

- ในวันพิธีเปิดงานให้ผู้รับจ้างจัดหาพนักงานต้อนรับ แต่งกายสวยงาม สุภาพและเหมาะสม ไม่น้อยกว่า 2 คน

- ให้ผู้รับจ้างจัดวางเก้าอี้บริเวณหน้าเวที จำนวน 20 ตัว ทุกวัน

5.11.2 งานประชาสัมพันธ์

1) จัดทำป้ายไวนิลประชาสัมพันธ์ โครงไม้ ขนาด 1.2x2.4 เมตร ไม่น้อยกว่า 10 ป้าย โดยติดตั้งและรื้อถอนตามจุดที่เจ้าหน้าที่เจ้าของพื้นที่อนุญาตก่อนวันเริ่มงานไม่น้อยกว่า 3 วันและภายหลังการเสร็จสิ้นงานไม่เกิน 2 วัน

2) จัดหารถติดเครื่องกระจายเสียงสำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์ พร้อมติดป้ายประชาสัมพันธ์งานบนรถ และจัดทำสปอร์ตประชาสัมพันธ์เชิญชวน ไม่น้อยกว่า 2 คัน (วิ่งไปพร้อมกัน) เพื่อวิ่งประชาสัมพันธ์ ก่อนวันจัดงาน ไม่น้อยกว่า 3 วัน และระหว่างห้วงระยะเวลาการจัดงาน 3 วัน วันละ 2 รอบ ดังนี้

- รอบที่ 1 ตั้งแต่เวลา 07.30 น. ถึง 09.00 น.
- รอบที่ 2 ตั้งแต่เวลา 16.30 น. ถึง 18.00 น.

3) รถประชาสัมพันธ์จะต้องวิ่งตามเส้นทางถนนภายในเมืองทุกเส้นทาง หรือตามเส้นที่ทางผู้ว่าจ้างพิจารณาเห็นสมควร พร้อมบันทึกภาพนำส่งผู้ว่าจ้างเพื่อเป็นหลักฐานประกอบการส่งมอบงาน

4) ประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย

5.12.3 การจัดพิธีเปิดงานและกิจกรรมตลอด 3 วัน

1) ผู้รับจ้างเสนอแนวคิดการจัดกิจกรรมพิธีเปิดงานกิจกรรมการแสดงบนเวทีที่มีความแปลกใหม่ และมีความเหมาะสม โดยให้สอดคล้องกับแนวคิด (Concept) รูปแบบ (Theme) ของการจัดงานโดยเสนอรายละเอียดรูปแบบการแสดง ขั้นตอน พิธีการให้ผู้ว่าจ้างเห็นชอบ

2) จัดหาพิธีกรในพิธีเปิดงาน ที่มีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพและเหมาะสมกับการจัดงาน มีความสามารถ ออกเสียงในการสื่อสารชัดเจน

3) จัดหาพิธีกร ภาคสนาม อย่างน้อย 2 คน ที่มีบุคลิกภาพดี แต่งกายสุภาพและเหมาะสมกับการจัดงาน มีความสามารถ ออกเสียงในการสื่อสารภาษาไทยชัดเจน ประจำเวทีกลาง จำนวน 2 ช่วงเวลา ช่วงเวลาที่ 1 ระหว่างเวลา 11.00 – 12.00 น. และช่วงเวลาที่ 2 ระหว่างเวลา 17.00-18.00 น. ทุกวัน

4) ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีการแสดงเพื่อดึงดูดความสนใจจากประชาชนทั่วไป ในช่วงเวลาที่เหมาะสมทุกวันในช่วงวันที่จัดกิจกรรม

5) ผู้รับจ้างต้องจัดเตรียมของที่ระลึกสำหรับประธานในพิธีเปิด จำนวน 1 ชิ้น โดยต้องนำเสนอให้ผู้ว่าจ้างให้ความเห็นชอบก่อน

6) ผู้รับจ้างต้องจัดให้มีของที่ระลึก จำนวนไม่น้อยกว่า 50 ชิ้น

7) จัดหาอาหารว่างและเครื่องดื่ม ที่ถูกสุขอนามัย และจัดเตรียมชุดแก้วน้ำที่สวยงามเป็นพิเศษ ไม่น้อยกว่า 5 ชุด และจัดเตรียมชุดแก้วน้ำที่เหมาะสมสำหรับแขกผู้มีเกียรติ สื่อมวลชนที่เข้าร่วมในพิธีเปิดงาน ไม่น้อยกว่า 40 ชุด จัดเตรียมโต๊ะ วัสดุอุปกรณ์เพื่ออำนวยความสะดวกในการดำเนินการดังกล่าวพร้อมจัดหาพนักงานเสิร์ฟที่แต่งกายสุภาพ เรียบร้อย จำนวนไม่น้อยกว่า 3 คน

8) ออกแบบและจัดทำเอกสารสำหรับแจกผู้สื่อข่าว และประชาสัมพันธ์ ขนาดกระดาษ เอ 4 พิมพ์ 4 สี ไม่น้อยกว่า 100 แผ่น

9) จัดเตรียมโพเดียม จำนวน 2 ชุด ประดับตกแต่งด้วยดอกไม้หรือด้วยสิ่งของอื่น ๆ ให้สวยงาม

10) จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ โต๊ะ เก้าอี้ให้เพียงพอ สำหรับลงทะเบียนในวันพิธีเปิด

5.12.4 งานการบริหารจัดการและอื่น ๆ

1) จัดให้มีเจ้าหน้าที่จัดเก็บและรวบรวมยอดจำหน่ายสินค้าทุกร้าน เวลา 20.00 น. แล้วนำส่งสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดกาฬสินธุ์ ทั้ง 3 วัน

2) จัดให้มีเวรยามรักษาความปลอดภัยทรัพย์สินตลอดการจัดงาน 3 วัน กลางคืน จำนวน 2 คน กลางวัน จำนวน 1 คน โดยให้เฝ้าระวังเหตุที่จะก่อให้เกิดความเสียหายกับสิ่งของของร้านค้าที่มาร่วมจัดแสดงและจำหน่ายในห้วงระยะเวลาการจัดงาน

3) จัดให้มีเจ้าหน้าที่รักษาความสะอาด จำนวน 3 วันๆ ละไม่น้อยกว่า 1 คน

4) จัดหาช่างภาพที่มีประสบการณ์ พร้อมอุปกรณ์การบันทึกภาพเคลื่อนไหวและภาพนิ่ง อย่างน้อย 1 คนพร้อมประมวลภาพบรรยากาศในการจัดงาน บันทึกลงในแผ่น CD โดยจำแนกออกเป็น แผ่น CD ภาพนิ่ง 3 วัน และแผ่น CD สำหรับวีดีโอ 3 วัน แล้วนำส่งผู้ว่าจ้าง

5) เมื่อเสร็จสิ้นการจัดงาน ผู้รับจ้างต้องรื้อถอนสิ่งก่อสร้าง และทำความสะอาดบริเวณที่มีการจัดงาน รวมถึงบริเวณโดยรอบที่มีขยะหรือสิ่งปฏิกูลอันเกิดจากการจัดงาน

5.13 รับผิดชอบค่าใช้จ่ายในการขนย้ายสินค้า การเดินทางสำหรับกลุ่มเป้าหมาย ค่าอาหาร ค่าที่พัก ค่าพาหนะไป-กลับ ตลอดจนค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงาน รวมถึงค่าใช้จ่ายอื่นๆ ที่จำเป็น

5.14 จัดทำรายงานสรุปการดำเนินงาน ประเมินผลการดำเนินงาน และปรับเนื้อหาให้เป็นรูปแบบงานวิจัย จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เล่ม

5.15 จัดทำเอกสารเผยแพร่ ขนาด A4 จัดพิมพ์ 4 สี แสดงภาพถ่ายโฆษณาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ใหม่นวัตกรรมในการสร้างสรรค์ และรายละเอียดในการผลิต โดยส่งให้คณะกรรมการฯ ตรวจสอบก่อนจัดพิมพ์ จำนวนในการพิมพ์ไม่น้อยกว่า 30 เล่ม

6. ระยะเวลาดำเนินการ 75 วัน

7. สถานที่ดำเนินการ สถานที่เอกชน/พื้นที่กลุ่มเป้าหมาย

8. งวดการส่งมอบ กำหนดระยะเวลาการรายงานผลการดำเนินงาน และการส่งมอบงาน แบ่งเป็น 3 งวด ดังนี้

8.1 งวดงานที่ 1 ดำเนินงานตามข้อ 5.1 – 5.5 ส่งรายงานผลการดำเนินงานเบื้องต้น (Inception Report) ตามข้อกำหนดภายใน 30 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญา

8.2 งวดงานที่ 2 ดำเนินงานตามข้อ 5.6 – 5.11 และส่งรายงานผลการดำเนินงานรายละเอียดตามที่กำหนดภายใน 60 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง

8.3 งวดงานที่ 3 ดำเนินงานตามข้อ 5.1 – 5.15 และจัดส่งรายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) รายละเอียดตามที่กำหนดภายใน 75 วัน นับถัดจากวันลงนามในสัญญาจ้าง โดยมีเนื้องานรายงานสรุปผลการดำเนินงานตั้งแต่เริ่มต้นจนสิ้นสุดการดำเนินกิจกรรมโครงการ

9. การขอเบิกจ่ายเงิน (ตามงวดงาน)

โดยจะขอเบิกจ่ายเงิน (ตามงวดงาน) จากจังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นรายงวด รวม 3 งวด ดังนี้

งวดที่ 1 จ่ายร้อยละ 40 ของวงเงินตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการตามข้อ 5.1-5.5 และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้วภายในเวลา 7 วันหลังลงนามในสัญญา

งวดที่ 2 จ่ายร้อยละ 40 ของวงเงินตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการตามข้อ 5.6-5.11 และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

งวดที่ 3 จ่ายร้อยละ 20 ของวงเงินตามสัญญา เมื่อผู้รับจ้างได้ดำเนินการตามข้อ 5.12-5.15 และคณะกรรมการตรวจรับพัสดุได้ตรวจรับเรียบร้อยแล้ว

10. แผนปฏิบัติการ (Action Plan)

ในการดำเนินโครงการทั้งหมด โดยกำหนดระยะเวลา ทำงานเป็นรายสัปดาห์และเป้าสัมฤทธิผลในแต่ละช่วงเวลาดำเนินการตามแผนที่ตั้งไว้

ตาราง 2 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) ตลอดโครงการ ระยะเวลา 75 วัน (ต่อ)

การดำเนินงาน		ระยะเวลาการดำเนินงาน 75 วัน					
ที่	**กิจกรรม**	**1-15**	**16-30**	**31-45**	**45-60**	**60-75**	**หมายเหตุ**
1	การจัดประชุมชี้แจงและระดมความคิดการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ (Action Plan) ทั้งหมด และประสานงานดำเนินการร่วมกับกลุ่มเป้าหมาย	→					ให้แล้วเสร็จภายใน 7 วันหลังลงนามในสัญญา
2	ผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ศึกษาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ SWOT ค้นหาสภาพปัญหา จุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ ความต้องการด้านการตลาด และศักยภาพการผลิต	→					ให้แล้วเสร็จภายใน 10 วันหลังลงนามในสัญญา และสรุปข้อมูลเบื้องต้นเพื่อจัด WORKSHOP **(ส่งงวดงานที่ 1)**
3	จัด WORKSHOP 3 วัน 2 คืน เพื่อสร้างความเข้าใจ ให้ความรู้ความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดทั้งในและต่างประเทศ หรืออื่น ๆ ให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 18 ราย/ผลิตภัณฑ์ โดยมีทีมวิทยากรการตลาด การออกแบบ และนวัตกรรม	→	→				ให้แล้วเสร็จภายใน 20 วันหลังลงนามในสัญญา **มุ่งเป้า :** - ชี้แจงโครงการ - ให้ความรู้ - สรุปนวัตกรรม - ออกแบบผลิตภัณฑ์ - ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้า
4	ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเป้าหมายให้เกิดนวัตกรรมและงานวิจัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เป้าหมาย อย่างน้อยผลิตภัณฑ์ละ 1 นวัตกรรม	→	→				ให้แล้วเสร็จภายใน 30 วันหลังลงนามในสัญญา
5	ผู้เชี่ยวชาญลงพื้นที่ให้คำปรึกษาแนะนำกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐาน และให้คำปรึกษาแนะนำการจัดทำผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวนไม่	→	→	→	→		ให้แล้วเสร็จภายใน 45 วันหลังลงนามในสัญญา (สนับสนุนปัจจัยการผลิตอย่างน้อย

ตาราง 2 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) ตลอดโครงการ ระยะเวลา 75 วัน (ต่อ)

การดำเนินงาน		ระยะเวลาการดำเนินงาน 75 วัน					
ที่	**กิจกรรม**	**1-15**	**16-30**	**31-45**	**45-60**	**60-75**	**หมายเหตุ**
	น้อยกว่า 3 ครั้งต่อผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้าง/ทดลอง/ตรวจวิเคราะห์ นวัตกรรมอย่างน้อย ผลิตภัณฑ์ละ 1 นวัตกรรม						ผลิตภัณฑ์ละ 60,000 บาท (หกหมื่นบาทถ้วน)
6	ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และ LOGO หรือแท็ก พร้อมจัดพิมพ์ สำหรับผลิตภัณฑ์เป้าหมาย จำนวน 1 แบบ ต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ พร้อมด้วยรายละเอียดชิ้นงานออกแบบสามารถนำไปผลิตได้จริง	→	→	→	→		ให้แล้วเสร็จภายใน 60 วันหลังลงนามในสัญญา **(ส่งงวดงานที่ 2)**
7	จัดประชุม ประเมินผลิตภัณฑ์และนวัตกรรม ระหว่างกลุ่มเป้าหมายที่เข้าร่วมโครงการ จำนวน 18 ราย ผู้เชี่ยวชาญ และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อปรับปรุงแก้ไข	→	→	→	→		ให้แล้วเสร็จภายใน 65 วันหลังลงนามในสัญญา
8	จัดกิจกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้าแก่กลุ่มเป้าหมาย เพื่อประชาสัมพันธ์และส่งเสริมช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 ครั้ง ไม่น้อยกว่า 3 วัน ในพื้นที่เอกชนหรือสถานที่ราชการในเขตจังหวัดกาฬสินธุ์หรือจังหวัดใกล้เคียง	→	→	→	→	→	ให้แล้วเสร็จภายใน 70 วันหลังลงนามในสัญญา
9	สรุปผลการดำเนินงาน - จัดทำรายงานสรุปการดำเนินงาน ประเมินผลการดำเนินงาน และปรับเนื้อหาให้เป็นรูปแบบงานวิจัย จำนวนไม่น้อยกว่า 3 เล่ม - จัดทำเอกสารเผยแพร่ ขนาด A4 จัดพิมพ์ 4 สี แสดงภาพถ่าย	→	→	→	→	→	ให้แล้วเสร็จภายใน 75 วันหลังลงนามในสัญญา

ตาราง 2 แผนปฏิบัติการ (Action Plan) ตลอดโครงการ ระยะเวลา 75 วัน (ต่อ)

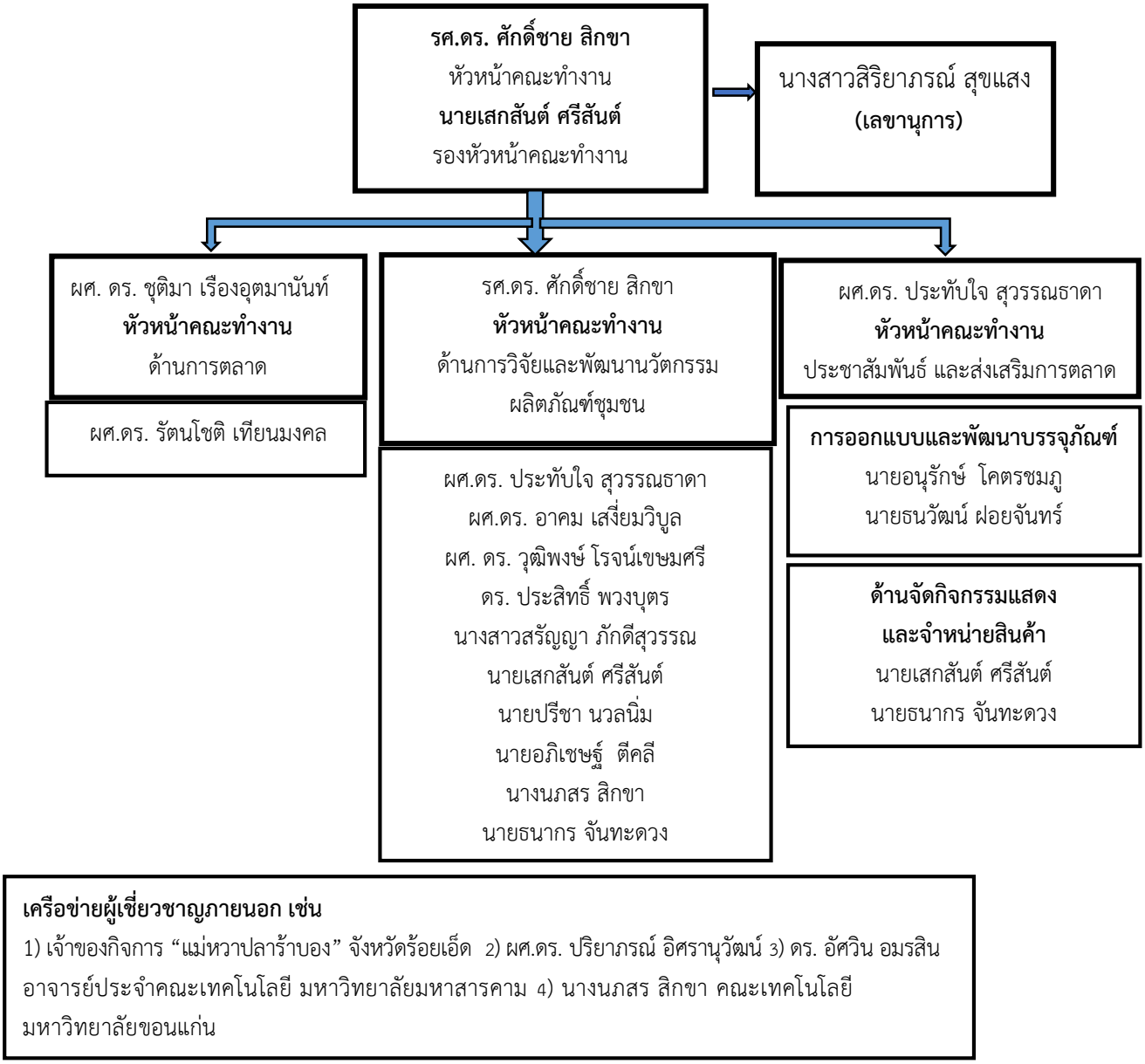
การดำเนินงาน		ระยะเวลาการดำเนินงาน 75 วัน					
ที่	กิจกรรม	1-15	16-30	31-45	45-60	60-75	หมายเหตุ
	โฆษณาสินค้า/ผลิตภัณฑ์ใหม่ นวัตกรรมในการสร้างสรรค์ และรายละเอียดในการผลิต โดยส่งให้คณะกรรมการฯ ตรวจสอบก่อนจัดพิมพ์ จำนวนในการพิมพ์ไม่น้อยกว่า 30 เล่ม						**(ส่งงวดงานที่ 3)**

11. โครงสร้างการบริหารโครงการ/กิจกรรม

สำหรับหน่วยงานที่รับผิดชอบในการดำเนินงานครั้งนี้ คือ ห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์ (4S DESIGNCENTER) ผู้จัดการ นายเสกสันต์ ศรีสันต์ ตั้งอยู่ที่ บ้านเลขที่ 21 หมู่ 3 ตำบลหนองไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ หมายเลขโทรศัพท์ 081-7090876 หมายเลขแฟกซ์ 043 – 754384 E-mail: seksanubu@hotmail.com โดยมีคณะทำงานดำเนินงานในโครงการฯ จำนวนมากกว่า 16 คน จำแนกเป็น ดังนี้

1) หัวหน้าโครงการฯ จำนวน 1 คน
2) คณะทำงานด้านการตลาด จำนวน 2 คน
3) คณะทำงานด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 10 คน
4) คณะทำงานด้านประชาสัมพันธ์ และส่งเสริมการตลาด จำนวน 2 คน
5) คณะทำงานด้านจัดกิจกรรมแสดงและจำหน่ายสินค้า (ร่วมกันทุกฝ่าย)
6) ฝ่ายเลขานุการ จำนวน 1 คน

เพื่อให้การดำเนินโครงการเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ทีมงานที่ปรึกษาได้วางแผนงานได้จัดทำผังโครงสร้างการบริหารงานโครงการ ดังนี้



ภาพที่ 1 โครงสร้างการบริหารงานโครงการ

ตารางสรุปความเชี่ยวชาญ/ประสบการณ์
คณะทำงาน/ที่ปรึกษาเชิงลึก จากห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์
ระดับปริญญาเอก จำนวน 7 คน

ที่	ชื่อ-สกุล	ความเชี่ยวชาญ/ประสบการณ์
1.	**รศ. ดร. ศักดิ์ชาย สิกขา** **วุฒิการศึกษา** ปริญญาเอก สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ **ตำแหน่งทางวิชาการ** รองศาสตราจารย์	**ความเชี่ยวชาญ** - การวิจัยเชิงคุณภาพด้านการพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน - การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน - การออกแบบแฟชั่นสิ่งทอ การย้อมสีธรรมชาติ และลวดลายบนผืนผ้า - การออกแบบตราสัญลักษณ์ ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ - การเขียนหนังสือและตำราด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น - วิทยากรถ่ายทอดความรู้/ที่ปรึกษา **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 13-35 โดยมีผลงาน ดังนี้ 1) งานวิจัย จำนวน 21 เรื่อง 2) บทความทางวิชาการ/บทความวิจัย จำนวน 20 เรื่อง (ระดับนานาชาติ 3 เรื่อง และระดับชาติ 17 เรื่อง) 3) หนังสือ จำนวน 21 เรื่อง 4) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 66 โครงการ 5) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ด้านศิลปวัฒนธรรม) จำนวน 28 โครงการ 6) วิทยากรถ่ายทอดความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 49 โครงการ 7) ผลงานด้านงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น จำนวน 8 ผลงาน
2.	**ผศ. ดร. อาคม เสงี่ยมวิบูล** **วุฒิการศึกษา** ปริญญาเอก สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ **ตำแหน่งทางวิชาการ** ผู้ช่วยศาสตราจารย์	**ความเชี่ยวชาญ** - การวิจัยพัฒนาวัสดุท้องถิ่นและกระบวนการผลิตเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน - งานแม่พิมพ์ และผลิตภัณฑ์จากโลหะกัดกรด (Etching) - วิทยากรถ่ายทอดความรู้/ที่ปรึกษา **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 36-41 โดยมีผลงาน ดังนี้ 1) งานวิจัย จำนวน 9 เรื่อง 2) บทความทางวิชาการ/บทความวิจัย จำนวน 16 เรื่อง

ที่	ชื่อ-สกุล	ความเชี่ยวชาญ/ประสบการณ์
		3) งานสร้างสรรค์ จำนวน 5 เรื่อง 4) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 โครงการ 5) วิทยากรถ่ายทอดความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 9 โครงการ
3.	**ผศ. ดร. วุฒิพงษ์ โรจน์เขษมศรี** **วุฒิการศึกษา** ปริญญาเอก สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ **ตำแหน่งทางวิชาการ** ผู้ช่วยศาสตราจารย์	**ความเชี่ยวชาญ** - การวิจัยพัฒนาวัสดุท้องถิ่นและกระบวนการผลิตเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ - การพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน - การออกแบบผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุเหลือใช้ - การออกแบบตราสัญลักษณ์ ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ - งานแม่พิมพ์ และผลิตภัณฑ์จากโลหะกัดกรด (Etching) - วิทยากรถ่ายทอดความรู้/ที่ปรึกษา **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 42-48 โดยมีผลงาน ดังนี้ 1) งานวิจัย จำนวน 12 เรื่อง 2) บทความทางวิชาการ/บทความวิจัย จำนวน 15 เรื่อง 3) งานสร้างสรรค์ จำนวน 15 เรื่อง 4) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 9 โครงการ 5) วิทยากรถ่ายทอดความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 9 โครงการ
4.	**ผศ. ดร. ประทับใจ สุวรรณธาดา** **วุฒิการศึกษา** ปริญญาเอก สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ **ตำแหน่งทางวิชาการ** ผู้ช่วยศาสตราจารย์	**ความเชี่ยวชาญ** - การวิจัยเชิงคุณภาพด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน, - การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน, ผลิตภัณฑ์จักสานเส้นใยพืช, สิ่งทอ การย้อมสีธรรมชาติ และลวดลายบนผืนผ้า - การออกแบบงานกราฟิก ตราสัญลักษณ์ ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ - การถ่ายภาพ และเขียนหนังสือด้านวัฒนธรรมท้องถิ่น - วิทยากรถ่ายทอดความรู้/ที่ปรึกษา **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 49-68 โดยมีผลงาน ดังนี้ 1) งานวิจัย จำนวน 19 เรื่อง 2) บทความทางวิชาการ/บทความวิจัย จำนวน 11 เรื่อง (ระดับนานาชาติ 1 เรื่อง และระดับชาติ 10 เรื่อง)

ที่	ชื่อ-สกุล	ความเชี่ยวชาญ/ประสบการณ์
		3) หนังสือ จำนวน 10 เรื่อง 4) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 65 โครงการ 5) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ด้านศิลปวัฒนธรรม) จำนวน 28 โครงการ 6) วิทยากรถ่ายทอดความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 45 โครงการ 7) ผลงานด้านงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น จำนวน 4 ผลงาน
5.	**ผศ. ดร. ชุติมา เรืองอุตมานันท์** **วุฒิการศึกษา** ปริญญาเอก บริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต สาขาการตลาด DBA in Marketing, GPA 3.78 **ตำแหน่งทางวิชาการ** ผู้ช่วยศาสตราจารย์	**ความเชี่ยวชาญ** - การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชน - การตลาดธุรกิจแฟชั่น - การตลาดธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ - การตลาดเพื่อส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพการประกอบธุรกิจ - การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด - การวิเคราะห์สถานประกอบการและการพัฒนาสินค้าเข้าสู่ตลาดยุคใหม่ - การจัดทำ Market Survey, Market Test - วิทยากรถ่ายทอดความรู้/ที่ปรึกษา **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 69-75 โดยมีผลงาน ดังนี้ 1) งานวิจัย จำนวน 14 เรื่อง 2) บทความทางวิชาการ/บทความวิจัย จำนวน 6 เรื่อง 3) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 9 โครงการ 4) วิทยากรถ่ายทอดความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 23 โครงการ
6.	**ผศ. ดร. รัตนโชติ เทียนมงคล** **วุฒิการศึกษา** ปริญญาเอก Ph.D. (Communication Design) **ตำแหน่งทางวิชาการ** ผู้ช่วยศาสตราจารย์	**ความเชี่ยวชาญ** - การเลือกใช้วัสดุในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ - การออกแบบกราฟิกตามทิศทางยุคโลกาภิวัฒน์ - การพัฒนาแนวคิดเชิงนวัตกรรมสำหรับสื่อดิจิทัล - การผลิตสื่ออินโฟกราฟิก - การสรางสรรคสื่อโฆษณา - Graphic Design: Information Graphic (Infographics), Symbology, Signage and Way-Finding Systems, Corporate Identity Design, Digital Design, Multimedia, Experimental

ที่	ชื่อ-สกุล	ความเชี่ยวชาญ/ประสบการณ์
		Design, Typography and Packaging Design - New Media Industry: Foresight Theory, System Theory, Cybernetics, Marketing Research (Include: consumer behaviour, stakeholder, advertising and brand management), Portfolio in Design Management, Creative and Media Innovation - Research Area 1: Information Design, Human-Centred Design (HCD & UCD), Human - Computer Interaction (HCI), Ergonomics in Visual Design, Human Factor, Usability Design and Semiotics Thinking - Research Area 2: Communication Design in Community/Organization Development, Co- design, Democratic Design, Participatory and Collaborative Designs, Pragmatic Paradigm and Mixed-Methods **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 76-88 โดยมีผลงาน ดังนี้ 1) งานวิจัย จำนวน 18 เรื่อง 2) บทความทางวิชาการ/บทความวิจัย จำนวน 30 เรื่อง (ระดับนานาชาติ 22 เรื่อง และระดับชาติ 8 เรื่อง) ได้รับรางวัลทางวิชาการ จำนวน 3 เรื่อง 3) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 18 โครงการ 4) วิทยากรถ่ายทอดความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 25 โครงการ
7.	**ดร. ประสิทธิ์ พวงบุตร** **วุฒิการศึกษา** ปริญญาเอก สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ **ตำแหน่งทางวิชาการ** -ไม่มี-	**ความเชี่ยวชาญ** - การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน - การออกแบบตราสัญลักษณ์ ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ - วิทยากรถ่ายทอดความรู้/ที่ปรึกษา **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 89-91 โดยมีผลงาน ดังนี้ 1) งานวิจัย จำนวน 2 เรื่อง 2) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 โครงการ 3) วิทยากรถ่ายทอดความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 16 โครงการ

ตารางสรุปความเชี่ยวชาญ/ประสบการณ์
คณะทำงาน/ที่ปรึกษาเชิงลึก จากห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์
ระดับปริญญาโท จำนวน 5 คน

ที่	ชื่อ-สกุล	ความเชี่ยวชาญ/ประสบการณ์
1.	**นายเสกสันต์ ศรีสันต์** **วุฒิการศึกษา** ปริญญาโท สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ **ตำแหน่งทางวิชาการ** -ไม่มี-	**ความเชี่ยวชาญ** **-** การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม - การออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากพืชเส้นใย (กก ไหล ผือ คล้า ไม้ไผ่ หวาย เตยหนาม ผักตบชวา ฯลฯ) - การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน (เฟอร์นิเจอร์ สิ่งของเครื่องใช้ ของประดับตกแต่งภายในอาคาร และของที่ระลึก) **-** การออกแบบตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ - การออกแบบกราฟิกด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ - วิทยากรถ่ายทอดความรู้/ที่ปรึกษา **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 92-100 โดยมีผลงาน ดังนี้ 1) งานวิจัย จำนวน 3 เรื่อง 2) บทความทางวิชาการ/บทความวิจัย จำนวน 1 เรื่อง (ระดับชาติ) 3) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 49 โครงการ 4) วิทยากรถ่ายทอดความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และอื่นๆ จำนวน 21 โครงการ
2.	**นายปรีชา นวลนิ่ม** **วุฒิการศึกษา** กำลังศึกษาต่อระดับปริญญาเอก สาขาการวิจัยทางศิลปกรรม ศาสตร์ ปริญญาโท สาขาวิชาจิตรกรรม **ตำแหน่งทางวิชาการ** -ไม่มี-	**ความเชี่ยวชาญ** มีความเชี่ยวชาญด้านศิลปะจิตรกรรม ศิลปะประติมากรรม ศิลปะไทย ศิลปะสื่อประสม ศิลปะสมัยใหม่ และศิลปะร่วมสมัย นำมาประยุกต์ใช้กับ - การออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา/เซรามิก **-** การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์นวัตกรรม - การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน - วิทยากรถ่ายทอดความรู้/ที่ปรึกษา **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 101-104 โดยมีผลงาน ดังนี้ 1) งานวิจัย จำนวน 2 เรื่อง 2) การแสดงผลงานและการศึกษาดูงานวิจัย จำนวน 26 เรื่อง 3) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 6 โครงการ 4) เกียรติประวัติ จำนวน 7 รางวัล

ที่	ชื่อ-สกุล	ความเชี่ยวชาญ/ประสบการณ์
3.	**นายอภิเชษฐ์ ตีคลี** **วุฒิการศึกษา** กำลังศึกษาต่อระดับปริญญาเอก สาขาการวิจัยและสร้างสรรค์ทางศิลปกรรมศาสตร์ ปริญญาโท สาขาการวิจัยทางศิลปกรรมศาสตร์ **ตำแหน่งทางวิชาการ** -ไม่มี	**ความเชี่ยวชาญ** ด้านโปรแกรม 3D Studio Max, AutoCAD, Sketch Up, Adobe Ultra, Claymation Studio, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator ด้านวิชาการ วิจัย ศึกษาศิลปวัฒนธรรมเพื่อการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาและเครื่องเคลือบดินเผา ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องเรือน ออกแบบตกแต่งภายในอาคารออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 105-109 โดยมีผลงาน ดังนี้ 1) งานวิจัย จำนวน 9 เรื่อง 2) บทความทางวิชาการ/บทความวิจัย จำนวน 1 เรื่อง 3) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 โครงการ 4) วิทยากรถ่ายทอดความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 9 โครงการ
4.	**น.ส. สรัญญา ภักดีสุวรรณ** **วุฒิการศึกษา** ปริญญาโท สาขาวิชาสื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ **ตำแหน่งทางวิชาการ** -ไม่มี-	**ความเชี่ยวชาญ** สื่อศิลปะและการออกแบบสื่อ การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน การออกแบบและพัฒนาสิ่งทอและแฟชั่น การย้อมสีธรรมชาติ การออกแบบลวดลายผ้าทอมือ - การออกแบบตราสัญลักษณ์ ฉลากสินค้า และบรรจุภัณฑ์ - การออกแบบกราฟิกด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ - วิทยากรถ่ายทอดความรู้/ที่ปรึกษา **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 110-114 โดยมีผลงาน ดังนี้ 1) งานวิจัย จำนวน 1 เรื่อง 2) งานสร้างสรรค์ จำนวน 7 ผลงาน 3) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 9 โครงการ 4) วิทยากรถ่ายทอดความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 9 โครงการ

ที่	ชื่อ-สกุล	ความเชี่ยวชาญ/ประสบการณ์
5.	**นายอนุรักษ์ โคตรชมพู** **วุฒิการศึกษา** ปริญญาโท สาขาวิชาทัศนศิลป์ **ตำแหน่งทางวิชาการ** -ไม่มี-	**ความเชี่ยวชาญ** - การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก - การออกแบบตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ - การออกแบบกราฟิกด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ 3D Studio Max, AutoCAD, Sketch Up, Adobe Ultra, Claymation Studio, Adobe Photoshop, Adobe Illustrator **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 115-116 โดยมีผลงาน ดังนี้ 1) งานสร้างสรรค์ จำนวน 8 เรื่อง 2) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 โครงการ

ตารางสรุปความเชี่ยวชาญ/ประสบการณ์
คณะทำงาน/ที่ปรึกษาเชิงลึก จากห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์
ระดับปริญญาตรี และปริญญาโท จำนวน 4 คน

ที่	ชื่อ-สกุล	ความเชี่ยวชาญ/ประสบการณ์
1.	**นายธนวัฒน์ ฝอยจันทร์** **วุฒิการศึกษา** ปริญญาโท สาขาวิชาทัศนศิลป์และการออกแบบ ปริญญาตรี สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ **ตำแหน่งทางวิชาการ** -ไม่มี-	**ความเชี่ยวชาญ** - การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน - การออกแบบผลิตภัณฑ์โดยอาศัยอัตลักษณ์ท้องถิ่น - การออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก - ออกแบบกราฟลายผ้า - การออกแบบตราสัญลักษณ์ ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ - สามารถใช้งานโปรแกรม Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Adobe After effects, Adobe Premiere, Adobe Flash, Microsoft Office, Maya, Scala Designer, Google Sketch Up **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 117-121 โดยมีผลงาน ดังนี้ 1) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 36 โครงการ 2) ผลงานความภาคภูมิใจ จำนวน 2 รางวัล

ที่	ชื่อ-สกุล	ความเชี่ยวชาญ/ประสบการณ์
2.	**นายธนกร จันทะดวง** **วุฒิการศึกษา** กำลังศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาการวิจัยและสร้างสรรค์ศิลปกรรมศาสตร์ ปริญญาตรี สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ **ตำแหน่งทางวิชาการ** -ไม่มี-	**ความเชี่ยวชาญ** - การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน - การออกแบบแฟชั่นสิ่งทอ และทอผ้าทอพื้นเมือง เช่น เก็บขิด ยกดอก มัดหมี่ มัดย้อม - การย้อมสีธรรมชาติ - ออกแบบกราฟลายผ้า - การเย็บ/ปักมือ - การออกแบบตราสัญลักษณ์ และบรรจุภัณฑ์ - สามารถใช้งานโปรแกรม Microsoft Office, Adobe Illustrator, Adobe Photoshop, Autodesk AutoCAD, Autodesk 3D MAX **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 122-126 โดยมีผลงาน ดังนี้ 1) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 14 โครงการ 2) วิทยากรถ่ายทอดความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 15 โครงการ 3) ผลงานความภาคภูมิใจ จำนวน 2 ผลงาน
3.	**นางนภสร สิกขา** **วุฒิการศึกษา** ปริญญาตรี บริหารธุรกิจบัณฑิต; การบัญชี **ตำแหน่งทางวิชาการ** -ไม่มี-	**ความเชี่ยวชาญ** - ระบบบริหารจัดการฐานข้อมูล (Management Information System) - การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ - การเขียนโปรแกรมคอมพิวเตอร์ (Programming) - การออกแบบโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ - เคยเป็นเจ้าของกิจการร้านอาหาร ต้นจำปี - อาจารย์สอนแปรรูปตัดเย็บเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย กระเป๋า (เย็บจักร ปักมือ) **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 127-128 โดยมีผลงาน ดังนี้ 1) งานโครงการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 โครงการ 2) วิทยากรถ่ายทอดความรู้ด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 3 โครงการ

ที่	ชื่อ-สกุล	ความเชี่ยวชาญ/ประสบการณ์
4.	**นางสาวสิริยาภรณ์ สุขแสง** **วุฒิการศึกษา** ปริญญาตรี สาขาการจัดการ **ตำแหน่งทางวิชาการ** -ไม่มี-	**ความเชี่ยวชาญ** - สามารถใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ต่างๆ ได้ เช่น Microsoft Office (Microsoft Word, Microsoft Excel, Microsoft power point), Internet, Outlook **ประสบการณ์** รายละเอียดตามเอกสารหน้า 131

12. การออกแบบแนวคิดกิจกรรมและแผนการดำเนินงานกิจกรรม

ในการดำเนินงานแบ่งออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ

ส่วนที่ 1 กิจกรรม : การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน

ส่วนที่ 2 กิจกรรม : การแสดงและจำหน่ายสินค้า

ภาคผนวก ข

หนังสือราชการและเอกสารที่เกี่ยวข้อง

หนังสือขอความร่วมมือทางวิชาการ จาก หจก. โฟร์เอส ดีไซน์เซนเตอร์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
เลขรับ 2142
ลงวันที่ 19 ส.ค. 62
เวลา 9.11 น.

4S DESIGNCENTER

ที่ ฟอ 02/2562

ห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์
21 หมู่ที่ 3 ตำบลหนองไผ่
อำเภอเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ

วันที่ 14 สิงหาคม 2562

เรื่อง ขอทำความร่วมมือทางวิชาการ

เรียน คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

ด้วยห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์ (4S DESIGN CENTER) เป็นหน่วยงานซึ่งจดทะเบียนนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ณ สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท จังหวัดศรีสะเกษ เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0333560001690 เมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน 2560 มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่เลขที่ 21 หมู่ที่ 3 ตำบลหนองไผ่ อำเภอเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ 33000 ประกอบกิจการบริการออกแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ งานด้านกราฟิก งานสื่อโฆษณาและออกแบบตกแต่งสินค้า รวมทั้งรับจัดงานกิจกรรมต่างๆ ดำเนินงานโดยมี นายเสกสันต์ ศรีสันต์ ทำหน้าที่เป็นกรรมการ/หุ้นส่วนผู้จัดการ ห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์

ในการนี้ ห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์ ได้พิจารณาแล้วเห็นว่า คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นหน่วยงานที่มีบุคลากรที่มีความพร้อมด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และมีศูนย์วิจัยศิลปกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา (ARDC) ที่สอดคล้องกับลักษณะการดำเนินงานของห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์ ดังนั้น เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์ จึงมีความประสงค์ใคร่ขอทำความตกลงร่วมมือทางวิชาการ (MOU) กับคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในการดำเนินงานในโครงการ/กิจกรรมต่างๆ โดยห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์ ยินดีที่จะสนับสนุนงบประมาณในการพัฒนาการเรียนการสอนในหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ในสัดส่วนที่เหมาะสมตามข้อตกลงร่วมกัน และยินดีให้เป็นแหล่งเรียนรู้ประสบการณ์และฝึกงานของนิสิต รวมทั้งเป็นแหล่งแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกันในการพัฒนาวิชาการการทำวิจัยและพัฒนานวัตกรรมต่าง ๆ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

(นายเสกสันต์ ศรีสันต์)
กรรมการผู้จัดการ
ห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์

เรียน คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์
☐ เพื่อโปรดทราบ
☑ เพื่อโปรดพิจารณาและสั่งการ
☐ เห็นควรมอบ/แจ้ง.....
☐ อื่นๆ.....
.....

คำสั่งการ
☐ ทราบ ☐ ตามเสนอ ☐ อนุญาต ☐ อนุ
☑ อื่นๆ.....

(รองศาสตราจารย์ [illegible] ปะระบุล)
คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

ห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์
เลขที่ 21 หมู่ที่ 3 ตำบลหนองไผ่ อำเภอเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ 33000
โทร. 081-7090876, 043 – 754384 E-mail: seksanubu@hotmail.com

หนังสือขอความอนุเคราะห์บุคลากร และความร่วมมือทางวิชาการ จาก หจก. โฟร์เอส ดีไซน์เซนเตอร์

คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
เลขรับ 2672
ลงวันที่ 9 ก.ย. 62
เวลา 11.39 น.

4S DESIGNCENTER

ที่ ฟอ. 0010 /2562

ห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์
เลขที่ 21 หมู่ที่ 3 ตำบลหนองไผ่
อำเภอเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ 33000

9 กันยายน พ.ศ. 2562

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์บุคลากร และความร่วมมือทางวิชาการ

เรียน คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

ตามที่ห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์ (4S DESIGNCENTER) ซึ่งเป็นหน่วยงานนิติบุคคล ซึ่งจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลตามประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ ณ สำนักงานทะเบียนหุ้นส่วนบริษัท จังหวัดศรีสะเกษ เลขประจำตัวผู้เสียภาษี 0333560001690 ได้ขอความร่วมมือทางวิชาการตามหนังสือที่ ฟอ. 002 /2562 ลงวันที่ 14 สิงหาคม พ.ศ. 2562 และคณะฯได้มอบหมายให้ รศ.ดร. ศักดิ์ชาย สิกขา และหัวหน้าภาควิชาทัศนศิลป์ ในการพิจารณาดำเนินการ ซึ่งปัจจุบันอยู่ในช่วงจัดทำร่างข้อตกลงความร่วมมือทางวิชาการ(MOU)ระหว่างห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์ (4S DESIGNCENTER)กับคณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม ซึ่งจะนำเสนอเพื่อพิจารณาในลำดับต่อไป

ในระหว่างนี้ คณะกรรมการห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์ ได้รับโครงการยกระดับไหมและ OTOP สู่นครหม่อนไหมก้าวไกลสู่สากล กิจกรรมที่ 4.2 กิจกรรมย่อยการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้วยวิธีประกวดราคาอิเล็กทรอนิกส์ (e-bidding) ซึ่งมีการลงนามว่าจ้างในสัญญาเมื่อวันที่ 1 สิงหาคม พ.ศ. 2562 ตามหนังสือสัญญาเลขที่ 16/2562 กับสำนักงานพัฒนาการจังหวัดกาฬสินธุ์ ในวงเงิน 4,400,000 บาท (สี่ล้านสี่แสนบาท) วัตถุประสงค์ในการดำเนินงานคือ 1) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยกระบวนการวิจัยและนวัตกรรม 2) เพื่อส่งเสริมการยกระดับนวัตกรรมพัฒนาคุณภาพ การออกแบบไหมและOTOP 3) เพื่อสร้างงาน สร้างอาชีพ สร้างรายได้ ให้กับประชาชนในพื้นที่ให้มากขึ้น 4) เพื่อเสริมสร้างโอกาสและเพิ่มช่องทางการตลาดแก่ผู้ผลิตผู้ประกอบการไหมและ OTOP ทั้งนี้ มีกลุ่มเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 18 ผลิตภัณฑ์ ระยะเวลา 75 วัน ตั้งแต่วันที่ 1 สิงหาคม – 16 ตุลาคม พ.ศ. 2562 ในการนี้ เพื่อให้กำดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีคุณภาพ ทันต่อช่วงเวลาที่กำหนด ห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์ จึงมีความประสงค์ใคร่ขอความอนุเคราะห์บุคลากรจากหน่วยงานของท่าน ในส่วนของงานออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และศิลปะการแสดง สำหรับการดำเนินงานในครั้งนี้ด้วย ทั้งนี้ ห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์ ยินดีที่จะรับผิดชอบค่าใช้จ่ายค่าตอบแทนในการลงพื้นที่ และการดำเนินงานทั้งหมดของอาจารย์ที่ทำหน้าที่ที่ปรึกษาหรือจัดกิจกรรม และยินดีที่จะสนับสนุนทุนการศึกษาสำหรับนิสิต และงบประมาณสนับสนุนการศึกษาตามความเหมาะสม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

(นายเสกสันต์ ศรีสันต์)
หุ้นส่วนผู้จัดการห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์

ห้างหุ้นส่วนจำกัด โฟร์เอส ดีไซน์เซ็นเตอร์
เลขที่ 21 หมู่ที่ 3 ตำบลหนองไผ่ อำเภอเมืองศรีสะเกษ จังหวัดศรีสะเกษ 33000 โทร. 081-7090876, 043 – 754384

เรียน คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์
☐ เพื่อโปรดทราบ
☑ เพื่อโปรดพิจารณาและสั่งการ
☑ เห็นควรมอบ/แจ้ง รศ. ดร. ศักดิ์ชาย สิกขา ทราบ.
☐ อื่นๆ.....

(นางสาวอัญธิกา ตันปาน)
เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป

คำสั่งการ
☑ ทราบ ☑ ตามเสนอ ☑ อนุญาต ☐ อนุมัติ
☐ อื่นๆ.....

(รองศาสตราจารย์ ดร.ศุภชัย สิงห์ยะบุศย์)
คณบดีคณะศิลปกรรมศาสตร์

ผลการทดสอบคุณภาพผ้าย้อมสีธรรมชาติที่พัฒนาใหม่ ตามมาตรฐาน มอก. 121 กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัด เลขที่ 98 หมู่ที่ 5 ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์

THAILAND TEXTILE INSTITUTE
สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

Foundation for Industrial Development
Thailand Textile Institute / Textile Testing Center
Soi Trimit, Rama 4 Road, Phrakanong, Klong-toey, Bangkok 10110, THAILAND
Tel: (66) 2713 5492-9 Fax: (66) 2712 4527 www.thaitextile.org

F-017T Rev.17, 1 เม.ย. 57, 1/1

NSC – TISI – TIS 17025
TESTING 0110

รายงานผลการทดสอบ

ผู้ขอรับบริการ :	กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัด บ้านนิคมหนองบัว	หมายเลขรายงานผล :	R 0005/63
	เลขที่ 98 หมู่ที่ 5 ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง	หมายเลขใบคำขอทดสอบ :	-
	จังหวัดกาฬสินธุ์	วันที่ออกรายงาน :	29/10/62
วันที่รับตัวอย่าง :	22/10/62	หน้า :	1/2
วันที่ทดสอบ :	22/10/62-29/10/62		
หมายเลขตัวอย่าง	ชื่อ/รายละเอียดตัวอย่าง (ตามที่ผู้ขอรับบริการระบุ)		
R 0005-1/63	ผ้ามัดหมี่ลายขิด		

	R 0005-1/63
ความคงทนของสีต่อแสง: ทดสอบตามมาตรฐาน มอก.121 เล่ม 2 : 2552	
สีเปลี่ยนจากเดิม (ระดับ)	3-4

หมายเหตุ: - เครื่องทดสอบ : ATLAS XENON ARC WEATHER-OMETER MODEL Ci 3000+
- อัตราความคงทนของสีต่อแสงจะมีค่าจากระดับ 1 (มีความคงทนต่ำสุด) ถึง ระดับ 8 (มีความคงทนสูงสุด)

ความคงทนของสีต่อการซัก : ทดสอบตามมาตรฐาน มอก.121 เล่ม 3: 2552 วิธีที่ A(1) (40°C, 30 นาที)	
สีเปลี่ยนจากเดิม (ระดับ)	3
สีตกติดผ้าขาว (ระดับ)	
- ACETATE	4
- COTTON	4
- NYLON	4-5
- POLYESTER	4-5
- ACRYLIC	4-5
- WOOL	4-5

ผู้อนุมัติ

พรพิมล เงาแสงธรรม

(นางสาวพรพิมล เงาแสงธรรม)
(นักวิทยาศาสตร์)

180545

"การปลอมรายงานผลการทดสอบ ไม่ว่าจะเป็นการปลอมทั้งฉบับหรือแต่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือใช้รายงานผลการทดสอบปลอม เป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา"

This test report refers to the submitted sample(s) for testing/examining/analyzing only. It is not certified for the advertisement or reference of the products/ goods. The total or the part of this report may not be reproduced without the written approval from Textile Testing Center, Thailand Textile Institute.

ผลการทดสอบคุณภาพผ้าย้อมสีธรรมชาติที่พัฒนาใหม่ ตามมาตรฐาน มอก. 121 กลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ เลขที่ 21 หมู่ที่ 11 ตำบลหนองกุงศรี อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์

THAILAND TEXTILE INSTITUTE
สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

Foundation for Industrial Development
Thailand Textile Institute / Textile Testing Center
Soi Trimit, Rama 4 Road, Phrakanong, Klong-toey, Bangkok 10110, THAILAND.
Tel: (66) 2713 5492-9 Fax: (66) 2712 4527 www.thaitextile.org

F-017T Rev.17, 1 เม.ย. 57, 1/1

NSC – TISI – TIS 17025
TESTING 0110

รายงานผลการทดสอบ

ผู้ขอรับบริการ :	กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่	หมายเลขรายงานผล :	R 0006/63
	เลขที่ 21 หมู่ที่ 11 บ้านคำไฮ ตำบลหนองกุงศรี	หมายเลขใบคำขอทดสอบ :	-
	อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์	วันที่ออกรายงาน :	29/10/62
วันที่รับตัวอย่าง :	22/10/62	หน้า :	1/2
วันที่ทดสอบ :	22/10/62-29/10/62		
หมายเลขตัวอย่าง	ชื่อ/รายละเอียดตัวอย่าง (ตามที่ผู้ขอรับบริการระบุ)		
R 0006-1/63	ผ้ามัดหมี่คั่นขิด ย้อมสีธรรมชาติ		

	R 0006-1/63
ความคงทนของสีต่อแสง: ทดสอบตามมาตรฐาน มอก.121 เล่ม 2: 2552	
สีเปลี่ยนจากเดิม (ระดับ)	3-4

หมายเหตุ: - เครื่องทดสอบ : ATLAS XENON ARC WEATHER-OMETER MODEL Ci 3000+
- อัตราความคงทนของสีต่อแสงจะมีค่าจากระดับ 1 (มีความคงทนต่ำสุด) ถึง ระดับ 8 (มีความคงทนสูงสุด)

ความคงทนของสีต่อการซัก : ทดสอบตามมาตรฐาน มอก.121 เล่ม 3: 2552 วิธีที่ A(1) (40°C, 30 นาที)	
สีเปลี่ยนจากเดิม (ระดับ)	4
สีตกติดผ้าขาว (ระดับ)	
- ACETATE	4-5
- COTTON	3-4
- NYLON	4-5
- POLYESTER	4-5
- ACRYLIC	4-5
- WOOL	4-5

ผู้อนุมัติ

พรพิมล เงาแสงธรรม

(นางสาวพรพิมล เงาแสงธรรม)
(นักวิทยาศาสตร์)

180596

"การปลอมรายงานผลการทดสอบ ไม่ว่าจะเป็นการปลอมทั้งฉบับหรือแต่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือใช้รายงานผลการทดสอบปลอม เป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา"

This test report refers to the submitted sample(s) for testing/examining/analyzing only. It is not certified for the advertisement or reference of the products/ goods. The total or the part of this report may not be reproduced without the written approval from Textile Testing Center, Thailand Textile Institute.

การแปรค่าจากผลการทดสอบคุณภาพผ้าย้อมสีธรรมชาติ ตามมาตรฐาน มอก. 121

THAILAND TEXTILE INSTITUTE
สถาบันพัฒนาอุตสาหกรรมสิ่งทอ

Foundation for Industrial Development
Thailand Textile Institute / Textile Testing Center
Soi Trimit, Rama 4 Road, Phrakanong, Klong-toey, Bangkok 10110, THAILAND
Tel: (66) 2713 5492-9 Fax: (66) 2712 4527 www.thaitextile.org

F-017T Rev.17, 1 เม.ย. 57, 1/1

NSC – TISI – TIS 17025
TESTING 0110

รายงานผลการทดสอบ

หมายเลขรายงานผล :	R 0006/63
หมายเลขใบคำขอทดสอบ :	-
วันที่ออกรายงาน :	29/10/62
หน้า :	2/2

หมายเหตุ :

- น้ำสบู่ที่ใช้ : สบู่มาตรฐานความเข้มข้น 5 กรัม / ลิตร
- สีเปลี่ยนจากเดิม

ระดับ	5	หมายถึง ไม่มีการเปลี่ยนแปลงของสี
	4	หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงเล็กน้อย
	3	หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงพอสังเกตได้
	2	หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงค่อนข้างมาก
	1	หมายถึง สีเปลี่ยนแปลงมาก

- สีตกติด

ระดับ	5	หมายถึง ไม่มีการตกติดของสี
	4	หมายถึง สีตกติดเล็กน้อย
	3	หมายถึง สีตกติดพอสังเกตได้
	2	หมายถึง สีตกติดค่อนข้างมาก
	1	หมายถึง สีตกติดมาก

****

180595

"การปลอมรายงานผลการทดสอบ ไม่ว่าจะเป็นการปลอมทั้งฉบับหรือแต่ส่วนหนึ่งส่วนใด หรือใช้รายงานผลการทดสอบปลอม เป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา"

This test report refers to the submitted sample(s) for testing/examining/analyzing only. It is not certified for the advertisement or reference of the products/ goods. The total or the part of this report may not be reproduced without the written approval from Textile Testing Center, Thailand Textile Institute.

ภาคผนวก ค

ผลงานการออกแบบและพัฒนา
โลโก้ และบรรจุภัณฑ์หรือแท็ก ฉลากสินค้า สติ๊กเกอร์ ริบบิ้น

1	**สหกรณ์ศูนย์ศิลปาชีพทอผ้าไหมแพรวาบ้านโพน** เลขที่ 173/1 หมู่ 5 บ้านโพน ตำบลโพน อำเภอคำม่วง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 083-3383956



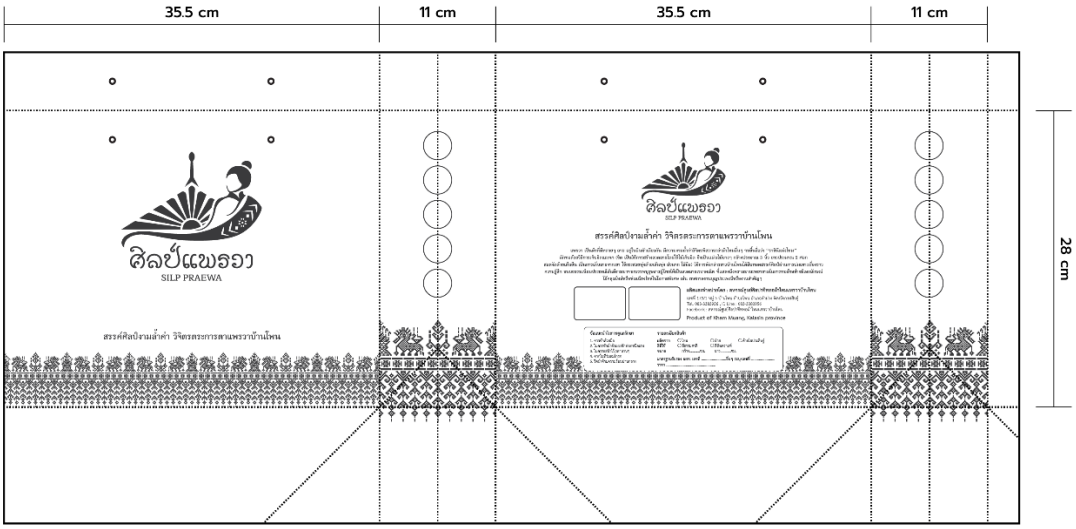
Sketch design

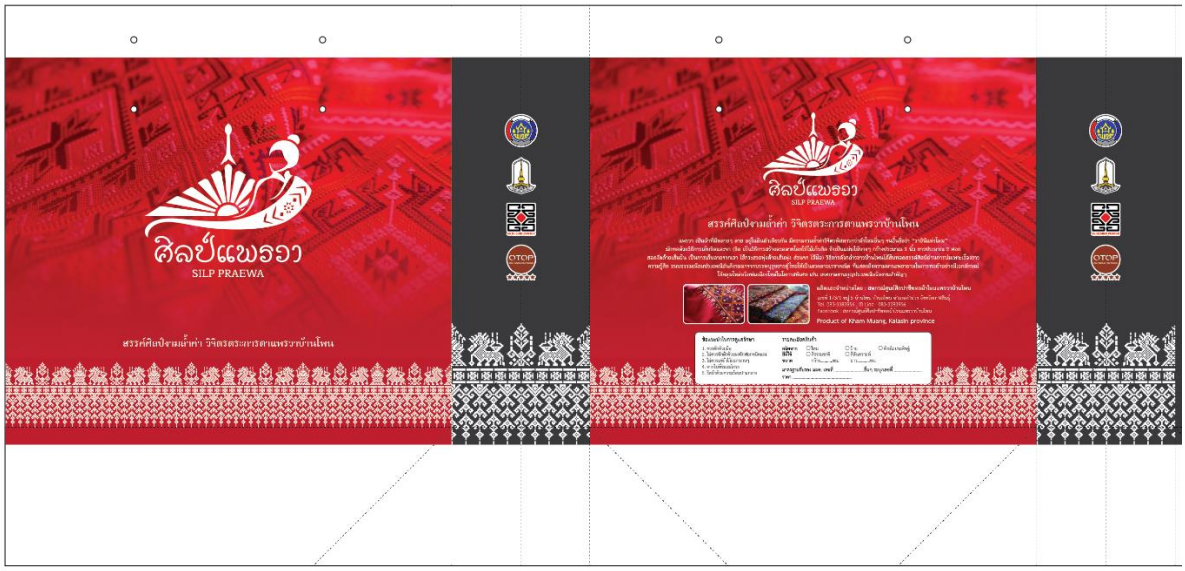


ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)

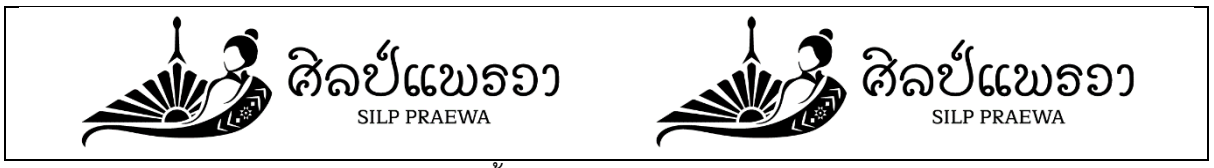


ป้ายแขวน (แท็ก) ขนาด 5.5 X 9.5 cm.





ถุงกระดาษ ขนาด 35.5 X 28 X 11 cm.



ริบบิ้น ขนาด กว้าง 2.5 cm.

2	**กลุ่มผ้าไหมมัดหมี่** เลขที่ 21 หมู่ 11 บ้านคำไฮ ตำบลหนองกุงศรี อำเภอหนองกุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 088-3371721



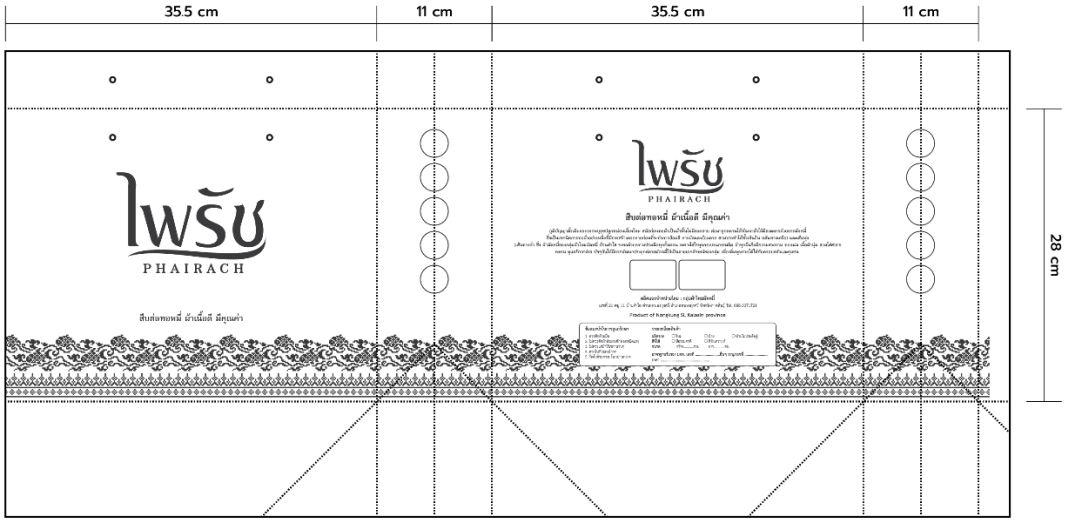
Sketch design



ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)



ป้ายแขวน (แท็ก) ขนาด 5.5 X 9.5 cm.



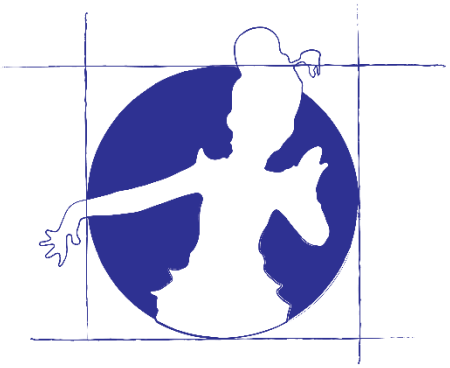
ถุงกระดาษ ขนาด 35.5 X 28 X 11 cm.





ริบบิ้น ริบบิ้น ขนาด กว้าง 2.5 cm.

3	**กลุ่มแปรรูปผ้าบ้านกุดครอง** เลขที่ 79 หมู่ 8 บ้านกุดครอง ตำบลดอนจาน อำเภอดอนจาน จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 063-1124939



Sketch design



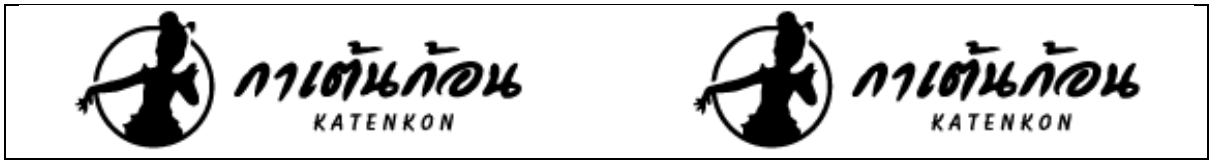
ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)



ป้ายแขวน (แท็ก) ขนาด 5.5 X 9.5 cm.



สติ๊กเกอร์ ขนาด 5.5 X 15 cm.



ริบบิ้น สำหรับเย็บติดสายรัดร่ม ขนาดกว้าง 1.5 cm.

4	**กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านดงน้อย หมู่ 3** เลขที่ 60 หมู่ 3 บ้านดงน้อย ตำบลห้วยโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 065-0359602, 096-7636690



Sketch design



ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)



แผ่นคาดผ้า ขนาด 8 X 30 cm.



สติ๊กเกอร์ เส้นผ่าศูนย์กลาง 4 cm.



ริบบิ้น ขนาด กว้าง 2.5 cm.

5	**กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านนาค้อ** ศาลาประจำบ้าน หมู่ที่ 5 บ้านนาค้อ ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 098-8427578



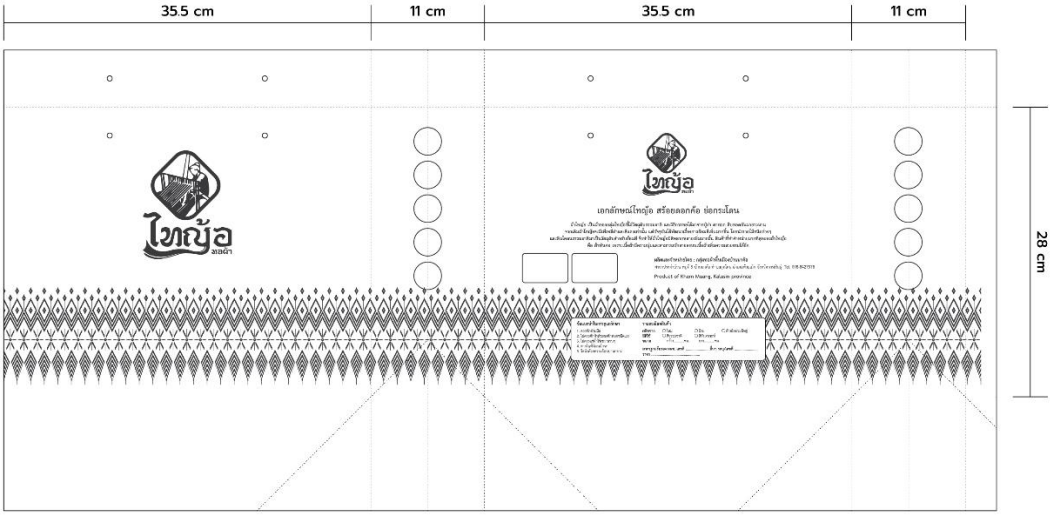
Sketch design

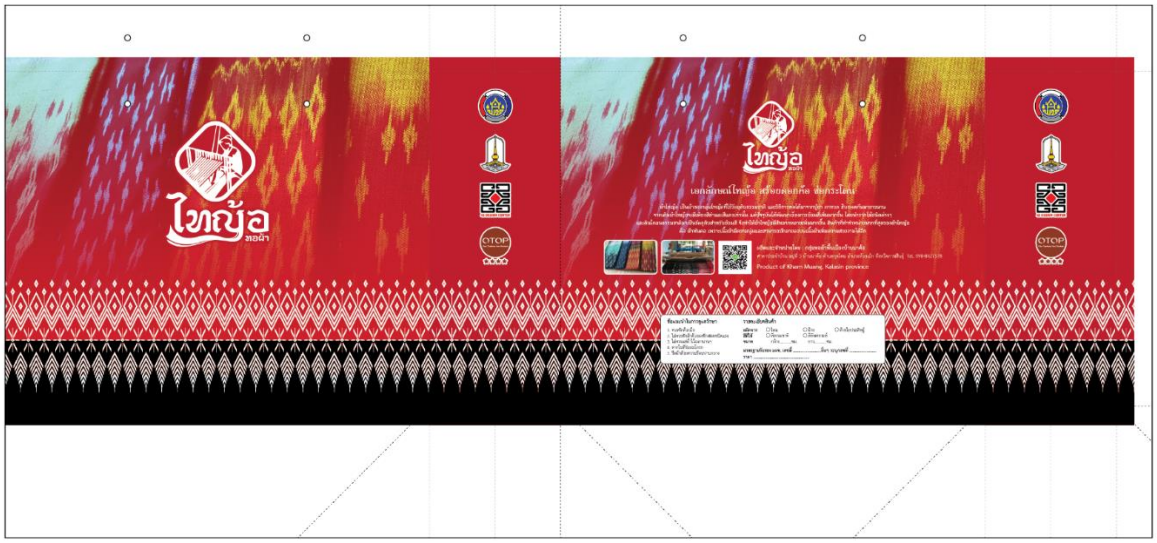


ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)



ป้ายแขวน (แท็ก) ขนาด 5.5 X 9.5 cm.





ถุงกระดาษ ขนาด 35.5 X 28 X 11 cm.



ริบบิ้น ขนาด กว้าง 2.5 cm.

6	**กลุ่มทอผ้าพื้นลายขัดบ้านนิคมหนองบัว** เลขที่ 98 หมู่ที่ 5 บ้านนิคมหนองบัว ตำบลหนองอีบุตร อำเภอห้วยผึ้ง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 095-1683269, 095-1683269, 083-4956319, 086-3144573



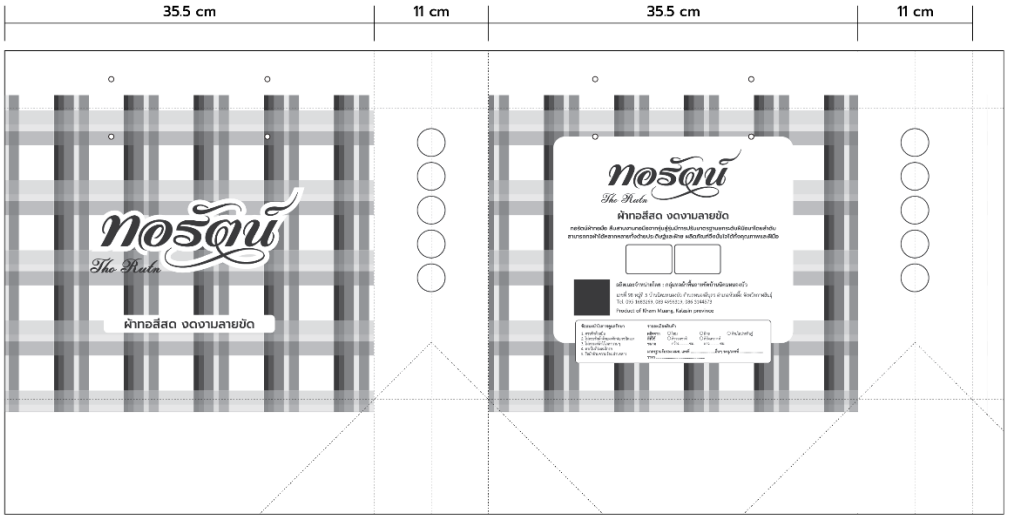
Sketch design



ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)



ป้ายแขวน (แท็ก) ขนาด 5.5 X 9.5 cm.



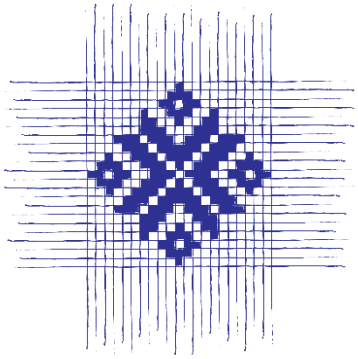


ถุงกระดาษ ขนาด 35.5 X 28 X 11 cm.



ริบบิ้น ขนาด กว้าง 2.5 cm.

7	**กลุ่มจักสานบ้านหนองห้าง** เลขที่ 3 หมู่ที่ 3 บ้านหนองสระพัง ตำบลหนองห้าง อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 092-7190400



Sketch design



ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)



ป้ายแขวน (แท็ก) ขนาด 5.5 X 9.5 cm.

8	**กลุ่มทอเสื่อกกและแปรรูปกกบ้านหนองบัว** หมู่ที่ 9 บ้านหนองบัว ตำบลเจ้าท่า อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 087-4037888



Sketch design



ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)

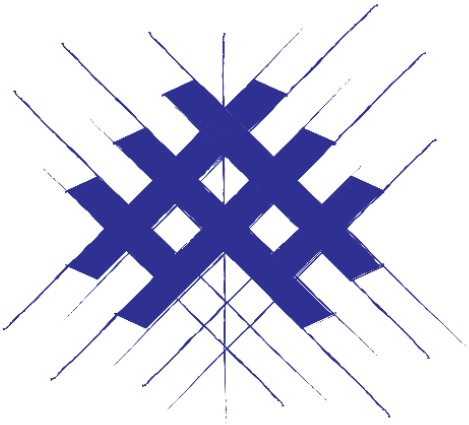


ป้ายแขวน (แท็ก) ขนาด 5.5 X 9.5 cm.



ริบบิ้น ขนาด กว้าง 2.5 cm.

9	**กลุ่มจักสานไม้ไผ่ไร่** หมู่ที่ 16 บ้านหนองตากไห ตำบลสงเปลือย อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 085-7558253



Sketch design

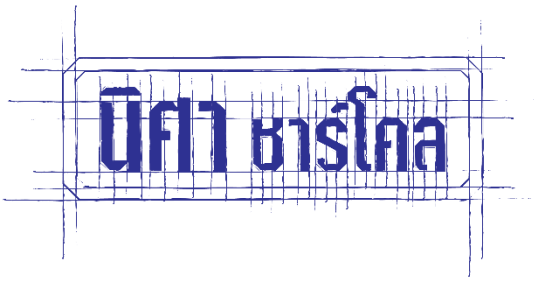


ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)



ป้ายแขวน (แท็ก) เส้นผ่าศูนย์กลาง 7 cm.

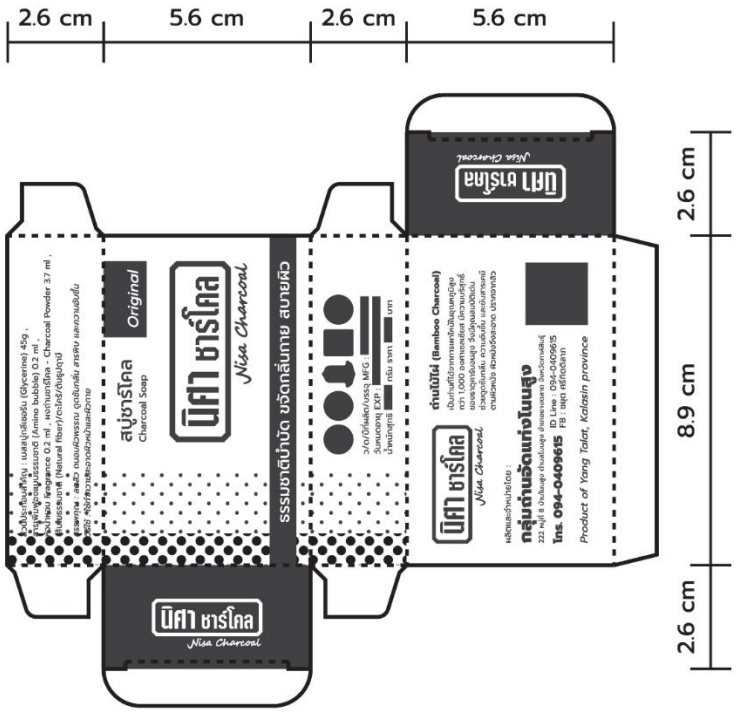
10	**กลุ่มถ่านอัดแท่งโนนสูง** เลขที่ 222 หมู่ที่ 8 บ้านโนนสูง ตำบลโนนสูง อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 094-0409615

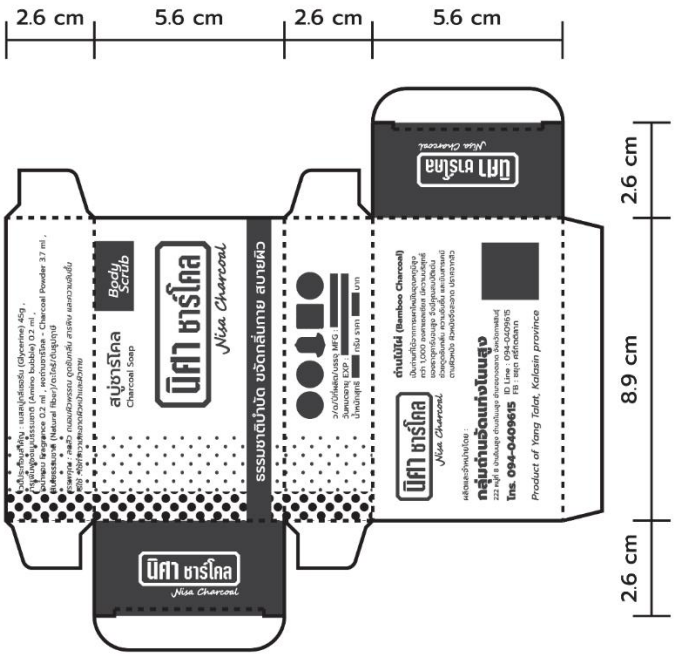


Sketch design



ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)







สติ๊กเกอร์ ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 3 cm.

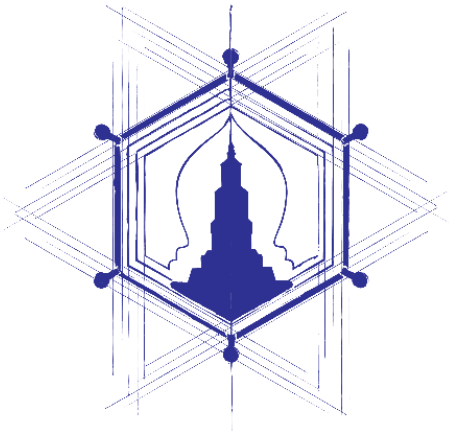


กล่องสบู่ กว้าง 5.3 cm X ยาว 8.6 cm x สูง 2.3 cm



กล่องสบู่ กว้าง 5.3 cm X ยาว 8.6 cm x สูง 2.3 cm

11	**กลุ่มชุมชนท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมบ้านเสมา** เลขที่ 106 หมู่ที่ 7 บ้านเสมา ตำบลหนองแปน อำเภอกมลาไสย จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 098-1052445, 062-1957668



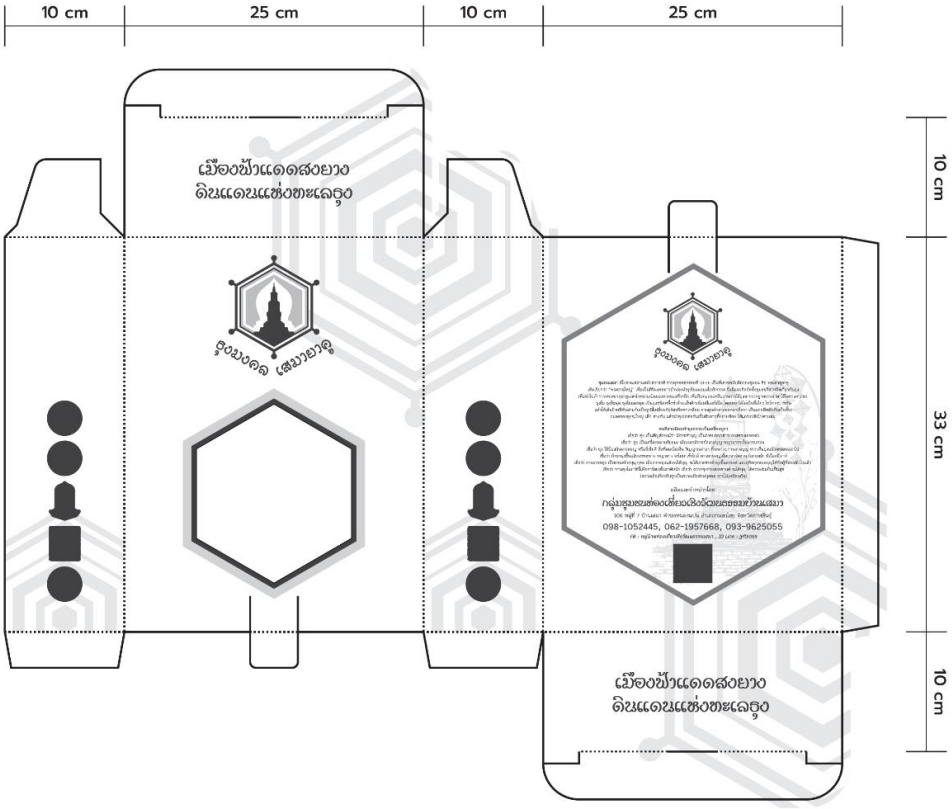
Sketch design



ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)



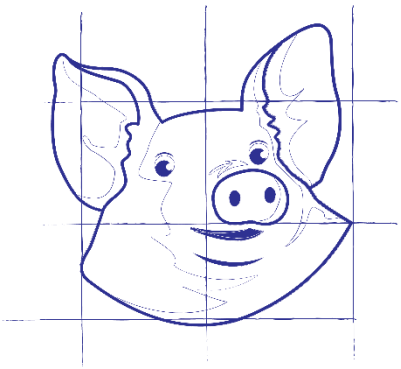
สติ๊กเกอร์ ขนาด 4 cm.





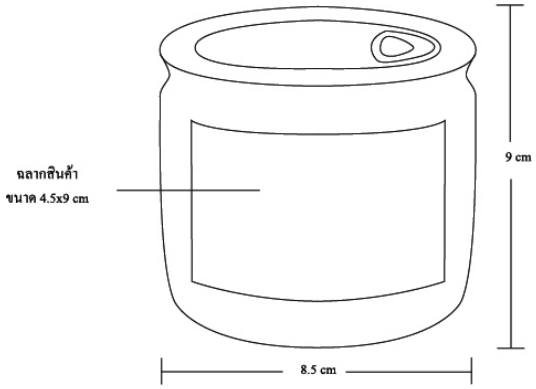
กล่อง ขนาด 33 cm. x 25 cm. x 10 cm.

12	**กลุ่มแม่บ้านแปรรูปเนื้อสัตว์บ้านนาจารย์** เลขที่ 89 หมู่ที่ 2 เทศบาลตำบลนาจารย์ อำเภอเมือง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 087-2158459, 080-0332622

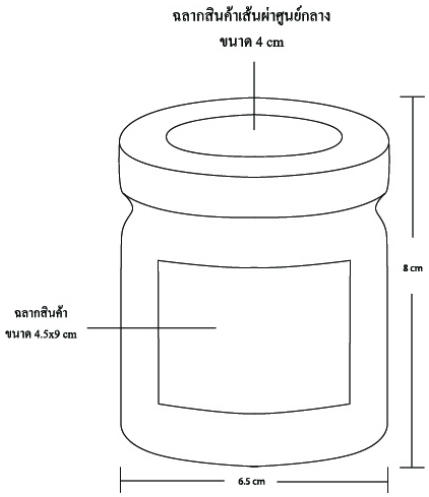


Sketch design

ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)



กระปุกฝาปั้ม ขนาด 8.5x9 cm.



กระปุกฝาเกลียว (สีขาว) ขนาด 6.5x8 cm.



สติ๊กเกอร์ (ติดฝากระปุก) เส้นผ่าศูนย์กลาง 4 cm.

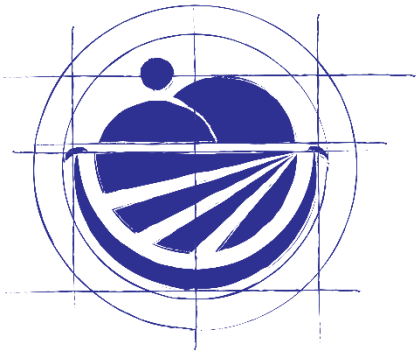


สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (หมูทุบทรงเครื่อง) ขนาด 4.5 X 9 cm.



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (หมูเค็มทรงเครื่อง) ขนาด 4.5 X 9 cm.

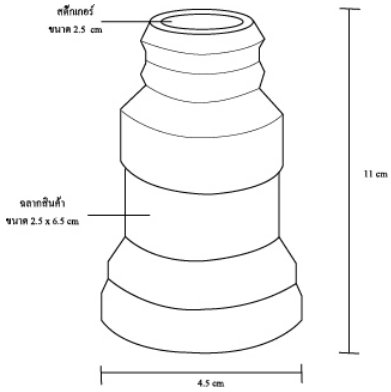
13	**วิสาหกิจชุมชนปลูกข้าวเหนียวเขาวงตำบลหนองผือ** เลขที่ 91/1 หมู่ที่ 1 บ้านหนองผือ ตำบลหนองผือ อำเภอเขาวง จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 092-9874111



Sketch design



ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)



ขวดพลาสติก

ขนาด 4.5x11 cm.



สติ๊กเกอร์ (น้ำจมูกข้าวกล้อง)

เขาวง **Original**

ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 2.5 cm.



สติ๊กเกอร์ (น้ำจมูกข้าวกล้อง)

เขาวง **ใบเตย**

ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 2.5 cm.



สติ๊กเกอร์ (น้ำจมูกข้าวกล้อง)

เขาวง **ขนุน**

ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 2.5 cm.



สติ๊กเกอร์ (น้ำจมูกข้าวกล้อง)

เขาวง **มัลเบอรี่** ขนาด

เส้นผ่าศูนย์กลาง 2.5 cm.



สติ๊กเกอร์ (น้ำจมูกข้าวก่ำ)

เขาวง **Original**

ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 2.5 cm.



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (น้ำจมูกข้าวกล้อง) เขาวง **Original** ขนาด 2.5 cm. x 6.5 cm.



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (น้ำจมูกข้าวกล้อง) เขาวง **ใบเตย** ขนาด 2.5 cm. x 6.5 cm.



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (น้ำจมูกข้าวกล้อง) เขาวง **ขนุน** ขนาด 2.5 cm. x 6.5 cm.



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (น้ำจมูกข้าวกล้อง) เขาวง **มัลเบอรี่** ขนาด 2.5 cm. x 6.5 cm.



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (น้ำจมูกข้าวกล่ำ) เขาวง **Original** ขนาด 2.5 cm. x 6.5 cm.

14	**กลุ่มเกษตรอินทรีย์ชาวนาบ้านนอก** เลขที่ 262 หมู่ที่ 9 บ้านท่างาม ตำบลอุ่มเม่า อำเภอยางตลาด จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 086-2256229, 087-4436007



Sketch design



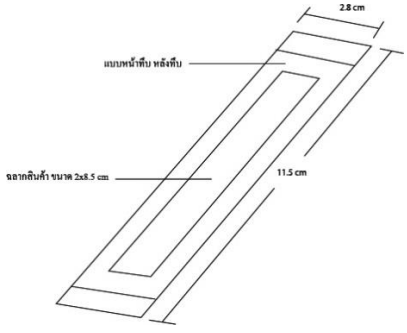
ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)



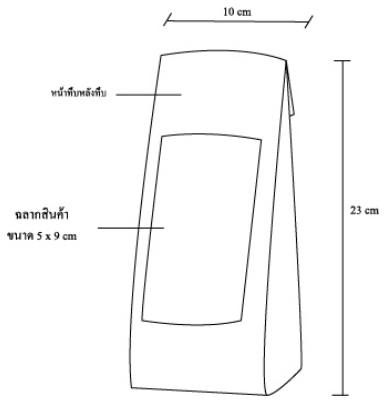
ตราสัญลักษณ์ (โลโก้) เดิม



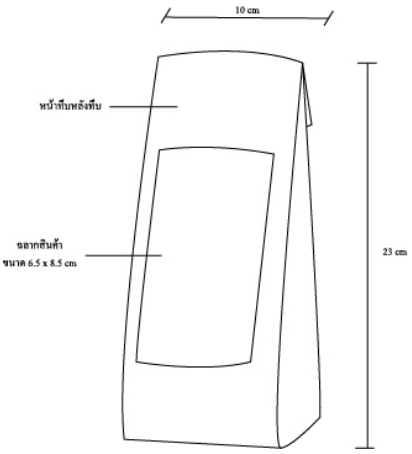
สติ๊กเกอร์ เส้นผ่าศูนย์กลาง 5 cm.



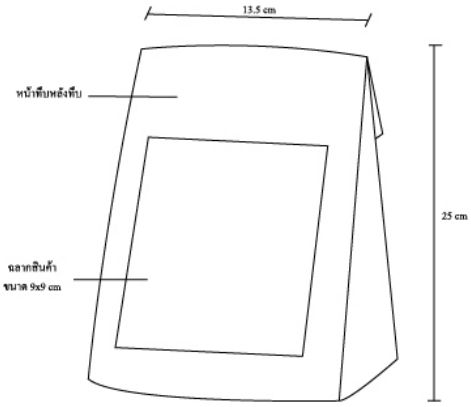
แบบซอง ขนาดบรรจุ 20 g (ผงจมูกข้าวน้ำนม)



แบบซอง ขนาดบรรจุ 200 g (ผงจมูกข้าวน้ำนม)



แบบซอง ขนาดบรรจุ 250 g (ข้าว)



แบบซอง ขนาดบรรจุ 500 g (ข้าว)



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (ผงจมูกข้าวน้ำนมเขียวกาฬสินธุ์ Original)
แบบซอง 2x8.5 cm ขนาดบรรจุ 20 g



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (ผงจมูกข้าวน้ำนมไรซ์เบอรี่ Original)
แบบซอง 2x8.5 cm ขนาดบรรจุ 20 g



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (ผงจมูกข้าวน้ำนมเขียวกาฬสินธุ์ ธัญพืช)
แบบซอง 2x8.5 cm ขนาดบรรจุ 20 g



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (ผงจมูกข้าวน้ำนมไรซ์เบอรี่ ธัญพืช)
แบบซอง 2x8.5 cm ขนาดบรรจุ 20 g



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (ผงจมูกข้าวน้ำนมเขียวกาฬสินธุ์ + ไรซ์เบอรี่ ธัญพืช)
แบบซอง 2x8.5 cm ขนาดบรรจุ 20 g



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า
(ผงจมูกข้าวน้ำนมเขียวกาฬสินธุ์ Original)
แบบซอง 5x9 cm ขนาดบรรจุ 200 g



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า
(ผงจมูกข้าวน้ำนมไรซ์เบอรี่ Original)
แบบซอง 5x9 cm ขนาดบรรจุ 200 g



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า
(ผงจมูกข้าวน้ำนมเขียวกาฬสินธุ์ ธัญพืช)
แบบซอง 5x9 cm ขนาดบรรจุ 200 g



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า
(ผงจมูกข้าวน้ำนมไรซ์เบอรี่ ธัญพืช)
แบบซอง 5x9 cm ขนาดบรรจุ 200 g



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า
(ผงจมูกข้าวน้ำนมเขียวกาฬสินธุ์ ไรซ์เบอรี่ ธัญพืช)
แบบซอง 5x9 cm ขนาดบรรจุ 200 g



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (ข้าวน้ำนมเขียวกาฬสินธุ์)



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (ข้าวน้ำนมไรซ์เบอรี่)

แบบซอง 6.5x8.5 ขนาดบรรจุ 250 g



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (ข้าวน้ำนมเขียวกาฬสินธุ์)

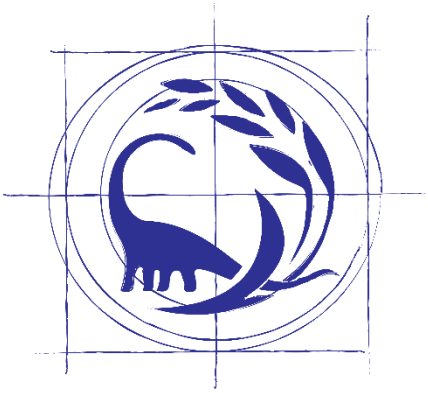
แบบซอง 9x9 cm ขนาดบรรจุ 500 g



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (ข้าวน้ำนมไรซ์เบอรี่)

แบบซอง 9x9 cm ขนาดบรรจุ 500 g

15	**กลุ่มวิสาหกิจชุมชนข้าวงอกฮางกล้อง** เลขที่ 122 หมู่ที่ 1 บ้านจาน ตำบลโนนนาจารย์ อำเภอนาคู จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 099-7032169

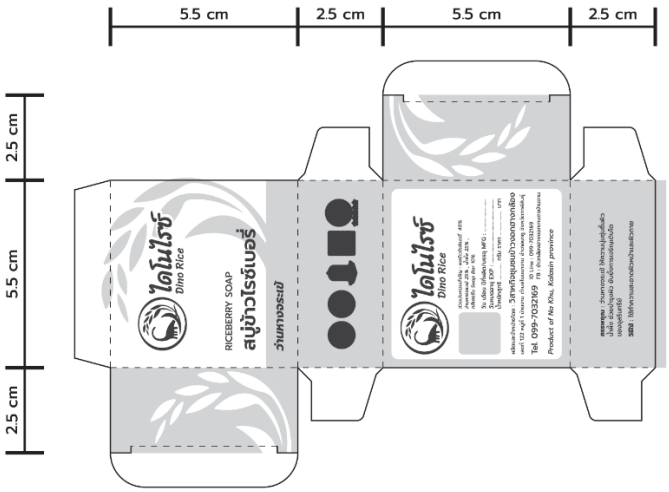


Sketch design

ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)



สติ๊กเกอร์ ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 2.5 cm.





ไดโนไรซ์ (ว่านหางจระเข้) - กล่องสบู่ 5.1 cm X ยาว 5.1 cm x สูง 2.1 cm-02



ไดโนไรซ์ (Original) - กล่องสบู่ 5.1 cm X ยาว 5.1 cm x สูง 2.1 cm-01

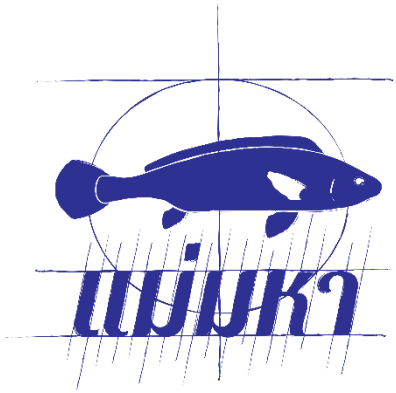


ไดโนไรซ์ (มะนาว) - กล่องสบู่ 5.1 cm X ยาว 5.1 cm x สูง 2.1 cm-03



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (ข้าวเกรียบ ใบเตย) ขนาด 8 cm. X 9 cm.

16	**กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP แจ่วบองแม่มหา** เลขที่ 2 หมู่ที่ 4 บ้านยางอุ้ม ตำบลท่าคันโท อำเภอท่าคันโท จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 082-2015049, 082-2015049

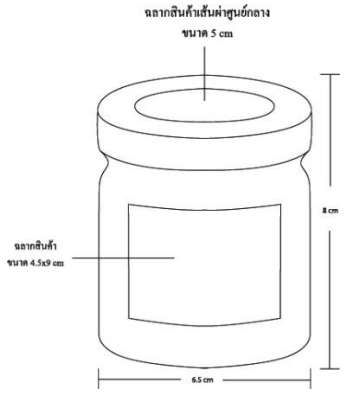




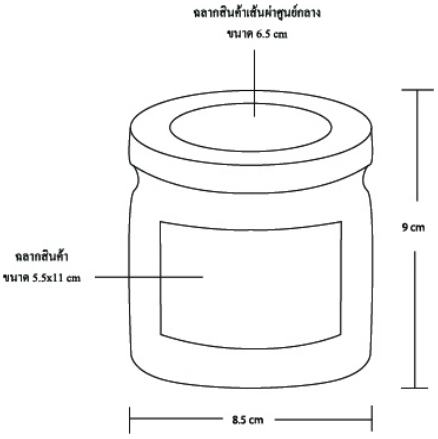
Sketch design



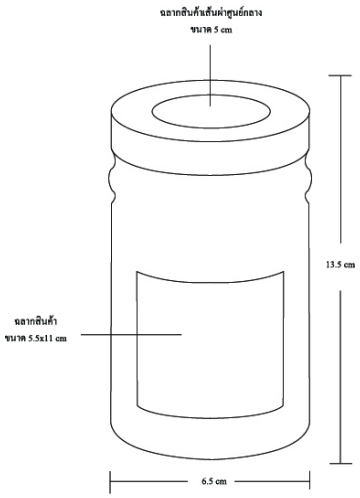
ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)



กระปุกเล็ก



กระปุกกลาง



กระปุกใหญ่





สติ๊กเกอร์ ขนาดเส้นผ่าศูนย์กลาง 5 cm.

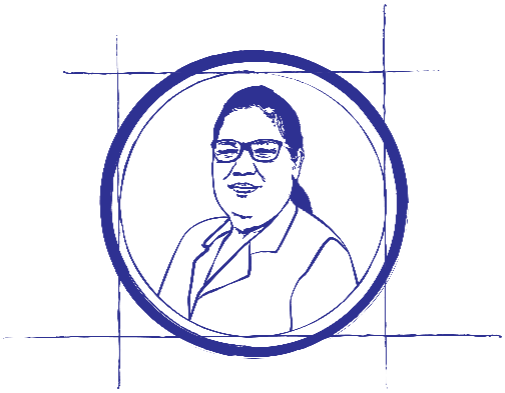


สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (ปลาร้าน้ำพริกเผา) ขนาด 4.5 X 9 cm. และขนาด 5.5 X 11 cm



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (ดั่วกลิ้งปลาย่าง) ขนาด 4.5 X 9 cm. และขนาด 5.5 X 11 cm

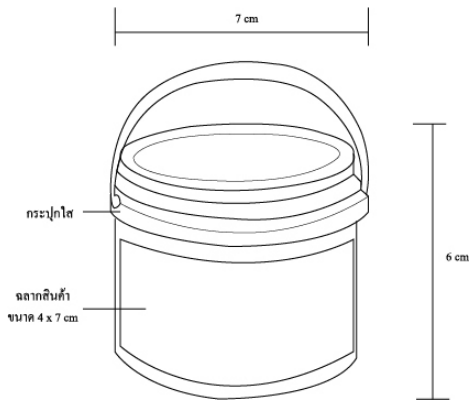
17	**กลุ่มปลาร้าบองแม่บุญร่วม** หมู่ที่ 8 บ้านมิตรหนองเรือง ตำบลกุดโดน อำเภอห้วยเม็ก จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 095-2481560



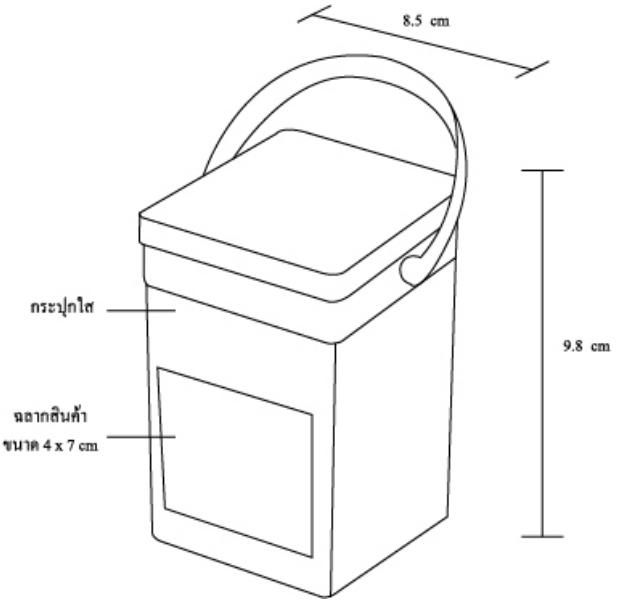
Sketch design



ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)



กระปุกเล็ก



กระปุกใหญ่

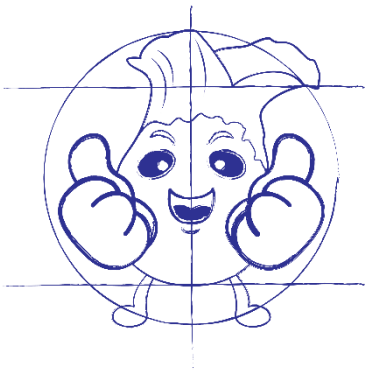


สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (ปลาร้าคั่วกลิ้ง สมุนไพร ไขมันต่ำ) ขนาด 4 X 7 cm.



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (ปลาร้าคั่วกลิ้ง หมูเจียว) ขนาด 4 X 7 cm.

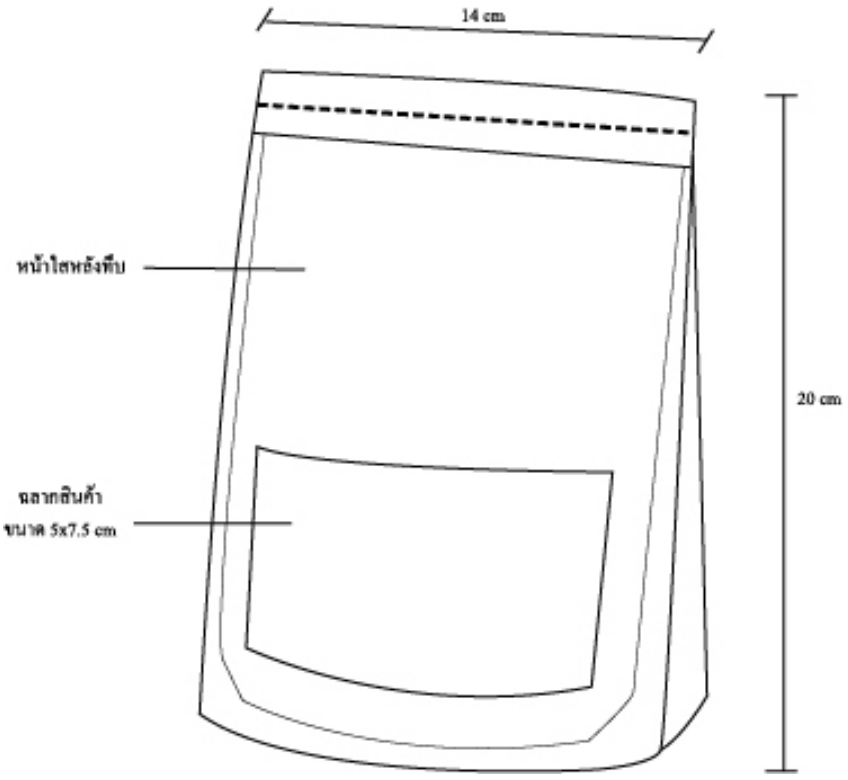
18	**สหกรณ์การเกษตรก้าวแสน จำกัด** เลขที่ 116 หมู่ที่ 5 บ้านหนองริวหนัง ตำบลลำหนองแสน อำเภอหนองกรุงศรี จังหวัดกาฬสินธุ์ Tel. 064-2747116



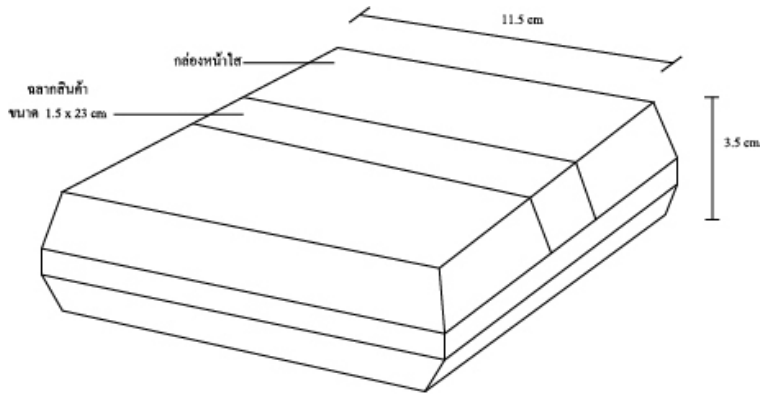
Sketch design



ตราสัญลักษณ์ (โลโก้)



ซองฟรอย หน้าใสหลังทึบ ขนาด 14X20 cm.



กล่องขนม แบบ 4 ช่อง หน้าใส ขนาด 11.5X11.5 cm.



สติ๊กเกอร์ฉลากสินค้า (ขนมปังกรอบมัลเบอรี่) ขนาด 5 X 7.5 cm.



สติ๊กเกอร์แบบแถบคาดกล่อง (ทาร์ตมัลเบอรี่) ขนาดกว้าง 1.5 cm