

.....
การพัฒนาผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานพพระทรายงาม ตำบลพพระ อำเภอพพระ
จังหวัดตาก

The Productivity and Identities Development of the Phob Phra Sai-ngam Basketry,
Phop Phra Subdistrict, Phop Phra District, Tak Province

ปณณา ทรวงอิทธิสุข และ วันสนันท์ ศิริรัตน์*

Punnada Songittisuk and Vanusanun Siriratana*

รัฐประศาสนศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

Public Administration, Kamphaeng Phet Rajabhat University Maesot

E-mail : basnik11@hotmail.com; ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-0676-3450>

*Corresponding author E-mail : vanusanun_s@kpru.ac.th, ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0003-1866-182X>

Received 03/07/2022

Revised 09/07/2022

Accepted 14/07/2022

บทคัดย่อ

การพัฒนาที่เป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาซึ่งการพัฒนานี้จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่ดีขึ้น มีลักษณะแตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ ที่สำคัญสามารถสนองความต้องการเดิมหรือใหม่ของผู้ซื้อได้ การวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ (1) เพื่อวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ แสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ (2) เพื่อพัฒนาศักยภาพการผลิต (3) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่น รูปแบบการวิจัยใช้การวิจัยแบบผสมผสานวิจัยเชิง ปริมาณและเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มเป้าหมายได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานเครื่องจักรสานกลุ่มจักสานพพระทรายงาม ตำบลพพระ อำเภอพพระ จังหวัดตาก จำนวน 25 คน บูรณาการกับรายวิชาวัตกรรมการบริหารและการจัดการสมัยใหม่ โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อพัฒนารูปผลิตภัณฑ์, การพัฒนาศักยภาพในการผลิต, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ ผลการวิจัยพบว่า

1. การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ มิติตความรู้อย่างเข้าใจของกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจ ร้อยละ 93.20 มิติตด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย มิติตด้านการนำความรู้ไปใช้ของกลุ่มเป้าหมายสามารถนำความรู้ไปใช้ ร้อยละ 91.60 ในส่วนของการประเมินบูรณาการ

2. การพัฒนาศักยภาพการผลิต พบว่ากิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน กลุ่มจักสานพพระทรายงาม 1)กิจกรรมวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มจักสานพพระทรายงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ชื่อกลุ่ม กลุ่มจักสานพพระทรายงาม ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2561 โดยได้รับการสนับสนุน ด้านวัสดุ และการให้ความรู้จากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอพพระ จังหวัดตาก ผ่านโครงการสร้างความมั่นคงด้านอาชีพและรายได้

ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กิจกรรมสร้างและพัฒนาสัมมาชีพชุมชนในระดับหมู่บ้าน นางสาว อัญญาดา โขครณานันท์กิตติ ผู้ประสานงาน หมายเลขโทรศัพท์ 085-226457 2)กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการต่อยอดผลิตภัณฑ์การอบรมผ่านทางระบบออนไลน์เกี่ยวกับการ ออกแบบลายเครื่องจักสาน โดยร่วมกันระดมความคิดและทดลองปฏิบัติในการขึ้นลายจักสาน และได้มาซึ่ง ลายที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจักสานพอบพระทรายงาม ชื่อลาย “ผลึกน้ำ” ซึ่งมีความหมายว่า การรวมกลุ่ม เพื่อสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มจักสานพอบพระทรายงาม และจะนำลายจักรสานที่ได้ไปจดเป็นลายลิขสิทธิ์ 3) กิจกรรมออกแบบตราสัญลักษณ์และ/หรือบรรจุภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการออกแบบร่วมกันในการ ระดมความคิด ซึ่งเป็นตราสัญลักษณ์ “รูปช้าง” ที่เป็นสัตว์ประจำชาติของประเทศไทย ส่วนชื่อ “เคียงไทย” เป็นการสื่อถึงเครื่องจักสานที่ใช้ในชีวิตประจำวันของคนไทยมาอย่างช้านาน 4)กิจกรรมการยกระดับผลิตภัณฑ์ ชุมชนให้มีมาตรฐานการดำเนินงานกิจกรรมโดยได้รับความร่วมมือจากพัฒนาชุมชน โดย คุณคณิศ เวชวงศ์ ตำแหน่งนักวิชาการพัฒนาชุมชนปฏิบัติการ มาให้ความรู้และความสำคัญเกี่ยวกับการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้มีมาตรฐาน และได้มีการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์จักสานเป็นสินค้า OTOP ในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2565 และ ทางกลุ่มจักสานพอบพระทรายงามจะดำเนินการในการขอตัวต่อไปในอนาคต 5)กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการ พัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การบูรณาการในรายวิชานวัตกรรมกรรมการบริหารและการจัดการ สมัยใหม่และวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศสำหรับนักบริหาร โดยทั้งนี้ นักศึกษามีส่วนร่วมโดยการออกแบบ เพจร้านค้าออนไลน์ให้แก่กลุ่มจักสานพอบพระทรายงาม เพื่อให้มีช่องทางขายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้ง ระบบออนไลน์และออฟไลน์

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่นดำเนินการโดยการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มและ จำนวนสมาชิกกลุ่มเพื่อกำหนดหน้าที่ของแต่ละคน เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มมีการ อบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์และต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อหาลายที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจักสาน และนำไปจดลิขสิทธิ์ต่อไปผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานยังไม่มีแบรนด์หรือโลโก้และบรรจุภัณฑ์ของสินค้า มีการ อบรมแบบตราสัญลักษณ์/หรือบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นแบรนด์สินค้าของกลุ่มพัฒนาช่องทางจัดจำหน่าย เนื่องจากกลุ่มจักสานมีช่องทางจัดจำหน่ายในพื้นที่เท่านั้นมีการอบรมช่องทางจัดการจำหน่ายทั้ง ช่องทางออฟไลน์และช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เกิดช่องทางจำหน่ายที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้นกลุ่มจักสาน อยากรให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานให้มีมาตรฐาน เพื่อให้สินค้าได้รับการรองรับมาตรฐานตามหลัก สากล และเพื่อให้กลุ่มลูกค้ามีความมั่นใจในผลิตภัณฑ์มีการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน และมีการ ขึ้นทะเบียน OTOP ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานทำการขอตัวต่อไปในอนาคต

คำสำคัญ: การพัฒนา; ผลิตภัณฑ์; อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์; เครื่องจักสาน

Abstract

Development that improves existing products is necessary to meet the ever-changing needs of consumers. This development will make the product have better features, looks different from the existing products, and importantly able to meet the original or new needs of buyers. Therefore, this research has the following objectives: 1) Product model analysis shows local identity for product development. 2) For the development of production potential. 3) To develop products that show local identity. The research model uses a combination of quantitative and qualitative research methods. The key informants in the target group are the Basketry products group, Basketryworks group, The Phob Phra Sai-ngam Basketry group, Phop Phra sub-district, Phop Phra District, Tak province, a total of 25 people. This research is integrated with the course "Management Innovation and Modern Management" in various fields, namely: Analysis of product patterns showing local identity for product image development, production capacity development, and product identity development. The results showed that:

1. Analysis of product patterns showing local identity to develop products, the cognitive dimension of the target group has 93.20% knowledge, the satisfaction dimension of the target group, and the knowledge utilization dimension of the target group was 91.60 percent of the knowledge used in the integration assessment.

2. The development of production potential found that the product development activities of the Phob Phra Sai-ngam Basketry group had the following important issues: (1) Activities to analyze the potential of the Phob Phra Sai-ngam Basketry Group, a community enterprise group named the Phob Phra Sai-ngam Basketry Group, was established in March 2018 with the support of materials and knowledge from the Community Development Office, Phop Phra District, provincial Tak through the project to create occupational stability and income according to the philosophy of sufficiency economy, activities to build and develop community livelihoods at the village level Ms. Anthada Chokthanan Kitti Coordinator phone number 085-226457. (2) Product development and product development workshop activities which are online training on basketry pattern design, by jointly brainstorming ideas and experimenting with basketry patterning and coming up with a pattern that is the identity of the Phob Phra Sai-ngam Basketry, named "Water Crystal". This means that the group together strengthens the Phob Phra Sai-ngam Basketry and

[123]

.....

will bring the pattern of the basketry to be registered as a copyright. (3) Logo design activities and/or packaging of branded products obtained from joint designs in brainstorming, which is the symbol "Elephant" which is the national animal of Thailand while the name "Kiang Thai" represents the machine. Basketry has been used in the daily life of Thai people for a long time. (4) Activities to upgrade community products to have operational standards with cooperation from community development by Mr. Kanis Vejwong, a position of academic community development practitioner, come to give knowledge and importance about raising community products to standards and having registered basketry products as OTOP products on February 24, 2022, and the Phob Phra Sai-ngam Basketry will continue to ask for stars in the future. And (5) Workshop activities on product distribution channel development, and integration in the "Innovation Management and Modern Management" and "Computer and Information for Executives" courses. In this regard, the students participated by designing an online shop page for the Phob Phra Sai-ngam Basketry Group to have more variety of sales channels both online and offline.

3. The development of products demonstrating local identity is carried out by analyzing the capacity of the group and the number of group members to determine the functions of each person to develop the operational capacity of the group. There is a workshop on product development and product development to find patterns that are the identity of the basketry group and use them for copyright registration. Basketry products do not have a brand or logo and the product packaging of the product has been trained in branding/or packaging to be the brand of the distribution channel development group. Since the basketry group has distribution channels only in the area, there is training in both offline and online distribution channels to create more diversified distribution channels. Weaving Group would like to develop a standardized weaving machine product so that the product is certified according to international standards and to make the customer group confident in the product. There is training in the development of basketry products and OTOP registration for basketry products to request stars in the future.

Keywords: Development; Product; Product Identity; Weaving Machine

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560–2564) ได้ถูกพัฒนาขึ้น ในช่วงเวลาของการปฏิรูปประเทศท่ามกลางสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยได้น้อม นำหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศต่อเนื่องจาก แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9-11 เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและช่วยให้สังคมไทยสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่าง มั่นคง เกิดภูมิคุ้มกัน และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม ส่งผลให้การพัฒนาประเทศสู่ ความสมดุลและยั่งยืน โดยสิ่งสำคัญที่แผนพัฒนาฯ ได้กล่าวถึงอีกประการหนึ่ง คือ การมุ่งเน้นการ พัฒนาเชิงพื้นที่และเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจของเมืองต่าง ๆ ให้สูงขึ้น ภายใต้การใช้นวัตกรรมด้าน สิ่งแวดล้อม ลักษณะการใช้ที่ดิน การจัดระเบียบผังเมืองและความปลอดภัยตามเกณฑ์เมืองน่าอยู่ที่ เหมาะสมเพื่อกระจายโอกาสทางเศรษฐกิจ และสังคมให้ทั่วถึงและเป็นการสร้างฐานเศรษฐกิจและ รายได้จากพื้นที่เศรษฐกิจใหม่มากขึ้น เพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคม ได้รับความ เป็นธรรมในการเข้าถึง ทรัพยากรและบริการทางสังคมที่มีคุณภาพ ผู้ด้อยโอกาสได้รับการพัฒนา ศักยภาพ รวมทั้งชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้ เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็งแข่งขันได้ มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืน โดยให้ความสำคัญกับการส่งเสริมและพัฒนานวัตกรรมในการสร้างมูลค่าและเพิ่ม ประสิทธิภาพการผลิตของสินค้าและบริการ ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) ของชุมชนจึงเป็นกระบวนการอีกส่วนหนึ่งของแผนพัฒนาฯ ที่เป็นการส่งเสริมและสนับสนุนการประกอบ อาชีพของชุมชน ด้วยการช่วยให้ชุมชนมีผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิมในรูปแบบใหม่ เพื่อ เป็นการสร้างคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น มีความน่าสนใจของผู้ซื้อ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559: 19-21)

จากแนวคิดการส่งเสริมด้านเศรษฐกิจของรัฐบาลได้นำมาสู่แนวคิดการขยายธุรกิจชุมชน ด้วยผลิตภัณฑ์ โดยการพัฒนาต่อยอดสินค้าหรือบริการที่มีอยู่ในปัจจุบันให้มีมูลค่าที่เพิ่มสูงมากยิ่งขึ้น โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product) หรือการพัฒนาที่เป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ (Product Development) ที่มีอยู่เดิมนั้น เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่มี การเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ซึ่งการพัฒนานี้จะทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติที่ดีขึ้น มีลักษณะแตกต่าง จากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ ที่สำคัญสามารถสนองความต้องการเดิมหรือใหม่ของผู้ซื้อได้ (สุจินดา เจริญศรีพงษ์ และ ปิยวัน เพชรหมี่, 2560: 68) ซึ่งปัจจุบันการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์นี้มีจำนวนมาก เช่น ศูนย์ส่งเสริมฝีมือเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่ในอำเภอ พนสนิมชลบุรี ที่ได้รับการสนับสนุนจากมูลนิธิส่งเสริมศิลปาชีพโดยให้ชาวบ้านผลิตหัตถกรรมจัก สานจากไม้ไผ่ที่มีความประณีตและทันสมัยเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ทำให้หัตถกรรมใน อำเภอพนสนิมชนั้นยังคงอยู่ หรือในการศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อเข้าสู่มาตรฐาน ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนตำบลงมะตะ อำเภอแม่ลาว จังหวัดเชียงรายโดยการนำรูปแบบเครื่องจักสานดั้งเดิมที่ชุมชนทำขึ้นในเวลาว่างจากการทำไร่ นา เช่น ตะกร้า (ข้าวหวด) ช้อง กระบุง เป็นต้น แล้วนำมาหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งความต้องการของตลาด คัดเลือก

[125]

ผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ตะกร้า (ข้าวหวด) นำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ประโยชน์ได้หลากหลายแต่ยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิม คือ ตะกร้าใส่ผักและผลไม้ โคมไฟ ผ้าซี พัฒนาโดยจักเส้นตอกให้มีความสม่ำเสมอเส้นเรียบไม่มีขุย และผลิตภัณฑ์ที่ได้มีความคงทนมีอายุการใช้งาน ไม่เกิดเชื้อราและไม่มีตัวมอดเป็นต้น (จิราพร มะโนวัง, วาสนา เสภา และ ชงชัย ลาหุณะ, 2560: 926)

ประชาชนตำบลพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีความเป็นอยู่อาศัยอยู่ร่วมกันเป็นหมู่บ้าน ในลักษณะเครือญาติ ประชาชนประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก โดยที่ส่วนใหญ่เน้นปลูกพืชสวนครัวเป็นศูนย์รวมจิตใจ นอกจากนี้มีบางส่วนนับถือศาสนาคริสต์ ซึ่งประชาชนในเขตตำบลพบพระอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุขและมีความสุขจึงเป็นที่มาของเครื่องจักรสานพบพระทรายงาม เป็นชื่อของความเป็นอยู่ในหมู่บ้าน นั่นเอง กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ชื่อกลุ่ม กลุ่มจักสานพบพระทรายงาม ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2561 โดยได้ การสนับสนุน ด้านวัสดุ และการให้ความรู้ จากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอพบพระ จังหวัดตาก ผ่านโครงการ สร้างความมั่นคงด้านอาชีพและรายได้ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กิจกรรม สร้างและ พัฒนาสัมมาชีพชุมชนในระดับหมู่บ้าน ปัญหาการจัดทำแผนบริหารกลุ่มดำเนินการโดยการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มและจำนวนสมาชิกกลุ่มเพื่อกำหนดหน้าที่ของแต่ละคน เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มทางกลุ่มมีความต้องการหาสายจักสานที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานยังไม่มีแบรนด์ หรือโลโก้ และบรรจุผลิตภัณฑ์ของสินค้ามี การอบรมแบบตราสัญลักษณ์/หรือบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นแบรนด์ สินค้าของกลุ่มพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากกลุ่มจักสานมีช่องทางการจัดจำหน่ายในพื้นที่เท่านั้นมีการอบรมช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางออฟไลน์และช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เกิดช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้นกลุ่มจักสานอยากให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานให้มีมาตรฐาน เพื่อให้สินค้าได้รับการรองรับมาตรฐานตามหลักสากล และเพื่อให้กลุ่มลูกค้ามีความมั่นใจในผลิตภัณฑ์มีการ อบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน และมีการขึ้นทะเบียน OTOP ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2565 และมีการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์และต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อหาสายที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจักสาน และนำไปจดลิขสิทธิ์ต่อไป

ผู้วิจัยจึงสนใจเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานพบพระทรายงาม ตำบลพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ตั้งอยู่ในพื้นที่จังหวัดตาก เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นขึ้น เพื่อพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของผู้ประกอบการในพื้นที่จังหวัดตากเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจ ของภาคบริการในท้องถิ่นให้มีความเข้มแข็งมีศักยภาพในการแข่งขันให้กลุ่มสามารถดำเนิน ธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพพร้อมกับการอนุรักษ์องค์ความรู้ที่เป็นอัตลักษณ์ของท้องถิ่นได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

[126]

Citation: ปุณณดา ทรงอิทธิสุข และ วันสนันท์ ศิริรัตนะ. (2565). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานพบพระทรายงาม ตำบลพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก. วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ, 2 (4), 121-138.
Songittisuk, P., & Siriratana, V. (2022). The Productivity and Identities Development of the Phob Phra Sai-ngam Basketry, Phop Phra Subdistrict, Phop Phra District, Tak Province. Interdisciplinary Academic and Research Journal, 2 (4), 121-138; DOI: <https://doi.org/10.14456/iarj.2022.48>

1. เพื่อการวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ แสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานพวงพระทรายงาม ตำบลพพบพระ อำเภอพพบพระ จังหวัดตาก
2. เพื่อการพัฒนาศักยภาพการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานพวงพระทรายงาม ตำบลพพบพระ อำเภอพพบพระ จังหวัดตาก
3. เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานพวงพระทรายงาม ตำบลพพบพระ อำเภอพพบพระ จังหวัดตาก

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อพัฒนารูปผลิตภัณฑ์, การพัฒนาศักยภาพในการผลิต, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ ดำเนินการวิจัยตามมิติของการวิจัย ตามตัวชี้วัดที่ 3.2 : ระดับความสำเร็จของแผนการให้บริการวิชาการและวิชาชีพแก่สังคม 3 มิติ ดังนี้

1. มิติความรู้ความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีเนื้อหาต่อไปนี้
 - 1.1 การวิเคราะห์ SWOT ของกลุ่ม
 - 1.2 แนวทางการพัฒนาการจัดการจัดการกลุ่ม
 - 1.3 แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม (ด้านการจักสาน)
2. มิติด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยมีเนื้อหาต่อไปนี้
 - 2.1 ด้านวิทยากร/ประกอบด้วย (1)การเตรียมตัวและความพร้อมของวิทยากร (2)การถ่ายทอดของวิทยากร (3)สามารถอธิบายเนื้อหาได้ชัดเจนและตรงประเด็น (4)ใช้ภาษาที่เหมาะสมและเข้าใจง่าย (5)การตอบคำถามของวิทยากร (6)เอกสารประกอบการบรรยายเหมาะสม
 - 2.2 ด้านสถานที่/ระยะเวลา/อาหาร ประกอบด้วย (1) สถานที่สะอาดและมีความเหมาะสม (2)ความพร้อมของอุปกรณ์วัสดุอุปกรณ์ (3)ระยะเวลาในการอบรม (4)อาหารมีความเหมาะสม
 - 2.3 ด้านการให้บริการของคณะผู้อบรม ประกอบด้วย (1)การบริการของคณะผู้อบรม (2) การประสานงานของคณะผู้อบรม (3) การอำนวยความสะดวกของคณะผู้อบรม (4) การให้คำแนะนำหรือตอบข้อซักถามของคณะผู้อบรม
 - 2.4 ด้านความรู้ความเข้าใจ ประกอบด้วย (1) ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนี้ก่อนการอบรม (2) ความรู้ ความเข้าใจในเรื่องนี้หลังการอบรม (3) สามารถบอกประโยชน์ได้ (4) สามารถบอกข้อดีได้ (5) สามารถอธิบายรายละเอียดได้ (6) สามารถจัดระบบ ประมวลผลความคิดสู่การพัฒนาอย่างเป็นระบบ
 - 2.5 ด้านการนำความรู้ไปใช้ ประกอบด้วย (1) สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานได้ (2) สามารถนำความรู้ไปเผยแพร่/ถ่ายทอดแก่ชุมชนได้ (3) สามารถให้คำปรึกษาแก่เพื่อนร่วมงานได้ (4) มีความมั่นใจและสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ได้

[127]

3. มิติด้านการนำความรู้ไปใช้ของกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วยประเด็นความรู้ที่ได้นำไปใช้ประโยชน์อย่างไร

ระเบียบวิธีวิจัย

แหล่งข้อมูลวิจัย: กำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับกับงานจักสานไม้ไผ่โดย ทำการคัดเลือกจากประชากร ได้แก่ รูปแบบการวิจัยใช้การวิจัยแบบผสมผสานวิจัยเชิง ปริมาณและเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มเป้าหมายได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานเครื่องจักรสานกลุ่มจักสานพบพระทรายงาม ตำบลพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก จำนวน 25 คน บูรณาการกับรายวิชานวัตกรรมการบริหารและการจัดการสมัยใหม่ โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อพัฒนารูปผลิตภัณฑ์, การพัฒนาศักยภาพในการผลิต, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ จากนั้นทำการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการกลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานเครื่องจักรสานกลุ่มจักสานพบพระทรายงามในด้านวัฒนธรรมและภูมิปัญญา หรือเป็นผู้ที่ยังคงทำอาชีพผลิตหรือจำหน่ายเครื่องจักสานไม้ไผ่ถึงปัจจุบัน และยินดีให้ข้อมูล ได้จำนวนทั้งสิ้น 25 ท่าน ทำการสัมภาษณ์ แบบรายบุคคลและรายกลุ่ม เพื่อทราบข้อมูลการผลิตงานจักสานไม้ไผ่ ได้แก่ รูปแบบ ลวดลาย กระบวนการผลิตงานจักสานของคนในชุมชน ที่สัมพันธ์กับ ความเชื่อ วัฒนธรรม ประเพณี

เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล: เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน ประกอบด้วย

มิติความรู้ความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมาย คือ แบบทดสอบวัดความรู้ความเข้าใจก่อนเรียนและหลังเรียน เป็นแบบถูก ผิด จำนวน 20 ข้อ

มิติความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย คือ แบบสำรวจความพึงพอใจในการเข้าร่วมอบรม แบบจัดระดับ 5 ระดับ ได้แก่ พอใจมาก ที่สุดพอใจมาก พอใจปานกลาง พอใจน้อย พอใจน้อยมาก

มิติด้านการนำความรู้ไปใช้ของกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ (1) แบบสอบถามการนำความรู้ไปใช้หลังจากการเข้าร่วมอบรม โดยเป็นคำถามแบบปลายเปิด (2) ประเมินผลจากชิ้นงานที่ผลิตได้ของสมาชิกในกลุ่ม

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การฝึกอบรมการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) เครื่องจักสานไม้ไผ่จาก แนวคิด ความเชื่อ รูปแบบ และลวดลายงานจักสาน ได้จำนวนทั้งสิ้น 5 ผลิตภัณฑ์ สามารถแสดงเอกลักษณ์อัตลักษณ์ของชาวพบพระทราย ตำบลพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้เข้าอบรม จำนวน 25 คน หลังจากฝึกอบรมเสร็จสิ้นแล้ว ให้ทำแบบทดสอบวัดความรู้ความเข้าใจ แบบสอบถามวัดความพึงพอใจ และแบบสอบถามการนำความรู้ไปใช้ ประเมินจากประเมินผลจากชิ้นงานที่ผลิตได้ของสมาชิกในกลุ่ม

การสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) เครื่องจักสานไม้ไผ่สามารถแสดงเอกลักษณ์อัตลักษณ์ของชาวพบพระทราย ตำบลพบพระ อำเภอพบพระ โดยการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง แต่เนื่องจากสถานการณ์ของการแพร่ระบาดของ โควิดไวรัสโคโรน่าจึงทำให้ได้ข้อมูลไม่ครบ จึงส่งแบบสอบถาม

แบบออนไลน์เพิ่มเติมได้ข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่างทั้งสิ้น 207 คน คิดเป็นร้อยละ 90.88 ของจำนวนขนาด ตัวอย่างขั้นต่ำที่กำหนดไว้ 207 คน

การตรวจสอบและการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ: การวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าร้อยละของแบบประเมินสถานภาพของผู้เข้ารับการอบรม การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยของแบบประเมินความรู้ความเข้าใจของความพึงพอใจ ของผู้เข้ารับการอบรม และการนำความรู้ไปใช้ของผู้เข้ารับการอบรม และการวิเคราะห์ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของแบบประเมิน โดยกำหนดเกณฑ์ในการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง มาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง น้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00– 1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ : ตรวจสอบข้อมูลร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญในประเด็นต่าง ๆ ได้แก่ ประเภท รูปแบบ และ ลวดลายงานจักสานที่ชุมชนผลิตขึ้นไว้ใช้ และจำหน่ายในชุมชน และความเหมาะสมของรูปแบบ ผลิตภัณฑ์ที่ผู้วิจัยนำเสนอ ที่สามารถแสดงเอกลักษณ์อัตลักษณ์ของชาวพบพระทราย ตำบลพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตากอย่างเด่นชัดและสวยงาม และใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

ผลการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานพบพระทรายงาม ตำบลพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ แสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) เพื่อการพัฒนาศักยภาพการผลิต 3) เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่น รูปแบบการวิจัยใช้การวิจัยแบบผสมผสานวิจัยเชิง ปริมาณและเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญกลุ่มเป้าหมายได้แก่ กลุ่มผลิตภัณฑ์จักสานเครื่องจักรสานกลุ่มจักสานพบพระทรายงาม ตำบลพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก จำนวน 25 คน บูรณาการกับรายวิชานวัตกรรมการบริหารและการจัดการสมัยใหม่ โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการในด้านต่าง ๆ ได้แก่ การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อพัฒนารูปผลิตภัณฑ์, การพัฒนาศักยภาพในการผลิต, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์

ผลการวิจัยพบว่า การเตรียมงานก่อนออกจัดบริการ กลุ่มเป้าหมายมีความสามารถในการดำเนินงาน เป็นทีมที่ดี มีการแบ่งหน้าที่การทำงานได้ชัดเจน และร่วมมือในการทำงาน มีการประสานงานความร่วมมือระหว่างกันเป็นอย่างดี ทำให้การดำเนินการวิจัยเป็นไปได้อย่างราบรื่น และมีประสิทธิภาพ

1. การวิเคราะห์รูปแบบผลิตภัณฑ์ แสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานพบพระทรายงาม ตำบลพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ มิติความรู้ความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจ ร้อยละ 93.20 มิติด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย มิติด้านการนำความรู้ไปใช้ของกลุ่มเป้าหมายสามารถนำความรู้ไปใช้ ร้อยละ 91.60 ในส่วนของการประเมินบูรณาการ

2. การพัฒนาศักยภาพการผลิตเครื่องจักรสานพบพระทรายงาม ตำบลพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก พบว่ากิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน กลุ่มจักสานพบพระทรายงาม

2.1 กิจกรรมวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มจักสานพบพระทรายงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ชื่อกลุ่ม กลุ่มจักสานพบพระทรายงาม ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2561 โดยได้รับการสนับสนุน ด้านวัสดุ และการให้ความรู้ จากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอพบพระ จังหวัดตาก ผ่านโครงการ สร้างความมั่นคงด้านอาชีพและรายได้ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง กิจกรรม สร้างและพัฒนาสัมมาชีพชุมชนในระดับหมู่บ้าน นางสาวอณัญชดา โชคชนานันท์กิตติ ผู้ประสานงาน หมายเลขโทรศัพท์ 085-226457

สภาพปัญหา/ความต้องการ ก่อนการพัฒนา	แนวทางการพัฒนาปี 6
ปัญหาการจัดทำแผนบริหารกลุ่ม	ดำเนินการโดยการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มและจำนวนสมาชิกกลุ่มเพื่อกำหนดหน้าที่ของแต่ละคน เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่ม
ทางกลุ่มมีความต้องการหาหลายจักสานที่เป็น อัตลักษณ์ของกลุ่ม	มีการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์และต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อหาหลายที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจักสาน และนำไปจดลิขสิทธิ์ต่อไป
ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานยังไม่มีแบรนด์หรือโลโก้ และบรรจุภัณฑ์ของสินค้า	มีการอบรมแบบตราสัญลักษณ์/หรือบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นแบรนด์สินค้าของกลุ่ม
พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากกลุ่มจักสานมีช่องทางการจัดจำหน่ายในพื้นที่เท่านั้น	มีการอบรมช่องทางการการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางออฟไลน์และช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เกิดช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น
กลุ่มจักสานอยากให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานให้มีมาตรฐาน เพื่อให้สินค้าได้รับการรองรับมาตรฐานตามหลักสากล และเพื่อให้กลุ่มลูกค้ามีความมั่นใจในผลิตภัณฑ์	มีการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน และมีการขึ้นทะเบียน OTOP ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2565

ได้ทราบข้อมูลผลิตภัณฑ์พื้นฐานของชุมชน 2 ได้ทราบข้อมูลที่ทางกลุ่มจักรสานพบพระทรายงาม ต้องการที่จะยกระดับผลิตภัณฑ์โดยการ วิเคราะห์ SWOT Analysis คือ

Strengths จุดแข็ง(S)	Weaknesses จุดอ่อน(W)
<ul style="list-style-type: none"> -บุคลากรมีความรู้ความสามารถ มีทักษะในการจักรสาน -มีความพร้อมในการที่จะผลิตตามออเดอร์ที่ลูกค้าต้องการ -มีการออกแบบ ประดิษฐ์ลวดลายของเครื่องจักสาน แตกต่างกันออกไป -มีเครือข่ายในการผลิต -ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับ ชื่นชอบในรูปแบบและคุณภาพ 	<ul style="list-style-type: none"> -บุคลากรมีทักษะในการจักรสานไม่ได้ทุกคน -เวลาว่างที่จะใช้เวลาผลิตผลิตภัณฑ์ ไม่ตรงกัน -ต้องใช้ระยะเวลาในการผลิต ทำให้ผลิตสินค้าได้น้อย -ขาดเงินทุนหมุนเวียนในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ -ลูกค้าไม่เข้าถึงกระบวนการในการผลิต -เหตุที่ทำให้สินค้านั้นแพง
Opportunities โอกาส(O)	Threats อุปสรรค(T)
<ul style="list-style-type: none"> -มีหน่วยงานเข้ามาให้การสนับสนุน -ในตลาด ลูกค้าให้ความสนใจเกี่ยวกับสินค้าผลิตด้วยมือ สินค้าท้องถิ่น -นโยบายของรัฐในการสนับสนุนการใช้ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่น -ชุมชนให้ความสนใจ และสนับสนุนสินค้าที่ผลิต 	<ul style="list-style-type: none"> -เยาวชนในท้องถิ่นขาดความสนใจในการผลิต -เครือข่ายยังไม่สามารถผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตามความต้องการของลูกค้า

2.2 กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการต่อยอดผลิตภัณฑ์การอบรมผ่านทางระบบออนไลน์เกี่ยวกับการออกแบบลายเครื่องจักสาน โดยร่วมกันระดมความคิดและทดลองปฏิบัติการขึ้นลายจักสาน และได้มาซึ่งลายที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจักรสานพบพระทรายงาม ชื่อลาย “ผลึกน้ำ” ซึ่งมีความหมายว่า การรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มจักรสานพบพระทรายงาม และจะนำลายจักรสานที่ได้ไปจดเป็นลายลิขสิทธิ์ ลายที่ทางชุมชนและทางทีมงานได้ร่วมกันคิดและออกแบบจนกลายเป็นลายอัตลักษณ์ของกลุ่มจักรสานพบพระทรายงาม ชื่อลายผลึกน้ำ และจะนำไปจดลายลิขสิทธิ์ที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรต่อไปในอนาคต



2.3 กิจกรรมออกแบบตราสัญลักษณ์และ/หรือบรรจุผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการออกแบบร่วมกันในการระดมความคิด ซึ่งเป็นตราสัญลักษณ์ “รูปช้าง” ที่เป็นสัตว์ประจำชาติของประเทศไทย ส่วนชื่อ “เคียงไทย” เป็นการสื่อถึงเครื่องจักสานที่ใช้ในชีวิตประจำวันของคนไทยมาอย่างช้านาน ได้ตราสัญลักษณ์และ/หรือบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนจำนวน 1 แบบ มีการบูรณาการการเรียนการสอนในรายวิชานวัตกรรมการบริหารและการจัดการสมัยใหม่

ตราผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการออกแบบร่วมกันในการระดมความคิด ซึ่งเป็นตราสัญลักษณ์ “รูปช้าง” ที่เป็นสัตว์ประจำชาติของประเทศไทย ส่วนชื่อ “เคียงไทย” เป็นการสื่อถึงเครื่องจักสานที่ใช้ในชีวิตประจำวันของคนไทยมาอย่างช้านาน



2.4 กิจกรรมการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมาตรฐานการดำเนินกิจกรรมโดยได้รับความร่วมมือจากพัฒนาชุมชน โดย คุณณิศ เวชวงศ์ ตำแหน่งนักวิชาการพัฒนาชุมชนปฏิบัติการ มาให้ความรู้และความสำคัญเกี่ยวกับการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมาตรฐาน และได้มีการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์จักสานเป็นสินค้า OTOP ในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2565 และทางกลุ่มจักสานผบพระทรายงามจะดำเนินการในการขอดาวต่อไปในอนาคต ชุมชนได้ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนชุมชนได้ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนผลิตภัณฑ์ 1 ชนิด (กระดัง)



2.5 กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การบูรณาการในรายวิชานวัตกรรมการบริหารและการจัดการสมัยใหม่และวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศสำหรับนักบริหาร โดยทั้งนี้ นักศึกษามีส่วนร่วมโดยการออกแบบเพจร้านค้าออนไลน์ให้แก่กลุ่มจักสานพบพระทรายงาม เพื่อให้มีช่องทางการขายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งระบบออนไลน์และออฟไลน์ชุมชนได้ช่องทางการตลาดทั้งระบบออฟไลน์และออนไลน์ 2 ช่องทาง

มิติตความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

ตาราง 1 แสดงจำนวนและร้อยละ ของข้อมูลทั่วไปของเข้าร่วมอบรม

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ประชาชนในพื้นที่ หมู่ที่ 7 พบพระทรายงาม	25	50.00
นักศึกษาโปรแกรมรัฐประศาสนศาสตร์	25	50.00

จากตารางที่ แสดงจำนวนและร้อยละของผู้เข้าร่วมโดยจำแนกตามกลุ่ม พบว่าผู้เข้าร่วมอบรม จำนวน 50 คน ประชาชน จำนวน 25 คน นักศึกษา จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 และ 50.00 ตามลำดับ ผลที่คาดว่าจะได้รับได้ผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ของชุมชนจำนวน 1 แบบตามแนวทางในการพัฒนาดังนี้

1. มีการสื่อสารเรื่องราว (Story Telling) เพื่อให้ลูกค้ารับรู้กระบวนการผลิต มีความเต็มใจที่จะซื้อสินค้าที่มีราคาสูง
2. พัฒนาทักษะบุคคลากรในมีความหลากหลาย เช่น จักสาน การออกแบบในรูปแบบใหม่ๆตามสมัย เพื่อให้บุคลากรสามารถผลิตสินค้าได้ปริมาณเพิ่มมากขึ้น
3. มีการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้กับเยาวชนในท้องถิ่น เพื่อให้สินค้าที่เป็นอัตลักษณ์ของถิ่นมีการสืบทอดรุ่นสู่รุ่น

4. พัฒนาการวางแผน และการผลิตสินค้าให้สามารถผลิตสินค้าได้อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ลูกค้าที่เดินทางมาซื้อผลิตภัณฑ์ (Walk in) มีสินค้าให้เลือกซื้อ และสามารถนำสินค้าไปจำหน่ายในเทศกาลออกบูทต่าง ๆ

นอกจากนี้ยังพบว่าผู้เข้ารับการอบรม มีระดับความพึงพอใจต่อการจัดโครงการโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น (KPRUMS OTOP) และยกระดับสู่สังคมดิจิทัล โดยรวมอยู่ในระดับ มาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.34 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.66 คิดเป็น 86.83 ซึ่งผ่านเกณฑ์ความพึงพอใจร้อยละ 75 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้เข้าร่วมอบรม จำแนกตามความต้องการร่วมงานครั้งต่อไป

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้เข้าอบรมโดยจำแนกความต้องการร่วมการอบรมครั้งต่อไป

ความต้องการร่วมงานต่อไป	จำนวน	ร้อยละ
เข้าร่วมแน่นอน	50	100
ไม่แน่ใจ	-	-
ไม่เข้าร่วมแน่นอน	-	-
รวม	50	100.0

จากตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของผู้เข้าอบรมโดยจำแนกความต้องการร่วมการอบรมครั้งต่อไป พบว่า ผู้เข้าร่วมอบรมส่วนใหญ่แสดงความต้องการเข้าร่วมงานแน่นอน จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 นอกจากนี้ยังพบข้อเสนอแนะในการอบรมจากผู้เข้าอบรม ดังนี้ (1) ผู้รับบริการมีความต้องการให้จัดกิจกรรมในลักษณะแบบนี้อีก (2) ผู้รับบริการมีความต้องการให้จัดกิจกรรมโดยเพิ่มระยะเวลาในการจัดกิจกรรม (3) ผู้รับบริการมีเจตคติที่ดีต่อการจัดกิจกรรม/โครงการ โดยพบว่า ผู้รับบริการมีความพึงพอใจด้านภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด และ (4) การดำเนินกิจกรรม/โครงการ โดยการดำเนินกิจกรรม วางแผนการดำเนินโครงการ และเป็นผู้ช่วยวิทยากรประจำกลุ่ม เพื่อให้คำแนะนำในการลงมือปฏิบัติ

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานพบพระทรายงาม ตำบลพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ดำเนินการโดยการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มและจำนวนสมาชิกกลุ่มเพื่อกำหนดหน้าที่ของแต่ละคน เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มมีการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์และต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อหาสายที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจักสาน และนำไปจดลิขสิทธิ์ต่อไป ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานยังไม่มีแบรนด์หรือโลโก้และบรรจุผลิตภัณฑ์ของสินค้า มีการอบรมแบบตราสัญลักษณ์/หรือบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นแบรนด์สินค้าของกลุ่มพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากกลุ่มจักสานมีช่องทางการจัดจำหน่ายในพื้นที่เท่านั้นมีการอบรมช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางออฟไลน์และช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เกิดช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้นกลุ่มจักสานอยากให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานให้มีมาตรฐาน เพื่อให้สินค้าได้รับการรองรับมาตรฐานตามหลักสากล และเพื่อให้กลุ่มลูกค้ามี

ความมั่นใจในผลิตภัณฑ์มีการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสาน และมีการขึ้นทะเบียน OTOP ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานทำการขอดาวต่อไปในอนาคต

มิติการนำความรู้ไปใช้ของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 3 แสดงค่าร้อยละของการนำความรู้ไปใช้ของผู้เข้าร่วมโครงการอบรม

ประเด็นการวัดการนำความรู้ไปใช้	การนำความรู้ไปใช้	
	จำนวน(คน)	ร้อยละ
การนำความรู้ไปใช้ในการประกอบอาชีพของกลุ่ม	25	100

จากตารางที่ 3 แสดงค่าความถี่และร้อยละของการนำความรู้ไปใช้ของผู้เข้ารับการอบรม พบว่า ผู้เข้ารับการอบรมมีการนำความรู้ไปใช้ในชีวิตประจำวัน คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งผ่านเกณฑ์การนำความรู้ไปใช้ร้อยละ 75 โดยมีการนำความรู้ที่ได้รับจากการอบรมไปใช้ประโยชน์ดังต่อไปนี้ (1) นำความรู้ไปใช้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มรายได้ (2) การพัฒนารูปแบบเครื่องจักสานใหม่ ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายเพื่อมากขึ้น และ (3) การสรุปผลการดำเนินงานในแต่ละงวด

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักรสานพบพระทรายงาม ตำบลพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก มีประเด็นที่จะนำมาอภิปรายผลดังนี้

1. รูปแบบผลิตภัณฑ์แสดงอัตลักษณ์ของท้องถิ่น เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ มิติความรู้ความเข้าใจของกลุ่มเป้าหมายมีความรู้ความเข้าใจ ร้อยละ 93.20 มิติด้านความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย มิติด้านการนำความรู้ไปใช้ของกลุ่มเป้าหมายสามารถนำความรู้ไปใช้ ร้อยละ 91.60 ในส่วนของการประเมินบูรณาการ พบว่า การเตรียมงานก่อนออกจัดบริการ กลุ่มเป้าหมายมีความสามารถในการดำเนินงานเป็นทีมที่ดี มีการแบ่งหน้าที่การทำงานได้ชัดเจน และร่วมมือในการทำงาน มีการประสานงานความร่วมมือระหว่างกันเป็นอย่างดี ทำให้การดำเนินการวิจัยเป็นไปได้อย่างราบรื่น และมีประสิทธิภาพ ผสมผสานแนวคิดความเชื่อ ใช้วิธีการจักสานลวดลายแบบขัดเป็นหลัก โดยผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมีจุดมุ่งหมายของการใช้เป็นของขวัญ ของฝาก ของที่ระลึก และใช้งานได้จริงที่สอดคล้องกับค่านิยมในการใช้งานในปัจจุบัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการซื้อของผู้บริโภค ที่ควรมีรูปแบบการใช้งานที่หลากหลาย มีการใช้วัสดุที่เหมาะสม มีรูปแบบลวดลายที่สวยงาม สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของงานหัตถกรรม (พร พิมล ศักดา และ บวร เครือรัตน์, 2561: 50) และสอดคล้องกับผลการศึกษาความต้องการในการ พัฒนาของที่ระลึก ที่พบว่า ควรมีราคาถูก หั่นสมัย สอดรับกับความต้องการหรือลักษณะการใช้งาน ของผู้บริโภคในปัจจุบัน ทั้งนี้จากผลการศึกษาคำความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ ในด้าน การออกแบบ ด้านราคา และด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า ทั้ง 5 ผลิตภัณฑ์ผู้บริโภคเห็นด้วยในระดับ มาก ทั้งนี้เนื่องจากในทุกผลิตภัณฑ์ จะมีการออกแบบที่นำเอาเอกลักษณ์และความโดดเด่นของ ลวดลาย

ในงานจักสาน และการตกแต่งด้วยผ้าขาวม้ามาผสมผสานกับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่กำลัง เป็นที่นิยมในการใช้งาน ในปัจจุบันทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่ต้นแบบที่ พัฒนาขึ้น (สรวงพร กุศลส่ง และ รสรินทร์ ชุนแก้ว, 2554: 41) ทั้งนี้การยกระดับผลิตภัณฑ์หรือสินค้า พื้นบ้านจะต้องมีความเข้าใจธรรมชาติและวิถี ของชุมชนในการผลิตสินค้าหรือสร้างสรรค์ผลงาน และทำความเข้าใจกับความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนไปด้วย ลักษณะของผลิตภัณฑ์จึงควรมีการ ผสมผสานภูมิปัญญาของท้องถิ่นนั้น ๆ ประกอบกับต้องมีความสอดคล้องกับ บริบททางสังคมในปัจจุบัน ผลงานการออกแบบจึงมีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย แสดงถึงความหลากหลายและ สอดคล้องกัน กับบริบทภายนอกชุมชนและบริบทภายในชุมชน (กัมพล แสงเอี่ยม, 2562: 1)

2. การพัฒนาศักยภาพการผลิต พบว่ากิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน กลุ่มจักสานพบพระทรายงาม

1) กิจกรรมวิเคราะห์ศักยภาพกลุ่มจักสานพบพระทรายงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ชื่อกลุ่ม กลุ่มจักสานพบพระทราย งาม ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อ เดือนมีนาคม พ.ศ. 2561 โดยได้การสนับสนุน ด้านวัสดุ และการให้ความรู้ จากสำนักงานพัฒนา ชุมชนอำเภอพบพระ จังหวัดตาก ผ่านโครงการ สร้างความมั่นคงด้านอาชีพและรายได้ ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจ พอเพียง กิจกรรม สร้างและพัฒนาสัมมาชีพชุมชนในระดับหมู่บ้าน นางสาวอรรณิธาดา โชคนานันท์กิตติ ผู้ ประสานงาน หมายเลขโทรศัพท์ 085-226457 2)กิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการต่อ ยอดผลิตภัณฑ์การอบรมผ่านทางระบบออนไลน์เกี่ยวกับการออกแบบลายเครื่องจักสาน โดยร่วมกันระดมความคิด และทดลองปฏิบัติในการขึ้นลายจักสาน และได้มาซึ่งลายที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจักสานพบพระทรายงาม ชื่อลาย “ผลึกน้ำ” ซึ่งมีความหมายว่า การรวมกลุ่มเพื่อสร้างความเข้มแข็งของกลุ่มจักสานพบพระทรายงาม และจะนำลาย จักสานที่ได้ไปจดเป็นลายลิขสิทธิ์ 3)กิจกรรมออกแบบตราสัญลักษณ์และ/หรือบรรจุผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ที่ได้ จากการออกแบบร่วมกันในการระดมความคิด ซึ่งเป็นตราสัญลักษณ์ “รูปช้าง” ที่เป็นสัตว์ประจำชาติของประเทศไทย ส่วนชื่อ “เคียงไทย” เป็นการสื่อถึงเครื่องจักสานที่ใช้ในชีวิตประจำวันของคนไทยมาอย่างช้านาน 4)กิจกรรมการ ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีมาตรฐานการดำเนินกิจกรรมโดยได้รับความร่วมมือจากพัฒนาชุมชน โดย คุณณิศ เวช วงศ์ ตำแหน่งนักวิชาการพัฒนาชุมชนปฏิบัติการ มาให้ความรู้และความสำคัญเกี่ยวกับการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน ให้มีมาตรฐาน และได้มีการขึ้นทะเบียนผลิตภัณฑ์จักสานเป็นสินค้า OTOP ในวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2565 และทาง กลุ่มจักสานพบพระทรายงามจะดำเนินการในการขอตัวต่อไปในอนาคต 5)กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาช่อง ทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์การบูรณาการในรายวิชานวัตกรรมกรรมการบริหารและการจัดการสมัยใหม่และวิชา คอมพิวเตอร์และสารสนเทศสำหรับนักบริหาร โดยทั้งนี้ นักศึกษามีส่วนร่วมโดยการออกแบบเพจร้านค้าออนไลน์ ให้แก่กลุ่มจักสานพบพระทรายงาม เพื่อให้มีช่องทางการขายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น ทั้งระบบออนไลน์และออฟไลน์ สอดคล้องกับผลการศึกษเกี่ยวกับแนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของที่ระลึกเพื่อเพิ่ม มูลค่าผลิตภัณฑ์ และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางการตลาด พบว่า จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น ประกอบด้วย รูปแบบสินค้าที่สวยงาม คุณภาพดีราคาไม่แพงเหมาะสมกับคุณภาพ และโอกาสในการพัฒนาสินค้า คือ รูปแบบสินค้าควรมีความทันสมัย และมีการประชาสัมพันธ์ที่ดี (จง บุญประชา, 2553: 41-42)

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แสดงอัตลักษณ์ท้องถิ่นดำเนินการโดยการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มและจำนวน สมาชิกกลุ่มเพื่อกำหนดหน้าที่ของแต่ละคน เพื่อเป็นการพัฒนาศักยภาพการดำเนินงานของกลุ่มมีการอบรมเชิง ปฏิบัติการการพัฒนาผลิตภัณฑ์และต่อยอดผลิตภัณฑ์เพื่อหาลายที่เป็นอัตลักษณ์ของกลุ่มจักสาน และนำไปจด

ลิขสิทธิ์ต่อไปผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานยังไม่มีแบรนด์หรือโลโก้และบรรจุผลิตภัณฑ์ของสินค้า มีการอบรมแบบตราสัญลักษณ์/หรือบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นแบรนด์สินค้าของกลุ่มพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย เนื่องจากกลุ่มจักสานมีช่องทางการจัดจำหน่ายในพื้นที่เท่านั้นมีการอบรมช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งช่องทางออฟไลน์และช่องทางออนไลน์ เพื่อให้เกิดช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้นกลุ่มจักสานอยากให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานให้มีมาตรฐาน เพื่อให้สินค้าได้รับการรองรับมาตรฐานตามหลักสากล และเพื่อให้กลุ่มลูกค้ามีความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ที่มีการอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน และมีการขึ้นทะเบียน OTOP ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานทำการขอความร่วมมือในอนาคตพบว่า จุดประสงค์หลักในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ คือ เพื่อนำกลับไปใช้เอง โดยมองคุณค่าของเครื่องจักสานที่ลวดลายความงาม รวมถึงปัจจัยด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อมากที่สุด (สุธาสินธุ์บุรีคำพันธ์ และ กมลรัตน์ อัดตปัญญา, 2562: 101)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานพบพระทรายงาม ตำบลพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก ขึ้นเป็นหนึ่งในในการขับเคลื่อนนั้นควรต้องมีการดำเนินงานที่ชัดเจน และมีการกำกับดูแลจากทุกภาคส่วนทั้งในระดับบริหารของภาครัฐ ผู้นำชุมชน/กลุ่ม และที่สำคัญ คือ สมาชิกหรือคนในชุมชน ที่ต้องมีความต้องการอยากมีส่วนร่วมและมีความพร้อมในการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นไปใช้สร้างอาชีพและรายได้ให้กับตนเอง โดยต้องมีการวางแผนและจัดการเกี่ยวกับการตลาดอย่างเหมาะสมเข้ากับยุคสมัย อันจะส่งผลให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนของการดำเนินการต่อไปได้

2. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

2.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานพบพระทรายงาม ตำบลพบพระ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก สามารถนำต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่พัฒนาขึ้นไปผลิตเป็นของขวัญ ของฝาก ของที่ระลึก ที่สอดรับกับเป้าหมายในการจัดตั้งเป็นชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี เพื่อสร้างอาชีพและรายได้ให้กับคนในชุมชน

2.2 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาชุมชน สามารถนำไปใช้ในการวางแผน นโยบาย และการดำเนินกิจกรรมเพื่อพัฒนาชุมชนในหลากหลายมิติ ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพชีวิตในการสร้างอาชีพและรายได้ การใช้ประโยชน์ทรัพยากรในชุมชน การสืบสานและอนุรักษ์ เป็นต้น

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรศึกษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นหรือชุมชนให้ครอบคลุมในทุกด้าน เพื่อนำมาใช้เป็น แนวคิดในการออกแบบพัฒนารูปทรง ลวดลาย และสีสันทันผลิตภัณฑ์งานจักสานไม้ไผ่ ให้มีความ สวยงาม น่าสนใจ และทันสมัย เพื่อเป็นการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจในการเลือกซื้อของผู้บริโภค แนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำเครื่องจักสานไม้ไผ่เพื่อให้ เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนในชุมชน ใช้ประโยชน์ในเชิงคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และเชิงเศรษฐกิจ

3.2 ควรศึกษาพฤติกรรมการซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่โดยศึกษาเจาะลึกใน แต่ละช่วงวัย ซึ่งอาจมีความต้องการในผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม้ไผ่ที่แตกต่างกัน ทั้งประเภท รูปแบบ ตลอดจนราคา

3.3 ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาและอนุรักษ์ภูมิปัญญาการทำเครื่องจักสานไม้ไผ่เพื่อให้เกิดความเข้มแข็งและยั่งยืนในชุมชน ใช้ประโยชน์ในเชิงคุณค่าทางสังคม วัฒนธรรม และเชิงเศรษฐกิจ

เอกสารอ้างอิง

- กัมพล แสงเยี่ยม. (2562). จากทิวเตอรส์สอนศิลปะสู่บทบาทอาจารย์ที่ดอดุตสาหกรรมผู้ยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างยั่งยืน. [Online]. แหล่งที่มา: <https://tu.ac.th/thammasat-fineart-industrial-crafts-design-kamphon-saeng-iam>. [28 พฤศจิกายน 2562].
- กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จง บุญประชา. (2553). แนวทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของที่ระลึก. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- จิราพร มะโนวัง วาสนา เสภา และธงชัย ลาหุณะ. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเพื่อเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลดงมะดะ อำเภอมะนัง จังหวัดเชียงราย. การประชุมวิชาการระดับชาติเนตรวิทย์ครั้งที่ 13 วันที่ 20-21 กรกฎาคม 2560 (หน้า 926-936). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พรพิมล ศักดา และ บวร เครือรัตน์. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้จากวัสดุธรรมชาติของกลุ่มอาชีพเสริมบ้านสุขเกษม ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- สรวงพร กุศลส่ง และ รสรินทร์ ขุนแก้ว. (2554). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาษใบมะขาม. เพชรบูรณ์: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ.2560 – 2564. [Online].แหล่งที่มา:https://www.nesdc.go.th/ewt_dl_link.php?nid=6422. [15 กรกฎาคม 2564].
- สุจินดา เจียมศรีพงษ์ และปิยวัน เพชรหมี. (2560). การสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นไทย: กรณีศึกษา ผ้าทอลายโบราณ. วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน. 10(4),62-85.
- สุธาสินธุ์ บุรีคำพันธ์ และ กมลรัตน์ อัดตปัญญา. (2562). การศึกษาปัจจัยและภูมิปัญญาหัตถกรรมท้องถิ่นเครื่องจักสานด้วยไม้ไผ่เพื่อการออกแบบผลิตภัณฑ์. วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม. 18(1), 100-108.