

การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการเพิ่มมูลค่าผ้าทอพื้นเมืองโดยใช้กระบวนการคิดสร้างสรรค์

กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตผ้าทอพื้นเมือง OTOP จังหวัดหนองคาย

A Design and Development Adding Values Traditional Textile by Creative Thinking Paradigms

Case Study OTOP Traditional Textile Product Nong Khai Province

ธีระยุทธ เพ็งชัย¹ กนิษฐา เรืองวรรณศักดิ์² อภิรักษ์ อุ๋นโธสง³ นิติ นิมะลา⁴ อโนทัย สิงห์คำ⁵

^{1,2,3,4,5}

สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี

64 ถนนทหาร ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี 41000 โทรศัพท์: 081 2555916 E-mail: teerayutta@yahoo.com

บทคัดย่อ

การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการเพิ่มมูลค่าผ้าทอพื้นเมืองโดยใช้กระบวนการคิดสร้างสรรค์ กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตผ้าทอพื้นเมือง OTOP จังหวัดหนองคายมีวัตถุประสงค์ เพื่อถ่ายทอดกระบวนการคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้กับบุคลากรภายในกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอพื้นเมืองจำนวน 4 กลุ่มในจังหวัดหนองคาย โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เพื่อหาจุดเด่น จุดด้อย และค้นหาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ การถ่ายทอดทักษะกระบวนการคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ในการออกแบบลวดลายผ้า การนำผ้าทอพื้นเมืองไปแปรรูปผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์และกลยุทธ์ด้านการตลาดเพื่อการจำหน่าย โดยนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปทดสอบตลาดเพื่อประเมินความคิดเห็นกับกลุ่มเป้าหมาย 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความสวยงามของลวดลายผ้าทอพื้นเมืองที่ออกแบบใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูป และด้านบรรจุภัณฑ์ ซึ่งผลปรากฏว่ากลุ่มเป้าหมายมีความระดับความพึงพอใจดังนี้ 1) กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าบ้านพลายงาม ด้านความสวยงามของลวดลายผ้าทอพื้นเมืองที่ออกแบบใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.05 ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าเฉลี่ย 4.16 และด้านบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.18 2) กลุ่มสตรีพัฒนาบ้านฝางน้อย ด้านความสวยงามของลวดลายผ้าทอพื้นเมืองที่ออกแบบใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าเฉลี่ย 4.23 และด้านบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.26 3) กลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านโคกบุญสอน ด้านความสวยงามของลวดลายผ้าทอพื้นเมืองที่ออกแบบใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.40 ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าเฉลี่ย 4.34 และด้านบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.49 4) กลุ่มทอผ้าขมแปรรูปบ้านโนนมันปลา ด้านความสวยงามของลวดลายผ้าทอพื้นเมืองที่ออกแบบใหม่ ค่าเฉลี่ย 3.91 ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าเฉลี่ย 4.15 และด้านบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.19

Abstract

A Design and Development Adding Values Traditional Textile by Creative Thinking Paradigms : Case Study OTOP Traditional Textile Product Nong Khai Province. The purpose for transfer knowledge of the creative thinking process in product design and packaging design to personal within OTOP traditional group textile product Nong Khai province. from the product analysis process to strengths weaknesses and discover the identity of the product. transfer of skills, knowledge and creative thinking process in product design process in fabric design native to the processing of textile fabrics packaging design and marketing strategy to sell by

producing a prototype to test the market to assess the prospects on 3 Issues to consider. Include the beauty of new design in traditional textile patterns, the processed products and packaging design. The results show that the audience is level of satisfaction as follows. Group 1 The beauty of the patterns Traditional native Textile average 4.05 ,The processed products average 4.16 ,The packaging design average 4.18 .Group 2 The beauty of the patterns Traditional native Textile average 4.14 ,The processed products average 4.23 ,The packaging design average 4.26 Group 3 The beauty of the patterns Traditional native Textile average 4.40 ,The processed products average 4.34 The packaging design average 4.49 .Group 4 The beauty of the patterns Traditional native Textile average 3.91 ,The processed products average 4.15 The packaging design average 4.19

1. บทนำ

นับตั้งแต่รัฐบาลได้ดำเนินนโยบายเพื่อการสร้างอาชีพโดยการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมผนวกกับทักษะความชำนาญเชิงช่างและงานฝีมือแบบชาวบ้านในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์หรือโครงการ OTOP ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ แก่ชุมชนในระดับรากหญ้าสร้างความเจริญและเข้มแข็งแก่ชุมชนให้สามารถพึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากลและจัดการทรัพยากรในท้องถิ่น และส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ [1] ได้มีการส่งเสริมให้นำทักษะความรู้กระบวนการผลิตแบบชาวบ้านมาทำการรวมกลุ่มกันเพื่อผลิต ผลิตภัณฑ์ตามภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่นมีวัตถุประสงค์เพื่อจำหน่ายเป็นการสร้างรายได้และอาชีพเสริม นอกเหนือไปจากการทำอาชีพหลัก

อย่างไรก็ตามจากการจากที่รัฐได้ส่งเสริมการดำเนินการโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ไปทุกตำบล หมู่บ้าน ทำให้เกิดปัญหาตามมา โดยในระยะแรกคือด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ยังด้อยคุณภาพและมีจำนวนมากที่ไม่สามารถนำมาจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ตามจุดประสงค์ระยะต่อมาก็คือด้านบรรจุภัณฑ์โดยเฉพาะการปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่าย ซึ่งปัญหาดังที่กล่าวมาข้างต้นในปัจจุบันก็ยังคงมีอยู่แต่ระดับของปัญหาได้เบาบางลง แต่ปัญหาประการสำคัญที่สุดในปัจจุบันคือการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงามแปลกใหม่มีเอกลักษณ์แตกต่างจากคู่แข่งและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์แทนการใช้กระบวนการผลิตและวัตถุดิบเนื่องจากในปัจจุบันมีการผลิตสินค้า OTOP ที่มีรูปแบบลักษณะที่ซ้ำๆ

กัน เช่น ทุกภาคทั่วประเทศมีการผลิตผ้าขาวม้าซึ่งมีลวดลายสีสันทันกัน ดั้งนั้นในการจำหน่ายไม่สามารถสร้างความแตกต่างได้ ทำให้ต้องแข่งขันกันจำหน่ายได้ราคาต่ำ ดังนั้นปัญหาของผลิตภัณฑ์ OTOP ได้แก่ การผลิตสินค้าแบบเดียวกันและจำหน่ายในราคาถูก การผลิตโดยไม่รู้ว่าผลิตแล้วจะนำไปจำหน่ายที่ไหน จำหน่ายให้ใคร จำหน่ายอย่างไร ผลิตภัณฑ์ OTOP ซึ่งส่วนใหญ่ยังวนเวียนอยู่กับที่ หลายกลุ่มหลายผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเหมือนกันรูปแบบเหมือนกัน ผลิตโดยไม่ได้มีการวางแผนการจัดการ เมื่อถึงเวลาก็มาจำหน่ายแข่งขันกัน ยกตัวอย่างสินค้าประเภทจักสานที่ไม่สามารถหาความแตกต่างกันได้ จะเห็นได้ว่าสินค้า OTOP ยังขาดการพัฒนาในเรื่องรูปแบบให้แปลกใหม่ โดยเฉพาะสินค้าที่ผลิตจากวัตถุดิบประเภทเดียวกัน จำเป็นต้องสร้างความแตกต่างไม่ให้อีกกัน [2] จากที่กล่าวมาจะเห็นว่าปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือผลิตภัณฑ์ OTOP อยู่ที่กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนยังผลิตผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิมที่ซ้ำๆ กัน ทำให้ไม่สามารถจำหน่ายได้ ในขณะที่ในแต่ละชุมชนมีภูมิปัญญาเฉพาะในแต่ท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์แตกต่างกัน แต่ไม่สามารถนำเอาวัตถุดิบดังกล่าวซึ่งถือเป็นวัตถุดิบทางความคิดและภูมิปัญญาดั้งเดิมมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ [3] กล่าวได้ว่าแท้จริงทั้งหมดนี้เป็นจุดแข็งของคนไทยในการพัฒนาความสามารถเพื่อการแข่งขันเนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรมนุษย์ที่มีความคิดสร้างสรรค์มีทักษะทางศิลปะรวมทั้งวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอันเป็นสิ่งที่เรียกว่าประเพณีเชิงศิลปะซึ่งสามารถนำมาสร้างสรรค์เป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ เมื่อกล่าวถึงความคิดสร้างสรรค์ อาจฟังดูเป็นนามธรรม และดูจะวนเวียนอยู่ในวงการนักออกแบบเท่านั้น หากในความเป็นจริงแล้ว ความคิดสร้างสรรค์เป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างสรรค์งานใหม่ๆ ซึ่งงานเหล่านั้นจะกระจายไปสู่ผู้คนอีกหลายวงการ ช่วยสร้างอาชีพและรายได้ให้กับคนอีกมากมาย[4] จอห์น ฮาวกินส์ [5] กล่าวว่าในหนังสือเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เขามองจากความคิดกันอย่างเอาจริงว่าความคิดสร้างสรรค์โดยตัวมันแล้วไม่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจหากต้องการมูลค่าในเชิงพาณิชย์ต้องทำให้การสร้างสรรค์นั้นเป็นรูปเป็นร่างและนำไปใส่ในผลิตภัณฑ์ที่ซื้อขายได้ และจากการที่รัฐบาลมีนโยบายในการพัฒนาและเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของประเทศโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์หรือโครงการเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) เพื่อพัฒนาระดับสินค้าและบริการในภาคการผลิต แสวงหาองค์ความรู้ใหม่เพื่อนำไปสู่การปรับปรุงกระบวนการออกแบบ การผลิตและผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้ใช้โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ผนวกกับภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิมเป็นการต่อยอดองค์ความรู้จากท้องถิ่นสู่สากล เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ สร้างงาน สร้างอาชีพสำหรับประชาชนอย่างยั่งยืนในอนาคต

ปัจจุบันจากการลงพื้นที่ในกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP จะพบปัญหาที่เหมือนกันคือกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ไม่สามารถออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ จึงทำให้มีเป็นจำนวนมากที่ต้องหยุดการผลิตหรือผลิตเมื่อมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องร้องขอเท่านั้นเนื่องจากผลิตออกมาแล้วจำหน่ายได้ในราคาต่ำเพราะมีคู่แข่งในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในตลาดมาก กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ที่อยู่ได้คือกลุ่มที่มีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีความแปลกใหม่อยู่เสมอ ประกอบกับทัศนคติในเรื่องการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีคิดว่าเป็นเรื่องเฉพาะทางที่กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ไม่มีความสามารถทำได้ ดังนั้นถ้าหากมีการถ่ายทอดกระบวนการออกแบบพัฒนาเชิงสร้างสรรค์ที่กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP สามารถเรียนรู้และเข้าใจได้ สามารถนำ

ทักษะกระบวนการคิดไปออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ถือว่าเป็นช่วยสร้างให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืนต่อกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP

จาก ความสำคัญ ของ ปัญหา ผู้วิจัย จึง ต้องการ ถ่ายทอด กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ประเภทผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดหนองคาย เพื่อสร้างความแตกต่างและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ โดยการนำเอากระบวนการคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์มาใช้ เพื่อเป้าหมายของการส่งเสริมนวัตกรรมไปสู่อุตสาหกรรมเชิงพาณิชย์ ทางด้านทฤษฎีและการปฏิบัติด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creative) การออกแบบ (Design) เพื่อให้กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP สามารถนำไปต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน

ทั้งนี้ผู้วิจัยคาดหวังให้การใช้วิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยใช้กระบวนการคิดสร้างสรรค์ให้ผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ใช้กลุ่มใหม่ๆ จะเป็นการสร้างมูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ด้านการออกแบบผนวกกับภูมิปัญญาทักษะด้านการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งจะนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) สามารถพึ่งพาตัวเองได้อย่างยั่งยืน และประการสำคัญองค์ความรู้และบทเรียนในการบวนการถ่ายทอดเพื่อให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ได้เกิดความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่าง สร้างมูลค่าเพิ่มและตรงกับความต้องการของผู้ซื้อจะเป็นกรณีตัวอย่างสำหรับหน่วยงานและกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP อื่นที่เกี่ยวข้องได้นำไปศึกษาและเรียนรู้ต่อยอดต่อไป

2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อถ่ายทอดกระบวนการคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) เชิงการวิจัยโดยการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ (Product Analysis) และกลุ่มเป้าหมายด้านการตลาด (Marketing Analysis) ในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ด้านลวดลาย ด้านการแปรรูปและด้านบรรจุภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาด

2.2 เพื่อพัฒนาลวดลายสีสันทัน การแปรรูปผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองเชิงสร้างสรรค์โดยกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ที่มีความแปลกใหม่ มีเอกลักษณ์ เพิ่มศักยภาพและมูลค่าในการจำหน่าย

2.3 เพื่อประเมินความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองที่ผ่านการกระบวนการคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบพัฒนาของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP)

3. วิธีการดำเนินงาน

3.1 กรอบแนวคิดและฐานความคิดในการวิจัย ผู้วิจัยมีกรอบแนวคิดในการดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยใช้กระบวนการคิดสร้างสรรค์ผ่านการถ่ายทอดและเรียนรู้เชิงปฏิบัติการร่วมกันระหว่างนักวิจัย นักวิชาการและระหว่างกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองทั้ง 4 กลุ่มในจังหวัดหนองคายโดยการถ่ายทอดกระบวนการคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) เชิงการวิจัยโดยการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ (Product Analysis) และกลุ่มเป้าหมายด้านการตลาด (Marketing Analysis) ในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง ด้านลวดลาย ด้านการแปรรูปและด้านบรรจุภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาด เพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ตรงกับความต้องการของผู้ใช้ ซึ่งจะนำไปสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) สามารถพึ่งพาตัวเองได้ได้อย่างยั่งยืนและองค์ความรู้และบทเรียนในการบวนการ

ถ่ายทอดเพื่อให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ได้เกิดความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างความแตกต่าง สร้างมูลค่าเพิ่มและตรงกับความต้องการของผู้ซื้อจะเป็นกรณีตัวอย่างสำหรับหน่วยงานและกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP อื่นที่เกี่ยวข้องได้นำไปศึกษาและเรียนรู้ต่อยอด

3.2 กลุ่มประชากรที่เข้าร่วมโครงการ ประกอบด้วย (ก)กลุ่มมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี ประกอบด้วยอาจารย์สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมจำนวน 5 ท่าน อาจารย์สาขาวิชาการจัดการทั่วไป จำนวน 1 คน (ข)กลุ่มนักวิชาการด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 จำนวน 2 คน (ค)กลุ่มเป้าหมายได้แก่กลุ่มนักศึกษาชั้นในมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี จำนวน 200 คน (ง)กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองในจังหวัดหนองคายจำนวน 4 กลุ่ม โดยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบในการคัดเลือกกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง OTOP จังหวัดหนองคาย ที่ไม่เคยเข้าร่วมโครงการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ ของหน่วยงานใดมาก่อน เป็นกลุ่มมีการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์และมีจำหน่ายอย่างสม่ำเสมอ เป็นกลุ่มมีสถานที่ตั้งที่แน่นอนมีผลิตภัณฑ์และกระบวนการผลิตมีศักยภาพในการพัฒนาและสมาชิกภายในกลุ่มมีศักยภาพและความมุ่งมั่นในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วย

3.2.1 กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าบ้านพลายงาม เลขที่ 54 ม.11 ต.คอกช้าง อ.สระใคร จ.หนองคาย

3.2.2 กลุ่มสตรีพัฒนาบ้านฝางน้อย เลขที่ 149 ม.10 ต.บ้านฝาง อ.สระใคร จ.หนองคาย

3.2.3 กลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านโคกบุญสนอง เลขที่ 40 ม.11 ต.โพธิ์ทอง อ.โพธิ์ตาก จ.หนองคาย

3.2.4 กลุ่มทอผ้าขมแปรรูปบ้านโนนมันปลา เลขที่ 137 ม.7 ต.หนองหลวง อ.เผ่าไร่ จ.หนองคาย

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบบันทึกข้อมูล แบบสัมภาษณ์ กรอบแนวคิดในการสนทนากลุ่ม (Focus Group) แบบฝึกปฏิบัติการออกแบบเชิงสร้างสรรค์ แบบประเมินความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย การวิเคราะห์เชิงตรรกวิทยา ข้อมูลจากเทปบันทึกเสียง การถ่ายภาพ และแบบฝึกทักษะความคิดสร้างสรรค์ โดยสังเคราะห์เป็นแนวทางในการพัฒนาแบบร่างผลิตภัณฑ์ (Idea Sketch) เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบลวดลาย การแปรรูป และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับข้อมูลจากแบบประเมินความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ใช้การวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปโดยใช้ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความพึงพอใจในด้านความสวยงามของลวดลายผ้าทอพื้นเมืองที่ออกแบบใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูป และด้านบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่

3.5 กิจกรรมและขั้นตอนการดำเนินงาน ในการดำเนินโครงการการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการเพิ่มมูลค่าผ้าทอพื้นเมืองโดยใช้กระบวนการคิดสร้างสรรค์ กรณีศึกษากลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง OTOP ผู้วิจัยลำดับขั้นตอนการดำเนินงาน 5 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การคัดเลือกกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง OTOP จังหวัดหนองคาย การวิเคราะห์ประเภทผลิตภัณฑ์ที่จะออกแบบพัฒนา และการกำหนดรูปแบบการพัฒนา

1. การประชุมเพื่อจัดทำแผนงานและวิธีการดำเนินการเพื่อเตรียมการลงพื้นที่ยังกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง OTOP จังหวัดหนองคาย จำนวน 4 กลุ่ม เพื่อสร้างเป็นกรอบการดำเนินงาน

2. ทีมนักวิจัยลงพื้นที่สำรวจ เก็บข้อมูลของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง OTOP จังหวัดหนองคายทั้ง 4 กลุ่ม โดยการประชุมกลุ่ม (Focus group) เพื่อให้ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง OTOP ได้สะท้อนสภาพปัญหา ความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และร่วมเสนอความคิดเห็นในการวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการแก้ปัญหาเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง OTOP เอง

3. ทีมนักวิจัยทำการวิเคราะห์เพื่อคัดเลือกกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง OTOP จังหวัดหนองคายทั้ง 4 กลุ่ม โดยพิจารณาจากความเป็นไปได้ด้านรูปแบบกระบวนการผลิต ศักยภาพภายในกลุ่มความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมทุกมิติตั้งแต่การวิเคราะห์จุดอ่อน จุดแข็ง การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์

4. ทีมนักวิจัยทำการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นเป้าหมายในการพัฒนาเพื่อกำหนดรูปแบบการพัฒนาโดยการวิเคราะห์แนวโน้มความต้องการและสนิยมของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์เป้าหมาย รูปแบบการผลิตของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง OTOP จังหวัดหนองคายทั้ง 4 กลุ่ม คู่แข่งในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน รวมถึงต้นทุนการผลิตเพื่อนำมากำหนดกลยุทธ์การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดและมีความแปลกใหม่ไม่เหมือนใคร ทั้งนี้แผนการพัฒนาต้องอยู่บนพื้นฐานของการถ่ายทอดเรียนรู้กระบวนการคิดสร้างสรรค์เพื่อสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีศักยภาพในด้านการแข่งขันในเชิงพาณิชย์

5. สรุปผลการวิเคราะห์เพื่อกำหนดแผนและแนวทางการถ่ายทอดกระบวนการคิดสร้างสรรค์ออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง OTOP จังหวัดหนองคายทั้ง 4 กลุ่ม

ระยะที่ 2 การอบรมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อถ่ายทอดกระบวนการคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ในเชิงลึกทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติ

1. กำหนดการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยการนำสมาชิกในกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง OTOP จังหวัดหนองคายทั้ง 4 กลุ่มเข้าร่วมอบรมเชิงปฏิบัติการร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและการตลาด เพื่อถ่ายทอดและเรียนรู้กระบวนการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยผ่านกระบวนการคิดสร้างสรรค์ (Creative Thinking) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration) กระบวนการคิดการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ (Design Solution) การทำแบบวาด (Sketch Design) การนำเสนอผลงาน (Presentation)ซึ่งเป็นพื้นฐานให้สามารถนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ได้ในอนาคต

2. กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง OTOP จังหวัดหนองคายทั้ง 4 กลุ่มได้รูปแบบของลวดลายผ้าพื้นเมืองการนำผ้าทอไปแปรรูปผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านกระบวนการคิดสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ

ระยะที่ 3 กระบวนการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ หลังจากการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อถ่ายทอดกระบวนการคิดสร้างสรรค์การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ในเชิงลึก กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง OTOP จังหวัดหนองคายทั้ง 4 กลุ่ม ต้องได้แบบผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์อย่างน้อย 1 แบบ เพื่อนำไปผลิตผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) ยังสถานประกอบการกลุ่มชุมชนของ

ตนเอง ทั้งนี้เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบออกมาได้ตามแบบหรือใกล้เคียงกับแบบวาดที่ออกแบบสร้างสรรค์มากที่สุด

ระยะที่ 4 การประเมินความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อลวดลายสีสันทันผลิตภัณฑ์แปรรูป และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่

การนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปทดสอบความคิดเห็น (Design Test) ความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมายผู้ใช้งาน เพื่อหาความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบพัฒนาขึ้นมาใหม่ตลอดจนข้อบกพร่องของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความสมบูรณ์มากที่สุดก่อนนำไปปรับปรุงแก้ไขเพื่อการผลิตและจำหน่ายในลำดับต่อไป

ระยะที่ 5 การจัดทำระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Product Profile) และรวบรวมข้อมูลองค์ความรู้

จัดทำระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Product Profile) และรวบรวมข้อมูลองค์ความรู้กระบวนการถ่ายทอดและกระบวนการสร้างสรรค์การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงกระบวนการสุดท้าย เพื่อเป็นฐานข้อมูลต้นแบบสำหรับการศึกษาและการนำไปใช้ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน

4. ผลการศึกษา

4.1 สภาพปัญหาและศักยภาพด้านการผลิต จากการออกสำรวจข้อมูลคณะนักวิจัยและกลุ่มผู้ผลิต OTOP ได้ร่วมกันศึกษาวิเคราะห์ถึงจุดเด่นจุดด้อยของผลิตภัณฑ์ พบว่า (ก) จุดเด่นคือ 1) มีทักษะความสามารถในการผลิตผ้าทอได้หลากหลายทั้งผ้าซิด ผ้าขาวม้า ผ้ามัดหมี่ 2) มีสถานที่ในการผลิตที่แน่นอนทำให้สามารถผลิตสินค้าได้อย่างสม่ำเสมอ 3) กลุ่มผู้ประกอบการมีทัศนคติที่ในการต้องการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ เช่นการแปรรูปผลิตภัณฑ์รูปแบบต่างๆ เพื่อจำหน่าย 4) มีเอกลักษณ์ของการเป็นผลิตภัณฑ์จากงานฝีมือ 5) บางกลุ่มมีสมาชิกในการผลิตโดยเฉพาะแรงงานในการทอและการตัดเย็บมาก (ข) จุดด้อย 1) ไม่มีความรู้ความเข้าใจการออกแบบพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายให้หลากหลายและตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ใช้ 2) มีคู่แข่งในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันมาก 3) ยังขาดการออกแบบลวดลาย สีสันทันและรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาด 4) ไม่มียี่ห้อหรือตราสินค้าเป็นของตนเองซึ่งถือเป็นจุดแข็งในตลาดการจำหน่ายสินค้าประเภทเดียวกัน เพื่อสร้างการจดจำ 5) ไม่มีบรรจุภัณฑ์สำหรับการจำหน่ายเป็นของตัวเอง

4.2 การถ่ายทอดกระบวนการคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

4.2.1 กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าบ้านพลายงาม

(ก) ประเด็นที่ค้นพบ ผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองโดยการจำหน่ายเป็นผืนเป็นหลักจำหน่ายได้ราคาสูง แต่สามารถผลิตผ้าทอได้หลายประเภทโดย การนำไปแปรรูปมีน้อยและรูปแบบไม่ทันสมัยและตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ใช้ ดังนั้นจึงต้องออกแบบพัฒนาลวดลายสีสันทันของผ้าทอให้มีความสวยงามตรงกับกลุ่มผู้ใช้

(ข) กระบวนการสร้างสรรค์ ถ่ายทอดกระบวนการคิดสร้างสรรค์และการปฏิบัติด้านการพัฒนาผ้าทอพื้นเมืองให้สามารถเลือกใช้โทนสีได้ตรงกับความต้องการของตลาดสำหรับผ้าทอแต่ละประเภท และแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามแปลกตาตรงกับความต้องการ

(ค) ผลลัพธ์ที่ได้ 1) ผ้าทอพื้นเมืองที่มีสีสันทันสวยงาม 2) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอพื้นเมืองที่สวยงามตามสมัยนิยมโดยการนำเอกลักษณ์ของผ้าทอพื้นเมืองมาใช้ 3) บรรจุภัณฑ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และตราสินค้า



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าบ้านพลายงาม

4.2.2 กลุ่มสตรีพัฒนาบ้านฝางน้อย

(ก) ประเด็นที่ค้นพบ ผ้าทอยังเป็นลวดลายสีสันทันแบบเก่าที่ผลิตมายาวนานซึ่งมีคู่แข่งมากในสินค้ารูปแบบเดียวกัน ดังนั้นจึงต้องการพัฒนาลวดลายผ้าทอที่มีสีสันทันสวยงามสดใสแปลกตา

(ข) กระบวนการสร้างสรรค์ ถ่ายทอดกระบวนการคิดสร้างสรรค์และการปฏิบัติด้านการพัฒนาลวดลายและสีสันทันผ้าทอพื้นเมืองโดยเน้นไปที่ผ้าขาวม้าเนื่องจากสามารถออกแบบลวดลายสีสันทันที่สวยงามสดใส จับกลุ่มเป้าหมายที่อายุน้อยลง เช่นวัยรุ่นวัยทำงาน และแปรรูปผลิตภัณฑ์ของใช้ที่สวยงามแปลกตา

(ค) ผลลัพธ์ที่ได้ 1) ผ้าขาวม้ารูปแบบลวดลายสีสันทันสดใสทันสมัย 2) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าขาวม้าที่สวยงามตามสมัยนิยมโดยการนำเอกลักษณ์ของผ้าทอพื้นเมืองมาใช้ 3) บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าเฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ประกอบการ



ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ กลุ่มสตรีพัฒนาบ้านฝางน้อย

4.2.3 กลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านโคกบุญสอง

(ก) ประเด็นที่ค้นพบ มีคู่แข่งในตลาดสินค้าประเภทเดียวกันมาก ดังนั้นจึงต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแตกต่างจากท้องตลาดรวมถึงการนำผ้าไปแปรรูปเพื่อสร้างผลิตภัณฑ์ให้หลากหลายยิ่งขึ้น

(ข) กระบวนการสร้างสรรค์ ถ่ายทอดกระบวนการคิดสร้างสรรค์และการปฏิบัติด้านออกแบบพัฒนาลวดลายผ้าทอมือที่มีความสวยงามมากยิ่งขึ้น ออกแบบพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอมือให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายและความต้องการของตลาด ปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะโดยออกแบบเป็น

ชุดของใช้ ได้แก่ กระเป๋าเอกสาร หมวก สำหรับกลุ่มวัยรุ่นวัยเริ่มต้นทำงาน

(ค) ผลลัพธ์ที่ได้ 1) ลดลายผ้าทอมือรูปแบบใหม่ที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ 2) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าทอพื้นเมืองได้แก่ กระเป๋าเอกสาร หมวก สำหรับกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงาน 3) บรรจุภัณฑ์เฉพาะและตราสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ประกอบการ



ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ กลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านโคกบุญสนอง

4.2.4 กลุ่มทอผ้าขนแปรรูปบ้านโนนมันปลา

(ก) ประเด็นที่ค้นพบ เนื่องจากผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จัก ลดลายสีสันทันยังน้อย ดังนั้นการพัฒนาต้องสร้างผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพและความสวยงาม พบว่าผู้ประกอบการมีทักษะในการทอผ้าที่มีความชำนาญ ซึ่งสามารถนำมาใช้ในกระบวนการทอที่ประณีต

(ข) กระบวนการสร้างสรรค์ ถ่ายทอดกระบวนการคิดสร้างสรรค์และการปฏิบัติด้านการพัฒนารูปแบบของการออกแบบพัฒนาลดลายและสีสันทันผ้าทอโดยเฉพาะผ้าขาวม้า เพื่อสร้างเอกลักษณ์ความสวยงามแปลกตาสำหรับตลาด ออกแบบพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่าย โดยจับกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นทันสมัยและสร้างสรรค์ลดลายสีสันทันที่สวยงามแปลกตามากยิ่งขึ้น

(ค) ผลลัพธ์ที่ได้ 1) ผ้าขาวม้ารูปแบบลดลายสีสันทันสดใส 2) ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าขาวม้ารูปแบบทันสมัยเป็นกระเป๋า เสื้อผ้า 3) ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ประกอบการ



ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ กลุ่มทอผ้าขนแปรรูปบ้านโนนมันปลา

4.3 ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อลดลายสีสันทัน ผลิตภัณฑ์แปรรูป และบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ ผลปรากฏว่ากลุ่มเป้าหมายคือกลุ่มวัยรุ่นมีความพึงพอใจในด้านความสวยงามของลดลายผ้าทอพื้นเมืองที่ออกแบบใหม่ ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูป และด้านบรรจุภัณฑ์ในระดับมาก ดังนี้ 1) กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าบ้านพลายงาม ด้านความสวยงามของลดลายผ้าทอพื้นเมืองที่ออกแบบใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.05 ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าเฉลี่ย 4.16 และด้านบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.18 2) กลุ่มสตรีพัฒนาบ้านผางน้อย ด้านความสวยงามของลดลายผ้าทอพื้นเมืองที่ออกแบบใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.14 ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าเฉลี่ย 4.23 และด้านบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.26 3) กลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านโคกบุญสนอง ด้านความสวยงามของลดลายผ้าทอพื้นเมืองที่ออกแบบใหม่ ค่าเฉลี่ย 4.40 ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าเฉลี่ย 4.34 และด้านบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.49 4) กลุ่มทอผ้าขนแปรรูปบ้านโนนมันปลา ด้านความสวยงามของลดลายผ้าทอพื้นเมืองที่ออกแบบใหม่ ค่าเฉลี่ย 3.91 ด้านผลิตภัณฑ์แปรรูป ค่าเฉลี่ย 4.15 และด้านบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.19 ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP สามารถเรียนรู้เข้าใจในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ในเชิงสร้างสรรค์และสามารถนำมาใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้ ถ้าได้รับการถ่ายทอดภายใต้การให้คำปรึกษาชี้แนะทั้งภาคทฤษฎีและภาคปฏิบัติและความตั้งใจจริงของกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP

5. การอภิปรายผล

5.1 ปัญหาใหญ่ของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ในปัจจุบันคือการผลิตสินค้ารูปแบบเดียวกันและซ้ำๆ กันทำให้เกิดปัญหาในการจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ไม่ทราบว่าจะนำไปจำหน่ายให้ใคร ทำให้ต้องยกเลิกการผลิตไปเป็นจำนวนมาก การแก้ปัญหาที่จะช่วยให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ให้สามารถอยู่รอดได้คือการปรับเปลี่ยนกระบวนการคิดด้านการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยหันมาใช้ทักษะความชำนาญในงานฝีมือร่วมกับมิติด้านภูมิปัญญาและใช้กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์เป็นส่วนผลักดันให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์และสินค้าที่มีความแตกต่างและตรงกับความต้องการของผู้ใช้

5.2 กระบวนการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยการใช้ความคิดสร้างสรรค์สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP นั้นจำเป็นจะต้องให้ความมั่นใจว่าสามารถทำได้และเป็นเรื่องที่เข้าใจได้โดยผ่านกระบวนการฝึกฝนทางกระบวนการคิด การค้นหาและสร้างแรงบันดาลใจจากสิ่งรอบตัวในชีวิตประจำวัน เช่นการนำชื่อหมู่บ้านพลายงามที่แปลว่าช่างงามมาผนวกกับทักษะความชำนาญเชิงช่างทอผ้าชาวบ้านทำให้สามารถสร้างเอกลักษณ์ของลดลายผ้าทอเฉพาะของกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ของตนเองได้

5.3 กระบวนการพัฒนาที่ยั่งยืนสำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP คือการถ่ายทอดกระบวนการคิดโดยผ่านการฝึกปฏิบัติจะทำให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP สามารถนำไปใช้ต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้โดยไม่ต้องรอรับความช่วยเหลือจากหน่วยงานรัฐซึ่งมีความล่าช้า การให้กลุ่มชุมชนมีส่วนร่วมในการคิดด้วยตัวจะทำให้เกิดความเข้าใจ ตั้งใจและเห็นประโยชน์มากยิ่งขึ้น

5.4 รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยใช้กระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์เป็นกระบวนการสร้างให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ตามบริบทของตลาด ความต้องการของกลุ่มผู้ใช้ ที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาได้ อาจกล่าวได้ว่าการจะประสบความสำเร็จได้นั้นจำเป็นที่ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน

ต้องมีความมุ่งมั่นตั้งใจและเห็นประโยชน์ของการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์

6. ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยสามารถสรุปและเสนอแนะในประเด็นการนำผลงานไปใช้ประโยชน์ จากรูปแบบและผลการวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุปรูปแบบการนำไปใช้ประโยชน์ได้ 3 ประเด็นดังนี้

6.1 ประเด็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านกระบวนการคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้ช่วยให้สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP สามารถนำความรู้ทักษะและกระบวนการคิดไปต่อยอดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภายในกลุ่มให้มีความหลากหลายแปลกใหม่มีความแตกต่างจากรูปแบบผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน ซึ่งทำให้เพิ่มมูลค่าในการจำหน่ายได้มากขึ้น เช่นกลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านโคกบุญสนอง หลังจบโครงการสามารถออกแบบและผลิตเสื้อผ้าทอได้หลากหลายและมีรูปแบบสีสันแตกต่างไปตามกลุ่มเป้าหมาย

6.2 ประเด็นทัศนคติด้านความคิดด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จากเดิมที่กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP คิดว่าการออกแบบเชิงสร้างสรรค์เป็นเรื่องที่เข้าถึงได้ยากและไม่มีทักษะความรู้ความเข้าใจ โดยเฉพาะกระบวนการคิดสร้างสรรค์ที่ต้องมีหลักทางสุนทรียศาสตร์หรือศิลปะเข้ามาเกี่ยวข้อง เปลี่ยนมาเป็นเรื่องที่สามารถเข้าใจได้ง่าย และสามารถประยุกต์สิ่งรอบตัวมาใช้ในการสร้างสรรค์ได้ เช่นกลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าบ้านพลายงาม สามารถนำเอาชื่อหมู่บ้านพลายงามซึ่งมีความหมายถึงช้างที่ส่งงามมาประยุกต์เป็นรูปแบบลวดลายผ้าทอรูปช้างที่มีความสวยงามเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ

6.3 ประเด็นการสร้างองค์ความรู้เพื่อเป็นต้นแบบในการพัฒนาสำหรับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP อื่น จากผลการวิจัยกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ทั้ง 4 กลุ่มได้เรียนรู้และสามารถออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งลวดลายผ้าทอ การแปรรูปผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ทั้งหมดสามารถผลิตและจำหน่ายได้จริง อีกทั้งสามารถส่งเข้าร่วมการประเมินผลผลิตภัณฑ์ OTOP ประจำปีและได้ระดับดาวสูงขึ้นมากกว่าครั้งที่ผ่านมา ทำให้กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP เกิดความสนใจอยากศึกษาเรียนรู้และหน่วยงาน เช่น ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดหนองคายและมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานีสามารถนำผลการวิจัยที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาต่อยอดได้

7. กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยในครั้งนี้สามารถประสบผลสำเร็จลงได้จากความร่วมมือของส่วนงานต่างๆ ที่เกี่ยวข้องได้แก่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 4 จังหวัดอุดรธานี ประธานกลุ่มและสมาชิกภายในกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP) ทั้ง 4 กลุ่ม ประกอบไปด้วย กลุ่มอาชีพสตรีทอผ้าบ้านพลายงาม กลุ่มสตรีพัฒนาบ้านฝางน้อย กลุ่มอาชีพทอผ้ามัดหมี่บ้านโคกบุญสนอง และกลุ่มทอผ้าขมแปรรูปบ้านโนนมันปลา ที่ให้ร่วมมือและแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้วยกันด้วยความเต็มใจ จึงทำให้ผลลัพธ์ที่ออกมาประสบความสำเร็จตามเป้าหมายทุกประการ

8. เอกสารอ้างอิง

- [1] โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์(One Tambon One Product: OTOP).กรมเศรษฐกิจระหว่างประเทศ. 2548.Available: <http://www.mfa.go.th/internet/BDU/otop.doc> [2553,มกราคม 25]
- [2] OTOP ผลิตภัณฑ์ชาวบ้าน ต้องพัฒนาให้ยั่งยืน.กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.2553.[Online].Available: library.dip.go.th/multim5/edoc/14002.doc [2553,มกราคม 5]
- [3] ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ(TCDC). ทำไมต้องเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมบทความกระตุ้นอะดรีนาลีนโดย 6 นักคิด. บริษัท เออาร์ อินฟอร์เมชั่น แอนด์พับลิเคชั่นจำกัด. กรุงเทพมหานคร.2552.
- [4] กรกตน์กอกแบบผู้บุกเบิกหัตถอุตสาหกรรม.ศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ(TCDC).2553. [Online]. Available: <http://www.tcdc.or.th/> [2553,มกราคม 25]
- [5] จอห์น ฮาวกินส์ คูณการ วาณิชยวิรุฬห์(ผู้แปล). เศรษฐกิจสร้างสรรค์เข้มแข็งจากความคิดกันอย่างไรศูนย์สร้างสรรค์งานออกแบบ (TCDC)และสำนักบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ องค์การมหาชนบริษัทอัมรินทร์พรินต์ติ้งแอนด์พับลิเคชั่น จำกัด.กรุงเทพมหานคร.2552