

การศึกษาปัจจัยและเงื่อนไขการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม สำหรับโครงการหนึ่งตำบล
หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในประเทศไทย กรณีศึกษา : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของจังหวัดลำปาง
กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค^{1*}

The study of factors and conditions for the development of Industrial crafts
products for the one tambon one product (OTOP) project in Thailand. Case
study : products development of Lampang Province.

Kittipong Keativipak^{1*}

^{1*} คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

^{1*} Faculty of Fine and Applied Art , Thammasat University

* Corresponding author. E-mail address: Keativipak@yahoo.com

received: May 14 , 2020

revised: July 30, 2020

accepted: September 10, 2020

บทคัดย่อ

การศึกษาปัจจัยและเงื่อนไขการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม สำหรับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในประเทศไทย กรณีศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของจังหวัดลำปาง เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยเงื่อนไข ชุดข้อมูลที่สำคัญ และประเด็นของหลักการที่ต้องนำมาพิจารณาต่าง ๆ อันส่งผลถึงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อให้เกิดความเข้าใจและการกำหนดทิศทางการพัฒนาผลงาน สำหรับนักออกแบบและผู้ปฏิบัติงาน โดยมีวิธีการศึกษาจากการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) แบบ Coding Techniques จาก SWOT Analysis และข้อมูลสำคัญ ในการประชุมเชิงปฏิบัติการจำนวน 4 แห่งได้แก่ 1) การประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม D ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) การประชุมประชาคมรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี 3) โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ประจำปี 2562 ระดับจังหวัด และ 4) การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) รับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ร่วมกับกลุ่มศิลปินหัตถกรรมทั้ง 4 ชุมชน ผลลัพธ์จากการวิเคราะห์งานวิจัยได้ผลสรุปคือ ประเด็นและชุดข้อมูลอันเกี่ยวข้องกับปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP ซึ่งจำเป็นต้องศึกษาก่อนการปฏิบัติงานทั้งสิ้น 3 ส่วนคือ 1) การศึกษาชุดข้อมูล สำหรับปัจจัยและเงื่อนไขก่อนการพัฒนา (Factors and Conditions), 2) การศึกษาชุดข้อมูล สำหรับการออกแบบสร้างสรรค์ (Data for Creative) และ 3) หลักเกณฑ์การประเมิน (Assessment Criteria)

คำสำคัญ: ปัจจัย เงื่อนไข การออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ABSTRACT

The Study of Factors and Conditions for the Development of Industrial Crafts Products for the One Tambon One Product (OTOP) project in Thailand. Case Study: Products development of Lampang Province. The objective was too studied essential factors and conditions of data set, And issues of principles that must be considered, Which affects the design and development of OTOP products to understand and determine the product development directed for designers and workers. Research methodology: This research was qualitative and there was content analysis by coding techniques from SWOT Analysis and essential data, four workshops: 1. Workshop to developed potential manufacturers, OTOP entrepreneurs (Quadrant D) in design development. 2. Lampang provincial development plan meeting 2019 3. OTOP Product Champion: OPC 2019

(Provincial Level) 4. Focus group directed on the development of industrial crafts products. (Together with the four wisdom groups.) Results: Issues and data sets related to factors and conditions affecting One Tambon One Products (OTOP) development. There are 3 main components: 1). Cognitive domain of factors and conditions 2) Cognitive domain of data for creative 3) Assessment Criteria.

Keywords: Factors, Conditions, Industrial Crafts Design, One Tambon One Product (OTOP) project

บทนำ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นโครงการกระตุ้นธุรกิจประกอบการท้องถิ่น มีเป้าหมายสนับสนุนผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นแต่ละตำบล โครงการกระตุ้นให้ชุมชนหมู่บ้านพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นและการตลาด เลือกผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นมาหนึ่งชิ้นจากแต่ละตำบลมาประทับตราว่า “ผลิตภัณฑ์ OTOP” และจัดหาเวทีในประเทศและต่างประเทศเพื่อประชาสัมพันธ์สินค้าเหล่านี้ ผลิตภัณฑ์ OTOP ครอบคลุมผลิตภัณฑ์อย่างกว้างขวางซึ่งรวมไปถึงงานหัตถกรรม ผ้าและผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผา เครื่องประดับแฟชั่น ของใช้ในครัวเรือนและอาหาร โครงการ OTOP จึงเป็นแนวทางหนึ่ง ที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชน ยกฐานะฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น สามารถจำหน่ายในตลาดทั้งภายในและต่างประเทศ โดยมีหลักการพื้นฐาน 3 ประการคือภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล, พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ และการสร้างทรัพยากรมนุษย์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการ การดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลาย ซึ่งในปัจจุบันในแวดวงวิชาการ นักออกแบบและผู้ปฏิบัติงานทั้งภาครัฐและเอกชน ได้เข้ามามีส่วนร่วมทั้งทางด้านการวิจัย ด้านการออกแบบและพัฒนา เพื่อให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น แต่จากระยะเวลาที่ผ่านมา กฎระเบียบและข้อจำกัดต่าง ๆ ได้มีมาตรฐานที่สูงขึ้น นั้นส่งผลให้ข้อกำหนดและกฎเกณฑ์ต่าง ๆ ได้ถูกวางกรอบเพิ่มขึ้นตามไปด้วย ทั้งปัจจัยและเงื่อนไขของแผนพัฒนาประเทศ, แผนพัฒนาจังหวัด, หลักเกณฑ์การพิจารณา แม้กระทั่งตัวชี้วัดการประเมินผลงาน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้ล้วนเป็นสิ่งที่นักวิชาการ นักออกแบบและผู้ปฏิบัติงานต้องทำความเข้าใจ และรับทราบถึงทิศทางที่เกิดขึ้น เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาที่ถูกต้องเหมาะสม ตามระเบียบและข้อกำหนดที่ระบุไว้ เพื่อให้ผลงานออกแบบหัตถอุตสาหกรรม OTOP ของชุมชนได้พัฒนา ต่อยอดได้อย่างถูกวิธี คุ้มค่าและมีประโยชน์

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาปัจจัยและเงื่อนไข ที่ส่งผลต่อความสามารถในการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม สำหรับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในประเทศไทย กรณีศึกษา : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของจังหวัดลำปาง

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นลักษณะงานวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยทำการศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยและเงื่อนไขในการพัฒนา, การเก็บข้อมูลเพื่อใช้ในการวิเคราะห์สำหรับการออกแบบสร้างสรรค์, กฎเกณฑ์และตัวชี้วัดที่สำคัญสำหรับการประเมิน เพื่อได้ข้อมูลใช้เป็นแนวทางทางการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม สำหรับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในประเทศไทย จากการยกตัวอย่างการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดลำปาง โดยทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา Content Analysis จากการศึกษาและเก็บข้อมูลทั้ง 4 แห่ง ได้แก่

1. การประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม (Quadrant D) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การตลาด เพื่อศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการทำงานของชุมชน รวมถึงปัญหาและเงื่อนไข ที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม

ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการที่ปรับตัวสู่การพัฒนา ประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่ง จำนวน 19 ผู้ประกอบการ และกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 12 ผู้ประกอบการ รวมจำนวนทั้งสิ้น 31 ผู้ประกอบการ

เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ ปฏิบัติการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

2.การประชุมประชาคมรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) ฉบับทบทวนปี 2564 ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรมผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม เพื่อศึกษากรอบแผนงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดลำปาง ยุทธศาสตร์ / กลยุทธ์ / ตัวชี้วัด, การศึกษาแผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า VALUE CHAIN และปัญหาและเงื่อนไข ที่ส่งผลต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม

ประชากร ได้แก่ หน่วยงานทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาจังหวัดลำปาง ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ในจังหวัดลำปางจำนวน 94 หน่วยงาน (คำสั่งแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดลำปาง)

ขั้นตอนการวิจัย ได้แก่ การระดมความคิดเห็น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก (SWOT Analysis)

3. โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ประจำปี 2562 ระดับจังหวัด เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ที่มีศักยภาพสำหรับการพัฒนางานออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม และเก็บข้อมูลเกี่ยวกับเกณฑ์ในการพิจารณาโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย

(OTOP Product Champion : OPC)

ประชากร ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องและคณะกรรมการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยจังหวัดลำปาง จำนวน 19 หน่วยงาน จากการแต่งตั้งจากจังหวัดลำปาง

เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกการรวบรวมประเด็นการสนทนา

4.จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) รับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ร่วมกับกลุ่มศิลปหัตถกรรมทั้ง 4 ชุมชน (เป็นกลุ่มชุมชนที่คัดเลือกนำภูมิปัญญามาใช้พัฒนาร่วมกัน) และการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ในสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง เพื่อศึกษาทิศทางความเป็นไปได้ในการประยุกต์ใช้ วัสดุและสร้างสรรค์ และต่อยอดภูมิปัญญาให้เกิดเป็นผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมในรูปแบบใหม่ และการศึกษาแนวคิดการพัฒนาและออกแบบสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องกับการพัฒนาที่ถูกต้อง ตามเกณฑ์ยุทธศาสตร์ของชาติและกลยุทธ์ของจังหวัดลำปาง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1. กลุ่มศิลปหัตถกรรมทั้ง 4 ชุมชน ในจังหวัดลำปาง ได้แก่

1.1 หมู่บ้านแกะสลักบ้านหลุก ต.นาครีว อ.แม่ทะ จ.ลำปาง (ทักษะภูมิปัญญาด้านการแกะสลักไม้)

1.2 ชุมชนบ้านไร่ศิลาทอง ต.พิชัย อ.เมือง จ.ลำปาง (ทักษะภูมิปัญญาด้านการแกะสลักหิน)

1.3 ชุมชนเชรามิกส์ อ.เกาะคา จ.ลำปาง (ทักษะภูมิปัญญาด้านเครื่องปั้นดินเผา)

1.4 ชุมชนจักสานไผ่ ชุมชนบ้านห้วยเป้ง อ.เมือง จังหวัดลำปาง (ทักษะภูมิปัญญาด้านการจักสานไผ่)

2. สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง ได้แก่ หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน และนักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ (ผู้ช่วยหัวหน้ากลุ่มงานฯ)

เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบบันทึกการรวบรวมประเด็นการสนทนา ข้อคำถามและคำตอบในการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับ 4 ชุมชน และแบบสัมภาษณ์ชนิดไม่มีโครงสร้าง (Unstructured Interview)

นำข้อมูลจากการศึกษาทั้ง 4 แห่ง มาวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) แล้วทำการสรุปผลข้อมูลที่สำคัญ โดยการใช้การบรรยายข้อมูลด้วยวิธีการพรรณนา

การศึกษา และการเก็บข้อมูล เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา Content Analysis ให้เกิดการสรุปผลจากการปฏิบัติการศึกษาทั้ง 4 แห่ง

1. การประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพ ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม (Quadrant D) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การตลาด

เพื่อให้ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม เนื้อหาเกี่ยวกับการวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์ SWOT ค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค โดยในการศึกษาได้เน้นหนัก ถึงกลุ่มปรับตัวสู่การพัฒนาประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้และของตกแต่ง จำนวน 19 ผู้ประกอบการและ กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 12 ผู้ประกอบการรวมจำนวนทั้งสิ้น 31 ผู้ประกอบการ ห้องประชุมจางว้าง โรงแรมริเจนท์ ลอดจ้ง จ.ลำปาง, วันที่ 6-7 มิถุนายน 2562



2. การประชุมประชาคมรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) ฉบับทบทวนปี 2564 ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

การศึกษาแผนการพัฒนาของจังหวัดลำปาง ในยุทธศาสตร์ ที่ 3 ของปี 63 -65 เพื่อให้งานวิจัยสอดคล้องกับกรอบแผนงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดลำปาง กลยุทธ์ ตัวชี้วัด แผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า VALUE CHAIN และแผนการพัฒนาผลงานหัตถอุตสาหกรรมของชุมชนในอนาคต โดยใช้การวิเคราะห์ศักยภาพในการพัฒนาจังหวัดลำปาง (SWOT Analysis) / เป็นการประชุมจากหน่วยงานทางภาครัฐ และเอกชน ที่มีความเกี่ยวข้องทั้งหมดกับการพัฒนาจังหวัดลำปาง / การประชุมประชาคมรับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี (พ.ศ.2561-2565) ฉบับทบทวนปี 2564 วันที่ 6-7 พย. 2562, วันที่ 18 พย. 2562 และสรุปผลวันที่ 6 และ 19 ธค. 2562 ณ ห้องประชุมชั้น 2 มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษาออกที่ดิ่งลำปาง อ.เมืองลำปาง จังหวัดลำปาง



3. โครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ประจำปี 2562 ระดับจังหวัด

การคัดเลือกกลุ่มที่มีความรู้ ความสามารถและมีศักยภาพในการสร้างสรรค์พัฒนา ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง และเป็นแนวทางการเรียนรู้ในกลุ่มขยายต่อไป / การสำรวจทำการลงพื้นที่ทั้ง 4 ชุมชนการนำหลักเกณฑ์จากโครงการคัดสรรฯ ไปใช้ในกรอบแนวคิดวิเคราะห์การออกแบบ เพื่อให้สอดคล้องกับตัวชี้วัดและแผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า VALUE CHAIN ในระดับจังหวัด และประเทศ รวมถึงการจัดระดับของผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีผลต่อการส่งเสริมการตลาด และการเข้าร่วมจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชนในอนาคต / กรมพัฒนาชุมชนและหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง / ศึกษาหลักเกณฑ์-เงื่อนไข (OTOP Product Champion:OPC) ระดับจังหวัด ระหว่างวันที่ 10 - 17 พฤษภาคม 2562 ณ ห้องประชุม วิธธาร โรงแรมริเจนท์ ลอดจ้ง อ.เมือง จ.ลำปาง



4. จัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) รับฟังความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ร่วมกับกลุ่มศิลปินหัตถกรรมทั้ง 4 ชุมชน (เป็นกลุ่มชุมชนที่คัดเลือกนำภูมิปัญญามาใช้พัฒนาร่วมกัน) และการสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ในสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง

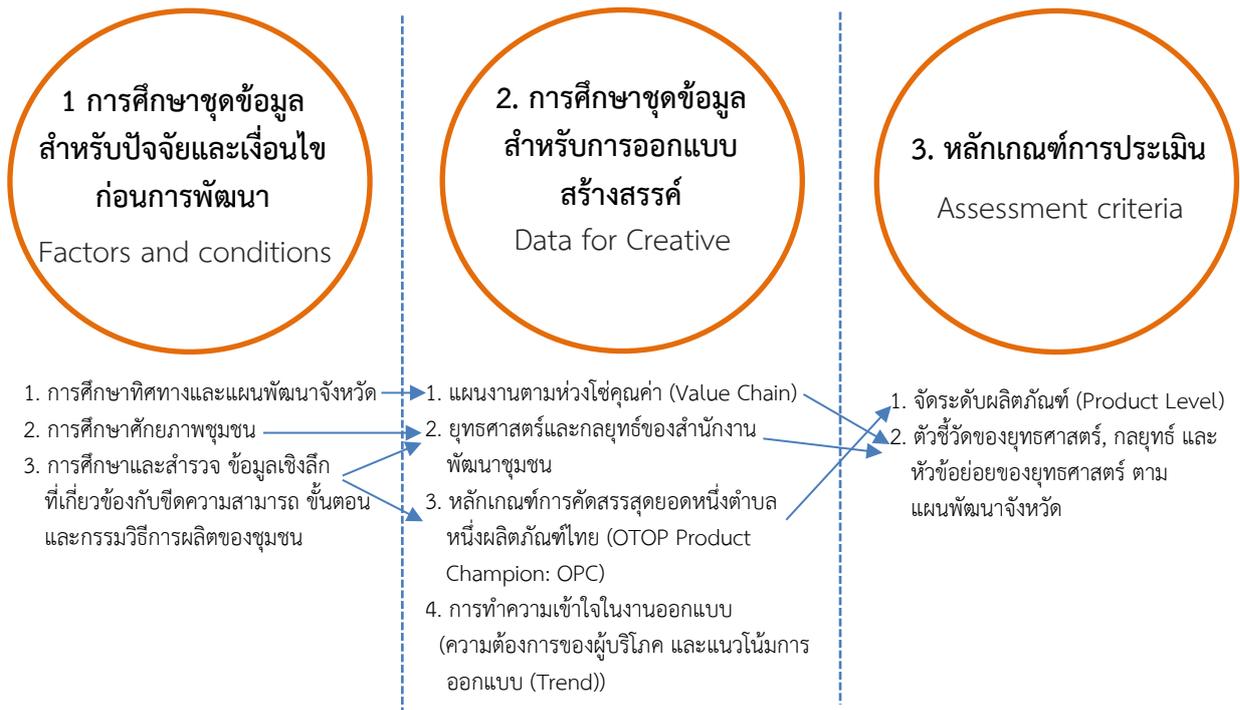
เพื่อการศึกษาหาแนวทางการพัฒนาและการออกแบบสร้างสรรค์ร่วมกัน การทำความเข้าใจในกระบวนการวิเคราะห์ การแยกส่วนและการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติงาน ในวิธีการและภูมิปัญญาของตนเอง เพื่อนำมาใช้ในการผสมผสานภูมิปัญญาให้เกิดเป็นผลงานที่น่าสนใจ สัมภาษณ์หลักการในการพัฒนาผลงานหัตถอุตสาหกรรม วันที่ 4 ธันวาคม 2562 ณ ห้องพัฒนาการชุมชน สำนักงานพัฒนาชุมชน ชั้น 3 สำนักงานจังหวัดลำปาง วันที่ 1 มีนาคม พ.ศ.2563 ณ ห้อง 5201 อาคารปฏิบัติการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ศูนย์ลำปาง



ภาพ 1 ระเบียบวิธีวิจัย และการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และสรุปผลข้อมูลเพื่อให้ทราบถึงปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม กรณีศึกษา : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของจังหวัดลำปาง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย การศึกษาปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสามารถในการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม สำหรับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในประเทศไทย กรณีศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของจังหวัดลำปาง ผู้วิจัยได้ทำการสรุปแจกแจงข้อมูลที่มีความสำคัญ และเป็นชุดข้อมูลที่น็อกออกแบบและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา จำเป็นต้องศึกษาทำความเข้าใจ และตอบโจทย์ทั้งหมดก่อนปฏิบัติการออกแบบสร้างสรรค์ผลงาน เนื่องด้วยการทำงานออกแบบและพัฒนาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์นั้น มีความแตกต่างจากการทำงานออกแบบทั่วไป กล่าวคือ เป็นลักษณะงานที่ต้องออกแบบสร้างสรรค์ผลงานร่วมกับชุมชนแต่ละแห่ง โดยผลงานหรือผลิตภัณฑ์ต้องตอบโจทย์ และเงื่อนไขต่าง ๆ ของสำนักงานพัฒนาชุมชนของจังหวัดนั้น ๆ รวมถึงเกณฑ์และตัวชี้วัดต่างๆที่ถูกสร้างขึ้น เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) จากคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (กอ.นตผ.) เป็นต้น ซึ่งจากที่ผ่านมานักออกแบบและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมักได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติงานดังกล่าวอยู่บ่อยครั้ง แต่ชุดข้อมูลก่อนทำการปฏิบัติงานกลับไม่มีการศึกษามากน้อยเพียงพอและขาดความเข้าใจ ส่งผลให้ผลงานที่ได้รับพัฒนาไม่ตอบโจทย์ของแผนพัฒนาจังหวัด จากการศึกษางานวิจัย จึงสรุปปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลต่อความสามารถในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดลำปาง เพื่อใช้เป็นตัวอย่างในการนำไปใช้เพื่อการวิเคราะห์ โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วนดังนี้



ภาพ 2 ผลการสรุปข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยและเงื่อนไข ที่ส่งผลต่อการพัฒนาหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP ที่นักรออกแบบ และนักวิชาการที่เกี่ยวข้อง จำเป็นต้องศึกษาก่อนการปฏิบัติงาน

1. การศึกษาชุดข้อมูล สำหรับปัจจัยและเงื่อนไขก่อนการพัฒนา (Factors and Conditions)

สิ่งแรกที่ต้องทำการศึกษาและเข้าใจ คือปัจจัยและเงื่อนไข ก่อนที่จะนำชุดข้อมูลเหล่านั้นไปใช้ในการออกแบบ และพัฒนา เพื่อตอบสนองคำถามในสิ่งที่พัฒนาขึ้น ว่าตรงกับความต้องการต่าง ๆ ที่ถูกกำหนดไว้แล้วหรือไม่ ทั้งแผนการพัฒนา ผลงานและมีสอดคล้องกับขีดความสามารถของกลุ่มชุมชนที่เข้าร่วมหรือไม่ โดยในขั้นตอนนี้แบ่งออกเป็น 3 ข้อดังนี้

1.1 การศึกษาทิศทางและแผนพัฒนาจังหวัด แผนพัฒนาจังหวัดเป็นจุดเริ่มต้นของการทำงานทุกอย่าง ที่เกี่ยวข้องกับ จังหวัด เพื่อตอบโจทย์แผนพัฒนาประเทศ ผู้ปฏิบัติงานจำเป็นต้องเข้าใจและปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด มิเช่นนั้นผลงานผลิตภัณฑ์ ที่ได้จะไม่มีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัด เป็นเพียงผลงานที่ตอบโจทย์ของตนเองหรือชุมชนเท่านั้น ทั้งนี้ชุมชนไม่สามารถ นำไปต่อยอดหรือใช้ประโยชน์กับสิ่งที่เกิดขึ้นได้กับหน่วยงานภาครัฐ อันเป็นภาคส่วนการจัดสรรงบประมาณและมีหน้าที่ผลักดัน ในขั้นตอนต่อไป ทั้งสำนักงานจังหวัด พัฒนาการจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัดและพาณิชย์จังหวัด แม้ว่าสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นจะ สวยงาม น่าสนใจมากเท่าใดก็ตาม ซึ่งประเด็นนี้เป็นประเด็นที่นักรออกแบบและนักวิชาการมองข้าม มุ่งศึกษาเพียงข้อมูลการ ออกแบบ การพัฒนาสินค้าและผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้น โดยมิได้เข้าใจว่าจะสามารถตอบวัตถุประสงค์แผนพัฒนาประเทศและ แผนพัฒนาจังหวัดที่กำหนดไว้หรือไม่ ประเด็นนี้จึงถือว่าเป็นปัญหาเร่งด่วนที่นักรออกแบบและนักวิชาการควรต้องปรับปรุงแก้ไข และศึกษาให้ลึกซึ้งเสียก่อน

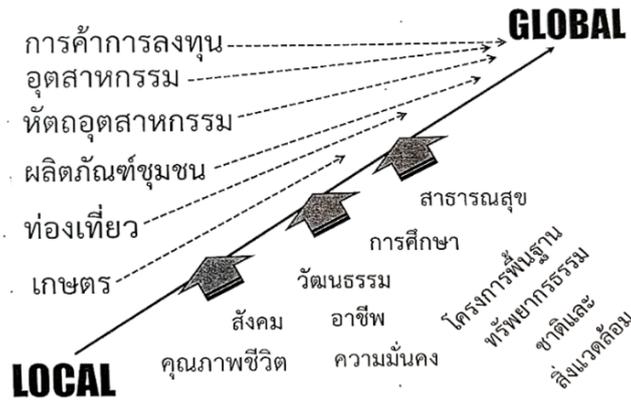
“แผนพัฒนาจังหวัด” หมายความว่า รายการเกี่ยวกับโครงการและแผนงานต่าง ๆ ของจังหวัด ที่จำเป็นต้องจัดทำ เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และทิศทางการพัฒนาของจังหวัดในอนาคต โดยต้องคำนึงถึงความต้องการและศักยภาพของ ประชาชนในท้องถิ่นในจังหวัด รวมถึงสอดคล้องกับความต้องการของภาครัฐและภาคธุรกิจเอกชน และยุทธศาสตร์ระดับชาติ มี กระบวนการรับฟังหรือให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการกำหนดความต้องการในการพัฒนาพื้นที่ของจังหวัด มาพิจารณาให้เกิดความ ผสมผสานไม่ขัดแย้งในด้านใดด้านหนึ่ง โดยมีระยะเวลาของแผนพัฒนาจังหวัด 4 ปี (พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารงาน จังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ พ.ศ. 2551, 2551, หน้า 2) แผนพัฒนาจังหวัดเป็นแนวทางในการพัฒนาจังหวัดแบบองค์ รวมที่ครอบคลุมทุกมิติในด้านเศรษฐกิจ สังคม ทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมและความมั่นคง เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต สร้าง โอกาสและอาชีพให้สนองต่อความต้องการของประชาชนในจังหวัด โดยต้องแสดงวิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย กล

ยุทธ์ และแนวทางหรือมาตรการการพัฒนาให้สอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาล ทิศทางการพัฒนาประเทศ ศักยภาพของพื้นที่ และปัญหาความต้องการของประชาชน

แผนพัฒนาจังหวัด เป็นแผนยุทธศาสตร์ที่เกิดจากกระบวนการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาหรือทุกภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาโดยการประชุมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) ระดมความคิดเห็นร่วมกัน เพื่อให้ได้จุดมุ่งหมายในการพัฒนา วิธิตำเนินการเพื่อให้บรรลุจุดมุ่งหมาย โดยนำเอาแนวความคิดการพัฒนาแบบองค์รวม และการบูรณาการเป็นกรอบแนวทาง ดำเนินการ ตั้งแต่ขั้นการวางแผนกลยุทธ์ จนถึงขั้นการวางแผนปฏิบัติการ แผนพัฒนาจังหวัดเป็นเครื่องมือสำคัญในการนำนโยบายของรัฐบาล และทิศทางการพัฒนาประเทศไปสู่การปฏิบัติในพื้นที่ให้สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ และปัญหาความต้องการของประชาชน และเป็นแผนชี้นำการพัฒนาจังหวัดในภาพรวมระยะยาว (4 ปี) แต่ไม่ยึดมั่นว่าจะต้องใช้ระยะเวลาเท่าใด ขึ้นอยู่กับปัญหาและความต้องการของประชาชนในขณะนั้น จึงสามารถปรับเปลี่ยนแผนได้ตามความเหมาะสม รวมทั้งการปรับเปลี่ยนเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายของรัฐบาลและทิศทางการพัฒนาของประเทศ (ฐานข้อมูลการเมืองการปกครอง สถาบันพระปกเกล้า wiki.kpi.ac.th)

ข้อมูลข้างต้นทำให้ทราบว่าแผนการพัฒนาจังหวัด เป็นหลักการและชุดข้อมูลที่ถูกกำหนดไว้อย่างชัดเจน เป็นผลสรุปการระดมสมองของหน่วยงานต่างๆที่สำคัญในการพัฒนาประเทศ นักออกแบบหรือผู้ปฏิบัติงาน ต้องปฏิบัติตามหลักการที่ถูกกำหนด ให้สอดคล้องกับแผนงานของจังหวัดทั้งระบบแล้วส่งต่อไปยังแผนพัฒนาประเทศ ซึ่งจุดนี้ถ้าศึกษาให้ชัดพบว่าจะได้ข้อมูลของประเด็นยุทธศาสตร์ในการทำงาน, กลยุทธ์การพัฒนา, แผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) และตัวชี้วัด อันเป็นปัจจัยส่งผลต่อการพัฒนาผลงานผลิตภัณฑ์ OTOP นั้นๆได้อย่างชัดเจน โดยกรอบแผนงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดได้แบ่งหมวดหมู่ออกไปหลายประเด็นยุทธศาสตร์ และแต่ละส่วนก็จะมีกลยุทธ์ มีขั้นตอน มีแผนงาน และมีตัวชี้วัดที่แตกต่างกันไปตามประเด็นยุทธศาสตร์นั้นๆ ดังนั้นก่อนการปฏิบัติงานพัฒนาหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จึงควรต้องศึกษาและกำหนดยุทธศาสตร์ให้แน่ชัดเสียก่อน เพื่อให้รู้ถึงส่วนประกอบ กระบวนการและชุดข้อมูลต่างๆที่กำหนดไว้และดำเนินการทำงานได้อย่างถูกต้อง สอดคล้อง

ในการนี้จึงยกตัวอย่างแผนการทำงานของ โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผลิตผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ (กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค, 2563) มาใช้อธิบายปัจจัยและเงื่อนไขในหัวข้อดังกล่าว (ดังภาพที่ 4) โดยในการศึกษาโครงการมีความจำเป็นที่ต้องเข้าใจถึงแผนพัฒนาระบบเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ประเด็นยุทธศาสตร์ของชาติ ยุทธศาสตร์ของจังหวัดและกลยุทธ์ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) เนื่องในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมที่ได้รับการพัฒนานั้น ต้องสอดคล้องกับนโยบายของชาติในการพัฒนาประเทศ เพื่อเข้าสู่การผลักดันจากภาครัฐ ให้วัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้เกิดเป็นรูปธรรม ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของกลุ่มธุรกิจเป้าหมาย วิสาหกิจชุมชน ด้วยฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรม โดยจากการประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดลพปาง 5 ปี (2561-2565) ฉบับทบทวนประจำปีงบประมาณ 2564 ได้มีการสรุปภาพรวม อันมีนโยบายหลักคือการพัฒนาศักยภาพชุมชน ทั้งด้านการเกษตร ด้านการท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านอุตสาหกรรมและด้านการค้าการลงทุน ผลักดันให้ไปสู่ระดับสากล ควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม คุณภาพชีวิต การศึกษา สาธารณสุข การส่งเสริมวัฒนธรรม อาชีพและความมั่นคง รวมถึงโครงการพื้นฐานเรื่องทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม



ภาพ 3 ทิศทางการพัฒนาจังหวัดลำปาง โดยสอดคล้องกับนโยบายของภาครัฐในการส่งเสริมและสนับสนุน การพัฒนาทาง วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี งานวิจัย และสร้างนวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อสามารถนำมาใช้ประโยชน์ในด้านการสนับสนุนการผลิตทั้ง ภาคอุตสาหกรรม ภาคธุรกิจ รวมถึงภาคสังคม

จากทิศทางการพัฒนาจังหวัดลำปาง ทำให้โครงการเข้าสู่เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ : เป็นแหล่งสินค้าอัตลักษณ์ทาง อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ จากทุนทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึง การเป็นจุดเชื่อมโยงโลจิสติกส์ของภาคเหนือ ที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน และอยู่ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่องสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม กล่าวสรุปคือ โครงการฯได้ตอบสนองนโยบายการพัฒนาการศึกษา(วิจัย) พัฒนาอาชีพและคุณภาพชีวิตของสังคม อันมีผลลัพธ์เป็นผลงานออกแบบ หัตถอุตสาหกรรมชุมชนที่มีเรื่องราว วัฒนธรรม และเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ควบคู่กับการใช้ทรัพยากรธรรมชาติได้อย่างคุ้มค่า เหมาะสม



ภาพ 4 สรุปตัวอย่างโครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ยุทธศาสตร์ชาติ ข้อที่ 2 : การสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มุ่งเน้นพัฒนาภาคการผลิต และบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิตและมีรายได้ที่ดีขึ้น

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) ข้อที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ

กรอบแผนงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดลำปาง

เป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ : เป็นแหล่งสินค้าอัตลักษณ์ทางอุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน บนพื้นฐานของเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ จากทุนทางสังคมและวัฒนธรรม รวมถึงการเป็นจุดเชื่อมโยงโลจิสติกส์ของภาคเหนือ ที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : สินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม

กลยุทธ์ที่ 4 : เสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจชุมชน ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยการส่งเสริมสนับสนุน

การรวมกลุ่ม และพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน บนฐานรากของความรู้สมัยใหม่และภูมิปัญญาท้องถิ่น

ข้อที่ 1 : โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนเชิงสร้างสรรค์สู่ตลาดสากล

อ้างอิง : เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี (2561-2565) ฉบับทบทวนประจำปีงบประมาณ 2564

วันที่ 6 - 7 พฤศจิกายน 2562 ณ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งลำปาง

กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดลำปาง

ภาพ 4 (ต่อ) สรุปตัวอย่างโครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

จากภาพที่ 4 พบว่า โครงการฯได้ทำการกำหนดเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ ตามกรอบแผนงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดลำปาง ส่งผลทำให้ทราบถึงชุดข้อมูลที่เป็นส่วนประกอบต่าง ๆ ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 ทั้งกลยุทธ์ และหัวข้อย่อยที่ 1 (จาก 11 หัวข้อย่อย) โดยในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์และหัวข้อย่อย จะมีรายละเอียดแผนงานที่แตกต่างกัน มีแผนงานตามห่วงโซ่คุณค่าและตัวชี้วัดที่ต่างกัน ดังนั้นก่อนการปฏิบัติงาน นักออกแบบและนักวิชาการที่เกี่ยวข้องต้องระบุนข้อมูลดังกล่าวตามแผนให้ชัด ก่อนการดำเนินงาน (ทั้งนี้ในบทความทำการอธิบายในส่วนหัวข้อต่างๆ ที่สอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์ที่ ยกตัวอย่างในภาพที่ 4 และ 5 ทั้งบทความ)

1.2 การศึกษาศักยภาพชุมชน ต่อมาคือการวิเคราะห์ศักยภาพชุมชน (SWOT Analysis) โดยต้องทำการศึกษาเป็นภาพรวม ทั้งชุมชนที่เป็นผลิตภัณฑ์แบบเดียวกัน ผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน และผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders) เป็นการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อขีดความสามารถในการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม รวมถึงการศึกษาปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น อาทิ กระบวนการพัฒนาการจัดการความรู้ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของข้อมูลพื้นฐาน และการศึกษาพัฒนากระบวนการผลิต เป็นต้น เพื่อให้การปฏิบัติงานออกแบนั้นมีการปรับปรุง แก้ไข พัฒนาไปในทิศทางที่ถูกต้อง เหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนได้ตรงประเด็น จากภาพที่ 5 เป็นการวิเคราะห์การพัฒนาผลงานออกแบบหัตถอุตสาหกรรมของจังหวัดลำปาง (SWOT Analysis) ใน 2 กลุ่มที่มีความเกี่ยวข้อง ได้แก่กลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้ และของตกแต่งและกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย จำนวน 31 กลุ่มผู้ประกอบการ (12 อำเภอ) เพื่อทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้อย่างครอบคลุม รวมถึงข้อมูลที่ความเกี่ยวข้อง สัมพันธ์กัน เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาผลงานออกแบบ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายใน ในประเด็นด้านต่างๆที่สอดคล้องกับการพัฒนาผลงาน และผลิตภัณฑ์จากการออกแบบหัตถกรรมและการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม ซึ่งมุ่งทราบถึงจุดแข็ง จุดอ่อน ข้อได้เปรียบและข้อเสียเปรียบต่อการพัฒนา

จุดแข็ง (Strength)

1. ผลงานผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากอัตลักษณ์ชุมชนที่มีคุณค่า อันมาจากการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการต่อยอด และกรรมวิธีการผลิตด้วยมือ (Handmade) ทุกขั้นตอนมีความประณีตงดงาม
2. ช่างมีฝีมือมีความสามารถเชิงช่าง และทักษะเฉพาะบุคคล
3. เป็นการประยุกต์ใช้วัสดุดิบ(วัสดุพื้นถิ่น) และเป็นการใช้วัสดุได้อย่างคุ้มค่า
4. เป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่ สินค้าบางรูปแบบยังไม่มีผู้ผลิตมาก่อน
5. ผลิตภัณฑ์บางอย่างสามารถผลิตได้ ด้วยต้นทุนที่ไม่สูงมากนัก
6. งานไม้และงานหิน ที่ใช้เทคนิคการกลึงเข้ามาช่วยทำให้ลอกเลียนแบบได้ยาก และผลงานบางชิ้นผลิตจากวัสดุที่เหลือหรือเป็นเศษวัสดุที่เหลือจากการทำงานศิลปหัตถกรรม

จุดอ่อน (Weakness)

1. ช่างผู้ผลิตขาดทักษะในเรื่องศิลปะและการออกแบบ ขาดความคิดสร้างสรรค์
2. ผลิตได้ช้าเพราะใช้ฝีมือ ใช้ภูมิปัญญาและทักษะเชิงช่างในการผลิต แต่ไม่สามารถเพิ่มราคาสินค้าได้
3. วัสดุในการผลิตเช่นไม้ หวายมีราคาที่สูงขึ้นแต่สินค้าไม่สามารถเพิ่มราคาได้ตามวัสดุที่แพงขึ้น
4. ใช้เวลานานในการผลิตสินค้า กำลังในการผลิตต่ำและผลิตได้จำนวนจำกัด เพราะ เป็นการทำงานด้วยมือ
5. สินค้าและผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมส่วนใหญ่แยกการผลิต ไม่มีการรวมกลุ่ม กลุ่มชุมชนขาดการติดต่อร่วมมือและประสาน ต่างคนต่างทำ ไม่มีการจัดกลุ่มหรือร่วมกันทำงานระหว่างชุมชน

โอกาส (Opportunity)

1. วัสดุและเทคนิคเชิงช่างเป็นอัตลักษณ์เฉพาะตัว เป็นที่ชื่นชอบของผู้บริโภค
2. ต้องมีเงินทุน กลุ่มต้องมีความพร้อม ต้องมีความร่วมมือกัน และมีแนวทางการจัดกลุ่ม OTOP ลำปางมาพัฒนาพื้นที่ใหม่
3. ได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ และหน่วยงานในพื้นที่ ในด้านความรู้การประยุกต์ต่อยอดจากที่มีสินค้าอยู่เดิม
4. สามารถพัฒนาต่อยอดสินค้า สามารถแตกสายในการผลิตสินค้าจากการพัฒนาได้อย่างหลากหลาย
5. มีการนำเศษที่เหลือจากการผลิตงานหัตถกรรม นำมาใช้สร้างสรรค์ผลงาน (เศษไม้, เศษหิน) มีโอกาสเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น

อุปสรรค / ปัญหา (Threats)

1. การ Copy แบบสินค้า ยากต่อการหนีการลอกเลียนแบบ ซึ่งการตลาดที่มีสินค้าเหมือนกันทำให้มีการตัดราคาขายเกิดขึ้น ซึ่งปัจจุบันมีสินค้าที่เหมือนกันเยอะมากแตกต่างเพียงใช้มือและใช้เครื่องจักรในการผลิตเท่านั้น เหตุจากการแข่งขันสูงในท้องตลาด มีคนทำเยอะ ราคาลด กำไรน้อย คู่แข่งเก่งและมีทุนที่มากกว่า
2. สมาชิกกลุ่มขาดความรู้ การพัฒนาในด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์
3. ไม่ทราบความต้องการของตลาดและความต้องการของผู้บริโภคได้ชัดเจน
4. การเดินทางในจังหวัดลำปางค่อนข้างลำบาก ไม่มีการท่องเที่ยวมากนัก
5. การเก็บรักษาสินค้าบางชนิด เสี่ยงต่อการขึ้นรา หรือมอด เมื่อเก็บไว้นานๆ
6. ความคุ้นเคย ทักษะคิด ความเข้าใจ และความเชื่อเดิมของผู้บริโภคว่าของที่ดีต้องเป็นของที่ผลิตจากโรงงานอุตสาหกรรม

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอก เป็นการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม

ภายนอก ในประเด็นด้านต่างๆที่สอดคล้องกับการพัฒนาผลงาน และ

ผลิตภัณฑ์จากการออกแบบหัตถกรรมและการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม ซึ่งมุ่งทราบถึงโอกาส และอุปสรรค อันเป็นปัจจัยที่เอื้อ หรือส่งผลกระทบต่อการพัฒนา

ภาพ 5 ตัวอย่างผลการวิเคราะห์การพัฒนาผลงานออกแบบหัตถอุตสาหกรรมของจังหวัดลำปาง (SWOT Analysis)

ที่มา : การประชุมเชิงปฏิบัติการพัฒนาศักยภาพผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP กลุ่ม (Quadrant D) วันที่ 6-7 มิถุนายน 2562 ณ.ห้องประชุมจาวัววัง โรงแรมรีเจนท์ ลอดจ อ.เมือง จ.ลำปาง โดยได้รับความร่วมมือจากพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

1.3 การศึกษาและสำรวจ ข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถ ขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตของชุมชน เมื่อสามารถระบุประเด็นยุทธศาสตร์ตามแผนพัฒนาจังหวัด และทำการวิเคราะห์ศักยภาพชุมชน (SWOT Analysis) ที่เป็นกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ในจังหวัด เป็นที่เสร็จสิ้น จะทำให้ทราบถึงปัจจัยที่สำคัญ และระบุแผนการดำเนินงานได้อย่างชัดเจนมากขึ้น ขั้นตอนต่อมาคือการลงพื้นที่การศึกษาศักยภาพชุมชนที่ต้องการเข้าไปพัฒนาและทำการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมในเชิงลึก ซึ่งต้องศึกษาข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับความสามารถของชุมชน, ผลิตภัณฑ์เดิม, ขอบเขตของการศึกษาและพัฒนา, เจือปนต่างๆ และขั้นตอน กรรมวิธีการผลิต โดยจะได้นำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการวิเคราะห์แนวคิดในการออกแบบได้ว่าควรพัฒนาไปในทิศทางไหน เพราะที่ผ่านมาแม้ว่าข้อมูลในส่วนนี้เป็นสิ่งที่ต้องกระทำและลงพื้นที่ก่อนการออกแบบอยู่เสมอ แต่นักออกแบบบางส่วนมักจะศึกษาแบบไม่ลงลึกและไม่วิเคราะห์ เป็นลักษณะการศึกษาข้อมูลแล้วตั้งเข้าสู่การพัฒนาทางเดียว เป็นการศึกษาเพื่อการออกแบบ ไม่ใช่การศึกษาเพื่อวิเคราะห์แล้วสังเคราะห์แล้วใช้ผลลัพธ์นั้นมาใช้ในการออกแบบ เมื่อเป็นเช่นนี้ผลงานที่ได้จึงเป็นเพียงการนำผลิตภัณฑ์เดิม มาพัฒนาใหม่ ซึ่งเป็นสิ่งที่สามารถกระทำได้ แต่ถ้าเป็นเช่นนี้ทั้งหมดผลิตภัณฑ์ที่ได้จะเป็นการประยุกต์ มิใช่การพัฒนา

ในการลงพื้นที่เพื่อทำการศึกษาและสำรวจศักยภาพชุมชนเชิงลึก ควรนำวิธีคิด แนวคิดและรูปแบบการใช้ เหตุผล (Thinking and Style of Reasoning) แล้วแต่องค์ความรู้ประกอบในการศึกษาศักยภาพชุมชนนั้น ๆ มาใช้ในการวิเคราะห์การออกแบบ และคัดเลือกวิธีการเหล่านั้นมาใช้ในการพัฒนา อาทิเช่น แนวความคิด (Concept), ที่มาของแนวความคิด (Sources of Concept), รายละเอียดของแนวคิด (Details in Concept), แนวความคิดในการออกแบบกับการแก้ปัญหา (Problem Solving and Design Concept), ตัวแปรและแนวความคิดในการออกแบบ (Variables and Concepts in Design), เทคนิคการสร้างแนวความคิดในการออกแบบ (Method Techniques in Design Concept), ความคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Thinking), แนวคิดแบบคู่ขนาน (Lateral Thinking), การเรียนรู้ระบบวิธีการแก้ปัญหา (Design Thinking), คิดแบบเชิงอุปมา อุปไมย เปรียบเทียบโดยมีนัยยะสำคัญ (The use of Analogy and Metaphor) และคิดแบบการผสมผสานให้เกิดรูปแบบใหม่ (New Combinations) เป็นต้น (อนันต์ สิริกุล, 2547) เพราะวิธีคิดเหล่านี้จะสามารถจัดกระทำข้อมูล แจกแจงข้อมูลและเป็นหลักฐานในการคัดเลือกวิธีคิด ซึ่งข้อมูลการวิเคราะห์เหล่านี้จะกลายเป็นฐานข้อมูลสำคัญในการทำงานต่อไปในอนาคต ทั้งข้อมูลที่ได้รับคัดเลือกไปใช้ในการออกแบบและพัฒนา และข้อมูลที่ไม่ได้รับการคัดเลือก การนี้จึงขอยกตัวอย่างการศึกษาและสำรวจข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถ ขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตของชุมชน จากโครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบแยกส่วน (Morphology Analysis) มาใช้ในการแจกแจงข้อมูลพื้นฐาน และแจกแจงการวิเคราะห์วิธีการทดลองการขึ้นรูป การผสมผสานวัสดุและภูมิปัญญา ทั้งวิธีเดิมและวิธีใหม่ จากทั้ง 4 ชุมชนศิลปหัตถกรรม ก่อนนำข้อมูลนั้นมาทำการคัดเลือกแนวคิด คัดเลือกวิธีการและสรุป ก่อนนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนาต่อไป

ในการศึกษาข้อมูล การสำรวจกระบวนการทำงานศิลปหัตถกรรม หรือวิธีการผลิตสินค้านั้นในเชิงลึก ผู้ปฏิบัติงานมิใช่ศึกษาเพียงข้อมูลพื้นฐานเท่านั้น ในส่วนนี้ควรทำการวิเคราะห์ ทำการทดลอง ทดสอบ หาแนวความคิดใหม่ๆในการพัฒนาต่อยอด ให้อยู่ในทิศทางการพัฒนาที่เหมาะสมสอดคล้องกับปัจจัย เจือปน และสามารถออกแบบสร้างสรรค์กระทำได้จริง รวมถึงควรทำการขึ้นต้นแบบ ทดลองวิธีการต่าง ๆ นั้นและสร้างขึ้นมาจริงเพื่อทดสอบสิ่งที่พัฒนาขึ้น ซึ่งสามารถกระทำเป็น Clay Study แยกส่วนต่างๆได้ นั้นจะเป็นการวิเคราะห์และสังเคราะห์แนวทางที่เราสามารถนำมาใช้ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อไป ดังภาพที่ 6

Morphology Analysis for Design Process

ภูมิปัญญาการแกะสลักไม้ บ้านหลุก ต.นาครีว อ.แม่ทะ	ภูมิปัญญาการแกะหิน บ้านไร่ลาทอง ต.พิชัย	ภูมิปัญญาการจักสาน ชุมชนบ้านห้วยเป้ง อ.เมือง	เซรามิกและเครื่องปั้นดินเผา อ.เกาะคา
<p>A หินและไม้ สามารถนำมาใช้ในการขึ้นรูปและสร้างหาวิธีการนำมาประกอบผสมผสานวัสดุให้เข้ากันได้ง่าย เพราะวัสดุทั้ง 2 ชนิดนี้ไม่มีน้ำหนัก (หรือมีการหดตัวที่ต่ำ) สามารถนำมาใช้ในการประกอบและผสมผสานการออกแบบได้อย่างหลากหลายวิธีเพื่อให้เกิดเป็นรูปร่างที่สวยงาม (flinking shape) เช่นการทำสลัก, การจับซ้อน และการเสียบ เป็นต้น ในขั้นตอนกรรมวิธีในการสร้างสรรค์ผลงานของการแกะสลักไม้ และการแกะหินหรือการสร้างรูควายลงบนหินจะมีรูปแบบการทำงานที่คล้ายคลึงกัน ในลักษณะดังกล่าวสามารถที่จะใช้กระบวนการเดียวกันนี้ให้เกิดประโยชน์ในการทำงาน เช่นการสร้างรูควายให้เกิดความต่อเนื่อง เป็นทิศทางของแบบลายเดียวกันกับออกแบบแยกชิ้นเพื่อทำการประกอบผลงานเป็นชิ้น</p> <p>B หินและไม้ สามารถสร้างชิ้นผิวและลดรายละเอียดต่อเนื่องเป็นแบบเดียวกันได้ เพราะกรรมวิธีในการผลิตเป็นการสลักลงเนื้อวัสดุเหมือนกัน แต่วัสดุไม้จะมีความละเอียดมากกว่าจากเนื้อวัสดุ (ไม่มีเนื้อวัสดุที่ละเอียดกว่าหิน) การสร้างสรรค์ลดรายละเอียดของการแกะสลักไม้ และการแกะหินหรือการสร้างรูควายลงบนหิน สามารถนำประยุกต์ใช้ในการออกแบบร่วมกันได้ (ความต่อเนื่องของรอยสลัก อันเกิดจากการต่อเนื่องไม้และหิน)</p> 	<p>A วัสดุหินมีความทนทานและแข็งแรงที่สุด ทนความร้อนได้สูง สามารถนำเข้ามาเผาผนวกรวมกับการผลิตเครื่องปั้นดินเผาได้ ดังนั้นการนำเศษหินที่เบาก่อนขนาดเล็กลงไปใช้ในการตกแต่งพื้นผิวในงานเครื่องปั้นดินเผาได้ แต่มีข้อจำกัดคือไม่สามารถนำไปขึ้นรูปแบบใหม่ได้ ดังนั้นคิดจากเศษหินนี้มีความคง จึงอาจเกิดอันตรายขณะขึ้นรูปได้ เศษหินที่ได้จากชุมชนหลังจากการแกะหินจากกระบวนการผลิตจริง จะมีขนาดที่ไม่ใหญ่มากแต่จะมีความแบนและคม ดังนั้นควรมีการปรับปรุงทางกายภาพของวัสดุก่อนนำไปใช้ในการออกแบบ</p> <p>B หินมีน้ำหนักที่เบา ควรนำมาใช้ในการตกแต่งผลงานมากกว่าการใช้เป็นวัสดุหลัก แต่ถ้านำมาใช้เป็นวัสดุหลักในการออกแบบ รูปแบบที่ได้จึงไม่ควรมีขนาดที่มีความใหญ่ หรือมีรายละเอียดที่มากเกินไป</p> 	<p>A งานภูมิปัญญาการจักสานไม้ไผ่ มีความทนทานที่น้อย สามารถนำมาใช้ผิวในการออกแบบได้หลากหลายลักษณะ การจักสานไม้ไผ่จะเกิดรูปแบบลวดลายสานที่สวยงาม สามารถสร้างลวดลายได้อย่างหลากหลาย เมื่อจักสานออกมาแล้วจะมีรูปแบบที่บางเป็นแผ่น สามารถนำไปใช้ในการปิดผิว การสร้างรูปร่างต่างๆ รวมถึงการนำไปประกอบแบบให้เกิดเป็นผลงานสร้างสรรค์ที่น่าสนใจได้</p> <p>B การสร้างโครงสร้างหลักจากการจักสาน (Form and Structure) จำเป็นต้องทำการขึ้นโครงสร้างในลักษณะการกำกับแบบ เพื่อให้การออกแบบเกิดรูปแบบต่างๆ เช่นการโค้งเว้า กลม ทรงเหลี่ยมมุม หรือเป็นรูปทรงอิสระ (Free Form) ตามที่กำหนดได้ เพื่อนำมาใช้ในการจักสานไปผลิตได้</p> 	<p>A เครื่องปั้นดินเผาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ Sensitive ที่สุดของวัสดุ ที่ทำการคัดเลือกในการทำงานวิจัย (จากทั้งหมดทั้ง 4 กลุ่มงาน) ที่มีความเหมาะสมและมีการหดตัวในขั้นตอนการผลิต ดังนั้นเครื่องปั้นดินเผายังเป็นวัสดุและศิลปกรรมแรกที่ต้องคำนึงถึงในการพัฒนาและออกแบบสร้างสรรค์ เพื่อให้สามารถนำไประยยุกต์ใช้ในการผสมผสานวัสดุและภูมิปัญญาได้ ผลงานเครื่องปั้นดินเผาหลังจากทำการเผาแล้ว จะมีคุณสมบัติที่เปราะและแตกหักง่าย รวมถึงจะมีการหดตัวหลังจากการเผา (โดยหาหดตัวประมาณ 8-10% ขึ้นอยู่กับชนิดดินเผา) ดังนั้นก่อนที่จะมีการหดตัวมากขึ้น ที่ขึ้นอยู่กัชนิดของดินที่นำมาใช้) ทำให้ในการออกแบบต้องคำนึงถึงขนาดและสัดส่วนเป็นสิ่งสำคัญ เนื่องจากถ้าเมื่อทำการสร้างประกอบแบบ จะเกิดความผิดพลาดเสียหายได้</p> <p>B งานเครื่องปั้นดินเผา สามารถขึ้นรูปผลงานได้อย่างหลากหลายวิธี เช่นการทำเลือกใส่ภาสลับ, การทำแม่พิมพ์ ขึ้นก้นจีนรูป (Ram press), การขึ้นรูปด้วยแบบหมุน (Throwing) และการขึ้นรูปด้วยมือ เพื่อให้ได้รูปทรงที่ต้องการได้</p> 

ภาพ 6 ตัวอย่างวิธีการวิเคราะห์แบบแยกส่วน (Morphology Analysis) มาใช้ในการแจกแจงข้อมูลพื้นฐาน และแจกแจงการวิเคราะห์วิธีการทดลองการขึ้นรูป การผสมผสานวัสดุและภูมิปัญญา ก่อนนำไปใช้ในการออกแบบและพัฒนา

2. การศึกษาชุดข้อมูล สำหรับการออกแบบสร้างสรรค์ (Data for Creative)

เมื่อทำการศึกษาชุดข้อมูลสำหรับปัจจัยและเงื่อนไขก่อนการพัฒนา (Factors and Conditions) ในส่วนแรกที่เกี่ยวข้องกับแผนพัฒนาจังหวัดและการศึกษา การสำรวจข้อมูลเชิงลึกของชุมชนแล้วนั้น ส่วนต่อไปที่ต้องศึกษาคือ เกณฑ์และเงื่อนไขต่างๆ ที่เป็นข้อมูลกำกับแนวทางการออกแบบ ให้ผู้ออกแบบสามารถพัฒนาให้เกิดความสอดคล้องกับโจทย์ แผน และนโยบายของจังหวัดและประเทศได้ โดยต้องคำนึงถึง 4 ข้อดังนี้

2.1 แผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain)

เกณฑ์ที่ต้องทำความเข้าใจเป็นข้อแรก คือเกณฑ์และเงื่อนไข ที่เกิดจากการกำกับของแผนพัฒนาจังหวัด ตามประเด็นยุทธศาสตร์ของจังหวัด กลยุทธ์และหัวข้อย่อย โดยในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ได้ทำการแจกแจงเกณฑ์แผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของแต่ละกลุ่ม อันประกอบด้วยแนวทางหลักและแนวทางรอง ซึ่งมีผลลัพธ์ที่ต้องกำหนดไว้ 3 ส่วน คือ ต้นทาง(แนวทางหลักคือการวิจัย) กลางทาง (แนวทางหลักคือการพัฒนาธุรกิจ การพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน) และปลายทาง (แนวทางหลักคือการพัฒนาตลาด) ซึ่งทั้ง 3 ส่วนนี้จะประกอบด้วยเนื้อหาของเกณฑ์และเงื่อนไข ที่ผู้ปฏิบัติงานต้องดำเนินการทำงานตามข้อมูลที่ถูกกำหนดไว้ ข้อมูลที่กำหนดจะแปรผลเป็นขอบเขตของการศึกษาข้อมูล และขอบเขตของการออกแบบ ของการพัฒนา ให้เกิดทิศทางที่สามารถตอบโจทย์การทำงานได้ทั้งระบบ และผลงานที่ได้รับการพัฒนาจะส่งผลกระทบต่อโจทย์ส่วนของต้นทาง กลางทางและปลายทางได้อย่างไร ครอบคลุมสมบูรณ์ทุกข้อหรือไม่ โดยคำตอบจะมุ่งไปยังตัวชี้วัดการทำงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ด้วยเหตุผลนี้ผู้ปฏิบัติงานต้องทำการสรุปในส่วนที่ 1.1 ให้ได้ว่า งานอยู่ภายใต้ประเด็นยุทธศาสตร์ของจังหวัดข้อใด อันจะส่งผลถึงแผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) โดยบทความได้ยกตัวอย่างโครงการฯ และกำหนดแผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เพื่อความเข้าใจเบื้องต้นว่างานดังกล่าวอยู่ภายใต้เกณฑ์และเงื่อนไขอย่างไร เพื่อดำเนินงานได้อย่างถูกต้อง ดังภาพที่ 7

แผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า VALUE CHAIN

โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 : สืบค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทางสังคมและวัฒนธรรม

กลยุทธ์ที่ 4 : เสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจชุมชน ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง โดยการส่งเสริมสนับสนุนการรวมกลุ่ม และพัฒนาเครือข่ายผู้ประกอบการและวิสาหกิจชุมชน บนฐานรากของความรู้สมัยใหม่และภูมิปัญญาท้องถิ่น

ข้อที่ 1 : โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ชุมชนเชิงสร้างสรรค์สู่ตลาดสากล

VALUE CHAIN	ต้นทาง	กลางทาง	ปลายทาง
แนวทางหลัก	การวิจัยและพัฒนา	พัฒนาธุรกิจและเพิ่มมูลค่าสินค้า	การพัฒนาคุณภาพมาตรฐาน
แนวทางรอง (ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ หัตถอุตสาหกรรม สินค้าชุมชน)	สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาเพื่อสร้างนวัตกรรม ผสมกับความโดดเด่นของวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น - สร้างความร่วมมือระหว่างสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการเพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้เชิงวิชาการ ไปสู่การปฏิบัติงานในเชิงธุรกิจ - สนับสนุนการวิจัยและพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	ส่งเสริมการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรม ผสมกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น มาใช้ในการผลิตสินค้าและบริการเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม - พัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP เป็นของฝากของที่ระลึกระดับพรีเมียม - ส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและบริการของกลุ่มธุรกิจเป้าหมาย วิสาหกิจชุมชน ด้วยฐานภูมิปัญญาและวัฒนธรรม	พัฒนาระบบรับรองมาตรฐานสินค้าและบริการ รวมทั้งกำหนดให้มีมาตรฐานธุรกิจภาคบริการตามมาตรฐานสากล - ส่งเสริมให้กลุ่มธุรกิจสร้างสรรค์ กลุ่มอาหารและสินค้าเพื่อสุขภาพ และบริการสุขภาพ ได้การรับรองมาตรฐาน - จัดหาสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการตามแหล่งชุมชน แหล่งการค้าที่มีศักยภาพหรือแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ โดยต้องได้รับความร่วมมือจากหน่วยงานท้องถิ่นทุกระดับ - จัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ของท้องถิ่น ทั้งแบบ Online และ Offline - สนับสนุนการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่เหมาะสม เพื่อขยายตลาดสินค้าและบริการทั้งในและต่างประเทศ - สนับสนุนการสร้างธุรกิจกรรมในย่านพื้นที่การค้า (Creative Space)

อ้างอิง : เอกสารการประชุมคณะกรรมการขับเคลื่อนการพัฒนาจังหวัดลำปาง วันที่ 6 ธันวาคม 2562 ณ ห้องประชุมชั้น 2 (ศรีสวนดุสิต) มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษาภาคใต้ตั้งลำปาง กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดลำปาง

ภาพ 7 ตัวอย่างแผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) ของโครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพื่อทำความเข้าใจหลักเกณฑ์และเงื่อนไขการทำงาน

2.2 ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานพัฒนาชุมชน

เมื่อเข้าใจถึงแผนพัฒนาจังหวัด จนถึงหลักเกณฑ์แผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า ซึ่งเป็นนโยบายและระเบียบทางราชการ แต่ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของกลุ่มว่าด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP ผู้ดูแลและรับผิดชอบโครงการคือ สำนักงานพัฒนาชุมชนของจังหวัด ซึ่งจะมีแบบแผนการทำงาน แนวคิดการพัฒนาอย่างเป็นระบบ และดำเนินงานต่อยอดจากแผนงานเดิม หรือเป้าประสงค์เดิมที่วางไว้ ดังนั้นเงื่อนไขข้อต่อมาคือ การทำความเข้าใจเหตุและผลต่างๆในการพัฒนาผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมของชุมชน มีแผนการพัฒนาที่ผ่านมาอย่างไร มีกลยุทธ์อย่างไร มีแนวคิดในการพัฒนาผลงานหรือสินค้าของชุมชนในทิศทางใด และที่ผ่านมามีปัญหาอะไร และควรแก้ไขอย่างไร แน่แน่นอนว่าต้องมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาของจังหวัด แต่ข้อมูลในเชิงลึกบางส่วนที่เป็นลักษณะจำเพาะเจาะจง เป็นหลักการที่สำคัญ แสดงให้เห็นถึงความต่อเนื่อง หรือชุดข้อมูลเดิมที่จะต้องใช้เป็นส่วนหนึ่งในแนวความคิด ซึ่งส่วนนี้ต้องศึกษาข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาชุมชนเป็นหลัก เสมือนเป็นชุดข้อมูลและทิศทางสำคัญในการพัฒนาอีกส่วนหนึ่งควบคู่กับแผนพัฒนาจังหวัด โดยจากโครงการฯ ที่ยกตัวอย่าง ได้ทำการศึกษาและสัมภาษณ์หัวหน้ากลุ่มงานยุทธศาสตร์การพัฒนาชุมชน และนักวิชาการพัฒนาชุมชนชำนาญการ (ผู้ช่วยหัวหน้ากลุ่มงานฯ) ในสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง ได้สรุปผลประเด็นข้อมูล การศึกษาโครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ส่วนของแนวทางการคัดเลือกผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมทั้ง 4 ชุมชน เพื่อทำการออกแบบและพัฒนา จากการศึกษาข้อมูล การประชุมร่วมกับพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง เวทีการจัดประชุมร่วมกับสำนักงานจังหวัดลำปาง และการลงพื้นที่หัตถกรรมชุมชนทั้ง 4 กลุ่ม ได้ผลดังนี้

1. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมจากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย ต้องคำนึงถึงคุณสมบัติและลักษณะเฉพาะของวัสดุ (วัสดุไม้ หิน เครื่องปั้นดินเผาและไม้ไผ่) ความสามารถทักษะเชิงช่างเป็นหลัก เพื่อศึกษาแนวคิดการผสมผสาน ทั้งจากตัววัสดุและทักษะเชิงช่างได้อย่างเหมาะสมทั้งส่วนความแข็งแรงของโครงสร้าง ความเป็นไปได้ในการผสมผสาน สวยงาม ความน่าสนใจ และการนำวัสดุ รวมถึงทักษะเชิงช่างมาใช้ประโยชน์ในการสร้างสรรค์ให้มากที่สุด และสอดคล้องกับเกณฑ์พิจารณา จากโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2562 (OTOP Product Champion : OPC)

2. ต้องทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมแบ่งออกเป็น 2 ส่วนคือ

2.1 การต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเดิม เพื่อเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมที่มีในชุมชนให้มีการต่อยอดและส่งเสริมผลิตภัณฑ์เดิมที่ยังคงเป็นที่นิยมสามารถจำหน่ายได้ เป็นการพัฒนาระบบฐานเดิมที่มีอยู่

2.2 การพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นแนวคิดนวัตกรรมเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม ให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นน่าสนใจ แตกต่างจากผลิตภัณฑ์เดิมและเป็นการสร้างโอกาสทางการตลาด

3. ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น โดยการจากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายนั้น จำเป็นต้องทำการพัฒนาในแต่ละกลุ่ม (ทำการแยกกลุ่ม) โดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่มและให้แต่ละกลุ่มชุมชนนั้นเป็นหัวหน้ากลุ่มในแต่ละหัตถกรรมที่ตนเองชำนาญ เช่น กลุ่มที่ 1 หมู่บ้านแกะสลักบ้านหลุก (ทักษะภูมิปัญญาด้านการแกะสลักไม้) จะทำการพัฒนาจากทักษะการแกะสลักไม้เป็นหลัก โดยมีการนำทักษะภูมิปัญญาอีก 3 ชุมชน เข้ามามีส่วนร่วมในการพัฒนาตามสัดส่วนการออกแบบที่เหมาะสมอีกครั้ง ซึ่งผลงานในกลุ่มที่ 1 นั้น รูปแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นที่ได้นั้น จะมีแนวคิดและความคิดสร้างสรรค์เป็นผลิตภัณฑ์จากการแกะสลักไม้เป็นหลัก(การแกะสลักไม้เป็นขอบเขตการออกแบบหลัก)อันมีภูมิปัญญาอีก 3 ส่วนเป็นส่วนประกอบเพิ่มเติมตามคุณสมบัติ ให้เกิดเป็นการผสมผสานภูมิปัญญาที่น่าสนใจ

4. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ ไม่มีความจำเป็น ต้องใช้ภูมิปัญญาทั้ง 4 กลุ่ม เนื่องจากในการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นอาจมีเงื่อนไขการพัฒนาที่ต่างกันทั้งในเรื่องประโยชน์ใช้สอย ความสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ที่ต่อ ความแข็งแรง ความงาม การเชื่อมต่อของวัสดุ และความเหมาะสมในการนำมาใช้เชิงการจัดองค์ประกอบทางศิลปะ ทั้งนี้ในการออกแบบจะคำนึงถึงแนวคิดการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลายเป็นหลัก ดังภาพที่ 8

โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

กลุ่มที่ 1 หมู่บ้านแกะสลักบ้านหลุก ต.นาครี อ.แม่ทะ จ.ลำปาง (ทักษะภูมิปัญญาด้านการแกะสลักไม้)

ผลิตภัณฑ์เดิม

- ที่ยืนค้ำขอ หรือ
- ที่ผ่านการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน (ม.พช.) หรือ
- ผลงานที่ทำการออกแบบและผลิตเพื่อจำหน่ายอยู่เดิม

แนวคิดเชิงนวัตกรรมสร้างสรรค์

- รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นที่ทำการคิดค้นขึ้นมาใหม่ เพื่อให้ได้รูปแบบผลงานที่แตกต่างออกไปจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ในชุมชน
- เป็นผลงาน New Innovation Crafts Products ที่นำเสนอสู่สากลและเกิดตลาดใหม่ได้

ให้ใช้ในการพัฒนา จะทำการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัสดุที่ใช้ในชุมชน ทั้ง 4 ชุมชน โดยมีชุมชนแต่ละแห่งเป็นจุดเริ่มต้น (Idea Base)

1. แก้วอีกรูด (ไทยวัสดุ/ส่งทั่วประเทศ)
2. หัวช้าง - ช้าง
3. ดอกทิวลิป - ดอกบัวไม้ (ขายส่งต่างประเทศ)
4. พระไม้

จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา 5 ผลงาน

1. Furniture
2. Decorate Item
3. โคมไฟตกแต่ง

จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา 5 ผลงาน

กลุ่มที่ 3 ชุมชนเขรามักส์ อ.มาศคา จ.ลำปาง (ทักษะภูมิปัญญาด้านเครื่องปั้นดินเผา)

ผลิตภัณฑ์เดิม

- ที่ยืนค้ำขอ หรือ
- ที่ผ่านการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน (ม.พช.) หรือ
- ผลงานที่ทำการออกแบบและผลิตเพื่อจำหน่ายอยู่เดิม

แนวคิดเชิงนวัตกรรมสร้างสรรค์

- รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นที่ทำการคิดค้นขึ้นมาใหม่ เพื่อให้ได้รูปแบบผลงานที่แตกต่างออกไปจากผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ในชุมชน
- เป็นผลงาน New Innovation Crafts Products ที่นำเสนอสู่สากลและเกิดตลาดใหม่ได้

ให้ใช้ในการพัฒนา จะทำการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัสดุที่ใช้ในชุมชน ทั้ง 4 ชุมชน โดยมีชุมชนแต่ละแห่งเป็นจุดเริ่มต้น (Idea Base)

1. Tableware
2. แจกัน

จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา 5 ผลงาน

1. Decorate Item
2. โคมไฟตกแต่ง

จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา 5 ผลงาน

ภาพ 8 ตัวอย่างการสรุปผลการศึกษาและแนวคิด การคัดเลือกผลิตภัณฑ์ในการออกแบบและพัฒนาให้สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง

จากภาพที่ 8 ผลสรุปโครงการฯ ต้องทำการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเดิม และการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้วยองค์ความรู้และนวัตกรรม ไปพร้อมกันทั้ง 2 ส่วน เพื่อได้ผลงานทางหัตถอุตสาหกรรมที่พัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนกลุ่มชุมชนหัตถกรรม ทั้ง 4 ชุมชนให้มากที่สุด รวมถึงแนวคิดต้องสอดคล้องกับเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC)

2.3 หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion: OPC)

จากข้อมูลของแผนยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง ในข้อที่ 2.1 เห็นได้ถึงความสำคัญ สำหรับการออกแบบและพัฒนาอีกประการหนึ่ง นั้นคือหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยที่มีรายละเอียดและเงื่อนไข ตัวชี้วัดเป็นรายข้อสำหรับเป็นแนวทางการออกแบบให้ปฏิบัติ ซึ่งเกณฑ์ดังกล่าวจะกลายเป็นปัจจัยและเงื่อนไขที่สำคัญภายหลังการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพราะหลักเกณฑ์นี้จะเป็นตัวบ่งชี้คุณภาพของผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมจากแผนพัฒนาประเทศ ว่ามีความถูกต้อง สอดคล้องตามเกณฑ์การชี้วัดหรือไม่ และเป็นเกณฑ์ของค่าการให้คะแนนเพื่อจัดกลุ่มระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ของผลงาน OTOP ระดับประเทศ ผลงานจากโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP จึงจำเป็นต้องผ่านกระบวนการต่างๆที่กล่าวมา และต้องสามารถได้รับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จากทางจังหวัดให้ได้เสียก่อน จึงสามารถเข้าร่วมการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยได้ (การให้ค่าดาวแก่ผลิตภัณฑ์) นั้นแสดงให้เห็นชัดเจนว่า ถ้านักออกแบบหรือผู้ปฏิบัติงานนั้น คิดแต่เรื่องความคิดสร้างสรรค์แต่ไม่ทำตามขั้นตอน ตามหลักการหรือไม่มีการศึกษาข้อมูลมากพอ แม้ผลงานผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกมาน่าสนใจมากเพียงใด ก็ไม่สามารถตอบโจทย์ หลักเกณฑ์และเงื่อนไขต่างๆได้

โดยแนวทางและหลักเกณฑ์ การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) เกิดจากกรมพัฒนาชุมชนได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ) ให้รับผิดชอบดำเนินการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP Product Champion) ต่อเนื่องจากการลงทะเบียนผู้ผลิตผู้ประกอบการ OTOP เป็นประจำทุก 2 ปี เพื่อเป็นการส่งเสริมและสนับสนุนให้ผลิตภัณฑ์ OTOP ได้มีโอกาสพัฒนาให้มีคุณภาพมาตรฐาน เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป จนสามารถเป็นแหล่งสร้างรายได้และความเข้มแข็งให้กับชุมชน อีกทั้งเป็นการกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP และชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐานในระดับสากล โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อ

1. เพื่อจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development)
2. เพื่อจัดระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Profile) ที่จะใช้ในการทำงานเชิงบูรณาการของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง
3. เพื่อประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป จนสามารถใช้เป็นแหล่งสร้างรายได้และความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน

4. เพื่อกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP และชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยกรอบคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย มีดังนี้

- 4.1. สามารถส่งออกได้ (Exportable) โดยมีความแกร่งของตราผลิตภัณฑ์ (Brand Equity)
- 4.2. ผลิตอย่างต่อเนื่องและคุณภาพคงเดิม (Continuous and Consistent)
- 4.3. ความมีมาตรฐาน(Standardization)โดยมีคุณภาพ (Quality) และสร้างความพึงพอใจให้แก่ลูกค้า

(Satisfaction)

4. 4. มีประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (Story of Product) ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนเชิงพื้นที่

หลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ได้กำหนดให้มีการพิจารณาในการให้ค่าคะแนนผลิตภัณฑ์ที่ส่งเข้ารับการคัดสรรในระดับประเทศ โดยมีคณะกรรมการดำเนินการ คัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ระดับประเทศ ตามกลุ่มประเภทผลิตภัณฑ์ เป็นผู้พิจารณาให้ค่าคะแนน โดยองค์ประกอบและเกณฑ์ที่ใช้ในการพิจารณาโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ของผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ / ของตกแต่ง / ของที่ระลึก จะมีองค์ประกอบ 3 ส่วน ดังนี้ (เกณฑ์ดังกล่าวส่งผลต่อผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ได้รับการพัฒนา เนื่องจากต้องนำผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมที่ได้ เข้าร่วมคัดสรรฯ จากโครงการ เพื่อพัฒนาตลาดและได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้า)

ส่วน ก. ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน (30 คะแนน) คัดสรรและให้ค่าคะแนนระดับจังหวัด
ด้านการผลิต (12 คะแนน)

- ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (9 คะแนน)
- ด้านความเข้มแข็งของชุมชน (9 คะแนน)

ส่วน ข. ด้านการตลาดและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (25 คะแนน) คัดสรรและให้ค่าคะแนนระดับจังหวัด

- ด้านการตลาด (11 คะแนน)
- ด้านความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ (14 คะแนน)

- เรื่องราวของผลิตภัณฑ์ และ ภูมิปัญญาท้องถิ่น / เอกลักษณ์ของท้องถิ่น

ส่วน ค. หลักเกณฑ์การพิจารณาด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (45 คะแนน) คัดสรร ให้ค่าคะแนนระดับประเทศ

ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ (40 คะแนน)

- มีความประณีต เรียบร้อยในการผลิต

- รูปลักษณ์โดยรวม / การออกแบบ / ความเข้ากันได้ขององค์ประกอบต่างๆ อันมาจาก กรณีใช้ภูมิปัญญา

เดิมและกรณีแนวคิดสร้างสรรค์

- คุณสมบัติที่ผลิตภัณฑ์นั้นพึงมี
- คุณภาพของวัสดุ / วัตถุดิบที่ใช้
- ความมีเอกลักษณ์ในการออกแบบ
- การใช้งาน

ด้านโอกาสทางการตลาด (5 คะแนน)

(กรมการพัฒนาชุมชน, คู่มือแนวทางและหลักเกณฑ์การ คัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย, 2562, หน้า 51-55)

การออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม ใช้กรอบแนวคิดจากเกณฑ์ในการพิจารณาโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย โดยมีองค์ประกอบ 3 ส่วนดังนี้



ส่วน ก. ด้านผลิตภัณฑ์
และความเข้มแข็งของชุมชน

- ด้านการผลิต
- ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- ด้านความเข้มแข็งของชุมชน



ส่วน ข. ด้านการตลาดและ
ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์

- ด้านการตลาด
- ด้านความเป็นมาของผลิตภัณฑ์
- เรื่องราวของผลิตภัณฑ์
- ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- เอกลักษณ์ของท้องถิ่น



ส่วน ค. หลักเกณฑ์
การพิจารณาด้านคุณภาพ
ของผลิตภัณฑ์

- ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์
- มีความประณีต เรียบร้อยในการผลิต
- รูปลักษณ์โดยรวม / การออกแบบ / ความเข้ากันได้ขององค์ประกอบต่างๆ อันมาจากกรณีใช้ภูมิปัญญาเดิมและกรณีแนวคิดสร้างสรรค์
- คุณสมบัติที่ผลิตภัณฑ์นั้นพึงมี
- คุณภาพของวัสดุ / วัตถุดิบที่ใช้
- ความมีเอกลักษณ์ในการออกแบบ
- การใช้งาน

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (ก.บ.ตม.) เห็นชอบให้กระทรวงมหาดไทย โดยกรมพัฒนาชุมชน ดำเนินการโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2562 (OTOP Product Champion : OPC) ประจำปี 2562 ระดับจังหวัดระหว่างวันที่ 10 - 17 พฤษภาคม 2562 และระดับประเทศ ระหว่างวันที่ 24 พฤษภาคม 2562 - 2 มิถุนายน 2562 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ที่จะนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) และเพื่อจัดระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Profile) ที่จะใช้ในการทำงานเชิงบูรณาการของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนเป็นการประชาสัมพันธ์ และเสริมสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป จนสามารถใช้เป็นแหล่งสร้างรายได้ และความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน รวมถึงเป็นการกระตุ้นให้เกิดกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ผลิต / ผู้ประกอบการ OTOP และชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ประกาศจังหวัดลำปาง เรื่องการแต่งตั้งกรรมการดำเนินการโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ปี 2562)

อ้างอิง : (กรมการพัฒนาชุมชน, คู่มือแนวทางและหลักเกณฑ์การ คัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย, 2562 : 51-55)

ภาพ 9 หลักเกณฑ์การคัดสรรฯเพื่อใช้เป็นแนวคิดและตัวชี้วัด ก่อนในการนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม

จากภาพที่ 9 หลักเกณฑ์ที่ต้องนำไปใช้ในการสร้างสรรค์ ต้องพิจารณาจากโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทยของผลิตภัณฑ์ประเภทของใช้ / ของตกแต่ง / ของที่ระลึก ซึ่งมีองค์ประกอบ 3 ส่วน (เกณฑ์ดังกล่าวส่งผลต่อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนา เนื่องจากต้องนำผลิตภัณฑ์ที่ผลิตออกสู่สาธารณะที่ได้ เข้าร่วมคัดสรรฯ จากโครงการ เพื่อพัฒนาตลาด และได้รับการรับรองมาตรฐานสินค้า) โดยผลรวมของคะแนนจะเป็นเกณฑ์ชี้วัดสำหรับจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ซึ่งอธิบายในข้อที่ 3 ส่วนของหลักเกณฑ์การประเมิน (Assessment criteria)

2.4 การทำความเข้าใจในงานออกแบบ (ความต้องการของผู้บริโภค และแนวโน้มการออกแบบ (Trend))

ในหัวข้อนี้เป็นหัวข้อที่ผู้ปฏิบัติงานนั้นต้องมีความเชี่ยวชาญ มีทักษะและเข้าใจในกระบวนการอยู่แล้วในระดับหนึ่งเป็นนักคิด เป็นผู้สร้างสรรค์ผลงานออกแบบ แม้ว่ากระบวนการนี้เป็นสิ่งที่เข้าใจบ้างแล้ว แต่ก็เป็นส่วนที่สำคัญที่ต้องทำการเรียนรู้และพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการค้นคว้าหาวิธีการคิดวิเคราะห์ และกระบวนการพัฒนาผลงานออกแบบในรูปแบบต่างๆต่อไป ซึ่งการทำความเข้าใจในงานออกแบบ เสมือนเป็นการวิจัยเชิงการออกแบบเช่นกัน ถือเป็นเรื่องที่มีผู้ออกแบบต้องคำนึงถึง เพราะต้องเข้าใจและทราบถึงสิ่งที่ตนเองมีความประสงค์จะศึกษาและออกแบบ (เป็นการตั้งคำถามในงานออกแบบ) ว่าสิ่งที่ต้องการนั้นมีวัตถุประสงค์อะไร มีขอบเขตการศึกษาอย่างไร ใช้วัสดุอะไร (คุณสมบัติและลักษณะเฉพาะของวัสดุ) ใช้เทคนิคอะไร(ขอบเขตของกระบวนการทางศิลปะหัตถกรรม) มีกรรมวิธีการผลิตแบบไหน (สามารถใช้ความเป็นอุตสาหกรรมมาน้อยเพียงใด) ทำเพื่อใคร ที่ไหนและคาดหวังต่อผลลัพธ์อย่างไร อันเป็นผลที่คาดว่าจะได้รับในการออกแบบนั้นเป็นต้น ดังนั้นการทำความเข้าใจในงานออกแบบ จึงเป็นสิ่งที่สำคัญประการหนึ่งในการดำเนินงาน เพื่อให้ได้แนวทางการพัฒนาและผลงานออกแบบสร้างสรรค์ที่ต้องการ

การออกแบบ เป็นกิจกรรมของมนุษย์ ที่ควบคู่กับการดำรงชีวิต เพราะในการดำรงชีวิตของมนุษย์นั้นจะมีการกำหนด มีการวางแผนเป็นขั้นตอนต่างๆ เพื่อให้เกิดความเหมาะสม ต่อสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ **และต้องเป็นสิ่งใช้งานได้**

ผลิตภัณฑ์หมายถึงอะไร

สิ่งที่มนุษย์ค้นคว้า ออกแบบ ประดิษฐ์ขึ้นเพื่อช่วยอำนวยความสะดวกสบายในการดำรงชีวิต

การพัฒนาผลิตภัณฑ์หมายถึงอะไร

กระบวนการค้นคว้า คิดออกแบบ แก้ไขและปรับปรุงเพื่อให้ได้มาซึ่งผลิตภัณฑ์ที่ดีขึ้น



*** สิ่งจำเป็นที่ต้องศึกษา ในงานวิจัยที่เกี่ยวกับประโยชน์ใช้สอย

Gavin Ambrose and Paul Harris. Design Thinking. AVA Publishing SA. 2010. P.12-35

ภาพ 10 ตัวอย่างกระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่นักออกแบบต้องทำการวางแผนให้ชัดเจน เพื่อการออกแบบนั้น บรรลุผลลัพธ์ที่ต้องการได้

การออกแบบคือกิจกรรมการแก้ปัญหา เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ เป็นการกระทำของมนุษย์ ด้วยจุดประสงค์ที่ต้องการแจ้งผลเป็นสิ่งที่ใหม่ ๆ มีทั้งที่ออกแบบเพื่อสร้างขึ้นมาใหม่ให้แตกต่างจากของเดิม หรือปรับปรุงตกแต่งของเดิม ความสำคัญของการออกแบบเป็นขั้นตอนเบื้องต้นที่จะทำให้กระบวนการในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประสบผลสำเร็จในตลาดและตรงตามเป้าหมาย เป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยการเลือกนำเอาองค์ประกอบมาจัดเรียงให้เกิดเป็นรูปทรงใหม่ที่สามารถสนองความต้องการตามจุดประสงค์ของผู้สร้างและสามารถผลิตได้ด้วยวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่มีอยู่ในขณะนั้น

โดยสิ่งแรกที่ต้องคำนึงถึง คือความต้องการของมนุษย์ การเสาะแสวงหา ความต้องการทั้งทางด้านร่างกาย(หน้าที่ใช้สอย การใช้งานหรือการรองรับกิจกรรมต่างๆของมนุษย์) และจิตใจ (ความมีคุณค่า ความงาม) การศึกษาแนวทางการออกแบบในหลากหลายแง่มุม ทั้งแนวโน้มการออกแบบ (Trend), ความต้องการของสังคม, สไตล์ (Style) และแฟชั่น(Fashion) ที่เป็นปัจจุบัน, การมองวัสดุอย่างเข้าใจ หรือการศึกษาผลงานออกแบบใหม่ๆเป็นต้น ดังนั้นนักออกแบบต้องให้ความสำคัญในการศึกษา

งานออกแบบ มีใช้เพียงแต่ผิวเผิน หรือมองเพียงแค่รูปร่างรูปทรงเท่านั้น นั่นคือการศึกษาแก่นของความคิดสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นสิ่งที่ไม่มีวันหมดและพร้อมที่จะเกิดขึ้นใหม่ได้เสมอ การเรียนรู้หรือศึกษาผลงานของนักออกแบบ ควรศึกษาให้ลึก วิเคราะห์ถึงวิถีคิด วิธีการได้มาของแนวคิดในการออกแบบ เพื่อทำการสะสมวิถีคิดในลักษณะต่างๆให้มากและหลากหลายที่สุด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการคิดพัฒนาผลงานของตนเอง การเรียนรู้ ศึกษาความคิดของ นักออกแบบชั้นเยี่ยมเป็นการพัฒนาความเข้าใจงานออกแบบ ระดับสากลที่ตรงประเด็นเห็นผลที่สุด (จุฑามาส บรรณะรักษัธรรม และปิติ อัมระรงค์ อ้างใน คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2549, หน้า4)

การทำความเข้าใจในงานออกแบบ ก็เปรียบเสมือนขอบเขตของการศึกษาข้อมูล การศึกษาการสำรวจ การวิเคราะห์ แนวทาง และทิศทางของงานออกแบบ เพื่อทำการศึกษาเข้าสู่แนวคิดของการออกแบบ ให้ผู้ออกแบบได้นำข้อมูลเหล่านั้นนำไปใช้ในการแก้ไขปัญหาในงานออกแบบ และสามารถยกระดับคุณภาพชีวิตของมนุษย์ให้ดียิ่งขึ้น,มีความคิดริเริ่มในการสร้างสรรค์งานออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมทั้งในปัจจุบันและอนาคต, เรียนรู้ศึกษาและปรับปรุงวิธีการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัย ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและสามารถแข่งขันกับตลาดได้, มีความเข้าใจพื้นฐานทางสังคมและความสัมพันธ์ของมนุษย์เป็นหลัก รวมถึงเป็นนักสังเคราะห์ที่สามารถผลิตงานออกแบบเป็นรูปธรรมและเหมาะสมกับการใช้งานของสภาพสังคมนั้นๆเช่น การสร้างแนวทางใหม่ในการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของสังคมไทยยุคใหม่ โดยเข้าใจรากเหง้าวัฒนธรรมของตนเองอย่างแท้จริง (วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร, 2548, หน้า 67)

3. หลักเกณฑ์การประเมิน (Assessment Criteria)

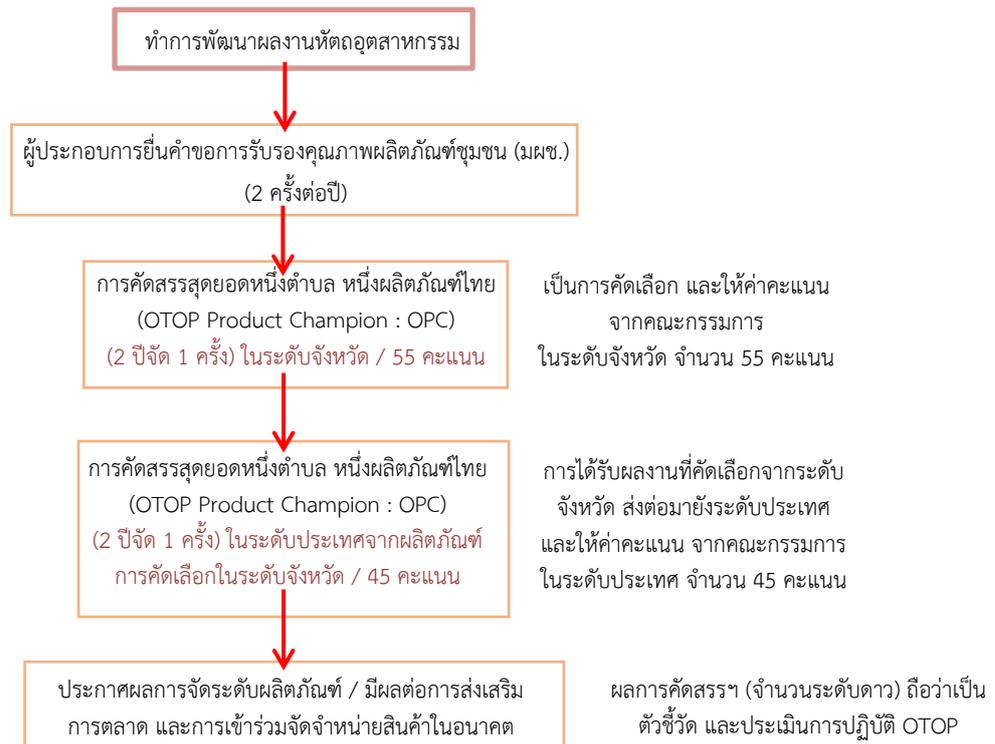
เมื่อทำการศึกษา ออกแบบและพัฒนาผลงานผลิตภัณฑ์ที่ต่อยอดอุตสาหกรรม ภายใต้โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ OTOP เสร็จสิ้น ตามกระบวนการศึกษาข้อมูล สำหรับปัจจัยและเงื่อนไขก่อนการพัฒนา (Factors and conditions) และการศึกษาชุดข้อมูล สำหรับการออกแบบสร้างสรรค์ (Data for Creative) ตามที่ได้อธิบายไปข้างต้น สิ่งที่ส่งผลตามมาคือเกณฑ์การประเมินผลงานผลิตภัณฑ์ โดยเกณฑ์ในการประเมินนั้นแบ่งได้ 2 ส่วนคือ

3.1 จัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level)

การจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) จากการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ถือว่าเป็นเกณฑ์การประเมินของผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน เนื่องจากการจัดระดับคือการให้ค่าดาวในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ส่งผลต่อตัวชี้วัดว่าผลงานนั้นเข้าเกณฑ์ระดับใดของการคัดสรรในประเทศ โดยผ่านการวัด (การให้คะแนน) จากคณะกรรมการซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญตามสาขาวิชาและผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นๆ โดยระดับดาวจะเป็นตัวชี้วัดสำคัญว่าผลิตภัณฑ์นั้นๆ มีคุณภาพ มีมาตรฐานมากน้อยเพียงใด รวมถึงการผลักดัน การให้สิทธิ์ การสนับสนุนในเรื่องการส่งเสริมการขาย การแสดงสินค้าทั้งในและนอกประเทศ จากภาครัฐ ในอนาคตต่อไป (เหตุนี้ทำให้ต้องศึกษาและปฏิบัติ ตามเกณฑ์ เงื่อนไขและหัวข้อในแต่ละด้านประกอบการการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์)

ซึ่งการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ผลการดำเนินงาน คัดสรรจัดระดับผลิตภัณฑ์มีระดับเดียว คือระดับประเทศเท่านั้น โดยใช้หลักเกณฑ์เฉพาะแต่ละประเภทของผลิตภัณฑ์ (Specific Criteria) ซึ่งกำหนดค่าคะแนนรวมไว้ 100 คะแนนประกอบด้วยหลักเกณฑ์ในการพิจารณา 3 ด้านคือ หลักเกณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์และความเข้มแข็งของชุมชน หลักเกณฑ์ด้านการตลาดและความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ และหลักเกณฑ์ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ตามหัวข้อที่ 2.3) ซึ่งจะนำมากำหนดกรอบในการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ออกเป็น 5 ระดับ ตามคะแนน ดังนี้

1. ระดับ 5 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 90 – 100 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐาน หรือมีศักยภาพในการส่งออก
2. ระดับ 4 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 80 – 89 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีศักยภาพ เป็นที่ยอมรับระดับประเทศ และสามารถพัฒนาสู่สากล
3. ระดับ 3 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 70 – 79 คะแนน) เป็นสินค้าที่มีคุณภาพระดับกลาง ที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 4 ดาวได้
4. ระดับ 2 ดาว (ได้คะแนนตั้งแต่ 50 – 69 คะแนน) เป็นสินค้าที่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 3 ดาว มีการประเมินศักยภาพเป็นระยะ
5. ระดับ 1 ดาว (ได้คะแนนต่ำ 50 คะแนน) เป็นสินค้าที่ไม่สามารถพัฒนาสู่ระดับ 2 ดาวได้ เนื่องจากมีจุดอ่อนมากและพัฒนาได้ยาก



ภาพ 11 ขั้นตอนการยื่นขอรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และเมื่อยื่นรับรอง มผช.ผ่านแล้ว จึงสามารถนำผลงานนั้นเข้าสู่การคัดเลือกโครงการคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion : OPC) ของระดับจังหวัด ลำปาง และในระดับประเทศต่อไป ซึ่งการคัดสรรมีการประเมินโดยการให้ค่าคะแนนในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ให้ค่าคะแนนแต่ละด้านและแต่ละข้อ (ตามหัวข้อที่ 2.3) เพื่อทำการการจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) ซึ่งผลลัพธ์ต้องได้ระดับ 3 ดาวขึ้นไป

3.2 ตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์, กลยุทธ์ และหัวข้อย่อยของยุทธศาสตร์ ตามแผนพัฒนาจังหวัด

ในส่วนที่ 2 เป็นเกณฑ์การประเมินตัวชี้วัดของทางจังหวัดที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมที่ได้ออกแบบขึ้น ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องจากแผนพัฒนาจังหวัด ในการคัดเลือกเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ สู่ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และหัวข้อย่อย (ตามหัวข้อที่ 1.1) เพื่อนำเข้าแผนปฏิบัติงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) (ตามหัวข้อที่ 2.1) จึงส่งผลถึงหัวข้อของตัวชี้วัดนั้นๆ ต่อมา ซึ่งปัจจัยและเงื่อนไขทั้งหมดจะเป็นการจัดหมวดหมู่ ชุดประเด็นยุทธศาสตร์ตามที่ปฏิบัติงานและสำนักงานพัฒนาชุมชนได้ตกลงกันโดยจากตัวอย่าง (ภาพที่ 12) เป็นโครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งอยู่ในประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 3 เรื่อง สินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรมหัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนจากฐานทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ซึ่งผลตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์นี้คือ

1. การจัดจำหน่ายสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ที่ได้ออกแบบพัฒนาขึ้น จำเป็นต้องสามารถจำหน่ายได้มากขึ้น ร้อยละ 3 ต่อปี ซึ่งตัวชี้วัดนี้ต้องเกิดจากการส่งเสริมด้านการขายจากสำนักงานจังหวัด สำนักงานพาณิชย์จังหวัด ในการวางแผนนโยบายกลยุทธ์การจำหน่ายและการจัดแสดงสินค้าในรอบปี ทั้งนี้เพื่อที่จะเข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการส่งเสริมการขายและการจัดจำหน่ายของสำนักงานจังหวัด ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ OTO ที่ได้พัฒนาขึ้น จำเป็นต้องได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และได้เข้าร่วมการคัดสรรจัดระดับผลิตภัณฑ์ (ในหัวข้อที่ 3.1) รวมถึงได้รับการประเมินค่าได้ระดับดาว ซึ่งต้องได้ 3 ดาวขึ้นไป อันเป็นเงื่อนไขที่สำคัญ(จึงเข้าร่วมโครงการของจังหวัดได้) ดังนั้นการออกแบบและพัฒนาจึงต้องศึกษาข้อมูลตามข้อมูลต่างๆที่ได้ระบุไว้ในบทความให้ครบถ้วน ซึ่งนักออกแบบและผู้ปฏิบัติงานมักมองข้าม และใส่ใจเพียงการออกแบบเท่านั้น โดยไม่ศึกษาปัจจัยและเงื่อนไขต่างๆโดยรอบ เป็นลักษณะงานที่เห็นผลในระยะสั้นเท่านั้น

2. ผลงานหรือสินค้าหัตถอุตสาหกรรมที่ได้รับการพัฒนาขึ้น ต้องมีความน่าสนใจ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของผลงานได้ยื่นคำขอ และผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ต่อปี โดยผลงานจากการออกแบบ

และพัฒนา จำเป็นต้องได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน อันเป็นจุดเริ่มต้นของการเข้าร่วมคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ส่งานการแสดงสินค้า และการจัดจำหน่ายในอนาคต แม้ว่าภาพรวมของทั้งโครงการต้องผ่านการรับรอง มผช. ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ต่อปี ซึ่งเรามีอาจทราบถึงจำนวนโครงการต่างๆที่มีอยู่ทั้งหมด ดังนั้นในฐานะนักออกแบบและผู้สร้างสรรค์ผลงาน จึงต้องพยายามสร้างสรรค์ผลงานออกมาให้เป็นที่ยอมรับ และตอบโจทย์แผนพัฒนาจังหวัดและประเทศ ตามปัจจัยเงื่อนไขและเกณฑ์ต่างๆที่กำหนด เพื่อผ่านการรับรองฯให้สำเร็จ จึงจะสามารถตอบโจทย์เริ่มต้นก่อนสู่เงื่อนไขอื่นๆต่อไป

ตัวชี้วัด

ข้อที่ 1 : ร้อยละการเพิ่มขึ้นของมูลค่าการจำหน่ายสินค้าอัตลักษณ์อุตสาหกรรม หัตถอุตสาหกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญ เพิ่มขึ้นร้อยละ 3 ต่อปี

ข้อที่ 2 : ร้อยละของผู้ประกอบการที่ยื่นคำขอ ที่ผ่านการรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ไม่น้อยกว่าร้อยละ 80 ต่อปี

มูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เซรามิกและหัตถอุตสาหกรรม

ข้อมูล (ปีงบประมาณ พ.ศ.)	มูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เซรามิก	มูลค่าการจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม
๒๕๕๖	๒,๔๑๙,๖๙๗,๑๖๕	๔๔๓,๔๗๗,๙๖๙
๒๕๕๗	๒,๕๑๙,๒๓๗,๙๖๖	๕๑๓,๖๘๙,๒๒๙
๒๕๕๘	๒,๔๓๘,๔๑๓,๘๓๑	๕๕๖,๙๒๖,๑๑๕
๒๕๕๙	๒,๓๘๒,๐๖๒,๕๙๓	๖๒๔,๔๗๒,๔๓๖
๒๕๖๐	๒,๓๑๘,๐๙๓,๙๑๔	๗๓๖,๘๗๗,๔๘๐
๒๕๖๑	๒,๓๒๓,๓๔๔,๓๓๘	๖๑๕,๖๒๙,๐๒๓
* ๒๕๖๒	๒,๑๖๑,๙๒๐,๓๙๔	๖๒๕,๘๕๓,๔๙๐

มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

ข้อมูล	จำนวนผู้ประกอบการที่ยื่นคำขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)	จำนวนผู้ประกอบการที่ยื่นคำขอที่ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)	ร้อยละผู้ประกอบการที่ผ่านการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.)
๒๕๕๗	๘๐	๗๒	๙๐%
๒๕๕๘	๑๒๒	๙๓	๗๖.๒๓%
๒๕๕๙	๑๐๖	๘๒	๗๗.๓๖%
๒๕๖๐	๑๐๘	๗๖	๗๐.๓๗%
๒๕๖๑	๗๑	๕๓	๗๔.๖๑%
* ๒๕๖๒	* ๑๕๖	* ๑๔๐	✓ ๘๙.๗๔%

ภาพ 12 หลักเกณฑ์การประเมิน (Assessment criteria) โดยมีปัจจัยและเงื่อนไข 2 ข้อได้แก่ การจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) และ ตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์, กลยุทธ์ และหัวข้อย่อยของยุทธศาสตร์ ตามแผนพัฒนาจังหวัด

ที่มา เอกสารการประชุมคณะอนุกรรมการขับเคลื่อนการพัฒนาจังหวัดลำปาง วันที่ 6 ธันวาคม 2562 ณ ห้องประชุมชั้น 2 มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งลำปาง กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดลำปาง

สรุปและอภิปรายผล

ในการออกแบบและพัฒนาผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม สำหรับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในประเทศไทย มีปัจจัยและเงื่อนไขที่ส่งผลกระทบต่อพัฒนามากมายหลากหลายประเด็น มากกว่าการคิดสร้างสรรค์และออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการชุมชนหรือผู้ประกอบการเองเท่านั้น โดยผู้วิจัยได้ยกตัวอย่างการศึกษาปัจจัยและเงื่อนไขของการพัฒนาผลงาน OTOP จาก โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผลิตสมณภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในจังหวัดลำปาง โดยทำการสรุปปัจจัยและเงื่อนไขต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษา เป็นเกณฑ์และชุดข้อมูลเพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิด ซึ่งได้จำแนกออกมาเป็น 3 ส่วน และเรียงตามความสำคัญเพื่อสร้างระบบแผนการดำเนินงาน มิให้หลุดจากขอบเขตหรือเงื่อนไขที่ภาครัฐได้ระบุไว้ อันได้แก่

1. การศึกษาชุดข้อมูล สำหรับปัจจัยและเงื่อนไขก่อนการพัฒนา (Factors and Conditions) ประกอบด้วย

1.1 การศึกษาทิศทางและแผนพัฒนาจังหวัด ซึ่งจุดเริ่มต้นของการทำงานทุกอย่างที่เกี่ยวข้องกับจังหวัด เพื่อตอบโจทย์แผนพัฒนาประเทศ ตามกรอบแผนงานภายใต้ยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดทั้งประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์ และหัวข้อย่อย (โครงการที่ปฏิบัติ อยู่ในยุทธศาสตร์ใดและอยู่ภายใต้ประเด็นอะไร ต้องตอบได้อย่างชัดเจน)

1.2 การศึกษาศักยภาพชุมชน (SWOT Analysis) โดยต้องทำการศึกษาเป็นภาพรวม ทั้งชุมชนที่เป็นผลิตภัณฑ์แบบเดียวกัน ผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน และผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง หรือผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholders)

1.3 การศึกษาและสำรวจ ข้อมูลเชิงลึกที่เกี่ยวข้องกับขีดความสามารถ ขั้นตอนและกรรมวิธีการผลิตของชุมชน

2. การศึกษาชุดข้อมูล สำหรับการออกแบบสร้างสรรค์ (Data for Creative) ประกอบด้วย

2.1 แผนงานตามห่วงโซ่คุณค่า (Value Chain) เป็นข้อมูลที่จะแปรผลเป็นขอบเขตของการศึกษาข้อมูล และขอบเขตของการออกแบบของการพัฒนา ให้เกิดทิศทางที่สามารถตอบโจทย์การทำงานได้ทั้งระบบ และผลงานที่ได้รับการพัฒนาจะส่งผลกระทบต่อโจทย์ส่วนของต้นทาง กลางทางและปลายทางได้อย่างไร ตามยุทธศาสตร์ในหัวข้อที่ 1.1

2.2 ยุทธศาสตร์และกลยุทธ์ของสำนักงานพัฒนาชุมชน เป็นข้อมูลในเชิงลึกที่จำเพาะเจาะจง เป็นหลักการที่สำคัญแสดงให้เห็นถึงความต่อเนื่อง หรือชุดข้อมูลเดิมที่จะต้องใช้เป็นส่วนหนึ่งในแนวความคิดออกแบบสร้างสรรค์ ซึ่งส่วนนี้ต้องศึกษาข้อมูลจากสำนักงานพัฒนาชุมชนเป็นหลัก

2.3 ต้องเข้าใจหลักเกณฑ์การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย (OTOP Product Champion: OPC) เป็นหลักเกณฑ์ เพื่อใช้เป็นแนวคิดการสร้างสรรค์และตัวชี้วัด ก่อนในการนำไปพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม

2.4 การทำความเข้าใจในงานออกแบบ (ความต้องการของผู้บริโภค และแนวโน้มการออกแบบ (Trend))

3. หลักเกณฑ์การประเมิน (Assessment Criteria) ประกอบด้วย

3.1 การจัดระดับผลิตภัณฑ์ (Product Level) เป็นตัวชี้วัดว่าผลงานนั้นเข้าเกณฑ์ระดับใดของการคัดสรรในประเทศไทย โดยผ่านการวัด (การให้คะแนน) จากคณะกรรมการซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญตามสาขาวิชาและผลิตภัณฑ์ประเภทนั้นๆ โดยระดับดาวจะเป็นตัวชี้วัดสำคัญว่าผลิตภัณฑ์นั้นๆ มีคุณภาพ มีมาตรฐานมากน้อยเพียงใด (จากคะแนนเกณฑ์ในหัวข้อที่ 2.3)

3.2 ตัวชี้วัดของยุทธศาสตร์, กลยุทธ์ และหัวข้อย่อยของยุทธศาสตร์ ตามแผนพัฒนาจังหวัด ซึ่งเป็นเกณฑ์การประเมินของทางจังหวัด ที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมที่ได้ออกแบบขึ้น อันเป็นผลสืบเนื่องจากแผนพัฒนาจังหวัด ในการคัดเลือกเป้าประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ สู่ประเด็นยุทธศาสตร์ กลยุทธ์และหัวข้อย่อย (ตามยุทธศาสตร์ในหัวข้อที่ 1.1และหัวข้อที่ 2.1)

จากชุดข้อมูลที่กล่าวมา มีความจำเป็นต้องทำการศึกษาและนำมาใช้ในการวิเคราะห์ เพื่อเป็นกรอบแนวคิดของการออกแบบสร้างสรรค์ มิให้หลุดจากฐานข้อมูล ประเด็นและกฎเกณฑ์ที่ถูกกำหนดไว้ นักออกแบบและผู้ปฏิบัติงานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ต้องทำความเข้าใจในชุดปัจจัยและเงื่อนไขเหล่านี้ให้ลึกซึ้งและชัดลึกมากพอ อันจะนำพาผลงานที่ได้สร้างสรรค์ขึ้นร่วมกับชุมชนเกิดประโยชน์สูงสุด สอดคล้องกับนโยบายของคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ.นตผ.) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจัดระดับผลิตภัณฑ์สู่การพัฒนา รวมถึงการจัดระบบฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Profile) ที่จะใช้ทำงานเชิงบูรณาการของทุกหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดการประชาสัมพันธ์และเสริมสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมให้เป็นที่ยอมรับแก่บุคคลทั่วไป จนสามารถใช้เป็นแหล่งสร้างรายได้และความเข้มแข็งให้กับชุมชน นั้นแสดงให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยและเงื่อนไขต่างๆที่ได้ชี้แจง ข้อมูลต่างๆเหล่านี้ล้วนแล้วจะส่งผลต่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรมสำหรับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ในประเทศไทย ได้อย่างเหมาะสมต่อไป



ในการออกแบบและพัฒนา ได้นำแนวคิดของ “เหยง” จากกูบช้าง หรือสัปคับช้าง มาใช้เป็นแนวทางการออกแบบ โดยได้พัฒนารูปแบบให้เหมาะสมกับการใช้งาน มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสม ซึ่งยังคงกลิ่นอายและรูปแบบทางวัฒนธรรมเดิม แต่มีการเปลี่ยนแปลงให้สอดคล้องกับลักษณะการนำไปใช้ในสังคมปัจจุบัน ในการออกแบบได้ใช้ภูมิปัญญาการแกะสลักไม้ ภูมิปัญญาการแกะสลักหิน และภูมิปัญญาการจักสาน มาผสมผสานร่วมกันให้เกิดรูปแบบที่เหมาะสม รวมถึงการร่วมมือกันระหว่างชุมชนในจังหวัดลำปางเพื่อการบูรณาการความรู้ จากภูมิปัญญาและทักษะให้เกิดประโยชน์ (ในการออกแบบจะมีทั้งสิ้น 6 ตัว ประกอบด้วย แก้วสตุล จำนวน 4 ตัว และแก้วสตุล 2 ที่นั่ง จำนวน 2 ตัว โดยมีการละแนวทางการจักสานเพื่อทดสอบความน่าสนใจเพื่อเลือกใช้ในการออกแบบได้อย่างเหมาะสม)

ภาพ 13 ตัวอย่างผลงานออกแบบ จากโครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผลิตงานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในจังหวัดลำปาง โดยใช้ปัจจัยและเงื่อนไข ที่ส่งผลต่อความสามารถในการพัฒนาและสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม สำหรับโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ในประเทศไทย กรณีศึกษา : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของจังหวัดลำปาง

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผลิตงานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ สนับสนุนทุนวิจัยโดย สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) ฝ่ายชุมชนและสังคม (ฝ่าย 4)

เอกสารอ้างอิง

กรมการพัฒนาชุมชน. (2562). คู่มือแนวทางและหลักเกณฑ์การ คัดสรรสุดยอด หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย. สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน, กรุงเทพฯ. กองพัฒนาและส่งเสริมการบริหารงานท้องถิ่น. พระราชกฤษฎีกาว่าด้วยการบริหารงานจังหวัดและกลุ่มจังหวัดแบบบูรณาการ พ.ศ. 2551. สืบค้นเมื่อ 12 เมษายน 2563, จาก <http://www.dla.go.th/servlet/EbookServlet?mode=detail&ebookId>

กิตติพงษ์ เกียรติวิภาค. (2563). โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถอุตสาหกรรม จากการผลิตงานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ. ทุนพัฒนานักวิจัยสู่ตำแหน่งวิชาการเพื่อชุมชนและสังคม ภายใต้ความร่วมมือระหว่างสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.) และมูลนิธิธันพัฒนา ประจำปี 2561.

กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดลำปาง. (2562). เอกสารการประชุมเชิงปฏิบัติการจัดทำแผนพัฒนาจังหวัดลำปาง 5 ปี (2561-2565) ฉบับทบทวนประจำปีงบประมาณ 2564. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งลำปาง, ลำปาง.

กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด สำนักงานจังหวัดลำปาง. (2562). เอกสารการประชุมคณะอนุกรรมการ
ขับเคลื่อนการพัฒนาจังหวัดลำปาง. มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษานอกที่ตั้งลำปาง, ลำปาง

คณะวิจิตรศิลป์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2549). โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบแนวทางล้านนา. เชียงใหม่ :
เอกสารประกอบการสัมมนาเรื่องโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ของตกแต่งบ้านแนวทางล้านนา.

วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. (2548). หลักการและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ Theory and Concept of Design. กรุงเทพฯ :
:แอ๊ปป์พรีนติ้ง.

อนันต์ ลีระกุล. (2547). แนวความคิดในการออกแบบและวิเคราะห์ Design Concept and Analysis. กรุงเทพฯ :
สำนักพิมพ์บรรณกิจ 1991 จำกัด.

Ambrose, G., & Harris, P. (2010). *Design Thinking*. Switzerland: AVA Publishing SA.