

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตโคกภูตากา
อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง
อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

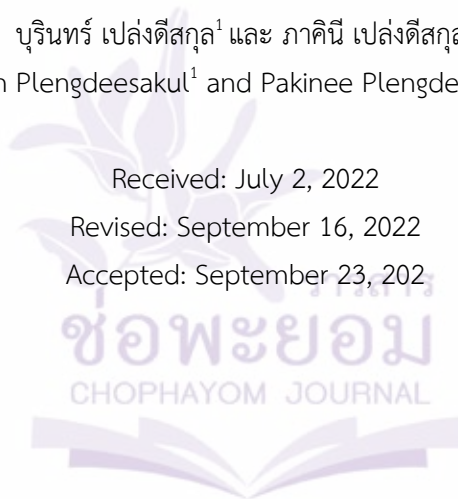
Creative Product Development from Local Wisdom in Khok
Phu Tha Ka Khon Kaen Province
A Case Study of Reed Mat Weaving Group Ban Hin Rong, Wiang
Kao District, Khon Kaen Province

บุรินทร์ เปล่งดีสกุล¹ และ ปากินี เปล่งดีสกุล²
Burin Plengdeesakul¹ and Pakinee Plengdeesakul²

Received: July 2, 2022

Revised: September 16, 2022

Accepted: September 23, 2022



¹สาขาวิชาทัศนศิลป์และออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยขอนแก่น Department of Visual Arts and Communication
Arts, Faculty of Fine and Applied Arts Khon Kaen University
(Email: pburin@kku.ac.th)

²สาขาวิชาการออกแบบ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น
Department of Design, Faculty of Architecture Khon Kaen University
(Email: Pakinee@kku.ac.th)

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในเขตโคกภูตากา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ในเขตโคกภูตากา กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น และเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ประกอบไปด้วย กลุ่มผู้รู้ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้ปฏิบัติได้แก่ กลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง และผู้เกี่ยวข้องได้แก่ผู้บริหาร นักท่องเที่ยว โดยใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคเอกสารและภาคสนาม ด้วยแบบสำรวจและแบบสัมภาษณ์ นำข้อมูลมาวิเคราะห์เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดในการออกแบบ และนำเสนอด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ประกอบกับผลงานการออกแบบ

จากการศึกษาพบว่าผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเสื่อกกของกลุ่มยังมีรูปแบบที่ไม่ทันสมัยทั้งลวดลายและสี รูปแบบผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นของใช้ เช่น กล่องใส่ทิชชู หมอนขนาดต่าง ๆ เสื่อพับ และชุดรองจาน ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับแบรนด์อื่น ๆ ในระดับตลาดเดียวกัน คือตลาดประเภทสินค้าพื้นถิ่นชุมชน และปัญหาอีกอย่างหนึ่งที่สำคัญคือยังไม่มีแบรนด์หรือตราสินค้าที่เป็นของตนเอง รวมถึงการประชาสัมพันธ์ให้ลูกค้าเป้าหมายมาซื้อได้ถูกต้องและเหมาะสม ในด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ให้กับชุมชนในเขตโคกภูตากา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น จึงเป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่อาศัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นและสวยงามขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่องให้เกิดการจดจำผ่าน

ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ของกลุ่ม รวมไปถึงการพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบที่แปลกใหม่ ทันสมัยตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์วันทำงาน ขยายตลาดสินค้าของกลุ่มมากขึ้น ที่สำคัญผู้วิจัยได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชนของกลุ่มนำมาสร้างความหมายให้สอดคล้องกับความเป็นเฉพาะของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ของกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง อำเภอยางตลาด จังหวัดขอนแก่น

คำสำคัญ : พัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์, ภูมิปัญญาท้องถิ่น, เสื่อกก, ในเขตโคกภูตากา

Abstract

The article entitled Creative Product Development from Local Wisdom in Khok Phu Tha Ka Khon Kaen Province: A Case Study of Reed Mat Weaving Group Ban Hin Rong, Wiang Kao District, Khon Kaen Province had the objectives of studying the current status, problems, and the needs for the creative products from the local wisdom in Khok Phu Tha Ka area, the case study of reed mat weaving group at Ban Hin Rong, Muang Kao Phatthana, Wiang Kai district, Khon Kaen province. The target group for this research about Knowledge group, including community leaders, village philosophers design expert Practitioners include Ban Hin Rong reed mat weaving group and related parties include consumers and tourists. By using a qualitative research method. The data was collected from both documental and field data using surveys and questionnaires. The data was then analyzed to determine the conceptual framework in the design and presented through descriptive analysis to accompany



the design work.

The study showed that the products made from the group's reed mats consist of an out-of-date form in both the patterns and the colors. Most products were everyday objects, such as tissue boxes, different-sized pillows, folding mats, and dish placemats, similar to other brands in the same market, the market for local goods. Another problem was that they did not have their own brand or logo and lacked public relations to draw in the correct and appropriate target customers. The design and development aspect of the creative products for the communities in Khok Phu Tha Ka area, Wiang Kao district, Khon Kaen province, emphasized creative product design and development in making outstanding and beautiful products to expand the target customer groups and creating the identity for the Hin Rong reed mat weaving group through their logos and packaging. Additional emphasis was on developing exotic products suitable for the work lifestyle and helping to expand the market for the group. More importantly, the researcher used the local wisdom within the communities to create the meaning that goes in line with the uniqueness of the products to create the identity of both the products and the reed mat weaving group of Ban Hin Rong in Wiang Kao district, Khon Kaen province.

Keywords : Creative Product Development, local wisdom, reed mat, Khook Phu Tha Ka

บทนำ

จังหวัดขอนแก่น เป็นจังหวัดขนาดใหญ่ที่มีประชากรอาศัยอยู่หนาแน่น และมีทำเลที่ตั้งทางภูมิศาสตร์อยู่ในบริเวณศูนย์กลางของภาคอีสาน ยังเป็นจังหวัดศูนย์กลางทางการศึกษาและเทคโนโลยีของภูมิภาค เนื่องจากเป็นที่ตั้งของมหาวิทยาลัยขอนแก่น และมีระบบสาธารณูปโภคและสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีทรัพยากรทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์และด้านอื่น ๆ หลากหลายรูปแบบ (หอการค้าจังหวัดขอนแก่น, 2562) โดยเฉพาะทรัพยากรทางธรรมชาติที่กระจายอยู่ทั่วทั้งจังหวัดโดยเฉพาะในเขตพื้นที่โคกภูตากา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น โคกภูตากา เป็นป่าสาธารณะประจำตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น มีพื้นที่ทั้งหมด 706 ไร่ 1 งาน 22 ตารางวา ราษฎรในตำบลดังกล่าวได้พร้อมใจกันถวายพื้นที่นี้แด่สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เมื่อวันที่ 6 ตุลาคม พ.ศ. 2538 ซึ่งพระองค์ท่านทรงรับไว้เพื่อใช้เป็นพื้นที่ดำเนินงานในโครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี และกระทรวงมหาดไทยได้อนุมัติให้ใช้ที่ดินได้ตั้งแต่วันที่ 15 สิงหาคม พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชฯ ได้มอบหมายให้มหาวิทยาลัยขอนแก่นเข้าไปทำการสำรวจ และวิจัยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา นอกจากนี้ มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้ร่วมสนองพระราชดำริ โดยมอบหมายให้คณะวิชาต่าง ๆ ร่วมดำเนินการจำนวน 5 คณะ ได้แก่ คณะวิทยาศาสตร์ รับผิดชอบในการสำรวจความหลากหลายทางชีวภาพทั้งพืช สัตว์ จุลินทรีย์ และความหลากหลายทางพันธุกรรม คณะเกษตรศาสตร์ รับผิดชอบในการดำเนินการวิจัยเพื่อนำความหลากหลายทางชีวภาพเหล่านั้นมาใช้ประโยชน์ โดยเน้นการวิจัยเพื่อพัฒนาให้เกิดผลในทางเศรษฐกิจต่อชุมชน คณะเภสัชศาสตร์ ดำเนินการวิจัยเพื่อแสวงหาชนิดพืชที่มีสารออกฤทธิ์ทางยาเช่น สารต้านออกซิเดชัน และต้านการก่อกลายพันธุ์ เป็นต้น และผลิตเภสัชภัณฑ์ต่าง ๆ จากพืชในพื้นที่ คณะศึกษาศาสตร์รับผิดชอบในการดำเนินการพัฒนาหลักสูตรบูรณาการการอนุรักษ์

ทรัพยากรธรรมชาติโดยใช้พื้นที่โคกภูตากาเป็นแหล่งเรียนรู้ คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ ดำเนินการพัฒนาศักยภาพในการท่องเที่ยวชุมชน และคณะศิลปกรรมศาสตร์ ดำเนินการพัฒนามลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในชุมชน ศูนย์ประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ มหาวิทยาลัยขอนแก่น (ศูนย์ประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ มหาวิทยาลัยขอนแก่น, 2562)

จากแนวทางที่มหาวิทยาลัยขอนแก่นได้ดำเนินการพัฒนาศักยภาพในพื้นที่โครงการอนุรักษ์พันธุกรรมพืชอันเนื่องมาจากพระราชดำริฯ โคกภูตากา จังหวัดขอนแก่น โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวชุมชน เพื่อพัฒนาศักยภาพของชุมชนให้เกิดรายได้ในชุมชนเกิดขึ้น ปัจจุบันกลุ่มอาชีพหรือกลุ่มเกษตรกรหลายแห่งยังมีความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น ความต้องการด้านการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และเรียนรู้กระแสความนิยมให้สามารถสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อขยายสู่ตลาด, ความต้องการด้านการแปรรูปผลิตภัณฑ์, การเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เดิมโดยใช้พื้นฐานต้นทุนทางด้านทักษะฝีมือและวัตถุดิบที่มีอยู่ การแก้ปัญหาทางด้านคุณภาพของวัสดุ และการลดผลกระทบต่อสุขภาพจากการใช้วัตถุดิบที่ทำอันตรายต่อผู้ผลิต การใช้แรงบันดาลใจหรือแนวความคิดทางการออกแบบเพื่อสร้างเรื่องราวให้แก่ผลิตภัณฑ์ สามารถใช้เป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ได้ หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงความใส่ใจในสิ่งแวดล้อมและผลกระทบที่ต่อเนื่องไปถึงผู้บริโภคหรือ Green design โดยเฉพาะการนำภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งเป็นสิ่งที่ควรให้ความสำคัญในการนำมาเป็นอัตลักษณ์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพราะภูมิปัญญาท้องถิ่นเกิดจากความคิด ความรู้ความสามารถและทักษะ เป็นองค์ความรู้ของชาวบ้านที่ได้ถ่ายทอดสืบต่อกันมา โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาการดำเนินชีวิตในท้องถิ่นได้อย่างเหมาะสมกับยุคสมัย มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ คือการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการสร้างมูลค่า (Value Creation)

ให้กับสินค้าได้มากกว่าแค่เป็นการเพิ่มมูลค่า (Value Added) โดยหลักการสร้างสรรค์ (Creativity) มีองค์ประกอบที่สำคัญ 3 อย่างคือ 1) ความเป็นเอกลักษณ์ 2) ความเป็นสิ่งแรก (Originality) 3) คือ การมีความหมาย (Meaning) (อรพินท์ บุญสิน, 2557) เพราะการสร้างสรรค์ที่ดีต้องสามารถสื่อความหมายที่ชัดเจนจากผู้สร้างสรรค์ถึงผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้ หรือต้องมีคนได้ประโยชน์จากความคิดนั้น และการสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสมและมีรูปแบบตรงความต้องการของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มศักยภาพของกลุ่มอาชีพกลุ่มผู้ประกอบการเพื่อให้เกิดความยั่งยืนชุมชน รวมทั้งกลุ่มอาชีพและกลุ่มผู้ประกอบการสามารถนำประสบการณ์และความรู้ กระบวนการวิธีที่ได้รับการแนะนำไปปรับใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองต่อไปได้

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตโคกภูตากา กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

วิธีการศึกษา

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตโคกภูตากา ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย

เลือกโดยวิธีเจาะจง โดยเลือกกลุ่มผู้ประกอบการที่มีศักยภาพในการพัฒนาและการผลิตเป็นตัวกำหนด โดยกำหนดกลุ่มผู้ประกอบการ คือ กลุ่มทอเสื่อกก

บ้านหินร่อง อำเภอยะรัง จังหวัดขอนแก่น ประกอบไปด้วย กลุ่มผู้รู้ ได้แก่ ผู้นำชุมชน ประชาชนชาวบ้าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้ปฏิบัติได้แก่ กลุ่มทอเสื่อกบ้านหินร่อง และผู้เกี่ยวข้องได้แก่ผู้บริโภคนักท่องเที่ยว

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสำรวจ ใช้เพื่อสำรวจด้านนิเวศวิทยา ด้านภูมิศาสตร์ กายภาพ สังคมวัฒนธรรมวิถีชีวิต และด้านการเข้าถึงข้อมูลการคัดเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยพิจารณาผู้ประกอบการที่มีคุณสมบัติตรงตามหลักเกณฑ์การคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีความเหมาะสมกับโครงการ

2.2 ใช้แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) คือ ใช้สังเกตสภาพสิ่งแวดล้อม กระบวนการดำเนินกิจกรรมของกลุ่มผู้ประกอบการ ด้วยวิธีการบันทึกภาพ บันทึกเสียง การจดบันทึก

2.3 ใช้แบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview) เป็นแบบสัมภาษณ์เป็นทางการ เพื่อจัดหมวดหมู่ข้อมูลและวิเคราะห์ ครอบคลุมประเด็นต่าง ๆ ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล บริบททั่วไปในพื้นที่ ปัญหาและอุปสรรค ความต้องการของผู้ประกอบการแนวทางการพัฒนา สัมภาษณ์ ผู้รู้ทั้งในส่วนราชการ ผู้นำชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2.4 แบบสอบถาม เพื่อประเมินผลของผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนาเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยมีกระบวนการในการเก็บรวบรวมข้อมูลดังต่อไปนี้

3.1 การศึกษาจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ โดยการศึกษาจากข้อมูลเอกสารและการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น และการออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

3.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยมีลำดับการเก็บข้อมูลได้แก่ การลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม การแบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non -Participant Observation)

การแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้าง (Structured Interview) และแบบสอบถาม เพื่อประเมินผลของผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนาเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ตรงตามความต้องการของผู้ประกอบการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวเคราะห์ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน โดยการสำรวจ สอบถาม รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม ทั้งด้านรูปแบบ กรรมวิธีการผลิต ตลาด จุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดด้วย ทฤษฎี เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับศักยภาพของผู้ประกอบการวิสาหกิจ

5. กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

5.1 การจัดทำภาพจำลองผลิตภัณฑ์เบื้องต้น โดยข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบเบื้องต้นได้นำข้อมูลจากการศึกษาวเคราะห์องค์กรของผู้ประกอบการวิสาหกิจ จากการสำรวจ สอบถาม รวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์เดิม ทั้งด้านรูปแบบ กรรมวิธีการผลิต ตลาด จุดอ่อน จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ และกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาเบื้องต้นให้กับผู้ประกอบการวิสาหกิจ

5.2 ถ่ายทอดแนวคิด กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชน ร่วมกันทำการศึกษาข้อมูลทางการตลาด กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการ รวมทั้งศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ในกลุ่มตลาดเดียวกัน

5.3 ดำเนินการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยและผู้ประกอบการร่วมกันพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์

5.4 การจัดทำสรุปข้อมูลผลิตภัณฑ์ จากผลิตภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้นโดยนำเสนอข้อมูลกระบวนการออกแบบ การคัดเลือกเลือกแนวความคิด การพัฒนาผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด การวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์



6. การนำเสนอผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นและเพื่อพัฒนา ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตโคกภูตากา ตำบลเมืองเก่า พัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ใช้การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์รวมทั้งการนำเสนอด้วย ตารางและภาพถ่ายและผลงานการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตลอดจนข้อเสนอแนะแต่ละ ผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษา

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขต โคกภูตากา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้าน หินร่อง อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยได้ศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ผล การศึกษาดังนี้

1. สภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จาก ภูมิปัญญาท้องถิ่นในเขตโคกภูตากา กรณีศึกษากลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ตำบล เมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

1.1 ชื่อที่ตั้งและการติดต่อ สถานประกอบการ

กลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง เลขที่ 11 หมู่ที่ 9 บ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่า อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น 40150 (อัชฉลา วัฒนวงศ์ศรี, 2562)



ภาพที่ 1 สถานที่ตั้งกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่า อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น



ภาพที่ 2 นางอัชฉลา วัฒนวงศ์ศิริ ประธานกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่า อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

1.2 รูปแบบสินค้า วัตถุประสงค์ และกระบวนการผลิต

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง อำเภовеียงเก่า จังหวัดขอนแก่น เป็นเสื่อกกย้อมสีเคมี มีสีสันทึ่หลากหลายสวยงาม โดยในปัจจุบันกลุ่มผลิตเสื่อผืน หมอน กล่องทึชชู่ กระเป๋า ที่รองจาน แผ่นปูโต๊ะ เป็นต้น

- วัตถุประสงค์ : ผลิตจากสมุนไพรในพื้นที่ 100%
- แรงงาน : เป็นแรงงานในชุมชน 100%
- กระบวนการผลิต : เกิดขึ้นในชุมชนตลอดการผลิต โดยเริ่มตั้งแต่ นำกกมาตาก ย้อมสี และทอเพื่อนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ตลอดจนการส่งจำหน่ายไปยังหน้าร้านต่าง ๆ ที่ฝากจำหน่ายด้วย
- แหล่งจำหน่าย : ฝากจำหน่ายร้านของฝากทั้งของอำเภอและศูนย์ OTOP ในจังหวัด รวมถึงการออกร้านในงานเทศกาลในจังหวัด และศูนย์แสดงสินค้าชั้นนำ



ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์เสื่อกกและป้ายสินค้าก่อนพัฒนาของกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง

1.3 กลุ่มเป้าหมาย/ ช่องทางการจัดจำหน่าย

- กลุ่มลูกค้าหลัก : วัยผู้ใหญ่วัยทำงานที่ชอบผลิตภัณฑ์ที่มีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมคือปู่สือ ตลอดจนการนำสือไปตกแต่งในบ้านพักอาศัย ช่วงวัยทำงานจนถึงวัยเกษียณ อายุประมาณ 40-60 ปี ที่ซื้อเพื่อนำไปใช้เอง

- กลุ่มลูกค้ารอง : กลุ่มวัยทำงานที่มีกำลังในการซื้อ อายุประมาณ 30-40 ปี ที่ชอบสินค้าพื้นถิ่นและซื้อเพื่อนำไปเป็นของขวัญญาติผู้ใหญ่ มอบให้เจ้านายในวันสำคัญต่าง ๆ

- กลุ่มลูกค้าที่ต้องการขยายไปในอนาคต : กลุ่มวัยรุ่นวัยทำงานตอนต้นที่ชอบสินค้าทันสมัย และชอบใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นอายความเป็นพื้นถิ่นผสมผสานกับความทันสมัย อายุ 20-30 ปี มีกำลังในการซื้อ ชอบความสะดวกสบายและความทันสมัยแต่ยังคงอนุรักษ์ความเป็นท้องถิ่น

1.4 การวิเคราะห์ทางการตลาด SWOT analysis



ภาพที่ 4 การวิเคราะห์ทางการตลาด SWOT analysis

1.5 โจทย์และประเด็นปัญหา

การให้คำปรึกษาในประเด็นปัญหาและความต้องการของกลุ่ม คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อกของกลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่อง แต่เดิมนั้นเสื้อผืนมีสีสันทสวยงาม และมีลวดลายที่หลากหลาย แต่จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันกลุ่มคนวัยต่าง ๆ รวมถึงวิถีชีวิตที่ทันสมัยมากขึ้น จึงไม่นิยมปูเสื่อเพื่อนั่ง แต่นำเสื่อไปแปรรูปให้ใช้งานง่ายและทันสมัยมากขึ้น เช่น เบาะรองนั่ง กรอบรูป กระเป๋า เป็นต้น กลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่องจึงจำเป็นต้องนำเสื้อผืนสวยงามที่มีมาแปรรูปเพื่อให้ทันสมัยตามความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน สร้างการจดจำโดยการนำเอาอัตลักษณ์ในท้องถิ่นมาเป็นเอกลักษณ์ให้ลูกค้าจดจำได้ เพื่อก่อให้เกิดกลุ่มลูกค้าประจำ

2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษา กลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น

การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่องข้างต้นผู้วิจัยจึงได้วิเคราะห์ประเด็นปัญหเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ โดยมีแนวทางการพัฒนาดังนี้

2.1 แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

แนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเสื้อกของกลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่องนั้นเริ่มต้นจากการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่กลุ่มผลิตและจำหน่ายอยู่แล้วในปัจจุบัน ได้แก่ กล่องทิชชู ชุดรองจาน และหมอนตกแต่งบ้านรูปทรงต่าง ๆ จะเห็นได้ว่าเป็นสิ่งของเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นผลิตภัณฑ์ที่ต้องซื้อใหม่เมื่อขึ้นเดิมาชำรุด หรือเก่าแล้วเท่านั้น ทำให้การตัดสินใจซื้อชิ้นใหม่เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นไม่บ่อยมากนัก และเกิดขึ้นในกลุ่มแม่บ้าน และครอบครัววัยกลางคนเท่านั้น ดังนั้นหากจะพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มียอดขายเพิ่มขึ้นและเพิ่มมูลค่าจึงจำเป็นต้องปรับประเภทของผลิตภัณฑ์ให้ซื้อได้บ่อย ๆ เช่น กลุ่มผลิตภัณฑ์แพชั่น และปรับเปลี่ยนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายจากวัยกลางคน ให้เป็นวัยรุ่น วัยทำงานที่ตามกระแสแฟชั่น และเปื่อง่าย ต้องแต่งตัวออกจากบ้านไปทำงาน พบปะผู้คนทุกวัน

พร้อมที่จะเสียเงินไปกับสินค้าที่มีความเฉพาะ แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร จึงเกิดเป็นแนวความคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื่อกกให้ทันสมัย ตอบโจทย์วัยทำงาน สร้างความแปลกใหม่ด้วยลวดลาย เรียบง่ายด้วยรูปทรง มีกลิ่นอายความเป็นพื้นถิ่นแต่ไม่ดูโบราณ อีกทั้งการสร้างแบรนด์ยังเป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กลุ่มเป็นที่น่าจดจำ และลูกค้าจำได้ ทำให้มีกลุ่มลูกค้าประจำที่มาเที่ยวใน อำเภอเวียงเก่าแล้วต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ของฝาก ของที่ระลึกที่ทันสมัยแต่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และผลิตจากวัสดุธรรมชาติ

2.2 กระบวนการแนวทางและวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์

แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะเน้นหนักไปทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเดิมที่เป็นเสื่อผืนมีการออกแบบและแปรรูปเป็นสินค้าที่ซื้อได้บ่อยขึ้นนอกจากประเภทของใช้ ของตกแต่งบ้าน และออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สะดวกต่อการใช้งาน สวยงามโดดเด่นน่าเชื่อถือให้เป็นที่รู้จักและจดจำ เน้นการเลือกคู่สีให้สินค้าดูดีมีความเป็นพื้นถิ่นและธรรมชาติเป็นแนวคิดในการออกแบบที่ร่วมปรึกษากับสมาชิกในกลุ่ม

2.3 เป้าหมายหรือผลลัพธ์ผลิตภัณฑ์

การพัฒนาภาพลักษณ์ให้ลูกค้ารู้จักและจดจำได้ จากเดิมที่กลุ่มเป้าหมายหลักคือ วัยผู้ใหญ่วัยทำงานที่ชอบผลิตภัณฑ์มีวิถีชีวิตแบบดั้งเดิมคือการปูเสื่อ ตลอดจนการนำเสื่อไปตกแต่งในบ้านพักอาศัย ช่วงวัยทำงานจนถึงวัยเกษียณ อายุประมาณ 40-60 ปี ที่ซื้อเพื่อนำไปใช้เองในชีวิตประจำวัน ขยายไปถึงกลุ่มวัยรุ่นวัยทำงานตอนต้นที่ชอบสินค้าทันสมัยมีเอกลักษณ์ และชอบใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีกลิ่นอายความเป็นพื้นถิ่นผสมผสานกับความทันสมัย อายุ 20-30 ปี มีกำลังในการซื้อ ชอบความโดดเด่นและความทันสมัย แต่ยังคงอนุรักษ์ความเป็นไทย รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัยตอบโจทย์กลุ่มลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบายในการใช้งาน และโดดเด่นในกลุ่มสินค้าประเภทเสื่อกกที่มีจำนวนมากในท้องตลาดในปัจจุบัน

2.4 กรอบแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 1 : กรอบแนวคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ที่	โจทย์/ประเด็นปัญหา	กระบวนการ/แนวทาง/ วิธีการสร้างผลิตภัณฑ์	เป้าหมาย/ผลลัพธ์ ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์
1	การพัฒนาผลิตภัณฑ์ รูปแบบการแปรรูป ปู่เทคนิคการแปรรูปให้มีความทันสมัยและเพิ่มยอดขายมากยิ่งขึ้น	การนำผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตลงพื้นที่ทดลองแปรรูปผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มรูปแบบต่าง ๆ แล้วนำผลิตภัณฑ์ที่ได้ไปพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม	สินค้าที่มีความทันสมัยตอบโจทย์กับความต้องการของลูกค้าเพื่อการขยาย
2	ขาดบรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของกลุ่ม และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์เลือก	นำผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนา และกำหนดทิศทางการออกแบบ ขนาดบรรจุภัณฑ์จนได้เป็นภาพลักษณ์และลักษณะที่ต้องการนำเสนอ เพื่อไปผลิตใช้ต่อไป	บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามของเลือกแปรรูป



ภาพที่ 5 กรณีศึกษาการให้ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสื้อที่เรียบง่ายและเป็นที่นิยมในตลาด

2.5 กระบวนการออกแบบและพัฒนา

2.5.1 Story of Product

ผลิตภัณฑ์จากเสื้อก ภายใต้แบรนด์ เวียงไพร ผลิตโดยกลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่อง อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ที่สืบทอดภูมิปัญญาในการ

ทอเลื่อจากฐานสู่รุ่น เสื่อลวดลายโบราณจากดินแดนไดโนเสาร์ล้านปี พัฒนาสู่ลวดลายที่เรียบหรู เข้ากับทุกโอกาสการใช้งาน ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม การออกแบบลวดลายที่ตัดทอนลดความเป็นไทยแบบดั้งเดิมเพื่อเพิ่มกลุ่มลูกค้าที่มีความทันสมัย เน้นผลิตภัณฑ์ที่สามารถซื้อได้บ่อย เช่นกระเป๋าใบหลัก และกระเป๋าจำลอง รวมไปถึงสามารถเป็นของใช้และเป็นของฝากได้ในชิ้นเดียวกัน เพื่อกระตุ้นให้เกิดโอกาสในการจำหน่ายได้บ่อยครั้งขึ้น

2.5.2 ภาพร่างการออกแบบและพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 6 ภาพร่างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ชัดเจนมากขึ้น

รายละเอียดการพัฒนาตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ เวียงไพร มาจากอำเภอเวียงเก่าและไพรมาจากป่าเขาบริเวณอันอุดมสมบูรณ์ของหมู่บ้าน มาผสมผสานกันจนได้เป็นตราสินค้า “เวียงไพร” เน้นสีเขียวไพรเป็นหลักเพื่อนำเสนอภาพลักษณ์ของดินแดนแห่งภูเขาที่มีซากไดโนเสาร์ล้านปี ในการพัฒนาแบบผู้ออกแบบได้ปรับรูปแบบตัวอักษรให้มีความน่าเชื่อถือและมีรูปแบบที่สอดคล้องกับตัวไดโนเสาร์ให้มากขึ้น ส่งผลมาถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ยังคงใช้โทนสีเขียวในการออกแบบและเน้นถุงผ้าสกรีน 2 สี ถุงผ้าเนื้อสปันบอนด์ที่กำลังเป็นที่นิยมใน

ขณะนี้ ประกอบกับป้ายสินค้าที่เน้นโทนสีของแบรนด์และได้ตัดเป็นรูปใบไม้ เพิ่มเอกลักษณ์และจุดจดจำให้กับแบรนด์

2.5.3 ภาพร่างการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อกของกลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่อง ซึ่งจากเดิมนั้นเสื้อผ้ามียีสันสวยงาม และมีลวดลายที่หลากหลาย แต่จะเห็นได้ว่าในปัจจุบันกลุ่มคนวัยต่าง ๆ รวมถึงวิถีชีวิตที่ทันสมัยมากขึ้น จึงไม่นิยมปูเสื้อเพื่อนั่ง แต่นำเสื้อไปแปรรูปให้ใช้งานง่ายและทันสมัยมากขึ้น เช่น เบาะรองนั่ง และกล่องใส่ของอเนกประสงค์ ซึ่งสินค้าประเภทนี้มีการซื้อบ่อยกว่าเสื้อผืนที่ใช้ปูรองนั่ง เพราะถ้าไม่ซื้รูดก็จะไม่ซื้อใหม่ทำให้จำหน่ายได้ยากกลุ่มทอเสื้อกบ้านหินร่องจึงจำเป็นต้องนำเสื้อผืนสวยงามที่มีมาแปรรูปเพื่อให้ทันสมัยตามความต้องการของลูกค้าในปัจจุบันโดยที่ปรึกษาเสนอไว้สองแนวทางคือ กระเป๋าขนาดกลางสำหรับสุภาพสตรี ที่ผสมผสานผ้าฝ้ายผ้าพันถิ่นใน อ.เวียงเก่า และสมุดบันทึก ที่ปกใช้เสื้อกเย็บให้เข้าชุดกับกระเป๋าทำงาน โดยการทอเสื้อกมีการคุมโทนสีเป็นสีกลุ่มเดียวกันหรือสี Mono Tone และการไล่ระดับความเข้มของสีเพื่อให้เกิดมิติ และลวดลายรูปแบบใหม่คล้ายกับการมัดย้อมผ้าพัฒนาเกิดเป็นผลิตภัณฑ์จากกกสำหรับผู้หญิงทำงานยุคใหม่ที่รักธรรมชาติ ความเป็นไทย แต่ต้องการความโดดเด่นไม่ซ้ำใคร



ภาพที่ 7 ร่างผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเสื้อกให้มีความทันสมัยมากขึ้น



ภาพที่ 8 ขั้นตอนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แบรนด์ เวียงไพร Wiang Prai

2.6 ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

2.6.1 ตราสินค้า

แบรนด์ เวียงไพร Wiang Prai มาจากชื่ออำเภอเวียงเก่า และคำว่าไพรมาจากพืชพรรณป่าเขาบริเวณอันอุดมสมบูรณ์ของหมู่บ้านมาผสมผสานกัน โดยสีที่ใช้คือสีเขียวเข้มสื่อถึงป่าเขาและสีน้ำตาลสื่อถึงไดโนเสาร์และดินอันอุดมสมบูรณ์



ภาพที่ 9 ตราสินค้าแบรนด์ เวียงไพร Wiang Prai

2.6.2 Brand Story



ภาพที่ 10 ภาพที่แสดงถึงเรื่องราวของแบรนด์ เวียงไพร Wiang Prai

เวียงไพร กลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ที่สืบทอดภูมิปัญญาในการทอเสื่อกกจากรุ่นสู่รุ่น เสื่อลวดลายโบราณจากดินแดน ไคโนเสาร์ล้านปี ที่ผลิตแบบดั้งเดิมงานฝีมือประณีต จากการรวมตัวกันของกลุ่มแม่บ้านที่ต้องการอนุรักษ์การทอเสื่อแบบดั้งเดิมเอาไว้ ผสมผสานกับวิถีชีวิตที่ผูกพันกับธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ของ อ.เวียงเก่า ผลิตสินค้าที่หลากหลาย มีความเรียบง่าย เข้าได้กับลูกค้าหลายบุคลิก ไม่ดูโบราณมากเกินไป แต่ยังคงกลิ่นอายบางส่วนที่เป็นภูมิปัญญาดั้งเดิม เช่นการย้อมสี ขนาดของเส้นกก และลวดลายบางส่วน

2.6.3 บรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ แบรนด์ เวียงไพร Wiang Prai โดยผลิตภัณฑ์ของกลุ่มมีความหลากหลายบรรจุภัณฑ์จึงเป็นป้ายสินค้าที่สามารถติดไปกับผลิตภัณฑ์หลากหลายขนาดและรูปแบบ เป็นป้ายกระดาษกราฟแสดงถึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีความเป็นพื้นถิ่น ใช้เชือกปอเพื่อให้เข้ากับผลิตภัณฑ์จากกกซึ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติ



ภาพที่ 11 บรรจุภัณฑ์ประเภทป้ายสินค้าของแบรนด์ เวียงไพร Wiang Prai

2.6.4 ผลิตภัณฑ์จากเสื่อกก



ภาพที่ 12 ภาพผลิตภัณฑ์จากกกสำหรับผู้หญิงทำงานยุคใหม่ที่รักธรรมชาติ
มีความเป็นไทย แต่ต้องการความโดดเด่นไม่ซ้ำใคร

สรุปผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น
ในเขตโคกภูตากา ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอยางตลาด จังหวัดขอนแก่น กรณี

ศึกษากลุ่มทอเสื้อกบบ้านหินร่อง อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น สภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เสื้อกของกลุ่มทอเสื้อกบบ้านหินร่อง แต่เดิมนั้นเสื้อผืนมีสีสันทนสวยงาม และมีลวดลายที่หลากหลาย แต่จะเห็นได้ว่าในปัจจุบัน กลุ่มคนวัยต่าง ๆ ร่วมถึงวิถีชีวิตที่ทันสมัยมากขึ้น จึงไม่นิยมปูเสื้อเพื่อนั่ง แต่ นำเสื้อไปแปรรูปให้ใช้งานง่ายและทันสมัยมากขึ้น เช่น เบาะรองนั่ง กรอบรูป กระเป๋า เป็นต้น กลุ่มทอเสื้อกบบ้านหินร่องจึงจำเป็นต้องนำเสื้อผืนสวยงามที่มี มาแปรรูปเพื่อให้ทันสมัยตามความต้องการของลูกค้าในปัจจุบัน สร้างการจดจำ โดยการนำเอาอัตลักษณ์ในท้องถิ่นมาเป็นเอกลักษณ์ให้ลูกค้าจดจำได้ เพื่อก่อให้เกิดกลุ่มลูกค้าประจำ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษา กลุ่มทอเสื้อกบบ้านหินร่อง ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น ผลการออกแบบพบว่า จากข้อมูลพื้นฐานและความต้องการของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน เป็นการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะใหม่ และปรับปรุงให้ดีขึ้น โดยคำนึงถึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้ดียิ่งขึ้น โดยอาศัยภูมิปัญญาที่ชุมชนมีอยู่มาพัฒนาจนเป็นผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเองและชุมชน โดยเน้นการสร้างตราสินค้าหรือแบรนด์ ของสินค้าเพื่อสร้างความจำจดให้กับลูกค้าเป็นประเด็นหลัก การเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยอาศัยประวัติความเป็นมาของบุคคล ชุมชน เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างตราสินค้า เพื่อเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่คำนึงถึงการใช้งานและราคาต้นทุนการผลิตที่ไม่แพง และไม่ทำให้กำไรของยอดการจำหน่ายลดลง เน้นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มใช้งาน สะดวกและไม่ลงทุนเพิ่มขึ้นมากเกินไป และการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้เกิดความแปลกใหม่ จากที่เคยมีอยู่

ดังนั้นจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นใน

เขตโคกภูตากา ตำบลเมืองเก่าพัฒนา อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่นจึงเป็นการออกแบบเพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เกิดการจดจำผ่านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ของกลุ่ม รวมไปถึงการพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เกิดความน่าสนใจและเพิ่มตลาดสินค้าของกลุ่มมากขึ้น ที่สำคัญผู้วิจัยได้นำภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ในชุมชนของกลุ่มนำมาสร้างความหมายให้สอดคล้องกับความเป็นเฉพาะของผลิตภัณฑ์แต่ละกลุ่มเพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะในเขตโคกภูตากา

อภิปรายผล

จากผลของการศึกษาข้อมูลและความต้องการของผู้ประกอบการที่พบผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ในพื้นที่วิจัยเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากกลุ่มวิสาหกิจในชุมชนที่มีผลิตภัณฑ์โดยอาศัยวัตถุดิบในพื้นที่เป็นส่วน โดยใช้แรงงานหรือสมาชิกในหมู่บ้านมีตลาดการผลิตในชุมชน และจำหน่ายภายในกลุ่มหรืองานเทศกาลในชุมชน และร้านของฝาก ณ อุทยานไดโนเสาร์ ที่อำเภอภูเวียง จังหวัดขอนแก่น พบปัญหา คือผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเปลือกของกล้วยยังมีรูปแบบที่ไม่ทันสมัยทั้งลวดลายและสี รูปแบบผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นของใช้ เช่น กล่องใส่ทิชชู หมอนขนาดต่าง ๆ เสื้อผ้า และชุดรองจาน ซึ่งมีความคล้ายคลึงกับแบรนด์อื่น ๆ ในระดับตลาดเดียวกัน คือตลาดประเภทสินค้าพื้นถิ่นชุมชน และปัญหาอีกอย่างหนึ่งที่สำคัญคือยังไม่มีแบรนด์หรือตราสินค้าที่เป็นของตนเอง ทำให้ลูกค้าไม่เกิดการจดจำและยังคงไม่น่าเชื่อถือจึงเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นการสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง ซึ่งสอดคล้องกับ อภิญา เพื่องฟูสกุล (2546) ที่กล่าวว่าอัตลักษณ์สามารถสร้างเป็นภาพที่ชัดเจนเป็นต้นแบบได้โดยเลือกเอาคุณสมบัติบางอย่างของบุคคลที่เด่นชัดเป็นที่รับรู้ทั่วไปและลดทอนเพื่อให้อัตลักษณ์นั้นมีความโดดเด่นและเข้าใจง่าย เช่นการออกแบบตราสินค้าที่

นำรูปไดโนเสาร์สายพันธุ์ภูเวียงโกซอรัส สิรินธรเน ที่ขุดค้นพบ ณ อำเภอเวียงเก่า จังหวัดขอนแก่น มาดัดดัดให้เรียบง่ายสื่อถึงเอกลักษณ์ของอำเภอเวียงเก่า เป็นที่จดจำบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่ม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอเสื้อกบบ้านหินร่อง จึงเป็นแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ที่อาศัยการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่นและสวยงามขยายกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และเพื่อสร้างอัตลักษณ์ให้กับกลุ่มทอเสื้อกบบ้านหินร่องให้เกิดการจดจำผ่านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ ของกลุ่ม รวมไปถึงการพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์รูปแบบที่แปลกใหม่ ทันสมัยตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์วันทำงาน ขยายตลาดสินค้าของกลุ่มมากขึ้น ที่สำคัญผู้วิจัยได้นำภูมิปัญญาของการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนของกลุ่มนำมาสร้างความหมายให้สอดคล้องกับความเป็นเฉพาะของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ของกลุ่มทอเสื้อกบบ้านหินร่อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรพินท์ บุญสิน (2557) ที่กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าโดยอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญคือ ความเป็นเอกลักษณ์ (Personality) หรือ ความเฉพาะตัวของความคิดนั้น ๆ ซึ่งจะมีลักษณะที่ไม่เหมือนใครแตกต่าง ความเป็นสิ่งแรก (Originality) หรือสิ่งซึ่งเกิดขึ้นจากความไม่มีเป็นสิ่งแรกๆ ที่สร้างขึ้นมา และการมีความหมาย (Meaning) เพราะการสร้างสรรค์ที่ดีต้องสามารถสื่อความหมายที่ชัดเจนจากผู้สร้างสรรค์ถึงผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้ หรือต้องมีคนได้ประโยชน์จากความคิดนั้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1. ผลสรุปที่ได้จากการวิจัย สามารถนำไปพัฒนาด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของใช้ในชีวิตประจำวัน และนำมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบเพื่อส่งเสริมทางด้านการตลาดและการเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

กลุ่มอื่นหรือในพื้นที่อื่นได้

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ทั้งภายในประเทศและต่างประเทศเพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบและพัฒนาให้ขยายตลาดการจำหน่ายได้กว้างขึ้นหรือเพิ่มตลาดในประเทศ

2. ควรนำแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปใช้กับกลุ่มผู้ประกอบการที่ยังขาดศักยภาพในการสร้างอัตลักษณ์หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยเฉพาะในพื้นที่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือต่อไป

บรรณานุกรม

ศูนย์ประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

(2562). โครงการ อพ.สธ.- มข. สืบค้นเมื่อ 28 มีนาคม 2562, จาก

https://ccrip.sc.kku.ac.th/?page_id=770.

หอการค้าจังหวัดขอนแก่น, เว็บไซต์. (2562). ข้อมูลจังหวัดขอนแก่น. สืบค้นเมื่อ

14 มีนาคม 2562, จาก <https://www.kkcc.or.th/khonkaen-information>.

อัชฉลา วัฒนวงษ์ศิริ. (2562, 6 กันยายน). ประธานกลุ่มทอเสื่อกกบ้านหินร่อง
สำภาษณ์.

อรพินท์ บุญสิน. (2557). “แนวทางการสร้างผลลัพธ์การผลิตสินค้าเชิงสร้างสรรค์สำหรับผู้ประกอบการวิสาหกิจ ชุมชน ในภาคอุตสาหกรรม.”
วารสารการจัดการ, 3(3), 22-31.

อภิญา เพื่องฟูสกุล. (2546). อัตลักษณ์. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.