



รายงานสรุปผลโครงการ

การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชนและพัฒนาผลิตภัณฑ์
ตามโครงการเครือข่ายองค์ความรู้(KBO)
จังหวัดลำปาง พ.ศ.2557



สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

คำนำ

จากการที่ คณะทำงานสาขาวิชาออกแบบประยุกต์ศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ดำเนินโครงการพัฒนาเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO) ร่วมกับสำนักพัฒนาชุมชน จังหวัดลำปาง ตั้งแต่ ปี 2551 จนถึง ปี 2557 ในปัจจุบัน โดยได้เชื่อมโยงแหล่งความรู้ในท้องถิ่นของ ชุมชน นำภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยให้ทุกภาคส่วนของท้องถิ่นและชุมชนรวบรวมและ นำองค์ความรู้ที่ได้ช่วยเหลือผู้ผลิต OTOP เพื่อพัฒนาการผลิตภัณฑ์ที่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ ผู้ผลิตชุมชนและท้องถิ่น และเพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิตชุมชนและท้องถิ่นเป็นผู้ประกอบการมีความรู้และเพิ่ม ศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน เพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์ และตรงความต้องการของตลาด โดยได้นำอาจารย์และนักศึกษาใน สาขาวิชาศิลปะและการ ออกแบบ เข้าร่วมในโครงการบริการวิชาการในครั้งนี้ เพื่อให้สอดคล้องกับสภาพความต้องการของกลุ่ม ผู้ผลิตชุมชนที่เข้าร่วมโครงการ

สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

สารบัญ

	หน้า
คำนำ	ก
สารบัญ	ข
บทที่ 1 บทนำ	1
บทที่ 2 หลักการ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	4
ส่วนที่ 3 วิธีการดำเนินงาน	20
ส่วนที่ 4 ผลการดำเนินการ	22
บทที่ 5 สรุปผล ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ	26
ภาคผนวก	54

บทที่ 1

บทนำ

การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตามโครงการเครือข่ายองค์ความรู้(KBO) จังหวัดลำปาง ประจำปีงบประมาณ 2557

1. โครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตชุมชน

กรมการพัฒนาชุมชน โดยคณะทำงานสาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ดำเนินโครงการพัฒนาเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO) เชื่อมโยงแหล่งความรู้ในท้องถิ่นร่วมกับชุมชน นำภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP โดยให้ทุกภาคส่วนของท้องถิ่นและชุมชนรวบรวมและนำองค์ความรู้ที่ได้ช่วยเหลือผู้ผลิต OTOP เพื่อพัฒนาการผลิตสินค้าที่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ผู้ผลิตชุมชนและท้องถิ่น และเพื่อส่งเสริมให้ผู้ผลิตชุมชนและท้องถิ่นเป็นผู้ประกอบการมีความรู้และเพิ่มศักยภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม พัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และตรงความต้องการของตลาด

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อเป็นการรวบรวมความรู้ และเชื่อมโยงแหล่งความรู้ในท้องถิ่นและชุมชนเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP
- 2.2 เพื่อเพิ่มศักยภาพในการผลิตให้มีคุณภาพมาตรฐานและการแข่งขันของผู้ผลิต OTOP
- 2.3 เพื่อให้มีการช่วยเหลือพึ่งพากันในชุมชนและท้องถิ่น ในการพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของชุมชน

3. เป้าหมาย

3.1 ด้านปริมาณ

มีการพัฒนาองค์ความรู้ด้านพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จำนวน 8 ชุมชน

- 1) กลุ่มเย็บผ้าบ้านสันโป่ง 112 บ้านเสริมกลาง หมู่ 3 ต.เสริมกลาง อ.เสริมงาม จ.ลำปาง
- 2) กลุ่มเย็บผ้าบ้านฮ่องฮี 175 บ้านเสริมกลาง หมู่ 6 ต.เสริมกลาง อ.เสริมงาม จ.ลำปาง
- 3) กลุ่มเย็บผ้าบ้านสบแหง 11/1 บ้านหลวงเหนือ หมู่ 1 ต.หลวงเหนือ อ.งาว จ.ลำปาง
- 4) กลุ่มเย็บผ้าอุตสาหกรรมแม่บ้านบ้านหวด 80 หมู่ 2 ต.บ้านหวด อ.งาว จ.ลำปาง
- 5) กลุ่มอาชีพบ้านห้วยก๊อด 119 บ้านห้วยก๊อด หมู่ 2 ต.ร่องเคาะ อ.วังเหนือ จ.ลำปาง
- 6) กลุ่มแกะสลักจากเศษไม้ 66 บ้านทุ่งฮั่ว หมู่ 2 ต.ทุ่งฮั่ว อ.วังเหนือ จ.ลำปาง
- 7) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์จากเศษไม้แม่ถอด 56 บ้านแม่ถอด หมู่ 9 ต.แม่ถอด อ.เถิน จ.ลำปาง
- 8) กลุ่มจักสานบ้านอุ้มลอง 3/1 บ้านอุ้มลอง หมู่ 4 ต.สมัย อ.สบปราบ จ.ลำปาง

3.2 ด้านคุณภาพ

1. มีการพัฒนาผลงานด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ 17 ชุมชน
2. ชุมชนมีความพึงพอใจอย่างน้อยร้อยละ 80
3. ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในโครงการอย่างน้อยร้อยละ 80
4. ชุมชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ อย่างน้อยร้อยละ 75

4. หน่วยงานที่รับผิดชอบ

สาขาวิชาศิลปะและการออกแบบ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

5. การดำเนินงาน

- 1) ศึกษาบริบทของกลุ่มผลิตภัณฑ์ จัดเก็บข้อมูล ปัญหาและความต้องการของกลุ่ม
- 2) กิจกรรมประชุม สนทนากลุ่ม เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ข้อคิดเห็น
- 3) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาในแต่ละด้าน โดยกลุ่มมีส่วนร่วม
- 3) ออกแบบและกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 4) นำเสนอแบบร่างและปฏิบัติการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์
- 5) สรุปบทเรียน และรายงานผลการดำเนินงานตามโครงการ

6. แผนการปฏิบัติงาน

ที่	กิจกรรม	ผลผลิตกิจกรรม	ระยะเวลาดำเนินการ
1	ศึกษาบริบทของกลุ่มผลิตภัณฑ์ จัดเก็บข้อมูล ภาคนาม ปัญหาและความต้องการของกลุ่ม	ทราบข้อมูล เบื้องต้นและศักยภาพ ของแต่ละกลุ่ม	ก.พ.2557
2	กิจกรรมประชุม สันทนาการกลุ่ม เพื่อแลกเปลี่ยน เรียนรู้ ข้อคิดเห็น	ปัญหาและความต้องการ แนวคิด ในการพัฒนาอย่างมีส่วนร่วม	มี.ค.2557
3	- วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อกำหนดแนวทางในการ พัฒนาในแต่ละด้าน - ออกแบบและกำหนดการพัฒนาผลิตภัณฑ์	ผลการวิเคราะห์ข้อมูล และ กำหนดแนวทางในการพัฒนา	เม.ย.2557
4	นำเสนอแบบร่างและปฏิบัติการผลิตต้นแบบ ผลิตภัณฑ์	ได้องค์ความรู้จากการพัฒนาและ ได้ชิ้นงานต้นแบบของกลุ่ม ผลิตภัณฑ์	พ.ค. 2557
5	สรุปทบทวน และรายงานผลการดำเนินงาน ตามโครงการ	รายงานผลการดำเนินการ	มิ.ย.2557

7. สถานที่ดำเนินการ

ดำเนินการ ณ ที่ทำการกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน และห้องปฏิบัติการออกแบบ สาขาวิชา ศิลปะและการออกแบบ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

8. คณะทำงานพัฒนา

- | | |
|---|--|
| 1. ผศ.สมชาย เขียวพุกษาวลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง | อาจารย์ประจำสาขาศิลปะและการออกแบบ
ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ |
| 2. ผศ.ศิริกร อินคำ
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง | อาจารย์ประจำสาขาศิลปะและการออกแบบ
ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ |
| 3. อาจารย์ธงชัย ปันสุข
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง | อาจารย์พิเศษสาขาศิลปะและการออกแบบ
ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ |
| 4. อาจารย์กมลฉัตร ศรีเจริญลาภ
มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง | อาจารย์พิเศษสาขาศิลปะและการออกแบบ
ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ |

ผู้ช่วยคณะทำงาน ได้แก่ นักศึกษาสาขาวิชาออกแบบประยุกต์ศิลป์ ชั้นปีที่ 3 และชั้นปีที่ 4 คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

บทที่ 2

หลักการ ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการพัฒนากลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชน ตามโครงการ KBO จำเป็นต้องศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง สำหรับเลือกใช้ให้เหมาะสมกับขั้นตอนการแก้ไขปัญหาผลิตภัณฑ์ เพื่อเป้าหมายความสำเร็จในการตอบโจทย์ปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง โดยแบ่งเนื้อหาออกได้ ดังนี้

หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบ : คือกิจกรรมการแก้ปัญหาเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายหรือจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ (Design is a goal-directed problem-solving) เป็นการกระทำของมนุษย์ ด้วยจุดประสงค์ที่ต้องการแจ้งผลเป็นสิ่งใหม่ๆ มีทั้งที่ออกแบบเพื่อสร้างขึ้นใหม่ให้แตกต่างจากของเดิมหรือปรับปรุงตกแต่งของเดิม ความสำคัญของออกแบบเป็นขั้นตอนเบื้องต้นที่จะทำให้กระบวนการในการผลิตสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ประสบผลสำเร็จในตลาดและตรงตามเป้าหมาย

งานออกแบบ : คือสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้นโดยการเลือกนำเอาองค์ประกอบมาจัดเรียงให้เกิดรูปทรงใหม่ที่สามารถสนองความต้องการตามจุดประสงค์ของผู้สร้าง และสามารถผลิตได้ด้วยวัสดุและกรรมวิธีการผลิตที่มีอยู่ในขณะนั้น

ที่มาของการออกแบบผลิตภัณฑ์

เนื่องจากความต้องการของมนุษย์มีมากกว่าปัจจัยการดำรงชีวิตพื้นฐาน 4 ประการ จนเป็นแรงผลักดันให้มนุษย์พยายามทำการออกแบบ และสร้างสิ่งของเครื่องใช้ต่างๆ เพิ่มขึ้นเพื่อสนองความต้องการทางร่างกายและจิตใจที่ไม่สิ้นสุด จากลักษณะงานที่เรียบง่าย ค่อยๆ เพิ่มความซับซ้อนเกี่ยวพันกันยิ่งขึ้นระหว่างสิ่งของต่างๆ ด้วยกัน และระหว่างสิ่งของกับสภาพแวดล้อมรอบตัว โดยมีผลมาจากวิธีการดำรงชีวิต และวิทยาการทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา

ขอบเขตของงานออกแบบผลิตภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์หัตถกรรม (Handy crafts)

ผู้ออกแบบและผู้ผลิตมักเป็นคนเดียวกัน และได้สัมผัสกับผลิตภัณฑ์นั้นตั้งแต่เริ่มต้นจนสำเร็จ มักสอดคล้องอารมณ์ความรู้สึกนึกคิดส่วนตัวเข้าไปในผลงานที่ทำด้วย เช่น สิ่งประดิษฐ์ที่เป็นฝีมือของชาวบ้าน (Handmade) จุดประสงค์ดั้งเดิมทำขึ้นเพื่อความจำเป็นใน

การดำรงชีวิต เสน่ห์ของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ อยู่ที่ความไม่เหมือนกันในรายละเอียดของผลงานแต่ละชิ้น เป็นงานประดิษฐ์ที่ละเอียดอ่อน เครื่องจักรทำได้ยาก

องค์ประกอบของการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรม

- คุณค่าของธรรมชาติหรืองานหัตถกรรม มีเอกลักษณ์และศิลปวัฒนธรรมของท้องถิ่น
- วัสดุและกรรมวิธีการผลิตของท้องถิ่น ผลิตได้จริง ใช้สอยดี เหมาะสมกับสภาพท้องถิ่น
- ความสวยงามและน่าสนใจ รูปแบบแปลกใหม่ สะดุดตา
- สะดวกต่อการพกพาขณะเดินทาง ขนาดพอเหมาะ บรรจุหีบห่อยากต่อการชำรุดเสียหาย
- ราคาที่ซื้อได้ โดยการตัดสินใจน้อย ราคาไม่แพง มีหลายราคาให้เลือก

2. ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Industrial Products)

ผู้ออกแบบและผู้ผลิตมักแยกออกจากกัน นักออกแบบมักได้สัมผัสเพียงแบบบนกระดาษหรือหุ่นจำลอง ส่วนการผลิตงานในขั้นสุดท้ายนั้นเครื่องจักรจะเป็นผู้ทำหน้าที่แทน ในระบบอุตสาหกรรมการออกแบบจะทำงานกันเป็นทีม ประกอบด้วยผู้ร่วมงานหลายฝ่าย ได้แก่ นักออกแบบ เจ้าของกิจการ วิศวกร นักการตลาดฯ ข้อเด่นของผลิตภัณฑ์ประเภทนี้อยู่ที่ความเหมือนกันในทุกรายละเอียดของผลงานแต่ละชิ้น สามารถผลิตได้รวดเร็ว และมีราคาต่อหน่วยถูกลงเมื่อผลิตเป็นจำนวนมาก

องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

- ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (Industrial Design)
- การออกแบบ (Design)
- การผลิตทางอุตสาหกรรม (Manufacture)
- การทดสอบ (Testing)
- การตลาด (Marketing)

คุณประโยชน์ของ “การออกแบบ” ผลิตภัณฑ์

- ปรับปรุงภาพลักษณ์ขององค์กร ให้เกิดความแตกต่างอย่างชัดเจนจากคู่แข่ง สะดุดตา และง่ายต่อการจดจำ
- สร้างเอกลักษณ์สินค้า ให้เกิดสัมผัสและการรับรู้ที่ดีต่อองค์กรผ่านการใช้ผลิตภัณฑ์

- รูปลักษณะผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และส่วนอื่นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ สามารถสื่อสารกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- พัฒนาผลิตภัณฑ์เดิม ให้เกิดประโยชน์ใช้สอยที่ดีขึ้นทั้งทางกายภาพและทางจิตใจ
- เพิ่มคุณค่าผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น เพื่อนำไปสู่การเพิ่มราคาสินค้าได้
- ลดต้นทุน เพิ่มผลกำไร เช่น ออกแบบให้ผลิตง่าย ลดขั้นตอน เลือกใช้วัสดุภายในประเทศ ฯลฯ
- ขยายตลาดสินค้า เช่น สร้างผลิตภัณฑ์ที่สนองประโยชน์ใช้สอยใหม่ สร้างความต้องการใหม่ สร้างตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่

ภูมิปัญญาท้องถิ่น

ความล้มเหลวที่เจริญก้าวหน้า ทำให้เราหันกลับไปหาข้อดีของภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งถูกปฏิเสธคุณค่าไปเมื่อเรามุ่งแต่รับวิทยาการและความเจริญก้าวหน้าในเทคโนโลยีสมัยใหม่

แนวคิดในการใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นมักเป็นลักษณะของการนำเสนอเรื่องราวของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ด้วย การขยายความคิดว่าสิ่งนั้นสร้างมาจากรากเหง้าของเราอย่างไร แฝงเร้นด้วยปรัชญา ความเชื่อ ความศรัทธาใดบ้าง และมันมีเสน่ห์อะไรที่ทำให้ดำรงอยู่ได้ยาวนานเช่นนั้น แล้วเราในฐานะของชนรุ่นหลังได้ให้คุณค่ากับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสมมานานปีนั้นมากน้อยเพียงไร การสร้างสรรค์ผลงานด้วยวิธีนี้นอกจากความภูมิใจของนักออกแบบแล้ว ยังเป็นความภูมิใจของคนในท้องถิ่นนั้นด้วย

การต่อยอดของเก่า

ความจริงที่ว่าไม่มีความคิดที่จะเป็นเรื่องสร้างสรรค์ใหม่โดยสิ้นเชิง ทุกสิ่งล้วนเกิดบนหรือเกิดจากความคิดอันอื่นๆ เสมอ ดังนั้นการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ด้วยการต่อยอดผลงานวิจัยหรือนวัตกรรมที่จดสิทธิบัตรไว้แล้วสิ้น นับเป็นการใช้ฐานข้อมูล(data-based) ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างมีคุณค่า อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ในระดับขั้นที่สูงกว่าและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

ในอีกมุมมองหนึ่งของการตลาดแล้ว การตั้งแนวความคิดแบบใหม่ถอดด้ามสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้นเป็นเรื่องยาก เพราะกว่าที่แนวคิดจะเป็นรูปธรรมได้ต้องใช้เวลาและเงินลงทุนสูง รวมทั้งมีความเสี่ยงสูงด้วย ทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจคือ การออกแบบต่อยอดของเก่า โดยการนำเอาสิ่งที่มีอยู่แล้วมาดัดแปลงเพิ่มเติมคุณสมบัติบางประการให้เกิดผลดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ เช่น ปลอดภัยกว่า ประหยัดกว่า กะทัดรัดกว่า ทนทานกว่า ใช้งานง่ายกว่า ดูแล

รักษาง่ายกว่า รูปแบบดูดีและทันสมัยกว่าฯลฯ เช่น พัดลมใบพัดรูปแบบมาตรฐานทั่วไปนำมาพัฒนาดัดแปลงเป็นพัดลมหลายหัว พัดลมมือถือ พัดลมพับเก็บได้ พัดลมไอน้ำ พัดลมมีกลิ่นหอม เป็นต้น ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนเป็นผลมาจากการคิดต่อยอดของเก่าทั้งสิ้น ทำให้เกิดเป็นทางเลือกใหม่กับผู้ใช้และผู้ผลิตตามมาอีกมากมาย

สาเหตุที่ต้องพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์

1. ปัญหาทางการตลาด สาเหตุที่มาจากด้านการตลาดได้แก่
 - การวิเคราะห์ตลาดไม่ถูกต้องและเพียงพอ ความใหม่ของผลิตภัณฑ์อาจจะล้าสมัยจนเกินกว่าที่ตลาดเป้าหมายจะรับได้
 - การกำหนดแผนวางตลาดผิดพลาด เลือกจังหวะเวลาในการวางตลาดไม่ถูกต้อง เช่น นำวางหัตถกรรมของที่ระลึกรูปแบบใหม่วางขายหลังช่วงเทศกาลปีใหม่
 - ขาดการส่งเสริมการตลาดที่เพียงพอ เลือกใช้ช่องทางการจำหน่ายที่ไม่เหมาะสม จัดส่งสินค้าล่าช้าไม่ทันต่อความต้องการของตลาด ไม่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ที่จะกระตุ้นใจให้ลงมือซื้อ
 - ปัญหาความต้องการของลูกค้าที่ไม่หยุดนิ่งอยู่กับที่
 - ปัญหาความงาม การออกแบบไม่ดี รูปทรง สี สันขนาดไม่เรียกร้องความสนใจของลูกค้า
 - ปัญหาความสามารถในการผลิต ต้นทุนสูง ประมาณ ค่าใช้จ่ายผิด ผลิตซ้ำไม่ทันตามความต้องการ
 - ปัญหาขาดแคลนวัตถุดิบกำลังคน สถานที่เงินทุน

สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบงานผลิตภัณฑ์

1. งานหัตถกรรมสร้างขึ้น เพื่อประโยชน์ใช้สอยรูปแบบ จะสมบูรณ์เมื่อสามารถพัฒนาให้อำนวยประโยชน์ใช้สอยได้เต็มที่ แต่ในรูปแบบที่สมบูรณ์นั้นต้องมีรูปแบบ เฉพาะท้องถิ่นปรากฏอยู่ด้วย
 2. งานหัตถกรรมจะต้องมีลักษณะเฉพาะถิ่น เช่น รูปแบบเฉพาะถิ่นรูปแบบเรียบง่าย การใช้วัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่น ความงามของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมอยู่ที่วัสดุในท้องถิ่น
 3. เป็นผลงานที่ผลิตด้วยความประณีตบรรจง
- หากเป็นรูปแบบงานหัตถกรรมที่สืบทอดกันมา และผู้ผลิตหรือผู้ออกแบบ พิจารณาแล้วเห็นว่าควรอนุรักษ์และผลิตสืบทอดต่อไปก็ไม่จำเป็นต้อง มีการเปลี่ยนรูปแบบ
- ก่อนจะทำการออกแบบงานหัตถกรรม จะต้องทำอะไรบ้าง

1. กำหนดประเภทของรูปแบบของผลงาน

นักออกแบบจะต้องกำหนดว่าจะให้มีแนวโน้มของงานหัตถกรรมเป็นไปในลักษณะใด เช่นกำหนดให้ผลงานมีรูปแบบตามลักษณะประเพณี ตามคติ ความเชื่อ ขนบธรรมเนียม ศาสนาเฉพาะของหมู่บ้านเรา หรือจะเป็นรูปแบบตามประเพณีนิยมแบบสากลทั่วไป

2. เก็บรวบรวมข้อมูล

เสาะหาข้อมูลต่างๆ ภายในหมู่บ้าน อำเภอและจังหวัดหลักฐาน ประวัติเรื่องราว รายละเอียด วัสดุที่มีในท้องถิ่น เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบให้สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริง สามารถออกแบบให้เป็นสัญลักษณ์ของหมู่บ้าน เป็นตราสินค้าซึ่งจะมีส่วนช่วยส่งเสริมการขาย ทำให้ผู้บริโภคเกิดการจำได้และหวนกลับมา ซื้อสินค้าที่หมู่บ้านของเราอีก

3. สำรวจความต้องการหรือค่านิยมของผู้บริโภค

สำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการหรือค่านิยมของผู้บริโภคว่า แนวโน้มในความต้องการบริโภคสินค้าหัตถกรรม เป็นอย่างไร

กลยุทธ์ด้านการออกแบบในการวางตัวผลิตภัณฑ์

กลยุทธ์ด้านการออกแบบในการวางตัวผลิตภัณฑ์

1. การเป็นผู้นำทางการออกแบบ
2. การออกแบบตามผู้นำ
3. การออกแบบที่มุ่งประโยชน์การใช้สอย
4. การออกแบบที่มุ่งประสิทธิภาพในการผลิต

ในการออกแบบงานหัตถกรรมส่วนใหญ่เราจะมุ่ง 2 กลยุทธ์ด้วยกันคือการออกแบบที่มุ่งประโยชน์การใช้สอยและการออกแบบที่มุ่งประสิทธิภาพในการผลิต

วิธีการออกแบบงานหัตถกรรม

1. การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการหรือค่านิยมของผู้บริโภค
2. กำหนดว่าจะให้ผลงานมีรูปแบบ แนวโน้มไปในลักษณะใด
3. กำหนดความคิดรวบยอด (Concept)
4. ออกแบบผลงาน
5. ร่างแบบและพัฒนาแบบ
6. เขียนแบบแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์
7. ผลิตผลงานทำต้นแบบ

1. การสำรวจและวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการหรือค่านิยมของผู้บริโภค ว่า แนวโน้มในความต้องการบริโภคสินค้าหัตถกรรม เป็นอย่างไร

รวบรวมข้อมูล ความต้องการผู้บริโภค พฤติกรรมการเลือกซื้อ โอกาสในการซื้อ คำนิยมในการบริโภคสินค้าทดแทนแบบของการดำรงชีวิตหรือ คุณลักษณะของผู้บริโภคแล้ว เขียนบันทึกเป็นข้อๆ ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะนำไปสังเคราะห์ในขั้นของการออกแบบผลงาน

2. กำหนดว่าจะให้ผลงานมีรูปแบบและลวดลายแนวโน้มนำไปในลักษณะใด เช่น กำหนดให้ผลงานมีรูปแบบตามลักษณะประเพณีตามคติ ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมศาสนา เฉพาะของหมู่บ้านภูมิปัญญาพื้นถิ่นของหมู่บ้าน หรือจะเป็นรูปแบบตามประเพณีนิยมแบบสากลทั่วไป

3. กำหนดความคิดรวบยอด (Concept) ความคิดรวบยอดของการออกแบบในการออกแบบงานผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยประโยชน์ใช้สอย ความงาม เมื่อแรกเห็นแล้วรู้สึกประทับใจ และมีความหมายพิเศษเหมาะสำหรับใคร เหมาะสำหรับนำไปใช้อย่างไร จะเป็นของใช้ จะเป็นของที่ระลึก หรือจะเป็นของตกแต่งบ้าน

4. ออกแบบผลงาน นำข้อกำหนดที่ว่าจะให้ผลงานมีรูปแบบ แนวโน้มนำไปในลักษณะใด กรอบความคิดรวบยอดและข้อมูลต่างๆ ที่เขียนบันทึกไว้มาสร้างให้เกิดตัวตน มีรูปแบบที่สัมผัสได้ โดยใช้กระบวนการ การคิดสร้างสรรค์ ในขั้นนี้ให้เอาเทคนิควิธีการคิดสร้างสรรค์ มาช่วยในการออกแบบ ผลงานเพื่อให้ได้รูปแบบผลงานที่หลากหลายและมีความเหมาะสมมากที่สุด ในการออกแบบผลงานหัตถกรรมจะมีการออกแบบ ลวดลายลงบนชิ้นงานด้วย ซึ่งในส่วนนี้ผู้ผลิตอาจจะ ต้องคิดไปพร้อมๆ กัน การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี ไม่ได้หมายถึงรูปแบบแปลกๆ ที่ปรากฏแก่สายตาเท่านั้น แต่รวมไปถึงหลายสิ่งหลายอย่างการนำไปใช้งานสะดวกและมีประสิทธิภาพสูง ผลิตได้ง่าย ต้นทุนต่ำประหยัดวัตถุดิบได้

เทคนิคการคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบ

ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง การขยายขอบเขตความคิดออกไปจากกรอบความคิดเดิม ที่มีอยู่ สู่ความคิดใหม่ที่ไม่เคยมีมาก่อนเพื่อค้นหาคำตอบที่ดีที่สุดให้กับปัญหาที่เกิดขึ้น

ความคิดสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่จำเป็นสำหรับทุกคนที่ต้องการ การพัฒนาและก้าวหน้าต่อไปอย่างไม่หยุดยั้ง

การคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่การ คิดเรื่อยเปื่อย หรือใช้จินตนาการไปอย่างไร้จุดหมายแต่เราจะต้องกำหนดเป้าหมายของการคิดก่อนแล้วจึงแสวงหาความคิดใหม่ คิดให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่เรากำหนด จากนั้นก็นำ ความคิดมาประเมินผลและคัดเลือก สิ่งที่แปลกตาอาจจะไม่สร้างสรรค์ถ้ามันไม่สามารถทำจริงได้ หรือทำแล้วไม่ดีไปกว่าเดิม หรือไม่ตอบวัตถุประสงค์ที่

เรากำหนดการฝึกตัวเองให้มีนิสัยเป็นนักคิดสร้างสรรค์ไม่ใช่เรื่องยาก เพียงแต่เมื่อรู้จักทฤษฎีแล้ว ต้องหมั่นฝึกฝนปฏิบัติเพื่อให้เกิดความรู้ความชำนาญคิดอย่างไรให้สร้างสรรค์

การฝึกตนเองให้มีนิสัยเป็นนักคิดสร้างสรรค์

หากเราต้องการเป็นคนสร้างสรรค์ เราต้องเริ่มต้นด้วยการ สร้างทัศนคติที่เอื้อต่อการคิดสร้างสรรค์ ฝึกตนเองให้มีนิสัยเป็นนักคิดสร้างสรรค์ซึ่งการฝึกตนเองให้มีนิสัยแบบนี้มี 9 อย่างที่เป็นสิ่งควรหลีกเลี่ยงและมีนิสัย 9 อย่างที่เป็นสิ่งที่ควรทำ

ข้อ 1 อย่าคิดในแง่ลบ ต้องคิดในแง่บวกถ้าเราคิดว่าเราทำไม่ได้เราคิดไม่ออกเป็นไปไม่ได้ เราก็จะทำไม่ได้อย่างที่เราคิด มันเป็นเรื่องที่บันทึกจิตใจ สร้างความไม่มั่นใจ สร้างความหวาดกลัวไม่อยากจะคิดอะไรหรือทำอะไร เพราะฉะนั้น เราจะต้องมาสร้างพลังในแง่บวก ให้สร้างกำลังใจให้กับตัวเอง บอกตัวเองว่าเราทำได้ มันเป็นไปได้ ไม่มีอะไรที่เราคิดแล้ว จะทำไม่ได้ การสร้างพลังในแง่บวกให้ตัวเองจะทำให้เรามีความมั่นใจในการทำให้งานสำเร็จ ไม่กลัวที่จะเผชิญกับความยุ่งยาก ที่จะเกิดขึ้น เห็นคุณค่าและสนุกสนานที่จะคิดต่อ เห็นสิ่งที่ไม่เป็นประโยชน์ สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ คำพูดและความคิดที่ดังามจะเป็น กำลังใจให้ตัวเอง และคนที่อยู่รอบข้างเรามีกำลังใจในการดำเนินชีวิต

ข้อ 2 อย่าชอบไม่กล้าคิดแตกต่างไปจากคนอื่นต้องลองหัวเดียวกระเทียมลีบบ้าง การไม่กล้าทำอะไรโดดเด่น ไม่กล้าคิดแตกต่างไปจากคนอื่นจะทำให้เราถูกชักจูงด้วยพลังกลุ่มได้ง่าย ต้องเชื่อมั่นที่จะคิด แหกออกจากวงเดิมๆ มั่นใจในความคิดใหม่่ว่าสามารถใช้การได้แล้ว เรียนรู้ที่จะกล้าหาญยืนยันในความคิดนั้นแม้ว่าจะถูกวิพากษ์วิจารณ์จากสิ่งที่คิด

ข้อ 3 อย่าปิดตัวเองในวงแคบ ต้องเปิดรับประสบการณ์ใหม่ กระตือรือร้นที่จะเรียนรู้ในสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ เรียนรู้ที่จะเป็นคนช่างสังเกตสิ่งที่เกิดขึ้นรอบข้างตัวเอง รับฟังข้อมูลข่าวสารหลากหลายประเภท จะช่วยให้เรามีฐานความรู้เพื่อประโยชน์ในการคิดสร้างสรรค์เรื่องต่างๆ

ข้อ 4 อย่ารักสบายทำไปเรื่อยๆ ต้องลงแรง บากบั่น และมุ่งมั่นทำให้สำเร็จ นักคิดสร้างสรรค์จะมีแรงบันดาลใจที่มาจากภายในมากกว่าภายนอกเป็นคนที่ปรารถนาจะก้าวต่อไปข้างหน้ามากกว่าหยุดอยู่กับที่เมื่อคิดได้ก็รีบลงมือทำ ไม่เสร็จไม่เลิกทำ ทำไปด้วยแก้ปัญหาไปด้วยไม่ล้มเลิกกลางคัน เราถึงเห็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ออกสู่ตลาดอย่างต่อเนื่อง

ข้อ 5 อย่ากลัว ต้องกล้าเสี่ยง ฝึกฝนให้ตนเองมีลักษณะนิสัย ให้คิดสิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ การลองผิดลองถูกคุ้มค่ากว่าไม่ทำอะไรเลย แม้จะพบกับความเสี่ยงต่อความล้มเหลว การไม่ได้รับการยอมรับ แต่อีกมุมหนึ่ง เราอาจพบความสำเร็จที่ดังาม

ข้อ 6 อย่าหมดกำลังใจเมื่อไม่พบคำตอบ ต้องอดทนต่อความคลุมเครือ การพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ต้องใช้เวลา เราต้องสามารถอดทนต่อความไม่น่าพึงพอใจในสถานการณ์ที่

คลุมเครือ อุดหนุนต่อปัญหาที่ยังมองไม่เห็นคำตอบ หลายคนจะรู้สึกเครียดและกดดัน แต่ถ้าทนได้เราจะพบคำตอบที่เราพึงพอใจมากที่สุด

ข้อ 7 อย่าท้อใจกับความผิดพลาด ต้องเรียนรู้จากความล้มเหลว ล้มแล้วต้องลุกขึ้น ไม่โทษคนอื่น ไม่โทษตนเอง ไม่โทษโชคชะตาไม่หมดกำลังใจที่จะต้องพบกับความล้มเหลวซ้ำซาก ออกแบบผลงานแล้วขายไม่ได้ ไม่ต้องท้อใจ คิดวิเคราะห์เรียนรู้จากความล้มเหลวนั้น แล้วนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์

ข้อ 8 อย่าละทิ้งความคิดใดๆ จนกว่าจะพิสูจน์ว่าไร้ประโยชน์ต้องชะลอการตัดสินใจ ความคิดที่เราคิดเองหรือรับมาจากคนอื่น ไม่ด่วนตัดสินใจว่าความคิดนั้นถูกหรือผิด แต่ให้เลือกที่จะสำรวจ หรือแม้พบว่าความคิดหนึ่งผิดอย่างเห็นได้ชัดเจน ก็ไม่ควรมุ่งพิจารณาว่าผิดเพราะเหตุใดแต่ให้มุ่งสำรวจว่าจะได้ประโยชน์ อะไรจากความคิดนั้น และแม้รู้ ความคิดหนึ่งต้องได้รับการปฏิเสธในที่สุด ควรชะลอการปฏิเสธไว้ก่อนเพื่อจะใช้ประโยชน์จากความคิดนั้นให้มากที่สุด

ข้อ 9 อย่ากลัวการเผยแพร่ผลงาน ต้องกล้าเผยแพร่ผลงาน เชื่อมมันในงานที่ทำ เผยแพร่ผลงานให้เป็นที่รู้จักของคนทั่วไปเผยแพร่แก่คนในชุมชนเครือข่าย จัดแสดงผลงานแบบแปลกตาไม่ต้องกลัวการลอกเลียนแบบ

เทคนิคการคิดสร้างสรรค์

ในการออกแบบผลงานหัตถกรรม หากเราเป็นผู้มีประสบการณ์ในการออกแบบมาก ๆ เราอาจจะไม่ใช้เทคนิคเหล่านี้เลย แต่ถ้าเราเริ่มต้นฝึกที่จะเป็นนักออกแบบ เราคงต้องพยายามทำความเข้าใจกับ เทคนิควิธีการสร้างสรรค์ต่างๆ ที่มีอยู่และทดลองปฏิบัติแต่ละวิธีเพื่อให้เกิดความชำนาญจนสามารถพิจารณาเลือกใช้งานได้เหมาะสมกับการพัฒนางานออกแบบให้มีคุณภาพ

เทคนิคที่ 1 : วิธีการระดมสมองหาความคิดใหม่ที่หลากหลาย

1. ระดมเพื่อนๆ ในชุมชนเครือข่ายหรือคนในครอบครัวมาในเวลาว่างพร้อมๆ กับ ประมาณ 7-12

คน แล้วอธิบายให้ชัดเจนว่าเราต้องการความคิดเห็นเกี่ยวกับอะไร ให้ทุกคนเขียนหัวข้อลงในกระดาษ

2. ให้ทุกคนแสดงความคิดเห็น ในขณะที่กำลังแสดงความคิดเห็นห้ามวิพากษ์วิจารณ์ ห้ามหัวเราะ

เกาะตามความคิดเห็นของคนอื่น ให้ทุกคนพยายามพูดคิดอะไรก็ได้ก็พูดออกไป จะพูดซ้ำหรือพูดคล้ายกับคนอื่นก็ได้ไม่ให้อยู่คนเดียว เพราะความคิดของแต่ละคนต่างก็ได้รับการกระตุ้นจากความคิดของผู้อื่น

3. นำความคิดเหล่านั้นมาคัดเลือกและประเมิน วิธีการคัดเลือกและประเมินผล

1. ตั้งคำถามว่าความคิดนั้นใช้ได้ไหม น่าสนใจหรือเปล่าเหมาะสมไหม

ตอบสนองวัตถุ

ประสงค์หรือเป้าหมายที่เรากำหนดไว้ไหม

2. นำความคิดที่เลือกแล้วมาคัดต่ออีกครั้งโดยนำความคิดที่คัดไว้มา

วิพากษ์วิจารณ์

ให้ทุกคนแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่ จากนั้นคัดความคิดที่หา

ข้อบกพร่องได้ออกได้

เทคนิคที่ 2 : การคิดการของเก่าให้เป็นของใหม่

เป็นเทคนิคที่กระตุ้นให้ใช้การสังเกตและศึกษาวิเคราะห์สิ่งที่อยู่รอบตัวแล้วนำมาเป็นแบบอย่างสำหรับการประยุกต์ใช้งาน

1. ศึกษาเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ เพราะธรรมชาติมีความเหมาะสมเจาะ พอตีความมีเหตุผล มีความงามที่เรียบง่าย

2. เรียนรู้ประเด็นปัญหาที่เราต้องการออกแบบ

3. คิดหาวิธีการและประยุกต์วิธีการมาใช้ในการพัฒนาผลงานออกแบบซึ่งวิธีการเหล่านี้ ได้แก่

- ดัดแปลงได้ใหม่ ใช้ทำอะไรได้อีก
- ปรับเปลี่ยนรูปทรงได้ใหม่ ลองเปลี่ยนสี
- ขยายหรือเพิ่มให้หนาขึ้น เพิ่มส่วนประกอบทำให้แข็งแรง
- ย่อหรือลดขนาดลง ตัดส่วนประกอบออกทำให้บาง
- ใช้วัสดุอื่นทดแทนได้ใหม่ มีกระบวนการผลิตอะไรที่ดีกว่า
- จัดองค์ประกอบภายในชิ้นงานใหม่ได้ใหม่ จัดเรียงใหม่ได้ใหม่
- ถ้ากลับด้านซ้ายเป็นขวา หรือกลับหัวจากบนลงล่างจะเป็นอย่างไร
- ผสมผสานกับวัสดุที่มีในหมู่บ้านตนเองหรือจากหมู่บ้านใกล้เคียงกัน ลอง

รวมกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมอื่นได้ไหม

เทคนิคที่ 3 : ไม่คิดในเรื่องรูปแบบผลงานที่จะออกแบบ แต่คิดในสิ่งที่อยู่รอบๆ ผลงานนั้น

เทคนิคนี้จะไม่คิดถึงสิ่งที่กำลังจะออกแบบ แต่จะคิดถึงสิ่งที่อยู่รอบๆ ผลงานนั้น เช่น ถ้าเราจะออกแบบโคมไฟที่ทำจากไม้ไผ่เขตเทคนิคการคิดวิธีนี้ คือเราจะไม่คิดถึงตัวโคมไฟ แต่

เราจะเริ่มต้นด้วยการคิดถึงสถานที่ที่จะใช้คอมพิวเตอร์ เช่น ห้องนอน ห้องนั่งเล่น ห้องรับแขก ห้องอาหาร ห้องทำงาน แต่ละห้องมีอะไรได้บ้าง ถ้ามีคอมพิวเตอร์จะวางไว้ตรงส่วนไหน ติดผนังได้ไหม ลักษณะการใช้งานในแต่ละห้องจะทำให้เราคิดรูปแบบได้หลายหลาย และแต่ละรูปแบบที่คิดออกมาจะมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้งานได้จริง

เทคนิคที่ 4 : หาสิ่งที่มาเป็นตัวกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์

ความคิดสร้างสรรค์จะเกิดขึ้นได้จากการใช้ตามอง ดูทุกๆ สิ่งให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ ด้วยการเปิดหนังสือภาพต่างๆ พจนานุกรม ข้อมูลภาพตัวอย่าง ภาพเหล่านี้หาจากการซื้อ การเข้าห้องสมุดประจำอำเภอ หรืออาจได้มาด้วยการแลกเปลี่ยนกับเครือข่ายในชุมชนของเราหรือกลุ่มผู้มีอาชีพเดียวกัน ยิ่งดูมากเท่าไรก็ยิ่งจะทำให้เราได้กำหนดยุทธศาสตร์มากขึ้นเท่านั้น เพราะการใช้ตาดูหุ้ฟงแล้วคิดตาม จะทำให้เรามีข้อมูลสะสม เพื่อนำมาใช้สำหรับงานออกแบบมากขึ้น

เทคนิคที่ 5 : ปรับเวลาและสภาพแวดล้อมให้เหมาะกับการคิดเทคนิคนี้จะทำให้เดี่ยวหรือกลุ่มก็ได้

1. จำกัดเวลา จำกัดสถานที่ให้คิด การจำกัดเวลาจะช่วยกระตุ้นให้คิดในทันที่ทันทั่วๆ เช่น ให้เวลาคิด 1 ชั่วโมง จะคิดเป็นข้อความหรือคิดเป็นภาพก็ได้
2. จดบันทึกในสิ่งที่คิดไว้ ไม่ว่าจะเป็นภาพหรือเป็นข้อความเขียนไว้ก่อนเพราะสิ่งที่เขียนจะช่วยกระตุ้นความคิดใหม่หรือขยายความคิดได้

เทคนิคที่ 6 : การคิดเปรียบเทียบ

การคิดเปรียบเทียบเชื่อมโยงกับประเด็นอื่นๆ จะทำให้ได้แนวความคิดใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อน

1. คิดเปรียบเทียบโดยสมมติตนเองว่าเป็นสิ่งนั้นแล้วจะรู้สึกอย่างไร เช่น คิดว่าตัวเองเป็นผู้บริโภคสินค้า ถ้าจะซื้อจะซื้ออะไรบ้างและมีวิธีการเลือกซื้อสินค้านั้นอย่างไร
2. เปรียบเทียบในเชิงเพื่อฝัน นำความอยากรำจินตนาการ ความเพื่อฝันที่เราคิด อยากรู้อยู่ตลอดเวลาที่เราจะออกแบบ เมื่อได้แล้ววิเคราะห์ต่อว่า ดีแล้วหรือยังหรือเอาไปให้ผู้มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบวิจารณ์

เทคนิคที่ 7 : เทคนิคสุดท้าย กลับสิ่งที่เราจะคิดแล้วลองคิดในมุมกลับหรือคิดแบบกลับด้าน

จะกระตุ้นให้เกิดความพยายามหาสิ่งใหม่ๆ มาทดแทนปรับปรุงหรือพัฒนาสิ่งเดิมๆ การสลับคำ สลับภาพ จะทำให้เกิดมุมมองใหม่ หลุดจากกรอบความคิดเดิม มีหลายวิธีการ เช่น

1. ให้เอารูปแบบสินค้าเราทำ 1 ชิ้นมาร่างเป็นภาพแล้วลองกลับด้าน ซ้ายเป็นขวา บนลงล่าง
2. ร่างภาพสินค้าที่ทำมาทั้งหมดมาวางเรียงกันแล้วลอง สลับกันไปมา แล้วคิดว่า รูปแบบที่แปลกใหม่ จะมีหน้าตาเป็นอย่างไรใช้การได้ดีหรือเปล่า
3. บรรยายถึงลักษณะทั่วไปของสินค้าที่เราต้องการออกแบบแล้วลองสลับที่ดูจากนั้นคิดต่อว่าได้สินค้าชนิดใหม่แะกล่่ง หรือเปล่าใช้การได้ดีไหม

5. ร่างแบบและพัฒนาแบบ

5.1 การถ่ายทอดความคิดสร้างสรรค์ออกมาเป็นภาพร่างเก๊ตซ์ หลายๆ ภาพ ด้วยมือเปล่าแสดงรูปร่างผลิตภัณฑ์อย่างคร่าวๆ เท่าที่คิดออกมาได้โดยอาศัยข้อมูล ในแต่ละแบบที่ออกแบบภาพร่างหายาๆ ที่ยังไม่มีรายละเอียดยังไม่ลวดลาย ผู้ผลิตควรเขียนอธิบายที่มาของงาน

5.2 กลั่นกรองแบบร่าง โดยการคัดเลือกแบบร่างออกมา 2-3 แบบ พิจารณาแบบที่ตรงตามข้อมูลและความคิดรวบยอด (Concept) มากที่สุด

5.3 พัฒนาแบบ โดยเติมส่วนประกอบและลวดลาย เขียนเป็นภาพ 3 มิติ เพื่อบมองภาพโดยรวมของผลิตภัณฑ์ ระบายสีเพิ่มความสมบูรณ์ของชิ้นงาน ซึ่งจะช่วยให้ง่ายต่อการตัดสินใจเลือกแบบที่ดีที่สุดออกมาเพียง 1 แบบ

6. เขียนแบบแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

เป็นการเขียนแบบกึ่งสเกตซ์ กึ่งใช้เครื่องมือเขียนแบบช่วยหรือ จะใช้เครื่องมือเขียนแบบทั้งหมดก็ได้แล้วแต่ความถนัดของผู้ผลิตซึ่งจะต้องเข้ามาตราส่วนที่ถูกต้องชัดเจน สามารถวัดขนาดของผลิตภัณฑ์ได้จากแบบร่างนี้

7. ผลิตผลงานทำต้นแบบ

ผลิตผลงานตามแบบร่าง การทำงานหัตถกรรมเน้นที่ฝีมือการทำทุกชิ้นงาน ผู้ผลิตต้องทำงานด้วยความประณีตบรรจง มีความละเอียดและมีความพิถีพิถันในการทำงาน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

ผลิตภัณฑ์ชุมชนถือได้ว่าเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็น “ต้นทุนทางปัญญา” เพราะเป็นสิ่งที่สั่งสมสืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคน การสืบทอดนี้จะเป็นการเรียนรู้โดยธรรมชาติ เช่น เรียนรู้เพราะอยากรู้ อยากรู้อยากจะเป็น เรียนรู้เพราะต้องใช้ประโยชน์จากทักษะฝีมือ ต้นทุนทางปัญญานี้ได้รับการพัฒนามาโดยลำดับ ในแต่ละภูมิภาคจะมีความแตกต่างกันไปตามวิถีชีวิต

วัฒนธรรม ภูมิประเทศ สภาพแวดล้อม ของแต่ละท้องถิ่น จึงไม่น่าแปลกใจว่าประเทศไทยในแต่ละภูมิภาคจึงมีผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทงานหัตถกรรมที่แตกต่างกันบ้างเหมือนกันบ้าง เช่น ภาคเหนือของไทย งานหัตถกรรมจะเน้นความสวยงาม ลวดลาย และประโยชน์ใช้สอย แต่ภาคอีสานของไทยจะเน้นที่ความเรียบง่าย สวย ชื่อ ความสำคัญอยู่ที่ประโยชน์ใช้สอยเป็นหลัก ความเป็นไปเหล่านี้สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการตามความเปลี่ยนแปลงของโลก ดังเช่นปัจจุบันความเจริญทางด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีได้ส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ที่เป็นงานหัตถกรรมอย่างมาก โลกของพลาสติกได้เข้ามาแทนที่โลกของงานจักสานมากมายหลายชนิด อย่างที่ทุกคนต้องยอมรับในเหตุผลผู้เขียนเห็นว่าการปรับตัวของงานหัตถกรรมจำเป็นต้องมีจุดเปลี่ยนในสภาวะที่เหมาะสม รูปแบบและวิธีการสืบทอดภูมิปัญญา อาจจะต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีการสืบทอดไปบ้าง ซึ่งไม่ใช่การปรับเปลี่ยนแบบสิ้นเชิง แต่ปรับเปลี่ยนแบบมีเหตุและผลและรักษารากฐานทางปัญญานี้ไว้ เพื่อให้คงรูปของศิลปหัตถกรรมที่สืบทอดกันมาอย่างยาวนาน ส่วนการพัฒนาทางงานด้าน OTOP เป็นส่วนสำคัญอย่างหนึ่งที่ทำให้เกิดความหลากหลายของงานหัตถกรรม คงต้องจำแนกแนวความคิดให้ออกว่างานหัตถกรรมพื้นบ้าน คือ ศิลปะที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นต้องมีรูปแบบความประณีตและเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ส่วนงานสินค้า OTOP เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบของธุรกิจชุมชน เป้าหมายอยู่ที่ลูกค้า/ผู้บริโภค ทำอย่างไรจึงจะตรงใจ ขายคล่อง โดยทั้ง 2 ส่วน จำเป็นต้องมีการพัฒนาควบคู่กันไป ทั้งในแง่ของการอนุรักษ์ภูมิปัญญาและการพัฒนาในเชิงพาณิชย์

ปัญหาผลิตภัณฑ์ชุมชน

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมีเป้าหมายเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ ซึ่งเดิมคือ ภูมิปัญญาชาวบ้านที่มีมาในอดีต นำมาปรับปรุงพัฒนาให้เป็นสินค้าในเชิงพาณิชย์ เพราะหากนำผลิตภัณฑ์ที่ผลิตเพื่อการใช้สอยกันเองในชุมชนมาจำหน่าย บางผลิตภัณฑ์ดูไม่เหมาะสมตรงใจ และตรงตามความต้องการของผู้ซื้อ ดังนั้นการปรับปรุงและพัฒนาจำเป็นอย่างยิ่ง ที่ต้องมีกระบวนการที่เหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการและกลไกของตลาด ซึ่งมีความจำเป็นต้องให้ความรู้เพิ่มเติมกับชุมชน แต่การใช้วิธีอบรม เพื่อให้คนรู้มากขึ้นเป็นแนวคิดที่ถูกต้องเพียงส่วนเดียว เพราะความหมายของการสร้างองค์ความรู้ที่มีความหมายมากกว่าการอบรม เพราะหลายครั้งเราจะเห็นว่า การอบรมนั้นสูญเปล่า เนื่องจากปัจจัยหลายอย่างเป็นตัวชี้ให้เห็นถึงความล้มเหลว เช่น ศักยภาพของวิทยากร เทคนิคการถ่ายทอด องค์ความรู้ การสร้างบรรยากาศแห่งการเรียนรู้ และสิ่งสำคัญที่สุดคือ การให้ความรู้ไม่ตรงกับสิ่งที่ผู้รับต้องการ โดยมีสิ่งที่ควรพัฒนาปรับปรุงต่อในหลายประเด็น โดยลำดับดังนี้

1. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

หากต้องการนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ระบบธุรกิจเพื่อจำหน่ายในประเทศและต่างประเทศ บรรจุนั้นเป็นเรื่องจำเป็นอย่างมาก เพราะถ้าหากมองในแง่ลูกค้า นี่คือการให้เกียรติผู้บริโภค หากมองในแง่ของผู้ผลิต นี่คือจุดของการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ยกย่องสินค้า และสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้ซื้อจะมองในแง่ใดก็ตาม สิ่งสำคัญที่สุด บรรจุนั้นก็คือ สิ่งที่ใช้ปกป้องคุ้มครองสินค้า ปกป้องสินค้า และให้รายละเอียดสินค้า รวมทั้งทำให้ผู้ซื้อจดจำได้ดี ปัจจุบันยังคงต้องมีการพัฒนาอีกมา บรรจุนั้นที่เหมาะสมอาจจะอยู่ในรูปแบบของการผลิตขึ้นใช้เองด้วยวิธีการที่ไม่ยุ่งยากซับซ้อน หรือการใช้บริการจากธุรกิจร้านค้าที่ผลิตบรรจุนั้นจำหน่าย ซึ่งขึ้นอยู่กับความพร้อมในด้านต่างๆ ของชุมชน และความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์

2. การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์

เป็นที่ทราบกันทั่วไปว่า ผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้นมีความหลากหลาย คุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นเรื่องสำคัญมาก ในแง่ของการออกแบบผลิตภัณฑ์ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ควรจะต้องประกอบด้วย อายุการใช้งานและความคงทน ความปลอดภัยต่อการใช้งาน ความสะดวกและเหมาะสมต่อการนำมาใช้ประโยชน์ ทั้งนี้ในการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องมีการศึกษาเป็นกรณีโดยอาศัยผู้เชี่ยวชาญเฉพาะด้านเป็นผู้ให้คำแนะนำปรึกษา เช่น คุณภาพของอาหาร อาจจะอยู่ที่ความสะอาด อร่อย ถูกหลักอนามัย แต่คุณภาพของงานหัตถกรรม อาจจะอยู่ที่ความคงทนแข็งแรงรูปแบบที่เหมาะสมต่อการใช้งาน และการเลือกใช้วัสดุ เป็นต้น

3. การพัฒนาการตลาด

บางครั้ง เราจะเห็นว่าผลิตภัณฑ์ที่ดี และสวยงามน่าซื้อต้องมีการเลิกกิจการไปหลายต่อหลายราย เพราะเราคิดว่าการผลิตอะไรก็ได้ที่ดีย่อมจะมีคนซื้อแน่นอน นั้นเป็นการคิดไปเองซึ่งมีความเสี่ยงสูง การสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่แต่ละชิ้น การตลาดจะมีบทบาทสำคัญตั้งแต่ก่อนการผลิตจนหลังการผลิต ผลิตภัณฑ์ชุมชนหลายแห่งจึงมักประสบปัญหา เพราะผู้นำมักทำทุกเรื่องตั้งแต่ระบบการเงิน-การบัญชี การผลิต การหาวัตถุดิบ การโฆษณา และการตลาด ดังนั้นการจัดการที่ดีจะทำให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน คิดร่วมกัน จะทำให้ได้คนเก่งมาช่วยการตลาด หากการตลาดดี จะส่งผลต่อกำลังใจของคนผลิต การตลาดดีหมายถึง การวางแผนการขายดี มีกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจนมีการกำหนดราคาที่ดี มีการจัดหาแหล่งขายที่มั่นคงและสุดท้ายมีรายได้และรายรับที่ชัดเจน

4. ปัญหาทั่วไป

เป็นสิ่งที่ควรพัฒนาควบคู่กันไป เช่น การปรับปรุงระบบการผลิต การโฆษณา สินค้า การระบบการเงินการบัญชี รวมทั้งการบริหารจัดการ

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

จากปัญหาดังกล่าว อาจสามารถแก้ไขปรับปรุงได้หลายแนวทาง เช่น การอาศัยผู้เชี่ยวชาญในการให้คำชี้แนะ การจ้างนักออกแบบผลิตภัณฑ์ การเรียนรู้จากผลิตภัณฑ์ในกลุ่มงานเดียวกัน การเข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากกิจกรรมอบรม สัมมนา เป็นต้น จากประสบการณ์ผู้เขียนเห็นว่า การสร้างระบบการเรียนรู้ในชุมชนน่าจะเป็นวิธีการที่เหมาะสมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมากที่สุด เพราะการสร้างระบบการเรียนรู้แบบกลุ่มเป็นวิธีการที่ทำให้ทุกคนได้มีส่วนร่วมในการคิดร่วมกัน ทำให้เข้าถึงปัญหาได้มากที่สุด โดยมีผู้เชี่ยวชาญเป็นผู้ชี้แนะ ซึ่งผู้เขียนจะขอเสนอเทคนิควิธีการที่น่าจะเป็นประโยชน์ต่อชุมชนโดยรวม และสอดคล้องกับแนวนโยบายของรัฐที่สนับสนุนการจัดกิจกรรมอบรม สัมมนา รายการกลุ่มเป็นวิธีการที่ได้ผลดีมาตลอด จึงอยากให้เลือกใช้ให้เหมาะสมตามประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น โดยมี 2 วิธีการ ดังนี้

1.เทคนิควิธีการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน แบบบูรณาการกิจกรรม

จากประสบการณ์ที่ผ่านมาพบว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของรัฐนั้นมีความหลากหลายทั้งด้านการจัดประกวดคัดสรรสินค้าOTOP เพื่อกระตุ้นให้เกิดการพัฒนา การจัดกิจกรรมส่งเสริมการจำหน่ายสินค้า เพื่อให้มีการพบปะแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างเจ้าของผลิตภัณฑ์ การจัดประกวดบรรจุภัณฑ์ การจ้างเหมานักออกแบบผลิตภัณฑ์เฉพาะรายการ แต่ที่พบมากที่สุด ก็คือ การจัดอบรม สัมมนา ทั้งอบรมในแง่ของทฤษฎีและการอบรมเชิงปฏิบัติการ บางครั้งก็ประสบผลสำเร็จ บางครั้งก็ดูเหมือนจะจัดตามหน้าที่ หากจัดไม่ดี ไม่ตรงประเด็นที่ต้องการ ผลที่รับได้ก็คือความเบื่อหน่ายของชาวบ้าน บางคนได้กลายเป็นผู้เข้าอบรมมืออาชีพ เพราะอบรมบ่อยเหลือเกิน จนรู้ว่าอบรมได้ประโยชน์เป็นอย่างไร อบรมไร้ประโยชน์เป็นอย่างไร ในฐานะผู้เขียน ก็เป็นหนึ่งในผู้ให้การอบรมหรือวิทยากร ได้พยายามหาข้อมูลอยู่เสมอว่าอบรมอย่างไรจึงจะเข้าถึงชาวบ้าน ให้ได้มากที่สุด และให้ผลในเชิงรูปธรรมมากที่สุด บ่อยครั้งที่การอบรมแบบเน้นเนื้อหาเกิดจากการสูญเสีย เพราะผู้ใหญ่มักจะจดจำอะไรได้ไม่มากนัก หากไม่เห็นประโยชน์ชัดเจน และไม่ได้นำไปใช้ประโยชน์ทันที จึงอยากจะขอเสนอข้อมูลจากประสบการณ์ของผู้เขียนที่เคยผิดพลาดเมื่อหลายปีก่อนมาแล้วให้ฟัง ซึ่งอาจจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่มีส่วนช่วยในการให้ความรู้เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้นำไปประยุกต์ใช้ต่อไป

ก่อนการฝึกอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีข้อที่ควรคำนึง 3 ประการ ดังนี้คือ

1.ควรดูข้อมูลความต้องการของชุมชนก่อน เพราะผู้เข้าอบรมอาจจะมีปัญหาและความต้องการแตกต่างกัน การรู้ข้อมูลก่อนจะทำให้เกิดการถ่ายทอดที่ตรงใจ เป็นประโยชน์ต่อผู้ฟัง

2. ควรตรวจสอบข้อมูลเบื้องต้นของผู้เข้าอบรมก่อน เช่น อายุ การศึกษา ภาษาพูด เพศ งานที่ทำ เพราะทุกส่วนคือ สิ่งสำคัญในการจัดอันดับเนื้อหา และกิจกรรมที่สอดคล้องกับการเรียนรู้

3. ควรตรวจสอบข้อมูลด้านสถานที่และอุปกรณ์ก่อน เพราะทุกส่วน คือ สิ่งที่จะสนับสนุนให้กิจกรรมการอบรมมีประสิทธิภาพและมีความน่าสนใจมากขึ้น

2. เทคนิคการเรียนรู้ร่วมกัน แบบการจัดประชุม

ชาวบ้านมีความรู้มากมายหลายเรื่องที่นักวิชาการหรือนักฝึกอบรมต่างๆไม่รู้ ปัญหาอยู่ที่ชาวบ้านเหล่านั้น จะแสดงออกซึ่งภูมิความรู้นั้นหรือไม่เท่านั้นเอง หลักการง่ายๆของผู้ที่มีส่วนเข้าไปส่งเสริมความรู้ ก็คือ สิ่งใดไม่รู้ ไม่ควรพูด แต่ควรถาม เพราะการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ไม่ใช่เรื่องน่าอาย ไม่มีใครรู้ทุกเรื่องในโลก เทคนิคการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ได้ผล มีหลายวิธี ดังนี้

2.1 การใช้เทคนิค AIC (Appreciation – Influence – Control)

เป็นกระบวนการประชุมแบบมีส่วนร่วมที่สามารถทำให้ทุกคนมีส่วนร่วมได้มากที่สุด เปิดโอกาสให้ทุกคนได้แสดงความคิดเห็นมากที่สุด เพราะกระบวนการเริ่มต้นคือ การสร้างความพร้อมให้ทุกคนเกิดความพึงพอใจที่จะร่วมกิจกรรม กระบวนการที่สอง คือ การเรียนรู้ร่วมกันจากของจริงนำสู่แนวทางการปฏิบัติ กระบวนการที่สามคือ การจัดการและควบคุมให้เป็นไปตามข้อตกลงร่วมกัน การนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชน ต้องอาศัยวิทยากรที่มีความชำนาญจะทำให้เกิดแนวคิดร่วมกันในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยความคิดที่ได้จะมาจากทุกคน มีวิทยากรเป็นผู้ชี้แนะแนวทาง เทคนิคนี้ผู้เขียนได้นำไปประยุกต์ใช้ให้กับหลายชุมชน ทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นประโยชน์มากมาย

2.2 เทคนิคการส่งเสริมกระบวนการทางความคิด

เป็นการฝึกให้ผู้เข้าอบรมคิดอย่างมีระบบมองจากสิ่งใกล้ตัวไปยังสิ่งไกลตัว ยกตัวอย่างเช่น การจัดกิจกรรมพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นกก (เป็นพืชชนิดหนึ่งที่สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ในงานหัตถกรรมได้หลายชนิด) โดยให้ทุกคนเสนอชื่อผลิตภัณฑ์ในครัวเรือนของตัวเองเริ่มจากใกล้ตัว เช่น แจกัน ที่รองจาน โต๊ะ เก้าอี้ จาน ตะกร้า และอื่นๆ ในแต่ละส่วนของบ้านจนครบ และมองไกลตัวในสิ่งที่ยังไม่มี เช่น ผ้าเช็ดมือในครัว ผ้าคลุมตู้เย็นทีวี และอื่นๆ จากนั้นนำมาวิเคราะห์แยกเป็นกลุ่ม ตัดสิ่งที่เป็นไปไม่ได้ออกจากรายการจนเหลือน้อยที่สุด มองสิ่งที่เป็นไปได้ในแง่ของศักยภาพในการผลิต การตลาด การออกแบบจุดเด่น-จุดขาย ต้นทุน กำไร และอื่นๆ การคิดร่วมกันด้วยวิธีดังกล่าว จะช่วยให้ทุกคน ได้ติดตามความเห็นภาพของความจริงและมีส่วนร่วม

3. เทคนิคการออกแบบผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วม

เป็นการระดมความคิดโดยสร้างบรรยากาศของการประชุม เพื่อรับฟังปัญหา ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในชุมชน โดยผู้ดำเนินรายการทำหน้าที่เป็นตัวกลาง ให้ทุกคนมี โอกาสในการเสนอความคิดเห็นนำข้อคิดเห็นมาวิเคราะห์ร่วมกัน และหาข้อสรุปซึ่งจะนำมาสู่ การจัดลำดับความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และแนวทางในการแก้ไขปัญหา และมีการ คิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ร่วมกัน หลังจากนั้นวิทยากรจะมีส่วนช่วยในการเขียนแบบ สเกตช์รูปแบบ ของผลิตภัณฑ์ตามแนวทางที่เสนอ นำเสนอต่อกลุ่มเพื่อร่วมกันวิเคราะห์วิจารณ์ จนได้แบบ ของผลิตภัณฑ์ การออกแบบวิธีนี้เหมาะสำหรับการจัดกระบวนการกลุ่มในชุมชนทำให้ได้ ต้นแบบร่างก่อนนำไปทดลองผลิตและการทดลองการตลาดต่อไป

เทคนิคการถ่ายทอดความรู้แบบบูรณาการ กิจกรรม และเทคนิคการเรียนรู้ร่วมกัน แบบจัดประชุม มีจุดเด่นที่แตกต่างกัน วิธีแรกอาจจะเหมาะสำหรับการให้ความรู้ในกลุ่มใหญ่ที่มีคนจำนวนมาก และมีความหลากหลาย แต่วิธีที่สองจะเหมาะสำหรับกลุ่มขนาดเล็กไม่เกิน 50 คน ซึ่งจะทำให้เกิดผลเป็นรูปธรรมมากขึ้น ขึ้นอยู่กับการเลือกประยุกต์ใช้ตามความเหมาะสม แก่สถานการณ์ หากหมั่นคิดค้นวิธีการอยู่เสมอจะสามารถทำให้ความรู้ที่เรามีได้ถูกนำมาใช้ใน ชุมชนเกิดประโยชน์สูงสุดแก่ส่วนร่วม ผลิตภัณฑ์จะพัฒนาได้เมื่อทุกฝ่ายเต็มใจ และจริงใจที่จะ พัฒนา

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงาน

ในการดำเนินการดำเนินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้กำหนดรูปแบบการทำงานและขั้นตอนดังต่อไปนี้

1. ศึกษาทบทวนวรรณกรรม เอกสารงานวิชาการ ผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษากระบวนการ วิธีการ ภูมิปัญญาท้องถิ่นและการเลือกใช้วัสดุในการผลิตผลิตภัณฑ์ของสถานประกอบการ
3. วิเคราะห์ข้อมูล เพื่อใช้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เครื่องหมายผลิตภัณฑ์ และเครื่องหมายการค้า
4. ดำเนินการกำหนดโจทย์ออกแบบ และดำเนินการออกแบบ
5. นำเสนอรูปแบบการออกแบบ และพัฒนาแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
6. ออกแบบตราสัญลักษณ์ และฉลากบรรจุภัณฑ์
7. ดำเนินการสร้างชิ้นงานต้นแบบ ตามแบบที่เห็นชอบร่วมกัน
8. สรุปผลการดำเนินงาน

1. การทบทวนวรรณกรรม เอกสารงานวิชาการ และผลการวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการรวบรวมงานเอกสารวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบในด้านต่างๆ เช่น แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรม เป็นต้น

2. การศึกษาบริบทของกลุ่มผลิตภัณฑ์

ศึกษากระบวนการวิธีการผลิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ตลอดจนการเลือกใช้วัสดุในการผลิตของสถานประกอบการ ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่เพื่อพูดคุยสอบถามเกี่ยวกับกระบวนการผลิต การใช้วัสดุ เครื่องมือ อุปกรณ์ในการผลิต ลักษณะวิถีชีวิตและการใช้ภูมิปัญญาเดิม

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

เพื่อใช้ในการออกแบบหรือพัฒนาเครื่องหมายการค้า ผู้วิจัยได้สอบถามผู้ประกอบการแต่ละรายว่าต้องการที่จะพัฒนาเรื่องตราสินค้าในรูปแบบใด หากรายใดที่มีตราสินค้าเดิมอยู่แล้วก็จะหาแนวทางในการพัฒนาเพื่อให้สามารถนำไปจดทะเบียนได้

4. กำหนดโจทย์ออกแบบ และดำเนินการออกแบบ

ดำเนินการออกแบบ ในขั้นตอนนี้เป็นการสรุปข้อมูลที่ได้จากขั้นตอนที่ 3 แล้วนำผลไปดำเนินการออกแบบร่างจากคอมพิวเตอร์ทั้งหมด รายละเอียดประมาณ 3 แบบ แล้วทดลองจัดวางตราสินค้ากับสีหรือแบบบรรจุภัณฑ์แบบต่างๆ โดยการจำลองต้นแบบขึ้นมา

5. นำเสนอรูปแบบการออกแบบ และพัฒนาแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

นำเสนอรูปแบบการออกแบบ และการแก้ไขปรับแบบ เป็นขั้นตอนระหว่างการพัฒนา โดยผู้วิจัยได้นำเสนอการออกแบบโดยการพิมพ์ออกมาจากคอมพิวเตอร์ แล้วให้ผู้ประกอบการเลือก เพื่อนำไปพัฒนาต่อไป

6. ออกแบบตราสัญลักษณ์ และฉลากบรรจุภัณฑ์

ออกแบบตราสัญลักษณ์ และฉลากบรรจุภัณฑ์ คณะผู้วิจัยได้ร่วมกันวางแผนการออกแบบตราสินค้าและสร้างอัตลักษณ์ให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อนำไปใช้ได้จริง

7. ดำเนินการสร้างชิ้นงานต้นแบบ

การสร้างชิ้นงานต้นแบบตามแบบที่เห็นชอบร่วมกัน คณะผู้วิจัยได้นำเสนอผลการออกแบบตราสินค้าและสร้างอัตลักษณ์ให้แก่ผู้ประกอบการเพื่อนำไปใช้กับกลวิธีทางการตลาด เช่น การออกร้าน การโฆษณา การทำบรรจุภัณฑ์ การทำฉลาก การทำป้าย สติกเกอร์ นามบัตร แผ่นพับ เป็นต้น

8. สรุปผลการดำเนินงาน

8.1 ประเมินผล

8.2 รายงานรูปเล่ม

บทที่ 4

ผลการดำเนินการ

1) วัสดุอุปกรณ์ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

โครงการพัฒนาเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO) เชื่อมโยงแหล่งความรู้ในท้องถิ่นร่วมกับชุมชน นำภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP มีวัสดุอุปกรณ์ ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ขั้นพื้นฐาน โดยสังเขป ได้แก่ ดินสอปากกาหมึกดำ กระดาษแข็ง กระดาษสา ดินสอสี สีน้ำ หรือ สีโปสเตอร์ คอมพิวเตอร์ พรินเตอร์ กระดาษการ์ดสี เครื่องมือเจาะรู เส้นเชือกด้ายเงินหรือด้ายทอง กรรไกร มีดคัทเตอร์ ผ้าประเภทต่าง ๆ และวัสดุหลักของกลุ่มผลิตภัณฑ์ กาว จักรเย็บผ้า เข็ม ด้าย เชือก ป่าน ไหมพรม เศษหนัง วัสดุที่ใช้ในการตกแต่ง กระดุม เม็ดกะลาเจาะรู เป็นต้น

2) ขั้นตอนการทำ

1. กำหนดโจทย์และแนวคิดหลัก ร่วมกับสถานประกอบการ พุดคุยสอบถามปัญหาความต้องการ วัตถุประสงค์การพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงสอบถามข้อจำกัดของกลุ่ม พร้อมทั้งหาข้อสรุปร่วมกัน
2. ร่างแบบโครงสร้าง รูปแบบหีบห่อ พร้อมทั้งสรุปเลือก และพัฒนาแบบเพิ่มเติม ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มมากที่สุด
3. ร่วมมือกันออกแบบผลิตภัณฑ์ และแบบที่เหมาะสมในการนำตราสัญลักษณ์ไปใช้กับตัวบรรจุภัณฑ์ หรือรูปแบบฉลากห้อยแขวน
4. นำแบบที่ได้ไปออกแบบตัวหีบห่อพร้อมกราฟิก ฉลากที่สมบูรณ์ ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ตกแต่ง จัดวางลวดลายกราฟิก คำนึงความสวยงาม สะดุดตาต่อผู้บริโภคเป็นสำคัญ
5. พิมพ์ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์พร้อมขึ้นรูปเป็นโมเดลจำลอง ขนาดย่อส่วน ให้กลุ่มตรวจสอบแนะนำ หรือแก้ไข หากมีข้อผิดพลาด หรือแก้ไขเพิ่มเติม นำไปปรับปรุงพัฒนาให้สมบูรณ์ต่อไป
6. จัดทำแพทเทิร์นชิ้นงานผลิตภัณฑ์ ขนาดเท่าของจริง นำไปใช้งาน
7. นำเสนอผลงาน พร้อมส่งมอบไฟล์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ
8. จัดทำรายงานสรุปผล การดำเนินงาน

3) การออกแบบผลิตภัณฑ์

เน้นรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่น่าสนใจ ใช้วัสดุที่สื่อถึงความเป็นธรรมชาติ และความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน และการใช้งานสะดวกสบายต่อผู้บริโภค

4) การออกแบบสัญลักษณ์ และฉลากบรรจุภัณฑ์

เน้นสัญลักษณ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน สามารถสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ในชุมชนอย่างเหมาะสม เน้นสีที่เรียบง่ายเป็นธรรมชาติสอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์ และใช้วัสดุที่ต้นทุนต่ำ

5) ความพึงพอใจ 3 ด้านของชุมชน

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลทั่วไปของผู้เข้าร่วมกิจกรรม

ผลการประเมินความพึงพอใจของตัวแทนชุมชนที่เข้าร่วมกิจกรรม ทั้งสิ้น 20 คน มีผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 20 คน (N = 20) ดังนี้

ลำดับ	รายการ	ความถี่	ร้อยละ
1	เพศ	20	
	ชาย	7	35.00
	หญิง	13	65.00
2	อายุ	20	
	20 – 40	14	70.00
	41 ปีขึ้นไป	6	30.00

จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่า มีผู้เข้าร่วมโครงการที่เป็นเพศชาย จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 เป็นเพศหญิง จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 65.00 และมีอายุอยู่ในช่วง 20 – 40 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 70.00 อายุอยู่ในช่วง 41 ปีขึ้นไป ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 30.00

ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจต่อการเข้าร่วมกิจกรรม

ตารางที่ 2 แสดงความพึงพอใจด้านความรู้ความเข้าใจในการเข้าร่วมกิจกรรม (N =20)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D	ร้อยละ	ระดับความพึงพอใจ
1.1 ก่อนเข้าร่วมโครงการท่านมีความเข้าใจเนื้อหาในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มากน้อยเพียงใด	4.44	0.55	88.00	มาก
1.2 หลังเข้าร่วมโครงการท่านมีความเข้าใจเนื้อหาในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มากน้อยเพียงใด	4.65	0.48	93.00	มาก
1.3 เข้าใจกระบวนการการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์	4.33	0.63	86.00	มาก
เฉลี่ยรวม	4 .47	0. 55	89.00	มาก

ตารางที่ 3 แสดงความพึงพอใจ ด้านความพึงพอใจในการเข้าร่วมกิจกรรม (N =20)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D	ร้อยละ	ระดับความพึงพอใจ
1.1 วิทยากรหรืออาจารย์ถ่ายทอดองค์ความรู้ได้เป็นอย่างดี	4.44	0.55	80.00	มาก
1.2 ระยะเวลาในการอบรมให้ความรู้	4.06	0.69	81.2	มาก
1.3 บรรยายภาคสามารถกระตุ้นผู้เข้าร่วมกิจกรรมให้มีส่วนร่วม	4.50	0.50	90.00	มาก
1.4 การตอบข้อซักถาม คำแนะนำ ให้กับชุมชน	3.99	0.76	79.8	มาก
เฉลี่ยรวม	4.00	0.62	82.75	มาก

ตารางที่ 4 แสดงความพึงพอใจด้านความสามารถในการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ (N =20)

รายการ	ค่าเฉลี่ย	S.D	ร้อยละ	ระดับความพึงพอใจ
1.1 ท่านสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ หรือบรรจุภัณฑ์ได้อย่างถูกต้องวิธี	4.33	0.63	86.6	มาก
1.2 ท่านสามารถนำความรู้ที่ได้รับไปถ่ายทอดให้แก่ผู้อื่นได้	4.06	0.69	81.2	มาก
เฉลี่ยรวม	4.19	0.60	83.9	มาก

สรุปผลการประเมิน

2.1 ชุมชนมีความรู้ความเข้าใจในโครงการอย่างน้อยร้อยละ 80

จากการประเมินในแบบสอบถามและจากการสังเกตพฤติกรรมผู้ที่เข้าร่วมกิจกรรมสรุปได้ว่ามีความรู้ความเข้าใจในโครงการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 89.00

2.2 ชุมชนมีความพึงพอใจอย่างน้อยร้อยละ 80

ความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมโครงการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 82.75

2.3 ชุมชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ อย่างน้อยร้อยละ 75

ความพึงพอใจในการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก คิดเป็นร้อยละ 83.9

บทที่ 5

การพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตามโครงการเครือข่ายองค์ความรู้(KBO)

คณะทำงานสาขาวิชาศิลปะและการออกแบบมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ดำเนินโครงการพัฒนาเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO) เชื่อมโยงแหล่งความรู้ในท้องถิ่นร่วมกับชุมชน นำภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้ง 17 กลุ่ม มีดังนี้

ผลการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนและพัฒนาผลิตภัณฑ์

1. กลุ่มเย็บเสื้อผ้าบ้านสันโป่ง

112 หมู่ 3 ตำบลเสริมกลาง อำเภอเสริมงาม จังหวัดลำปาง

เสริมงาม เป็นอำเภอเล็กๆ ในจังหวัดลำปาง มี 4 ตำบล 42 หมู่บ้าน ในจำนวนนี้เป็นหมู่บ้านกะเหรี่ยง 3 หมู่ พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าเขา มีพื้นที่นาและสวนอยู่ตามลำน้ำซึ่งมี 3 สาย คือ น้ำแม่ต้า น้ำแม่เสริม และน้ำแม่เลีย

องค์ความรู้ที่ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์

กลุ่มเย็บเสื้อผ้าบ้านสันโป่ง ผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่มมีคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัว ต้องคำนึงความเหมาะสมในรูปแบบผลิตภัณฑ์และการนำไปใช้ประโยชน์ และความเป็นไปได้ในกระบวนการผลิตจริง

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ผลิตภัณฑ์
- บรรจุภัณฑ์
- ฉลาก

ตัวผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างสรรค์รูปแบบแปลกใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น การเลือกกลวดลายสีสันทันที่เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย การเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยให้มีความหลากหลายแทนการผลิตสินค้าชนิดเดียว เช่น หมอนอิง กระเป๋า ฯลฯ ภายใต้การใช้วัสดุและเครื่องมือที่มีอยู่เดิม เพื่อไม่เพิ่มภาระต้นทุนการผลิต

บรรจุภัณฑ์เดิมของกลุ่มเป็นผ้าห่มนวม ยังบรรจุถุงพลาสติกธรรมดาที่แข็งแรงทนทาน จึงต้องการพัฒนาให้เกิดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่มีความเหมาะสม โดยการเลือกตัวบรรจุ

ภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่มีคุณภาพจากเดิม ที่มีความแข็งแรงทนทาน และวัสดุและรูปแบบที่เหมาะสมคือถุงพลาสติกกระเป๋ามีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ผ้าห่มนวม ในส่วนของการคุ้มครองป้องกันตัวผ้าห่มนวมจากน้ำและความชื้น ให้สวยงามน่าใช้ความสะดวกสบายในการบรรจุเก็บ ตลอดจนมีหูหิ้วสะดวกต่อการนำไปใช้ในสถานที่ต่าง ๆ และมีฉลากชื่อเฉพาะของกลุ่มที่ชัดเจนขึ้น ซึ่งทำหน้าที่ให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างตลอดจนจดจำสินค้าของกลุ่มได้อย่างแม่นยำมากขึ้น เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าและยังสามารถเพิ่มกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ก่อนการพัฒนา



ผลิตภัณฑ์ หลังการพัฒนา



2. กลุ่มเย็บผ้าบ้านฮ่องฮี้

175 หมู่ 6 ตำบลเสริมกลาง อำเภอสว่างมงาม จังหวัดลำปาง

ฮ่องฮี้มาจากคำว่าฮ่องรี หมายถึง ภูมิประเทศใกล้หมู่บ้านเป็นร่องน้ำที่มีความยาวและแคบลง

รีล่ง ตอนแรกเรียก “ฮ่อง” (เป็นภาษาถิ่น) หมายถึง ร่องน้ำ “ฮี้” หมายถึงความริของร่องน้ำที่รีล่งแคบลงเมื่อรวมคำแล้วจึงเป็นฮ่องฮี้ ต่อมาการออกเสียงก็เพี้ยนมาเป็นบ้านฮ่องฮี้

สภาพการตั้งถิ่นฐานของชาวบ้านฮ่องฮี้ เกิดจากการอพยพ มาหาที่ตั้งอันอุดมสมบูรณ์ ซึ่งตั้งอยู่ใกล้บริเวณห้วยปลาหลด ซึ่งเป็นคลองน้ำ ที่มีลักษณะยาวรีมีความอุดมสมบูรณ์ และมีน้ำเพียงพอตลอดปี

ในการอุปโภคบริโภค รวมทั้งการเพาะปลูกและเลี้ยงสัตว์ โดยเฉพาะการปลูกข้าว ที่เป็นอาชีพหลัก

ของชาวบ้าน บ้านฮ่องฮี้ได้ก่อตั้งขึ้นราว พ.ศ. 2220 มีอายุในราว 300 กว่าปี เมื่อก่อนชาวบ้านได้เรียกผู้ปกครองหมู่บ้านว่า “เฒ่ากวนบ้าน หรือผู้ใหญ่บ้าน”

องค์ความรู้ที่ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่มมีคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัว ต้องคำนึงความเหมาะสมในรูปแบบผลิตภัณฑ์และการนำไปใช้ประโยชน์ และความเป็นไปได้ในกระบวนการผลิตจริง ควรคิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ผลิตภัณฑ์
- บรรจุภัณฑ์
- ฉลาก

ตัวผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างสรรค์รูปแบบแปลกใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น การเลือกวัสดุสายสีลันที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยให้มีความหลากหลายแทนการผลิตสินค้าชนิดเดียว เช่น หมอนอิง กระเป๋า ฯลฯ ภายใต้การใช้วัสดุและเครื่องมือที่มีอยู่เดิม เพื่อไม่เพิ่มภาระต้นทุนการผลิต

บรรจุภัณฑ์เดิมของกลุ่มเป็นผ้าห่มนวม ยังบรรจุถุงพลาสติกธรรมดาที่แข็งแรงทนทาน จึงต้องการพัฒนาให้เกิดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่มีความเหมาะสม โดยการเลือกตัวบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่มีคุณภาพจากเดิม ที่มีความแข็งแรงทนทาน และวัสดุและรูปแบบที่เหมาะสมคือถุงพลาสติกกระเป๋ามีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ผ้าห่มนวม ในส่วนของการคุ้มครองป้องกันตัวผ้าห่มนวมจากน้ำและความชื้น ให้สวยงามนำใช้ความสะดวกสบายในการบรรจุเก็บ ตลอดจนมีหูหิ้วสะดวกต่อการนำไปใช้ในสถานที่ต่าง ๆ และมีฉลากชื่อเฉพาะของ

กลุ่มที่ชัดเจนขึ้น ซึ่งทำหน้าที่ให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างตลอดจนจดจำสินค้าของกลุ่มได้อย่างแม่นยำมากขึ้น เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าและยังสามารถเพิ่มกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ก่อนการพัฒนา



ผลิตภัณฑ์ หลังการพัฒนา



3. กลุ่มเย็บผ้าบ้านสบแหง

11/1 หมู่ 1 ตำบลหลวงเหนือ อำเภองาว จังหวัดลำปาง

อำเภองาว เดิมเป็นแขวงหนึ่งในมณฑลพายัพ ในช่วงปี รศ.122 จนกลายมาเป็นอำเภองาวในปัจจุบัน อำเภองาวตั้งอยู่ทางทิศตะวันออกเฉียงเหนือของจังหวัด มี "แม่น้ำงาว" เป็นแม่น้ำสายสำคัญที่สุด เป็นอำเภอยาวแดนติดกับจังหวัดพะเยาและจังหวัดแพร่ ที่ว่าการอำเภองาวปัจจุบันตั้งอยู่ริมถนนพหลโยธิน สายลำปาง-พะเยา

องค์ความรู้ที่ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่มมีคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัว ต้องคำนึงความเหมาะสมในรูปแบบผลิตภัณฑ์และการนำไปใช้ประโยชน์ และความเป็นไปได้ในกระบวนการผลิตจริง ควรคิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ผลิตภัณฑ์
- บรรจุภัณฑ์
- ฉลาก

ตัวผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างสรรค์รูปแบบแปลกใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น การเลือกวัสดุสายสีที่เข้ากับกลุ่มเป้าหมาย การเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยให้มีความหลากหลายแทนการผลิตสินค้าชนิดเดียว เช่น หมอนอิง กระเป๋า ฯลฯ ภายใต้การใช้วัสดุและเครื่องมือที่มีอยู่เดิม เพื่อไม่เพิ่มภาระต้นทุนการผลิต

บรรจุภัณฑ์เดิมของกลุ่มเป็นผ้าห่มนวม ยังบรรจุถุงพลาสติกธรรมดาที่แข็งแรงทนทาน จึงต้องการพัฒนาให้เกิดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่มีความเหมาะสม โดยการเลือกตัวบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่มีคุณภาพจากเดิม ที่มีความแข็งแรงทนทาน และวัสดุและรูปแบบที่เหมาะสมคือถุงพลาสติกกระเป๋าที่มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ผ้าห่มนวม ในส่วนของการคุ้มครองป้องกันตัวผ้าห่มนวมจากน้ำและความชื้น ให้สวยงามน่าใช้ความสะดวกสบายในการบรรจุเก็บ ตลอดจนมีหูหิ้วสะดวกต่อการนำไปใช้ในสถานที่ต่าง ๆ และมีฉลากชื่อเฉพาะของกลุ่มที่ชัดเจนขึ้น ซึ่งทำหน้าที่ให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างตลอดจนจดจำสินค้าของกลุ่มได้อย่างแม่นยำมากขึ้น เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าและยังสามารถเพิ่มกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ก่อนการพัฒนา



4. กลุ่มเย็บผ้าอุตสาหกรรมแม่บ้าน บ้านหวด

80 หมู่ 2 ตำบลบ้านหวด อำเภองาว จังหวัดลำปาง

องค์ความรู้ที่ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่มมีคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัว ต้องคำนึงความเหมาะสมในรูปแบบผลิตภัณฑ์และการนำไปใช้ประโยชน์ และความเป็นไปได้ในกระบวนการผลิตจริง ควรคิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ผลิตภัณฑ์
- บรรจุภัณฑ์
- ฉลาก

ตัวผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างสรรค์รูปแบบแปลกใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น การเลือกวัสดุสายสีลันที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยให้มีความหลากหลายแทนการผลิตสินค้าชนิดเดียว เช่น หมอนอิง กระเป๋า ฯลฯ ภายใต้การใช้วัสดุและเครื่องมือที่มีอยู่เดิม เพื่อไม่เพิ่มภาระต้นทุนการผลิต

บรรจุภัณฑ์เดิมของกลุ่มเป็นผ้าห่มนวม ยังบรรจุถุงพลาสติกธรรมดาที่แข็งแรงทนทาน จึงต้องการพัฒนาให้เกิดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่มีความเหมาะสม โดยการเลือกออกแบบบรรจุภัณฑ์จากวัสดุผ้าเป็นรูปร่างแปลกใหม่ เป็นรูปการ์ตูน รูปสัตว์ ที่มีรูปร่างน่ารักสีสันสวยงาม สร้างความสะดุดตาแก่ผู้พบเห็น ตัวบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ถุงกระเป๋ามีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ผ้าห่มนวม ในส่วนของการคุ้มครองป้องกันตัวผ้าห่มนวม ให้สวยงามนำใช้ความสะดวกสบายในการบรรจุเก็บ ตลอดจนมีหูหิ้วสะดวกต่อการนำไปใช้ในสถานที่ต่าง ๆ และมีฉลากชื่อเฉพาะของกลุ่มที่ชัดเจนขึ้น ซึ่งทำหน้าที่ให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างตลอดจนจดจำสินค้าของกลุ่มได้อย่างแม่นยำมากขึ้น เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าและยังสามารถเพิ่มกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

ผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ก่อนการพัฒนา



ผลิตภัณฑ์ หลังการพัฒนา



5. กลุ่มเย็บผ้าอุตสาหกรรมแม่บ้านบ้านหวด

90 หมู่ 2 ตำบลบ้านหวด อำเภอองาว จังหวัดลำปาง

องค์ความรู้ที่ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่มมีคุณภาพและเอกลักษณ์เฉพาะตัว ต้องคำนึงความเหมาะสมในรูปแบบผลิตภัณฑ์และการนำไปใช้ประโยชน์ และความเป็นไปได้ในกระบวนการผลิตจริง ควรคิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ผลิตภัณฑ์
- บรรจุภัณฑ์
- ฉลาก

ตัวผลิตภัณฑ์ สามารถสร้างสรรค์รูปแบบแปลกใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น การเลือกวัสดุสายสีลันที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย การเปลี่ยนประโยชน์ใช้สอยให้มีความหลากหลายแทนการผลิตสินค้าชนิดเดียว เช่น หมอนอิง กระเป๋า ฯลฯ ภายใต้การใช้วัสดุและเครื่องมือที่มีอยู่เดิม เพื่อไม่เพิ่มภาระต้นทุนการผลิต

บรรจุภัณฑ์เดิมของกลุ่มเป็นผ้าห่มนวม ยังบรรจุถุงพลาสติกธรรมดาที่แข็งแรงทนทาน จึงต้องการพัฒนาให้เกิดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่มีความเหมาะสม โดยการเลือกตัวบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุที่มีคุณภาพจากเดิม ที่มีความแข็งแรงทนทาน และวัสดุและรูปแบบที่เหมาะสมคือถุงพลาสติกกระเป๋าที่มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ผ้าห่มนวม ในส่วนของการคุ้มครองป้องกันตัวผ้าห่มนวมจากน้ำและความชื้น ให้สวยงามน่าใช้ความสะดวกสบายในการบรรจุเก็บ ตลอดจนมีหูหิ้วสะดวกต่อการนำไปใช้ในสถานที่ต่าง ๆ และมีฉลากชื่อเฉพาะของกลุ่มที่ชัดเจนขึ้น ซึ่งทำหน้าที่ให้ลูกค้าเห็นความแตกต่างตลอดจนจดจำสินค้าของกลุ่มได้อย่างแม่นยำมากขึ้น เป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าและยังสามารถเพิ่มกลุ่มผู้บริโภคมามากยิ่งขึ้น

ผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ก่อนการพัฒนา



ผลิตภัณฑ์ หลังการพัฒนา



6. กลุ่มอาชีพบ้านห้วยก้อด

119 หมู่ 2 บ้านห้วยก้อด ตำบลร่องเคาะ อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น

องค์ความรู้ที่ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่มเป็นผ้าห่มนวม หมอนข้าง หมอนหนุน มีลักษณะเป็นผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ วัสดุและเนื้อผ้าที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์เป็นผ้าที่มีขายตามท้องตลาดทั่วไป ไม่มีความแปลกใหม่ ดังนั้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มต้องคำนึงความเหมาะสมในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และการนำไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบที่ต่างไปจากเดิม ทั้งความเป็นไปได้ในกระบวนการผลิตจริง

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ผลิตภัณฑ์

ตัวผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่ม คือ ผ้าห่มนวม หมอนข้าง หมอนหนุน ที่มีการใช้สอยได้จำกัด ดังนั้น ผู้ออกแบบจึงปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยออกแบบเป็น กระเป๋าขนาดเล็ก สำหรับใส่ของ กระจุกระจุกและใส่เศษสตังค์ รวมทั้งที่ใส่พวงกุญแจ โดยผสมผสานเนื้อผ้าเข้ากับผ้าทอ เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ก่อนการพัฒนา



ผลิตภัณฑ์ก่อนการพัฒนา



ผลิตภัณฑ์หลังการพัฒนา



ผลิตภัณฑ์หลังการพัฒนา



กลุ่มแกะสลักจากเศษไม้

66 หมู่ 2 บ้านทุ่งฮั่ว ตำบลทุ่งฮั่ว อำเภอสว่างแดนดิน จังหวัดสกลนคร

องค์ความรู้ที่ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่มเป็นของใช้ในครัวเรือน เช่น ที่วางโทรศัพท์ และปากกา ดังนั้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มต้องคำนึงความเหมาะสมในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และการนำไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบที่ต่างไปจากเดิม ทั้งความเป็นไปได้ในกระบวนการผลิตจริง

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ผลิตภัณฑ์

ตัวผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่ม คือ ที่วางโทรศัพท์ และปากกา ที่มีการใช้สอยได้จำกัด ดังนั้น ผู้ออกแบบจึงปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยออกแบบเป็น กรอบรูป หลายขนาด โดยตกแต่งเพิ่มเติมด้วยวัสดุที่หาได้ง่ายในชุมชน เช่น เศษกะลา เศษหนัง ให้เกิดความสวยงามมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนา

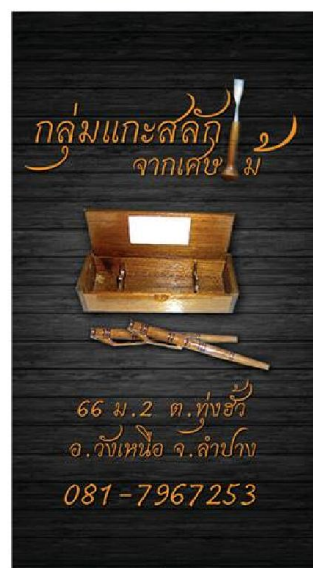
ผลิตภัณฑ์ก่อนการพัฒนา



ผลิตภัณฑ์หลังการพัฒนา



กลุ่มแกะสลัก จากเศษไม้



7. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์จากเศษไม้แม่ถอด

56 หมู่ 9 บ้านแม่ถอด ตำบลแม่ถอด อำเภอเถิน จังหวัดลำปาง

องค์ความรู้ที่ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่มเป็นเฟอร์นิเจอร์จากรากไม้ และต่อไม้เก่า ดังนั้น การออกแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มต้องคำนึงความเหมาะสมในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และการนำไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบที่ต่างไปจากเดิม ทั้งความเป็นไปได้ในกระบวนการผลิตจริง

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์

- ผลิตภัณฑ์

ตัวผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่ม คือ เฟอร์นิเจอร์จากรากไม้ และต่อไม้เก่า มีขนาดใหญ่ ที่มีการใช้สอยอย่างจำกัด เนื่องจากกลุ่มผลิตภัณฑ์มีเศษไม้ขนาดเล็ก ๆ เหลือทิ้งเป็นจำนวนมาก ดังนั้น ผู้ออกแบบจึงมีแนวคิดปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์จากเศษไม้ชิ้นเล็ก ๆ ที่เหลือจากการทำเฟอร์นิเจอร์ ที่สามารถสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยออกแบบเป็น กล้องเก็บพวงกุญแจแบบแขวนติดผนังมีรูปทรงคล้ายบ้านขนาดเล็ก โดยตกแต่งเพิ่มเติมด้วยวัสดุที่หาได้ง่ายในชุมชน เช่น ดอกไม้ที่ทำจากเศษกะลา ให้เกิดความสวยงามมากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ก่อนการพัฒนา

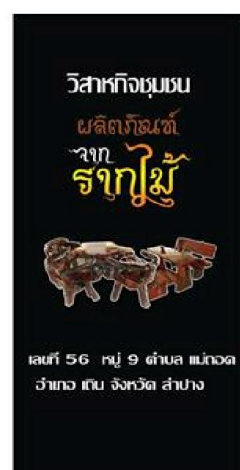


ผลิตภัณฑ์หลังการพัฒนา





วิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์ จากราກไม้



8. กลุ่มจักสานบ้านอุ้มลอง

3 / 1 หมู่ 4 บ้านอุ้มลอง ตำบลสมัย อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง

องค์ความรู้ที่ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่มมีคุณภาพปานกลางและขาดเอกลักษณ์เฉพาะตัว ต้องคำนึงความเหมาะสมในรูปแบบผลิตภัณฑ์และการนำไปใช้ประโยชน์ และความเป็นไปได้ในกระบวนการผลิตจริง ควรคิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

ตัวผลิตภัณฑ์เดิมของกลุ่ม คือ การสานกระจาด ที่มีการใช้สอยได้จำกัดตั้งนั้น ผู้ออกแบบจึงปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างสรรค์รูปแบบใหม่ ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค โดยเลือกเป็นของใช้ เช่น ตะกร้าใส่ของ และที่ใส่กระดาษทิชชู และใช้เทคนิคการลงสีพื้นเป็นสีน้ำตาลเข้มด้วยแล็กเกอร์ผสมวานิช และสีอ่อนของผิวไม้ไผ่ตามธรรมชาติ เพื่อเป็นทางเลือกใหม่ให้กับผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ก่อนและหลังการพัฒนา

ผลิตภัณฑ์ก่อนการพัฒนา

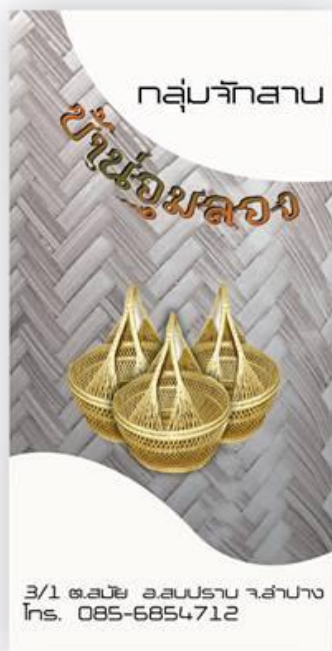


ผลิตภัณฑ์หลังการพัฒนา



ผลิตภัณฑ์หลังการพัฒนา





กลุ่มจักสานบ้าน อุบลอง



สรุปผลการดำเนินงานที่ก่อให้เกิดผลประโยชน์และสร้างคุณค่าต่อสังคม

การจัดโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO)

จังหวัดลำปาง 2557

การจัดโครงการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO) จังหวัดลำปาง 2557 มีจุดมุ่งหมายในการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน โดยได้จัดโครงการบริการวิชาการเครือข่ายองค์ความรู้ (Knowledge-Based OTOP : KBO) จังหวัดลำปาง 2557 ในหัวข้อของการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เพื่อให้มองเห็นภาพของการออกแบบมากยิ่งขึ้น

เมื่อวิเคราะห์ข้อมูลจากการดำเนินงานในโครงการพบว่า

กลุ่มชุมชน

คุณประโยชน์ต่อชุมชนในภาพรวม การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์โครงการครั้งนี้ได้สร้างอัตลักษณ์ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ชุมชนได้ตระหนักถึงคุณค่าทางด้านศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของบรรพบุรุษที่สร้างสมไว้ให้กับลูกหลานในชุมชนนั้น

อาจารย์

ในส่วนของอาจารย์ที่เข้าร่วมโครงการ พบว่า ช่วยสร้างองค์ความรู้ด้านการบริการวิชาการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางให้กับชุมชนอื่น ๆ ในจังหวัดลำปาง อย่างกว้างขวางมากขึ้น สามารถนำไปปรับใช้ในการจัดการเรียนการสอนแก่นักศึกษาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังสามารถต่อยอดให้กับการจัดโครงการบริการวิชาการและการผลิตผลงานวิจัยของสาขาวิชาได้อีกด้วย

นักศึกษา

นักศึกษาที่เข้าร่วมโครงการ สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ ไปประยุกต์ใช้ในสาขาวิชาชีพด้านการออกแบบประยุกต์ศิลป์ในอนาคต และเพื่อเป็นแนวทางในการจัดทำรายงานในรายวิชาโครงการพิเศษออกแบบประยุกต์ศิลป์ของตน

ภาคผนวก











