



ชุดองค์ความรู้ งานวิจัยเรื่อง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริม  
การท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง  
จังหวัดพิษณุโลก

Development of Community Product for Promote Tourism  
Promotion of NoenMaprang District, Phitsanulok Province



โดย

ณัฐยาณี บุญทองคำ และ จุมพต อ่อนทรวง  
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย  
วิทยาลัยสงฆ์พุทธชินราช

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริม  
การท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง  
จังหวัดพิษณุโลก



ภูเขาคินปุนบ้านมุง

โดย

ณัฏยาณี บุญทองคำ และ จุมพต อ่อนทรวง  
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย  
วิทยาลัยสงฆ์พุทธชินราช

หนังสือชุดองค์ความรู้งานวิจัยวิทยาลัยสงฆ์พุทธชินราช

ชุดองค์ความรู้งานวิจัยเรื่อง  
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว  
อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

ณัฏยาณี บุญทองคำ  
จุมพต อ่อนทรวง

จัดพิมพ์เผยแพร่โดย  
วิทยาลัยสงฆ์พุทธชินราช  
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

ชุดองค์ความรู้งานวิจัย : การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการ  
ท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

ISBN	๙๗๘-๖๑๖-๕๙๘-๐๓๖-๔
ผู้เขียน	ดร.ณัฐยาณี บุญทองคำ ผศ. จุมพต อ่อนทรวง
ที่ปรึกษา	พระสุธีรัตนบัณฑิต, รศ.ดร.
บรรณาธิการ	ดร.ณัฐยาณี บุญทองคำ
กองบรรณาธิการ	พระครูรัตนสุตาภรณ์, ผศ.ดร. พระครูปลัดสุวัฒนพุทธิคุณ, ผศ.ดร. พระมหาเทวประภาส วชิรญาณเมธี, ดร.
ภาพประกอบ	นายชัยวัฒน์ คุ่มศรี
ลิขสิทธิ์	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พิสูจน์อักษร/ออกแบบปก	พระครูวิจิตรสรการ/ ดร.ณัฐยาณี บุญทองคำ
จัดทำโดย	ดร.ณัฐยาณี บุญทองคำ โทร. ๐๙๑-๗๔๓-๕๗๘๙ ๑๖๘ หมู่ ๒ ต.ท่าพล อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ ๖๗๒๕๐
พิมพ์ครั้งที่ ๑	มกราคม ๒๕๖๖
จำนวนพิมพ์	๓๐๐ เล่ม จำนวน ๓๕ หน้า
พิมพ์ที่	โรงพิมพ์ การพิมพ์ดอกคอม โทร. ๐๕๕-๓๐๓-๒๑๒๑ ที่อยู่ ๙๙๙/๒ ถ.มิตรภาพ ต.ในเมือง อ.เมือง พิษณุโลก จ.พิษณุโลก ๖๕๐๐๐

**ชื่อรายงานการวิจัย:** การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

**ผู้วิจัย:** ัญญาณี บุญทองคำ และ จุมพต อ่อนทรวง

### บทคัดย่อ

การวิจัย เรื่อง “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก” มีวัตถุประสงค์ ๑) เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ๒) เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก และ ๓) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมผสานในเชิงเอกสาร และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นตัวแทนชุมชน หน่วยงานภาครัฐ พระสงฆ์ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเนินมะปราง จำนวน ๒๔ คน และการสนทนากลุ่มเฉพาะกับผู้เกี่ยวข้อง จำนวน ๑๐ คน ผลการวิจัย พบว่า (๑) ผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า มีการเสริมสร้างความรู้ ทักษะและพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีคุณภาพมาตรฐาน พร้อมทั้งจะจำหน่ายทั้งในตลาดภายในและตลาดต่างประเทศได้ ยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างเด่นชัด (๒) การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า ได้รับการสนับสนุนภาครัฐและภาคเอกชน แม้ว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป ด้านการบรรจุภัณฑ์ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดการพัฒนา ออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ ประเภทของตกแต่ง ประเภทตราตราสัญลักษณ์ และประเภทบรรจุภัณฑ์ และ (๓) รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า รูปแบบที่ทำหน้าที่ปกป้องหรือ ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า สร้างความโดดเด่น ดังนี้ (๓.๑) มีความแข็งแรง (๓.๒) มีราคาขายที่เหมาะสม (๓.๓) สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ (๓.๔) ความงาม (๓.๕) มีความสะดวกสบายในการใช้งาน (๓.๖) การดูแลรักษา (๓.๗) มีความปลอดภัย และ (๓.๘) การขนส่งที่รวดเร็ว

**คำสำคัญ :** การพัฒนา, ผลิตภัณฑ์ชุมชน, การท่องเที่ยว

**Research Title:** The Development of the Way of Ecology Traveling in Neanmaprang Distric Phltsanulok Province

**Researchers:** Nattayanee Boontongkham and Chumphot Onsuang

### **Abstract**

Research on “The Development of the Way of Ecology Traveling in Neanmaprang Distric Phltsanulok Province. Have a purpose 1 ) To study community products for tourism promotion in Noen Maprang District Phitsanulok Province. 2 ) To study the need for community product development to promote tourism in Noen Maprang District. Phitsanulok Province. And 3) to study ways to develop community products to promote tourism in Noen Maprang District. Phitsanulok Province. As action research. This is a documentary mixed research. and qualitative research by way of in-depth interviews. Key informant which represents the community government agencies, monks and people involved in tourist attractions in Noen Maprang District. 24 people and group discussions only with 10 people involved. Research results It was found that (1) community products in promoting tourism in Noen Maprang District Phitsanulok Province. It was found that knowledge enhancement Skills and further development of OTOP products. To have standard quality. Ready to sell both in the domestic market and in foreign markets. Still maintain its uniqueness and the identity of the community clearly. (2) Design and development of community products for tourism promotion in Noen Maprang District. Phitsanulok Province. It was found that it received support from the public and private sectors. Although the quality of the product is generally accepted. Packaging has not been developed as it should be. The researcher has proposed guidelines for product design and development. As a guideline for further development. There are 3 types of breasts: Decoration type, badge type and packaging type and (3) a model of community product development for tourism promotion in Noen Maprang District. Phitsanulok Province. It was found that the form that acts to protect or Safely encapsulate the product inside. add value to the product. Make it outstanding: (3.1) have strength (3.2) having a suitable selling price (3.3) can meet the needs of users (3.4) beauty (3.5) Convenience in use (3.6) maintenance (3.7) is safe and (3.8) rapid transportation.

**Keywords :** Development, Community Products, Tourism

## คำนำเสนอ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นการพัฒนาระบบการผลิตสินค้าเพื่อกระตุ้น ธุรกิจประกอบการ ยกกระตือรือร้น ความเป็นอยู่ ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น วิทยาลัยสงฆ์พุทธชินราชเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาการท่องเที่ยวเนินมะปรางให้พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลง เพื่อให้การผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในจังหวัดพิษณุโลก ภายใต้แนวคิดการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความยั่งยืน

ขอขอบคุณทุนสนับสนุนวิจัยจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม และสถาบันวิจัยพุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย ที่เล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาองค์ความรู้เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก และขอบคุณผู้เชี่ยวชาญ ผู้นำชุมชน และผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน ที่ให้ข้อมูลตลอดจนเสนอแนะข้อมูล อันเป็นประโยชน์ จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี

ขอเจริญพร



(พระราชรัตนสุธี, รศ.ดร.)

เจ้าคณะจังหวัดพิษณุโลก,

ผู้อำนวยการวิทยาลัยสงฆ์พุทธชินราช

## สารบัญ

### เนื้อหา

คำนำ	ก
สารบัญ	ข
บทที่ ๑ บทนำ	๑
บทที่ ๒ ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ชุมชนอำเภอ เนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก	๕
บทที่ ๓ ผลการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริม การท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก	๑๒
บทที่ ๔ องค์ความรู้รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการ ส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก	๒๘
บทที่ ๕ ข้อเสนอแนะในการศึกษา	๓๔





## บทที่ ๑ บทนำ

ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีประเพณีวัฒนธรรมและทรัพยากรธรรมชาติมาช้านานและด้วยกระแสแห่งโลกาภิวัตน์ที่ขับเคลื่อนให้ผู้คนสามารถเดินทางด้วยความสะดวกรวดเร็วส่งผลต่อการเป็นจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวของประชาคมโลกมานับกว่า ๕๐ ปีโดยในปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวต่างชาตารวมทั้งหมด ๓.๐๖ ล้านล้านบาท โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย ๓๙.๗๗ล้านคนคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ ๑๒ ของ GDP ปฏิเสธไม่ได้ว่าการดำรงอยู่ของกระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลต่อความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศมาอย่างยาวนาน

ในด้านการส่งเสริมศักยภาพเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในระดับฐานรากนั้น ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) ได้กำหนดกรอบด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้ เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิตและมีรายได้ที่ดีขึ้น รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)<sup>๑</sup> ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการ เพื่อตอบสนองต่อโจทย์การพัฒนารองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ หนึ่งในแนวคิดดังกล่าวของภาครัฐเพื่อสนองโจทย์ดังกล่าวนั้นพบว่า กรมการพัฒนาชุมชนได้ริเริ่มแนวคิดนวัตกรรมในการจัดการชุมชนเพื่อให้มีศักยภาพพร้อมรองรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดีชวนกันคิดชวนกันทำผลิตสินค้าและบริการ รวมทั้งมีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระดับชุมชนที่มีเสน่ห์ดึงดูดและมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือน เพื่อกระจายรายได้ให้

<sup>๑</sup> สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔), กรุงเทพมหานคร, ๒๕๖๐.

คนในชุมชนอันเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมาตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ซึ่งเป็นแนวคิดที่น่าสนใจและประสบความสำเร็จในบางพื้นที่มาโดยลำดับ

ณ วันที่ ๗ กันยายน ๒๕๔๔ โดยกำหนดให้มีคณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ หรือเรียกโดยย่อว่า “ก.อน.ตผ” ซึ่งนายกรัฐมนตรีได้มอบหมายให้รองนายกรัฐมนตรี (นายปองพล อดิเรกสาร) เป็นประธานกรรมการ และให้คณะกรรมการ กอ.นตผ มีอำนาจหน้าที่ในการกำหนดนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทการดำเนินงาน “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” กำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล รวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทอย่างมีประสิทธิภาพ<sup>๒</sup>

กรมการพัฒนาชุมชนได้มุ่งขับเคลื่อน ไปสู่การปฏิบัติให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชนอย่างแท้จริง ซึ่งได้ผ่านกระบวนการวิเคราะห์ทำให้มีความง่าย ทำท่าย และเป็นไปได้ในการปฏิบัติให้สอดคล้องกับทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ – ๒๕๖๔) ยุทธศาสตร์ของประเทศไทย นโยบายของรัฐบาล สถานการณ์สภาพแวดล้อมในปัจจุบัน เพื่อให้บุคลากรทุกคนใช้เป็นกรอบทิศทางการปฏิบัติงาน โดยสามารถกำหนดรูปแบบนำไปประยุกต์สู่การปฏิบัติงานได้ตามความเหมาะสม และกรมการพัฒนาชุมชนได้กำหนดให้ปี ๒๕๖๐ ขับเคลื่อนวาระกรมการพัฒนาชุมชน (Agenda) เพื่อมุ่งมั่นว่ากรมการพัฒนาชุมชน พร้อมขับเคลื่อน สัมมาชีพชุมชนเข้มแข็งภายใต้หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อก้าวไปสู่ “เศรษฐกิจครัวเรือนมีความมั่นคง ประชาชนใช้ชีวิตอยู่ในชุมชน อย่างมีความสุข” โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ จึงเป็นนโยบายหลักของรัฐบาลในการเพิ่มอาชีพและรายได้ให้กับชุมชนในระดับรากหญ้า ซึ่งประกอบไปด้วยผู้รับผิดชอบทั้งในส่วนของกระทรวง ทบวง กรม และฝ่ายสนับสนุนที่เป็นภาคเอกชน และถือเป็นรูปแบบของการกระจายรายได้สู่ชุมชน

---

<sup>๒</sup> ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๔, <<http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTEROPM/DRAWER01/GENERAL/DATA0004/00004314.PDF>>, ๕ มิถุนายน ๒๕๖๔.

ที่ดีที่สุดรูปแบบหนึ่ง ไทยรับแนวคิดการดำเนินโครงการ OTOP มาจากประเทศ ญี่ปุ่น (Oita International Center: OIC) และนำมาปรับใช้กับประเทศไทย โดยภาครัฐเข้าช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่ การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น และการบริหารจัดการเพื่อเชื่อมโยงสินค้าจากชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ ด้วยระบบร้านค้าเครือข่ายและอินเทอร์เน็ต พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่ม เป็นที่ต้องการของตลาด ทั้งในและต่างประเทศ

ที่สำคัญ เช่น การสร้างตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) โครงการ OTOP Tourism Village โครงการ OTOP Product Champion การจัดงาน OTOP City การส่งเสริมการท่องเที่ยวและจัดตั้งร้านค้าสินค้า OTOP ในสถานที่ท่องเที่ยว การส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ OTOP การสนับสนุนด้านเทคโนโลยี และความรู้จาก JETRO และองค์กรอื่นๆ<sup>๓</sup> และการจัดตั้งทีมงานด้านการตลาด จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ในบางชุมชนมี ผลิตภัณฑ์ชุมชน ไม่ได้หมายถึง ตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการ การดูแลการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณีการต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลาย ทั่วประเทศและทั่วโลก

อำเภอเนินมะปรางเดิมเป็นตำบลที่อยู่ในเขตการปกครองของอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ราษฎรส่วนใหญ่อพยพมาจากหลายพื้นที่ โดยเฉพาะทางภาคอีสาน เช่น จังหวัดร้อยเอ็ด เลย มหาสารคาม เพชรบูรณ์ เป็นต้น จึงทำให้มีวัฒนธรรมประเพณีที่หลากหลาย จากสถานการณ์ในช่วงปี พ.ศ. ๒๕๑๖-๒๕๑๙ มีผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์เข้าปลุกระดมมวลชนทำการแทรกซึมบ่อนทำลาย และ ชุมโงมตีสถานที่ราชการอยู่เนืองๆ ทางราชการจึงได้แยกพื้นที่บางส่วนของอำเภอ

<sup>๓</sup> กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, แนวทางและหลักเกณฑ์ การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ๒๕๖๒, <<https://korat.cdd.go.th/wp- B5-2562.pdf>>, ๕ มิถุนายน ๒๕๖๔.

วังทองตั้งเป็นกิ่งอำเภอเนินมะปราง เมื่อวันที่ ๑ กันยายน ๒๕๑๙ และต่อมาได้ยกฐานะเป็นอำเภอเนินมะปรางเมื่อวันที่ ๑ เมษายน ๒๕๒๖ อำเภอเนินมะปรางมีเนื้อที่ประมาณ ๑๑,๐๒๙.๕๕ ตารางกิโลเมตร<sup>๔</sup> และมีภูมิปัญญาด้านการทอผ้ามัดหมี่พื้นเมืองที่สืบทอดกันมาจากรุ่นปู่ย่า ตายาย ช่างลายของผ้าทอมัดหมี่เป็นลายที่ไม่ซ้ำกับชุมชนใด คือ ลายข่อมะปราง ที่ต่อยอดแนวคิดจากสิ่งใกล้ตัวมาเป็นลายผ้าทอที่มีคุณค่าและสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน สะท้อนชื่อที่ตั้งของหมู่บ้านในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ปัจจุบันบ้านผารังหมี่กลายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว จึงได้เปิดบ้านผารังหมี่แห่งนี้เป็นศูนย์การเรียนรู้การทอผ้าทุกขั้นตอน และนอกจากการทอผ้าผืนแล้ว ก็ต่อยอดนำผ้าเหล่านี้ไปแปรรูป ทั้งแปรรูปตัดเย็บเป็นชุด แปรรูปเป็นกระเป๋าเป้ กระเป๋าย่าม เป็นกางเกง เป็นพวงกุญแจที่หลากหลายอีกด้วย เวลาที่นักท่องเที่ยวมาสนับสนุนสินค้าที่ตัวเอง ผลิตเอง ก็จะมีรู้สึกภูมิใจเพราะทำเองกับมือ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญของการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาศึกษาเพื่อกระตุ้น ธุรกิจประกอบการ ยกกระดับฐานะ ความเป็นอยู่ ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น ส่งผลให้การผลิต หรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ซึ่งสอดคล้องกับวัฒนธรรมในจังหวัดพิษณุโลก ภายใต้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลกให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนอย่างแท้จริง

---

<sup>๔</sup> สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเนินมะปราง, ประวัติความเป็นมา, <<https://district.cdd.go.th/noonmaprang>>, ๖ เมษายน ๒๕๖๕.

## บทที่ ๒ ความรู้เรื่องผลิตภัณฑ์ชุมชนอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

### ผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

การเกิดของภูมิปัญญา มีกระบวนการเรียนรู้และสืบทอด ถ่ายทอดองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมในชุมชนแล้วพัฒนาเลือกสรรปรับปรุงองค์ความรู้ จนเกิดทักษะและความชำนาญที่สามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาชีวิตได้อย่างเหมาะสมและสืบทอดพัฒนาต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด การเชื่อมโยงแหล่งความรู้ในท้องถิ่นและชุมชนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ภายใต้การสนับสนุนของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานด้านเทคนิคการผลิตที่เกี่ยวข้อง มีการเสริมสร้างความรู้ ทักษะและพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความโดดเด่น มีคุณภาพมาตรฐานพร้อมที่จะจำหน่ายทั้งในตลาดภายในและตลาดต่างประเทศได้ ที่สำคัญผลิตภัณฑ์นั้นยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างเด่นชัด โดยผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีดังนี้

#### ด้านการปลูกพืชเศรษฐกิจของจังหวัด

พืชถือเป็นปัจจัยสำคัญในการหล่อเลี้ยงชีวิตให้กับคนไทยมาอย่างยาวนาน ซึ่งไม่ใช่แค่การบริโภคเท่านั้น แต่เมื่อปลูกในปริมาณมากขึ้นก็ย่อมสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรมากตามไปด้วย ตั้งแต่อดีตมาจนถึงปัจจุบันมีพืชเศรษฐกิจที่ส่งเสริมอาชีพ ทำเงินให้กับคนในประเทศเป็นจำนวนมาก ทั้งนี้ไม่ใช่หมายถึงการส่งออกพืชเหล่านั้นแบบสดๆ เพียงอย่างเดียว แต่หลายชนิดยังถูกนำมาแปรรูปเพื่อสร้างประโยชน์และเม็ดเงินได้อีกมากมาย

พืชเศรษฐกิจเหล่านี้ไม่ใช่แค่การบริโภคของคนเพียงอย่างเดียว แต่ยังรวมถึงการถูกนำไปเลี้ยงสัตว์และทำประโยชน์ในด้านอื่นๆ เพื่อให้เกิดความคุ้มค่ามากที่สุดด้วย นี่คือความโชคดีของอำเภอเนินมะปราง ด้วยพื้นที่และสภาพอากาศเหมาะสมจึงสามารถปลูกพืชต่างๆ ได้หลากหลายชนิดในแบบที่หลายประเทศทำ

ไม่ได้ แหล่งรายได้หลักจึงมักมาจากประเทศพัฒนาแล้วแต่ขาดแคลนด้านการผลิต จึงต้องอาศัยการนำเข้านั่นเอง ได้แก่



มะม่วงน้ำดอกไม้

**มะม่วง** กลุ่มมะม่วง คุณภาพบ้านวังน้ำบ่อ ซึ่งอยู่ใน โครงการแปลงใหญ่ มีภาครัฐให้การ สนับสนุนโครงการยกระดับแปลง ด้วยเกษตรสมัยใหม่ เพราะเป็น แหล่งผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้สีทอง ปริมาณที่ดีที่สุดของไทย มีคุณภาพ มาตรฐานการส่งออกเป็นมะม่วงกลุ่ม รับรองแปลงใหญ่ที่มีการรับรองโดย กรมวิชาการ

**มะยงชิด** บ้านถาวรพัฒนา หมู่ ๑๑ ตำบลบ้านน้อยชุมขี้เหล็ก อำเภอนีนมะพร้าว จังหวัดพิษณุโลก มีเกษตรกรชาวสวนมะพร้าว มะยง ชิดไข่ ซึ่งมีขนาดของผลที่ใหญ่ เท่ากับไข่ไก่



มะยงชิด



ทุเรียนพันธุ์หลงรักไทย

**ทุเรียน** เป็นทุเรียนพันธุ์ใหม่ พิษณุโลก “หลงรักไทย” รสชาติดี ทุเรียนสายพันธุ์หลงรักไทย ของสวน หลงรักไทย ตำบลชมพู อำเภอนีนมะพร้าว จังหวัดพิษณุโลก

ทุเรียน "พันธุ์หลงรักไทย" มีเอกลักษณ์และจุดเด่นของทุเรียนพันธุ์หลงรักไทย นั่นก็คือ เนื้อทุเรียนจะมีลักษณะเนื้อละเอียดแน่น ไม่เละจนเกินไป สีเหลืองทอง รสชาติหวานและหอมกว่า อร่อยกว่าทุเรียนพันธุ์หลินลับแล หลงลับแล

**ข้าวกล้องหอมมะลิ** ของชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก บรรจุแพ็คเกจสุญญากาศ ๑ กิโลกรัม ข้าวฤดูกาลใหม่จากชาวนา ปลูกเอง สีเอง ไม่มีสารกันมอด ๑๐๐%



### ด้านการปศุสัตว์

เกษตรกรผู้เลี้ยงสัตว์ในอำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีจำนวน ๓,๓๖๕ ราย<sup>๕</sup> ส่วนใหญ่จะเลี้ยงไก่พื้นเมือง เพื่อการเป็นแหล่งอาหารโปรตีนของชาวบ้านในชนบทที่มีราคาถูก เป็นรายได้เสริมได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยามที่เกษตรกรหรือชาวบ้านเกิดความจำเป็นรีบด่วน เช่น เจ็บไข้ได้ป่วย หรือค่าเล่าเรียนบุตร เป็นต้น

### ด้านการประมง

การทำประมงน้ำจืด เป็นการจับ ตัก ล่อ หรือเก็บสัตว์น้ำที่ยังมีชีวิตอยู่ในแหล่งประมงน้ำจืด เช่น หนอง บึง แม่น้ำ ห้วยลำธาร คลองธรรมชาติ ด้วยเครื่องมือทำการประมง เพื่อใช้บริโภคหรือขาย โดยที่บ่อล่อสัตว์น้ำ คือ บ่อที่ขุดในที่สาธารณะหรือที่เอกชนในฤดูน้ำหลาก เพื่อให้สัตว์น้ำตามธรรมชาติเข้ามาอยู่ เมื่อน้ำลดสัตว์น้ำนั้นจะถูกขังอยู่ในบ่อล่อฯ และเมื่อโตได้ระดับหนึ่งสัตว์น้ำนั้นจะ

<sup>๕</sup> สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพิษณุโลก, จำนวนประชากรสัตว์สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพิษณุโลก, ๒๕๖๔.

ถูกจับขึ้นมาเพื่อบริโภคหรือขายการทำประมงในแหล่งน้ำจืดตามบริเวณที่ต่างๆ<sup>๖</sup> ในจังหวัดพิษณุโลกมีประชาชนในพื้นที่ขึ้นทะเบียนเป็นชาวประมง ๓๗ ราย<sup>๗</sup>

### ด้านงานฝีมือและด้านงานประดิษฐ์

งานประดิษฐ์ของใช้ของตกแต่งจากวัสดุท้องถิ่น เป็นชิ้นงานที่จัดทำขึ้นสร้างขึ้น โดยวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาประกอบกันเป็นชิ้นงานตามความจำเป็นในการใช้สอย เพื่อประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ที่บรรพบุรุษของเรารู้จักประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้ไม้สอยเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ เป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นสิ่งประดับตกแต่งตามบ้านเรือนให้มีความสวยงามน่าอยู่ เป็นของใช้ตามวัฒนธรรมขนบประเพณีต่างๆ ของเล่นเด็ก ของกำนัล ของฝาก เป็นต้น

**ซาลาเปาไส้มะม่วง** จาก บ้านคลองซั้ง ตำบลไทร้อย อำเภอนิคมพัฒนา จังหวัดฉะเชิงเทรา ซึ่งเป็นพืชเศรษฐกิจ ของประชาชนชาวอำเภอนิคมพัฒนา และปลูกกันเป็นจำนวนมาก หากมะม่วงเหลือจากการส่งขาย และสุกงอมเต็มที่ ทำได้อย่างดีก็แค่ส้มแผ่น หรือส้มลิ้ม แต่คราวนี้ได้นำเนื้อมะม่วงสุกมาทวนปรุงรสให้ออกหวาน เพื่อใส่ไปเป็นไส้ในซาลาเปา



ซาลาเปาไส้มะม่วง

<sup>๖</sup> สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก, ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลด้านการเกษตรที่สำคัญของจังหวัด, <<https://www.opsmoac.go.th/phitsanulok-dwl-files-431291791098>>, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๕.

<sup>๗</sup> สำนักงานประมงจังหวัดพิษณุโลก, จำนวนผู้ทะเบียนชาวประมง (ทบ.๓) จังหวัดพิษณุโลก, ๒๔ กรกฎาคม ๒๕๖๔.



**น้ำมะม่วง** จากบ้านคลองซบรัง ตำบลไทรย้อย เป็นอีก ๑ ผลิตภัณฑ์ ที่แปรรูปมาจากมะม่วงพันธุ์น้ำดอกไม้ ซึ่งมีรสชาติหวานอมเปรี้ยว วิธีรับประทานจะต้องผสมน้ำมะม่วงและน้ำเปล่า ผสมให้เข้ากันตามความชอบ เมื่อดื่มแล้วจะรู้สึกสดชื่น สามารถเก็บไว้ได้นาน



น้ำมะม่วงเข้มข้น

**ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ** ของชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เช่น กระเป๋าผ้า กระเป๋าใส่ธนบัตร ปกสมุดจากผ้าขาวม้า กางเกงและเสื่อจากผ้าขาวม้า เป็นต้น



ผลิตภัณฑ์แปรรูปผ้าทอ

**ไซรัปมะพร้าวและไซรัปมะม่วง** ของชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก



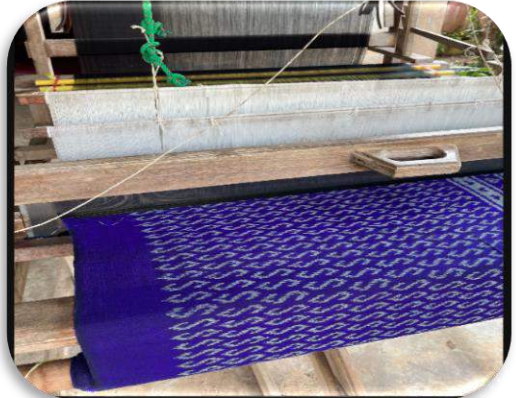
ไซรัปมะม่วง

**แชมพูสมุนไพร** ของชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก



แชมพูสมุนไพร

**กลุ่มผ้าทอ** ของชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนีนมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นผ้าทอ ที่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นมีการนำภูมิปัญญาดั้งเดิมของภาคอีสานมาอยู่ในการผลิตผ้าทอลาย



ผ้าทอลายขอ

**เสื่อกก** ของชุมชนบ้านผารังหมี ตำบลไทรย้อย อำเภอนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นที่นำเอาต้นกกมาแปรสภาพให้เป็นเส้นย้อมสี แล้วสานทอให้เป็นแผ่นผืนเพื่อนำมาใช้ปูลาดรองนั่งหรือนอน หรือทำธรรกรรมต่างๆ ตลอดจนทำพิธีกรรมทางศาสนา



เสื่อกก

# บทที่ ๓ ผลการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญต่อผู้ผลิต เนื่องจากสามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ OTOP และ SMEs จึงให้ความสำคัญในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อช่วยให้ผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่นมีคุณภาพ มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด วัตถุประสงค์ของการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มี ๒ ประการ คือ

๑. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเอื้อประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี ค้ำครองผลิตภัณฑ์ได้ ประหยัด มีประสิทธิภาพในการผลิต การบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา การวางจำหน่าย และการอุปโภค ทั้งนี้ การออกแบบต้องอาศัยความรู้และประสบการณ์ด้านวิศวกรรมศาสตร์และวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยเป็นส่วนใหญ่

๒. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสาร และสร้างผลกระทบทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยใช้ความรู้ทางศิลปะเข้ามาสร้างคุณลักษณะของการบรรจุภัณฑ์ให้มีคุณสมบัติต่างๆ ได้แก่

- ๒.๑ มีเอกลักษณ์พิเศษของผลิตภัณฑ์
- ๒.๒ สร้างความทรงจำหรือทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์ และบริษัทผู้ผลิต
- ๒.๓ ดึงดูดความสนใจของผู้อุปโภคตลอดจนให้เข้าใจถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์จึงเป็นกลวิธีทางการตลาดที่ทำให้สามารถขายผลิตภัณฑ์ได้เพิ่มมากขึ้น โดยก่อนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์นั้นออกแบบจะต้องคำนึงถึงสิ่งเหล่านี้<sup>๔</sup>

๑. ลักษณะของผลิตภัณฑ์

๒. กลุ่มเป้าหมาย

๓. การขนส่ง

๔. การใช้งาน

๕. ราคาต้นทุน

๖. ข้อกำหนดทางด้านกฎหมาย กฎระเบียบและข้อบังคับเกี่ยวกับฉลากการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาศึกษาเพื่อกระตุ้นธุรกิจประกอบการ ยกฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น เพื่อให้การผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ภายใต้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของอำเภอเนินมะปรางจังหวัดพิษณุโลก เพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนอย่างแท้จริง โดยการจัดกิจกรรมการออกแบบผลิตภัณฑ์เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในชุมชน กรณีศึกษา ๒ ชุมชน ดังนี้

### ๑. ชุมชนใหญ่ไทยเจริญ หมู่ ๔ บ้านกะบาก ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้เลือกชุมชนใหญ่ไทยเจริญเป็นกรณีศึกษา เนื่องจากชุมชนใหม่ชัยเจริญเพิ่งก่อตั้งกลุ่มเพื่อจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในชุมชน เมื่อปี พ.ศ. ๒๕๖๒ ซึ่งยังไม่ได้รับการสนับสนุนช่วยเหลือจากองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชน อาศัยประธานชุมชนที่เสียสละตนเพื่อช่วยเหลือชาวบ้านให้มีช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ เป็นเพียงการรวมตัวกันของคนในชุมชน ๒๐ คน ตั้งร้านค้าเล็กจัด

<sup>๔</sup> สุทธิศักดิ์ กลิ่นแก้วณรงค์, การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับสินค้า OTOP สู่การส่งออกบรรจุภัณฑ์, เอกสารการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตร “การเพิ่มกลยุทธ์การตลาดแก่ผู้ประกอบการ OTOP และวิสาหกิจชุมชน”, (กรุงเทพมหานคร : สำนักเทคโนโลยีชุมชน กรมวิทยาศาสตร์บริการ, ๒๕๕๙).

จำหน่ายผลผลิตและผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาที่สืบทอดรุ่นสู่รุ่น จึงต้องการความช่วยเหลือและสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ

ผลิตภัณฑ์ของชุมชนใหม่ชัยเจริญ จำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้าของชุมชนและเครื่องช่่ายภายในท้องถิ่น อาทิเช่น เครื่องจักสานจากคนในชุมชน โดยมีช่องทางการจัดจำหน่าย มี ๓ ช่องทาง คือ

๑. เป็นร้านค้าเล็กๆ ในชุมชน ซึ่งตั้งอยู่บริเวณหน้าบ้านประธานชุมชนใหม่ชัยเจริญ

๒. ออกบูทตามงานตลาดนัดต่างๆ ในอำเภอเนินมะปราง และอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก โดยจัดสมาชิกผลัดเปลี่ยนเวรดูแลในการขายแต่ละงาน

๓. เปิดเพจขายสินค้าชุมชนทางออนไลน์ คือ เฟสบุ๊ก มีลูกสาวเป็นคนดูแล



ผลิตภัณฑ์ของชุมชนใหม่ชัยเจริญ

### การดำเนินกิจกรรมมีขั้นตอนดังนี้

๑. ระดมความคิดของประชาชนในชุมชนเพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน

๒. ระดมความคิดของประชาชนในชุมชนเพื่อออกแบบสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน

๓. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน

๔. เพื่อหาต้นแบบผลิตภัณฑ์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยว

๕. เพื่อเสนอรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชนในการสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ไม้กวาดดอกหญ้าซึ่งเป็นสินค้าที่ขายดีเป็นอันดับหนึ่ง

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกชุมชนใหม่ไทยเจริญ ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่หลากหลาย แต่ยังไม่เป็นที่รู้จักในกลุ่มนักท่องเที่ยว ขาดการสนับสนุนด้านบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า โดยสร้างบรรจุภัณฑ์ให้กับชุมชนเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ สร้างความโดดเด่นให้กับสินค้าในชุมชน และออกแบบชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ จะแสดงด้วยตัวอักษร สัญลักษณ์ ของภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ซึ่งมีลักษณะที่โดดเด่น ชัดเจน เพราะตราสินค้าสื่อถึงสิ่งที่มีรูปลักษณะชัดเจน ลูกค้าหรือผู้บริโภค นักเที่ยวจะสามารถจดจำได้ง่าย และกลับมาซื้อสินค้าซ้ำได้อีก เป็นการพัฒนาทั้งระบบตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

**ขั้นตอนที่ ๑** กำหนดจุดมุ่งหมายการใช้ประโยชน์จากบรรจุภัณฑ์ เป็นกระบวนการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์เริ่มต้นด้วยการตั้งจุดมุ่งหมาย

**ขั้นตอนที่ ๒** การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นการตั้งกลยุทธ์หรือขั้นตอนพร้อมกรอบในการทำงานแต่ละขั้นตอน เพื่อบรรลุถึงจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ ในการวางแผนพัฒนาจะเริ่มต้นจากขั้นตอนดังต่อไปนี้

๑. การหาข้อมูลของสินค้าที่จะพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ เช่น ข้อมูลทางเทคนิค ทางด้านการตลาด การจัดส่ง ค่าใช้จ่าย
๒. ความต้องการของบรรจุภัณฑ์ ทั้งทางด้านเทคนิคและการใช้งาน
๓. รายละเอียดของรูปแบบของบรรจุภัณฑ์
๔. ข้อกำหนดบังคับตามกฎหมาย
๕. รวบรวมรายละเอียดระบบบรรจุภัณฑ์และวัสดุที่เหมาะสม
๖. ประเมินงบประมาณที่ต้องใช้ในการพัฒนา
๗. กำหนดมาตรการที่จะดำเนินการพัฒนาต่อหรือจะทิ้งโครงการพัฒนา
๘. กำหนดมาตรการที่จะทำการทดสอบตลาดหรือทดสอบภายในสถานที่จำลอง

เมื่อทราบคุณลักษณะและมาตรการต่างๆ อย่างครบถ้วนแล้ว จะเริ่มเห็นแนวทางของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้านั้นๆ

**ขั้นตอนที่ ๓** ปฏิบัติการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นการพัฒนาเริ่มต้นจากการเก็บข้อมูล และข้อมูลที่สำคัญที่สุด คือ ข้อมูลของสินค้า

๑. สินค้า คุณสมบัติของสินค้าที่ต้องทราบเป็นอันดับแรก คือ คุณสมบัติทางกายภาพและทางเคมี

๒. บรรจุกฎภัณฑ์ การพัฒนามาถึงขั้นตอนนี้ เมื่อทราบคุณลักษณะของสินค้า ความต้องการทางด้านการตลาดที่จะสนองตามจุดมุ่งหมายที่ได้ตั้งไว้ จะเริ่มเห็นแนวทางของบรรจุกฎภัณฑ์ที่จะใช้และเตรียมร่างต้นแบบขึ้นมาได้ พร้อมทั้งการจำลองสภาวะในการทดสอบของบรรจุกฎภัณฑ์

๓. เครื่องจักร สืบเนื่องต่อกับบรรจุกฎภัณฑ์ที่ได้เลือกไว้แล้ว ขั้นตอนที่ไปจะ เริ่มสรรหาเครื่องจักรบรรจุกฎภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการใช้งานซึ่งคล้ายคลึงกับการพัฒนา บรรจุกฎภัณฑ์ เครื่องจักรที่สรรหามาพิจารณาควรจะมีประเภทต่างๆ กันเพื่อ เปรียบเทียบประสิทธิภาพ ค่าใช้จ่าย และต้นทุน รายละเอียดของการจัดหา เครื่องจักร

เมื่อได้ข้อมูลครบก็เริ่มทำต้นแบบและเริ่มสอบถามความเห็นเบื้องต้นของ กลุ่มเป้าหมายจากต้นแบบร่างแบบบรรจุกฎภัณฑ์หลายๆ แบบที่เตรียมขึ้นมา

**ขั้นตอนที่ ๔** การประเมินรอบแรก จากร่างต้นแบบบรรจุกฎภัณฑ์หลายแบบที่ ได้พัฒนาขึ้นมา ขั้นตอนนี้จะทำการเปรียบเทียบและคัดบางแบบออก ใช้ในการ เปรียบเทียบเพื่อคัดออก คือ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมายและต้นทุน ของบรรจุกฎภัณฑ์ ตัวเลขของต้นทุนที่ได้มาจากผู้ผลิตบรรจุกฎภัณฑ์แหล่งต่างๆ ที่นำมา เปรียบเทียบนั้น เพื่อนำมาเปรียบเทียบให้เห็นถึงความแตกต่างของราคาเมื่อ เทียบกับบรรจุกฎภัณฑ์อื่นๆ ของบรรจุกฎภัณฑ์ที่ออกแบบ

**ขั้นตอนที่ ๕** การพัฒนาขั้นที่สอง การพัฒนาขั้นต่อมาเริ่มพิจารณา รายละเอียดปลีกย่อยของบรรจุกฎภัณฑ์ชั้นนอกและบรรจุกฎภัณฑ์ขนส่งของบรรจุกฎภัณฑ์ ชั้นใน (primary packaging) ที่ได้รับการคัดเลือกไว้แล้ว



**ขั้นตอนที่ ๖** การทดสอบการใช้งาน ในขั้นตอนนี้เป็นการทดสอบการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบในบรรจุภัณฑ์ที่เลือกเอาไว้จะมีการทดสอบในช่องทางการจัดจำหน่าย การขนส่ง การเก็บในคลังสินค้า ความหลากหลายของการทดสอบจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมาย ขอบเขตในการพัฒนาออกแบบ พร้อมทั้งงบประมาณของการพัฒนานั้น



ทดสอบบรรจุภัณฑ์ไม้กวาด



ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ไม้กวาดดอกหญ้า

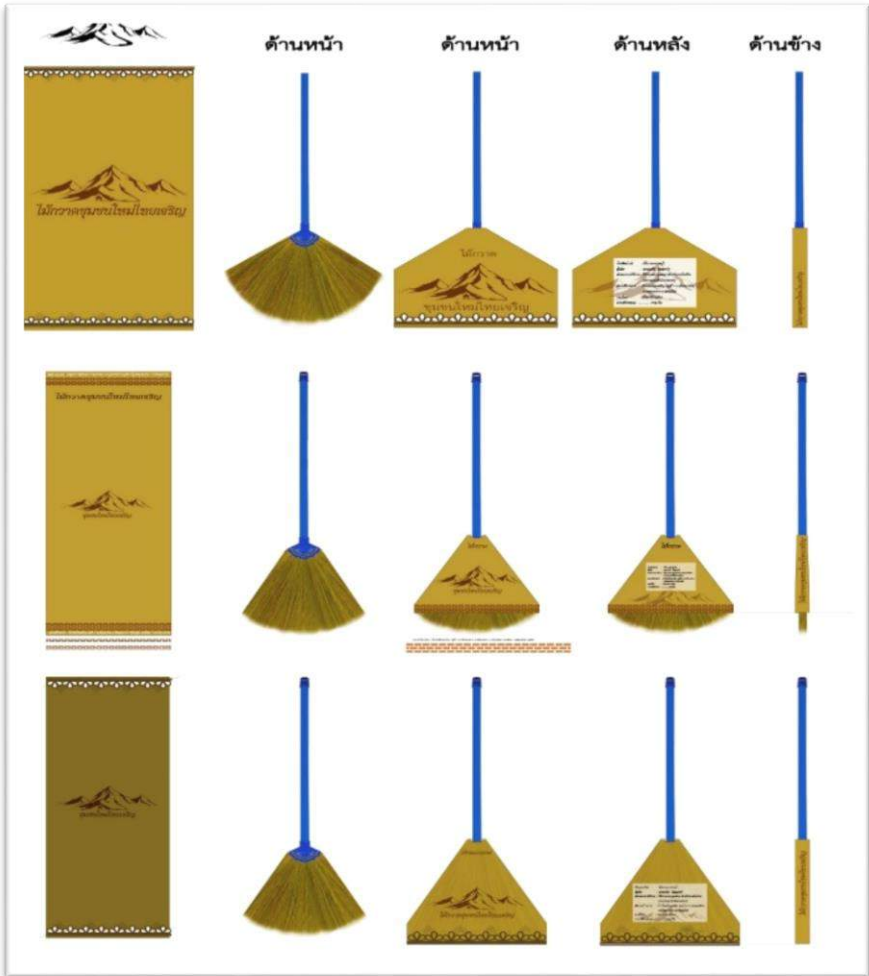
**ขั้นตอนที่ ๗** การประเมินครั้งสุดท้าย เป็นการประเมินว่าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนี้ตรงตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่และสมควรที่จะวางตลาดตามเวลาที่กำหนดไว้

ผู้วิจัยได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์จากความต้องการของสมาชิกกลุ่มชุมชนบ้านใหม่ไทยเจริญ พบว่า ชุมชนต้องการบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายขณะขนส่ง บรรจุภัณฑ์ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์มี ๓ แบบ ดังนี้

แบบที่ ๑ บรรจุภัณฑ์จะคลุมด้านปลายไม้กวาดดอกหญ้าทั้งหมด ซึ่งใช้กับไม้กวาดดอกหญ้าที่มีขนาดกว้าง ๗๙.๕ เซนติเมตร ยาว ๔๙ เซนติเมตร

แบบที่ ๒ บรรจุภัณฑ์จะโฉบด้านปลายของไม้กวาดดอกหญ้า

แบบที่ ๓ บรรจุภัณฑ์จะเก็บด้านข้างของดอกหญ้าให้มีขนาดเล็กลง แต่ยังคงขนาดดอกหญ้าไว้คงเดิม เพื่อสะดวกต่อการขนย้าย



ภาพแบบบรรจุภัณฑ์ไม้กวาดดอกหญ้า

จากปัญหาข้างต้นผู้วิจัยจึงได้พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมจากทางกลุ่มชุมชนใหม่ไทยเจริญ และกลุ่มผู้วิจัย โดยมีข้อสรุปว่า บรรจุภัณฑ์เป็นกระดาษลูกฟูก เนื่องจากบรรจุภัณฑ์แบบนี้มีลักษณะคงทน เป็นกระดาษที่มี

ลักษณะเป็นแผ่นกระดาษแปะหน้าไว้ ๒ ผืน โดยมีลอนกระดาษอยู่ตรงกลาง มีความแข็งแรง ทนทาน และรับน้ำหนักได้มาก ตัวกระดาษยังมีน้ำหนักที่เบา และยังสามารถวางต่อกันเป็นชั้นเพื่อประหยัดพื้นที่ได้อีกด้วย ซึ่งถ้าบรรจุลงไปแล้วจะมีลักษณะรูปร่างกะทัดรัด และมีกระดาษสำหรับติดชื้อตราयीหือ ผู้จำหน่าย มีที่จับสามารถที่จะพกพา หอบหิ้วได้โดยสะดวก อีกทั้งยังมีต้นทุนในการผลิตที่ต่ำกว่าบรรจุภัณฑ์แบบอื่นอีกด้วยจะทำให้ราคาที่บวกเพิ่มในตัวผลิตภัณฑ์ไม่สูงมาก



ภาพบรรจุภัณฑ์ของไม้กวาดดอกหญ้า ๓ แบบ

ขั้นตอนที่ ๘ การเสนอตรา  
สินค้าผู้วิจัยและสมาชิกกลุ่มจักสาน  
ชุมชนใหม่ไทยเจริญ ได้แนวคิดจาก  
ชื่อชุมชน



ภาพนำเสนอตราสินค้า

ภาพตราสินค้าที่นำเสนอต่อกลุ่มสมาชิกชุมชนใหม่ไทยเจริญ มี ๓ รูปแบบ  
ดังนี้

รูปแบบที่ ๑ แบบหลังคาทรงไทย ได้ภาพหลังคาทรงไทยมีข้อความ

“ชุมชนใหม่ไทยเจริญ” ตราสินค้ามี ๒ สีคือสีน้ำตาลและสีเหลืองทอง

รูปแบบที่ ๒ ภูเขาหินปูน ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทาง

ธรรมชาติที่มีชื่อเสียงโด่งดังใน อำเภอเนินมะปราง ได้ภาพภูเขาหินปูนมีข้อความ  
“เนินมะปราง บ้านเนินมะปราง และชุมชนใหม่ไทยเจริญ” ตราสินค้าเป็นสีน้ำตาล

รูปแบบที่ ๓ เป็นรูปหลังคาภายในใต้หลังมีภาพภูเขา และมีข้อความ “บ้าน

เนินมะปราง และชุมชนใหม่ไทยเจริญ” ตราสินค้าเป็นสีส้มอิฐและสีน้ำตาล



ภาพตราสินค้า ๓ รูปแบบ

ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาภาพตราสินค้า แบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มชุมชนใหม่ไทยเจริญ และกลุ่มผู้วิจัย โดยมีข้อสรุปว่าตราสินค้าแบบนี้มีลักษณะเป็นหลังคาทรงไทย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งสร้างความแตกต่างของตราสินค้าจากชุมชนอื่นๆ สามารถจดจำตราสินค้าของชุมชนได้ง่าย



ภาพป้ายห้อยสินค้า

## ๒. ชุมชนบ้านเนินดิน ตำบลเนินมะปราง อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาภาพตราสินค้า แบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มชุมชนบ้านเนินดิน ได้ตราสินค้าที่สามารถตอบโจทย์ความต้องการของชุมชน เป็นตราสัญลักษณ์บ้านที่ตั้งอยู่บนเนินดิน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนบ้านเนินดินที่เด่นชัด ซึ่งสร้างความแตกต่างของตราสินค้าจากชุมชนอื่นๆ สามารถจดจำตราสินค้าของชุมชนได้ง่าย



ภาพตราสินค้าบ้านเนินดิน

ตราสัญลักษณ์บนป้ายแบรนด์สินค้าบ้านเนินดินมีลักษณะเป็นรูปบ้านที่ตั้งอยู่บนเนินดิน ซึ่งตรงกับชื่อชุมชน พร้อมทั้งใส่ข้อความชื่อชุมชนที่ผลิตสินค้า

ลักษณะของป้ายห้อยสินค้าของบ้านเนินดิน เป็นแบบการพับ ๑ ทบ คือ การพับครึ่งกระดาษ เป็นการแบ่งกระดาษออกเป็น ๒ ส่วน ขนาดก่อนพับ มีความยาว ๘ เซนติเมตร กว้าง ๓.๕ เซนติเมตร เมื่อพับ ๑ ทบ จะมีขนาดความยาว ๔ เซนติเมตร กว้าง ๓.๕ เซนติเมตร โดยมีข้อความดังนี้

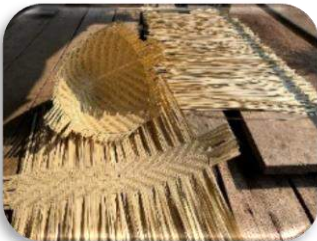
๑. ด้านนอกป้ายห้อยสินค้า ประกอบด้วย ตราสัญลักษณ์ของสินค้า ชื่อผู้จัดทำ เบอร์โทรศัพท์และไลน์ของผู้ผลิตสินค้า

๒. ด้านในป้ายห้อยสินค้า ประกอบด้วย ข้อมูลประวัติ ชื่อผลิตภัณฑ์ ลักษณะการใช้งาน และราคาที่จัดจำหน่าย

๓. เจาะรูตรงกลางเพื่อใส่เชือกสำหรับห้อยบนตัวผลิตภัณฑ์



ข้อมูลบนป้ายห้อยสินค้าบ้านเนินดิน



ป้ายห้อยสินค้าบ้านเนินดิน

## รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนภายใต้ฐานภูมิปัญญาและวิถีชีวิตของชุมชน เพื่อการเพิ่มมูลค่าและการสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่เข้าสู่ตลาด ในกลุ่มนักท่องเที่ยว ในธุรกิจโรงแรม ด้วยการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ด้านรูปแบบ ด้านบรรจุภัณฑ์ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้านภูมิปัญญา เพื่อให้มั่นใจว่าจะได้รับบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุตามที่ต้องการ ใช้งานได้ตรงตามประสงค์ ได้รับตามจำนวนที่ต้องการต่อหน่วยขนส่ง และครอบคลุมรายละเอียดที่จำเป็นในการใช้งานทั้งหมด รวมทั้งคุณสมบัติและลักษณะพิเศษที่มีความโดดเด่น

ผู้วิจัยจึงได้รูปแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชน ภายใต้แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน โดยใช้แนวคิดดังนี้

๑. คำนึงถึงวัตถุดิบที่มีอยู่ในท้องถิ่น ที่สามารถจัดหามาได้โดยไม่ต้องลงทุนในงบประมาณจำนวนมาก และวัตถุดิบมีปริมาณมาก

๒. ความสนใจของประชาชนในชุมชน หากประชาชนมีความสนใจที่จะมีรายได้ที่เพิ่มขึ้น จะส่งผลให้มีความตั้งใจ ที่จะเรียนรู้และพยายามจนประสบผลสำเร็จได้

๓. ประชาชนชาวบ้านหรือผู้ที่สามารถถ่ายทอดความรู้ให้กับประชาชนในชุมชน และมีความรู้ทางด้านการผลิตสิ่งของเครื่องใช้ที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น การทอผ้าการจักสาน และอุปกรณ์ที่ใช้ทำมาหากิน เช่น การจักรสานไซดักปลา เป็นต้น

๔. การสนับสนุนจากผู้นำชุมชน หรือหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนในด้านการจัดหาวิทยากรผู้ที่มีความรู้ความสามารถมีช่วยในการส่งเสริมสนับสนุนการฝึกอาชีพ การผลิตสินค้า การแปรรูปอาหาร เป็นต้น

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบมี ๔ ชิ้นงานดังนี้

๑. โคมไฟจากการจักสานจากไม้ไผ่ ในรูปแบบต่างๆ



โคมไฟจากการจักสานจากไม้ไผ่



๒. เครื่องชงกาแฟจากต้นไผ่ ตัวกรองกาแฟผลิตจากไม้ไผ่โดยได้แนวคิดจากการสานหวดหนึ่งข้าว มีการปรับขนาดให้เล็กลงเพื่อให้ใส่พอดีกับตัวชาตั้งจากต้นไผ่ โดยมีการออกแบบขาตั้งในรูปแบบต่างๆ ดังนี้



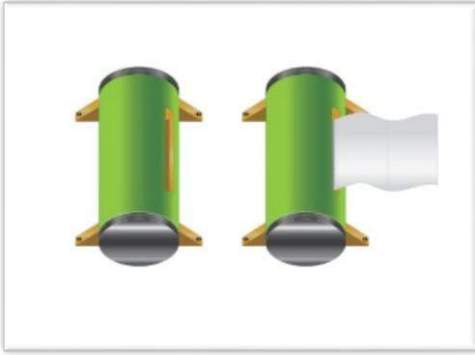
เครื่องชงกาแฟจากต้นไผ่

๓. กระปุกออมสินจากต้นไผ่



กระปุกออมสินจากต้นไผ่

#### ๔. กล่องใส่กระดาษชำระ ผลิตจากต้นไผ่สำหรับติดตั้งหรือตั้งโต๊ะ



กล่องใส่กระดาษชำระจากต้นไผ่



ผู้วิจัยได้รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า

๑. ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นดั้งเดิม มีการพัฒนาต่อเนื่องด้วยตนเองโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

๒. ได้รับการสนับสนุนจากองค์ภาครัฐในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่สามารถสร้างรายได้ให้กับครอบครัว เป็นเพียงการอบรมให้ความรู้ เพื่อให้ชาวบ้านในชุมชนนำไปต่อยอด ทั้งนี้ก็ยังคงขาดเครื่องมือหรืออุปกรณ์ที่ทันสมัย ซึ่งมีราคาสูงในการผลิตสินค้า ผลิตภัณฑ์จึงเป็นผลิตภัณฑ์ที่ถูกสร้างขึ้นด้วยฝีมือชาวบ้าน ส่งผลให้เกิดการผลิตที่ล่าช้า มีจำนวนน้อยไม่เพียงพอต่อความต้องการของท้องตลาด

๓. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์มีทั้งรูปแบบพัฒนาจากผู้ผลิตอื่นเล็กน้อย แนวคิดของกลุ่ม และข้อเสนอแนะจากลูกค้า และได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานรัฐ โดยรัฐบาลได้สนับสนุนวิทยากรผู้ที่มีความรู้ความสามารถ และประสบการณ์สูงมาช่วยอบรม และถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่ชาวบ้าน

๔. ไม่มีบรรจุกฎหมายของกลุ่ม ไม่มีตราสินค้า และขาดการส่งเสริมข้อมูลในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือเอกลักษณ์ของท้องถิ่น

๕. ส่งเสริมให้ชุมชนผลิตวัสดุดิบเอง สาเหตุเนื่องจากการขาดวัตถุดิบในการผลิตสินค้า ได้แก่

๕.๑ ไม้ไผ่ ต้องสั่งซื้อจากต่างจังหวัด ซึ่งมีราคาสูง จึงต้องส่งเสริมสนับสนุนให้ประชาชนในชุมชนหันมาให้ความสำคัญปลูกต้นไผ่ ไว้เพื่อรองรับการผลิตที่เพิ่มมากขึ้นในอนาคต

๕.๒ ต้นดอกหญ้าที่นำมาผลิตไม้กวาดดอกหญ้า ซึ่งปัจจุบันทางกลุ่มได้สั่งซื้อจากต่างจังหวัด ส่งผลให้ต้นทุนในการผลิตไม้กวาดดอกหญ้ามียอดต้นทุน อีกทั้งผู้ที่มีฝีมือในการทำไม้กวาดดอกหญ้ามักลดลง

## บทที่ ๔ องค์ความรู้รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการ ท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

การส่งเสริมศักยภาพเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในระดับฐานรากนั้น ยุทธศาสตร์ชาติ ๒๐ ปี (พ.ศ. ๒๕๖๑-๒๕๘๐) ได้กำหนดกรอบด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้เกิดความยั่งยืนประชาชนมีคุณภาพชีวิตและมีรายได้ที่ดีขึ้น รวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐-๒๕๖๔)<sup>๔</sup> ยุทธศาสตร์ที่ ๓ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน มีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการเพื่อตอบสนองต่อโจทย์การพัฒนารองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ หนึ่งในแนวคิดดังกล่าวของภาครัฐเพื่อสนองโจทย์ดังกล่าวนี้พบว่า กรมการพัฒนาชุมชนได้ริเริ่มแนวคิดนวัตกรรมวิถีในการจัดการชุมชนเพื่อให้มีศักยภาพพร้อมรองรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดีชวนกันคิดชวนกันทำผลิตสินค้าและบริการรวมทั้งมีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระดับชุมชนที่มีเสน่ห์ดึงดูดและมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเพื่อกระจายรายได้ให้คนในชุมชน อันเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมาตั้งแต่ปี พ.ศ. ๒๕๖๑ ซึ่งเป็นแนวคิดที่น่าสนใจและประสบความสำเร็จในบางพื้นที่มาโดยลำดับ เช่น การสร้างตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) โครงการ OTOP Tourism Village โครงการ OTOP Product Champion การจัดงาน OTOP City การส่งเสริมการท่องเที่ยวและจัดตั้งร้านค้าสินค้า OTOP ในสถานที่ท่องเที่ยว การส่งเสริมการส่งออก

<sup>๔</sup> สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔), กรุงเทพมหานคร, ๒๕๖๐.

ผลิตภัณฑ์ OTOP การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและความรู้จาก JETRO และองค์กรอื่นๆ<sup>๑๐</sup>

การวิเคราะห์องค์ประกอบและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อให้เห็นภาพชัดเจน ผู้วิจัยจึงสรุปองค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ และแสดงให้เห็นเป็นแบบ (Synthesis Model) โดยสรุปองค์ความรู้ใน ๓ ประเด็น ๑. ผลการศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ๒. ผลการวิเคราะห์ออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และ ๓. ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งทั้ง ๓ ประเด็นนี้ ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแผนภาพองค์ความรู้ ดังนี้



องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

<sup>๑๐</sup> กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์, แนวทางและหลักเกณฑ์ การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ๒๕๖๒, <<https://korat.cdd.go.th/wp- B5-2562.pdf>>, ๕ มิถุนายน ๒๕๖๔.

จากภาพ ผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ริเริ่มจากความรู้ของชาวบ้านที่สร้างขึ้นจากประสบการณ์ ความรอบรู้ ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในชีวิตของคนในชุมชน ผ่านกระบวนการศึกษา สังเกต คิดวิเคราะห์ และความเฉลียวฉลาดของแต่ละคนจนเกิดปัญหา ตกผลึกมาเป็นองค์ความรู้ที่ประกอบกันขึ้นมาจากความรู้เฉพาะหลายๆ เรื่อง ซึ่งได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ เรียนรู้จากพ่อแม่ ปู่ย่า ตายาย ญาติพี่น้อง และผู้ที่มีความรู้ในชุมชน ความรู้เหล่านี้เกี่ยวข้องการดำเนินชีวิต ประสบการณ์ มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับสภาพการณ์ทางแวดล้อม และวัฒนธรรมที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิตได้อย่างเหมาะสม ความรู้ดังกล่าวไม่ได้แยกย่อยออกมาให้เห็นเป็นศาสตร์เฉพาะสาขาวิชาต่างๆ อาจกล่าวได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ที่มีอยู่ทั่วไปในสังคม ชุมชน และในตัวของผู้รู้เองหากมีการสืบค้นหาเพื่อศึกษาและนำมาใช้ก็จะเป็นที่รู้จัก เกิดการยอมรับ ถ่ายทอด และพัฒนาไปสู่คนรุ่นใหม่ตามยุคตามสมัยได้ เป็นแนวทางหลักเกณฑ์มีวิถีปฏิบัติที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว ความสัมพันธ์กับผู้ล่วงลับไปแล้วกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์และกับธรรมชาติ ความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่งระหว่างการสืบทอดมีการปรับปรุง ประยุกต์และเปลี่ยนแปลง จนอาจเกิดเป็นความรู้ใหม่ตามสภาพการณ์ทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้องค์ความรู้ยังคงอยู่ จึงจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่จะรับการถ่ายทอดองค์ความรู้นั้น ต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ เกิดความรักที่จะเรียนรู้ และต้องมีทักษะในการเรียนรู้ภูมิปัญญาต่างๆ ของท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การปรับปรุงเปลี่ยนแปลง หรือต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้เกิดคุณค่า มีอัตลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นของแต่ละชุมชนสามารถสร้างรายได้ให้กับตนเอง ครอบครัว และท้องถิ่น สืบต่อไป



## องค์ความรู้ที่ ๑ Community

C คือ Community ได้แก่ ชุมชน

ชุมชนได้รับการร่วมมือ ร่วมแรง ร่วมใจ จากประชาชน โดยการมีส่วนร่วม ทั้งการคิดร่วม วางแผนร่วม ทำกิจกรรมร่วม ติดตามประเมินผลร่วมกัน เรียนรู้ร่วมกันและรับประโยชน์ร่วมกัน การด้านการกำหนดทิศทาง นโยบายการบริหาร การจัดการ การประสานงาน เพื่อให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นไปตามเจตนารมณ์ของสมาชิกในชุมชนที่เห็นร่วมกัน ที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชนเพื่อชุมชน และชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของมีสิทธิในการจัดการดูแลเพื่อให้เกิดการเรียนรู้แก่ผู้มาเยือน หัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) ในกิจกรรมทางการท่องเที่ยว เช่น การประดิษฐ์ และจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมอันเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เทศกาลประเพณี การนำนักท่องเที่ยวชมกระบวนการทางการเกษตร ท่องเที่ยวโดยชุมชนที่หลายประเทศนำไปปฏิบัติและประสบความสำเร็จ



## องค์ความรู้ที่ ๒

### Skill

**S** คือ Skill ได้แก่ ทักษะ

ทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม จะเป็นตัวกำหนดความพร้อม ทั้งด้านการปรับตัว การริเริ่มสร้างสรรค์ การเป็นตัวของตัวเอง และการเป็นผู้สร้างหรือผู้ผลิต เนื่องด้วยในปัจจุบันมีการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารผ่านทางสื่อและเทคโนโลยีมากมาย ทักษะด้านสารสนเทศ สื่อ และเทคโนโลยีจึงเป็นหัวใจหลักในการสร้างภาพลักษณ์ ซึ่งการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการดำเนินงานหรือด้านการผลิตสินค้า ช่วยให้เกิดความน่าเชื่อถือและเกิดภาพลักษณ์ที่ดีต่อองค์กร ทำให้ลูกค้าไว้วางใจและเกิดการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะการสร้างรายได้เปรียบด้านการแข่งขัน การนำระบบคอมพิวเตอร์เข้ามาช่วยในการดำเนินงาน เช่น ระบบการสั่งซื้อ ระบบการชำระเงิน ระบบการเช็คสินค้าคงเหลือ การนำเสนอรูปแบบของสินค้า เป็นต้น สิ่งเหล่านี้จะช่วยอำนวยความสะดวกแก่ลูกค้า ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ ทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้นและเร็วขึ้น และสร้างรายได้เปรียบด้านการแข่งขันด้วย





## องค์ความรู้ที่ ๓ Knowledge

K คือ Knowledge ได้แก่ ภูมิปัญญา

ภูมิปัญญาท้องถิ่น หมายถึง รากฐานของความรู้ของชาวบ้านหรือความรู้ของชาวบ้านที่เรียนรู้ และมีประสบการณ์สืบทอดกันมาทั้งทางตรงคือ ประสบการณ์ด้วยตนเอง หรือทางอ้อม ซึ่งเรียนรู้จากผู้ใหญ่หรือความรู้ที่ได้สั่งสมสืบทอดกันมา รวมทั้งทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดได้เองที่นำมาใช้ในการแก้ปัญหา เป็นสติปัญญา เป็นองค์ความรู้ทั้งหมดของชาวบ้าน ทั้งกว้าง ทั้งลึก ที่ชาวบ้านสามารถคิดเองทำเอง โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาการดำเนินวิถีชีวิตได้ในท้องถิ่นอย่างร่วมสมัย ที่ได้มีพัฒนาการสืบสานกันมา และได้แลกเปลี่ยนรังสรรค์กับกลุ่มชนอื่นจากพื้นที่สิ่งแวดล้อมอื่นที่ได้มีการติดต่อ



# บทที่ ๕ ข้อเสนอแนะในการศึกษา

## ๑. ข้อเสนอแนะเชิงบริหาร

๑.๑ หน่วยงานทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ที่เกี่ยวข้องควรให้ชุมชนได้มีส่วนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อการเชื่อมโยงกับท่องเที่ยวของชุมชนในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ควรดำเนินการส่งเสริมการตลาด

๑.๒ หน่วยงานทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น โดยการจัดการความรู้ ของชุมชนเพื่อที่จะหนุนเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีการสืบทอดภูมิปัญญา และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

๑.๓ ควรมีการส่งเสริมการผลิตวัตถุดิบในท้องถิ่นที่กำลังจะขาดแคลนในอนาคต เช่น การปลูกต้นไม้สำหรับผลิตผลิตภัณฑ์จักสาน การปลูกต้นดอกหญ้าสำหรับทำไม้กวาด เป็นต้น

## ๒. ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

๒.๑. ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น อย่างต่อเนื่อง

๒.๒ ควรได้รับความร่วมมือกับสถานศึกษา

๒.๓ ควรมีการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนและผู้ประกอบการ ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนในการมีส่วนร่วมเกี่ยวกับการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

## ๓. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นเพียงแนวทางในการพัฒนา หากต้องการพัฒนาเป็นรายกลุ่มอาชีพ ควรจัดอันดับความสำคัญเร่งด่วน มีหลายชุมชนที่ยัง

ขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้าและตราสัญลักษณ์ สำหรับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่

## บรรณานุกรม

กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ กระทรวงพาณิชย์. **แนวทางและหลักเกณฑ์ การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ไทย ๒๕๖๒**, <<https://korat.cdd.go.th/wp-B5-2562.pdf>>, ๕ มิถุนายน ๒๕๖๔.

ระเบียบสำนักนายกรัฐมนตรี ว่าด้วยคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. ๒๕๔๔. <<http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTEROPM/DRAWER01/GENERAL/DATA0004/00004314.PDF>>, ๕ มิถุนายน ๒๕๖๔.

สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก. **ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลด้านการเกษตรที่สำคัญของจังหวัด**, <<https://www.opsmoac.go.th/phitsanulok-dwl-files-431291791098>>, ๒๖ มีนาคม ๒๕๖๕.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ ๑๒ (พ.ศ. ๒๕๖๐ - ๒๕๖๔)**, กรุงเทพฯ, ๒๕๖๐.

สำนักงานประมงจังหวัดพิษณุโลก. **จำนวนผู้ทะเบียนชาวประมง (ทบ.๓) จังหวัดพิษณุโลก**, ๒๙ กรกฎาคม ๒๕๖๔.

สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพิษณุโลก. **จำนวนประชากรสัตว์สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพิษณุโลก**, ๒๕๖๔.

สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเนินมะปราง, **ประวัติความเป็นมา**, <<https://district.cdd.go.th/noenmaprang>>, ๖ เมษายน ๒๕๖๕.

สุทธิศักดิ์ กลิ่นแก้วณรงค์, **การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับสินค้า OTOP สู่ออกบรรจุภัณฑ์**, เอกสารการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการหลักสูตร “การเพิ่มกลยุทธ์การตลาดแก่ผู้ประกอบการ OTOP และวิสาหกิจชุมชน”, (กรุงเทพมหานคร : สำนักเทคโนโลยีชุมชน กรมวิทยาศาสตร์บริการ, ๒๕๕๙).



การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก  
Development of Community Product for Promote Tourism Promotion  
of NoenMaprang District, Phitsanulok Province

