

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัด พิษณุโลก

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

ณัฐยาณี บุญทองคำ¹ และจุมพต อ่อนทรงวง²

Nattayanee Boontongkham and Chumphot Onsuang

Received: October 03, 2022

Revised: November 25, 2022

Accepted: December 05, 2022

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก 2) ออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก และ 3) เสนอรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมผสานในเชิงเอกสาร และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ซึ่งเป็นตัวแทนชุมชน หน่วยงานภาครัฐ พระสงฆ์ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับแหล่งท่องเที่ยวในอำเภอเนินมะปราง จำนวน 24 คน และการสนทนากลุ่มเฉพาะกับผู้เกี่ยวข้อง จำนวน 10 คน ผลการวิจัย พบว่า 1) ผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า มีการเสริมสร้างความรู้ ทักษะและพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความโดดเด่น มีคุณภาพมาตรฐานพร้อมที่จะจำหน่ายทั้งในตลาดภายในและตลาดต่างประเทศได้ ที่สำคัญผลิตภัณฑ์นั้นยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างเด่นชัด 2) การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

¹⁻² วิทยาลัยสงฆ์พุทธชินราช; Buddhachinaraj Buddhist College

พบว่า ได้รับการสนับสนุนภาครัฐและภาคเอกชน แม้ว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะเป็นที่ยอมรับ โดยทั่วไป ทั้งด้านรสชาติ คุณภาพที่ดี แต่การบรรจุภัณฑ์ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ผู้วิจัยได้ เสนอแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดการพัฒนา ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้ 2.1) ประเภทของตกแต่ง 2.2) ประเภทตราตราสัญลักษณ์ 2.3) ประเภท บรรจุภัณฑ์ และ 3) รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า การพัฒนารูปแบบสินค้าเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของ นักท่องเที่ยวและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า สร้างความโดดเด่น ดังนี้ 3.1) มีความแข็งแรง 3.2) มีราคา ขายเป็นที่เหมาะสม 3.3) สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ 3.4) ความงาม 3.5) มีความ สะดวกสบายในการใช้งาน 3.6) การดูแลรักษา 3.7) มีความปลอดภัย และ 3.8) การขนส่งที่รวดเร็ว

คำสำคัญ: การท่องเที่ยว, การพัฒนา, ผลิตภัณฑ์ชุมชน

Abstract

The objectives of this research article were 1) to study community products for tourism promotion in Noen Maprang District, Phitsanulok Province; 2) to design and develop community products for tourism promotion in Noen Maprang District, Phitsanulok Province; and 3) to propose a community product development model to promote tourism in Noen Maprang District, Phitsanulok Province. This was an action research which was a documentary mixed research and qualitative research by in-depth interviews with 24 key informants who represented the community government agencies, monks and people involved in tourist attractions in Noen Maprang District and focus group discussion with 10 people involved. The results of the research were as follows: 1) community products for tourism promotion in Noen Maprang District, Phitsanulok province found that there was promoting knowledge, skills and further development of OTOP products to be outstanding, standard quality ready to be sold both in the domestic market and in foreign markets. Most importantly, the product still maintained its identity; 2) design and development of community products to promote tourism in Noen Maprang District, Phitsanulok province found that it received support from the government and private sectors.

Although the quality of the product was generally accepted both in terms of taste, good quality, but the packaging had not been developed as it should be. The researcher had proposed guidelines for product design and development as a guideline for further development into 3 categories as follows: 2.1) type of decoration, 2.2) type of logo, 2.3) type of packaging, and 3) form of community product development for promoting tourism in Noen Maprang District, Phitsanulok province found that the development of product forms to meet the needs of tourists and add value to the product to make outstanding, namely 3.1) strength, 3.2) reasonable selling price, 3.3) able to meet user needs, 3.4) beauty, 3.5) convenience in use, 3.6) maintenance, 3.7) safety, and 3.8) fast shipping.

Keywords: Tourism, Development, Community Products

บทนำ

ประเทศไทยมีวัฒนธรรมและประเพณีต่างๆ ที่ปฏิบัติสืบทอดกันมาแต่โบราณ และมีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลาย ด้วยกระแสแห่งโลกาภิวัตน์ที่ขับเคลื่อนให้ผู้คนสามารถเดินทางด้วยความสะดวกรวดเร็วส่งผลต่อการเป็นจุดมุ่งหมายในการท่องเที่ยวของประชาคมโลกมานับกว่า 50 ปีโดยในปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวต่างชาติรวมทั้งหมด 3.06 ล้านล้านบาทโดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในไทย 39.77 ล้านคนคิดเป็นสัดส่วนถึงร้อยละ 12 ของ GDP ปฏิเสธไม่ได้ว่าการดำรงอยู่ของกระแสโลกาภิวัตน์ส่งผลต่อความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศมาอย่างยาวนาน ในด้านการส่งเสริมศักยภาพเศรษฐกิจการท่องเที่ยวในระดับฐานรากนั้นยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ได้กำหนดกรอบด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขันที่มุ่งเน้นการพัฒนาภาคการผลิตและบริการให้สามารถแข่งขันได้เกิดความยั่งยืน ประชาชนมีคุณภาพชีวิตและมีรายได้ที่ดีขึ้นรวมทั้งแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560) ยุทธศาสตร์ที่ 3 การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืนมีแนวทางเสริมสร้างขีดความสามารถการแข่งขันในเชิงธุรกิจของภาคบริการเพื่อตอบสนองต่อโจทย์การพัฒนารองรับการเป็นแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ หนึ่งในแนวคิดดังกล่าวของภาครัฐเพื่อสนองโจทย์ดังกล่าวนั้นพบว่ากรมการพัฒนาชุมชนได้ริเริ่มแนวคิดนวัตกรรมวิถีในการจัดการชุมชน

เพื่อให้มีศักยภาพพร้อมรองรับการเป็นเจ้าบ้านที่ดีชวนกันคิดชวนกันทำผลิตสินค้าและบริการ รวมทั้งมีการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวระดับชุมชนที่มีเสน่ห์ดึงดูดและมีคุณค่าเพียงพอให้นักท่องเที่ยวเข้ามาเยี่ยมชมเยือนเพื่อกระจายรายได้ให้คนในชุมชนอันเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2561 ซึ่งเป็นแนวคิดที่น่าสนใจและประสบความสำเร็จในบางพื้นที่มาโดยลำดับที่สำคัญ เช่น การสร้างตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) โครงการ OTOP Tourism Village โครงการ OTOP Product Champion การจัดงาน OTOP City การส่งเสริมการท่องเที่ยวและจัดตั้งร้านค้าสินค้า OTOP ในสถานที่ท่องเที่ยว การส่งเสริมการส่งออกผลิตภัณฑ์ OTOP การสนับสนุนด้านเทคโนโลยีและความรู้จาก JETRO และองค์กรอื่น ๆ (กระทรวงพาณิชย์, 2562) และการจัดตั้งทีมงานด้านการตลาดจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น ในบางชุมชนมี ผลิตภัณฑ์ชุมชนไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการ การดูแล การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

อำเภอเนินมะปรางเดิมเป็นตำบลที่อยู่ในเขตการปกครองของอำเภอวังทอง จังหวัดพิษณุโลก ราษฎรส่วนใหญ่อพยพมาจากหลายพื้นที่ โดยเฉพาะทางภาคอีสาน เช่น จังหวัดร้อยเอ็ด เลย มหาสารคาม เพชรบูรณ์ เป็นต้น จึงทำให้มีวัฒนธรรมประเพณีที่หลากหลาย จากสถานการณ์ในช่วงปี พ.ศ. 2516-2519 มีผู้ก่อการร้ายคอมมิวนิสต์เข้าปลุกระดมมวลชนทำการแทรกซึมบ่อนทำลาย และชุมโจมตีสถานที่ราชการอยู่เนือง ๆ ทางราชการจึงได้แยกพื้นที่บางส่วนของอำเภอวังทองตั้งเป็นกิ่งอำเภอเนินมะปราง เมื่อวันที่ 1 กันยายน 2519 และต่อมาได้ยกฐานะเป็นอำเภอเนินมะปรางเมื่อวันที่ 1 เมษายน 2526 อำเภอเนินมะปรางมีเนื้อที่ประมาณ 11,029.55 ตารางกิโลเมตร (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเนินมะปราง, 2565) และมีภูมิปัญญาด้านการทอผ้ามัดหมี่พื้นเมืองที่สืบทอดกันมาจากรุ่นปู่ย่า ตายาย ชางลายของผ้าทอมัดหมี่เป็นลายที่ไม่ซ้ำกับชุมชนใด คือ ลายช่อมะปราง ที่ต่อยอดความคิดจากสิ่งใกล้ตัวมาเป็นลายผ้าทอที่มีคุณค่าและสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนสะท้อนชื่อที่ตั้งของหมู่บ้าน ในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ปัจจุบันบ้านผารังหมี่กลายเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยว จึงได้เปิดบ้านผารังหมี่แห่งนี้เป็นศูนย์การเรียนรู้การทอผ้าทุกชั้นตอน และนอกจากการทอผ้าผืนแล้ว ก็ต่อยอดนำผ้าเหล่านี้ไปแปรรูป ทั้งแปรรูปตัดเย็บเป็นชุด แปรรูปเป็นกระเป๋าเป้ กระเป๋าย่าม เป็นกางเกง เป็นพวงกุญแจที่หลากหลายอีกด้วย เวลาที่นักท่องเที่ยวมาสนับสนุนสินค้าที่ตัวเอง ผลิตเอง ก็จะมีรู้สึกภูมิใจเพราะทำเองกับมือ บางรายนักท่องเที่ยวที่มาแล้วมาซ้ำอีก ชุมชนมีรายได้เพิ่มนอกเหนือจากการทำนา

ดังนั้นผู้วิจัยจึงเห็นถึงความสำคัญของการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาศึกษา ให้มีกระบวนการวางแผนการผลิตสินค้าและการกำหนดขั้นตอนการผลิต การจัดทำวัตถุประสงค์ที่เพียงพอทันต่อความต้องการ มีการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมทั้งมีการพัฒนากระบวนการผลิตสินค้า เพื่อกระตุ้น ธุรกิจประกอบการ ยกย่องฐานะ ความเป็นอยู่ ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น เพื่อให้การผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น ให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรม ยกย่องฐานะ ความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น มีจุดเด่น มีความเป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในจังหวัดพิษณุโลก ภายใต้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยวที่ยั่งยืนของอำเภอเนินมะปรางจังหวัดพิษณุโลกเพื่อให้เกิดประโยชน์แก่ชุมชนอย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก
3. เพื่อเสนอรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

วิธีดำเนินการวิจัย

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action research) ซึ่งเป็นการวิจัยแบบผสมผสานในเชิงเอกสาร (Documentary Research) การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ประกอบด้วย

1. การศึกษาวิจัยเชิงเอกสาร (Document Study) ทำการศึกษาบริบทและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา ชาติพันธุ์วรรณา จดหมายเหตุ หนังสือ รายงานการวิจัย ภาพถ่ายและเอกสาร รวมถึงการแสวงหาประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้น ดังนี้

- 1.1 ศึกษา ค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม ประเพณี ภูมิปัญญา ชาติพันธุ์วรรณา จดหมายเหตุ หนังสือ รายงานการวิจัย

1.2 ทำการศึกษาวิเคราะห์แนวความคิดการดำเนินกิจกรรม OTOP นวัตกรรม ของกรมพัฒนาชุมชน

1.3 สรุปผลการศึกษาที่แสดงให้เห็นถึงแนวคิด หลักการ รูปแบบความเป็นมาเพื่อนำสู่ข้อมูลชุดความรู้

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ เน้นการศึกษาวิเคราะห์และการมีส่วนร่วมทั้งการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัย รายงานการประชุมที่เกี่ยวข้อง การประชุมกลุ่มย่อย (Focus Group) ส่วนการวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูลนั้นเน้นวิธีการแสวงหาความรู้ จากการตั้งประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก โดยดำเนินการและใช้เครื่องมือที่สำคัญ ได้แก่

2.1 แบบสัมภาษณ์ (Interview) โดยคณะผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) สำหรับโดยกำหนดตัวแทนชุมชน หน่วยงานภาครัฐ และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก แบบสัมภาษณ์มีประเด็นในการสัมภาษณ์ ดังนี้

2.1.1 ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นอย่างไร

2.1.2 ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับรองสิ่งบ่งชี้ทางในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เป็นอย่างไร

2.1.3 ผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีอะไรบ้าง

2.1.4 ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน มีกระบวนการการส่งเสริมแหล่งการท่องเที่ยวของอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก อย่างไร

2.1.5 ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน มีกระบวนการการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก อย่างไร

2.1.6 ปัญหาในพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีอะไรบ้าง

2.1.7 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีอะไรบ้าง

2.2 การจัดประชุมกลุ่มย่อย (Focus group) โดยโดยมีนักวิชาการและผู้ทรงคุณวุฒิรวมทั้งผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อใช้ค้นหาคำตอบที่ยัง

คลุมเครือ หรือยังไม่แน่ชัดของการวิจัยแบบสำรวจ เพื่อช่วยให้งานวิจัยสมบูรณ์ยิ่งขึ้น จำนวน 10 คน โดยมีประเด็นสนทนา ดังนี้

2.2.1 ผลិតภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

2.2.2 ความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

2.2.3 ภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และชุมชน มีกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

2.2.4 แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

2.2.5 ปัญหาและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก

2.3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การศึกษาครั้งนี้ ได้ทำการศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากองค์กรต่างๆ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำท้องถิ่น ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน กรรมการหมู่บ้าน และภาคประชาชน ได้แก่ กลุ่มองค์กร ปราชญ์ชุมชนและเครือข่ายเอกชน จำนวน 24 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงตามความสำคัญของการศึกษาวิจัย

3. การวิจัยเชิงปฏิบัติการ เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วม เน้นการปฏิบัติการและการศึกษาผลการปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการพัฒนา ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน ได้กำหนดพื้นที่ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งแต่ละขั้นตอนการทำการกิจกรรม ดังนี้

3.1 นำเข้าสู่กิจกรรมโดยการสนทนา และซักถามเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ในชุมชน

3.2 นำรายการผลิตภัณฑ์เขียนบนกระดาน เพื่อให้ทราบผลิตภัณฑ์ในชุมชน

3.3 ให้ทำการเลือกผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนต้องการจะพัฒนามาเพียง 1 ผลิตภัณฑ์

3.4 ทำการระดมความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งเสนอสัญลักษณ์ (โลโก้) ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้สนใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้จดจำและกลับมาซื้อซ้ำ หรือบอกต่อให้กับผู้ซื้อรายอื่น ๆ ต่อไป

3.5 สรุปรูปแบบผลิตภัณฑ์และนำเสนอต่อผู้นำชุมชน และผู้ที่สนใจ

4. การวิจัยในครั้งนี้ มีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

4.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประชุมกลุ่มย่อย ประกอบด้วย ผู้แทนเครือข่ายที่เข้าร่วมเป็นแกนนำในการสืบค้นประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ พัฒนาชุมชนจังหวัด พัฒนาชุมชนอำเภอ สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพิษณุโลก สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ ได้แก่ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำท้องถิ่น ได้แก่ กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน กรรมการหมู่บ้าน และภาคประชาชน ได้แก่ กลุ่มองค์กร ประชาชนชุมชนและเครือข่ายเอกชน จำนวน 24 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

4.2 ดำเนินการศึกษาเชิงปฏิบัติ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดพื้นที่ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เฉพาะเขตการปกครอง เขตตำบลชมพู ซึ่งปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่น่าสนใจและสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน เช่น ผ้ามัดหมี่ การทอเสื่อ การทำไม้กวาดจากทางมะพร้าว เป็นต้น

4.3 ดำเนินการศึกษาวិเคราะห์ตามแนวคิด รูปแบบ การจัดการ กระบวนการ เกี่ยวกับการจัดทำชุดความรู้ สื่อเทคโนโลยี แผนที่การท่องเที่ยวตามโครงการนวัตวิถีของดีอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องในการดำเนินการศึกษาวิจัย

4.4 สรุปและนำเสนอผลการศึกษาทั้งหมดที่ได้มาจากในเชิงเอกสาร การวิจัยแบบเชิงพัฒนาและประยุกต์ โดยเน้นกระบวนการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องได้รับทราบ

4.5 วิเคราะห์รูปแบบแนวทางการพัฒนาที่สามารถพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้เกิดรายได้กับชุมชน โดยยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน อย่างทั่วถึง กระตุ้นเศรษฐกิจและสังคมภายในประเทศให้มีความเข้มแข็ง ในระดับต่าง ๆ ได้

สรุปผลการวิจัย

1. ผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า การเกิดของภูมิปัญญามีกระบวนการเรียนรู้และสืบทอด ถ่ายองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมในชุมชนแล้วพัฒนาเลือกสรรปรับปรุงองค์ความรู้ จนเกิดทักษะและความชำนาญที่สามารถแก้ไขปัญหและพัฒนาชีวิตได้อย่างเหมาะสมและสืบทอดพัฒนาต่อไปอย่างไม่สิ้นสุด การเชื่อมโยงแหล่งความรู้ในท้องถิ่นและชุมชนมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ภายใต้การสนับสนุนของสถาบันการศึกษาและหน่วยงานด้านเทคนิคการผลิตที่เกี่ยวข้อง มีการเสริมสร้างความรู้ ทักษะและพัฒนาต่อยอด

ผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความโดดเด่น มีคุณภาพมาตรฐานพร้อมที่จะจำหน่ายทั้งในตลาดภายในและตลาดต่างประเทศได้ ที่สำคัญผลิตภัณฑ์นั้นยังคงรักษาไว้ซึ่งเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างเด่นชัด โดยผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สำคัญในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีดังนี้

1.1 ด้านการปลูกพืชเศรษฐกิจของจังหวัด ด้วยพื้นที่และสภาพอากาศที่เหมาะสมจึงสามารถปลูกพืชต่าง ๆ ได้หลากหลายชนิดในแบบที่หลายประเทศทำไม่ได้ แหล่งรายได้หลักจึงมักมาจากประเทศพัฒนาแล้วแต่ขาดแคลนด้านการผลิตจึงต้องอาศัยการนำเข้านั่นเอง เช่น มะม่วงมะยงชิด ทุเรียน ข้าวกล็องหอมมะลิ

1.2 ด้านการปศุสัตว์ เกษตรผู้เลี้ยงสัตว์ในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีจำนวน 3,365 ราย (สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพิษณุโลก, 2564) ส่วนใหญ่จะเลี้ยงไก่พื้นเมือง เพื่อการเป็นแหล่งอาหารโปรตีนของชาวบ้านในชนบทที่มีราคาถูก เป็นรายได้เสริมได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยามที่เกษตรกรหรือชาวบ้านเกิดความจำเป็นรีบด่วน เช่น เจ็บไข้ได้ป่วย หรือค่าเล่าเรียนบุตร เป็นต้น

1.3 ด้านการประมง การทำประมงน้ำจืด เป็นการจับ ดัก ล่อ หรือเก็บสัตว์น้ำที่ยังมีชีวิตอยู่ในแหล่งประมงน้ำจืด เช่น หนอง บึง แม่น้ำ ห้วยลำธาร คลองธรรมชาติ ด้วยเครื่องมือทำการประมง เพื่อใช้บริโภคหรือขาย โดยที่บ่อล่อสัตว์น้ำ คือ บ่อที่ขุดในที่สาธารณะหรือที่เอกชนในฤดูน้ำหลาก เพื่อให้สัตว์น้ำตามธรรมชาติเข้ามาอยู่ เมื่อน้ำลดสัตว์น้ำนั้นจะถูกขังอยู่ในบ่อล่อๆ และเมื่อโตได้ระดับหนึ่งสัตว์น้ำนั้นจะถูกจับขึ้นมาเพื่อบริโภคหรือขายการทำประมงในแหล่งน้ำจืดตามบริเวณที่ต่าง ๆ (สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก, 2565) ในจังหวัดพิษณุโลกมีประชาชนในพื้นที่ขึ้นทะเบียนเป็นชาวประมง 37 ราย (สำนักงานประมงจังหวัดพิษณุโลก, 2564)

1.4 ด้านงานฝีมือและด้านงานประดิษฐ์ งานประดิษฐ์ของใช้ของตกแต่งจากวัสดุท้องถิ่น เป็นชิ้นงานที่จัดทำขึ้นสร้างขึ้น โดยวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาประกอบกันเป็นชิ้นงานตามความจำเป็นในการใช้สอย เพื่อประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ซึ่งมีมาตั้งแต่สมัยโบราณ ที่บรรพบุรุษของเรา รู้จักประดิษฐ์เครื่องมือเครื่องใช้ไม้สอยเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ โดยวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาประกอบกันเป็นชิ้นงานตามความจำเป็นในการใช้สอย เช่น หวดนึ่งข้าว ตะกร้า กระติบข้าวเหนียวหมวก เพื่อประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องมือจับปลา เป็นของใช้ตามประเพณีต่าง ๆ เช่น ในช่วงเทศกาลวันออกพรรษาที่บ้านน้อยซุ้มขี้เหล็ก อำเภอเนินมะปราง จะจัดประเพณีแห่ต้นผึ้ง โดยนำไม้ไผ่ 2 ลำ มาตัดทำเป็นฐานสำหรับยึดโครง นำไม้ไผ่มาเหลาเป็นเส้น สำหรับทำโครงต้นผึ้ง เมื่อทำโครงปราสาทผึ้งด้วยไม้ไผ่เสร็จ นำใบตองมาหุ้มล้อมและนำกาบกล้วยมาผ่าเป็นเส้นแล้วนำมาสานให้รอบต้นผึ้ง เป็นต้น

2. การออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า การเลือกผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนต้องการจะพัฒนามาเพียง 1 ผลิตภัณฑ์ ทำการระดมความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งเสนอสัญลักษณ์ (โลโก้) ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้สนใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้จดจำและกลับมาซื้อซ้ำ หรือบอกต่อให้กับผู้ซื้อรายอื่น ๆ ต่อไป สรุปรูปแบบผลิตภัณฑ์และนำเสนอต่อผู้นำชุมชน และผู้ที่สนใจ ดังนี้

ชุมชนต้องการบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหาย ขณะขนส่ง บรรจุภัณฑ์ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์มี 3 แบบ ดังนี้

แบบที่ 1 บรรจุภัณฑ์จะคลุมด้านปลายไม้กวาดดอกหญ้าทั้งหมด ซึ่งใช้กับไม้กวาดดอกหญ้าที่มีขนาดกว้าง 79.5 เซนติเมตร ยาว 49 เซนติเมตร

แบบที่ 2 บรรจุภัณฑ์จะโฉบด้านปลายของไม้กวาดดอกหญ้า

แบบที่ 3 บรรจุภัณฑ์จะเก็บด้านข้างของดอกหญ้าให้มีขนาดเล็กลง แต่ยังคงขนาดดอกหญ้าไว้คงเดิม เพื่อสะดวกต่อการขนย้าย

ได้เสนอแนวคิดร่วมกันทั้งหมด 3 แนวคิด ให้ทำการเลือกผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนต้องการจะพัฒนามาเพียง 1 ผลิตภัณฑ์ และในการแลกเปลี่ยนข้อเสนอแนะในเลือกบรรจุภัณฑ์แบบที่ 1 โดยมีข้อสรุปว่า บรรจุภัณฑ์เป็นกระดาษลูกฟูก เนื่องจากบรรจุภัณฑ์แบบนี้มีลักษณะคงทน เป็นกระดาษที่มีลักษณะเป็นแผ่นกระดาษแปะหน้าไว้ 2 ผัง โดยมีลอนกระดาษอยู่ตรงกลาง มีความแข็งแรงทนทาน และรับน้ำหนักได้มาก แถมตัวกระดาษยังมีน้ำหนักที่เบา และยังสามารถวางต่อกันเป็นชั้นเพื่อประหยัดพื้นที่ได้อีกด้วย ซึ่งถ้าบรรจุลงไปแล้วจะมีลักษณะรูปร่างกะทัดรัด และมีกระดาษสำหรับติดซื้อตราห้อย ผู้จำหน่าย มีที่จับ สามารถที่จะพกพา หอบหิ้วได้โดยสะดวก อีกทั้งยังมีต้นทุนในการผลิตที่ต่ำกว่าบรรจุภัณฑ์แบบอื่นอีกด้วยจะทำให้ราคาต่อบวกเพิ่มในตัวผลิตภัณฑ์ไม่สูงมาก จากนั้นทำการระดมความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งเสนอสัญลักษณ์ (โลโก้) ของผลิตภัณฑ์

ตราสินค้าที่นำเสนอต่อกลุ่มสมาชิกชุมชนใหม่ไทยเจริญ มี 3 รูปแบบ ดังนี้

รูปแบบที่ 1 แบบหลังคาทรงไทย ได้ภาพหลังคาทรงไทยมีข้อความ “ชุมชนใหม่ไทยเจริญ” ตราสินค้านี้มี 2 สีคือสีน้ำตาลและสีเหลืองทอง

รูปแบบที่ 2 ภูเขาหินปูน ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่มีชื่อเสียงโด่งดังใน อำเภอเนินมะปราง ได้ภาพภูเขาหินปูนมีข้อความ “เนินมะปราง, บ้านเนินมะปราง และชุมชนใหม่ไทยเจริญ” ตราสินค้าเป็นสีน้ำตาล

รูปแบบที่ 3 เป็นรูปหลังคาภายใต้หลังมีภาพภูเขา และมีข้อความ “บ้านเนินมะปราง และชุมชนใหม่ไทยเจริญ” ตราสินค้าเป็นสีส้มอิฐและสีน้ำตาล

ในการแลกเปลี่ยนข้อเสนอแนะในการเลือกตราสินค้าแบบที่ 1 โดยมีข้อสรุปว่าตราสินค้าแบบนี้มีลักษณะเป็นหลังคาทรงไทย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งสร้างความแตกต่างของตราสินค้าจากชุมชนอื่น ๆ สามารถจดจำตราสินค้าของชุมชนได้ง่าย

สรุปการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยได้จำแนกแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดการพัฒนาต่อไป ออกเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1) ประเภทของตกแต่ง ปัจจุบันความนิยมในการตกแต่งที่พักอาศัย อาคารสถานที่ โรงแรม ร้านอาหาร ให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศในสถานที่ที่พักอาศัย โดยอาศัยแสงไฟเป็นส่วนเสริม อำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก มีลายผ้าที่หลากหลาย มีความงดงามเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น มีเครื่องจักสานที่ทำจากไม้ไผ่ เช่น ก่องใส่กระดาษทิชชู โคมไฟ แจกัน กระถางต้นไม้ เป็นต้นจะสามารถพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ในงานตกแต่งได้อีกมากมาย คณะผู้วิจัยจึงเน้นการสร้างรูปแบบโคมไฟ เพื่อเป็นแนวการพัฒนาต่อไป

2) ประเภทตราตราสัญลักษณ์ (LOGO) ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ หรือเครื่องหมายการค้าของชุมชนเป็นการบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ของชุมชน คณะผู้วิจัยพบว่า ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.1) เน้นความเรียบง่าย

2.2) ดึงดูดใจผู้พบเห็น ต้องดูไม่ยากเกินไป

2.3) มองไปข้างหน้า คิดถึงความยั่งยืนของโลโก้

2.4) ใช้ลายเส้นที่สะอาดตาชัดเจน ไม่ใช่สีมาก

2.5) มีความยืดหยุ่น พร้อมรับการเปลี่ยนแปลง

2.6) จดจำได้ง่าย

2.7) สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ โลโก้จะต้องออกมาทำให้ลูกค้าสามารถ

จินตนาการถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการได้ง่าย

2.8) มีเอกลักษณ์เฉพาะตน

3) ประเภทบรรจุภัณฑ์ ด้วยเหตุที่บรรจุภัณฑ์เป็นปัญหาที่สำคัญที่ควรเร่งการพัฒนา เพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาดสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายนอกพื้นที่ได้ ผู้วิจัยได้ออกแบบไว้เป็นแนวทางสามารถนำไปใช้งานได้เลย บรรจุภัณฑ์เป็นกระดาษลูกฟูก ซึ่งมีลักษณะคงทน โดยมี

ลอนกระดาชอยู่ตรงกลาง มีความแข็งแรง ทนทาน และรับน้ำหนักได้มาก ตัวกระดาชยังมีน้ำหนักที่เบา และยังสามารถวางต่อกันเป็นชั้นเพื่อประหยัดพื้นที่ได้อีกด้วย

3. รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า สำหรับการพัฒนารูปแบบนั้นผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎีในการสร้างรูปแบบ นำเอาข้อมูลที่จัดเก็บมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อกำหนดความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของรูปแบบ กำหนดโครงสร้างและข้อเสนอของรูปแบบอย่างชัดเจน เพื่อนำไปสู่ผลสรุป อธิบายปรากฏการณ์ที่มุ่งหวังของการวิจัย มีการทดสอบและปรับปรุงรูปแบบ ก่อนนำรูปแบบไปใช้งานจริง และมีการประเมินผลหลังจากการนำรูปแบบไปใช้งานจริง ทั้งนี้ รูปแบบที่จะนำไปใช้ให้ได้ประโยชน์ เพื่อก่อให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้น จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทางชุมชนผลิตขึ้นเองคือการทำไม้กวาดดอกหญ้า เป็นสินค้าที่ขายดีเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ที่ทำจากไม้ไผ่ เช่น หมวก หวดหนึ่ง ข้าว ตะกร้า กะบุง ชะลอมใส่ผลไม้ เป็นต้น และผักไฮโดรโปนิก โดยผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากกลุ่มสมาชิกและผู้นำชุมชน และทำการสรุป วิเคราะห์ความต้องการของชุมชนออกมาในรูปแบบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้าที่มีอยู่อย่างหลากหลาย พร้อมทั้งการสร้างแบรนด์สินค้าเพื่อสร้างการจดจำของผู้บริโภคให้กลับมาซื้อสินค้าซ้ำอีก และพัฒนารูปแบบสินค้าเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น โคมไฟจากไม้ไผ่โดยการสารเป็นลวดลายสวยงาม การทำกล่องใส่กระดาชทิวจากไม้ไผ่ ย่อขนาดหวดหนึ่งข้าวให้เล็กลงเพื่อเป็นอุปกรณ์ในการชงกาแฟ การทำกล่องใส่จดหมายจากไม้ไผ่ พร้อมทั้งพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการป้ายแบรนด์สินค้า โดยคำนึงถึงรูปแบบดังนี้

- 3.1) มีความแข็งแรง คงทน ความพอดี และควบคู่กับการประหยัด
- 3.2) มีราคาขายที่เหมาะสม
- 3.3) ผลิตภัณฑ์ต้องมีหน้าที่ใช้สอยถูกต้องตามเป้าหมาย ที่ตั้งไว้ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสะดวกสบาย
- 3.4) ผลิตภัณฑ์ที่มีความงาม เป็นส่วนที่ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อ เพราะประทับใจในครั้งแรกที่พบ เช่น สีสันทที่สวยงาม สะดุดตา
- 3.5) มีความสะดวกสบายในการใช้งานได้อย่างเหมาะสมกับร่างกายของมนุษย์ที่ใช้งานให้ไม่เกิดความเมื่อยล้าขณะใช้งานในระยะนาน ๆ
- 3.6) วัสดุมีความสอดคล้องตามหน้าที่ใช้สอย การดูแลรักษา การสั่งซื้อและคงคลัง รวมถึงจิตสำนึกต่อส่วนรวม ความปลอดภัยต่อผู้ใช้และธรรมชาติ เช่น นำกลับมาใช้ใหม่
- 3.7) มีความปลอดภัย ต้องมีเครื่องหมายเตือน หรือคำอธิบาย ประกอบ

3.8) การขนส่งต้องคำนึงถึงการประหยัดค่าขนส่ง ความสะดวกในการขนย้าย ระยะทางและวิธีการ เช่น ทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ หรือแม้แต่บรรจุกฎภัณฑ์ ว่าปกป้องผลิตภัณฑ์ ไม่ให้เกิดการเสียหายขณะขนส่ง หรือกินเนื้อที่



ภาพที่ 1 ภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนที่เกิดขึ้น

อภิปรายผลการวิจัย

1. ผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก พบว่า เครื่องมือเครื่องใช้ผลิตขึ้นเพื่อใช้ในการประกอบอาชีพ เป็นเครื่องใช้ในครัวเรือน เป็นสิ่งประดับตกแต่งตามบ้านเรือนให้มีความสวยงามน่าอยู่ ซึ่งผลิตจากวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาประกอบกัน เป็นชิ้นงานตามความจำเป็นในการใช้สอย เพื่อประโยชน์ในชีวิตประจำวัน ตั้งแต่สมัยโบราณ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการปลูกพืชเศรษฐกิจของจังหวัด ด้วยพื้นที่และสภาพอากาศที่เหมาะสมจึงสามารถปลูกพืชต่างๆ ได้หลากหลาย เช่น มะม่วง มะยงชิด ทูเรียน ข้าวกล้องหอมมะลิ 2) ด้านการปศุสัตว์ เกษตรผู้เลี้ยงสัตว์ในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ส่วนใหญ่จะเลี้ยงไก่พื้นเมือง 3) ด้านการประมง การทำประมงน้ำจืด เป็นการจับ ดัก ล่อ หรือเก็บสัตว์น้ำที่ยังมีชีวิตอยู่ในแหล่งประมงน้ำจืด เช่น หนอง บึง แม่น้ำ ห้วยลำธาร คลองธรรมชาติ ด้วยเครื่องมือทำการประมง เพื่อใช้บริโภคหรือขาย 4) ด้านงานฝีมือและด้านงานประดิษฐ์ งานประดิษฐ์ของใช้ของตกแต่งจากวัสดุท้องถิ่น เป็นชิ้นงานที่จัดทำขึ้นสร้างขึ้น โดยวัสดุที่มีในท้องถิ่นมาประกอบกันเป็นชิ้นงานตามความจำเป็นในการใช้สอย เช่น หวดนึ่งข้าว ตะกร้า กระจับปี่ข้าวเหนียว เพื่อประโยชน์ในชีวิตประจำวัน เช่น เครื่องมือจับปลา เป็นของใช้ตามประเพณีต่าง ๆ เช่น ในช่วงเทศกาลวันออกพรรษาที่บ้านน้อยซุ้มขี้เหล็ก อำเภอเนินมะปราง จะจัดประเพณีแห่ต้นผึ้ง โดยนำไม้ไผ่ 2 ลำ มาตัดทำเป็นฐานสำหรับยึดโครง นำไม้ไผ่มาเหลาเป็นเส้น สำหรับทำโครงต้นผึ้ง เมื่อทำโครงปราสาทผึ้งด้วยไม้ไผ่เสร็จ นำใบตองมาหุ้มล้อมและนำกากกล้วยมาผ่าเป็นเส้นแล้วนำมาสานให้รอบต้นผึ้ง เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเกษม กุณาศรี และคณะ (2558) พบว่า ทำให้ได้รับอัตลักษณ์

ท้องถิ่นที่เป็นสิ่งที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของตนเอง และเกิดจากคนในชุมชน ทำให้เกิดการยอมรับ ทำให้ได้รับผลิตภัณฑ์นำร่องของชุมชน เพื่อเป็นต้นแบบต่อไปในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นและเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีในเรื่องของการมีส่วนร่วมของชุมชนที่จะสามารถช่วยแสดงความคิดเห็นเพื่อทำให้เกิดแนวทางการพัฒนาชุมชน

2. การเลือกผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนต้องการจะพัฒนามาเพียง 1 ผลิตภัณฑ์ จากสินค้าที่มีการจัดจำหน่ายได้ในปริมาณมาก ทำการระดมความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งเสนอสัญลักษณ์ (โลโก้) ของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้สนใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้จดจำและกลับมาซื้อซ้ำ หรือบอกต่อให้กับผู้ซื้อรายอื่น ๆ ต่อไป สรุปรูปแบบผลิตภัณฑ์และนำเสนอต่อผู้นำชุมชน และผู้ที่สนใจ โดยมีข้อสรุปว่า บรรจุกัญธุ์เป็นกระดาศลูกฟูก เนื่องจากบรรจุกัญธุ์แบบนี้มีลักษณะคงทน เป็นกระดาศที่มีลักษณะเป็นแผ่นกระดาศแปะหน้าไว้ 2 ผัง โดยมีลอนกระดาศอยู่ตรงกลาง มีความแข็งแรงทนทาน และรับน้ำหนักได้มาก แฉมตัวกระดาศยังมีน้ำหนักที่เบา และยังสามารถวางต่อกันเป็นชั้นเพื่อประหยัดพื้นที่ได้อีกด้วย ซึ่งถ้าบรรจุกัญธุ์ไปแล้วจะมีลักษณะรูปร่างกะทัดรัด และมีกระดาศสำหรับติดเชือตราชี่ห่อ ผู้จำหน่าย มีที่จับ สามารถที่จะพกพา หอบหิ้วได้โดยสะดวก จากนั้นทำการระดมความคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งเสนอสัญลักษณ์ (โลโก้) ของผลิตภัณฑ์ ในการแลกเปลี่ยนข้อเสนอแนะในการเลือกตราสินค้า โดยมีข้อสรุปว่าตราสินค้าที่มีลักษณะเป็นหลังคาทรงไทย แสดงให้เห็นถึงความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น ซึ่งสร้างความแตกต่างของตราสินค้าจากชุมชนอื่น ๆ สามารถจดจำตราสินค้าของชุมชนได้ง่าย ผู้วิจัยได้จำแนกแนวทางในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นแนวทางในการต่อยอดการพัฒนาต่อไป ออกเป็น 3 ประเภท 1) ประเภทของตกแต่ง การตกแต่งที่พักอาศัย อาคารสถานที่ โรงแรม ร้านอาหาร ให้ความสำคัญกับการสร้างบรรยากาศในสถานที่พักอาศัย โดยอาศัยแสงไฟเป็นส่วนเสริม มีลายผ้าที่หลากหลาย มีความงดงามเป็นอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น 2) ประเภทตราตราสัญลักษณ์ (LOGO) ตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ หรือเครื่องหมายการค้าของชุมชนเป็นการบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ของชุมชน 3) ประเภทบรรจุกัญธุ์ ผู้วิจัยได้ออกแบบไว้เป็นแนวทางสามารถนำไปใช้งานได้เลย ส่วนที่ยังคงรอการพัฒนาต้องเร่งในการดำเนินงานต่อไป ทั้งนี้เพราะด้วยเหตุที่บรรจุกัญธุ์เป็นปัญหาที่สำคัญที่ควรเร่งการพัฒนา เพื่อให้เป็นที่ต้องการของตลาดสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายนอกพื้นที่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอมรรัตน์ บุญสว่าง (2560) พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์ได้มาจากการระดมความคิดเห็นร่วมกับชาวบ้านซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิต และพิจารณาให้สอดคล้องกับทักษะพื้นฐานที่กลุ่มชาวบ้านมี ได้แก่ การจักสาน การถัก การตัดเย็บ แต่ในส่วนของการทอผ้า นั้น ผู้วิจัยอาศัยทักษะการทอผ้าของชาวบ้านในตำบลเกาะยอ ซึ่งมี

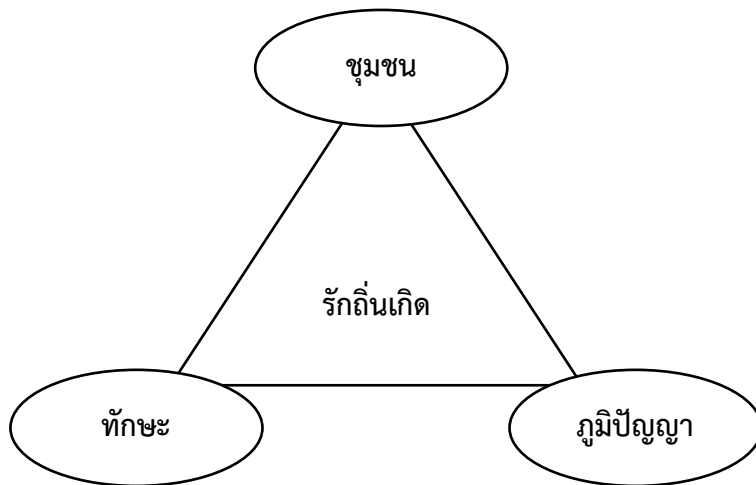
ความชำนาญในการทอผ้า ก่อนจะนำมาให้ชาวบ้านรำแดงตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์ที่สมบูรณ์ การพัฒนาส่วนประกอบอื่น ๆ เพื่อเป็นช่องทางในการพัฒนาตลาดที่เหมาะสม และสร้างสมดุล ด้านวัตถุดิบ คุณภาพ และราคา เช่น การศึกษาวัสดุอื่นในชุมชนที่สามารถนำมาใช้ประกอบร่วมกันในชิ้นงาน เพื่อลดปริมาณการใช้บอเทือง และเพิ่มความแข็งแรงให้กับชิ้นงานได้ เช่น ในพื้นที่วิจัยนี้มีการปลูกต้นตาลโตนดในปริมาณมาก เนื่องจากเกษตรกรส่วนใหญ่ทำนา จึงมีต้นตาลปลูกไว้ในพื้นที่รอบ ๆ ทุ่งนา ยังมีการทำน้ำตาลแว่น น้ำตาลโตนดออกจำหน่ายเป็นรายได้หลัก ตาลโตนดจึงเป็นวัสดุที่น่าสนใจในการนำมาใช้ประกอบกันเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยเฉพาะใบตาลซึ่งสามารถนำมาทำเส้นใยและแปรรูปด้วยการถัก การทอ ได้ด้วยเช่นกัน นี่จึงเป็นอีกแนวทางเลือกเพื่อสร้างสมดุลด้านวัตถุดิบ คุณภาพ และราคาได้

3. การพัฒนารูปแบบนั้นผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎีในการสร้างรูปแบบนำเอาข้อมูลที่จัดเก็บมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ เพื่อกำหนด ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของรูปแบบ กำหนดโครงสร้างและข้อเสนอของรูปแบบอย่างชัดเจน เพื่อนำไปสู่ผลสรุป อธิบายปรากฏการณ์ที่มุ่งหวังของการวิจัย มีการทดสอบและปรับปรุงรูปแบบ ก่อนนำรูปแบบไปใช้งานจริง และมีการประเมินผลหลังจากการนำรูปแบบไปใช้งานจริง ทั้งนี้ รูปแบบที่จะนำไปใช้ให้ได้ประโยชน์ เพื่อก่อให้เกิดรายได้ที่เพิ่มขึ้น จะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ทางชุมชนผลิตขึ้นเองคือการทำไม้กวาดดอกหญ้า เป็นสินค้าที่ขายดีเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ที่ทำจากไม้ไผ่ เช่น หมวก หวดนึ่งข้าว ตะกร้า กะบุง ชะลอมใส่ผลไม้ เป็นต้น และผักไฮโดรโปนิก โดยผู้วิจัยได้รับความร่วมมือจากกลุ่มสมาชิกและผู้นำชุมชน และทำการสรุป วิเคราะห์ความต้องการของชุมชนออกมาในรูปแบบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าให้กับสินค้าที่มีอยู่อย่างหลากหลาย พร้อมทั้งการสร้างแบรนด์สินค้าเพื่อสร้างการจดจำของผู้บริโภคให้กลับมาซื้อสินค้าซ้ำอีก และพัฒนารูปแบบสินค้าเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น โคมไฟจากไม้ไผ่โดยการสารเป็นลวดลายสวยงาม การทำกล่องใส่กระดาษทิชชูจากไม้ไผ่ ย่อขนาดหวดนึ่งข้าวให้เล็กลงเพื่อเป็นอุปกรณ์ในการชงกาแฟ การทำกล่องใส่จดหมายจากไม้ไผ่ พร้อมทั้งพัฒนาบรรจุภัณฑ์และป้ายแบรนด์สินค้า มีรูปแบบดังนี้ 1) มีความแข็งแรง 2) มีราคาเหมาะสม 3) สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ 4) ความงาม 5) ความสะดวกสบาย 6) วัสดุมีความสอดคล้องตามหน้าที่ใช้สอย 7) มีความปลอดภัย และ 8) การขนส่ง ทั้งนี้เพราะการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้เกิดคุณค่า มีอัตลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นของแต่ละชุมชนสามารถสร้างรายได้ให้กับตนเอง ครอบครัว และท้องถิ่นสืบต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรูปนัท แก้วปาน สราวุธ อิศรานุวัฒน์ และจริยา แผลงนอก (2563) พบว่า เป็นการรวมกันขององค์ประกอบในงานออกแบบสร้างสรรค์ทั้งทางด้านศิลปะ วิศวกรรม

ศาสตร์ การวิเคราะห์พฤติกรรมด้านการตลาด และผลกระทบโดยรวมตั้งแต่การคิด การผลิต จำหน่าย การใช้และเสื่อมสลายในท้ายที่สุด จนมีผู้รวบรวมเป็นหลักการได้แก่ 1) หน้าที่ใช้สอย (Function) 2) ความงาม (Aesthetics) 3) ความสะดวกในการใช้ (Ergonomics) 4) ความปลอดภัย (Safety) 5) โครงสร้าง (Construction) 6) ราคา (Cost) 7) วัสดุ (Materials) 8) กรรมวิธีการผลิต (Production) 9) การซ่อมบำรุงรักษา (Ease of maintenance) 10) การขนส่ง (Transportation) ซึ่งทั้งหมดนี้รวมอยู่ในกระบวนการออกแบบที่มีระบบ และกระบวนการอย่างเป็นขั้นตอน แม้จะมีการเพิ่มความสำคัญในศาสตร์ใดศาสตร์หนึ่งเป็นแนวคิดหลัก จนเกิดเป็นทฤษฎีและแนวคิดเฉพาะทางขึ้นที่มีความหลากหลาย แยกเฉพาะเป็นหลายแนวคิด เช่น แนวความคิดในการออกแบบสินค้าที่คำนึงถึงการขนส่ง (Design for transport & flat Design) แนวความคิดในการออกแบบด้วยหลักการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม (Eco-Design) แนวคิดเพื่อผู้พิการและเพื่อส่วนรวม (Design for Disable & Universal Design) แนวความคิดการออกแบบหัตถอุตสาหกรรม (Industrial-Craft) แต่ความเรียบง่ายและวัตถุประสงค์หลักของการยกระดับคุณภาพชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น ยังคงเป็นสิ่งพื้นฐานที่สุดที่จะถูกนำมากล่าวและนำไปปรับใช้ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลญา แก้วประดิษฐ์ (2565) พบว่า แนวทางเสริมศักยภาพการจัดการธุรกิจทางวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า มี 3 แนวทาง คือ 1) เสริมศักยภาพทุนทรัพยากรบุคลากร 2) คงอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมร่วมของคนในชุมชนและ 3) การเสริมศักยภาพทุนทรัพยากรสภาพแวดล้อมการจัดการธุรกิจทางวัฒนธรรม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมจินตนา จิรายุกุล (2558) พบว่า การพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่มีเอกลักษณ์ มีการสื่อสารเรื่องราวลงบนบรรจุภัณฑ์ และมีตราสัญลักษณ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทั้งสองกลุ่ม พบว่า ลูกคามีความพึงพอใจ และสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้า สร้างมูลค่าของสินค้า และยอดขายที่สูงขึ้น

องค์ความรู้ใหม่

การวิเคราะห์องค์ประกอบและรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เพื่อให้เห็นภาพชัดเจน ผู้วิจัยจึงสรุปองค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิจัยในครั้งนี้ และแสดงให้เห็นเป็นแบบ (Synthesis Model) โดยสรุปองค์ความรู้ใน 3 ประเด็น 1) ผลการศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก 2) ผลการวิเคราะห์ออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน และ 3) ผลการวิเคราะห์รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งทั้ง 3 ประเด็นนี้ ผู้วิจัยได้สรุปเป็นแผนภาพองค์ความรู้ ได้ดังแผนภาพ



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย

จากแผนภาพ ผู้วิจัยสรุปผลการวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เริ่มต้นด้วยศึกษาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อนำประเด็นปัญหาความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว นำผลจากการสัมภาษณ์ ร่วมสนทนา สังเกตการณ์ กับผู้ที่มีความเชี่ยวชาญ ผู้มีความรู้และผู้ที่มีหน้าที่รับผิดชอบ แล้วนำประเด็นเหล่านั้นมาวิเคราะห์ เสนอรูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอเนินมะปราง ได้ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ชุมชนในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก เกิดจากความรู้ของชาวบ้านที่สร้างขึ้นจากประสบการณ์ ความรอบรู้ ความรู้ที่เกิดจากประสบการณ์ในชีวิตของคนในชุมชน สังเกต คติวิเคราะห์ และความเฉลียวฉลาดของแต่ละคนจนเกิดปัญญา ตกผลึกมาเป็นองค์ความรู้ที่ประกอบกันขึ้นมาจากความรู้เฉพาะหลาย ๆ เรื่อง ซึ่งได้รับการถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ เรียนรู้จากพ่อแม่ ปู่ย่า ตายาย ญาติที่น้อง และผู้ที่มีความรู้ในชุมชน ความรู้เหล่านี้เกี่ยวข้องการดำเนินชีวิต ประสบการณ์ มีการปรับปรุงเปลี่ยนแปลงให้เข้ากับสภาพการณ์ทางแวดล้อม และวัฒนธรรมที่มีการเปลี่ยนแปลง เพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิตได้อย่างเหมาะสม ความรู้ดังกล่าวไม่ได้แยกย่อยออกมาให้เห็นเป็นศาสตร์เฉพาะสาขาวิชาต่าง ๆ อาจกล่าวได้ว่า ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นความรู้ที่มีอยู่ทั่วไปในสังคม ชุมชน และในตัวของผู้รู้เองหากมีการสืบค้นหาเพื่อศึกษาและนำมาใช้ก็จะเป็นที่รู้จัก

เกิดการยอมรับ ถ่ายทอด และพัฒนาไปสู่คนรุ่นใหม่ตามยุคตามสมัยได้ เป็นแนวทางหลักเกณฑ์มีวิธีปฏิบัติที่เกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างสมาชิกในครอบครัว ความสัมพันธ์กับผู้ล่วงลับไปแล้วกับสิ่งศักดิ์สิทธิ์และกับธรรมชาติ ความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษสืบทอดจากคนรุ่นหนึ่งไปสู่คนอีกรุ่นหนึ่ง ระหว่างการสืบทอดมีการปรับปรุง ประยุกต์และเปลี่ยนแปลงจนอาจเกิดเป็นความรู้ใหม่ตามสภาพการณ์ทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้องค์ความรู้ยังคงอยู่ จึงจำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้ที่จะรับการถ่ายทอดองค์ความรู้นั้น ต้องมีความพร้อมที่จะเรียนรู้ เกิดความรักที่จะเรียนรู้ และต้องมีทักษะในการเรียนรู้ภูมิปัญญาต่างๆ ของท้องถิ่น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การปรับปรุง เปลี่ยนแปลงหรือต่อยอดผลิตภัณฑ์ให้เกิดคุณค่า มีอัตลักษณ์ที่แสดงให้เห็นถึงความโดดเด่นของแต่ละชุมชน สามารถสร้างรายได้ให้กับตนเอง ครอบครัว และท้องถิ่น สืบต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ที่เกี่ยวข้องควรให้ชุมชนได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อการเชื่อมโยงกับท่องเที่ยวของชุมชนในอำเภอเนินมะปราง จังหวัดพิษณุโลก ควรดำเนินการส่งเสริมการตลาด
2. หน่วยงานทั้งภายในและภายนอกพื้นที่ที่เกี่ยวข้องควรให้การสนับสนุนการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีความหลากหลายเพิ่มขึ้น เพื่อนำผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ผลิตจากฝีมือของชาวบ้านในชุมชนเหล่านั้นเป็นสื่อในการประชาสัมพันธ์ โดยการจัดการความรู้ ของชุมชน เพื่อที่จะหนุนเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้มีการสืบทอดภูมิปัญญา และเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นเพียงแนวทางในการพัฒนา หากต้องการพัฒนาเป็นรายกลุ่มอาชีพ ควรจัดอันดับความสำคัญเร่งด่วน มีหลายชุมชนที่ยังขาดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้าและตราสัญลักษณ์ สำหรับการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงพาณิชย์. (2562). *แนวทางและหลักเกณฑ์ การคัดสรรสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ไทย 2562*. เข้าถึงได้จาก <https://korat.cdd.go.th/wp- B5-2562.pdf>

- กัลญา แก้วประดิษฐ์. (2565). แนวทางเสริมศักยภาพการจัดการธุรกิจทางวัฒนธรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 5(5), 90.
- เกษม กุณาศรี และคณะ. (2558). *การค้นหาลักษณะของผลิตภัณฑ์ชุมชนบนพื้นฐานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ในอำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่*. (รายงานการวิจัย). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- ฐปนัท แก้วปาน สราวุธ อิศรานวัฒน์ และจริยา แผลงนอก. (2563). หลักการและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์*, 22(2), 161.
- สมจินตนา จิรายุกุล. (2558). *การพัฒนากระบวนการเรียนรู้การบริหารจัดการที่ดีและการออกแบบผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนเขตธนบุรีโดยชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง*. (รายงานการวิจัย). สมุทรปราการ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.
- สำนักงานเกษตรและสหกรณ์จังหวัดพิษณุโลก. (2565). *ข้อมูลทั่วไปและข้อมูลด้านการเกษตรที่สำคัญของจังหวัด*. เข้าถึงได้จาก <https://www.opsmoac.go.th/phitsanulok-dwl-files-431291791098>
- สำนักงานประมงจังหวัดพิษณุโลก. (2564). *จำนวนผู้ทะเบียนชาวประมง (ทบ.3) จังหวัดพิษณุโลก*. เข้าถึงได้จาก <https://www4.fisheries.go.th/local/index.php/main/site/fpo-phitsanulok>
- สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพิษณุโลก. (2564). *จำนวนประชากรสัตว์สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดพิษณุโลก*. เข้าถึงได้จาก <https://pvlo-phs.dld.go.th/home.html>
- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอเนินมะปราง. (2565). *ประวัติความเป็นมา*. เข้าถึงได้จาก <https://district.cdd.go.th/noenmaprang>
- อมรรัตน์ บุญสว่าง. (2560). *การผลิตเส้นใยปอเทืองเพื่อใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมชุมชน: กรณีศึกษา กลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านรำแดง อำเภอสิงหนคร จังหวัดสงขลา*. (รายงานการวิจัย). สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

