



รายงานผลการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์
กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก ตำบลกุดจิก
ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ
การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการตลาดแบบเล่าเรื่อง

ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566



ผลิตภัณฑ์ DIY



อัตลักษณ์ท้องถิ่น



มูลค่าสูง

ดร.บุษจรี ภัคดีจอหอ และคณะ
คณะวิทยาการจัดการ
สิงหาคม 2566



รายงานผลการดำเนินโครงการยกระดับผลิตภัณ์ท์
กลุ่มสี่บ้านจักสานบ้านโนนตะโก ตำบลกุดจิก
ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
และการตลาดแบบเล่าเรื่อง

ภายใต้แผนงานยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

ดร.นุชจรี	ภัคดีจอหอ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุจิตรา จำปาศรี	
ดร.เกศินี	ถนอมพลกรัง
ดร.กมลทรรศน์	นวลอนันต์
ดร.กนก	บุญศักดิ์

คณะวิทยาการจัดการ

สิงหาคม 2566

คำนำ

โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก ตำบลกุดจิก ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการตลาดแบบเล่าเรื่อง จัดทำขึ้นเพื่อ เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโกที่สามารถจัดจำหน่ายทั้งในช่องทางจัดจำหน่ายให้ลูกค้าโดยตรง หรือผ่านผู้ประกอบการ เป็นการยกระดับรายได้จากยอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มฯ โดยดำเนินโครงการอย่างเป็นระบบเน้นการมีส่วนร่วมในการบูรณาการบริการวิชาการ การเรียนการสอน และการพัฒนาท้องถิ่น ระหว่างผู้นำและสมาชิกกลุ่มฯ คนในชุมชน ภาศึเครือข่ายภาครัฐ เอกชน ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และมหาวิทยาลัย ส่งผลให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 ผลิตภัณฑ์ เพิ่มรายได้กลุ่มร้อยละ 10 รวมถึงเกิดภาศึเครือข่ายและสร้างการมีส่วนร่วมการพัฒนาแบบบูรณาการร่วมกัน

ขอขอบคุณพัฒนาการชุมชนอำเภอสูงเนิน ผู้ใหญ่เจริญ ดีสูงเนิน สมาชิกบ้านโนนตะโก และชุมชนใกล้เคียง ผู้ประกอบการเอกชน คณบดี คณาจารย์และนักศึกษาคณะวิทยาการจัดการ ที่ให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมตลอดโครงการทำให้การดำเนินโครงการบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายครบถ้วนทุกประการ ส่งผลให้การพัฒนาแบบบูรณาการบริการวิชาการ การเรียนการสอน และการพัฒนาระหว่างผู้นำและสมาชิกกลุ่มฯ คนในชุมชน ภาศึเครือข่ายภาครัฐ เอกชนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และมหาวิทยาลัย เกิดการเรียนรู้ร่วมกันสามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน เพิ่มรายได้ และส่งเสริมศักยภาพความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน

.....
(ดร.นุชจรี ภัคดีจ่อหอ)

สิงหาคม 2566

สารบัญ

	หน้า
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ชื่อโครงการ	1
1.2 งบประมาณ	1
1.3 หน่วยงานที่รับผิดชอบ	1
1.4 ความเชื่อมโยงกับแผนในระดับต่างๆ	1
1.5 หลักการและเหตุผล	1
1.6 วัตถุประสงค์ของโครงการ	4
1.7 เป้าหมายของตัวชี้วัดความสำเร็จ	4
1.8 กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับประโยชน์	5
1.9 พื้นที่ดำเนินการ	5
บทที่ 2 รายละเอียดการดำเนินงาน	
2.1 กิจกรรมที่ดำเนินการ	6
2.2 ผลผลิตจากการดำเนินโครงการ (Output)	13
2.3 ผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการ (Outcome)	13
2.4 ผลลัพธ์ตามตัวชี้วัดกรอบการดำเนินงาน TOR	13
2.5 หน่วยงาน/เครือข่ายที่ร่วมดำเนินโครงการ	13
2.6 จำนวนองค์ความรู้/ ชุดความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น	14
2.7 จำนวนรายวิชาที่มีการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อพัฒนาท้องถิ่น	14
บทที่ 3 สรุปผลการดำเนินงาน	
3.1 สรุปผล	15
3.2 องค์ความรู้ นวัตกรรมที่เกิดจากการดำเนินโครงการ	16
3.3 ปัญหาอุปสรรค	16
3.4 ข้อเสนอแนะ	16

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ชื่อโครงการ

ยกระดับผลิตภัณฑ์กลุ่มสีบसानจักสานบ้านโนนตะโก ตำบลกุดจิก ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการตลาดแบบเล่าเรื่อง

1.2 งบประมาณ

100,000 บาท

1.3 หน่วยงานที่รับผิดชอบ คณะวิทยาการจัดการ

ผู้รับผิดชอบ

ดร.นุชจรี ภัคดีจอหอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุจิตรา จำปาศรี

ดร.เกศินี ถนนมพลกรัง

ดร.กมลพรรณ นวลอนันต์

ดร.กนก บุญศักดิ์

เบอร์โทรศัพท์

096-2941415

อีเมลล์

nutcharee.p@nrru.ac.th

1.4 ความเชื่อมโยงกับแผนในระดับต่างๆ

1.4.1 ยุทธศาสตร์ใหม่มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นตามพระราชโบายระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579)

ยุทธศาสตร์ที่ 1 การพัฒนาท้องถิ่น

1.4.2 เป้าหมายการดำเนินงานโครงการร่วมกันของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ทั้ง 38 แห่ง

3. โครงการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน University as a Marketplace

1.4.3 โครงการบริบทตามยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา (พ.ศ. 2566-2570)

ยุทธศาสตร์ที่ 4 การส่งเสริมยกระดับเศรษฐกิจ สังคม ศิลปวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของท้องถิ่น

เพื่อสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชน

1.4.4 ยุทธศาสตร์ชาติ

ยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการสร้างโอกาสความเสมอภาคและเท่าเทียมกันทางสังคม

1.4.5 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ

เศรษฐกิจฐานราก

1.4.6 แผนปฏิรูปประเทศ

ด้านสังคม

1.4.7 กรอบแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13

7.SMEs ที่เข้มแข็ง มีศักยภาพสูง และสามารถแข่งขันได้

1.5 หลักการและเหตุผล

อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา เป็นพื้นที่มีศักยภาพหลากหลายทั้งด้านเกษตรกรรม การท่องเที่ยว การค้า รวมถึงมีเส้นทางคมนาคมสะดวกทั้งเส้นทางบกถนนมิตรภาพและเส้นทางรถไฟเชื่อมโยงจากอำเภอปาก

ช่อง อำเภอสี่คิ้ว และอำเภอเมืองนครราชสีมา อำเภอสูงเนินประกอบด้วย 11 ตำบล ได้แก่ ตำบลกุดจิก โคราช โค้งยาง นากลาง โนนค่า บุ่งชีเหล็ก มะเกลือเก่า มะเกลือใหม่ สูงเนิน เสมา และหนองตะไค้ ภูมิประเทศมี ลำตะคองไหลผ่าน ประชาชนส่วนใหญ่ในพื้นที่ประกอบอาชีพด้านเกษตรกรรม มีกลุ่มอาชีพและวิสาหกิจชุมชน ด้านการเกษตร ด้านการแปรรูปผลผลิตเกษตร และด้านหัตถกรรมต่าง ๆ รวมถึงมีแหล่งท่องเที่ยว ประวัติศาสตร์เส้นทางอุทยานธรณีโคราช (Khorat Geopark) อำเภอสูงเนิน

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาเห็นความสำคัญพื้นที่อำเภอสูงเนิน โดยมี โครงการวิจัยและบริการวิชาการอย่างต่อเนื่อง ดังเช่น ปี พ.ศ. 2561 คณาจารย์สาขาวิชาการตลาดและ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรมศึกษาและเสนอเส้นทางท่องเที่ยวจีโอพาร์ค ต่อเนื่องปี พ.ศ. 2562 มี แผนงานการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมการบริหารจัดการงานวิจัยเพื่อการพัฒนาห่วงโซ่คุณค่าใหม่กลุ่ม นานาแปลงใหญ่ พื้นที่ตำบลมะเกลือใหม่ ต่อมาปี พ.ศ. 2564 คณะฯ มีการจัดทำบันทึกตกลงความเข้าใจ (MOU) เพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ ในด้านการวิจัย การบริการวิชาการ และการบูรณาการการเรียนการสอนร่วมกับ อำเภอสูงเนิน และปี พ.ศ. 2565 มีโครงการวิจัยและบริการวิชาการของคณาจารย์ในคณะฯ กลุ่มเป้าหมาย การวิจัย คือ กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก หมู่ 6 ตำบลกุดจิก ซึ่งมีความต้องการพัฒนาธุรกิจในทุกมิติ โดยเฉพาะยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนและเพิ่มรายได้ของกลุ่ม

กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก หมู่ 6 ตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ผู้ประกอบการชุมชนกลุ่มอาชีพสินค้า OTOP ประเภทผลิตภัณฑ์ของใช้ ของตกแต่ง และของที่ระลึก ก่อตั้งขึ้น จากการส่งเสริมของพัฒนาการชุมชนอำเภอสูงเนิน ในปี พ.ศ. 2561 โดยนายเจริญ ดีสูงเนิน ผู้ใหญ่บ้านหมู่ 6 เป็นประธานกลุ่ม วัตถุประสงค์หลักเพื่อสืบทอดภูมิปัญญาการจักสานเครื่องใช้ภายในครัวเรือนจากไม้ไผ่สีสุก และสร้างให้เกิดรายได้เสริมแก่คนในชุมชน สมาชิกเริ่มต้น 15 ครัวเรือน โดยส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุมีทักษะฝีมือ จักสานไม้ไผ่สีสุก ซึ่งเป็นพืชพื้นถิ่นที่พบทั่วไปในหมู่บ้าน โดยนำมาทำเป็นเครื่องใช้ในครัวเรือนตามภูมิปัญญา ไทย กลุ่มฯ มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากการสนับสนุนของหน่วยงานภาครัฐทั้งระดับอำเภอและตำบล ไกล่เคียง และเมื่อ 18 มีนาคม 2565 ผลิตภัณฑ์หลักของกลุ่มฯ คือ ตะกร้าขนาดเล็ก ได้การรับรองคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จังหวัดนครราชสีมา ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ 40/2559 โดยสำนักงาน อุตสาหกรรมจังหวัดนครราชสีมา อายุใบรับรอง 3 ปี

การดำเนินงานของกลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก มีผลิตภัณฑ์ 4 ประเภท คือ ของใช้ในครัวเรือน ของตกแต่งบ้าน เครื่องจับสัตว์น้ำ และเครื่องประดับ ชื่อตราสินค้า “สืบสานจักสานบ้านโนนตะโก” สินค้า ราคา 10 – 6,900 บาท ช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าเน้นการออกร้านงานกิจกรรมในพื้นที่อำเภอสูงเนินเป็นหลัก อาทิ งานส้มโอของดีเมืองสูงเนิน เทศกาลไหว้พระนอน และการออกร้านกิจกรรมพิเศษในพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ตำบลโคกกรวด และห้างสรรพสินค้าในอำเภอเมืองนครราชสีมา รายได้การออกร้านประมาณ 10,000 - 20,000 บาท ต่อครั้ง ประธานกลุ่มฯ เป็นผู้รวบรวมสินค้าจากสมาชิกกลุ่มฯ เพื่อนำไปจำหน่าย และมีการสาธิต จักสานระหว่างการออกร้านเพื่อแสดงภูมิปัญญาจักสาน แต่เนื่องจากไม่มีสื่อประชาสัมพันธ์ รวมถึงสมาชิกมี จำนวนน้อยและเป็นผู้สูงอายุไม่สามารถผลิตสินค้าจำนวนมาก ทำให้ขาดโอกาสเพิ่มรายได้เพราะมีจำนวน สินค้าที่นำไปขายน้อย พึ่งพาช่องทางจัดจำหน่ายแก่ลูกค้าโดยตรง (Business to Customer: B2C) ในงาน

ออกร้านเป็นครั้งคราวเท่านั้น สินค้าตกแต่งที่มีมูลค่าสูงแต่ไม่สามารถขายได้ในการออกร้าน เพราะเหมาะสำหรับลูกค้ากลุ่มธุรกิจที่ต้องการของตกแต่งที่ราคาสูง ซึ่งกลุ่มๆ ไม่มีความรู้ทักษะในการจัดจำหน่ายกับกลุ่มธุรกิจ (Business to Business: B2B) นอกจากนี้ กลุ่มได้มีช่องทางจัดจำหน่ายออนไลน์ใน Lazada แต่ไม่ปรากฏการขายจริง เพราะสมาชิกผลิตสินค้าได้น้อย เน้นรอการรวบรวมเพื่อนำไปจำหน่ายและจัดแสดงในงานออกร้านเป็นหลัก กลุ่มไม่มีคลังสินค้าพร้อมขาย ขาดความรู้ทักษะขายออนไลน์และการจัดส่งสินค้า ดังนั้นปัญหาหลักของกลุ่ม คือ กำลังการผลิตน้อย สินค้าที่ และช่องทางจัดจำหน่ายที่จำกัดเฉพาะกลุ่มลูกค้าในท้องถิ่น จึงผลิตเฉพาะสินค้าตะกร้าขนาดเล็กที่จำหน่ายไปออกร้านจำหน่ายเป็นหลัก ขาดโอกาสผลิตสินค้ารูปแบบอื่น ๆ ที่มีมูลค่าเพิ่มสำหรับจำหน่ายให้แก่กลุ่มลูกค้าในช่องทางที่หลากหลาย

จากปัญหาการดำเนินงานของกลุ่มที่ไม่ต่อเนื่องนัก ในด้านการผลิตและการจัดจำหน่ายเพิ่มรายได้ เนื่องจากข้อจำกัดในการผลิตและการขาย อย่างไรก็ตาม กลุ่มฯ ยังมีศักยภาพในเชิงพื้นที่ด้านวัตถุดิบที่หาได้ง่ายต้นทุนต่ำ รวมถึงโอกาสเกิดกลุ่มลูกค้าใหม่ ๆ นักท่องเที่ยวในเส้นทางอุทยานธรณีโคราช และพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญอำเภอใกล้เคียง รวมถึงการสนับสนุนของภาคีเครือข่าย และองค์ความรู้ทางธุรกิจ ด้านการตลาด การจัดการ และการเงินต้นทุนจากบุคลากรคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา เกิดเป็น **โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก ตำบลกุดจิก ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ และแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์** มุ่งเน้นยกระดับ 3 รูปแบบผลิตภัณฑ์ สำหรับ 3 กลุ่มลูกค้า ดังนี้

1. กลุ่มลูกค้าประชาชนทั่วไปและนักท่องเที่ยว สำหรับการจัดจำหน่ายโดยตรงในกิจกรรมงานออกร้าน และสถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเมือง และอำเภอปากช่อง รูปแบบผลิตภัณฑ์เดิม กลุ่มเครื่องใช้ของตกแต่งในครัวเรือนอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ผลิตได้ง่าย ลดเวลาการผลิต ประโยชน์ใช้สอยหลากหลาย เป็นการผลิตไว้ออจำหน่าย เช่น ตะกร้า ภาชนะสวมขวด/แก้ว สุ่มโคมไฟ และโคมบาย เป็นต้น

2. กลุ่มลูกค้าทัศนศึกษาหรือศึกษาดูงาน สำหรับการจัดจำหน่ายโดยตรงในกิจกรรมงานออกร้าน และสถานที่ท่องเที่ยวเส้นทางอุทยานธรณีโคราช อำเภอสูงเนินและอำเภอสีคิ้ว หรือเพื่อรองรับการเผยแพร่ในการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับกลุ่มศึกษาดูงาน โดยการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ลูกค้าสามารถประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง (DIY: Do it yourself) เชื่อมโยงสู่กิจกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดการสืบสานถ่ายทอดภูมิปัญญาการจักสาน ตามแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) ตัวอย่างสินค้า เช่น ชะลอม แผ่นรองและภาชนะเอนกประสงค์ เป็นต้น

3. กลุ่มลูกค้าธุรกิจ สำหรับการจัดจำหน่ายผ่านคนกลางโดยผู้ประกอบการธุรกิจสินค้าตกแต่งที่มีฐานลูกค้าทั่วประเทศ และพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยังคงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์เดิม เพิ่มประโยชน์ใช้สอยเพื่อการตกแต่งสวยงามหรือตรงตามวิถีชีวิตคนยุคใหม่ เพื่อยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์ สามารถสั่งผลิตตามความต้องการ (Pre-order) เช่น ตัวสัตว์ โคมไฟ เป็นต้น

โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก ตำบลกุดจิก ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ และแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เป็นการยกระดับผลิตภัณฑ์ 3 รูปแบบ ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ DIY และผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design

Thinking) และการพัฒนาช่องทางจัดจำหน่าย ด้วยแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) และการสื่อสารการตลาดแบบเล่าเรื่อง (Storytelling) นำไปสู่การยกระดับผลิตภัณฑ์จากการเพิ่มโอกาสทางการขายแก่กลุ่มลูกค้าใหม่ เช่น กลุ่มทัศนศึกษา และลูกค้าธุรกิจ บนพื้นฐานศักยภาพความสามารถในการผลิตที่มีอยู่ เพื่อโอกาสเพิ่มรายได้เสริมให้แก่กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก ด้วยกระบวนการสร้างการเรียนรู้แบบบูรณาการแก่สมาชิกกลุ่ม และภาคีเครือข่ายพัฒนา รวมถึงการบูรณาการการเรียนการสอนแก่นักศึกษาให้เกิดเป็นพื้นที่เรียนรู้ร่วมกันผ่านกิจกรรมการเรียนรู้ต่าง ๆ ของโครงการ สอดคล้องตามแผนยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น

1.6 วัตถุประสงค์ของโครงการ

1. เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก ใน 3 รูปแบบผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ DIY และผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง จากการบูรณาการกระบวนการจัดการเรียนรู้โดยการมีส่วนร่วมกับภาคีเครือข่ายพัฒนา
2. เพื่อเพิ่มช่องทางจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก ใน 2 ช่องทางจัดจำหน่ายรูปแบบ B2C ที่สามารถถ่ายทอดภูมิปัญญาสำหรับกลุ่มทัศนศึกษาหรือนักท่องเที่ยวกิจกรรมการท่องเที่ยวตามเส้นทางอุทยานธรณีและพื้นที่ท่องเที่ยวอำเภอใกล้เคียง และรูปแบบ B2B เชื่อมโยงผ่านผู้ประกอบการที่มีศักยภาพ
3. เพื่อยกระดับรายได้จากยอดขายผลิตภัณฑ์กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโกไม่น้อยกว่าร้อยละ 10

1.7 เป้าหมายของตัวชี้วัดความสำเร็จ

1. เชิงปริมาณ

1.1 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยกระดับสามารถจำหน่ายให้แก่ลูกค้าโดยตรง (B2C) และจำหน่ายผ่านคนกลางหรือผู้ประกอบการ (B2B) 3 ผลิตภัณฑ์

1.2 รายได้เพิ่มร้อยละ 10

1.3 ผู้เข้าร่วมบูรณาการบริการวิชาการ การเรียนการสอน และการพัฒนาจำนวน 20 คน นักศึกษาจำนวน 180 คน

2. เชิงคุณภาพ

2.1 ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยกระดับด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ DIY ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง ที่สามารถจำหน่ายให้แก่ลูกค้าโดยตรง (B2C) และจำหน่ายผ่านคนกลางหรือผู้ประกอบการ (B2B)

2.2 ผลตอบแทนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเพิ่มขึ้น

2.3 การมีส่วนร่วมบูรณาการบริการวิชาการ การเรียนการสอน และการพัฒนาระหว่างผู้นำและสมาชิกกลุ่มฯ คนในชุมชน ภาคีเครือข่ายภาครัฐ เอกชนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และมหาวิทยาลัย

1.8 กลุ่มเป้าหมายที่ได้รับประโยชน์

1. ผู้นำและสมาชิกกลุ่ม คนในชุมชน บ้านโนนตะโก หมู่ 6 ตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน และภาคีเครือข่ายพัฒนาภาครัฐ และเอกชนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง จำนวน 20 คน

2. นักศึกษาชั้นปีที่ 3 คณะวิทยาการจัดการ จำนวน 180 คน

2.1 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ จำนวน 100 คน

2.2 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด จำนวน 50 คน

2.3 หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการเงินการธนาคาร จำนวน 30 คน

1.9 พื้นที่ดำเนินการ

พื้นที่หลักในการดำเนินงานโครงการ คือ อำเภอสูงเนิน ตำบลกุดจิก บ้านโนนตะโก หมู่ 6

บทที่ 2

รายละเอียดการดำเนินงาน

2.1 กิจกรรมที่ดำเนินการ

กิจกรรมภายใต้โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก ตำบลกุดจิก ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการตลาดแบบเล่าเรื่อง โดยบูรณาการบริการวิชาการ การเรียนการสอน และการพัฒนา เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างผู้นำและสมาชิกกลุ่มฯ คนในชุมชน ภาครัฐ เครือข่ายภาครัฐ เอกชนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย 5 กิจกรรม ดังนี้

1. การอบรมเชิงปฏิบัติการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design thinking) และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism)

กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการจัดขึ้นในวันเสาร์ที่ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ณ สำนักงานกองทุนหมู่บ้าน (ศาลาประชาคม) โนนตะโก หมู่ 6 ตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

วิทยากร 5 ท่าน ประกอบด้วย 1) ดร.นุชจรี ภัคดีจือหอ 2) ดร.เกศินี วัฒนอมพลกรัง 3) ดร.กมลทรรศน์ นวลอนันต์ 4) ดร.กนก บุญศักดิ์ และ 5) อ.ชิตวรา บรรจงปฐุ

ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ 1) ผู้นำและสมาชิกกลุ่ม รวม 15 คน 2) เจ้าหน้าที่พัฒนาการชุมชนอำเภอสูงเนิน 1 คน และ 3) ตัวแทนนักศึกษาจำนวน 49 คน สาขาวิชาการตลาด 25 คน สาขาวิชาการจัดการ 16 คน และสาขาวิชาการเงินการธนาคาร 8 คน

กิจกรรมการอภิปราย หัวข้อดังนี้

1) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design thinking) หัวข้อย่อย คือ

- Empathy ทำความเข้าใจความต้องการและปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย โดยได้แนวทางแบ่งกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย 2 กลุ่ม คือ 1) ลูกค้าปัจจุบัน และ 2) ลูกค้าเป้าหมายใหม่
- Define ตีความปัญหาและกำหนดเป็นความต้องการรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นไปได้
- Ideate ระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปได้สอดคล้องความต้องการและปัญหาของกลุ่มเป้าหมาย
- Phototype วางแผนงานการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่
- Test วางแผนงานการทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่

2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์สู่การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) การบรรยายและยกตัวอย่างเกี่ยวกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ ระดมความคิดโดยประยุกต์แนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์สู่รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มุ่งสร้างประสบการณ์จริงแก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย



ภาพที่ 2.1 การอบรมเชิงปฏิบัติการ “การพัฒนาผลิตภัณฑ์ฯ”

2. การประชุมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ “การสร้างต้นแบบ และทดลองผลิตผลิตภัณฑ์”

กิจกรรมการประชุมเชิงปฏิบัติการจัดขึ้นในวันเสาร์ที่ 25 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566 ณ สำนักงานกองทุนหมู่บ้าน (ศาลาประชาคม) โนนตะโก หมู่ 6 ตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ 1) ผู้นำและสมาชิกกลุ่ม รวม 15 คน 2) พัฒนาการชุมชนอำเภอสูงเนิน 1 คน และ 3) ตัวแทนนักศึกษาจำนวน 49 คน สาขาวิชาการตลาด 25 คน สาขาวิชาการจัดการ 16 คน และสาขาวิชาการเงินการธนาคาร 8 คน

กิจกรรมการอภิปราย หัวข้อดังนี้

1. “ลูกค้าปัจจุบัน” สำหรับผลิตภัณฑ์จักสานตะกร้าขนาดเล็ก หัวข้อย่อย คือ

1.1 “ใครคือลูกค้าปัจจุบันของผลิตภัณฑ์จักสานกลุ่มฯ”

1.2 “ปัญหาการใช้งานและความต้องการผลิตภัณฑ์จักสานของลูกค้าปัจจุบันคืออะไร อย่างไร”

1.3 “รูปแบบและลักษณะผลิตภัณฑ์จักสานของกลุ่มฯ ที่ตอบโจทย์ลูกค้าปัจจุบัน”

ข้อสรุปการอภิปราย ลูกค้าปัจจุบัน คือ กลุ่มเพศหญิง วันทำงาน อายุ 30 – 60 ปี สนใจและซื้อตะกร้าขนาดเล็ก สำหรับใส่ของ หรือถือในการแต่งชุดไทย เพราะผลิตภัณฑ์ขนาดพอเหมาะ รูปแบบน่ารัก และราคาเหมาะสม

2. “ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใหม่” สำหรับผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ หัวข้อย่อย คือ

2.1 “ใครคือลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใหม่ของผลิตภัณฑ์จักสานกลุ่มฯ”

2.2 “ความต้องการผลิตภัณฑ์จักสานของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใหม่คืออะไร อย่างไร”

2.3 “รูปแบบและลักษณะผลิตภัณฑ์จักสานของกลุ่มฯ ที่ตอบโจทย์ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายใหม่”

ข้อสรุปการอภิปราย ลูกค้าเป้าหมายใหม่ เริ่มตั้งแต่วัยรุ่น วัยเรียน รวมถึงคนรุ่นใหม่วัยทำงาน ทั้งเพศชายและหญิง มุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์จักสานสามารถเกี่ยวข้อหรือเป็นส่วนหนึ่งในไลฟ์สไตล์ กิจกรรมสันทนาการตามความชื่นชอบ แบ่งเป็น

- ผลิตภัณฑ์ DIY เพื่อให้มีส่วนร่วมเรียนรู้ศิลปะ มรดกภูมิปัญญาจักสาน ผลิตภัณฑ์ต้องมีขั้นตอนวิธีการจักสานที่ง่าย ใช้เวลาไม่นาน ลูกค้าเป้าหมายสามารถทำได้จริง เช่น ชะลอม ถาดเอนกประสงค์

- **ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น** ด้วยแนวคิดในการประยุกต์ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมให้สามารถใช้ประโยชน์ได้กลุ่มเป้าหมายใหม่ โดยเชื่อมโยงอัตลักษณ์ชื่อ บ้านโนนตะโก ซึ่งเป็นชื่อต้นไม้ ปรับรูปแบบผลิตภัณฑ์ตะกร้าใส่ของขนาดเล็ก มีหูสำหรับถือให้เป็นกระถางต้นไม้เพื่อการประดับตกแต่งสถานที่ ตอบสนองความต้องการไลฟ์สไตล์คนรักต้นไม้ทั้งเพศชายและหญิง หลายช่วงวัย

- **ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง** เนื่องจากเดิมกลุ่มมีสินค้ามูลค่าสูง คือ ตัวสัตว์ต่าง ๆ ใช้ประดับตกแต่งสถานที่ แต่เป็นการผลิตตามคำสั่งซื้อและมักไม่สามารถผลิตได้เพราะใช้เวลานาน เป็นสินค้าที่ไม่พร้อมจำหน่ายเชิงพาณิชย์ เพื่อยังคงอัตลักษณ์ท้องถิ่นเกี่ยวกับสัตว์ นักศึกษารายหนึ่งที่ชอบเลี้ยงแมวและเป็นสมาชิกกลุ่มคนรักแมวในสังคมออนไลน์เสนอสินค้า บ้านแมว ซึ่งเคยซื้อจากออนไลน์มาใช้แต่สินค้าไม่แข็งแรง ใช้งานจริงไม่ได้ จึงเสนอการออกแบบบ้านแมวสานจากไม้ไผ่ ด้วยรูปแบบลายสานของกลุ่มฯ ให้สินค้ามีความคงทน สวยงาม และใช้งานได้จริง

โดยมีการทดลองผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ DIY ทั้งชะลอม และถาดเอนกประสงค์ พบว่า ถาดเอนกประสงค์ มีความเหมาะสมเพื่อให้ลูกค้าสามารถจักสาน และออกแบบสินค้าได้ ใช้เวลาไม่นาน กลุ่มนักศึกษาเป็นตัวแทนลูกค้าทดลองผลิตด้วยความสนุก และเมื่อผลิตเสร็จมีความภาคภูมิใจในผลงานของตนเอง และได้เรียนรู้วิธีการสานลายต่าง ๆ



ภาพที่ 2.2 การประชุมเชิงปฏิบัติการ “การสร้างต้นแบบ และทดลองผลิต ฯ”

3. การอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ “เทคนิคการขายและสื่อสารการตลาดเรื่องราวผลิตภัณฑ์ ด้วยเทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling)”

กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการจัดขึ้นในวันอาทิตย์ที่ 5 มีนาคม พ.ศ. 2566 ณ สำนักงานกองทุนหมู่บ้าน (ศาลาประชาคม) โนนตะโก หมู่ 6 ตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

วิทยากร 2 ท่าน คือ 1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุจิตรา จำปาศรี และ 2) ดร.กมลทรรศน์ นวลอนันต์

ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ 1) ผู้นำและสมาชิกกลุ่ม รวม 15 คน 2) ตัวแทนนักศึกษาจำนวน 49 คน สาขาวิชาการตลาด 25 คน สาขาวิชาการจัดการ 16 คน และสาขาวิชาการเงินการธนาคาร 8 คน และ 3) ผู้ประกอบการเอกชน ร้านค้าออนไลน์ Page Facebook “แพมภัทราโมบายล์” 2 คน

กิจกรรมการอภิปราย หัวข้อ “การสื่อสารการตลาดแบบเล่าเรื่อง (Storytelling)” และ “เทคนิคการขายผลิตภัณฑ์จักสาน ด้วยการสื่อสารการตลาดแบบเล่าเรื่อง” โดยการบรรยายและยกตัวอย่างการนำแนวคิดการตลาดแบบเล่าเรื่อง ซึ่งเป็นวิธีการเล่าเรื่องเพื่อสื่อสารข้อความให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกและแรงบันดาลใจให้ตัดสินใจซื้อสินค้า และระดมความคิดการเล่าเรื่องราวของผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่



ภาพที่ 2.3 การอบรมเชิงปฏิบัติการ “เทคนิคการขาย และสื่อสารการตลาด ฯ”

4. การอบรมเชิงปฏิบัติการ หัวข้อ “บรรจุภัณฑ์และการจัดส่งสินค้า” และ “การคิดต้นทุนและตั้งราคาผลิตภัณฑ์”

กิจกรรมอบรมเชิงปฏิบัติการจัดขึ้นในวันเสาร์ที่ 11 มีนาคม พ.ศ. 2566 ณ สำนักงานกองทุนหมู่บ้าน (ศาลาประชาคม) โนนตะโก หมู่ 6 ตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา

วิทยากร 3 ท่าน คือ 1) ดร.นุชจรี ภัคดีจื่อหอ 2) ดร.เกศินี ถนอมพลกรัง และ 3) ดร.กนก บุญศักดิ์

ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ 1) ผู้นำและสมาชิกกลุ่ม รวม 15 คน และ 2) ตัวแทนนักศึกษาจำนวน 49 คน สาขาวิชาการตลาด 25 คน สาขาวิชาการจัดการ 16 คน และสาขาวิชาการเงินการธนาคาร 8 คน

กิจกรรมการอภิปราย หัวข้อดังนี้

1) “บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์จักสาน” การบรรยายประเภทและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ การระดมความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์จักสานขนาดต่าง ๆ กรณีการขนส่งให้ลูกค้าให้ใช้เป็นกล่องกระดาษ หากลูกค้ารับเองตัวผลิตภัณฑ์จะมีส่วนที่สามารถหิ้วหรือถือได้

2) “การคำนวณต้นทุนและการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์จักสาน” การบรรยายโครงสร้างต้นทุนผลิตภัณฑ์จักสาน การคิดต้นทุนวัตถุดิบ แรงงาน และค่าดำเนินการต่าง ๆ รวมถึงหลักการตั้งราคาผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 2.4 การอบรมเชิงปฏิบัติการ “บรรจุภัณฑ์ และการจัดส่ง ฯ” และ “การคิดต้นทุน และตั้งราคา ฯ”

5. การทดสอบตลาดและจัดจำหน่าย

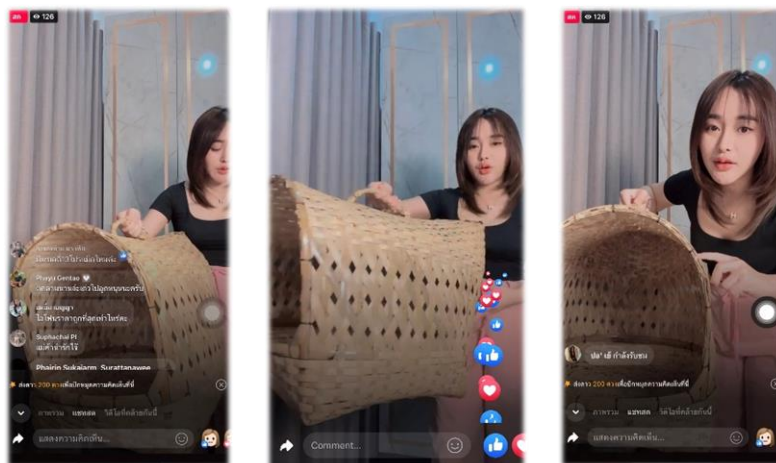
กิจกรรมทดสอบตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก้มูก้า (B2C) ในวันเสาร์ที่ 18 มีนาคม พ.ศ. 2566 ณ ศูนย์การค้าเซ็นทรัล โคราช ในงานธุรกิจยุคใหม่สไตล์การจัดการ ครั้งที่ 27 และ 28 “ทรงอย่างกรีน BCG Market” หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ

ผู้เข้าร่วมกิจกรรม ได้แก่ 1) ผู้นำและตัวแทนกลุ่ม 3 คน และ 2) นักศึกษาจำนวน 180 คน สาขาวิชาการตลาด 50 คน สาขาวิชาการจัดการ 100 คน และสาขาวิชาการเงินการธนาคาร 30 คน



ภาพที่ 2.5 การทดสอบตลาดและจัดจำหน่าย (B2C)

กิจกรรมทดสอบตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก่งูกำ (B2C) ทาง Facebook Live เพจร้านขายสินค้า “แพมภัทราโมบายล์” ผู้ติดตามร้าน 210,000 คน ในวันศุกร์ที่ 30 มิถุนายน พ.ศ. 2566



ภาพที่ 2.6 การทดสอบตลาดและจัดจำหน่าย (B2C) ทาง Facebook Live

อยู่ระหว่างทดสอบตลาดและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แก่งูกำ (B2B) Facebook ร้าน “Flower Happy ต้นไม้ปลอม ดอกไม้ประดิษฐ์ ตกแต่งบ้านและคอนโด by Flower Richcy” ผู้ติดตามร้าน 3,200 คน

การดำเนินกิจกรรมโครงการโดยบูรณาการบริการวิชาการ การเรียนการสอน และการพัฒนา เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างผู้นำและสมาชิกกลุ่มฯ คนในชุมชน ภาคีเครือข่ายภาครัฐ เอกชนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และมหาวิทยาลัย ทั้ง 5 กิจกรรม ก่อให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก ตำบลกุดจิก จากผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมที่เป็นตะกร้าขนาดเล็ก ด้วยการบูรณาการแนวความคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการตลาดแบบเล่าเรื่อง ก่อให้เกิดรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 รูปแบบ คือ

- 1) ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น “กระถางต้นไม้” ที่เน้นไลฟ์สไตล์คนรักต้นไม้ เนื่องจากบ้านโนนตะโก มีชื่อหมู่บ้านมาจาก ต้นตะโก
- 2) ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง “บ้านแมว” ที่เน้นไลฟ์สไตล์คนรักสัตว์ เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมาเป็นต้นกำเนิด “แมวโคราช”
- 3) ผลิตภัณฑ์ DIY “ถาด/แผ่นรองอเนกประสงค์” รองรับกลุ่มลูกค้าเพื่อการเรียนรู้ ทักษะศึกษาและนักท่องเที่ยว

การออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ได้คงรูปแบบการสานไม้ไผ่ไว้ทะแยงข้าง ซึ่งเป็นอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโกไว้ในกระถาง และบ้านแมวด้วย

ผลิตภัณฑ์ดั้งเดิม



ตะกร้าขนาดเล็ก (90 บาท)

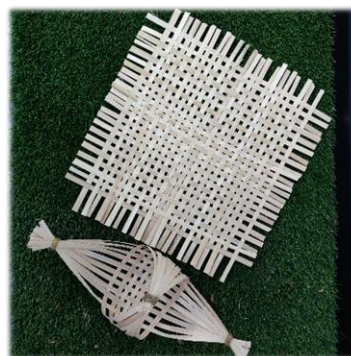
ผลิตภัณฑ์ใหม่



อัตลักษณ์ท้องถิ่น (79-119 บาท)



มูลค่าสูง (349-399 บาท)



ผลิตภัณฑ์ DIY (25 บาท)

ภาพที่ 2.7 รูปแบบผลิตภัณฑ์ดั้งเดิมและผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 รูปแบบ

2.2 ผลผลิตจากการดำเนินโครงการ (Output)

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่ของกลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก รูปแบบผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ DIY และ ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง ที่สามารถจำหน่ายในรูปแบบ B2B และ B2C	3 ผลิตภัณฑ์	3 ผลิตภัณฑ์

2.3 ผลลัพธ์จากการดำเนินโครงการ (Outcome)

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
1. รายได้จากยอดขายผลิตภัณฑ์จักสานไม้ไผ่กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโกเพิ่มขึ้น	ร้อยละ 10	ร้อยละ 10
2. ภาศิชุมชน ภาครัฐ และเอกชน เครือข่ายการบูรณาการบริการวิชาการและการเรียนการสอนในการสืบสานภูมิปัญญาและเชื่อมโยงศักยภาพท้องถิ่นสู่การเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน	ภาศิพัฒนา 20 คน นักศึกษา 180 คน	ภาศิพัฒนา 20 คน นักศึกษา 180 คน

2.4 ผลลัพธ์ตามตัวชี้วัดกรอบการดำเนินงาน TOR

ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย	ผลการดำเนินงาน
1. จำนวนผลิตภัณฑ์ชุมชน OTOP ได้รับการพัฒนามูลค่า	3 ผลิตภัณฑ์	3 ผลิตภัณฑ์
2. รายได้เพิ่มขึ้น	ร้อยละ 10	ร้อยละ 10
3. จำนวนหมู่บ้านที่เข้าร่วมโครงการ	1 หมู่บ้าน	1 หมู่บ้าน
4. จำนวนภาศิเครือข่าย	20 คน	20 คน
5. จำนวนนักศึกษาที่เข้ารับบริการ	180 คน	180 คน
6. จำนวนรายวิชา	4 วิชา	4 รายวิชา

2.5 หน่วยงาน/เครือข่ายที่ร่วมดำเนินโครงการ

1. พัฒนาการชุมชนอำเภอสูงเนิน
2. ผู้ประกอบการเอกชน ร้านค้าออนไลน์ Page Facebook “แพมภัทราโมบายล์” โดยคุณสุภัทราภรณ์ ช่วยรัมย์
3. ผู้ประกอบการเอกชน ร้าน “Flower Happy ต้นไม้ปลอม ดอกไม้ประดิษฐ์ ตกแต่งบ้านและคอนโด by Flower Richcy” โดยคุณปวีณา อางจนาวัง
4. ศูนย์การค้าเซ็นทรัล โคราช

2.6 จำนวนองค์ความรู้/ ชุดความรู้ที่นำไปใช้ในการพัฒนาท้องถิ่น

1. การคิดเชิงออกแบบ (Design thinking)
2. การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism)
3. การสื่อสารการตลาดแบบเล่าเรื่อง (Storytelling)
4. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง
5. การคำนวณต้นทุนและการกำหนดราคาผลิตภัณฑ์

2.7 จำนวนรายวิชาที่มีการบูรณาการพันธกิจสัมพันธ์เพื่อพัฒนาท้องถิ่น

1. รายวิชา 303311 การวิจัยตลาด
2. รายวิชา 301312 การจัดการโครงการ
3. รายวิชา 301405 การจัดการเชิงบูรณาการ
4. รายวิชา 302308 การวิเคราะห์และประเมินโครงการทางการเงิน

บทที่ 3

สรุปผลการดำเนินงาน

3.1 สรุปผล

เชิงปริมาณ

1. ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยกระดับสามารถจำหน่ายให้แก่ลูกค้าโดยตรง (B2C) และจำหน่ายผ่านคนกลางหรือผู้ประกอบการ (B2B) 3 ผลิตภัณฑ์

2. รายได้เพิ่มร้อยละ 10

3. ผู้เข้าร่วมบูรณาการบริการวิชาการ การเรียนการสอน และการพัฒนาจำนวน 20 คน นักศึกษาจำนวน 180 คน

เชิงคุณภาพ

1. ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยกระดับด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ DIY ผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง ที่สามารถจำหน่ายให้แก่ลูกค้าโดยตรง (B2C) และจำหน่ายผ่านคนกลางหรือผู้ประกอบการ (B2B)

2. ผลตอบแทนจากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของกลุ่มเพิ่มขึ้น

3. การมีส่วนร่วมบูรณาการบริการวิชาการ การเรียนการสอน และการพัฒนาระหว่างผู้นำและสมาชิกกลุ่มฯ คนในชุมชน ภาศึเครือข่ายภาครัฐ เอกชนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง และมหาวิทยาลัย

สรุปในภาพรวมของการดำเนินโครงการ

กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก หมู่ 6 ตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา ผลิตสินค้า OTOP จักสาน ของใช้ของตกแต่งและของที่ระลึก โดยพัฒนาการชุมชนอำเภอสูงเนินส่งเสริมการตั้งกลุ่มฯ เพื่อสืบสานภูมิปัญญาและสร้างรายได้เสริม สินค้าหลัก คือ ตะกร้าขนาดเล็ก ได้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน (มพช.) การดำเนินการกลุ่มฯ มีลูกค้าและขายได้น้อย เนื่องจากแรงงานฝีมือผู้สูงอายุผลิตช้า รูปแบบสินค้าจำกัด เน้นขายออกร้านงานประเพณีในท้องถิ่น ดังนั้น กลุ่มฯ จึงต้องการมีผลิตภัณฑ์ที่ผลิตง่ายแต่ลูกค้าทั่วไปสนใจ เพื่อให้กลุ่มฯ สามารถผลิต และขายมีรายได้เสริมต่อเนื่อง รวมถึงการสืบสานภูมิปัญญาจักสานได้ จึงเป็นที่มาของ โครงการ ยกระดับผลิตภัณฑ์กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก ตำบลกุดจิก ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการตลาดแบบเล่าเรื่อง เพื่อยกระดับ 3 รูปแบบ ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ DIY และผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง และเพิ่มการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และรายได้ร้อยละ 10 กิจกรรมโครงการดำเนินงานโดยบูรณาการบริการวิชาการ การเรียนการสอน และการพัฒนา เน้นการมีส่วนร่วมระหว่างผู้นำและสมาชิกกลุ่มฯ คนในชุมชน ภาศึเครือข่ายภาครัฐ เอกชนผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง รวม 20 คน และคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา โดยคณาจารย์ 6 คน และนักศึกษสาขาวิชาการตลาด สาขาวิชาการจัดการ และสาขาวิชาการเงินและการธนาคาร รวม 180 คน ดำเนินการ 5 กิจกรรม คือ 1) การอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (Design thinking) และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) 2) การประชุมเชิงปฏิบัติการสร้างต้นแบบ และทดลอง

ผลิตผลิตภัณฑ์ 3) การอบรมเชิงปฏิบัติการเทคนิคการขายและสื่อสารการตลาดเรื่องราวผลิตภัณฑ์ ด้วยเทคนิคการเล่าเรื่อง (Storytelling) 4) การอบรมเชิงปฏิบัติการบรรจุภัณฑ์และการจัดส่งสินค้า และการคิดต้นทุนและตั้งราคาผลิตภัณฑ์ และ 5) การทดสอบตลาดและจัดจำหน่าย ในรูปแบบ B2C และ B2B ผลดำเนินงานได้ผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 รูปแบบ คือ ผลิตภัณฑ์อัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นกระถางต้นไม้ ผลิตภัณฑ์ DIY คือ ถาดเอนกประสงค์ และผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง คือ บ้านแมว ซึ่งนำมาสู่การเพิ่มรายได้เสริมให้กลุ่มฯ ร้อยละ 10 และเกิดกลไกเครือข่ายความร่วมมือแบบบูรณาการบริการวิชาการ การเรียนการสอน การมีส่วนร่วมภาคีชุมชนภาครัฐ เอกชน และมหาวิทยาลัย เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้เชื่อมโยงศักยภาพสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่การเพิ่มรายได้ให้แก่ชุมชน

3.2 องค์ความรู้ นวัตกรรมที่เกิดจากการดำเนินโครงการ

การบูรณาการแนวคิดในการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสาน โดยเริ่มต้นจากกระบวนการ “การคิดเชิงออกแบบ (Design thinking)” และแนวคิด “การสื่อสารการตลาดแบบเล่าเรื่อง (Storytelling)” เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์ที่มุ่งเน้น

1) กลุ่มลูกค้าใหม่ที่มีไลฟ์สไตล์ความชอบในงานอดิเรก พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์

1.1 อัตลักษณ์ท้องถิ่น “กระถางต้นไม้” ที่เน้นไลฟ์สไตล์คนรักต้นไม้ เนื่องจากบ้านโนนตะโก มีชื่อหมู่บ้านมาจาก ต้นตะโก

1.2 มูลค่าสูง “บ้านแมว” ที่เน้นไลฟ์สไตล์คนรักสัตว์ เนื่องจากจังหวัดนครราชสีมาเป็นต้นกำเนิด “แมวโคราช”

2) กลุ่มลูกค้าเพื่อการเรียนรู้ ด้วยแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ (Creative tourism) พัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ DIY “ถาด/แผ่นรองเอนกประสงค์”

3.3 ปัญหาอุปสรรค

1) ข้อจำกัดของเวลาการจัดกิจกรรมที่มีการบูรณาการกับการเรียนการสอน ในภาคการศึกษา 2 ปี การศึกษา 2565 ระหว่าง 19 ธค 65 – 18 เมย 66 ผู้สอนจะต้องวางแผนการสอนก่อนเปิดภาคเรียน (ต้นเดือนธันวาคม 2565) ซึ่งโครงการและงบประมาณได้รับอนุมัติดำเนินการได้ ต้นเดือนกุมภาพันธ์ 2566 ทำให้ผู้รับผิดชอบโครงการ (ผู้สอน) มีข้อจำกัดด้านระยะเวลาเพื่อดำเนินกิจกรรมแบบบูรณาการการเรียนการสอน

2) กลุ่มฯ ผลิตสินค้าเครื่องจักสานเป็นอาชีพเสริมเพิ่มรายได้จากอาชีพเกษตรกรรม (ทำนา) ซึ่งพื้นที่บ้านโนนตะโกมีการทำนาปรัง ทำให้ช่วงเวลาดำเนินกิจกรรมสมาชิกกลุ่มฯ มีข้อจำกัดด้านระยะเวลาเข้าร่วม

3.4 ข้อเสนอแนะ

ถ้าระยะเวลาเริ่มต้นโครงการได้รับการอนุมัติโครงการให้ดำเนินการสอดคล้องกับภาคการศึกษาจะทำให้เกิดการบูรณาการกับการเรียนการสอน ในลักษณะ Project Based ได้มากขึ้น



แบบบันทึกรายรับ-รายจ่ายการส่งเสริมอาชีพ/การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน
ภายใต้ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

- ชื่อโครงการ ยกระดับผลิตภัณฑ์กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก ตำบลกุดจิก ด้วยกระบวนการคิดเชิงออกแบบ การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ และการตลาดแบบเล่าเรื่อง
- ชื่อหัวหน้าโครงการ ดร.นุชจรี ภักดีจ่อหอ คณะวิทยาการจัดการ
- ชื่อกลุ่มอาชีพ/ผลิตภัณฑ์ กลุ่มสืบสานจักสานบ้านโนนตะโก หมู่บ้านโนนตะโก หมู่ 6 ตำบลกุดจิก อำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา
- จำนวนสมาชิกกลุ่มกลุ่มอาชีพ/ผลิตภัณฑ์ 15 คน
- บันทึกข้อมูลในช่วงระหว่างวันที่ 1 กรกฎาคม 2566 ถึงวันที่ 31 กรกฎาคม 2566 รวมระยะเวลา 1 เดือน
- ประมาณการผลกำไรก่อนคณະทำงานของมหาวิทยาลัยเข้าไปส่งเสริม/พัฒนา เฉลี่ย 250 บาท/เดือน (1 เดือน สานตะกร้าเล็ก 30 ชั่วโมง ได้ตะกร้า 25 ใบ กำไรใบละ 10 บาท)
- ต้นทุนการผลิตสินค้า

ตะกร้าเล็ก 1 ใบ

รายการต้นทุน/ค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน (บาท)
วัสดุดิบไม้ไผ่ เชือกไนลอน และสีทาไม้เคลือบเงา	30
ค่าแรง 1 ชั่วโมง 10 นาที	50
รวมต้นทุน	80

กระถางเล็ก 1 ใบ

รายการต้นทุน/ค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน (บาท)
วัสดุดิบไม้ไผ่ เชือกไนลอน และสีทาไม้เคลือบเงา	25
ค่าแรง 1 ชั่วโมง	40
รวมต้นทุน	65

บ้านแมวใหญ่ 1 กรง

รายการต้นทุน/ค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน (บาท)
วัสดุดิบไม้ไผ่ เชือกไนลอน และสีทาไม้เคลือบเงา	100
ค่าแรง 5 ชั่วโมง	200
รวมต้นทุน	300

ตอกสำหรับ DIY ถาดเอนกประสงค์ 1 ชุด

รายการต้นทุน/ค่าใช้จ่าย	จำนวนเงิน (บาท)
วัตถุดิบไม้ไผ่	10
ค่าแรง 15 นาที	10
รวมต้นทุน	20

หมายเหตุ 1. คิดต้นทุนค่าแรงงานวันละ 320 บาท/คน (ชั่วโมงละ 40 บาท)

8. รายรับจากการขายสินค้า

(เปรียบเทียบจากฐานเวลาผลิตตะกร้าเล็ก 30 ชั่วโมง/เดือน แบ่งสัดส่วนเป็น 3 ผลิตภัณฑ์ใหม่
กระถางเล็ก 17 ชั่วโมง บ้านแมวใหญ่ 10 ชั่วโมง และตอกฯ 3 ชั่วโมง โดยคิด)

รายการ	จำนวนเงิน (บาท)
ตะกร้าเล็ก ใบละ 90 บาท จำนวน 25 ใบ	2,250
รวมรายรับผลิตภัณฑ์เดิม	2,250
กระถางเล็ก ใบละ 79 บาท จำนวน 13 ใบ	1,027
บ้านแมวใหญ่ กรงละ 399 บาท จำนวน 3 กรง	1,197
ตอกสำหรับ DIY ถาดเอนกประสงค์ ชุดละ 25 บาท จำนวน 8 ชุด	200
รวมรายรับผลิตภัณฑ์ใหม่	2,424
ประมาณการยอดขายที่ 90%	2,181

9. กำไร = 276 บาท

คำนวณจาก (8)-(7) 3 ผลิตภัณฑ์ใหม่ 90%ของรายได้ 2,181 บาท – ต้นทุน 1,905 บาท $(65 \times 13) + (300 \times 3) + (20 \times 8)$

10. กำไรเพิ่มขึ้น = 26 บาท คิดเป็นร้อยละ 10.4

คำนวณจาก (9)-(6) กำไรหลังพัฒนา 276 บาท – กำไรก่อนพัฒนา 250 บาท คิดเป็นร้อยละ $(26/250 \times 100)$

หมายเหตุ กรณีที่ยังไม่มีการขายสินค้าหรือบริการ (เพิ่งเริ่มต้น) ให้คำนวณมูลค่าผลประโยชน์ที่คาดว่าจะเกิดขึ้น ดังนี้

1. คิดสัดส่วนผลประโยชน์ที่เกิดจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 90%
2. สูตรคำนวณมูลค่าผลประโยชน์

มูลค่าผลประโยชน์ = (ราคาต่อหน่วย – ต้นทุนต่อหน่วย) × ปริมาณที่คาดว่าจะขายได้ × สัดส่วนผลประโยชน์

ตัวอย่าง ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มกลุ่มแม่บ้านสำพะเนียง เพิ่งเริ่มผลิต ยังไม่มีการขาย กำลังเตรียมการนำออกจำหน่าย กลุ่มแม่บ้านผลิตไว้ทั้งหมด 500 ฟอง และคาดว่าจะขายหมด โดยมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย/ฟอง 8 บาท กำหนดราคาขาย ฟองละ 10 บาท (ขายเป็นกล่องๆละ 40 บาท 1 กล่องมี 4 ฟอง) คำนวณมูลค่าผลประโยชน์ได้ดังนี้

มูลค่าผลประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม = $\frac{(10 - 8) \times 500 \times 90}{100} = 900$ บาท ต่อรอบการผลิต (500 ฟองต่อ 15 วัน)