

โครงการประกวดแนวปฏิบัติที่ดี (Good Practices)

“การบูรณาการการจัดการความรู้สู่ชุมชนและประชาคมอาเซียน”

- ☐ การบูรณาการการจัดการเรียนการสอน ☐ การบูรณาการงานวิจัย/งานสร้างสรรค์
☒ การบูรณาการการบริการวิชาการแก่สังคม ☐ การบูรณาการการทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

ชื่อเรื่อง/แนวปฏิบัติที่ดี “การยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ด้วยนวัตกรรมสู่สากล”

ชื่อ-นามสกุล ผู้นำเสนอ : ผู้ช่วยศาสตราจารย์จุฑามาศ พิรพัชระ

ชื่อสถาบันอุดมศึกษา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หน่วยงาน : สถาบันวิจัยและพัฒนา

เบอร์โทรศัพท์ : 0 2665 3777, 0 2665 3888

เบอร์โทรศัพท์ : 08 9204 3158

เบอร์โทรสาร : 0 2282 0423

e-mail address : chutamas.p@rmutp.ac.th

1. บทสรุปผู้บริหาร

ผู้ประกอบการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จังหวัดบุรีรัมย์ ขอนแก่น กาฬสินธุ์ สกลนคร อุบลราชธานี และสุรินทร์ จำนวน 18 กลุ่ม เป็นกลุ่มที่สมัครเข้าร่วมโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ด้วยนวัตกรรมที่ดำเนินโครงการโดยใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมของกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และความเชี่ยวชาญของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ร่วมกับเครือข่ายความร่วมมือของคลินิกเทคโนโลยี ได้แก่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และวิทยาลัยการอาชีพขอนแก่น โดยการดำเนินการในระยะแรกได้มีการสำรวจข้อมูลของผลิตภัณฑ์ จุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนาของกระบวนการผลิตตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ โดยวิธีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นเกี่ยวกับการเลี้ยงหม่อนไหม การทำเส้นด้าย การทอผ้า การย้อมผ้า ด้วยวิธีการจัดเวทีเสวนา การบันทึกภูมิปัญญาจนตกผลึกเป็นความรู้ด้านภูมิปัญญาผ้าและเครื่องแต่งกาย หลังจากนั้นมีการจัดเวทีการตกผลึกปัญหาและความต้องการยกระดับผลิตภัณฑ์ระหว่างนักวิจัยของมหาวิทยาลัย เครือข่ายความร่วมมือคลินิกเทคโนโลยี ผู้ประกอบการ OTOP และผู้แทนจากกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จึงได้ข้อสรุป ปัญหาด้านสี ด้านการย้อม ด้านลวดลายผ้า ด้านลักษณะผืนผ้า ด้านรูปแบบ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านการสร้างแบรนด์ วิเคราะห์แล้วพัฒนาโดยใช้เทคโนโลยีนาโนของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีผสมผสานกับการพัฒนา การออกแบบลวดลายผ้าใหม่ การพัฒนากระบวนการย้อม การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ 69 ต้นแบบ จากองค์ความรู้และความเชี่ยวชาญของมหาวิทยาลัย เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ตรงตามความต้องการของลูกค้าในระดับประเทศ อาเซียน และอาเซียน+3 ซึ่งเป็นผลจากการทดสอบตลาดในพื้นที่กรุงเทพมหานคร โดยกลุ่มเป้าหมายที่เป็นคนไทย ร้อยละ 40 ญี่ปุ่นร้อยละ 36 อังกฤษ ร้อยละ 12 สวิตเซอร์แลนด์ และจีน ร้อยละ 4 พบว่าผู้ประกอบการมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบในระดับมากถึงมากที่สุด และต้องการสั่งซื้อสินค้าดังกล่าว การดำเนินงานในระยะที่ 2 ได้รวบรวมผลิตภัณฑ์ 69 รายการ นำเสนอในงาน OTOP CITY 2014 ณ อาคารชาเลนเจอร์ 1-3 ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพค เมืองทองธานี ระหว่างวันที่ 16-24 ธันวาคม 2557 ความท้าทายของโครงการซึ่งถือเป็นการดำเนินการในระยะที่ 3 คือการขยายตลาดจากประเทศไทยสู่ตลาดระดับ ASEAN+3 โดยจะนำผลิตภัณฑ์ไปทดสอบตลาด ในงาน JFW INTERNATIONAL FASHION FAIR 2015 ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ในวันที่ 21-23 มกราคม 2558 เพื่อตอบรับการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน

2. ประวัติหน่วยงาน

สถาบันวิจัยและพัฒนา (Institute of Research and Development) เริ่มดำเนินการตามโครงการจัดตั้งสถาบันวิจัยพัฒนาและบริการวิชาชีพ เมื่อเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2549 โดยมีผู้ช่วยศาสตราจารย์ จุฑามาศ พิรพัชระ เป็นประธานโครงการ

สถาบันวิจัยและพัฒนา เป็นส่วนราชการที่มีฐานะเทียบเท่าคณะ ได้รับการจัดตั้งขึ้นตามกฎหมายกระทรวงจัดตั้งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2549 ลงวันที่ 14 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549 ประกาศในราชกิจจานุเบกษา เมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน พ.ศ. 2549 และตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการเรื่องการแบ่งส่วนราชการในมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร พ.ศ. 2550 แบ่งส่วนราชการในสถาบันวิจัยและพัฒนา เป็น สำนักงานผู้อำนวยการ และมีการแบ่งหน่วยงานภายในสถาบันเป็น 3 หน่วยงาน คือ งานบริหารทั่วไป กลุ่มวิจัย และกลุ่มบริการวิชาการ

ปรัชญา วิสัยทัศน์ นโยบาย และพันธกิจของสถาบันวิจัยและพัฒนา ได้กำหนดไว้โดยการมีส่วนร่วมของผู้บริหารและบุคลากร ได้แก่ คณะกรรมการประจำสถาบัน คณะกรรมการพัฒนา งานวิจัยและบริการวิชาการ และในการประชุมกลุ่มบุคลากรของสถาบัน ดังนี้

ปรัชญา สถาบันวิจัยและพัฒนา มุ่งมั่นพัฒนางานวิจัยและงานบริการสังคมสู่สากล

วิสัยทัศน์ มุ่งสร้างผลงานวิจัยและบริการวิชาการสู่โลกอาชีพ

นโยบาย

1. การสร้างนักวิจัยด้านวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และด้านสังคม ให้มีศักยภาพสามารถบริหารจัดการความรู้และสร้างผลผลิตเพื่อใช้ประโยชน์ในเชิงสังคมและเชิงพาณิชย์
2. การสร้างผลงานวิจัยโดยการสร้างองค์ความรู้ และนำไปสู่การสร้างนวัตกรรม โดยให้ความสำคัญกับฐานเทคโนโลยีที่เน้นการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน
3. การสร้างผลงานบริการสังคมที่เกิดจากผลผลิตของการวิจัยและองค์ความรู้ของมหาวิทยาลัย โดยการบริการข้อมูลให้คำปรึกษา ถ่ายทอดเทคโนโลยี บริการทางวิชาชีพเพื่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และสร้างรายได้สู่มหาวิทยาลัย
4. การพัฒนาระบบบริหารจัดการตามหลักธรรมาภิบาล และให้ความสำคัญในการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อการบริหารจัดการงานวิจัยและบริการสังคมทั่วทั้งมหาวิทยาลัย

พันธกิจ

1. สร้างงานวิจัย สิ่งประดิษฐ์ นวัตกรรม เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ภาคการผลิตและภาคบริการ
2. ให้บริการวิชาการแก่สังคม เพื่อสร้างและพัฒนาอาชีพ
3. เผยแพร่และถ่ายทอดผลงานวิจัยและบริการวิชาการแก่สังคม
4. บริหารจัดการงานวิจัยและบริการวิชาการ
5. แสวงหาแหล่งทุนเพื่อสนับสนุนงานวิจัยและบริการวิชาการ

ปัจจุบัน สถาบันวิจัยและพัฒนา มีสำนักงานตั้งอยู่ที่อาคาร 1 ชั้น 3 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ศูนย์เทเวศร์ เลขที่ 399 ถนนสามเสน แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กทม 10300 เว็บไซต์ติดต่อ : <http://www.ird.rmutp.ac.th>

3. กระบวนการ/วิธีการดำเนินงานในอดีต

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้รับเชิญจากกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ให้รับผิดชอบดำเนินโครงการ “การยกระดับผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายด้วยนวัตกรรม” โดยดำเนินการพัฒนาต่อยอดจากผลการสำรวจ ปัญหา จุดอ่อน จุดที่ควรพัฒนา ของผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 18 กลุ่ม ซึ่งดำเนินการโดยคลินิกเทคโนโลยีเครือข่าย 5 แห่ง ประกอบด้วย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน วิทยาเขตกาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และ วิทยาลัยการอาชีพขอนแก่น ซึ่งพบว่าผลิตภัณฑ์ OTOP ของกลุ่มทั้ง 18 กลุ่มมีปัญหา และมีจุดที่ควรพัฒนา ดังนี้

ตารางที่ 1 จุดที่ควรพัฒนาของผลิตภัณฑ์ OTOP 18 กลุ่ม

ผู้ประกอบการ	จุดที่ควรพัฒนา
จังหวัดบุรีรัมย์ 1.กลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหม อำเภอยุทธสง	1.โทนสีไม่โดดเด่นเท่าที่ควร 2.ลวดลายผ้ามีขนาดเล็ก เมื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อาจทำให้มองไม่เห็นลวดลาย
2.กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนองโก อำเภอนาโพธิ์	1.ผ้ามีลวดลายมากเกินไป ทำให้ไม่มีจุดเด่น 2.คู่สีมีจำนวนมากเกินไป
3.กลุ่มทอผ้าพัฒนาอาชีพ อำเภอลำปลายมาศ	ขาดลวดลายที่ขายผ้า
จังหวัดขอนแก่น 4.กลุ่มสงครามไหมไทย อำเภอนบพ	โทนสีของผ้ามีสีเข้มเกินไป
5.กลุ่มสตรีบ้านหัวฝาย อำเภอนบพ	1.ไม่มีแบรนด์เป็นของกลุ่มเอง 2.ไม่มีการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์
จังหวัดกาฬสินธุ์ 6.กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านโนนแพรวา ตำบลโนน	1.ผ้ามีสีสดใสแต่ไม่ฉูดฉาด (ไม่สว่าง) 2.มีลวดลายมากเกินไป 3.หน้าผ้าแคบเกินไป 4.ลวดลายที่ใช้ยังไม่เป็นที่ต้องการของกลุ่มลูกค้าหนุ่มสาวหรือวัยรุ่น
7.กลุ่มไหมสมเด็จ อำเภอสเม็จ	1.ความยาวของผ้าชิ้นมีขนาดเดียว ไม่ได้ทำออกมาสำหรับลูกค้าที่มีขนาดต่างกัน จึงเป็นข้อจำกัดกลุ่มลูกค้า

	อย่างหนึ่ง 2.การต่อผ้ายังไม่เรียบร้อย ไม่แข็งแรง
8.กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านโนนนคร อำเภอเมือง	ขาดรูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าที่ย้อมคราม
9.กลุ่มแพรวาเมืองเก่า อำเภอสหัสขันธ์	ขาดรูปแบบผลิตภัณฑ์
10.กลุ่มทอผ้ามัดหมี่และหมอนซิด บ้านด่านเหนือ อำเภอกมลาไสย	รูปแบบผลิตภัณฑ์มีอยู่แบบเดียวไม่หลากหลาย

ตารางที่ 1 จุดที่ควรพัฒนาของผลิตภัณฑ์ OTOP 18 กลุ่ม (ต่อ)

ผู้ประกอบการ	จุดที่ควรพัฒนา
11.กลุ่มจักแพรวา อำเภอคำม่วง	1.ขาดแบรนด์ของสินค้า 2.ขาดการแปรรูปผลิตภัณฑ์
จังหวัดสกลนคร 12.กลุ่มทอผ้าสีธรรมชาติบ้านพันนา อำเภอสว่างแดนดิน	1.ลวดลายและขนาดของลายเล็กและละเอียดเกินไปไม่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้ซื้อ 2.ผิวสัมผัสผ้าแข็งกระด้าง 3.สีผ้าไม่ทนสมัย
13.กลุ่มแปรรูปม้าย้อมบ้านสงเปลือย อำเภอพังโคน	1.การย้อมที่ไม่สม่ำเสมอ 2.สีสันทนสมัย 3.การใช้ไหมชีกงว (เส้นด้ายประดิษฐ์) จะทำให้ผ้าไหมไวโครสร้างผ้าไม่ดี
14.กลุ่มทอสิริผ้าครามสกลนคร อำเภออากาศอำนวย	1.ลวดลายมากเกินไป 2.เฉดสีไม่สม่ำเสมอ 3.ผ้าหนาเกินไป
15.กลุ่มผ้าย้อมมูลควาย อำเภอพังโคน	1.มีข้อจำกัดของสี 2. ผลิตภัณฑ์ไม่หลากหลาย 3.ขาด packaging ที่ดี
16.กลุ่มศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิต อำเภอพังโคน	1.สีของชิ้นงานไม่สม่ำเสมอ 2.ไม่มีงานผลิตภัณฑ์อื่นนอกจากผืนผ้า
จังหวัดอุบลราชธานี 17.กลุ่มทอผ้าย้อมสีธรรมชาติบ้านทุ่งนาเมือง อำเภอโขงเจียม	1.ไม่มีความชัดเจนในกลุ่มผู้บริโภค 2.การแปรรูปเป็นเสื้อผ้าไม่สามารถโชว์เอกลักษณ์ของชุมชนได้ 3.pattern ของผลิตภัณฑ์ที่แปรรูปยังไม่ได้คุณภาพและสัดส่วนที่เหมาะสม
จังหวัดสุรินทร์ 18.กลุ่มสตรีทอผ้าไหมลายยกดอก อำเภอชุมพลบุรี	การย้อมสีธรรมชาติยังไม่หลากหลาย

4. แนวปฏิบัติที่ดี (วิธีการ/กระบวนการ/แนวทางการดำเนินการตามหลัก PDCA)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ของไทยในเชิงสร้างสรรค์เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ โดยเน้นให้ผลิตภัณฑ์นั้นๆ สะท้อนถึงความคิดเชิงสร้างสรรค์และความเป็นภูมิปัญญาดั้งเดิม เป็นการดึงเสน่ห์จากวัฒนธรรมพื้นบ้านมาสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการสร้างมูลค่าที่ผ่านการถ่ายทอดเรื่องราวทางประวัติศาสตร์อันยาวนาน ประกอบกับในปี 2558 ประเทศสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ จะเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียนหรือ AEC ซึ่งการแข่งขันทางการค้าจะทวีความรุนแรงมากขึ้น โดยประเทศในกลุ่ม AEC ดังกล่าว ต่างก็มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ของตนเอง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของไทยจึงเป็นสิ่งจำเป็นและต้องดำเนินการอย่างเร่งด่วน โดยต้องมีความโดดเด่นและแตกต่างเพื่อสร้างเอกลักษณ์ของความเป็นไทย

4.1 การวางแผนการดำเนินโครงการ (Plan)

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร (มทร.พระนคร) เป็นสถาบันการศึกษาที่มีผู้เชี่ยวชาญ มีการเรียนการสอนด้านสิ่งทอและการออกแบบ และมีผลงานทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ และการออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เป็นเวลายาวนาน ได้ดำเนินโครงการที่ปรึกษาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายด้วยนวัตกรรมเพื่อพัฒนาและยกระดับผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในภาคตะวันออกเฉียงเหนือให้ได้มาตรฐาน โดยใช้ศักยภาพทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมของกระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ ร่วมกับความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้านสิ่งทอและแฟชั่นของ มทร. พระนคร โดยการพัฒนาระบบการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ออกแบบสินค้าที่มีเอกลักษณ์ สามารถใช้ได้จริง เหมาะสมกับวิถีชีวิตคนเมือง มีความแตกต่างในเชิงคุณค่าและสร้างสรรค์จากผลิตภัณฑ์เดิมที่กลุ่มผลิต และมีจุดขายที่เป็นนวัตกรรมที่ชัดเจนให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการ OTOP โดยมีแผนการดำเนินโครงการ ดังนี้

4.1.1 การกำหนดวัตถุประสงค์หลัก

เพื่อพัฒนาผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ โดยการนำภูมิปัญญาเชิงวัฒนธรรมผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่มีคุณภาพสูง มีมูลค่าเพิ่ม (Value Added) และ/หรือ

มีการสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าสามารถใช้ได้จริงเหมาะกับวิถีชีวิตคนเมือง และผู้ประกอบการสามารถผลิตผลิตภัณฑ์นั้นได้เอง

4.1.2 เป้าหมายการดำเนินโครงการ

- 1) พัฒนาและยกระดับผู้ประกอบการ OTOP ผ้าและเครื่องแต่งกายในพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ จำนวน 18 กลุ่ม
- 2) ออกแบบ จัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่สามารถใช้ได้จริงเหมาะกับวิถีชีวิตคนเมือง และถ่ายทอดการผลิตให้ผู้ประกอบการ OTOP จำนวน 18 ผลิตภัณฑ์
- 3) จัดการทดสอบตลาดของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ จำนวนไม่น้อยกว่า 18 ผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 1 การลงพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มผู้ประกอบการจังหวัดสุรินทร์





ภาพที่ 2 การลงพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มผู้ประกอบการจังหวัดบุรีรัมย์



ภาพที่ 3 การลงพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มผู้ประกอบการจังหวัดขอนแก่น





ภาพที่ 4 การลงพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มผู้ประกอบการจังหวัดกาฬสินธุ์



ภาพที่ 5 การลงพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับกลุ่มผู้ประกอบการจังหวัดอุบลราชธานี

4.2 วิธีดำเนินโครงการ (Do)

4.2.1 ศึกษาการดำเนินงานการผลิตผ้าและเครื่องแต่งกายของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อหาจุดแข็ง จุดอ่อน และแนวทางการพัฒนาสินค้าประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายของแต่ละกลุ่มที่สามารถตอบสนองความต้องการของตลาด จำนวน 18 กลุ่ม โดยเน้นผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เช่น ผ้าคราม ผ้าแพรวา ผ้าไหม ผ้าฝ้าย ผ้าขาวม้า

4.2.2 จัดทำแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมในแต่ละกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

ตารางที่ 2 แนวทางการพัฒนาและนวัตกรรมที่ใช้

ผู้ประกอบการ	แนวทางการพัฒนา	นวัตกรรมที่ใช้
จังหวัดบุรีรัมย์ 1.กลุ่มปลูกหม่อนเลี้ยงไหม อำเภอพุทไธสง	1.ปรับปรุงคู่มือ ให้ความโดดเด่น 2.ปรับปรุงขนาดของลายในการทอให้ มีขนาดใหญ่ขึ้น	การออกแบบลวดลายใหม่ประยุกต์จาก ลายเดิมเพื่อตัดเย็บ โดยใช้ผ้าไหม เคลือบเงา นุ่มลื่นด้วยเทคโนโลยีนาโน
2.กลุ่มทอผ้าไหมบ้านหนอง โก อำเภอนาโพธิ์	1.ลดลวดลายลง (ผ้าลาย 12 ปี้นา) 2.ลดหรือเลือกบางลาย ทำให้ทันสมัย ขึ้น แล้วตั้งชื่อใหม่ พัฒนาเพิ่มตลาด ใหม่ได้ 3.ลดเชิง/ปลายผ้าให้แคบลง ลดสี โดย ใช้ 2 สี	แปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับ คนทุกวัยเพิ่มทางเลือกด้วยการแต่ง กลิ่นด้วยเทคโนโลยีนาโน

ตารางที่ 2 แนวทางการพัฒนาและนวัตกรรมที่ใช้ (ต่อ)

ผู้ประกอบการ	แนวทางการพัฒนา	นวัตกรรมที่ใช้
3.กลุ่มทอผ้าพัฒนาอาชีพ อำเภอลำปลายมาศ	ปรับลายผ้า เช่น มีลายตรงชายผ้า เพื่อใช้ในการทำเดรส ชุดทำงาน	การออกแบบและตัดเย็บเพื่อแปรรูป ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมเคลือบกันน้ำด้วย เทคโนโลยีนาโน
จังหวัดขอนแก่น 4.กลุ่มสงครามไหมไทย อำเภอชนบท	1.เพิ่มมูลค่าผ้าและลวดลายให้ละเอียด 2.ปรับโทนสีให้อ่อนลง	เทคโนโลยีนาโน : นุ่มและฆ่าเชื้อ แบคทีเรีย
5.กลุ่มสตรีบ้านหัวฝาย อำเภอชนบท	1.สร้างแบรนด์ให้กับชุมชน 2.พัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์	เทคโนโลยีนาโน
จังหวัดกาฬสินธุ์ 6.กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้าน โพนแพรวา ตำบลโพน	1.เปลี่ยนสีให้หวานนวลตา ให้เฉดสี ผสมกันได้	ทำหน้าผ้าให้มาตรฐาน โดยเพิ่มหน้า กว้าง จาก 70 ซม. เป็น 90-100 ซม.

	2.ปรับรูปแบบ การทอให้ทันสมัยและให้มีราคาถูกลง (ปัจจุบันเป็นสินค้าสำหรับตลาดบน) 3.ปรับหน้าผ้าให้เป็นมาตรฐาน 4.เพิ่มนวัตกรรมที่ทำให้ผ้ามีความคงทน ไม่ยับง่าย มีกลิ่นหอม	ให้ตัดได้ทั้งชุด เพิ่มนวัตกรรมที่ทำให้ผ้าแพรวามีความคงทน ไม่ยับง่าย มีกลิ่นหอม
7.กลุ่มไหมสมเด็จ อำเภอสมเด็จ	1.ลดความโดดเด่นของตัวขึ้นเพื่อให้ตีนผ้าขึ้นโดดเด่นขึ้น 2.ผ้าคลุมไหล่ ทำให้เป็น 2 สี 3.ปรับเรื่องความนุ่มและกลิ่น 4.คู่สี ควรจะส่งเสริมกัน เช่น เหลืองครีม+น้ำตาล ฯลฯ	การย้อมครามแบบใหม่ (สามารถควบคุมความเข้มได้ รวดเร็ว ไม่มีฝุ่นเวลาตากแห้ง ล้างออกง่ายกว่า ใช้น้ำน้อย)
8.กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้าน โนนนคร อำเภอเมือง	พัฒนาผลิตภัณฑ์จากผ้าย้อมคราม	การย้อมครามแบบใหม่ (สามารถควบคุมความเข้มได้ รวดเร็ว ไม่มีฝุ่นเวลาตากแห้ง ล้างออกง่ายกว่า ใช้น้ำน้อย)
9.กลุ่มแพรวาเมืองเก่า อำเภอสหัสขันธ์	พัฒนาผลิตภัณฑ์	ด้านกระบวนการผลิต เพื่อลดต้นทุน และควบคุมคุณภาพ
10.กลุ่มทอผ้ามัดหมี่และ หมอนขิด บ้านด่านเหนือ อำเภอกมลาไสย	พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์	ด้านกระบวนการผลิต เพื่อลดต้นทุน และควบคุมคุณภาพ
11.กลุ่มจุกแพรวา อำเภอคำม่วง	1.สร้างแบรนด์สินค้า 2.พัฒนาการแปรรูปผลิตภัณฑ์	การเคลือบนาโนให้ผ้านุ่ม

ตารางที่ 2 แนวทางการพัฒนาและนวัตกรรมที่ใช้ (ต่อ)

ผู้ประกอบการ	แนวทางการพัฒนา	นวัตกรรมที่ใช้
จังหวัดสกลนคร 12.กลุ่มทอผ้าสีธรรมชาติ บ้านพันนา อำเภอสว่าง แดนดิน	1.ปรับให้ผิวสัมผัสนุ่มขึ้น 2.ปรับปรุงเจดสีให้ดูทันสมัยขึ้น 3.ปรับสีและลวดลายทำให้สามารถ ขยายตลาดไปยังกลุ่มผู้ซื้อที่เป็นคน ในเมือง 4.เพิ่มความเงาของผ้าฝ้ายและเลือกใช้ สีอ่อน	การพัฒนาสีย้อมธรรมชาติให้มี คุณสมบัติพิเศษ เพื่อให้เส้นใยเบา นุ่ม ไร้ฝุ่น ไร้เชื้อแบคทีเรีย โทนสีอ่อนปรับ ลวดลายให้ทันสมัย
13.กลุ่มแปรรูปมัตย้อมบ้าน สงเปลือย อำเภอพังโคน	1.ใช้จำนวนครั้งในการย้อมน้อยลง โดยลดกระบวนการและวัตถุดิบ	การพัฒนาสีย้อมธรรมชาติให้มี คุณสมบัติพิเศษ เพื่อให้เส้นใยเบา นุ่ม

	2.ทำเจดสีให้มีสีสันทันสมัยมากขึ้น 3.พัฒนาการใช้ไหมสีทอไม่ให้เกด ปฏิกิริยากับโครงสร้างผ้า	ไร้ฝุ่นไร้เชื้อแบคทีเรีย โทนสีอ่อน ปรับลดลายให้ทันสมัย
14.กลุ่มทอสิริผ้าคราม สกลนคร อำเภอกาฬ อำนวย	1.ปรับผิวสัมผัส/ลาย 2.ปรับให้มีหลายเฉดสีและใช้สีให้อ่อนลง 3.ผสมเส้นด้ายจะทำให้ผ้าพริ้วขึ้น 4.ปรับเจดสีจากครั้ง/จากเปลือกไม้ทำ ให้ได้สีที่หลากหลายเพิ่มขึ้น	การพัฒนาสีย้อมธรรมชาติให้มีคุณสมบัติ พิเศษ เพื่อให้เส้นใยเบา นุ่ม ไร้ฝุ่น ไร้เชื้อ แบคทีเรีย โทนสีอ่อน ปรับลดลายให้ ทันสมัย
15.กลุ่มผ้าย้อมมูลควาย อำเภอฟังโคน	1.นำสีมาช่วยเพิ่มสีสันทันกับผ้าเพื่อลด ข้อจำกัดของสินค้า 2.เพิ่มความหลากหลายของดีไซน์ เช่น เป็นรูปสัตว์ชนิดอื่น 3.เพิ่มการทำ packaging เพื่อทำให้การ ขนส่งง่ายขึ้น 4.นำเศษผ้าไปย้อมมูลควาย 5.เพิ่มผ้าสัมผัสนุ่ม 6.เพิ่มเทคโนโลยีสะอาด/ปลอดเชื้อโรค	การพัฒนาสีย้อมธรรมชาติให้มี คุณสมบัติพิเศษ กันน้ำไร้ฝุ่น ไร้เชื้อ แบคทีเรีย ให้กลิ่นหอม
16.กลุ่มศูนย์พัฒนาคุณภาพ ชีวิต อำเภอฟังโคน	1.เปิดตลาดกลุ่มลูกค้าชาวต่างชาติ ที่ ชอบเนื้อผ้าผิวสัมผัสธรรมชาติ 2.ปรับปรุงสัดส่วนการใช้เจดสีให้เรียบหรู 3.พัฒนาการทำผลิตภัณฑ์ใหม่	- การพัฒนาสีย้อมธรรมชาติ กันน้ำ ไร้ฝุ่นไร้เชื้อแบคทีเรีย กลิ่นหอมจาก สมุนไพร - ปรับเจดสี
จังหวัดอุบลราชธานี 17. กลุ่มทอผ้าย้อมสี ธรรมชาติบ้านทุ่งนาเมือง อำเภอยางชุมน้อย	1.พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนเข้ากับ กลุ่มผู้ใช้แต่ละวัย 2.สร้างเอกลักษณ์ผ้าของชุมชน รวมทั้ง เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ 3.พัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ใช้งานได้ เหมาะสม	การพัฒนาสีย้อมธรรมชาติให้มี คุณสมบัติพิเศษ กันน้ำไร้ฝุ่น ไร้เชื้อ แบคทีเรีย ให้กลิ่นหอม

ตารางที่ 2 แนวทางการพัฒนาและนวัตกรรมที่ใช้ (ต่อ)

ผู้ประกอบการ	แนวทางการพัฒนา	นวัตกรรมที่ใช้
จังหวัดสุรินทร์ 18.กลุ่มสตรีทอผ้าไหมลาย ยกดอก อำเภอยางชุมน้อย	พัฒนาการย้อมสีธรรมชาติ	เคลือบเทคโนโลยีนาโนเพิ่มความนุ่มลื่น

4.2.3 ให้คำปรึกษาเชิงลึก เพื่อให้ผู้ประกอบการ OTOP สามารถผลิตผลิตภัณฑ์ตามที่ได้
มีการพัฒนาและออกแบบได้

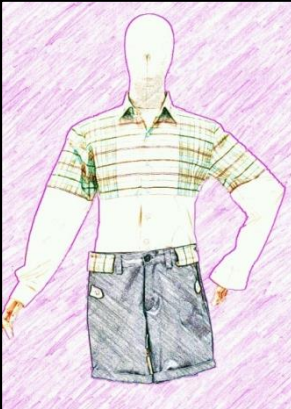
4.2.4 จัดทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบกลุ่มเป้าหมายละไม่น้อยกว่า 1 ผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งจัดทำ
รายละเอียดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยนวัตกรรมของแต่ละผลิตภัณฑ์

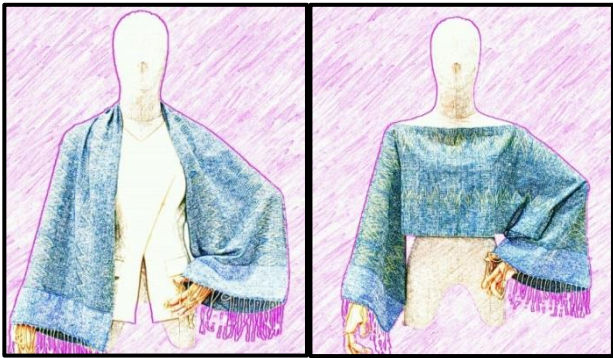
4.2.5 ทดสอบตลาดของผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกายที่พัฒนาด้วยนวัตกรรมในโครงการนี้ในตลาด AEC หรือ AEC+3 หรือตลาดที่มีศักยภาพที่จะมีการเจริญเติบโตในอนาคตอย่างน้อย 1 ครั้ง

4.3 ผลการดำเนินงาน (Check)

4.3.1 จัดทำแบบร่างของผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 3 ตัวอย่างแบบร่างผลิตภัณฑ์

ชื่อกลุ่ม/ชื่อผู้ประกอบการ	ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนา	
กลุ่มจุกแพรวา 	ชุดลำลองชาย 	ชุดลำลองหญิง 

ชื่อกลุ่ม/ชื่อผู้ประกอบการ	ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนา
จังหวัดสกลนคร กลุ่มทอผ้าสีธรรมชาติบ้านพันนา	ชุดเสื้อคลุม+ผ้าคลุมไหล่ 
กลุ่มแปรรูปม้าย้อมบ้านสงเปลือย	ชุดลำลองชาย ชุดลำลองหญิง 

4.3.2 ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้ว จำนวน 69 ผลิตภัณฑ์

ตารางที่ 4 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาแล้ว

ชื่อกลุ่ม/ชื่อผู้ประกอบการ	ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนา
----------------------------	-------------------

ชื่อกลุ่ม/ชื่อผู้ประกอบการ	ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนา
กลุ่มจุกแพรวา 	ชุดลำลองชาย + กระเป๋า ชุดลำลองหญิง + กระเป๋า  
<u>จังหวัดสกลนคร</u> กลุ่มทอผ้าสีธรรมชาติบ้านพันนา 	 
กลุ่มแปรรูปมัตย้อมบ้านสงเปลือย 	 

4.4 การทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์ (Action)

จากข้อตกลงการดำเนินโครงการที่คณะผู้ดำเนินงานต้องทำการทดสอบตลาดของผลิตภัณฑ์ในตลาดระดับ AEC หรือ AEC+3 หรือตลาดที่มีศักยภาพที่จะเจริญเติบโตในอนาคตจึงได้กำหนดจัดการทดสอบตลาดของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ครั้งที่ 1 โดยดำเนินการในงานไทยกราฟฟิ แอร์ ณ โรงแรมจัสมีน (Jasmine Hotel) เมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2557 เป็นการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคชาวไทย และชาวต่างชาติโดยเฉพาะชาวญี่ปุ่นที่มีต่อต้นแบบผลิตภัณฑ์ โดยในครั้งที่ 1 นี้ ได้ทำการประเมินต้นแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 12 รายการ ซึ่งได้รับความสนใจจากชาวต่างชาติเป็นจำนวนมากโดยเฉพาะชาวญี่ปุ่น

4.4.1 การประเมินความพึงพอใจ

ได้จัดทำแบบประเมินความพึงพอใจของผู้เข้าร่วมชมงานจัดนิทรรศการ มีผู้ตอบแบบประเมิน จำนวน 50 คน ได้ผลดังนี้

1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ผู้ตอบแบบประเมินเป็นหญิงคิดเป็นร้อยละ 100

ด้านเชื้อชาติ ผู้ตอบแบบประเมินมีเชื้อชาติไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาคือเชื้อชาติญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 36 เชื้อชาติอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 12 เชื้อชาติสวีตเซอร์แลนด์และเชื้อชาติจีนเท่ากัน คือ ร้อยละ 4

ด้านที่อยู่อาศัย ผู้ตอบแบบประเมินอาศัยอยู่ในประเทศไทยมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาคือประเทศญี่ปุ่น คิดเป็นร้อยละ 36 ประเทศอังกฤษ คิดเป็นร้อยละ 12 ประเทศสวีตเซอร์แลนด์และประเทศจีนเท่ากัน คือ ร้อยละ 4

ด้านอายุ ผู้ตอบแบบประเมินมีอายุระหว่าง 51-60 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาอายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 28 และมีอายุ 20 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 12

ด้านอาชีพ ผู้ตอบแบบประเมินไม่ได้ทำงาน/พ่อบ้านแม่บ้าน คิดเป็นร้อยละ 52 รองลงมาอาชีพข้าราชการ/พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 16 และมีอาชีพนักเรียน/นักศึกษา เท่ากับอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 12

ด้านระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบประเมินจบการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมาจบการศึกษาระดับปริญญาโท คิดเป็นร้อยละ 24 และต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ผู้ตอบแบบประเมินมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 75,000 บาท ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 28 และรองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 45,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 24 และรายได้ต่อเดือนเฉลี่ย 60,001 - 75,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20

ด้านสถานภาพ ผู้ตอบแบบประเมินมีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกันมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมา มีสถานภาพโสด คิดเป็นร้อยละ 16 และมีสถานภาพ หย่า/หม้าย/แยกกันอยู่ คิดเป็นร้อยละ 4

2) ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

ผลการประเมินความพึงพอใจของประเมิน พบว่า ในภาพรวม ผู้ตอบแบบประเมินมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.56 คิดเป็นร้อยละ 91.20 เมื่อพิจารณารายผลิตภัณฑ์แต่ละผลิตภัณฑ์เรียงลำดับค่าคะแนนจากมากไปหาน้อย พบว่า ผู้ตอบแบบประเมิน

มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ คือ C 2 ผ้าคลุมไหล่ C 3 ผ้าคลุมไหล่ C 4 ผ้าคลุมไหล่ C 1 ผ้าคลุมไหล่ A 2 กระเป๋าถือสตรี และ B 2 กระเป๋าสะพาย ค่าเฉลี่ย 4.76 4.73 4.65 4.59 และ 4.58 ตามลำดับ และมีความพึงพอใจระดับมาก 6 ผลิตภัณฑ์ คือ B 3 กระเป๋าสะพาย B 5 กระเป๋าสะพาย D 1 ผ้าชิ้น B 1 กระเป๋าสะพาย A 1 กระเป๋าถือสตรี และ B 4 กระเป๋าสะพาย ค่าเฉลี่ย 4.48 4.47 4.46 4.43 และ 4.40 ตามลำดับ ตามตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ในภาพรวม

ลำดับที่	ผลิตภัณฑ์	ความพึงพอใจ	
		ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1	A 1 กระเป๋าถือสตรี (ผ้าไหมมัดหมี่ ลายขิด)	4.43	มาก
2	A 2 กระเป๋าถือสตรี (ผ้าไหมมัดหมี่ ลายขิด)	4.58	มากที่สุด
3	B 1 กระเป๋าสะพาย (ผ้าฝ้ายทอมือย้อมคราม)	4.46	มาก
4	B 2 กระเป๋าสะพาย (ผ้าฝ้ายทอมือย้อมคราม)	4.59	มากที่สุด
5	B 3 กระเป๋าสะพาย (ผ้าฝ้ายทอมือย้อมคราม)	4.48	มาก
6	B 4 กระเป๋าสะพาย (ผ้าฝ้ายทอมือย้อมคราม)	4.40	มาก
7	B 5 กระเป๋าสะพาย (ผ้าฝ้ายทอมือย้อมคราม)	4.47	มาก
8	C 1 ผ้าคลุมไหล่ (ผ้าแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ)	4.65	มากที่สุด
9	C 2 ผ้าคลุมไหล่ (ผ้าแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ)	4.76	มากที่สุด
10	C 3 ผ้าคลุมไหล่ (ผ้าแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ)	4.73	มากที่สุด
11	C 4 ผ้าคลุมไหล่ (ผ้าแพรวา ย้อมสีธรรมชาติ)	4.73	มากที่สุด
12	D 1 ผ้าชิ้น (ผ้าไหมมัดหมี่ ลายขิด ย้อมสีธรรมชาติ)	4.47	มาก
รวมค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ		4.56	มากที่สุด



ภาพที่ 6 กิจกรรมการทดสอบผลิตภัณฑ์
5. ผลกระทบที่เป็นประโยชน์หรือสร้างคุณค่า

5.1 มีการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมสิ่งทอในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP

ผลการดำเนินโครงการสามารถพัฒนาผู้ประกอบการและผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย โดยใช้ฐานของภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงวัฒนธรรมของชุมชนภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผสมผสานกับเทคโนโลยีและนวัตกรรมเทคโนโลยีนาโน นวัตกรรมการออกแบบลวดลายการย้อมครามใส การพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อลดต้นทุน การพัฒนากระบวนการย้อมผ้าสีธรรมชาติกับฝู่นและแบคทีเรีย และเทคนิคการสร้างแพทเทิร์นในเชิงธุรกิจ ทำให้ผลิตภัณฑ์ใหม่มูลค่าเพิ่ม (Value Added) และมีการสร้างสรรค์คุณค่า (Value Creation) ที่สอดคล้องกับความต้องการของตลาด

5.2 ผลการดำเนินโครงการเกิดผลกระทบต่อศักยภาพของผู้ประกอบการ OTOP

ผลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินโครงการสามารถทำให้ผู้ประกอบการ OTOP ทั้ง 18 กลุ่มในพื้นที่ 6 จังหวัดของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ได้แก่ จังหวัดบุรีรัมย์ ขอนแก่น กาฬสินธุ์ สกลนคร อุบลราชธานี และสุรินทร์ ได้รับการพัฒนาขีดความสามารถด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรม มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมร่วมกับภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นไปพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ส่งผลกระทบต่อสร้างอาชีพและการเพิ่มรายได้ของกลุ่มในภาพรวม

6. ปัจจัยความสำเร็จ

6.1 ปัจจัยความสำเร็จด้านวิชาชีพของบุคลากรในมหาวิทยาลัย

การดำเนินการที่ปรึกษาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกายก้าวสู่สากล โดยรวบรวมผู้เชี่ยวชาญด้านสิ่งทอของมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย คณาจารย์จากคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ในสาขาวิชาการออกแบบแฟชั่นผ้าและเครื่องแต่งกาย และสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการสินค้าแฟชั่น ร่วมกับ คณาจารย์จากคณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น ในสาขาวิชาเทคโนโลยีสิ่งทอ สาขาวิชาเทคโนโลยีเสื้อผ้า และสาขาวิชาออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ เข้าร่วมเป็นที่ปรึกษาโครงการด้วยประสบการณ์การจัดการศึกษาของมหาวิทยาลัย ในสาขาดังกล่าวยาวนานถึง 79 ปี และ 81 ปี ตามลำดับ เป็นปัจจัยสำคัญของความสำเร็จในโครงการนี้

6.2 ปัจจัยด้านเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี และมหาวิทยาลัย

โครงการฯ นี้ ดำเนินการโดยใช้เครือข่ายคลินิกเทคโนโลยีของหน่วยงานต่างมหาวิทยาลัย ดังนี้

6.2.1 เครือข่ายกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี โดยใช้ศักยภาพทางด้านเทคโนโลยีและนวัตกรรมนาโนของหน่วยงานในสังกัดกระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ ในการเพิ่มมูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์

6.2.2 เครือข่ายคลินิกเทคโนโลยีในสังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี และวิทยาลัยการอาชีพขอนแก่น ในการสำรวจปัญหา ค้นหาจุดที่ควรพัฒนา และดำเนินกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ร่วมกับผู้ประกอบการ OTOP เพื่อหาแนวทางการพัฒนาร่วมกัน

6.2.3 ปัจจัยด้านการบูรณาการการทำงานร่วมกันของ มทร.พระนคร

โครงการฯ นี้ เป็นโครงการที่มีการบูรณาการความร่วมมือของหน่วยงานในมหาวิทยาลัย ได้แก่ 1) สถาบันวิจัยและพัฒนา รับผิดชอบบริหารโครงการ เป็นหน่วยงานหลักที่ประสานระหว่างกระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ และหน่วยงานร่วมในมหาวิทยาลัย 2) กองคลัง เป็นหน่วยงานร่วมดำเนินโครงการ รับผิดชอบการให้คำปรึกษา แนะนำการใช้จ่ายเงินให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ 3) คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ และ 4) คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น รับผิดชอบการให้คำปรึกษาแนะนำแก่ผู้ประกอบการ OTOP และกำกับดูแลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

7. ปัญหา/อุปสรรค และแนวทางแก้ไข

7.1 ปัญหาด้านการลงพื้นที่ปฏิบัติงาน

การดำเนินโครงการฯ นี้ มีลักษณะการทำงานที่เน้นการลงพื้นที่เพื่อสำรวจโจทย์ ปัญหา ความต้องการที่แท้จริงในการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP เนื่องจากผู้ประกอบการ OTOP อาศัยอยู่ในพื้นที่จังหวัดภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้ง 18 กลุ่ม และกระจายอยู่ใน 5 จังหวัด ประกอบกับผู้ดำเนินโครงการอาศัยอยู่ ณ กรุงเทพมหานคร จึงเป็นปัญหาและอุปสรรคในการทำงานทั้งด้านการรวบรวมข้อมูล และการให้คำปรึกษาในช่วงของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ สิ่งที่คุณดำเนินโครงการได้ใช้แก้ไขปัญหาและอุปสรรคดังกล่าวนี้ คือ การใช้วิธีการสื่อสารบางส่วนผ่านทางโซเชียลเน็ตเวิร์ค อาทิ เฟสบุ๊ก ไลน์ ซึ่งพบว่า สื่อเหล่านี้สามารถลดปัญหาการทำงานได้เป็นอย่างดี

7.2 ปัญหาด้านการยึดติดในวิธีการทำงาน/ปฏิบัติงานแบบเดิมของผู้ประกอบการ

สมาชิกที่เป็นผู้ประกอบการ OTOP บางส่วนมีความเชื่อและยึดติดกับวิธีการทำงานแบบเดิม โดยมีความเชื่อว่าวิธีการทำงานแบบใหม่ยังไม่สามารถแก้ปัญหาที่สะสมมาเป็นเวลานานได้ ประกอบกับในกลุ่มของตนก็มีวิธีการทำงานแบบเดิมนี้นานแล้ว ซึ่งไม่ได้เดือดร้อนมาก เกิดการไม่เข้าใจในการทำงานช่วงแรก จึงต้องใช้วิธีการทำงานแบบมีส่วนร่วมร่วมกับการสื่อสารให้เข้าใจวิธีการทำงานที่มุ่งประโยชน์ส่วนรวม และมีเป้าหมายในการพัฒนาทั้งตัวสินค้าและผู้ประกอบการ ซึ่งจะได้รับประโยชน์ในภาพรวมขององค์กร และประเทศชาติต่อไป

8. ความท้าทายต่อไป

8.1 การทดสอบศักยภาพของผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ได้รับการพัฒนาแล้วในงานนำเสนอสินค้าระดับประเทศ

จากการทดสอบตลาดครั้งที่ 1 ณ โรงแรมจัสมิน เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และข้อเสนอแนะจากผู้ประเมินทั้งชาวไทย ญี่ปุ่น อังกฤษ สวิตเซอร์แลนด์ และจีน โดยผู้ดำเนินโครงการได้รวบรวมข้อเสนอแนะต่าง ๆ เข้าสู่การประชุมร่วมระหว่างกระทรวงวิทยาศาสตร์ฯ และผู้ประกอบการ OTOP มีการนำผลจากการประชุมร่วมเป็นข้อมูลสำคัญในการปรับปรุง/พัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 12 รายการ ใช้เป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่เหลือจนได้จำนวน 69 รายการ และได้กำหนดนำผลิตภัณฑ์ไปจัดแสดงในงาน OTOP

CITY 2014 ณ อาคารชาเลนเจอร์ 1-3 ศูนย์แสดงสินค้าและการประชุมอิมแพค เมืองทองธานี
ระหว่างวันที่ 16-24 ธันวาคม 2557



ภาพที่ 7 กิจกรรมจัดแสดงในงาน OTOPIQS CITY 2014

8.2 การขยายตลาดจากประเทศไทยสู่ตลาดระดับ ASEAN

ตามที่ทราบกันว่า ประชาคมอาเซียน (ASEAN Community) เป็นเป้าหมายของการรวมตัวกันของประเทศสมาชิกอาเซียน 10 ประเทศ ภายในปี 2558 เพื่อความเป็นครอบครัวเดียวกัน ประกอบด้วย 3 เสาหลัก คือ ประชาคมการเมืองและความมั่นคงอาเซียน ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน และประชาคมสังคมและวัฒนธรรมอาเซียน ในขณะเดียวกันก็มีการขยายกรอบความร่วมมืออาเซียน +3 (ASEAN+3) เป็นกรอบความร่วมมือระหว่างประเทศสมาชิกอาเซียนกับประเทศนอกกลุ่ม 3 ประเทศ คือ จีน เกาหลีใต้ และญี่ปุ่น ดังนั้น ความท้าทายของประเทศไทยในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของประเทศจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องดำเนินการเร่งด่วน การดำเนินงานต่อไปของโครงการ คือ การนำผลิตภัณฑ์มุ่งสู่การตลาด ณ ประเทศที่มีศักยภาพในการตอบรับสินค้าตามกรอบแนวคิดของโครงการ คือ ประเทศญี่ปุ่น โดยการนำผลิตภัณฑ์ 65 ผลิตภัณฑ์ไปนำเสนอและทดสอบตลาดในงาน JFW INTERNATIONAL FASHION FAIR 2015 ณ กรุงโตเกียว ประเทศญี่ปุ่น ระหว่างวันที่ 21-23 มกราคม 2557