

การเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกกโดยชุมชนมีส่วนร่วม  
ตำบลท่าดินดำ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี  
**The Value Added Creation of Reed Handicraft Products by Participation  
of Community in Tadindum Sub-District of Chai Badan Distric  
In Lopburi Province**

โสธรรมา เครือเมฆ, รุจิราภา งามสระคู,  
ชุตินา สังคะหะ, พรสิน สุภาวาลย์ และ อักษร สวัสดิ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

**Soracha Kruamek, Rujirapha Ngamsakoo,  
Chutima Sangkhaha, Pornsin Supawan and Aksorn Sawasdee**  
Phranakhon Rajabhat University Thailand  
Corresponding Author, E-mail: rujirapha@pnru.ac.th

\*\*\*\*\*

## บทคัดย่อ

ตำบลท่าดินดำ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี เป็นชุมชนที่มีการปลูกต้นกกและนำมาทอเสื่อ ซึ่งปัจจุบันมีกลุ่มเสื่อกกที่ทำอาชีพทอเสื่อ และต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นกกที่สะท้อนอัตลักษณ์ของบ้านท่าดินดำ การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาแนวทางการเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกก 2) ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกกที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน และ 3) ออกแบบป้ายสินค้าที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน รูปแบบการวิจัยใช้แบบผสมวิธี ผู้ให้ข้อมูลสำคัญได้แก่ คณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มเสื่อกกท่าดินดำ และผู้ที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาอาชีพทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาของชุมชน จำนวน 10 ท่าน และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค จำนวน 397 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า แนวทางการเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกก ประกอบด้วย ประเภทผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบใช้งานได้ทั่วไป และเข้ากับยุคสมัย เน้นรูปแบบการสานเพื่อสื่อถึงความเป็นงานฝีมือ ใช้สีเหลือง สีดำ ซึ่งเป็นสีประจำโรงเรียนบ้านท่าดินดำ ร่วมกับกกสีธรรมชาติ และการสร้างป้ายสินค้า ทำการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ที่ใส่แก้ว หมวก กระเป๋าสานจากกก และกระเป๋าสะพายจากเสื่อกก ทั้งนี้ผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์ทั้งในภาพรวมและรายด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบ ด้านราคา และ ด้านประโยชน์ใช้สอย อยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกผลิตภัณฑ์ ส่วนการออกแบบป้ายสินค้าได้นำแนวคิด

\* วันที่รับบทความ : 3 มีนาคม 2566; วันที่แก้ไขบทความ 25 มีนาคม 2566; วันที่ตอบรับบทความ : 30 มีนาคม 2566

Received: March 3 2023; Revised: March 25 2023; Accepted: March 30 2023

เกี่ยวกับลายการทอเสื่อ ตันกก สี แบบตัวอักษร และภาพคลื่นน้ำ มาจัดองค์ประกอบได้ป้ายสินค้าที่สื่อถึง  
อัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกกชุมชนท่าดินดำ

**คำสำคัญ:** การเสริมสร้างมูลค่า; ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกก; ชุมชนมีส่วนร่วม

## Abstracts

Tadindum sub-district, Chai Badan District, Lopburi Province, is a community where reeds are planted and used to weave mats. Currently, there is a group of reed mat makers that weaves mats and wants to develop products from reeds that reflect the identity of Tadindum. This research aimed to 1) to study guidelines for enhancing value of reed handicraft products, 2) to design and develop products from reeds that reflect the community's identity, and 3) to design a product label that reflects the product identity with participation of the community. This research utilized mixed methods. The key informants were 10 members, committees of Tadindum reed mat group and people who contribute to the development of the cultural career and wisdom of the community. The sample was 397 consumers. The instruments for collecting data were the interview form and the questionnaire. The statistics used were frequency, percentage, mean and standard deviation.

The results were found that the approaches for enhancing the value of reed products consisted of general-purpose product types and fit with modern style, focusing on weaving patterns to convey the craftsmanship, using yellow and black, which are the colors of Ban Tadindum School together with natural reeds and product label. Four products were designed and developed, namely glass holders, hats, woven bags and a shoulder bag from reed mats. The consumers' opinions towards all products in overall and individual aspects; design, price, and function were at the high agreement level. As for the product label design, concepts of mat weaving, reed, colors, fonts and water waves were taken into consideration and arranged the composition to get a brand that reflects the identity of handicraft products from the Tadindum reed community.

**Keywords:** Value Added Creation; Handicraft Products from Reeds; Community Participation

## บทนำ

จากพระราชโองบาย และนโยบายรัฐบาลทางด้านการพัฒนาท้องถิ่น ก่อให้เกิดประเด็นยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) โดยวิสัยทัศน์ และพันธกิจหนึ่งที่สำคัญของมหาวิทยาลัยราชภัฏ คือ เป็นสถาบันหลักที่บูรณาการองค์ความรู้สู่นวัตกรรมในการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อสร้างความมั่นคงให้กับประเทศ โดยมุ่งพัฒนาท้องถิ่นตามศักยภาพ สภาพปัญหา และความต้องการที่แท้จริงของชุมชน ด้วยการถ่ายทอดองค์ความรู้ เทคโนโลยี และน้อมนำแนวพระราชดำริสู่การปฏิบัติ (ที่ประชุมอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏ, 2561 : 8) ทั้งนี้มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครมีภารกิจในการพัฒนาพื้นที่ให้บริการของมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย กรุงเทพฯ (ตอนเหนือ) จังหวัดนครนายก จังหวัดนนทบุรี และ อำเภอยะบะดาบาล จังหวัดลพบุรี โดยในอำเภอยะบะดาลนั้น เป็นพื้นที่ที่มีวิทยาเขตของมหาวิทยาลัยราชภัฏ

พระนคร คือ “วิทยาลัยชัยบาดาลพิพัฒน์” เป็นแหล่งรวบรวมข้อมูลความรู้ทางวิชาการ การวิจัย และได้ดำเนินกิจกรรมการพัฒนาท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง ซึ่งการดำเนินกิจกรรมและโครงการดังกล่าวก่อให้เกิดความร่วมมือกับหน่วยงานรัฐในพื้นที่ เช่น องค์การบริหารส่วนอำเภอชัยบาดาล เทศบาลตำบลลำน้ำรายณ์ องค์การบริหารส่วนตำบลท่ามะนาว องค์การบริหารส่วนตำบลท่าดินดำ เป็นต้น

ตำบลท่าดินดำ เป็นตำบลหนึ่งของอำเภอชัยบาดาล มีจำนวนหมู่บ้านทั้งสิ้น 6 หมู่บ้าน ประชาชนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมและมีบางชุมชนที่มีรายได้เสริมจากการทำเกษตรโดยการไ้ทรัพยากรในท้องถิ่นมาเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปเป็นสินค้าในการเพิ่มรายได้ ลดรายจ่าย และส่งเสริมคุณภาพชีวิตได้ดีขึ้น โดยการได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชัยบาดาล ซึ่งพบว่า มีกลุ่มอาชีพที่ได้นำทรัพยากรในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์กลุ่มหนึ่งคือ กลุ่มทอเสื่อกก ที่เกิดขึ้นจากการที่ชาวบ้านส่วนใหญ่มีพื้นเพเป็นชาวอีสาน โยกย้ายครอบครัวมาจากหลายพื้นที่ ขยายครัวเรือนจำนวนมากขึ้นจนเป็นกลุ่มบ้าน ตั้งชื่อว่าบ้านท่าดินดำ โดยกลุ่มครอบครัวที่อพยพมาจากอำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ได้นำเอาอาชีพ“ต๋ำสาต” หรือการทอเสื่อกก มาถ่ายทอดแก่ผู้ที่สนใจภายในหมู่บ้าน ประกอบกับบริเวณพื้นที่รอบหมู่บ้านมีต้นกกขึ้นกระจายอยู่ริมหนองน้ำ ทำให้ชาวบ้านเก็บเกี่ยวเอามาต๋ำสาต จนแพร่หลายยึดเป็นอาชีพเสริม สร้างรายได้เสริม หลังจากฤดูการทำเกษตร ทำไร่ ทำนา จนเป็นสินค้าขึ้นชื่อของอำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี ต่อมาการทอเสื่อมีสมาชิกจำนวนลดน้อยถอยลง ด้วยเรื่องการเปลี่ยนแนวทางการทำเกษตร วัตถุดิบ เวลา และและเวลาจำเป็นของสินค้าลดลง และเมื่อปี พ.ศ. 2562 สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอชัยบาดาลร่วมกับ อบต.ท่าดินดำได้ร่วมจัดทำโครงการฟื้นคืนคืนเสื่อกกให้บ้านท่าดินดำ ขึ้นมาอีกครั้ง และได้จัดตั้งกลุ่มเสื่อกกบ้านท่าดินดำขึ้นมาใหม่ พร้อมฟื้นฟูอาชีพทอเสื่อกก และการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากต้นกก เป็นสินค้าจำหน่าย ปัจจุบันกลุ่มมีสมาชิก 20 คน มีนางอุดม ปิ่นประเสริฐ เป็นประธาน โดยมีวัตถุประสงค์ และมีเป้าหมายเพื่อให้สมาชิกของกลุ่มแปรรูปต้นกกเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ซึ่งมีการส่งเสริมและพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากหน่วยงานทั้งภาครัฐและภาคเอกชน (สุปรีดา สุทธิสาร, 2563 : 1)

อย่างไรก็ตามจากการที่นักวิจัยได้ลงพื้นที่และร่วมแลกเปลี่ยนกับนักพัฒนาชุมชนอำเภอชัยบาดาล และตัวแทนกลุ่มอาชีพที่ทำผลิตภัณฑ์ดังกล่าว พบว่า ในกระบวนการของการพัฒนาผลิตภัณฑ์นั้น ยังประสบปัญหาที่ต้องการได้รับการพัฒนาเพื่อให้ผลิตภัณฑ์จากกกของชุมชนนี้มีมูลค่าทางการตลาดมากยิ่งขึ้น โดยปัญหาดังกล่าวประกอบด้วย 1) รูปแบบของผลิตภัณฑ์ พบว่า ไม่มีความหลากหลาย ไม่ทันสมัย ทำให้ไม่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน อีกทั้งผลิตภัณฑ์มีลักษณะที่เห็นได้ทั่วไป ไม่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ที่จะสามารถสร้างโอกาสในการแข่งขันมากขึ้น 2) คุณภาพผลิตภัณฑ์ พบปัญหาหรือข้อบกพร่องเกี่ยวกับความประณีต สวยงาม ความสะดวกในการใช้งาน ความทนทานของผลิตภัณฑ์ และ 3) ราคาสินค้า พบปัญหา ไม่มีตราสินค้าที่บอกเล่าเรื่องราวและสะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน จากปัญหาดังกล่าวทำให้คณะผู้วิจัยมีความเห็นว่าการเสริมสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ด้วยอัตลักษณ์ชุมชนและการพัฒนาคุณภาพของ

ผลิตภัณฑ์นั้นเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการควบคู่กันไป สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561 - 2580) ในประเด็นยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ที่มีเป้าหมายการพัฒนาที่มุ่งเน้นการยกระดับศักยภาพของประเทศในหลากหลายมิติ บนพื้นฐานแนวคิดของการ“ต่อยอดอดีต”โดยมองกลับไป ที่รากเหง้าทางเศรษฐกิจ อัตลักษณ์ วัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และจุดเด่นทางทรัพยากรธรรมชาติที่ หลากหลาย นำมาพัฒนาเพื่อให้สอดคล้องกับบริบทของเศรษฐกิจและสังคมสมัยใหม่ ซึ่งหนึ่งในแนวทางของการ สร้างความสามารถในการแข่งขัน คือ การกำหนดแนวทางการพัฒนาที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาค ขั้วเคลื่อนเศรษฐกิจเพื่ออนาคตที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ทั้งในภาคเกษตร อุตสาหกรรม บริการและการ ท่องเที่ยว การส่งเสริมการนำอัตลักษณ์พื้นถิ่นและภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยมาใช้ในการผลิตสินค้าและบรรจุ ภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ออกสู่ตลาดอย่างสม่ำเสมอ รองรับความต้องการของตลาดยุคใหม่ ตอบโจทย์ความ ต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน ก่อให้เกิดความต้องการจากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น (สำนักงานเลขาธิการของ คณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561 : 18-19) ซึ่งปัจจุบันมีงานวิจัยที่ได้ดำเนินการตามแนวทางดังกล่าว อาทิ พิชรา ปราษฎญ์เวทย์ และคณะ (2562 : 94) ที่ได้ทำการศึกษาการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเปลือกและต้นไหลในจังหวัดศรีสะเกษ ของกลุ่มทอกก ไหล บ้านหนองหัวหมู อ.ราชันไศล และกลุ่มทอกก ไหล บ้านบก อ.เมืองจันทร์ จ.ศรีสะเกษ ที่สืบทอดภูมิปัญญาการ ทอเสื่อ และขยายกลุ่มเป้าหมายสู่ตลาดต่างประเทศ โดยได้แปรรูปผลิตภัณฑ์จากเปลือกและต้นไหลในจังหวัด ศรีสะเกษได้ผลิตภัณฑ์ประเภท กระเป๋า แฟ้มกล่าวรายงาน และชุดที่รองจานรองแก้ว ซึ่งสามารถพัฒนาเป็น อาชีพ สร้างเอกลักษณ์ พัฒนาให้เป็นสินค้าระดับ Premium OTOP (หัตถกรรม) และสร้างผู้ประกอบการด้วย สินค้าของชุมชนต่อไป เช่นเดียวกับดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์ (2562 : 286) ที่ได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยทุน ทางวัฒนธรรม ชุมชนวิถีบวก กลุ่มทอเสื่อบ้านท่อนใหม่ อำเภอมือซอขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น เพื่อออกแบบ พัฒนา ยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์ด้วยการนำเปลือกจากกล้วยที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะมาแปรรูปเป็น ผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อใช้ในการตกแต่งที่พัก ได้แก่ โคมไฟ ที่มีความทันสมัยด้วยกล้วยจากเปลือกที่เป็น เอกลักษณ์

จากความสำคัญดังกล่าวคณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์จากกก ของชุมชน ให้เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปแบบอื่นๆ นอกจากเสื่อที่เป็นสินค้าหลัก ที่ตอบสนองต่อความต้องการของ ผู้บริโภคตามสมัยนิยม โดยใช้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการออกแบบ และพัฒนาตราสินค้าที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อเสริมสร้างมูลค่าและจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์ที่จะ นำไปสู่โอกาสในการจำหน่าย ก่อเกิดเป็นรายได้ให้กับคนในชุมชนต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกกที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน
2. เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกกที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน
3. เพื่อออกแบบป้ายสินค้าที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน

## ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษา เรื่อง การเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกกโดยชุมชนมีส่วนร่วม ตำบลท่าดินดำ อำเภอยะบะดาล จังหวัดลพบุรี ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน โดยมีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

### ขั้นเตรียมการ

1) ทบทวนวรรณกรรมและเอกสารที่เกี่ยวข้องกับสภาพทั่วไปและข้อมูลพื้นฐานของตำบลท่าดินดำ ประวัติความเป็นมา แนวคิด ความเชื่อ วัฒนธรรม การดำเนินอาชีพเกี่ยวกับการผลิต ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากต้นกก

2) กำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ ผู้บริหาร/ผู้ปกครองตำบลท่าดินดำ พัฒนาชุมชน อำเภอยะบะดาล สมาชิกกลุ่มเสื่อกกท่าดินดำ ตลอดจนประชาชนชาวตำบลท่าดินดำ ทำการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Selection) โดยเกณฑ์ในการคัดเลือก คือ เป็นคณะกรรมการและสมาชิกกลุ่มเสื่อกกท่าดินดำ มีอาชีพหลักหรืออาชีพรองในการทำผลิตภัณฑ์เสื่อกก หรือเป็นผู้ที่มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนท่าดินดำ ในด้านการพัฒนาอาชีพที่มีความเกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญา หรือเป็นผู้ที่ยังคงทำอาชีพผลิตหรือจำหน่ายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากต้นกก จนถึงปัจจุบัน และยินดีให้ข้อมูล ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวนทั้งสิ้น 15 ราย

### ขั้นตอนการ

1) สัมภาษณ์แบบรายบุคคลและรายกลุ่ม เพื่อทราบและตรวจสอบข้อมูลทุนทางทรัพยากร วัฒนธรรม การทบทวนศักยภาพการผลิต และแนวทางการเสริมสร้างมูลค่าด้วยการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากต้นกก ได้แก่ ชนิด/ประเภทของผลิตภัณฑ์ รูปแบบผลิตภัณฑ์และรูปแบบป้ายสินค้าที่สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกก ชุมชนท่าดินดำได้อย่างเหมาะสม

2) พัฒนาเครื่องมือในการทำวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ทำการพิจารณาตรวจสอบความเที่ยงตรงด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (IOC : Index of item objective congruence) พบว่า ค่าดัชนีความสอดคล้องทุกรายการข้อคำถาม มีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.67-1.00 และทำการวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้กับนักศึกษาและประชาชนทั่วไป ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน นำมาวิเคราะห์โดยใช้คอมพิวเตอร์เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient Alpha) ของ Cronbach ซึ่งได้ค่าความเชื่อมั่น

ของแบบสอบถามทั้งฉบับ 0.978 ซึ่งค่าความเชื่อมั่นที่ได้นี้แสดงว่าแบบสอบถามที่สร้างขึ้นมีค่าความเชื่อมั่นสูง จึงได้นำแบบสอบถามไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

3) ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) และรูปแบบตราสินค้าโดยชุมชนมีส่วนร่วมจากแนวคิดในการเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากต้นกก ชุมชนท่าดินดำ ได้จำนวนทั้งสิ้น 4 ผลิตภัณฑ์ 11 รูปแบบ และรูปแบบป้ายสินค้า จำนวน 1 รูปแบบ

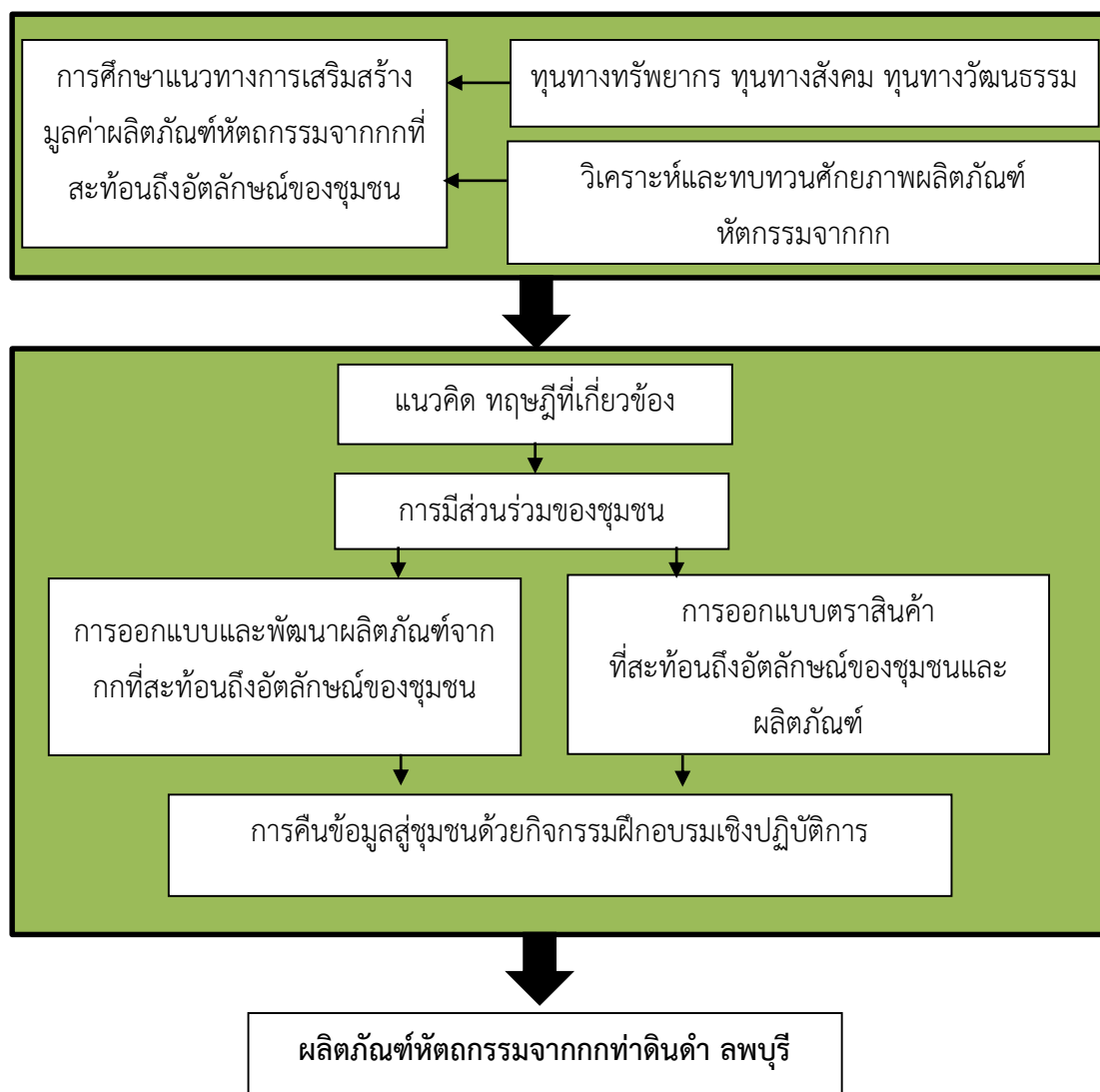
4) สอบถามความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกกทั้ง 4 ผลิตภัณฑ์ และรูปแบบป้ายสินค้า ชุมชนท่าดินดำ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี กับกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภค หรือประชาชนทั่วไป ทำการสุ่มตัวอย่าง โดยทำการคัดเลือกแบบบังเอิญ (Accidental Selection) และเนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงคำนวณจากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 (กัลยา วาณิชยบัญชา, 2549 : 74) ได้ขนาดตัวอย่างอย่างน้อย 384 คน

5) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยทำการเก็บข้อมูลด้วยรูปแบบออนไลน์ และสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างได้ทั้งสิ้น 397 คน ซึ่งมากกว่าจำนวนขนาดตัวอย่างขั้นต่ำที่กำหนดไว้ 384 คน

6) วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) โดยนำมาแจกแจงความถี่ หาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## กรอบแนวคิดในการวิจัย

การศึกษา เรื่อง การเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกกโดยชุมชนมีส่วนร่วม ตำบลท่าดินดำ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี มีกรอบแนวคิดในการวิจัยดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

## ผลการวิจัย

การเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกกโดยชุมชนมีส่วนร่วม ตำบลท่าดินดำ อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี มีผลการวิจัยดังนี้

### 1. แนวทางการเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกกที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน

ผลศึกษาแนวทางการเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกกที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน จากทุนทางทรัพยากร วัฒนธรรม การทบทวนศักยภาพการผลิต พบว่า ชุมชนท่าดินดำ เป็นชุมชนที่มีการทอเสื่อจากต้นกกอันเนื่องมาจากการได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญา และมีทรัพยากร คือ ป่ากก ที่ขึ้นเอง และปลูกอยู่ในชุมชน โดยการทอเสื่อจะทอด้วยลายพื้นฐาน เช่น ลายกระจับ สี่และขนาดตามลูกค้าต้องการ ซึ่งปัจจุบันสมาชิกที่ทอเสื่อมีจำนวนลดน้อยลง นอกจากนี้ยังมีการสานผลิตภัณฑ์จากต้นกกแบบอื่นๆ บ้าง เช่น หมวกตะกร้า ด้วยการสานแบบไขว้แฉนวนหรือการสานแบบขัดคู่ การสานแบบลายเฉลว(ไขว้ตัวเอ็กซ์) การสานลายใบไม้ และจากการระดมความคิดของชุมชนได้ข้อสรุปแนวทางการเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกกที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน ประกอบด้วย 1) ประเภทของผลิตภัณฑ์ควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้อุปกรณ์มาก สามารถทำได้ในยามว่างจากงานหลัก รูปแบบใช้งานได้ทั่วไป สามารถเป็นของขวัญ ของฝาก ของที่ระลึก และเข้ากับยุคสมัย จึงสรุปเป็นชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ที่ใส่แก้วน้ำ หมวก และกระเป๋า 2) ผลิตภัณฑ์เน้นรูปแบบการสานกกที่สะท้อนถึงความเป็นผลิตภัณฑ์งานฝีมือมากขึ้น โดยใช้ลายสานหลัก ได้แก่ การสานแบบไขว้แฉนวน การสานแบบไขว้ตัวเอ็กซ์(ลายเฉลว) และการสานลายใบไม้ เป็นต้น และ 3) สีของผลิตภัณฑ์สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนโดยเลือกสีประจำโรงเรียนบ้านท่าดินดำ ได้แก่ สีเหลือง สีดำ ซึ่งเป็นสีประจำโรงเรียน ร่วมกับกสิกรรมชาติ นอกจากนี้ สีดำ ยังเป็นคำพ้องเสียงกับชื่อของชุมชนหรือตำบลอีกด้วย 4) การสร้างป้ายสินค้าที่สะท้อนผลิตภัณฑ์ของชุมชนแสดงถึงวัสดุหลัก คือ ต้นกก และมีชื่อชุมชนปรากฏอย่างชัดเจน

### 2. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกกที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน

2.1 ผลการศึกษาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานจากกกชุมชนท่าดินดำ ได้ทำการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) จากแนวทางการเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกกที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน ได้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกก จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ที่ใส่แก้วน้ำ (จำนวน 4 รูปแบบ) หมวก (จำนวน 3 รูปแบบ) กระเป๋าสานจากกก (จำนวน 2 รูปแบบ) และกระเป๋าสะพายจากเสื่อกก (จำนวน 2 รูปแบบ) ดังนี้



ตารางที่ 1 ต้นแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานจากกกชุมชนท่าดินดำ

| แนวคิด                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | ภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ผลิตภัณฑ์ที่ใส่แก้วน้ำ</b><br>การนำเส้นกกสีธรรมชาติ สีดำ และสีเหลือง มาสานแบบ<br>ไขว้แนวนอน แบบไขว้ตัวเอ็กซ์ และลายใบไม้ มาสานขึ้น<br>รูปเป็นผลิตภัณฑ์ที่เข้ากับยุคสมัยซึ่งกำลังเป็นที่นิยม นั่น<br>คือ ที่ใส่แก้วน้ำ ที่สามารถถือ หิ้ว พกพา ได้สะดวก<br>สามารถใช้เอง และเป็นของชำร่วย ของขวัญ ของฝากได้ |  |

**ผลิตภัณฑ์หมวก**

การนำเส้นกกสีธรรมชาติ สีดำ และสีเหลือง มาสานแบบ  
ไขว้แนวนอน การสานแบบไขว้ตัวเอ็กซ์ และลายใบไม้  
มาสานขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์หมวก ที่มีที่มาจากบริบทของ  
ชุมชนที่มีอาชีพหลักคือเกษตรกร ต้องสวมหมวกกันแดด  
จึงนำมาออกแบบให้เข้ากับยุคสมัย โดยเป็นหมวกทรง  
ปีกแคบ เพื่อให้ทันสมัยเหมาะกับทุกช่วงวัย



ตารางที่ 1 (ต่อ)

| แนวคิด                                                                                                                                                                                                                                             | ภาพต้นแบบผลิตภัณฑ์                                                                   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสานจากกก</b><br>การนำเส้นกกสีธรรมชาติ สีดำ และสีเหลือง มาสานแบบ<br>ไขว้แนวนอน และแบบไขว้ตัวเอ็กซ์ ขึ้นรูปเป็นผลิตภัณฑ์<br>กระเป๋าที่สามารถถือ และสะพายได้ มีขนาดไม่ใหญ่<br>เกินไป สามารถใส่สิ่งของได้ เน้นการใช้สีที่ไม่ซ้ำซ้อน |  |

**ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสะพายจากเสื่อกก**

การนำเสื่อกกที่ทอด้วยเส้นกกย้อมสีดำ และสีเหลือง มา  
ทอด้วยลายกระจุบ นำมาตัดเย็บขึ้นรูปเป็นทรงกระเป๋า  
สะพาย ร่วมกับสายหนัง มีขนาดเล็กเหมาะกับการ  
สะพายข้าง หรือไขว้ลำตัว (cross body) ของสุภาพสตรี



สามารถใช้ใส่ของใช้ส่วนตัว ตัดเย็บรูปทรงเหลี่ยม มี  
รูปแบบทันสมัย

2.2 ผลการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกกชุมชนทาดินดำ อำเภอยะบะดาล จังหวัดลพบุรี ทั้ง 4 ผลิตภัณฑ์ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามแบบออนไลน์กับผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นผู้บริโภคหรือประชาชนทั่วไป จำนวน 397 คน ทำการศึกษาลักษณะส่วนบุคคล และความคิดเห็นด้านต่างๆ ประกอบด้วย ด้านการออกแบบ ด้านราคา และด้านประโยชน์ใช้สอย มีผล การศึกษาดังนี้

ตารางที่ 2 ลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริโภค

| (n=397)  |                                      |       |        |
|----------|--------------------------------------|-------|--------|
|          | ลักษณะส่วนบุคคล                      | จำนวน | ร้อยละ |
| เพศ      | ชาย                                  | 112   | 28.2   |
|          | หญิง                                 | 285   | 71.8   |
| อายุ     | ต่ำกว่า 20 ปี                        | 86    | 21.7   |
|          | 20-29 ปี                             | 205   | 51.6   |
|          | 30-39 ปี                             | 34    | 8.6    |
|          | 40-49 ปี                             | 37    | 9.3    |
|          | 50-59 ปี                             | 25    | 6.3    |
|          | 60 ปีขึ้นไป                          | 10    | 2.5    |
|          | ลักษณะส่วนบุคคล                      | จำนวน | ร้อยละ |
| การศึกษา | ต่ำกว่าปริญญาตรี/กำลังศึกษาปริญญาตรี | 144   | 36.3   |
|          | ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า               | 215   | 54.2   |
|          | สูงกว่าปริญญาตรี                     | 38    | 9.6    |
| อาชีพ    | นักเรียน นักศึกษา                    | 227   | 57.2   |
|          | ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ  | 68    | 17.1   |
|          | ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว                 | 27    | 6.8    |
|          | พนักงานเอกชน                         | 40    | 10.1   |
|          | เกษตรกร                              | 3     | 0.8    |
|          | ว่างงาน                              | 9     | 2.3    |
|          | อื่นๆ                                | 23    | 5.8    |

|                      |                           |     |      |
|----------------------|---------------------------|-----|------|
| รายได้เฉลี่ยต่อเดือน | น้อยกว่า 15,000 บาท/เดือน | 252 | 63.5 |
|                      | 15,000 – 30,000 บาท/เดือน | 74  | 18.6 |
|                      | 30,001 – 45,000 บาท/เดือน | 42  | 10.6 |
|                      | มากกว่า 45,000 บาท ขึ้นไป | 29  | 7.3  |

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 71.8 ครั้งหนึ่ง มีอายุ 20-29 ปี คิดเป็นร้อยละ 51.6 มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 215 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 การประกอบอาชีพ พบว่า เกือบสามในห้าเป็นนักเรียน นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 57.2 รองลงมาเป็นข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ/พนักงานของรัฐ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.1 และเกือบสองในสามของผู้ตอบแบบสอบถามมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 63.5

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกก

(n=397)

| ประเภทผลิตภัณฑ์        | $\bar{x}$ | S.D.  | แปลผล       |
|------------------------|-----------|-------|-------------|
| กระเป๋ากกสาน           | 4.23      | 0.644 | เห็นด้วยมาก |
| กระเป๋าสะพายจากเสื่อกก | 4.21      | 0.645 | เห็นด้วยมาก |
| หมวก                   | 4.09      | 0.668 | เห็นด้วยมาก |
| ที่ใส่แก้วน้ำ          | 4.07      | 0.683 | เห็นด้วยมาก |
| รวม                    | 4.15      | 0.667 | เห็นด้วยมาก |

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกกชุมชน ทำดินดำ ทั้ง 4 ผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 และเมื่อพิจารณาแต่ละผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยกับผลิตภัณฑ์ทั้ง 4 ผลิตภัณฑ์ ในระดับมากทุกผลิตภัณฑ์ โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ กระเป๋ากกสาน ( $\bar{x}$  = 4.23) กระเป๋าสะพายจากเสื่อกก ( $\bar{x}$  = 4.21) หมวก ( $\bar{x}$  = 4.09) และที่ใส่แก้วน้ำ ( $\bar{x}$  = 4.07)

เมื่อพิจารณาแยกตามรายด้าน ประกอบด้วย ด้านการออกแบบ ด้านราคา และด้านประโยชน์ใช้สอย มีผลการศึกษาดังนี้

**ตารางที่ 4** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกกชุมชนทำดินดำ ตามรายด้าน (n=397)

| รายด้าน            | $\bar{x}$ | S.D.  | แปลผล       |
|--------------------|-----------|-------|-------------|
| ด้านการออกแบบ      | 4.22      | 0.793 | เห็นด้วยมาก |
| ด้านประโยชน์ใช้สอย | 4.20      | 0.770 | เห็นด้วยมาก |
| ด้านราคา           | 4.09      | 0.819 | เห็นด้วยมาก |

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกกชุมชนทำดินดำ ในภาพรวมแต่ละด้าน ทั้ง 4 ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยด้านการออกแบบ พบว่ามีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.22 รองลงมา คือ ด้านประโยชน์ใช้สอย ( $\bar{x}=4.20$ ) และ ด้านราคา ( $\bar{x}=4.09$ )

เมื่อพิจารณาตามรายการประเมินของแต่ละผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ที่ใส่แก้วน้ำ หมวก กระเป๋ากกสาน และ กระเป๋าสะพายจากเสือกก มีผลการศึกษาคำความคิดเห็นดังนี้

**ตารางที่ 5** ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์

| รายการประเมิน                                 | (n=397)       |       |           |       |              |       |              |       |
|-----------------------------------------------|---------------|-------|-----------|-------|--------------|-------|--------------|-------|
|                                               | ที่ใส่แก้วน้ำ |       | หมวก      |       | กระเป๋ากกสาน |       | กระเป๋าสะพาย |       |
|                                               | $\bar{x}$     | S.D.  | $\bar{x}$ | S.D.  | $\bar{x}$    | S.D.  | $\bar{x}$    | S.D.  |
| 1. ผลิตภัณฑ์แสดงเอกลักษณ์สะท้อนภูมิปัญญาชุมชน | 4.25          | 0.783 | 4.30      | 0.725 | 4.36         | 0.754 | 4.33         | 0.768 |
| 2. ผลิตภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย               | 4.01          | 0.903 | 4.09      | 0.846 | 4.23         | 0.809 | 4.29         | 0.814 |
| 3. ผลิตภัณฑ์เลือกใช้วัสดุได้เหมาะสม           | 4.19          | 0.760 | 4.16      | 0.783 | 4.25         | 0.785 | 4.30         | 0.737 |
| 4. สีสันผลิตภัณฑ์เหมาะสม สวยงาม               | 4.10          | 0.835 | 4.16      | 0.795 | 4.26         | 0.797 | 4.21         | 0.798 |

ตารางที่ 5 (ต่อ)

(n=397)

| รายการประเมิน                                                      | ที่ใส่แก้วน้ำ |       | หมวก      |       | กระเป๋าพก<br>สถาน |       | กระเป๋า<br>สะพาย |       |
|--------------------------------------------------------------------|---------------|-------|-----------|-------|-------------------|-------|------------------|-------|
|                                                                    | $\bar{x}$     | S.D.  | $\bar{x}$ | S.D.  | $\bar{x}$         | S.D.  | $\bar{x}$        | S.D.  |
| 5. ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของ<br>ผลิตภัณฑ์                            | 4.05          | 0.870 | 3.99      | 0.860 | 4.20              | 0.753 | 4.14             | 0.812 |
| 6. ราคาใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์<br>ประเภท<br>เดียวกันในท้องตลาดทั่วไป | 3.94          | 0.886 | 3.97      | 0.874 | 4.14              | 0.757 | 4.15             | 0.771 |
| 7. ราคาเหมาะสมกับวัสดุที่ใช้ใน<br>การผลิต                          | 3.99          | 0.863 | 4.02      | 0.818 | 4.21              | 0.793 | 4.23             | 0.766 |
| 8. รูปแบบเหมาะสมกับการใช้งาน                                       | 4.13          | 0.818 | 4.12      | 0.805 | 4.24              | 0.749 | 4.20             | 0.789 |
| 9. ขนาดมีความเหมาะสมกับการใช้<br>งาน                               | 4.18          | 0.798 | 4.17      | 0.762 | 4.30              | 0.728 | 4.20             | 0.753 |
| 10. ผลิตภัณฑ์คงทนแข็งแรงในการ<br>ใช้งาน                            | 4.12          | 0.783 | 4.19      | 0.776 | 4.26              | 0.751 | 4.23             | 0.728 |

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยกับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ลดผลกระทบจากกลุ่มชน  
ทำดินดำ ทั้ง 4 ผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากทุกรายการประเมิน โดยผลิตภัณฑ์ได้แสดงเอกลักษณ์สะท้อน  
ภูมิปัญญาชุมชนเป็นรายการประเมินที่ผู้บริโภคเห็นด้วยมากกว่ารายการประเมินอื่นๆ ทุกผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย  
เรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ กระเป๋าสถาน ( $\bar{x}=4.36$ ) กระเป๋าสะพาย ( $\bar{x}=4.33$ ) หมวก ( $\bar{x}=4.30$ ) และที่ใส่  
แก้วน้ำ ( $\bar{x}=4.25$ ) นอกจากนี้ยังพบว่า ผลิตภัณฑ์กระเป๋าพกสถาน หมวก และที่ใส่แก้วน้ำ ผู้บริโภคเห็นด้วยว่า  
ราคาผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในท้องตลาดทั่วไปน้อยกว่ารายการประเมินอื่นๆ  
( $\bar{x}=4.14, 3.97$  และ  $3.94$  ตามลำดับ) ในขณะที่ผลิตภัณฑ์กระเป๋าสะพายจากเสื้อก้นนั้น ผู้บริโภคเห็นด้วยว่า  
ราคาผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับคุณภาพ น้อยกว่ารายการประเมินอื่นๆ ( $\bar{x}=4.14$ )

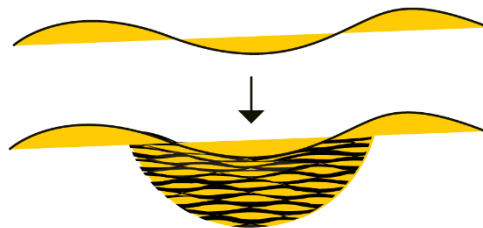
### 3. การออกแบบป้ายสินค้าที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ด้วยการมีส่วนร่วมของชุมชน

หนึ่งในแนวทางการเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกก คือ ป้ายสินค้าที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์โดยให้  
ชุมชนมีส่วนร่วมในการออกแบบ โดยมีแนวคิดในการออกแบบ คือ 1) การนำเอกลักษณ์ภูมิปัญญาไทยที่  
ลูกหลานบ้านทำดินดำอนุรักษ์สืบต่อกันมา คือ ลายทอเสื้อกแบบพื้นฐาน หรือลายกระจับ นำมาคลี่คลายเป็น

ลวดลายที่ดูง่ายไม่ซับซ้อน เป็นพื้นฐานที่จะนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ 2) นำวัสดุหลัก คือ ต้นกก ที่มีทั้งที่ขึ้นเองตามแอ่งน้ำหรือท้องนา ชุมชนร่วมกันปลูกในพื้นที่ส่วนรวม และปลูกส่วนตัวของแต่ละบ้าน โดยเป็น กก ชื่อ กกจันทบูร ลำต้นกลม มีเฉพาะลำต้นส่วนปลายใกล้ๆ กับดอกเท่านั้นที่เป็นสามเหลี่ยม ลำต้นมีสีเขียวเข้มเป็นมัน สูง 1-2 เมตรดอกมีขนาดเล็กเป็นฝอยอยู่รวมกันเป็นช่อดอก เมื่อยังอ่อนเป็นสีเขียวอ่อน พออายุมากขึ้นจะเปลี่ยนเป็นสีน้ำตาลอ่อน ใบประดับของช่อดอก เป็นแผ่น ใบยาวเรียวสั้นกว่าความยาวของช่อดอก โดยนำมาสร้างเป็นภาพสองมิติ โดยกำหนดสีในการออกแบบ ได้แก่ สีดำ (พ้องกับชื่อตำบลที่มีคำว่า ดำ) สีเหลือง (หนึ่งในสีประจำโรงเรียนบ้านท่าดินดำ) และสีเขียว (สีจากต้นกกธรรมชาติ) 3) การเลือกใช้รูปแบบตัวอักษรที่สามารถอ่านได้ชัดเจน และเน้นคำว่า “กก” ผสมกับลายเส้นที่แทนค่าของเส้นกกที่ใช้สำหรับสานหรือทอ และ 4) การใช้ภาพคลื่นน้ำ โดยคำว่า “ท่าดินดำ” มาจากการที่แม่น้ำป่าสักสมัยก่อนมีสัตว์ป่านักจะมารวมกันที่ริมฝั่งแม่น้ำเพื่อกิน อาบน้ำ และแย่งกันเลียดินที่มีสีดำสนิทเป็นบริเวณกว้างและเป็นโพรงเหมือนจอมปลวกและดินก็มีความเค็มด้วยพวกนายพรานจึงได้เรียกท่านตรงนั้นว่า “ท่าดินดำ”



รูปที่ 2 ลายทอเสื่อกกแบบพื้นฐาน ต้นกกธรรมชาติ สู่ภาพสองมิติ



รูปที่ 3 คลื่นน้ำจากเรื่องเล่า “ท่าดินดำ”

จากนั้นนำองค์ประกอบต่างๆ มาจัดวางให้เกิดความสมดุล (Balance) ของภาพ นำต้นกก วางสองด้านทั้งซ้ายและขวา ภาพที่เห็นถูกแบ่งออกเป็นสองด้านและสร้างจุดเด่นตรงกลาง รูปแบบสองมิติ ไม่ซับซ้อนเพื่อสะดวกต่อการนำไปใช้งานบนผลิตภัณฑ์ ป้ายสินค้า และอื่นๆ และได้ทำการเพิ่มเติมช่องทางการติดต่อ และบาร์โค้ด เพื่อให้ข้อมูลต่างๆ ของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกก



รูปที่ 4 ป้ายสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกก ชุมชนทำดินดำ

## อภิปรายผลการวิจัย

1. แนวทางการเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์จากกกที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนทำดินดำ ประกอบด้วย ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ควรเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบใช้งานได้ทั่วไป และเข้ากับยุคสมัย เน้นรูปแบบการสานกกที่สะท้อนถึงความเป็นผลิตภัณฑ์งานฝีมือมากขึ้น ใช้ลายสานหลัก ได้แก่ การสานแบบไขว้ แนวนอนหรือการสานแบบขัดคู่ การสานแบบไขว้ตัวเอ็กซ์ และการสานลายใบไม้ ซึ่งเป็นลายการสานที่ชุมชนมีการปรับเป็นรูปแบบของตนเอง เป็นลวดลายที่มีความเรียบง่าย สอดคล้องกับ พงศ์ศรัณย์ พลศรีเลิศ (2556 : ออนไลน์) ได้กล่าวว่า สินค้าที่ทำด้วยมือจะมีความแตกต่างจากสินค้าที่จำหน่ายทั่วไป ตรงขั้นตอนการผลิตที่ต้องทำชิ้นงานต่างๆ ด้วยมือ ทำให้สินค้าหรือผลงานแต่ละชิ้นมีเสน่ห์ มีความแตกต่างในรายละเอียด และช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ และสอดคล้องกับ อรุณทนต์ สุธาคำ และ ตรีชฎา สมพอง (2563 : 31) ที่ได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ชุมชน ของกลุ่มจักสานบ้านป่าจั่ว จังหวัดเชียงใหม่ โดยทำการศึกษาจากความต้องการของผู้บริโภค ที่พบว่า สินค้าหัตถกรรมจักสานควรมีรูปแบบทันสมัย เรียบง่ายเน้นประโยชน์ใช้สอย ลวดลายบนงานจักสานไม่ต้องมาก เพราะจะดูล้าสมัยไม่น่าสนใจ นอกจากนี้

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกกชุมชนท่าดินดำ ได้ใช้สี ได้แก่ สีเหลือง สีดำ ซึ่งเป็นสีประจำโรงเรียนบ้านท่าดินดำ ร่วมกับกกสีธรรมชาติ และการสร้างตราสินค้าที่สะท้อนผลิตภัณฑ์ของชุมชน ซึ่ง หงส์ไทย (2561 : ออนไลน์) ได้อธิบายถึงป้ายหรือฉลากสินค้าว่ามีบทบาทสำคัญอย่างมาก เพราะสามารถบ่งบอกให้ลูกค้าเห็นถึงความแตกต่างระหว่างสินค้าของเรากับสินค้าอื่นๆ การออกแบบฉลากและป้ายที่สวยงามแตกต่าง เป็นการส่งเสริมให้สินค้าโดดเด่น และยังสามารถดึงดูดความสนใจทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อสินค้าได้

2. การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานจากกกชุมชนท่าดินดำ ได้ทำการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ (ต้นแบบ) จากแนวทางการเสริมสร้างมูลค่าผลิตภัณฑ์ จำนวน 4 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ที่ใส่แก้วน้ำ หมวก กระเป๋าสานจากกก และกระเป๋าสะพายจากเสื่อกก ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้งานได้จริง สามารถเป็นของขวัญ ของฝาก ของที่ระลึก และเข้ากับยุคสมัย ดังที่ พิกุล พุทธมัตย์ (2556 : ออนไลน์) ที่ได้กล่าวว่า หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชนนั้น จุดสำคัญ คือ การดึงเอาจุดเด่น เอกลักษณ์ของท้องถิ่นมาประยุกต์กับองค์ความรู้หรือหลักทางด้านศิลปะและการออกแบบ รวมถึงควรศึกษาความต้องการของตลาด โดยการออกแบบจะต้องเป็นสิ่งที่สามารถนำไปประยุกต์ให้เกิดขึ้นงานได้จริงๆ เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าที่มีอยู่ในชุมชน และสอดคล้องกับสรวงพร กุศลส่ง และ รสรินทร์ ชุนแก้ว (2554 : ก) ที่ทำการศึกษาถึงความต้องการในการพัฒนาของที่ระลึก พบว่า สินค้าประเภทของที่ระลึก ควรมีราคาถูก ทันสมัย สอดรับกับความต้องการหรือลักษณะการใช้งานของผู้บริโภคในปัจจุบัน นอกจากนี้จากการศึกษาความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานจากกกชุมชนท่าดินดำที่ได้ออกแบบและพัฒนาขึ้นนี้ พบว่า ผู้บริโภคเห็นด้วยในทุกผลิตภัณฑ์ว่าได้แสดงเอกลักษณ์สะท้อนภูมิปัญญาชุมชนในระดับมาก และเป็นรายการประเมินที่ผู้บริโภคเห็นด้วยมากกว่ารายการประเมินอื่นๆ เช่นเดียวกับการศึกษาของ โสรณา เครือเมฆ และชุตินา สังกะหะ (2563 : 68-75) ที่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากเครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้าสู่พาณิชย์ ชุมชนวัฒนธรรมไทยเวียงคิรีวัน จังหวัดนครนายก พบว่า ทุกผลิตภัณฑ์ได้แสดงถึงเอกลักษณ์สะท้อนภูมิปัญญาชุมชนในระดับมากและมากที่สุด ทั้งนี้เนื่องจากงานหัตถกรรมจักสานนับเป็นภูมิปัญญาที่สำคัญที่แต่ละชุมชนจะได้รับสืบทอดกันมาเพื่อนำมาใช้ในการดำเนินชีวิต

3. การออกแบบป้ายสินค้าที่สื่อถึงอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ด้วยการนำเอกลักษณ์ของลายทอเสื่อกกแบบพื้นฐาน หรือลายกระจั๊บ นำมาคลี่คลายเป็นลวดลายที่ดูง่ายไม่ซับซ้อน นำ ต้นกก โดยนำมาสร้างเป็นภาพสองมิติ ที่สื่อถึงวัสดุหลักของผลิตภัณฑ์ ใช้สีดำ สีเหลือง สีเขียว และภาพคลื่นน้ำ ที่มีความสัมพันธ์กับเรื่องราวและบริบทของชุมชน ใช้รูปแบบตัวอักษรที่สามารถอ่านได้ชัดเจน และมีช่องทางการติดต่อที่เข้าถึงได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ ชาตรี บัวคลี (2561 : 95 ) ที่ได้ออกแบบและพัฒนาฉลากสินค้า ด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน มีข้อค้นพบที่สำคัญ คือ งานออกแบบจะต้องเชื่อมโยงกับรูปแบบเดิมของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งต้องสะท้อนแนวคิด อันประกอบไปด้วยการสื่อถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญา การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผ่านภาพ ประกอบ สี ตัวอักษร และลวดลายกราฟิก



## ข้อเสนอแนะ

### 1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา สามารถสรุปได้ดังนี้

ในการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เนื่องจากต้นกก เป็นวัสดุธรรมชาติ มีความเปราะ หักง่าย ไม่คงทน รวมถึงเมื่อสัมผัสความชื้นอาจขึ้นรา ในการออกแบบจึงควรให้ความสำคัญกับความคงทน โดยใช้วัสดุอื่นๆ ร่วมในการผลิตซึ่งต้องมีความกลมกลืนกับวัสดุหลักที่ใช้ มีการย้อมสี กันรา เพื่อความสะดวกในการเก็บรักษา ในส่วนของรูปแบบผลิตภัณฑ์ ควรออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีจุดมุ่งหมายสำคัญอยู่ที่การใช้งานได้จริงและหลากหลาย มีความสวยงาม ทันสมัย ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ผู้บริโภคต้องการ เพื่อสามารถเป็นของขวัญ ของฝากได้ด้วย จึงควรทำการวิเคราะห์ถึงความต้องการในผลิตภัณฑ์ที่กำลังได้รับความนิยม ที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงไปในแต่ละยุคสมัยเพื่อให้สอดคล้องกับบริบททั้งภายในและนอกชุมชนที่เกิดขึ้น

### 2. ข้อเสนอแนะสำหรับการศึกษาในครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นหรือชุมชนให้หลากหลายและครอบคลุมในทุกด้าน เพื่อนำมาใช้เป็นแนวคิดในการออกแบบพัฒนารูปทรง ลวดลาย และสีสันทนผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากกก ให้มีความสวยงาม น่าสนใจ และทันสมัย เพื่อเป็นการกระตุ้นและสร้างแรงจูงใจในการเลือกซื้อของผู้บริโภค

2.2 ควรศึกษาพฤติกรรมการซื้อและใช้ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานโดยศึกษาเจาะลึกในแต่ละช่วงวัย ซึ่งอาจมีความต้องการในผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานไม่เฝือกที่แตกต่างกัน ทั้งประเภท รูปแบบ ตลอดจนราคา เพื่อนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมาย

2.3 ควรศึกษาเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสาน เพื่อให้สามารถเข้าถึงและสอดคล้องกับพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

## เอกสารอ้างอิง

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2549). สถิติสำหรับงานวิจัย. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์. (2562). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยทุนทางวัฒนธรรม ชุมชนวิถีบวก กลุ่มทอเสื่อบ้านท่อนใหม่ อำเภอเมืองขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์*. 11 (2), 285-304.
- ชาตรี บัวคลี่. (2561). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วมตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน. *วารสารวิจิตรศิลป์*. 9 (2), 93-144.
- ที่ประชุมอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏ. (2561). ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2579). *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2566. แหล่งที่มา <http://rdi.bru.ac.th/2018/wp-content/uploads/2020/08/.pdf>.

- พงศ์ศรีนัย พลศรีเลิศ. (2556). กลยุทธ์สำหรับธุรกิจแฮนด์เมด. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2566. แหล่งที่มา <https://phongzahrn.wordpress.com/2013/05/20/-handmade>.
- พัชรา ปราชญ์เวทย์, ญาณิศา ศรีบุญเรือง, พัฒนพงษ์ โพธิ์ปัสสา และ จันทนา จินดาพันธ์. (2562). การแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเปลือกและต้นไผ่ในจังหวัดศรีสะเกษ เพื่อขยายกลุ่มเป้าหมายสู่ตลาดต่างประเทศ. *วารสารวิชาการ*. 13 (1), 94-103.
- พิกุล พุทธมัตย์. (2556). การออกแบบผลิตภัณฑ์. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2566. แหล่งที่มา <https://www.gotoknow.org/posts/381986>.
- สรวงพร กุศลส่ง และ รสรินทร์ ชุนแก้ว. (2554). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกจากกระดาศใบมะขาม*. รายงานการวิจัยทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดิน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์. สำนักงานเลขาธิการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ และสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2566. แหล่งที่มา <http://plan.bru.ac.th/%E0%B8%A2-2561-2580>
- สุปรिता สุทธิสาร. (2563). คนลพบุรีทอเสื่อกก พันธุ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น เสริมรายได้ครัวเรือน. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 14 กุมภาพันธ์ 2566. แหล่งที่มา [https://www.technologychaoban.com/thai-local-wisdom/article\\_152496](https://www.technologychaoban.com/thai-local-wisdom/article_152496).
- โสธนา เครือเมฆ และชุตินา สังคะหะ. (2563). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนจากเครื่องจักสานไม้ไผ่ตกแต่งผ้าขาวม้าสู่พาณิชย์ ชุมชนวัฒนธรรมไทยเวียงคิรีวัน จังหวัดนครนายก*. รายงานการวิจัยทุนอุดหนุนจากงบประมาณแผ่นดิน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- หงส์ไทย. (2561). ฉลากสินค้า ป้ายสินค้า สำคัญอย่างไร. *ออนไลน์*. สืบค้นเมื่อ 23 กุมภาพันธ์ 2566. แหล่งที่มา <https://www.hongthai.co.th>.
- อรนุตม์ สุธาคำ และ ตรีชฎา สมฟอง. (2563). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ชุมชน ของกลุ่มจักสานบ้านป่าจั่ว ตำบลทาเหนือ อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่*. *วารสารวิจัยเทคโนโลยีนวัตกรรม*. 4 (2), 22-38.