

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาดและมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น ของชุมชนโนนบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์

Development of OTOP Products to be Up-to-Date to Meet Market Needs and have a Unique Identity of the Nonburi Community Kalasin Province.

นิภาภรณ์ จงวุฒิเวศย์

Nipaporn Jongwutiwes

อาจารย์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Lecturer from the Faculty of Humanities and Social Sciences Rajabhat Mahasarakham University

Corresponding Author Email: Nipapornjong@gmail.com

Received: 7 April 2023

Revised: 18 April 2023

Accepted: 20 April 2023

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาดและมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของชุมชนโนนบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการดำเนินการวิจัย โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 235 คน ที่มาจากการใช้สูตรทาร์โรว์ ยามาเน่ (1973) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ซึ่งได้มาโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ในสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาดและมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของชุมชนโนนบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์ ประกอบด้วย การสร้างความสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{x} = 4.58$) รองลงมา คือ การสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิต ($\bar{x} = 4.34$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.22$) และด้านการผลิต ($\bar{x} = 4.20$) ตามลำดับ และกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกาฬสินธุ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์การมุ่งความสนใจ พบว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ($\bar{x} = 4.36$) รองลงมา คือ กลยุทธ์การมุ่งความสนใจ ($\bar{x} = 4.25$) และกลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ ($\bar{x} = 4.15$) ตามลำดับ

คำสำคัญ: การพัฒนา, ยกระดับผลิตภัณฑ์, อัตลักษณ์เฉพาะถิ่น

Abstract

This research consists purposes were to develop OTOP products to be modern and meet market needs with the local identity of the Nonburi community Kalasin Province. It is survey research using a questionnaire as a tool for conducting research. There are 235 people in the research using the Taro Yamane (1973) at the error level of .05 obtained by means of random random sampling. Then the data collected from the questionnaire was analyzed in descriptive statistics consisting of percentage, mean, standard deviation. The results showed that Development of OTOP products to be up-to-date to meet market needs and have a unique identity of the Nonburi community. Kalasin Province consists of balancing production with natural resources ($\bar{x} = 4.58$), followed by creation and development of knowledge for producers ($\bar{x} = 4.34$), product ($\bar{x} = 4.22$) and production ($\bar{x} = 4.20$) respectively and strategies to increase the competitiveness of OTOP products in Kalasin

province, consisting of differentiation strategies low cost marketing strategy and focus strategy, it was found that differentiation strategy ($\bar{x} = 4.36$), followed by attention strategy ($\bar{x} = 4.25$) and low-cost marketing strategy ($\bar{x} = 4.15$), respectively.

Keywords: Development, Product Enhancement, Local Identity

บทนำ

ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580 เป็นแผนการพัฒนาประเทศที่จะกำหนดกรอบและแนวทางการพัฒนาให้หน่วยงานของรัฐทุกภาคส่วนต้องปฏิบัติตาม เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศที่พัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือตามคติพจน์ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ยุทธศาสตร์ที่ 2 ว่าด้วยเรื่องยุทธศาสตร์ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ได้กล่าวถึงการพัฒนากิจกรรมการผลิตและบริการไว้ว่า หัวใจสำคัญของความสามารถในการแข่งขันของประเทศคือ เพิ่มผลผลิตการผลิต (Productivity) โดยใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัยและพัฒนา รวมไปถึงนวัตกรรมในทุกสาขาของภาคการผลิตและบริการที่เป็นฐานรายได้เดิมและที่ต่อยอดเป็นฐานรายได้ใหม่ การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญจะเกิดขึ้นทั้งในด้านประสิทธิภาพ (Efficiency) และการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และบริการจากความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Value Creation) ผู้ผลิตไทยจะต้องผลิตได้ขายเป็น และมีความสามารถที่จะรู้จักและเข้าใจแนวโน้มตลาด เพื่อสร้างคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคและก้าวเข้าสู่การเป็นผู้นำในตลาดผลิตภัณฑ์และบริการที่สำคัญของภูมิภาคและของโลกได้ ยุทธศาสตร์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน จึงประกอบด้วย “แนวทางการพัฒนากิจกรรมการผลิตและบริการ” ซึ่งมุ่งเน้นที่การพัฒนาเพิ่มผลผลิตการผลิตตลอดห่วงโซ่มูลค่า เพื่อก้าวกระโดดไปสู่การเป็นฐานการผลิตและบริการที่โดดเด่นในด้านเศรษฐกิจฐานชีวภาพ โดยยกระดับสู่เกษตรสมัยใหม่ที่เป็นพื้นฐานสำคัญและเป็นฐานการผลิตสินค้าเกษตร อาหาร พลังงาน และวัสดุชีวภาพด้วยนวัตกรรม ยกระดับศักยภาพภาคอุตสาหกรรมให้แข่งขันได้บนฐานเทคโนโลยีขั้นก้าวหน้า พัฒนาความหลากหลาย คุณภาพ และสร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยว ตลอดจน พัฒนารัฐกิจบริการที่มีศักยภาพใหม่ ๆ ที่สร้างรายได้ให้สูงขึ้น (ยุทธศาสตร์ชาติ พุทธศักราช 2561 - 2580, 2561)

ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ตามท้องถิ่นที่มาจากภูมิปัญญา ได้รับความสนใจจากผู้บริโภค จึงทำให้ผู้ประกอบการชุมชนหลายรายเข้ามาแข่งขันกันในตลาดมากขึ้น โดยจะมุ่งเน้นไปในทิศทางของการ พัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละท้องถิ่นให้มีคุณภาพ และสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค ในทิศทางที่ดีขึ้น อาจจะมีผู้ประกอบการบางรายที่ยังมองไม่เห็นถึงความสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผล ต่อคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์อีกทั้งยังไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้เท่าที่ควร ดังนั้น ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์จึงต้องหันมาให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถคุ้มครอง ป้องกันไม่ให้สินค้าหรือผลิตภัณฑ์เสียหายและเพิ่มคุณค่าต่อผู้บริโภค (กรมวิทยาศาสตร์บริการ, 2553) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ถือว่าเป็นสิ่งที่มีความสำคัญ การที่มีผลิตภัณฑ์ที่ดีและมีคุณภาพสามารถช่วย ส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์รวมไปจนถึงท้องถิ่นด้วย ในเรื่องของผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ซึ่งปัญหาหนึ่งที่พบได้บ่อยในทุกชุมชน พบว่ายังมีปัญหาทางด้านของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เป็นที่ ต้องการของผู้บริโภค การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงเป็นส่วนที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ชุมชน (ทวีศักดิ์ สาสงเคราะห์, 2551)

เทศบาลตำบลโนนบุรี อำเภอเสลภูมิ จังหวัดกาฬสินธุ์ เป็นอีกตำบลหนึ่งที่เป็นแหล่งผลิตผ้าฝ้ายอ้อมครามที่มีคุณภาพผ้าหลายระดับตามแต่ภูมิปัญญาและกรรมวิธี จากการลงสัมภาษณ์ในพื้นที่ พบว่า ผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น (GI) ของชุมชนโนนบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์มีความหลากหลาย เช่น ผ้าซิด พุทรา 3 รส ผลิตภัณฑ์จากปลาลำน้ำขาว ตักดาไม้โดโนเสาร์ รุง สมุนไพรแก่นตะวัน เป็นต้น และยังมีฟอสซิลโดโนเสาร์ ซึ่งทำการขุดพบซากดึกดำบรรพ์ของโดโนเสาร์ที่ถูกกักขัง อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จากลักษณะของกระดูกพบว่าเป็นโดโนเสาร์กินพืชสกุลกูเวียง 1 ชนิด และเป็นโดโนเสาร์กินพืชชนิดใหม่อีก 1 ชนิด คาด

ว่าอาจเป็นไดโนเสาร์สกุลและชนิดใหม่ของโลก จึงได้ตั้งชื่อว่า “ไดโนเสาร์ภูมู่ข้าว” และได้จัดตั้งพิพิธภัณฑ์สิรินธร จังหวัดกาฬสินธุ์ อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์ OTOP ของชุมชนโนนบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์หลายอย่างในปัจจุบันยังคงประสบปัญหาในแบบของผลิตภัณฑ์เนื่องจากขาดประสบการณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนาอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น (GI) ด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผู้ประกอบการในชุมชนต่าง ๆ ควรให้ความสำคัญ เพราะการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์เป็นที่สนใจ เป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญในการทำธุรกิจเพื่อบรรลุจุดมุ่งหมายขององค์กรอย่างแท้จริง สร้างความน่าสนใจในตัวสินค้า และสามารถสร้างผลสำเร็จได้ในอนาคตเพื่อก้าวไปสู่ตลาด ผลิตภัณฑ์นับเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความแตกต่างของสินค้าด้วยรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น (GI) ซึ่งเป็นกลยุทธ์ตลาดอย่างหนึ่งที่จะช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าได้ จากการศึกษาจะพบว่าขณะนี้ผลิตภัณฑ์มีมากมายซึ่งเป็นผล มาจากการพัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและความปลอดภัยในตัวของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ ฉะนั้นปัจจัยสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายคือการเรียนรู้ การเรียนรู้ศึกษาเทคนิคการสร้างหรือออกแบบผลิตภัณฑ์นับเป็นวิธีการหนึ่งให้ผู้ผลิตสามารถใช้เป็นเครื่องมือผลิตสินค้าของตนให้มีจุดขายแตกต่างจากสินค้าอื่น และเพิ่มมูลค่าให้สินค้า จัดเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่ช่วยขยายหรือรักษาส่วนแบ่งตลาดได้ อีกทางหนึ่งถึงแม้ว่ารัฐบาลมีหน่วยงานและนโยบายในการให้ความช่วยเหลือธุรกิจ SMEs แต่ธุรกิจ SMEs บางส่วนยังประสบปัญหาอยู่มาก

ดังนั้น ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ศึกษาในเรื่องโนนบุรีโมเดล: การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดกาฬสินธุ์ให้เป็นผลิตภัณฑ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น (GI) ควบคู่ไปกับการบูรณาการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างครบวงจร เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ OTOP ของจังหวัดกาฬสินธุ์ได้รับการพัฒนาให้มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น (GI) มีผลลดความแตกต่างจากคู่แข่ง สามารถผลิตออกสู่ตลาดได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค และมีการส่งเสริมการตลาดที่สอดคล้องกับการดำเนินชีวิตของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันผ่านรูปแบบต่าง ๆ อันเป็นการเพิ่มช่องทางการสร้างรายได้ให้แก่กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ในตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาดและมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของชุมชนโนนบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ในตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 572 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตสินค้า OTOP ในตำบลโนนบุรี อำเภอสหัสขันธ์ จังหวัดกาฬสินธุ์ จำนวน 235 คน โดยใช้

วิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane Taro, 1973 : 727) ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05

2. เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ เป็นแบบสำรวจรายการ ตอนที่ 2 เป็นการพัฒนากลยุทธ์ OTOP ในจังหวัดกาฬสินธุ์ ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ การสร้างความสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ และการสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิต จำนวน 21 ข้อ ตอนที่ 3 เป็นกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกาฬสินธุ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์การสร้าง ความแตกต่าง กลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์การมุ่งความสนใจ จำนวน 13 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาหาคุณภาพภาพของเครื่องมือ ได้แก่ 1) นำแบบสอบถามพบที่ปรึกษาและดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำ 2) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วเสนอ

นำเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของเนื้อหาโดยหาค่าความสอดคล้องของวัตถุประสงค์กับข้อคำถาม (Index of Item-Objective Congruence: IOC) (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ, 2543, น.249) พบว่ามีค่า IOC ระหว่าง 0.80–1.00 และ 3) การทดลองใช้เครื่องมือกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 20 ชุด และหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยวิธีของ Cronbach (1951, p.274; อ้างในบุญชม ศรีสะอาด, 2558) ซึ่งผลการประเมินค่าความเชื่อมั่นมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.88

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการใช้แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยจะเก็บรวบรวมข้อมูลด้วย Google Form ได้แบบสอบถามกลับมาจำนวน 235 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 หลังจากนั้นได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล เพื่อนำไปวิเคราะห์ต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการแจกแบบสอบถามมาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมทางสถิติ

5. สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาดและมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของชุมชนโนนบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 179 คน คิดเป็นร้อยละ 76.2 ส่วนใหญ่อายุ 51- 60 ปี ปี จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 50.2 ระดับการศึกษา คือ ประถมศึกษา จำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 42.6 ประเภทของกิจการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ส่วนใหญ่ผลิตภัณฑ์ผ้าทอและเสื้อผ้า จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ระยะเวลาการก่อตั้งกลุ่ม ส่วนใหญ่ 6 ปีขึ้นไป จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 52.8 รายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ต่อเดือน ส่วนใหญ่ 0 – 5,000 บาท จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 58.7 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกาฬสินธุ์

ผลการวิจัยพบว่า ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ การสร้างความสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ และการสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิตตามตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 ข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกาฬสินธุ์

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. ด้านการผลิต				
1.1 การนำวัตถุดิบที่ผลิตเองภายในกลุ่ม และชุมชนมาใช้ในการผลิต	4.54	.655	มากที่สุด	1
1.2 การสำรองวัตถุดิบไว้รองรับการผลิต	4.20	.630	มาก	5
1.3 การตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบ	4.25	.756	มากที่สุด	3
1.4 การวางแผนการผลิต การวิเคราะห์ความต้องการของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์	4.22	.655	มากที่สุด	4
1.5 การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพการผลิตสินค้า	4.26	.709	มากที่สุด	2
1.6 การใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ มาช่วยในกระบวนการผลิต	3.75	.863	มาก	6

รวม	4.20	.399	มาก	4
2. ด้านผลิตภัณฑ์				
2.1 มีการค้นคว้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่	4.11	.596	มาก	5
2.2 การคัดเลือกโอเดียการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเทียบกับผลิตภัณฑ์รุ่นก่อน ๆ	3.93	.713	มาก	6
2.3 พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานที่กำหนด	4.25	.591	มากที่สุด	3
2.4 การทดลองสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบให้มีความโดดเด่น สร้างความตื่นตาให้กับลูกค้า	4.16	.720	มาก	4
2.5 การนำข้อบกพร่องจากกระบวนการการผลิตไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์	4.33	.715	มากที่สุด	2
2.6 การพัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค	4.55	.571	มากที่สุด	1
รวม	4.22	.352	มากที่สุด	3
3. ด้านการสร้างสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ				
3.1 วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมาจากทรัพยากรธรรมชาติ	4.60	.607	มากที่สุด	2
3.2 ทรัพยากรธรรมชาติช่วยเกื้อกูลการดำรงชีวิต	4.54	.564	มากที่สุด	4
3.3 กลุ่ม OTOP ให้ความสำคัญต่อความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม	4.60	.578	มากที่สุด	3
3.4 กลุ่ม OTOP ให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูด้านสิ่งแวดล้อม	4.61	.577	มากที่สุด	1
รวม	4.58	.427	มากที่สุด	1
4. ด้านการสร้างและพัฒนางานองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิต				
4.1 ประสบการณ์ของกลุ่ม OTOP ส่งผลต่อการเรียนรู้	4.35	.690	มากที่สุด	3
4.2 การพัฒนาศักยภาพของสมาชิกอย่างต่อเนื่อง เช่น การอบรมเพิ่มพูนความรู้ เป็นต้น	4.25	.555	มากที่สุด	5
4.3 การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเครือข่ายมีผลต่อการเรียนรู้	4.40	.661	มากที่สุด	2
4.4 การทำงานเป็นกลุ่มส่งผลต่อพัฒนาผลิตภัณฑ์	4.27	.642	มากที่สุด	4
4.5 การศึกษาดูงานกระตุ้นให้ผู้ผลิตเกิดความคิดสร้างสรรค์	4.46	.717	มากที่สุด	1
รวม	4.34	.419	มากที่สุด	2

จากตารางที่ 1 พบว่า ข้อมูลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า การสร้างสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{x} = 4.58$) รองลงมา คือ การสร้างและพัฒนางานองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิต ($\bar{x} = 4.34$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.22$) และ ด้านการผลิต ($\bar{x} = 4.20$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการผลิต ได้แก่ การนำวัตถุดิบที่ผลิตเองภายในกลุ่ม และชุมชนมาใช้ในการผลิต ($\bar{x} = 4.54$) รองลงมา คือ การควบคุมและตรวจสอบคุณภาพการผลิตสินค้า ($\bar{x} = 4.26$) ด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การพัฒนาสินค้า ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ออกสู่ตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ($\bar{x} = 4.55$) รองลงมา คือ การนำข้อบกพร่องจากกระบวนการการผลิตไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.33$) ด้านการสร้างสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ ได้แก่ กลุ่ม OTOP ให้ความสำคัญกับการฟื้นฟูด้านสิ่งแวดล้อม ($\bar{x} = 4.61$) รองลงมา คือ วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตมาจากทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{x} = 4.60$) ด้านการสร้างและพัฒนางานองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิต ได้แก่ การศึกษาดูงานกระตุ้นให้

ผู้ผลิตเกิดความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{x} = 4.46$) รองลงมา คือ การมีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับกลุ่มเครือข่ายมีผลต่อการเรียนรู้ ($\bar{x} = 4.40$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกาฬสินธุ์

ผลการวิจัยพบว่า ประกอบด้วย กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์การมุ่งความสนใจตามตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ข้อมูลกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกาฬสินธุ์

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ	ลำดับ
1. ด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง				
1.1 การมุ่งเน้นให้มีการผลิตผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า	4.27	.570	มากที่สุด	4
1.2 การมุ่งเน้นความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้าได้เลือกสรรตามความต้องการ	4.35	.611	มากที่สุด	3
1.3 การให้ความสำคัญในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า	4.49	.616	มากที่สุด	1
1.4 การมุ่งเน้นให้บุคลากรสามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้ อย่างมีประสิทธิภาพ	4.37	.550	มากที่สุด	2
รวม	4.36	.339	มากที่สุด	1
2. ด้านกลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ				
2.1 การมุ่งเน้นการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าว่าได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดี	4.26	.649	มากที่สุด	2
2.2 การบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ที่มีต้นทุนต่ำ	3.81	.735	มาก	4
2.3 กลุ่ม OTOP เน้นการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับราคา	4.39	.673	มากที่สุด	1
2.4 กลุ่ม OTOP ของท่านสามารถพลิกวิกฤตให้เป็นโอกาสได้	4.18	.657	มาก	3
รวม	4.15	.374	มาก	3
3. ด้านกลยุทธ์การมุ่งความสนใจ				
3.1 การมุ่งเน้นให้มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่น น่าสนใจ ทำให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำในครั้งต่อไป	4.14	.615	มาก	4
3.2 การสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์	4.32	.639	มากที่สุด	2
3.3 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องต่อกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย	4.23	.683	มากที่สุด	3
3.4 การมุ่งสนใจลูกค้าที่เฉพาะเจาะจง ทำให้สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ได้ง่าย	4.00	.748	มาก	5
3.5 มีการรับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ พร้อมนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น	4.59	.630	มากที่สุด	1
รวม	4.25	.404	มากที่สุด	2

จากตารางที่ 2 พบว่า ข้อมูลกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ($\bar{x} = 4.36$) รองลงมา คือ กลยุทธ์การมุ่งความสนใจ ($\bar{x} = 4.25$) และกลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ ($\bar{x} = 4.15$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ได้แก่ การให้ความสำคัญในการ

นำเสนอผลิตภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดใจลูกค้า ($\bar{x} = 4.49$) รองลงมา คือ การมุ่งเน้นให้บุคลากรสามารถติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้ อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{x} = 4.37$) ด้านกลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ ได้แก่ กลุ่ม OTOP เน้นการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับราคา ($\bar{x} = 4.39$) รองลงมา คือ การมุ่งเน้นการสร้างความมั่นใจให้ลูกค้าว่าได้รับผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพที่ดี ($\bar{x} = 4.26$) ด้านกลยุทธ์การมุ่งความสนใจ ได้แก่ มีการรับฟังข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะของลูกค้าเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ พร้อมนำมาปรับปรุงแก้ไขให้ดียิ่งขึ้น ($\bar{x} = 4.59$) รองลงมา คือ การสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้าเกิดความเชื่อถือในตัวผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.32$) ตามลำดับ

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาดและมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของชุมชนโนนบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์ ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาดและมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของชุมชนโนนบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์ พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกาฬสินธุ์ ประกอบด้วย ด้านการผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ การสร้างความสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ และการสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิต พบว่า การสร้างความสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ ($\bar{x} = 4.58$) รองลงมา คือ การสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิต ($\bar{x} = 4.34$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.22$) และด้านการผลิต ($\bar{x} = 4.20$) ตามลำดับ และกลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกาฬสินธุ์ ประกอบด้วย กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ และกลยุทธ์การมุ่งความสนใจ พบว่า กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง ($\bar{x} = 4.36$) รองลงมา คือ กลยุทธ์การมุ่งความสนใจ ($\bar{x} = 4.25$) และกลยุทธ์การตลาดต้นทุนต่ำ ($\bar{x} = 4.15$) ตามลำดับ

การอภิปรายผล

การศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาดและมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของชุมชนโนนบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์ มีประเด็นในการอภิปรายผล ดังนี้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ การสร้างความสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ การสร้างและพัฒนาองค์ความรู้ให้กับกลุ่มผู้ผลิต ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านการผลิต ตามลำดับ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การที่กลุ่มให้ความสนใจในประเด็นเรื่องการสร้างความสมดุลของการผลิตกับทรัพยากรธรรมชาติ เนื่องมาจากในยุคปัจจุบันกระแสของการดูแล การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทำให้กลุ่มพยายามที่จะผลิตและสร้างสินค้า เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ที่ใส่ใจในเรื่องสิ่งแวดล้อม ซึ่งสอดคล้องกับภาคภูมิ จารูภูมิ และคณะ (2561) ทำการวิจัยเรื่องโครงการวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมกระบวนการสร้างสรรค์งานเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้าน เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษาบ้านน้ำตัน แม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ มีวัตถุประสงค์จะวิจัยพัฒนากระบวนการสร้างความคิดกระบวนการสร้างงาน ด้วยนวัตกรรมการสร้างสรรค์ออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาให้มีโครงสร้างที่คุ้มครองสินค้าไม่ให้เสียหาย กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ความ สวยงามน่าสนใจ สามารถนำไปประยุกต์ใช้หรือถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับชุมชนผู้ผลิตเครื่องปั้นดินเผาในแหล่งอื่น ๆ พบว่า กลุ่มเครื่องปั้นดินเผาบ้านน้ำตัน แม่วาง จังหวัดเชียงใหม่ แรงบันดาลใจในการอนุรักษ์และฟื้นฟูการทำน้ำตันตามแบบโบราณ โดยขั้นตอนการทำงานนั้นยังคงอนุรักษ์การทำแบบดั้งเดิมไว้ทั้งหมด สินค้าที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ คนโทดินเผา (น้ำตัน) มีความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์คือ ต้องคุ้มครองปกป้องผลิตภัณฑ์ที่ห่อหุ้มให้คงสภาพเดิมไว้ได้ ช่วยรักษา คุณภาพและต้องสะดวกในการขนส่งผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค เลือกว่าวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมกับชนิดและลักษณะของผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงามสะดุดตาแก่ผู้พบเห็น

2. กลยุทธ์การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อแยกเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ กลยุทธ์การสร้างความแตกต่าง กลยุทธ์การมุ่งความสนใจ และกลยุทธ์การตลาด ต้นทุนต่ำ ตามลำดับ ผู้วิจัยมีความเห็นว่า กลุ่มพยายามที่จะหากลยุทธ์ต่าง ๆ เพื่อสร้างความแตกต่างในผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม โดยมี การผลิตสินค้าในหลากหลายรูปแบบ เช่น ผ้าพันคอ โดยใช้ผ้าหลายชนิด ผ้าฝ้าย ผ้าไหม ซึ่งผ้าแต่ละชนิดราคาก็แตกต่างกัน ทำให้ ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มได้อย่างทั่วถึง ซึ่งสอดคล้องกับพีไลพร ศิริมาเทพ (2564) ทำการวิจัยเรื่องการยกระดับ สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีแม่บ้านหนองซุ่น ตำบลขามทะเลสอ อำเภอ ขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์ เพื่อยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนกลุ่มสตรีแม่บ้านหนองซุ่น ตำบลขามทะเลสอ อำเภอขามทะเลสอ จังหวัดนครราชสีมา วิจัยดำเนินการโดยวิธีผสมผสาน (Mixed Method) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์ทางด้านการเงินและต้นทุนผลิตภัณฑ์ รวมถึงการดำเนินการ วิจัยเชิงปริมาณด้วยการสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ พบว่า บรรจุภัณฑ์ที่ได้มีการพัฒนาเป็นบรรจุ ภัณฑ์ต้นแบบสามารถสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคผ่านการสร้างตราสินค้าให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์ มีความโดดเด่นและสร้างความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผู้ผลิตกล้วยแปรรูปรายอื่น ๆ และผลจากการสอบถามความเห็นของผู้บริโภคที่มี ต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับการออกแบบใหม่ ในระดับมาก โดยให้ความสนใจในการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ในเรื่องการแสดงผลที่ครบถ้วนในระดับมากที่สุด ด้านรูปแบบและความสวยงาม ของตัวผลิตภัณฑ์พบความพึงพอใจในเรื่องสีของบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามและเหมาะสมในระดับมากที่สุด และด้านการเพิ่มมูลค่า และราคาจัดจำหน่ายในเรื่องรูปแบบบรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างอัตลักษณ์และเพิ่มมูลค่าในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ คณะผู้วิจัยได้ ดำเนินการคำนวณต้นทุนและถ่ายทอดองค์ความรู้ในการคำนวณต้นทุนผลิตภัณฑ์ให้มีความถูกต้องและสามารถนำข้อมูลต้นทุนนั้น ไปใช้ในการกำหนดราคาขายและวางแผนการผลิตต่อไปในอนาคต

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ที่มีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น (GI) ชุมชนควรศึกษาจากความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่ กำหนดไว้และต้องคำนึงความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ OTOP ในชุมชน

1.2 ควรส่งเสริมให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์พัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้เกิดการร่วมมือกันอย่าง ยั่งยืน จัดสรรผลิตภัณฑ์ OTOP ให้เกิดความหลากหลายและมีอัตลักษณ์ รวมทั้งการสร้างเครือข่ายกับหน่วยงานท้องถิ่น หรือชุมชน โดยรอบเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

1.3 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่จัดตั้งขึ้น ควรเรียนรู้และปรับใช้กลยุทธ์ทางการตลาด รวมถึงเรียนรู้การใช้เครื่องมือเทคโนโลยี สารสนเทศสมัยใหม่ อาทิเช่น เว็บไซต์ สื่อ สังคมออนไลน์ เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาความต้องการของประชาชนในชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความทันสมัยตรงตามความ ต้องการของตลาดและมีอัตลักษณ์เฉพาะถิ่นของชุมชนโนนบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์

2.2 ควรมีการศึกษาปัญหาและศักยภาพของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความทันสมัยตรงตามความต้องการของตลาด ของชุมชนโนนบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์

2.3 ควรมีการศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ OTOP ที่ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโนนบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณพระคุณกลุ่มวิสาหกิจชุมชนโนนบุรี จังหวัดกาฬสินธุ์ ที่ได้ให้ข้อมูลในการทำวิจัยในครั้งนี้ ทำให้งานวิจัยฉบับนี้ประสบความสำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี และขอขอบคุณที่มณฑลอาจารย์ผู้ร่วมวิจัย มา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย. (2553). “คู่มือการลงทะเบียนผู้ผลิต ผู้ประกอบการ OTOP ประจำปี 2553.”

กรุงเทพฯ: สำนักส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่นและวิสาหกิจชุมชน กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

กรมวิทยาศาสตร์บริการ. (2553). *ผลิตภัณฑ์สีเขียวเพื่อสิ่งแวดล้อม*. กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

กิตติ ลิ้มสกุล. (2544). *แนวทางการดำเนินงานหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ. (2561). *แผนปฏิบัติการขับเคลื่อน โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์*

ปี 2562 – 2565. กรุงเทพฯ: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย

ทวีศักดิ์ สาสงเคราะห์. (2551). *การออกแบบและพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์จากผ้าไหมสุรินทร์*. เอกสารงานวิจัย. กรุงเทพฯ:

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

บุญชม ศรีสะอาด และคณะ. (2558). *พื้นฐานการวิจัยการศึกษา*. (พิมพ์ครั้งที่ 7). กาฬสินธุ์: ตักสิลาการพิมพ์.

ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ. (2543). *การวัดด้านจิตพิสัย*. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาสน์.

ภาคภูมิ จารุภูมิ และคณะ. (2561). *โครงการวิจัยเพื่อพัฒนานวัตกรรมกระบวนการสร้างสรรค์งานเครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้าน เพื่อ*

ยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP กรณีศึกษาบ้านน้ำตัน แม่วง จังหวัดเชียงใหม่. ประชุมวิชาการ Proceeding CRCI-2018

เล่ม 2 ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. (6 - 8 ธันวาคม 2561), 1011-1018

พิไลพร ศิริมาเทพ และดวงพร ขุนอาจสูงเนิน. (2564). *การยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารของกลุ่ม*

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มสตรีแม่บ้านหนองซุ่น ตำบลขามทะเลสอ อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดนครราชสีมา. เอกสารงานวิจัย

นครราชสีมา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

Yamane, Taro. (1973). *Statistics, An Introductory Analysis*. (2nd Ed.,). New York: Harper and Row.