



โครงการยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ 2569

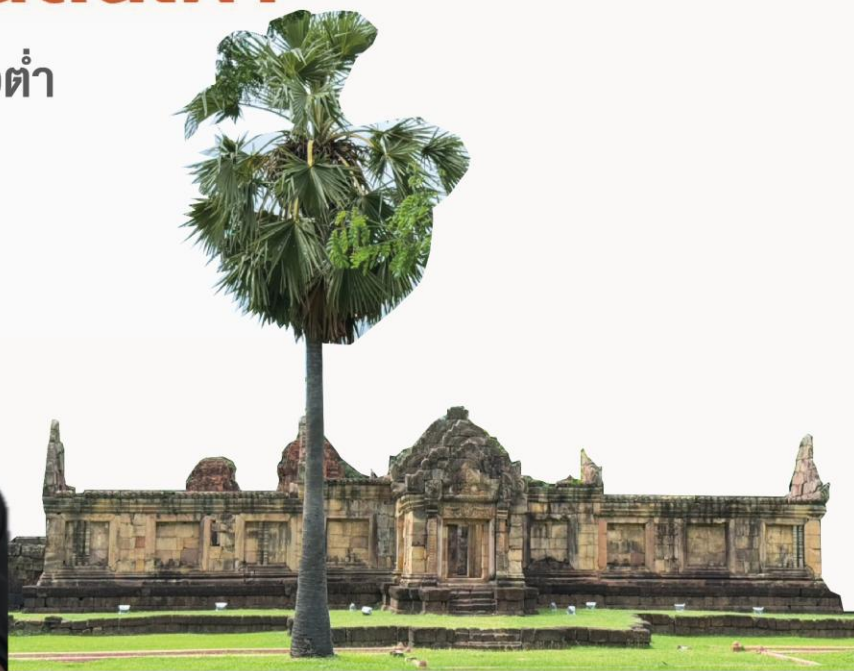
บทสรุปโครงการ

โครงการนวัตกรรมการออกแบบสร้างสรรค์

ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเครื่องปั้นดินเผา

โดยได้รับแรงบันดาลใจจากลวดลายจำหลักของปราสาทเมืองต่ำ

อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์



ข้อมูลทั่วไปของโครงการ



หน่วยงานรับผิดชอบ

คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์



งบประมาณโครงการ

จำนวน 150,000 บาท
ภายใต้แผนงานยกระดับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์



คณะผู้รับผิดชอบหลัก

ผศ.ดร.ปราโมทย์ ปิ่นสกุล
ผศ.ดร.อุษณีย์ มาลี

แผนการดำเนินงาน 3 ระยะ (ต้นน้ำ - กลางน้ำ - ปลายน้ำ)



กิจกรรมต้นน้ำ: ระดมสมอง & วิเคราะห์อัตลักษณ์ลาย



1. เวทีเสวนา & สร้างเครือข่าย

จัดประชุมระดมสมองร่วมกับผู้นำชุมชน ตัวแทนชาวบ้าน และภาคีเครือข่าย ณ ศาลาประชาคม หมู่ 9 บ้านโคกเมือง เพื่อแลกเปลี่ยนประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และโอกาสของชุมชน

📌 ผลลัพธ์: เกิดความร่วมมือที่แข็งแกร่งในการพัฒนาเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

2. ถอดอัตลักษณ์ “ปราสาทเมืองต่ำ”

ปฏิบัติการระดมสมองและวิเคราะห์รูปแบบ "ลวดลายจำหลักที่เป็นเอกลักษณ์โดดเด่น" เพื่อนำมาออกแบบเป็นแรงบันดาลใจลงบนชิ้นงานเครื่องปั้นดินเผารูปแบบใหม่

📌 ผลลัพธ์: ได้แนวคิดและแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกที่โดดเด่น



กิจกรรมกลางน้ำ : ฝึกอบรมถ่ายทอดองค์ความรู้ พัฒนาลิขสิทธิ์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเครื่องปั้นดินเผาสำหรับปราสาทเมืองต่ำ



กิจกรรมฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการ ณ ศาลาประชาคมหมู่ 9 บ้านโคกเมือง (11-12 กรกฎาคม 2569)

- ✓ ถ่ายทอดองค์ความรู้: พัฒนาเทคนิคการขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกประยุกต์ร่วมกับลวดลายสลักอันประณีตของปราสาทเมืองต่ำ
- ✓ นวัตกรรมบรรจุภัณฑ์: ทดลองออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (Packaging Development) เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของสินค้า
- ✓ เพิ่มมูลค่าทางภูมิปัญญา: มุ่งเน้นการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ให้พร้อมสำหรับการจัดจำหน่ายเชิงพาณิชย์



ผลลัพธ์เชิงปริมาณจากกิจกรรมกลางน้ำ



100%

ชาวบ้านได้รับการพัฒนาทักษะและการมีส่วนร่วม



ความสำเร็จที่สัมผัสได้จริง

1. การพัฒนาทักษะเฉพาะด้าน: ประชาชนในบ้านโคกเมืองและพื้นที่ใกล้เคียงได้รับการถ่ายทอดทักษะระดับมืออาชีพในการดัดแปลงลวดลายโบราณมาสร้างมูลค่าเพิ่มลงบนดินเผา
2. ความพร้อมด้านบรรจุภัณฑ์: เกิดต้นแบบ Packaging ที่สอดคล้องกับวิถีชีวิต ทนทาน และบอกเล่าเรื่องราวของประวัติศาสตร์พันปีดึงดูดสายตาผู้บริโภคยุคใหม่



กิจกรรมปลายน้ำ: ส่งเสริมการตลาด & กระตุ้นเศรษฐกิจ



จัดแสดงนิทรรศการผลงานนวัตกรรม

รวบรวมผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเครื่องปั้นดินเผาจำหลักลวดลายปราสาทเมืองต่ำที่ผ่านการสร้างสรรค์อย่างประณีตมาจัดแสดงต่อสาธารณชน ณ ศูนย์ OTOP ศาลาประชาคม บ้านโคกเมือง



การสาธิตสร้างสรรค์ชิ้นงานแบบสดใหม่

จัดแสดงกระบวนการขึ้นรูปเครื่องปั้นดินเผาแบบสดๆ ได้แก่ การขึ้นรูปปอกระ, แบบปืบ, และแบบกด เพื่อส่งเสริมความรู้และดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยว



การทดลองตลาดจริง (Market Testing)

เปิดช่องทางการจำหน่ายจริงในชุมชน เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค เก็บข้อมูลความคิดเห็น และสร้างรายได้เสริมเพื่อความยั่งยืนทางการเงินของชุมชนท้องถิ่น



ตารางวิเคราะห์คุณค่าและผลกระทบของโครงการ

มิติการพัฒนา	ผลลัพธ์นวัตกรรมและภูมิปัญญา	ผลกระทบทางเศรษฐกิจสังคมในท้องถิ่น
มิติทางวัฒนธรรม	ประยุกต์ลวดลายจำหลักจากปราสาทเมืองต่ำอารยธรรมพันปี ลงบนดินเผาท้องถิ่น	อนุรักษ์ลวดลายมรดกโลกขอมโบราณ พร้อมเพิ่มเรื่องราว (Storytelling) ให้ผลิตภัณฑ์โดดเด่น
มิติทางฝีมือเชิงช่าง	ฝึกฝนและยกระดับเทคนิคการปั้นแบบดั้งเดิม (แบบอิสระ แบบปั๊บบ และแบบกด)	ชุมชนพึ่งพาตนเองได้ พัฒนาสู่การเป็นผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนด้านศิลปหัตถกรรม
มิติการออกแบบและแบรนด์	ออกแบบและทดลองผลิตภัณฑ์พร้อมพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ระดับพรีเมียม	ยกระดับราคาสินค้าของฝาก ผลักดันสู่การยอมรับของตลาดระดับสากลและกลุ่มนักท่องเที่ยวพรีเมียม



บทสรุปโครงการ: โครงการนวัตกรรมการออกแบบสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกเครื่องปั้นดินเผา โดยได้รับแรงบันดาลใจจากลวดลายจำหลักของปราสาทเมืองต่ำ อำเภอประโคนชัย จังหวัดบุรีรัมย์

One Page Summary: แผนงานและผลลัพธ์ (Project Plan & Outcomes)

ต้นน้ำ (Upstream)



กิจกรรมหลัก: จัดเวทีระดมสมอง และวิเคราะห์ลวดลายเอกลักษณ์ บ้านโคกเมือง (24 ม.ค. 2569)

ผลลัพธ์: ได้ลวดลายจำหลักที่เป็นเอกลักษณ์, สร้างความร่วมมือภาคีเครือข่าย

กลางน้ำ (Midstream)



กิจกรรมหลัก: ฝึกอบรมพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาและบรรจุภัณฑ์ (11-12 ก.ค. 2569)

ผลลัพธ์: พัฒนาทักษะชุมชน, ได้ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

ปลายน้ำ (Downstream)



กิจกรรมหลัก: จัดแสดงนิทรรศการ, สาริตซ์ขึ้นรูป 3 แบบ, ทดลองจำหน่าย ณ ศูนย์ OTOP

ผลลัพธ์: ทดลองตลาดและสร้างรายได้เสริม, ขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน

สรุปผล: เชื่อมโยง 'ทุนวัฒนธรรม' สู่ 'ภูมิปัญญาท้องถิ่น' สร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ยกระดับรายได้ และส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน