

การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชน:
กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
Label and Packaging Design for Community Enterprises:
A Case Study of Herbal Cosmetics Products,
Tambon Khao Roop Chang, Mueang District, in Songkhla Province

ประภาพร ยางประยงค์,
รองศาสตราจารย์ ดอกเตอร์ หลักสูตรเศรษฐศาสตรบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา
Associate Professor Doctor, Faculty of Management Science, Songkhla Rajabhat University
Email: prapaporn.ya@skru.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร 2) เพื่อพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อฉลากและบรรจุภัณฑ์ใหม่ของเครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ในการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร โดยใช้เทคนิคการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยเลือกแบบเจาะจงผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร จำนวน 30 ราย ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการประเมินระดับความพึงพอใจผู้บริโภคต่อฉลากและบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 50 ราย เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามปลายปิด วิเคราะห์โดยสถิติ คือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลวิจัย คือ 1) ศักยภาพผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร โดยเทคนิคการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค พบจุดแข็ง คือ ใช้วัตถุดิบที่มีมาตรฐาน ผู้ผลิตมีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ มีจุดอ่อน คือ ฉลากไม่แสดงข้อมูลที่ครบถ้วน เกิดรอยย่นไม่สวยงาม และไม่มีบรรจุภัณฑ์แพคเกจ มีโอกาส คือ ภาครัฐให้การสนับสนุน และกระแสนิยมใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร และมีอุปสรรค คือ ช่องทางการจัดจำหน่ายมีน้อย และวัตถุดิบบางชนิดมีราคาสูง 2) เกิดฉลากและบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่มีความโดดเด่น สะดุดตา ทันสมัย ดึงดูดใจผู้บริโภค และมีบรรจุภัณฑ์แพคเกจของผลิตภัณฑ์แชมพูและครีมนวด และ 3) ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อฉลากและบรรจุภัณฑ์ใหม่ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$) = 3.78 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เท่ากับ 0.90

คำสำคัญ: ฉลาก, บรรจุภัณฑ์, วิสาหกิจชุมชน, ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร

Abstract

The objectives of this research were to: 1) analyze the potential of herbal cosmetic products; 2) develop labels and packaging for herbal cosmetic products; and 3) assess consumer satisfaction with new labels and packaging for herbal cosmetic products in Khao Rup Chang subdistrict, Mueang district, Songkhla province. The mixed method of qualitative and quantitative research was employed. For qualitative research to analyze the potential of herbal cosmetic products, a non-participatory observation technique and in-depth interviews with specific informants, 30 members of Suan Tun community enterprise were applied for SWOT analysis. For quantitative research to assess the level of consumer satisfaction with new labels and packaging, 50 customers were selected by purposive sampling. Data on measures of consumer satisfaction were collected by using the closed-ended questionnaire and analyzed by the statistical computer program to find the arithmetic means and standard deviation.

The study found: 1) the potential of herbal cosmetic products through SWOT analysis; strengths were identified as manufacturers' expertise and experience; weaknesses were labels that did not show complete information; wrinkles were discovered; opportunities were that the government supports and the popular trend toward using herbal products; and threats were small distribution channels and some raw materials

that were expensive. 2) The researcher got new labels and packaging that are beautiful, eye-catching, modern, and attractive to consumers, and the new twin packs of shampoo and conditioner products: and 3) Overall, consumers' satisfaction with new labels and packaging was at a high level (= 3.78) and the standard deviation was 0.90.

Keywords: label, packaging, community enterprises, herbal cosmetic products

บทนำ

กระบวนการของการวิจัยและพัฒนา (research and development: R&D) มีระเบียบการวิจัยสำคัญ 2 ขั้นตอน คือ การวิจัย (research) และการพัฒนา (development) ทำให้เกิดนวัตกรรมที่มีประสิทธิภาพตามต้องการ และดำเนินการประเมินผลของการพัฒนา โดยเป้าหมายอยู่ที่การปรับปรุงและพัฒนาวัตกรรม (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2561 อ้างถึงใน มารุต พัฒนา, 2563) จากแผนแม่บทของประเทศไทย ระหว่างปี 2561 - 2580 มีการมุ่งเป้าและมีตัวชี้วัดในการเพิ่มขึ้นของวิสาหกิจ โดยที่จุดหมายทางเศรษฐกิจจะต้องมีนวัตกรรมมากขึ้น จากการพัฒนาเกษตรสร้างมูลค่า โดยการส่งเสริมการวิจัยพัฒนาและประยุกต์ใช้นวัตกรรม ได้แก่ เกษตรแปรรูปเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในเชิงปริมาณ คุณภาพ และความหลากหลายของผลผลิตเพื่อทำให้เกิดการยกระดับรายได้ และลดรายจ่ายของเกษตรกร (แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (23), 2565) ดังนั้นนโยบายภาครัฐจึงส่งเสริมสนับสนุนวิสาหกิจชุมชน เพื่อการสร้างรายได้ ลดรายจ่าย และเกิดการพึ่งตนเองของชุมชน โดยการนำทุนทางสังคมของชุมชนในด้านความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น วิถีชีวิต วัฒนธรรมประเพณี ทรัพยากรท้องถิ่น ผสมกับการบริหารจัดการสมัยใหม่ เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยเน้นการให้ความสำคัญกับศักยภาพของชุมชน (กิตติวิทย์ ทองอร่าม, รังสรรค์ บุญมาแคน, จิตรลดา รอดพลอย, อรรธรณ แท่งทอง และเขมิกา สงวนพวง, 2564)

ประภาพร ยางประยงค์, ปัจจาภรณ์ ศุภลักษณ์, พงษ์รัตน์ ดิษฐวงศ์, พัลลภา ทองสัมฤทธิ์, วิไลวรรณ นาประโคน, วีรพงศ์ แซ่ภู, ศุภรัตน์ หนูลักษณ์, สุภาพร ชูเอิญ และณัฐฐา บุตรคง (2551) มีผลการวิจัยและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร โดยพบศักยภาพของการผลิตผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร และกล่าวถึงประโยชน์ของสมุนไพร ในด้านความงาม ด้านสุขภาพ และการรักษาโรค ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรได้รับความนิยมเพิ่มสูงขึ้น ซึ่งจากกระบวนการดำเนินโครงการพัฒนาและบรรจุภัณฑ์ สามารถสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพิ่มความเชื่อมั่น และเกิดการยอมรับของลูกค้ามากยิ่งขึ้น ซึ่งเมื่อพิจารณาหลักการแนวคิดส่วนผสมทางการตลาด (marketing mix) ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จะมีองค์ประกอบสำคัญ คือ 4P's ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (product) ราคา (price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (place) การส่งเสริมการขาย (promotion) โดยผลและบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน มีความสวยงาม จะสร้างความสนใจจากผู้บริโภคได้มากยิ่งขึ้น (เสรี วงษ์มณฑา, 2558)

สำนักงานบริหารงานจังหวัดสงขลาได้วางแนวทางปฏิบัติการ ภายใต้แนวคิด “เดินทางสงขลา เดินทางประเทศไทย” (Songkhla Provincial Integrated Administrative Committee, 2022) ซึ่งวิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขารูปช้าง อำเภอมือ จังหวัดสงขลา ได้ดำเนินงานที่มีผลสอดคล้องกับแนวทางดังกล่าว โดยยึดหลักการเพิ่มรายได้ และลดรายจ่ายของสมาชิกวิสาหกิจ โดยประกอบด้วยสมาชิก ที่มีความรู้เกี่ยวกับคุณค่าของพืชสมุนไพรในท้องถิ่น มีค่านิยมศึกษาเพิ่มเติม และมีการทดลองผลิตเครื่องสำอางที่มีส่วนประกอบจากพืชสมุนไพร โดยเริ่มปลูกพืชสมุนไพรที่บ้านที่กำลังจะสูญพันธุ์ ได้แก่ ส้มป่อย ใบหนาด หนอนตายยาก และว่านนางคำไหล เพื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร ได้แก่ สบู่ก้อนกรีนโซริน สบู่เหลว แชมพู ครีมนวด น้ำยาล้างจาน น้ำยาซักผ้า น้ำยาเอนกประสงค์จากน้ำหมักชีวภาพ ซึ่งผลิตภัณฑ์สมุนไพร จะเป็นที่น่าสนใจและได้รับการยอมรับด้านคุณภาพ เพราะมีคุณสมบัติในการรักษาโรคผิวหนัง โรคเชื้อรา ขจัดรังแค จุดต่างดำ และสิวฝ้า ซึ่งมีชาวบ้านจำนวนมากเข้าร่วมเป็นสมาชิกในวิสาหกิจฯ และมีการจัดตั้งเครือข่ายความร่วมมือ ทั้งภายในและนอกชุมชน แต่อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร ยังคงมีข้อจำกัดด้านผลและบรรจุภัณฑ์ (ประภาพร ยางประยงค์ และคณะ, 2551)

จากการที่วิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขารูปช้าง อำเภอมือ จังหวัดสงขลา มีการดำเนินการผลิตเครื่องสำอางสมุนไพรที่มีศักยภาพ และโดยกระบวนการวิจัยและพัฒนาผลและบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร เพื่อทำให้เกิดรายได้เพิ่มสูงขึ้น และสร้างโอกาสในการขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์สวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพรได้มากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ของเครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขาสูง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงผสมผสานวิธี (mixed method research) โดยมีรายละเอียด คือ ขอบเขตด้านเนื้อหา และขอบเขตด้านพื้นที่ ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) โดยมีกระบวนการสำรวจภาคสนาม (field survey) การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) การวิเคราะห์ข้อมูล และการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชนสวนทุเรียนเครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขาสูง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยการจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการในการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร เพื่อให้มีกำไรและเกิดประสิทธิภาพ การดำเนินงานเพิ่มขึ้น และเพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้มากขึ้น ซึ่งอยู่ภายใต้แนวคิดอัตลักษณ์ชุมชน (อรัญญิก เจ๊ะสะแม และยอดนภา เกษเมือง, 2564) ในการวิจัยแบบผสมผสานวิธี ประกอบด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ และการวิจัยเชิงปริมาณ ดังนี้

1.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนสวนทุเรียนเครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขาสูง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยผ่านโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการในการพัฒนาออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ จากการที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนสวนทุเรียนได้ดียิ่งขึ้น มีเนื้อหาสำคัญ ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลหลัก เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และเทคนิคในการวิเคราะห์ ดังนี้

1) ผู้ให้ข้อมูลหลัก (key informants) เป็นผู้ที่มีส่วนได้ส่วนเสีย (stakeholders) และเป็นแหล่งข้อมูลระดับปฐมภูมิ (primary stakeholders) ประกอบด้วยสมาชิกวิสาหกิจสวนทุเรียนเครื่องสำอางสมุนไพร จำนวน 30 ราย โดยมีรายละเอียดของข้อมูลตรงตามประเด็นการวิจัยมากกว่าปกติ (intensity sampling)

2) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ สำหรับเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (non-participant observation) และการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์ (interview form) ที่มีโครงสร้าง (semi-structured Interview) ซึ่งผ่านการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากที่ปรึกษางานวิจัย จำนวน 3 ท่าน คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพยอม นาจันทร์ อาจารย์เทพกร ณ สงขลา และอาจารย์รณิรา มุกดา ซึ่งเป็นคณบดี อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และอาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา ตามลำดับ สำหรับผลการตรวจสอบความตรงของเนื้อหา (content validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (index of item objective congruence: IOC) เท่ากับ 0.8

3) การวิเคราะห์ เป็นการประมวลผลวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) และการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค (SWOT analysis)

1.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เพื่อประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สวนทุเรียนเครื่องสำอางสมุนไพรที่มีผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม (value added) ให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร รวมถึงการเพิ่มปริมาณการจำหน่ายให้กับผลิตภัณฑ์ มีเนื้อหาสำคัญ ได้แก่ กลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา และสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1) กลุ่มตัวอย่าง (sample) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ผลิตภัณฑ์สวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร จำนวน 50 ราย เป็นการเลือกโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น (non-probability sampling) และเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling)

2) เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามปลายปิด (close-ended questionnaires) ประกอบด้วย ตอนที่ 1 คือ ข้อมูลทางประชากรศาสตร์ของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร และตอนที่ 2 คือ ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์สวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพรที่มีฉลากและบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยมีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ คือ ที่ปรึกษางานวิจัย 3 ท่าน ดังรายนามที่กล่าวมาแล้วข้างต้น

3) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (arithmetic mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

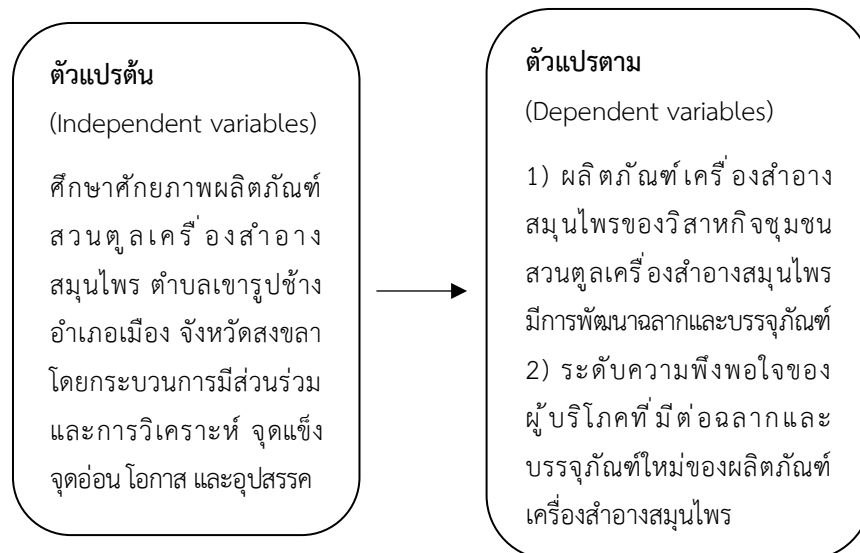
พื้นที่ในการศึกษา กล่าวถึง พื้นที่ในการเก็บข้อมูล และพื้นที่ในการสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

2.1 พื้นที่ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร และเพื่อดำเนินโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการพัฒนาออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร ซึ่งผู้วิจัยมีการกำหนดขอบเขตพื้นที่ คือ ชุมชนสวนตุล หมู่ที่ 5 ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

2.2 พื้นที่ในการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ เพื่อสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อฉลากและบรรจุภัณฑ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร ซึ่งผู้วิจัยกำหนดพื้นที่ คือ ร้านค้าในชุมชน 3 ร้าน ได้แก่ ร้านสิริวัฒน์ สาขา 6 ร้านเบนซ์ และร้านสิริวัฒน์ สาขาเคหะ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร จำนวน 50 ราย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

โดยการวิจัยและพัฒนา และเป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยได้ ตามภาพที่ 1 คือ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ปรับปรุงจาก อรรหาวิ เจ๊ะสะแม และยอดนภา เกษเมือง (2564)

ผลการวิจัย

การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร

ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร ผลิตโดยวิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร ตั้งอยู่ ณ เลขที่ 61/1 หมู่ที่ 5 ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา จากเทคนิคการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค มีผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 1 คือ

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ศักยภาพผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร

จุดแข็ง (S: strengths)

1. ปราศจากสารเคมี ไม่ใช้วัตถุกันเสีย ใช้วัตถุดิบการผลิตที่มีในท้องถิ่น และวัตถุดิบมีมาตรฐาน
2. ผลิตโดยสมาชิกที่มีความรู้ความสามารถ มีความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในการผลิต

จุดอ่อน (W: weaknesses)

1. ฉลาก ไม่แสดงรายละเอียดข้อมูลส่วนประกอบที่ครบถ้วน เมื่อติดจะเกิดมีรอยย่น และไม่ดึงดูดใจผู้บริโภค
2. บรรจุภัณฑ์ ไม่สามารถทำให้เกิดมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ และไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นแพคเกจ

โอกาส (O: opportunities)

1. มีศักยภาพในการพัฒนาไปสู่สินค้าโอท็อป และได้รับสนับสนุนจากเทศบาลตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมืองสงขลา
2. ความนิยมใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีเพิ่มขึ้น (ตามกระแสการรักสุขภาพ)

อุปสรรค (T: threats)

1. ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม่ครอบคลุมการขายออนไลน์
2. วัตถุดิบบางชนิดมีราคาสูง

ที่มา: ประมวลผลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และวิเคราะห์ SWOT จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลัก

ก่อนการพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ จะเป็นข้อจำกัดของผลิตภัณฑ์ โดยฉลาก ไม่แสดงรายละเอียดข้อมูลส่วนประกอบ และวิธีการใช้ที่ไม่ครบถ้วน นอกจากนี้ ตราสินค้า (ซิงแดง) ไม่มีจุดเด่น ไม่สามารถแสดงออกถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน รวมทั้งเมื่อติดฉลาก จะเกิดเป็นรอยย่นเกิดความไม่สวยงาม

2. ผลการพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร

การพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรของวิสาหกิจสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ประกอบด้วยกิจกรรมสำคัญ 5 กิจกรรม ดังนี้

กิจกรรมที่ 1 ดำเนินการวางแผนเตรียมการเพื่อจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์อย่างไรให้ได้กำไรสูงสุด” เป็นการจัดอบรมที่มีการระดมสมอง (brainstorming) เพื่อขอความคิดเห็นสำคัญในการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ ณ ที่ตั้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนตุล โดยมีสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนตุลเข้าร่วมโครงการอบรมจำนวน 30 คน และมีวิทยากร 2 ท่าน คือ อาจารย์มีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ จากวิทยาลัยอาชีวศึกษาสงขลา และผู้เชี่ยวชาญทางการเงินคือผู้จัดการของธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ศูนย์ปัตตานี เป็นผู้บรรยายเกี่ยวกับการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ และการจัดหาแหล่งเงินทุน ตามลำดับ

กิจกรรมที่ 2 ดำเนินโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการให้สมาชิกวิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร และมีการระดมสมองร่วมกัน เพื่อออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร โดยมีผู้เชี่ยวชาญเป็นที่ปรึกษาในการออกแบบ

กิจกรรมที่ 3 คัดเลือก และจัดทำฉลากและบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ผ่านการพัฒนาร่วมกัน

กิจกรรมที่ 4 ทดลองใช้ฉลากและบรรจุภัณฑ์ใหม่ ซึ่งฉลากจะมีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ มีรายละเอียดสำคัญที่แสดงส่วนประกอบและวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรชัดเจน โดยที่ตราผลิตภัณฑ์ คือ “ซิงแดง” มีรูปแบบใหม่สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพรได้มากยิ่งขึ้น

กิจกรรมที่ 5 ทดลองตลาด โดยการนำผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรที่มีฉลากและบรรจุภัณฑ์ใหม่ไปวางจำหน่ายในร้านค้าประจำท้องถิ่น เพื่อสำรวจและประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร โดยใช้แบบสอบถามปลายปิด

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อผลผลิตและบรรจุภัณฑ์ใหม่ของเครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

ผลการประเมินระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคเครื่องสำอางสมุนไพรที่มีผลผลิตและบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่ได้รับการพัฒนาโดยใช้แบบสอบถามปลายปิดที่มีเกณฑ์วัดระดับความพึงพอใจ (rating scale) 5 ระดับ ซึ่งสุ่มตัวอย่างผู้บริโภค โดยไม่อาศัยความน่าจะเป็นแบบเจาะจง จำนวน 50 ราย ดังตารางที่ 2 คือ

ตาราง 2 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลผลิตและบรรจุภัณฑ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์สวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร

n = 50

ความพึงพอใจของผู้บริโภค	($\bar{X}$)	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความโดดเด่น (สวยงาม)			
1) ผลาก	3.62	0.80	มาก
2) บรรจุภัณฑ์	3.62	0.80	มาก
2. สีสันสะอาด			
1) ผลาก	3.86	0.72	มาก
2) บรรจุภัณฑ์	3.56	0.67	มาก
3. รูปทรงมีขนาดเหมาะสม			
1) ผลาก	3.78	0.81	มาก
2) บรรจุภัณฑ์	3.80	0.78	มาก
4. ความแข็งแรงคงทน			
1) ผลาก	3.94	0.98	มาก
2) บรรจุภัณฑ์	3.86	0.90	มาก
5. ความทันสมัย			
1) ผลาก	3.81	1.31	มาก
2) บรรจุภัณฑ์	3.78	0.96	มาก
6. ความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจ			
1) ผลาก	3.96	1.00	มาก
2) บรรจุภัณฑ์	3.80	1.06	มาก
ภาพรวม	3.78	0.90	มาก

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้เครื่องสำอางสมุนไพรที่ได้รับการพัฒนาผลผลิตและบรรจุภัณฑ์ พบว่าผู้บริโภคเครื่องสำอางสมุนไพรมีระดับความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ที่ระดับมาก ($\bar{X}$) = 3.78 และมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.90

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการออกแบบผลผลิตและบรรจุภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาเครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยกระบวนการสำรวจวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น ซึ่งดำเนินการผลิตเครื่องสำอางสมุนไพร โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่น จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อได้ข้อมูลศักยภาพผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรที่มีแนวโน้มสามารถพัฒนาและสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้เพิ่มสูงมากยิ่งขึ้น โดยมาจากกระบวนการมีส่วนร่วมของวิสาหกิจชุมชน และผ่านกระบวนการจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การออกแบบออกแบบผลผลิตและบรรจุภัณฑ์อย่างไรให้ได้กำไรสูงสุด” ซึ่งได้ผลิตผลเกิดเป็นตราผลิตภัณฑ์หรือสัญลักษณ์ “ชิงแดง” ที่สามารถส่งผลทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรที่เกิดการเชื่อมโยงสู่อัตลักษณ์ของชุมชนสวนตุลได้มากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ อรรหาวี เจ๊ะสะแม และยอดนภา เกษเมือง (2564) และเป็นการสร้างคุณค่าเพิ่ม

ให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรที่ให้ความสำคัญกับสุนทรีย์ (aesthetics) ของผลิตภัณฑ์ที่มีความต้องการ (need) ในด้านความงาม (aesthetics needs) ซึ่งเกิดจากผลิตภัณฑ์ที่มีฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม จึงเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันเพิ่มมากยิ่งขึ้น และสอดคล้องกับวรรณกรรมของ เสรี วงษ์มณฑา (2558) ที่กล่าวว่า สามารถเกิดการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์ได้มากยิ่งขึ้น โดยการมีบรรจุภัณฑ์รูปแบบแพคเกจของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรและครีมนวดผม นอกจากนั้น วิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร มีการพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ให้กับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรใหม่ คือ น้ำมันนวดสปา และน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ ซึ่งส่งผลให้เกิดรายได้เพิ่มสูงขึ้น และการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมืองจังหวัดสงขลา มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภาพร ยางประยงค์ (2559) และ เจนยุทธ ศรีทริญ (2560) ที่กล่าวว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคมาจากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรที่มีฉลากและบรรจุภัณฑ์ใหม่ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งวิสาหกิจชุมชนในท้องถิ่น ควรนำไปประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าว โดยมีการบูรณาการเกิดความเชื่อมโยงเกิดการพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามารถเกิดมูลค่าเพิ่ม ซึ่งส่งผลให้เกิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในชุมชนที่เข้มแข็งและยั่งยืน

สรุปผลการวิจัย

การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาเครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เป็นการวิจัยและพัฒนาเชิงปฏิบัติการและการมีส่วนร่วม มีสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ คือ

1. ผลการศึกษาศักยภาพผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร โดยการลงพื้นที่สำรวจ การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม และการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส อุปสรรค ซึ่งทำให้ทราบจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง คือ ฉลากและบรรจุภัณฑ์ โดยฉลากจะไม่สามารถแสดงรายละเอียดข้อมูลส่วนประกอบที่ครบถ้วนสมบูรณ์ ราคาสินค้าไม่มีจุดเด่น ซึ่งไม่สามารถแสดงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน เกิดรอยย่นขณะเมื่อติดฉลาก จึงทำให้เกิดความไม่สวยงาม และไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่จำหน่ายแพคเกจ

2. ผลการพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร โดยการจัดโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการ “การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์อย่างไรให้ได้กำไรสูงสุด” โดยวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และผู้จัดการด้านการเงิน คือ อาจารย์ประจำวิทยาลัยอาชีวศึกษาสงขลา และผู้จัดการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ศูนย์ปัตตานี ตามลำดับ เป็นผู้บรรยายแนวทางการออกแบบ และด้านเงินทุน ตามลำดับ ให้แก่สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร สามารถจุดประกายมีความคิดสร้างสรรค์ออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ และการบริหารเงินทุนของวิสาหกิจ โดยจัด ณ บริเวณบ้านประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร เลขที่ 61/1 หมู่ 5 ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยมีเป้าประสงค์ในการพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรผลิตภัณฑ์สมุนไพรและครีมนวดผมสมุนไพร และผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ต้องการเปิดตลาดเพิ่ม คือ น้ำมันนวดสปา และน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์

ผลได้จากโครงการนี้ คือ ฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรได้รับการพัฒนา ในประเด็นสำคัญ ๆ คือ 1) ฉลากที่สามารถติดได้แนบแน่นไปด้วยกันกับภาชนะบรรจุ โดยเมื่อติดฉลากแล้ว จะแนบสนิทและไม่เกิดเป็นรอยย่น 2) บรรจุภัณฑ์มีกลิ่นของผลิตภัณฑ์สมุนไพรและครีมนวดผมสมุนไพร ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นสินค้าของฝาก (souvenir) ในช่วงเทศกาลสำคัญ และ 3) ตราผลิตภัณฑ์ “ชิงแดง” ที่มีความสวยงาม ดึงดูดใจ สะดุดตา และสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนสวนตุลได้มากยิ่งขึ้น โดยภาพรวมหลังการพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรที่มีอัตลักษณ์และเกิดเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม (value added) และมีความสวยงามมากขึ้น ส่งผลทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ และอาจกลับมาซื้อซ้ำ ซึ่งจะส่งผลให้ยอดขายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา มีค่าเพิ่มสูงขึ้น

ผลการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร แสดงได้ดังภาพที่ 2 คือ ฉลากก่อน และหลังการพัฒนา ซึ่งฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรมีความสวยงาม และแสดงอัตลักษณ์ชุมชนสวนตุลได้ชัดเจนดียิ่งขึ้น สำหรับบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางเครื่องสำอางสมุนไพร แสดงได้ดังภาพที่ 3 คือ บรรจุภัณฑ์ก่อน และหลังการพัฒนา ซึ่งวิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพรสามารถขยายฐานการจำหน่ายเพิ่มขึ้นในลักษณะการขายแพคเกจ ได้แก่ แชมพูคู่ครีมนวด



ฉลากผลิตภัณฑ์แชมพู
และครีมนวดผมสมุนไพร

ก่อนการพัฒนา



ฉลากผลิตภัณฑ์แชมพู
และครีมนวดผมสมุนไพร

หลังการพัฒนา



ฉลากผลิตภัณฑ์น้ำมันนวดสปา
และน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์

หลังการพัฒนา

ภาพที่ 2 ฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร (ก่อน และหลังการพัฒนา)



ผลิตภัณฑ์แชมพู และครีมนวดผมสมุนไพร
น้ำมันนวดสปา และน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์

ก่อนการพัฒนา



ผลิตภัณฑ์แชมพู และครีมนวดผมสมุนไพร (แพคเกจ)
น้ำมันนวดสปา และน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์

หลังการพัฒนา

ภาพที่ 3 บรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางเครื่องสำอางสมุนไพร (ก่อน และหลังการพัฒนา)

สรุปจากภาพด้านบน ผลการพัฒนาฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน คือ 1) ฉลาก สามารถแสดงรายละเอียดข้อมูลชัดเจน โดยใช้ตราสินค้า “ชิงแดง” ที่สามารถแสดงอัตลักษณ์ชุมชนได้ดีขึ้น โดยที่ฉลากมีรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ครบถ้วน สมบูรณ์ มีความอ่อนหวาน โดยฉลากมีรูปแบบเหมาะสม เพราะสอดคล้องไปด้วยกันกับภาชนะบรรจุ ซึ่งเมื่อติดฉลากแล้วไม่เกิดรอยยับ 2) บรรจุภัณฑ์ มีรูปแบบใหม่ที่เป็นแพ็คเกจของผลิตภัณฑ์แชมพูและครีมนวดผมสมุนไพร โดยเป็นช่องทางการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรที่หลากหลายเพิ่มมากขึ้น และ 3) ใช้ฉลาก (ตราผลิตภัณฑ์) ใหม่ให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรชนิดใหม่ คือ น้ำมันนวดสปาและน้ำมันมะพร้าวบริสุทธิ์ ตามกระแสการรักสุขภาพของผู้บริโภคที่มีแนวโน้มสูงขึ้น ดังได้กล่าวมาแล้วข้างต้น

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อฉลากและบรรจุภัณฑ์ใหม่ของเครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สมุนไพรมีระดับความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. วิสาหกิจชุมชนสวนตุลเครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ควรได้รับการสนับสนุนให้เกิดการวิจัยและพัฒนาทางการตลาด สร้างแนวคิดทางการตลาด และเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนเกิดความยั่งยืน ได้แก่ การออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ โดยสามารถสอดคล้องกับสถานการณ์ทางการตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป ได้แก่ ศึกษาประเด็นที่ครอบคลุมการดำเนินงานของวิสาหกิจเครื่องสำอางสมุนไพรในท้องถิ่นอื่น ๆ เช่น การศึกษาต้นทุนผลตอบแทนการดำเนินงานของผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพรที่แปรรูปจากกล้วยา กล้วยเป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้สำเร็จลงได้ด้วยดี โดยได้รับการสนับสนุน จาก 3 ภาคส่วน คือ 1) งบประมาณการวิจัย จากกองทุนพัฒนาการวิจัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา 2) ทีมงานที่ปรึกษาการวิจัย จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา คือ ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุพยอม นาจันทร์ คณบดี อาจารย์เทพกร ณ สงขลา ประจำโปรแกรมวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และ อาจารย์รริณา มุกดา ประจำโปรแกรมวิชาการตลาด และ 3) วิทยากรผู้เชี่ยวชาญ คือ อาจารย์ชนิษฐา พลเพชร ประจำวิทยาลัย อาชีวศึกษาสงขลา และนายรามศ รัตนอรุณ ผู้จัดการธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย ศูนย์ปัตตานี ขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

กิตติวัลย์ ทองอร่าม, รังสรรค์ บุญมาแคน, จิตรลดา รอดพลอย, อรรพรรณ แท่งทอง และเขมิกา สงวนพวง. (2564).

การพัฒนารูปแบบการจัดการศูนย์เรียนรู้ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและเกษตรทฤษฎีใหม่จังหวัดสิงห์บุรี.

ในบัณฑิตวิทยาลัย (บ.ก.), รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 4 (น.44-45).

บุรีรัมย์: มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.

เจนยูทธ ศรีทัญญู. (2560) การออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์

ดูแลเส้นผมสมุนไพรไทย บ้านนาชุม จังหวัดพิษณุโลก. วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร, 8(1) มกราคม – มิถุนายน, 155-168.

ประภาพร ยางประยงค์, ปัจจาภรณ์ ศุภลักษณ์, พวงรัตน์ ดิษฐวงศ์, พัลลภา ทองสัมฤทธิ์, วิไลวรรณ นาประโคน, วีรพงศ์ แซ่ภู,

ศุภรัตน์ หนูลักษณ์, สุภาพร ชูเอิญ และณัฐฐา บุตรคง. (2551). การวิจัยและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์สวนทุเรียนสร้างสมไพร: กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนทุเรียนสร้างสมไพร

ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. สงขลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

ประภาพร ยางประยงค์. (2559). วิเคราะห์การจัดการวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาทำสะพานไทรโพนิกส์.

วารสารบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์และการสื่อสาร (BEC Journal of Naresuan University), 11(2), 25-32.

แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (23). (2565). การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม (พ.ศ. ๒๕๖๑ - ๒๕๘๐). สืบค้น 11 พฤศจิกายน 2565, จาก <http://nscr.nesdb.go.th/wp-content/uploads/2019/04/23-การวิจัยและพัฒนานวัตกรรม.PDF>.

มารุต พัฒนาผล. (2563). การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมหลักสูตรและการจัดการเรียนรู้.

วารสารศิลปการศึกษาศาสตร์วิจัย, 12 (1) (มกราคม - มิถุนายน 2563), 1-16.

เสรี วงษ์มณฑา. (2558). กระบวนการบริหารการตลาด และการสื่อสารการตลาด.

วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 7(2), 1-14.

อรรหาวิ เจริญสุข และยอดนา เกษเมือง. (2564). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยง

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปูลาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร. *Journal of Humanities and Social Sciences Thonburi University*, Vol 15(2) May - August, 79-90.

Songkhla Provincial Integrated Administrative Committee. (2022). *Songkhla Development Plan (2018-2022)*.

Review Edition 2021. Retrieved 10 November 2022, from

https://www.songkhla.go.th/files/com_news_develop_plan/2020-07_1a959e630a5165d.pdf.