การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกาบหมากสู่เชิงพาณิชย์ของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ปลื้มใจ ไพจิตร
วรรณวิชณีย์ ทองอินทราช
นินธนา เอี่ยมสะอาด
นงลักษณ์ ผุดเผือก
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
มนัสชัย รัตนบุรี
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 1 เมษายน 2567
วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 23 เมษายน 2567
วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 2 พฤษภาคม 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทน และศึกษาช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก ของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภคในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ตัวอย่างจำนวน 400 ราย เครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้การสุ่มแบบบังเอิญ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทย ประชาชนในพื้นที่ ซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากประเภทของใช้ทั่วไป เพื่อเป็นของตกแต่ง และของที่ระลึก โดยคาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์กาบหมากจากร้านจำหน่ายของที่ระลึก จากผู้ผลิตโดยตรง รวมถึงห้างสรรพสินค้า และงานแสดงสินค้าประจำท้องถิ่น ตามลำดับ ราคาที่ยอมรับได้ 100-200 บาทต่อชิ้น ในการเลือกซื้อส่วนใหญ่เลือกที่การสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ สำหรับการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ด้วยการถัก จักสานกาบหมากเพื่อขึ้นรูปเป็นของใช้ ซึ่งเน้นขั้นตอนการผลิตที่สามารถทำได้ง่าย ไม่ซับซ้อน เพื่อความง่ายในขั้นตอนการถ่ายทอดเทคโนโลยี เน้นการผสมผสานกับวัสดุกาบหมากกับวัสดุอื่นๆ ทั้งสี รูปแบบ และลวดลายให้เกิดการสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์และมีความสวยงามสะดุดตาให้แก่ผลิตภัณฑ์ ตามผลการ ด้านวัสดุและกระบวนการผลิต ก่อนที่นำกาบหมากไปผลิตผลิตภัณฑ์ ควรนำกาบหมากไปตากแดดก่อน หรือนำผ้าชุบน้ำ หรือแอลกอฮอล์เช็ดเพื่อกำจัดเชื้อรา แล้วนำไปตากแดดให้แห้ง แล้วเคลือบผิวผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันเชื้อรา และเพิ่มความสวยงาม คำนวณสัดส่วนต้นทุนการผลิตสินค้ามีค่าต่ำสุดและค่าสูงสุดต่อชิ้นงาน ต้นทุนรวมเฉลี่ย 87.01-284.25 บาท ต้นทุนผันแปร 82.17-272.63 บาท ต้นทุนคงที่ 4.84-11.62 บาท ราคาขาย 119-359 บาท โดยมีกำไร 31.99-111.72 บาท ขึ้นอยู่กับลักษณะชิ้นงาน สำหรับช่องทางการตลาดในการวิจัยครั้งนี้

คณะผู้วิจัยได้ติดต่อกับทางโมเดิร์นเทรดและการออกแบบเว็บไซต์เพื่อเป็นช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ให้แก่กลุ่ม

คำสำคัญ: การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ กาบหมาก จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Betel Leaf Product Design and Development for Commercialization at Ban Sai Rung Informal School in Surat Thani Province

Pluemjai Paijit
Wanwichanee Tongintarad
Ninthana Iamsaard
Nongluck Phudphuek
Faculty of Management Sciences, Suratthani Rajabhat University
Manuschai Rattanaburi
Faculty of Education, Suratthani Rajabhat University

Received: 1 April 2024
Revised: 23 April 2024
Accepted: 2 May 2024

Abstract

This research aims to study and develop product prototypes betel leaf, to study costs and returns of betel leaf product, to study and develop the marketing channels for betel leaf product. The research method using the accidental sampling to survey the consumer behavior in Surat Thani province with 400 samples. The research instruments are both the questionnaire and the interviewing form. This research is analyzed by frequency, percentage and standard deviation. The research results are founded that foreign tourists, Thai tourists and Surat Thani residences buy the betel leaf decoration products and souvenir products. They are expected that those products from the local souvenir shops from the local producer as well as the modern trade shopping malls following by the local exhibition shopping events. Their willingness to buy is 100-200 baht per piece with the product uniqueness reason. The design and development of betel leaf product prototypes by handcraft processes focusing on the simple production steps that can be learning from their local production community. The betel products are designed by creating more colors and patterns to reflect both unique and authentic of the product. Betel leaf material resources and production processes are revealed that the pre-production is to provide betel leaf raw materials products should be exposing with the sunlight or take a wet cloth/alcohol to clean all betel raw materials for preventing it from mold. The financial analysis of betel leaf production range per piece consist of total average costs range is 87.01-284.25 Baht, the average variable costs per piece is 82.17-

272.63 Baht and the fixed costs range is 4.84-11.62 Baht. The selling price range is 119-359 Baht then the margin range is 31.99-111.72 Baht depending on the design of work piece. The marketing channels for their local production community are contacted with the modern trade and designed the betel leaf products website to provide online distribution channels as well.

Keywords: Product Design and Development, Betel Leaf Product, Surat Thani Province

บทนำ

นโยบายภาครัฐผ่านการขับเคลื่อนโดยแผนพัฒนาเศรษฐกิจ และสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 มุ่งส่งเสริมให้ประชาชนรู้จักการพึ่งพาตนเอง โดยมุ่งเน้นความเป็นธรรม ความมีเสถียรภาพ และความยั่งยืน จึงน้อมนำแนวคิดปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงมาเป็นแนวคิดสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนา และมุ่งเน้นการรักษาขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรม ตลอดจนภูมิปัญญาในท้องถิ่น ตลอดจนทรัพยากรในชุมชน เป็นฐานในการขับเคลื่อนประเทศและระบบเศรษฐกิจโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง เกิดขึ้นจากการผลักดันจากกลุ่มชาวบ้านที่เข้มแข็ง และให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการสร้างแหล่งเรียนรู้ให้แก่คนทุกกลุ่มในชุมชน โดยสร้างพื้นที่พบปะแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในหัวข้อที่ชุมชนสนใจ ตลอดจนการเป็นพื้นที่ในการสร้างอาชีพ และรักษาภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่น คุณวรรณเพ็ญ เกิดสุวรรณ ผู้อำนวยการโรงเรียน และกลุ่มชาวบ้านที่เป็นสมาชิกโรงเรียนเล่าให้ฟังว่า การทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและสามารถพัฒนาชุมชนต่อไปในอนาคต ชุมชนต้องกำหนดพื้นที่ในการพบปะแลกเปลี่ยนเพื่อถ่ายทอดความรู้ ภูมิปัญญาท้องถิ่น และนำเอาวัสดุจากธรรมชาติของท้องถิ่นผนวกกับความรู้ด้านศิลปหัตถกรรมจากปราชญ์ชาวบ้าน แล้วสามารถนำมาเป็นรายได้พัฒนาอาชีพในชุมชน ปัจจุบันมีการฝึกสอนให้สมาชิกทำชิ้นงานหัตถกรรมจากกาบหมาก ซึ่งเป็นวัสดุธรรมชาติที่มีมากในท้องถิ่นและไม่มีมูลค่า มาเพิ่มมูลค่า โดยทำเป็นงานศิลปะ เป็นชิ้นงานเพื่อแสดงฝีมือและความสามารถของคนในท้องถิ่นและสามารถสร้างรายได้

ทางกลุ่มมีความมุ่งมั่นที่จะผลิตสินค้า เพื่อจัดจำหน่ายสร้างรายได้กลับมาให้ในชุมชน และใช้ในการบริหารจัดการโรงเรียนฯ เพื่อให้โรงเรียนฯ สามารถดำเนินกิจกรรมต่างๆ ได้ตามวัตถุประสงค์ต่อไป แต่ในขณะนี้ทางผู้ประดิษฐ์ขาดองค์ความรู้ทางด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่ตรงกับความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย และช่องทางการจำหน่ายที่จะสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้

กาบหมากเป็นวัสดุธรรมชาติ หากนำมาผลิตเป็นชิ้นงานประเภทของใช้ หรือของตกแต่งบ้าน อาจมีข้อจำกัดที่อาจเกิดขึ้นได้ในอนาคตสำหรับรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เช่น การบิดงอของผลิตภัณฑ์ การเกิดเชื้อรา เป็นต้น จากผลการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของสุภา จุฬคุปต์ (2560) ได้กล่าวถึงแนวคิดในการนำวัสดุกาบหมากมาต่อยอดเป็นผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่า กาบหมากสามารถปลูกมากทางภาคใต้ คนแก่มักนำผลมาทาน เคี้ยวกินกับปูนและพลู อีกหนึ่งส่วนของหมาก คือ กาบหมาก นิยมนำกาบหมากมาทำเป็นของเล่นให้เด็ก เช่น รถลาก อีกทั้งนำใช้เป็นที่จับกระทะเคี่ยวตาล แทนการใช้ผ้า กาบหมากเมื่อมีจำนวนมากชาวสวนมักจะเผาทิ้ง สร้างมลพิษในอากาศ โดยมิได้นำมาประโยชน์จึงสนใจศึกษาและวิจัยการสร้างมูลค่าเพิ่มจากกาบหมากเหลือใช้ ซึ่งกระเป๋าจากกาบหมากมีน้ำหนักค่อนข้างเบา อายุในการใช้งานขึ้นอยู่กับการรักษา ซึ่ง 1 ใบ สามารถใช้ได้ประมาณ 2 – 3 ปี นอกจากกาบหมากยังสามารถนำมาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์อื่นได้อีกมากมาย กาบหมากเป็นวัสดุธรรมชาติอีกทางเลือกหนึ่งที่นำมาแทน

วัสดุอื่นๆ เช่น หวาย ซึ่งปัจจุบันหายากและกำลังหมดไป ต้องนำเข้ามาจากประเทศเพื่อนบ้าน ดังนั้น การหาวัสดุอื่นมาทดแทน ซึ่งเป็นวัสดุจากการเหลือใช้ นำมาพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอนาคต

คณะผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาการออกแบบ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกาบหมากสู่เชิงพาณิชย์ของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อศึกษาและออกแบบผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก ศึกษาต้นทุนและผลตอบแทน รวมทั้งค้นหาช่องทางการจำหน่ายสินค้า จากศิลปหัตถกรรมของโรงเรียนฯ ทั้งนี้เพื่อผลักดันให้เกิดการพัฒนาโรงเรียนฯ ให้สามารถดำเนินการไปได้อย่างต่อเนื่อง สามารถพึ่งตนเองได้ สร้างอาชีพแก่คนในชุมชน และสร้างความภาคภูมิใจในการธำรงรักษาศิลปะจากภูมิปัญญาท้องถิ่น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและพัฒนาต้นแบบของผลิตภัณฑ์จากกาบหมากของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. เพื่อศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์จากกาบหมากของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. เพื่อศึกษาช่องทางการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์จากกาบหมากของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การทบทวนวรรณกรรม

การออกแบบผลิตภัณฑ์

การออกแบบผลิตภัณฑ์ หมายถึง การออกแบบผลิตภัณฑ์ เป็นกระบวนการที่ตอบสนองความต้องการของมนุษย์ทางกายภาพ เพื่อการใช้สอยที่อำนวยความสะดวกสบาย และเป็นการยกระดับคุณภาพชีวิตค่านิยมทางความงามให้ดียิ่งขึ้นตามความเหมาะสม อาจเป็นการปรับปรุงหรือสร้างใหม่ภายใต้การสร้างสรรค์ (ฐปนัท แก้วปานและคณะ, 2563) ซึ่งกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ โดยทั่วไปจะพิจารณาเรื่องการออกแบบของสีและรูปร่าง เนื่องจากว่าสีและรูปร่างเป็นลักษณะของการออกแบบที่มองเห็นได้อย่างโดดเด่น ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งใจความของการออกแบบสีและรูปร่างของผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีศิลปะเข้ามาเกี่ยวข้อง ทั้งนี้การออกแบบจะมีวัตถุประสงค์ตามหลัก 5 W และ 2 H คือ Why, Who, Where, When, What, How, How Much คือออกแบบไปทำไม เพื่อใคร เมื่อไร ที่ไหน อะไร อย่างไร และมูลค่าเท่าไร เมื่อมีการออกแบบสีสันและรูปร่างของผลิตภัณฑ์จึงต้องพิจารณาตามเจตนาดังกล่าวนี้ด้วย ดังนั้นเมื่อนักออกแบบจะเริ่มงานออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สิ่งสำคัญจึงอยู่ที่จะต้องรู้จักนำเอาวัตถุประสงค์ต่างๆ ที่ว่ามานั้นผสมผสานความคิดกันเพื่อให้สินค้าที่มีสีสันและรูปทรงที่เหมาะสม อาชัญ นักสอน (2559) กล่าวว่า ขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์มีรายละเอียดดังนี้

1. เก็บข้อมูล สังเคราะห์ และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อนำสู่แนวทางในการออกแบบ

2. พัฒนาและออกแบบ โดยอาศัยขั้นตอนการออกแบบผลิตภัณฑ์ (IEDR) ซึ่งกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ถูกแบ่งออกเป็น 4 ขั้นตอนด้วยกัน คือ

2.1) Identify: ขั้นตอนกำหนดปัญหาจากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้ข้อสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อกำหนดแนวทางในการดำเนินงานอุปกรณ์ที่สามารถนำมาพัฒนาให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์หรือปรับปรุงใหม่

2.2) Explore: ขั้นตอนแสวงหาแนวทางใหม่ๆ เพื่อแก้ปัญหากระบวนการนี้จะเป็นการแสวงหาแนวทางใหม่ๆ โดยนำเอาปัญหาที่ได้จากในกระบวนการก่อนหน้านี้ มาสู่การพัฒนาแบบในเบื้องต้นด้วยการสเก็ตช์แบบ

2.3) Define: ขั้นตอนกำหนดแนวทางที่ได้เป็นแนวคิดใหม่จากผลของการแสวงหาแนวทางต่างๆ ด้วยกระบวนการสเก็ตช์และการพัฒนาแบบในเบื้องต้น

2.4) Realize: ขั้นตอนทำให้แนวคิดใหม่เป็นรูปธรรมเพื่อการผลิตกระบวนการนี้ประกอบไปด้วย การสเก็ตช์รูปสามมิติ (Rendering) และการขึ้นรูป 3 มิติ ด้วยวัสดุที่สามารถขึ้นรูปได้ง่าย เช่น ไม้ และดินน้ำมัน ด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่ เครื่องพิมพ์ 3 มิติ (3D Printing Machine) สามารถช่วยให้การขึ้นรูปได้รวดเร็ว และแม่นยำมากขึ้นกว่าการใช้เครื่องมือแบบเดิม

3. ทำ Prototype เพื่อทดสอบ และพัฒนารูปแบบพัฒนาการใช้งาน

4. ทดสอบ Prototype ด้วยการให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้และเก็บข้อมูลด้วย Focus Group

ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์

ต้นทุน หมายถึง ทรัพยากรที่สูญเสียไปเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการ โดยจะต้องสามารถวัดเป็นหน่วยเงินตราได้ การรับรู้มูลค่าต้นทุน มี 2 ลักษณะ คือ การรับรู้เป็นสินทรัพย์ ถ้ากิจการยังไม่ได้ใช้ประโยชน์จากสิ่งที่ได้รับให้รับรู้เป็นสินทรัพย์ และการรับรู้เป็นค่าใช้จ่าย ถ้ากิจการได้ใช้ประโยชน์จากสิ่งที่ได้รับมาแล้วหรือสิ่งที่ได้รับไม่เกิดประโยชน์ให้รับรู้เป็นค่าใช้จ่ายวิธีจำแนกประเภทของต้นทุนตามส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ จำแนกออกเป็น 3 ชนิด คือ 1) วัตถุดิบทางตรง 2) ค่าแรงงานทางตรง 3) ค่าใช้จ่ายการผลิตซึ่งประกอบด้วยต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายต่างๆ ที่เกิดขึ้นจากการผลิตสินค้า รวมถึงวัตถุดิบทางอ้อมและค่าแรงงานทางอ้อม ค่าใช้จ่ายการผลิตจัดเป็นต้นทุนการผลิตทางอ้อมเนื่องจากไม่สามารถคำนวณเข้าเป็นต้นทุนของผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง การวิเคราะห์พฤติกรรมต้นทุน (Cost Behavior Analysis) เป็นการวิเคราะห์ว่าต้นทุนที่เกิดขึ้นนั้นมี ความสัมพันธ์อย่างไรกับระดับกิจกรรม เมื่อระดับกิจกรรมเปลี่ยนแปลงไป ต้นทุนนั้นมีการเปลี่ยนแปลงตามหรือไม่อย่างไร พฤติกรรมต้นทุน แบ่งออกเป็น 4 ชนิด คือ 1) ต้นทุนผันแปร (Variable Costs) หมายถึง ต้นทุนที่จำนวนรวมเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางเดียวกันกับระดับกิจกรรม 2) ต้นทุนคงที่ (Fixed Costs) หมายถึง ต้นทุนที่จำนวนรวมไม่เปลี่ยนแปลงไปตามระดับกิจกรรมในช่วงของการผลิตระดับหนึ่ง แต่ต้นทุนคงที่ต่อหน่วยจะเปลี่ยนแปลงไปในทางตรงข้ามกับระดับ

กิจกรรม 3) ต้นทุนกึ่งผันแปร (Semi-Variable Costs) หมายถึง ต้นทุนที่ประกอบด้วยต้นทุน 2 ประเภทรวมกัน กล่าวคือส่วนหนึ่งเป็นต้นทุนคงที่ และอีกส่วนหนึ่งเป็นต้นทุนผันแปร เรียกต้นทุนชนิดนี้ว่าต้นทุนผสม (Mixed Costs) 4) ต้นทุนกึ่งคงที่ (Semi-fixed Costs) หรือต้นทุนขั้นบันได (Step Costs) หมายถึงต้นทุนที่คงที่ ณ ช่วงระดับกิจกรรมหนึ่งๆ เมื่อช่วงระดับกิจกรรมเปลี่ยนไปจำนวนต้นทุนคงที่ก็จะเปลี่ยนตามไปด้วย และจะคงที่อยู่ที่ช่วงระดับกิจกรรมใหม่และเมื่อช่วงระดับกิจกรรมเปลี่ยนไปอีก ต้นทุนคงที่จะเปลี่ยนแปลงตาม และการวิเคราะห์ผลตอบแทนเป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างต้นทุนขายกับขายสุทธิ อัตราส่วนที่ นิยมใช้ในการวิเคราะห์ผลตอบแทน ประกอบด้วย 1) อัตราส่วนต้นทุนขายต่อยอดขายสุทธิ 2) อัตราส่วนกำไรจาก การดำเนินงานต่อยอดขายสุทธิ และ 3) การวิเคราะห์ความสามารถในการทำกำไร (สุพะยอม นาจันทร์ และคณะ, 2562)

การตลาดสมัยใหม่

การตลาด 3.0 เป็นการตลาดที่เน้นค่านิยม ที่มีการมองลูกค้าหรือผู้บริโภคว่าต้องการหาคุณค่าในการใช้ประโยชน์ในการบริโภค ทำให้นักการตลาดต้องตระหนักถึงการส่งมอบคุณค่าและความหมายไปยังผู้บริโภค โดยต้องก่อประโยชน์แก่ตนเอง ผู้อื่น ต่อสังคม ต่อสิ่งแวดล้อม ที่เน้นให้ทุกคนมีส่วนเกี่ยวข้องตั้งแต่ ผู้ผลิต ผู้ขายจนถึงมือลูกค้า เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเกิดจากเทคโนโลยีที่ได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ซึ่งทำให้ทราบถึงพฤติกรรมของคนทั่วทุกมุมโลกอีกทั้งการดำรงชีวิต การทำงานในยุคปัจจุบัน ดังนั้นความรู้ทางด้านการตลาดสมัยใหม่ ถือได้ว่าเป็นเครื่องมือหรือกระบวนการหนึ่งในการนำไปสู่ความสำเร็จของธุรกิจชุมชน หรือหน่วยงานวิสาหกิจเพื่อประโยชน์ของคนในชุมชน โดยคนในชุมชน เพราะเป้าหมายท้ายสุดของการทำธุรกิจชุมชน คือการส่งเสริมให้ชุมชนเกิดกระบวนการเรียนรู้การสร้างสวัสดิการสังคม การฟื้นฟูอาชีพ การพัฒนาคน สังคม วัฒนธรรม สุขภาพอนามัย ซึ่งคือการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนต่อไป (ศุภชัย เหมือนโพธิ์, 2564)

ผลการทบทวนวรรณกรรม พบว่า การผลักดันผลิตภัณฑ์ชุมชนไปสู่เชิงพาณิชย์ได้นั้น นอกจากจะอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งเป็นฐานทุนเดิมที่มีคุณค่าของชุมชน ต้องมีการออกแบบร่วมกับการศึกษาออกแบบ และพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์ที่เกิดจากความต้องการของตลาด ตามแนวคิด ทฤษฎีการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จึงจะสามารถนำไปสู่การจัดจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ได้ ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยยังได้มีการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนตามแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการคำนวณทางบัญชีให้กับกลุ่มในแง่ของการรับรู้รายได้ ต้นทุน และกำไรเฉลี่ยต่อชิ้นงาน ตลอดจนประสานงานและออกแบบช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าให้แก่ชุมชนอีกด้วย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกาบหมากสู่เชิงพาณิชย์ของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จังหวัดสุราษฎร์ธานี คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา

ในการศึกษาครั้งนี้เป็นงานวิจัยแบบผสม (Mixed-method Approach) ซึ่งประชากรและกลุ่มตัวอย่างตลอดจนผู้ให้ข้อมูลในการศึกษาจะแตกต่างกันตามขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนแรก เป็นสำรวจตลาดสินค้าผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ของกาบหมากจากแหล่งจำหน่ายทั่วไป มีผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม คือ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จำนวน 10 คน ประกอบด้วย ผู้อำนวยการ ผู้จัดการ และสมาชิกที่มีความสนใจในการประดิษฐ์ ซึ่งคัดเลือกจากความสมัครใจ กลุ่มผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก จำนวน 5 คน สุ่มแบบเจาะจง ได้แก่ ผู้ประกอบการที่มีชื่อเสียงในแหล่งท่องเที่ยวและสามารถให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค และกลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ ประชาชน และนักท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 ตัวอย่าง

ตารางที่ 1 ขนาดตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประเภทประชากร	จำนวนประชากร	จำนวนตัวอย่าง (คน)
นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ*	3,232,178	210
นักท่องเที่ยวชาวไทย*	1,879,718	122
ประชาชนทั่วไป**	1,050,913	68
รวม	**6,162,809**	**400**

*ที่มา: *สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2559 และ **กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย, 2559*

ขั้นตอนที่สอง เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกาบหมาก จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีกลุ่มตัวอย่าง 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง มีทั้งหมดจำนวน 25 คน ในการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อเสนอความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และประเภทของผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก มีการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูล ในการประชุมกลุ่มย่อย จำนวน 10 คน โดยมีผู้ให้ข้อมูลดังนี้ คือ ผู้อำนวยการ ผู้จัดการ และสมาชิกที่มีความสนใจ หรือความสามารถในงานประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก ซึ่งคัดเลือกจากความสมัครใจของสมาชิกในกลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญ ที่มีความรู้ ความสามารถด้านวัสดุ จำนวน 1 คน การออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 คน และบรรจุภัณฑ์ จำนวน 1 คน สุ่มแบบเจาะจง ประเมินรูปแบบของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ของกาบหมาก เพื่อคัดเลือกต้นแบบจำลองของผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ของกาบหมากขั้นสุดท้าย โดยผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความสามารถด้านวัสดุ จำนวน 1 คน ด้านออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 1 คน ด้านออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 1 คน และตัวแทนจากผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าและของที่ระลึก มีชื่อเสียงในแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการสังเกตมีนักท่องเที่ยวแวะซื้อของที่ระลึกจำนวนมาก จำนวน 2 คน สุ่มแบบเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการและพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก สำหรับประชาชนและนักท่องเที่ยว แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค สำหรับผู้ประกอบการ แบบสัมภาษณ์สำหรับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก สัมภาษณ์เกี่ยวกับการผลิต การจำหน่าย ต้นทุนและผลตอบแทน และมีการสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญ และกลุ่มผู้ผลิต ในประเด็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์

วิธีการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

มีการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร ตำรา งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลปฐมภูมิ โดยใช้แบบสอบถามจะใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาประกอบด้วยตารางและใช้สถิติอย่างง่าย ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับแบบประเมินรายการจากผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการสัมภาษณ์ และการสนทนากลุ่มจะใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกาบหมากสู่เชิงพาณิชย์ ของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จังหวัดสุราษฎร์ธานี คณะวิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล ปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูลนำเสนอได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาและพัฒนาต้นแบบของผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก ของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จ.สุราษฎร์ธานี

ผลการสำรวจพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มีวัตถุประสงค์แรก คือ การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากที่เป็นของใช้ทั่วไป วัตถุประสงค์ที่สอง ซื้อเป็นของที่ระลึก และของตกแต่ง โดยคาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์กาบหมากจากร้านจำหน่ายของที่ระลึก จากผู้ผลิตโดยตรง และห้างสรรพสินค้า สำหรับราคาต่อหน่วยวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากอันดับที่หนึ่ง คือ จะซื้อเพื่อเป็นของฝากยอมรับได้ในราคาระหว่าง 100-200 บาท คิดเป็นร้อยละ 26.19 ส่วนวัตถุประสงค์รองลงมา คือ ซื้อเพื่อเป็นของใช้ส่วนตัว ราคาที่ซื้อเพื่อใช้เป็นของใช้ส่วนตัว ส่วนใหญ่ยอมรับได้ในราคาระหว่าง 100-200 บาท และวัตถุประสงค์ที่สาม คือ ซื้อเพื่อเป็นของขวัญตามเทศกาล ส่วนใหญ่ยอมรับได้ในราคา 601 บาทขึ้นไป ประเด็นที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก พบว่า ต้องคำนึงถึงสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ รองลงมาเป็นความสวยงาม เด่นและสะดุดตา และลำดับสุดท้ายคำนึงถึงบรรจุภัณฑ์เหมาะสมและสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้า ส่วนความถี่ในการที่จะซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากจะซื้อแล้วแต่โอกาส

ผลการสำรวจพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากของนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวชาวไทย มีวัตถุประสงค์การเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากที่เป็นของใช้ทั่วไป

ของตกแต่ง และของที่ระลึก โดยคาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์กาบหมากจากห้างสรรพสินค้า จากร้านจำหน่ายของที่ระลึกและงานแสดงสินค้าประจำท้องถิ่น สำหรับวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากจะเลือกซื้อเป็นของฝากเป็นลำดับแรก โดยราคาต่อหน่วยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากเพื่อเป็นของฝากยอมรับได้ในราคาระหว่าง 100-200 บาท ส่วนวัตถุประสงค์รองลงมาเป็นการซื้อเพื่อใช้เป็นของใช้ส่วนตัว ส่วนใหญ่ยอมรับได้ในราคาระหว่าง 100-200 บาท รองลงมาราคาระหว่าง 201-300 บาท และลำดับสุดท้ายจะเป็นการซื้อเพื่อของขวัญตามเทศกาล ส่วนใหญ่ยอมรับได้ในราคา ระหว่าง 201-300 บาท ประเด็นที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก ลำดับแรกเป็นเรื่องความสวยงาม โดดเด่น และสะดุดตา รองลงมาเป็นการสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ และลำดับสุดท้ายเป็นเรื่องบรรจุภัณฑ์เหมาะสมและสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้า ส่วนความถี่ในการที่จะซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากจะซื้อแล้วแต่โอกาส

ผลจากการสำรวจพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากของประชาชนในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า มีวัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก ที่เป็นของใช้ทั่วไป มากที่สุด รองลงมาเป็นซื้อเพื่อเป็นของตกแต่ง และของที่ระลึก ในอัตราร้อยละที่เท่ากัน โดยคาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก จากร้านจำหน่ายของที่ระลึก รองลงมาเป็นงานแสดงสินค้าประจำท้องถิ่น และห้างสรรพสินค้า ตามลำดับ สำหรับวัตถุประสงค์ในการซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก จะซื้อเพื่อเป็นของฝากมากที่สุด ราคาที่ยอมรับได้ในการเลือกซื้อเพื่อเป็นของฝาก อยู่ในช่วงราคาระหว่าง 100-200 บาท รองลงมา จะซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากเป็นของใช้ส่วนตัว ในช่วงราคาระหว่าง 100-200 บาท และลำดับสุดท้ายในการซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก คือ ซื้อในการให้เป็นของขวัญตามเทศกาล อยู่ในช่วงราคาระหว่าง 100-200 บาท สิ่งที่ประชาชนในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี คำนึงถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากมากที่สุด คือ การสะท้อน ความเป็นเอกลักษณ์ รองลงมา คือ ความสวยงามโดดเด่นและสะดุดตา และลำดับสุดท้ายเป็นเรื่องบรรจุภัณฑ์เหมาะสม และสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้า สำหรับจำนวนครั้งที่จะซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากจะซื้อผลิตภัณฑ์เมื่อมีโอกาสเหมาะสม

หลังจากพัฒนาผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายแล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ คณะวิจัยได้จำแนกผลการประเมินเป็นรายผลิตภัณฑ์ดังนี้

1. ผลการประเมินผลิตภัณฑ์กาบหมากประเภทกระเป๋า พบว่า ด้านรูปแบบและความสวยงามมีประสิทธิภาพดีมาก โดยเน้นเรื่องรูปทรงของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม วัสดุที่นำมาตกแต่งผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมและสวยงาม และมีรูปแบบที่เหมาะสมกับความสัมพันธ์กับการใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์รองลงมา ด้านกระบวนการผลิตและการใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพในระดับมาก โดยเน้นเรื่องผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่สะดวกในการใช้งาน และด้านความเป็นเอกลักษณ์ โดยเน้นเรื่องรูปแบบผลิตภัณฑ์สามารถสร้างความภาคภูมิใจและสามารถเป็นสินค้าของฝาก ของใช้หรือของที่ระลึกได้และรูปแบบผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้

2. ผลการประเมินผลิตภัณฑ์กาบหมากประเภทที่ใส่ของ พบว่า ด้านกระบวนการผลิตและการใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพในระดับดี โดยเน้นเรื่องผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่สะดวกในการใช้งาน และการออกแบบผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์ รองลงมา ด้านรูปแบบและความสวยงามมีประสิทธิภาพในระดับดี โดยเน้นเรื่องรูปทรงของผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและขนาดของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม และด้านความเป็นเอกลักษณ์ โดยเน้นเรื่องรูปแบบผลิตภัณฑ์สามารถสร้างความภาคภูมิใจและสามารถเป็นสินค้าของฝาก ของใช้หรือของที่ระลึกได้และรูปแบบผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้

3. ผลการประเมินผลิตภัณฑ์กาบหมากประเภทสมุดบันทึก พบว่าด้านความเป็นเอกลักษณ์มีประสิทธิภาพในระดับดี โดยเน้นเรื่องรูปแบบผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้ รองลงมาด้านกระบวนการผลิตและการใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ มีประสิทธิภาพในระดับดี โดยเน้นเรื่องขั้นตอนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่สะดวกในการใช้งาน และด้านรูปแบบและความสวยงาม โดยเน้นเรื่องขนาดของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม

4. ผลการประเมินผลิตภัณฑ์กาบหมากประเภทภาพหนังตะลุง พบว่า ด้านกระบวนการผลิตและการใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์มีประสิทธิภาพในระดับดี โดยเน้นเรื่องผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่สะดวกในการใช้งาน การออกแบบผลิตภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับการใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์และขั้นตอนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุ รองลงมาด้านความเป็นเอกลักษณ์ มีประสิทธิภาพในระดับดี โดยเน้นเรื่องรูปแบบผลิตภัณฑ์สามารถสร้างความภาคภูมิใจและสามารถเป็นสินค้าของฝาก ของใช้หรือของที่ระลึกได้ และด้านรูปแบบและความสวยงาม โดยเน้นเรื่องรูปทรงของผลิตภัณฑ์มีความสวยงามและมีรูปแบบที่เหมาะสมกับความสัมพันธ์กับการใช้สอย

5. ผลการประเมินผลิตภัณฑ์กาบหมากประเภทกล่องทิชชู่ พบว่า ด้านรูปแบบและความสวยงามมีประสิทธิภาพในระดับดี โดยเน้นเรื่องรูปทรงของผลิตภัณฑ์มีความสวยงาม ขนาดของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมและมีรูปแบบที่เหมาะสมกับความสัมพันธ์กับการใช้สอยหลักของผลิตภัณฑ์ รองลงมาด้านกระบวนการผลิตและการใช้ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ มีประสิทธิภาพในระดับดี โดยเน้นเรื่องผลิตภัณฑ์มีรูปแบบที่สะดวกในการใช้งาน ขั้นตอนการผลิตมีความเหมาะสมกับวัสดุและด้านความเป็นเอกลักษณ์ โดยเน้นเรื่องวัสดุ/อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตสินค้าหาได้ง่ายในท้องถิ่นและรูปแบบผลิตภัณฑ์สามารถสื่อถึงความเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมได้

ตารางที่ 2 ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกาบหมากขั้นสุดท้าย

ประเภทผลิตภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์จากกาบหมากขั้นสุดท้าย
ของใช้ (กระเป๋า)	
ของใช้ (ที่ใส่ของ)	
ของที่ระลึก (สมุดบันทึก)	
ของตกแต่ง (ภาพหนังตะลุง)	
ของใช้ (กล่องทิชชู่)	

2. ผลการศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก ของโรงเรียนชีวิตณ บ้านสายรุ้ง จ.สุราษฎร์ธานี

การคำนวณต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์จากกาบหมากประเภทกระเป๋า พบว่า กระเป๋าสะพายทรงสี่เหลี่ยม มีต้นทุนรวม 263.12 บาท จำแนกเป็น ต้นทุนผันแปร 252.47 บาท ต้นทุนคงที่ 10.65 บาท ราคาขาย 359 บาท โดยมีกำไร 95.88 บาท กระเป๋าถือทรงสี่เหลี่ยม มีต้นทุนรวม 284.25 บาท จำแนกเป็น ต้นทุนผันแปร 272.63 บาทต้นทุนคงที่ 11.62 บาท ราคาขาย 359 บาท โดยมีกำไร 74.75 บาท กระเป๋าถือทรงสี่เหลี่ยมลายสก๊อต มีต้นทุนรวม 254.45 บาท จำแนกเป็น ต้นทุนผันแปร 243.31 บาท ต้นทุนคงที่ 11.14 บาท ราคาขาย 359 บาท โดยมีกำไร 104.55 บาท กระเป๋าถือทรงกลมปอมปอมมีต้นทุนรวม 275.28 บาท จำแนกเป็น ต้นทุนผันแปร 265.11 บาท ต้นทุนคงที่ 10.17 บาท ราคาขาย 359 บาท โดยมีกำไร 83.72 บาท กระเป๋าถือทรงกลมพู่ฟ้า มีต้นทุนรวม 247.28 บาท จำแนกเป็น ต้นทุนผันแปร 237.11 บาท ต้นทุนคงที่ 10.17 บาท ราคาขาย 359 บาท โดยมีกำไร 111.72 บาท

การคำนวณต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์จากกาบหมากประเภทที่ใส่ของ พบว่า ที่ใส่ของทรงเหลี่ยม มีต้นทุนรวม 129.19 บาท จำแนกเป็นต้นทุนผันแปร 123.38 บาท ต้นทุนคงที่ 5.81 บาท ราคาขาย 199 บาท โดยมีกำไร 69.81 บาท และที่ใส่ของทรงกลม มีต้นทุนรวม 113.19 บาท จำแนกเป็นต้นทุนผันแปร 107.87 บาท ต้นทุนคงที่ 5.32 บาท ราคาขาย 199 บาท โดยมีกำไร 85.81 บาท

การคำนวณต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์จากกาบหมากประเภทสมุดบันทึก พบว่า สมุดบันทึกรูปพญานาค มีต้นทุนรวม 138.87 บาท จำแนกเป็น ต้นทุนผันแปร 133.06 บาท ต้นทุนคงที่ 5.81 บาท ราคาขาย 199 บาท โดยมีกำไร 60.13 บาท และสมุดบันทึกรูปปลาโลมา มีต้นทุนรวม 119.23 บาท จำแนกเป็น ต้นทุนผันแปร 114.88 บาท ต้นทุนคงที่ 4.35 บาท ราคาขาย 159 บาท โดยมีกำไร 39.77 บาท

การคำนวณต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์จากกาบหมากประเภทภาพตัวหนังตะลุง พบว่า มีต้นทุนรวม 125.18 บาท จำแนกเป็น ต้นทุนผันแปร 122.27 บาท ต้นทุนคงที่ 2.91 บาท ราคาขาย 199 บาท โดยมีกำไร 73.82 บาท

การคำนวณต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์จากกาบหมากประเภทกล่องใส่กระดาษทิชชู่ พบว่า กล่องใส่กระดาษทิชชู่ทรงสี่เหลี่ยม มีต้นทุนรวม 138.81 บาท จำแนกเป็น ต้นทุนผันแปร 132.51 บาท ต้นทุนคงที่ 2.91 บาท ราคาขาย 179 บาท โดยมีกำไร 40.19 บาท และกล่องใส่กระดาษทิชชู่ทรงกลม มีต้นทุนรวม 87.01 บาท จำแนกเป็น ต้นทุนผันแปร 82.17 บาท ต้นทุนคงที่ 4.84 บาท ราคาขาย 119 บาท โดยมีกำไร 31.99 บาท

3. ผลการศึกษาช่องทางการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก ของโรงเรียนชีวิตณ บ้านสายรุ้ง จ.สุราษฎร์ธานี

ผลการสำรวจเกี่ยวกับช่องทางการจัดจำหน่ายที่ผู้ซื้อคาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์กาบหมาก โดยจำแนกกลุ่มผู้ซื้อเป็น 3 กลุ่ม พบว่า กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะเลือกซื้อจากร้านจำหน่ายของที่ระลึกมากที่สุด รองลงมาเป็นการซื้อจากผู้ผลิตโดยตรง และห้างสรรพสินค้า ตามลำดับ สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเลือกซื้อจากห้างสรรพสินค้ามากที่สุด รองลงมาเป็นร้านจำหน่ายของที่ระลึกและงานแสดงสินค้าประจำท้องถิ่น ตามลำดับ และกลุ่มประชาชนชาวไทยในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี คาดว่าจะซื้อผลิตภัณฑ์จากกาบหมากจากร้านจำหน่ายของที่ระลึกมากที่สุด รองลงมาเป็นงานแสดงสินค้าประจำท้องถิ่น และห้างสรรพสินค้า ตามลำดับ จากผลจะเห็นได้ว่ากลุ่มผู้บริโภคชาวต่างชาติและประชาชนชาวไทยในพื้นที่จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการระบุสถานที่ซื้อที่สอดคล้องกัน คือ ร้านจำหน่ายสินค้าที่ระลึกเป็นอันดับที่หนึ่ง สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ในห้างสรรพสินค้า จากผลการสำรวจงานวิจัยครั้งนี้ จึงมีการแนะนำให้กลุ่มได้ร่วมแลกเปลี่ยนพูดคุยกับผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าชุมชน ร้านขายสินค้าที่ระลึก และตัวแทนจากห้างสรรพสินค้า เพื่อเป็นการเปิดช่องทางในด้านการตลาดในลักษณะ Offline Marketing Channel ผลจากการพบปะพูดคุย พบว่า มีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ให้การตอบรับในการนำสินค้าไปวางจำหน่ายในลักษณะร้านค้าแบบ Offline Marketing

Channel จำนวน 3 ช่องทาง ได้แก่ พื้นที่สนับสนุนสินค้าชุมชนในการสร้างสรรค์กิจกรรม เพื่อเศรษฐกิจและชุมชนท้องถิ่นในห้างสรรพสินค้าบิ๊กซี ซุเปอร์เซ็นเตอร์ สาขาอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี วางจำหน่ายในร้านขายของที่ระลึกภายในท่าอากาศยานนานาชาติจังหวัดสุราษฎร์ธานี และร้านค้าจัดจำหน่ายสินค้าชุมชน Farm Outlet อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งกลุ่มสมาชิกอยู่ในระหว่างการพัฒนาฝีมือการประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมจากกาบหมากในเกิดความชำนาญ และประณีตในการสร้างสรรค์ผลงานให้สามารถจำหน่ายตอบสนองความต้องการในแต่ละช่องทางที่ให้การตอบรับ นอกจากนี้ในงานวิจัยครั้งนี้จึงมีการแนะนำให้กลุ่มได้ร่วมแลกเปลี่ยนพูดคุยกับผู้ประกอบการร้านจำหน่ายสินค้าชุมชน เพื่อเป็นการเปิดช่องทางในด้านการตลาดในลักษณะ Offline Marketing Channel

การวิจัยครั้งนี้มีการออกแบบและพัฒนาเว็บไซต์ของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง เพื่อสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายแบบ Online Marketing Channel ภายใต้ชื่อเว็บไซต์ https://betelpalmth.com ซึ่งเป็นเว็บไซต์สองภาษาประกอบด้วยภาษาไทยและภาษาอังกฤษเพื่อให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้หลากหลายกลุ่มมากขึ้น และทางเฟสบุ๊ค เครือข่ายวิสาหกิจโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง

อภิปรายผลการวิจัย

1. การพัฒนาต้นแบบของผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก ของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

จุดมุ่งเน้นที่สำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์กาบหมาก เพื่อตอบสนองกลุ่มเป้าหมายทั้งกลุ่มชาวไทยและชาวต่างชาติ เป็นเรื่องผลิตภัณฑ์กาบหมากที่ต้องตอบโจทย์ด้านความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชนท้องถิ่น สินค้าต้องมีคุณภาพดีมีคุณประโยชน์ด้านการใช้สอยมากกว่าการเป็นของตกแต่ง และการชูจุดเด่นในเรื่องของการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับผลการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทั้งงานวิจัยของสุทธดา ขัตติยะและคณะ 2566); ปรางค์ทิพย์ มีศิลป์ และกัสมา กาซ้อน (2565); ธมยันตี ประยูรพันธ์ นันทพร โกสิยาภรณ์ และสมเกียรติ สุทธิยาพิวัฒน์ (2564); และณธกร อุไรรัตน์ (2560) ได้กล่าวว่า การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน ควรออกแบบและพัฒนาโดยคำนึงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน เน้นประโยชน์ใช้สอย และสินค้าควรมีความโดดเด่นสะดุดตาผู้บริโภค นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์กาบหมากยังเป็นการเพิ่มมูลค่าของวัสดุธรรมชาติในชุมชน

2. ต้นทุนและผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์จากกาบหมากของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

สำหรับประเด็นการศึกษาด้านต้นทุน และผลตอบแทนของผลิตภัณฑ์จากกาบหมากของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการพิจารณาต้นทุนเป็นรายชิ้น และแบ่งตามชนิดของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เห็นโครงสร้างต้นทุน การตั้งราคา และอัตรากำไรขั้นต้นที่ชัดเจนเป็นรายชิ้นแบ่งแยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ต้นทุนที่มีสัดส่วนมากที่สุดเป็นต้นทุนผันแปร ขึ้นอยู่กับลักษณะ

ของผลิตภัณฑ์ โครงสร้างต้นทุนผันแปรในการผลิตผลิตภัณฑ์จากกาบหมากจะมีโครงสร้างรายการต้นทุนผันแปรที่คล้ายกับผลการศึกษาต้นทุนการผลิตสินค้าชุมชนในรูปแบบต่างๆ ในงานวิจัยของ ชนิดาภา มาตราช และรุ่งนภา กิตติลาภ (2559); ผกามาศ มูลวันดี (2560); แก้วมณี อุทิรัมย์และคณะ (2560) และ นภิสา ไร่แตงและคณะ (2565) ซึ่งพบว่า แม้ผลิตภัณฑ์จากชุมชนจะใช้ผลพลอยได้จากทรัพยากรในชุมชน แต่เมื่อนำมาเพิ่มมูลค่าเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ ต้นทุนผันแปรมีสัดส่วนที่สูง เนื่องจากประกอบด้วยต้นทุนด้านวัสดุและของตกแต่งมีสัดส่วนที่มากที่สุดเพื่อให้ชิ้นงานเกิดความสวยงามเป็นเอกลักษณ์ รองลงมาจะเป็นต้นทุนค่าแรงงาน หากมีการฝึกฝนให้คนในกลุ่มมีความชำนาญจนสามารถผลิตชิ้นงานหัตถกรรมที่สามารถกำหนดราคาสูงขึ้นจะช่วยให้สามารถบริหารต้นทุนและผลตอบแทนได้ดีขึ้นได้ในอนาคต

3. ช่องทางการจำหน่ายของผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก ของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก ของโรงเรียนชีวิต ณ บ้านสายรุ้ง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่เคยผลิตเพื่อจัดจำหน่ายในเชิงพาณิชย์ ผลิตขึ้นเพื่อรวมกลุ่มทำงานศิลปะหัตกรรมในช่วงเวลาว่าง เพื่อเป็นการพบปะกันของกลุ่มสมาชิก การสร้างช่องทางการจำหน่ายจึงเป็นประเด็นที่สำคัญพอๆ กับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเป็นการเปิดช่องทางในด้านการตลาดในลักษณะ Offline Marketing Channel และและแบบ Online Marketing Channel สอดคล้องงานวิจัยของ พระครูปริยัติคุณรังษี (ลิขิต คำหงษา) พัทธนันท์ นวลน้อย และเอกลักษณ์ คงทิพย์ (2565) ที่มุ่งเน้นช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบ Offline Marketing Channel ณ จุดผลิตในชุมชนให้แก่นักท่องเที่ยว และการพัฒนาให้จุดผลิตผลิตภัณฑ์เป็นแหล่งเรียนรู้และจำหน่ายสินค้าให้แก่บุคคลทั่วไป และงานวิจัย ของเยาวลักษณ์ สุวรรณแข และคณะ (2566) ที่มุ่งเน้นช่องทางการจัดจำหน่ายรูปแบบ Online Marketing Channel และมีการออกแบบกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดความรู้เพื่อพัฒนาทักษะการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการขยายช่องทางตลาดสินค้าออนไลน์ เพื่อสร้างนวัตกรรมท้องถิ่นการปรับใช้นวัตกรรมพร้อมใช้และสามารถถ่ายทอดความรู้ไปสู่สมาชิกคนอื่นๆ เพื่อสนับสนุนให้ชุมชนมีพื้นที่โอกาสเรียนรู้ได้อย่างต่อเนื่องและสามารถพึ่งตนเองได้

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. การออกแบบผลิตผลิตภัณฑ์จากกาบหมาก ควรชูจุดเด่น 3 ประเด็น คือ ประเด็นแรกควรมีการนำเสนอจุดเด่นเรื่องความเป็นเอกลักษณ์ชุมชนท้องถิ่น ประเด็นที่สอง เป็นการพัฒนารูปลักษณ์ที่เน้นคุณภาพและประโยชน์ใช้สอย และประเด็นสุดท้ายเป็นการมุ่งเน้นเรื่องการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเน้นสีธรรมชาติที่เป็นเนื้อสีแท้ตามธรรมชาติของผลิตภัณฑ์เนื่องจากจะเป็นการสื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่มาจาก

ธรรมชาติ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถใช้เป็นประเด็นในการชูจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ได้นอกเหนือจากการออกแบบรูปแบบการใช้งานผลิตภัณฑ์

2. ควรมีการวางแผน จัดทำบัญชี และบันทึกต้นทุนการผลิตผลิตภัณฑ์กาบหมากเป็นรายชิ้น โดยมีการบันทึกข้อมูลอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้สะท้อนต้นทุนที่แท้จริงของผลิตภัณฑ์กาบหมากในแต่ละช่วงเวลาการผลิต นำไปสู่การกำหนดราคารายชิ้นที่เหมาะสม และประมาณการผลตอบแทนที่เกิดขึ้น ซึ่งการศึกษาต้นทุน ผลตอบแทน และการกำหนดราคาเป็นสิ่งที่สำคัญกับความยั่งยืนของกลุ่มผู้ผลิตในชุมชน การทราบต้นทุนสินค้า จะช่วยให้สามารถตั้งราคาที่เหมาะสมและสามารถกำหนดอัตรากำไรในการผลิตผลิตภัณฑ์แต่ละชิ้นได้ ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้มีการคำนวณสัดส่วนต้นทุนการผลิตสินค้า ออกเป็นต้นทุนคงที่ ต้นทุนผันแปร และการคิดอัตรากำไรขั้นต้น โดยกำหนดตามลักษณะการเปลี่ยนแปลงของต้นทุน ทั้งนี้ การจำแนกต้นทุนผลิตภัณฑ์ การจัดเก็บวัสดุและวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ตลอดจนการจัดเก็บผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปในอนาคตเพื่อรองรับความต้องการของตลาด ควรจัดทำเป็นรายผลิตภัณฑ์ (Stock Keeping Unit: SKU) โดยกำหนดเป็นหน่วยที่จำแนกประเภทผลิตภัณฑ์ เป็นการช่วยแยกความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ บันทึกต้นทุนผลิตภัณฑ์ และการจัดการการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์อย่างเหมาะสม ประเด็นทั้งหมดนี้จะช่วยคาดการณ์ วางแผน จัดการ และควบคุมผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตได้

3. ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กาบหมาก ควรพิจารณากำหนดเป็น 2 แนวทาง คือ แนวทางแรกเป็นการจำหน่ายรูปแบบ Offline Marketing Channel ณ จุดผลิตในชุมชน หรือห้างโมเดิร์นเทรด หรือฝากขาย ณ จุดจัดจำหน่ายของที่ระลึกในจุดท่องเที่ยว เพื่อจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวและประชาชนทั่วไป และแนวทางในอนาคตของช่องทางนี้ อาจมีการพัฒนาให้จุดผลิตผลิตภัณฑ์กาบหมากของชุมชนให้เป็นแหล่งเรียนรู้ พร้อมจำหน่ายสินค้าให้แก่ผู้เยี่ยมชมและบุคคลทั่วไป ในส่วนแนวทางที่สองเป็นช่องทางจัดจำหน่ายแบบ Online Marketing Channel ซึ่งใช้ประโยชน์เพื่อการขยายฐานลูกค้าทั้งในและต่างประเทศ รวมทั้งผู้สนใจซื้อซ้ำที่สามารถสั่งซื้อได้โดยไม่ต้องเดินทางมายังแหล่งผลิต ทั้งนี้ ควรมีการจัดโครงสร้างฝ่ายดูแลลูกค้าออนไลน์เป็นการเฉพาะ เพื่อตอบข้อคำถาม จัดการคำสั่งซื้อ และผลิตสื่อออนไลน์ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กลุ่มลูกค้าในช่องทางนี้ และเพิ่มการตอบสนองความรวดเร็วในการบริการลูกค้า

4. แนวทางการจัดการการผลิตผลิตภัณฑ์กาบหมากเพื่อกระตุ้นยอดจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์ และก่อให้เกิดความยั่งยืนต่อไป คือ การสร้างครูภูมิปัญญาในการผลิตชิ้นงานที่ประณีตเพื่อรองรับการผลิตผลิตภัณฑ์กาบหมากที่มีมูลค่าสูง และการสร้างคู่มือและสร้างรูปแบบการถ่ายทอดผลิตภัณฑ์กาบหมากแบบมาตรฐานสำหรับสินค้าที่ผลิตง่าย ผลิตในปริมาณมาก และไม่มีความซับซ้อนในการผลิตมากนัก เพื่อการเจาะกลุ่มตลาดผู้ซื้อ การผลิตชิ้นงานควรแบ่งแยกออกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ สินค้าที่มีรูปลักษณ์คล้ายคลึงกันที่มีสามารถผลิตได้รวดเร็ว มีราคาต่ำ เน้นขายปริมาณมาก และสินค้าในลักษณะงานหัตถกรรม ที่เป็นงานประณีต มีความแตกต่าง หรือเป็นชิ้นงานสั่งทำตามคำสั่งซื้อของลูกค้า

ทำให้สามารถตั้งราคาสูง เน้นขายเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ เช่น การให้ของขวัญตามเทศกาล ในส่วนของผลการสำรวจนี้เป็นการตอบสนองลูกค้ากลุ่มเป้าหมายในลักษณะของ Business to Customer ซึ่งหากทางกลุ่มมีความเชี่ยวชาญมากยิ่งขึ้นในการผลิตสินค้าจำนวนมากได้ สามารถเจาะตลาดประเภท Business to Business ได้ เช่น ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร ที่สนใจสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์จากชุมชนโดยใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น จานจากกาบหมาก เป็นต้น จะช่วยให้สามารถขายได้ในปริมาณมากขึ้นได้ในอนาคต เป็นการคืนรายได้กลับไปสู่กลุ่มและชุมชนจากทรัพยากรในท้องถิ่น ตลอดจนการพึ่งพาตนเองของคนในชุมชนต่อไป

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ศึกษาวิธีการจัดการกับเนื้อวัสดุจากกาบหมากที่เป็นจะนำมาใช้เป็นวัตุดิบหลักในการผลิตที่ต้องใช้วัตถุดิบจำนวนมาก ทั้งในกรณีโดนแดดเผาจะกรอบจนไม่สามารถถักและสานได้ หรือหากเปียกฝนหรือเปียกน้ำเป็นเวลาหลายวัน เนื้อวัสดุธรรมชาติจะขึ้นรา

2. ส่งเสริมและผลักดันให้กลุ่มในชุมชนการทำตลาดดิจิทัลที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนและสามารถจำหน่ายในต่างประเทศได้

เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง กระทรวงมหาดไทย. (2559). ***จำนวนประชากรจากการทะเบียน จำแนกตามกลุ่มอายุ เพศ และ จังหวัด พ.ศ. 2559.*** http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx

แก้วมณี อุทิรัมย์และคณะ. (2560). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทอผ้าไหมมัดหมี่ตีนแดง ตำบลนาโพธิ์ อำเภอนาโพธิ์ จังหวัดบุรีรัมย์. ***วารสารวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 12***(2), 116-124.

ชนิดาภา มาตราช และรุ่งนภา กิตติลาภ. (2559). การศึกษาต้นทุนและผลตอบแทนกลุ่มทอผ้าไหมมัดหมี่ “ลายฟองน้ำหัวฝ่าย” ตำบลปอแดง อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น. ***วารสารสถาบันวิจัยพิมลธรรม, 3***(2), 209-222.

ณธกร อุไรรัตน์. (2560). การศึกษาเพื่อการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเจ๊กเชยเสาไห้ จังหวัดสระบุรี. ***วารสารวิจิตรศิลป์, 8***(1), 165-202.

ฐปนัท แก้วปาน สราวุธ อิศรานุวัฒน์, และ จริยา แผลงนอก. (2563). หลักการและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์. ***วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 22***(2), 161-182.

ธมยันตี ประยูรพันธ์ นันทพร โกสิยาภรณ์ และสมเกียรติ สุทธิยาพิวัฒน์. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาช่องทางการตลาด และการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตภาชนะกาบหมาก กรณีศึกษากลุ่มพลังสตรีวิถีชาวพร่อน. ***วารสารพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต, 9***(3), 452-464.

นภิสา ไร่แตง รัตนาวลี อุดใจ ชลกร ภูกัน และกัสมา กาซ้อน. (2565). ต้นทุน ผลตอบแทนและการพัฒนาเสื่อกก บ้านสมบูรณ์ดี ตำบลเม็งราย อำเภอพญาเม็งราย จังหวัดเชียงราย. ***วารสารบัญชีปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 5***(2), 44-55.

ปรางค์ทิพย์ มีศิลป์ และกัสมา กาซ้อน. (2565). การพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์เนคไทลายชาติพันธุ์อาข่าในตำบลห้วยชมภู อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย.***วารสารบัญชีปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 7***(2), 16-30.

ผกามาศ มูลวันดี. (2560). การวิเคราะห์ต้นทุนและผลตอบแทนจากการทอเสื่อกกของกลุ่มสตรีในเขตพื้นที่ตำบลทุ่งวัง อำเภอสตึก จังหวัดบุรีรัมย์. ***วารสารวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์, 12***(1), 8-16.

พระครูปริยัติคุณรังษี (ลิขิต คำหงษา) พัทธนันท์ นวลน้อย และเอกลักษณ์ คงทิพย์. (2565). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาช่องทางการตลาด และการบริหารจัดการวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผู้ผลิตภาชนะกาบหมาก กรณีศึกษากลุ่มพลังสตรีวิถีชาวพร่อน.***วารสาร มจร. อุบลปริทรรศน์, 7***(2), 883-894.

เยาวลักษณ์ สุวรรณแข ก้องเกียรติ บุญช่วย ลัดดา ประสาร ธีระ ราชาพล และพินิจ ดวงจินดา. (2566). การศึกษาบริบทชุมชนเพื่อการพัฒนาทักษะการรู้ดิจิทัลที่ช่วยเพิ่มขีดความสามารถการแข่งขันของผลิตภัณฑ์แบรนด์ “กาหลง” : กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเตาะหมากบ้านทุ่งพัก ตำบลทุ่งนุ้ย อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล.***วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 6***(1), 77-92.

ศุภชัย เหมือนโพธิ์. (2564). วิจัยและพัฒนารูปแบบการพัฒนาธุรกิจชุมชนโดยใช้ฐานคิดการตลาดสมัยใหม่ 3.0. ***วารสารการเมืองการบริหารและกฎหมาย, 11***(3), 379-395.

สุทธดา ขัตติยะ ประภาพรรณ ไชยานนท์ และศศิวิมล ภู่พวง. (2566). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในจังหวัดเชียงราย. ***วารสารบัญชีปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 8***(2), 1-20.

สุพะยอม นาจันทร์ ปทุมพร หิรัญสาลี จุไรรัตน์ ทองบุญชู วรกร ภูมิวิเศษ และลักขณา ดำชู. (2562). ***ต้นทุนและผลตอบแทนในการลงทุนของกลุ่มหัตถกรรมบ้านชุมพอ ตำบลเกาะแต้ว อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา.*** มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นวัตกรรมสร้างสรรค์สังคม. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ระดับชาติ ครั้งที่ 2 (Poster 926). คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.

สุภา จุฬคุปต์. (24 กรกฎาคม 2560). ผลิตภัณฑ์จากกาบหมากช่วยสร้างอาชีพให้ชุมชน. ***ไทยโพสต์***, 24.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2559). ***สรุปสถานการณ์ท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นรายจังหวัด พ.ศ. 2559.*** http://statbbi.nso.go.th/staticreport/page/sector/th/01.aspx

อาชัญ นักสอน. (2559). กระบวนการออกแบบและพัฒนา ชุดอุปกรณ์สำหรับการบริโภคข้าวเหนียว. ***วารสารศิลปกรรมสาร, 11***(2), 101-133.