

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นตั้งเมกรอบของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว
บ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด

Product Development from Local Product Crispy Nougat Dessert
(Tung-May) in Ban Nam Chieo Tourism Community Enterprise,
Trat Province

ภฤษณม ฤนอมธีระนันท์* ภฤตติยา สัตย์พานิช ปัญญณัฐ ศิลาลาย และณรงค์ อนุพันธ์
Krissana Thanomtheranan, Krittiya Satpanit, Panyanat Silalai
and Narong Anuphan*

สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จ. จันทบุรี 22000

Department of Management, Faculty of Management Science, Rambhai Barni

Rajabhat University, Chanthaburi 22000, Thailand

*Corresponding author: E-mail: Krissana.t@rbru.ac.th

(Received: February 15, 2024; Revise: March 25, 2024; Accepted:..., 2024)

Abstract: This study aims to investigate the state of affairs, issues, and requirements for product creation. It is a participatory action research study from three groups, the design and development of crispy nougat (Tang-may) dessert of the Ban Nam Chiao Tourism Community Enterprise, Trat Province. Group 1, comprising the community enterprise's president and vice president, researched the demands, issues, and circumstances surrounding tang-may items at the time. The group included 10 members of the community enterprise and 2 elders from the community. Group 2 had the potential to include ten members from the community enterprise, but further details about their role were not provided. Group 3 was responsible for product design and development. This group consisted of ten individuals, including two researchers, four members of the research team, and specialists from the university and officials from Nam Chiao Municipality. An issue recording form and an interview form were used as the research instruments. The study's findings indicated that the color and flavor of Ban Nam Chiao's tang-may are distinctive. Members of the group were skilled and knowledgeable in making tang-may. They created items with tang-may by incorporating coffee flavor. Additionally, the packaging consisted of a rectangular brown box with a wooden pattern, featuring the emblem and background of Ban Nam Chiao.

Keywords: product development from local product, crispy nougat dessert (tung-may), community enterprise

บทคัดย่อ: การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตั้งเมกรอบของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ซึ่งศึกษาจาก 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการของผลิตภัณฑ์ตั้งเมกรอบ คือ ประธานและรองประธานวิสาหกิจชุมชน จำนวน 1 คน สมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 10 คน และผู้อาวุโสในชุมชน จำนวน 2 คน และกลุ่มที่ 2 ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 10 คน ส่วนกลุ่มที่ 3 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ สมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 10 คน

ผู้เชี่ยวชาญจากมหาวิทยาลัยและเจ้าหน้าที่เทศบาลน้ำเขียว จำนวน 2 คน และคณะผู้วิจัย จำนวน 4 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ และแบบบันทึกประเด็นการสนทนากลุ่ม ผลการวิจัยพบว่า ตังเมกรอบของบ้านน้ำเขียวมีเอกลักษณ์โดดเด่นด้านสีส้ม และรสชาติ สมาชิกกลุ่มมีความรู้และทักษะความชำนาญในการผลิตตังเมกรอบ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ตังเมกรอบด้วยการเพิ่มรสชาติกาแฟ และบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องรูปทรงสี่เหลี่ยมสีน้ำตาล ลวดลายไม้ตรงบริเวณกล่อง มีประวัติบ้านน้ำเขียวและโลโก้บนบรรจุภัณฑ์

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ตังเมกรอบ วิสาหกิจชุมชน

คำนำ

เอกลักษณ์และวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่บ่งบอกถึงภูมิปัญญาของคนในท้องถิ่นหรือความเป็นชาติที่ใครไม่สามารถนำไปเป็นเจ้าของได้ (Chumkate, 2015) ในแต่ละพื้นถิ่นจะมีทรัพยากรที่แตกต่างกันออกไป โดยทรัพยากรบางชนิดสามารถนำมาสร้างประโยชน์ให้แก่ชุมชนมาอย่างช้านานจนกลายเป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่น ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ตามท้องถิ่นที่มาจากภูมิปัญญาได้รับความสนใจจากผู้บริโภค จนทำให้ผู้ประกอบการชุมชนหลายรายเข้ามาแข่งขันกันในตลาดมากขึ้น โดยทิศทางของการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ของแต่ละท้องถิ่นด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์และสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคในทิศทางที่ดีขึ้น แต่ปัญหาการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนนั้น พบว่า ยังมีปัญหาทางด้านของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค การออกแบบผลิตภัณฑ์จึงเป็นส่วนที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชน (Sasongkoah, 2011)

ชุมชนท้องถิ่นมีความน่าสนใจเป็นพิเศษสำหรับนักท่องเที่ยวเพราะสภาพแวดล้อม วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ขนบธรรมเนียม และลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่มีลักษณะเฉพาะ (Butler et al., 1998) เช่นเดียวกันกับชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เป็นชุมชนที่มีความสำคัญทางเศรษฐกิจ และเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากรทางธรรมชาติ รวมไปถึงวัฒนธรรม ประเพณีของการอยู่ร่วมกันภายในชุมชนที่ผสมผสานวิถีชีวิตการอยู่ร่วมกันของชาวไทย ชาวจีน และชาวมุสลิมที่อาศัยอยู่รวมกันอย่างลงตัว

มีการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านประเพณี วัฒนธรรม ที่อยู่อาศัย และอาหาร ซึ่งผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นในชุมชนนี้ คือ ตังเมกรอบ พบว่าชุมชนยังประสบปัญหาจากการขาดประสบการณ์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์และความคิดสร้างสรรค์มาพัฒนา ถึงแม้ว่าชุมชนจะเป็นพื้นที่หนึ่งในชุมชนต้นแบบการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนที่มีศักยภาพก็ตาม แต่ผลิตภัณฑ์ชุมชนของบ้านน้ำเขียวนั้นได้รับการคัดสรรเป็นจำนวนค่อนข้างน้อยเนื่องจากไม่สามารถที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนเองให้มีคุณสมบัติได้ตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด จึงส่งผลถึงรายได้ในการจัดจำหน่าย เพราะการที่ผลิตภัณฑ์ใดมีผลการประเมินอยู่ในระดับ 4-5 ดาว จะเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ทำให้ได้รับความนิยมเชื่อถือเป็นที่ต้องการของตลาด ราคาผลิตภัณฑ์ที่สูงขึ้น และการมีรายได้เพิ่มขึ้น (Chumworathayee, 2014) ดังนั้นสมาชิกในชุมชนจึงมีความจำเป็นที่ต้องมีการปรับเปลี่ยนตัวเองและพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับยุคสมัยที่เปลี่ยนไป นับเป็นการต่อยอดภูมิปัญญาและสร้างคุณค่าต่อผลิตภัณฑ์อย่างยั่งยืน อีกทั้งยังเป็นโอกาสทางเศรษฐกิจของสมาชิกในการสร้างรายได้สู่ชุมชน (Patcharametha, 2016)

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นนี้ ปัญหาทางด้านของรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุมชนที่ยังไม่เป็นที่ต้องการของผู้บริโภค คณะผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของปัญหาจึงได้กำหนดวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ตังเมกรอบของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด รวมถึงปัญหาและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) เพื่อศึกษาศักยภาพ

ของกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ 3) เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตั้งเมกรอบของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ตั้งเมกรอบที่ชุมชนบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด เป็นกรณีศึกษา เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีทั้งเอกลักษณ์ทางศาสนาและวัฒนธรรม มีทุนและทรัพยากรทั้งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ที่สามารถนำไปสร้างมูลค่าเพิ่มในรูปแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สามารถต่อยอดไปถึงการสร้างรายได้รูปแบบอื่นภายในชุมชน นอกเหนือจากประโยชน์ที่ได้จากการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์แล้ว ยังถือเป็นการยกระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์ โดยมุ่งหวังให้ชาวบ้านในชุมชนช่วยกันสร้างให้เกิดมาตรฐานสำหรับผลิตภัณฑ์ในชุมชนของตนเองให้เป็นที่ยอมรับของนักท่องเที่ยว เพื่อก่อให้เกิดการสร้างกระแสนิยมการใช้สินค้าไทยถือว่าการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น ควบคู่กับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมนำรายได้สู่สมาชิกในชุมชน เป็นการช่วยบรรเทาปัญหาความยากจน ก่อให้เกิดความเข้มแข็งและส่งเสริมการพัฒนาชุมชนในระดับรากหญ้าอย่างยั่งยืน

อุปกรณ์และวิธีการ

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (participatory action research) เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ศักยภาพของกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นำไปสู่การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตั้งเมกรอบของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ซึ่งพื้นที่วิจัย คือ หมู่บ้านน้ำเขียว ตำบลน้ำเขียว อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด ใช้ระยะเวลาในการทำวิจัยทั้งสิ้น 7 เดือนเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายน 2563 – เดือนมิถุนายน 2564

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษานี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ผลิตตั้งเมกรอบเพียงกลุ่มเดียวในหมู่บ้านน้ำเขียว จากภูมิปัญญาของสมาชิกกลุ่มที่สืบทอดต่อกันมาเป็นรุ่น ๆ สำหรับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักประกอบด้วย 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 สำหรับศึกษาสภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ตั้งเมกรอบ ปัญหาและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ประธานวิสาหกิจชุมชน จำนวน 1 คน รองประธานวิสาหกิจชุมชน จำนวน 1 คน ผู้อาวุโสในชุมชนบ้านน้ำเขียว จำนวน 2 คน โดยคัดเลือกจากผู้แทนหรือผู้ดำรงตำแหน่งในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และปราชญ์ชาวบ้าน นอกจากนี้ยังมีสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 10 คน คัดเลือกจากสมาชิกที่เป็นผู้ผลิตตั้งเมกรอบเป็นระยะเวลา 10 ปีขึ้นไป ทั้งนี้จำนวนของผู้ให้ข้อมูลเป็นไปตามเกณฑ์ที่สอดคล้องกับแนวคิด Macmillan (1971) ที่มีข้อเสนอว่าหากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญมีจำนวน 13-17 คน จะเป็นระดับที่ให้ผลของอัตราการลดลงของค่าความคลาดเคลื่อน (error) อยู่ที่ 0.54-0.50 และคงที่ที่ระดับ 0.04 กลุ่มที่ 2 ศักยภาพภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด จำนวน 10 คน คัดเลือกจากสมาชิกที่ยินดีร่วมดำเนินกิจกรรม ส่วนกลุ่มที่ 3 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จำนวน 10 คน คัดเลือกจากกลุ่มสมาชิกในกลุ่มที่ 1 ร่วมกับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ จากมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จำนวน 2 คน เจ้าหน้าที่เทศบาลบ้านเขียว จำนวน 2 คน และคณะผู้วิจัย จำนวน 4 คน คัดเลือกจากผู้ที่มีความเชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างทุกกลุ่มใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ แก่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตังเมกรอบ และแบบบันทึกประเด็นการสนทนากลุ่มเกี่ยวกับจุดแข็ง (Strengths: S) จุดอ่อน (Weaknesses: W) โอกาส (Opportunities: O) และอุปสรรค (Threats: T) ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมถึงช่วยกันเสนอแนะแนวทางการจัดจุดอ่อนและอุปสรรคต่าง ๆ ตลอดจนเสริมจุดแข็ง และเพิ่มโอกาสการพัฒนาผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังมีการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น นำเสนอข้อมูล แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และสร้างการเรียนรู้ร่วมกัน ผ่านการสนทนากลุ่ม การสังเกตแบบมีส่วนร่วม การสังเคราะห์ข้อมูลร่วมกันของคณะผู้วิจัยและสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยใช้การบันทึกภาพนิ่งเพื่อบันทึกการร่วมกิจกรรม นำข้อมูลมาวิเคราะห์ในประเด็นต่าง ๆ เพื่อออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตังเมกรอบพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลจากพื้นที่วิจัยใช้วิธีการการสัมภาษณ์เชิงลึก (in depth interview) การสนทนากลุ่ม (focus group discussion) กับผู้ให้ข้อมูลหลัก ประกอบการศึกษาแนวคิดทฤษฎีงานวิจัย และเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ วิสาหกิจชุมชน การมีส่วนร่วม การวิเคราะห์ SWOT และข้อมูลผลิตภัณฑ์ ตังเมกรอบชุมชนบ้านน้ำเขียว

ขั้นตอน 2 การศึกษาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว ใช้วิธีการจัดประชุมกลุ่มเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลที่วิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในวันที่ 21 พฤษภาคม 2564

ณ ศูนย์วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด และสรุปผลเพื่อนำผลข้อมูลมาวิเคราะห์และขยายผลต่อไป

ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบและพัฒนาร่างต้นแบบผลิตภัณฑ์ ตังเมกรอบ โดยนำผลจากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 และ 2 มาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ใช้วิธีการสนทนากลุ่มเพื่อร่วมกันวิเคราะห์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ จากนั้นดำเนินการสนทนากลุ่มเพื่อยืนยันการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามร่างต้นแบบที่ได้นำเสนอพร้อมปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ สมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ เจ้าหน้าที่เทศบาลบ้านเขียว และคณะผู้วิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงคุณภาพจากแบบสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่ม คณะผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาเป็นหลัก (content analysis) โดยจะเป็นการวิเคราะห์ไปพร้อม ๆ กับการรวบรวมข้อมูลและทำงานย้อนกลับไประหว่างเก็บข้อมูลกับการวิเคราะห์ข้อมูล หลังจากนั้นนำข้อมูลมาจัดหมวดหมู่ หาความเชื่อมโยงความสัมพันธ์ต่าง ๆ และออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตังเมกรอบของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด

ผลการศึกษา

จากการศึกษาครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังต่อไปนี้

ส่วนที่ 1 สภาพปัจจุบัน ปัญหา และความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ตังเมกรอบ

สภาพโดยทั่วไปของชุมชนหมู่ที่ 3 บ้านน้ำเขียว ตำบลน้ำเขียว อำเภอแหลมงอบ จังหวัดตราด มีประชากรในหมู่บ้านประมาณ 850 คน ส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม ประกอบอาชีพ รับจ้าง ค้าขาย ประมง และเกษตรกรรม จุดเด่นของหมู่บ้าน คือ มีการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในชุมชน ซึ่งตังเมกรอบ

เป็นของฝากที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ตั้งเมกรอบ ขนมน้ำตาลซัก หรือขนมไม้ เป็น ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ได้แก่ 1) การสืบทอดสูตรของตั้งเมกรอบในแต่ละ ครัวเรือนจากรุ่นสู่รุ่น ปัจจุบันเป็นรุ่นที่ 4 โดย ส่วนผสมสำคัญของตั้งเมกรอบประกอบด้วย น้ำตาล สมัยก่อนใช้น้ำตาลอ้อยเป็นส่วนผสมหลัก ในการทำขนมจึงมีสีค่อนข้างเข้ม หลังจากนั้นมีการ ปรับสูตรมาใช้น้ำตาลทรายแดง ขนมนึ่งมีสีขาว นวลอมเหลืองเหมือนแท่งไม้ทำให้น่ารับประทาน และแตกต่างจากที่อื่น นอกจากนี้ตั้งเมกรอบยังมี ส่วนผสมสำคัญ คือ กะทิ และแบะแซ สำหรับ เอกลักษณ์ด้านรสชาติของตั้งเมกรอบบ้านน้ำเขียว คือ รสชาติที่มันกลมกล่อม หอมกะทิ หวานน้อย และกรอบนาน และ 2) เทคนิคการชกน้ำตาลหรือ การตีน้ำตาลที่ต้องอาศัยประสบการณ์และความ ชำนาญเฉพาะบุคคล ทำให้ตั้งเมกรอบมีรูปร่างกลาง เกิดความกรอบและสามารถเก็บรักษาไว้ได้นาน ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้สัมภาษณ์ว่า “เคล็ดลับที่สำคัญของการทำตั้งเมกรอบ คือ การ เคี้ยวน้ำตาลและนำไปพักในน้ำเย็นกับการตั้ง ตั้งเมกรอบที่ต้องอาศัยประสบการณ์และความ ชำนาญที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น”

ปัจจุบันในชุมชนบ้านน้ำเขียวมีเพียงไม่ ถึง 10 ครัวเรือนที่ผลิตตั้งเมกรอบในลักษณะ อุตสาหกรรมครัวเรือน แต่ละครัวเรือนเป็นรูปแบบ

ธุรกิจครอบครัวซึ่งมีตราสินค้าเป็นของตนเอง จัดจำหน่ายแบบขายส่งและขายปลีกทั่วประเทศ ไทย และต่างประเทศ เช่น ประเทศเกาหลี เป็นต้น โดยตั้งเมกรอบจะบรรจุใส่ถุงพลาสติกใส 1 ถุง ประกอบด้วยตั้งเมกรอบ จำนวน 24 ชิ้น ขายปลีก ในราคาห่อละ 35 บาท หรือ 3 ห่อ 100 บาท ทั้งนี้ สมาชิกในกลุ่มยังมีได้นำเทคโนโลยีการผลิตที่ ทันสมัยมาใช้ในกระบวนการผลิตยังคงใช้แรงงาน จากสมาชิกในครอบครัวประมาณ 5-6 คน โดยเริ่ม ผลิตตั้งแต่เวลา 9.00-16.00 น.

สำหรับปัญหาสำคัญของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชน คือ การขาดความรู้และทักษะในการ ออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ รวมถึงสมาชิก กลุ่มขาดเทคนิคการดำเนินงานการผลิตให้มี ประสิทธิภาพ ส่วนความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ สมาชิกกลุ่มต้องการผลิตผลิตภัณฑ์รูปแบบ ใหม่ ๆ แต่ยังขาดความรู้ความเข้าใจในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ จึงต้องการผู้เชี่ยวชาญที่มีความรู้ ความสามารถด้านการออกแบบและพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้ความรู้และสาธิตให้ดูอย่างใกล้ชิด ส่วนการบริหารจัดการยังขาดประสิทธิภาพ เนื่องจากมีประสบการณ์การทำงานระบบกลุ่มที่ เป็นทางการจึงต้องการทราบวิธีการที่ดี สามารถ นำมาใช้ในการพัฒนาประสิทธิภาพการดำเนินงาน ของกลุ่มได้ (Table 1)

Table 1. Issues and the requirements for product development

Issues	The requirements for product development
1. A lack of expertise in creating or designing new things. that differs from what was previously A group member commented, "Right now the production skills are not good enough," in reference to the crispy nougat format, which only has the original format. I merely carry out the same procedure. There aren't any new clients arriving. 2. Members of the enterprise group do not yet possess effective and efficient manufacturing methods. This is so because family makes up the majority of the enterprise group members. or neighbor Furthermore, there is no unnecessary production in the process of making nougat crisps. Members of the group stated, "While knowledge is provided by outside agencies, it is not ongoing." Because of this, work changes remain ineffective.	Experts are required to impart knowledge and show how new things are made. They desire close guidance from an expert. As soon as an instructor comes to show me, a group member said. We'll be able to practice and most likely pick up a lot more styles. You want to use efficient and successful management strategies. "Right now, members are making crispy tang-may at their own homes," a group member stated. I'll then bring a few of the goods back to the shop group for tourists.

ส่วนที่ 2 ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

หลังจากได้ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับปัญหาและความต้องการของสมาชิกกลุ่ม คณะผู้วิจัยได้ประสานงานเพื่อจัดประชุมระดมความคิดของสมาชิกกลุ่ม ประเมินศักยภาพของกลุ่มด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้

1. จุดแข็ง คือ สมาชิกกลุ่มมีความรู้ความสามารถ และทักษะความชำนาญในการผลิตตั้งเมกรอบที่ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น นอกจากนี้สมาชิกกลุ่มยังมีวัฒนธรรมแบบชนบท ซึ่งให้ความสำคัญกับความเป็นเครือญาติ เพื่อน มีความสนิทสนมและอยู่ร่วมกันในชุมชนเป็นเวลายาวนาน

2. จุดอ่อน พบว่า ผู้ผลิตตั้งเมกรอบในชุมชนมีเพียงไม่กี่ราย และเป็นลักษณะการผลิตแบบเครือญาติที่ใช้รูปแบบการผลิตแบบดั้งเดิม จึงทำให้ปริมาณการผลิตในแต่ละวันค่อนข้างจำกัดตั้งเมกรอบมีบรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่ทันสมัยและไม่มีอัตลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นชุมชนบ้านน้ำเขียวนอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ยังไม่สามารถสร้างความแตกต่างในการรับรู้ของผู้บริโภคด้านความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ และตราสินค้า

3. โอกาส พบว่า นโยบายการพัฒนาสร้างความเข้มแข็งจากฐานรากในการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนและผลิตภัณฑ์ชุมชน อีกทั้งชุมชนบ้านน้ำเขียวเป็นชุมชนพหุวัฒนธรรมโดยภายในชุมชนนั้นมี 2 ศาสนา 3 วัฒนธรรม คือ ศาสนาพุทธและศาสนาอิสลาม และวัฒนธรรมไทย จีน และมุสลิม มีทรัพยากรทางธรรมชาติอุดมสมบูรณ์และสมดุลแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ในการอาศัยอยู่ร่วมกันของมนุษย์กับธรรมชาติที่มีการพึ่งพิงอาศัยกันอย่างลงตัว ทรัพยากรทางธรรมชาติของชุมชนบ้านน้ำเขียวที่เปรียบเสมือนหัวใจของชุมชนและชาวบ้าน ซึ่งความโดดเด่นของชุมชนดังกล่าวทำให้เกิดแรงจูงใจและสามารถตอบสนองพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาเพื่อศึกษาดูงาน

4. อุปสรรค พบว่า การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศของโลกส่งผลกระทบทำให้จังหวัดตราดต้องประสบกับภัยธรรมชาติหลายครั้ง ซึ่งก่อให้เกิดความเสียหายต่อชีวิตทรัพย์สินและพืชผลทางการเกษตร



Figure 1. Tang-may both prior to and during the creation of the packaging

ส่วนที่ 3 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตัวเมกรอบของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด

จากการสัมภาษณ์ถึงวัตถุประสงค์หลักของสมาชิวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ต่อการผลิตตัวเมกรอบ พบว่า เป็นการนำวัตถุดิบในท้องถิ่นมาทำให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นการประกอบอาชีพเสริมเพิ่มรายได้ ส่งเสริมความสามัคคีในชุมชน ซึ่งความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตัวเมกรอบ ดังนี้

1. การพัฒนาความหลากหลายของรสชาติตัวเมกรอบแตกต่างจากรสดั้งเดิม เช่น รสช็อกโกแลตรสใบเตย และรสกาแฟ เป็นต้น โดยการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์รสกาแฟ โดยใช้ น้ำตาลทรายแดงผสมกับกะทิ แปะแซ และผงกาแฟเป็นหลัก และนำส่วนผสมทั้งหมดไปเคี่ยวจนข้นเหนียว เทใส่ภาชนะที่มีหล่อน้ำไว้เพื่อให้เนื้อตัวเมกรอบจับตัวเป็นก้อน เสร็จแล้วนำไปยัดให้เป็นเส้นจนได้ขนาดตามต้องการ แล้วหักเป็นท่อน ๆ ก่อนบรรจุใส่ซองบรรจุภัณฑ์

2. การพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งบรรจุภัณฑ์เดิมเป็นแค่ถุงพลาสติกใสง่ายต่อการแตกหักของตัวเมกรอบเวลาขนส่ง นอกจากนี้ เนื้อตัวเมกรอบสามารถเปลี่ยนแปลงโดยขึ้นอยู่กับอุณหภูมิเป็นสำคัญ ดังนั้นคณะผู้วิจัยและสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจึงได้ร่วมกันจัดทำแบบร่าง (sketch) บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ โดยอาศัยการออกแบบจากการเก็บรวบรวมข้อมูลประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์

ตัวเมกรอบ 5 ด้าน ได้แก่ ด้านที่ 1 การปกป้องผลิตภัณฑ์ ต้องสามารถป้องกันการสัมผัสกับน้ำและความชื้นหรืออากาศ ป้องกันตัวเมกรอบเกิดการกระแทกได้ ด้านที่ 2 การบรรจุ สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้ตามจำนวนที่ต้องการและเหมาะสม ด้านที่ 3 การอำนวยความสะดวก การขนส่ง และใช้งานง่าย เช่น การปิด การเปิด การยกถือและการเก็บรักษา ด้านที่ 4 ด้านการส่งเสริมการตลาด รูปแบบน่าสนใจ จดจำตราสินค้าได้ง่าย รวมทั้งกระตุ้นให้เกิดการตลาดใช้และซื้อซ้ำ และด้านที่ 5 ความสะอาดและความปลอดภัย กระบวนการผลิตตัวเมกรอบต้องสะอาดปลอดภัยได้มาตรฐาน

คณะผู้วิจัยนำแบบร่างบรรจุภัณฑ์ที่จัดทำเสร็จให้แก่สมาชิกกลุ่มเลือกแบบร่างผลิตภัณฑ์จนได้รูปร่างผลิตภัณฑ์ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ตัวเมกรอบ ซึ่งมีลักษณะบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องรูปทรงสี่เหลี่ยม ขนาดกว้าง 5.5 เซนติเมตร ยาว 84 เซนติเมตร สูง 11.2 เซนติเมตร เป็นกล่องกระดาษสีน้ำตาล มีลวดลายไม้ตรงบริเวณกล่อง มีช่องใสสามารถมองเห็นตัวเมกรอบในกล่องได้ มีรายละเอียดข้อความที่บ่งชี้ถึงของฝากจากจังหวัดตราด มีเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติบ้านน้ำเขียวบนบรรจุภัณฑ์ โสโลโก้ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว

วิจารณ์

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 สภาพปัจจุบันของผลิตภัณฑ์ตัวเมกรอบของวิสาหกิจ

ชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด รวมถึงปัญหาและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่าสภาพโดยทั่วไปของชุมชนบ้านน้ำเขียว ส่วนใหญ่นับถือศาสนาอิสลาม เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศอยู่ในชุมชน ซึ่งตั้งเมกรอบเป็นของฝากที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว ดึงเมกรอบ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ถ่ายทอดมาจากบรรพบุรุษ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะส่วนใหญ่สมาชิกในชุมชนเป็นญาติพี่น้องอพยพย้ายถิ่นฐานมาอยู่หรือสืบทอดบรรพบุรุษจนนับญาติกันได้ทั้งชุมชน จึงทำให้เกิดการถ่ายทอดภูมิปัญญาการผลิตตั้งเมกรอบที่มีความเป็นเอกลักษณ์จากรุ่นสู่รุ่น สอดคล้องกับ Chumworathayee (2014) พบว่า ผู้ผลิตตั้งเมกรอบบ้านน้ำเขียว ส่วนใหญ่เป็นเครือญาติที่ผลิตตั้งเมกรอบจากรุ่นสู่รุ่น และ Wimuktalop *et al.* (2023) พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นเกิดมาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยใช้กระบวนการคิดการจัดการผลผลิตและทรัพยากร โดยนำวัตถุดิบ ทรัพยากรทุกประเภท ภูมิปัญญาของชุมชนมาร่วมสร้างสรรค์ผลผลิต ซึ่งรูปแบบและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมของสมาชิก ส่งเสริมให้สมาชิกได้มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนพัฒนาศักยภาพ การดำเนินงานของกลุ่ม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการแสดงความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากที่สุด

ส่วนปัญหาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน คือ การขาดความรู้และทักษะในการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และสมาชิกกลุ่มขาดเทคนิคการดำเนินงานการผลิตให้มีประสิทธิภาพ เนื่องจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ประกอบการอาชีพประมงและเกษตรกรรมเป็นหลัก ทำให้การพัฒนาทักษะด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์น้อย ซึ่งรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นถุงใสและมีรูปลักษณะภายนอกไม่สวยงาม นอกจากนี้วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ คือ ถุงพลาสติกใส ซึ่งไม่มีความแข็งแรงที่จะช่วยป้องกันตั้งเมกรอบที่อยู่

ภายในซึ่งมีความกรอบให้คงรูปร่างอยู่ได้ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ตั้งเมกรอบ จำเป็นต้องมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความคงทนแข็งแรงและป้องกันผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในเพื่อขนส่งจากแหล่งผลิตไปยังผู้บริโภคให้มีสภาพคงเดิมมากที่สุด อีกทั้งยังสามารถนำไปเป็นของฝากได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Thitijaruschai *et al.* (2023) พบว่า ผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีตราสินค้าเป็นของตนเอง แต่ยังไม่เป็นที่จดจำของตลาดและผู้บริโภค วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบไม่เหมาะสมแก่การเป็นของฝาก รายละเอียดในฉลากมีไม่ครบตามมาตรฐานของป้ายฉลากสินค้า ซึ่งการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 ศักยภาพของกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีสมาชิกกลุ่มมีความรู้ และทักษะความชำนาญในการผลิตตั้งเมกรอบ แต่ยังมีกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิม จึงทำให้ปริมาณการผลิตในแต่ละวันค่อนข้างจำกัด ตั้งเมกรอบมีบรรจุภัณฑ์ที่ยังไม่ทันสมัยและไม่ีอัตลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นชุมชนบ้านน้ำเขียว ทางวิสาหกิจชุมชนได้รับโอกาสจากการสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยว นอกจากนี้ความแปรปรวนของสภาพภูมิอากาศส่งผลกระทบต่อราคาต้นทุนวัตถุดิบด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของ Phuphantrakul *et al.* (2021) พบว่า ชุมชนบ้านน้ำเขียว เป็นชุมชนซึ่งมีวิถีชีวิตวัฒนธรรมที่มีความโดดเด่น มีทรัพยากรการท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และศิลปะ วัฒนธรรม วิถีชีวิต เทศกาล งานประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น และ Chumworathayee (2014) พบว่า สมาชิกกลุ่มมีความรู้เรื่องการผลิตตั้งเมกรอบ การดำเนินธุรกิจ การเชื่อมโยงเครือข่ายการผลิตและการตลาด พิจารณาจากการปรับปรุงระบบการวางแผน มีการจัดองค์การที่เหมาะสมมีการปรับปรุงระบบบัญชี

การเชื่อมโยงกับกลุ่มธุรกิจอื่น และมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ในการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และสามารถยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มให้อยู่ในระดับ 4 ดาวได้

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 3 ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ตั้งเมกรอบของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ตั้งเมกรอบด้วยการเพิ่มรสชาติกาแฟ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องรูปทรงสี่เหลี่ยม ซึ่งเป็นกระดาสีน้ำตาล มีลวดลายไม้ตรงบริเวณกล่อง มีช่องใส่สามารถมองเห็นตั้งเมกรอบในกล่องได้ มีเรื่องราวเกี่ยวกับประวัติบ้านน้ำเขียวบนบรรจุภัณฑ์ ใส่โลโก้ของวิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการสร้างอัตลักษณ์ทางด้านการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภครับรู้และจดจำผลิตภัณฑ์ได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Chumworathayee (2014) กล่าวไว้ว่า ความสวยงามของภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ ความเด่นชัดของ ตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ ความสวยงามโดยรวมของบรรจุภัณฑ์ และรายละเอียดที่ครบถ้วนของบรรจุภัณฑ์ ดังนั้น การที่บรรจุภัณฑ์จะสามารถดึงดูดความสนใจและชักจูงใจให้เกิดการซื้อได้จึงเป็นผลจากปัจจัยหลาย ๆ อย่าง เช่น ขนาด รูปร่าง สี รูปทรง วัสดุ ข้อความรายละเอียด ตัวอักษร เป็นต้น Pinkum (2023) พบว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ในแต่ละชนิดจะต้องมีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน สวยงาม เพิ่มมูลค่า สามารถสร้างความสนใจและก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ และ Yuangkhaew and Dechaset Siri (2023) ที่ได้กล่าวไว้ว่า กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพิจารณาการตัดสินใจซื้อสินค้าในด้านการใช้งานประกอบด้วย การคุ้มครองและป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในจากปัจจัยภายนอกสามารถนำเสนอสินค้าและข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน และสร้างแรงจูงใจให้เกิดความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์

สรุป

ตั้งเมกรอบเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนบ้านน้ำเขียว ซึ่งมีรสชาติและสีส้มเป็นเอกลักษณ์ โดยสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้เชี่ยวชาญ หน่วยงานภาครัฐในพื้นที่ และคณะผู้วิจัยร่วมกันพัฒนาผลิตภัณฑ์ตั้งเมกรอบด้วยการเพิ่มมูลค่าด้านรสชาติกาแฟ และบรรจุภัณฑ์ สำหรับข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษานี้ พบว่า ชุมชนบ้านน้ำเขียวมี 3 วัฒนธรรมที่อาศัยอยู่ร่วมกันผสมผสานเป็นหนึ่งเดียวกัน จนกลายเป็นอัตลักษณ์อันทรงเสน่ห์ของชุมชน ลูกหลานมีใจรักในถิ่นฐานสืบสานภูมิปัญญาและวัฒนธรรมในชุมชนให้อยู่ยาวนานถือเป็นจุดแข็งที่ทำให้วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยวบ้านน้ำเขียว จังหวัดตราด ประสบความสำเร็จในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- Butler, R. W., C. M. Hall and J. Jenkins. 1998. Tourism and recreation in Rural areas, Wiley, New York. 250 p.
- Chumkate, J. 2015. Authentic evaluation and management approach of OTOP herbalproduct of SMEs entrepreneur in western region of Thailand. Journal of Advanced Management Science 3(2): 123-127. (in Thai)
- Chumworathayee, N. 2014. Development administration of Muslim community producing Tung-may dessert in Ban Nam Chiew Tumbol Nam Chiew Amphur Lam-Ngob Trat province. Journal Phranakhon Rajabhat University 5(1): 13-23. (in Thai)
- Macmillan, T. T. 1971. The Delphi technique. Paper Presented at the Annual Meeting of the California Junior Colleges Associations Committee

- on Research and Development. Monterey, California. 24 p.
- Patcharametha, T. 2016. Handicraft products and the development into the OTOP products. Silpakorn University e-Journal (Social Sciences, Humanities, and Arts) 36(1): 67-80. (in Thai)
- Phuphantrakul, P. B., Phosing, A. Jansuri and C. Fuangkaew. 2021. Guideline for the tourism systems development of Ban Nam Chieo, Trat province. Journal of Humanitice & Social Science, Khon Kaen University 38(2): 193-213. (in Thai)
- Pinkum, S. 2023. Product and packaging development of japanese sweet potato of Tha Muang community, Selaphum district, Roi Et province. Journal of Community Development and Life Quality 11(1): 11-20. (in Thai)
- Thitijaruschai, T. Prommai, P. and Y. Urairat. 2023. Impacts of packaging design and online marketing communication on customer decision- making for brownies of Triple J Bakery Brand. Journal of Humanities and Social Sciences Princess of Naradhiwas University 11(1): 1-24. (in Thai)
- Sasongkoah, T. 2011. Intelligence and creating local wisdom. Institute of Culture and Arts Journal, Srinakharinwirot University 13(1): 27-30. (in Thai)
- Wimuktalop, W., W. Mangwaen and A. Banyongpisut. 2023. The development and processing of local red lotus products in Bang Lan district, Nakhon Pathom province. Journal of Community Development and Life Quality 11(2): 143-151. (in Thai)
- Yuangkhaew, P. and P. Dechaset Siri. 2023. The packaging development of chili paste to enhance the products of the Khao Khirit sub-district housewives group, Phran Kratai District, Kamphaeng Phet Province. Phikun Journal 21(2): 89-108. (in Thai)
-