

การพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชน
กลั่นไอตาล ตำบลบางโหนด อำเภอเมืองสมุทรสาคร
จังหวัดสมุทรสาคร

Development of Label for Coconut Juice,
Klin Ai Tan Community Enterprise,
Bang Thorat Sub-District, Mueang Samut Sakhon
District, Samut Sakhon Province

เสน่ห์ สัมภาษณ์¹

Saneh Sompoangeon

โสภา หนูแดง²

Sopa Nudang

¹ อาจารย์, สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
Lecturer, Department of Industrial Product
Design, Faculty of Science and Technology,
Rajamangala University of Technology Krungthep
(E-mail: saneh.s@mail.rmutk.ac.th)

² อาจารย์ ดร., สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลกรุงเทพ
Dr., Department of Industrial Product Design,
Faculty of Science and Technology,
Rajamangala University of Technology Krungthep
(E-mail: sopa.n@mail.rmutk.ac.th)

Received: 22/07/2022 Revised: 13/09/2022 Accepted: 21/09/2022

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลและแนวทางการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลิ้นไธตาล ตำบลบางโหด อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร 2) เพื่อพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด และ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผสมผสานกับการวิจัยเชิงปริมาณ พื้นที่ในการวิจัย คือ ตำบลบางโหนด อำเภอเมืองสมุทรสาคร ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ประกอบด้วย สมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 3 คน ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ จำนวน 5 คน และกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภค จำนวน 100 คน รวมทั้งสิ้น 108 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ กึ่งโครงสร้าง แบบสอบถามประเมินรูปแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด และแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและแบบบังเอิญ สถิติในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลิ้นไธตาล ผลิตน้ำตาลสดแท้ 100% จากเกสรดอกมะพร้าว มีการพัฒนาวัตถุดิบที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นแปรรูปให้มีคุณค่าเพิ่ม แต่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลิ้นไธतालยังขาดความรู้ความเข้าใจในหลักการตลาด รวมทั้งช่องทางในการจัดจำหน่ายและส่งเสริมการตลาดยังมีน้อย ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคได้อย่างแพร่หลาย และป้ายฉลากปัจจุบันที่ไม่มีจุดเด่นในการสื่อสารถึงผลิตภัณฑ์ขาดความน่าสนใจไม่ดึงดูดผู้บริโภค ซึ่งแนวทางการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสดควรให้มีความโดดเด่นด้วยปัจจัยด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์และปัจจัยด้านการออกแบบกราฟิก 2) พัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด จำนวน 5 รูปแบบ และป้ายฉลากที่มีผลรวมมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.98) จากนั้นจึงนำไปผลิตเป็นต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด 3) ผลการประเมินความพึงพอใจต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสดจากกลุ่มผู้บริโภค พบว่า ผลรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$, S.D. = 0.95) โดยปัจจัยด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.92) และปัจจัยด้านการสื่อสารของป้ายฉลากน้ำตาลสด มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$,

S.D. = 0.97) ซึ่งปัจจัยด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ป้ายฉลากสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่จากวัตถุดิบเดิมที่มีอยู่ มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.87) และปัจจัยด้านการสื่อสารของป้ายฉลากน้ำตาลสดที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ภาพประกอบสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน มีความสวยงาม รวมทั้งภาพเครื่องหมายต่างๆ มีขนาดชัดเจน มีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.91)

คำสำคัญ: ป้ายฉลาก, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, น้ำตาลสด, กลุ่มวิสาหกิจชุมชน
กลั่นน้ำตาล

Abstract

The objectives of this research work are 1) to study on information and direction for the development of label of coconut juice product of Klin Ai Tan Community Enterprise, Bang Thorat Sub-district, Mueang Samut Sakhon District, Samut Sakhon Province; 2) to develop label of coconut juice product; and 3) to assess the satisfaction toward the prototype label of coconut juice product. This research work uses mixed methodology that is the combination between qualitative and qualitative research methodologies. The area in which the research work is conducted is Bang Thorat Sub-district, Mueang Samut Sakhon District, Samut Sakhon Province. The key informants consist of 3 community enterprise members, 5 design experts and 100 samples who are consumers, making the total number of key informants become 108. The tools used on this research include the semi-structured interview script, the questionnaire of the evaluation of label of coconut juice product and the questionnaire of the assessment of satisfaction.

The samples are selected with purposive sampling and random sampling techniques. The statistical values used include percentages, means and standard deviation. The findings from the research show as follows. 1) Klin Ai Tan Community Enterprise has been producing 100 percent coconut juice from the pollen of coconut flowers. The group has developed and added value to local raw material by transforming it. However, Klin Ai Tan Community Enterprise still lacks of knowledge and comprehension in marketing principles; additionally, there are still few channels for distribution and promotion of the product. Consequently, the product is not well known among consumers. Also, the current label of the product has no focal point to communicate to consumers. Thus. It cannot attract consumers. The direction for developing the label for coconut juice is to design the label to look outstanding with the key factor of creative economy approach and the key factor of graphic design. 2) In this project, 5 new labels of coconut juice product are designed. The design with the greatest mean is Design 2 which is appropriate in the high level ($\bar{x} = 3.69$, S.D. = 0.98). Afterward, a prototype label in Design 2 is produced. 3) The findings from the assessment of samples' satisfaction towards the designed label show that the samples are highly satisfied with the overall design of the label of coconut juice product ($\bar{x} = 4.08$, S.D. = 0.95). Meanwhile, the factor with the highest mean is the factor of creative economy approach, which has achieved the high level of satisfaction ($\bar{x} = 4.13$, S.D. = 0.92). As for the other factor, or the factor of the communication of the label, the satisfaction in high level ($\bar{x} = 4.03$, S.D. = 0.97). The item in the factor of creative economy approach that consumers are

most satisfied with is the item of the capability of the label of adding value to a new product that is made from local raw material, with the satisfaction in the high level ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.87). As for the factor of the communication of the label, the consumers are most satisfied with the item of the capability of the image that clearly depicts the product and is beautiful, with all signs and symbols in proper sizes shown, the satisfaction to which is in the high level ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.91).

Keywords: Label, Creative Economy, Coconut Juice, Klîn Ai Tan Community Enterprise

บทนำ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลิ่นไอตาล ตำบลบางโพธิ์ อำเภอมือสมุทสาคร จังหวัดสมุทรสาคร จัดตั้งขึ้นจากการรวมกลุ่มของชาวบ้านในพื้นที่ที่ประกอบอาชีพเกษตรกรรมเป็นหลัก มีสมาชิกในกลุ่มทั้งหมด 7 คน ประกอบกิจการด้านการผลิตสินค้าประเภทเครื่องดื่มน้ำตาลสด การแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร เครื่องใช้สอย จักสาน ของชำร่วย/ของที่ระลึก ซึ่งใช้วัตถุดิบหลักคือมะพร้าวทั้งหมด ประเภทของกิจการที่สร้างรายได้หลัก คือ การผลิตน้ำตาลปี๊บและการผลิตน้ำตาลสดจากเกสรดอกมะพร้าว โดยเฉพาะการผลิตน้ำตาลสดแท้ 100% ซึ่งผลิตจากเกสรดอกมะพร้าวที่นำมาต้มจนมีกลิ่นหอมหวาน โบราณเรียกว่า “น้ำตาลอ่อน” ผลิตรายได้จากวิสาหกิจชุมชนกลิ่นไอตาลได้รวมกลุ่มเพื่อพัฒนาวัตถุดิบที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นแปรรูปให้มีคุณค่าเพิ่ม ช่วยส่งเสริมอาชีพ และส่งเสริมความสามัคคีของคนในชุมชน ได้ขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) กับกรมพัฒนาชุมชน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำตาลสดให้มีคุณภาพจนได้รับเครื่องหมายจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) โดยน้ำตาลสดที่บรรจุลงในขวดสามารถเก็บในตู้เย็นได้นาน 10-14 วัน เพราะไม่ใส่สารกันบูด แต่จากการดำเนินงานที่ผ่านมา

ประสบปัญหาและอุปสรรคมากมายทำให้มีรายได้และกำไรไม่แน่นอน ซึ่งสาเหตุเกิดจากวัตถุดิบในการผลิต (น้ำตาลจากเกสรดอกมะพร้าว) มีน้อยลงเพราะเกษตรกรส่งเข้าโรงงาน และสาเหตุหลักอีกประการคือการขาดความรู้ทางด้านการตลาด อาทิ บรรจุภัณฑ์และการออกแบบป้ายฉลากที่ไม่มีความเหมาะสม ขาดความน่าสนใจ ไม่ดึงดูดผู้บริโภคทำให้มีกำไรจากการขายต่อหน่วยต่ำ การจัดจำหน่ายส่วนใหญ่ขายเฉพาะในตำบลบางโหดและบริเวณใกล้เคียง และขาดการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า จึงทำให้น้ำตาลสดชุมชนกลั่นไต่ตาลไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคอย่างแพร่หลาย

การทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดจุดสนใจและดึงดูดผู้บริโภคนั้น สิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญ คือ ป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ โดยองค์ประกอบของปัจจัยการออกแบบกราฟิกบนป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ รูปภาพ สี และตัวอักษร สามารถทำให้เกิดความพึงพอใจและการจดจำนำไปสู่การเลือกซื้อสินค้าในที่สุด ซึ่งหน้าที่ของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ สร้างทัศนคติที่ดีงามต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต ชี้แจงและบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์ แสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ และแสดงสรรพคุณและวิธีใช้ของผลิตภัณฑ์ จากหน้าที่ของงานกราฟิกดังกล่าว จึงมีความจำเป็นที่ผู้ผลิตต้องมีวิธีการในการชี้แจงหรือบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ของตนเองให้เกิดความชัดเจนต่อผู้บริโภคให้มากที่สุด วิธีการหนึ่งที่จะช่วยบ่งชี้หรือสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ของตนเองได้ คือ การอาศัยการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าด้วยงานกราฟิก งานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์นอกจากจะเป็นการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์แล้ว ยังเปรียบเสมือนเป็นพนักงานขายด้วยตัวมันเองอีกด้วย (ชัยมิตร แสงวงมกล, 2561)

จากการสอบถามถึงความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลั่นไต่ตาล ตำบลบางโหด อำเภอ เมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ทางกลุ่มต้องการพัฒนาป้ายฉลากสินค้าของน้ำตาลสดที่ใส่บรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพลาสติก จึงทำให้นักศึกษาผู้วิจัยเห็นควรศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลั่นไต่ตาล ตำบลบางโหนด อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อ

สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ สามารถกำหนดราคาขายได้สูงขึ้น และสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายให้กว้างขวางและหลากหลายช่องทางมากขึ้น รวมถึงสามารถนำไปส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เป็นที่ยอมรับและเกิดการจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์มากขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลและแนวทางการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลั่นไธสงค์ ตำบลบางโหนด อำเภอมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลั่นไธสงค์ ตำบลบางโหนด อำเภอมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลั่นไธสงค์ ตำบลบางโหนด อำเภอมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ต้นแบบป้ายฉลากที่เหมาะสม สวยงาม สร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์น้ำตาลสด
2. ได้ผลิตภัณฑ์น้ำตาลสดที่สามารถสื่อสารข้อมูลทางการตลาดได้ ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลต่อปริมาณการซื้อของผู้บริโภคให้เพิ่มมากขึ้น
3. เสริมสร้างความเข้มแข็งและยกระดับคุณภาพชีวิตของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลั่นไธสงค์ ตำบลบางโหนด อำเภอมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา คณะผู้วิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน คือ ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ ในการเก็บข้อมูลจากการลงพื้นที่สังเกตและสอบถามข้อมูลแนวทางการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด รวมถึงศึกษาข้อมูลจากหนังสือและเอกสารทางวิชาการ โดยข้อมูลที่ทำการศึกษา ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลั่นไธสงค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หลักการออกแบบกราฟิกบนป้ายฉลากและบรรจุภัณฑ์ สติกเกอร์ป้ายฉลาก ความพึงพอใจกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ในการเก็บข้อมูลและวัดตัวแปร เป็นค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในการวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.1 พื้นที่ในการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลิ่นไอดาล ตำบลบางโพธิ์ อำเภอมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร

2.2 พื้นที่ในการประเมินความพึงพอใจต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลิ่นไอดาล ตำบลบางโพธิ์ อำเภอมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร ซึ่งมีกลุ่มลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนได้รับการพัฒนาป้ายฉลาก คือ จังหวัดสมุทรสาคร จังหวัดชลบุรี และพื้นที่ในจังหวัดใกล้เคียง คือ กรุงเทพมหานคร สมุทรสงคราม นครปฐม และราชบุรี ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์มาก่อน เพื่อเปิดพื้นที่ทางการค้าให้เพิ่มขึ้นมากกว่าที่จำหน่ายอยู่เดิม

3. ขอบเขตด้านการออกแบบ ออกแบบป้ายฉลากน้ำตาลสดบนบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดพลาสติก ขนาด 250 มิลลิลิตร

4. ขอบเขตด้านกลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่มีความสนใจดื่มน้ำตาลสดกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลิ่นไอดาล ตำบลบางโพธิ์ อำเภอมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 100 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจงและแบบบังเอิญ

5. ตัวแปรที่ศึกษา ประกอบด้วยตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนี้

5.1 ตัวแปรต้น คือ ต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด

5.2 ตัวแปรตาม คือ ผลประเมินความพึงพอใจต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด

กรอบแนวคิดในการวิจัย

1. กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลและแนวทางการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนกลีนไธตล ต่ำบลบางโทรต์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัตสมุทรสาคร คณะผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดการศึกษาข้อมูลผลิถัณฑ์และป้ายฉลากน้ำตาลสด ซึ่งข้อมูลทีศึกษาคือ ความเป็นมาของผลิถัณฑ์น้ำตาลสด บรรจุณัณฑ์และป้ายฉลากน้ำตาลสด ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งการประยุกต์ใช้เทคนิค SWOT Analysis ในการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรคของข้อมูลพื้นฐาน และข้อมูลความต้องการในการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสดกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนกลีนไธตล

2. กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนกลีนไธตล ต่ำบลบางโทรต์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัตสมุทรสาคร คณะผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดปัจจัยด้านหลักการออกแบบกราฟิกบนป้ายฉลาก คือ ตราลินค้ำ ตัวอักษร สี ภาพประกอบ และลวดลายกราฟิก และปัจจัยด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

3. กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนกลีนไธตล ต่ำบลบางโทรต์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัตสมุทรสาคร คณะผู้วิจัยใช้กรอบแนวคิดปัจจัยด้านการสื่อสารของป้ายฉลาก และปัจจัยด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

วิธีดำเนินการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คณะผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิถัณฑ์และด้านการวัดและประเมินผล จำนวน 3 คน โดยการหาค่าความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม (Index of item Objective Congruence, IOC) ผลการวิเคราะห์ความเที่ยงตรงของ

แบบสอบถาม มีค่าความเที่ยงตรง 0.67-1.00 ซึ่งเกินเกณฑ์ 0.50 ถือว่าใช้ได้ ซึ่งแบบสอบถามที่ใช้ จำนวน 3 ฉบับ มีดังนี้

1.1 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก รายบุคคล (Individual Depth Interview) สัมภาษณ์สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลิ่นไอลาต ตำบลบางโหนด อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 3 คน โดยเป็นข้อคำถามแบบปลายเปิด (Open ended Questions) เกี่ยวกับ ข้อมูลความเป็นมาของผลิตภัณฑ์น้ำตาลสด ข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลาก น้ำตาลสด ข้อมูลด้านราคา ข้อมูลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาด

1.2 แบบสอบถามประเมินรูปแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด ประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 15 ปี ขึ้นไป จำนวน 5 คน ได้แก่ ด้านบรรจุภัณฑ์และออกแบบกราฟิก จำนวน 1 คน ด้านการสื่อสารนิเทศศิลป์ จำนวน 1 คน ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการอาหาร จำนวน 1 คน ด้านเทคโนโลยีการพิมพ์ จำนวน 1 คน และสมาชิกวิสาหกิจชุมชน กลิ่นไอลาต จำนวน 1 คน รวมทั้งหมด 5 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

1.2.1 ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้เชี่ยวชาญ

1.2.2 ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามรูปแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด ในแต่ละด้าน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ (ธานีทร ศิลป์จารย์, 2563) จำนวน 2 ด้าน คือ ปัจจัยด้านหลักการออกแบบกราฟิก บนป้ายฉลาก และปัจจัยด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเกณฑ์ในการประเมินในแต่ละด้าน แสดงในตารางที่ 1 ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงเกณฑ์ในการประเมินเพื่อเลือกรูปแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด

1. ปัจจัยด้านหลักการออกแบบกราฟิกบนป้ายฉลาก	
ตราสินค้า	1.1 ตราสินค้าสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน 1.2 ตราสินค้ามีขนาดชัดเจน สะดุดตา จดจำง่าย 1.3 ตราสินค้ามีส่วนการจัดวางอย่างสมดุล
ตัวอักษร	1.4 ตัวอักษรและข้อความสื่อสารข้อมูลของผลิตภัณฑ์ได้ 1.5 ขนาดตัวอักษร (Size) มีสัดส่วนเหมาะสม 1.6 แบบตัวอักษร (Font) อ่านง่าย
สี	1.7 โทนสีสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน 1.8 โทนสีให้ความรู้สึกดึงดูดความสนใจ 1.9 การจับคู่สีมีความเหมาะสม น่าสนใจ
ภาพประกอบ	1.10 ภาพประกอบสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน 1.11 ภาพประกอบที่นำมาใช้ (ภาพถ่ายเส้น, ภาพจริง และภาพดัดแปลง) ประสานกลมกลืนกัน 1.12 ภาพเครื่องหมายต่างๆ มีขนาดชัดเจน
ลวดลายกราฟิก	1.13 ลวดลายกราฟิกสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน 1.14 ลวดลายพื้นหลังสร้างเรื่องราวได้น่าสนใจ 1.15 ภาพลวดลายกราฟิกเพิ่มความรู้สึกเป็นธรรมชาติและความสะดวกสบาย
2. ปัจจัยด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์	
2.1 รูปแบบป้ายฉลากแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ 2.2 รูปแบบป้ายฉลากสื่อถึงวิถีภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่น 2.3 รูปแบบป้ายฉลากสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่จากวัตถุดิบเดิมที่มีอยู่ 2.4 รูปแบบป้ายฉลากส่งเสริมการตลาดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น	

1.2.3 ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด

1.3 แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด
ประเมินจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคที่มีความสนใจดื่มน้ำตาลสดกลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลิ่นไอลาต ตำบลบางไทรต์ อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 100 คน ใช้แบบสอบถามซึ่งแบ่งได้ 4 ตอน ดังนี้

1.3.1 ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลสถานภาพทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

1.3.2 ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมทั่วไปของการบริโภคน้ำตาลสด ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ

1.3.3 ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามความพึงพอใจต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสดในแต่ละด้าน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ จำนวน 2 ด้าน คือ ปัจจัยด้านการสื่อสารของป้ายฉลากน้ำตาลสด และปัจจัยด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งเกณฑ์ในการประเมินในแต่ละด้าน แสดงในตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงเกณฑ์ในการประเมินความพึงพอใจต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสดบนบรรจุภัณฑ์

1. ปัจจัยด้านการสื่อสารของป้ายฉลากน้ำตาลสด
1.1 ตราลินค้าสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน มีความสวยงาม เห็นชัดเจนดูดี และสามารถจดจำได้ง่าย
1.2 ตัวอักษรและข้อความสื่อสารข้อมูลได้เข้าใจง่าย แบบตัวอักษรอ่านง่าย และขนาดตัวอักษรมีสัดส่วนที่เหมาะสม
1.3 โทนสีสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน การจับคู่สีมีความน่าสนใจ ให้ความรู้สึกดึงดูดความสนใจได้
1.4 ภาพประกอบสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน มีความสวยงาม รวมทั้งภาพเครื่องหมายต่างๆ มีขนาดชัดเจน
1.5 ลวดลายกราฟิกสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน ให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติและความสดชื่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์
2. ปัจจัยด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2.1 ป้ายฉลากแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์
2.2 ป้ายฉลากสื่อถึงวิถีภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่น
2.3 ป้ายฉลากสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่จากวัตถุดิบเดิมที่มีอยู่
2.4 ป้ายฉลากส่งเสริมการตลาดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

1.3.4 ตอนที่ 4 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของกลุ่มตัวอย่าง ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบปลายเปิด

2. การเก็บรวบรวมข้อมูล คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

2.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ จากการลงพื้นที่สัมภาษณ์สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลิ่นไอดาล ตำบลบางโหนด อำเภอมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร แบบเจาะลึกรายบุคคลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง รวมถึงข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือและเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลิ่นไอดาล เศรษฐกิจสร้างสรรค์ หลักการออกแบบกราฟิกบนป้ายฉลากและบรรจุภัณฑ์ สติกเกอร์ป้ายฉลาก ความพึงพอใจกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาวิเคราะห์เป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด

2.2 จากข้อมูลการวิเคราะห์แนวทางการพัฒนา คณะผู้วิจัยดำเนินการออกแบบและพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด จำนวน 5 รูปแบบ แล้วนำไปเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินรูปแบบป้ายฉลาก ซึ่งประเมินความคิดเห็นจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 คน เพื่อสรุปรูปแบบป้ายฉลากน้ำตาลสดที่มีความเหมาะสมมากที่สุดที่จะนำไปผลิตเป็นต้นแบบและติดบนบรรจุภัณฑ์ต่อไป

2.3 นำต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสดที่ติดบนบรรจุภัณฑ์ ไปเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด ซึ่งประเมินความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน จากนั้นนำมาวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล

3. การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 คณะผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์ตัวแทนสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยศึกษาข้อมูลพื้นฐานและความต้องการในการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลิ่นไอดาล รวมทั้งการทบทวนเอกสารทาง

วิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาใช้ให้มีความเหมาะสมกับการพัฒนารูปแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด ซึ่งวิเคราะห์และสรุปข้อมูลด้วยการเรียบเรียงเชิงบรรยายพรรณนา

3.2 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินรูปแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด เพื่อสรุปรูปแบบป้ายฉลากที่มีความเหมาะสมมากที่สุด ในการนำไปผลิตเป็นต้นแบบจริงและติดบนบรรจุภัณฑ์ แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 2 และตอนที่ 3 ดังนี้

3.2.1 ตอนที่ 2 วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละด้าน กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วงทั้งหมด 5 ช่วง คือ ระดับค่าเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด ระดับค่าเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง มาก ระดับค่าเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง ระดับค่าเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง น้อย และระดับค่าเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563)

3.2.2 ตอนที่ 3 วิเคราะห์และสรุปผลเชิงบรรยายพรรณนา เพื่อปรับปรุงรูปแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด ตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสดจากกลุ่มตัวอย่าง แบ่งการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

3.3.1 ตอนที่ 1 วิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละของสถานภาพทั่วไปแต่ละข้อ

3.3.2 ตอนที่ 2 วิเคราะห์โดยการหาค่าร้อยละพฤติกรรมทั่วไปของการบริโภคน้ำตาลสด

3.3.3 ตอนที่ 3 วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานในแต่ละด้าน กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายเพื่อจัดระดับค่าเฉลี่ยออกเป็นช่วงทั้งหมด 5 ช่วง (เช่นเดียวกับข้อ 3.2.1)

3.3.4 ตอนที่ 4 วิเคราะห์และสรุปผลเชิงบรรยายพรรณนา เพื่อนำไปปรับปรุงการวิจัยครั้งต่อไป

สรุปผลการวิจัย

1. สรุปผลการศึกษาข้อมูลและแนวทางการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนกลีนไธตล ต่าบลบางโหด อำเภอมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนกลีนไธตล ได้รวมกลุ่มเพื่อพัฒนาวัตถุดิบที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่นแปรรูปให้มีคุณค่าเพิ่ม ช่วยส่งเสริมอาชีพ และส่งเสริมความสามัคคีของคนในชุมชน ได้ขึ้นทะเบียนเป็นสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กับกรมพัฒนาชุมชน มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำตาลสดให้มีคุณภาพจนได้รับเครื่องหมายจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ด้านบรรจุภัณฑ์น้ำตาลสดที่ใช้อยู่เป็นแบบขวดพลาสติก ขนาด 250 มิลลิลิตร ติดป้ายฉลากฟิล์มหดรูปต้นทุนรวมขวดละประมาณ 2 บาท เมื่อบรรจุน้ำตาลสดแล้วขายปลีกขวดละ 10 บาท ขายส่ง 1 โหล ราคา 100 บาท ยอดขายต่อเดือนประมาณ 500-800 ขวด โดยมียอดขายส่งประมาณร้อยละ 70 ช่องทางการจัดจำหน่ายน้ำตาลสด จำหน่ายที่วิสาหกิจชุมชนชนกลีนไธตล มีทั้งแบบขายปลีกคือขายให้ผู้บริโภคที่มาซื้อโดยตรง และขายส่งตามคำสั่งซื้อโดยมีลูกค้ามารับเพื่อนำไปขายต่อ การส่งเสริมการขายมีเพียงประชาสัมพันธ์และโฆษณาผ่านทางเฟซบุ๊กในเพจ “ครัวผู้ใหญ่หน้อย อีสาน-ป่า” ความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจคือการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสดใหม่ โดยใช้รูปแบบตราสินค้าเดิมที่ใช้อยู่ปัจจุบันคือ “ผู้ใหญ่หน้อย น้ำตาลสด” ซึ่งเป็นตราสินค้าเดิมที่มีการจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า รวมถึงเครื่องหมายและตราสัญลักษณ์ต่างๆ รวมทั้งเปลี่ยนจากการใช้ป้ายฉลากฟิล์มหดรูปมาเป็นสติ๊กเกอร์กันน้ำ เพื่อให้มีสีสันที่ดึงดูดต่อผู้บริโภคมากขึ้น รวมทั้งในอนาคตอาจเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เป็นขวดแก้ว โทสนี้นั้นโทสนี้น้ำตาล ส้ม และเลื่อง เพิ่มภาพประกอบที่เป็นเกสรดอกมะพร้าว ลงไปบนป้ายฉลากเพื่อสื่อสารถึงวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต ใช้ตัวอักษรที่อ่านง่าย และการใช้ภาพประกอบและลวดลายเพื่อให้เกิดเรื่องราวของน้ำตาลสด ซึ่งจุดเด่นในน้ำตาลสดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนกลีนไธตลคือการแปรรูปวัตถุดิบจากเกสรดอกมะพร้าวแท้ 100% ไม่ผสมน้ำตาล ไม่ใส่สารกันบูด จึงมีประโยชน์และดีต่อสุขภาพ จุดด้อยคือขาดความรู้ความเข้าใจในหลักการตลาด ช่องทางในการจัดจำหน่ายและ

ส่งเสริมการตลาดยังมีน้อย ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคได้อย่างแพร่หลาย และการออกแบบป้ายฉลากที่ไม่มีความเหมาะสม ขาดความน่าสนใจ ไม่ดึงดูดผู้บริโภค ทำให้มีกำไรจากการขายต่อหน่วยต่ำ ซึ่งการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสดใหม่ให้มีความโดดเด่น มีโอกาสทำให้กลุ่มผู้บริโภคมีความสนใจในน้ำตาลสดเพื่อเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น และสามารถปรับราคาขายต่อขวดให้เพิ่มขึ้นได้ อีกทั้งยังสามารถเพิ่มโอกาสในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้



ภาพประกอบที่ 1 แสดงลงพื้นที่สัมภาษณ์สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลิ่นไอดาล

2. สรุปผลการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลิ่นไอดาล ตำบลบางโหนด อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร การพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด จำนวน 5 รูปแบบ แสดงในตารางที่ 3 ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงรูปแบบป้ายฉลากน้ำตาลสดพร้อมแนวคิดในการออกแบบ จำนวน 5 รูปแบบ

รูปแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด	แนวคิดในการออกแบบ
รูปแบบที่ 1  ระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.65, S.D. = 0.94)	ตราสินค้า: ผู้ใหญ่หน้อย (ตราสินค้าแบบเดิม) โทนสี: สีนํ้าตาลและเหลือง เพื่อสื่อถึงความพิถีพิถันในการผลิต ธรรมชาติ และสุขภาพ ตัวอักษร: Prompt Font (ตัวปกติและตัวหนา) + ตัวอักษรคำว่า “น้ำตาลสด” (ตัวอักษรดัดแปลง) ภาพประกอบ: ภาพลายเส้น ภาพดัดแปลง ของลูก และใบมะพร้าว รวมถึงเครื่องหมาย OTOP เครื่องหมายกรมการพัฒนาชุมชน และเครื่องหมายจังหวัดสมุทรสาคร ลวดลายกราฟิก: ภาพกราฟิก รูปหยดน้ำแสดงถึงความสดชื่น พื้นหลังไล่เวลาดลายคล้ายผิวกระดาศ รูปแบบป้ายฉลาก: รูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้า พิมพ์บนสติ๊กเกอร์กันน้ำ
รูปแบบที่ 2  ระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.69, S.D. = 0.98)	ตราสินค้า: ผู้ใหญ่หน้อย (ตราสินค้าแบบเดิม) โทนสี: สีนํ้าตาลและขาว เพื่อสื่อถึงความพิถีพิถันในการผลิต ธรรมชาติ ความสะอาด และปลอดภัย ตัวอักษร: Prompt Font (ตัวปกติและตัวหนา) + ตัวอักษรคำว่า “น้ำตาลสด” (ตัวอักษรดัดแปลงด้วยการเขียน) ภาพประกอบ: ภาพจริงของเกสรดอกมะพร้าว ภาพลายเส้นต้นมะพร้าว รวมถึงเครื่องหมาย OTOP เครื่องหมายกรมการพัฒนาชุมชน และเครื่องหมาย จังหวัดสมุทรสาคร ลวดลายกราฟิก: ภาพกราฟิกรูปหยดน้ำแสดงถึงความสดชื่น พื้นหลังไล่ระดับสีนํ้าตาล รูปแบบป้ายฉลาก: รูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้า พิมพ์บนสติ๊กเกอร์กันน้ำ
รูปแบบที่ 3  ระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.30, S.D. = 0.91)	ตราสินค้า: ผู้ใหญ่หน้อย (ตราสินค้าแบบเดิม) โทนสี: สีนํ้าตาล เหลือง และส้ม เพื่อสื่อถึงความพิถีพิถันในการผลิต ธรรมชาติ และความสดชื่น ตัวอักษร: Prompt Font (ตัวปกติและตัวหนา) ภาพประกอบ: ภาพดัดแปลงลูกมะพร้าว นำมาจัดเรียงด้วยการซ้อนทับกัน รวมถึงเครื่องหมาย OTOP เครื่องหมายกรมการพัฒนาชุมชน และเครื่องหมาย จังหวัดสมุทรสาคร ลวดลายกราฟิก: ภาพกราฟิกรูปหยดน้ำแสดงถึงความสดชื่น พื้นหลังไล่เวลาดลายคล้ายผิวกระดาศ รูปแบบป้ายฉลาก: รูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้า พิมพ์บนสติ๊กเกอร์กันน้ำ
รูปแบบที่ 4  ระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.27, S.D. = 1.01)	ตราสินค้า: ผู้ใหญ่หน้อย (ตราสินค้าแบบเดิม) โทนสี: สีขาว เพื่อสื่อถึงความสะอาด และความปลอดภัย ตัวอักษร: Prompt Font (ตัวปกติและตัวหนา) ภาพประกอบ: ภาพจริงของเกสรดอกมะพร้าว รวมถึงเครื่องหมาย OTOP เครื่องหมายกรมการพัฒนาชุมชน และเครื่องหมาย จังหวัดสมุทรสาคร ลวดลายกราฟิก: พื้นหลังไล่เวลาดลายคล้ายผิวกระดาศ รูปแบบป้ายฉลาก: รูปร่างอิสระ (เลียนแบบลูกมะพร้าว) พิมพ์บนสติ๊กเกอร์กันน้ำ
รูปแบบที่ 5  ระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.18, S.D. = 0.98)	ตราสินค้า: ผู้ใหญ่หน้อย (ตราสินค้าแบบเดิม) โทนสี: สีนํ้าตาลเพื่อสื่อถึงความพิถีพิถันในการผลิตและธรรมชาติ ตัวอักษร: Prompt Font (ตัวปกติและตัวหนา) ภาพประกอบ: ภาพดัดแปลงลูกมะพร้าว รวมถึงเครื่องหมาย OTOP เครื่องหมายกรมการพัฒนาชุมชน และเครื่องหมาย จังหวัดสมุทรสาคร ลวดลายกราฟิก: พื้นหลังไล่เวลาดลายรูปร่างของลูกมะพร้าว (Pattern) รูปแบบป้ายฉลาก: รูปร่างสี่เหลี่ยมผืนผ้า พิมพ์บนสติ๊กเกอร์ใสกันน้ำ

จากการประเมินรูปแบบป้ายฉลากน้ำตาลสดจากผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า ป้ายฉลากรูปแบบที่ 2 มีผลรวมมากที่สุด โดยมีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.69$, S.D. = 0.98) ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิประเมินความเหมาะสมของปัจจัยด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากที่สุด โดยมีความเหมาะสมในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75$, S.D. = 0.98) และปัจจัยด้านหลักการออกแบบกราฟิกบนป้ายฉลาก มีความเหมาะสมในระดับมากเช่นกัน ($\bar{X} = 3.63$, S.D. = 1.23) เมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อของปัจจัยด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ข้อที่ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินความเหมาะสมมากที่สุด คือ รูปแบบป้ายฉลากสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่จากวัตถุดิบเดิมที่มีอยู่ รองลงมา ได้แก่ รูปแบบป้ายฉลากสื่อถึงวิถีภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่น รูปแบบป้ายฉลากส่งเสริมการตลาดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น และรูปแบบป้ายฉลากแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายชื่อของปัจจัยด้านหลักการออกแบบกราฟิกบนป้ายฉลาก พบว่า ข้อที่ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินความเหมาะสมมากที่สุด คือ ตัวอักษรและข้อความสื่อสารข้อมูลของผลิตภัณฑ์ได้ รองลงมา ได้แก่ ลวดลายพื้นหลังสร้างเรื่องราวได้น่าสนใจ ตราสินค้ามีส่วนการจัดวางอย่างสมดุล ภาพลวดลายกราฟิกเพิ่มความรู้สึกเป็นธรรมชาติและความสะดวกสบาย แบบตัวอักษร (Font) อ่านง่าย ตราสินค้ามีขนาดชัดเจน สะดุดตา จดจำง่าย การจับคู่สีมีความเหมาะสม น่าสนใจ ตราสินค้าสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน ภาพเครื่องหมายต่างๆ มีขนาดชัดเจน ภาพประกอบที่นำมาใช้ (ภาพลายเส้น ภาพจริง และภาพดัดแปลง) ประสานกลมกลืนกัน ลวดลายกราฟิกสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน ขนาดตัวอักษร (Size) มีสัดส่วนเหมาะสม โทนสีให้ความรู้สึกดึงดูดความสนใจ โทนสีสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน และภาพประกอบสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน ตามลำดับ ซึ่งผู้ทรงคุณวุฒิเพิ่มข้อเสนอแนะให้ระบุคำว่า “ไม่ใส่ผสมน้ำตาล ไม่ใส่สารกันบูด” คำว่า “ปริมาตรสุทธิ” และคำว่า “จากเกสรดอกมะพร้าว 100%” เพื่อให้ข้อมูลบนป้ายฉลากมีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น รวมทั้งการเปลี่ยนแถบสีให้เข้ากับฝาขวด และการลดความเข้มของภาพประกอบ ลวดลายกราฟิก เพื่อให้สามารถอ่านรายละเอียดของข้อความบนป้ายฉลากได้ง่ายขึ้น จากนั้นจึงผลิตเป็นต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด ซึ่งใช้รูปแบบตราสินค้าผู้ใหญ่น้อยน้ำตาลสด (ตราสินค้าเดิม) ใช้โทนสีน้ำตาลและเหลือง เพื่อสื่อถึงความพิถีพิถันในการผลิต

ข้าวตาวสด

จากเมล็ดงอกพร้อม 100%

ข้าวตาวสด 100% หลังจากการกลั่นเอาเปลือก
 ถังเก็บ ขึ้นมาแช่ในน้ำสะอาด ใส่น้ำสะอาด 1 ลิตร แช่ทิ้งไว้
 หนึ่งคืน แช่ในน้ำสะอาด ใส่น้ำสะอาด 1 ลิตร แช่ทิ้งไว้
 หนึ่งวัน แล้วจึงนำไปต้ม ในน้ำสะอาด ใส่น้ำสะอาด 1 ลิตร
 ต้มจนสุกแล้วรับประทานทันทีหรือต้มกับถั่ว



ส่วนประกอบ

ข้าวตาวสด 100%
 หนึ่งแก้วน้ำ หนึ่งถ้วยตวง
ขั้นตอน
 แช่น้ำหนึ่งคืน ที่อุณหภูมิ 8°C
 ☎ 74-2-02962-0-2001
 บริการให้คำปรึกษา
 โทร. 02-962-0296
 สาขา เกษ

ผลิตภัณฑ์จากข้าวตาว
 สารสกัดจากข้าวตาว
 ผลิตภัณฑ์จากข้าวตาว
 ผลิตภัณฑ์จากข้าวตาว

อุทัย นิลธำ
 นักวิชาการ





มีนาคม 2550
 Net Content: 250 กรัม

ปีที่ 15 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2566

3. สรุปผลการประเมินความพึงพอใจต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคนกลิ่นไอดาล ตำบลบางโหนด อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 100 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 63) อายุ 31-35 ปี (ร้อยละ 29) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 54) ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน (ร้อยละ 45) รายได้รวมต่อเดือนมากกว่า 20,000 บาท (ร้อยละ 50) มีความถี่ในการดื่มน้ำตาลสดแล้วแต่โอกาส (ร้อยละ 83) และเหตุผลในการดื่มเป็นเรื่องของรสชาติ (ร้อยละ 81) และความสวยงามของป้ายฉลาก และบรรจุภัณฑ์ (ร้อยละ 35) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการดื่มน้ำตาลสดในระดับปานกลางถึงน้อย (ร้อยละ 48) และรูปแบบป้ายฉลากน้ำตาลสดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อในระดับมากถึงปานกลาง (ร้อยละ 57) ซึ่งรูปแบบหรือจุดเด่นที่ทำให้ป้ายฉลากน้ำตาลสดเกิดความน่าสนใจมากที่สุด คือ ภาพประกอบบนป้ายฉลาก (ร้อยละ 61) ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจปัจจัยด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มากที่สุด โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.92) และปัจจัยด้านการสื่อสารของป้ายฉลากน้ำตาลสด มีความพึงพอใจในระดับมากขึ้นกัน ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 0.97) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อของปัจจัยด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบว่า ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ป้ายฉลากสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่จากวัตถุดิบเดิมที่มีอยู่ โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$, S.D. = 0.87) รองลงมา ได้แก่ ป้ายฉลากส่งเสริมการตลาดให้เป็นที่ยอมรับมากขึ้น ป้ายฉลากสื่อถึงวิถีภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่น และป้ายฉลากแสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ ตามลำดับ และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อของปัจจัยด้านการสื่อสารของป้ายฉลากน้ำตาลสด พบว่า ข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ภาพประกอบสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน มีความสวยงาม รวมทั้งภาพเครื่องหมายต่างๆ มีขนาดชัดเจน โดยมีความพึงพอใจในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$, S.D. = 0.91) รองลงมา ได้แก่ ตัวอักษรและข้อความสื่อสารข้อมูลของผลิตภัณฑ์ได้เข้าใจง่าย แบบตัวอักษรอ่านง่าย และขนาดตัวอักษรมีสัดส่วน

ที่เหมาะสม โทนสีสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน การจับคู่สีมีความน่าสนใจ ให้ความรู้สึกดึงดูดความสนใจได้ ลวดลายกราฟิกสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน เพิ่มความรู้สึกเป็นธรรมชาติ ความสดชื่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์ และตราสินค้าสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน มีความสวยงาม เห็นชัดสะดุดตา และสามารถจดจำได้ง่าย ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. อภิปรายผลการศึกษาข้อมูลและแนวทางการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนกลินไธตล ตำบลบางโทรัด อำเภอมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร จากการศึกษาข้อมูลและแนวทางการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด ได้นำแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของ Kotler P. & Keller K.L. (2009) มาใช้ในการศึกษาความเป็นมาของผลิตภัณฑ์น้ำตาลสด บรรจุภัณฑ์และป้ายฉลาก ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนยังขาดความรู้ความเข้าใจในหลักการตลาด รวมทั้งช่องทางการจัดจำหน่ายและส่งเสริมการตลาดยังมีน้อย ทำให้ไม่เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคได้อย่างแพร่หลาย และการออกแบบป้ายฉลากที่ไม่มีความเหมาะสมขาดความน่าสนใจ ไม่ดึงดูดผู้บริโภค นอกจากนั้นผู้วิจัยยังรวบรวมข้อมูลจากการประยุกต์ใช้เทคนิค SWOT ในการวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย โอกาส และอุปสรรค ของข้อมูลพื้นฐานและข้อมูลความต้องการในการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด พบว่าการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสดใหม่ให้ความโดดเด่น มีโอกาสทำให้กลุ่มผู้บริโภคมีความสนใจในน้ำตาลสดเพื่อเพิ่มยอดขายให้มากขึ้น และสามารถปรับราคาขายต่อขวดให้เพิ่มขึ้นได้ อีกทั้งยังสามารถเพิ่มโอกาสในการแข่งขันกับคู่แข่งในตลาดได้สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรวิทย์ หลอมประโคน (2561) เรื่อง อิทธิพลของปัจจัยด้านการออกแบบป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค: การศึกษาคณิศรไฟฟ้าสมอสัมพันธ์กับเหตุการณ์ ผลการวิจัยพบว่า การทำให้ผลิตภัณฑ์บนชั้นวางสินค้า เกิดจุดสนใจ และดึงดูดผู้บริโภคนั้น สิ่งหนึ่งที่มีความสำคัญคือ ป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ โดยองค์ประกอบของปัจจัยการออกแบบป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

รูปภาพ สี และตัวอักษร สามารถทำให้เกิดความพึงพอใจและการจดจำ นำไปสู่การเลือกซื้อสินค้าในที่สุด และยังสอดคล้องกับ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (2562) ที่อธิบายว่า การออกแบบเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศ

2. อภิปรายผลการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชน กลิ่นไอลาต ตำบลบางโหนด อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร จากการพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด ด้วยกรอบแนวคิดปัจจัยด้านหลักการออกแบบกราฟิกบนป้ายฉลากด้วยการสร้างสรรค์และสื่อความหมายความเข้าใจ โดยใช้หลักการจัดองค์ประกอบศิลป์เกี่ยวกับตราสินค้า ตัวอักษร สี ภาพประกอบ ลวดลายกราฟิก และสะท้อนปัจจัยด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่สื่อถึงวิถีภูมิปัญญาและทรัพยากรท้องถิ่น การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่จากวัตถุดิบเดิมที่มีอยู่ เพื่อส่งเสริมการตลาดให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น เป็นเกณฑ์ในการประเมินรูปแบบป้ายฉลากน้ำตาลสดที่พัฒนาใหม่ ผ่านภาพนำเสนอผลงานออกแบบ สอดคล้องกับงานวิจัยของชาติรี บัวคลี่ (2561) เรื่อง การออกแบบและพัฒนาฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน ผลการวิจัยพบว่างานออกแบบจะต้องเชื่อมโยงกับรูปแบบเดิมของผลิตภัณฑ์ อีกทั้งต้องสะท้อนแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน อันประกอบไปด้วยการสื่อถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ภูมิปัญญา การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ผ่านภาพประกอบ สี ตัวอักษร และลวดลายกราฟิก

3. อภิปรายผลการประเมินความพึงพอใจต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลิ่นไอลาต ตำบลบางโหนด อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร จากการประเมินความพึงพอใจต้นแบบป้ายฉลากน้ำตาลสด พบว่าปัจจัยด้านแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ป้ายฉลากสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่จากวัตถุดิบเดิมที่มีอยู่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิพร ต่ายคำ และนรินทร์ สังข์รักษา (2558) เรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนจังหวัด

ราชบุรี ผลการวิจัยพบว่า ทุนชุมชนประกอบด้วยทรัพยากรท้องถิ่น เอกลักษณ์ท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ทุนชุมชนทั้ง 3 ทุน เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มตามรูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชน และในส่วนของผู้ติดตามของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า รูปแบบหรือจุดเด่นที่ทำให้ป้ายฉลากน้ำตาลสดเกิดความน่าสนใจมากที่สุด คือ ภาพประกอบบนป้ายฉลาก รวมทั้งปัจจัยด้านการสื่อสารของป้ายฉลากน้ำตาลสด ที่ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ ภาพประกอบที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน มีความสวยงาม รวมทั้งภาพเครื่องหมายต่างๆ มีขนาดชัดเจน ผลจากการประเมินความพึงพอใจและพฤติกรรมทั่วไปสอดคล้องกับงานวิจัยของ จีรวิทย์ หลอมประโคน (2561) เรื่อง อิทธิพลของปัจจัยด้านการออกแบบป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค: การศึกษาคลื่นไฟฟ้าสมองสัมพันธ์กับเหตุการณ์ ผลการวิจัยพบว่า ยอดขายของป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 1 สูงกว่าป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากผู้บริโภคระบุว่า ป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 1 ใช้ภาพจริงที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้มากกว่า รวมทั้งสีสันสดใสสะดุดตามากกว่าป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 2 รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เจริญยุทธ ศรีหิรัญ (2560) เรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยแผ่นทอดกรอบเพื่อการส่งออกไปยังประเทศจีน ผลการวิจัยพบว่า บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบโดยใช้ภาพจริงและใช้สีแดงเป็นสีหลักมีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคอยู่ในระดับมากทั้งในด้านการใช้งานและด้านการตลาด และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ อนัน วาโอะ (2558) ที่กล่าวว่า รูปภาพเป็นสิ่งที่ช่วยสื่อสารและดึงดูดใจผู้บริโภคมากที่สุด เพราะรูปภาพสามารถสื่อความหมายในระดับนามธรรมได้ โดยรูปภาพที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์นั้นเป็นได้ทั้งภาพจริง ภาพดัดแปลงหรือภาพกราฟิก ขึ้นอยู่กับสิ่งที่เจ้าของสินค้าต้องการสื่อสารกับลูกค้า

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งนี้ จากการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง ผู้ตอบแบบสอบถามมีความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของการดื่มน้ำตาลสด

ปานกลางถึงน้อย ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงควรมีการประชาสัมพันธ์ถึงประโยชน์ของการดื่มน้ำตาลสด เพื่อเป็นการโฆษณาและช่วยส่งเสริมการขาย อีกทั้งผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในระดับมากต่อรูปแบบตราสินค้า แต่เป็นด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นๆ รวมทั้งข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามที่ระบุว่าตราสินค้าไม่สื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์มากเท่าที่ควร ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงควรพัฒนารูปแบบตราสินค้าให้สื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน เพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะให้กับตัวผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป จากการลงพื้นที่พบผลิตภัณฑ์อีกหนึ่งตัวที่น่าสนใจคือการทำไซรัปมะพร้าว ซึ่งยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ในการจำหน่าย ดังนั้นจึงควรออกแบบป้ายฉลากและบรรจุภัณฑ์ไซรัปมะพร้าว เพื่อให้น่าสนใจและสามารถเพิ่มราคาขายให้สูงขึ้นได้

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เรื่อง การพัฒนาป้ายฉลากน้ำตาลสด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลั่นน้ำตาล ตำบลบางโหด อำเภอเมืองสมุทรสาคร จังหวัดสมุทรสาคร โดยทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

เอกสารอ้างอิง

- จิรวุฒิ หลอมประโคน. (2561). อิทธิพลของปัจจัยด้านการออกแบบป้ายฉลากบรรจุภัณฑ์ต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค: การศึกษาคลื่นไฟฟ้าสมองสัมพันธ์กับเหตุการณ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการวิจัยและสถิติทางวิทยาการปัญญา วิทยาลัยวิทยาการวิจัยและวิทยาการปัญญา มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เจนยuth ศรีธีรชัย. (2560). การออกแบบบรรจุภัณฑ์กล้วยแผ่นทอดกรอบสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อการส่งออกสู่สาธารณรัฐประชาชนจีน. วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร, 8(2),

132-142.

ชัยมิตร แสงวงมงคล. (2561). **หลักคิดและการออกแบบกราฟิก**. กรุงเทพฯ : คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ. ชาติรี บัวคลี่. (2561). การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้วยกระบวนการสื่อสารอย่างมีส่วนร่วม ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืน. **วารสารวิจิตรศิลป์**, 9(2), 93-144.

ชานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). **การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS**. พิมพ์ครั้งที่ 18. กรุงเทพฯ : สามัญปิสชินเฮอร์แอนด์ตี.

ศศิพร ต่ายคำ, และนรินทร์ สังข์รักษา. (2558). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี. **วารสารวิชาการ Veridian E-Journal มหาวิทยาลัยศิลปากร สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ**, 8(1), 606-632.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2562). **อุตสาหกรรมการออกแบบกับการเป็นกลไกขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ. จักรกระแสนาคตเศรษฐกิจสร้างสรรค์**, 1(2), 14-18.

อนัน วาโอะ. (2558). **Graphic design for printing & publishing**. นนทบุรี : ไอดีซีพีรีเมียร์.

Kotler, P., & Keller, K.L. (2009). **Marketing management**. 13th ed. New Jersey : Pearson Prentice-Hall.

สัมภาษณ์

ธัญญรัตน์ เสงสกุล. (3 สิงหาคม 2562). **สัมภาษณ์**. สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลื่นไธताल. กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลื่นไธताल จังหวัดสมุทรสาคร.