

# การสำรวจการตลาดและความต้องการในการออกแบบเพื่อเศรษฐกิจ สร้างสรรค์ในผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนประเภทขนมโบราณ

ต.ศาลายา จ.นครปฐม

A survey of marketing and needs of creative economy of community  
traditional dessert products for Salaya subdistrict, Nakhon Pathom province

สุธิดา สิงหรา<sup>1</sup>

Received: 13.11.2022, Revised: 15.12.2022, Accepted: 20.12.2022

## บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.แบ่งปันองค์ความรู้ด้านการออกแบบงานสร้างสรรค์สู่ชุมชน 2.ส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนได้มีงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย 3. เพื่อสนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนได้มีความคิดสร้างสรรค์ เพื่อต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของ เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัยคือการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In depth interview) สมาชิกชุมชนที่ผลิตสินค้าชุมชนประเภทขนมโบราณจำหน่าย วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ในช่วงลงพื้นที่ศึกษาข้อมูล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นสมาชิกในชุมชนหมู่ที่ 1 ตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม ยังขาดความรู้ความเข้าใจเรื่องการออกแบบเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในผลิตภัณฑ์ของชุมชน ส่งผลให้สินค้าขาดความน่าสนใจ และไม่ดึงดูดใจผู้บริโภค จึงมีความต้องการพัฒนาองค์ความรู้ในเรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มพูนความรู้และพัฒนาทักษะในการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น น่าสนใจ มีเอกลักษณ์เป็นของตัวเองเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ รวมถึงในช่วงหลังจากการแบ่งปันความรู้สู่ชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ประเภทขนมโบราณ (ข้าวตอก) หมู่ที่ 1 ตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม ที่เข้าร่วมกิจกรรมอบรมให้ความรู้ มีความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ทักษะความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชนเพิ่มมากขึ้น ตลอดจนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นในการวางแผนออกแบบโลโก้ (ตราสินค้า) ร่วมกับบุคลากรและนักศึกษา โดยกลุ่มสมาชิกได้ร่วมกันตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ว่า ข้าวตอกปั้นมือ

ส่วนผลการออกแบบโลโก้ (ตราสินค้า) ด้วยกระบวนการคิดสร้างสรรค์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ประเภทขนมโบราณ (ข้าวตอก) หมู่ที่ 1 ตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม มีความภาคภูมิใจและพอใจกับโลโก้ (ตราสินค้า) และสามารถนำไปใช้งานได้จริง

**คำสำคัญ:** การออกแบบ, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน, ขนมโบราณ

<sup>1</sup> อาจารย์ สาขาวิชาศิลปศึกษา วิทยาลัยนิตยศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา อีเมล: sutida.si@ssru.ac.th

# A Survey of Marketing and Design Needs for Creative Economy in Community Products, Traditional Desserts, Salaya Subdistrict, Nakhon Pathom Province

Sutida Singharach<sup>1</sup>

Received: 08.09.2021, Revised: 12.12.2022, Accepted: 20.12.2022

## Abstract

This research was aimed to 1. share the knowledge of creative design to the community, 2. promote the diversified product design of the community, and 3. support the creative thinking for product development of the community. The data was gathered by using the in-depth interview and the community members who made the community products, traditional desserts. The data was analyzed by using the content analysis.

The findings revealed that in the site survey, it revealed that the sample group from the community of Moo 1, Salaya Subdistrict, Nakhon Pathom Province, has a lack of knowledge and understanding of design for creative economy in community products affecting to its unattractiveness to the consumer. Consequently, it should develop in the product design for more attractive and unique responding to the consumer needs but after sharing the knowledge with the community, it revealed that the sample group who owned the community products, traditional desserts (Kao-Tu) in Moo 1, Salaya Subdistrict, Nakhon Pathom Province, received knowledge and understanding of creative thinking skills for product design and participated in sharing idea of logo design with staff and students named, "Kao-Tu Pan Mue"

About the Logo design by the creative thinking, it revealed that the sample group who owned the community products, traditional desserts (Kao-Tu) in Moo 1, Salaya Subdistrict, Nakhon Pathom Province, proud of their logo and actually be used.

**Keywords:** Design, Creative Economy, Community Products, Traditional Desserts

---

<sup>1</sup> Lecturer in Cinematic Arts (International Program), College of Communication Arts, Suan Sunandha Rajabhat Universit E-mail: sutida.si@ssru.ac.th

## บทนำ

ในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์ของชุมชนเกิดขึ้นมากมายในประเทศไทย ส่งผลให้หลายธุรกิจมีการแข่งขันกันมากขึ้น ดังนั้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการยกระดับความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้โดดเด่นได้ ตามแผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี กับแผนพัฒนาฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) มียุทธศาสตร์การพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพคนเพื่อสร้างคนไทยสายพันธุ์ใหม่ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่สมาชิกในชุมชนควรได้รับความรู้และทักษะที่เป็นประโยชน์เพื่อนำไปสร้างสรรค์ ต่อยอดอาชีพของตนเพื่อยกระดับรายได้และคุณภาพของคนในชุมชน เกิดระบบเศรษฐกิจชุมชนแบบพึ่งพาตนเอง เพื่อนำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาพัฒนาให้เกิดผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างงาน สร้างอาชีพให้กับคนชุมชน อีกทั้งคนในชุมชนมีศักยภาพ มีความชำนาญในการผลิตผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดี

เนื่องจากหลายพื้นที่ในประเทศไทยเป็นพื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์รวมถึง ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ที่สร้างขึ้นในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว และทรงโปรดเกล้าฯ ให้เจ้าพระยาทิพากรวงศ์ มหาโกษาธิบดี (ข้า บุนนาค) ขุดคลองมหาสวัสดิ์ขึ้นในปี พ.ศ. 2403 เพื่อใช้เป็นเส้นทางเสด็จพระราชดำเนินไปพระปฐมเจดีย์และเป็นคลองเปิดที่ให้เป็นนาสำหรับแจก พระเจ้าลูกยาเธอทรงโปรดเกล้าฯ ให้สร้างศาลา ริมคลอง ทูกระยะ 4 กิโลเมตร จึงทำให้อุดตถึงปัจจุบันพื้นที่ตำบลศาลายามีความอุดมสมบูรณ์เป็นอย่างมาก พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มอากาศร้อนชื้น มีแหล่งน้ำธรรมชาติและมีลำคลอง 9 คลอง สภาพดินเป็นดินเหนียว อุดมน้ำได้ดี พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์เหมาะแก่การทำเกษตร ประชากรส่วนใหญ่จึงประกอบอาชีพเกษตรกร และเมื่อมีเวลาว่างจากฤดูกาลเก็บเกี่ยวก็มักจะใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ เช่น การทำขนมโบราณในการแบ่งปันและจัดจำหน่าย ซึ่งขนมโบราณขึ้นชื่อเลยก็คือ ข้าวตอกที่ทำจากน้ำตาลมะพร้าวที่ปลูกในพื้นที่ แต่การจัดจำหน่ายขนมโบราณก็ยังไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร เพราะคนรุ่นใหม่ยังไม่รู้จัก และประชากรในชุมชนยังขาดองค์ความรู้ในการสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจทำการสำรวจการตลาดและความต้องการในการออกแบบเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนประเภทขนมโบราณ ต.ศาลายา จ.นครปฐม เพื่อสนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนได้คำนึงถึงความจำเป็นของการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนต่อไป

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อแบ่งปันองค์ความรู้ด้านการออกแบบงานสร้างสรรค์สู่ชุมชน
2. เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนได้มีงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย
3. เพื่อสนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนได้มีความคิดสร้างสรรค์เพื่อต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนต่อไป

## การทบทวนวรรณกรรม

วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ มีรายละเอียดดังนี้

### 1. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์

(ศุภชัย เหมือนโพธิ์, 2560) ศึกษาเรื่อง การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้รูปแบบ SCPD Integrated Model กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม มีแนวคิดที่จะทำอาชีพเสริมเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัว ทางกลุ่มเน้นผลิตผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ มีคุณภาพมาแปรรูป โดยนำวัตถุดิบมาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า เป็นการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน แต่ยังขาดความรู้ ความเข้าใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ คือ การมีส่วนร่วมของสมาชิกภายในกลุ่ม การแบ่งหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน อีกทั้งมีผู้นำที่มีความรู้ ความสามารถ ได้รับการยอมรับจากคนในชุมชน ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนประสบความสำเร็จในการดำเนินงานของกลุ่ม

นอกจากนี้ ผู้วิจัยก็ได้ นำรูปแบบ Social Creative Potential Development Integrated Model (SCPD Integrated Model) มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ โดยการจัดอบรมพัฒนาความรู้ เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ โดยใช้รูปแบบ SCPD Integrated Model และพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ข้าวเกรียบเห็ด 3 อย่าง และนำไปทดสอบตลาดจำนวน 400 คน เพื่อเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และใช้ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีแนวโน้มในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับมาก จากการสัมภาษณ์พบว่า ผลิตภัณฑ์มีรสชาติอร่อย เหมาะกับการรับประทานเป็นของกินเล่น ราคาเหมาะสมกับ ปริมาณ และกลุ่มเป้าหมายให้ความเห็นว่าควรวางขายในร้านสะดวกซื้อ 7-11 เพื่อเข้าถึงผู้บริโภคทุกเพศ ทุกวัย และหาซื้อได้ตลอดเวลา อีกทั้งควรทำการส่งเสริมการขายโดยใช้การส่งเสริมการขาย (Sale Promotion) จากการลด แลก แจก แถม เพื่อกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อ

### 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

(พรธนิภา ชาวคำ, 2561) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย พบว่า กลุ่มทอผ้าบ้านทุ่งฟ้าฮ่าม และกลุ่มทอผ้าบ้านสันธาตุ อำเภอเชียงแสน จังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นชุมชนทอผ้าไหมและที่ได้รับเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ผ้าไหมไทย “นกยูงสีเงิน” ตรา นกยูงพระราชทาน โดยกรมหม่อนไหมที่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของ ชุมชนเพื่อการพัฒนาเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย มีทั้งที่สอดคล้องและไม่สอดคล้อง โดยพบว่า ในขั้นตอนของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน มีความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ค่อยแข็งแรง และจากผลความพึงพอใจในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้าสู่ธุรกิจโรงแรม ด้านคุณภาพ ผลิตภัณฑ์ พบว่ามีความพึงพอใจเฉลี่ยสูงที่สุด ผลการศึกษาในการประเมินความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ชุมชน เข้าสู่ธุรกิจโรงแรมพบว่าการส่งเสริมการตลาดและบรรยากาศของแหล่งจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สร้างความพึงพอใจต่อนักท่องเที่ยวในระดับมาก กลุ่มผู้วิจัย มีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไปว่า ในกระบวนการมีส่วนร่วมพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าสู่ธุรกิจโรงแรมจังหวัดเชียงราย จะต้องมีการส่งเสริมจากภาครัฐ ในการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนเชื่อมโยงกับธุรกิจในอนาคต

ท่องเที่ยว เพื่อส่งเสริมให้เกิดการกระจายรายได้ทางการท่องเที่ยว และควรส่งเสริมบุคลากรทางการท่องเที่ยวให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างทั่วถึง

(ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช และอัจฉราภรณ์ มลวงค์, 2554) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะ ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม 2) เพื่อค้นหารูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะ ตามมาตรฐานชุมชน (มผช.) ผลการวิจัยพบว่า จากการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทยบ้านแม่ทะ มีความร่วมมือในการดำเนินงาน มีความเสียสละ มีความมุ่งมั่น ตั้งใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อเข้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ส่วนรูปแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่า ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เป็นไปตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือ มผช. นั้น สมาชิกกลุ่มต้องมีความรู้ความเข้าใจและความสำคัญเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเป็นปัจจัยหลัก และมีกระบวนการเลือกสรรผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่การพัฒนาโดยการมีส่วนร่วมและยอมรับของสมาชิกกลุ่ม ประกอบกับการดำเนินการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์จะต้องสอดคล้องกับเกณฑ์มาตรฐานโดยมีการตรวจสอบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในทุกขั้นตอน

(ซีรา ปลั่งประเสริฐ, 2549) ศึกษาเรื่อง ชีตความสามารถและแนวทางการพัฒนา การตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพร ใน 4 จังหวัดของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาศักยภาพทั่วไปทางการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในปัจจุบัน (ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพร) ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ในประเด็นเกี่ยวกับปัญหาและกลยุทธ์ การตลาดในปัจจุบัน 2) เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่ได้รับจากการใช้สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพร ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง 3) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพร) ในเขตพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความต้องการที่จะใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรจำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 60.5 และไม่ต้องการใช้ผลิตภัณฑ์สมุนไพร จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 39.5 ของกลุ่มตัวอย่างที่ทำการสำรวจเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่า ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิตด้านเศรษฐกิจ มีปัญหาในด้านการไม่สามารถเพิ่มปริมาณสินค้าให้มากขึ้นได้ เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ ผู้บริโภคมีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบที่สวยงาม

## ระเบียบวิธีการวิจัย

### ขอบเขตของการวิจัย

เนื้อหาที่สำคัญจะมุ่งเน้นในด้านการศึกษาตลาดและความต้องการของผู้ผลิตสินค้าชุมชน ประเภทขนมโบราณในพื้นที่ หมู่ 1 ตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม และเพื่อแบ่งปันองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาและออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ให้มีความน่าสนใจ ดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น รวมไปถึงสามารถเพิ่มยอดขายต่อไปได้ในอนาคต

## ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือ กลุ่มแม่บ้านที่ทำขนมและของทานเล่นขายเป็นอาชีพเสริมในเขตพื้นที่ หมู่ 1 ตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม ทั้งหมดจำนวนทั้งหมด 10 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มแม่บ้านในชุมชน เนื่องจากกลุ่มแม่บ้านกลุ่มนี้ประกอบอาชีพในพื้นที่แห่งนี้มาเป็นเวลานาน จึงถือว่ามี ความเหมาะสมที่จะเป็นกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้กรอบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) โดยแบ่งการเก็บรวบรวม ข้อมูลออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจข้อมูลพื้นฐานและความต้องการ ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความ ต้องการของชุมชน ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบโลโก้ (ตราสินค้า) ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผลการออกแบบจากขั้นตอนที่ 3 เพื่อปรับปรุงแก้ไข ขั้นตอนที่ 5 การนำโลโก้ (ตราสินค้า) ที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขจากขั้นตอนที่ 4 ไปใช้งานจริง โดยมี รายละเอียดดังนี้

### ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจข้อมูลพื้นฐานและความต้องการ

ผู้วิจัยลงพื้นที่เพื่อค้นหาข้อมูลข้อเท็จจริง ศึกษาปัญหาและสำรวจความต้องการจากกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการ ใช้แนวทางสนทนากลุ่มโดยการนำมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และนำเสนอแบบพรรณนาความ

### ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความต้องการของชุมชน

ผู้วิจัยได้ข้อมูลความต้องการของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับความต้องการในการพัฒนาและออกแบบ ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ประเภทขนมโบราณ ให้มีความน่าสนใจและดึงดูดกลุ่มผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นเพื่อการเพิ่มยอดขาย ในอนาคต

### ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบโลโก้ (ตราสินค้า)

ผู้วิจัยและกลุ่มตัวอย่างร่วมกันคิดค้นวิธีการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ประเภทขนมโบราณให้มีความ น่าสนใจ ผ่านกระบวนการคิดอย่างสร้างสรรค์ ประกอบไปด้วย การตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ขึ้นใหม่ให้มีเอกลักษณ์ และจดจำง่าย และการนำแนวคิดที่ได้จากกระบวนการคิดสร้างสรรค์เข้าสู่กระบวนการออกแบบโลโก้ (ตราสินค้า) โดยมีนักศึกษาระดับปี 3 จากสาขาศิลปภาพยนต์ หลักสูตรนานาชาติ วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ ที่มีความสามารถด้านการออกแบบ เป็นผู้ออกแบบ

### ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผลการออกแบบจากขั้นตอนที่ 3 เพื่อปรับปรุงแก้ไข

ผู้วิจัยนำแบบร่างการออกแบบโลโก้ (ตราสินค้า) ให้กลุ่มตัวอย่างและบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญด้านการ ออกแบบจากวิทยาลัยนิเทศศาสตร์ ร่วมกันประเมินแบบร่าง เพื่อให้ได้ความคิดเห็นที่หลากหลายในการนำไปพัฒนา ปรับปรุงการออกแบบให้สมบูรณ์ตามความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง

### ขั้นตอนที่ 5 การนำโลโก้ (ตราสินค้า) ที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขจากขั้นตอนที่ 4 ไปใช้งานจริง

ผู้วิจัยส่งมอบโลโก้ (ตราสินค้า) ที่ได้จากการพัฒนาและปรับปรุงแก้ไขอย่างเสร็จสมบูรณ์ในขั้นตอนที่ 4 ให้กลุ่ม ตัวอย่างเพื่อนำไปใช้งานจริง

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องมาเป็นแนวทางในการออกแบบเครื่องมือเพื่อให้กระบวนการเก็บ รวบรวมข้อมูลได้ประสิทธิภาพสูงสุด ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงข้อเท็จจริงจากกลุ่มเป้าหมาย
2. ออกแบบเนื้อหาในการอบรมให้ครอบคลุมเนื้อหาด้านการออกแบบงานสร้างสรรค์ชุมชน

3. ออกแบบกิจกรรมเพื่อพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนได้มีงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย

4. การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) ใช้เป็นแนวทางในการสังเกต ในขณะที่เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสนทนากลุ่ม เพื่อเก็บข้อมูลประกอบการวิเคราะห์

### วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

ลักษณะการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพในงานวิจัยครั้งนี้ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการวิจัยเชิงคุณภาพผู้วิจัยสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มแม่บ้านที่ผลิตขนมโบราณออกจำหน่าย ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสนทนากลุ่ม และการสังเกต โดยใช้พื้นที่ในการศึกษาทดลอง (Tryout Study) ได้แก่ การจัดกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้ในโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการสร้างรายได้ผ่านสื่อออนไลน์ ในวันที่ 21-24 ธันวาคม พ.ศ. 2563 ณ บ้านทิพย์สวนทองรีสอร์ท อำเภอบางคนที จังหวัดสมุทรสงคราม และ ในวันที่ 26-27 มิถุนายน พ.ศ. 2564 ณ แหล่งเรียนรู้วิทยาลัยนิตยศาสตร์ หมู่ 1 ตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม

### ผลการวิจัย

#### ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจข้อมูลพื้นฐานและความต้องการ

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่ หมู่ 1 ตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม มีการรวมกลุ่มกันเพื่อผลิตสินค้าจากวัตถุดิบที่มีอยู่ในพื้นที่ออกจำหน่ายนักท่องเที่ยวและผู้บริโภคทั่วไปที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง อย่างเช่น ขนมโบราณที่มีชื่อว่า ข้าวตุ ก็เป็นหนึ่งในสินค้าที่มาจากภูมิปัญญาชาวบ้าน และมีประวัติความเป็นมาที่ยาวนานคือว่าขนมข้าวตุ เป็นภูมิปัญญาที่ตกทอดจากรุ่นสู่รุ่น ครอบครัวยุคแรกๆรักษาและพัฒนาเพิ่มมูลค่าต่อไป แม้ว่าขนมข้าวตุจะมีประวัติความเป็นมาที่น่าสนใจ แต่รายได้จากการขายก็ยังไม่ดีเท่าที่ควร เนื่องจากผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ยังขาดความน่าสนใจสำหรับใช้ดึงดูดผู้บริโภค สอดคล้องกับ (สุนิษา กลิ่นขจร, 2558) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพร บ้านเขานาใน ตำบลต้นยวน อำเภอพนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผลการวิจัยพบว่า การผลิตและการแปรรูป วัตถุดิบยังไม่เพียงพอต่อการผลิต ทำให้ไม่เพียงพอต่อความต้องการของตลาดขาดเครื่องมือที่ทันสมัย การแปรรูปไม่ผ่านมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการตลาด ขาดการประชาสัมพันธ์ การโฆษณาไม่ดีเท่าที่ควร ทำให้ผู้บริโภคไม่ค่อยรู้จักผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 1 ขนมข้าวตุ



ภาพที่ 2 ขนมข้าวตุพร้อมทาน

## ขั้นตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความต้องการของชุมชน

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่ หมู่ 1 ตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม ที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ประเภทขนมโบราณ มีความต้องการเรียนรู้ทักษะด้านกระบวนการคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนให้มีเอกลักษณ์ มีความโดดเด่น และน่าสนใจขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหลากหลายกลุ่ม รวมไปถึงโอกาสในการเพิ่มยอดขายให้สินค้าได้ในอนาคต

## ขั้นตอนที่ 3 การออกแบบโลโก้ (ตราสินค้า)

ผลการวิจัยพบว่า การแบ่งปันองค์ความรู้ด้านกระบวนการคิดสร้างสรรค์ต่อกกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน ประเภทขนมโบราณ ก่อนนำแนวคิดเข้าสู่กระบวนการออกแบบนั้น ได้สร้างความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้ทักษะความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชนแก่กลุ่มตัวอย่างเพิ่มมากขึ้น

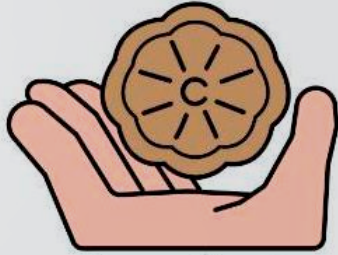
นอกจากนี้ยังพบว่า การใช้แนวคิดการจัดการร่วมและการมีส่วนร่วมในกระบวนการนี้ทำให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ผลิตสินค้าประเภทขนมโบราณ ได้มีส่วนร่วมในกระบวนการคิดสร้างสรรค์เพื่อการพัฒนา รูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจมากขึ้น เริ่มตั้งแต่การใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ ข้าวตูปั่นมือ จากเรื่องเล่าประวัติความเป็นมาของขนมข้าวตู ตลอดจนการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น เกี่ยวกับรูปแบบโลโก้ (ตราสินค้า) ร่วมกับทีมบุคลากร



ภาพที่ 3 วิทยากรให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

## ขั้นตอนที่ 4 การประเมินผลการออกแบบจากขั้นตอนที่ 3 เพื่อปรับปรุงแก้ไข

ผลการวิจัยพบว่า ผลงานการออกแบบโลโก้ (ตราสินค้า) โดยนักศึกษาชั้นปีที่ 3 สาขาศิลปะภาพยนตร์ หลักสูตรนานาชาติ มีทั้งหมด 3 รูปแบบ และรูปแบบที่ถูกละเลือกคือรูปแบบที่สาม เนื่องจากรูปทรงของขนมข้าวตูมีความโดดเด่น สะดุดตา มีลวดลายดอกไม้สวยงามดูน่ารับประทาน รวมถึงชื่อ ข้าวตูปั่นมือ อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม มองเห็นได้ชัดเจน โดยขั้นตอนการประเมินงานออกแบบจากกลุ่มตัวอย่างร่วมกับบุคลากรผู้มีความเชี่ยวชาญด้านการออกแบบนั้นเห็นควรว่า ควรมีการปรับปรุงโลโก้ (ตราสินค้า) ด้วยวิธีการเพิ่มสีสັນบนโลโก้ (ตราสินค้า) ให้สวยงาม สะดุดตา และมีเอกลักษณ์มากยิ่งขึ้น



ข้าวตูปี่นมือ

ภาพที่ 4 โลโก้ แบบที่ 1



ภาพที่ 5 โลโก้ แบบที่ 2



ภาพที่ 6 โลโก้ แบบที่ 3

ขั้นตอนที่ 5 การนำโลโก้ (ตราสินค้า) ที่ได้รับการปรับปรุงแก้ไขจากขั้นตอนที่ 4 ไปใช้งานจริง

ผลการวิจัยพบว่า โลโก้ (ตราสินค้า) ที่ได้จากการออกแบบด้วยกระบวนการคิดสร้างสรรค์ และการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนที่เป็นกลุ่มตัวอย่างนั้น สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ และสร้างสรรค์โลโก้ (ตราสินค้า) ที่มีเอกลักษณ์ มีเรื่องราว มีความโดดเด่น ความสวยงาม และสามารถนำไปใช้งานได้จริง

### สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

จากการสรุปผลการศึกษาคำถามการสำรวจการตลาดและความต้องการในการออกแบบเพื่อเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนประเภทขนมโบราณ ตำบลศาลายา จังหวัดนครปฐม เพื่อให้เข้าใจถึงความสำคัญในการเพิ่มองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อชุมชน ดังกล่าวข้างต้น มีประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายดังต่อไปนี้

1. การแบ่งปันองค์ความรู้ด้านการออกแบบงานสร้างสรรค์สู่ชุมชน พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้มีความเข้าใจถึงความสำคัญและวิธีการพัฒนาผลิตภัณฑ์โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นอย่างดี และมีความต้องการที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนให้มีความโดดเด่น น่าสนใจเพื่อเพิ่มความต้องการซื้อจากผู้บริโภคอย่างแท้จริง และผู้วิจัยยังพบว่า ประเด็นที่เป็นประโยชน์สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนอย่างแท้จริงนั้น ควรมีการวางแผนจัดอบรมและแบ่งปันองค์ความรู้ให้แก่สมาชิกในชุมชนอย่างต่อเนื่อง ควรมีการติดตามผลเป็นระยะอย่างใกล้ชิด เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับชุมชน ว่าชุมชนจะได้รับการติดตามผลอย่างใกล้ชิดจากบุคลากร เพื่อการพัฒนาทักษะที่จำเป็นกับชุมชนได้อย่าง

แท้จริง และเพื่อเอื้อประโยชน์ให้บุคลากรเองได้เห็นพัฒนาการของสมาชิกในชุมชนในช่วงระหว่างการเรียนรู้ ตลอดจนได้เห็นความเปลี่ยนแปลงหลังเสร็จสิ้นกระบวนการเรียนรู้ทุกขั้นตอนของสมาชิกในชุมชน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่ละเอียดครบถ้วนในที่สุด

นอกจากนี้ การที่มีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถเข้าไปแบ่งปันความรู้กับสมาชิกในชุมชน นอกจากจะสร้างประโยชน์ให้สมาชิกในชุมชนแล้ว ยังช่วยให้บุคลากรได้มีโอกาสใกล้ชิดกับชุมชนมากขึ้น ได้เรียนรู้วิถีชีวิตของคนในชุมชน ได้เรียนรู้จักประวัติศาสตร์และวิถีของชุมชน ได้แลกเปลี่ยนความรู้กับสมาชิกในชุมชน เพื่อเป็นประโยชน์ในการเก็บข้อมูลในการทำวิจัยพัฒนาชุมชนในอนาคตต่อไป

2. การส่งเสริมให้สมาชิกในชุมชนได้มีงานออกแบบผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย พบว่า เป็นกระบวนการส่งเสริมที่สามารถช่วยให้สมาชิกในชุมชนมีทางเลือกที่จะใช้รูปแบบผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้ามากขึ้น อีกทั้งยังช่วยให้สมาชิกในชุมชนที่ผลิตสินค้าจำหน่ายได้มีแนวทางออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อไปในอนาคต รวมถึงความสามารถในการส่งต่อองค์ความรู้ให้สมาชิกในชุมชนกลุ่มอื่นที่สนใจด้านการพัฒนาสินค้าให้มีความโดดเด่น น่าสนใจและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในยุคสมัยปัจจุบันต่อไป นอกจากนี้ ยังช่วยให้สมาชิกในชุมชนได้มีความกระตือรือร้นที่จะพัฒนาสินค้าของตนเองให้มีเอกลักษณ์ มีความแปลกใหม่ ทันสมัย เพื่อให้เข้าถึงผู้บริโภคหลากหลายกลุ่มมากขึ้น ดังที่เห็นได้จากกลุ่มตัวอย่างที่เข้าร่วมกิจกรรมทุกคนได้ให้ความสนใจในการพัฒนาองค์ความรู้เพิ่มเติม และมีส่วนร่วมในกระบวนการใช้ความคิดสร้างสรรค์ผ่านการตั้งชื่อผลิตภัณฑ์และคิดค้น ออกแบบโลโก้ (ตราสินค้า) ของตนได้จริง

3. การสนับสนุนให้สมาชิกในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการใช้ความคิดสร้างสรรค์เพื่อต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนต่อไป พบว่า การนำองค์ความรู้และทักษะที่มีประโยชน์ โดยเฉพาะทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ส่งต่อสมาชิกในชุมชนนั้น ช่วยให้สมาชิกในชุมชนได้รู้จักคุณค่าของความคิดสร้างสรรค์ ตลอดจนมีความมั่นใจในการใช้ประโยชน์จากกระบวนการคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาสินค้าและบริการต่อไปได้ในอนาคต สอดคล้องกับ (อัปดุลคอเล็ด เจะแต, 2551) ศึกษาเรื่อง กระบวนการมีส่วนร่วมของ ประชาชนในการพัฒนาชุมชนบ้านเกาะสวาด ตำบลไพรวัน อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน การระดมกลุ่มเพื่อจัดเวทีประชาคมในชุมชน เพื่อหารือถึงการดำเนินงานร่วมกันของสมาชิกในชุมชนให้เป็นไปตามที่ต้องการ และสามารถแก้ปัญหาที่ชุมชนกำลังเผชิญอยู่ไปสู่การมีส่วนร่วมของประชาชนในการคิด ร่วมกันแสวงหาแนวทาง และปฏิบัติร่วมกัน โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นหลักสำคัญต่อการแก้ไขปัญหาชุมชน ทำให้เห็นประเด็นที่ต้องการพัฒนา เพื่อนำไปสู่ความสำเร็จของชุมชน ดังที่เห็นจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ขนมโบราณ (ข้าวตู่) ที่สามารถนำองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ไปต่อยอดให้สูตรขนมมีความน่าสนใจ และทันสมัยมากขึ้น โดยคิดค้นสูตรขนมเพิ่มเติมโดยเพิ่มสีสังจากธรรมชาติลงไป รวมถึงการพัฒนารูปแบบการปั้นให้มีรูปทรงและขนาดที่หลากหลายขึ้น เพื่อให้สินค้ามีความแปลกใหม่และสามารถเข้าถึงผู้บริโภคหลากหลายกลุ่มได้มากขึ้น

ในปัจจุบัน แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทยได้เน้นการกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่นเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก ชุมชนมีการรวมกลุ่มผลิตสินค้าเพื่อจัดจำหน่ายและสร้างรายได้เข้าสู่ชุมชน จึงส่งผลให้ไปสู่การสร้าง ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนอย่างแท้จริง ดังนั้น การกระจายความเจริญไปสู่ท้องถิ่น จึงนำไปสู่การสร้าง ความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในประเทศไทยได้ และสิ่งสำคัญที่จะทำให้ท้องถิ่นมีการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง สมาชิกในชุมชน จะต้องมีความรู้ ความเข้าใจในกระบวนการคิดสร้างสรรค์ เพื่อที่จะสามารถใช้แนวคิด หลักคิด และมีความมั่นใจในการใช้ ความคิดสร้างสรรค์เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนพื้นฐานของการใช้ความรู้การสร้างสรรคงานที่เชื่อมโยงกับรากฐานทาง วัฒนธรรมได้อย่างสมบูรณ์ และสามารถนำความรู้ที่มีต่อยอดพัฒนาชุมชนต่อไปได้อย่างแท้จริง

## ข้อเสนอแนะ

### ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. ผลการวิจัยครั้งนี้ จะช่วยให้อาจารย์ ผู้บริหาร ภายใต้อำเภอ/คณะ/วิทยาลัย ที่สนใจ สามารถนำข้อมูลไปพัฒนา ในด้านการจัดโครงการ การจัดกิจกรรม การวางแผนโครงการต่างๆ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้สู่ชุมชนในครั้งถัดไปได้

### ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งถัดไป

1. ควรสนับสนุนให้มีการวิจัยและการจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติให้แก่ประชาชนหรือผู้นำชุมชน เพื่อเพิ่มทักษะการ ใช้ความคิดสร้างสรรค์สู่การพัฒนาชุมชนด้านอื่นๆ ได้ครอบคลุมมากขึ้น
2. การวิจัยครั้งนี้เป็นเพียงการวิจัยเพื่อแบ่งปันองค์ความรู้ด้านความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบเพื่อ เศรษฐกิจสร้างสรรค์ในผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนเท่านั้น ในการวิจัยครั้งถัดไป ควรมีการวิจัยพัฒนาด้านกลยุทธ์การตลาด เพื่อให้สมาชิกในชุมชนได้มีแนวทางในการใช้กลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าต่างๆ ในชุมชนต่อไปในอนาคต

## รายการอ้างอิง

- งามนิจ แสนนำพล, ณัฐมน สังวาลย์, ปรีพรรณ์ แก้วเนตร, พรณิภา ชาวคำ, และ ภูวนารถ ศรีทอง. (2561). การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(1), 165-181.
- จักรพันธ์ จันทร์หอม, และ ภัทรธิรา ผลงาม. (2562). การวิจัยและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนในกลุ่ม แม่บ้านเกษตรกร บ้านสว่างธรรมวิเศษ ตำบลบ้านน้ำอ้อม อำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสาร บัณฑิตศึกษามหาจุฬาลงกรณ์*, 6(1), 277-288.
- ณัฐรุฒิ พงศ์ศิริ. (2553). กลยุทธ์การบริหารทรัพยากรมนุษย์ ภายใต้อำเภอ/คณะ/วิทยาลัย เศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสาร Journal Of Intelligence*, 7(1), 55-59.
- ณัฐพัชญ์ เอกสิริชัยกุล. (2556). *รูปแบบการจัดการห่วงโซ่คุณค่าธุรกิจจัดเลี้ยงจังหวัดนครปฐมตามแนวคิดเศรษฐกิจ สร้างสรรค์*. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปัทมาพร ท่อชู และ วิทยา อินทร์สอน. (ม.ป.ป.). *การออกแบบตราสัญลักษณ์หรือโลโก้เพื่อธุรกิจ (Logo Design for*

*Business*. สืบค้น 23 พฤศจิกายน 2562. จาก

<http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643&section=4&issues=27>

พรธนิภา ชาวคำ. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเข้าสู่ตลาดธุรกิจโรงแรม จังหวัดเชียงราย. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 12(1), 165-182.

วิทยา จารุพงศ์โสภณ. (2556). *กลยุทธ์การบริหารแบรนด์*. กรุงเทพฯ: แพลน สารา

ศุภชัย เหมือนโพธิ์. (2560). *การประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยใช้รูปแบบ SCPD Integrated Model กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสนามจันทร์ จังหวัดนครปฐม*. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์). มหาวิทยาลัยศิลปากร, คณะศึกษาศาสตร์, สาขาพัฒนศึกษา.

สุชีรา ปลั่งประเสริฐ. (2549). *ขีดความสามารถและแนวทางการพัฒนาการตลาดของสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพร ใน 4 จังหวัดของพื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง*. (วิทยานิพนธ์เทคโนโลยีการจัดการ). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, สาขาเทคโนโลยีการจัดการ.

สุนิษา กลิ่นขจร. (2558). *การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์ลูกประคบสมุนไพรบ้านเขานาใน ตำบลต้นยวน อำเภอพนม จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ Veridian มหาวิทยาลัยศิลปากร*, 8(2), 2643-2655.

อภิรักษ์ณ์ เกษมผลกุล (บรรณาธิการ). (2558). *เพลินพุทธมณฑล. วารสารเพื่อการประชาสัมพันธ์อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม ศูนย์สยามทรรศนศึกษา คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล*, 1(1), (ตุลาคม 2558 – มกราคม 2559)

อัจฉรา มลิวศ์ และขจรศักดิ์ วงศ์วิราช. (2554). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นวดแผนไทย บ้านแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง*. *การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, (น. 300-304).

อับดุลคอเล็ด เจะแด. (2551). *กระบวนการมีส่วนร่วมของประชาชนในการพัฒนาชุมชนบ้านเกาะสวาด ตำบลไพรวัน อำเภอตากใบ จังหวัดนราธิวาส*. มหาวิทยาลัยรามคำแหง, คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์.

อัญชลี คุรุชาม. (2558). "การพัฒนาหลักสูตรงานประดิษฐ์ผลิตภัณฑ์จากผ้าทอคูบัวตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ สำหรับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1." *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*. 8(2), (พฤษภาคม – สิงหาคม), 352-371.

## References

Chanhom, C., & Phongam, P. (2019). A research and Development for Local Product Quality of Ban Sawangthamwiset Agricultural housewife Group Nam-Arm Sub-District, Kasetwisai District Roi-Et Province. *Journal of Graduate MCU KhonKaen Campus*, 6(1), 277-288. (in Thai).

Che-Tae, A. (2008). *Citizen Engagement in Development of KOH SWARD Community*,

- Praiwan Sub-District, Tak Bai District of Narathiwat*. Thesis of Master of Arts. Ramkhamhaeng University, Faculty of Human Resource Development, Human Resource Development Program. (in Thai).
- Eksirichaikun, N. (2013). *Value Chain Management Model for Catering Business in Nakhon Pathom Province according to Creative Economy Concepts*. Ph.D. Thesis Development Studies Silpakorn University (in Thai).
- Garutngam, A. (2015). Creative Economy for Mathayomsuksa 1. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 8(2), 352-371. (in Thai).
- Jarupongsopon, W. (2013). *Brand Management Strategy*. Bangkok: Plan Sara (in Thai).
- Kasempolkul, A (Editor). (2015). Phloen Phutthamonthon. *Journal for District Public Relations*. Phutthamonthon, Nakhon Pathom Province Siamese Studies Center Faculty of Liberal Arts Mahidol University, 1(1), (October 2015 – January 2016). (in Thai).
- Kaslun, K. (2014). Strategies for Internet Branding for E-Commerce Websites. *Suan Dusit University Research Journal*, 10(1), 77-96. (in Thai).
- Klinkajorn, S. (2015). Capacity Development of Community Enterprise of Herbal Ball Product Groups in Tonyuan Sub-District, Phanom District, Surat Thani Province. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 8(2), 2643-2655. (in Thai).
- Maliwong, A., & Wongwirat, K. (2011). Development of herbal products to meet the standards. Community products of Ban Mae Tha Thai Traditional Massage Community Enterprise, Mae Tha District, Lampang Province. *Academic conference Khon Kaen University*, 300-304. (in Thai).
- Muenpo, S. (2017). *The Application of a Creative Economic Concept through the Social Creative Potential Development Integrated Model (SCPD Integrated Model): A Case-Study of a Community Enterprise at Sanamchan, Nakhon Pathom*. ( Doctor of Philosophy ), Silpakorn University, Faculty of Education, Development Education. (in Thai).
- Plungprasert, S. (2006). *Capacity and Guideline for OTOP Herb's Marketing Development in Lower Northeastern Areas*. (Thesis of Management Technology). Suranaree University of Technology, Management Technology Program. (in Thai).
- Pongsiri, N. (2010). "Human Resource Management Strategies. under the creative economy concept *Journal of Intelligence*, 7(1), 55-59. (in Thai).
- Saennumpol, N., Sangwan, N., Keawnet, P., Saokham, P., & Srithong, P. (2018). Development of Local Product for Hotel Marketing Business in Chiang Rai Province. *Dusit Thani College Journal*, 12(1), 165-181. (in Thai).
- Sawkham, P. (2018). Development of community products to enter the hotel business market, Chiang Rai Province. *Journal of Dusit Thani College*, 12(1), 165-182. (in Thai).
- Tochu, P., & Insorn, W. (n.d.). *Logo Design for Business*. Retrieved 23 November 2019. <http://www.thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=643&section=4&issues=27> (in Thai).