
การพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
บ้านแม่พริกกลุ่ม ตำบลแม่พริก อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปาง*

THE DEVELOPMENT OF A LOCAL HERB PROCESSING COMMUNITY
ENTERPRISE IN BANMAEPRIKLOOM MAEPRIK SUBDISTRICT, MAEPRIK
DISTRICT, LAMPANG PROVINCE

พระสันติ เขมจาโร (ตีบสม)¹, ประเสริฐ บุปผาสุก² และ อัญธิษฐา อักษรศรี³

Phra Santi Khemajaro (Tipsom)¹ Prasert Bupphasuk² and Auntittha Aksomsri³

¹⁻³วิทยาลัยสงฆ์พุทธปัญญาศรีทวารวดี มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย

¹⁻³Buddhapanya Sri Thawarawadee Buddhist College. Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Thailand

Email: Santi0879287305@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่ม ตำบลแม่พริก อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปาง 1) ศึกษาการพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน 3) เสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (PAR) มีผู้เข้าร่วมปฏิบัติการวิจัยซึ่งคัดเลือกแบบเจาะจง 28 คน มีการทำกิจกรรมต่างๆ โดยการสนับสนุนองค์ความรู้จากพัฒนาชุมชน สำนักงานเกษตรอำเภอ ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน และกลุ่มปราชญ์ชาวบ้าน ทำการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วม ทำการวิเคราะห์เนื้อหาและนำเสนอแบบเล่าเรื่อง โค้ดคำพูด และเชิงพรรณนาเพื่อถ่ายทอดข้อมูลอย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริก เน้นการใช้สมุนไพรท้องถิ่น และนำภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาใช้ในการกระบวนการผลิตอย่างมีระบบ ตั้งแต่การคัดเลือก แปรรูป การควบคุมอุณหภูมิและความชื้น เพื่อคงคุณภาพสมุนไพร ผลิตภัณฑ์ที่ได้ เช่น ขี้ผึ้งไพล น้ำมันเหลือง ลูกประคบ ยาต้ม น้ำมันเขียว และรูป

* Received 8 June 2025; Revised 18 July 2025; Accepted 19 July 2025

สมุนไพร การควบคุมคุณภาพอย่างสม่ำเสมอเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ 2) การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้าน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริก ได้รับการสนับสนุนจากภาคส่วนต่างๆ ในการยกระดับคุณภาพผลิตภัณฑ์มีการนำผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมมาร่วมกันตั้งชื่อผลิตภัณฑ์ในชื่อ “สุนันท์ไพร” สุนันท์ คือ เป็นชื่อของพระสงฆ์ที่ชุมชนให้ความเคารพศรัทธา เป็นผู้นำความรู้เรื่องสมุนไพรมาใช้ให้กับชาวบ้าน รวมถึงถ่ายทอดความรู้เรื่องสมุนไพรให้กับทางกลุ่ม ในการออกแบบฉลากใช้ดอกสารภีเป็นสัญลักษณ์ เนื่องจากเป็นสมุนไพรชนิดแรกที่ทางกลุ่มได้นำมาผลิตเป็นสินค้าคือ ฐูปไฉ่ยุง และเป็นต้นไม้ที่มีอยู่มากในพื้นที่ 3) แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ส่งผลให้ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ดีขึ้น มีความทันสมัย และสามารถแข่งขันได้ในตลาดมากขึ้น นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายผ่านตลาดออนไลน์ เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาดใหม่อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: สมุนไพรพื้นบ้าน. วิสาหกิจชุมชน. การพัฒนาผลิตภัณฑ์

Abstract

The objective of this research article is to: 1) study the local herbal product models of the Mae Phrik Community Enterprise Group, Mae Phrik Subdistrict, Mae Phrik District, Lampang Province 2) examine the development of local herbal product designs by the community enterprise group; and 3) propose approaches for further product development. This participatory action research (PAR) involved 28 purposively selected participants. The research activities were conducted with knowledge support from the Community Development Office, District Agricultural Office, Non-Formal and Informal Education Center, and local wisdom experts. Data were collected through in-depth interviews and participatory observation. Content was analyzed and presented in narrative form, including quotes and descriptive analysis for systematic interpretation.

The findings revealed that

1) The Mae Phrik Community Enterprise Group's herbal product model emphasized the use of local herbs and traditional knowledge passed down

through generations. The production process was systematic—covering selection, processing, temperature and humidity control to maintain herbal quality. Products included Phlai balm, yellow herbal oil, herbal compresses, inhalers, green herbal oil, and herbal incense. Consistent quality control was a key factor in enhancing product credibility.²⁾ In terms of product development, the group received support from various sectors to upgrade the quality of their products. Existing products were collaboratively rebranded under the name “*Sunan Phrai*”. “Sunan” refers to a revered monk in the community who introduced herbal knowledge and transferred that wisdom to the group. The product label design features the *Sarapee* flower, symbolizing the first herb used to create their mosquito-repellent incense and commonly found in the area.³⁾ The introduction of new product development approaches enhanced the product image, made it more modern and competitive in the market. In addition, the group expanded into online marketing channels, creating new and sustainable market opportunities.

Keywords: Local herbs, Community enterprise, Product development

บทนำ

การพัฒนาประเทศไทยในปัจจุบันได้ให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจฐานราก โดยเฉพาะการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวนโยบายในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 ที่มุ่งลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรม และยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนผ่านการส่งเสริมวิสาหกิจขนาด เล็ก กลาง ย่อย และชุมชน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) แม้จำนวนวิสาหกิจชุมชนจะเพิ่มขึ้นมากกว่า 83.000 แห่งในปี 2560 แต่หลายแห่งประสบปัญหาในการบริหารจัดการและไม่สามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืนปัญหาหลักของวิสาหกิจ

ชุมชนมักเกี่ยวข้องกับการขาดความรู้ด้านธุรกิจ การตลาด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สมุนไพรซึ่งเป็นทรัพยากรพื้นบ้านที่มีศักยภาพสูง แต่ยังขาดการพัฒนาในเชิงวิทยาศาสตร์และนวัตกรรมเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่ (กระทรวงสาธารณสุข, 2564) แผนยุทธศาสตร์ชาติฉบับที่ 13 จึงได้กำหนดให้การวิจัยและพัฒนาสมุนไพรไทยและการแพทย์แผนโบราณเป็นเป้าหมายสำคัญ ทั้งในด้านมาตรฐานการผลิต ความปลอดภัย และการนำไปใช้ในการดูแลสุขภาพขั้นพื้นฐานกรณีของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่ม จังหวัดลำปาง เป็นตัวอย่างที่สะท้อนให้เห็นถึงการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการแปรรูปสมุนไพรเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น ยาต้ม ยาหม่อง น้ำมันเหลือง และรูปสมุนไพรอย่างไรก็ตาม การขาดองค์ความรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทำให้สินค้าขาดความน่าสนใจ ไม่สามารถขยายตลาดสู่กลุ่มผู้บริโภคภายนอกชุมชนได้อย่างเต็มที่ ส่งผลให้สูญเสียโอกาสทางการค้าและความสามารถในการแข่งขัน

ด้วยเหตุนี้ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์จึงต้องควบคู่กับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน เช่น การใช้ “ดอกสารภี” เป็นตราสัญลักษณ์ของแบรนด์ “สุนันท์ไพร่” ตลอดจนการขยายช่องทางการจำหน่ายผ่านตลาดออนไลน์ การสื่อสารแบรนด์ผ่านเรื่องราวของชุมชน (storytelling) เป็นอีกแนวทางหนึ่งที่สามารถเพิ่มคุณค่าและสร้างความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์สมุนไพรของไทยได้อย่างยั่งยืน (Kotler & Keller, 2016)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านแม่พริกกลุ่ม ตำบลแม่พริก อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปาง
2. เพื่อการศึกษาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านแม่พริกกลุ่ม ตำบลแม่พริก อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปาง
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านแม่พริกกลุ่ม ตำบลแม่พริก อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปาง

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดใช้วิธีวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research-PAR) โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการ 4 กระบวนการตาม แนวคิดของ Kemmis & McTaggart ประกอบด้วย การวางแผน (Planning) การปฏิบัติตามแผน (Action) การสังเกตผล (Observation) และการสะท้อนผล (Reflection) โดยผู้วิจัยได้ปรับขั้นตอนการวางแผนออกเป็นขั้นตอนการเตรียมการและการวางแผน เพื่อจำแนกภารกิจในการทำงานในพื้นที่ได้ ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้วิจัยได้ลงพื้นที่จัดเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาโจทย์การวิจัยก่อนแล้ว จึงได้จัดทำ ขั้นตอนการดำเนินงานของรูปแบบการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมออกเป็น 5 ระยะ คือ 1) ระยะเตรียมการ (Pre-Research) 2) ระยะการวางแผน (Planning) 3) ระยะการปฏิบัติตามแผน (Action) 4) ระยะการสังเกตผลการนิเทศติดตามสนับสนุนการดำเนินงาน (Observation) และ 5) ระยะสะท้อนผล (Reflection) การกำหนดผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informant) ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) เพื่อศึกษาการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participation Action Research-PAR) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผู้ร่วมในการสนทนากลุ่มเฉพาะ (Focus Group Discussion) และกลุ่มผู้เข้าร่วมปฏิบัติการ เพื่อร่วมกันวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูล และนำเสนอตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านแม่พริก

จากการศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่ม เป็นองค์กรชุมชนที่ดำเนินงานด้านการผลิตและแปรรูปสมุนไพรพื้นบ้านมาอย่างต่อเนื่องมากกว่า 15 ปี โดยมีวัตถุประสงค์หลักใน

การส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างรายได้ และเสริมสร้างสุขภาพให้กับคนในชุมชน กลุ่มใช้พืชสมุนไพรที่มีแหล่งที่มาภายในท้องถิ่น ซึ่งปลูกด้วยวิธีเกษตรอินทรีย์ที่ปราศจากสารเคมี เช่น ไพล ขมิ้น ฟ้าทะลายโจร ชิง ข่า และอื่น ๆ ผลิตภัณฑ์หลักที่ได้รับการพัฒนาและเป็นที่รู้จัก ได้แก่ ยาหม่องสูตรไพล น้ำมันเหลืองสมุนไพร ลูกประคบสมุนไพร ยาต้มสมุนไพร และรูปสมุนไพรไพล่ง โดยกระบวนการผลิตยังคงยึดแนวทางภูมิปัญญาชาวบ้านควบคู่กับการประยุกต์เทคโนโลยีพลังงานแสงอาทิตย์ผ่านการใช้ตู้อบสมุนไพร ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีความสะอาด ปลอดภัย และคงคุณค่าทางยาไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การเก็บเกี่ยวพืชสมุนไพรจะคำนึงถึงช่วงเวลาที่สำคัญในพืชมีปริมาณสูงสุด เพื่อให้สามารถใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแห่งนี้มีการรวมตัวของกลุ่มผู้สูงอายุและสตรีในชุมชน ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านสมุนไพร รวมถึงวิธีการแปรรูปและการใช้ประโยชน์อย่างเหมาะสม ซึ่งนอกจากจะเป็นการสร้างงานและรายได้แล้ว ยังเป็นการสืบสานและอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม กลุ่มยังประสบปัญหาในหลายด้าน เช่น ขาดแคลนเทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัย อุปกรณ์แปรรูปมีจำกัด สถานที่ผลิตยังไม่เป็นระบบ รวมทั้งการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการขยายช่องทางการตลาดยังมีข้อจำกัด และในปัจจุบัน กลุ่มได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานเกษตรอำเภอ สำนักงานพัฒนาชุมชน และเทศบาลตำบลแม่พริก ในการพัฒนาองค์ความรู้ การจัดตั้งศูนย์เรียนรู้สมุนไพรเพื่อใช้เป็นแหล่งถ่ายทอดความรู้ให้กับคนรุ่นใหม่และบุคคลภายนอก โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต การสร้างเศรษฐกิจฐานราก และการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน

2. การศึกษาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่ม

ในการศึกษาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับภาพลักษณ์ของสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรแปรรูปโดยมีการทำงานร่วมกันเป็นเครือข่าย ประกอบด้วย สำนักงานพัฒนาชุมชน จังหวัดลำปาง สำนักงานการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย อำเภอแม่พริก และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่ม โดยมีการบูรณาการภูมิปัญญาดั้งเดิมและองค์ความรู้สมัยใหม่ ของการนำภูมิปัญญาชาวบ้านมาใช้ในการกระบวนการผลิตสมุนไพรอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การเลือกวัตถุดิบ (เช่น ดอกสารภี). การเตรียม. การแปรรูป และการควบคุมคุณภาพ ผสมผสานองค์ความรู้

สมัยใหม่ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะสมกับยุคสมัยและดีขึ้นกว่าเดิมโดยการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การควบคุมปัจจัยสำคัญในการผลิต ได้แก่ ภูมิ. ความชื้น. และความสะอาด เพื่อรักษาสรรพคุณของสมุนไพรและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค โดยการสร้างอัตลักษณ์และมูลค่าเพิ่มผ่านบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งต้องมียอดประกอบที่สำคัญ เช่น ตราสินค้า. ชื่อผลิตภัณฑ์. รายละเอียดที่เกี่ยวข้อง. เครื่องหมายรับรอง. วิธีใช้. คำเตือน. ส่วนประกอบสำคัญ เพื่อสื่อสารจุดเด่นและภาพลักษณ์ของสินค้า สร้างความเป็นเอกลักษณ์และสะท้อนความเป็นท้องถิ่น เช่น การใช้ "ดอกสารภี" เป็นตราสัญลักษณ์ และตั้งชื่อแบรนด์ "สุนันท์ไพร" ซึ่งมีที่มาจากพระครูสุนันทวงกิจ อดีตเจ้าอาวาสและผู้ก่อตั้งโรงเรียนศักดิ์สุนันท์วิทยา แสดงถึงความผูกพันกับชุมชนและสร้างคุณค่าทางจิตใจ รวมถึงการสร้างตลาดออนไลน์ ซึ่งเป็นช่องทางสำคัญในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง โดยการสื่อสารผ่านเรื่องราว (Storytelling) และภาพลักษณ์ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ส่งเสริมให้ชุมชนเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง. เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน. การถ่ายทอดองค์ความรู้. และการพัฒนาทักษะในการบริหารจัดการผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน



ภาพที่ 1 รูปแบบฉลากตราสินค้า “สุนันท์ไพร” ประเภทยาหม่องไพร และ น้ำมันเหลืองไพร



ภาพที่ 2 รูปแบบฉลากตราสินค้า “สุนันทไพร่” ประเภทฉลากตราสินค้า ยาต้มสมุนไพร



บ้านแม่พริกกลุ่ม

ภาพที่ 3 รูปแบบตราสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่ม

โดยรวมแล้วการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรของวิสาหกิจชุมชนที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ไม่ได้จำกัดอยู่แค่กระบวนการผลิตที่ต้องได้มาตรฐานและคุณภาพเพียงอย่างเดียวแต่ยังรวมถึงการสร้างแบรนด์ที่แข็งแกร่ง การตลาดที่มีประสิทธิภาพ และที่สำคัญที่สุดคือการมีส่วนร่วมและความเข้มแข็งของชุมชน ซึ่งเป็นรากฐานของการพัฒนาที่ยั่งยืน

3. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านแม่พริกกลุ่ม

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่ม เป็นกระบวนการที่เกิดจากการบูรณาการองค์ความรู้ด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นร่วมกับนวัตกรรมสมัยใหม่ โดยมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ฉลากผลิตภัณฑ์ และโลโก้ที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน การดำเนินงานในส่วนนี้เป็นผลมาจากความร่วมมือระหว่างสมาชิกกลุ่มและหน่วยงานภาครัฐ อาทิ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดลำปาง และศูนย์การศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยอำเภอแม่พริก (กศน.) ซึ่งมีบทบาทในการให้การสนับสนุนทั้งด้านวิชาการและทรัพยากร ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาได้แก่ ยาหม่องสมุนไพร น้ำมันเหลือง และยาต้มสมุนไพร ซึ่งได้รับการปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยและน่าสนใจยิ่งขึ้น ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์สามารถวางจำหน่ายในตลาดที่กว้างขึ้น และสามารถตั้งราคาจำหน่ายได้สูงขึ้นตามคุณค่าที่เพิ่มขึ้นของผลิตภัณฑ์ ในด้านการ

พัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย กลุ่มฯ ได้ให้ความสำคัญกับการตลาดทั้งในรูปแบบ Offline และ Online โดยมีการจัดอบรมเชิงปฏิบัติการในหัวข้อ “การพัฒนาศักยภาพด้านการขายตลาดออนไลน์” เพื่อยกระดับทักษะของสมาชิกกลุ่ม โดยเนื้อหาการอบรมประกอบด้วย การสร้างแบรนด์ส่วนบุคคล (Personal Branding) การใช้เครื่องมือสื่อสังคมออนไลน์ เช่น Facebook, Line Official Account, TikTok และการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า (Customer Journey) รวมถึงการฝึกปฏิบัติด้านการขายจริง กลุ่มเป้าหมายหลักของการอบรมประกอบด้วย สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจำนวน 20 คน ซึ่งเป็นกลุ่มนาร่องในการพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดของชุมชน ในส่วนของการสร้างเครือข่าย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่มได้มีการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกใน 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ 1) องค์กรชุมชน เช่น เทศบาลตำบลแม่พริก กลุ่ม OTOP จังหวัดลำปาง และสำนักงานพาณิชย์จังหวัด ซึ่งมีบทบาทในการสนับสนุนด้านพื้นที่จัดจำหน่าย และการประชาสัมพันธ์ 2) หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กำนันและผู้ใหญ่บ้าน ซึ่งมีส่วนสำคัญในการจัดหาทุนสนับสนุนและประสานการจัดงานแสดงสินค้าต่าง ๆ 3) กลุ่มนักวิชาการ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง มีบทบาทในการให้ความรู้ การจัดอบรม การศึกษาดูงาน และการเชื่อมโยงองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดจากการดำเนินการทั้งหมด ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่มสามารถยกระดับผลิตภัณฑ์พัฒนาทักษะสมาชิก และขยายเครือข่ายการจัดจำหน่ายได้อย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ และยั่งยืน



กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสมุนไพร
บ้านแม่พริก อ.แม่พริก จ.ลำปาง



ภาพที่ 4 การพัฒนาศักยภาพด้านการขายตลาดออนไลน์”

อภิปรายผล

การวิจัยในครั้งนี้มุ่งเน้นการพัฒนาภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านกระบวนการศึกษาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน บ้านแม่พริกกลุ่ม ตำบลแม่พริก อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปาง โดยใช้เทคนิคการประชุมเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Workshop) ซึ่งเปิดโอกาสให้คนในชุมชนได้มีส่วนร่วมในการถ่ายทอดองค์ความรู้ พัฒนานวัตกรรม และสร้างคุณค่าใหม่จากทุนทางวัฒนธรรมเดิมของตนเอง ผลการวิจัยสามารถสรุปอภิปรายได้ตามประเด็นสำคัญ 3 ด้าน ดังนี้

1. การศึกษารูปแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่ม เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพมาตรฐานและสามารถแข่งขันในตลาดได้ โดยเน้นกระบวนการศึกษาในมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของสมุนไพร ตั้งแต่แหล่งที่มาของวัตถุดิบ กระบวนการเพาะปลูก การดูแลรักษา และการเก็บเกี่ยว ตลอดจนการควบคุมคุณภาพสมุนไพรในเบื้องต้น โดยใช้เกณฑ์การประเมินทางกายภาพ เช่น สี กลิ่น รส รูปร่าง และลักษณะของเนื้อสัมผัส ตลอดจนความสะอาดและความปราศจากสิ่งปนเปื้อน นอกจากนี้ ยังมี การรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาท้องถิ่นจากผู้รู้ในชุมชน หมอพื้นบ้าน และผู้สูงอายุ เพื่อศึกษาสรรพคุณ วิธีการใช้ และข้อควรระวังในการใช้สมุนไพรแต่ละชนิด โดยข้อมูลเหล่านี้เป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรให้มีคุณภาพ การจัดเก็บและการแปรรูปสมุนไพรยังให้ความสำคัญกับวิธีการอบแห้ง การเก็บรักษาในภาชนะที่สะอาด ปิดสนิท และป้องกันแสงแดดหรือความชื้น เพื่อรักษาสาระสำคัญในสมุนไพร ยืดอายุการเก็บรักษา ซึ่งจะช่วยลดการเสื่อมสภาพของผลิตภัณฑ์ก่อนถึงมือผู้บริโภค ทั้งนี้ ผลการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุทธิพันธุ์ บงสุนันท์ (2558) เรื่อง “การวิเคราะห์การผลิตและการตลาดผลไม้แปรรูปของไทย” ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์สมุนไพรได้ อีกทั้งยังส่งเสริมให้เกิดการรวมกลุ่มของชุมชน การเรียนรู้ร่วมกัน การพัฒนาเครือข่ายธุรกิจและการตลาด และสามารถลดต้นทุนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสรุป การศึกษาคุณภาพสมุนไพรในชุมชนอย่างรอบด้าน รวมถึงการประยุกต์องค์ความรู้ดั้งเดิมเข้ากับกระบวนการผลิตที่มีมาตรฐาน จะส่งเสริมให้ชุมชนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรที่มีศักยภาพเข้าสู่ตลาดได้อย่างยั่งยืน

2. การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่มโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการสนทนากลุ่ม (Focus Group) กับสมาชิกกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชน โดยร่วมแสดงความคิดเห็น นำเสนอความต้องการ เลือกรูปแบบ การให้ข้อมูลที่ เป็นอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบพัฒนารูปแบบตราสินค้าและ บรรจุภัณฑ์ สอดคล้องกับ **วิภาวดี พรหมพuthา และชาม จาตุรงค์กุล (2565)** ได้มีแนวคิดใน การออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าโดยได้ถอดอัตลักษณ์ของชุมชนจากการลงพื้นที่นำไปสู่การ ออกแบบและวิเคราะห์องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง เช่น สี, สไตส์, เทคนิคการวางลาย ในการ ออกแบบตราสินค้าที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเป็นทำให้ผู้บริโภคเข้าใจและ จดจำได้ง่าย เกิดต้นแบบของผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้กับชุมชนในอนาคต

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตและแปรรูปสมุนไพร บ้านแม่พริกกลุ่ม มีผลิตภัณฑ์ คือ ยาหม่องสมุนไพร น้ำมันเหลือง น้ำมันเขียว ฐุปสมุนไพรไล่ยุง ลูกประคบ และยาต้มสมุนไพร ผลิตภัณฑ์แต่ละ อย่างมีขนาดและรูปแบบที่แตกต่างกันไป ดังนั้น วิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตและแปรรูปสมุนไพร บ้านแม่พริกกลุ่ม จึงต้องการให้ออกแบบตราสัญลักษณ์ที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ความเป็นบ้านแม่ พริกกลุ่ม รวมถึงการนำรูปภาพดอกสารภีและพืชสมุนไพรมาเป็นองค์ประกอบในการออกแบบที่ ลักษณะบ่งบอกถึงความเป็นสมุนไพร และต้องการให้มีชื่อวิสาหกิจชุมชน "วิสาหกิจชุมชนกลุ่ม ผลิตและแปรรูปสมุนไพร บ้านแม่พริกกลุ่ม ปรากฏในการทำตราสัญลักษณ์ด้วย ซึ่งสอดคล้องกับ **สุมิตรา ศรีวิบูลย์ (2560)** ได้กล่าวว่า การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสังคมในปัจจุบัน ผู้บริโภคจึงมักตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า โดยพิจารณาจากสัญลักษณ์หรือแบรนด์ที่แสดงถึง ลักษณะเฉพาะตัว รวมถึงชื่อเสียงของผู้ผลิตจึงมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยผู้วิจัยได้ออกแบบตราสินค้า จำนวน 3 รูปแบบ และ กล่องบรรจุภัณฑ์ จำนวน ๒ รูปแบบ การออกแบบ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์สมุนไพรตรา สุนันทไพร ในภาพรวมถือได้ว่า บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม แข็งแรง ปกป้องคุ้มครองและสามารถลดต้นทุนในการผลิต ตัวอย่างเช่น เรื่องของบรรจุภัณฑ์กระดาษ สามารถใช้กระดาษได้น้อยลง ลดการสิ้นเปลืองใน ขณะที่ชิ้นงานบรรจุภัณฑ์มีคุณภาพมากขึ้น ช่วยส่งเสริมด้านการตลาด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของ **อมรนิติ คงปรีชา (2559)** ว่าตัวบรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้นต้องมีความสามารถ คือ ในด้านรูปแบบ ต้องมีความเป็นเอกลักษณ์แปลกใหม่ สะดุดตา ต้องมีลักษณะเป็นชุด สามารถสร้างการจดจำ ให้แก่ผู้บริโภค และสร้างความแตกต่างจากสินค้าคู่แข่งได้ มีเครื่องหมายการค้า สามารถสื่อถึง ผลิตภัณฑ์และบ่งบอกถึงที่มาที่ไป สร้างการจดจำให้แก่ผู้บริโภคได้ดี ลักษณะการใช้สอยต้องมี

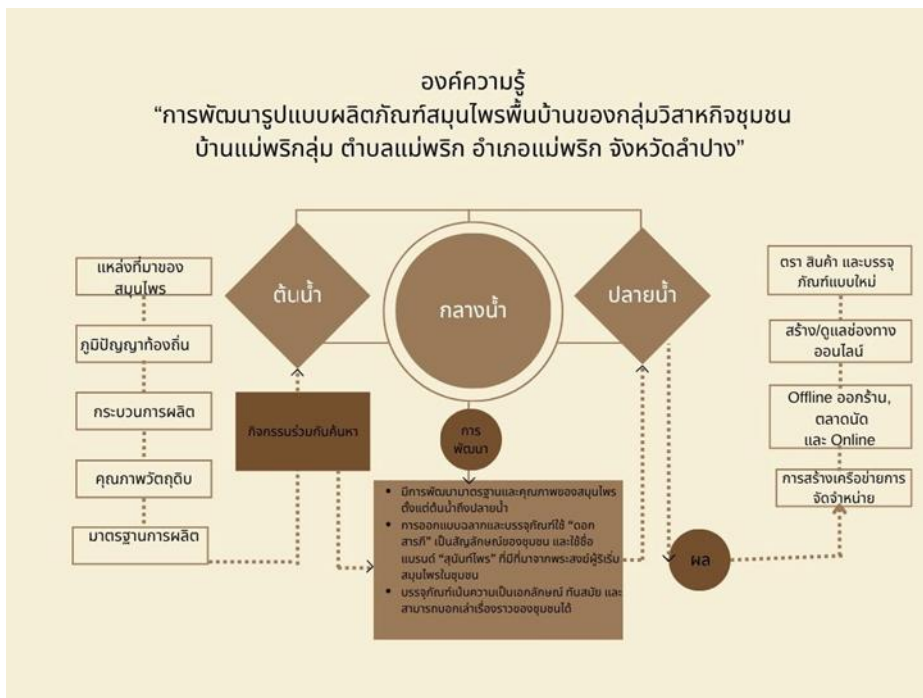
ความสะดวก ทั้งในส่วนของผู้ผลิตและผู้บริโภคโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ ในด้านการตลาด ผู้บริโภคสามารถทราบข้อมูลที่ผลิตภัณฑ์ต้องการสื่อสารให้เข้าใจได้ง่าย เข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีการสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี เหมาะสมกับราคา โอกาสและกาลเทศะ สามารถยกระดับและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้รายละเอียดบนฉลากครบถ้วน ผู้บริโภคสามารถอ่านและทำความเข้าใจได้ง่าย บรรจุภัณฑ์สามารถเป็นสื่อประชาสัมพันธ์ได้ในตัว ช่วยให้ผลิตภัณฑ์เกิดมูลค่าเพิ่มและช่วยในการส่งเสริมการขายสอดคล้องกับงานวิจัยของ **เกศแก้ว ประดิษฐ์ (2567)** ได้ระบุว่าบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องได้รับการพัฒนา เพราะบรรจุภัณฑ์นอกจากมีหน้าที่หลักในการปกป้องและขนส่งสินค้าให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์แล้ว บรรจุภัณฑ์ยังมีบทบาทหน้าที่ด้านการสื่อสารการตลาดในการแนะนำให้ข้อมูล รวมถึงกระตุ้นใจลูกค้าให้ตัดสินใจซื้อโดยบรรจุภัณฑ์จัดเป็นหนึ่งในปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจ

3. การเสนอรูปแบบพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน มีการนำเสนอ 3 ด้าน ประกอบด้วย 1) รูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่ม ตำบลแม่พริก อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปาง ส่งผลลัพธ์ที่สำคัญและเป็นรูปธรรมหลายประการ เป็นการเพิ่มมูลค่าและสร้างความแตกต่าง เพราะตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบใหม่และมีเอกลักษณ์ ช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์จากเดิมที่เป็นเพียงสินค้าพื้นบ้านให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีมูลค่าเพิ่ม สามารถแข่งขันในตลาดได้ดีขึ้น และโดดเด่นจากก่อนการพัฒนา มาก ด้วยรูปแบบที่สวยงาม ทันสมัย และมีเรื่องราว ทำให้ผลิตภัณฑ์น่าสนใจยิ่งขึ้น ดึงดูดสายตาผู้บริโภคกลุ่มใหม่ ๆ ที่อาจไม่เคยรู้จักผลิตภัณฑ์สมุนไพรมาก่อน หรือมองหาผลิตภัณฑ์ที่มีดีไซ์น่าสนใจ ด้วยการมีตราสินค้าที่ชัดเจน ฉลากที่ให้ข้อมูลครบถ้วน และบรรจุภัณฑ์ที่ดูสะอาด ปลอดภัย ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในด้านคุณภาพและมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และที่สำคัญสะท้อนอัตลักษณ์และภูมิปัญญาชุมชน การนำเสนอเรื่องราวของบ้านแม่พริกกลุ่ม ภูมิปัญญาการใช้สมุนไพร และวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าทางจิตใจและเป็นตัวแทนของชุมชนอย่างแท้จริง สอดคล้องกับงานวิจัยของ **อุดมศักดิ์ สาริบุตร (2568)** ได้ศึกษาเรื่อง “การออกแบบตราสินค้าผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมสำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน” ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ผลงานการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนและบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมที่แตกต่างสามารถช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับตราสินค้าได้และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มตัวอย่างอย่างมีประสิทธิภาพ

กล่าวโดยสรุป การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่ม ตำบลแม่พริก อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปาง โดยมุ่งเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ พัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้มีความโดดเด่น สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน ตลอดจนการส่งเสริมช่องทางการจัดจำหน่ายทั้งในรูปแบบออฟไลน์และออนไลน์ สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ องค์กรท้องถิ่น และสถาบันการศึกษา และจากการดำเนินกิจกรรมพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย สร้างความน่าสนใจแก่ผู้บริโภค โดยเฉพาะการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ใหม่ เช่น ยาหม่องสมุนไพร น้ำมันเหลือง และยาต้มสมุนไพร ซึ่งส่งผลให้สามารถตั้งราคาขายได้สูงขึ้นอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ยังมีการจัดอบรมเสริมสร้างศักยภาพด้านการตลาดออนไลน์ให้กับสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งได้รับการส่งเสริมจากหน่วยงานภาครัฐในรูปแบบของการอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อเพิ่มศักยภาพของสมาชิกกลุ่มในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล สื่อสังคมออนไลน์ และการวางแผนกลยุทธ์การตลาด ทำให้เกิดความเข้าใจในการสร้างแบรนด์ (Personal Branding) และสามารถวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อปรับใช้กับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับภาคีต่าง ๆ ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับจังหวัด เช่น เทศบาล ศูนย์การศึกษานอกกระบบ สำนักงานพัฒนาชุมชน มหาวิทยาลัย ฯลฯ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนองค์ความรู้ งบประมาณ และโอกาสในการขยายตลาด ทำให้กลุ่มมีช่องทางจัดจำหน่ายเพิ่มมากขึ้น ทั้งในชุมชนและนอกพื้นที่ เช่น งานแสดงสินค้าในจังหวัดลำปาง และตลาดนัดชุมชน ทั้งนี้ยังเกิดการแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างภาครัฐ ภาควิชาการ และภาคประชาชนอย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่มมีพัฒนาการทั้งด้านผลิตภัณฑ์ การตลาด และเครือข่ายการจัดจำหน่าย ทำให้สามารถยกระดับผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านให้มีความเป็นสากล และมีศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด รวมถึงเป็นแนวทางที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ได้อย่างเป็นรูปธรรม

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นบ้านของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่ม ตำบลแม่พริก อำเภอแม่พริก จังหวัดลำปาง” ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการ รวมถึงการจัดกิจกรรมวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม จากกระบวนการวิจัยและผลที่เกิดขึ้น ผู้วิจัยจึงรวบรวมสรุปองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยนี้ครอบคลุมตั้งแต่ การใช้และต่อยอดภูมิปัญญาดั้งเดิม ไปสู่ การยกระดับมาตรฐานคุณภาพ การ สร้างคุณค่าและอัตลักษณ์ผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ การ พัฒนาช่องทางการตลาดให้ทันสมัย และที่สำคัญที่สุดคือการสร้างความเข้มแข็งและความยั่งยืนผ่านการมีส่วนร่วมของชุมชนและภาคีเครือข่าย ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการยกระดับคุณภาพชีวิตและเศรษฐกิจของชุมชนบ้านแม่พริกกลุ่ม โดยสามารถเขียนรูปแบบดังนี้



แผนภูมิที่ 1 องค์ความรู้จากการวิจัย

สรุป/ข้อเสนอแนะ

1.ในการศึกษาและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ควรต้องพิจารณาเรื่องของต้นทุนในการผลิตที่อาจจะเพิ่มมากขึ้น อาจจะต้องคำนึงถึงปัจจัยของความคุ้มค่าในตัวผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

2.ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มประชากรรวมถึงปัญหาต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะได้ผลตรงตามความต้องการของกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา และเพื่อให้ได้ความพึงพอใจสูงสุดสามารถนำบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาไปประยุกต์ใช้ภายใต้ภาคหน้า

3.ควรมีการดำเนินการในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการพัฒนาต่อยอดอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลดีทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง และสามารถนำไปจัดจำหน่ายเป็นการสร้างรายได้ให้กับสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจ

เอกสารอ้างอิง

- เกศแก้ว ประดิษฐ์. (2561). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวกล้องพันธุ์ข้าวหอมกระดังงาที่มีผลต่อการตอบรับในเชิงพาณิชย์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านบ่อขอ อำเภอดงหลวง จังหวัดนราธิวาส. รายงานวิจัย
- สุมิตรรา ศรีวิบูลย์. (2554). *ออกแบบ ออกแบบรนต์*. กรุงเทพฯ: อีเลฟเว่นคิดเลอร์ส.
- สุทธิพันธุ์ บงสุนันท์. (2558). *การวิเคราะห์การผลิตและการตลาดผลไม้แปรรูปของไทย*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- วิภาวดี พรหมพุทธา. & ขาม จาตุรงค์กุล. (2565). โครงการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผ้าฝ้ายโดยได้แรงบันดาลใจจากดอกไม้เมืองเลย กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายชุมชนบ้านกกบก อ.วังสะพุง จ.เลย. ใน *เอกสารประกอบการประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 23*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อมรนิติ คงปรีชา. (2557). รายงานวิจัยเรื่องการออกแบบผลิตภัณฑ์ข้าวเจ๊กเขยเสาให้.
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

อุดมศักดิ์ สาริบุตร. (2558). การออกแบบตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม
สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน.