การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

พรทิพย์ พรหมมาศ[1]
เดโช แขน้ำแก้ว[2] อุดมศักดิ์ เดโชชัย[3] จิตติมา ดำรงวัฒนะ[4]

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) วิธีการผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว (2) สภาพปัญหาการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว และ (3) การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว ศึกษาเชิงคุณภาพ ใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 17 คน โดยการเลือกแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา ผลการวิจัยพบว่า (1) วิธีการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว โดยการคัดเลือกโคลนที่มีคุณภาพดีต้องละเอียด และไม่มีเศษขยะติดมา ผ่านกรรมวิธีฆ่าเชื้อในโคลนโดยการอบในหม้อนึ่งน้ำโคลน จึงนำไปบรรจุผลิตภัณฑ์ (2) สภาพปัญหาการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวมีปัญหาในขั้นตอนการเก็บโคลน เนื่องจากแสงแดดทำให้เปลี่ยนแปลงรูปร่าง และไม่มีที่เก็บ มีปัญหาการฆ่าเชื้อในโคลน คือ ความร้อนในการฆ่าเชื้อไม่ทั่วถึง และมีสิ่งเจอปนอยู่ในโคลน มีปัญหาด้านการตลาด เพราะยังไม่มีจุดวางขายนอกพื้นที่ และ (3) การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านสรรพคุณ/ประโยชน์ของสินค้า เพราะโคลนพอกผิวสามารถช่วย "ดีท๊อกผิว" ให้ผิวมีสุขภาพที่ดีขึ้น การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการตลาด เช่น งาน OTOP และสื่อออนไลน์ และการสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการบรรจุภัณฑ์ เน้นความโดดเด่น มีเอกลักษณ์ที่แตกต่าง และช่วยเพิ่มยอดขายให้แก่ผลิตภัณฑ์

มีข้อเสนอแนะ ได้แก่ เชิญชวนให้คนในชุมชนที่สนใจได้มามีส่วนร่วมในการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อสร้างรายได้ ควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาพื้นที่ในการบริเวณจำหน่ายมากขึ้น เช่น ร้านนวดสปา โรงแรม ตลาดต่างจังหวัด หรือตลาดต่างประเทศ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนงบประมาณ หรือเครื่องมือสมัยใหม่เพื่อยกระดับสินค้าให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ หรือจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

คำสำคัญ : การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน

---

[1]นักศึกษาระดับปริญญาตรี (ภาคพิเศษ กศ.บป.) สาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
[2]อาจารย์ประจำสาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
[3]อาจารย์ประจำสาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
[4]อาจารย์ประจำสาขาวิชาการพัฒนาชุมชน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช

หลักการเหตุผล

เมื่อกระแสนิยมของผู้บริโภคที่หันมาให้ความสนใจผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ ซึ่งได้จากธรรมชาติในการบำรุงดูแลร่างกาย และเพื่อหลีกเลี่ยงสารเคมีมีแนวโน้มมากขึ้น เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้มีธุรกิจเกี่ยวกับสุขภาพเกิดขึ้น การเลือกใช้บริการด้านสปาก็เป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ผู้บริโภคเลือกใช้เพื่อตอบโจทย์การดูแลร่างกายของตนเอง อีกทั้งธุรกิจสปาเป็นสถานบริการที่ดูแลสุขภาพแบบองค์รวมใช้ผลิตภัณฑ์จากพืชพรรณธรรมชาติ อาศัยทรัพยากรจากธรรมชาติ เช่น โคลน (สุขาภิบาลสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ, 2554) ซึ่งการใช้ประโยชน์จากโคลนนั้นมีมาหลายร้อยปีแล้วซึ่งมาจากวัฒนธรรม และประเพณีที่ต่างกัน โดยใช้เพื่อบรรเทาอาการปวดข้อต่าง ๆ ของร่างกายและจากความเชื่อโบราณที่ว่าโคลนสามารถรักษาโรคต่าง ๆ ได้ โดยโคลนแต่ละชนิดมีแหล่งที่มาที่แตกต่างกันจะมีคุณสมบัติที่ดีแตกต่างกันไป (สำนักการแพทย์ทางเลือกกรมพัฒนาแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2553)

ซึ่งในช่วงหลายปีที่ผ่านมาโคลนเป็นที่รู้จักกันในอุตสาหกรรมความงาม และสุขภาพ เนื่องจากโคลนมีแร่ธาตุหลายชนิดทีเอื้อต่อคุณประโยชน์ด้านความงาม คุณสมบัติของโคลนที่อุดมไปด้วยแร่ธาตุมากมาย เช่น แมกนีเซียม โซเดียม โพแทสเซียมไนโตรเจน เหล็ก ซิลิกาสังกะสี โบรอน และแคลเซียม มีคุณสมบัติช่วยดูดซับ และแทรกซึม ยังช่วยสลายเซลลูไลท์เป็นตัวเติมความชุ่มชื้น นอกจากนี้ยังช่วยรักษาเกี่ยวกับโรคผิวหนังได้ เช่น สะเก็ดเงิน กลาก ผิวอักเสบ โคลนยังช่วยบำบัด กระตุ้นการไหลเวียนของเลือด ปรับสมดุลร่างกาย และในผู้ป่วยที่มีอาการเจ็บบริเวณที่เป็นโรคมะเร็งจะใช้โคลนพอกเพื่อช่วยบำบัดอาการเจ็บปวด (Jacob Vadakkanchary, 2013 ; ศรีวิชัย ศรีสุวรรณ, 2558)

กลุ่มอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลม ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้เห็นความสำคัญ และได้รับความสนใจจากผู้บริโภค ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวชุมชน ใกล้ชิดวิถีชีวิตชาวบ้านด้วย ภายใต้ท้องทะเลป่าชายเลนที่ลึกไป 1 เมตร มีโคลนที่เนื้อละเอียดอ่อน และไม่มีกลิ่น เป็นโคลนที่มีความอุดมสมบูรณ์ โคลนนี้มีแร่ธาตุต่าง ๆ หลายชนิด เช่น โซเดียมคลอไรด์ หรือเกลือแกง ซึ่งเป็นที่รู้ กันดีว่ามีสรรพคุณในการรักษาผิว มีกรดซาลิซิลิกช่วยบำรุงผิวพรรณไม่ทำให้เกิดการอักเสบของสิวมีควอตซ์ เคโอลิไนต์ และช่วยในการขัดผิวให้สะอาด (ศรีวิชัย ศรีสุวรรณ, 2558) จึงก่อเกิดเป็นแหล่งสปาโคลนสดจากธรรมชาติที่เป็นจุดสนใจสร้างแรงดึงดูดให้กับนักท่องเที่ยวเป็นจุดเริ่มนำมาสู่การต่อยอดสร้างอาชีพสร้างรายได้จากโคลนธรรมชาติให้กับคนในชุมชน (ไทยรัฐฉบับพิมพ์, 2561)

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจเกี่ยวกับเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อศึกษาแนวทางการสร้างมูลค่าให้กับโคลนทะเลตามกรรมวิธีการทำโคลนให้ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค รวมไปถึงการสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของชุมชนบ้านแหลม ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาวิธีการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

3. เพื่อศึกษาการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขอบเขตการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1 วิธีการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ 1) การคัดเลือกโคลน 2) กรรมวิธีฆ่าเชื้อในโคลน และ 3) การบรรจุผลิตภัณฑ์โคลน

1.2 สภาพปัญหาการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ 1) ปัญหาในขั้นตอนการเก็บโคลน และ 2) ปัญหาการฆ่าเชื้อในโคลน

1.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้แก่ 1) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านสรรพคุณ/ประโยชน์ของสินค้า 2) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการตลาดและสื่อออนไลน์ และ 3) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการบรรจุภัณฑ์

2. ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ รวมทั้งสิ้น 17 คน เป็นกลุ่มผู้จัดตั้งกลุ่มและผู้ดำเนินการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว และกลุ่มผู้ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตภัณฑ์จากทำโคลนพอกผิว ดังนี้

2.1 กลุ่มผู้จัดตั้งกลุ่มและผู้ดำเนินการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว จำนวน 6 คน เลือกเจาะจงเฉพาะผู้ที่ทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวอย่างต่อเนื่องและมากกว่า 2 ปี

2.2 กลุ่มผู้ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตภัณฑ์จากทำโคลนพอกผิว จำนวน 11 ได้แก่ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลมโฮมสเตย์ จำนวน 1 คน อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช จำนวน 1 คน อุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 1 คน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 1 คน ลูกค้านวดร้านสปาและนักท่องเที่ยว จำนวน 7 คน

3. ขอบเขตด้านพื้นที่

การรวบรวมข้อมูลในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเลือกศึกษาพื้นที่บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ มีผู้ให้ข้อมูลสำคัญ รวมทั้งสิ้น 17 คน ดังนี้

1.1 กลุ่มผู้จัดตั้งกลุ่มและผู้ดำเนินการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว จำนวน 6 คน เลือกเจาะจงเฉพาะผู้ที่ทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวอย่างต่อเนื่องและมากกว่า 2 ปี

1.2 กลุ่มผู้ที่ส่งเสริมและสนับสนุนการผลิตภัณฑ์จากทำโคลนพอกผิว จำนวน 11 ได้แก่ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอนุรักษ์ป่าชายเลนบ้านแหลมโฮมสเตย์ จำนวน 1 คน อาจารย์มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช จำนวน 1 คน อุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 1 คน ผู้ใหญ่บ้าน จำนวน 1 คน ลูกค้านวดร้านสปาและนักท่องเที่ยว จำนวน 7 คน

2. เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อใช้สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว สภาพปัญหาการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว และการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจนได้ข้อมูลที่อิ่มตัว จึงยุติการเก็บข้อมูล โดยมีวิธีการสร้างเครื่องมือ ดังนี้

2.1 แบบสัมภาษณ์

2.1.1 การศึกษาเอกสารเพื่อสร้างแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับวิธีการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว สภาพปัญหาการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว และการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว

2.1.2 การสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง โดยอาศัยกรอบแนวคิดในการวิจัยและผลการสังเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานเป็นแนวทางในการสัมภาษณ์ตามประเด็นการศึกษา เป็นลักษณะคำถามปลายเปิด เพื่อใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึก แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตอนที่ 5 ข้อมูลเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ

2.2 แบบบันทึกสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ผู้วิจัยจะใช้แบบบันทึกการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม ได้แก่ วิธีการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว สภาพปัญหาการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว และการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการดังนี้

3.1 ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้รับจากเอกสาร หนังสือ บทความ สื่อสารสนเทศ ตลอดถึงเอกสารอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.2 ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมด้วยวิธีการสัมภาษณ์และสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

3.3 สร้างแบบสัมภาษณ์และแบบบันทึกสังเกต เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยทำหนังสือขอความร่วมมือไปยังผู้ให้ข้อมูลสำคัญเพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก

3.5 แจ้งกำหนด เวลา และสถานที่ เพื่อทำการสัมภาษณ์เชิงลึก รวบรวมข้อมูล ได้แก่ วิธีการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว สภาพปัญหาการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว และการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวโดยใช้เครื่องบันทึกเสียงขณะสัมภาษณ์ ตรวจสอบครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลถอดเทป ตรวจสอบความถูกต้อง และถ่ายภาพประกอบ

3.6 การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยสังเกตการณ์ในประเด็นที่กำหนด ณ บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

4. การตรวจสอบข้อมูล การตรวจสอบข้อมูล ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า ดังนี้

4.1 การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล เป็นการตรวจสอบว่าข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ โดยแหล่งที่พิจารณาในการตรวจสอบ ได้แก่ แหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล

4.2 การตรวจสอบสามเส้า เป็นการตรวจสอบข้อมูลจากการเก็บข้อมูลในภาคสนาม ที่มีผู้วิจัยและผู้ที่เกี่ยวข้อง หลังจากเก็บข้อมูลแล้วมาบันทึกข้อมูลด้วยกัน และมีความเห็นตรงกัน

4.3 การตรวจสอบสามเส้าด้วยวิธีการรวบรวมข้อมูล เป็นการรวบรวมข้อมูลหลายวิธี ทั้งจากการศึกษาเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจะนำข้อมูลทั้งจากเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยนำข้อมูลมาเรียบเรียง วิเคราะห์เนื้อหา และสรุปประเด็นปัจจัยที่สำคัญ ๆ นำเสนอโดยการพรรณนา

ผลการวิจัย

1. วิธีการผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช สรุปได้ดังนี้

1.1 การคัดเลือกโคลน ผลการศึกษาพบว่า ต้องนั่งเรือออกไปในทะเล และต้องดูน้ำขึ้นน้ำลง ต้องดำลงไปเก็บโคลน มือล้วงลงไปประมาณ 1 ข้อศอก หรือ 1 เมตร เลือกโคลนที่มีคุณภาพดี เนื้อโคลนต้อง "เนื้อโคลนละเอียด" และไม่มีเศษขยะติดมากับโคลนนั้น

1.2 กรรมวิธีฆ่าเชื้อในโคลน ผลการศึกษาพบว่า เมื่อได้โคลนที่มีเนื้อละเอียดแล้วทางเราจะส่งโคลนไปให้ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช เพื่อนำโคลนไปผ่านกระบวนการ "อบ" หรือนึ่งหม้อนึ่งน้ำโคลน โดยจะใช้ไอน้ำเดือดพ่นเข้าไปแทนที่

1.3 การบรรจุผลิตภัณฑ์โคลน ผลการศึกษาพบว่า การบรรจุผลิตภัณฑ์ในโคลน โดยใช้บรรจุภัณฑ์เป็น "กระปุกใส" หรือหลอดที่มิดชิด หรือซีนถุงข้างในก่อนแล้วใส่กล่องนอกอีกที เพื่อความสะอาดปลอดภัยเมื่อใส่โคลนลงไป ทำการปิดฝาและปิดฉลากหรือ "โลโก้" ที่ตอบสนอง "อัตลักษณ์" ของคนในชุมชน

2. สภาพปัญหาการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลงโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช สรุปได้ดังนี้

2.1 ปัญหาในขึ้นตอนการเก็บโคลน ผลการศึกษาพบว่า เนื่องจากแสงแดดมีส่วนให้โคลนมีรูปร่างเปลี่ยนแปลง และไม่มีที่เก็บ ส่วนมากจะนำมาแบบพอใช้ บางช่วงน้ำทะเลจะขึ้นสูง ทำให้นำโคลนขึ้นมาได้ลำบาก

2.2 ปัญหาการฆ่าเชื้อในโคลน ผลการศึกษาพบว่า บางครั้งเกิดจากความร้อนในการฆ่าเชื้อไม่ทั่วถึง และยังมีสิ่งเจอปนอยู่ในโคลน เช่น เปลือยหอยที่ติดผสมมาในโคลน

2.3 ปัญหาด้านการตลาด ผลการศึกษาพบว่า การตลาดยังไม่เป็นที่ยอมรับเท่าที่ควร เพราะยังไม่มีจุดวางขายนอกพื้นที่ ทำให้คนรู้จักสินค้ามีน้อย มีแต่นักท่องเที่ยวที่บอกแบบปากต่อปาก

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช สรุปได้ดังนี้

3.1 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านสรรพคุณ/ประโยชน์ของสินค้า ผลการศึกษาพบว่า อาศัยงานวิจัยเป็นหลัก และหน่วยงานภาครัฐส่งเสริม และรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพราะโคลนพอกผิวสามารถช่วย"ดีท๊อกผิว" ให้ผิวมีสุขภาพที่ดีขึ้น ผิวเนียนขึ้นช่วยให้ผิวไม่แตก รักษาความชุ่มชื่นไว้ใต้ผิวได้ดี ผิวไม่แห้งตึง ลดอาการผิวแห้ง โดยนำวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น เข้าตรวจสอบหรือ "แล็ป" เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคทำให้โคลนที่บ้านแหลมเป็น "โคลนที่ดีที่สุด" และปลอดภัย

3.2 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการตลาดและสื่อออนไลน์ ผลการศึกษาพบว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการตลาดและสื่อออนไลน์ในชุมชนและนอกชุมชนเพื่อกระจายการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น มีการพัฒนาเพื่อจะทำการตลาดให้เป็นที่รู้จักออกไปวางจำหน่ายในหลาย ๆ พื้นที่ ที่มีคนจำนวนมากและชอบผลิตภัณฑ์จากโคลนตามธรรมชาติ ทางออนไลน์ หรือจัดแสดงสินค้าตามงาน OTOP ต่าง ๆ

3.3 การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการบรรจุภัณฑ์ ผลการศึกษาพบว่า ออกแบบฉลาก และบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มการตัดสินใจของลูกค้ามากขึ้น เลือกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับ "วัยของลูกค้า" เพื่อดึงดูดสายตา ให้มีความน่าสนใจออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจ ลูกค้าเห็นแล้วชอบ บรรจุภัณฑ์จะต้องมีรูปแบบหรือ "รูปทรงที่สวยงาม" สามารถสะดุดตา หรือสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้

จากข้อมูลวิธีการผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน สภาพปัญหาการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน และการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังภาพที่ 1-6

ภาพที่ 1 การออกเรือไปหาโคลน

ภาพที่ 2 เนื้อโคลนละเอียด

ภาพที่ 3 โคลนโดนแสงแดดจนเปลี่ยนรูปร่าง

ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์สำหรับพอกหน้า

ภาพที่ 5 ผลิตภัณฑ์โคลนแบบกระปุก

ภาพที่ 6 ผลิตภัณฑ์โคลนแบบหลอด

สรุปผลและอภิปรายผลการวิจัย

1. วิธีการผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษาบ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า (1) การคัดเลือกโคลน โดยต้องนั่งเรือออกไปในทะเล และต้องดูน้ำขึ้นน้ำลง ต้องดำลงไปเก็บโคลน มือล้วงลงไปประมาณ 1 ข้อศอก หรือ 1 เมตร เลือกโคลนที่มีคุณภาพดีต้อง "เนื้อโคลนละเอียด" และไม่มีเศษขยะติดมากับโคลนนั้น (2) กรรมวิธีฆ่าเชื้อในโคลน เมื่อได้โคลนที่มีเนื้อละเอียดแล้ว ทางเราจะส่งโคลนไปให้ทางมหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช เพื่อนำโคลนไปผ่านกระบวนการ "อบ" หรือนึ่งหม้อนึ่งน้ำโคลน โดยจะใช้ไอน้ำเดือดพ่นเข้าไปแทนที่ และ (3) การบรรจุผลิตภัณฑ์โคลน โดยใช้บรรจุภัณฑ์เป็น "กระปุกใส" หรือหลอดที่มิดชิด เพื่อความสะอาดปลอดภัย เมื่อใส่โคลนลงไปแล้ว ทำการปิดฝาและปิดฉลากที่ตอบสนอง "อัตลักษณ์" ของคนในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของศิริพัฒ พัฒกุล (2562), ไชยรัตน์ ส้มฉุน (2561), ภูโคลน คันทรีคลับ (2539), พบชัย งามสกุลรุ่งโรจน์ (2556), ยรรยง สินธุ์งาม (2548), วรรณนา กัลยาสาย (2552) และอาทิตยา จันทร์ม่อม (2560) ที่ได้สรุปว่า การนำโคลนซึ่งอยู่ลึกลงไปจากดินเลนประมาณ 1 เมตร จะมี "ดินโคลนที่มีความละเอียดอ่อน" เป็นโคลนที่มีสีดำสนิท ไม่มีกลิ่นเหม็น และอุณหภูมิกำลังดี จากนั้นนำเอาโคลนธรรมชาติไปผ่านกระบวนการกรองเอาตะกอนแขวนลอยหยาบออก หลังจากนั้นจึงนำเอาโคลนที่ผ่านกระบวนการกรองแล้วมา "เข้าเครื่องนึ่งฆ่าเชื้อ" หรือหลักที่ใช้กันโดยทั่วไป ได้แก่ กระบวนการทำให้ปลอดเชื้อด้วยวิธีทางกายภาพ 3 กระบวนการ คือ 1) การใช้ความร้อน 2) การกรอง และ 3) การฉายรังสี และใช้บรรจุภัณฑ์เป็น "กระปุกหรือหลอด" ที่สะอาดปลอดภัย จากนั้นใส่โคลนลงไป ปิดฝา ปิดฉลาด หรือโลโก้ที่ออกแบบด้วยตัวอักษรหรือสัญลักษณ์ที่เป็น "เอกลักษณ์ของผู้ผลิต" สื่อความหมายได้ มีลักษณะโดดเด่น ชัดเจน เหมาะสม และจดจำง่าย

2. สภาพปัญหาการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลงโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า (1) มีปัญหาในขั้นตอนการเก็บโคลน เนื่องจากแสงแดดมีส่วนให้โคลนมีรูปร่างเปลี่ยนแปลง และไม่มีที่เก็บ ส่วนมากจะนำมาแบบพอใช้ บางช่วงน้ำทะเลจะขึ้นสูง ทำให้นำโคลนขึ้นมาได้ลำบาก (2) มีปัญหาการฆ่าเชื้อในโคลน เพราะบางครั้งเกิดจากความร้อนในการฆ่าเชื้อไม่ทั่วถึง และยังมีสิ่งเจือปนอยู่ในโคลน เช่น เปลือยหอยที่ติดผสมมาในโคลน และ (3) มีปัญหาด้านการตลาด เพราะการตลาดยังไม่เป็นที่ยอมรับเท่าที่ควร ยังไม่มีจุดวางขายนอกพื้นที่ ทำให้คนรู้จักสินค้ามีน้อย มีแต่นักท่องเที่ยวที่บอกแบบปากต่อปาก ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของพนารัตน์ เดชกุลทอง (2560), ทรงกลด ประเสริฐทรง (2562), จุฬากาญจน์ มุ่งพุทธรักษา และวิภาวี กฤษณะภูต (2557), พบชัย งามสกุลรุ่งโรจน์ (2556) และหน่วยบรรจุภัณฑ์อัจฉริยะทางอุตสาหกรรม (2558) ที่ได้สรุปว่า โคลนสามารถเปลี่ยนรูปร่างได้ง่าย และการฆ่าเชื้อต้องใช้เครื่องมือที่ทันสมัย ซึ่งชาวบ้านไม่มี จำเป็นต้องจ้างหรือให้ผู้เชี่ยวชาญดำเนินการให้ ทั้งนี้การฆ่าเชื้ออาจไม่ราบรื่นในทุกครั้ง เช่น ความร้อนไม่ทั่วถึงเนื้อโคลน มีหินหรือมี "สิ่งแปลกปลอมปนในเนื้อโคลน" อีกทั้งมี "ปัญหาด้านการตลาด" เพราะสินค้ายังถูกจำกัดอยู่ในพื้นที่ส่วนหนึ่งเท่านั้น จึงจำเป็นต้องจัดหาตลาดของหน่วยงานรัฐบาลและเอกชนที่เอื้อประโยชน์ต่อกลุ่มมากขึ้น

3. การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน กรณีศึกษา บ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ที่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช ผลการศึกษาพบว่า (1) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านสรรพคุณ/ประโยชน์ของสินค้า ซึ่งอาศัยงานวิจัยเป็นหลัก และหน่วยงานภาครัฐส่งเสริม และรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ เพราะโคลนพอกผิวสามารถช่วย "ดีท๊อกผิว" ให้ผิวมีสุขภาพที่ดีขึ้น ผิวเนียนขึ้นช่วยให้ผิวไม่แตก รักษาความชุ่มชื่นไว้ใต้ผิวได้ดี ผิวไม่แห้งตึง ลดอาการผิวแห้ง โดยนำวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น เข้าตรวจสอบหรือ "แล็ป" เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคว่าโคลนที่บ้านแหลมเป็น "โคลนที่ดีที่สุด" และปลอดภัย (2) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยการตลาดและสื่อออนไลน์ ทั้งในชุมชนและนอกชุมชนเพื่อกระจายการจำหน่ายสินค้าเพิ่มขึ้น มีการพัฒนาการตลาดให้เป็นที่รู้จักออกไปวางจำหน่ายในหลาย ๆ พื้นที่ ที่มีคนจำนวนมากและชอบผลิตภัณฑ์จากโคลนตามธรรมชาติ แบบออนไลน์ หรือจัดแสดงสินค้าตามงาน OTOP ต่าง ๆ และ (3) การสร้างมูลค่าเพิ่มด้านการบรรจุภัณฑ์ โดยออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มการตัดสินใจของลูกค้ามากขึ้น เลือกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับ "วัยของลูกค้า" ให้มีความน่าสนใจ ลูกค้าเห็นแล้วชอบ บรรจุภัณฑ์จะต้องมีรูปแบบหรือ "รูปทรงที่สวยงาม" สามารถสะดุดตา หรือสร้างความประทับใจให้กับลูกค้าได้ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของสำนักงานเกษตร (2560), พลชัย เพชรปลอด (2561), สมเกียรติ สกุลสุรเอกพงศ์ (2559), ณัฐภัณฑ์ พงษ์ณะเรศ, นิภาพร กลิ่นระรื่น, พิทักษ์ ศิริวงศ์ (2560), สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์ (2549), พูนลาภ ทิพชาติโยธิน (2553), บุญฑวรรณ วิงวอน. (2557), รัชมงคล ทองหล่อ และวิศรุต ฉายางามมงคล (2561) และสุภัทรา ประเสริฐสิทธิ์ (2553) ที่ได้สรุปว่า โคลนถูกนำมาสร้างผลิตภัณฑ์อันหลากหลายสำหรับขัดผิว บำรุงผิว ใช้พอกหน้า เพราะโคลนถูกนำไป "วิเคราะห์หาสรรพคุณและประโยชน์ต่าง ๆ" ที่อุดมไปด้วยแร่ธาตุ 83 ชนิด ทำให้เกิดความมั่นใจและความปลอดภัยต่อผู้บริโภค จึงเป็นที่สนใจของผู้ต้องการผิวเด้งหน้าเด้ง หรือ "โดนใจลูกค้า" พร้อมทั้งจัดทำ "บรรจุภัณฑ์" หรือ Package ให้ดูดีมีชาติตระกูล จนทำให้สินค้าข้างในที่ราคาธรรมดากลายเป็นของเลอค่าราคาแพง

ซึ่งราคาที่ตั้งโดยอิงกับความเชื่อของลูกค้าผ่านคุณค่าของผลิตภัณฑ์ใน 4 ด้านหลัก คือ 1) คุณค่าด้านประโยชน์ใช้สอย 2) คุณค่าด้านความต้องการภายใน ที่เกี่ยวข้องเชิงสัญลักษณ์ เช่น กลุ่มความนิยม สถานภาพทางสังคม ความเชื่อ 3) คุณค่าด้านประสบการณ์ที่ประทับใจ จากการได้บริโภค ใช้งาน หรือใช้บริการ และ 4) คุณค่าด้านความคุ้มค่าที่มีต่อการเลือกใช้ พร้อมทั้งสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อ “สร้างความรับรู้” หรือความสนใจต่อผลิตภัณฑ์หรือเข้าถึงผลิตภัณฑ์ผ่านการตลาดแบบ “ขายออนไลน์” ทั้งนี้ต้องเน้นบรรจุภัณฑ์บ่งบอกถึงการเป็นเจ้าของตัวสินค้า “เน้นความโดดเด่น” ของชื่อสัญลักษณ์ และการออกแบบ (Design) แสดงลักษณะผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ที่ “แตกต่าง” จากคู่แข่งขัน ทำให้แบรนด์เป็นที่จดจำ และช่วยเพิ่มยอดขายให้แก่ผลิตภัณฑ์

ซึ่งจากการศึกษาวิธีการผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน สภาพปัญหาการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน และการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อส่งเสริมอาชีพของคนในชุมชน สามารถสรุปองค์ความรู้ได้ ดังภาพที่ 7

ภาพที่ 7 สรุปองค์ความรู้จากการศึกษา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะต่อกลุ่มและชุมชน

1.1 การเชิญชวนให้คนในชุมชนที่ว่างงานหรือมีความสนใจได้มามีส่วนร่วมในการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิวเพื่อสร้างรายได้

1.2 ควรให้ความรู้ในการรักษาความอุดมสมบูรณ์ของท้องถิ่นให้ลูกหลานรุ่นหลัง ๆ ได้เข้าใจอย่างถูกต้อง เช่น โคลนตามธรรมชาติ

1.3 ควรส่งเสริมให้มีการพัฒนาพื้นที่บริเวณการจำหน่าย ตามร้านค้า หรือตามตลาดให้มีความหลากหลายมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

2.1 องค์การบริหารส่วนตำบลท่าศาลา ควรเข้ามาส่งเสริมในการพัฒนาอาชีพ จัดงบสนับสนุนและเครื่องมือสมัยใหม่ เช่น เครื่องฆ่าเชื้อ สำหรับคนในชุมชนบ้านแหลมโฮมสเตย์

2.2 สำนักงานพัฒนาชุมชน ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและให้ยกระดับสินค้าให้เป็นสินค้าที่มีคุณภาพ เช่น โอทอป 5 ดาว เป็นต้น

2.3 อุตสาหกรรมจังหวัดนครศรีธรรมราช ควรเข้าไปให้ความรู้เกี่ยวกับการจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค

2.4 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการค้า ควรส่งเสริมด้านการจัดจำหน่ายในตลาดให้กว้างขึ้น โดยการส่งจำหน่ายต่างจังหวัด หรือตลาดต่างประเทศ

2.5 ร้านนวดสปา โรงแรม หรือสถานประกอบการที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมและสนับสนุนสินค้าชุมชน เช่น โคลนพอกผิว เพื่ออุดหนุนสินค้าที่มีคุณภาพและทำให้คนในชุมชนมีรายได้

3. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรศึกษาเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่ผลิตภัณฑ์โคลนพอกผิว และควรศึกษาเรื่อง แนวทางส่งเสริมการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์โคลนพอกผิว ทั้งแบบออนไลน์และแบบออฟไลน์ สำหรับบ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

3.2 การศึกษาในครั้งนี้ยังขาดการศึกษาเรื่อง แนวทางปัญหาการทำผลิตภัณฑ์จากโคลนพอกผิว ควรมีการศึกษาเพิ่มเติมในประเด็นนี้เพื่อความสอดคล้องและเชื่อมโยงในการพัฒนาผลิตภัณฑ์โคลนพอกผิว สำหรับบ้านแหลมโฮมสเตย์ หมู่ 7 บ้านหน้าทับ ตำบลท่าศาลา อำเภอท่าศาลา จังหวัดนครศรีธรรมราช

เอกสารอ้างอิง

จุฬากาญจน์ มุ่งพุทธรักษา. (2557). การประยุกต์ใช้แนวคิดการตลาดสีเขียวกรณีศึกษา : กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมขิด บ้านอูบมุงเหนือ. *วารสารบัณฑิตศึกษา มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*, 3 (2), 144.

ไชยรัตน์ ส้มฉุน. (2561). *ครีมโคลน..บ้านแหลม ดินเสริมงามอ่าวทองคำ.* ออนไลน์เข้าถึงได้จาก https:// www.thairath.co.th/news/local/1295852 (สืบค้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2562)

ณัฐภัณฑ์ พงษ์ณะเรศ, นิภาพร กลิ่นระรื่น และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2560). *การสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและช่องทางการจัดจำหน่ายของผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์แปรรูปสมุนไพรสุมาลี ตำบลหนองหัวแรต อำเภอหนองบุญมาก จังหวัดนครราชสีมา.* เพชรบุรี : สาขาวิชาการตลาด คณะ วิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี.

ทรงกลด ประเสริฐทรง. (2562). *เตือนตักโคลนพุกลางทุ่งนา "เสี่ยง" โคลนดูด*. ออนไลน์เข้าถึงได้จาก https://news.thaipbs.or.th/content/277653 (สืบค้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2562)

ไทยรัฐฉบับพิมพ์. (2561). *ครีมโคลน..บ้านแหลม.* ออนไลน์เข้าถึงได้จาก https://www.thairath.co.th/ news/local/1295852 (สืบค้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2562)

บุญฑวรรณ วิงวอน. (2557). กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดที่มีอิทธิพลพลต่อพฤติกรรมการซื้อรถยนต์ส่วนบุคคลของผู้บริโภค จังหวัดลำปาง. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย,* 9 (2), 99-116.

พนารัตน์ เดชกุลทอง. (2560). *การจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการทอผ้าไหมบ้านนาเสียว ตำบลนาเสียว อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ.* ในการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ครั้งที่ 4. วันที่ 10 มีนาคม 2560 ณ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.

พบชัย งามสกุลรุ่งโรจน์. (2556). *จุลชีววิทยาการแพทย์.* กรุงเทพมหานคร : วี.เจ.พริ้นติ้ง.

พบชัย เพชรปลอด. (2561). *5 วิธีเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยเรื่องเล่า ช่วยกระตุ้นต่อมอยากซื้อของลูกค้า.* ออนไลน์ เข้าถึงได้จาก https://www.sentangsedtee.com/career-channel/article_96344 (สืบค้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2562).

พูนลาภ ทิพชาติโยธิน. (2553). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วยการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม : กรณีศึกษาตุงล้านนา. *วารสารวิชาการแพรวากาฬสินธุ์ มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์*, 6 (2), 315.

ภูโคลน คันทรีคลับ. (2539). บริการของภูโคลน. ออนไลน์เข้าถึงได้จาก huklon.co.th/?file=service.php (สืบค้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2562).

ยรรยง สินธุ์งาม. (2548). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. ออนไลน์เข้าถึงได้จาก https://sites.google.com/a/technosriracha.ac.th/sux-khxmphiwtexr-chwy-sxn-wicha-brrcu-phanth/kar-xxkbaeb-brrcu-phanth (สืบค้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2562).

รัชมงคล ทองหล่อ และวิศรุต ฉายางามมงคล. (2561). *การสร้างมูลค่าเพิ่มขององค์กรธุรกิจที่ปรากฏอยู่บนฉลากผลิตภัณฑ์บำรุงผิวหน้าแบบซอง.* สาขาวิชาการจัดการงานนิทรรศการและงานอีเว้นท์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วรรณนา กัลยาสาย. (2552). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมลากรอบกลุ่มสตรีบ้านชะแม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย,* 34 (4), 50-60.

วิภาวี กฤษณะภูต. (2557). การประยุกต์ใช้แนวคิดการตลาดสีเขียว กรณีศึกษา: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าไหมขิดบ้านอูบมุงเหนือ. *วารสารบัณฑิตศึกษา มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์*, 3 (2), 144.

ศรีวิชัย ศรีสุวรรณ. (2558). *การจัดการป่าชายเลนเอกชนอย่างยั่งยืน จังหวัดสมุทรสงคราม.* กรุงเทพมหานคร : สำนักอนุรักษ์ทรัพยากรป่าชายเลน กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง.

ศิริพัฒ พัฒกุล. (2562). *ห้ามพลาด! "สปาโคลนร้อนคลองมะลุ่ย" แหล่งท่องเที่ยวชุมชนเชิงสุขภาพบ้าน.* ออนไลน์เข้าถึงได้จาก https://mgronline.com/south/detail/9620000035743 (สืบค้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2562).

สมเกียรติ สกุลสุรเอกพงศ์. (2559). *มูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบริการในกิจการเพื่อสังคม.* สาขาการจัดการ. มหาวิทยาลัยสยาม.

สมดี หงส์ไพศาลวิวัฒน์. (2549). *คุณค่าการตลาด ท้ายทายความสำเร็จธุรกิจยุคใหม่.* กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์เวลาดี.

สำนักการแพทย์ทางเลือก กรมพัฒนาแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. (2553). การแก้ไขปัญหาลักลอบนำภูมิปัญญาท้องถิ่นไปแสวงหาประโยชน์. *วารสารการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก*, 14 (1), 138.

สำนักงานเกษตร. (2560). *สีสันเศรษฐกิจ : สปาเกลือบ้านแหลม*. ออนไลน์เข้าถึงได้จาก https://www.mcot.net/view/5930e124e3f8e45f4caf797d (สืบค้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2562)

สุขาภิบาลสถานประกอบการเพื่อสุขภาพ. (2554). *กำหนดให้ฉลากของเครื่องสำอางที่มีการควบคุมฉลาก*. ออนไลน์เข้าถึงได้จาก http://e-library.dmsc.moph.go.th › ebooks › files › ผลิตภัณฑ์แต่งผมดำ (สืบค้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2562)

สุภัทรา ประเสริฐสิทธิ์. (2553). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้แผ่นมาส์กบำรุงผิวหน้า (Sheet Mask)*. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

หน่วยบรรจุภัณฑ์อัจฉริยะทางอุตสาหกรรม. (2558). *ระบบการบรรจุแบบปลอดเชื้อ (Aseptic)*. ออนไลน์เข้าถึงได้จาก https://packaging.oie.go.th/new/admin_control_new/html-demo/file_technology/0271548693.pdf (สืบค้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2562).

อาทิตยา จันทร์ม่อม. (2560). *การประดิษฐ์บรรจุภัณฑ์จากวัตถุธรรมชาติ*. ออนไลน์เข้าถึงได้จาก http://samtunnungcmts.blogspot.com/2017/08/3.html (สืบค้นเมื่อวันที่ 2 สิงหาคม 2562).

Jacob Vadakkanchary. (2013). *ธรรมชาติบำบัด*. ออนไลน์เข้าถึงได้จาก https://www.baanjomyut.com/library_3/natural_therapy/index.html (สืบค้นเมื่อวันที่ 5 สิงหาคม 2562)