

การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นถิ่นของชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร1 อำเภอเบตง จังหวัดยะลา
ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์

Development of Local Herb Products of Umong Piyamitr 1 Community, Betong
District, Yala Province Following Creative Economy

จรินทร์ วรรณพิทักษ์*, อัสพร อีซอร์², นันทา จันทรแก้ว³, ละออ มามะ⁴

Jarinrat Worrawongpitak*, Apsorn E-sor², Nantha³, Laor

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์วิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นถิ่นของชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร1 อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยเป็นงานวิจัยและพัฒนา ซึ่งใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการ สัมภาษณ์กลุ่ม การปฏิบัติการพัฒนา และการสัมภาษณ์เจาะลึก กลุ่มเป้าหมายวิจัยได้แก่ กลุ่มบุคลากรในชุมชนที่ ดำเนินงานสหกรณ์กลุ่มสมุนไพรปิยะมิตร1 ผลการวิจัยพบว่า 1) การวางแผนพัฒนา ทางกลุ่มมีความต้องการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรมากที่สุด เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ รวมถึงต้องการให้ใช้ตรา “คิริ 1987” 2) การดำเนินงานพัฒนา โดยใช้ “รากการบูรป่า” และ “สับปะรดเงิน” วัตถุดิบสมุนไพรพื้นถิ่น ในการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ยาสมุนไพรและผลิตภัณฑ์พืชน้ำ กำหนดตราสินค้า “คิริ 1987” ที่ออกแบบโลโก้เป็นภาพกราฟิกภูเขา ร่วมกับประตูเมืองอุโมงค์ปิยะมิตร ใช้สีแดงสื่อถึงความเป็นชนชาวจีน ส่วนสีเขียวสื่อถึงชุดทหารของกลุ่ม คอมมิวนิสต์มลายา รวมถึงสื่อถึงความเป็นธรรมชาติของวัตถุดิบที่เป็นสมุนไพร ด้านงานสื่อสาร จัดทำคลิปวิดีโอ จำนวน 2 คลิป เพื่อสื่อสารถึงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น 3) การสรุปผลการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้าที่มาเที่ยวชมอุโมงค์ปิยะมิตร ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ใช้เองและซื้อเป็นของฝากที่ ระลึก ทำให้ทางกลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิม 25% สำหรับความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ พบว่าอยู่ในระดับ มากที่สุด โดยเป็นความพึงพอใจในความรู้ด้านการผลิต การวิเคราะห์ต้นทุนและราคา การออกแบบตราสินค้า รวมถึง การได้รับการสนับสนุนทั้งทางด้านวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และคลิปวิดีโอที่ใช้ในการสื่อสาร

คำสำคัญ : สมุนไพรพื้นถิ่น, ชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร1, เศรษฐกิจสร้างสรรค์

*อาจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

*lecturer in Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University.

²รองศาสตราจารย์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

²Associate Professor, Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University

³ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

³Asst. Prof. Dr. in Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University

⁴ดร.คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

⁴Dr. in Faculty of Management Sciences, Yala Rajabhat University

Abstract

The objective of this research was to develop local herb products of Umong Piyamitr 1 community, Betong district, Yala province following creative economy. This research and development study was performed by collecting data from group interview, development operation, and in-depth interview. Target group of this research was community personnel operating Piyamitr 1 Herbal Group Co-operative. Results of the research indicated as follows. 1) Development plan: the group demanded most for product development because the products were convenience goods, and, using "Keeree 1987" brand. 2) Development operation: local herb materials, *Adenosma indiana* (Lour.) Merr. root, and "Sibpaedchen", were used in making herbal inhalant and liquid borneo camphor products under "Keeree 1987" trademark of which its logo depicted mountain and city gate of Umong Piyamitr - coloring red to imply Sinitic, green for military uniform of Malaya communists and naturalness of herbal materials - while communications jobs presented 2 video clips communicating distinctive uniqueness of the products. 3) Development result conclusion: the products were interested by tourists visiting Umong Piyamitr, buying for personal use and as souvenir, which increased the group's revenues by 25%. For satisfaction in project participation, it was found at the highest level, of which satisfaction was on production know-how, cost and price analysis, brand design, including the supports derived on materials, packages, and video footages used in communications.

Keywords : Local Herbal, Piyamitr1 Tunnel Community, Creative Economy

1. บทนำ

หมู่บ้านอุโมงคปิยะมิตร ตั้งอยู่ที่บ้านปิยะมิตร 1 ตำบลตะนาวศรี อำเภอเบตง จังหวัดยะลา โดยจัดเป็นหมู่บ้านของกลุ่มคนที่เคยเคลื่อนไหวในนาม "พรรคคอมมิวนิสต์มลายา" ซึ่งมีประวัติเริ่มต้นมาจากกลุ่มคนจีนชาวมลายู ที่จับอาวุธต่อสู้กับทหารญี่ปุ่นที่เข้ายึดครองพื้นที่ในปี ค.ศ.1943 หลังจากนั้นเมื่อสงครามโลกครั้งที่ 2 ยุติลง คนกลุ่มนี้ไม่ยอมรับการกลับเข้ามาปกครองอาณานิคมของอังกฤษ ตลอดจนมีความขัดแย้งกับรัฐบาลของชาวมลายูที่ถูกจัดตั้งขึ้นในภายหลัง ทำให้พรรคคอมมิวนิสต์มลายา ต้องถูกกดดันจากรัฐบาลอย่างหนัก จนต้องเปลี่ยนยุทธวิธีมาสู้รบบนป่าเขาที่อยู่ตามแนวตะเข็บชายแดนไทย-มาเลเซีย ต่อมาปี ค.ศ.1987 เมื่อสถานการณ์ความขัดแย้งทางการเมืองเปลี่ยนแปลงไป คนกลุ่มนี้ยอมวางอาวุธเข้ามาพึ่งพระบรมโพธิสมภาร เปลี่ยนสถานะกลายเป็น "ผู้ร่วมพัฒนาชาติไทย" ทำให้รุ่นลูกรุ่นหลานของอดีตพลพรรคคอมมิวนิสต์ มลายาเริ่มมีบัตรประจำตัวประชาชนได้รับสัญชาติไทย อีกทั้งทางการไทยได้เข้ามาช่วยพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งถนนหนทาง ไฟฟ้า ประปา ฯลฯ ทำให้การเดินทางสัญจรสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น ด้วยความที่เป็นชุมชนที่ตั้งอยู่บนเทือกเขาสูง ทำให้ทางการไทยมองเห็นแนวทางพัฒนาอาชีพให้กับกลุ่มผู้ร่วมพัฒนาชาติไทยเหล่านี้ โดยการสร้างจุดขายทางด้านการท่องเที่ยวให้กับหมู่บ้านต่างๆ ทั้งนี้หมู่บ้านปิยะมิตร มีทั้งหมด 5 หมู่บ้าน กระจายตามพื้นที่ต่างๆ ดังนี้ 1) ปิยะมิตร 1 ตั้งอยู่ที่อุโมงคปิยะมิตร อำเภอเบตง จังหวัดยะลา 2) ปิยะมิตร 2 ตั้งอยู่ที่สวนดอกไม้เบตง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา 3) ปิยะมิตร 3 ตั้งอยู่ที่ตำบลอัยเยอร์เวง อำเภอเบตง จังหวัดยะลา 4) ปิยะมิตร 4 อยู่ที่ถ้ำทะลุ อำเภอบันนังสตา จังหวัดยะลา 5) ปิยะมิตร 5 ตั้งอยู่ที่อำเภอนาหวี จังหวัดสงขลา (อังศุมาลิน แซ่เจิน, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2563)

สำหรับจุดเริ่มต้นของธุรกิจสมุนไพรพื้นถิ่นของชุมชนปิยะมิตร 1 อันเนื่องมาช่วงที่เป็นคอมมิวนิสต์มลายา การออกมาข้างนอกเพื่อหาซื้ออาหาร/เสบียงหายากต่างๆ มักทำได้ยาก หมอจีนที่นั่นจึงเน้นหาพืชสมุนไพรในป่า นำมาดูแลบำบัดรักษาตนเอง รวมถึงมีการส่งสมาชิกไปเรียนศาสตร์องค์ความรู้ด้านแพทย์สมุนไพรพื้นถิ่นจากเมืองจีน ทำให้มีความเชี่ยวชาญด้านพืชสมุนไพร เมื่อเปลี่ยนสถานะเป็นผู้ร่วมพัฒนาชาติไทยและได้รับการพัฒนาเป็นสถานที่ท่องเที่ยว จึงได้เริ่มจัดทำเป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรออกจำหน่าย โดย 3 ผลิตภัณฑ์สมุนไพรยุคแรกๆ ได้แก่ เห็ดหลินจือ สรรพคุณรักษาความดัน เบาหวาน ไขมันในเส้นเลือด, รากพริกไทยป่า สรรพคุณรักษาโรคเกาต์ กระเพาะ ป่องกันมะเร็ง และตำสัหวัง สรรพคุณรักษาโรคตับ ดีซ่าน บำรุงสมอง เพิ่มพลัง ส่วนผลิตภัณฑ์ที่เป็นอัตลักษณ์มีเฉพาะที่ปิยะมิตร 1 มีดังนี้ รากสะตอป่า สรรพคุณล้างไต ลดน้ำตาลในเลือด และหูกเจ้าหมาถี (หรือมังกร 5 เล็บ) สรรพคุณรักษาโรคไต ช่วยให้ไตแข็งแรง ช่วยขับปัสสาวะ จากนั้นจึงได้พัฒนาเพิ่มผลิตภัณฑ์อีกหลายรายการ ด้านการหีบห่อบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์สมุนไพรช่วงแรกๆ นั้น เป็นการทำแบบง่ายๆ เพียงใส่ถุงใส่และติดสติ๊กเกอร์ หากต่อมาเมื่อได้รับการสนับสนุนจากสำนักงานพัฒนาชุมชนของเบตง จึงเริ่มมีบรรจุภัณฑ์ถุงสุกรีนที่สวยงามเพื่อการจำหน่ายเชิงพาณิชย์มากขึ้น ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นผลิตภัณฑ์โอท็อปและได้รับเครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ภายใต้แบรนด์ “อุโมงค์ปิยะมิตร 1” (ลีเอ้อ แซ่หวู, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2563)

อย่างไรก็ตามปัญหาของการดำเนินงานด้านสมุนไพรของชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร 1 พบว่า ผลิตภัณฑ์มีคุณสมบัติและสรรพคุณเพื่อการป้องกันและรักษาสุขภาพ ซึ่งสอดคล้องกับตลาดที่สนใจ ใส่ใจสุขภาพ หากแต่ผลิตภัณฑ์ต้องนำมาล้างและต้มก่อนรับประทาน ทำให้ยุ่งยากไม่สะดวกสำหรับวิถีชีวิตคนสมัยใหม่ ทั้งนี้ทางกลุ่มไม่สามารถจัดทำเป็นลักษณะเม็ดหรือแคปซูล อันเนื่องจากผลิตภัณฑ์มีตะกอนสมุนไพร ด้วยเหตุนี้ตลาดเป้าหมายจึงเป็นลูกค้าเฉพาะกลุ่ม เน้นผู้สูงอายุชาวจีนเป็นหลัก ที่รักสุขภาพและชื่นชอบรับประทานชาสมุนไพร (ลีเอ้อ แซ่หวู, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2563) ทางกลุ่มมีความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีศักยภาพด้านการตลาด ดังกล่าวจึงเป็นที่มาของโครงการวิจัยนี้ภายใต้โครงการศูนย์การศึกษาวิจัยและนวัตกรรมสู่ความเป็นเลิศด้านอุตสาหกรรมบริการ กิจกรรมที่ 2 พัฒนาศูนย์ความเป็นเลิศด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ : พืชสมุนไพรพื้นถิ่น โดยมีวัตถุประสงค์วิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นถิ่นของชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร 1 อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งเป็นแนวทางที่มุ่งขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ (การตี เลียวไพโรจน์ และคณะ, 2556) บนพื้นฐานของการนำภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม วัตถุดิบ ลักษณะเฉพาะทางพื้นที่ ฯลฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะร่วมสมัยและมีอัตลักษณ์ สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ได้อย่างมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนต่อไป

2. เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 เศรษฐกิจสร้างสรรค์

United Nations Conference on Trade and Development หรือ UNCTAD (2008) ได้กล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ไว้ว่า เป็นแนวคิดในการสร้างความเจริญเติบโตและขับเคลื่อนพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดเชิงสร้างสรรค์ ให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ ในขณะที่กฤษดา แพทย์หลวง (2554) ได้กล่าวถึงกระบวนการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แบ่งการทำงานแยกย่อยเป็น 2 ส่วน ดังนี้

2.1.1 กระบวนการสร้างความรู้ ความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วยความรู้พื้นฐาน และเทคโนโลยี โดยความรู้พื้นฐานประกอบด้วยองค์ความรู้เก่า และองค์ความรู้ใหม่ ทั้งนี้ความรู้พื้นฐานเป็นเพียงให้

กรอบความคิด (concept) พื้นฐานกว้างๆ ซึ่งจำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงเป็นเทคโนโลยีเพื่อให้ปฏิบัติได้โดยตรง ซึ่งจะมีทั้งเทคโนโลยีเก่าและใหม่ ซึ่งเป็นตัวกำหนดวิธีการและกระบวนการผลิต

2.1.2 กระบวนการใช้ประโยชน์จากความคิดสร้างสรรค์และเทคโนโลยีในเชิงพาณิชย์ ซึ่งประกอบด้วยนวัตกรรม ที่อาจเป็นสินค้าหรือบริการใหม่กระบวนการผลิตใหม่ วัตถุดิบใหม่ การจัดองค์กรแบบใหม่ ฯลฯ ก่อนที่จะผลักดันนำเสนอไปยังผู้บริโภค

ในขณะที่อัปสร อีซอ และคณะ (2561) ได้กล่าวถึงการพัฒนาธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ว่าสามารถแบ่งการทำงานได้ 3 ขั้นตอน ดังนี้ 1) การวางแผนพัฒนา เป็นการศึกษาภูมิปัญญาความเชี่ยวชาญและอัตลักษณ์ธุรกิจ ซึ่งอาจเป็นภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม วัตถุดิบ ลักษณะเฉพาะทางพื้นที่ ฯลฯ ที่โดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่งขึ้น เพื่อกำหนดทิศทางการพัฒนา 2) การดำเนินงานพัฒนา เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแผนที่กำหนด ทั้งนี้สิ่งที่พัฒนาอาจเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ตลาดเป้าหมาย ราคา การส่งเสริมการตลาด ฯลฯ 3) การสรุปผลการพัฒนา เป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ไปยังลูกค้าพร้อมศึกษาความสำเร็จด้านเป้าหมายขององค์กร เช่น ยอดขาย กำไร ฯลฯ

ส่วนณัฐ ชลเทพ (2556) ซึ่งได้วิจัยศึกษาแนวทางการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของธุรกิจซึ่งพบว่า กระบวนการสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์จำเป็นต้องใช้ความรู้การศึกษา การสร้างสรรค์งาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา เป็นองค์ประกอบหลัก และใช้การสังเคราะห์ความรู้ เทคโนโลยี และนวัตกรรม เป็นองค์ประกอบรวมในการสร้างสรรค์สินค้าให้เกิดมูลค่าเพิ่ม โดยฐานทรัพยากรของกิจการอันได้แก่ คุณลักษณะที่มีคุณค่า หายาก ทดแทนได้ยาก เลียนแบบได้ยาก เมื่อนำมาผสมผสานใช้ร่วมกัน จะก่อให้เกิดการสร้างความสามารถในการแข่งขัน เกิดการสร้างสรรค์ทำให้สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าและสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจ ซึ่งดังกล่าวสอดคล้องกับข้อมูลจากสถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2555) ที่กล่าวถึงเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่าต้องมุ่งเน้นคำว่า “อัตลักษณ์” ซึ่งหมายถึงคุณลักษณะเฉพาะตัวของผลิตภัณฑ์และบริการ ที่แตกต่างจากผลิตภัณฑ์หรือบริการอื่น อาทิ วัตถุดิบ ผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ การสื่อสาร การส่งเสริมการตลาด ฯลฯ

3. วิธีดำเนินงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยและพัฒนา (Research & Development) ซึ่งใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์กลุ่ม (Group Interview) การปฏิบัติการพัฒนา (Development Action) และการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth Interview) ทั้งนี้การพัฒนาได้กำหนดแบบแผนการวิจัยไว้ 3 ระยะ ประกอบด้วย การวางแผนพัฒนา การดำเนินงานพัฒนา และการสรุปผลการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

3.1 การวางแผนพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Development Planning in Creative Economy Form) โดยการสัมภาษณ์กลุ่มบุคลากรในชุมชนที่ดำเนินงานสหกรณ์กลุ่มสมุนไพรปิยะมิตร 1 อันได้แก่ ประธาน รองประธาน บุคลากรฝ่ายการตลาด ฝ่ายผลิต และฝ่ายการเงิน ของสหกรณ์ฯ รวมจำนวน 5 คน เพื่อศึกษาทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นถิ่นตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ อันประกอบด้วย ความต้องการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นถิ่น อัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นถิ่น ตลาดเป้าหมาย และตราสินค้า

3.2 การดำเนินงานพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Development Implementation in Creative Economy Form) ซึ่งเป็นการปฏิบัติการพัฒนารายละเอียดหรือรูปธรรมของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตามแผนที่วางไว้ ทั้งนี้การดำเนินงานพัฒนานั้นด้านผลิตภัณฑ์ ด้านตราสินค้าและฉลาก และด้านการสื่อสาร

3.3 การสรุปผลการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Development Conclusion in Creative Economy Form) โดยการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้จัดการสหกรณ์กลุ่มสมุนไพรมิตร 1 เพื่อศึกษาถึงผลที่เกิดขึ้นเชิงพาณิชย์รวมถึงความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ

สำหรับการพัฒนาและทดสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากนั้นจึงได้ออกแบบเครื่องมือวิจัย และนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและด้านธุรกิจ จำนวน 3 ท่าน ร่วมวิพากษ์ถึงประเด็นความสอดคล้องและครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย ความเหมาะสมและความสามารถในการสื่อสาร มีการทดสอบใช้จริงกับกลุ่มเป้าหมายที่ใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมายที่ศึกษา จำนวน 5 คน พร้อมนำผลที่ได้ปรับปรุงเครื่องมือให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จะถูกนำไปวิเคราะห์ สังเคราะห์ เปรียบเทียบ และเขียนพรรณนาเชิงเหตุผล โดยใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Methodological Triangulation) ของ Denizen ด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล ด้านกลุ่มเป้าหมายการวิจัย และด้านระยะเวลาวิจัย

4. ผลลัพธ์การวิจัยและการอภิปรายผล

4.1 ผลลัพธ์การวิจัย

ผลการวิจัย จำแนกตามแบบแผนการวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ประกอบด้วย การวางแผนพัฒนา การดำเนินงานพัฒนา และการสรุปผลการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบผลการศึกษาเป็นดังนี้

4.1.1 การวางแผนพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Development Planning in Creative Economy Form) จากการสัมภาษณ์กลุ่มบุคลากรในชุมชนที่ดำเนินงานสหกรณ์กลุ่มสมุนไพรมิตร 1 อันได้แก่ ประธาน รองประธาน บุคลากรฝ่ายการตลาด ฝ่ายผลิต และฝ่ายการเงิน เพื่อศึกษาถึงทิศทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรมิตร 1 ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ พบผลเป็นดังนี้

4.1.1.1 ความต้องการเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรมิตร 1 และอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์รวมถึงตลาดเป้าหมาย

จากการสัมภาษณ์ถึงความต้องการของกลุ่มบุคลากรในชุมชนที่ดำเนินงานสหกรณ์กลุ่มสมุนไพรมิตร 1 ทางกลุ่มได้นำเสนอความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรมิตร 3 รายการ ดังนี้ 1) ชุปไก่สด ด้วยเหตุผลเพราะทางกลุ่มมีพืชสมุนไพรมิตร “ตำลึงหวั่ง” เป็นวัตถุดิบหลักในการทำชุปไก่สด ซึ่งมีสรรพคุณช่วยบำรุง เพิ่มพลัง ช่วยลดไขมันในเส้นเลือด โดยเน้นตลาดเป้าหมายผู้ที่ใช้แรงงานที่ต้องการเพิ่มพลัง 2) ยาดมสมุนไพรมิตร เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทสะดวกซื้อ ที่ซื้อขายคล่อง โดยสามารถใช้สมุนไพรมิตรพื้นถิ่น “รากการบูรป่า” และ “สับปะรดเงิน” เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิตเพื่อช่วยให้เลือดลมไหลเวียน หายใจคล่องขึ้น มุ่งเน้นตลาดเป้าหมายกลุ่มคนส่วนใหญ่ที่ต้องการผลิตภัณฑ์ใช้สูดดมผ่อนคลาย แก้วเวียนศีรษะ ให้ความสดชื่น 3) สมุนไพรมิตรแช่เท้า เนื่องจากต้องการจับกลุ่มตลาดเป้าหมายที่เป็นนักท่องเที่ยว ที่เหนื่อยและเมื่อยล้าจากการเดินเที่ยวชมอุโมงค์ปิยะมิตร โดยทางกลุ่มจะใช้รากพริกไทยป่าและสับปะรดเงิน เป็นวัตถุดิบหลักในการผลิต ซึ่งมีสรรพคุณช่วยบรรเทาอาการปวดเมื่อย บวม เคล็ดขัดยอก ทั้งนี้ภายหลังจากการระดมความคิดเห็นและให้เลือกโหวต ทางกลุ่มเลือกที่จะผลิตผลิตภัณฑ์ยาดมสมุนไพรมิตรมากที่สุด คิดเป็นสัดส่วน 80%

4.1.1.2 ตราสินค้าและแนวทางการออกแบบโลโก้

ทางกลุ่มได้เสนอทางเลือกในการกำหนดตราสินค้า 3 ทางเลือกดังนี้ 1) ตรา “อุโมงค์ปิยะมิตร 1” เนื่องจากสอดคล้องกับตราสินค้าผลิตภัณฑ์สมุนไพรมิตรเดิมที่จำหน่าย 2) ตรา “คิริ 1987” เนื่องจากเป็นปี ค.ศ. ที่สมาชิกลงจากเขาเพื่อเข้าร่วมกับภาครัฐ เปลี่ยนสถานะกลายเป็น “ผู้ร่วมพัฒนาชาติไทย” 3) ตรา “คิริ 428”

4.1.2 การดำเนินงานพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Development Implementation in Creative Economy Form) คณะผู้วิจัยได้ดำเนินงานพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามแผนที่วางไว้ ทั้งนี้การดำเนินงานพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ มุ่งเน้นพัฒนา 3 ด้าน อันได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์และราคา ด้านตราสินค้าและฉลาก และด้านการสื่อสาร โดยมีรายละเอียด ดังนี้

คณะผู้วิจัยได้ปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาดมสมุนไพรให้กับทางกลุ่มชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร 1 โดยการจัดหาวิทยากรร่วมพัฒนาทดลองนำพืชสมุนไพรพื้นถิ่น “รากการบูรป่า” และ “ลิบแปดเงิน” ผสมผสานกับวัตถุดิบหลักของการทำผลิตภัณฑ์ยาดมสมุนไพรแบบปกติ ทั้งนี้เมื่อได้สูตรและส่วนผสมที่ลงตัวแล้ว จึงได้จัดหาวัตถุดิบทั้งหมดรวมถึงบรรจุภัณฑ์สนับสนุนให้กับทางกลุ่ม อย่างไรก็ตามเนื่องจากการทำยาดมสมุนไพร มีสูตรส่วนผสมตั้งต้นพื้นฐานเช่นเดียวกับผลิตภัณฑ์พืมน้ำ คณะผู้วิจัยจึงได้สนับสนุนวัตถุดิบและบรรจุภัณฑ์เพื่อการทำผลิตภัณฑ์ “พืมน้ำ” เพิ่มเติมด้วย โดยสนับสนุนการจัดทำผลิตภัณฑ์พืมน้ำจำนวน 100 ขัน และผลิตภัณฑ์ยาดมสมุนไพรอีก 100 ขัน ทั้งนี้ได้จัดอบรมการผลิตผลิตภัณฑ์พืมน้ำและยาดมสมุนไพร ในวันที่ 20 กุมภาพันธ์ 64 ณ ที่ทำการชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร 1 ตำบลตะเภาแมะระ อำเภอบางแก้ว จังหวัดยะลา

จากความหมายของตราสินค้า “ศิริ 1987” ซึ่งเป็นปี ค.ศ. ที่สมาชิกลงจากเขาเพื่อเข้าร่วมกับ
ภาครัฐ เปลี่ยนสถานะกลายเป็น “ผู้ร่วมพัฒนาชาติไทย” ก่อเกิดชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร ด้วยแนวคิดดังกล่าวจึงได้
พัฒนาโลโก้เป็นภาพกราฟิกภูเขาพร้อมกับประตูเมืองอุโมงค์ปิยะมิตร ใช้สีแดงและสีเขียวในงานออกแบบ โดยสีแดงสื่อ
ถึงความเป็นชนชาวจีน ส่วนสีเขียวสื่อถึงชุดทหาร (กลุ่มคอมมิวนิสต์มลายา) รวมถึงสื่อถึงความเป็นธรรมชาติของ
วัตถุดิบที่เป็นสมุนไพร ทั้งนี้คณะผู้วิจัยได้ออกแบบโลโก้จำนวน 3 แบบ และนำมาให้ทางกลุ่มชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร 1
พิจารณา วิพากษ์ คัดเลือก และเสนอแนะ จากนั้นจึงได้นำข้อมูลดังกล่าวไปปรับปรุงแก้ไขโลโก้ตราสินค้าอีกครั้ง พร้อม
เพิ่มเติมข้อมูลเรื่องส่วนผสม สรรพคุณ สถานที่ผลิตและจำหน่าย เบอร์โทรศัพท์ จัดทำฉลากผลิตภัณฑ์พืชมะนาวและ
ยาต้มสมุนไพรอย่างละ 100 ชิ้น มอบให้กับทางกลุ่ม ทั้งนี้ภาพโลโก้ตราสินค้า ฉลากและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์
ดังภาพที่ 1 และ 2



ภาพที่ 2 ฉลากและบรรจุภัณฑ์
ผลิตภัณฑ์พืชมเสนน้ำและยาผสมสมุนไพร

4.1.2.3 ด้านงานสื่อสาร

โดยการจัดทำคลิปวิดีโอจำนวน 2 คลิป เพื่อสื่อสารถึงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ในการสร้างการรับรู้ให้กับลูกค้าและกระตุ้นใจให้ซื้อ อีกทั้งเพื่อเป็นสื่อที่ใช้ในการเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับทางกลุ่มชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร 1 ดังนี้ 1) คลิปวิดีโอ พิมเสนน้ำและยาตมสมุนไพร “ศิริ 1987” (ต้นน้ำ & กลางน้ำ) ซึ่งมีเนื้อหาเรื่องราวเน้นสื่อสารถึงส่วนผสมและสรรพคุณของวัตถุดิบในการจัดทำผลิตภัณฑ์พิมเสนน้ำและยาตมสมุนไพร อันได้แก่ เมล็ดพลู พิมเสน การบูร พริกไทยดำ กานพลู ดอกจันทน์เทศ เปียก๊ก อบเชยเทศ ผิวมะกรูดแห้ง น้ำมันยูคาลิปตัส รวมถึงส่วนผสมที่เป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่น ซึ่งได้แก่ “รากการบูรป่า และสับแปดเงิน” พร้อมการบรรจุหีบห่อ 2) พิมเสนน้ำและยาตมสมุนไพร “ศิริ 1987” (ปลายน้ำ) ซึ่งเน้นสื่อสารโฆษณาประชาสัมพันธ์จูงใจใช้ผลิตภัณฑ์ นำเสนอผ่านนางแบบที่เป็นคนวัยทำงาน ซึ่งเป็นคนที่ทำงานเก่ง ทำงานมีคุณภาพ มุ่งมั่นตั้งใจ หากแต่ด้วยวิถีชีวิตการทำงานที่เร่งรีบ บางครั้งร่างกายจึงอ่อนล้า ต้องการผ่อนคลาย ด้วยเหตุนี้จึงวางตำแหน่งทางการสื่อสารให้ผลิตภัณฑ์พิมเสนน้ำและยาตมสมุนไพร “ศิริ 1987” ซึ่งมีส่วนผสมที่เป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่น ซึ่งได้แก่ “รากการบูรป่า และสับแปดเงิน” เป็นกำลังใจอยู่เคียงข้างคอยช่วยเหลือเมื่อมีปัญหาสุขภาพ

4.1.3 การสรุปผลการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Development Conclusion in Creative Economy Form) จากการสัมภาษณ์เจาะลึกผู้จัดการสหกรณ์กลุ่มสมุนไพรปิยะมิตร 1 (นายเหวินฉี แซ่เจิน, สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2564) ถึงผลที่เกิดขึ้นภายหลังการนำผลิตภัณฑ์พิมเสนน้ำและยาตมสมุนไพร “ศิริ 1987” จัดจำหน่ายที่ร้านสหกรณ์ฯ พบผลเป็นดังนี้ ผลิตภัณฑ์ได้รับความนิยมจากกลุ่มลูกค้าที่มาเที่ยวชมอุโมงค์ปิยะมิตร โดยลูกค้าชื่นชอบในเรื่องของกลิ่นและสรรพคุณผลิตภัณฑ์ที่ให้ความเป็นสมุนไพรสูง เมื่อสุดดมแล้วรู้สึกสดชื่นและช่วยผ่อนคลาย อีกทั้งยังสามารถใช้ทาเพื่อบรรเทาความเมื่อยล้าหรือแก้อาการคันต่างๆ ประกอบกับราคาผลิตภัณฑ์ที่ไม่แพงมาก โดยยาตมสมุนไพรจำหน่ายในราคา 39 บาท พิมเสนน้ำราคา 59 บาท นอกเหนือจากนี้ก็มีลูกค้าที่สนใจซื้อเป็นของขวัญที่ระลึกฝากคนในครอบครัวญาติมิตร หรือเพื่อนฝูง ทำให้ผลิตภัณฑ์จำนวน 200 ชิ้น สามารถจัดจำหน่ายได้หมดอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ทางกลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิม 25% ทั้งนี้ทางกลุ่มตั้งใจจะผลิตเพิ่มเติมหากแต่ติดสถานการณ์โควิด-19 ทำให้ไม่มีนักท่องเที่ยว จึงชะลอการผลิตไว้ก่อน ส่วนความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเป็นความพึงพอใจในความรู้ด้านการผลิต การวิเคราะห์ต้นทุนและราคา การออกแบบตราสินค้า รวมถึงการได้รับการสนับสนุนทั้งทางด้านวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และคลิปวิดีโอที่ใช้ในการสื่อสาร

4.2 การอภิปรายผล

การอภิปรายผลจำแนกตามแบบแผนการวิจัยได้ดังนี้

4.2.1 การวางแผนพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร 1 เลือกพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาตมสมุนไพร เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทสะดวกซื้อ ที่เป็นเช่นนี้สามารถอธิบายได้ว่า ผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อที่มีคุณลักษณะที่สำคัญคือ ราคาถูก พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของลูกค้าจึงมักเกิดขึ้นได้ง่ายและรวดเร็ว ไม่ยุ่งยาก (Kotler & Armstrong, 2017) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัตน์ ตรีเลิศญจักร (2561) ที่ศึกษาเจาะลึกคุณลักษณะกลุ่มลูกค้าที่ซื้อยาตมสมุนไพรหอม พบว่ามีมากถึง 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) กลุ่มคุ้มค้ำคุ้มราคา ซึ่งให้ความสำคัญเรื่องของราคาและการส่งเสริมการตลาดยาตมสมุนไพรที่ประหยัดค้ำค้ำเป็นหลัก 2) กลุ่มปลอดภัยไว้ก่อน ที่เน้นให้ความสำคัญเรื่องของสรรพคุณ เครื่องหมายรับรองมาตรฐาน และวันหมดอายุ 3) กลุ่มเน้น

การใช้งาน ที่พฤติกรรมกรซื้อเน้นเพื่อใช้งานตามคุณประโยชน์ของยาต้มเป็นหลัก ไม่ได้ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะอื่น

4.2.2 การดำเนินงานพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการวิจัยพบว่า ได้มีการผลิตและกระจายสารถึง “รากการบูรป่า” และ “สับปะรดเงิน” ซึ่งเป็นส่วนผสมที่เป็นอัตลักษณ์พื้นถิ่นผสมผสานกับวัตถุดิบหลักของการทำผลิตภัณฑ์ยาต้มสมุนไพรแบบปกติ อีกทั้งมีการพัฒนาโลโก้เป็นภาพกราฟิกภูเขาร่วมกับประตูเมืองอุโมงค์ปิยะมิตร โดยใช้สีแดงสื่อถึงความเป็นชนชาวจีน และสีเขียวสื่อถึงชุดทหาร (กลุ่มคอมมิวนิสต์มลายา) หรือสื่อถึงความเป็นธรรมชาติของวัตถุดิบ ซึ่งดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์จัดเป็นแนวคิดในการสร้างความเจริญเติบโตและขับเคลื่อนพัฒนาการทางเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าหรือบริการ ภายใต้หลักการที่ต้องค้นหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่น และนำมาสังเคราะห์เป็นองค์ประกอบ และใช้เป็นแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์และพัฒนา (สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2555) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศศิพร ต่ายคำ และนรินทร์ สังข์รักษา (2558) ซึ่งวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี โดยผลการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนสามารถนำทรัพยากรท้องถิ่นเอกลักษณ์ท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น ฯลฯ นำมาผสมผสานให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เพิ่มรายได้ให้แก่กลุ่มและชุมชน เช่นเดียวกับงานวิจัยของพัชราพรรณ เสี่ยมศักดิ์ และธรรมวุฒิ สุขเสริม (2561) ที่วิจัยเรื่องความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาของไทย ที่พบว่าลูกค้าให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีสีสันและลวดลายที่สามารถสื่อถึงแหล่งที่มาได้อย่างชัดเจน

4.2.3 การสรุปผลการพัฒนาตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการศึกษาพบว่า ผลิตภัณฑ์พืชมะนาวและยาต้มที่พัฒนา มีลูกค้าที่สนใจซื้อเป็นของที่ระลึกฝากคนในครอบครัวญาติมิตร หรือเพื่อนฝูง ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า ผลิตภัณฑ์พืชมะนาวและยาต้มที่พัฒนา มีคุณลักษณะที่ดีในความเป็นสินค้าของที่ระลึก ที่สินค้าที่มีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เป็นสินค้าที่มีคุณค่าและหายาก มีลักษณะที่ดึงดูดความสนใจ มีรูปร่าง ขนาด น้ำหนักไม่เป็นอุปสรรคต่อการขนส่ง ใช้วัสดุและแรงงานในท้องถิ่น (วิบูล จันทรแย้ม, 2551) สอดคล้องกับงานวิจัยของดวงรัก รัตนพันธุ์ และชัชวาลย์ รัตนพันธุ์ (2560) ที่วิจัยเรื่อง การออกแบบของที่ระลึก ซึ่งมีการประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการนำวัสดุพื้นถิ่นมาออกแบบและพัฒนาารูปแบบผลิตภัณฑ์ให้มีมูลค่าเพิ่มตรงตามความต้องการของตลาดและผู้บริโภค

5. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคตและประโยชน์ของงานวิจัย

5.1 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ท่ามกลางสถานการณ์โควิด-19 ที่ผู้คนเน้นอยู่กับบ้าน หลีกเลี่ยงการท่องเที่ยว การที่กลุ่มชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตรพึ่งพาช่องทางการจัดจำหน่ายแบบหน้าร้านโดยจำหน่ายผ่านสหกรณ์กลุ่มสมุนไพรปิยะมิตร1 คงไม่เพียงพอ จึงมีข้อเสนอแนะวิจัยพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายออนไลน์ หรือ การสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกลุ่มชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร1

5.2 ประโยชน์ของงานวิจัย

งานวิจัยนี้เน้นให้ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์พืชสมุนไพรพื้นถิ่นของชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร1 อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ซึ่งเป็นแนวทางที่มุ่งขับเคลื่อนและพัฒนาเศรษฐกิจโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และบริการ บนพื้นฐานของการนำวัตถุดิบ

ภูมิปัญญา วิถีชีวิต วัฒนธรรม ลักษณะเฉพาะทางพื้นที่ ฯลฯ พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะร่วมสมัยและมีอัตลักษณ์
อันนำมาซึ่งการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์และธุรกิจ

6. สรุปผลการวิจัย

การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรพื้นถิ่นของชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร อำเภอเบตง จังหวัดยะลา ตามแนวทาง
เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สรุปผลการวิจัยจำแนกตามแบบแผนการวิจัยได้ดังนี้ 1) การวางแผนพัฒนาฯ กลุ่มผู้ผลิตและ
จำหน่ายผลิตภัณฑ์สมุนไพรของชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร 1 มีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาต้มสมุนไพรมากที่สุด
เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทสะดวกซื้อ รวมถึงต้องการให้ใช้ตรา “ศิริ 1987” 2) การดำเนินงานพัฒนาฯ โดยใช้
“รากการบูรป่า” และ “สับปะรดเงิน” วัตถุดิบสมุนไพรพื้นถิ่น ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ยาต้มสมุนไพรและผลิตภัณฑ์
พืชน้ำ กำหนดตราสินค้า “ศิริ 1987” ซึ่งเป็นปี ค.ศ. ที่สมาชิกลงจากเขาเพื่อเข้าร่วมกับภาครัฐ เปลี่ยนสถานะ
กลายเป็น “ผู้ร่วมพัฒนาชาติไทย” ส่วนโลโก้ออกแบบเป็นภาพกราฟิกเขาร่วมกับประตูเมืองอุโมงค์ปิยะมิตร ใช้สีแดง
สื่อถึงความเป็นชนชาวจีน และสีเขียวสื่อถึงชุดทหารของกลุ่มคอมมิวนิสต์ มลายา รวมถึงสื่อถึงความเป็นธรรมชาติ
ของวัตถุดิบที่เป็นสมุนไพร ด้านงานสื่อสาร จัดทำคลิปวิดีโอ จำนวน 2 คลิป เพื่อสื่อสารถึงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ฯ ที่
แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น 3) การสรุปผลการพัฒนาฯ ผลิตภัณฑ์ได้รับความสนใจจากกลุ่มลูกค้าที่มาเที่ยวชม
อุโมงค์ปิยะมิตร ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ฯ เพื่อช่วยสร้างความสดชื่นและช่วยผ่อนคลายจากความเมื่อยล้า รวมถึงแก้อาการคัน
ต่างๆ นอกเหนือจากนี้ มีลูกค้าที่สนใจซื้อเป็นของฝากที่ระลึก ทำให้ทางกลุ่มมีรายได้เพิ่มขึ้นจากเดิม 25% สำหรับ
ความพึงพอใจจากการเข้าร่วมโครงการ พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเป็นความพึงพอใจในความรู้ด้านการผลิต การ
วิเคราะห์ต้นทุนและราคา การออกแบบตราสินค้า รวมถึงการได้รับการสนับสนุนทั้งทางด้านวัตถุดิบ บรรจุภัณฑ์ และ
คลิปวิดีโอที่ใช้ในการสื่อสาร

เอกสารอ้างอิง

- กฤษดา แพทย์หลวง. (2554). นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจสร้างสรรค์แบบองค์รวม. *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*. 51(3) :
207-237.
- การตี เลี้ยวไพโรจน์, ภูมิพร ธรรมสถิตเดช, อรรถวิท เตชะวิบูลย์วงศ์ และวุฒิไกร งามศิริจิตต์. (2556). **เปิดกล่อง
ความคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ:บริษัทแอคทีฟ พรินท์ จำกัด.
- ณัฐ ชลเทพ. (2556). *การประยุกต์แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมในจังหวัด
เชียงใหม่*. เชียงใหม่ : มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ดวงรัก รัตนพันธุ์ และชัชวาลย์ รัตนพันธุ์. (2560). การออกแบบของที่ระลึก : การประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่
ผลิตภัณฑ์ชุมชน. *วารสารนาคนุตรปริทรรศน์*. 9(1) : 1-14.
- พัชรภาพรณ เสี่ยมศักดิ์ และธรรมวมล สุขเสริม. (2561). ความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์จากภูมิปัญญาของ
ไทย. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*. 4(2), 157-173.
- รัชนี้ ตรีเลิศญกร. (2561). *ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อยาต้มสมุนไพรหอมของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรไทรมา*.
ค้นเมื่อ 31 พฤษภาคม 2564, จาก
<http://mab.eco.ku.ac.th/wp-content/uploads/2015/06/5914750652.pdf>.
- วิบูล จันทรแย้ม. (2551). *พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้าที่ระลึกของประชาชนที่มาเที่ยวจังหวัดลพบุรี*. ลพบุรี :
มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี.

ศศิพร ต่ายคำ และนรินทร์ สังข์รักษา. (2558). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดราชบุรี. *วารสารวิชาการ Veridian E-Journal*. 8(1), 587-611.

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2555). *20 อัตลักษณ์สร้างสรรค์*. ปทุมธานี : สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.

อัปสร อีซอ, พงษ์ชัย ชื่นสัน, จิราพร เกียรติคุณมณ, อุษณีย์ พรหมศรียา และปวีณา เจาะอารง. (2561). การพัฒนาผลิตภัณฑ์กลุ่มตัดเย็บเสื้อผ้าสตรี ตำบลท่าสาป จังหวัดยะลา ตามแนวทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์. *การประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ. ครั้งที่ 2561 "Research and Innovation for Sustainable Development"* วันที่ 29-30 มีนาคม 2561. ณ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง. 189-198.

Kotler, P. and Armstrong, G. (2017). *Principles of Marketing*. 17th ed. Boston : Pearson Prentice-Hall.

UNCTAD. (2008). *Creative Economy Report 2008*. Retrieved January 30, 2021 from <http://theory.isthereason.com/p=2176>.

บุคลากร

อังศุมาลิน แซ่เงิน (ผู้ให้สัมภาษณ์). อัปสร อีซอ (ผู้สัมภาษณ์). ที่ทำการชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร 1 ตำบลตะเนาะแมเราะ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2563.

ลีเอ้อ แซ่หวู (ผู้ให้สัมภาษณ์). อัปสร อีซอ (ผู้สัมภาษณ์). ที่ทำการชุมชนอุโมงค์ปิยะมิตร 1 ตำบลตะเนาะแมเราะ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา เมื่อวันที่ 28 พฤศจิกายน 2563.

เหวินฉี แซ่เงิน (ผู้ให้สัมภาษณ์). อัปสร อีซอ (ผู้สัมภาษณ์). ผู้จัดการสหกรณ์กลุ่มสมุนไพรปิยะมิตร 1 ตำบลตะเนาะแมเราะ อำเภอเบตง จังหวัดยะลา เมื่อวันที่ 14 มีนาคม 2564.