

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ถั่วทอดสมุนไพร  
ภายใต้ตราสินค้าถั่วแช่บ้านชีทวน  
อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี

Product and Packaging Development of Fried Bean with Herbs,  
under the Brand of Toa Zap Bann Chee Thuan,  
Khueng Nai District, Ubon Ratchathani Province

อนันต์ สุนทรามาธากุล<sup>1\*</sup>, หทัยรัตน์ ควรรู้ดี<sup>2</sup>, นวลปราง ชันเงิน<sup>3</sup>, ปิยกนิษฐ โชติวานิช<sup>4</sup>  
Anan Suntramethakul<sup>1\*</sup>, Hathairat Khuanrudee<sup>2</sup>, Nuanprang Khan-ngern<sup>3</sup>,  
Piyakanit Chotivanich<sup>4</sup>

<sup>1</sup>สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี  
อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000

<sup>2</sup>สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัด  
อุบลราชธานี 34000

<sup>3</sup>สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี อำเภอเมือง จังหวัด  
อุบลราชธานี 34000

<sup>4</sup>สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรมนุษย์ คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี อำเภอ  
เมือง จังหวัดอุบลราชธานี 34000

<sup>1</sup>International Business Management Program, Faculty of Business Administration and  
Management, Ubon Ratchathani Rajabhat University, Amphoe Muang, Ubon Ratchathani 34000

<sup>2</sup>Accountancy Program, Faculty of Business Administration and Management, Ubon Ratchathani  
Rajabhat University, Amphoe Muang, Ubon Ratchathani 34000

<sup>3</sup>Marketing Program, Faculty of Business Administration and Management, Ubon Ratchathani  
Rajabhat University, Amphoe Muang, Ubon Ratchathani 34000

<sup>4</sup>Human Resource Management Program, Faculty of Business Administration and Management,  
Ubon Ratchathani Rajabhat University, Amphoe Muang, Ubon Ratchathani 34000

\*Corresponding author, E-mail: ananwooo@gmail.com

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาศักยภาพและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านชีทวน  
อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบมีส่วนร่วมระหว่างทีมนักวิจัยและสมาชิกชุมชน  
ผู้ให้ข้อมูลหลักสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านชีทวน อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 15 คน นักพัฒนาผลิตภัณฑ์  
อาหาร 2 คน ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบ่อ จำนวน 2 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสนทนา  
กลุ่มและการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยนำมาวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis และ TOW'S Matrix สำหรับแบบสอบถาม  
เก็บจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคจำนวน 400 คน ใช้สถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่าศักยภาพของชุมชนบ้านชีทวน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี มีสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจที่มีผู้นิยมมาเยี่ยมชม เช่น ชวน้อยบ้านชีทวน ธรรมาสสิงห์เทินบุษบก เรือโบราณ พระพุทธรูปเศษวัดทุ่งศรีวิไล และพระธาตุสวนตาล ลินค้าและของที่ระลึกของตำบลชีทวน คือ ผลิตภัณฑ์โอท็อประดับห้าดาว “ผ้าลายปลาอืด” จากวิถีชีวิตชาวชีทวนกับการหาปลา กลายเป็นลายผ้าเอกลักษณ์ตำบลชีทวน อาชีพหลักคือทำการเกษตร ทำนาตามฤดูกาล โดยในช่วงนอกฤดูกาลปลูกข้าวสมาชิกในชุมชนมีการปลูกถั่ว และแม่บ้านมีความสามารถในการปรุงอาหาร ทำให้ได้มาซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ถั่วทอดสมุนไพรภายใต้ตราสินค้า “ผลิตภัณฑ์ถั่วแช่บ้านชีทวน” ซึ่งเป็นถั่วทอดสมุนไพรทรงเครื่อง มี 4 รสชาติ คือ รสดั้งเดิม รสต้มยำ รสบาร์บีคิว และรสหมอลำ ซึ่งจัดจำหน่ายทางร้านค้า แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และออนไลน์ กระบวนการผลิตมีการทอดวัตถุดิบ คือ ถั่ว ใบมะกรูด พริกแห้ง หอม กระเทียม แล้วนำมาอบในตู้อบลมร้อนเพื่อไล่น้ำมันและยืดอายุการเก็บรักษาให้นานมากขึ้น หลังจากนั้นนำมาคลุกเข้ากันพร้อมผงปรุงรส ไล้โค้ดตราผลิตภัณฑ์ถั่วแช่บ้านชีทวนเป็นรูปพระธาตุสวนตาล ซึ่งอยู่ในวัดพระธาตุสวนตาล อันเป็นสถานที่ตั้งของกลุ่มทอผ้าบ้านชีทวนและศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านชีทวน อีกทั้งเป็นสถานที่สักการบูชาของคนในและนอกชุมชน ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านชีทวน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากรายด้านจากระดับมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านรสชาติ ด้านวัตถุดิบ ด้านบรรจุภัณฑ์

**คำสำคัญ:** การพัฒนาผลิตภัณฑ์, การพัฒนาบรรจุภัณฑ์, ถั่วทอดสมุนไพร

#### ABSTRACT

This research aimed to study the potential and develop products and packaging of Ban Chi Tuan community, Khueang Nai District, Ubon Ratchathani Province. This study was a participatory research between a team of researchers and community members. Key informants: 15 members of Ban Chi Tuan Weaving Group, Khueng Nai District, Ubon Ratchathani Province, 2 food product developers and representatives of Nong Bo Subdistrict Administrative Organization, 2 persons. The research tool was focus group and in-depth interviews, it was analyzed by SWOT Analysis and TOW'S Matrix. The questionnaire was collected from a sample of 400 consumers using frequency, percentage, mean and standard deviation statistics.

The research results showed that the potential of Ban Chi Tuan community, Khueang Nai District, Ubon Ratchathani Province. There are tourist attractions that have been popularly visited, such as Khua Noi Ban Chi Thuan, Thammas Singthen Busabok, Ancient Boat, Wiset Buddha, Thung Si Wilai Temple and Phra That Suan Tan. Cheetuan products and souvenirs are five-star OTOP products, "Eid pattern cloth". From the Chi Tuan lifestyle to fishing became a unique fabric pattern in Chi Thuan Subdistrict. The main occupation is agriculture, farming according to the season. In the off-season rice cultivation, members of the community grow beans and the housewife has the ability to cook. This has resulted in product development and packaging of fried nuts, herbs under the brand. "Zabb Ban Cheetuan Bean Products". These are fried beans, Thai herbs, 4 flavors: Original flavor, Tom Yum flavor, BBQ flavor and Mala flavor, which is distributed through shops, tourist attractions in the community and online. The production process is fried, raw materials are beans, kaffir lime leaves, dried chili, onion, garlic. Then baked in a hot air incubator to repel the oil and

extend the shelf life for a longer time, after that, mix together with seasoning powder. Zab Ban Cheetuan Bean brand logo is a picture of Phra That Suan Tan, which is in Wat Phra That Suan Tan that is the location of Ban Chi Tuan weaving group and Ban Chi Thuan community product distribution center. It is also a place of worship for people in and outside the community. The results of satisfaction analysis on potential and develop products and packaging of Ban Chi Tuan community, Khueang Nai District, Ubon Ratchathani Province. found that the overall consumer satisfaction was at a high level. Ranking from side to side, from high to low level, the first 3 levels are as follows: taste, raw material, packaging

**Keywords:** Product Development, Packaging Development, Fried Bean with Herbs

## บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) อยู่ในระยะเวลาของการปฏิรูปประเทศและสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและเชื่อมโยงกัน โดยได้น้อมนำหลัก “ปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศ เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและช่วยให้สังคมไทยสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคง เกิดภูมิคุ้มกัน และมีการบริหารจัดการความเสี่ยงอย่างเหมาะสม ส่งผลให้การพัฒนาประเทศสู่ความสมดุลและยั่งยืน บนพื้นฐานของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2560-2579) ซึ่งเป็นแผนหลักของการพัฒนาประเทศ และเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้างประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 ตลอดจนประเด็นการปฏิรูปประเทศ เพื่อมุ่งสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” โดยเตรียมความพร้อมคน สังคม และ ระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำให้มีความสำคัญกับการจัดบริการของรัฐที่มีคุณภาพทั้งด้านการศึกษา สาธารณสุข ให้กับผู้ที่ด้อยโอกาสและผู้ที่อยู่อาศัยในพื้นที่ห่างไกล การจัดสรรที่ดินทำกิน สนับสนุนในเรื่องการสร้างอาชีพ รายได้ และสนับสนุนการเพิ่มผลิตภาพ ผู้ด้อยโอกาส สตรี และผู้สูงอายุ รวมทั้งกระจายการจัดบริการภาครัฐให้มีความครอบคลุมและทั่วถึงทั้งในเชิงปริมาณและคุณภาพ ตลอดจนสร้างชุมชนเข้มแข็งให้เป็นพลังร่วมทางสังคมเพื่อสนับสนุนการพัฒนาและพร้อมรับ โดยส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้ประกอบการระดับชุมชน การสนับสนุน ศูนย์ฝึกอาชีพชุมชน ส่งเสริมให้ชุมชนจัดสวัสดิการและบริการในชุมชน โดยมุ่งบรรลุเป้าหมายสำคัญในการยกระดับรายได้ประชากรกลุ่ม ร้อยละ 40 ที่มีรายได้ต่ำสุด การพัฒนาวิสาหกิจขนาดย่อย ขนาดเล็กและขนาดกลาง วิสาหกิจชุมชน และวิสาหกิจเพื่อสังคม เพื่อขยายฐานการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากให้มีความครอบคลุมมากขึ้น เป็นการสร้าง โอกาสทางเศรษฐกิจสำหรับกลุ่มต่างๆ ในสังคม โดยดำเนินการควบคู่ไปกับการพัฒนาและส่งเสริมสังคม ผู้ประกอบการเพื่อส่งเสริมผู้ประกอบการที่ผลิตได้และขายเป็น (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

ยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี (พ.ศ. 2560–2564) กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์การพัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัยที่ดีและเหมาะสมภายใต้บริบทของการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน (Good University and Appropriated in Context of University for Local Development to Sustainability: G4) มีกลยุทธ์ในการสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการบริการวิชาการเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นเชิงรุก โดยกำหนดชุมชนหรือหมู่บ้านเป้าหมายในการให้บริการวิชาการอย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน ความสอดคล้องกับ ประเด็นยุทธศาสตร์การบริการวิชาการโดยเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างคณะฯ ชุมชนท้องถิ่น

และเครือข่าย อีกทั้งกลยุทธ์จัดกิจกรรมบริการวิชาการแก่สังคมตามแผน (งานยุทธศาสตร์และประเมินองค์กร, 2562)

จากการวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านมา มีการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ชุมชน อรณุตภูมิ สุธาคำ และตรีชฎา สมพงษ์ (2563) โดยศึกษาปัญหาและศักยภาพของชุมชนเพื่อค้นหาแนวทางการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ (กรณีการ สายเทพ และพิชญา เพิ่มไทย, 2560) การผลิตโดยคำนึงถึงการใช้วัตถุดิบในชุมชนเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ (พรพิมล ศักดา และบวร เครือรัตน์, 2561) การสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ด้วยการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ให้มีความหลากหลายเพื่อเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภค การเพิ่มคุณค่าของตราสินค้าโดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ (ปิยกนิษฐ์ โชติวนิช, ธวรินทร์ เครือโสม, นิภา ชูณหิทธิโยกุล และมาลินี ศรีไมตรี, 2560) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อห่อหุ้มและให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชน (สุภัทณี เปี่ยมสุวรรณกิจ และสุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ, 2562) และการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ควรพัฒนาด้านการจัดวางสินค้าบนชั้นวางให้มีความโดดเด่น และมีศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน (ประสิทธิ์ รัตนพันธ์, มณีรัตน์ รัตนพันธ์ และจาริณี แซ่ว่อง, 2561) นอกจากนี้การใช้ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์จะช่วยกระจายสินค้าในวงกว้างได้มากขึ้น (นริศรา ลอยฟ้า, เสาวลักษณ์ รักชอบ และปาริชาติ รื่นพงษ์พันธ์, 2563) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนจึงควรใช้วัตถุดิบและแรงงานในท้องถิ่น สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชนผ่านตราผลิตภัณฑ์อันนำไปสู่การจัดจำหน่ายทั้งในและนอกชุมชน

จากนโยบายในการพัฒนาประเทศและตามแนวทางการพัฒนามหาวิทยาลัยให้เป็นมหาวิทยาลัยที่ดีและเหมาะสมภายใต้บริบทของการเป็นมหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ในการสนับสนุน และส่งเสริมให้มีการบริการวิชาการเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นเชิงรุก โดยกำหนดชุมชนหรือหมู่บ้านเป้าหมายในการให้บริการวิชาการอย่างต่อเนื่องเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน โดยเสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนมีผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่น อีกทั้งตอบสนองต้องการของผู้บริโภค คณะบริหารธุรกิจและการจัดการมีภารกิจด้านการบริการวิชาการด้านการบริหารธุรกิจบนพื้นฐานความต้องการของชุมชนและท้องถิ่น เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นได้รับการพัฒนาและยกระดับ จึงได้ทำการศึกษาศักยภาพและการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านชีทวน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี เพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับชุมชนต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพของชุมชนบ้านชีทวน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี
2. เพื่อศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านชีทวน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านชีทวน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี

อุบลราชธานี

### วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยศึกษาวิจัย แบ่งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพซึ่งลักษณะการวิจัยเป็นแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) ระหว่างทีมนักวิจัยและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการเก็บแบบสอบถามจากผู้บริโภค

ผู้ให้ข้อมูลหลักสมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านชีทวน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี จำนวน 15 คน นักพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร 2 คน ตัวแทนองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบ่อ จำนวน 2 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสนทนากลุ่ม การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยนำมาวิเคราะห์ด้วย SWOT Analysis และ TOW'S Matrix ตรวจสอบความน่าเชื่อถือ

ของข้อมูลด้วยวิธีตรวจสอบสามเส้า (Triangulation) ในรูปแบบการให้บุคคลต่างกลุ่มให้ข้อมูลและการเปรียบเทียบ และตรวจสอบความแน่นอนของข้อมูล โดยนำข้อมูลที่นำมาเปรียบเทียบ (Data Triangulation) (สุภางค์ จันทวานิช, 2554) เครื่องมือในการวิจัยคือการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ดำเนินการสำรวจสภาพทั่วไปและบริบทของชุมชน รวบรวมจากผู้ให้ข้อมูลหลักที่ใช้ในการศึกษาวิจัย โดยเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และหาบทสรุปร่วมกัน และวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOW'S Matrix เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ในประเด็นภายใต้กระบวนการในการวิจัยเชิงคุณภาพ คือ (1) ศึกษาบริบทกลุ่มและตัวผลิตภัณฑ์ของกลุ่ม (2) วิเคราะห์หาผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการพัฒนา (3) ศึกษาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (4) พัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ เพื่อหาต้นแบบของการพัฒนา (5) ศึกษาแนวทางของการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ (5) ศึกษาแนวทางของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (6) สรุปผลการศึกษา

การวิจัยเชิงปริมาณ สร้างแบบสอบถามและพัฒนาคุณภาพเครื่องมือให้มีความตรง (Validity) และความเที่ยง (Reliability) เป็นคุณลักษณะของเครื่องมือที่แสดงถึงความสามารถในการวัดในสิ่งที่ต้องการวัดได้อย่างถูกต้องแม่นยำ โดยมีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามเท่ากับ .96 แล้วเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคนจำนวน 400 คน ใช้สถิติ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## ผลการวิจัย

### 1. ศักยภาพของชุมชนบ้านชีทวน อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี

สภาพเดิมของชุมชนก่อนดำเนินโครงการ ตำบลชีทวน อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี มีสถานที่ท่องเที่ยวที่มีผู้มาเที่ยวเป็นครั้งคราวและมีงานประเพณีรวมกันในพื้นที่ทางวัฒนธรรม ซึ่งทางศูนย์บริการการท่องเที่ยวตำบลชีทวนได้จัดทำโบรชัวร์ไว้ คือ (1) ชั่วน้อยบ้านชีทวน “ข้าว” เป็นภาษาท้องถิ่น หมายถึง สะพานแต่เดิมถูกสร้างขึ้นจากไม้ ด้วยแรงศรัทธาของชาวบ้าน 2 หมู่บ้าน คือ บ้านชีทวน และบ้านหนองแคน ซึ่งอยู่คนละฟากฝั่งสะพาน เพื่อให้พระภิกษุสงฆ์และสามเณรได้เดินข้ามมาบิณฑบาตได้สะดวก ไม่เหยียบต้นข้าว และชาวบ้านเดินทางไปมาหาสู่กันได้ง่าย เมื่อใช้มาได้ระยะหนึ่งสะพานเกิดชำรุดพังไปตามกาลเวลา ชาวบ้านจึงรวบรวมเงินก่อสร้างสะพานคอนกรีตมาให้แทนจนถึงปัจจุบัน โดยตัวสะพานมีขนาดความกว้าง 1.40 เมตร ความยาว 401 เมตร และความสูง 1.5 เมตร จะมีความสวยงามมากที่สุดในเดือนตุลาคม เนื่องจากต้นข้าวที่ชาวบ้านปลูกไว้บริเวณสองฝั่งสะพานเจริญเติบโตสีเขียวสดใสสวยงามเป็นทุ่งกว้าง และอีกช่วงหนึ่งคือเดือนพฤศจิกายน ต้นข้าวออกรวงสีเหลืองอร่าม ประกอบกับเข้าสู่ฤดูหนาวอากาศจะเย็นสบาย (2) พระพุทธรูปพิเศษ ณ วัดทุ่งศรีวิไล ความเป็นมาจากหลวงพ่พุทธรูปพิเศษ ณ วัดทุ่งศรีวิไล บ้านชีทวน เป็นพระพุทธรูปสลักจากศิลาแดง ปางสมาธิขนาดปรก ขนาดหน้าตักกว้าง 45 เซนติเมตร สูง 90 เซนติเมตร ยุคทวารวดี มีอายุกว่า 1,000 ปี หรือราวพุทธศตวรรษที่ 17-18 เป็นพระพุทธรูปที่ศักดิ์สิทธิ์ เชื่อกันว่ามีปาฏิหาริย์มาก และยังเป็นพระพุทธรูปคู่บ้านคู่เมืองของชาวตำบลชีทวน หลวงพ่พุทธรูปพิเศษเป็นศิลาแดงโบราณ สร้างในยุคทวารวดี ละโว้ พุทธคุณบันดาลให้ตามคำบนบาน อธิษฐานจิต ประวัตินิเวศน์ หม่อมเจียงคำ (ในกรมหลวงสรรพสิทธิประสงค์) นำดอกไม้ธูปเทียนไปสักการบูชา บนบานศาลกล่าวขอพระโอรสและพระธิดาจากพระพุทธรูปพิเศษ ต่อมาไม่นานหม่อมเจียงคำก็มีประสูติพระโอรส 2 องค์ คือ หม่อมเจ้าอุปสีสานและหม่อมเจ้ากมลสีสาน จนทำให้ความศักดิ์สิทธิ์ของพระพุทธรูปพิเศษเลื่องลือไปไกลจนถึงปัจจุบัน (3) ธรรมมาสถิตเทินบุษบก สร้างประมาณ ปี พ.ศ. 2468-2470 ตั้งอยู่ในศาลาการเปรียญวัดศรีนวลแสงสว่างอารมณ์ เป็นงานศิลปกรรมที่เกิดจากการผสมผสานความคิดแบบไทย คือ พระอุโบสถมหาอุดพระมหาธาตุ (เจ้าอาวาสวัดศรีนวลในสมัยนั้น) ซึ่งเป็นผู้กำกับการก่อสร้างจนแล้วเสร็จ ผสมผสานกับฝีมือของช่างชาวจีน หรือเรียกว่า “แกวเจียง” รูปแบบการก่อสร้างจะก่อด้วยปูนเขียนสี ยอดปราสาทเป็นเครื่องไม้แกะสลัก เป็นธรรมมาสน์ที่แปลกและมีอยู่หลังเดียวในประเทศไทย (4) วัดศรีธาตุเจริญสุข เป็นวัดที่สำคัญวัดหนึ่ง เดิมใช้ชื่อว่า “วัดศรีทาส” ต่อมาจึงเปลี่ยนชื่อมาเป็น “ศรีธาตุ” ดังที่ปรากฏในปัจจุบัน ซึ่งภายในวัดมีพระพุทธรูปไม้แกะสลัก และพิพิธภัณฑสถานโบราณอีสาน

มากมายที่ชาวบ้านนำมาจัดแสดงให้ลูกหลานได้ศึกษาเครื่องมือเครื่องใช้โบราณ ประวัติพระพุทธรูปธาตุมงคลนมิต เป็นพระพุทธรูปแกะสลักด้วยไม้ตะเคียนทอง (ไม้แคน) ซึ่งไม้ตะเคียนทอง 3 ต้น อยู่กลางหนองแคน เป็นหนองปุตา (หรืออาฮักบ้าน) เมื่อ พ.ศ. 2210 มีพระเกจิอาจารย์อุปฌาย์เป็นเจ้าอาวาสวัดศรีธาตุเจริญสุข ได้นำชาวบ้านไป อัญเชิญต้นตะเคียนทอง 3 ต้น อยู่กลางหนองน้ำ เพื่อมาแกะสลักสร้างเป็นพระพุทธรูปไม้ 3 องค์ และประดิษฐาน ไว้ในสิมหลังเก่า (โบสถ์) เพื่อสักการบูชา วันหนึ่งได้เกิดสิ่งอัศจรรย์หมอกควันไหลวนเวียนอยู่เศียรพระพุทธรูป ทั้ง 3 องค์ ทำให้เกจิอาจารย์และชาวบ้านเห็นความอัศจรรย์ ชาวบ้านจึงเลื่อมใสศรัทธาจวบจนปัจจุบัน (5) พระธาตุ สวนตาล เป็นสถูปหรือเจดีย์ประธานของวัด ก่อด้วยอิฐฉาบด้วยพระทวย (การนำหินมาบดหรือตำให้ละเอียด ผสม กับอ้อย ยางบง หนังกวายเป็นผงแล้วตำผสมกันในหลุมดินให้ละเอียดเป็นเนื้อเดียวกัน จะมีคุณภาพคล้ายกับ ปูนซีเมนต์) พระธาตุมีรูปทรงเลียนแบบพระธาตุพนม ฐานกว้าง 30 ฟุต สูง 60 ฟุต สร้างขึ้นราวพุทธศตวรรษที่ 22-23 เป็นเวลาใกล้เคียงกับการสร้างพระธาตุพนม ส่วนการพังทลายขององค์พระธาตุ ก็ใกล้เคียงกันกับการล้มของ พระธาตุพนม กล่าวคือ องค์พระธาตุสวนตาล พังทลายลง เมื่อวันที่ 23 กรกฎาคม 2518 (วันอาสาฬหบูชา) และพระธาตุสวนตาลได้รับการบูรณะซ่อมแซม โดยการสร้างพระธาตุองค์ใหม่ครอบองค์เดิมไว้ และพระธาตุองค์เดิม ก็ยังสามารถเข้าไปกราบสักการบูชาเพื่อเป็นสิริมงคลได้อีกด้วย (6) เรือโบราณ ณ วัดธาตุสวนตาล เป็นเรือขุดขนาด ใหญ่ทำจากไม้ตะเคียนหินต้นเดียว ยาว 24 เมตร กว้าง 2.70 พบที่ลำน้ำชี ขณะนี้นำมาจัดแสดงที่วัดธาตุสวนตาล คาดว่าเรือลำนี้มีอายุประมาณ 300 ปี และเป็นเรือที่ใช้ในการขนส่งสินค้าของคนในสมัยก่อน เช่น ข้าว น้ำอ้อย เป็นต้น โดยสามารถบรรทุกสินค้าต่อเที่ยวได้ถึง 3 ตัน หรือ 3,000 กิโลกรัม (7) สินค้าและที่ระลึกของตำบลชีทวน เป็นผลิตภัณฑ์โอท็อประดับ 5 ดาว คือ ผ้าลายปลาอืด เนื่องจากชาวชีทวนมีวิถีชีวิตเกี่ยวกับการหาปลา จึงนำมา ประยุกต์เป็นลายผ้า ซึ่งเป็นลายผ้าที่เป็นเอกลักษณ์ของตำบลชีทวน โดยสามารถเลือกซื้อหรือแวะชมการทอผ้าได้ที่ ศูนย์แสดงและจำหน่ายสินค้าตำบลชีทวน (วัดธาตุสวนตาล) “ปลาอืด” เป็นปลาตัวเล็กๆ ลำตัวเรียวยาวมีลายเล็ก ตามตัว อาศัยอยู่ในน้ำจืด ชอบอยู่กันเป็นฝูง นิยมนำมาทำเป็นอาหารประเภทอ่อม หรือ ห่อหมก ภาษาถิ่นทางอีสาน บางคน เรียกว่า “ปลาอืด” ซึ่งสามารถเรียกได้ความหมายเหมือนกัน ผ้าลายปลาอืด บรรพบุรุษได้แนวคิดลายผ้า มาจากลายของตัวปลาอืด ดังนั้น จึงเรียกชื่อลายผ้าว่า “ผ้าลายปลาอืด” ผ้าลายปลาอืดเป็นผ้าที่นิยมมาตัดเป็นเสื้อ กระโปรง หรือตัดเป็นชุดเสื้อที่มหมุ่คณะ ซึ่งอำเภอเชิงइनและองค์การบริหารส่วนตำบล ได้ตัดเป็นเสื้อหมุ่คณะ ประจำอำเภอและตำบล

สมาชิกแม่บ้านกลุ่มทอผ้าบ้านชีทวนมีการรวมกลุ่มเพื่อทอผ้าฝ้ายลายปลาอืด ซึ่งอุปกรณ์หลักคือก๊ทอผ้า ช่องทางการขายหลัก คือ กลุ่มทอผ้าบ้านชีทวน อำเภอเชิงइन จังหวัดอุบลราชธานี และฝากไปขายกับผู้ไปร่วมงาน แสดงสินค้านอกชุมชน ปัญหาคือการทอผ้าใช้เวลานานและอาศัยอุปกรณ์ที่สามารถทำได้จำกัด หนึ่งคนต่อก๊ทอผ้า หนึ่งก๊ที่ไม่มีก๊ทอผ้าไม่สามารถผลิตได้



ภาพที่ 1 กลุ่มทอผ้าบ้านชีทวน



ภาพที่ 2 ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านชีทวน



ภาพที่ 3 ทอผ้า



ภาพที่ 4 พระธาตุสวนตาล

ศักยภาพหรือต้นทุนเดิมของชุมชนก่อนดำเนินโครงการ สมาชิกกลุ่มทอผ้าบ้านบ้านชีทวนรวมกลุ่มเพื่อทอผ้าฝ้าย อาชีพหลักในชุมชน คือ ทำการเกษตร โดยปลูกข้าวเป็นหลัก นอกจากนี้ในช่วงนอกฤดูการปลูกข้าว สมาชิกในชุมชนมีการปลูกถั่ว และแม่บ้านมีความสามารถในการปรุงอาหาร เมื่อเก็บเกี่ยวผลผลิตถั่วแล้วจะนำถั่วมาคั่วทรายแล้วจัดจำหน่ายในชุมชนเป็นรายได้เสริม ความต้องการของชุมชนในการพัฒนา คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถั่วให้เป็นไปตามความต้องการของภายในและภายนอกชุมชน จัดจำหน่ายในร้านค้าปลีกในและนอกชุมชน รวมถึงการขายช่องทางออนไลน์เพื่อขยายฐานผู้บริโภคให้กว้างขึ้น

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ SWOT Analysis และ TOW'S Matrix การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

SWOT Analysis	
จุดแข็ง (Strength)	จุดอ่อน (Weakness)
S1: ชุมชนมีศักยภาพปลูกถั่วเป็นจำนวนมาก S2: แม่บ้านมีความสามารถในการปรุงอาหาร S3: มีการปลูกถั่วนอกฤดูการทำนาในชุมชน S4: สถานที่ท่องเที่ยวและแหล่งวัฒนธรรมเอกลักษณ์ของท้องถิ่นคือพระธาตุสวนตาล	W1: จำหน่ายถั่วสดไม่ได้ราคา W2: การแปรรูปถั่วเดิมเป็นแบบง่าย มูลค่าเพิ่มน้อย
โอกาส (Opportunity)	อุปสรรค (Threat)
O1: นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวในตำบลชีทวนต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน และของที่ระลึกประจำถิ่น O2: ความต้องการของลูกค้าต้องการสิ่งใหม่ O3: เทคโนโลยีด้านการขายออนไลน์ต้นทุนน้อย แต่สื่อสารได้กว้าง	T1: ความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ลูกค้าย้ายมีจำกัด T2: นักท่องเที่ยวที่มาตำบลชีทวนตามเทศกาลและความถี่ไม่มากนัก
TOW'S MATRIX	
กลยุทธ์เชิงรุก (SO)	กลยุทธ์เชิงรับ (WO)
S2 S3 O1 O2 สมาชิกชุมชนบ้านชีทวนมีความสามารถในการปรุงอาหาร ในท้องถิ่นมีการปลูกถั่ว เอกลักษณ์เด่นคือพระธาตุสวนตาล นักท่องเที่ยวที่มาเยี่ยมชม มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนและของที่ระลึกประจำถิ่น ต้องการสิ่งใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากวัตถุดิบในท้องถิ่นให้มีความแปลกใหม่ด้านสมุนไพรและรสชาติ ได้มาเป็นผลิตภัณฑ์ถั่วแช่บ้านชีทวน ที่มีตราผลิตภัณฑ์เป็นรูปพระธาตุและชื่อตำบลที่สะท้อนเอกลักษณ์และวัฒนธรรมท้องถิ่น	W1 W2 O2 ผลิตภัณฑ์ฝ้ายใช้ระยะเวลาการผลิตนาน การทอผ้าฝ้ายใช้ก็ทอมือ ซึ่งผู้ทอต้องมีก็ของตนเอง และทอได้ฝืนละคน ตามจำนวนที่มี ประกอบกับลูกค้ามีความต้องการสิ่งใหม่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จะทำให้ผู้มาเยี่ยมชมสถานที่ที่มีทางเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีความหลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้มีผ้าทอลายปลาอืด ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์โอท็อปห้าดาวแล้วยังมีถั่วแช่บ้านชีทวนเป็นของที่ระลึกประจำถิ่นด้วย

กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WT)
S4 T2 ผลิตภัณฑ์สบู่ “รังไหม-ใบหม่อน” เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่นำเอาสายที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและจังหวัดอุบล คือ “สายจกดาว” นำมาเป็นโลโก้ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งกลิ่นสบู่จะเป็นกลิ่นดอกบัว ซึ่งมีกลิ่นหอมอ่อนและเป็นกลิ่นแทนจังหวัดอุบลราชธานี เมืองดอกบัว เพื่อตอบรับนักท่องเที่ยวเยี่ยมชมวิถีชุมชนบ้านหนองบ่อส่วนหนึ่งมีรายได้ปานกลาง มีกำลังซื้อน้อย ทำให้ไม่มีกำลังในการซื้อผ้าไหมเป็นของฝากหรือของที่ระลึก	W1 T1 T2 การที่จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์เดิมคือผ้าฝ้ายใช้เวลาผลิตนาน ประกอบกับความต้องการของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไป ลูกค้าผ้าฝ้ายมีจำกัด นักท่องเที่ยวที่มาตำบลชีวานตามเทศกาลและความถี่ไม่มากนัก การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถั่วแช่บ้านชีวานใช้เวลาผลิตสั้นและสามารถนำไปจำหน่ายยังร้านค้าปลีกในและนอกท้องถิ่นได้

จากการวิเคราะห์ข้างต้นทำให้ได้มาซึ่งการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ถั่วทอดสมุนไพรภายใต้ตราสินค้า “ผลิตภัณฑ์ถั่วแช่บ้านชีวาน” ซึ่งเป็นถั่วทอดสมุนไพรทรงเครื่อง มี 4 รสชาติ คือ รสดั้งเดิม รสตั้มยำ รสบาร์บีคิว และรสหมอลำ ซึ่งจัดจำหน่ายทางร้านค้า/แหล่งท่องเที่ยวในชุมชน และออนไลน์ กระบวนการผลิตมีการทอดวัตถุดิบ คือ ถั่ว ใบมะกรูด พริกแห้ง หอม กระเทียม แล้วนำมาอบในตู้อบลมร้อนเพื่อไล่น้ำมันและยืดอายุการเก็บรักษาให้นานมากขึ้น หลังจากนั้นนำมาคลุกเข้ากันพร้อมผงปรุงรส ตราสินค้าถั่วแช่บ้านชีวาน เป็นรูปพระธาตุสวนตาล ซึ่งอยู่ในวัดพระธาตุสวนตาลอันเป็นสถานที่ตั้งของกลุ่มทอผ้าบ้านชีวานและศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านชีวาน อีกทั้งเป็นสถานที่ทางวัฒนธรรมมีความผูกพันกับชุมชนและเป็นสักการะบูชาของคนทั้งในและนอกชุมชน

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ถั่วทอดสมุนไพร ภายใต้ตราผลิตภัณฑ์ถั่วแช่บ้านชีวาน ตำบลชีวาน อ.เขื่องใน จ.อุบลราชธานี กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีดังนี้

2.1 สนทนากลุ่มเพื่อค้นหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และให้คำปรึกษาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ กลุ่มทอผ้าบ้านชีวาน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี



ภาพที่ 5 การสนทนากลุ่ม

2.2 ประชุมผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและทดลองทำถั่วทอดสมุนไพร



ภาพที่ 6 การประชุมทีมผู้เชี่ยวชาญ



ภาพที่ 7 ทดลองทำถั่วทอดสมุนไพร



2.3 การอบรมเชิงปฏิบัติการ เรียนรู้ และให้คำปรึกษาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ถั่วทอดสมุนไพร หอ้งแลบอาหาร คณะเกษตรศาสตร์



ภาพที่ 8 การอบรมเชิงปฏิบัติการ เรียนรู้ และให้คำปรึกษาในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ถั่วทอดสมุนไพร

2.4 การพัฒนาตราผลิตภัณฑ์ถั่วทอดสมุนไพรจากการสนทนากลุ่มได้ชื่อตราผลิตภัณฑ์ “ถั่วแช่บ้านชีทวน” และโลโก้รูปพระธาตุ เพื่อสะท้อนความเป็นผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านชีทวนและเอกลักษณ์พระธาตุสวนตาล วัดพระธาตุสวนตาลอันเป็นแหล่งที่ตั้งของสถานที่ผลิตและจำหน่าย รวมถึงเป็นสถานที่ตั้งของกลุ่มทอผ้าบ้านชีทวน และศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านชีทวน



ภาพที่ 9 ตราผลิตภัณฑ์

2.5 รูปแบบสินค้าและกระบวนการผลิต

2.5.1 วัตถุประสงค์ในการผลิตถั่วทอดสมุนไพร ประกอบด้วย ถั่ว กระเทียม หอม พริกแห้ง ใบมะกรูด น้ำมัน และเครื่องปรุงรส

วิธีทำ เริ่มจากนำถั่ว กระเทียม หอม พริกแห้ง และใบมะกรูด มาทอดในน้ำมัน โดยทอดแยกกัน หลังจากนั้นนำเข้าตู้อบลำน้ำมัน แล้วนำส่วนประกอบทั้งหมดมาคลุกเข้ากันกับผงปรุงรส โดยมีรสชาติ 4 แบบ คือ รสดั้งเดิม รสต้มยำ รสบาร์บีคิว และรสหมาล่า

2.5.2 แรงงาน จากสมาชิกชุมชนบ้านชีทวน อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี 15 คน

2.6 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์เป็นถุงกระดาษสีขาวฟ้าน้ำตาลอ่อน มีซิปล็อคป้องกันอากาศเข้าในถุง สลากบ่งบอกข้อมูลชื่อผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบสำคัญ และแหล่งผลิต พร้อมสติ๊กเกอร์บอกรสชาติ



ภาพที่ 10 บรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ถั่วกาแฟชิปส์ค็อกเพื่อกันความชื้น

### 2.7 การจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์

การจัดจำหน่ายแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยการส่งขายร้านค้าชุมชนและนอกชุมชน จัดให้มีชั้นวางสินค้าการจัดบูธแสดงสินค้าใน กลุ่มทอผ้าบ้านชีทวนและศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านชีทวน และนอกสถานที่ซึ่งอุปกรณ์สามารถเคลื่อนย้ายได้



ภาพที่ 11 การจัดบูธแสดงสินค้า



ภาพที่ 12 จัดจำหน่ายร้านค้าปลีก

3. ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านชีทวน อำเภอเชิงใน จังหวัดอุบลราชธานี จำนวน 400 ราย โดยมีผลการวิจัยดังนี้

3.1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามในการศึกษาความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านชีทวน อำเภอเชิงใน จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจากจำนวนทั้งหมด 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 63.50 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 36.50 ส่วนใหญ่มีอายุไม่เกิน 25 ปี ร้อยละ 61.50 รองลงมา อายุ 26 – 40 ปี ร้อยละ 20.5 ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด ร้อยละ 68.50 มีสถานภาพสมรส ร้อยละ 25.00 ส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 55.50 รองลงมา มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 42.50 ส่วนใหญ่มีอาชีพเป็นนักเรียน/นักศึกษา ร้อยละ 53.50 รองลงมาเกษตรกร ร้อยละ 13.50 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 63.00 รองลงมา มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 28.00

3.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านชีทวน อำเภอเชิงใน จังหวัดอุบลราชธานี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านชีทวน อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านชีทวน อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
<b>ด้านรสชาติ</b>			
1. รสชาติอร่อยถูกปาก	4.53	.625	มากที่สุด
2. ผลิตภัณฑ์มีรสชาติให้เลือกหลากหลาย เช่น รสตั๋มยำ รสบาร์บีคิว รสหม่าล่า			
รสดั้งเดิม	4.48	.583	มาก
3. รสชาติมีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร	4.39	.707	มาก
4. สดใหม่ไม่มีกลิ่นเหม็นหืน ไม่อมน้ำมัน	4.34	.738	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.43</b>	<b>.531</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านประโยชน์และโภชนาการ</b>			
5. มีประโยชน์ทางโภชนาการ	4.33	.686	มาก
6. ผลิตภัณฑ์ปลอดภัยต่อสุขภาพ	4.27	.715	มาก
7. สะอาดถูกหลักอนามัย	4.34	.682	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.31</b>	<b>.607</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านวัตถุดิบ</b>			
8. ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพในการผลิต	4.44	.623	มาก
9. ใช้วัตถุดิบที่ผู้บริโภครู้จักคุ้นเคย รับประทานได้ง่าย	4.40	.642	มาก
10. วัตถุดิบยังคงสภาพเดิมเหมือนตอนทำเสร็จใหม่	4.33	.702	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.39</b>	<b>.536</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านอัตลักษณ์</b>			
11. ผลิตภัณฑ์มีการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต	4.33	.723	มาก
12. ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะ แตกต่างจากคู่แข่ง	4.18	.772	มาก
13. ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน	4.24	.712	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.25</b>	<b>.639</b>	<b>มาก</b>

ตารางที่ 2 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านชีทวน อำเภอเชียงใน จังหวัดอุบลราชธานี	ระดับความพึงพอใจ		
	$\bar{X}$	S.D	ระดับ
<b>ด้านตราสินค้า</b>			
14. มีเอกลักษณ์ สร้างความแตกต่าง โดดเด่น น่าสนใจ	4.16	.692	มาก
15. ตราสินค้ามีความสวยงาม มีความเป็นสากล เป็นที่ยอมรับ	4.15	.699	มาก
16. ตราสินค้าสื่อถึงตัวสินค้าได้อย่างชัดเจน	4.24	.695	มาก
17. ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือ	4.29	.699	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.21</b>	<b>.566</b>	<b>มาก</b>
<b>ด้านฉลาก</b>			
18. ฉลากมีรูปแบบและสีสันสวยงาม น่าสนใจ	4.22	.704	มาก
19. ฉลากแสดงข้อมูลได้อย่างชัดเจน อ่านง่าย	4.34	.681	มาก
20. แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ สร้างความแตกต่าง	4.25	.727	มาก
21. บอกถึงจุดเด่นของผลิตภัณฑ์	4.22	.748	มาก
22. ให้อายุและเนื้อหาของข้อมูลสินค้าได้ครบถ้วน	4.26	.764	มาก
<b>รวม</b>	<b>4.25</b>	<b>.572</b>	<b>มาก</b>

## ด้านบรรจุกัมน์

23. บรรจุกัมน์สามารถปกป้องรักษาสินค้าได้เป็นอย่างดี	4.29	.682	มาก
24. บรรจุกัมน์มองเห็นตัวสินค้าภายในบรรจุกัมน์ได้ชัดเจน	4.36	.657	มาก
25. บรรจุกัมน์ เปิด/ปิดง่าย สะดวกต่อการรับประทานและจัดเก็บส่วนที่เหลือได้	4.41	.658	มาก
26. รูปแบบบรรจุกัมน์ที่สวยงาม สร้างความประทับใจ	4.31	.676	มาก
27. บรรจุกัมน์สามารถขนส่งได้สะดวก และประหยัด	4.37	.695	มาก
28. ถนอมอาหารไว้ได้นาน	4.34	.732	มาก
29. บรรจุกัมน์เหมาะแก่การซื้อไปเป็นของฝาก	4.44	.720	มาก
รวม	4.36	.499	มาก
ภาพรวมทั้งฉบับ	4.32	.412	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจของผู้บริโภคของชุมชนบ้านซีทวน อำเภอเชิงใน จังหวัดอุบลราชธานี โดยภาพรวมทั้งฉบับมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.43$ ) เรียงลำดับจากรายด้านจากระดับมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านรสชาติ ( $\bar{X}=4.53$ ) ด้านวัตถุดิบ ( $\bar{X}=4.39$ ) ด้านบรรจุกัมน์ ( $\bar{X}=4.36$ ) ด้านประโยชน์และโภชนาการ ( $\bar{X}=4.31$ ) ด้านฉลาก ( $\bar{X}=4.25$ ) ด้านอัตลักษณ์ ( $\bar{X}=4.25$ ) และด้านตราสินค้า ( $\bar{X}=4.21$ ) ตามลำดับ สามารถนำเสนอเป็นแต่ละด้าน ดังนี้

1. ด้านรสชาติ โดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.43$ ) เรียงลำดับจากข้อรายการที่อยู่ในระดับมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ รสชาติอร่อยถูกปาก ( $\bar{X}=4.53$ ) ผลิตภัณฑ์มีรสชาติให้เลือกหลากหลาย เช่น รสตั๋มยำ รสบาร์บีคิว รสหม่าล่า รสดั้งเดิม ( $\bar{X}=4.48$ ) และรสชาติมีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร ( $\bar{X}=4.39$ ) ตามลำดับ

2. ด้านประโยชน์และโภชนาการ โดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.31$ ) เรียงลำดับจากข้อรายการที่อยู่ในระดับมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ สะอาดถูกหลักอนามัย ( $\bar{X}=4.34$ ) มีประโยชน์ทางโภชนาการ ( $\bar{X}=4.33$ ) และผลิตภัณฑ์ปลอดภัยต่อสุขภาพ ( $\bar{X}=4.27$ ) ตามลำดับ

3. ด้านวัตถุดิบ โดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.39$ ) เรียงลำดับจากข้อรายการที่อยู่ในระดับมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพในการผลิต ( $\bar{X}=4.44$ ) ใช้วัตถุดิบที่ผู้บริโภคคุ้นเคยรับประทานได้ง่าย ( $\bar{X}=4.40$ ) วัตถุดิบยังคงสภาพเดิมเหมือนตอนทำเสร็จใหม่ ( $\bar{X}=4.33$ ) ตามลำดับ

4. ด้านอัตลักษณ์ โดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.25$ ) เรียงลำดับจากข้อรายการที่อยู่ในระดับมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ ผลิตภัณฑ์มีการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการผลิต ( $\bar{X}=4.33$ ) ผลิตภัณฑ์แสดงให้เห็นเรื่องราวความเป็นมาของชุมชน ( $\bar{X}=4.24$ ) ผลิตภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะ แตกต่างจากคู่แข่ง ( $\bar{X}=4.18$ ) ตามลำดับ

5. ด้านตราสินค้า โดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.21$ ) เรียงลำดับจากข้อรายการที่อยู่ในระดับมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ ตราสินค้ามีความน่าเชื่อถือ ( $\bar{X}=4.29$ ) ตราสินค้าสื่อถึงตัวสินค้าได้อย่างชัดเจน ( $\bar{X}=4.24$ ) และมีเอกลักษณ์ สร้างความแตกต่าง โดดเด่น น่าสนใจ ( $\bar{X}=4.16$ ) ตามลำดับ

6. ด้านฉลาก โดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.25$ ) เรียงลำดับจากข้อรายการที่อยู่ในระดับมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ ฉลากแสดงข้อมูลได้อย่างชัดเจน อ่านง่าย ( $\bar{X}=4.34$ ) ให้รายละเอียดของข้อมูลสินค้าได้ครบถ้วน ( $\bar{X}=4.26$ ) และแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ สร้างความแตกต่าง ( $\bar{X}=4.25$ ) ตามลำดับ

7. ด้านบรรจุกัมน์ โดยภาพรวมแล้วมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X}=4.36$ ) เรียงลำดับจากข้อรายการที่อยู่ในระดับมากไปหาน้อย 3 ลำดับ ดังนี้ บรรจุกัมน์เหมาะแก่การซื้อไปเป็นของฝาก ( $\bar{X}=4.44$ ) บรรจุกัมน์ เปิด/ปิด

ง่าย สะดวกต่อการรับประทาน และจัดเก็บส่วนที่เหลือได้ ( $\bar{X}=4.41$ ) และบรรจุภัณฑ์สามารถขนส่งได้สะดวกและประหยัด ( $\bar{X}=4.37$ ) ตามลำดับ

### สรุปผลการวิจัย

ศักยภาพของสมาชิกชุมชนบ้านชีทวน อ.เชิงเนิน จ.อุบลราชธานี อาชีพหลักเป็นเกษตรกร โดยส่วนใหญ่ทำนา มีการปลูกถั่วนอกฤดูกลาง มีฝีมือในการทำอาหาร เดิมผลิตภัณฑ์ชุมชนเด่นคือผลิตภัณฑ์โอท็อปห้าดาว ผ้าฝ้ายลายปลาอีต ซึ่งให้กึ่งมือและใช้เวลาในการผลิตค่อนข้างนาน กลุ่มแม่บ้านในชุมชนมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สอดคล้องกับศักยภาพเดิมที่มี โดยราคาที่ซื้อขายได้สะดวก ไม่แพง และซื้อได้บ่อยครั้ง มีตราผลิตภัณฑ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์ของชุมชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ชุมชนบ้านชีทวน อ.เชิงเนิน จ.อุบลราชธานี เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ถั่วทอดสมุนไพร ภายใต้ตราผลิตภัณฑ์ “ถั่วแช่บ้านชีทวน” ที่นำเอาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นคือพระธาตุสวนตาลมาเป็นโลโก้ผลิตภัณฑ์ ถั่วทอดสมุนไพร ประกอบด้วย ถั่ว กระเทียม หอม พริกแห้ง ใบมะกรูด ซึ่งมีคุณค่าทางอาหารจากถั่วและคุณประโยชน์จากสมุนไพร พร้อมเครื่องปรุงรสตามความต้องการของผู้บริโภค คือ รสตั้งเดิม รสต้มยำ รสบาร์บีคิว และรสหมาล่า การจัดจำหน่ายที่กลุ่มทอผ้าบ้านชีทวน ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านชีทวน ร้านค้าปลีกในชุมชน ร้านค้านอกชุมชน การแสดงสินค้าชุมชน และการขายออนไลน์ ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ของชุมชนบ้านชีทวน อำเภอเชิงเนิน จังหวัดอุบลราชธานี พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับจากรายด้านจากระดับมากที่สุดไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านรสชาติ ด้านวัตถุดิบ ด้านบรรจุภัณฑ์

### อภิปรายผลการวิจัย

ศักยภาพของชุมชนบ้านชีทวน อำเภอเชิงเนิน จังหวัดอุบลราชธานี ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ คือ ถั่วทอดสมุนไพร มีการใช้วัตถุดิบบางส่วนในท้องถิ่น รวมเข้ากับความสามารถของสมาชิกในชุมชนด้านการปรุงอาหารของ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ จิตพนธ์ ชุมเกต (2560) เรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชนนั้น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหนังแพะ ชีสนมแพะแปรรูป ผลิตภัณฑ์นมแปรรูป งานศิลปหัตถกรรม โดยวัสดุส่วนใหญ่เป็นวัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นและผสมผสานกับภูมิปัญญาท้องถิ่น สำหรับด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของถั่วทอดสมุนไพร ภายใต้ตราผลิตภัณฑ์ “ถั่วแช่บ้านชีทวน” โลโก้เป็นรูปพระธาตุอันมาจากแหล่งผลิตในกลุ่มทอผ้าตำบลชีทวนและศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งสะท้อนเอกลักษณ์และดึงดูดใจผู้บริโภค นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ถั่วแช่บ้านชีทวนยังมีการแสดงรายละเอียดของส่วนผสมและบอกแหล่งผลิตอย่างชัดเจน สอดคล้องกับการศึกษาของ สุภัทณี เปี่ยมสุวรรณกิจ และสุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ (2562) ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปผลไม้ที่มีบรรจุภัณฑ์สวยงามและมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นทำให้เป็นที่น่าสนใจมากขึ้น และการศึกษาของณฐาพัชร วรพงศ์พัชร, รุ่งทิวา ชูทอง และสุธาทิพย์ ท้าวจบ (2563) ได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวปลอดสารแปรรูปให้มีความสอดคล้องกับองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ เอกลักษณ์ และวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์ในท้องถิ่น และการศึกษาของณฐาพัชร วรพงศ์พัชร, พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ, กนกอร บัญมี, วสุธิดา นุริตมนต์ และเจนศึก โปธิศาสตร์ (2562) เรื่องการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวทอดกระทงทอง ตำบลตาหลวง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี บรรจุภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องตรงกับลักษณะความต้องการของผู้บริโภคอย่างมีอัตลักษณ์ รูปลักษณ์ทันสมัย วิจัยเป็นแบบชุมชนมีส่วนร่วมทำให้ได้ซึ่งจุดเด่นเอกลักษณ์ของสินค้าที่มาจากความต้องการของกลุ่มชุมชนเป็นหลัก สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนผู้ผลิต การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ สี สันสดใสสวยงาม ลวดลายที่ตกแต่งมีความเหมาะสมสวยงาม ตัวอักษรมีความ

สอดคล้องเหมาะสม ข้อมูลแสดงรายละเอียดบรรจุภัณฑ์ที่มีความครบถ้วน บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงจุดเด่นเอกลักษณ์ชุมชนได้ดี และเป็นไปในแนวทางเดียวกับส่วนหนึ่งของการศึกษาเรื่องการพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง ของกัญญ์ณิภัฏ สุวรรณอ่อน, มณีรัตน์ รัตนพันธ์, ปทุมวรรณ ทองตราชู, ภัทรินทร์ ทางรัตนสุวรรณ, นพดล ชูเศษ, ชุติมา ทศโร, เขมินต์ธารากรณ์ บัวเพชร และวิลาวัลย์ ช่วยกลับ (2562) โดยบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวแสดงรายละเอียดส่วนผสมผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน บรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียดวันที่ผลิตและวันหมดอายุ บรรจุภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพแสดงให้เห็นชัดเจน.บรรจุภัณฑ์แสดงราคาอย่างชัดเจนและบรรจุภัณฑ์บอกแหล่งผลิตอย่างชัดเจน

### ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรเปิดโอกาสให้ชุมชนมีส่วนร่วม ใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชน และสอดคล้องกับศักยภาพของสมาชิกและภูมิปัญญาของชุมชน เพื่อให้สมาชิกชุมชนมีความภาคภูมิใจในตัวผลิตภัณฑ์และสามารถผลิตได้อย่างต่อเนื่องยั่งยืน

2. การสร้างตราผลิตภัณฑ์ควรสะท้อนอัตลักษณ์และวัฒนธรรมของชุมชน และสื่อสารกับผู้บริโภคเกี่ยวกับบริบทของชุมชน อันนำไปสู่การสื่อสารเรื่องราวของชุมชน กับผู้บริโภคในชุมชน ผู้บริโภคที่มีเยี่ยมเยียน นักท่องเที่ยว รวมถึงไปถึงผู้บริโภคจากการขายทางตรงและการขายออนไลน์ได้

3. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ควรพิจารณาต้นทุนที่เป็นไปได้และลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามทันสมัยตามความต้องการของผู้บริโภค ให้รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ถนอมรักษาผลิตภัณฑ์ให้ยาวนานขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้ได้พัฒนาถั่วทอดสมุนไพรภายใต้ตราผลิตภัณฑ์ถั่วแช่บ้านชีทวน ซึ่งสอดคล้องกับศักยภาพและวัตถุดิบในชุมชน อย่างไรก็ตามจากความสามารถในการประกอบอาหารของสมาชิกชุมชนยังสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นได้อีก ได้แก่ ข้าวเกรียบจี่ ข้าวบูนจี่ จึงควรศึกษาความเป็นไปได้ในการผลิตผลิตภัณฑ์อื่นของชุมชน เพื่อให้เกิดความหลากหลายอันเป็นการเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคมมากขึ้น

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ในชุมชนอื่น สามารถนำเอาวิธีการวิจัยแบบมีส่วนร่วมไปใช้วิเคราะห์เพื่อหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในชุมชนท้องถิ่นอื่น เพื่อการเป็นรายได้เสริมให้กับสมาชิกในชุมชนต่อไป

### เอกสารอ้างอิง

กรรณิการ์ สายเทพ และพิชญา เพิ่มไทย. (2560). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นเพื่อการส่งออกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนดอกไม้ประดิษฐ์ ตำบลแม่ทะ อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง. *วารสารวิทยาการจัดการสมัยใหม่*, 10(2) : 1-11.

กัญญ์ณิภัฏ สุวรรณอ่อน, มณีรัตน์ รัตนพันธ์, ปทุมวรรณ ทองตราชู, ภัทรินทร์ ทางรัตนสุวรรณ, นพดล ชูเศษ, ชุติมา ทศโร, เขมินต์ธารากรณ์ บัวเพชร และวิลาวัลย์ ช่วยกลับ. (2562). *การพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง*. ทัศนีย์ ประธาน (บรรณาธิการ) การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 10 วันที่ 12 – 13 กรกฎาคม 2562 ณ ห้องประชุม อาคารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่ อำเภอมหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. 266-268. สงขลา: มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่.

- งานยุทธศาสตร์และประเมินองค์กร. (2562). *กรอบทิศทางและยุทธศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี (พ.ศ. 2560-2564)*. ฝ่ายยุทธศาสตร์ แผน และประกันคุณภาพ, อุบลราชธานี : มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- จิตพนธ์ ชุมเกต. (2560). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี*. รายงานการวิจัยสนับสนุนโดยคณะวิทยาการจัดการ, เพชรบุรี : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐพัชร์ วรพงศ์พัชร์, พงษ์ศักดิ์ ผกามาศ, กนกอร บุญมี, วสุธิดา นฤตมนต์ และเจนศึก โปธิศาสตร์. (2562). *การพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวทอดกระหนทอง ตำบลตาหลวง อำเภอดำเนินสะดวก จังหวัดราชบุรี*. *วารสารวิชาการรับใช้สังคม มทร.ล้านนา*, 3(2) กรกฎาคม - ธันวาคม : 25-32.
- ณัฐพัชร์ วรพงศ์พัชร์, รุ่งทิวา ชูทอง และสุธาทิพย์ ท้วจบ. (2563). *การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตลาดดิจิทัลผลิตภัณฑ์ข้าวปลอดสารแปรรูป กลุ่มวิสาหกิจข้าวเตาปูน จังหวัดราชบุรี*. *วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 12(3) กรกฎาคม-กันยายน : 22-34.
- นริศรา ลอยฟ้า, เสาวลักษณ์ รักขอบ และปราริชาติ รื่นพงษ์พันธ์ (2563). *แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการเพิ่มช่องทางการตลาดผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าท้องถิ่นจังหวัดศรีสะเกษ*. รายงานการวิจัยสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ, กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ประสิทธิ์ รัตนพันธ์, มณีรัตน์ รัตนพันธ์ และจาริณี แซ่ว่อง. (2561). *การพัฒนาช่องทาง จัดจำหน่ายและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหาร จังหวัดสงขลา*. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 11(4), 42-52.
- ปิยนันท์ โชติวนิช, ชวรินทร์ เครือโสม, นิภา ชุณหวิญญูกุล และมาลินี ศรีไมตรี. (2560). *การพัฒนาช่องทางการผลิตและการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถ์ข้าวอัญฉริยะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจักสานเชิง นวัตกรรม*. *วารสาร มทร.อีสาน ฉบับมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 4(2) : 1-15.
- พรพิมล ศักดา และบวร เครือรัตน์. (2561). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้จากวัสดุธรรมชาติของกลุ่มอาชีพบ้านสุขเกษม ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม*. รายงานการวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์, นครปฐม : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สุภัทณี เปี่ยมสุวรรณกิจ และสุทธิพร เปี่ยมสุวรรณกิจ. (2562). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการท่องเที่ยวตำบลนางแล อำเภอเมือง จังหวัดเชียงราย*. รัชชพงษ์ ชัชวาล (บรรณาธิการ). *การประชุมวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ระดับชาติ ครั้งที่ 2 “มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ นวัตกรรมสร้างสรรค์สังคม”*, 5-6 สิงหาคม 2562 หอประชุมเฉลิมพระเกียรติ 80 พรรษา 5 ธันวาคม 2550. 1059-1068. สงขลา : คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสงขลา.
- สุภาวดี จันทวานิช. (2554). *การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเชิงคุณภาพ*. (พิมพ์ครั้งที่ 19). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อรนุตธัญ สุคำ และตรีชฎา สมฟอง. (2563). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจักสานเชิงสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์ชุมชน กลุ่มจักสานบ้านป่าจิว ตำบลทาเหนือ อำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่*. *วารสารวิจัยเทคโนโลยี นวัตกรรม*, 4(2) กรกฎาคม-ธันวาคม 2563 : 22-38.