

การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรผลิตภัณฑ์ใบขลุ่ย ร้านพิศมัย สมุนไพร ณิชกมล รุ่งภูวภัทร¹, จิตติมา เสือทอง²

^{1,2}สาขาวิชาออกแบบกราฟิกและมัลติมีเดีย คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

บทคัดย่อ

อัตลักษณ์องค์กรผลิตภัณฑ์ใบขลุ่ย ร้านพิศมัย สมุนไพร มีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาอัตลักษณ์องค์กร ร้านพิศมัย สมุนไพร ให้ดีขึ้นและเป็นที่รู้จักมากขึ้น และเป็นการส่งเสริมใบขลุ่ยนั้นเป็นที่รู้จัก และทำให้ใบขลุ่ยเป็นพืชเศรษฐกิจที่สร้างรายได้ วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ 1. เพื่อออกแบบสื่ออัตลักษณ์ของร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวน่าสนใจและเป็นที่ยอมรับ

ผลการวิจัย พบว่า 1. ควรออกแบบอัตลักษณ์องค์กรให้สื่อถึงความเป็นสมุนไพรธรรมชาติ 2. บรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อความพอใจของผู้บริโภค คือบรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องสินค้าได้ดี และสะดวกต่อการบริโภค 3. ภาพประกอบอัตลักษณ์องค์กรผลิตภัณฑ์ใบขลุ่ย ร้านพิศมัย สมุนไพร ควรใช้ภาพประกอบรูปแบบภาพถ่ายหรือภาพประกอบระบายสี

คำสำคัญ : ขลุ่ย , ออกแบบอัตลักษณ์องค์กร , บรรจุภัณฑ์

Corporate Identity Design, Khlu Phitsamai Herbal Products Shop
Nichakamon Rungpuvapat¹, Jitima Suathong²

^{1,2} Department of Graphic and Multimedia Design, Faculty of Industrial Technology,
Suan Sunandha Rajabhat University Abstract

Corporate Identity The Pimai Herb Shop aims to improve the corporate identity of Pisamai Herb Shop for better and more well-known. And it is a promotion that is known And makes the leaves to be a economic crop that generates income The purpose of the research is: 1. To design the identity media of the shop to be unique, interesting and memorable.

The results of the research were as follows: 1. The design of corporate identity should be designed to convey the natural herbs. 2. Packaging that affects consumer satisfaction. Ie the packaging can protect the product well 3. Illustration of identity, organization, leaf products, Pimai Herb shop, should use illustrations, photos or coloring illustrations.

Keywords : Khlu , Design Identity, Packaging

บทนำ

ต้นขลุ่ (Khlu; *Pluchea indica* (Linn) Less) เป็นพืชสมุนไพรจำพวกหญ้า จัดเป็นพรรณไม้พุ่มขนาดเล็ก ขึ้นเป็นกอ ๆ แตกกิ่งก้านสาขามากมาย ลำต้นความสูงประมาณ 0.5 - 2 เมตร ลำต้นกลม เปลือกต้นเรียบ เป็นสีน้ำตาลแดง หรือ เขียว มีใบเขียวตลอดปี ขลุ่เป็นพืชวงศ์เดียวกับเบญจมาศ เป็นพืชที่ชอบขึ้นตามลำพังทั่วไป โดยเฉพาะที่ มีน้ำเค็ม ขึ้นตามพื้นที่ลุ่มชื้นแฉะ พบได้ในเขตร้อนชื้น เช่น ประเทศไทย มาเลเซีย ฟิลิปปินส์ อินโดนีเซีย ออสเตรเลีย และ อินเดีย เป็นต้น โดยคนโบราณเชื่อว่าต้นขลุ่มีสรรพคุณทางยาหลากหลาย แต่ปัจจุบันภูมิปัญญาชาวบ้านนี้ก็ต้องเกือบเลือนหายไป เพราะความไม่ทันสมัย และ คนรุ่นใหม่อาจไม่รู้จักเท่าคนรุ่นก่อน หลายพื้นที่เห็นว่าเป็นวัชพืช จึงถูกโค่นทิ้งไป “ขลุ่” อาจจะเคยถูกมองว่าเป็นดอกไม้ริมทางด้อยค่า แต่ในความเป็นจริงแล้วนั้นเป็นสมุนไพรหนึ่งที่สำคัญที่มีส่วนช่วยในการป้องกันและส่งเสริมสุขภาพ โดยทางวิชาการก็ระบุว่า เป็นสมุนไพรที่มีสรรพคุณทางยา มีประโยชน์ต่อร่างกาย และในปัจจุบันได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของต้นขลุ่ จึงได้มีการอนุรักษ์ภูมิปัญญาดั้งเดิมนี้ไว้ โดยนำใบขลุ่มาแปรรูป และมีการปลูกต้นขลุ่เชิงเศรษฐกิจเพื่อจำหน่ายใบขลุ่เป็นผักสมุนไพรเพื่อการบริโภคและใช้ผลิตชาขลุ่ซึ่งตั้งแต่ปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นมา สำนักงานพัฒนาเศรษฐกิจจากฐานชีวภาพ (องค์การมหาชน) ได้ริเริ่มโครงการสนับสนุนวิสาหกิจชุมชนในหลายจังหวัด เช่น สมุทรสงคราม เพชรบุรี นครราชสีมา อุตรดิตถ์ จันทบุรี และ

ระยอง ให้มีการผลิตชาขลุ่ที่มีคุณภาพสูงและถูกสุขลักษณะ

ร้านพิศมัย สมุนไพร นั้นเป็นของคุณวรชัย แสงแก้ว และ คุณพิศมัย แสงแก้ว โดยร้านที่อยู่ปัจจุบันนั้นตั้งอยู่ที่ ซอยหมู่บ้าน ป.ผาสุข ถ.บรมราชชนนี ซอย.101 จังหวัดกรุงเทพฯ เมื่อก่อนคุณวรชัยนั้นเคยเป็นโรคจิตเสียดวง ในช่วงที่กลับไปเยี่ยมบ้านที่จันทบุรีก็ได้รู้จักหมอชาวบ้านที่มีความรู้เรื่องการรักษาและสมุนไพร จึงได้ไปขอคำแนะนำเรื่องวิธีการรักษาโรคจิตเสียดวง และได้รู้จักใบขลุ่วัชพืชริมทางที่มีสรรพคุณหลากหลายสรุปว่าอาการของคุณวรชัยนั้นดีขึ้น เขาจึงเริ่มมีความสนใจด้านสมุนไพรมากขึ้น และได้ศึกษาสรรพคุณของใบขลุ่และศึกษาเรียนรู้ด้านการแพทย์สมุนไพร หลังจากนั้นก็ได้ไปเก็บใบขลุ่ที่ขึ้นตามริมห้วยหนอง มาทดลองทำชาขาย โดยชาวบ้านแถวนั้นมักจะโค่นทิ้งไม่ได้เอามาใช้ประโยชน์อะไร แล้วนำมาบรรจุใบขลุ่ใส่ห่อพลาสติกเดินขายให้นักท่องเที่ยว นำไปฝากขายตามร้านขายของฝาก ตามร้านสมุนไพรต่างๆ และได้รับผลตอบแทนที่ดีขึ้นเรื่อยๆ จึงได้ขึ้นทะเบียนเป็นสินค้า OTOP ประจำจังหวัดจันทบุรี หลังจากมาตั้งกิจการในกรุงเทพฯนั้นก็ต่อยอดจากที่ทำแค่ใบขลุ่ขายอย่างเดียว มาทำเป็นรูปแบบของซองบรรจุและแบบแคปซูลเพื่อตอบใจหทัยคนในเมืองมากขึ้น อีกทั้งยังคิดค้นการทำสารสกัดจากใบขลุ่ และขี้ผึ้งใบขลุ่สำหรับใช้กับโรคจิตเสียดวง และแผลอักเสบโดยเฉพาะ ซึ่งนับว่าเป็นเจ้าแรกและเจ้าเดียวที่ริเริ่มทำอีกด้วย

จากข้อมูลเบื้องต้นทำให้ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษา และจัดทำโครงการวิจัยออกแบบอัตลักษณ์องค์กรผลิตภัณฑ์ใบขลุ่ย ร้านพิศมัยสมุนไพรมานาน เพราะใบขลุ่ยนั้นถึงจะเป็นสมุนไพรที่มีประโยชน์ทางยาหลากหลายก็จริง แต่คนที่รู้จักใบขลุ่ยและสรรพคุณนั้นเริ่มมีน้อยลง ทั้งยังไม่เป็นที่รู้จักมากนักโดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ๆ และในปัจจุบันพบว่าการอนุรักษ์สมุนไพรชนิดไว้เพื่อไม่ให้เลือนหายไป ดังนั้นเพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว จึงต้องการพัฒนาอัตลักษณ์องค์กรของร้านพิศมัยสมุนไพรมานาน ให้ดีขึ้นและเป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยสร้างอัตลักษณ์องค์กรให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น น่าสนใจ แปลกใหม่ ดึงดูดและสร้างความน่าจดจำให้แก่ผู้บริโภค นอกจากนี้จะทำให้ผู้บริโภคสามารถจดจำร้านได้และทำให้ใบขลุ่ยกลายเป็นที่รู้จักได้แล้ว ยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีโอกาสที่ร้านจะได้เติบโตสร้างยอดขาย คาดว่าอาจจะทำรายได้เป็นสินค้าส่งออกต่างประเทศได้ในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบสื่ออัตลักษณ์ของร้านให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว น่าสนใจ และเป็นที่ยอมรับ

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือตำรา สื่อเว็บไซต์และมัลติมีเดียรวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรผลิตภัณฑ์ใบขลุ่ย ร้านพิศมัย สมุนไพรมานาน

2. สร้างเครื่องมือเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่จะใช้กับกลุ่มเป้าหมาย และแบบสัมภาษณ์ที่จะใช้กับผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ
3. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการใช้แบบสอบถามกับกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มวัยรุ่น ชาย - หญิง ที่ชื่นชอบการดื่มชาสมุนไพร 50 คน
4. เก็บข้อมูลปฐมภูมิด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบ จำนวน 5 คน
5. วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมายโดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าร้อยละ และใช้วิธีตีความจากการ สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ข้อมูล ดังกล่าวจะถูกใช้เป็นโจทย์ทางการออกแบบ ซึ่งจะสอดคล้องกับพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย
6. ออกแบบอัตลักษณ์องค์กรใบขลุ่ย ร้านพิศมัย สมุนไพรมานาน

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากกลุ่มเป้าหมาย คือ กลุ่มวัยทำงาน จำนวน 50 คน ผลที่ได้จะแยกเป็น 2 เรื่อง คือ 1) พฤติกรรมของผู้ตอบแบบสอบถาม 2) ทักษะคิดวิเคราะห์ของผู้ตอบแบบสอบถาม รวมทั้งข้อมูลที่ได้จากการ สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 คน มีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 กลุ่มวัยทำงาน ที่ถนัดถึงใบขลุ่ยจะนึกถึงสมุนไพรมากที่สุด รองลงมาคือนึกถึงธรรมชาติ (ดังตารางที่ 1) คิดว่าสื่อประเภทออนไลน์เข้าถึงง่ายสุด รองลงมาคือโทรทัศน์ (ดังตารางที่ 2) ส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อเพราะ

รักษาสุขภาพ รองลงมาคือมีคำแนะนำ (ดัง
ตารางที่ 3)

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อพิจารณาในการนึก
ถึงไปขลุ่

ข้อพิจารณาจาก ความรู้จัก	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
ธรรมชาติ	22	44	2
สมุนไพร	44	88	1
ต้นไม้	9	18	4
ชา	13	26	3
วัชพืช	2	4	5
สมุนไพรรักษา สุขภาพ	22	44	2
รวม	50	100	

จากตารางที่ 1 พบว่าถ้านึกถึงไปขลุ่ผู้ตอบ
แบบสอบถามจะนึกถึงสมุนไพรเป็นอันดับแรก
รองลงมาเป็นธรรมชาติ สมุนไพรรักษาสุขภาพ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ประเภทของสื่อ

ข้อพิจารณาจาก ประเภทของสื่อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
หนังสือพิมพ์	9	18	4
แผ่นพับ	11	22	3
นิตยสาร	8	16	5
วารสาร	4	8	7
หนังสือ	7	14	6
สื่อออนไลน์	45	90	1
สื่อวิดีโอ/ภาพยนตร์	7	14	6
วิทยุ	2	4	8
โทรทัศน์	14	28	2
รวม	50	100	

จากตารางที่ 2 พบว่าประเภทของสื่อที่เข้าถึง
ง่ายสื่อออนไลน์เป็นอันดับแรก รองลงมาคือ
โทรทัศน์

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์จากผู้ตอบ
แบบสอบถาม การตัดสินใจเลือกซื้อ

ข้อพิจารณาจาก การตัดสินใจ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
คำแนะนำ	26	52	2
ซื้อตัวเอง	13	26	5
ซื้อเป็นของฝาก	14	28	4
ทดลองของแปลก ใหม่	15	30	3
ซื้อเพราะสินค้าดี	10	20	6
ซื้อเพราะรักษา สุขภาพ	30	60	1
ซื้อเพราะลดความดัน โลหิตสูง	1	2	7
รวม	50	100	

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ตอบแบบถามตัดสินใจ
เลือกซื้อสินค้าเพราะรักษาสุขภาพเป็นอันดับแรก
รองลงมาคือซื้อเพราะคำแนะนำ

ส่วนที่ 2 กลุ่มวัยทำงานต้องการให้
บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไปขลุ่ปกป้องสินค้าได้ดี
และสะดวกต่อการบริโภค (ดังตารางที่ 4) เลือก
ภาพประกอบแบบภาพถ่าย และภาพประกอบ
ระบายสี (ดังตารางที่ 5)

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์รูปแบบของบรรจุภัณฑ์

ปัจจัยการเลือก บรรจุภัณฑ์	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
------------------------------	---------------	---------------	--------

บรรจุภัณฑ์ปกป้องสินค้า ได้ดี	36	72	1
สะดวกต่อการบริโภค	30	60	2
สินค้ามีลวดลายสวยงาม	14	28	7
สินค้ามีสีสันสดใส ดึงดูด	18	36	6
สามารถมองเห็นสินค้า ภายในได้	20	40	4
ตัวรูปทรงแปลกใหม่	13	26	8
ตัวสินค้าบ่งบอกปริมาณ	9	18	9
สามารถเปิด-ปิดได้หลาย ครั้ง	21	42	3
พกพาสะดวก	19	38	5
บรรจุภัณฑ์สื่อถึง รูปลักษณะของสินค้า	18	36	6
รวม	50	100	

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการให้บรรจุภัณฑ์ปกป้องสินค้าได้ดีเป็นอันดับแรก รองลงมาคือสะดวกต่อการบริโภค

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ประเภทของภาพประกอบ

ข้อพิจารณาการเลือกภาพประกอบ	จำนวน (คน)	ร้อยละ (%)	อันดับ
ภาพประกอบ ลายเส้น	5	10	4
ภาพถ่าย	19	38	1
ภาพประกอบ ระบายสี	17	34	2
ภาพประกอบ 2 มิติ	7	14	3
ภาพการ์ตูน	2	4	5
รวม	50	100	

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามต้องการภาพประกอบแบบภาพถ่ายเป็นอันดับแรก รองลงมาคือภาพประกอบระบายสี

ส่วนที่ 3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบได้ให้แนวคิดในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรผลิตภัณฑ์ไบขลุ่ ร้านพิศมัย สมุนไพร ดังนี้ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ เลือกการให้คะแนนด้าน Concept ไทยบำบัดสกัดจากธรรมชาติ เพื่อให้สื่อถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่สกัดจากธรรมชาติ กลุ่มเป้าหมายเป็นช่วง 25 – 30 ปี จากผู้เชี่ยวชาญมีความคิดเห็นว่าการออกแบบตราสัญลักษณ์แนว Combination Mark เพื่อให้ดูออกได้ง่าย เหมาะสำหรับกิจการที่ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ใช้ภาพในการแสดงผลของการใช้สินค้า เพื่อแสดงรูปลักษณะของสินค้า ใช้โทนสี COLOR CASUAL (สบาย) / NATURAL (ธรรมชาติ) / CASUAL ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษรแบบตัวเขียน ใช้ตัวอักษรภาษาไทย ตัวอักษรไม่มีหัว ลักษณะภาพประกอบแบบเป็นภาพถ่าย ภาพลายเส้น และ ภาพวาดประกอบระบายสี ในการออกแบบ เพื่อให้เห็นรูปลักษณะของไบขลุ่ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

ขั้นตอนการออกแบบอัตลักษณ์องค์กรผลิตภัณฑ์ไบขลุ่ ร้านพิศมัย สมุนไพร

1. ศึกษาข้อมูลร้านพิศมัย สมุนไพร
2. ทำแบบร่างให้สอดคล้องตาม แนวความคิด
3. ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และ สื่อเสริมอื่นๆ สำหรับอัตลักษณ์องค์กร

4. ทำแบบจำลองของอัตลักษณ์องค์กร
ผลิตภัณฑ์ใบชา ร้านพิศมัย สมุนไพร ทดสอบ
การใช้งาน ตรวจสอบแก้จุดบกพร่อง และ ทิศทางของ
ตามแนวความคิด (ดังปรากฏในภาพที่ 1 ถึง 5)



ภาพที่ 1 ศึกษาข้อมูลร้านพิศมัย สมุนไพร



ภาพที่ 2 ออกแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 3 ออกแบบสื่อเว็บไซต์



ภาพที่ 4 ออกแบบเสื้อพนักงาน



ภาพที่ 5 ออกแบบสื่อแนะนำสินค้า

สรุปและอภิปรายผล

ในการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร
ผลิตภัณฑ์ใบชา ร้านพิศมัย สมุนไพร เลือก
Concept ไทยบำบัดสกัดจากธรรมชาติ เพื่อให้
สื่อถึงผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่สกัดจากธรรมชาติ
ส่วนกลุ่มเป้าหมายเป็นช่วง 25 – 30 ปี ซึ่งเป็นวัย
ทำงานที่เริ่มนิยมดูแลสุขภาพกันมากขึ้น จากควร
ออกแบบตราสัญลักษณ์แนว Combination
Mark เพื่อให้ดูออกได้ง่าย เหมาะสำหรับกิจการที่
ยังไม่เป็นที่รู้จักมากนัก ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ใช้
ภาพในการแสดงผลของการใช้สินค้า เพื่อแสดง
รูปลักษณะของสินค้า ใช้โทนสี COLOR
CASUAL (สบาย) / NATURAL (ธรรมชาติ)

เพื่อให้ได้กลิ่นอายความเป็นธรรมชาติ ดูแล้ว สะอาด ใช้ตัวอักษรภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษรแบบ ตัวเขียน ใช้ตัวอักษรภาษาไทย ตัวอักษรไม่มีหัว ลักษณะภาพประกอบแบบเป็นภาพถ่าย ภาพ ลายเส้น และ ภาพวาดประกอบบรรยายสี ในการ ออกแบบ เพื่อให้เห็นรูปลักษณะของใบชลุ่ได้ ชัดเจนยิ่งขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่องนี้สำเร็จลุล่วงลงได้ด้วย ความช่วยเหลือจากบุคคลหลายท่าน จึง ขอขอบพระคุณ ณ โอกาสนี้ ขอขอบคุณอาจารย์ ที่ปรึกษา อาจารย์จิตติมา เสือทอง ที่ให้คำปรึกษา ข้อเสนอแนะ แนวคิด ตลอดจนแก้ไขข้อบกพร่อง ต่างๆ มาโดยตลอด จนงานวิจัยเล่มนี้เสร็จ สมบูรณ์ ขอขอบพระคุณ คุณพ่อและคุณแม่ และ ผู้ปกครอง ที่ให้คำปรึกษาในเรื่องต่างๆ ช่วยเหลือ ทุกๆด้าน คอยสนับสนุนและให้กำลังใจเสมอมา ขอขอบพระคุณร้านพิศมัย สมุนไพร ที่ให้ข้อมูล เพื่อศึกษาในการทำวิจัยเป็นอย่างดี สุดท้าย ขอขอบคุณเพื่อน ๆ ที่ให้คำแนะนำ สำหรับ แนวความคิดที่ดี และเป็นกำลังใจให้ตลอดจน งานวิจัยเสร็จสมบูรณ์

เอกสารอ้างอิง

ประวัติความเป็นมาของร้านพิศมัย สมุนไพร

(2556). แหล่งข้อมูล : ร้านพิศมัย สมุนไพร
คุณวรชัย แสงแก้ว และคุณพิศมัย แสงแก้ว
สืบค้นเมื่อ 12 พฤศจิกายน 2561

By MedThai. (2017) ชลู่ สรรพคุณและ
ประโยชน์ของชลุ่ ต้นชลุ่ ใบชลุ่ 38 ข้อ !

แหล่งข้อมูล : <https://medthai.com>
สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2561

ศูนย์ปฏิบัติการวิจัยและเรือนปลูกพืชทดลอง

แหล่งข้อมูล : <http://clgc.agri.kps.ku.ac.th>
สืบค้นเมื่อ 10 พฤศจิกายน 2561
สืบค้นเมื่อ 9 สิงหาคม 2561

สุกฤตา หิรัณยชวลิต. (2552). กว่าจะเป็นบรรจุ
ภัณฑ์ Background of Package.

แหล่งข้อมูล : <https://www.bu.ac.th/>
สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2561

Gredisgoods . (2555).อัตลักษณ์องค์กรคือ
อะไร. แหล่งข้อมูล :

<https://gredisgoods.com/corporate-identity>
สืบค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2561

This WordPress. ทฤษฎีสี่.

แหล่งข้อมูล :
<https://homegame9.wordpress.com>

สืบค้นเมื่อ 27 พฤศจิกายน 2561