



การศึกษาแนวคิดต่อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนและการวิจัยตลาด ของผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน

The Study of Concept Test of Durian Rind Products and Market Research of the New Product from Durian Rind

บุษรา บรรจงการ^{*1}, ยุทธนา พรรคอนันต์²

Budsara Bunjongkarn, Yuttana Pukanan

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี 22000

²หลักสูตรบัญชีบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี 22000

¹ Business Administration Program in Marketing, Faculty of Management Sciences,
Rambhai Barni Rajabhat University, Chanthaburi 22000 Thailand

² Accounting, Faculty of Management Sciences, Rambhai Barni Rajabhat University, Chanthaburi 22000 Thailand

*Corresponding author E-mail: budsara.b@rbru.ac.th

(Received: July 20 2021; Revised: October 29 2021; Accepted: November 3 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการศึกษาแนวคิดต่อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนและการวิจัยตลาดของผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาแนวคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนของผู้บริโภคและคนกลางทางการตลาด (2) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนของผู้บริโภคและคนกลางทางการตลาด (3) ศึกษาความคิดเห็นและการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน โดยแยกการศึกษาออกเป็น 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ 1) เครื่องใช้สอยและบรรจุภัณฑ์ 2) ถ่านอัดแท่ง 3) น้ำมั่งคุด 4) แยมสละและแยมมะม่วง และ 5) อาหารสัตว์น้ำ แบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 รอบ คือ รอบที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน รอบที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นและการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน แต่ละรอบของการศึกษา กำหนดตัวอย่างที่ศึกษาต่อ 1 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ 1) ประชาชนทั่วไปที่เกี่ยวข้องหรือเป็นผู้เคยใช้ผลิตภัณฑ์ 100 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม และ 2) คนกลางทางการตลาด 3 ตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ สถิติร้อยละ การหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการศึกษาพบว่า (1) แนวคิดผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนมีความแตกต่างตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหารแนวคิดจะมุ่งเน้นไปเรื่องของประโยชน์ การใช้งานและความคุ้มค่าของราคา ผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหาร แนวคิดจะมุ่งเรื่องรสชาติ สี สัน คุณค่าโภชนาการ และความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ (2) ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน ได้แก่ ความแปลกใหม่ในการออกแบบ คุ้มค่าราคาถูก ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์จากหน่วยงานที่น่าเชื่อถือและคุณประโยชน์ที่มากกว่าเดิม (3) ความคิดเห็นและการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน ในภาพรวมการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียนอยู่ในระดับมาก โดยเสนอแนะให้เครื่องใช้สอยและบรรจุภัณฑ์ปรับปรุงเรื่องความแข็งแรง ถ่านอัดแท่งต้องลดขนาดแท่งและน้ำหนัก น้ำมั่งคุดต้องปรับสี สัน ลดปริมาณบรรจุต่อหน่วยและลดราคา แยมสละไม่ต้องปรับปรุงบรรจุภัณฑ์และสี สันของเนื้อแยม อาหารสัตว์น้ำต้องปรับขนาดของเม็ด ให้เล็กลงและควรทำเป็นเม็ดกลมลอยน้ำได้

คำสำคัญ : แนวคิดผลิตภัณฑ์, ผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน, ผลิตภัณฑ์ใหม่



Abstract

The research entitled “The study of Concept Test of Durian Rind Products and Market Research of the New Product from Durian Rind” aimed : to study the concept of durian rind products from consumers and marketing intermediaries, (2) to study factors affecting the consumer and marketing intermediaries acceptance and purchase decision for durian rind products, and (3) to study suggestion and acceptance of new products from durian rind. The study was separated into 5 products: equipment and packaging, charcoal briquettes, mangosteen juice, salak and salacca jams and aquatic animal feed. The data collection was divided into two rounds: the first round, collecting information about concepts and factors affecting the acceptance and purchase decision for durian rind products, the second round, collecting information about the suggestion and acceptance of new products from durian rind. Each round, the sample of studying was 100 consumers using questionnaire as a tool and 3 marketing intermediaries with structured interviews. The statistics used to analyze quantitative data were percentage statistics and mean ($\bar{x}$) and content analysis for the qualitative data.

The results showed that (1) product concepts from durian rind were different according to the types of products. For non-food products, the concept focused on benefits, usability and value for money. For food products, the concept focused on taste, color, nutritional value and packaging. (2) Factors affecting the acceptance and purchasing decisions of durian rind products were novelty in design, value, low prices in standard and greater benefits. (3) The suggestions and acceptance of new durian rind products in overall were at the high level. The suggestions were as follows : equipment and packaging should improve the strength ; charcoal briquettes had to reduce bar size and weight ; mangosteen juice needed to adjust the color, reduced the pack size and price ; salak and salacca jams needed to improve packaging and color of jam and aquatic animal feed must be adjusted to be smaller in size and should be round and floatable.

Keywords : Product Concept, Durian Rind Products, New Product



บทนำ

จังหวัดจันทบุรีเป็นจังหวัดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางเกี่ยวกับศักยภาพในการผลิตผลผลิตทางการเกษตร โดยเฉพาะอย่างยิ่งปริมาณผลผลิตทุเรียน ในปี 2562 จากการสำรวจพบว่า มีการผลิตทุเรียนได้ถึง 339,292 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ที่ผลิตได้เพียง 279,075 ตัน ถึง 60,217 ตัน (สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี, 2562: 6) ซึ่งผลผลิตทุเรียนส่วนหนึ่ง มากกว่าร้อยละ 70 จะมีการส่งออกและขายเป็นผลสด ที่เหลือจะมีการนำมาแปรรูป เช่น ทุเรียนทอด ทุเรียนกวน ทุเรียนเชื่อม ซึ่งจะใช้เฉพาะส่วนที่เป็นเนื้อทุเรียนเท่านั้น ส่วนเปลือกทุเรียนคิดเป็นปริมาณร้อยละ 75 ของน้ำหนักผลทั้งหมดซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่มากกว่าเนื้อทุเรียน ไม่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ ผู้ประกอบการบางส่วนต้องนำไปฝังหรือทิ้งเป็นขยะ ซึ่งก่อให้เกิดปัญหาสิ่งแวดล้อมตามมา เปลือกทุเรียนเหลือทิ้งดังกล่าวหากนำไปประยุกต์ใช้เป็นส่วนผสมให้กับผลิตภัณฑ์อาหารและการนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร ก็จะก่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม (Value Added) และเป็นการลดปริมาณขยะเหลือทิ้งได้อีกด้วย

ในปี 2561 รัฐบาลได้สนับสนุนงบประมาณ 10,000 ล้านบาท เพื่อดำเนินการโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี โดยจะคัดเลือกจากชุมชนที่มีศักยภาพใน 76 จังหวัด 878 อำเภอ อำเภอละ 3-5 แหล่งท่องเที่ยว พร้อมเข้าไปสร้างความเข้าใจกับชุมชน ทั้งช่วยวิเคราะห์ เสนอ วิถีชีวิต ภูมิปัญญา วัฒนธรรม ของชุมชนนั้น กำหนดเส้นทางท่องเที่ยว ต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์โดยพิจารณาศักยภาพของชุมชน ทั้งจำนวนนักท่องเที่ยว ต้นทุนทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านศิลปะและวัฒนธรรม เป็นต้น ซึ่งในการดำเนินการต้องไม่เริ่มจากศูนย์ โดยสามารถต่อยอดจากหมู่บ้าน OTOP เพื่อการท่องเที่ยวได้หรือต่อยอดหมู่บ้านที่ได้รับการสนับสนุนจาก อพท. เป็นต้น โดยเน้นการจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอท็อป มีจุดขายที่เป็นเสน่ห์ เช่น ลักษณะทางธรรมชาติ ทั้งแม่น้ำ ภูเขา มีประวัติและตำนาน ดังนั้นการส่งเสริมชุมชนให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนที่ตรงกับความต้องการของตลาดจึงเป็นอีกแนวทางหนึ่งในการช่วยส่งเสริมและพัฒนาให้ชุมชนเกิดต้นแบบในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่ผลิตภัณฑ์โอท็อปที่สอดคล้องกับโครงการชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

ที่ผ่านมา มีความพยายามที่จะศึกษาเกี่ยวกับแนวทางในการนำเปลือกทุเรียนไปใช้เพื่อพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทั้งในรูปแบบของอาหารและไม่ใช่อาหาร อาทิ การศึกษาผลของการเสริมใยอาหารจากเปลือกทุเรียนด้วยการทดแทนส่วนของแป้งสาลีต่อสมบัติด้านเคมีกายภาพและคุณสมบัติด้านประสาทสัมผัสของขนมปังขาว ของ ไส้โรตารี วาลา และคนอื่น ๆ (2552: 205-208) พบว่าการเสริมใยอาหารจากเปลือกทุเรียนในขนมปังสามารถทำได้ในปริมาณไม่เกินร้อยละ 10 และได้มีการตรวจสอบความเป็นพิษ

ของเส้นใยอาหารจากเปลือกทุเรียนในสัตว์ทดลองพบว่า เส้นใยอาหารจากเปลือกทุเรียนมีระดับ Acute Oral Minimum Fatal Dose สูงกว่า 2,000 มิลลิกรัมต่อน้ำหนัก ซึ่งบ่งชี้ว่ามีความปลอดภัยในการนำมาใช้ในผลิตภัณฑ์อาหารเพื่อเพิ่มปริมาณเส้นใยอาหารในผลิตภัณฑ์อาหารให้สูงขึ้น หรือแนวคิดในการผลิตเปลือกทุเรียนผงเพื่อทำแป้งขึ้นสำหรับการส่งเสริมงานหัตถกรรมไทยเพื่อสร้างรายได้และอาชีพเสริมให้กับเกษตรกรในกลุ่มชุมชนหรือวิสาหกิจชุมชน ของ อภิรติ โสฬส และคนอื่น ๆ (2563: 1-7) โดยการศึกษาผลของการทดแทนแป้งข้าวเหนียวด้วยเปลือกทุเรียนผงต่อคุณภาพของแป้งขึ้น จากทดลองอบแห้งเปลือกทุเรียนพันธุ์หมอนทองเฉพาะส่วนที่เป็นสีขาว ผลการทดสอบพบว่า การทดแทนแป้งข้าวเหนียวด้วยแป้งเปลือกทุเรียนผงที่ระดับร้อยละ 50 ได้รับการยอมรับในคุณภาพด้านความเหนียว ความนุ่ม ความเนียนและการทรงตัวที่ความชอบในระดับมากถึงมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม ความพยายามในการนำเปลือกทุเรียนไปใช้เพื่อทำผลิตภัณฑ์อาหารหรือผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร แม้ว่าจะเป็นแนวคิดใหม่ที่สร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์และเป็นทางเลือกที่ช่วยลดปัญหาขยะ แต่ปัจจัยสำคัญที่จะสะท้อนความสำเร็จของผลิตภัณฑ์คือผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมานั้นต้องสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาดได้อย่างแท้จริง ดังนั้นในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ จำเป็นต้องทดสอบแนวคิดผลิตภัณฑ์ ปัจจัยที่ทำให้เกิดการยอมรับผลิตภัณฑ์ และความคิดเห็นหรือข้อเสนอแนะต่าง ๆ เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนเหลือทิ้งต่อไป

จากเหตุผลและความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น งานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการนำแนวคิดจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนในหลากหลายรูปแบบไปทดสอบแนวคิดกับกลุ่มเป้าหมาย โดยผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนที่นำมาใช้ทดสอบแบ่งออกเป็น 2 รูปแบบ คือ 1) ผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียนโดยตรง ได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอยและบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ถ่านอัดแท่ง 2) ผลิตภัณฑ์ใหม่จากการสกัดส่วนประกอบจากเปลือกทุเรียนมาใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต ได้แก่ ผลิตภัณฑ์น้ำมัจจุเสริมใยอาหารจากเปลือกทุเรียน ผลิตภัณฑ์แยมสละและแยมระกำ โดยใช้สารเพกตินจากเปลือกทุเรียนในการสร้างเจล และผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์น้ำจากใยอาหารจากเปลือกทุเรียน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ก่อนที่จะนำไปสู่กระบวนการผลิตจริงก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งต่อกลุ่มผู้ประกอบการทุเรียน กลุ่มชุมชนและประชาชนทั่วไป ในการนำไปสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มอาชีพ เพิ่มรายได้และพัฒนาเศรษฐกิจต่อไป



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนของผู้บริโภคและคนกลางทางการตลาด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนของผู้บริโภคและคนกลางทางการตลาด
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็นและการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ กำหนดพื้นที่ในการศึกษาค้นคว้าได้แก่ พื้นที่ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีการทำการเพาะปลูกทุเรียนจำนวนมาก โดยมุ่งเน้นการศึกษาแนวคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนและการทดสอบตลาดผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เครื่องใช้สอยและบรรจุภัณฑ์ ถ่านหุงต้ม แยมผลไม้ น้ำมั่งคุด และอาหารสัตว์น้ำ กลุ่มตัวอย่างที่ทำการศึกษแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มผู้บริโภค หมายถึง ประชาชนทั่วไปในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด ที่มีความเกี่ยวข้องในการใช้ผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดในการดำเนินชีวิตประจำวันหรือการประกอบอาชีพ 2) คนกลางทางการตลาด ซึ่งเป็นผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เดิม 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

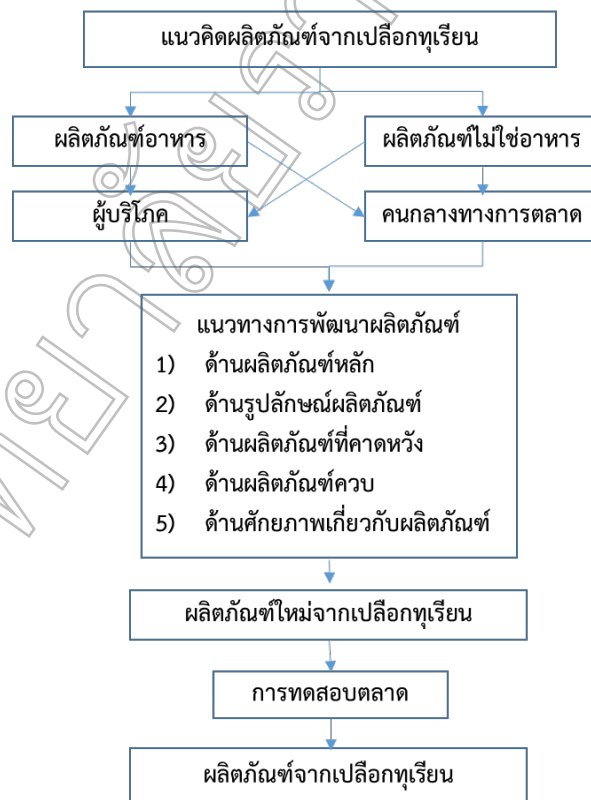
วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาแนวคิดและการยอมรับของตลาดที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนเหลือนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ มีการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากกลุ่มตัวอย่างทั้ง 2 กลุ่ม โดยแบ่งขั้นตอนการศึกษา ออกเป็น 2 รอบ คือ

รอบที่ 1 การศึกษาแนวคิดและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน แนวคำถามหรือประเด็นที่พิจารณา ประกอบด้วย แนวคิด (Concept) ความคิดเห็น (Opinion) ความต้องการ (Need and Want) ที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน และปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน รวมทั้งข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) จากเปลือกทุเรียน

รอบที่ 2 การทดสอบตลาด โดยนำผลิตภัณฑ์ที่ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขแล้วตามแนวคิดที่ได้จากการศึกษาในรอบที่ 1 ไปทำการทดสอบตลาด (Market Test) เพื่อศึกษาความคิดเห็นและการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน

โดยมีกรอบแนวคิดของการศึกษา ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

**ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง**

ประชากรที่ทำการศึกษาคั้งนี้ ประกอบด้วย 2 กลุ่ม คือ

1. ผู้บริโภค ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด โดยที่ประชากรในจังหวัดจันทบุรี มีจำนวน 537,698 คน และประชาชนในจังหวัดตราด จำนวน 229,958 คน รวมทั้งสิ้น 767,656 คน (กระทรวงมหาดไทย, 2563)

2. คนกลางทางการตลาดที่จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ในจังหวัดจันทบุรีและจังหวัดตราด

กลุ่มตัวอย่าง ในการกำหนดขนาดตัวอย่าง แบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภค จากการเปิดตารางของทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973: 727-728) ที่จำนวนประชากร

เท่ากับ 767,656 คน ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ ± 5 และพบว่า ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง แต่เนื่องจากผลิตภัณฑ์มี 5 กลุ่มผลิตภัณฑ์ จึงทำการเพิ่มขนาดตัวอย่างเป็น 500 ชุด เพื่อความเหมาะสม ใช้การสุ่มตัวอย่างตามโควตา (Quota Sampling) โดยแบ่งตัวอย่างเป็น 5 กลุ่มตามประเภทผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ละ 100 ตัวอย่าง และแบ่งสัดส่วนตัวอย่างในแต่ละจังหวัดตามสัดส่วนประชากร ซึ่งสัดส่วนของจังหวัดจันทบุรีเท่ากับ 70% หรือผลิตภัณฑ์ละ 70 ตัวอย่าง จังหวัดตราดเท่ากับ 30% หรือผลิตภัณฑ์ละ 30 ตัวอย่าง ดังตารางที่ 1 ซึ่งในแต่ละกลุ่มผลิตภัณฑ์ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงเก็บข้อมูลจากประชาชนที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทโดยตรง

ตารางที่ 1 จำนวนสัดส่วนประชากรและสัดส่วนขนาดตัวอย่าง

จังหวัด	จำนวนประชากร	สัดส่วนประชากร	จำนวนตัวอย่างแยกตามผลิตภัณฑ์	ประเภทผลิตภัณฑ์	รวมจำนวนตัวอย่าง
จันทบุรี	537,698	70%	70	5	350
ตราด	229,958	30%	30	5	150
รวม	767,656	100%	100		500

2. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนกลาง เนื่องจากไม่ทราบขนาดประชากร จึงกำหนดขนาดตัวอย่างโดยพิจารณาตามความเหมาะสมจำนวนทั้งสิ้น 15 ตัวอย่าง กลุ่มผลิตภัณฑ์ละ 3 ตัวอย่าง และใช้การแบ่งตามโควตา (Quota Sampling) ตามสัดส่วนประชากรจังหวัดจันทบุรี 2 ตัวอย่าง จังหวัดตราด 1 ตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเจาะจงไปยังคนกลางที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภค เครื่องมือที่ใช้ได้แก่แบบสอบถาม โดยแบ่งการเก็บข้อมูลเป็น 2 รอบ คือ

รอบที่ 1 การเก็บข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน (แยกตามประเภทผลิตภัณฑ์) ลักษณะคำถามเป็นแบบผสม คือ มีทั้งแบบหลายตัวเลือก แบบตรวจสอบรายการ แบบประเมินค่า และคำถามปลายเปิด ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติร้อยละและการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

รอบที่ 2 การทดสอบความคิดเห็นและการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน (แยกตามประเภทผลิตภัณฑ์) ลักษณะคำถามเป็นแบบผสม คือ มีทั้งแบบหลายตัวเลือก แบบตรวจสอบรายการ แบบประเมินค่า และคำถามเป็นแบบกึ่งปิดกึ่งเปิด มีคำตอบให้เลือกตอบพร้อม คำอธิบายหรือเหตุผล ข้อมูล

เชิงปริมาณใช้สถิติร้อยละและการหาค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

2. กลุ่มตัวอย่างที่เป็นคนกลาง เครื่องมือที่ใช้ได้แก่แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) โดยแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 รอบ คือ

รอบที่ 1 เป็นการเก็บข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน (แยกตามประเภทผลิตภัณฑ์) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

รอบที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับความคิดเห็นและการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน (แยกตามประเภทผลิตภัณฑ์) ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการวิจัย

จากการศึกษา แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 2 รอบ ดังนี้

รอบที่ 1 การศึกษาแนวคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนและศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน โดยนำแนวคิดผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนที่กลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นผู้พัฒนาขึ้นมาไปใช้เพื่อประกอบการเก็บข้อมูล ผลการวิจัยพบว่า



ประเด็นที่ 1 แนวคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนของผู้บริโภคและคนกลางทางการตลาด จากการศึกษาภาพรวมเกี่ยวกับแนวคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนจากผู้บริโภคและคนกลางทางการตลาด แยกตามประเภทผลิตภัณฑ์ 5 ชนิด พบว่า

1. แนวคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอยและบรรจุภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์หลัก คุณสมบัติทั่วไปของเครื่องใช้สอยและบรรจุภัณฑ์ต้องคงทนใช้ประโยชน์ได้มาก แข็งแรงทนทานเป็นพิเศษและมีประโยชน์กว่าสินค้าอื่นในตลาด อายุการใช้งานนาน น้ำหนักเบา ใช้งานสะดวก

1.2 ด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ การออกแบบรูปร่างทันสมัย สวย น่าสนใจ แปลกใหม่ เหมาะการใช้งาน สะดวกต่อการพกพาหรือเคลื่อนย้าย แข็งแรงและรองรับน้ำหนักได้ดี ใช้งานสะดวก สามารถใช้งานร่วมกับสินค้าชนิดอื่นได้ ผลิตภัณฑ์ต้องไม่มีความซับซ้อนในการใช้งาน

1.3 ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ราคาควรถูกกว่าท้องตลาด ถูกกว่าผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกัน ราคาเครื่องใช้สอยไม่ควรเกิน 100 บาทต่อ 1 ชิ้น หรืออาจจะตั้งราคาแพงกว่าตลาดเล็กน้อย แต่ต้องเน้นจุดขายเรื่องสินค้าชุมชนและอายุการใช้งานที่นาน

1.4 ด้านผลิตภัณฑ์ควบ ช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ควรเป็นร้านค้าที่หาซื้อง่าย เน้นขายในห้างสรรพสินค้า ร้านขายของชำ ร้านค้าขายของฝาก หรือควรออกบูธในงานเทศกาลต่างในตัวจังหวัดหรือตามห้างสรรพสินค้าชั้นนำในกรุงเทพมหานคร เพื่อเป็นการเพิ่มชื่อเสียง และควรมีการขายผ่านช่องทางออนไลน์

1.5 ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ควรสร้างจุดขายเรื่องความแปลกใหม่เพื่อการซื้อเป็นของฝากของจังหวัด และจุดเด่นของตัวผลิตภัณฑ์เรื่องความแตกต่างจากגרררเปลือกทุเรียนมาใช้ผลิต

2. แนวคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์ถ่านอัดแท่งจากเปลือกทุเรียน

2.1 ด้านผลิตภัณฑ์หลัก ถ่านอัดแท่งต้องติดไฟนาน การเผาไหม้ที่ช้ากว่าถ่านไม้ทั่วไป ติดไฟนาน

2.2 ด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ถ่านอัดแท่งควรมีรูปทรงกระบอก ไม่ใหญ่เกินไป เหมาะสมกับขนาดเตา และการใช้งานอื่น ๆ และบางส่วนเห็นว่ารูปทรงของถ่านอัดแท่งตามแนวคิดที่นำเสนอเป็นรูปทรงที่แปลกเกินไป

2.3 ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ราคาถ่านอัดแท่งควรถูกกว่าถ่านไม้ตามท้องตลาด ราคาไม่ควรเกิน 15 - 20 บาทต่อกิโลกรัม และควรมีขนาดของก้อนถ่านหลายขนาดให้เลือกซื้อ

2.4 ด้านผลิตภัณฑ์ควบ ถ่านอัดแท่งควรมีช่องทางการจัดจำหน่ายที่ครอบคลุม ทั้งร้านขายของชำ ร้านขายถ่านโดยเฉพาะ หรือมีการอัดแท่งออกมาเป็นหลายรูปทรงเพื่อความสวยงามในการใช้งานแบบอื่น เช่น เพื่อดูกลิ่น

2.5 ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ควรเป็นถ่านที่มีการเผาไหม้ที่นานกว่าถ่านทั่วไป ติดไฟง่าย มีรูปทรงที่เหมาะสมกับการใช้งานในหลาย ๆ ลักษณะ ก้อนถ่านไม่ใหญ่เกินไปและมีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน

3. แนวคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์น้ำมันคุดเสริมโยอาหารจากเปลือกทุเรียน

3.1 ด้านผลิตภัณฑ์หลัก น้ำมันคุดที่ได้ควรมีรสชาติที่ดี รสชาติคงที่และได้รสชาติของคุด ให้ประโยชน์สูง เก็บได้นานในอุณหภูมิห้อง มีประโยชน์ต่อร่างกาย มีความสดใหม่

3.2 ด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ สีของน้ำมันคุดไม่เข้มจนเกินไป มีกลิ่นอ่อน ๆ เป็นสีธรรมชาติ รสชาติไม่ฝาดเกินไป อยู่ในบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม

3.3 ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ราคาน้ำมันคุดไม่ควรเกิน 80 บาทต่อ 1 หน่วยบรรจุ ในช่วงแรกควรมีราคาที่ถูกลงกว่าราคาตามท้องตลาดทั่วไป แต่หากต้องการสร้างจุดเด่นและความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ก็ควรมีราคาแพงกว่าท้องตลาดและต้องมีการรับรองด้านความปลอดภัยในตัวผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผู้บริโภคอาจมีความกังวลเกี่ยวกับความสะอาดและสารตกค้างในเปลือกทุเรียน และเมื่อดื่มแล้วต้องไม่รู้สึกระคายจากเส้นใยของเปลือกทุเรียน

3.4 ด้านผลิตภัณฑ์ควบ ควรวางจำหน่ายในร้านขายน้ำผลไม้เพื่อสุขภาพ ร้านค้าออนไลน์ ร้านขายของฝาก และร้านสินค้า OTOP และควรพัฒนาให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ประจำท้องถิ่นหรือจังหวัด

3.5 ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ แสดงคุณสมบัติที่เป็นจุดขายที่ชัดเจนโดยการให้ข้อมูลที่แสดงให้เห็นความแตกต่างการสร้างความแตกต่างอาจมีการเพิ่มเนื้อผลไม้หรือเนื้อว่านหางจระเข้หรือว่านมะพร้าวเข้าไปในน้ำมันคุดเพื่อทำให้ตัวผลิตภัณฑ์น่าสนใจ

4. แนวคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์แยมสละและแยมมะกอกโดยใช้สารเพกตินจากเปลือกทุเรียนในการสร้างเจล

4.1 ด้านผลิตภัณฑ์หลัก แยมผลไม้ต้องอร่อย มีสีและกลิ่นที่สวยงามเป็นธรรมชาติ เพิ่มเรื่องราวให้กับตัวสินค้าเป็นพิเศษผ่านทางฉลากบนบรรจุภัณฑ์ เพิ่มคุณสมบัติเรื่องสุขภาพ เน้นการมีกากใยสูงกว่าปกติ

4.2 ด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ของแยมควรมีความน่าสนใจ สีของเนื้อแยมเป็นสีธรรมชาติ ไม่แต่งสีผสมอาหาร ควรผลิตให้มีปริมาณตามความต้องการของท้องตลาด เพิ่มขนาดบรรจุให้มีหลากหลายขนาด

4.3 ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ราคาของแยมผลไม้ไม่ควรเกิน 50 บาท (เฉลี่ยที่ปริมาณ 170 มิลลิลิตร) ไม่ควรมีราคาที่แพงกว่าท้องตลาด ผลิตภัณฑ์ควรมีการรับรองจากหน่วยงานที่ได้มาตรฐานเรื่องความปลอดภัยและปลอดภัย



4.4 ด้านผลิตภัณฑ์ควบ แยมผลไม้ควรวางจำหน่าย ในร้านขายของชำ ร้านค้าออนไลน์ ร้านเบเกอรี่ ร้านสินค้า OTOP ร้านค้าวิสาหกิจชุมชน และออกบูธงานต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึง สินค้าได้ง่าย

4.5 ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การสร้างความแตกต่าง ปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้น่าสนใจและดึงดูดสายตา และเนื้อแยมต้องมีความสวยงาม ควรมีการพัฒนาไปสู่ผลไม้ประเภทอื่นด้วย เช่น แยมส้มและกล้วย ควรมีการเพิ่มคุณสมบัติอื่นเข้าไป ด้วย เช่น การเพิ่มกรดอะมิโนเข้าไปจะได้ช่วยเรื่องการขับถ่ายด้วย

5. แนวคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์น้ำ โดยใช้โยอาอาหารจากเปลือกทุเรียนเป็นพรีไบโอติกร่วมกับโพรไบโอติกแบคทีเรียที่แยกได้จากอาหารหมัก

5.1 ด้านผลิตภัณฑ์หลัก อาหารสัตว์น้ำควรย่อยสลายง่าย ไม่เป็นพิษต่อระบบน้ำ (ทำลายระบบนิเวศน้ำ) ช่วยเร่งการเจริญเติบโต มีโปรตีนสูง ไม่มีสารเจือปน เหมาะกับสัตว์น้ำทุกชนิดสามารถใช้เป็นอาหารสำหรับเลี้ยงปลาในกระชังได้

5.2 ด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ อาหารสัตว์น้ำควรมีรูปทรงเม็ดกลม มีหลายขนาดเพื่อให้เหมาะสมกับขนาดของสัตว์น้ำ และลักษณะของสัตว์น้ำประเภทต่าง ๆ

5.3 ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง อาหารสัตว์น้ำไม่ควรตั้งราคาเกิน 30 บาท ต่อกิโลกรัม และไม่ควรมีราคาที่แพงกว่าท้องตลาดทั่วไป และควรมีบรรจุภัณฑ์หลายขนาดเพื่อการเลือกซื้อได้เหมาะสมกับการใช้งาน

5.4 ด้านผลิตภัณฑ์ควบ อาหารสัตว์น้ำต้องมีการรับรองคุณภาพและมาตรฐานการผลิตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องอย่างชัดเจน เนื่องจากผู้เลี้ยงปลาอาจจะไม่กล้าทดลองใช้เพราะหากเกิดปัญหาจะเสี่ยงต่อการขาดทุน และควรจำหน่ายตามร้านขายอาหารสัตว์น้ำ ร้านขายอาหารสัตว์ทั่วไป และร้านค้าออนไลน์

5.5 ด้านการสร้างความแตกต่าง เพิ่มสีสันให้กับเม็ดอาหารเพื่อสร้างความแตกต่าง ควรเป็นอาหารสัตว์น้ำแบบลอยและควรลอยได้นานกว่าอาหารสัตว์น้ำเดิม มีคุณค่าอาหารที่ครบถ้วนในอนาคตควรมีอาหารสัตว์น้ำแบบแผ่นเพิ่มขึ้นเพื่อกลุ่มผู้เลี้ยงปลาสวยงาม

ประเด็นที่ 2 ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนของผู้บริโภคและคนกลางทางการตลาด

จากการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนของผู้บริโภคและคนกลางทางการตลาด ได้แยกการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม เนื่องจากมีสถานการณ์การตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ได้แก่ 1) ผู้บริโภคที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อการใช้งานในลักษณะผู้ใช้คนสุดท้าย (End User) และ 2) คนกลางทางการตลาด ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปจำหน่าย

ผลการศึกษาแยกตามกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาและกลุ่มผลิตภัณฑ์พบว่า

1. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนของผู้บริโภค

1.1 ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอยและบรรจุภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน คือความแปลกใหม่ของผลิตภัณฑ์ทำให้เกิดความต้องการทดลองใช้ และต้องการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ชุมชน ราคาผลิตภัณฑ์ที่ต่ำกว่าผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมในท้องตลาด ส่วนสิ่งที่จะทำให้เกิดความไม่แน่ใจ คือ การไม่แน่ใจในมาตรฐานการผลิต

1.2 ผลิตภัณฑ์ถ่านอัดแท่งจากเปลือกทุเรียน คือ ผลการทดลองใช้งาน ระยะเวลาในการให้ความร้อนนานกว่าถ่านทั่วไป ครันไม่เยอะ ระยะเวลาในการติดไฟเร็ว การรับประกันคุณภาพของถ่าน ราคาไม่แพง

1.3 ผลิตภัณฑ์น้ำมันคุดเสริมโยอาอาหารจากเปลือกทุเรียน คือ ความใหม่และความแตกต่าง การรับรองมาตรฐานการทดลองโดยการให้ชิมฟรี คุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ที่มากกว่าของเดิม รสชาติของน้ำมันคุด

1.4 ผลิตภัณฑ์แยมสละและแยมระกำโดยใช้สารเพกตินจากเปลือกทุเรียนในการสร้างเจล คือ ความต้องการทดลองของใหม่ ความปลอดภัยที่เกิดจากมีตรวจสอบจุลินทรีย์และสารปนเปื้อน คุณค่าทางโภชนาการ รสชาติและเนื้อสัมผัสของแยม เช่น เนื้อระกำและสละ

1.5 ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์น้ำ โดยใช้โยอาอาหารจากเปลือกทุเรียนเป็นพรีไบโอติกร่วมกับโพรไบโอติกแบคทีเรียที่แยกได้จากอาหารหมัก คือ คุณค่าทางด้านโภชนาการให้แก่สัตว์น้ำและความสามารถในการกระตุ้นการเจริญเติบโตของปลา

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนของคนกลางทางการตลาด

2.1 ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอยและบรรจุภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน คือ ผลิตภัณฑ์ต้องใช้งานได้จริงและมีราคาถูกกว่าท้องตลาดเพื่อกระตุ้นการซื้อและทำกำไรได้ สีสันสะดุดตาเพื่อจูงใจให้ผู้บริโภคซื้อไปทดลองใช้ และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ต้องได้มาตรฐาน

2.2 ผลิตภัณฑ์ถ่านอัดแท่งจากเปลือกทุเรียน คือ ราคาผลิตภัณฑ์ถ่านอัดแท่งจากเปลือกทุเรียนถูกกว่าราคากถ่านทั่วไป ในท้องตลาดเพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าสนใจ รองลงมาคือ คุณภาพการเผาไหม้ของถ่าน

2.3 ผลิตภัณฑ์น้ำมันคุดเสริมโยอาอาหารจากเปลือกทุเรียน คือ ปัจจัยด้านความแปลกใหม่ รสชาติและความอร่อย ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ที่มีต่อสุขภาพของลูกค้า บรรจุภัณฑ์สวยงามโดดเด่น มีการรับฟังและยอมรับคำติชมและนำไปพัฒนาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ต่อไป



2.4 ผลิตภัณฑ์แยมสละและแยมระกำโดยใช้สารเพกตินจากเปลือกทุเรียนในการสร้างเจล คือ ปัจจัยด้านความแปลกใหม่น่าสนใจ รสชาติของแยมดีขึ้น บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม สะดุดตา ปลอดภัยไม่มีสารเจือปน

2.5 ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์น้ำโดยใช้ใยอาหารจากเปลือกทุเรียนเป็นพรีไบโอติกร่วมกับโพรไบโอติกแบคทีเรียที่แยกได้จากอาหารหมัก คือ ความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์

ไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม ไม่มีสารเจือปนในเนื้ออาหารและราคาประหยัด คำนวณค่าการลงทุนเพื่อการเลี้ยงสัตว์น้ำ

รอบที่ 2 หลังจากการศึกษาในรอบที่ 1 ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการศึกษาถ่ายทอดให้กับกลุ่มผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปปรับปรุงแก้ไข จนได้ผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียนดังแสดงในตารางที่ 2 และนำไปใช้เก็บข้อมูลในรอบที่ 2

ตารางที่ 2 ผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน

ผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน	รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน
ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอยและบรรจุภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน 	เครื่องใช้สอยจากเปลือกทุเรียน กรอบรูป ขนาด 8 x 10 นิ้ว ราคา 129 บาท ชั้นวางของ ขนาด 45 x 30 x 120 ซม. ราคา 899 บาท เสื้อพับ ขนาด 60 x 120 ซม. ราคา 129 บาท บรรจุภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน ขนาดกว้าง 5 นิ้ว ราคา 150 บาท ต่อ 1 ห่อ (50 ใบ)
ผลิตภัณฑ์ถ่านอัดแท่งจากเปลือกทุเรียน 	ถ่านอัดแท่งจากเปลือกทุเรียน ขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัม ราคา 20 บาท
ผลิตภัณฑ์น้ำมั่งคุดเสริมใยอาหารจากเปลือกทุเรียน 	น้ำมั่งคุดเสริมใยอาหารจากเปลือกทุเรียน ขนาด 180 มิลลิลิตร ราคาต่อขวด 50 บาท
ผลิตภัณฑ์แยมสละและแยมระกำโดยใช้สารเพกตินจากเปลือกทุเรียนในการสร้างเจล 	แยมสละและแยมระกำโดยใช้สารเพกตินจากเปลือกทุเรียนในการสร้างเจล ขนาด 180 มิลลิลิตร ราคาต่อขวด 45 บาท
ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์น้ำ โดยใช้ใยอาหารจากเปลือกทุเรียนเป็นพรีไบโอติกร่วมกับโพรไบโอติกแบคทีเรียที่แยกได้จากอาหารหมัก 	ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์น้ำ โดยใช้ใยอาหารจากเปลือกทุเรียนเป็นพรีไบโอติกร่วมกับโพรไบโอติกแบคทีเรียที่แยกได้จากอาหารหมัก ขนาดบรรจุกระสอบ 20 กิโลกรัม ราคา 250 บาท (ขนาดบรรจุในภาพเป็นขนาดทดลอง)



การเก็บข้อมูลรอบที่ 2 แบ่งการศึกษาออกเป็น 2 ประเด็น คือ 1) ความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน เป็นการศึกษาความคิดเห็นในภาพรวมจากผู้บริโภคและคนกลางทางการตลาด และ 2) การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน เป็นการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภค เนื่องจากเป็นผู้ที่อุปโภคและบริโภคผลิตภัณฑ์โดยตรง ผลการวิจัยพบว่า

ประเด็นที่ 1 เพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน

1. ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอยและบรรจุภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน แบ่งผลิตภัณฑ์ออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

1) ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอยจากเปลือกทุเรียน ไม่ค่อยแข็งแรง ไม่สามารถใช้งานได้จริง ควรมีการปรับปรุงด้านความแข็งแรงทนทานของผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น ตัวผลิตภัณฑ์ไม่น่าใช้ ขาดสีสัน ควรทำให้มีสีสันที่หลากหลายและสดใสมากขึ้น ขาดเอกลักษณ์เฉพาะตัว ควรพัฒนาให้มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากขึ้น ด้านราคาที่กำหนดไว้ เป็นระดับราคาที่เหมาะสมไม่แพงเกินไป แต่หากมีการปรับลดราคาลงอีกก็จะเป็นการดี ทั้งนี้ต้องดูเรื่องความแข็งแรงทนทานหลังการใช้งานประกอบด้วย และควรมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ คือ เครื่องหมาย มอก.

2) บรรจุภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน ผิวสัมผัสหยาบ ควรทำให้ผิวสัมผัสของบรรจุภัณฑ์เรียบกว่าเดิม สีของบรรจุภัณฑ์เข้มเกินไปควรทำให้สีอ่อนลงเพื่อให้ดูสวยงามน่าใช้และควรเพิ่มความหนาของบรรจุภัณฑ์ให้มากกว่าเดิม เนื่องจากบรรจุภัณฑ์บางเกินไปจนไม่แน่ใจว่าจะสามารถบรรจุอาหารได้ ด้านราคามีความเหมาะสมและควรขายเป็นแพ็คเกจมากกว่าการขายเป็นชิ้น และควรมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ คือ เครื่องหมาย มอก.

2. ผลิตภัณฑ์ถ่านอัดแท่งจากเปลือกทุเรียน ถ่านอัดแท่งมีขนาดของแท่งถ่านใหญ่เกินไปไม่เหมาะกับการใช้งาน น้ำหนักมากเกินไป ขนาดบรรจุต่อ 1 ห่อ น้อยเกินไปไม่เพียงพอต่อการใช้งาน ควรทำออกมาจำหน่ายหลายขนาดบรรจุเพื่อสร้างทางเลือกแก่ผู้ซื้อ ราคาค่อนข้างสูง ควรปรับให้ราคาอยู่ประมาณกิโลกรัมละ ไม่เกิน 15 บาท และควรมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ คือ เครื่องหมาย มอก.

3. ผลิตภัณฑ์น้ำมันกูดเสริมใยอาหารจากเปลือกทุเรียน น้ำมันกูดสีขี้ดินเกินไปไม่น่าดื่ม ควรทำให้มีสีม่วงเข้มมากกว่าเดิมเพื่อสื่อถึงความเป็นน้ำมันกูด ขนาดบรรจุที่ผลิตมานั้นปริมาณมากเกินไปต่อการบริโภคหมดใน 1 ครั้ง ควรทำขนาดบรรจุให้น้อยลงกว่าเดิม

เพิ่มขนาดบรรจุ 100 มิลลิลิตร เพื่อการดื่มครั้งเดียวหมดก็เป็นทางเลือกที่ดี บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามแต่ฉลากมีรายละเอียดคุณสมบัติและข้อมูลโภชนาการน้อยเกินไปควรเพิ่มข้อมูลให้มากขึ้น ราคาที่กำหนดไว้ค่อนข้างแพงสำหรับการจ่ายเงินเพื่อซื้อเครื่องดื่มอาจเป็นเพราะปริมาณมากจึงทำให้ราคาแพง แต่ถ้าหากลดปริมาณการบรรจุลงและขายราคาถูกลงตามปริมาณการบรรจุ จะเป็นทางเลือกที่ดีและทำให้ตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้น และควรมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ คือ เครื่องหมาย ออย. และเครื่องหมาย ฮาลาล

4. ผลิตภัณฑ์แยมสละและแยมมะกอกโดยใช้สารเพกตินจากเปลือกทุเรียนในการสร้างเจล เนื้อแยมมีสีอ่อนเกินไปดูไม่น่ารับประทาน ควรปรับปรุงสีของเนื้อแยมให้เข้มขึ้น เนื้อแยมมีความหนืดน้อยเกินไป ค่อนข้างเหลว ควรทำให้มีความหนืดมากกว่าเดิม บรรจุภัณฑ์ของแยมขนาดเหมาะสมแต่ผิวสัมผัสของบรรจุภัณฑ์มีความลื่นเกินไปเวลาหยิบถือ ควรปรับปรุงให้ลื่นน้อยกว่าเดิม ขาดฉากรายละเอียดและข้อมูลผลิตภัณฑ์ ควรเพิ่มฉลากผลิตภัณฑ์เพื่อให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ เป็นการสร้างการจดจำและเกิดความสวยงาม ราคาที่กำหนดมีความเหมาะสมกับปริมาณ เพราะเป็นราคาที่สอดคล้องกับแยมผลไม้ทั่วไปในท้องตลาด และควรมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ คือ เครื่องหมาย GMP และเครื่องหมาย ออย.

5. ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์น้ำ โดยใช้ใยอาหารจากเปลือกทุเรียนเป็นพรีไบโอติกร่วมกับโปรไบโอติกแบคทีเรียที่แยกได้จากอาหารหมัก ขนาดของเม็ดอาหารใหญ่และยาวเกินไปควรทำให้เล็กลง และควรปรับปรุงเป็นอาหารสัตว์น้ำแบบลอยนํ้ามากกว่า เนื่องจากสะดวกต่อผู้เลี้ยงสัตว์น้ำในการสังเกตการณ์กินอาหารของสัตว์น้ำที่เลี้ยง และควรแยกให้ชัดเจนว่าเป็นอาหารปลาหรือกุ้ง เนื่องจากอาหารปลาควรเม็ดใหญ่ กลมและลอยนํ้า แต่ถ้าอาหารกุ้งควรเม็ดเล็กกว่าและจมนํ้า ขนาดบรรจุแบบกระสอบ 20 กิโลกรัม ราคา 250 บาท เป็นขนาดบรรจุที่เหมาะสมและถูกกว่าท้องตลาด เครื่องหมายรับรองคุณภาพที่ควรมี คือ เครื่องหมาย GMP และเครื่องหมาย HACCP

ประเด็นที่ 2 การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน

ในการศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน ได้แบ่งการยอมรับออกเป็น 2 ด้าน คือ 1) ด้านประโยชน์หลักของผลิตภัณฑ์ และ 2) ด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ และแยกศึกษาผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอยและบรรจุภัณฑ์ออกจากกันเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเฉพาะเจาะจงในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ผลการวิจัยแสดงในตารางที่ 2 และตารางที่ 3



ตารางที่ 2 ผลการศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากเลือกทุเรียนด้านประโยชน์หลักของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	ประเด็นที่ยอมรับมากที่สุด	$\bar{X}$	SD	ประเด็นที่ยอมรับน้อยที่สุด	$\bar{X}$	SD
เครื่องใช้สอย	ความใหม่และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์	3.97	0.858	ความง่ายในการทำความสะดวกและดูแลรักษา	3.52	0.959
บรรจุภัณฑ์	ความใหม่และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์	3.90	0.823	ดูแลรักษาง่าย	3.67	0.888
ถ่านอัดแท่ง	ไม่มีกลิ่นจากเปลือกทุเรียนบนถ่าน	4.21	0.624	ใช้งานสะดวก ไม่เลอะมือ	2.89	1.043
น้ำมั่งคุด	ไม่มีกลิ่นจากเปลือกทุเรียนบนถ่าน	4.51	0.823	ทำให้เกิดคุณค่าทางโภชนาการ	4.45	0.845
แยมสละและแยมระกำ	ไม่มีกลิ่นจากเปลือกทุเรียนบนถ่าน	4.16	0.929	สามารถรับประทานได้จริง	3.62	0.862
อาหารสัตว์น้ำ	ความใหม่และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์	4.45	0.869	โยอาหารจากเปลือกทุเรียนเป็นพรีไบโอติกสามารถเป็นอาหารให้กับจุลินทรีย์ที่อยู่ในอาหารสัตว์น้ำได้จริง	4.42	0.878

จากตารางที่ 2 การยอมรับด้านประโยชน์หลักของผลิตภัณฑ์ แยกตามผลิตภัณฑ์ พบว่า 1) ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอยบรรจุภัณฑ์และอาหารสัตว์น้ำ ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องความใหม่และความแตกต่างของผลิตภัณฑ์มากที่สุด 2) ผลิตภัณฑ์ถ่านอัดแท่ง ผลิตภัณฑ์น้ำมั่งคุด และผลิตภัณฑ์แยมสละและแยมระกำ ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องการไม่มีกลิ่นจากเปลือกทุเรียนบนถ่านมากที่สุด ส่วนด้านประโยชน์หลักที่ได้รับการยอมรับน้อยที่สุดแยกตามผลิตภัณฑ์ พบว่า 1) ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอย ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องความง่ายในการทำความสะดวกและดูแลรักษาน้อยที่สุด

2) บรรจุภัณฑ์ ผู้บริโภคให้การยอมรับในเรื่องการดูแลรักษาง่ายน้อยที่สุด 3) ผลิตภัณฑ์ถ่านอัดแท่ง ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องใช้งานสะดวกไม่เลอะมือน้อยที่สุด 4) ผลิตภัณฑ์น้ำมั่งคุด ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องการทำให้เกิดคุณค่าทางโภชนาการน้อยที่สุด 5) ผลิตภัณฑ์แยมสละและแยมระกำ ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องแยมสามารถในการรับประทานได้จริงน้อยที่สุด และ 6) ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์น้ำ ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องโยอาหารจากเปลือกทุเรียนสามารถเป็นอาหารให้กับจุลินทรีย์ที่อยู่ในอาหารสัตว์น้ำได้จริงน้อยที่สุด

ตารางที่ 3 ผลการศึกษาการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากเลือกทุเรียนด้านรูปลักษณะผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์	ประเด็นที่ยอมรับมากที่สุด	$\bar{X}$	SD	ประเด็นที่ยอมรับน้อยที่สุด	$\bar{X}$	SD
เครื่องใช้สอย	เครื่องใช้สอยมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.19	0.791	ความสวยงามของการออกแบบ	3.83	0.682
บรรจุภัณฑ์	มีความสวยงาม	3.88	0.729	ความหนาของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	3.65	0.892
ถ่านอัดแท่ง	เนื้อถ่านมีความละเอียดอัดแน่น มีรูพรุนน้อย	4.13	0.597	ถ่านอัดแท่งมีน้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายง่าย	3.05	1.067
น้ำมั่งคุด	บรรจุภัณฑ์ออกแบบสวยงาม	4.57	0.742	สีของน้ำมั่งคุดน่ารับประทาน	4.48	0.870
แยมสละและแยมระกำ	ฝาเปิด-ปิดของบรรจุภัณฑ์ใช้งานง่ายและสะดวก	4.25	0.716	สีของแยมสละและระกำสวยงามน่ารับประทาน	3.24	1.026
อาหารสัตว์น้ำ	ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา	4.46	0.869	รูปทรงของอาหารสัตว์น้ำเหมาะสมกับการใช้เลี้ยงสัตว์น้ำ	4.35	0.936



จากตารางที่ 3 ด้านรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับมากที่สุดแยกตามผลิตภัณฑ์ พบว่า 1) ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอย ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องความมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวมากที่สุด 2) บรรจภัณฑ์ ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องมีความสวยงามมากที่สุด 3) ผลิตภัณฑ์ถ่านอัดแท่ง ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องเนื้อถ่านมีความละเอียดอัดแน่น มีรูพรุนน้อยมากที่สุด 4) ผลิตภัณฑ์น้ำมันงาคุด ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องบรรจภัณฑ์ออกแบบสวยงามมากที่สุด 5) ผลิตภัณฑ์แยมสละและแยมระกำ ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องฝาเปิด-ปิดของบรรจภัณฑ์ใช้งานง่ายและสะดวกมากที่สุด และ 6) อาหารสัตว์น้ำ ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคามากที่สุด ส่วนด้านรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการยอมรับน้อยที่สุดแยกตามผลิตภัณฑ์ พบว่า 1) ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอย ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องความสวยงามของการออกแบบน้อยที่สุด 2) บรรจภัณฑ์ ผู้บริโภคให้การยอมรับในเรื่องความหนาของบรรจภัณฑ์มีความเหมาะสมน้อยที่สุด 3) ผลิตภัณฑ์ถ่านอัดแท่ง ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องมีน้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายง่ายน้อยที่สุด 4) ผลิตภัณฑ์น้ำมันงาคุด ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องสีของน้ำมันงาคุดน่ารับประทานน้อยที่สุด 5) ผลิตภัณฑ์แยมสละและแยมระกำ ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องสีของแยมสละและระกำสวยงามน่ารับประทานน้อยที่สุด และ 6) ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์น้ำ ผู้บริโภคให้การยอมรับเรื่องรูปทรงของอาหารสัตว์น้ำเหมาะสมกับการใช้เลี้ยงสัตว์น้ำน้อยที่สุด

สรุปและอภิปรายผล

จากผลการวิจัย สามารถสรุปและอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาแนวคิดที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนของผู้บริโภคและคนกลางทางการตลาด โดยแยกตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ พบว่า

1. ผลิตภัณฑ์เครื่องใช้สอยและบรรจภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องของประโยชน์ใช้สอยและความสะดวกในการใช้งาน การออกแบบรูปร่างทันสมัย สวยงาม น่าสนใจ แปลกใหม่ สะดวกต่อการพกพาหรือเคลื่อนย้าย แข็งแรง และรองรับน้ำหนักได้ดี

2. ผลิตภัณฑ์ถ่านอัดแท่งจากเปลือกทุเรียน ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องการเผาไหม้ที่นานกว่าถ่านทั่วไป ติดไฟง่าย มีรูปทรงที่เหมาะสมกับการใช้งานในหลาย ๆ ลักษณะ ก้อนถ่านไม่ใหญ่เกินไปและมีกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐานและราคาไม่แพง

3. ผลิตภัณฑ์น้ำมันงาคุดเสริมโยอาหารจากเปลือกทุเรียน ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องรสชาติที่ดีและรสชาติคงที่ สัมผัสได้ถึงรสชาติของงาคุด เก็บได้นานในอุณหภูมิห้อง มีประโยชน์ต่อร่างกาย ราคาไม่แพง

4. ผลิตภัณฑ์แยมสละและแยมระกำโดยใช้สารเพกติน จากเปลือกทุเรียนในการสร้างเจล ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องรสชาติของแยมผลไม้ มีสีและกลิ่นที่สวยงามเป็นธรรมชาติ เพิ่มคุณสมบัติเรื่องสุขภาพ เน้นการมีกากใยสูงกว่าปกติ มีการรับรองจากหน่วยงานที่ได้มาตรฐานเรื่องความสะอาดและความปลอดภัย ควบคุมการพัฒนาไปสู่ผลไม้ประเภทอื่นด้วย เช่น แยมส้มและกล้วย ควบคุมการเพิ่มคุณสมบัติอื่นเข้าไปด้วย เช่น การเพิ่มกรดอะมิโนเข้าไป จะช่วยเรื่องการขับถ่ายด้วยและราคาต้องไม่แพงเกินไป

5. ผลิตภัณฑ์อาหารสัตว์น้ำ โดยใช้โยอาหารจากเปลือกทุเรียนเป็นพรีไบโอติกร่วมกับโพรไบโอติกแบคทีเรียที่แยกได้จากอาหารหมัก ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับเรื่องการย่อยสลายง่าย ไม่เป็นพิษต่อระบบน้ำ (ทำลายระบบนิเวศน้ำ) ช่วยเร่งการเจริญเติบโต มีโปรตีนสูง ไม่มีสารเจือปน มีรูปทรงเม็ดกลมและมีหลายขนาด และควรลอยได้นานกว่าอาหารสัตว์น้ำเดิม

จากแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการศึกษา พบว่า สอดคล้องกับแนวคิดผลิตภัณฑ์ ที่กล่าวไว้ว่า การวางแผนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ต้องคิดถึงองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันไปในแต่ละระดับของการทำงานหรือการตอบสนองผู้บริโภค ทั้ง 3 ระดับ ได้แก่ 1) ประโยชน์หลัก (Core Benefit) หมายถึง ผลประโยชน์หรือบริการที่แท้จริงที่ลูกค้าต้องการได้รับจากการซื้อ 2) ตัวตนของผลิตภัณฑ์ (Actual Product) เป็นระดับของการพัฒนาประโยชน์ ของผลิตภัณฑ์ไปสู่การมีตัวตน ได้แก่ รูปร่าง การออกแบบ ระดับคุณภาพ ชื่อตราสินค้าและบรรจภัณฑ์ และ 3) ผลิตภัณฑ์ควบ (Augmented Product) เป็นคุณค่าเพิ่มเติมที่นักการตลาดจัดเตรียมให้กับผู้บริโภค เพื่อสนองความต้องการสูงสุด รวมไปถึงการเสนอคุณค่าและการบริการให้ลูกค้าเกินกว่าที่ลูกค้าคาดหวัง สิ่งนี้นักการตลาดสามารถเสนอควบคู่กับผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การบริการหลังการขาย การรับประกัน การติดตั้ง การส่งมอบและการให้สินเชื่อ (Kotler and Armstrong, 2008: 206) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อภิพร รุ่งเรือง และทักษญา สง่าโยธิน (2559) ที่ได้ทำการศึกษา แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจภัณฑ์ข้าวเกรียบรสต้มยำทะเลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ประมงบ้านช้างข้าม จังหวัดจันทบุรี พบว่า ศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวเกรียบรสต้มยำทะเล ได้แก่ 1) ด้านประโยชน์หลัก ให้ความสำคัญเรื่องรสชาติที่อร่อยของข้าวเกรียบรสต้มยำทะเล 2) ด้านผลิตภัณฑ์พื้นฐาน ให้ความสำคัญกับการปรับปรุงฉลากให้มีความสวยงาม 3) ด้านผลิตภัณฑ์ควบ ให้ความสำคัญกับการเพิ่มข้อสปรงรส 4) ด้านศักยภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เสนอแนะให้มีการพัฒนาข้าวเกรียบรสชาติใหม่และต้องการให้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้ได้การรับรองมาตรฐานจากองค์การอาหารและยา



วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียนของผู้บริโภคและคนกลางทางการตลาด พบว่า

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน มีความหลากหลายแตกต่างกันไปตามกลุ่มผลิตภัณฑ์ โดยกลุ่มผลิตภัณฑ์ที่เป็นของใช้ ผู้บริโภคและคนกลางทางการตลาดให้ความสำคัญกับเรื่องราคา คุณภาพและประสิทธิภาพการใช้งาน แต่ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์ในกลุ่มอาหาร ความสำคัญจะอยู่ที่เรื่องรสชาติ ความปลอดภัย มาตรฐานการผลิต บรรจุภัณฑ์ ซึ่งปัจจัยดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชชล ทะสระระ (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ พบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ มีจำนวนทั้งสิ้น 3 ปัจจัย คือ ปัจจัยทางการตลาด ปัจจัยความไว้วางใจ และปัจจัยทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และผลการศึกษาสอดคล้องกับหลักการของคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับ ประกอบด้วย 1) คุณภาพผลิตภัณฑ์ 2) ลักษณะทางกายภาพของสินค้า 3) ราคา 4) ชื่อเสียงของผู้ขายหรือตราสินค้า 5) บรรจุภัณฑ์ 6) การออกแบบ 7) การรับประกัน 8) สีของผลิตภัณฑ์ 9) การให้บริการ 10) วัตถุประสงค์ 11) ความปลอดภัยของผลิตภัณฑ์และการะจากผลิตภัณฑ์ 12) มาตรฐาน 13) ความเข้ากันได้ 14) คุณค่าผลิตภัณฑ์ และ 15) ความหลากหลายของสินค้า (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2546: 53-55)

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาความคิดเห็นและการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่จากจากเปลือกทุเรียน พบว่า

ผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียนที่มีการพัฒนาได้รับการยอมรับในระดับมาก แต่ยังคงมีหลายประเด็นที่ผู้บริโภคเห็นว่า จำเป็นที่จะต้องแก้ไขและพัฒนา 1) เครื่องใช้สอยและบรรจุภัณฑ์ จะต้องพัฒนาในเรื่องของรูปร่าง การออกแบบและความแข็งแรงทนทานต่อการใช้งาน 2) ถ่านอัดแท่ง ต้องพัฒนาในเรื่องรูปร่าง น้ำหนัก 3) น้ำมั่งคุดต้องพัฒนาในเรื่องสีของน้ำมั่งคุดและข้อมูลโภชนาการ 4) แยมผลไม้ ต้องปรับปรุงเรื่องสี สัน ความเหนียวและบรรจุภัณฑ์ 5) อาหารสัตว์น้ำ ต้องปรับปรุงเรื่องรูปทรงของเม็ดและคุณสมบัติด้านการลอยน้ำ ด้านราคา พบว่า ราคาผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคให้การยอมรับน้อย คือ ราคาถ่านหุงต้ม เนื่องจากเห็นว่าแพงเกินไป เมื่อเทียบกับถ่านทั่วไป ส่วนผลิตภัณฑ์อื่น ๆ การยอมรับด้านราคาอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยด้านอื่น ๆ ที่จะทำให้เกิดการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ก็คือ ความน่าเชื่อถือของร้านค้า จำหน่าย และการวางจำหน่ายอย่างกว้างขวาง ตามร้านค้าทั่วไปและร้านค้าออนไลน์ การส่งเสริมการตลาด โดยใช้การโฆษณาและการลดราคา การผลักดันให้ผลิตภัณฑ์เป็นสินค้า OTOP และส่งเสริมให้เป็นของฝากประจำท้องถิ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อนุรักษ์

อาทิตย์กวิน (2564) ที่ศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์น้ำพริกเผาลำไยเพื่อพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำพริกเผาลำไยไม่ตามฤดูกาลบ้านเวียงสวรรค์ พบว่า ทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านประโยชน์หลัก ด้านศักยภาพของสินค้าและเหตุผล ด้านรูปลักษณ์ และในภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

จากการศึกษาจะเห็นได้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียน จำเป็นที่จะต้องมีการพัฒนาในทุกด้าน ไม่ใช่เพียงด้านวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต เนื่องจากในการตัดสินใจเลือกซื้อ ผู้บริโภคจะพิจารณาผลประโยชน์ที่ตนเองจะได้รับจากภาพรวมของผลิตภัณฑ์ในทุกระดับ ทั้งด้านประโยชน์หลัก ด้านตัวตนของผลิตภัณฑ์ และด้านผลิตภัณฑ์ควบ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการศึกษา

1) แนวคิดเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ควรให้ความสำคัญกับองค์ประกอบอื่นด้วยนอกเหนือจากวัตถุดิบ เช่น บรรจุภัณฑ์ ความปลอดภัย ความทันสมัย ความยากง่ายในการใช้งาน ความคุ้มค่าและการตั้งราคาที่เหมาะสม

2) การสร้างแนวคิดเพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการยอมรับ ควรต้องมีการศึกษารูปแบบและพฤติกรรมการใช้งานผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ รวมถึงปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เสียก่อน เนื่องจากแนวคิดของผู้บริโภคกับแนวคิดของผู้พัฒนาผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน

3) ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่ ควรให้ความสำคัญกับองค์ประกอบอื่นด้วย ได้แก่ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด รวมไปถึงมาตรฐานการผลิตและความปลอดภัย

4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร ควรให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ รวมถึงฉลากและรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจแก่ผู้บริโภค

5) หลังการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ไปทดสอบตลาดแล้ว ควรนำข้อคิดเห็นและปัญหาต่าง ๆ ที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไขผลิตภัณฑ์และทดสอบซ้ำเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับและผู้ใช้บริโภคเกิดความต้องอย่างแท้จริง

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) การศึกษาแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์จากเปลือกทุเรียน

2) การศึกษาแนวโน้มและความต้องการผลิตภัณฑ์ใหม่จากเปลือกทุเรียนและวัสดุเหลือใช้อื่น ๆ



เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงมหาดไทย. (2563, 8 มกราคม). ประกาศสำนักทะเบียนกลาง เรื่องจำนวนราษฎรทั่วราชอาณาจักรตามหลักฐานการทะเบียนราษฎร.
- ซัชชล ทะสระระ. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2546). การบริหารการตลาดยุคใหม่ ฉบับปรับปรุงปี 2546. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- ไศรดา วัลภา และคนอื่น ๆ. (2552). ผลของการเสริมเส้นใยอาหารจากเปลือกทุเรียนต่อคุณภาพของขนมปังขาว. วารสารวิทยาศาสตร์เกษตร ฉบับพิเศษ. 40 (กันยายน-ธันวาคม): 205-208.
- สำนักงานเกษตรจังหวัดจันทบุรี. (2563). ข้อมูลสรุปจังหวัดจันทบุรี 2563. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : http://www.chanthaburi.go.th/files/com_news_devpro1/2020-08_de2734f4ed8e5dc.pdf. 20 เมษายน 2563.
- อนรรักษ์ อาทิตย์กวิน. (2564). การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์น้ำพริกเผาลำไยเพื่อพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มน้ำพริกเผาผลไม้ตามฤดูกาลบ้านเวียงสวรรค์. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. 10 (มกราคม-มิถุนายน): 154-165.
- อภิพร รุ่งเรือง และทักษญา สง่าโยธิน. (2559). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ข้าวเกรียบรสต้มยำทะเล กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์ประมงบ้านช้างข้าม จังหวัดจันทบุรี. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- อภิรติ โสฬส และคนอื่น ๆ. (2563). ผลของการทดแทนแป้งข้าวเหนียวด้วยเปลือกทุเรียนผงต่อคุณภาพของแป้งปั้น. วารสารเกษตรพระจอมเกล้า. 38 (มกราคม-เมษายน): 1-7.
- Kotler, Philip and Armstrong. (2008). Principle of Marketing : Pearson International Edition. 12nd ed. New Jersey : Printice Hall, Inc.
- Yamane, Taro. (1973). Statistics : An introductory analysis. 3rd ed. New York : Harper and Row.