

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

The Development of Pandanus Salted Egg Product with White Clay Filler of Occupation Group at Thanonyai Sub-district, Mueang District, Lop Buri Province

กุลชลี พวงเพชร

Kulchalee Puangpejara

โสพิศ คำนวนชัย

Sopit Kamnuanchai

เสาวนีย์ ศรีกาญจนารักษ์

Saowanee Srikanjanarak

ภาณุพันธ์ เพิ่มเปี่ยม

Panuphan Phermpiam

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี

Faculty of Management Science, Thepsatri Rajabhat University

E-mail : koon511@hotmail.com, sopit_siam@hotmail.com,

srikanjanarak@gmail.com, pp_arth@hotmail.com

(Received : February 5, 2020 Revised : April 13, 2020 Accepted : April 21, 2020)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีความมุ่งหมายเพื่อ 1) ศึกษาสภาพและปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพ ไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี และ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพผู้ผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) สมาชิกกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 30 คน 2) ผู้นำชุมชน จำนวน 2 คน 3) นักวิชาการด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร และด้านการตลาด จำนวน 2 คน และ 4) ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก การเก็บแบบสอบถาม การสนทนากลุ่ม และการทดลอง จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์เนื้อหา และการสรุปผลการทดลอง

ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอดฟองของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอดฟองตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี มีปัญหาที่สำคัญ คือ มีรสชาติเค็มเกินไป ขาดกลิ่นหอมของใบเตย และขาดการพัฒนาตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ไม่จูงใจให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวซื้อไปเป็นของฝาก ส่วนการทดลองเชิงปฏิบัติการโดยใช้วัตถุดิบและกระบวนการตามคำแนะนำของนักวิชาการด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร พบว่า 1) คุณภาพของไข่เค็มที่ได้จากการทดลองมีรสชาติกลมกล่อม และไม่เค็มเกินไป 2) ลักษณะที่โดดเด่นของไข่เค็ม ได้แก่ การมีกลิ่นของใบเตยซึมเข้าไปในเนื้อของไข่เค็ม และ 3) ด้านตราสินค้าควรประกอบด้วยชื่อของแหล่งผลิตไข่เค็ม สัญลักษณ์และคำขวัญของไข่เค็มควรมีลักษณะที่ดึงดูดใจและง่ายต่อการจดจำ

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ไข่เค็มใบเตยดินสอดฟอง วิธีปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

Abstract

The purposes of this participation action research were to: 1) study the state and problems of the development of pandanus salted egg product with white clay filler of Occupation Group at Thanonyai Sub-district, Mueang District, Lop Buri Province; and 2) develop pandanus salted egg product with white clay filler of Occupation Group at Thanonyai to be distinctive product. The samples used in the study, selected by purposive sampling, were 30 members affiliated to pandanus salted egg product with white clay filler of Occupation Group, two community leaders, two academic staff in food science and marketing, and 400 product consumers, drawn by accidental sampling. The Mixed Method Research (MMR) including observation, in-depth interview, questionnaire, focus group and experiment was employed for data collection. The quantitative data were systematically analyzed to determine percentage, mean and standard deviation, and also qualitative data to capture categories using a content analysis and concluding the experimental results. According to the results of the study, the serious problems of pandanus salted egg product with white clay filler were too salty taste, lack of pandanus aroma, and lack of developing its own unique brand, therefore it did not attract consumers and tourists to buy as souvenirs. As for the experimental work, using raw materials and process according to the advice of the food science academic staff to develop pandanus salted egg product with white clay filler to be distinctive product, the findings revealed that: 1) pandanus salted egg product with white clay filler had a mellow taste, and not too salty; 2) the distinctive feature of product was the aroma of pandanus leaves penetrating into its meat; and 3) brand name should refer to source of production; its logo and slogan should be attractive customers and be easy to remember.

Keywords: Product development, Pandanus salted egg with white clay filler, Participation action research

บทนำ

แนวคิดของวิสาหกิจชุมชนเป็นการให้ความสำคัญกับเศรษฐกิจฐานรากโดยการนำทรัพยากรที่มีอยู่มาใช้ให้เกิดประโยชน์ เป็นหนทางหนึ่งที่จะช่วยบรรเทาปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นโดยใช้วิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น ผสานกับทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่มีอยู่ในชุมชนนั้นมาก่อให้เกิดประโยชน์ในรูปของการดำเนินกิจกรรมของชุมชน ปัญหาในการจัดตั้งวิสาหกิจชุมชนหรือกลุ่มอาชีพต่างๆ ในชุมชนคือการขาดการวิเคราะห์ศักยภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่ม และชุมชน การขาดทักษะการบริหารจัดการในด้านการผลิต ด้านการวางแผนธุรกิจชุมชน และการวิเคราะห์ต้นทุนและวิเคราะห์ตลาด นอกจากนี้ยังขาดการพัฒนาความรู้เฉพาะทางเพื่อการต่อยอดของธุรกิจ ขาดเงินทุนหมุนเวียนและต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากภายนอก ขณะเดียวกัน ความต้องการของกลุ่มแต่ละกลุ่มก็มีความแตกต่างกัน บางกลุ่มต้องการให้มีการจัดอบรมการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การจัดหาสถานที่เพื่อจำหน่ายและสนับสนุนการซื้อเครื่องจักรอุปกรณ์ ต้องการให้ธุรกิจเอกชนช่วยเหลือในการรับสินค้าไปจำหน่ายให้มากขึ้น บางกลุ่มต้องการให้มีการปรับปรุงเทคนิคการผลิต เช่น การศึกษาดูงานหรือปรึกษาผู้มีความรู้มาพัฒนาคุณภาพสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ต้องการความช่วยเหลือหรือสามารถกู้ยืมเงินเพื่อซื้อเครื่องมือเครื่องจักร และต้องการขยายตลาดเพิ่มขึ้น รวมทั้งการพัฒนาผู้นำกลุ่ม เป็นต้น (Kachornkittiya, 2007, p.154)

ไข่เค็มเป็นอาหารพื้นบ้านของคนไทยมาตั้งแต่สมัยโบราณและเป็นที่ยอมรับในการบริโภคของคนไทย ในทุกๆภาคของประเทศ เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีความสำคัญต่อการดำรงชีวิต เป็นการถนอมอาหารเก็บไว้รับประทานได้หลายวัน และหลายรูปแบบ มีสรรพคุณที่เป็นประโยชน์เนื่องจากไข่เป็นแหล่งโปรตีนที่สำคัญ และเป็นอาหารที่จำเป็นสำหรับร่างกาย นอกจากนี้ไข่เค็มยังสามารถนำมาเป็นอาชีพเสริมในครัวเรือน ในชุมชนและท้องถิ่นได้ ก่อให้เกิดการมีงานทำ ลดปัญหาการว่างงาน และการไปทำงานในต่างถิ่น เป็นการเพิ่มรายได้ และลดรายจ่ายให้กับครัวเรือนและคนในชุมชน

ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรีเดิมเป็นหมู่บ้านถนนใหญ่อยู่ในเขตการปกครองของตำบลทะเลชุบศร จนกระทั่งปี พ.ศ.2558 จึงแยกตัวออกมาเป็นตำบลถนนใหญ่ ประกอบด้วย 6 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ 1 บ้านหินสองก้อน หมู่ 2 บ้านโคกพุทรา หมู่ 3 บ้านถนนแค หมู่ 4 บ้านถนนแค หมู่ 5 บ้านถนนใหญ่ และหมู่ 6 บ้านถนนใหญ่ ประชาชนส่วนใหญ่ของตำบลถนนใหญ่สืบเชื้อสายมาจากชาวไทยพวน ซึ่งบรรพบุรุษได้อพยพมาจากเวียงจันทน์มาตั้งรกรากที่นี่ สภาพโดยทั่วไปเป็นชุมชนเมืองผสมชนบท ปัจจุบันมีจำนวนครัวเรือน 3,348 หลังคาเรือน มีจำนวนประชากร 10,220 คน อาชีพหลักของชาวถนนใหญ่ได้แก่ การรับราชการ เกษตรกรรม และรับจ้างทั่วไปอาชีพรอง ได้แก่ การทอผ้า เนื่องจากตำบลถนนใหญ่มีทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญคือเป็นแหล่งดินสอพองที่ใหญ่ที่สุดของจังหวัดลพบุรี มีการรวมกลุ่มเพื่อพัฒนาอาชีพทำดินสอพองที่บ้านหินสองก้อน นอกจากนี้ชาวบ้านส่วนหนึ่งยังได้มีการรวมกลุ่มกันผลิตไข่เค็มเป็นอาชีพเสริมโดยใช้ดินสอพองและใบเตยเป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตเพื่อดูแลสุขภาพของไข่เค็มและสร้างเอกลักษณ์ของตนเองได้แก่ กลุ่มแม่บ้านโคกพุทรา กลุ่มแม่บ้านถนนใหญ่ และกลุ่มแม่บ้านชุมชนธาราทิพย์ เป็นต้น (Lohsuwan, 2017)

จากการลงพื้นที่ของคณะผู้วิจัย พบว่าผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพตำบลถนนใหญ่ แม้จะใช้ดินสอพองเป็นส่วนประกอบในกระบวนการผลิตแต่ก็ไม่สามารถเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเนื่องจากมีกลุ่มอื่นๆ ทำลักษณะนี้หลายแห่งในจังหวัดลพบุรี ส่วนการใช้ใบเตยเป็นส่วนประกอบของกระบวนการผลิตก็ยังไม่มีความเด่นชัดในเรื่องของกลิ่นหอมของใบเตย (Suwankham, 2017) สอดคล้องกับการศึกษาของ Puangpejara & Kumnuanchai (2018) เรื่องแนวทางการพัฒนาด้านการตลาดธุรกิจไข่เค็มใบเตยของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านโคกพุทรา หมู่ที่ 2 ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรีพบว่า มีข้อเสนอแนะด้านผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ควรสร้างเอกลักษณ์ของไข่เค็มใบเตยของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านโคกพุทราให้ชัดเจน โดยเพิ่มความหอมของกลิ่นใบเตย หรือทำไข่เค็มสีเขียวเพิ่มขึ้นเพื่อเป็นทางเลือกของผู้บริโภค และควรระบุวัน เดือน ปี ที่ผลิต ที่เปลือกไข่ เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้บริโภค

จากความเป็นมาและสภาพปัญหาดังกล่าวมาข้างต้น คณะผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นที่ต้องศึกษาสภาพและปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพผู้ผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี และทำโครงการทดลองการผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพองและสร้างตราสินค้าให้แก่กลุ่มอาชีพผู้ผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพองตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยใช้กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมของภาคีที่เกี่ยวข้อง อันจะช่วยให้สมาชิกกลุ่มอาชีพผู้ผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพองตำบลถนนใหญ่สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองให้มีคุณภาพและมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น สามารถส่งเสริมการขายและมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการดำเนินธุรกิจไข่เค็มใบเตยดินสอพองได้อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพองตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพองตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากร ได้แก่ 1) สมาชิกกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 60 คน 2) ผู้นำชุมชน จำนวน 6 คน 3) นักวิชาการด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร และด้านการตลาดไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน และ 4) ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

2. กลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 1) สมาชิกกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 30 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive sampling) เฉพาะผู้ที่สนใจ 2) ผู้นำชุมชน จำนวน 2 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจงเฉพาะผู้เกี่ยวข้องกับกลุ่มอาชีพ ได้แก่ กำนันตำบลถนนใหญ่ และตัวแทนผู้ใหญ่บ้านของตำบลถนนใหญ่ 3) นักวิชาการด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร และด้าน

การตลาด โดยการสุ่มแบบเจาะจงที่มีความเชี่ยวชาญด้านการผลิตและพัฒนาไข่เค็มใบเตยดินสอพอง และด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ 4) ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี โดยทำการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental random sampling) ในเขตที่มีการจำหน่ายไข่เค็มใบเตยดินสอพอง จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลโดยคณะผู้วิจัยและนักศึกษาที่กำลังเรียนวิชาการวิจัยธุรกิจ โดยใช้วิธีการประสาทสัมผัส (Sensory test) คือให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้ดูลักษณะภายนอกของไข่เค็มใบเตยและให้ชิมก่อน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีดังนี้

3.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) เป็นการสัมภาษณ์ข้อมูลด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จากบุคคลจำนวน 8 คน ได้แก่ ผู้นำชุมชนจำนวน 2 คน สมาชิกกลุ่มอาชีพจำนวน 2 คน และลูกค้าที่บริโภคไข่เค็มใบเตยของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จำนวน 4 คน

3.2 แบบสอบถาม (Questionnaires) เก็บข้อมูลจากลูกค้าจำนวน 400 คน เป็นแบบสอบถามประเภทปลายปิด (Close-ended question) และลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (5 Point rating scale) คณะผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ของคอตเลอร์ และเคลเลอร์ (Kotler & Keller, 2012, p. 47) นำมาประกอบในการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพองตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list) เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามตรวจสอบรายการ (Check list) เกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคไข่เค็มใบเตยของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ประเภทของสื่อที่ผู้บริโภคได้รับข้อมูลไข่เค็มใบเตย แหล่งการซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตย จำนวนครั้งต่อเดือนที่ซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตย จำนวนไข่เค็มใบเตยที่ซื้อในแต่ละครั้ง วัตถุประสงค์ในการซื้อไข่เค็มใบเตย และสาเหตุที่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตย

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพสินค้า 2) ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ และ 3) ด้านตราสินค้า โดยลักษณะของคำถามใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) เป็นการวัดเพื่อแสดงระดับ 5 ระดับ (Waiwanitkun & Udomsri, 2011, p.124) โดยกำหนดความมากน้อยของระดับความพึงพอใจ ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับระดับความพึงพอใจมาก
- 3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง
- 2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย
- 1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างแบบสอบถาม และทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม (Content validity) ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ แล้ววิเคราะห์หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item objective congruence index: IOC) (Sinjaru, 2017, p.92) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง 0.66-1.00 หาความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองกับประชากรที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เพื่อหาความเชื่อมั่นจำนวน 30 คน โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) (Khunthongchan, 2017, p.172) ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.895

3.3 การสนทนากลุ่ม (Focus group) เป็นการนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับสภาพและปัญหาของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพผู้ผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่ผ่านการสังเคราะห์แล้วโดยคณะผู้วิจัย และข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้จากแบบสอบถาม มาให้ตัวแทนภาคีที่เกี่ยวข้องทั้ง 3 กลุ่ม ได้แก่ นักวิชาการด้านวิทยาศาสตร์การอาหารและด้านการตลาด จำนวน 2 คน ผู้นำชุมชนจำนวน 2 คน และสมาชิกกลุ่มอาชีพ จำนวน 30 คน มาร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในประเด็นการพัฒนา 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพสินค้า 2) ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ และ 3) ด้านตราสินค้า

3.4 การทดลอง (Experiment) เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองโดยหาปัจจัยที่เหมาะสมในการผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพองตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรีในประเด็นการพัฒนา 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพสินค้า 2) ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ และ 3) ด้านตราสินค้า

4. การวิเคราะห์ข้อมูล คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดประสงค์ของงานวิจัยดังนี้

4.1 การศึกษาสภาพและปัญหาของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพสินค้า 2) ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ และ 3) ด้านตราสินค้า โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

4.2 การวิเคราะห์แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพสินค้า 2) ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ และ 3) ด้านตราสินค้า วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการแปลความหมายของคะแนนความพึงพอใจของลูกค้าแบ่งเป็น 5 ระดับ ใช้หลักเกณฑ์ ดังนี้ (Sinjaru, 2017, p.336)

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายความว่า ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.3 การวิเคราะห์ผลการทดลอง โดยทำการสรุปผลการทดลองโดยผู้เชี่ยวชาญ และภาคีที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาสภาพและปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพองตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สรุปได้ดังนี้

1.1 ด้านคุณภาพสินค้า

ด้านคุณภาพสินค้านั้น สรุปได้ว่า กลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตย ดินสอพองตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี จะคำนึงถึงคุณภาพของวัตถุดิบที่นำมาผลิตไข่เค็ม ความสะอาดและสดใหม่ของไข่เค็ม แต่รสชาติของไข่เค็มยังมีความเค็มมากเกินไป

1.2 ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์

ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์นั้น สรุปได้ว่า กลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพองตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ ขนาดของไข่ฟองใหญ่ มีความสดใหม่และสะอาด แต่เปลือกไข่ยังไม่เป็นสีเขียวของใบเตยธรรมชาติ และไม่มีการกลั่นหอมของใบเตยแทรกอยู่ในเนื้อของไข่ขาว

1.3 ด้านตราสินค้า

ด้านตราสินค้านั้น สรุปได้ว่ากลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพองตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ยังไม่มีการพัฒนาตราสินค้าไม่ว่าจะเป็นตราสินค้า ฉลาก และสัญลักษณ์ของตราสินค้า แบบมีส่วนร่วม โดยจะมีหน่วยงานราชการนำฉลากตราสินค้ามาให้จำนวนหนึ่ง ซึ่งเป็นแผ่นกระดาษทรงกลมมีเส้นผ่าศูนย์กลางประมาณ 7 เซนติเมตร มีข้อมูลทั้งด้านหน้าและด้านหลัง ดังนี้

ยี่ห้อ คือ ไข่เค็มใบเตยดินสอพอง

สโลแกน คือ ไข่ขาวไม่คาว ไม่เค็ม ไข่แดงมันเยิ้ม

สัญลักษณ์ (โลโก้) คือ ภาพไข่เค็มเปลือกสีเขียว 2 ฟอง และไข่เค็มผ่าซีก

ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพองตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

2.1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม สรุปผลได้ดังนี้

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นหญิง คิดเป็นร้อยละ 62.75 มีอายุระหว่าง 45-54 ปี คิดเป็นร้อยละ 32.75 รองลงมาคืออายุระหว่าง 35-44 ปี คิดเป็นร้อยละ 18.75 ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 18.50 รองลงมาอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 17.25 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 31.25 รองลงมาคือระดับการศึกษามัธยมศึกษา/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 23.25 และส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,000-20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 44.75 รองลงมาคือรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 39.06

2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

เป็นข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับการซื้อไข่เค็มใบเตยจากกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ดังแสดงในตารางที่ 1-6

ตารางที่ 1 แหล่งการรับรู้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของผู้บริโภค

แหล่งการรับรู้ข้อมูลของผู้บริโภค	ผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน (400 คน)	ร้อยละ
บุคคลรอบข้าง	338	84.50
สมาชิกกลุ่มอาชีพต่างๆ ในตำบลถนนใหญ่	96	24.00
ผ่านทางโซเชียลมีเดีย	32	8.00
อื่นๆ	13	3.25

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่รับรู้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพตำบลถนนใหญ่จากบุคคลรอบข้าง คิดเป็นร้อยละ 84.50 รองลงมา สมาชิกกลุ่มอาชีพต่างๆ ในตำบลถนนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 24.00 และผ่านทางโซเชียลมีเดีย คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของผู้บริโภค

แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของผู้บริโภค	ผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน (400 คน)	ร้อยละ
ซื้อจากแหล่งผลิตไข่เค็มของกลุ่มอาชีพต่างๆ เช่น กลุ่มอาชีพบ้านโคกพุทรา กลุ่มอาชีพชุมชนธาราทิพย์ เป็นต้น	104	26.00
ร้านขายของชำในตำบลถนนใหญ่	140	35.00
ตลาดนัดกกโก	72	18.00
ตลาดนัดเขาพระงาม	66	16.50
ศูนย์จำหน่ายสินค้า (โอท็อป)	133	33.25
ตลาดนัดห้วยเปี่ยม	35	8.75
อื่นๆ	7	1.75

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของใบเตยดินสอพองจากร้านขายของชำในตำบลถนนใหญ่ คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาศูนย์จำหน่ายสินค้า (โอท็อป) คิดเป็นร้อยละ 33.25 และแหล่งผลิตไข่เค็มของกลุ่มอาชีพต่างๆ เช่น กลุ่มอาชีพ บ้านโคกพุทรา และกลุ่มอาชีพชุมชนธาราทิพย์ คิดเป็นร้อยละ 26.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 จำนวนครั้งที่ซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองต่อเดือนของผู้บริโภค

จำนวนครั้งที่ซื้อไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ต่อเดือนของผู้บริโภค	ผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน (400 คน)	ร้อยละ
1 ครั้ง/เดือน	149	37.25
2 ครั้ง/เดือน	86	21.50
3 ครั้ง/เดือน	19	4.75
มากกว่า 3 ครั้ง/เดือน	7	1.75
นานๆ ครั้ง	139	34.75

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพตำบลถนนใหญ่ 1 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 37.25 รองลงมา นานๆ ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 34.75 และ 2 ครั้ง/เดือน คิดเป็นร้อยละ 21.50 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 จำนวนผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองที่ซื้อในแต่ละครั้งของผู้บริโภค

จำนวนไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ที่ซื้อในแต่ละครั้งของผู้บริโภค	ผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน (400 คน)	ร้อยละ
น้อยกว่า 5 ฟอง	134	33.50
5-10 ฟอง	216	54.00
11-20 ฟอง	36	9.00
21-30 ฟอง	12	3.00
31-40 ฟอง	2	0.50
มากกว่า 40 ฟอง	0	0.00

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพตำบลถนนใหญ่ จำนวน 5-10 ฟอง คิดเป็นร้อยละ 54.00 รองลงมาจำนวนน้อยกว่า 5 ฟอง คิดเป็นร้อยละ 33.50 และจำนวน 11-20 ฟอง คิดเป็นร้อยละ 9.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 5 วัตถุประสงค์ของการซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของผู้บริโภค

วัตถุประสงค์ของการซื้อผลิตภัณฑ์ ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของผู้บริโภค	ผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน (400 คน)	ร้อยละ
รับประทานในครอบครัว	349	87.25
นำไปเป็นของฝาก	193	48.25
เป็นวัตถุดิบของร้านอาหาร	27	6.75
ใช้ในธุรกิจส่วนตัว (จัดโต๊ะจีน/จัดทำอาหารตามสั่ง)	4	1.00
นำไปขายปลีก/ขายส่ง	20	5.00
อื่นๆ	1	0.25

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์ของการซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพตำบลถนนใหญ่ คือ รับประทานในครอบครัว จำนวนครั้งของการเลือก 349 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 87.25 รองลงมา เพื่อนำไปเป็นของฝาก จำนวนครั้งของการเลือก 193 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 48.25 และเป็นวัตถุดิบของร้านอาหารคิดจำนวนครั้งของการเลือก 27 ครั้ง เป็นร้อยละ 6.75

ตารางที่ 6 เหตุผลของการซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของผู้บริโภค

เหตุผลของการซื้อผลิตภัณฑ์ ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของผู้บริโภค	ผู้ตอบแบบสอบถาม	
	จำนวน (400 คน)	ร้อยละ
มีรสชาติไม่เค็มเกินไป	164	41.00
เชื่อมั่นในคุณภาพ	95	23.75
ราคามีความเหมาะสม	165	41.25
เพื่อส่งเสริมธุรกิจชุมชน	131	32.75
ต้องการทดลองชิมสินค้า	146	36.50
อื่นๆ	0	0.00

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพตำบลถนนใหญ่ ด้วยเหตุผลคือ ราคามีความเหมาะสม คิดเป็นร้อยละ 41.25 รองลงมา มีรสชาติไม่เค็มเกินไป คิดเป็นร้อยละ 41.00 และต้องการทดลองชิมสินค้า คิดเป็นร้อยละ 36.50 ตามลำดับ

2.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี สรุปเป็นรายด้านและภาพรวม คือ 1) ด้านคุณภาพสินค้า 2) ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ และ 3) ด้านตราสินค้า ดังตารางที่ 7

**ตารางที่ 7 ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง
จังหวัดลพบุรี ของผู้บริโภคในภาพรวม**

ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม ใบเตยดินสอพองของผู้บริโภค	ระดับความพึงพอใจ		
	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ความหมาย
1. ด้านคุณภาพสินค้า	3.36	0.80	ปานกลาง
2. ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์	2.95	0.73	ปานกลาง
3. ด้านตราสินค้า	2.71	0.97	ปานกลาง
ภาพรวม	3.09	0.74	ปานกลาง

จากตารางที่ 7 พบว่า ความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ ด้านคุณภาพสินค้า รองลงมาคือด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ และด้านตราสินค้า ตามลำดับ

**ตอนที่ 3 ข้อมูลการสนทนากลุ่มมีต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง
ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี**

การสนทนากลุ่มเป็นการนำข้อมูลทั้งหมดที่ได้จากการศึกษาที่ผ่านมาเกี่ยวกับสภาพและปัญหาของการจัดการด้านผลิตภัณฑ์ของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพองตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่ผ่านการสังเคราะห์แล้วโดยคณะผู้วิจัย และข้อมูลความพึงพอใจของลูกค้าที่ได้จากแบบสอบถาม มาให้ตัวแทนภาคีที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มอาชีพ ร่วมแสดงความคิดเห็นเพื่อเสนอแนวทาง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองในประเด็นการพัฒนา 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพสินค้า 2) ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ และ 3) ด้านตราสินค้า มาสังเคราะห์โดยใช้ตัวแบบการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในและภายนอก (SWOT analysis) สรุปผลได้ดังตารางที่ 8 - 9

ตารางที่ 8 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายในของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่

ปัจจัยสภาพแวดล้อมภายใน	จุดแข็ง (Strengths)	จุดอ่อน (Weaknesses)
1. ด้านคุณภาพสินค้า	1. ใช้วัตถุดิบที่คุณภาพโดยเฉพาะไข่เป็ดที่มีความสด ใหม่ และสะอาด	1. รสชาติของไข่ขาวเค็มเกินไป 2. ไข่แดงขาดความมัน 3. การรับรองมาตรฐานยังอยู่ในเกณฑ์ที่ไม่น่าพอใจ
2. ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์	-	1. ไม่มีกลิ่นหอมของใบเตยในเนื้อของไข่เค็ม 2. เปลือกไข่เค็มเป็นสีขาว ไม่มีลักษณะโดดเด่นกว่าไข่เค็มทั่วไป
3. ด้านตราสินค้า	-	1. ไม่โดดเด่นและมีข้อมูลไม่สมบูรณ์ 2. สโลแกนไม่ทันสมัยและไม่ดึงดูดใจลูกค้า 3. ขาดสัญลักษณ์ (โลโก้) ที่แสดงเอกลักษณ์ของบ้านถนนใหญ่

ตารางที่ 9 การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมภายนอกของผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่

โอกาส (Opportunities)	อุปสรรค (Threats)
1. จังหวัดลพบุรีมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง และมีงานแสดงสินค้าประจำปี ทำให้กลุ่มอาชีพผู้ผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพอง สามารถนำไข่เค็มใบเตยไปวางขายให้แก่ผู้บริโภค และนักท่องเที่ยวได้	1. มีคู่แข่งหลายรายที่มีความเข้มแข็งกว่าด้านเงินทุน และด้านการจัดการตลาด 2. ผู้บริโภคมีกระแสการรักสุขภาพมากขึ้น ไม่นิยมรับประทานอาหารที่มีรสเค็ม

ตอนที่ 4 การทดลองเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น

ผลการทดลองเชิงปฏิบัติการโดยใช้วัตถุดิบและกระบวนการตามคำแนะนำของนักวิชาการด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร และนักวิชาการด้านการตลาดเพื่อให้ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น ใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพสินค้า 2) ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ และ 3) ด้านตราสินค้า มีรายละเอียดดังนี้

1. ด้านคุณภาพสินค้า เป็นการเน้นให้การผลิตไข่เค็มมีการใช้วัตถุดิบที่สดใหม่ สะอาด มีรสชาติกลมกล่อมไม่เค็มเกินไป และได้รับการรับรองมาตรฐาน ผลการทดลองพบว่า กลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง

พองตำบลดนนใหญ่ สามารถผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพองมีรสชาติดกกลมกล่อม อร่อย และไม่เค็มเกินไป ส่วนการรับรองมาตรฐานที่สูงขึ้นนั้นจะได้ดำเนินการในลำดับต่อไป

2. ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ เน้นการผลิตไข่เค็มที่มีกลิ่นหอมของใบเตยซึมเข้าสู่เนื้อไข่ขาว และทำให้เปลือกไข่เป็นสีเขียวธรรมชาติของใบเตย ผลการทดลองพบว่า มีกลิ่นหอมของใบเตยซึมเข้าไปในเนื้อของไข่เค็ม ส่วนสีของใบเตยยังไม่สามารถซึมผ่านเข้าไปในเปลือกไข่เพื่อให้เป็นสีเขียวของใบเตยได้

3. ด้านตราสินค้า เน้นให้กลุ่มอาชีพพัฒนาตราสินค้าที่จดจำง่าย มีสัญลักษณ์ (โลโก้) และสโลแกนที่เหมาะสม ทั้งนี้ความโดดเด่นของตราสินค้าต้องสามารถดึงดูดลูกค้าที่พบเห็นได้ โดยใช้การสนทนากลุ่ม และระดมความคิดเห็นกับกลุ่มภาคีที่เกี่ยวข้อง ทำให้ได้สโลแกนที่เหมาะสมตามความคิดเห็นของกลุ่มภาคี คือ “ไม่ควา นุ่ม หอมเตย...อร่อย อร่อย” โดยใช้ตราสินค้า คือ “ไข่เค็มใบเตยบ้านดนนใหญ่” และสัญลักษณ์ของตราสินค้าที่ประกอบด้วย ไข่แดงต้มสุก (ผ่าเป็นสองซีก) ใบเตยสีเขียวสด ดินสอพอง และเครื่องหมายรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพองตำบลดนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ได้ดังนี้

1. ด้านคุณภาพสินค้า ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพสินค้าโดยรวมของไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพองตำบลดนนใหญ่ ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม ลูกค้ำมีความพึงพอใจด้านวัตถุดิบที่นำมาผลิตเป็นไข่เค็มใบเตยดินสอพองและด้านความสะดวกในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Changkhit (2007) เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่พบว่า ผู้ซื้อไข่เค็มไชยาส่วนใหญ่มีความเห็นว่าวัตถุดิบทุกชนิดที่ใช้ในการผลิตไข่เค็มมีคุณภาพดี และพอใจในรสชาติไข่เค็มไชยา

จากการทดลองกลุ่มอาชีพสามารถพัฒนาตราสินค้าไข่เค็มส่วนที่เป็นไข่ขาวให้มีความเค็มน้อยลง มีความกลมกล่อมมากขึ้น โดยอาศัยปัจจัยการผลิตที่เหมาะสม และกระบวนการทดลองที่ได้รับการเรียนรู้จากนักวิชาการด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร ทั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ kandun (2018) เรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชน ทัศนศึกษากลุ่มไข่เค็ม บ้านดงป่าสัก อำเภอแม่สาย จังหวัดเชียงราย ที่พบว่า การทำให้ไข่เค็มเป็นที่ยอมรับในตลาดมากยิ่งขึ้น ต้องอาศัยปัจจัยด้านการผลิต มีกระบวนการผลิต การกำหนดของเสียจากการผลิต การจัดหาแหล่งวัตถุดิบ การกำหนดคุณภาพวัตถุดิบ และการสร้างนวัตกรรมในการผลิต

2. ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ ก่อนการทดลองผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจในด้านคุณภาพสินค้าของไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพองตำบลดนนใหญ่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ลูกค้ำมีความพึงพอใจในด้านเปลือกไข่เป็นสีขาวและไข่เค็มพองใหญ่อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนเรื่องกลิ่นหอมของใบเตยอย่างเด่นชัดนั้น ลูกค้ำมีความพึงพอใจในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Puangpejara & Kumnuanchai (2018) ศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาด้าน

การตลาดธุรกิจไข่เค็มใบเตย: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านโคกพุทรา หมู่ที่ 2 ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมืองจังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจไข่เค็มของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร โคกพุทรามีปัญหาที่สำคัญ คือ กลิ่นหอมของใบเตยไม่เด่นชัด ทำให้ขาดเอกลักษณ์ของตนเอง

3. ด้านตราสินค้า ลูกคามีความพึงพอใจในด้านตราสินค้าของไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพผู้ผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ในระดับปานกลาง ส่วนรายชื่อ เรื่องของความโดดเด่นของตราสินค้าสามารถดึงดูดลูกค้าที่พบเห็นนั้น ลูกค้ามีความพึงพอใจในระดับน้อย ซึ่งสอดคล้องกับผลของการสังเกตและการสนทนากลุ่ม ที่พบว่ากลุ่มอาชีพยังไม่มีกำหนดตราสินค้าเป็นของตนเอง ที่เคยนำมาใช้เป็นตราสินค้าที่หน่วยงานภาครัฐแห่งหนึ่งนำมาให้ แต่ก็มีรายละเอียดไม่สมบูรณ์ และสอดคล้องกับผลการวิจัยของ Puangpejara & Kumnuanchai (2016) เรื่อง แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่พบว่า วิสาหกิจชุมชนไร่สานฝัน ตำบลนิคมสร้างตนเอง อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ที่พบว่า สินค้าที่วิสาหกิจชุมชนไร่สานฝันจำหน่ายมีตราสินค้าหลายรูปแบบขาดเอกลักษณ์ของตนเอง ตัวอักษรในป้ายฉลากมีขนาดเล็กเกินไปและมีข้อมูลไม่สมบูรณ์

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

บทสรุป

ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี มีปัญหาที่สำคัญ คือ มีรสชาติเค็ม ขาดกลิ่นหอมของใบเตย และขาดการพัฒนาตราสินค้าที่เป็นเอกลักษณ์ของตนเอง ไม่ดึงดูดใจให้ลูกค้าและนักท่องเที่ยวซื้อไปเป็นของฝาก ผลการทดลองเชิงปฏิบัติการโดยใช้วัตถุดิบและกระบวนการตามคำแนะนำของนักวิชาการด้านวิทยาศาสตร์การอาหารพบว่า กลุ่มอาชีพสามารถผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพองที่มีรสชาติอร่อย ไม่เค็ม และมีกลิ่นหอมของใบเตยซึมเข้าไปในเนื้อของไข่เค็ม ส่วนการทดลองเพื่อให้เปลือกไข่เป็นสีเขียวตามธรรมชาติของใบเตยยังไม่ได้ผลตามที่ต้องการ

กลุ่มอาชีพและภาคีที่เกี่ยวข้องได้ทำการพัฒนาตราสินค้า เพื่อให้เป็นที่น่าสนใจ และง่ายต่อการจดจำ โดยทำการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม ด้วยการสนทนากลุ่ม มีนักวิชาการด้านการตลาดมาให้ความรู้ และระดมความคิดเห็นกับกลุ่มภาคีที่เกี่ยวข้อง และได้สโลแกนที่เหมาะสมตามความคิดเห็นของกลุ่มภาคี คือ “ไม่คาว ขาว นุ่ม หอมเตย...อร่อย อร่อย” โดยชื่อตราสินค้า คือ “ไข่เค็มใบเตยบ้านถนนใหญ่” และสัญลักษณ์ของตราสินค้าที่ประกอบด้วย ไข่แดงต้มสุก (ผ่าเป็นสองซีก) ใบเตยสีเขียวสด ดินสอพองและเครื่องหมายรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สะท้อนถึงกลุ่มอาชีพที่ผลิตเพื่อให้เกิดการจดจำในกลุ่มอาชีพ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ให้ได้เกิดการยอมรับได้ง่ายขึ้นในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

1.1 ด้านคุณภาพสินค้า ควรมุ่งเน้นการคัดสรร ควบคุมคุณภาพของไข่เป็ดที่จะนำมาผลิตให้มีความสดใหม่ ความสะอาด และควบคุมกระบวนการผลิต โดยใช้วัตถุดิบ และกระบวนการผลิตตามที่นักวิชาการสาธิตให้ดูและทดลองร่วมกัน ทำให้ได้ไข่เค็มใบเตยที่มีรสชาติที่เค็มพอเหมาะ เพื่อให้ได้การรับรองมาตรฐานสินค้าในระดับที่สูงขึ้น ซึ่งจะเป็นการเพิ่มส่วนการตลาดหรือเพิ่มยอดขายในอนาคต

1.2 ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ ควรเพิ่มเอกลักษณ์ของตัวผลิตภัณฑ์ คือ ทำให้ไข่เค็มมีกลิ่นหอมของใบเตย มีเปลือกไข่เป็นสีขาว และพองใหญ่ เพื่อเพิ่มความชอบรับประทานให้มากขึ้น โดยการคัดสรรวัตถุดิบที่เป็นใบเตยที่มีกลิ่นหอม และดินสอพองที่มีคุณภาพดี และกำหนดสัดส่วนของวัตถุดิบเป็นไปตามสูตรของนักวิชาการ

1.3 ด้านตราสินค้า ควรได้ทำแผนป้ายประชาสัมพันธ์ถึงชื่อตราสินค้า และสัญลักษณ์ของตราสินค้า ตลอดจนสโลแกน เพื่อให้เป็นที่จดจำของผู้บริโภคได้มากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการทำการวิจัยเพื่อหาความเป็นไปได้ในการร่วมมือกันเพื่อผลิตวัตถุดิบในท้องถิ่น เพื่อใช้ในกระบวนการผลิตเอง อันเป็นการลดต้นทุนการผลิต เพื่อมาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์และสร้างงาน สร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในชุมชนต่อไป

2.2 ควรมีการตรวจสอบคุณภาพของผลิตภัณฑ์ทางด้านเคมี เพื่อสร้างความมั่นใจในกระบวนการผลิต นำไปสู่การพัฒนากระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน จนสามารถได้รับการรับรองมาตรฐานด้านคุณภาพในระดับที่สูงขึ้น

2.3 ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาการส่งเสริมการตลาดในด้านของการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การใช้พนักงานขาย และการประชาสัมพันธ์ เพื่อให้ตราสินค้าของกลุ่มอาชีพเป็นที่ตอบรับของผู้บริโภคในท้องถิ่น

องค์ความรู้ใหม่และผลที่เกิดต่อสังคม ชุมชน ท้องถิ่น

การวิจัยครั้งนี้ทำให้กลุ่มอาชีพผู้ผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี ได้ทราบศึกษาสภาพและปัญหาด้านผลิตภัณฑ์ไข่เค็มใบเตยดินสอพองของกลุ่มอาชีพในด้านคุณภาพสินค้า ด้านลักษณะผลิตภัณฑ์ และด้านตราสินค้า

จากการทดลองเชิงปฏิบัติการโดยนักวิชาการ และผู้เชี่ยวชาญในการผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ทำให้สมาชิกกลุ่มอาชีพได้ทราบส่วนผสมและกระบวนการผลิตที่เหมาะสมในการผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ดังนี้

ส่วนผลการทำไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ได้แก่ 1) ไข่เป็ด 100 ฟอง 2) น้ำส้มสายชู/เหล้าขาว 1 ซ้อนโต๊ะ 3) น้ำเปล่า 2 ลิตร 4) ใบเตย 1 กิโลกรัม 5) เกลือสมุทร 1 กิโลกรัม 6) สารส้มปน 1 ซ้อนโต๊ะ และ 7) ดินสอพองชนิดผงที่สะอาด 3 กิโลกรัม

วิธีทำไข่เค็มใบเตยดินสอพอง

1. นำไข่เป็ดมาล้างในน้ำที่ผสมน้ำส้มสายชูหรือเหล้าขาว โดยใช้สัดส่วนน้ำ 1 ลิตร : ส้มสายชู 1 ซ้อนโต๊ะ โดยแช่ทิ้งไว้สักครู่ เมื่อล้างแล้วพักไข่ไว้ให้แห้ง (ไข่เป็ดที่นำมาใช้ควรใช้ไข่สดไม่เกิน 2 วัน ถ้าเกินจะทำให้ไข่ที่ทำเก็บไว้ไม่ได้นาน)

2. ขั้นตอนการเตรียมใบเตย 1) หั่นหรือสับใบเตยให้ละเอียด 2) นำใบเตยไปปั่นในเครื่องปั่นผสมน้ำสัดส่วนใบเตย 1 กิโลกรัม : น้ำ 1 ลิตร และ 3) ใส่กระชอนแยกกากกับน้ำที่ได้จากการปั่น

3. ขั้นตอนการเตรียมส่วนผสมดินสอพอง 1) ผสมเกลือ 1 กิโลกรัม (ใช้เกลือสมุทร) : ดินสอพอง 3 กิโลกรัม (ใช้ดินสอพองแบบผงชนิดผงที่สะอาด เพราะดินสอพองที่สะอาดจะทำให้ไข่เก็บไว้ได้นาน) คลุกเคล้าเกลือกับดินสอพองให้เข้ากัน และ 2) ค่อยๆ เทน้ำใบเตยที่ปั่นแล้ว (ในขั้นตอนที่ 2) ใส่ในดินสอพองที่ผสมกับเกลือแล้ว คลุกเคล้าให้เข้ากัน

4. นำดินสอพองที่ผสมน้ำใบเตยในขั้นตอนที่ 3 ไปคลุกกับไข่ โดยค่อยๆ กัดดินสอพองให้ติดกับไข่ แล้วนำไปคูกากใบเตย

5. นำไข่ที่คลุกดินสอพองและกากใบเตยไปเรียงในตะกร้าพลาสติก โดยตะกร้า 1 ใบ เรียงไข่ได้ 50 ฟอง (เรียง 2 ชั้น ๆ ละ 25 ฟอง โดยนำใบเตยรองระหว่างชั้นของไข่) และติดวันที่ไว้ในตะกร้าแต่ละใบ ทิ้งไข่ไว้ 7 วัน สำหรับทำไข่ดาว และทิ้งไว้ 14 วัน สำหรับไข่ต้ม

6. ขั้นตอนการต้มไข่เค็ม

6.1 นำไข่ที่คลุกดินสอพองไว้ไปล้างให้สะอาด และนำไปต้มในน้ำผสมสารส้ม สัดส่วนน้ำ 1 ลิตร : สารส้มปน 1 ซ้อนโต๊ะ โดยต้ม 7 นาที จะได้ไข่แดงเข้ม ต้ม 8 นาที จะได้ไข่แข็ง (เริ่มจับเวลาตอนน้ำเดือด โดยใส่ไข่ในน้ำเลยไม่ต้องรอน้ำเดือดเพราะจะทำให้ไข่แตก) และหากต้มในปริมาณมากให้นำไข่ใส่ในถุงตาข่ายผ้าแยกเป็นถุงๆ เพื่อความสะดวกในการต้ม

6.2 นำไข่ที่ต้มแช่ในน้ำเย็นทิ้งไว้สักครู่ นำไข่ออกทิ้งไว้ให้แห้ง หลังจากนั้นนำไปบรรจุใส่บรรจุภัณฑ์เพื่อจำหน่ายต่อไป

สรุปได้ว่ากลุ่มอาชีพสามารถผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพองที่มีคุณภาพดีขึ้น คือความเค็มของไข่ขาวลดลง มีรสชาติกลมกล่อม และมีกลิ่นหอมอ่อนๆ ของใบเตยแทรกเข้าสู่เนื้อของไข่เค็ม นอกจากนี้ยังสามารถพัฒนาตราสินค้าโดยอาศัยรูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชน หลังจากกลุ่มอาชีพมีการพัฒนาไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ทำให้สามารถเพิ่มราคาสินค้าสูงขึ้นจากฟองละ 6 บาท เป็นฟองละ 8-10 บาท มีการขยายช่องทางการจำหน่ายในรูปแบบนำไปเสนอขายในงานแสดงสินค้าต่างๆ เป็นการเพิ่มรายได้ให้แก่สมาชิกกลุ่มอาชีพผู้ผลิตไข่เค็มใบเตยดินสอพอง ตำบลถนนใหญ่ อำเภอเมือง จังหวัดลพบุรี

References

- Changkhith, N. (2007). *Chaiya Salted Egg Product Development, Surat Thani Province*. Surat Thani: Surat Thani Rajabhat University. (In Thai)
- Kachornkittiya, N. (2007). Community Enterprise Management: Effective Means to Sustainable Success. *Journal of Yala Rajabhat University*, 2(2), 150-162. (In Thai)
- Kandum, S., (2018). *Factors Affecting the Success of Community Enterprise: A Case Study of Salted Egg of Ban Dong Pa Sak, Maesai District, Chiang Rai Province*. (Master of Business Administration Thesis, M.B.A. General Management, Chiang Rai Rajabhat University). (In Thai)
- Khunthongchan, S., (2017). *Business Research*. Bangkok: Se-Education. (In Thai)
- Kotler, P., & Keller, K.L. (2012). *Marketing Management*. (14thed.). New York: Pearson Education.
- Lohsuwan, A. (2017). *Community Leader of Thanon Yai Sub District*. Interview. (In Thai)
- Puangpejara, K., Puangpejara, S., Kumnuanchai, S., & Sukerd, S. (2016) The Marketing Management of Promotion by Community's Participation of Rai San Fan Community Enterprise, Nihom Sang Ton- eng Sub- District, Mueang District, Lop Buri Province. *NIDA Development Journal*, 56(4), 96-120. (In Thai)
- Puangpejara, K., Puangpejara, S., & Kumnuanchai, S. (2018). The Guidelines for Marketing Development of Pandanus Salted Egg Business: A Case Study of Ban Khokputsa Agricultural Housewife Group Community Enterprise, Moo 2, Thanonyai Sub-District, Muang District, Lop Buri Province. *Veridian E-Journal, Silpakorn University*, 11 (2), 1441-1454. (In Thai)
- Sinjaru, T. (2017). *Research and Analyze Statistical Data with SPSS and AMOS*. (17thed.). Bangkok: Business R & D. (In Thai)
- Suwankham, T. (2017). *A Group Member of Pandanus Salted Egg, Thanon Yai Agricultural Housewife Group*. Interview. (In Thai)
- Waiwanitkun, N. & Udomsri, C. (2011). *Business Research Methodology*. (21sted.). Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. (In Thai)