

แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ซอสพริกหอยนางรม
กลุ่มหอยนางรมครบวงจรคั้งกระเบน จังหวัดจันทบุรี
The Product and Packaging Development Oyster Chilli Sauce.
Kung Gra-ben Bay Oyster Fully Integrated Producing Community,
Chanthaburi

ทักษญา สง่าโยธิน¹ อัจจิมา ศุภจริยาวัตร² ตติยะ ฉิมพาลี³ และพรพชร เหลืองดำรงค์ชัย⁴
Taksaya Sangayotin, Atchima Supachariyawat, Tatiya Chimpalee
and Ponpatchara Luengdamrongchai

บทคัดย่อ

การทำวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ซอสพริกหอยนางรม 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ซอสพริกหอยนางรม เพื่อเป็นแนวทางให้กลุ่มหอยนางรมครบวงจรคั้งกระเบน จังหวัดจันทบุรี วิธีการวิจัยเป็นแบบผสมวิธี (Mixed Method) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงปริมาณ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อวิเคราะห์ค่าสถิติ และการสนทนากลุ่ม เป็นเครื่องมือในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาที่สำคัญ จากผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของลักษณะของบรรจุภัณฑ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ซอสพริกหอยนางรม โดยวิธี Multiple Linear Regression พบว่า ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ด้านความคงทน ด้านการถ่ายสินค้า ด้านการจัดเก็บ และด้านการกำจัดส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ดังนี้ ด้านการถ่ายสินค้า กลุ่มผู้จำหน่าย และผู้บริโภค เสนอให้เพิ่มขนาดบรรจุภัณฑ์ให้ใหญ่ขึ้นกว่าเดิม กลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนมากเสนอให้ขายซอสพริกหอยนางรมเป็นแบบบรรจุ 4 ขวด ใส่บรรจุภัณฑ์สวยงาม ด้านความคงทน ตลอดอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ภายหลังจากการเปิดขวดแล้วควรเก็บไว้ในอุณหภูมิห้องหรือควรแช่ในตู้เย็น ในด้านการกำจัด บรรจุภัณฑ์ควรสามารถนำมารีไซเคิลได้

ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซอสพริกหอยนางรม จากงานวิจัยฉบับนี้พบว่า **ด้านประโยชน์หลัก** ให้ความสำคัญกับรสชาติ ความคุ้มค่าและคุณภาพ **ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์** ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด สวยงาม ความชัดเจนของฉลาก **ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง** ให้ความสำคัญกับราคาและคุณค่าทางโภชนาการ **ด้านผลิตภัณฑ์ควบ** ให้ความสำคัญในเรื่องของการบริการหลังการขายและการจัดส่ง **ด้านศักยภาพ**

¹ มหาวิทยาลัยบูรพา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131 อีเมล taksaya@go.buu.ac.th

Burapha University Muang District, Chonburi Province, 20131 Thailand, Email: taksaya@go.buu.ac.th

² มหาวิทยาลัยบูรพา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131 อีเมล atchima@go.buu.ac.th

Burapha University Muang District, Chonburi Province, 20131 Thailand, Email: atchima@go.buu.ac.th

³ สภาอุตสาหกรรม กลุ่มจังหวัดภาคใต้ชายแดน อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี 94000 อีเมล ta.ti.ya@hotmail.com

Pattani Social Enterprise Company limited Muang District, Pattani Province, 94000 Thailand, Email: ta.ti.ya@hotmail.com

⁴ มหาวิทยาลัยบูรพา อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี 20131 อีเมล queen_narak@hotmail.com

Burapha University Muang District, Chonburi Province, 20131 Thailand, Email: queen_narak@hotmail.com

ของผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในเรื่องของรสชาติที่แปลกใหม่ คุณค่าของซอสพริกหอยนางรม และเนื้อซอสของผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ: ลักษณะของบรรจุภัณฑ์, องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์, การตัดสินใจซื้อ

Abstract

The objectives of this research were 1) to study product characteristics and packaging of oyster chili sauce 2) Product development and packaging of oyster chili sauce, to be used as a role model for Kung Gra-ben bay oyster fully integrated producing community. This research was mixed method by questionnaires as a quantitative research tool, statistical program for data analysis and focus group discussion.

Following the analysis of two factors are packaging characteristics and purchasing decisions using the Multiple Linear Regression method was found that the packaging durability, pouring out, storage and disposal affects to consumers' purchasing decisions therefor sample group of dealer and consumer propose to expand the package size. The sample group consensus was proposed that oyster chili sauce should sales in a 4-bottle pack, in beautifully packaged, durability throughout the product shelf life. If not consumed all at once shall be store at room temperature or should be placed in the refrigerator, and for disposal of the packaging should be recyclable.

According to the analysis of this research found that correlating between product composition and consumer purchasing decision of oyster sauce in mainly benefit focus on taste, value and quality. In term of product model focus on clean packaging, beautiful and label clarity. In term of product expectation focus on selling price and nutritional value couple of focusing on product concurrently with delivery and after-sales service. In term of product potential also focus on the exotic taste including the nutritional value and texture of oyster chili sauce.

Keywords: Characters of Packaging, Product Component, Purchasing Decision

บทนำ

ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบน อันเนื่องมาจากพระราชดำริ ก่อตั้งขึ้นตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร เป็นศูนย์ศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาในเขตพื้นที่ชายทะเล จังหวัดจันทบุรี จัดตั้งเป็นศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนมาตั้งแต่ ปี พ.ศ.2525 ซึ่งศูนย์ศึกษา ดังกล่าว เป็นหน่วยงานที่ดำเนินการศึกษา สาธิต และการพัฒนาในเขตพื้นที่ชายทะเล โดยวิธีการผสมผสานความรู้อันหลากหลายของแต่ละหน่วยงานเพื่อวางแผนพัฒนาการจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ให้เหมาะสม สมและยั่งยืนตลอดไป (Kung Krabaen Bay Royal

Development Study Centre, 2015) อีกทั้งทรัพยากรธรรมชาติที่มีคุณค่าบริเวณอ่าวคุ้งกระเบน เริ่มเสื่อมโทรม มีการจับสัตว์น้ำในบริเวณที่เกินระดับความเหมาะสมของการขยายพันธุ์ ทำให้แหล่งประมงที่เคยอุดมสมบูรณ์ลดปริมาณลงมาก การเพาะปลูกนั้นได้รับความเสียหาย เนื่องจากน้ำทะเลได้เอ่อล้นถึงพื้นที่การเกษตร พื้นที่เขตป่าสงวนถูกบุกรุกทำลายกลายเป็นป่าเสื่อมโทรมจำนวนมาก พระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร ทรงห่วงใยราษฎรที่ประสบปัญหาความเสื่อมโทรมของทรัพยากรดังกล่าวจึงมีพระราชดำริที่จะทำการศึกษาพัฒนาพื้นที่ในเขตที่ดินชายทะเล เพื่อแนะนำให้ประชาชนนั้นได้มีความรู้และได้ตระหนักถึงความสำคัญของการใช้และอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติด้านต่าง ๆ อย่างเหมาะสม

ต่อมาในปี พ.ศ. 2547 กลุ่มชาวบ้านเริ่มประกอบอาชีพประมงพื้นบ้านโดยการเลี้ยงหอยนางรม ในคลองอัมพวาปากน้ำแฉมหนูหลายครัวเรือน จึงทำให้งานส่งเสริมการประมง ศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนฯ ได้เล็งเห็นแนวทางที่จะพัฒนาเป็นอาชีพ และจัดให้มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่มอาชีพเพาะหอยนางรมชายลูกพันธุ์ โดยปัจจุบันกลุ่มหอยนางรมครบวงจรคุ้งกระเบน ได้เพิ่มการผลิตผลิตภัณฑ์แปรรูปจากหอยนางรมที่หลากหลาย เช่น ข้าวเกรียบหอยนางรม น้ำพริกเผาหอยนางรม เมี่ยงสมุนไพรหอยนางรม ซอสหอยนางรม เป็นต้น เมื่อผลิตภัณฑ์ดังกล่าวของกลุ่มหอยนางรมครบวงจรคุ้งกระเบนเริ่มอยู่ตัวแล้ว จึงได้มีการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมา คือซอสพริกหอยนางรม ซึ่งแตกต่างจากซอสพริกตามตลาดทั่วไป โดยมีการเพิ่มคุณประโยชน์และคุณค่าจากหอยนางรม ซึ่งในหอยนางรมจะมีแร่ธาตุสังกะสี ช่วยกระตุ้นการทำงานของระบบประสาทและสมอง เพิ่มการตื่นตัว บรรเทาอาการของโรคซึมเศร้า มีวิตามินบี 1 บี 2 และวิตามินซี บำรุงกล้ามเนื้อ หัวใจ และผิวพรรณ เป็นการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับกลุ่มชาวบ้านอีกด้วย

จากการสำรวจพื้นที่ พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการยังขาดความรู้ในการจัดการทางด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านการตลาด ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาลักษณะผลิตภัณฑ์และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ซอสพริกหอยนางรมให้มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นเฉพาะตัว ดึงดูดความน่าสนใจ และสร้างความจดจำให้แก่ผู้บริโภคเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย ซึ่งจะทำให้เกิดรายได้จากผลิตภัณฑ์มากขึ้น



ภาพที่ 1 ซอสพริกหอยนางรมในรูปแบบฉลากเดิม (กลุ่มหอยนางรมครบวงจรคุ้งกระเบน)

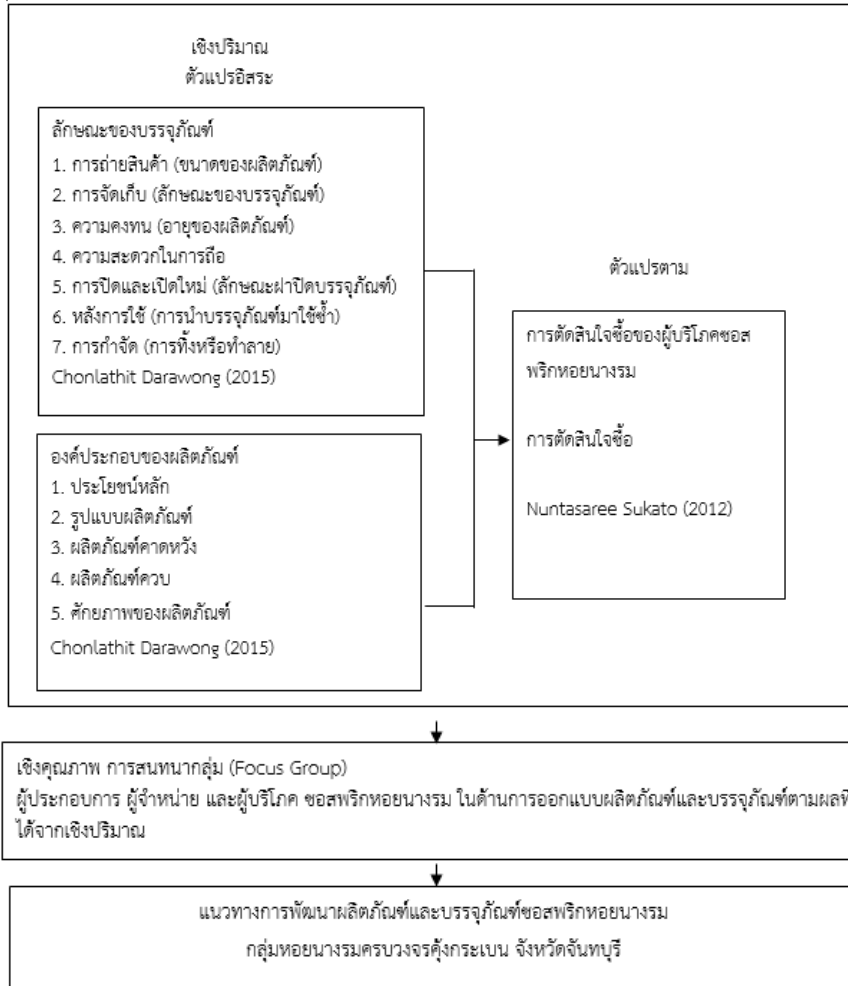
วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของสพริกหอยนางรม
2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของสพริกหอยนางรม เพื่อเป็นแนวทางให้กลุ่มหอยนางรม
ครบวงจรคั้งกระเบน จังหวัดจันทบุรี

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา ศึกษาเรื่องลักษณะของบรรจุภัณฑ์ องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
เชิงปริมาณ ประชากรในจังหวัดจันทบุรีและผู้บริโภค จำนวน 531,037 คน
(Department of Provincial Administration, 2016) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน และทำการเก็บ
แบบสอบถามเพิ่มเติมเพื่อป้องกันข้อมูลไม่สมบูรณ์อีก 20 คน เป็น 420 คน
เชิงคุณภาพ การสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 9 คน แบ่งเป็น ผู้ผลิต 3 คน
ผู้จำหน่าย 3 คน และผู้บริโภค 3 คน โดยเลือกการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)
3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาในการดำเนินการศึกษาในช่วงเวลาตั้งแต่เดือน
สิงหาคม-ธันวาคม 2561
4. ขอบเขตด้านพื้นที่ จังหวัดจันทบุรี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัย

1. ได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ของสหพรักหอยนางรม ให้มีเอกลักษณ์ ดึงดูดความสนใจ และยกระดับผลิตภัณฑ์ให้มีมาตรฐาน
2. ได้ฉลากผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ดึงดูด สะดุดตา และผู้บริโภคจดจำได้ง่าย

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเรื่องแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของสหพรักหอยนางรม กลุ่มหอยนางรมครบวงจรคั้งกระเบน จังหวัดจันทบุรี ผู้วิจัยเลือกใช้การวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed method) คือ ในเชิงปริมาณด้วยการสำรวจจากแบบสอบถามและใช้สถิติวิเคราะห์ และเชิง

คุณภาพด้วยการสนทนากลุ่มโดยการลงพื้นที่สำรวจกลุ่มหอยนางรมครบวงจรคัมภีระเบน จังหวัดจันทบุรี เพื่อให้ได้มาซึ่งความเป็นมาของปัญหาแล้วนำมาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้แบบสอบถาม และนำไปสำรวจกับกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เป็นเอกลักษณ์ โดดเด่น ดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ และนำไปยืนยันผลการวิจัยด้วยการสนทนากลุ่ม ซึ่งเป็นการดำเนินการวิจัยเพื่อให้ได้คำตอบตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 ลงพื้นที่สำรวจกลุ่มหอยนางรมครบวงจรคัมภีระเบน จังหวัดจันทบุรี

ขั้นตอนที่ 2 ศึกษารวบรวมข้อมูลและทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของสหกรณ์หอยนางรม

ขั้นตอนที่ 3 นำผลที่ได้จากการทบทวนวรรณกรรม ลงพื้นที่ มาสร้างแบบสอบถามแล้วนำมาเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยรู้จักและรับประทานสหกรณ์หอยนางรม ของกลุ่มหอยนางรมครบวงจรคัมภีระเบน จังหวัดจันทบุรี

ขั้นตอนที่ 4 นำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์และฉลากผลิตภัณฑ์ใหม่ ให้เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มโดดเด่น ดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ

ขั้นตอนที่ 5 สรุปแนวทางภาพรวมเกี่ยวกับองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ รูปแบบ และฉลากบนบรรจุภัณฑ์ โดยการสอบถามข้อมูลเชิงลึกด้วยวิธีการสนทนากลุ่มกับผู้ผลิตสหกรณ์หอยนางรม ผู้จำหน่ายสหกรณ์หอยนางรม และผู้บริโภคสหกรณ์หอยนางรม ในจังหวัดจันทบุรี

สำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยรู้จักและรับประทานสหกรณ์หอยนางรม ของกลุ่มหอยนางรมครบวงจรคัมภีระเบน จังหวัดจันทบุรี

สำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการยืนยันผลด้วยการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) แบ่งเป็นผู้ผลิต จำนวน 3 คน ผู้จำหน่าย จำนวน 3 คน และผู้บริโภค จำนวน 3 คน รวมทั้งหมด 9 คน ในจังหวัดจันทบุรี และสอบถามข้อมูลเชิงลึก โดยใช้วิธีการจดบันทึก รวบรวมข้อมูลทั้งหมด โดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-end questions)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย ข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจะถูกนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยตัวแปรต่าง ๆ จะถูกนำมาลงรหัสเพื่อเปลี่ยนสภาพข้อมูลให้อยู่ในรูปตัวเลขแล้วนำมาวิเคราะห์ เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยสมมติฐานที่ตั้งไว้ ดังนี้

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) วิเคราะห์ปัจจัยการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ใช้ทดสอบสมมติฐาน มีนัยสำคัญที่ระดับ .05 โดยใช้การทดสอบค่าสถิติการวิเคราะห์

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสหกรณ์หอยนางรม ใช้สถิติ Multiple regression เพื่อทดสอบความแตกต่างของตัวแปร

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสหกรณ์หอยนางรม ใช้สถิติ Multiple regression เพื่อทดสอบความแตกต่างของตัวแปร

จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม มาสรุปประเด็นและนำมาอภิปรายผลสนับสนุนในแต่ละสมมติฐาน

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์การวิจัย คือ 1) เพื่อศึกษาลักษณะผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ซอสพริกหอยนางรม 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ซอสพริกหอยนางรม เพื่อเป็นแนวทางให้กลุ่มหอยนางรมครบวงจรคู่แข่งกระเบน จังหวัดจันทบุรีได้ ดังนี้

กลุ่มของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยรับประทานซอสพริกหอยนางรม

ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ซอสพริกหอยนางรม สามารถสรุปรายละเอียดได้ดังนี้

1. ด้านการถ่ายสินค้า (ขนาดของผลิตภัณฑ์) กลุ่มผู้จำหน่าย และ ผู้บริโภค เสนอให้เพิ่มขนาดของผลิตภัณฑ์ให้มีขนาดใหญ่ขึ้นกว่าเดิม กลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนมากมีข้อเสนอแนะให้ขายซอสพริกหอยนางรมเป็นแพ็คเกจ 4 ขวด ใส่ในกล่องบรรจุภัณฑ์สวยงาม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์

2. ด้านการจัดเก็บ (ลักษณะของบรรจุภัณฑ์) เช่น ขวดพลาสติก ขวดแก้วใส และซองพลาสติก ไม่มีผลในการตัดสินใจสำหรับผู้ร่วมสนทนากลุ่ม

3. ด้านความคงทน (อายุของผลิตภัณฑ์ หลังการเปิดใช้งาน) ให้ความสำคัญกับอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ หลังการเปิดใช้งานแล้วควรเก็บไว้ในอุณหภูมิห้องหรือควรแช่ในตู้เย็น เพื่อให้ทราบถึงอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์

4. ความสะดวกในการถือ เช่น เป็นขวดพลาสติกเพื่อป้องกันการแตก ขวดแก้วเพื่อความแข็งแรง คงทน ซองพลาสติกเพื่อสะดวกในการใช้งาน ไม่มีผลในการตัดสินใจของผู้ร่วมสนทนากลุ่ม เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไม่จำเป็นต้องถือหรือหยิบจับเป็นเวลานาน

5. การเปิด/ปิดใหม่ ลักษณะฝาปิดบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับการใช้งาน ควรเปลี่ยนเป็นสีทอง เพื่อให้เหมาะสมกับสีของฉลากบรรจุภัณฑ์

6. หลังการใช้งาน ควรมีการนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วกลับมาใช้ซ้ำอีกครั้ง ไม่เป็นพิษกับสิ่งแวดล้อม และบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถย่อยสลายเองได้ ไม่มีผลในการตัดสินใจสำหรับผู้ร่วมสนทนากลุ่ม

7. ด้านประโยชน์หลัก ให้ความสำคัญกับรสชาติ คุณค่า และคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะเนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์นั้นเป็นของรับประทานในเรื่องของรสชาติ คุณค่า และคุณภาพจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่สุด

8. ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด สวยงาม ฉลากของบรรจุภัณฑ์ชัดเจน ดึงดูด สะดุดตา เพื่อเป็นที่จดจำได้ง่าย และกลุ่มของผู้บริโภคได้เสนอแนะให้มีฉลากห้อยคอขวดซอสพริกหอยนางรม (ข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการของซอสพริกหอยนางรม) เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์

9. ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ให้ความสำคัญกับราคาและคุณค่าทางโภชนาการของซอสพริกหอยนางรม และผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคบางส่วนเสนอแนะให้มีการจัดโปรโมชั่นจากการซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น ซื้อซอสพริกหอยนางรมตามเกณฑ์กำหนดแถมผลิตภัณฑ์ตัวอื่นควบคู่ไป เพื่อเป็นการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น

10. ด้านผลิตภัณฑ์ควบ ให้ความสำคัญในเรื่องของการบริการหลังการขาย และ การจัดส่งผลิตภัณฑ์ และผู้บริโภคส่วนมากยังเสนอแนะให้มีการแถมซอสพริกหอยนางรมให้ท่านควบคู่กับผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบหอยนางรมเพื่อเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด และเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ผลิตมากขึ้น

11. ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญในเรื่องของรสชาติซอสพริกหอยนางรมที่แปลกใหม่ คุณค่าของซอสพริกหอยนางรม และเนื้อซอสของผลิตภัณฑ์ เนื่องจากซอสพริกเป็นผลิตภัณฑ์บริโภคผู้ร่วมร่วมสนทนากลุ่มจึงให้ความสำคัญในเรื่องนี้เป็นอย่างมาก

รูปแบบฉลากบนบรรจุภัณฑ์

จากผลสรุปความคิดเห็นรูปแบบฉลากบนบรรจุภัณฑ์ กลุ่มของผู้ผลิตเสนอให้เพิ่มคำว่า “1 ในโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ” ด้านหน้าของฉลากบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นได้มาจากโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ ให้กลุ่มผู้ผลิตได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาเป็นอาชีพอย่างมั่นคง และเมื่อผู้บริโภคได้เห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์นั้นมาจากโครงการพระราชดำริ ก็ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตขายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น จากที่ซื้อเพียงหนึ่งชิ้นก็ทำให้ผู้บริโภคสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ตัวอื่น ๆ ควบคู่ไปด้วย โดยกลุ่มผู้ผลิตผู้จำหน่าย และผู้บริโภคส่วนมากให้ความสำคัญในเรื่องของส่วนประกอบของซอสพริกหอยนางรม และข้อมูลในเรื่องของวันที่ผลิตและวันหมดอายุของซอสพริกหอยนางรมเพื่อให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจในการบริโภคผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 3 รูปแบบฉลากบนผลิตภัณฑ์ซอสพริกหอยนางรม

ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะของบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซอสพริกหอยนางรม ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของลักษณะของบรรจุภัณฑ์กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ซอสพริกหอยนางรม โดยวิธี Multiple Linear Regression พบว่า ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ด้านความคงทน (อายุของผลิตภัณฑ์หลังการเปิดใช้งาน) ด้านการถ่ายสินค้า (ขนาดของผลิตภัณฑ์) ด้านการจัดเก็บ (ลักษณะของบรรจุภัณฑ์) และด้านการกำจัด (การทิ้งหรือทำลาย) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซอสพริกหอยนางรม ในขณะที่ด้านความสะดวกในการถือ ด้านการปิดและเปิดใหม่ (ลักษณะฝาปิดบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับการใช้งาน) และด้านหลังการใช้งาน (การนำบรรจุภัณฑ์มาใช้ซ้ำ) ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซอสพริกหอยนางรม

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ขององค์ประกอบของผลิตภัณฑ์กับการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซอสพริกหอยนางรม โดยวิธี Multiple Linear Regression พบว่า องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ด้านผลิตภัณฑ์ควบ ด้านผลิตภัณฑ์

ที่คาดหวัง ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ และด้านประโยชน์หลัก ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหอสมพริกหอยนางรม

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานในงานวิจัยเรื่อง “แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของหอสมพริกหอยนางรม กลุ่มหอยนางรมครบวงจรคั้งกระเบน จังหวัดจันทบุรี” สามารถอภิปรายผลการวิจัยโดยอ้างอิงจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

สมมติฐานที่ 1 ลักษณะของบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหอสมพริกหอยนางรม

จากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับลักษณะของบรรจุภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหอสมพริกหอยนางรม จากการใช้สถิติพบว่า ปัจจัยด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ด้านความคงทน ด้านการถ่ายสินค้า ด้านการจัดเก็บ ด้านการกำจัด ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหอสมพริกหอยนางรม และคล้ายตามกับผลจากการสนทนากลุ่ม ดังนี้ ด้านความคงทน (อายุของผลิตภัณฑ์หลังการเปิดใช้งาน) เนื่องจากผลิตภัณฑ์ของหอสมพริกหอยนางรมเป็นผลิตภัณฑ์ที่จะต้องนำไปบริโภค กลุ่มผู้ร่วมสนทนากลุ่มจึงให้ความสำคัญกับอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์ เช่น มีวันหมดอายุชัดเจน หลังจากเปิดผลิตภัณฑ์แล้วควรบริโภคผลิตภัณฑ์ภายในกี่วัน และควรเก็บผลิตภัณฑ์ไว้ในลักษณะใดหลังการเปิดใช้งาน เช่น วางที่อุณหภูมิห้องหรือควรแช่ตู้เย็น ในด้านของการถ่ายสินค้า (ขนาดของผลิตภัณฑ์) กลุ่มผู้จำหน่ายและผู้บริโภคเสนอให้เพิ่มขนาดของผลิตภัณฑ์ให้มีขนาดใหญ่ขึ้นกว่าเดิม กลุ่มผู้ผลิตและผู้บริโภคส่วนมากมีข้อเสนอแนะให้ขยายหอสมพริกหอยนางรมเป็นแพ็คเกจบรรจุ 4 ขวด ใส่ในกล่องบรรจุภัณฑ์สวยงาม เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ในด้านของการกำจัด (การทิ้งหรือการทำลาย) ให้ความสำคัญกับการนำบรรจุภัณฑ์มารีไซเคิล ไม่เป็นพิษกับสิ่งแวดล้อม และบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถย่อยสลายเองได้ ซึ่งสอดคล้องกับ Prapat Wannarat, Jirawat Pirasun & Nirut Sudsang (2012) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ เชนิเวศเศรษฐกิจสำหรับสินค้าของที่ระลึกจากวัสดุธรรมชาติ ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ทั้ง 2 ปัจจัย คือ ปัจจัยทางด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภค และปัจจัยทางด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อสิ่งแวดล้อม

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหอสมพริกหอยนางรม

จากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหอสมพริกหอยนางรม จากการใช้สถิติพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ควบ ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ด้านศักยภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ ด้านประโยชน์หลัก ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคหอสมพริกหอยนางรมและคล้ายตามกับผลจากการสนทนากลุ่มดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ควบให้ความสำคัญในเรื่องของการบริการหลังการขายและการจัดส่งผลิตภัณฑ์ และผู้บริโภคส่วนมากยังเสนอแนะให้มีการแถมหอสมพริกหอยนางรมให้ทานควบคู่กับผลิตภัณฑ์ข้าวเกรียบหอยนางรมเพื่อเป็นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด และเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ผลิตมากขึ้น ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวังให้ความสำคัญกับราคาและคุณค่าทางโภชนาการของหอสมพริกหอยนางรม ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย และผู้บริโภคบางส่วนเสนอแนะให้มีการจัดโปรโมชั่นจากการซื้อผลิตภัณฑ์ เช่น ซื้อหอสมพริกหอยนางรมตามเกณฑ์

กำหนดแถมผลิตภัณฑ์ตัวอื่นควบคู่ไป เพื่อเป็นการขยายตลาดของผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นด้วย ในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่สะอาด สวยงาม ฉลากของบรรจุภัณฑ์ชัดเจน ดึงดูด สะดุดตา เพื่อเป็นที่จดจำได้ง่าย และกลุ่มของผู้บริโภคยังได้เสนอแนะให้มี ฉลากห้อยคอขวดของซอสพริกหอยนางรม (ข้อมูลคุณค่าทางโภชนาการของซอสพริกหอยนางรม) เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ และสิ่งสุดท้ายด้านประโยชน์หลักยังให้ความสำคัญกับรสชาติ คุณค่า และคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะเนื่องจากตัวผลิตภัณฑ์นั้นเป็นของรับประทาน เรื่องของรสชาติ คุณค่า และคุณภาพจึงเป็นสิ่งที่สำคัญมากที่สุดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ Chadaporn Orachun (2015) ได้ศึกษาเรื่องความคาดหวังในองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของแท้ก็หาของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดนนทบุรี พบว่าโดยส่วนมากผู้บริโภคจะให้ความสำคัญในเรื่องขององค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ด้านรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ด้านคุณค่า คุณประโยชน์เพิ่ม และด้านการให้บริการอื่น ๆ ซึ่งองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ทั้ง 3 ด้านนี้ ถือว่าเป็นปัจจัยหลักที่ผู้บริโภคคาดหวังมากที่สุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัย

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย พบว่า ปัจจัยลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซอสพริกหอยนางรม คือ ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ด้านความคงทน (อายุของผลิตภัณฑ์หลังการเปิดใช้งาน) ด้านการถ่ายสินค้า (ขนาดของผลิตภัณฑ์) ด้านการจัดเก็บ (ลักษณะของบรรจุภัณฑ์) และด้านการกำจัด (การทิ้งหรือทำลาย) ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซอสพริกหอยนางรม และปัจจัยองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซอสพริกหอยนางรม คือ ด้านผลิตภัณฑ์ควบ ด้านผลิตภัณฑ์ที่คาดหวัง ศักยภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ และด้านประโยชน์หลัก เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซอสพริกหอยนางรมที่เหมาะสม และเพื่อให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมีส่วนประกอบดังต่อไปนี้

1. ด้านรูปแบบของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่สะอาด สวยงาม และ ฉลากผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน ดึงดูด สะดุดตา เป็นที่จดจำได้ง่าย เป็นสิ่งสำคัญของผลิตภัณฑ์ และการเพิ่มคำสำคัญ “1 ในโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ” ด้านหน้าของฉลากบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ว่าผลิตภัณฑ์นั้นได้มาจากโครงการศูนย์ศึกษาการพัฒนาอ่าวคุ้งกระเบนอันเนื่องมาจากพระราชดำริ เมื่อผู้บริโภคได้เห็นว่ามีผลิตภัณฑ์นั้นมาจากโครงการพระราชดำริ ก็จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้ผลิตขายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น จากที่ซื้อผลิตภัณฑ์เพียงหนึ่งชิ้นก็ทำให้ผู้บริโภคสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ตัวอื่นควบคู่ไปด้วย และการเพิ่มฉลากห้อยคอขวดของซอสพริกหอยนางรมเพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีคุณค่ามากยิ่งขึ้น ผู้ผลิตควรทำฉลากห้อยคอขวดเพิ่มขึ้นในซอสพริกหอยนางรม จะเป็นข้อมูลทางโภชนาการของซอสพริกหอยนางรม บอกถึงคุณค่าของซอสพริกจากการที่ใส่เนื้อหอยนางรมผสมในเนื้อซอส เช่น คุณค่าทางโภชนาการสูง มีโปรตีนสูงจากหอยนางรม เป็นต้น เป็นการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ซอสพริกหอยนางรม ดังภาพประกอบ



ภาพที่ 4 ฉลากห้อยคอขวดซอสพริกหอยนางรม

แต่ทั้งนี้ในการพัฒนาออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ควรคำนึงถึงต้นทุนการผลิตด้วย

2. ด้านความคงทน (อายุของผลิตภัณฑ์หลังการเปิดใช้งาน) ให้มีความสำคัญกับอายุการใช้งานของผลิตภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะเป็นผลิตภัณฑ์สำหรับบริโภค ในการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ควรให้ความสำคัญข้อมูลบนฉลาก เช่น การระบุวันที่ผลิต วันหมดอายุ และการใช้งานของผลิตภัณฑ์ เช่น หลังการเปิดผลิตภัณฑ์ควรวางไว้ในที่อุณหภูมิห้องหรือควรแช่ตู้เย็น เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องของผู้บริโภค

3. การพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องศึกษาข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มประชากร เพื่อการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จะได้ผลตรงตามความต้องการของกลุ่มประชากรที่ทำการศึกษา และเพื่อให้ได้ความพึงพอใจสูงสุดสามารถนำฉลากผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ได้รับการพัฒนาไปประยุกต์ใช้ภายในภาคหน้า

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ครั้งต่อไปควรทำการสร้างแนวคิดด้านการออกแบบกราฟิกตราสัญลักษณ์ ควบคู่ไปกับการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ด้วย โดยให้ความสำคัญของชื่อผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ และภาพประกอบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักผลิตภัณฑ์ สร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่จดจำ โดยสื่อถึงผลิตภัณฑ์ด้วยรูปภาพที่ชัดเจน และการจัดวางให้สวยงาม

2. ควรศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคเปรียบเทียบ ก่อน-หลัง การพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ว่าผู้บริโภคมีข้อเสนอแนะ หรือ ข้อคิดเห็นอย่างไร เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าให้แก่กลุ่มผู้ผลิตในอนาคตต่อไป

References

- Apiprachyasakul, K. (2014). *Goods and Packaging*. 1st ed. Bangkok: Focusmedia and Publishing.
- Armstrong, K., & Kotler, P. (2012). *Marketing an Introduction*. Pearson Education Indochina.
- Chuto, N. (2008). *Qualitative Research*. 4th ed. Bangkok: Print Pro Co.,Ltd.
- Cooper R., D., & Pamela S. Schindler S., P. (2007). *Marketing Research*. McGraw Hill.
- Darawong, C. (2015). *Product Management and New Product Development*. 1st ed. Bangkok: Thanaplace.

- Jaturongkakul, A. (2008). *Product and Price Management*. 1st ed. Bangkok: Thammasat University. (in Thai).
- Jaturongkakul, A., & Jaturongkakul, D. (2007). *Consumer Behavior*. 2nd ed. Bangkok: Thammasat University. (in Thai).
- Kung Krabaen Bay Royal Development Study Centre. (2015). Chantaburee.
- Maliwong, A., & Wongwirach, K. (2011). *The development of herbal products toward the community product standard of Thai traditional massage micro community enterprise of Ban Maetha, Amphur Maetha, Lampang Province*. Academic Conference Khonkaen University 2011. 300-304.
- Orachun, C. (2015). *Expectation of Product Element affect the consumer decision to consume Sport Shoes within Nonthaburi Province*. (Independent Study). Graduate School, Bangkok University. (in Thai).
- Samerjai, C. (2007). *Consumer Behavior*. 1thed. Bangkok: V.Print (1991).
- Sukato, N. (2012). *Global Marketing*. 4th ed. Bangkok: V.Print (1991).
- Teerasorn, S. (2007). *Basic Research Concept*. 1th ed. Bangkok: V.Print (1991).
- Waiwanichkul, N., & Udomsri, C. (2009). *Business Research Methodology*. 20th ed. Bangkok: Chulalongkorn University. (in Thai).
- Wannarat, P., Phirasant, J., & Soodsang, N. (2012). The development of prototype eco packaging for souvenirs made of natural material. *Art and Architecture Journal Naresuan University*, 3(1), 63-80.