

ความพึงพอใจและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
อำเภอบ้านดุง

Satisfaction and Factors Affecting Decision to Purchase Rock Salt of the
Community Enterprise Group, Ban Dung District

ดารณี ดวงพรหม, ชลิตา ศรีสุนทร, อรรณพ ต.ศรีวงษ์

Daranee Daugprom, Chalida Srisunthron, Annop T.srivong

อาจารย์สาขาวิชาการจัดการการค้า ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.

Email : Daranee.da@ssru.ac.th, Chalida.sr@ssru.ac.th, Annop.ts@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าจากเกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา คือ 1) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอบ้านดุง และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอบ้านดุง จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการเลือกวิจัยแบบเชิงปริมาณ เครื่องมือวิจัยได้แก่แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 400 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 41 ปี -50 ปี ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระและแม่บ้าน/พ่อบ้าน มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท ผลการวิเคราะห์จากคุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า ด้านหลังการใช้และการกำจัดบรรจุภัณฑ์ ด้านการจัดเก็บ และด้านการเปิดและปิดใหม่ของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ ในขณะที่ ด้านการถ่ายเทสินค้า ด้านความคงทน และด้านความสะดวกในการถือ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่า ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และด้านตราสินค้าผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์

คำสำคัญ : เกลือสินเธาว์, บรรจุภัณฑ์, กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

Abstract

The research on Packaging development to increase the value of products from rock salt of community enterprises, iodized salt production group, Ban Dung District. The objectives of the study are 1) To study the satisfaction that affects the decision to buy rock salt of the community enterprise of Ban Dung District. and 2) To study the factors affecting the decision to buy rock salt of the community enterprise of Ban Dung District. of 400 people using a quantitative research selection method. Research tools include questionnaires. The statistics used to analyze the data are averages.

The research showed that Demographic factors of all 400 respondents found that the majority of respondents were female. Age between 41 -50 years, education level below bachelor's degree Occupation: business owner / self-employed and housewife / butler have monthly income less than 15,000 baht. The analysis results from packaging characteristics affecting the decision to purchase rock salt of community enterprises by multiple regression method, found that after use and disposal of packaging Storage and the aspect of opening and re-closing of the packaging affects the purchasing decision of rock salt, Product composition affecting the decision to purchase rock salt of community enterprises by multiple regression method, it was found that the product design. Physical aspects of the product quality and product brand. Affects the decision to purchase rock salt products.

Keywords: Rock Salt, Packaging, Community Enterprise

บทนำ

สินค้าท้องถิ่น คือ สินค้าที่ลักษณะเฉพาะที่ผลิตและจำหน่ายในแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ เริ่มต้นจากภูมิปัญญา วิถีชีวิต ประเพณี และได้รับการพัฒนาต่อยอด ด้วยความคิดสร้างสรรค์มากขึ้น แต่อาจยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง พบว่าสินค้าท้องถิ่นไทยยังมีจุดอ่อนสำคัญ 3 ด้านหลัก คือ 1. “การตลาด” สินค้าไม่มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น คือ สินค้ามีลักษณะใกล้เคียงกัน ไม่มีความแตกต่าง บรรณจุภัณฑ์ หีบห่อไม่สวยงามและทันสมัย 2. “ตั้งราคาไม่สอดคล้องกับต้นทุนของสินค้า” ทำให้ประสบปัญหาทางการเงินจนเกิดภาวะขาดทุน 3. “ขาดช่องทางการจำหน่าย” (บุญยิ่ง คงอาชาภัทร, 2562)

ปัจจุบันผลิตภัณฑ์ที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นในแต่ละชุมชน เป็นที่สนใจแก่ผู้บริโภคทั่วไป เพราะเป็นการส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่น สามารถสร้างงานสร้างรายได้ให้แก่คนในชุมชน ได้นำทรัพยากรวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นมาใช้ประโยชน์มากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ของคนในชุมชน ในการบริหารจัดการ และมีการช่วยเหลือเกื้อกูลกัน เพื่อเพิ่มความสามัคคีกันของคนในชุมชน ผู้ประกอบการต้องปรับตัวรับ

การแข่งขันที่เข้มข้นและต้องแบกรับต้นทุนจากการปรับตัวให้ได้ อำเภอบ้านดุง เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดอุดรธานีโดยมีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับสองของจังหวัด สภาพทั่วไปเป็นพื้นที่ราบประกอบด้วยห้วยหนองน้ำ ป่าสาธณะมีพื้นที่ทำนาเกลือ ร้อยละ 30 ทำสวนยางพาราร้อยละ 10 พืชไร่และนาข้าวร้อยละ 50 อาชีพหลักของคนในพื้นที่ คือการทำนา, ทำสวนทำไร่, อุตสาหกรรมเกลือต้ม, เกลือตาก โดยมีอาชีพเสริมได้แก่การรับจ้างทั่วไป ผลิตภัณฑ์ เกลือต้มไอโอดีน, จักสานตะกร้า (แผนพัฒนาจังหวัดอุดรธานี, (พ.ศ.2561-2565)

พบว่า การซื้อเกลือสินเธาว์ทั้งการขายหน้าร้านและรถเร่ ในการวางจำหน่ายนั้นประสบปัญหาสินค้าเสื่อมคุณภาพเกลือมีความชื้น บรรจุภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐาน ไม่น่าเชื่อถือในสายตาผู้บริโภค จึงต้องมีบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความสนใจของสินค้าจึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาคุณภาพสินค้า สร้างมูลค่าเพิ่มทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อขยายตลาดและช่องทางการจัดจำหน่าย รวมทั้งทั้งพัฒนาระบบบริหารจัดการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสภาพทางการตลาดในปัจจุบัน ดังนั้นผู้วิจัยจึงได้ร่วมศึกษาความพึงพอใจและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอบ้านดุง เพื่อเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และเพิ่มรายได้ให้ผู้ผลิตสินค้านี้ดังกล่าว่า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอบ้านดุง
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอบ้านดุง

การทบทวนวรรณกรรมและแนวคิด

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) คือ องค์ประกอบที่สำคัญในการดำเนินงานการตลาดเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2541)

ส่วนประสมทางการตลาดประกอบด้วย (Kotler, 2003)

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลโน้มน้าวความต้องการผลิตภัณฑ์ของกิจการ ส่วนประสมการตลาดแบ่งออกเป็นกลุ่มได้ 4 กลุ่ม ดังที่รู้จักกันว่าเป็น “4 Ps” อันได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion)

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความพึงพอใจและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอบ้านดุง ผู้วิจัยเลือกการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) พื้นที่ศึกษาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตเกลือโอโอตินบ้านดุงเหนือ เลขที่ 66 หมู่ 9 ตำบลบ้านดุง อำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ได้ดำเนินการดังต่อไปนี้

การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1. ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือประชาชนผู้ซื้อเกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอบ้านดุง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของคอคแรน (Cochran, 1997) จำนวน 400 คน โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์จากวิสาหกิจชุมชนในอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี

1.2 เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถามจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) Multiple regression วิธีการคัดเลือกตัวอย่างในงานวิจัย การกำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size) เพื่อพิจารณาความตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย IOC (Index of Item-Objective Congruence) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง ≥ 0.50 ขึ้นไปผู้วิจัยทำการกำหนดขนาดตัวอย่าง (Sample Size) ที่เหมาะสม โดยเลือกวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เก็บรวบรวมจากกลุ่มประชากรที่ยินดีให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม โดยแบบสอบถามถูกแจกให้กับกลุ่มประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดอุดรธานีจนครบจำนวนที่กำหนดไว้

เครื่องมือวิจัยได้แก่แบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอบ้านดุง มีทั้งหมด 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของประชากรในอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี ที่งานวิจัยนี้ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้

ส่วนที่ 2 ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับคุณลักษณะบรรจุภัณฑ์เกลือสินเธาว์ของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานีทั้งหมด 6 รูปแบบ ได้แก่ การถ่ายเทสินค้า การจัดเก็บ ความคงทน ความสะดวกในการถือ การเปิดและปิดใหม่ของบรรจุภัณฑ์ และหลังการใช้และการกำจัดบรรจุภัณฑ์

ส่วนที่ 3 ระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับองค์ประกอบผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานีทั้งหมด 5 รูปแบบ ได้แก่ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ ราคาผลิตภัณฑ์ ราคาสินค้าผลิตภัณฑ์ และด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 4 การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ของวิสาหกิจชุมชนในอำเภอบ้านดุง จังหวัดอุดรธานี สอบถามข้อมูลเชิงลึกโดยใช้วิธีการจัดบันทึกรวบรวมข้อมูลทั้งหมดโดยใช้คำถามปลายเปิด (Open-end questions) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ เถลถายการแปล

ผลแบบประเมินศักยภาพมีวิธีการแปลความหมายข้อคำถามเป็นการประเมินค่า (Rating Scale) มี 5 ตัวเลือก ผู้วิจัยได้คำนวณเกณฑ์ประเมิน เป็นอันตรภาค 5 ชั้น มีค่าเท่ากับ 0.80

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.20 มีอายุระหว่าง 41 ปี -50 ปี คิดเป็นร้อยละ 30.00 โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 50.00 ข้อมูลด้านอาชีพส่วนใหญ่มีอาชีพเจ้าของธุรกิจ/อาชีพอิสระ,แม่บ้าน/พ่อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 30.80 ในด้านรายได้ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 77.50

การวิเคราะห์ความพึงพอใจเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะบรรจุกัญท์เกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอบ้านดุง

ด้านการถ่ายเทสินค้ามีระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญบรรจุกัญท์มีความสะดวกในการบรรจุมากที่สุด

ด้านการจัดเก็บมีระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญบรรจุกัญท์จัดเก็บในที่โปร่งและอากาศถ่ายเทสะดวกมาก

ด้านความคงทนมีระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญบรรจุกัญท์สามารถปกป้องสินค้าได้มากที่สุด

ด้านความสะดวกในการถือมีระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญลักษณะบรรจุกัญท์มีหลากหลายมาก

ด้านการเปิดและปิดใหม่ของบรรจุกัญท์มีระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญบรรจุกัญท์มีซิปล็อคในการเปิด-ปิด การใช้งานมาก

ด้านหลังการใช้ และการกำจัดบรรจุกัญท์มีระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญบรรจุกัญท์สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ภายในครัวเรือนมากที่สุด

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจเกี่ยวกับข้อมูลลักษณะบรรจุกัญท์เกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอบ้านดุง

คุณลักษณะบรรจุกัญท์	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านการถ่ายเทสินค้า	4.23	0.68	มากที่สุด
ด้านการจัดเก็บ	4.16	0.67	มาก
ด้านความคงทน	4.20	0.64	มาก
ด้านความสะดวกในการถือ	4.13	0.80	มาก
ด้านการเปิดและปิดใหม่ของบรรจุกัญท์	4.12	0.17	มาก
ด้านหลังการใช้ และการกำจัดบรรจุกัญท์	4.19	0.68	มาก

การวิเคราะห์ความพึงพอใจเกี่ยวกับองค์ประกอบผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอบ้านดุง

ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญผลิตภัณฑ์ที่ได้รับเครื่องหมาย ออ. มากที่สุด

ด้านลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญผลิตภัณฑ์เป็นผลึกสีขาวละเอียดรสเค็มมากที่สุด

ด้านราคาผลิตภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญราคา 10 บาท/1 กิโลกรัมมากที่สุด

ด้านตราสินค้าผลิตภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญวิสาหกิจชุมชนผลิตเกลือไอโอดีนบ้านดุงเหนือมากที่สุด

ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าลูกค้าให้ความสำคัญเกลือสปาขัดผิวผสมสมุนไพร 5 ชนิดมากที่สุด

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจเกี่ยวกับองค์ประกอบผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอบ้านดุง

องค์ประกอบผลิตภัณฑ์	$\bar{X}$	SD	ระดับความพึงพอใจ
ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.23	0.63	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์	4.21	0.61	มากที่สุด
ด้านราคาผลิตภัณฑ์	4.16	0.66	มาก
ด้านตราสินค้าผลิตภัณฑ์	4.21	0.60	มากที่สุด
ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์	4.22	0.67	มากที่สุด

สมมติฐานที่ 1 คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของคุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าคุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ ด้านการจัดเก็บ ด้านการเปิดและปิดใหม่ของบรรจุภัณฑ์ ด้านหลังการใช้ และการกำจัดบรรจุภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในขณะที่ด้านการถ่ายเทสินค้า ด้านความคงทน ด้านความสะดวกในการถือ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอบ้านดุง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ “คุณลักษณะบรรจุภัณฑ์” และตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 90.80

ตาราง 3 การทดสอบความสัมพันธ์คุณลักษณะบรรจุกัญช์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ อำเภอบ้านดุง

ตัวแปร	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ด้านการจัดเก็บ	0.183	0.041	0.193	7.271	0.000*
ด้านการเปิดและปิดใหม่ของบรรจุกัญช์	0.218	0.034	0.275	7.059	0.000*
ด้านหลังการใช้ และการกำจัดบรรจุกัญช์	0.423	0.050	0.444	8.290	0.000*
R = 0.908 R ² = 0.686 SEE = 0.354 F = 286.797*					

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 องค์ประกอบผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านตราสินค้าผลิตภัณฑ์ และด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในขณะที่ด้านราคาผลิตภัณฑ์ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอบ้านดุง

ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (R) ระหว่างตัวแปรอิสระ “องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์” และตัวแปรตามมีความสัมพันธ์กันร้อยละ 85.50

ตารางที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์องค์ประกอบผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ อำเภอบ้านดุง

ตัวแปร	B	S.E.	Beta	t	Sig.
ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์	0.318	0.047	0.315	8.115	0.000*
ด้านลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์	0.102	0.050	0.098	2.604	0.000*
ด้านตราสินค้าผลิตภัณฑ์	0.213	0.055	0.205	7.413	0.000*
ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์	0.299	0.046	0.317	8.325	0.000*
R = 0.855 R ² = 0.718 SEE = 0.335 F = 250.625*					

มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

1. ผลการศึกษาคุณลักษณะบรรจุกัญท์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ จากการวิจัยพบว่า คุณลักษณะบรรจุกัญท์ ด้านการจัดเก็บ ด้านการเปิดและปิดใหม่ของบรรจุกัญท์ ด้านหลังการใช้ และการกำจัดบรรจุกัญท์ เมื่อพิจารณาตัวแปรอิสระ ได้แก่ ด้านการจัดเก็บ ด้านการเปิดและปิดใหม่ของบรรจุกัญท์ ด้านหลังการใช้ กล่าวได้ว่าเมื่อลูกค้าได้รับสินค้าตามความต้องการย่อมส่งผลให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและกลับมาซื้อสินค้าอีกในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัสสร คุ่มตระกูล (2559) ที่ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุกัญท์สบู่เหลวน้ำผึ้งชันโรง วิสาหกิจชุมชนกระแจะจันทร์ อ.นายายอาม จ. จันทบุรี พบว่า ด้านการขนถ่ายสินค้า ด้านการจัดเก็บ ด้านความคงทน ด้านความสะดวกในการถือและด้านการกำจัด มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่เหลวน้ำผึ้งชันโรง ในขณะที่ด้านการเปิดและปิดใหม่และ ด้านหลังการใช้หรือการใช้ซ้ำไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์สบู่เหลวน้ำผึ้งชันโรง

2. ผลการศึกษารองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ จากการวิจัยพบว่า องค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ กับการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 พบว่าด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านตราสินค้าผลิตภัณฑ์ และด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แนวคิดของ Kotler and Armstrong (2006, p. 19) เกี่ยวกับสิ่งที่มีอิทธิพลในการสร้างความต้องการซื้อในตัวผลิตภัณฑ์ นั่นคือ ตัวของผลิตภัณฑ์ ราคาช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งผู้ประกอบการเกลือทะเลสามารถควบคุมได้โดยใช้กลยุทธ์นี้การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การจัดการด้านราคา และการส่งเสริมการตลาดให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมายและตัวแทนจัดจำหน่าย โดยพัฒนาสิ่งเหลือใช้จากเกลือทะเลให้มีอัตลักษณ์เพิ่มมูลค่าและสร้างคุณค่า สร้างโอกาสในการยกระดับผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบของเกลือทะเลได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยยุทธ จันทองอุ่น (2560) ศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และโอกาสทางการตลาดของผู้ประกอบการบรรจุกัญท์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในระดับมากที่สุด เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง ในการพัฒนาด้านการออกแบบด้านคุณสมบัติการใช้งาน ด้านรูปลักษณ์ และด้านความแตกต่าง ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค และรักษาความสามารถในการแข่งขันของตนเอาไว้ ดังนั้น การที่ผู้ประกอบการจะสามารถแข่งขันในตลาดบรรจุกัญท์ได้อย่างมั่นคงยาวนานนั้น การสร้างนวัตกรรมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จะช่วยส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเกลือทะเลสามารถสร้างรายได้บนพื้นฐานทรัพยากรที่เกิดขึ้น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ชุมชนต่อยอดเพื่อสร้างความสามารถทางการแข่งขันเชิงพาณิชย์ได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการคุณลักษณะบรรจุกัญท์ มีผลต่อตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ คือ ด้านการจัดเก็บ ด้านการเปิดและปิดใหม่ของบรรจุกัญท์ ด้านหลังการใช้ และการกำจัดบรรจุกัญท์ จึงให้ข้อเสนอแนะในด้านที่สำคัญดังกล่าวก่อน เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงคุณลักษณะของบรรจุกัญท์ ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมีส่วนประกอบดังต่อไปนี้

1. ด้านการจัดเก็บ ควรมีบรรจุกัญท์แบบขวดใสเพื่อแสดงความสะอาดของเกลือสินเธาว์/รูปลักษณ์ของดอกเกลือ และจะได้มองเห็นระดับของเกลือในบรรจุกัญท์

2. ด้านการเปิดและปิดใหม่ของบรรจุกัญท์ควรเพิ่มการป้องกันความชื้นในเกลือในระหว่างการการใช้งานเปิด-ปิดบรรจุกัญท์

3. ด้านหลังการใช้ และการกำจัดบรรจุกัญท์ จัดทำบรรจุกัญท์จากธรรมชาติแบบขนาดเล็กเพื่อสะดวกในการย่อยสลายภายหลังการใช้งาน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการคือองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ มีผลต่อตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ ด้านตราสินค้าผลิตภัณฑ์ และด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จึงให้ข้อเสนอแนะในด้านที่สำคัญดังกล่าวก่อน เพื่อเป็นแนวทางการปรับปรุงคุณลักษณะของบรรจุกัญท์ ให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคมีส่วนประกอบดังต่อไปนี้

1. ด้านคุณภาพของผลิตภัณฑ์ มีการเสนอให้รับการรับรอง “ตราฮาลาล” ที่เป็นเหมือนเครื่องหมายบ่งบอกว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นที่ฮาลาล (ฮาลาล) สำหรับมุสลิมใช้บริโภค

2. ด้านลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ ควรเพิ่มสีจากธรรมชาติเพื่อความแตกต่างจากเกลือทั่วไป

3. ด้านตราสินค้าผลิตภัณฑ์ ควรจัดทำตราสินค้ามีคิวอาร์โค้ดให้ง่ายต่อการตรวจสอบ

4. ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพิ่มคุณสมบัติจากสมุนไพร และเพิ่มกลิ่นหอมจากสารสกัด

ธรรมชาติพื้นบ้าน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. คุณลักษณะบรรจุกัญท์และองค์ประกอบผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มผลิตเกลือโอโอตินบ้านดงเหนือ อำเภอบ้านดง จังหวัดอุดรธานี เป็นกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่อำเภอบ้านดงในครั้งต่อไป ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างเหมือนกันแต่ขยายไปยังพื้นที่อื่น

2. ควรศึกษาองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์เกลือสินเธาว์จากผู้รู้เกี่ยวกับกระบวนการผลิตเกลือสินเธาว์ ตั้งแต่กระบวนการผลิตเกลือ เครื่องมือ พิธีกรรม เพื่อเป็นการเผยแพร่และสืบทอดกระบวนการผลิตเกลือในอดีตให้คงอยู่ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ,สำนักงาน . 2555 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560 - 2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานรัฐมนตรี.
- ชัยยุทธ จันทองอ่อน. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และโอกาสทางการตลาดของผู้ประกอบการบรรจุภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยานิพนธ์หลักสูตรการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการเป็นผู้ประกอบการ มหาวิทยาลัยรังสิต.
- บุญยิ่ ง คงอาชาภัทร. (2562) สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/industry-insight/decoding-the-success-of-thai-local-brand/>.
- ประภัสสร คัมตระกูล. (2559). แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สบู่เหลวน้ำผึ้งชันโรง วิสาหกิจชุมชนกระแจะจันทร์ อ.นายายอาม จ.จันทบุรี. วิทยานิพนธ์ หลักสูตรบริหารธุรกิจวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- แผนพัฒนาจังหวัดอุดรธานี (พ.ศ.2561-2565) สืบค้นจาก <http://www.udonthani.go.th/main/strategy/>.
- ลัดดา วรรณขาว. (2550). การเพิ่มมูลค่าจากผลผลิตจากทรัพยากรเกลือเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพความงามและสร้างชุมชนสปาในพื้นที่. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2541). การวิจัยธุรกิจ.กรุงเทพมหานคร: เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- Kotler, Philip. 2003. Marketing Management. 11th ed. Northwestern University: Prentice-Hall.
- Kotler and Armstrong. 2006. Principles of marketing, (11th Ed.) Upper Saddle River: New Jersey: Prentice-Hall.
- Stokes, D. and N. Wilson. (2006) Small Business Management and Entrepreneurship. 5th ed. London: Thomson, pp 101.
- Schumpeter. (1934). The Theory of Economic Development. (reproduced, New your: 1961). Cambridge: Harvard University Press.