



การพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล
อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

The Brand and Packaging Development of Tachang Housewife's Community
Enterprise at Tambol Klongnamlai, Amphur Klonglan, Kamphaeng Phet

Province

อนันติรา ดอนบันเทา*

Anantitra Donbantao

เพ็ญศรี จันทรอินทร์*

Pensri Janin

วรรณวนษ์ ด่อนคร้าม*

Wanwanut Donkram

พัทธาภรณ์ อารีเอื้อ*

Pattraporn Areeaua

คุณัญญา เบญจวรรณ*

Kunanya Benjawan

มัทรี ขาวจ้อย**

Mutsee Kaojui

Received : August 8, 2021

Revised : March 7, 2022

Accepted : March 29, 2022

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพ ปัญหา ความต้องการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร 2) พัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร 3) ศึกษาผลที่เกิดขึ้นกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร จากการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริก 4) ประเมินความพึงพอใจ

*อาจารย์ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

Lecturers of Management Science Faculty, Kamphaeng Phet Rajabhat University

**พนักงานมหาวิทยาลัย คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

University Officer of Management Science Faculty, Kamphaeng Phet Rajabhat University

พัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ผลการศึกษาพบว่า 1) บรรจุภัณฑ์น้ำพริกเดิมเป็นรูปแบบพลาสติกอ่อนที่แตกง่าย หกเลอะเทอะง่าย ไม่มีตราสัญลักษณ์เป็นของตนเอง มีความต้องการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรง มีฝาปิดมิดชิด ไม่หกเลอะเทอะ และมีตราสัญลักษณ์ที่เป็นรูปแบบของกลุ่ม 2) การปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์เป็นกระปุกพลาสติกแข็ง มีฝาสีทอง และเป็นซองซิปล็อคพลาสติก ตราสัญลักษณ์เป็นรูปช้างยิ้มสีเทาหูและปากสีชมพูสวมหมวกพ่อครัว 3) ยอดการสั่งซื้อเพิ่มขึ้น จาก 50 กระปุก เป็น 250 กระปุก ต่อ 1 สัปดาห์ หรือมากกว่า ช่องทางการจัดจำหน่ายมีทั้งทางออนไลน์ ทางโทรศัพท์ และขายในตลาดทั่วไป 4) ความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์รองลงมาคือ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม และตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งบอกได้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ได้ ตามลำดับ

คำสำคัญ : บรรจุภัณฑ์ / น้ำพริกท่าช้าง

ABSTRACT

The purposes of this research were 1) to study the conditions, the problems, and the needs of the packaging development of Tachang Housewife's Community Enterprise at Klongnamlai, Klonglan, Kamphaeng Phet Province, 2) to develop the brand and packaging, 3) to study the result after the development, 4) to evaluate the consumer satisfaction of the brand and the packaging. The results had found that 1) the former packaging made from soft plastic, break easily, sloppy, and showed without logo. They would like to change to hard plastic packaging with cap and show their own logo. 2) The development of the packaging has changed to hard plastic jar with gold cap and zip lock plastic bag. The logo is the smile elephant with pink ears and mouth and chef hat. 3) The order amount has increased from 50 to 250 Jar per week or more. The distribution channels are online, telephone and ordinary market. 4) The consumer satisfaction was in highest level in brand and packaging, in moderate level was in the beautiful of brand and packaging, and brand and packaging showed the product characteristic, in order.

Keywords : Packaging / Tachang Chili Sauce

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี เป็นแผนการพัฒนาประเทศในการกำหนดกรอบและแนวทางการพัฒนาให้หน่วยงานของรัฐทุกภาคส่วนต้องทำตาม เพื่อให้บรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” หรือตามคติพจน์ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” โดยมีระยะเวลาบังคับนับจนถึง 20 ปี ตั้งแต่ปี 2560-2579

กระบวนการหนึ่งในการบริหารจัดการและการแก้ไขปัญหาความยากจนของประเทศนั้นจึงได้มีการดัดแปลงใช้ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ข้อ 2 เรื่องการพัฒนาภาคการผลิตและบริการ บนฐานของการพัฒนานวัตกรรมและมีความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยมีการใช้ดิจิทัลและการค้าที่เข้มข้นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและขยายกิจกรรมการผลิตและบริการโดยมุ่งสู่ความเป็นเลิศในระดับโลกและในระดับภูมิภาคในอุตสาหกรรมหลายสาขา และในภาคบริการที่หลากหลายตามรูปแบบการดำเนินชีวิตและการดำเนินธุรกิจที่เปลี่ยนไป (National Economic and Social Plan No.12 A.D. 2017-2021: 2017, p.4) ผู้วิจัยได้นำการใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านในการผลิตสินค้าในท้องถิ่นเพื่อการจัดจำหน่าย เพื่อยกระดับความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น น้ำพริกจึงเป็นอาหารประเภทหนึ่งที่ได้ผลิตออกมาจำหน่าย น้ำพริกเป็นอาหารที่อยู่คู่กับชีวิตคนไทยมาตั้งแต่โบราณ ซึ่งสูตรน้ำพริกต่างๆ ที่เรารู้จักกันในปัจจุบันหลายๆ สูตรนั้นได้มีการพัฒนามาจากการโขลกพริกกับเกลือในสมัยอยุธยาในปัจจุบันได้มีการทำน้ำพริกที่หลากหลายรสชาติ โดยมีการผสมผสานเครื่องปรุงรสที่มีลักษณะพิเศษและมีเอกลักษณ์เป็นของตนเอง พริก ชিং ข่า ตะไคร้เป็นพืชเครื่องเทศชนิดหนึ่งที่พบมากทางภาคเหนือของไทย เป็นพืชเศรษฐกิจท้องถิ่นของจังหวัดภาคเหนือหลายจังหวัด และมีความต้องการใช้ในการบริโภคประจำวัน โดยเป็นเครื่องเทศหรือเป็นส่วนประกอบของอาหารพื้นเมืองภาคเหนือหลากหลายชนิด ผลผลิต ได้จากทั้งการปลูกที่แพร่หลายโดยทั่วไปและได้นำมาเป็นส่วนผสมอย่างหนึ่งในการทำน้ำพริกของของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

จากการสำรวจของนักวิจัยพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร ได้มีการผลิตน้ำพริกภายในกลุ่มที่หลากหลาย เช่น น้ำพริกปลาอย่าง น้ำพริกแจ่วบอง น้ำพริกตาแดง น้ำพริกแมงดาปลาอย่าง น้ำพริกนรกปลาอย่าง และน้ำพริกผัดหมู รวมทั้งหมด 6 อย่าง เพื่อจัดจำหน่ายเป็นอาชีพ ปัจจุบันมีสมาชิกจำนวน 20 คน โดยการผลิตน้ำพริก มีนางทองศุภร์ เกิดด้วง อายุ 37 ปี เป็นผู้พัฒนาสูตรสืบทอดมาจากครอบครัว มีช่องทางการจำหน่าย ผ่านผู้ขายปลีกตามร้านทั่วไปและตลาดนัดทั่วไป และทางกลุ่มแม่บ้านมีความต้องการที่จะพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับน้ำพริกให้มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากประสบปัญหาบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมไม่เหมาะสมกับชนิดของผลิตภัณฑ์ ไม่มีเอกลักษณ์ของกลุ่มที่โดดเด่น ไม่สวยงาม ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ นอกจากนี้มีตราสินค้าที่ไม่ทันสมัย และบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมที่เป็นกล่องพลาสติก ฝาปิดไม่สนิทเกิดการรั่วซึมของน้ำพริก เป็นอุปสรรคต่อการขนส่งไปจำหน่ายยังพื้นที่อื่น

จากการดำเนินนโยบายภาครัฐที่ผ่านมาพบว่าจุดอ่อนของผลิตภัณฑ์อยู่ที่การบริหารจัดการด้านการตลาด โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีจุดอ่อนในเรื่องของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ แนวทางในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของสินค้าจึงมีความจำเป็นเพื่อส่งเสริมรายได้ และสร้างศักยภาพในการแข่งขันให้มากยิ่งขึ้นกว่าคู่แข่ง อีกทั้งยังเป็นการยกระดับสินค้าให้น่าซื้อและน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เสริมสร้างความเข้มแข็งให้คนในระดับฐานรากให้มีความเป็นอยู่ดีขึ้น โดยเน้นการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานของกลุ่ม อีกทั้งยังสามารถที่จะทำเป็นต้นแบบของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสร้างความสนใจและจดจำได้ง่ายให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง เพื่อทำการจัดจำหน่ายทั้งในรูปแบบทั่วไปและออนไลน์ในระดับท้องถิ่นและระดับประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพ ปัญหา และความต้องการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร
2. เพื่อพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร
3. เพื่อศึกษาผลที่เกิดขึ้นกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร จากการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริก
4. เพื่อประเมินความพึงพอใจการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหลอำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ข้อมูลสภาพ ปัญหา และความต้องการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

ประชากร ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 100 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ที่ทำการผลิตน้ำพริก ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ที่ทำการผลิตน้ำพริก และอาศัยอยู่ในพื้นที่ จำนวน 20 คน

2. ข้อมูลด้านการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

ประชากร ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 100 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ที่ทำการผลิตน้ำพริก ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลานจังหวัดกำแพงเพชร โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ที่ทำการผลิตน้ำพริก และอาศัยอยู่ในพื้นที่ จำนวน 20 คน

3. ข้อมูลด้านผลที่เกิดขึ้นกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร จากการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริก

ประชากร ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 100 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ที่ทำการผลิตน้ำพริก ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร โดยทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ที่ทำการผลิตน้ำพริก และอาศัยอยู่ในพื้นที่ จำนวน 20 คน

4. ข้อมูลด้านการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริก ที่พัฒนาขึ้นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคน้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลานจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 130 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้บริโภคน้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหลอำเภอลองลานจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ที่ทำการผลิตน้ำพริกเกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่ม ศักยภาพการผลิต ช่องทางการจัดจำหน่าย สภาพปัจจุบัน ปัญหาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

วัตถุประสงค์ที่ 2 ใช้การประชุมกลุ่มกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ที่ทำการผลิตน้ำพริก เพื่อระดมสมองในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับน้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

วัตถุประสงค์ที่ 3 ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ที่ทำการผลิตน้ำพริก เกี่ยวกับข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่ม ศักยภาพการผลิต ช่องทางการจัดจำหน่ายสภาพปัจจุบัน ปัญหาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

วัตถุประสงค์ที่ 4 ใช้แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคน้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

1. ศึกษาข้อมูลทฤษฎี โดยการศึกษาจากเอกสารที่เกี่ยวข้องกับ
2. ดำเนินการสร้างแบบทดสอบให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย
3. นำแบบทดสอบเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและเชิงทฤษฎี (Content and Theory Validity) ผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย 3 ท่าน ดังนี้

3.1 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลทิพย์ คำใจ อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

3.2 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุ่งลาวัลย์ จันทรัตน อาจารย์ประจำสาขาวิชาวิจัยและวัดผล คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา

3.3 อาจารย์ ดร.จิรายุ หาญตระกูล อาจารย์ประจำสาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

4. ผลการประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม มาคำนวณค่า IOC (Index of Item Objective Congruence) โดยพิจารณาเลือกข้อรายการที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.70 ขึ้นไป แบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้วพบว่ามีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.80 ถึง 1.00 ซึ่งรายการคำถามใช้ได้ทุกข้อโดยปรับปรุงภาษาในรายการคำถามบางข้อให้สั้นและสื่อความหมายชัดเจนขึ้นตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์ที่ 1 วิเคราะห์เนื้อหา

วัตถุประสงค์ที่ 2 วิเคราะห์เนื้อหา

วัตถุประสงค์ที่ 3 วิเคราะห์เนื้อหา

วัตถุประสงค์ที่ 4 วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ จากแบบสอบถาม

สรุปผลการวิจัย

1. 1.สภาพ ปัญหา และความต้องการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า สภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ได้จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2540 โดยประธานกลุ่มแม่บ้านคนปัจจุบันคือ นางสุรินทร์ บุญนาค กลุ่มแม่บ้านมีอาชีพหลักคือเกษตรกรรม อาชีพรองคือ การรับจ้างในการทำอาหารแบบโต๊ะจีน อาหารตามสั่ง การทำสินค้าโอท็อป เช่นการทำผ้าลายไทยทรงดำ การทำสินค้าแปรรูป การทำจักสาน การทำน้ำพริก ปัญหาในการทำน้ำพริกคือ ทางกลุ่มมีการใช้ครกตำ ไม่ใช่เครื่องทุ่นแรงอื่น บรรจุภัณฑ์น้ำพริกเดิมเป็นรูปแบบพลาสติกอ่อนที่แตกง่าย หกเลอะเทอะง่าย ไม่มีตราสัญลักษณ์เป็นของตนเอง บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันจะใช้สีเมจิกเขียนบนฝาน้ำพริกให้ลูกค้ารับทราบ ทางกลุ่มจึงมีความต้องการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงมากกว่าเดิม มีฝาปิดมิดชิด ไม่หกเลอะเทอะ และมีตราสัญลักษณ์ที่เป็นรูปแบบของกลุ่ม นอกจากนั้นการจัดจำหน่ายน้ำพริกในปัจจุบันยังไม่ได้จัดทำในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งทำโดยการนำไปขายตามบ้านที่เป็นลูกค้าเดิมที่ชื่นชอบน้ำพริกและวางขายตามท้องตลาดทั่วไป และยังไม่มียุ้งงานใดมาให้ความช่วยเหลือ ความต้องการของกลุ่มคือต้องการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงมากกว่าเดิม มีฝาปิดมิดชิด ไม่หกเลอะเทอะ และมีตราสัญลักษณ์ที่เป็นรูปแบบของกลุ่ม อีกทั้งยังมีความต้องการขยายตลาดเพื่อการจัดจำหน่ายสู่ลูกค้ากลุ่มอื่นเพื่อเพิ่มยอดขายให้สูงขึ้น เพื่อเป็นการดำเนินการเข้าถึงทั้งช่องทางการจัดจำหน่ายแบบดั้งเดิม และช่องทางการจัดจำหน่ายต้องการเป็นแบบออนไลน์

2. 2.การพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหลอำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร จากการประชุมกลุ่มเพื่อระดมสมองในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับน้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า มีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงมากกว่าเดิมเป็นพลาสติกแข็ง มีฝาท้อปสีทอง ปิดมิดชิด ไม่หกเลอะเทอะ และตราสินค้าที่เป็นรูปแบบสัญลักษณ์ของ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง เป็นรูปช้างยี่มสีเทาและปากสีชมพูสวมหมวกพ้อครัว และเป็นของ
 สัญลักษณ์สำหรับน้ำพริกนรกปลาย่าง ซึ่งเป็นน้ำพริกที่ทางกลุ่มได้รับการพัฒนาโดยการทำให้รูปแบบฟรีสตราย
 ส่งผลให้มีอายุการบริโภคนานมากขึ้น

3. ผลที่เกิดขึ้นกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน
 จังหวัดกำแพงเพชร จากการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริก พบว่า มียอดการสั่งซื้อเพิ่มขึ้น จาก 50
 กระปุก เป็น 250 กระปุก ต่อ 1 สัปดาห์ หรือมากกว่า จากลูกค้าทั้งทางออนไลน์ ทางโทรศัพท์ และขายในตลาด
 ทั่วไป โดยการใช้เครื่องทุ่นแรงอื่น เช่น เครื่องปั่นพริก เนื่องจากการสั่งซื้อเพิ่มขึ้นจากลูกค้า ในด้านการจัด
 จำหน่ายน้ำพริกในปัจจุบัน จัดจำหน่ายโดยการนำไปขายที่ตลาดในพื้นที่ และตลาดออนไลน์ พบว่าได้รับการ
 ตอบรับที่ดีมากขึ้นจากลูกค้า

4. ความพึงพอใจพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบล
 คลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี
 การศึกษาระดับประถมศึกษา อาชีพเกษตรกร มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ใน
 ระดับมากที่สุดในด้านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สามารถนำไปจดทะเบียนการค้าได้ รองลงมาคือ ตราสินค้าและ
 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม โดดเด่น และตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งบอกได้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของ
 ผลิตภัณฑ์ได้ ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. สภาพ ปัญหา และความต้องการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน
 แม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า บรรจุภัณฑ์น้ำพริกเป็นรูปแบบ
 พลาสติกอ่อนที่แตกง่าย หกเลอะเทอะง่าย ไม่มีตราสัญลักษณ์เป็นของตนเอง บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันจะใช้สีเมจิก
 เขียนบนฝาน้ำพริกให้ลูกค้ารับทราบ ทางกลุ่มจึงมีความต้องการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ที่มีความแข็งแรงมากกว่า
 เดิม มีฝาปิดมิดชิด ไม่หกเลอะเทอะ และมีตราสัญลักษณ์ที่เป็นรูปแบบของกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ
 Mookem (2017) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์น้ำพริกกุ้งเสียบกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรบ้านปริง
 จังหวัดพังงา พบว่า ทางกลุ่มต้องการด้านรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์เป็นแบบกราฟฟิก บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันการ
 สัมผัสกับน้ำหรือความชื้นได้ และประสิทธิภาพด้านการอำนวยความสะดวกและการส่งเสริมการจัดจำหน่าย และ
 สอดคล้องกับการศึกษาของ Nuansara, et al. (2021) ทำการศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตรา
 สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานระดับสากล จังหวัดเชียงราย พบว่า ต้องใช้กระบวนการพัฒนาองค์
 ความรู้ของผู้ประกอบการให้มีความรู้ความเข้าใจในการสร้างผลิตภัณฑ์ที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคใน
 ตลาดสากล คงอัตลักษณ์ของถิ่นกำเนิดและพัฒนามาตรฐานให้เป็นที่ยอมรับของตลาดสากลเกิดเป็นองค์ความรู้
 ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านต่างๆ ให้กับกลุ่ม
 ผู้ประกอบการ OTOP และสามารถประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์ OTOP และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า
 รวมถึงนำเสนอผลิตภัณฑ์ของคนไทยให้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

2. การพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า ตราสินค้าที่เป็นแบบสัญลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง เป็นรูปช้างยี่มสีเทาและปากสีชมพูสวมหมวกฟอครวี รูปแบบสวยงาม มีสีสันที่สดใส และเป็นของชิป ล็อคสุญญากาศสำหรับน้ำพริกนรกปลาย่าง ซึ่งเป็นน้ำพริกที่ทางกลุ่มได้รับการพัฒนาโดยการทำในรูปแบบฟรีสตรราย ส่งผลให้มีอายุการบริโภคนานมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Apirattananusorn & Jinapark (2013) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกพร้อมบริโภค พบว่าผู้บริโภคร้อยละ 72 มีความสนใจบรรจุภัณฑ์น้ำพริกที่สวยงาม สามารถบริโภคได้เพียงครั้งเดียว (1 มื้อ) เพราะมีความสะดวกในการบริโภค บรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมหาซื้อได้ในตลาด คือ ถุงรีทอร์ทเพาซ์ขนาด 10 ซม. x 16 ซม. ทนความร้อนได้ที่อุณหภูมิไม่ต่ำกว่า 100 องศาเซลเซียส และสอดคล้องกับการศึกษาของ Kaewkongbon & Pochakorn (2016) ทำการศึกษาเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์น้ำพริกเครื่องแกง พบว่า การพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และร่วมพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้แก่ผู้ผลิตน้ำพริกเครื่องแกง ให้สามารถตอบสนองความต้องการของตลาดได้ ทำให้สามารถสร้างอาชีพและสร้างรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการ โดยการออกแบบและสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ถูกต้อง โดยผู้ประกอบการมีส่วนร่วมในการพิจารณา ให้สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Mookem (2017) ทำการศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์น้ำพริกกุ้งเสียบ กลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรบ้านปริง จังหวัดพังงา พบว่า ทางกลุ่มเห็นด้วยกับในการใช้ภาพที่มีความสวยงามและข้อมูลสอดคล้องกับภาพลักษณ์สินค้า และสอดคล้องกับการศึกษาของ Hwanji, et al. (2020) ศึกษาวิจัยเรื่อง จันดีพริกแกง: แนวทางการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงในชุมชน พบว่า ได้ทำการส่งเสริมด้านบรรจุภัณฑ์ช่วยยืดอายุการเก็บน้ำพริกแกง สะอาดและใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3. การศึกษาผลที่เกิดขึ้นกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหล อำเภอลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร จากการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริก พบว่า มียอดขายการสั่งซื้อเพิ่มขึ้น จำนวน 250 กระปุก ต่อ 1 สัปดาห์ หรือมากกว่าขึ้นอยู่กับยอดขายการสั่งซื้อจากลูกค้าทั้งทางออนไลน์ ทางโทรศัพท์ และขายในตลาดทั่วไป และได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้ามากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Kaewkongbon & Pochakorn (2016) ทำการศึกษาเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์น้ำพริกเครื่องแกง พบว่า มีการขยายช่องทางการตลาดโดยการสร้างเฟสบุ๊ค “เครื่องแกงบ้านวัดใหม่” ทำให้หน่วยงานสามารถนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ผู้ประกอบการผู้ผลิตน้ำพริกเครื่องแกง ได้รับตราสินค้าใหม่ คือ ตราบ้านวัดใหม่ และบรรจุภัณฑ์ใหม่ คือ ถุงพลาสติกชิปล็อคให้กับน้ำพริกเครื่องแกง และสอดคล้องกับการศึกษาของ Julukul (2018) ศึกษาเรื่อง การพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการขายกรณีศึกษาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลรางแดง อำเภอ สิงหนคร จังหวัดสงขลา พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของชุมชนได้มากขึ้น และสอดคล้องกับการศึกษาของ Hwanji, et al. (2020) ศึกษาวิจัยเรื่อง จันดีพริกแกง: แนวทางการพัฒนา มาตรฐานผลิตภัณฑ์น้ำพริกแกงในชุมชน พบว่า มีการส่งเสริมด้านการขายและการตลาดมีการประชาสัมพันธ์เพิ่มช่องทางการตลาดแบบออนไลน์

4. การประเมินความพึงพอใจพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์น้ำพริกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านท่าช้าง ตำบลคลองน้ำไหลอำเภอคลองลาน จังหวัดกำแพงเพชร พบว่า มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดในด้านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สามารถนำไปจดทะเบียนการค้าได้ รองลงมาคือ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามโดดเด่น และตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งบอกได้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ได้ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ Apirattananusorn & Jinapark (2013) ศึกษาเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกพร้อมบริโภค พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่พึงพอใจต่อการจัดรูปแบบกราฟิกและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในระดับมากและมากที่สุด และสอดคล้องกับการศึกษาของ Mookem (2017) ศึกษาเรื่องการพัฒนาสัญลักษณ์บรรจุภัณฑ์น้ำพริกกุ้งเสียบ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปริง จังหวัดพังงา พบว่า ด้านสัญลักษณ์บรรจุภัณฑ์เลือกใช้แบบรูปทรงสี่เหลี่ยม การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์เลือกรูปแบบที่ 3 และให้ออกแบบกราฟิกฝาเกลียวล็อก ซึ่งเดิมใช้สัญลักษณ์บรรจุภัณฑ์เป็นพลาสติกแบบทรงเตี้ย 4 ออนซ์ ผลการประเมินประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ด้านการบรรจุและการปกป้องสินค้า พบว่าบรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันการสัมผัสกับน้ำหรือความชื้นได้ และประสิทธิภาพด้านการอำนวยความสะดวกและการส่งเสริมการจัดจำหน่าย และส่วนใหญ่เห็นด้วยกับในการใช้ภาพที่มีความสวยงามและข้อมูลสอดคล้องกับภาพลักษณ์สินค้า และสอดคล้องกับการศึกษาของ Suradecha, et al. (2018) ศึกษาวิจัยเรื่อง การออกแบบตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์กล้วยอบเนย ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมู่ 5 สุวรรณภูมิไทยศรีโยธิน พบว่า มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ด้านการบรรจุภัณฑ์และด้านการอำนวยความสะดวก หลังการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจสามารถขายสินค้าได้ หลากหลายกลุ่มมากขึ้น และสามารถนำไปขายได้ตามร้านขายของฝากได้ด้วยรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม ประกอบกับการมีรายละเอียดในตราสินค้า ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในกระบวนการผลิตมากขึ้น และสอดคล้องกับการศึกษาของ Jaesame & Ketmuang (2021) ศึกษาเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบูรณาवास เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเลือกรูปแบบ การให้ข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชน การนำเสนอความต้องการ การเลือกผลิตภัณฑ์ของชุมชน รวมถึงความร่วมมือในการสนับสนุนข้อมูลทำให้การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า สามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านตราสินค้า ทำให้มีผลความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงสามารถเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างให้เกิดความเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนได้ในอนาคต

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

ในการพัฒนาสินค้าควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องไปให้คำแนะนำในด้านต่างๆ เพื่อพัฒนาสินค้าให้มีรูปแบบใหม่ที่ผู้บริโภคมีความสนใจ เพื่อกระตุ้นการตลาดให้มีรายได้เข้าสู่ชุมชนให้มากขึ้น และมีนวัตกรรมเพื่อทุนแรงในการผลิตที่ทันสมัย สามารถผลิตสินค้าได้ตามจำนวนที่ต้องการ โดยไม่มีของเหลือจากการผลิต

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาวิจัยต่อยอดในการใช้นวัตกรรมมาช่วยในการผลิตสินค้า มีการขอการรับรองความปลอดภัยจากองค์การอาหารและยา (Food and Drug Administration) มีการสร้างโรงเรียนในการผลิตที่ได้มาตรฐาน และมีผู้เชี่ยวชาญแนะนำในเรื่องการผลิตที่สะอาด ปลอดภัยในการบริโภค

References

- Apirattananusorn, S. & Jinapark, K. (2013). The Packaging Development of Ready Made Chili Sauce. **Research and Development Journal, King Mongkut's University of Technology Thonburi**, 36(4). 451-464. [In Thai]
- Hwanji, S., Damrongwattana, J., Khaenamkaew, D., Dechochai, U. & Chunu, C. (2020). Jundee Curry Paste: Product Standard Development Guideline of the Community Curry Paste. **Social and Culture Journal**, 4(2). 45-63. [In Thai]
- Jaesame, A. & Ketmuang, Y. (2021). Community Packaging and Brand Development Link to the Culture Tourism of Puranawat Community, Taweewattana District, Bangkok. **Humanities and Social Science Journal, Thonburi University**, 15(2). 79-90. [In Thai]
- Julukul, B. (2018). Brand and Packaging Development for Promotional Campaigns: Case Study of the Community Enterprise in Tambol Rangdaeng, Singhanakorn District, Songkla Province. In **1st Humanities and Social Science National Conference 20th -21st August, 2018, Songkla Rajabhat University**. Songkla : Songkla Rajabhat University. [In Thai]
- Kaewkongbon, S. & Pochakorn, S. (2016). Value Added of Curry Paste. **Academic Journal of Social Service, Rajamangala University of Technology Lanna**, 1(1). 25-31. [In Thai]
- Mookem, D. (2017). The Development of Shrimp Skewers Chili Sauce Packaging Appearance, Pring Housewife Group, Pangnga Province. **Humanities and Social Science Journal, Ratchapuek University**, 3(2). 69-79. [In Thai]
- National Economic and Social Plan No.12 A.D. 2017-2021. (2017). **Summary of National Economic and Social Plan No.12 A.D. 2017-2021**. [Online]. Available : <https://www.nesdb.go.th/download/plan12.pdf> [2021, August 4]. [In Thai]
- Nuansara, M., Teypinsai, N. & Chutinatphuwadon, C. (2021). Product and Brand Development Guideline of One Tambol One Product Leads to International Standard. **Chiang Rai Province, Dusit Thani Collage Journal**, 15(1), 119-134. [In Thai]

Suradecha, K., Tachayapong, A. & Mankhong, G. (2018). Brand Designing and Packaging Development to Raise Baked Banana Butter Product of Sriyothin Moo Sawan Moo Thai Community Enterprise Group. **Pikul Journal**, 18(1). 219-237. [In Thai]