

ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาตราสินค้าและป้ายฉลาก

ขนมลาสูตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อียง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

Consumer's Satisfaction Level towards the Development in Khanom La's
Label and Brand, Bo Yang Womenfolk, Mueang, Songkhla

กัญญ์ณิภัฐ สุวรรณอ่อน^{1*}, มณีรัตน์ รัตนพันธ์², ปทุมวรรณ ทองตราชู³, สุชาดา สุวรรณขำ⁴
วิภาวรรณ ศรีใหม่⁵ และ อริศรา พฤษฏากรณ์⁶

Kannipat Suwan-on^{1*}, Maneerat Rattanaphan², Patumwan Thongtrachou³,
Suchada Suwankum⁴ Wipawanna Srimai⁵ and Arisara Pruckdakorn⁶

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาวิชาการจัดการธุรกิจค้าปลีกและแฟรนไชส์ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

¹ Assistant Professor, Department of Retail and Franchise Business Management,
Hatyai Business School, Hatyai University

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

² Assistant Professor, Department of Marketing, Hatyai Business School, Hatyai University

³ อาจารย์, สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

³ Lecturer, Department of Marketing, Hatyai Business School, Hatyai University

⁴ อาจารย์, สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

⁴ Lecturer, Department of Industrial Management, Hatyai Business School, Hatyai University

⁵ อาจารย์, สาขาวิชาภาษาอังกฤษธุรกิจ วิทยาลัยนานาชาติดิษยะศริน มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

⁵ Lecturer, Department of Business English, Didyasarin International College, Hatyai University

⁶ เจ้าหน้าที่งานวารสารหาดใหญ่วิชาการ, สำนักวิชาการ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

⁶ Hatyai Journal Unit Staff, Office of Academic Affairs, Hatyai University

* Corresponding author, E-mail: kaewkanit@hu.ac.th, kannipat.s@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษาครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาตราสินค้า และป้ายฉลากขนมลาสูตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อียง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่ซื้อขนมลาสูตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อียง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 400 คน ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อตราสินค้าที่ได้พัฒนาใหม่ของขนมลาสูตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อียง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยรวมมาก



ที่สุด และผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อป้ายฉลากที่ได้พัฒนาใหม่ของขนมลาสูตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยรวมมากที่สุด

คำสำคัญ: ระดับความพึงพอใจ ตราสินค้า ป้ายฉลาก ขนมลา

Abstract

The purpose of this research was to study the consumer's satisfaction level towards the development in Khanom La's label and brand of Bo Yang womenfolk at Mueang Songkhla District, Songkhla Province. The population and samples of this research were consumers who bought the Khanom La's of Bo Yang womenfolk at Mueang Songkhla District, Songkhla Province. 400 consumers were selected through purposive sampling. A questionnaire was used as the tool in this research. The results of this research found that the consumers were satisfied on the new development in Khanom La's label and brand of Bo Yang womenfolk at Mueang Songkhla District, Songkhla Province at high level.

Keywords: satisfaction level, brand, label, Khanom La

บทนำ

เศรษฐกิจพอเพียง มีจุดเริ่มต้นจากพระราชดำรัส และพระบรมราโชวาทในพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช (รัชกาลที่ 9) โดยพระราชทานแก่บัณฑิตผู้สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ เมื่อวันที่ 18 กรกฎาคม พ.ศ. 2517 จึงทำให้ประเทศไทยอันเชิญแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง มาเป็นปรัชญาในการบริหารและพัฒนาประเทศ โดยบรรจุไว้ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 และใช้มาจนถึงปัจจุบันนี้ ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นปรัชญาที่ส่งเสริมให้คนไทยเดินทางสายกลาง ชี้แนะแนวทางการดำรงอยู่และปฏิบัติตนในทางที่ควรจะเป็น โดยมีพื้นฐานมาจากวิถีชีวิตดั้งเดิมของสังคมไทยสามารถนำมาประยุกต์ใช้ได้ตลอดเวลา เป็นการมองโลกเชิงระบบที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา มุ่งเน้นการรอดพ้นจากภัยและวิกฤติ เพื่อความมั่นคงและความยั่งยืนของการพัฒนา (กันยณีภักดิ์ สุวรรณอ่อน, 2559) อีกทั้ง ประเทศไทยเป็นประเทศเกษตรกรรม ซึ่งบางฤดูกาลผลผลิตในแต่ละชุมชนมีมากจนเกินความต้องการ หากเก็บไปไว้นาน เกิดการเน่าเสีย และตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 เป็นต้นมา รัฐบาลได้ตอบสนองพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช โดยมีโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เพื่อส่งเสริม สนับสนุนให้ชุมชน วิสาหกิจชุมชน ใช้ทรัพยากรทางด้านเกษตรกรรม รวมไปถึงด้านอื่น ๆ และภูมิปัญญาท้องถิ่น ผนวกกับองค์ความรู้สมัยใหม่ (มณีรัตน์ รัตนพันธ์, 2557) เพื่อพัฒนา แปรรูปผลิตภัณฑ์ของชุมชน มาสร้างความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ เพิ่มศักยภาพ และโอกาสของคนในแต่ละชุมชน ให้มีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน



กลุ่มสตรี ตำบลบ่อทราย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 105/6 ถนนนอกสวน ตำบลบ่อทราย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 90000 เกิดจากการรวมกลุ่มของสตรีในหมู่บ้าน มีความประสงค์จะจัดทำขนมลาสูตรโบราณให้เป็นสินค้า OTOP ของชุมชน โดยมีประธานกลุ่มจัดทำขนมลาสูตรโบราณคือ คุณประภาศรี นิยมญาติ ซึ่งเป็นลูกสาวคุณยายถนอมจิตร บุญญภัทร ได้สานต่อขนมลาสูตรโบราณ มีแม่บ้านใกล้เคียงร่วมจัดทำ และจำหน่ายตามร้านขายของที่ระลึก งาน OTOP ต่าง ๆ ตลาดน้ำคลองแห อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ทำให้ขนมลาสูตรโบราณเป็นที่รู้จักของบุคคลทั่วไป เพราะรสชาติอร่อย เป็นเอกลักษณ์โดยกรรมวิธีการทำขนมตามขั้นตอนสูตรโบราณของคุณยายถนอมจิตร บุญญภัทร แต่ด้วยบรรจุกัญชีของขนมลาสูตรโบราณ โดยเฉพาะตราสินค้า และป้ายฉลากยังไม่โดดเด่น และไม่ดึงดูดความสนใจ ดังนั้น เพื่อเป็นการพัฒนาตลาดสินค้าขนมลาสูตรโบราณให้เป็นที่จดจำแก่ลูกค้า จึงทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาตราสินค้าและป้ายฉลาก ขนมลาสูตรโบราณ ตำบลบ่อทราย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา เพื่อให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในตราสินค้า และป้ายฉลาก ทำให้สินค้าของชุมชนมีความเข้มแข็ง สามารถพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืนได้ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาตราสินค้าและป้ายฉลาก ขนมลาสูตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อทราย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้ คือ ผู้บริโภคที่ซื้อขนมลาสูตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อทราย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 400 คน

เครื่องมือการวิจัย

แบบสอบถามระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาตราสินค้าและป้ายฉลาก ขนมลาสูตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อทราย อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยแบ่งข้อคำถามออกเป็น 4 ตอน คือ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ความพึงพอใจต่อตราสินค้าขนมลาสูตรโบราณ ความพึงพอใจต่อป้ายฉลากขนมลาสูตรโบราณ และข้อเสนอแนะในการจัดทำตราสินค้าและป้ายฉลาก และตรวจสอบแบบสอบถามโดยผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ได้ค่า IOC ระดับ 0.93 แปลผลว่า ใช้ได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)



ผลการวิจัย

จากการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาตราสินค้าและป้ายฉลาก ขนมลาสูตรโบราณ เพื่อนำมาสร้างตราสินค้าและป้ายฉลาก สรุปผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 222 คน (ร้อยละ 55.50) เพศชาย 178 คน (ร้อยละ 44.50) มีช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 125 คน (ร้อยละ 31.30) รองลงมาคือช่วงอายุ 51-60 ปี จำนวน 110 คน (ร้อยละ 27.50) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 274 คน (ร้อยละ 68.50) รองลงมาคือต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 116 คน (ร้อยละ 29.50) อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 101 คน (ร้อยละ 25.30) รองลงมาแม่บ้าน/พ่อบ้าน จำนวน 85 คน (ร้อยละ 21.30) มีรายได้ต่อเดือน 10,000-15,000 บาท จำนวน 174 คน (ร้อยละ 43.50) รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 5,000-10,000 บาท จำนวน 104 คน (ร้อยละ 26)

2. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาตราสินค้าขนมลาสูตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

นักวิจัยได้นำตราสินค้า ขนมลาสูตรโบราณ จำนวน 2 แบบคือ แบบเดิมที่ทางกลุ่มสตรีได้จัดทำไว้ และแบบใหม่ ที่นักวิจัยได้ออกแบบ ดังภาพประกอบที่ 1 และ ภาพประกอบที่ 2



ภาพประกอบที่ 1 ตราสินค้าแบบเดิม



ภาพประกอบที่ 2 ตราสินค้าแบบใหม่

นักวิจัยทำการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาตราสินค้า โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ผลการวิเคราะห์สรุปได้ ดังข้อมูลในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่อตราสินค้าทั้ง 2 แบบ

ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อตราสินค้า	แบบเดิม			แบบใหม่		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. ชื่อตราสินค้าเข้าใจง่าย	1.80	0.84	น้อยที่สุด	4.50	0.70	มากที่สุด
2. ตราสินค้ามีความสวยงามทันสมัย	1.73	0.74	น้อยที่สุด	4.61	0.56	มากที่สุด
3. เป็นเอกลักษณ์	1.77	0.70	น้อยที่สุด	4.66	0.56	มากที่สุด
4. ตราสินค้าช่วยให้เกิดการจดจำง่าย	1.75	0.74	น้อยที่สุด	4.70	0.51	มากที่สุด
5. สีของตราสินค้ามีความเหมาะสมกับ สินค้า	1.69	0.74	น้อยที่สุด	4.59	0.53	มากที่สุด
6. สามารถนำไปใช้ในชีวิตประจำวันได้ หลายทาง	1.71	0.74	น้อยที่สุด	4.63	0.53	มากที่สุด
รวม	1.74	0.75	น้อยที่สุด	4.62	0.57	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่อตราสินค้าขนมลาสูตรโบราณ ทั้ง 2 แบบ ผลจากการศึกษาพบว่า โดยการเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า จากแบบเดิมไปยังแบบใหม่ โดยภาพรวม ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้น จากแบบเดิม ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{x} = 1.74$) เป็นแบบใหม่ ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.62$)

3. ผลการศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาป้ายฉลากขนมลาสูตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อยาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

นักวิจัยได้นำป้ายฉลากขนมลาสูตรโบราณ จำนวน 2 แบบคือ แบบเดิมที่ทางกลุ่มสตรีได้จัดทำไว้ และแบบใหม่ ที่นักวิจัยได้ออกแบบ ดังภาพที่ 1 และ ภาพที่ 2


ภาพประกอบที่ 3 ป้ายฉลากแบบเดิม

ภาพประกอบที่ 4 ป้ายฉลากแบบใหม่



นักวิจัยทำการสำรวจระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาป้ายฉลาก โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ผลการวิเคราะห์สรุปได้ ดังข้อมูลในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่อป้ายฉลาก ทั้ง 2 แบบ

ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อป้ายฉลาก	แบบเดิม			แบบใหม่		
	\bar{x}	S.D.	แปลผล	\bar{x}	S.D.	แปลผล
1. ป้ายฉลากมีความเหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์	1.29	0.69	น้อยที่สุด	4.59	0.56	มากที่สุด
2. รายละเอียดของสินค้าชัดเจน	1.36	0.72	น้อยที่สุด	4.65	0.55	มากที่สุด
3. มีข้อความเด่นชัด กระทัดรัด เข้าใจง่าย	1.31	0.68	น้อยที่สุด	4.57	0.52	มากที่สุด
4. มีความเรียบง่ายน่าดึงดูดใจ	1.38	0.83	น้อยที่สุด	4.52	0.55	มากที่สุด
รวม	1.34	0.73	น้อยที่สุด	4.58	0.55	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความพึงพอใจต่อป้ายฉลาก ขนมลาคูตรโบราณ ทั้ง 2 แบบ ผลจากการศึกษาพบว่า โดยเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อป้ายฉลาก จากแบบเดิมไปยังแบบใหม่ โดยภาพรวม ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจเพิ่มขึ้น จากแบบเดิม ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\bar{x} = 1.34$) เป็นแบบใหม่ ผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจโดยภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.58$)

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษา เรื่อง ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาตราสินค้าและป้ายฉลาก ขนมลาคูตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อย่าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา พบว่าผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อตราสินค้าที่ได้พัฒนาใหม่ของขนมลาคูตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อย่าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมมากที่สุด และผู้บริโภคมีระดับความพึงพอใจต่อป้ายฉลากที่ได้พัฒนาใหม่ของขนมลาคูตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อย่าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยภาพรวมมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ ยูรวทัณญู วังคะฮาด (2552) ได้กล่าววว่า ตราสินค้าที่ดีจะสามารถสะท้อนให้เห็นลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่คุ้นลักษณะ แต่ซื้อประโยชน์ที่จะได้จากผลิตภัณฑ์ อีกทั้งตราผลิตภัณฑ์ที่ดีจะต้องมีลักษณะเฉพาะเพื่อสร้างความสนใจ จดจำได้ง่าย สั้น มีความทันสมัย ไม่ก่อให้เกิดความสับสนหรือเข้าใจผิดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของรายอื่น และมีความสัมพันธ์กับตัวสินค้า และสอดคล้องกับการศึกษาของ Silayoi, P. & Speece, M. (2007) ตราสินค้าเป็นการรวมของการใช้สัญลักษณ์ตัวอักษรภาพประกอบลวดลายและพื้นผิวซึ่งจะต้องทำให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย และสอดคล้องกับ อโนทัย เพ็ชรสุวรรณ (2549) ได้กล่าววว่า



ภาพประกอบที่สวยงามจะช่วยให้สินค้าแยกแยะความแตกต่างของกันและกันได้อย่างดี ตลอดทั้งยังดึงดูดให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้มากยิ่งขึ้น ฉลากสินค้าเป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยป้ายฉลากอาจเป็นส่วนหนึ่งของการบรรจุหีบห่อ ข้อมูลบนป้ายฉลากหรือการออกแบบกราฟิกบนป้ายฉลากเป็นการบอกถึงเรื่องราวของสิ่งที่บรรจุอยู่ภายใน เพื่อให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงข้อมูลต่าง ๆ โดยข้อมูลบนป้ายฉลาก ได้แก่ ส่วนประกอบหรือส่วนผสมโดยประมาณ คุณค่าทางโภชนาการขั้นต้นหรือวิธีใช้ การเก็บรักษา วันที่ผลิตและวันที่หมดอายุ คำบรรยายสรรพคุณ และข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต เป็นต้น และสอดคล้องกับการศึกษาของ มณีรัตน์ รัตนพันธ์ (2557) พบว่า ตราสินค้า และฉลากสินค้าที่ดีจะต้องแสดงรายละเอียด วันที่ผลิต วันหมดอายุ ราคา ส่วนผสมผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายรับรองคุณภาพ แหล่งผลิต คุณค่าสารอาหาร ให้ดูสวยงาม ทันสมัย และแสดงเอกลักษณ์เฉพาะและสอดคล้องกับการศึกษาของ ต่อตระกูล ปัญญาไว และพจน์ธรรม ณรงค์วิทย์ (2559) พบว่า กลุ่มผู้ผลิตครกหินแกรนิตตำบลแม่สลิด อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด เนื่องจากกลุ่มเครือข่ายครกหินไม่เคยมีตราสินค้ามาก่อน ทำให้กลุ่มผู้ผลิตครกหินมีความพึงพอใจกับตราสินค้าที่ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบให้เป็นอย่างมาก สำหรับกลุ่มผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อตราสินค้าในระดับมาก ประเด็นที่มีความพื่อนใจน้อยที่สุดคือ เรื่องของการใช้สีกับองค์ประกอบอื่น ๆ ซึ่งการนำภาพสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ ของจังหวัด มาเปลี่ยนสีให้เป็นโทนเดียวกันทั้งหมด ทำให้ภาพดูไม่ออก และไม่สามารถสื่อถึงสถานที่ต่าง ๆ ได้เท่าที่ควร และสอดคล้องกับการศึกษาของ สุภาพร อภิรัตน์านุสรณ์ และ กฤตภาส จินาภาค (2556) พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่พึงพอใจต่อการจัดรูปแบบกราฟิกตราสินค้า และฉลากสินค้า ในระดับมากและมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

1. การพัฒนาตราสินค้า และป้ายฉลากสามารถเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และขยายกลุ่มเป้าหมายการซื้อเป็นของฝากได้เพิ่มขึ้น
2. การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาต่อเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อขนมลา เพราะจะทำให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และวางแผนการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และศึกษาต่อเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพราะเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับการทำธุรกิจ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้า

คำขอบคุณ

ขอขอบคุณ ผู้บริหารมหาวิทยาลัยหาดใหญ่ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณ สำนักวิจัยและพัฒนาและผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัยให้แก่ ดร.ประสิทธิ์ รัตนพันธ์ ดร.ยรรยง คชรัตน์ อาจารย์ธนากร พุกษ์รัตนภา คุณอนันต์ จารงวิศวะ และคุณประภาศรี นิยมญาติ รวมถึงผู้ที่อยู่เบื้องหลังของความสำเร็จทุกท่านแม้ได้เอนามไว้ ณ ที่นี้



เอกสารอ้างอิง

- กันย์ณิภัฐ สุวรรณอ่อน. (2559). *เศรษฐศาสตร์มหภาค*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- ต่อตระกูล ปัญญาไว และพจน์ธรรม ณรงค์วิทย์. (2559). การออกแบบตราสินค้าส่งเสริมการขาย กลุ่มเครื่องสำอางเครื่องสำอางค์ ต้บลดแม่ผลิตอำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก. *สัปดาห์วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (สทวท.)*. 3 (2).
- มณีรัตน์ รัตนพันธ์. (2557). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมลากรอบ กลุ่มสตรีบ้านชะแม. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยหอการค้าไทย*. 34 (4), 50-60.
- ยูรวิทย์ วัจนะฮาด. (2552). *การออกแบบโปสเตอร์โฆษณาและตราสินค้าสำหรับไวน์หมากเม่า อำเภอคำชะอี*. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (เลื่อนภูมิ). มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุภาพร อภิรัตน์นุสรณ์ และ กฤตภาส จินาภาค. (2556). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกพร้อมบริโภค. *วารสารวิจัยและพัฒนา มจร*. 36 (4), 451-464.
- อโนทัย เพ็ชรสุวรรณ. (2549). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋นในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์*. วิทยานิพนธ์ กศ.ม. (อุตสาหกรรมการศึกษา). กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- Silayoi, P. &Speece, M. (2007). *The importance of packaging attributes: a conjoint analysis approach*. *European Journal of Marketing*. Emerald Article.