



ออกแบบป้ายฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาว
พัฒนา ตำบลโคกม่วง อำเภอลำดวน จังหวัดพัทลุง

Design Label Spices Housewife Farmers Ban Thung Yao Develop, Tambon
Kkok-muan Amphoe Chaison Phattalung

ปทุมวรรณ ทองตราชู^{1*}, มณีรัตน์ รัตนพันธ์², กัญญณิภัฏ สุวรรณอ่อน², ประสิทธิ์ รัตนพันธ์³,
สิริลักษณ์ ทองพูน⁴, จักรเกียรติ เมธานัย⁵, ภัทรินทร์ ทางรัตนสุวรรณ⁶, และ พิจิตรา ทองแก้ว⁷
Patumwan Thongtrachou^{1*}, Maneerat Rattanaphan², Kannipat Suwan-on², Prasit
Rattanaphan³, Siriluck Thongpoon⁴, Chakkait Methanai⁵, Pattarin Thangrattanasuwan⁶ and
Pijitar Thongkaew⁷

¹ อาจารย์, สาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

¹ Lecturer of Department of Marketing, Hatyai Business School, Hatyai University.

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

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

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., สถาบันนวัตกรรมสุขภาพและความงามแห่งเอเชีย

³ Assistant Professor, Ph.D, Asia Institute of Innovative Health and Beauty.

⁴ อาจารย์ ดร., หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตและหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

⁴ Ph.D, (Business Administration) and MBA (Management and Business Development) Programs,
Hatyai Business School, Hatyai University

⁵ อาจารย์ ดร., สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

⁵ Ph.D, Lecturer of Department of Service Industries, Hatyai Business School, Hatyai University.

⁶ อาจารย์, สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

⁶ Lecturer of Department of Management, Hatyai Business School, Hatyai University.

⁷ นักศึกษา, สาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

⁷ Student in Marketing Department, Hatyai Business School, Hatyai University.

* Corresponding author, E-mail: Patumwan@hu.ac.th, foam-tumwan@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา ตำบลโคกม่วง อำเภอลำดวน จังหวัดพัทลุง 2) ศึกษาความพึงพอใจ
ของผู้บริโภคที่มีต่อป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาว
พัฒนา ตำบลโคกม่วง อำเภอลำดวน จังหวัดพัทลุง การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ
ใช้การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิและการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์
เครื่องแกง ศึกษาในกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ใช้การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย
โปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนาหาค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบน
มาตรฐานผลการศึกษาพบว่า ป้ายฉลากแบบ A ดึงดูดใจผู้บริโภค ประกอบด้วย รายละเอียดผลิตภัณฑ์
เครื่องแกงมีความเหมาะสม และผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.84

คำสำคัญ: ออกแบบป้ายฉลาก, ผลิตภัณฑ์เครื่องแกง, วิสาหกิจชุมชน



Abstract

The purposes of this research were 1) to label design of curry products and 2) to study customer satisfaction toward the label design of curry products for Ban Thung Yao Pattana Community Enterprise, Tambon Khok Muang, Khao Chaison District, Phattalung. This research was quantitative research and qualitative research. The data was collected by interview design expert and questionnaire from 400 customers of curry products Ban Thung Yao Pattana Community and used accidental sample selection. Data analysis used are mean and standard deviation. The results showed that the label type A of curry products on the foil bag was appropriate and consumers were satisfied at the highest level, with an average of 4.84.

Keywords: Label design, Curry product, Community Enterprise

บทนำ

“ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” ตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร เป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศอย่างต่อเนื่องจาก แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 - 11 โดยการจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 12 สำนักคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (สศช.) ได้จัดทำบนพื้นฐาน ของกรอบยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2560 - 2579) ซึ่งเป็นแผนหลักของการพัฒนาประเทศ และ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) รวมทั้งการปรับโครงสร้าง ประเทศไทยไปสู่ประเทศไทย 4.0 เพื่อมุ่งสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ ฉบับที่ 12 (ปี พ.ศ. 2560 - 2564)

รากฐานอันมั่นคงของประเทศไทยคือสังคมเกษตรกรรม จำเป็นต้องสร้างความมั่นคงขึ้นจาก แผ่นดินและผืนน้ำอันเป็นทรัพยากรของประเทศเอง ปัญหาส่วนหนึ่งที่ทำให้เกษตรกรรายย่อยเดือดร้อน มาก คือ ความล้มเหลวของการพัฒนาเศรษฐกิจภาคเกษตรกรรม ราคาพืชผลการเกษตรตกต่ำเป็นเรื่องที่ เกิดขึ้นเสมอ ๆ รัฐบาลก็ช่วยเหลือจากประเด็นดังกล่าวทุกฝ่ายโดยเฉพาะเกษตรกรรายย่อย คือ เกษตรกร ต้องสร้างภูมิคุ้มกันให้ตัวเอง ภูมิคุ้มกันนั้นมีเผยแพร่อยู่แล้วคือแนวคิดเศรษฐกิจพอเพียงนั่นเอง (ที่มา : สยามรัฐ วันที่ 13 พ.ค. 2558) เพื่อให้สังคมเกษตรกรรมเข้มแข็ง

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา 48 หมู่ที่ 11 ตำบลโคกม่วง อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง จัดตั้งกลุ่มเมื่อ พ.ศ. 2550 มีสมาชิกทั้งหมด 61 คน ในปี พ.ศ. 2554 ได้จดทะเบียนเป็น วิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลิตภัณฑ์เครื่องแกงเพื่อทำอาชีพเสริมตามแนวที่สอดคล้องกับหลักปรัชญา เศรษฐกิจพอเพียงและนโยบายของรัฐบาลการดำเนินงานของกลุ่มใช้วัตถุดิบซึ่งเป็นทรัพยากรชุมชน สมาชิกในกลุ่มได้รับการฝึกอบรมการศึกษาดูงานจนสามารถผลิตสินค้าได้ดีขึ้น และทางกลุ่มได้สร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงที่มีคุณภาพจำนวน 3 ประเภท คือ เครื่องแกงส้ม เครื่องแกงเผ็ด และเครื่องแกงกะทิ บรรจุในถุงพอยด์ขนาด 500 กรัม มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพจนได้รับเครื่องหมาย ออย. เครื่องหมาย ฮาลาล และเครื่องหมายรับรองสินค้า จากการศึกษาเบื้องต้น พบว่า ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา บรรจุภัณฑ์ที่ใช้คือ ถุงพอยด์แบบทึบทั้ง 2 ด้าน และไม่มี ป้ายฉลากบอกรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ทำให้เมื่อมีการจัดแสดงสินค้า เช่น งาน OTOP ซึ่งทางกลุ่ม

ได้ร่วมออกบูธ มักมีคำถามจาก ลูกค้าสอบถามถึงลักษณะของเนื้อและสีของเครื่องแกง จากข้อมูลดังกล่าว กลุ่มจึงเปลี่ยนเป็นถุงฟรอยด์ มาเป็นแบบทึบ 1 ด้าน และใส 1 ด้าน เพื่อที่จะให้เห็นลักษณะของเนื้อและสีของเครื่องแกงส่วนป้ายฉลาก ทางกลุ่มแม่บ้านยังไม่มีป้ายฉลากสำหรับติดถุงฟรอยด์กลุ่มแม่บ้านจึงแก้ไข ปัญหาโดยการนำป้ายฉลากที่สำหรับติดเครื่องแกงขนาดกระปุกมาติดบนถุงฟรอยด์แทน

จากสอบถามถึงความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแม่บ้านเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา พบว่า ทางกลุ่มขาดความรู้ความเข้าใจด้านการตลาด ดังนั้น ทางกลุ่มเครื่องแกงได้บอกความต้องการเบื้องต้น ต้องการให้ผู้วิจัยช่วยเหลือเรื่องการออกแบบป้ายฉลาก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า รวมทั้งนำไปใช้ในการส่งเสริมการตลาดได้เพื่อสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภคจากประเด็นดังกล่าวผู้วิจัยจึงศึกษาการออกแบบป้ายฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องแกงบนบรรจุภัณฑ์แบบถุงฟรอยด์ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 ป้ายฉลากเครื่องแกงก่อนพัฒนา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา ตำบลโคกม่วง อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา ตำบลโคกม่วง อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง

ขอบเขตการศึกษา

การศึกษารูปแบบป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา มีขอบเขตดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาในประเด็นหลักการออกแบบป้ายฉลาก และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อป้ายฉลากรูปแบบใหม่
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ มุ่งศึกษาเฉพาะผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา ตำบลโคกม่วง อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง
3. ขอบเขตด้านประชากร มุ่งศึกษาเฉพาะผู้ทรงคุณวุฒิ ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจและผู้บริโภคเครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา



แนวคิดและทฤษฎี

1. ป้ายฉลาก (Labeling) ความหมาย คือ การแสดงรายละเอียดข้อมูลของผลิตภัณฑ์ลงบนบรรจุภัณฑ์ ฉลากที่ดีควรระบุข้อมูลต่อไปนี้ชื่อตรา ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ ข้อควรระวังในการใช้ผลิตภัณฑ์ ชื่อผู้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิต/วันหมดอายุ (<https://packaging.oie.go.th>) และวิทวัส รุ่งเรืองผล (2546) กล่าวไว้ว่า ฉลาก (Label) เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือเกี่ยวกับผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ โดยฉลากส่วนใหญ่จะเป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์แบ่งประเภทของฉลากได้ 3 ประเภทคือ 1) ฉลากบอกตรา ยี่ห้อ (Brand Label) แสดงตรา ยี่ห้อหรือโลโก้ของผลิตภัณฑ์ 2) ฉลากแสดงคุณภาพ (Grade Label) แสดงระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์รวมถึงแสดงเครื่องหมายรับรองมาตรฐานและรางวัลต่าง ๆ ที่ได้รับ 3) ฉลากแสดงรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ (Descriptive Label) แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ เช่น ส่วนผสม คุณค่าทางอาหาร สรรพคุณ วิธีการใช้ การเก็บรักษาที่อยู่ผู้ผลิต เป็นต้น

2. พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 ปัจจัยคือ 1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม 2) ปัจจัยด้านสังคม 3) ปัจจัยด้านบุคคล และ 4) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Schiffman, L., & Kanuk, L., 2010)

3. ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง เป็นความรู้สึกหลังการซื้อหรือการรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือประสิทธิภาพของสินค้า ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าคาดหวังทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ และถ้าผลที่ได้รับสูงกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2552) ทั้งนี้การจัดรูปแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฉลากสินค้า และโครงสร้างบรรจุภัณฑ์จะทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ (สุภาพร อภิรัตน์านุสรณ์ และกฤตภาส จินาภาค, 2556)

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจะเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อให้ได้แบบของป้ายฉลาก ทำการนำป้ายฉลากไปสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อป้ายฉลาก มีรายละเอียดดังนี้

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อรับฟังความคิดเห็น รวมถึงข้อเสนอแนะของบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อการออกแบบป้ายฉลาก เครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา มีวิธีการดำเนินการวิจัยต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยแบ่งกลุ่มประชากรเป็น 3 กลุ่มดังนี้

1.1 กลุ่มผู้บริโภคเครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างที่มาซื้อเครื่องแกง จำนวน 40 คน

1.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) ตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา จำนวน 2 คน

1.3 กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด และนักออกแบบ จำนวน 4 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection)

2. ขั้นตอนการดำเนินการ

ผู้วิจัยกำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

2.1 เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ เลือกเฉพาะ ผู้บริโภคเครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา ณ ที่ทำการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา ตำบลโคกม่วง อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง

2.2 นำข้อมูลจากที่ได้จากการสัมภาษณ์มาออกแบบป้ายฉลากเครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา จำนวน 3 ประเภท 1) เครื่องแกงเผ็ด 2) เครื่องแกงส้ม 3) เครื่องแกงกะทิ เครื่องแกงละ 2 แบบ คือ ป้ายฉลากเครื่องแกงแบบ A และแบบ B

2.3 นำป้ายฉลากที่ออกแบบแล้ว สัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและตัวแทนของกลุ่มผู้ใช้แบบสัมภาษณ์มีลักษณะปลายเปิด เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้ข้อเสนอแนะป้ายฉลาก แก่ไปตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

2.4 ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อป้ายฉลากเครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ มีรายละเอียดดังนี้

วิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ประชากร คือ ผู้บริโภคที่ซื้อเครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้วิธีคำนวณหาจำนวนกลุ่มตัวอย่างกรณีไม่ทราบจำนวนประชากร โดยใช้สูตรของ Cochran,(1977) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ จำนวน 384 ตัวอย่าง และผู้วิจัยเพิ่มกลุ่มตัวอย่างเป็น 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม ซึ่งมี 2 ตอน ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อป้ายฉลาก 2 รูปแบบ จำนวน 6 ข้อคำถาม

แบบสอบถามมีลักษณะคำถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า Likert Scale กำหนดระดับความสำคัญเป็น 5 ระดับ ระดับ 5 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด ถึงระดับ 1 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด (Sekaran & Bougie, 2010:152)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญให้แบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบเองโดยดำเนินการจนครบ จำนวนตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อคำนวณหาค่าสถิติภาคบรรยาย คือค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ มีดังนี้

1. จากการศึกษาดูออกแบบป้ายฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องแกง จำนวน 2 รูปแบบ ดังนี้
รูปแบบ A



ภาพที่ 2 ป้ายฉลากเครื่องแกงเผ็ด

เครื่องแกงเผ็ดใช้สีโทนแดงทอง ป้ายฉลากประกอบด้วยตราสินค้าครกทอง ภาพเครื่องแกงเผ็ด ส่วนผสมที่สำคัญของเครื่องแกงเผ็ด



ภาพที่ 3 ป้ายฉลากเครื่องแกงส้ม

เครื่องแกงส้มใช้สีโทนส้มทองป้ายฉลากประกอบด้วยตราสินค้ารูปครกทองภาพเครื่องแกงส้ม ส่วนผสมที่สำคัญของเครื่องแกงส้ม



ภาพที่ 4 ป้ายฉลากเครื่องแกงกะทิ

เครื่องแกงกะทิใช้สีโทนเขียว ป้ายฉลากประกอบด้วย ตราสินค้ารูปครกทองภาพเครื่องแกงกะทิ ส่วนประสมที่สำคัญของเครื่องแกงกะทิ

เครื่องแกงทุกประเภทป้ายฉลากรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้ากว้าง 10 เซนติเมตร ยาว 12 เซนติเมตร มีข้อความสะอาดถูกหลักอนามัย ใช้วัสดุธรรมชาติ ไม่ใส่วัตถุกันเสีย ผู้ผลิต และสถานที่ผลิต วันที่ผลิต ควรบริโภคก่อน ปริมาณสุทธิ ราคา พร้อมรูปอาหารประกอบ และมีป้ายแสดงสัญลักษณ์คุณภาพ เครื่องหมาย ออย. เครื่องหมาย OTOP เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเครื่องหมายกรมการพัฒนาชุมชน และ เครื่องหมายฮาลาล

รูปแบบ B



ภาพที่ 5 ป้ายฉลากเครื่องแกงเผ็ด

เครื่องแกงเผ็ดใช้สีโทนแดง ป้ายฉลากประกอบด้วย ตราสินค้ารูปครกทองภาพพริกไทยดำ เนื้อเครื่องแกงเผ็ด แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของเครื่องแกง ส่วนประสมที่สำคัญของเครื่องแกงเผ็ด



ภาพที่ 6 ป้ายฉลากเครื่องแกงส้ม

เครื่องแกงส้มใช้สีโทนเหลือง ป้ายฉลากประกอบด้วย ตราสินค้ารูปครกทองภาพขมิ้น พริก เนื้อเครื่องแกงส้ม ส่วนประสมที่สำคัญของเครื่องแกงส้ม



ภาพที่ 7 ป้ายฉลากเครื่องแกงกะทิ

เครื่องแกงกะทิใช้สีโทนเขียวป้ายฉลากประกอบด้วย ตราสินค้ารูปครกทองภาพกะทิ ขมิ้น พริก เนื้อเครื่องแกงกะทิ แสดงส่วนประสมที่สำคัญของเครื่องแกงกะทิ

เครื่องแกงทุกประเภทป้ายฉลากรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้ากว้าง 10 เซนติเมตร ยาว 12 เซนติเมตร ข้อความสะอาดถูกหลักอนามัย ใช้วัสดุธรรมชาติ ไม่ใช้วัตถุกันเสีย ผู้ผลิตและสถานที่ผลิต วันที่ผลิต ควรบริโภคก่อน ปริมาณสุทธิ ราคา และมีป้ายแสดงสัญลักษณ์คุณภาพ ได้แก่ เครื่องหมาย ออย. เครื่องหมาย OTOP เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เครื่องหมายกรมการพัฒนาชุมชน และเครื่องหมายฮาลาล

ผลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิมีดังต่อไปนี้

<p>ป้ายฉลากแบบ A ควรปรับปรุงดังนี้</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) สีที่ใช้ควรใช้สีสด 2) ภาพประกอบพื้นหลังจะต้องมีความคมชัด 3) เปลี่ยนภาพประกอบให้เข้ากับเครื่องแกง เช่น เครื่องแกงกะทิ ควรมีรูปกะทิสื่อให้เห็นว่านี่คือเครื่องแกงกะทิ 4) ตัดข้อความส่วนที่ไม่จำเป็นออก
<p>ป้ายฉลากแบบ B ควรปรับปรุงดังนี้</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1) ให้เพิ่มภาพประกอบพื้นหลังให้กับเครื่องแกงกะทิ 2) ภาพประกอบพื้นหลังจะต้องมีความคมชัด 3) เปลี่ยนภาพประกอบให้เข้ากับเครื่องแกง เช่นเครื่องแกงส้ม ควรมีรูปมะนาวสื่อให้เห็นว่านี่คือเครื่องแกงส้ม 4) จัดรูปแบบการวางภาพประกอบให้สวยงามและตัดข้อความส่วนที่ไม่จำเป็นออก

การปรับปรุงรูปแบบป้ายฉลากภายหลังได้รับข้อเสนอแนะจากผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้
รูปแบบ A



ภาพที่ 8 ป้ายฉลากเครื่องแกงเผ็ด

เครื่องแกงเผ็ด ป้ายฉลากเปลี่ยนโทนสีสด เน้นความคมชัดภาพประกอบให้เหมาะกับเครื่องแกง เช่น เครื่องแกงเผ็ดเพิ่มรูปตะไคร้ กระเทียม และพริกไทย



ภาพที่ 9 ป้ายฉลากเครื่องแกงส้ม

เครื่องแกงส้มป้ายฉลากเป็นโทนสีสดส้มเหลือง ภาพประกอบให้เหมาะกับเครื่องแกง เช่น เครื่องแกงส้มเพิ่มรูป พริก ขมิ้น และมะนาว

เครื่องแกงกะทิป้ายฉลากเปลี่ยนเป็นโทนสีเขียวใบตอง ภาพประกอบให้เหมาะกับเครื่องแกง เช่น เครื่องแกงกะทิเพิ่มรูปมะพร้าว



ภาพที่ 10 ป้ายฉลากเครื่องแกงกะทิ

เครื่องแกงทุกประเภทป้ายฉลากลักษณะสี่เหลี่ยมผืนผ้ากว้าง 10 เซนติเมตร ยาว 12 เซนติเมตร
เพิ่มข้อความมุมบนด้านขวา “เครื่องแกงทุ่งยาวพัทลุง” ป้ายฉลากแสดงคุณภาพและรายละเอียดอื่น ๆ
คงไว้เหมือนเดิม

รูปแบบ B



ภาพที่ 11 ป้ายฉลากเครื่องแกงเผ็ด

เครื่องแกงเผ็ด ป้ายฉลากใช้สีโทนแดงสดเปลี่ยนภาพประกอบให้คมชัด ภาพประกอบเหมาะสม
เพิ่มรูปตะไคร้ กระเทียม พริก และพริกไทย



ภาพที่ 12 ป้ายฉลากเครื่องแกงส้ม

เครื่องแกงส้มป้ายฉลากโทนสีเหลืองสด เปลี่ยนภาพประกอบให้คมชัด รูปภาพประกอบเหมาะสม
พริก ขมิ้น และมะนาว



ภาพที่ 13 ป้ายฉลากเครื่องแกงกะทิ



เครื่องแกงกะทิโหนดสีเขียวใบตอง เปลี่ยนภาพประกอบให้คมชัด รูปภาพประกอบเหมาะสม ละเอียด เครื่องแกงทุกประเภทป้ายฉลากลักษณะสีเหลี่ยมผืนผ้ากว้าง 10 เซนติเมตร ยาว 12 เซนติเมตร จัดรูปแบบการวางภาพประกอบให้สวยงาม เพิ่มข้อความใต้โลโก้ “เครื่องแกงทุ่งยาวพัทลุง” ป้ายฉลาก แสดงคุณภาพและรายละเอียดอื่น ๆ คงไว้เหมือนเดิม

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อป้ายฉลาก อธิบายได้ 2 ส่วน ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 69.9 อยู่ในช่วงอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.60 มีการศึกษาอยู่ในระดับต่ำกว่าปริญญาตรีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 66.95 ประกอบอาชีพทำธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 51.25 มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 55.55

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อป้ายฉลาก

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกแบบ A

ความสวยงามและน่าสนใจของป้ายฉลาก	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1.รูปทรงสวยงาม	4.89	.311	มากที่สุด
2.รูปแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ สร้างความจดจำได้ง่าย	4.87	.340	มากที่สุด
3.ป้ายฉลากแสดงรายละเอียดได้ครบถ้วน เช่น วันที่ผลิต วันหมดอายุ ส่วนผสม ราคา แหล่งผลิต	4.85	.369	มากที่สุด
4.ความเหมาะสมของสีตัวอักษรและรูปภาพ	4.84	.366	มากที่สุด
5.มีความแปลกใหม่ สะดุดตาเมื่อพบเห็น	4.83	.400	มากที่สุด
6.ความเหมาะสมของขนาด	4.78	.432	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	4.84	0.37	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ความพึงพอใจของผู้บริโภคแสดงระดับความสำคัญของความสวยงามและน่าสนใจของป้ายฉลากโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย คิดเป็นร้อยละ 4.84 โดยปัจจัยที่มีอันดับสูงสุดจำนวน 3 ปัจจัย คือ รูปทรงสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 4.89 รูปแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ สร้างความจดจำได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 4.87 ป้ายฉลากแสดงรายละเอียดได้ครบถ้วน เช่น วันที่ผลิต วันหมดอายุ ส่วนผสม ราคา แหล่งผลิต คิดเป็นร้อยละ 4.85



ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานจำแนกแบบ B

ความสวยงามและน่าสนใจของป้ายฉลาก	\bar{X}	S.D.	ระดับความสำคัญ
1.ป้ายฉลากแสดงรายละเอียดได้ครบถ้วน เช่น วันที่ผลิต วันหมดอายุ ส่วนประสม ราคา แหล่งผลิต	4.82	.481	มากที่สุด
2.รูปแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ สร้างความจดจำได้ง่าย	4.80	.405	มากที่สุด
3.ความเหมาะสมของสีตัวอักษรและรูปภาพ	4.78	.473	มากที่สุด
4.รูปทรงสวยงาม	4.78	.417	มากที่สุด
5.มีความแปลกใหม่ สะดุดตาเมื่อพบเห็น	4.77	.441	มากที่สุด
6.ความเหมาะสมของขนาด	4.60	.555	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยรวม	4.80	0.46	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ความพึงพอใจของผู้บริโภคแสดงระดับความสำคัญของความสวยงามและน่าสนใจของป้ายฉลากโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย คิดเป็นร้อยละ 4.80 โดยปัจจัยที่มีอันดับสูงสุดจำนวน 3 ปัจจัย คือ ป้ายฉลากแสดงรายละเอียดได้ครบถ้วน เช่น วันที่ผลิต วันหมดอายุ ส่วนประสม ราคา แหล่งผลิต คิดเป็นร้อยละ 4.82 รูปแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ สร้างความจดจำได้ง่าย คิดเป็นร้อยละ 4.80 รูปทรงสวยงาม และความเหมาะสมของสี ตัวอักษร และรูปภาพ คิดเป็นร้อยละ 4.78

ผลการพัฒนาป้ายฉลากเครื่องแกงจากการมีส่วนร่วมของผู้ทรงคุณวุฒิอาจารย์ด้านการตลาด และตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา และการประเมินความพึงพอใจของป้ายฉลาก โดยผลจากการสำรวจระดับความพึงพอใจป้ายฉลากแบบ A ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.84

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษาป้ายฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา ตำบลโคกม่วง อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายผลได้ดังนี้ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อความสวยงามและน่าสนใจของป้ายฉลาก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย โดยปัจจัยที่มีอันดับสูงสุด จำนวน 3 ปัจจัย คือ รูปทรงสวยงาม รูปแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ สร้างความจดจำได้ง่าย และป้ายฉลากแสดงรายละเอียดได้ครบถ้วน เช่น วันที่ผลิต วันหมดอายุ ส่วนประสม ราคา แหล่งผลิตซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกัญญ์ณิภัฏ สุวรรณอ่อนและคณะ(2560) ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อตราสินค้าและป้ายฉลากที่ได้พัฒนาใหม่ของขนมลาสูตรโบราณ กลุ่มสตรี บ่อปาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาโดยรวมมากที่สุด และการศึกษาของมณีนรัตน์ รัตนพันธ์ (2556) โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ บรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการบริโภค บรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียดวันที่ผลิต และวันหมดอายุ บรรจุภัณฑ์มีการออกแบบทำให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน บรรจุภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ แสดงให้เห็นชัดเจน บรรจุภัณฑ์ มีรายละเอียดส่วนผสมผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน บรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุที่มีคุณภาพ บรรจุภัณฑ์บอกแหล่งผลิตอย่างชัดเจน อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของวิวัฒน์ จันท์กิ่งทองและคณะ(2561) พบว่าบรรจุภัณฑ์ และป้ายฉลากเครื่องแกงตำมือ ที่มีรูปแบบเป็นกล่องพลาสติกทรงกลมสีใส มองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในชัดเจน มีป้าย



ฉลากติดข้างกล่องประกอบด้วยรายละเอียดผลิตภัณฑ์ มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลาก พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านป้ายฉลากในระดับมากทุกข้อ

ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในระดับความสำคัญของความสวยงามและน่าสนใจของป้ายฉลาก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ 1) รูปทรงสวยงาม 2) รูปแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ สร้างความจดจำได้ง่าย 3) ป้ายฉลากแสดงรายละเอียดได้ครบถ้วน เช่น วันที่ผลิต วันหมดอายุ ส่วนประสม ราคา แหล่งผลิต 4) ความเหมาะสมของสี ตัวอักษร และรูปภาพ 5) มีความแปลกใหม่ สะดุดตาเมื่อพบเห็น ปัจจัยที่มีความพึงพอใจน้อยคือ ความเหมาะสมของขนาด ดังนั้นจึงเสนอแนะควรมีการเพิ่มขนาดของฉลากพร้อมให้มีหลายขนาด และปรับขนาดของป้ายฉลากเพื่อเพิ่มทางเลือกในการซื้อและเข้าถึงลูกค้าเป้าหมายเพิ่มมากขึ้น แต่อย่างไรก็ตามทางกลุ่มจำเป็นต้องเปรียบเทียบยอดขายและกำไรก่อนและหลังการพัฒนาป้ายฉลากเครื่องแกง เพื่อพิจารณาว่ามีผลกระทบต่อยอดขายกำไรมากน้อยเพียงใด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องแกงจะทำให้กลุ่มวิสาหกิจสามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมาย และวางแผนการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล
2. ควรทำวิจัยต่อยอดด้านการบริหารจัดการอย่างอื่นให้ครอบคลุม เช่น การจัดทำบัญชีต้นทุนการบริหารจัดการภายในกลุ่ม เป็นต้น

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา ตำบลโคกม่วง อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง ที่ได้ให้การสนับสนุนการศึกษาข้อมูลในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- กันยณีรัฐ สุวรรณอ่อนและคณะ.(2560).ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาตราสินค้าและป้ายฉลากขนมลาสูตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อียง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 8 วันที่ 22 มิถุนายน2560 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. 871-878.
- มณีรัตน์ รัตนพันธ์. (2556). ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมลากรอบ กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 4 วันที่ 10 พฤษภาคม 2556 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. 251-259.
- วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทองและคณะ.(2561).การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และป้ายเครื่องแกงตำมือ บ้านทุ่งชุมพลพัฒนา ตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 9 วันที่ 20 กรกฎาคม2561 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. 1,491-1,505.
- วิทวัส รุ่งเรืองผล (2546). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ:ธรรมศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่(พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ:ธรรมศาสตร์.



สุภาพร อภิรัตน์านุสรณ์ และ กฤตภาส จินาภาค. (2556). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์น้ำพริกพร้อมบริโภค.
วารสารวิจัยและพัฒนา มจร. 36 (4), 451-464.

Cochran, W.G. (1977). *Sampling techniques*. 3rd ed. John Wiley & Sons, Inc. New York.

Sekaran, U. and Bougie, R. (2010). *Research Methods for Business*. 5th ed. UK:
John Wiley and Sons.

Schiffman, L., & Kanuk, L. (2010). *Consumer Behavior*. 10th ed., NJ: Prentice Hall.

Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed., Tokyo. Harper
International Edition.