



การออกแบบตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร
บ้านท่าแซะ ตำบลคลองภูตะเภา อำเภอบ้านลาด จังหวัดสงขลา

Brand and Label Design for Rice Products of Ban Thasae Rice Farmers
Group, Tambon Khlong U Ta Phao, Amphoe Hatyai, Songkhla

ปทุมวรรณ ทองตราชู^{1*}, มณีรัตน์ รัตนพันธ์², กัญญณิภัฏ สุวรรณอ่อน², ประสิทธิ์ รัตนพันธ์³,
สิริลักษณ์ ทองพูน⁴, จักรเกียรติ เมธานัย⁵, ภัทรินทร์ ทางรัตนสุวรรณ⁶, คณิดา ไกรสันติ⁷
และเชิดชัย มีบุญ⁸

Patumwan Thongtrachou^{1*}, Maneerat Rattanaphan², Kannipat Suwan-on²,
Prasit Rattanaphan³, Siriluck Thongpoon⁴, Chakkait Methanai⁵,
Pattarin Thangrattanasuwan⁶, Kanida Kraisanti⁷ and Chertchai Meebun⁸

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., นักวิชาการอิสระ

³ Assistant Professor, Ph.D, Independent Scholar

⁴ ดร., อาจารย์, หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตและหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, คณะบริหารธุรกิจ,
มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

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

⁵ ดร., อาจารย์, 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 ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาวิชาระบบสารสนเทศทางธุรกิจ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

⁷ Assistant Professor, Department of Business Information Systems Administration, Hatyai Business
School, Hatyai University

⁸ นักศึกษา, สาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

⁸ Student in Marketing Department, Hatyai Business School, Hatyai University

*Corresponding author, E-mail: patumwan@hu.ac.th, patumwan2985@gmail.com



บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสาร ของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะ ตำบลคลองอู่ตะเภา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า และป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์ข้าวสาร ของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะ ตำบลคลองอู่ตะเภา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ใช้การสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิและการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า และป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์ข้าวสาร ศึกษาในกลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 คน ใช้การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนาหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า ตราสินค้าข้าวสารบ้านท่าแซะ แบบที่ 2 รูปทรงกลมสีทอง ด้านในมีลวดลายกนกสีแดงโค้งบ่งบอกถึงรวงข้าวและความเป็นไทย ด้านล่างแสดงตราสินค้า ส่วนป้ายฉลากแสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ตราสินค้า คุณภาพสินค้า และรายละเอียดอื่น และพบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านตราสินค้า และป้ายฉลาก อยู่ในระดับมากที่สุดทุกข้อ

คำสำคัญ: ตราสินค้า, ป้ายฉลาก, ผลิตภัณฑ์ข้าวสาร, เกษตรชุมชน

Abstract

The purpose of this research are: 1) to design brand and label for rice products of Ban Tha sae Rice Farmers Group, and 2) to study consumer's satisfaction toward brand and label for rice products of Ban Tha sae Rice Farmers Group, Tambon Khlong U Ta Phao, Amphoe Hatyai, Songkhla. This research is a qualitative and quantitative research. Study by interviewing experts and consumer's satisfaction survey 200 consumer by accidental sampling. Data collection use questionnaire and in-depth interview. Data analysis by statistics program for social science research and use descriptive statistics (percentage, mean and standard deviation)

The results indicate that brand and label Type 2 golden round shape that inside, there is a red Kanok pattern with curved lines, representing the ears of rice and Thainess. Downside, show Tha sae Rice brand. The label show product brand, product quality, and other details. In addition, the consumer's satisfaction toward brand and label are highest overall.

Keywords: Product brand, Label, Rice products, Community agriculture



บทนำ

“ข้าว” เป็นหนึ่งในพืชเศรษฐกิจสำคัญของประเทศ ทั้งในด้านการบริโภค (ข้าวเป็นอาหารหลักของคนไทย) เป็นสินค้าเกษตรส่งออกของประเทศไทย และมีความสำคัญต่อภาวะเศรษฐกิจภูมิภาค เป็นพืชเกษตรหลักของประเทศที่ครอบคลุมพื้นที่เพาะปลูกมากที่สุด (คิดเป็น 45.2% ของพื้นที่การเกษตรทั้งหมดของประเทศ) และมีจำนวนครัวเรือนที่มากถึง 4.3 ล้านครัวเรือน คิดเป็น 74.4% ของจำนวนครัวเรือนภาคเกษตรทั้งหมด เหตุนี้ทำให้เกษตรกรผู้ปลูกข้าวมักได้รับความสนใจเป็นพิเศษจากรัฐบาลมาตลอด โดยมีนโยบายช่วยเหลืออย่างต่อเนื่อง ทั้งนโยบายด้านราคา (Price policy) อาทิ การประกันรายได้ประกันราคาข้าว และโครงการช่วยเหลือด้านอื่น ๆ เช่น โครงการสนับสนุนค่าบริการจัดการ อุดหนุนต้นทุน และพัฒนาคุณภาพผลผลิตเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ปรับปรุงคุณภาพข้าว เป็นต้น

หลายปีที่ผ่านมาประเทศไทยกลายเป็น “อดีต” แชมป์ส่งออกข้าวโลก ภาพรวมของการส่งออกข้าวไทยในปี 2564 มีปริมาณส่งออก 6.11 ล้านตัน เพิ่มขึ้นจากปีก่อนที่ทำได้ 5.7 ล้านตันก็ตาม แต่ก็ยังครองตำแหน่งอันดับ 3 ของโลก ต่อเนื่องเป็นปีที่ 4 รองจากเวียดนามที่แสงไทยส่งออกได้ 6.24 ล้านตัน ขณะที่อินเดียครองแชมป์ส่งออกข้าวโลก ด้วยปริมาณสูงถึง 19.55 ล้านตัน (ที่มา : กรุงเทพธุรกิจ วันที่ 1 กุมภาพันธ์ 2565) เนื่องจากข้าวไทยราคาสูงกว่าคู่แข่ง และพันธุ์ข้าวไทยไม่เป็นที่ต้องการของตลาดด้วยรสนิยมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป

สำหรับในประเทศไทยรัฐบาลมี นโยบาย "ตลาดนำการผลิต" ข้าวเป็นสินค้าเกษตรชนิดแรกที่ใช้ นโยบายนี้ เป็นโครงการบูรณาการจัดทำแผนการผลิตและการตลาดข้าวครบวงจร มีเป้าหมายที่จะให้เกิดผลสัมฤทธิ์ 3 ประการ คือ 1) สามารถบริหารจัดการอุปทานของข้าวให้อยู่ในปริมาณสมดุลกับอุปสงค์ 2) การผลิตข้าวให้มีผลผลิตต่อไร่เพิ่มขึ้นและลดต้นทุนการผลิต และ 3) ราคาข้าวเปลือกมีเสถียรภาพคุ้มค่างบต้นทุนการผลิตข้าวของชาวนา ตลอดจนเพื่อให้บรรลุเป้าหมายในการยกระดับคุณภาพชีวิตชาวนาให้ดีขึ้น หลุดพ้นจากความยากจน ซึ่งถือว่าสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ แผนระดับที่ 1 และแผนระดับที่ 2 คือ แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติแผนปฏิรูปประเทศ และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566 – 2570 (ที่มา: กระทรวงเกษตรและสหกรณ์การเกษตร) แม้มีการวางแผนการผลิตและการตลาดข้าวครบวงจรมาแล้ว 6 ปี แต่แนวโน้มการผลิตและการตลาดข้าวยังคงมีความผันผวนจากสถานการณ์การระบาดของโรคโควิด-19 รวมไปถึงสภาพภูมิอากาศที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว ภัยธรรมชาติ และความตึงเครียดทางการเมือง รวมทั้งการแข่งขันในตลาดโลกค่อนข้างสูง ภาครัฐจำเป็นต้องมีการวางแผนการผลิตและการตลาดให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงและเพิ่มศักยภาพการแข่งขันในตลาดโลก มุ่งเน้นหลักการตลาดนำการผลิต เชื่อมโยงเกษตรกรกับหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ควบคู่กับการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมที่เหมาะสมกับพื้นที่มาปรับใช้เพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุนการผลิตให้เกษตรกรทำการเกษตรแบบปลอดภัย และมีคุณภาพตาม

มาตรฐานสากล จากนโยบายภาครัฐที่เอื้อประโยชน์ให้กับสินค้าเกษตร เกษตรกรจำเป็นต้องแสวงหาโอกาสจากนโยบายดังกล่าวเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิต การตลาดเพื่อยกระดับความเป็นอยู่ รายได้ และความสุขของเกษตรกรอย่างยั่งยืน

ชุมชนบ้านท่าแซะเป็นแหล่งปลูกข้าวปลอดสารพิษและมีคุณภาพที่สำคัญในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา พันธุ์ข้าวที่นิยมปลูกคือพันธุ์สังข์หยด และพันธุ์พื้นถิ่น ปี พ.ศ. 2554 มีการจัดตั้งกลุ่มเกษตรกรข้าวสารบ้านท่าแซะ โดยคุณตาน้อย จันทร์คล้าย ผู้ริเริ่มในการจัดตั้งเนื่องจากมีจำนวนข้าวเหลือจากการบริโภคในครัวเรือนจึงมองเห็นโอกาสในการสร้างรายได้ให้กับเกษตรกรปัจจุบันกลุ่มมีสมาชิก 13 ราย ข้าวสารบ้านท่าแซะบรรจุขายในถุงพลาสติกใส มองเห็นเมล็ดข้าวสังข์หยด น้ำหนัก 1 กิโลกรัม ต่อถุงขายในราคาถุงละ 35-40 บาท

จากการสอบถามประธานกลุ่มเกษตรกรและสมาชิก พบว่าผลิตภัณฑ์ข้าวสารไม่มีตราสินค้า และป้ายฉลากที่สร้างความแตกต่างจากผู้ขายรายอื่น ดังนั้น ทางกลุ่มได้บอกความต้องการเบื้องต้นต้องการให้ผู้วิจัย ช่วยเหลือการสร้างและออกแบบตราสินค้า และป้ายฉลาก เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และสร้างการรับรู้ตราสินค้าแก่ผู้บริโภค จากความต้องการดังกล่าวผู้วิจัยจึงศึกษาการออกแบบตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารบ้านท่าแซะ เพื่อนำไปสื่อสารทางการตลาดกับผู้บริโภคในอนาคตดังภาพ ที่ 1



ภาพที่ 1 ผลิตภัณฑ์กลุ่มเกษตรกรบ้านท่าแซะ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะ ตำบลคลองอู่ตะเภา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า และป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะ ตำบลคลองอู่ตะเภา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา



ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาการออกแบบตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสารบ้านท่าแซะ ตำบลคลองม่วงตะเภา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีขอบเขตดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาในประเด็นหลักการสร้างตราสินค้า การออกแบบป้ายฉลาก และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อป้ายฉลากรูปแบบใหม่
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ มุ่งศึกษาเฉพาะ ผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสารบ้านท่าแซะ ตำบลคลองม่วงตะเภา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
3. ขอบเขตด้านประชากร มุ่งศึกษาเฉพาะผู้ทรงคุณวุฒิ ตัวแทนกลุ่มเกษตรกร และผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสารบ้านท่าแซะ ตำบลคลองม่วงตะเภา อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

แนวคิดและทฤษฎี

1. ตราสินค้า (Brand) สามารถสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ในแต่ละยี่ห้อ ทำให้การตัดสินใจซื้อง่าย และสะดวกรวดเร็วยิ่ง ปราณี เอี่ยมลออภักดี (2550) ได้ให้ความหมายของ ตราสินค้า หมายถึง ชื่อคำพูดที่ แสดงออก สัญลักษณ์ การออกแบบหรือส่วนประสมของสิ่งดังกล่าวมารวมกันเพื่อระบุสินค้าและบริการของผู้ขาย ซึ่งแสดงความแตกต่างจากคู่แข่ง ซึ่งตราสินค้าประกอบด้วย ชื่อตราสินค้า (Brand name) คือส่วนที่สามารถอ่านออกเสียงได้ และเครื่องหมายตราสินค้า (Brandmark) คือส่วนที่ไม่สามารถอ่านออกเสียงได้ แต่สามารถจดจำได้ เช่น สัญลักษณ์ รูปแบบ สี สัน ตัวอักษรประดิษฐ์ เสียง หรือรูปทรงที่จดจำได้ง่าย

ดังนั้น การออกแบบชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ จะแสดงด้วยตัวอักษร และหรือสัญลักษณ์ ของภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิต มีลักษณะโดดเด่น ความหมายดี ชัดเจน ง่ายต่อการออกเสียง และจดจำง่าย และสามารถนำไปจดทะเบียนคุ้มครองการลอกเลียนแบบได้

2. ป้ายฉลาก (Labeling) เป็นสิ่งสำคัญที่สินค้าต้องมี เปรียบเสมือนหน้าต่างของสินค้าที่มาควบคู่กับบรรจุภัณฑ์ ช่วยดึงดูดให้ลูกค้าเกิดความสนใจในตราสินค้า สามารถจดจำแบรนด์ได้ดีมีผู้ให้ความหมายของป้ายฉลากดังนี้ คือการแสดงรายละเอียดข้อมูลของผลิตภัณฑ์ลงบนบรรจุภัณฑ์ฉลากที่สมควรระบุข้อมูลต่อไปนี้ ชื่อตราห้อยของผลิตภัณฑ์ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ วิธีการใช้ผลิตภัณฑ์ ข้อควรระวังในการใช้ผลิตภัณฑ์ ชื่อผู้ผลิต วัน เดือน ปี ที่ผลิต/วันหมดอายุ (<https://packaging.oie.go.th>) ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2553) และคณะสรุปความหมาย คือ ส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ โดยป้ายฉลากอาจเป็นส่วนหนึ่งของการบรรจุหีบห่อ ให้ข้อมูลที่จำเป็น เช่น วิธีใช้ ราคา และข้อมูลจำเป็นตามที่กฎหมายกำหนด ฉลากสามารถแบ่งประเภทได้ 3 ประเภท คือ 1. ฉลากบอกตราห้อย (Brand Label) เป็นฉลากที่แสดงตราผลิตภัณฑ์ หรือโลโก้ของผลิตภัณฑ์ที่ติดกับตัวผลิตภัณฑ์หรือหีบห่อของผลิตภัณฑ์ 2. ฉลากแสดงคุณภาพ (Grade Label) เป็นฉลากที่บ่งบอกถึงระดับคุณภาพหรือระดับมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และรางวัลต่าง ๆ 3. ฉลากแสดงสินค้ารายละเอียดของผลิตภัณฑ์ (Descriptive Label) เป็นฉลากที่แสดง



รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์การใช้ การทำงาน การเก็บรักษาหรือลักษณะอื่น ของผลิตภัณฑ์ เช่น ป้ายฉลากยาอาจบ่งบอกสรรพคุณ วิธีใช้ยา เป็นต้น

ดังนั้น ป้ายฉลาก คือ สิ่งพิมพ์ที่บ่งบอกลักษณะและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ หรือใช้ปิดบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อบ่งบอกตราสินค้า คุณสมบัติอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ การติดป้ายฉลากอาจติดเป็นสติ๊กเกอร์ใส เงาม ด้าน ทึบ หรือจะสกรีนลงบนบรรจุภัณฑ์ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของสินค้า บทบาทสำคัญของป้ายฉลากคือสามารถเพิ่มมูลค่า เพิ่มยอดขาย สร้างภาพลักษณ์ที่ดี สร้างความน่าเชื่อถือให้ตราสินค้าได้

3. 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) และเสรี วงษ์มณฑา (2548) กล่าวว่า พฤติกรรมบริโภค คือ พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้การประเมินผล หรือการจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งบริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้

ดังนั้น การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้เกิดความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับ พฤติกรรม และความต้องการผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคเพื่อนำมากำหนดกิจกรรมทางการความสอดคล้อง กับพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มากที่สุดนำไปสู่การตัดสินใจ

4. ความพึงพอใจ (Satisfaction) หมายถึง ความรู้สึกหลังการซื้อหรือการรับบริการของบุคคล ซึ่งเป็นผลจากการเปรียบเทียบระหว่างการรับรู้ต่อการปฏิบัติงานของผู้ให้บริการ หรือประสิทธิภาพของสินค้า ถ้าผลที่ได้รับจากสินค้าหรือบริการต่ำกว่าคาดหวัง ทำให้ลูกค้าเกิดความไม่พอใจ และถ้าผลที่ได้รับสูงกว่าที่ลูกค้าคาดหวังไว้ ก็จะทำให้ลูกค้าเกิดความพอใจ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2552) ทั้งนี้ การจัดรูปแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ฉลากสินค้า และโครงสร้างบรรจุภัณฑ์จะทำให้ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ (สุภาพร อภิรัตน์านุสรณ์ และกฤตภาส จินาภาค, 2556) และราชบัณฑิตยสถาน ได้นิยาม ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้ที่มีความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ (ราชบัณฑิตยสถาน, 2542)

ดังนั้น ความพึงพอใจเป็นทัศนคติที่เกี่ยวกับอารมณ์ จิตใจ ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง นอกจากนี้ความความพึงพอใจ จากความคาดหวังหรือเกิดขึ้นทั้งด้านบวก หรือด้านลบ สามารถนำไปสู่การตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อสินค้าได้



วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ ผู้วิจัยจะเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้ได้แบบของตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ ทำการนำตราสินค้า ป้ายฉลาก ไปสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อตราสินค้า และป้ายฉลาก มีรายละเอียดดังนี้

วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อรับฟังความคิดเห็น รวมถึงข้อเสนอแนะของบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อ การออกแบบตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข่าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร มีวิธีการดำเนินการวิจัยต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร คือผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะ ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่าง คือผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะ ใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) เพื่อความสะดวกในการเก็บแบบสอบถาม โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรยามานะ (Taro Yamane) ประมาณค่าสัดส่วนของกลุ่มประชากรระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง และเก็บข้อมูล 50% ของกลุ่มตัวอย่าง จึงได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 200 ตัวอย่าง

1.2 กลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะ ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) ตัวแทนกลุ่ม จำนวน 2 คน

1.3 กลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านการตลาด และนักออกแบบจำนวน 3 คน ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection)

2. ขั้นตอนการดำเนินการ ผู้วิจัยกำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างตัวแทนกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะ เพื่อหาโจทย์ในการพัฒนา และนำมาข้อมูลมาศึกษาแนวคิดการสร้างตราสินค้า และป้ายฉลากให้กับกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะ

2.2 นำข้อมูลจากที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกรมาการออกแบบตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะ อย่างละ 2 แบบ คือตราสินค้า 2 แบบ ป้ายฉลาก 2 แบบ

2.3 นำตราสินค้า และป้ายฉลากที่ออกแบบแล้ว สัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ และตัวแทนของกลุ่ม ใช้แบบสัมภาษณ์มีลักษณะปลายเปิด เพื่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้ข้อเสนอแนะตราสินค้า และป้ายฉลาก แก่ไปตามข้อเสนอแนะของผู้ทรง

2.4 ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อ ตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสารบ้านท่าแซะ ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีรายละเอียดดังนี้

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม มี 2 ตอน ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจของผู้ที่บริโภคที่มีต่อตราสินค้าและป้ายฉลากของกลุ่มเกษตรกรข้าวสารบ้านท่าแซ่จำนวน 2 รูปแบบ โดยแบ่งเป็นด้านตราสินค้า 4 ข้อคำถาม ด้านป้ายฉลาก 4 ข้อคำถาม ทุกข้อคำถาม ใช้มาตราวัด 5 ระดับ (1 = น้อยที่สุด; 2 = น้อย; 3 = ปานกลาง; 4 = มาก; 5 = มากที่สุด) โดยมีระดับการจัดลำดับ Likert-type scale เป็นเกณฑ์ในการประเมิน (Likert, 1967)

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญให้แบบสอบถามแก่กลุ่มตัวอย่างเพื่อตอบเอง โดยดำเนินการจนครบจำนวนตัวอย่าง 200 ตัวอย่าง

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อคำนวณหาค่าสถิติภาคบรรยาย คือค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้มีการออกแบบตราสินค้า 2 แบบดังนี้
ตราสินค้าแบบที่ 1



ภาพที่ 2 แสดงตราสินค้าแบบที่ 1

ตราสินค้ามีขนาดกว้าง 4.20 เซนติเมตร ยาว 4.50 เซนติเมตร รูปทรงรวงข้าวเป็นทรงกลม ใช้ตัวอักษรที่เรียบเข้าใจง่าย การเลือกใช้น้ำตาลโทนส้ม สีน้ำตาล สื่อถึงความรู้สึกถึงข้าวที่กำลังออกรวง การเก็บเกี่ยว ความมีพลัง มีชีวิตชีวา อบอุ่น ความเจริญ เลือกใช้สีเขียวหมายถึงความสดชื่น ความอุดมสมบูรณ์ ความเจริญงอกงาม ผ่อนคลาย และมีข้อความสโลแกน บอกที่มาของสายพันธุ์ข้าว

ผลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อปรับปรุงดังนี้ 1) เปลี่ยนรูปรวงข้าวให้มีความเด่นชัด 2) เพิ่มความเข้มของสี 3) ปรับขนาดตัวอักษรให้เหมาะสม 4) คำว่าสังข์หยด ใส่คำว่าข้าวสังข์หยด



ภาพที่ 3 แสดงตราสินค้าแบบที่ 1 หลังการปรับปรุง

ตราสินค้าแบบที่ 2



◆ ข้าวสารบ้านท่าแซะ ◆
สายพันธุ์ สังข์หยด

ภาพที่ 4 แสดงตราสินค้าแบบที่ 2

ตราสินค้ามีขนาดกว้าง 4.20 เซนติเมตร ยาว 4.50 เซนติเมตร เป็นรูปทรงกลมมีตราสินค้าอยู่ด้านล่าง รูปทรงกลมสื่อถึงความสุข ความสดชื่น ความสบายใจ สีพื้นสีทองบ่งบอกถึงความสำเร็จ ความมั่งคั่ง ส่วนลายกนกในวงกลมบอกเอกลักษณ์ความเป็นไทยสื่อถึงรวงข้าวสีแดงสื่อถึงความมีพลัง ความมุ่งมั่น ความรัก และมีข้อความสโลแกน บอกที่มาของสายพันธุ์ข้าว

ผลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อปรับปรุงดังนี้ 1) ปรับขนาดตัวอักษรให้เหมาะสมและใช้ตัวอักษรแบบเดียว 2) เพิ่มความสว่างของตราสินค้า 3) คำว่าสังข์หยดใส่คำว่าข้าวสังข์หยด



◆ ข้าวสารบ้านท่าแซะ ◆
สายพันธุ์ ข้าวสังข์หยด

ภาพที่ 5 แสดงตราสินค้าแบบที่ 2 หลังการปรับปรุง

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้มีการออกแบบป้ายฉลาก 2 แบบดังนี้
ป้ายฉลากแบบที่ 1



ภาพที่ 6 แสดงป้ายฉลากสินค้าที่ออกแบบรูปแบบที่ 1

ป้ายฉลากมีขนาดกว้าง 13.5 เซนติเมตร สูง 15 เซนติเมตร มีรูปรวงข้าวและข้าวสี่อถึงผลิตภัณฑ์รูปชวานาสี่อถึงวิถีชีวิต และมีข้อมูลแสดงถึงคุณภาพสินค้า มีรายละเอียด เคล็ดลับในการหุง แหล่งผลิต เบอร์ติดต่อ ปริมาณน้ำหนัก และ ใช้ตัวอักษรไทยที่อ่านง่าย เลือกใช้สีเขียวที่สื่อถึงทุ่งนาที่เขียวขจี และ สีดำเพื่อให้มองเห็นตัวอักษรสีขาว

ผลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อปรับปรุงดังนี้ 1) ปรับตัวอักษรให้ชัดเจน 2) ปรับสีของป้ายฉลากให้มีความสว่างและเพิ่มความเข้มของตัวอักษร 3) ปรับขนาดตัวอักษรแหล่งผลิต และจำหน่ายมีขนาดใหญ่



ภาพที่ 7 แสดงป้ายฉลากสินค้าที่ออกแบบรูปแบบที่ 1 หลังการปรับปรุง

ป้ายฉลากแบบที่ 2



ภาพที่ 8 แสดงป้ายฉลากสินค้าที่ออกแบบรูปแบบที่ 2

ป้ายฉลากมีขนาดกว้าง 13.5 เซนติเมตร สูง 15 เซนติเมตร มีรูปรวงข้าวและข้าวสีถึงผลิตภัณฑ์ และมีข้อมูลแสดงถึงคุณภาพสินค้า มีรายละเอียด เคล็ดลึบในการหุง แล่งผลิต เบอร์ติดต่อ ปริมาณ น้ำหนัก และใช้ตัวอักษรไทยที่อ่านง่าย เลือกใช้สีแดงและสีทองเป็นพื้นหลังเพื่อให้ป้ายฉลากมีความโดดเด่นและสวยงาม และสีทองที่สื่อถึงข้าวเมื่อถึงเวลาเก็บเกี่ยวออกรวงเต็มทุ่งนาเป็นสีเหลืองทองพร้อมที่จะเก็บเกี่ยว

ผลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อปรับปรุงดังนี้ 1) ตัวอักษรบนป้ายฉลากปรับความชัดเจน 2) เน้นความคมชัดของสี



ภาพที่ 9 แสดงป้ายฉลากสินค้าที่ออกแบบรูปแบบที่ 2 หลังการปรับปรุง

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ

การออกแบบตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะ จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบตราสินค้าและป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะ แบ่งข้อมูล 2 ส่วน ดังนี้

ข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง

ผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 59.50 อยู่ในช่วงอายุ 34 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.50 มีการศึกษาอยู่ในระดับอนุปริญญา/ปวส.มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.50 ประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ/ธุรกิจส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 39.50 มีรายได้ระหว่าง 15,001-20,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.00



ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับความพึงพอใจต่อตราสินค้าและป้ายฉลากของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะ

ตราสินค้าและป้ายฉลากข้าวสาร บ้านท่าแซะ	แบบที่ 1			แบบที่ 2		
	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ	\bar{x}	S.D.	ระดับ ความสำคัญ
ด้านตราสินค้าของผลิตภัณฑ์						
1. ตราสินค้ามีความทันสมัย	3.40	0.342	ปานกลาง	4.48	0.491	มากที่สุด
2. ตราสินค้ามีขนาดเหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์	3.15	0.490	ปานกลาง	4.38	0.478	มากที่สุด
3. ตราสินค้ามีรูปลักษณะที่จดจำง่าย	3.35	0.498	ปานกลาง	4.32	0.501	มากที่สุด
4. ตราสินค้ามีความโดดเด่นสวยงาม	3.26	0.491	ปานกลาง	4.69	0.489	มากที่สุด
ด้านป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์						
1. มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า	3.14	0.490	ปานกลาง	4.65	0.487	มากที่สุด
2. ป้ายฉลากแสดงภาพลักษณ์สินค้าและ คุณภาพ	3.40	0.353	ปานกลาง	4.60	0.501	มากที่สุด
3. ป้ายฉลากสามารถบ่งบอกได้ถึง คุณสมบัติที่สำคัญขอผลิตภัณฑ์ได้	3.45	0.478	มาก	4.49	0.466	มากที่สุด
4. ป้ายฉลากสามารถนำเสนอข้อมูลครบ และชัดเจน	3.59	0.437	มาก	4.39	0.466	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ย	3.34	0.447	ปานกลาง	4.50	0.485	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 ความพึงพอใจต่อตราสินค้า และป้ายฉลากข้าวสาร บ้านท่าแซะ ภาพรวมแบบที่ 1 อยู่ในระดับความพึงพอใจปานกลาง มีค่าเฉลี่ย 3.34 และความพึงพอใจต่อตราสินค้าและป้ายฉลากข้าวสาร บ้านท่าแซะ ภาพรวมแบบที่ 2 อยู่ในระดับความพึงพอใจมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50

ผลการการออกแบบตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสาร บ้านท่าแซะจากการมีส่วนร่วมของผู้ทรงคุณวุฒิ อาจารย์ด้านการตลาด และตัวแทนกลุ่มเกษตรกร บ้านท่าแซะ และการประเมินความพึงพอใจของตราสินค้าและป้ายฉลากโดยผลจากการสำรวจระดับความพึงพอใจตราสินค้า และป้ายฉลากแบบที่ 2 ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.50



ภาพที่ 10 ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ข้าวสารบ้านท่าแซะสายพันธุ์ ข้าวสังข์หยด

สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษารอบการออกแบบตราสินค้า และป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารของเกษตรกรข้าวสารบ้านท่าแซะ สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายผลได้ดังนี้ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อตราสินค้าและป้ายฉลาก โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย โดยมีปัจจัยด้านตราสินค้ามีความโดดเด่นสวยงามและมีความทันสมัย มีขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ มีรูปลักษณะที่จดจำง่าย ป้ายฉลากมีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า และแสดงภาพลักษณ์สินค้าและคุณภาพ บ่งบอกได้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ได้ และสามารถนำเสนอข้อมูลครบและชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของกัญญ์ณิภัฏ สุวรรณอ่อน และคณะ (2560) ผลการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อตราสินค้าและป้ายฉลากที่ได้พัฒนาใหม่ของชมรมลาสุตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อปาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลาโดยรวมมากที่สุด และการศึกษาของปทุมวรรณ ทองตราชู และคณะ (2563) ศึกษาเรื่อง ออกแบบป้ายฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา ตำบลโคกม่วง อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง ผลการศึกษาพบว่า ป้ายฉลากแบบ B เครื่องแกงแบบติดข้างถุงพรอยด์ สามารถบอกรายละเอียดผลิตภัณฑ์เครื่องแกงมีความเหมาะสม และผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดค่าเฉลี่ย 4.84 และการศึกษาของวิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง และคณะ (2561) พบว่าบรรจุภัณฑ์ และป้ายฉลากเครื่องแกงตำมือ ที่มีรูปแบบเป็นกล่อง



พลาสติกทรงกลมสีใสมองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในชัดเจน มีป้ายฉลากติดข้างกล่องประกอบด้วยรายละเอียดผลิตภัณฑ์ มีระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลาก พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านป้ายฉลากในระดับมากทุกข้อ รวมถึงการศึกษาของ อมรรัตน์ บุญสว่าง (2559) ได้ศึกษาเรื่องการออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้าอาหารเอกลักษณ์ของจังหวัดชายแดนภาคใต้ ผลการศึกษาความพึงพอใจเป็นรายผลิตภัณฑ์ พบว่า โรตีสกรอบงาดำ จ.สตูล ขนมคู จ.สงขลา ข้าวเกรียบปลา ตราตราซีนี จ.ปัตตานี ก๋วยหิ้นฉาบรสชาเขียว จ.ยะลา สามารถบ่งบอกเอกลักษณ์ของท้องถิ่น จังหวัดนั้นได้ มีค่าเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 60 ขึ้นไป

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อตราสินค้าและป้ายฉลากที่มีต่อตราสินค้าและป้ายฉลากผลิตภัณฑ์ข้าวสารของกลุ่มเกษตรกรข้าวสารบ้านท่าแซะ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกปัจจัย เรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ 1) ตราสินค้ามีความโดดเด่นสวยงาม 2) ตราสินค้ามีความทันสมัย 3) ตราสินค้ามีขนาดเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ 4) ตราสินค้ามีรูปลักษณะที่จดจำง่าย ด้านป้ายฉลากของผลิตภัณฑ์ 1) มีความเป็นเอกลักษณ์ของสินค้า 2) ป้ายฉลากแสดงภาพลักษณะสินค้าและคุณภาพ 3) ป้ายฉลากสามารถบ่งบอกได้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ได้ 4) ป้ายฉลากสามารถนำเสนอข้อมูลครบและชัดเจน แต่อย่างไรก็ตามทางกลุ่ม จำเป็นต้องมีการเปรียบเทียบยอดขายและกำไรก่อนและหลังการสร้างตราสินค้า และป้ายฉลาก เพื่อพิจารณาว่ามีผลกระทบต่อยอดขายกำไรมากน้อยเพียงใด

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวสาร จะทำให้กลุ่มเกษตรกรข้าวสาร สามารถกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจน
2. ควรทำวิจัยต่อยอดเพื่อขยายตลาดซึ่งปัจจุบันวางขายเฉพาะในชุมชน ควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางออนไลน์และออฟไลน์
3. ควรมีการศึกษาแนวทางการสื่อสารทางการตลาดในรูปแบบ Online Marketing Offline Marketing เพื่อสร้างการจดจำตราสินค้าของกลุ่มเกษตรกรข้าวให้เป็นยอมรับของคนในท้องถิ่นและในระดับประเทศต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณกลุ่มเกษตรกรข้าวสารกลุ่มเกษตรกรข้าวสารบ้านท่าแซะ ตำบลคลองภูตะเกา อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลาที่ได้ให้การสนับสนุนการศึกษาข้อมูลในครั้งนี้



เอกสารอ้างอิง

- กันย์ณิภัฏ สุวรรณอ่อนและคณะ.(2560). ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาตราสินค้าและ
ป้ายฉลากขนมลาสูตรโบราณ กลุ่มสตรีบ่อปาง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. การประชุมขนาดใหญ่
วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 8 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, สงขลา.
กรุงเทพธุรกิจ.(2565). ส่งออกข้าวไทยปี 64 แพ้อินเดีย-เวียดนาม.สืบค้นเมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2565,
เข้าถึงได้จาก<https://www.bangkokbiznews.com/business/985817>
- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.(2565). ปลัดเกษตรฯ ชูนโยบายขับเคลื่อนแผนการผลิตและการตลาดข้าว
ครบวงจร หวังช่วยยกระดับคุณภาพชีวิต พี่น้องชาวนา ผ่านหลัก "ตลาดนำการผลิต".
สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2565, เข้าถึงได้จาก <https://www.moac.go.th/news-preview-441091792499>
- ธนาคารกรุงศรี. (2562). แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม 2562-2564: อุตสาหกรรมข้าว.
สืบค้นเมื่อ 30 มีนาคม 2565, เข้าถึงได้จาก <https://www.krungsri.com/th /research/industry/industry-outlook/agriculture/rice/io/io-rice-20>
- ประชาชาติธุรกิจ. (2565). วิกฤตกรรมข้าวไทยตกแชมป์ ส่งออกถูบ 40% ราคาแพงสู้ไม่ได้.
สืบค้น 30 มีนาคม 2565, เข้าถึงได้จาก <https://www.prachachat.net/economy/news-856087>
- ปราณี เอี่ยมล่อภักดี. (2550) . การบริหารการตลาด.(พิมพ์ครั้งที่2).กรุงเทพฯ: ธนาเพรส.
- ปทุมวรรณ ทองตราชู และคณะ. (2563) . ออกแบบป้ายฉลากผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจ
ชุมชนกลุ่มเกษตรกรบ้านทุ่งยาวพัฒนา ตำบลโคกม่วง อำเภอเขาชัยสน จังหวัดพัทลุง. การ
ประชุมขนาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 11 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, สงขลา.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2542). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. กรุงเทพฯ:
นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์
- วิวัฒน์ จันท์กิ่งทองและคณะ.(2561). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และป้ายเครื่องแกงตำมือ บ้านทุ่งชุมพล
พัฒนา ตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง. การประชุมขนาดใหญ่วิชาการระดับชาติ
และนานาชาติครั้งที่ 9 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่, สงขลา.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่(พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: ธรรมศาสตร์.
เสรีวงษ์มณฑา. (2548). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: ซีระฟิล์ม และไซเท็กซ์.
- อมรรัตน์ บุญสว่าง. (2559) . “การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมสินค้า
อาหารเอกลักษณ์ของจังหวัดชายแดนภาคใต้” วารสารบริหารธุรกิจเทคโนโลยีมหานคร,
13 (2), 34-60.
- Likert, Rensis. (1967). “The Method of Constructing and Attitude Scale”. In Reading in Fishbein, M (Ed.),
Attitude Theory and Measurement (pp. 90-95). New York: Wiley & Son.



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.