



## การพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแกงบ้านโคกม่วง

### Development of Ban Khok Muang Curry Paste

มนิรัตน์ รัตนพันธ์<sup>1\*</sup>, กัญญ์ณิภัฏ สุวรรณอ่อน<sup>2\*</sup>, จักรเกียรติ์ เมธานัย<sup>3\*</sup>, ปทุมวรรณ ทองตราชู<sup>4\*</sup>,  
ประสิทธิ์ รัตนพันธ์<sup>5\*</sup>, กาญจนา ทองนา<sup>6\*</sup> และอรสิณี กันเขตวิทย์<sup>7</sup>  
Maneerat Rattanaphan<sup>1\*</sup>, Kannipat Suwan-on<sup>2\*</sup>, Chakkait Methanai<sup>3\*</sup>, Patumwan Thongtrachou<sup>4\*</sup>,  
Prasit Rattanaphan<sup>5\*</sup>, Kanjana Thongna<sup>6\*</sup>, and Onsinee Kankhetwit<sup>7\*</sup>

<sup>1,2</sup>ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

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

<sup>3</sup>ดร., อาจารย์, สาขาวิชาอุตสาหกรรมบริการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

<sup>3</sup>Ph.D, Lecturer of Department of Service Industries, Hatyai Business School, Hatyai University

<sup>4</sup>อาจารย์, สาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

<sup>4</sup>Lecturer of Department of Marketing, Hatyai Business School, Hatyai University

<sup>5</sup>ผู้ช่วยศาสตราจารย์, ดร., สถาบันนวัตกรรมสุขภาพและความงามแห่งเอเชีย

<sup>5</sup>Assistant Professor, Ph.D, Asia Institute of Innovative Health and Beauty

<sup>6,7</sup>นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

<sup>6,7</sup>Undergraduate Student, Department of Marketing, Hatyai Business School, Hatyai University

\*Corresponding author, E-mail: maneerat@hu.ac.th

### บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแกงสูตรใหม่ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เครื่องแกงโคกม่วง หมู่ที่ 8 ตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา มีลักษณะเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณด้วยการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงโคกม่วง นักศึกษาและอาจารย์สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ และสถาบันนวัตกรรมสุขภาพและความงามแห่งเอเชีย ในการพัฒนาเครื่องแกงสูตรใหม่ โดยผลการพัฒนาเครื่องแกงสูตรใหม่ ได้ผลการพัฒนาคือ เครื่องแกงส้มสูตรมะขามอ่อน และเครื่องแกงเผ็ดสูตรเห็ดหลินจือ แล้วนำเครื่องแกง ทั้งสองชนิดปรุงอาหารสำหรับให้ลูกค้าทดลองชิมและประเมินความพึงพอใจ จำนวน 200 ตัวอย่าง ผลการ ประเมินความพึงพอใจเครื่องแกงส้มสูตรมะขามอ่อน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.37 และความพึง พพอใจเครื่องแกงเผ็ดสูตรเห็ดหลินจือ ภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.53 และนำเครื่องแกงใหม่ทั้ง สองจัดแสดงสินค้า 4 แห่ง คือ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ตลาดสดพลาซ่า ตลาดนัดเกาะหมี่ และที่ทำการกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนบ้านโคกม่วง

**คำสำคัญ:** การพัฒนา, เครื่องแกง, บ้านโคกม่วง



## Abstract

The purpose of this research was to the development of new curry paste product for Ban Khok Muang Community Enterprise, Moo 8, Tambon Khok Muang, Khlong Hoi Khong District, Songkhla. This research was qualitative and quantitative research with participatory Action Research (PAR) between Ban Khok Muang Community Enterprise, students and lecturers of Department of Marketing, Hatyai Business School, Hatyai University and Asia Institute of Innovative Health and Beauty for the development of new curry paste products. The results in developing 2 new curry pastes were young tamarind sour curry paste and lingzhi mushroom spicy red curry paste. Subsequent, the results of 200 customers tasting and satisfaction showed that the overall customers satisfaction of young tamarind sour curry paste in high level (mean=4.37) and the overall customers satisfaction of lingzhi mushroom spicy red curry paste in highest level (mean=4.53). Furthermore, there had exhibited the 2 new curry pastes at Hatyai University, Plaza Fresh Market, Komee Market, and Ban Khok Muang Community Enterprise store.

**Keywords:** Development, Curry paste, Ban Khok Muang

## บทนำ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงโคกม่วง หมู่ที่ 8 ตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่รวมตัวกันเพื่อรับซื้อผลิตผลของเกษตรกรในพื้นที่แล้วนำมาแปรรูปเป็นเครื่องแกงเพื่อจำหน่ายและสร้างรายได้เสริมให้กับสมาชิก โดยมีการจัดตั้งกลุ่มเมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2548 และจดทะเบียนวิสาหกิจชุมชนเมื่อวันที่ 7 ธันวาคม 2549 มีสมาชิกเริ่มแรก 15 คน ปัจจุบันมีสมาชิก 25 คน ผลิตเครื่องแกง 3 ชนิด คือ เครื่องแกงส้ม เครื่องแกงกะทิ และเครื่องแกงเผ็ด จากการสัมภาษณ์ประธานและสมาชิกกลุ่มฯ จำนวน 5 คน เมื่อวันที่ 28 สิงหาคม 2562 ณ ที่ทำการกลุ่มฯ ทำให้ทราบปัญหาและความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเด็นหลักคือ ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มฯ มีเพียง 3 ชนิดเท่านั้นตั้งแต่เริ่มแรกจนถึงปัจจุบันยังไม่มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ในขณะที่การแข่งขันในตลาดมีความรุนแรงมากขึ้นเนื่องจากสินค้าของกลุ่มฯ สามารถทดแทนกันได้มากและเครื่องแกงที่จำหน่ายในตลาดซึ่งไม่มีความแตกต่างกัน โดยเครื่องแกงที่ได้รับความนิยมมียอดขายสูงได้แก่ เครื่องแกงส้มและเครื่องแกงเผ็ด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เครื่องแกงปักษ์ใต้บ้านโคกม่วง ได้นำเอาแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ การปรับปรุงผลิตภัณฑ์ใหม่ การทดสอบลูกค้า แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ และการประเมินความพึงพอใจ มาบูรณาการอย่างหลากหลายส่วนเพื่อให้ผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นที่ยอมรับและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ สอดคล้องกับ Cooper (1994) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นกระบวนการหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเติบโตและยกระดับขององค์กร ซึ่งการพัฒนา



ผลิตภัณฑ์นั้นไม่ใช่เรื่องง่าย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่นั้นจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัยความรู้ กระบวนการ ทักษะ เครื่องมือ และเทคนิคต่าง ๆ ที่หลากหลาย

สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ นักศึกษาและอาจารย์ จึงร่วมกันระดมความคิดเห็น ทำให้ได้ข้อสรุป ในการปรับปรุงเครื่องแกงส้มสูตรมะขามอ่อน เพื่อลดการใช้มะนาวในการปรุงอาหาร และเครื่องแกงเผ็ด สูตรเห็ดหลินจือ เพื่อตอบโจทย์ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่มีความใส่ใจให้ความสำคัญ เรื่องสุขภาพ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ช่วยเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จให้แก่ธุรกิจ (Porananond & Thawesaengskulthai, 2014)

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแกงสูตรใหม่ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงโคกม่วง หมู่ที่ 8 ตำบลโคกม่วง อำเภอคลองหอยโข่ง จังหวัดสงขลา

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผลิตภัณฑ์ เป็นสิ่งที่มีตัวตนหรือไม่มีตัวตน นำเสนอขายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์จะคำนึงถึงอรรถประโยชน์ (Utility) และคุณค่า (Value) ที่ลูกค้าจะได้รับเป็นสำคัญการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่ เป็นกระบวนการหนึ่งที่มีความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อส่งเสริมให้เกิดการเติบโตและยกระดับขององค์กร การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ต้องอาศัยความรู้ กระบวนการ ทักษะ เครื่องมือ และเทคนิคต่าง ๆ ที่หลากหลาย (Cooper, 2011) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เริ่มจากการวิเคราะห์และรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น (Preliminary Investigation) การลงรายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ต้องการพัฒนา (Detailed Investigation) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Development) การทดสอบและตรวจสอบผลิตภัณฑ์ (Testing & Validation) ผลิตและนำสินค้าออกสู่ตลาด (Full Production & Market Launch) (Cooper, 1994)

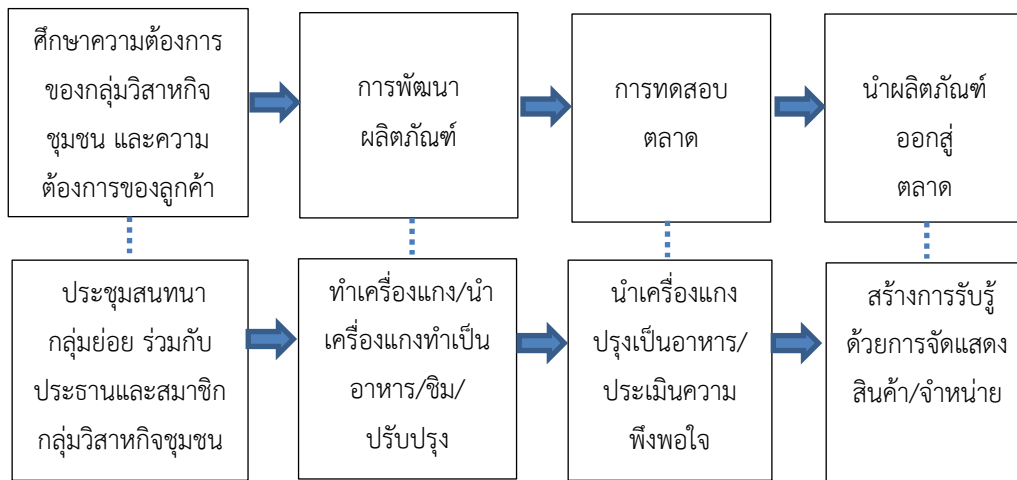
1) ขั้นตอนการหาแนวคิด (Idea Gathering) การรวบรวมแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยองค์กรกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจนว่าต้องการผลิตภัณฑ์อะไร มีทิศทางไปทางไหน

2) ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Development) เป็นขั้นตอนที่องค์กรต้องผลิตแนวคิดที่ได้มา ผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง เพื่อแสดงให้เห็นให้ผู้บริโภครับรู้ถึงหน้าตาของผลิตภัณฑ์ใหม่จากแนวคิดที่ได้พัฒนา โดยกระบวนการนี้เน้นการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้บริโภคเป็นหลัก

3) ขั้นตอนการทดสอบตลาด (Pre-Production and Test) เป็นกระบวนการของการทดลองนำ ผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดจริงเพื่อเป็นการหาแนวโน้มของยอดขายที่จะเกิดขึ้น ทราบถึงพฤติกรรมของการซื้อของผู้บริโภค ทราบถึงจุดอ่อน จุดแข็งของ ผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปพัฒนาและปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดต่อไป

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกส่วนบุคคลที่เมื่อได้รับสิ่งที่ต้องการหรือความผิดหวังซึ่งเกิดจากการเปรียบเทียบการรับรู้กับความคาดหวัง ซึ่งมีผลลัพธ์ของสิ่งที่ต้องการ ถ้าการรับรู้ต่อสิ่งที่ต้องการ เหมาะสมกับความคาดหวังของลูกค้าก็จะเกิดความพึงพอใจ (Kotler, 2000)

ผู้วิจัยได้นำแนวคิด ทฤษฎี มาสรุปเป็นขั้นตอนในการพัฒนาเครื่องแกง ดังภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบที่ 1 ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์

### วิธีดำเนินการวิจัย

การดำเนินการวิจัยรูปแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ด้วยการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงโคกม่วง นักศึกษาและอาจารย์สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ และสถาบันนวัตกรรมสุขภาพและความงามแห่งเอเชีย ในการพัฒนาสูตรเครื่องแกงสูตรใหม่ ได้แก่ เครื่องแกงส้ม และเครื่องแกงเผ็ด

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพ กำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ดังนี้

1. การปฏิบัติการผลิตเครื่องแกงสูตรใหม่ โดยประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงโคกม่วง จำนวน 5 คน ร่วมกับนักศึกษาและอาจารย์สาขาวิชาการตลาด จำนวน 6 คน
2. การชิมและประเมินความพึงพอใจต่อเครื่องแกงสูตรใหม่ โดยเป็นการกำหนดกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง จากลูกค้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงโคกม่วง โดยเก็บข้อมูล ณ ที่ทำการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ ร้านค้าที่จำหน่ายเครื่องแกงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ โดยให้ลูกค้าชิมและประเมินความพึงพอใจเครื่องแกงสูตรใหม่ จำนวน 200 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบบันทึกผลการปฏิบัติการผลิตเครื่องแกงสูตรใหม่ และภาพถ่ายการปฏิบัติการ
2. แบบสอบถามความพึงพอใจต่อเครื่องแกงสูตรใหม่ มี 2 ส่วน คือ ข้อมูลส่วนบุคคล จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน ข้อคำถามมีลักษณะตรวจสอบรายการ (Check-list) และระดับความพึงพอใจต่อเครื่องแกงสูตรใหม่ จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ลักษณะและสีของ

เครื่องแกง กลิ่น รสชาติ ความแตกต่างและแปลกใหม่ และคุณภาพ สรรพคุณ เป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การปฏิบัติการผลิตเครื่องแกงสูตรใหม่ ได้ดำเนินการ ณ ที่ทำการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนฯ และผู้วิจัย ร่วมกันทดลองทำผลิตภัณฑ์เครื่องแกงสูตรใหม่ มีการบันทึกข้อมูลส่วนผสมสัดส่วนของเครื่องแกง และร่วมกันสรุปข้อมูลจากการทดลอง ได้แก่ ข้อมูลส่วนผสมและสัดส่วนของเครื่องแกงสูตรใหม่ และภาพถ่ายจากการปฏิบัติการ

2. การประเมินความพึงพอใจต่อเครื่องแกงสูตรใหม่ ด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูปเพื่อการวิจัยทางสังคมศาสตร์ ใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อแจกแจงความถี่ของปัจจัยส่วนบุคคล และค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) เพื่อประเมินความพึงพอใจ

### ผลการวิจัย

การรายงานผลการวิจัยตามขั้นตอนการศึกษา ดังนี้

#### ขั้นตอนที่ 1 จัดเตรียมวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตเครื่องแกง

- จัดเตรียมวัตถุดิบสำหรับเครื่องแกงส้มสูตรมะขามอ่อน ได้แก่ มะขามอ่อน พริกสด ขมิ้น พริกแห้ง กระเทียม เกลือไอโอดีน



#### ภาพประกอบที่ 2 ส่วนประกอบสำคัญของเครื่องแกงส้ม สูตรมะขามอ่อน

- จัดเตรียมวัตถุดิบสำหรับเครื่องแกงเห็ดหลินจือ ได้แก่ เห็ดหลินจือ พริกแห้ง กระเทียม พริกสด ขมิ้น พริกไทยดำ ตะไคร้ เกลือไอโอดีน หอมแดง ข่า ผิวมะกรูด



#### ภาพประกอบที่ 3 ส่วนประกอบสำคัญของเครื่องแกงส้ม สูตรเห็ดหลินจือ



ขั้นตอนที่ 2 ผลิตเครื่องแกง ด้วยการตำมือ และบันทึกส่วนผสม

- ผลิตเครื่องแกงส้มสูตรมะขามอ่อน ครั้งที่ 1 มีส่วนผสมดังนี้

ตารางที่ 1 ส่วนผสมและสัดส่วนเครื่องแกงส้ม สูตรมะขามอ่อน ครั้งที่ 1

ส่วนผสมเครื่องแกงส้มสูตรมะขามอ่อน ครั้งที่ 1	สัดส่วน (เปอร์เซ็นต์)
มะขามอ่อน	30
พริกสด	40
ขมิ้น	15
พริกแห้ง	10
กระเทียม	2.5
เกลือไอโอดีน	2.5

ภายหลังการผลิตเสร็จแล้ว นำมาปรุงเป็นอาหาร และช่วยกันชิม ผลปรากฏว่าสีของแกงส้มยังคงเดิม และรสชาติเปรี้ยวเล็กน้อย สมาชิกกลุ่มฯ และผู้วิจัยมีความคิดเห็นร่วมกันในการปรับสัดส่วนของส่วนผสมอีกครั้งเพื่อเพิ่มรสเปรี้ยวแทนการใส่มะนาว ทำให้ได้เครื่องแกงส้ม สูตรมะขามอ่อน มีส่วนผสมดังตารางที่ 2 ดังนี้

ตารางที่ 2 ส่วนผสมและสัดส่วนเครื่องแกงส้ม สูตรมะขามอ่อน ครั้งที่ 2

ส่วนผสมเครื่องแกงส้มสูตรมะขามอ่อน ครั้งที่ 2	สัดส่วน (เปอร์เซ็นต์)
มะขามอ่อน	50
พริกสด	32.5
ขมิ้น	5
พริกแห้ง	7.5
กระเทียม	2.5
เกลือไอโอดีน	2.5

ภายหลังการผลิตเสร็จแล้ว นำมาปรุงเป็นอาหาร และช่วยกันชิม ผลปรากฏว่าสีของแกงส้มยังคงเดิม และรสชาติเปรี้ยว กลมกล่อมกำลังดี สมาชิกกลุ่มฯ และผู้วิจัยมีความคิดเห็นร่วมกันว่าเป็นสัดส่วนที่ใช่ได้

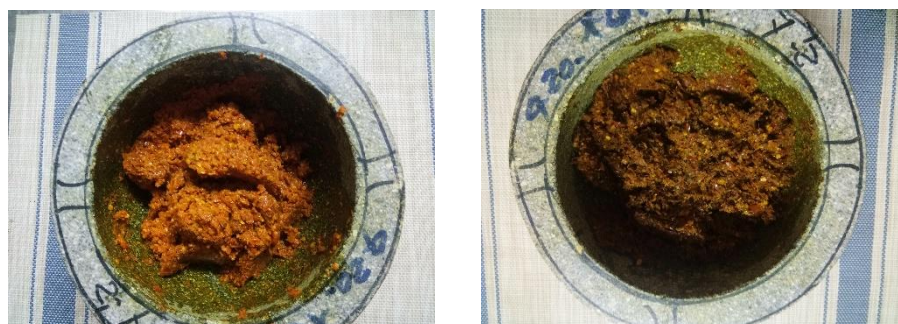
- ผลิตเครื่องแกงเผ็ดสูตรเห็ดหลินจือ ครั้งที่ 1 มีส่วนผสมดังตารางที่ 3 ดังนี้



**ตารางที่ 3 ส่วนผสมและสัดส่วนเครื่องแกงเผ็ดสูตรเห็ดหลินจือ ครั้งที่ 1**

ส่วนผสมเครื่องแกงเผ็ดสูตรเห็ดหลินจือ ครั้งที่ 1	สัดส่วน (เปอร์เซ็นต์)
เห็ดหลินจือ	0.5
พริกแห้ง	40
กระเทียม	14
พริกสด	10
ขมิ้น	10
พริกไทยดำ	10
ตะไคร้	5
เกลือไอโอดีน	4.5
หอมแดง	4
ข่า	1
ผิวมะกรูด	1

ภายหลังการผลิตเสร็จแล้ว นำมาปรุงเป็นอาหาร และช่วยกันชิม ผลปรากฏว่าสีของแกงเผ็ดยังคงเดิม และรสชาติกลมกล่อมกำลังดี สมาชิกกลุ่มฯ และผู้วิจัยมีความคิดเห็นร่วมกันว่าเป็นสัดส่วนที่ใช้ได้



ภาพประกอบที่ 4 เครื่องแกงส้มสูตรมะขามอ่อน (ซ้าย) และเครื่องแกงเผ็ดสูตรเห็ดหลินจือ (ขวา)

**ขั้นตอนที่ 3 ลูกค้าทดลองชิมและประเมินความพึงพอใจ**

นำเครื่องแกงทั้งสองชนิด ปรุงอาหารสำหรับให้ลูกค้าทดลองชิมและประเมินความพึงพอใจ จำนวน 200 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 114 คน ร้อยละ 57 เพศชาย จำนวน 86 ร้อยละ 43 อายุ 21-29 ปี จำนวน 66 คน ร้อยละ 33 อายุ 30-39 ปี จำนวน 38 คน ร้อยละ 19 อายุ 40-49 ปี จำนวน 36 คน ร้อยละ 18 อายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 32 คน ร้อยละ 16 และอายุ 15-20 ปี จำนวน 28 คน ร้อยละ 14 ระดับการศึกษาปริญญาตรีขึ้นไป จำนวน 104 คน ร้อยละ 52 และต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 96 คน ร้อยละ 48 อาชีพนักเรียนนักศึกษา จำนวน 77 คน ร้อยละ 38.50 พนักงานเอกชน จำนวน 58 คน ร้อยละ 29 ค่าขายธุรกิจส่วนตัว จำนวน 53 คน ร้อยละ 26.50 และอื่นๆ จำนวน 12 คน



ร้อยละ 6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท จำนวน 100 คน ร้อยละ 50 ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 84 คน ร้อยละ 42 และ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 16 คน ร้อยละ 8 และผลการประเมินความพึงพอใจดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงมาตรฐาน ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อเครื่องแกงส้มสูตรมะขามอ่อน และเครื่องแกงเผ็ดสูตรเห็ดหลินจือ

รายการ	เครื่องแกงส้มสูตรมะขามอ่อน			เครื่องแกงเผ็ดสูตรเห็ดหลินจือ		
	ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล	ค่าเฉลี่ย	เบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ลักษณะและสีของผลิตภัณฑ์ใหม่	4.37	.54	มาก	4.40	.51	มาก
กลิ่น	4.39	.55	มาก	4.53	.56	มากที่สุด
รสชาติ	4.34	.57	มาก	4.47	.64	มาก
ความแตกต่างและความแปลกใหม่	4.38	.57	มาก	4.65	.58	มากที่สุด
คุณภาพคุณสมบัติสรรพคุณ	4.37	.51	มาก	4.64	.56	มากที่สุด
ภาพรวม	4.37	.43	มาก	4.53	.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภาพรวมของเครื่องแกงเผ็ดสูตรเห็ดหลินจืออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.53 และพึงพอใจภาพรวมของเครื่องแกงส้มสูตรมะขามอ่อนอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.37 ความพึงพอใจต่อเครื่องแกงส้มสูตรมะขามอ่อนทุกรายการอยู่ในระดับมากและความพึงพอใจต่อเครื่องแกงเห็ดหลินจือส่วนใหญ่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ กลิ่น ความแตกต่างและความแปลกใหม่ คุณภาพ คุณสมบัติและสรรพคุณ





ภาพประกอบที่ 5 ผลิตภัณฑ์สำหรับให้ลูกค้าทดลองชิม

#### ขั้นตอนที่ 4 จัดแสดงสินค้า

เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงสูตรใหม่ ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงบ้านโคกม่วง จึงได้จัดแสดงสินค้าทั้งสิ้น 4 แห่ง ได้แก่ มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ ตลาดสดปลาช่าหาดใหญ่ ตลาดนัดเกาะหมี่ และที่ทำการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงบ้านโคกม่วง



ภาพประกอบที่ 6 การจัดแสดงผลิตภัณฑ์เครื่องแกง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงบ้านโคกม่วง



## สรุปและอภิปรายผล

ผลของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เครื่องแกงปักษ์ใต้บ้านโคกม่วง คือเครื่องแกงส้มสูตรมะขามอ่อน และเครื่องแกงเผ็ดสูตรเห็ดหลินจือ โดยจากการสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจภาพรวมของเครื่องแกงเผ็ดสูตรเห็ดหลินจืออยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 4.53 และพึงพอใจภาพรวมของเครื่องแกงส้มสูตรมะขามอ่อนอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.37 สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เครื่องแกงปักษ์ใต้บ้านโคกม่วง ได้นำเอาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์มาใช้สนับสนุนกระบวนการสร้างคุณค่าของลูกค้าโดยใช้ผลิตภัณฑ์ในการสร้างคุณค่าทั้งประสบการณ์และทั้งการบริโภคหรือประโยชน์หลักของสินค้า สอดคล้องกับ ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เครื่องแกงปักษ์ใต้บ้านโคกม่วง จนได้เครื่องแกงส้มสูตรมะขามอ่อน และเครื่องแกงเผ็ดสูตรเห็ดหลินจือ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้า ให้ได้รับความพอใจ อาจอยู่ในรูปของแนวคิด (Idea) โดยผลิตภัณฑ์นั้นเป็นได้ทั้งที่สัมผัสได้ และสัมผัสไม่ได้ โดยการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เครื่องแกงปักษ์ใต้บ้านโคกม่วงครั้งนี้คำนึงถึงองค์ประกอบต่าง ๆ โดยรวม เพื่อวางแผนด้านองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์นั้นๆ ขึ้นมาก่อนการผลิตจริง ได้แก่ ลักษณะและสีของผลิตภัณฑ์ใหม่ กลิ่น รสชาติ ความแตกต่างและความแปลกใหม่ และคุณภาพ คุณสมบัติ สรรพคุณ ของผลิตภัณฑ์ เพื่อผลิตมาแข่งขันกับคู่แข่งและทดสอบลูกค้าและวัดระดับความพึงพอใจของลูกค้าเป็นหลัก หากผลิตภัณฑ์อยู่ในระดับที่ลูกค้าพึงพอใจมากอาจนำไปสู่การซื้อและการซื้อซ้ำ และในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เครื่องแกงปักษ์ใต้บ้านโคกม่วงครั้งนี้ได้ให้ความสำคัญกับวัตถุดิบหรือส่วนประกอบหลักที่ใช้ในการผลิตเพื่อผลิตเครื่องแกงสูตรใหม่ โดยเลือกให้มะขามอ่อน และเห็ดหลินจือมาเป็นส่วนประกอบสำคัญ เพื่อความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญด้านการรักษาสุขภาพมากขึ้น และการเพิ่มมูลค่าของมะขามอ่อนที่มีในท้องถิ่นให้มีมูลค่าเพิ่ม ตลอดจนต้นทุนในการผลิตและความสามารถของบุคลากรในการจัดหาวัตถุดิบ และจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ สรุปได้ว่าผลิตภัณฑ์ใหม่มีความแตกต่างและความแปลกใหม่อยู่ในระดับมากที่สุด และมีความโดดเด่นด้านคุณภาพ คุณสมบัติ สรรพคุณอยู่ในระดับมากที่สุด สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภคในภาพรวมอยู่ในระดับมากและมากที่สุด ดังนั้นจึงมีแนวโน้มสามารถนำผลิตภัณฑ์ใหม่ไปจัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มยอดขายและกำไร เพิ่มขีดความสามารถในการสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันได้

การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเครื่องแกงโคกม่วง สามารถนำเครื่องแกงทั้ง 2 ชนิด ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ไม่ซ้ำกับเครื่องแกงที่วางจำหน่ายในท้องตลาด จัดจำหน่ายเพื่อเพิ่มจำนวนลูกค้าและรายได้ให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต่อไป



### ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีความจำเป็นต้องกระทำอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรศึกษาพฤติกรรมหรือความต้องการของลูกค้า และนำข้อมูลความต้องการนั้นมาพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องแกงชนิดอื่นต่อไป และนอกจากการปรับสูตรเครื่องแกงแต่ละชนิดแล้ว สามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบของเครื่องแกงได้ เช่น ชนิดก้อน ชนิดผง เป็นต้น
2. ศึกษาด้านการตลาดเพื่อพัฒนาการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปยังจังหวัดหรือภูมิภาคอื่นๆ
3. ศึกษาเกี่ยวกับการตลาดเพื่อการส่งออกผลิตภัณฑ์เครื่องแกงฯ ไปยังต่างประเทศ

### เอกสารอ้างอิง

- พลวัต พุทธิชัยณี. (2558). สามเหลี่ยมความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่. วิทยานิพนธ์ วท.ม. (การบริหารเทคโนโลยี). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : ท้อป.
- Cooper, R. G. (1994). Third-Generation New Product Processes. *Journal of Product Innovation Management*, 11 (1), 3-14.
- Cooper, R. G. (2011). *Winning at new products; creating value through innovation* (4th ed). New York: Basic Books.
- Kotler, P. (2000). *Marketing management* (10th ed). New Jersey: Prentice-Hall.
- Porananond, D. and Thawesaengkulthai, N. (2014). Risk Management for New Product Development Projects in Food Industry. *Journal of Engineering, Project and Production Management*, 4 (2), 99-113.