

การพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนาการตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย โดยใช้แนวคิด BCG การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสร้างมูลค่าเพิ่ม

The Development of Mushroom Processing and Packaging Branding Development in Nong Bua Sub-district, Phu Ruea District, Loei Province by BCG Model for an Efficient Use of Resources and Creating Added Value

เหมวดี ภายใหญ่¹ (Hemwadee Kaiyai) สุกุลไทย ป้อมมะรัง² (Sakunthai Pommaring)
พลกร วงศ์ลา (Palakorn Wongla)³ กาญจนา ศรีบุรินทร์ (Kanjana Sriburin)⁴

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดบ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนาการตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์สินค้าแทนมเห็ด 2) เพื่อพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์แทนมเห็ดของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดแบบมีส่วนร่วม 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์แทนมเห็ดของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมวิธี โดยประชากร คือ สมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด จำนวน 32 คน มีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และกลุ่มตัวอย่างจากผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แทนมเห็ด จำนวน 250 คน ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยการหาขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% โดยใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาและสถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษาพบว่า 1) กลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดเกิดปัญหาต่อต้นทุนการปลูกเห็ด และยังไม่มียุทธศาสตร์การแปรรูปเห็ดเพื่อลดปัญหาของเสีย ไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม และต้องการความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ 2) จากปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิด BCG (Bio-Circular-Green Economy) ในการจัดการทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการถ่ายทอดความรู้การแปรรูปแทนมเห็ดเพื่อให้เก็บได้นานและจำหน่าย นอกจากนี้ยังมีการถ่ายทอดวิธีการสร้างตราสินค้าของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไป ซึ่งสมาชิกได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นที่มีต่อตราสินค้า โดยใช้ชื่อ “แทนมเห็ด 3 สหายภูเรือ” สื่อสารถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม และมีการจำหน่ายแก่ประชาชนทั่วไป 3) จากผลการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ “แทนมเห็ด 3 สหายภูเรือ” โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์, การพัฒนาบรรจุภัณฑ์, ตราสินค้า, การแปรรูปเห็ด, แทนมเห็ด, BCG Model

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the problems and needs of the mushroom farmer group of Ban Nong Bong, Nong Bua Sub-district, Phu Ruea District, Loei Province in terms of mushroom processing product development, brand development, and product packaging of naem mushroom products, 2) to develop brand and packaging of mushroom farmer groups with participation, and 3) to

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย E-mail; kaiyai.lru@gmail.com

² สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย E-mail; sakunthai.pom@lru.ac.th

³ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย E-mail; palakorn.pom@gmail.com

⁴ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจการค้าสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย E-mail; kanjana_pumpim@hotmail.co.th

assess consumer satisfaction towards the product and packaging of mushroom farmer groups. The research methodology used a mixed-method approach. The population consisted of 32 mushroom farmers group members who participated in the opinions of the brand and its packaging and a sample of 250 consumers on the product and packaging of the mushroom naem mushroom product and its packaging. The sample size was determined by sampling at a confidence level of 95% using convenience sampling techniques. The research tools were interviews and questionnaires. Descriptive and statistical data analysis used were percentage, mean, and standard deviation.

The results revealed that 1) The mushroom farmers faced cost-related problems and lacked processing methods to reduce waste. The group also lacked unique branding and packaging and sought knowledge and understanding to increase the value of their products. 2) To address these issues, the researchers applied the BCG (Bio-Circular-Green Economy) concept to manage resources efficiently and create added value through the dissemination of knowledge on mushroom processing and long-term storage for distribution. The researchers also aimed to promote the group's branding to the general public. Members actively participated in expressing their opinions on the branding with the name "Nem Het 3 Sahay Phu Ruea" and promoted the product to the general public. 3) The survey results showed that consumers were highly satisfied with the "Nem Het 3 Sahay Phu Ruea" products and packaging overall.

Keywords: Product Development, Packaging, Branding, Mushroom Processing, BCG Model

วันที่รับบทความ : 30 มิถุนายน 2566

วันที่แก้ไขบทความ : 18 สิงหาคม 2566

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ : 23 สิงหาคม 2566

1. บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของงานวิจัย

การกำหนดทิศทางของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 ให้ประเทศสามารถก้าวข้ามความท้าทายต่างๆ เพื่อให้ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืนเป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ” ตามยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี โดยได้ให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ได้แก่ ภาคประชาชน ภาคธุรกิจ และภาครัฐ โดยเอาความต้องการของชุมชนเป็นที่ตั้งและร่วมกันบริหาร หรือการกระจายอำนาจ เพื่อให้ผู้ประกอบการสร้างรายได้จากการสนับสนุนจากภาครัฐและภาคเอกชน ที่คอยขับเคลื่อน กระบวนการผลิต สร้างผลิตภัณฑ์ในชุมชนให้มีคุณภาพมีมาตรฐาน มหาวิทยาลัยราชภัฏเลยได้รับนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิด ด้วยเศรษฐกิจ BCG (U2T For BCG) ปี พ.ศ. 2565 จากกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม โดยมองปัญหาในชุมชนเป้าหมายซึ่งคณะผู้วิจัยเห็นปัญหาของพื้นที่เป้าหมาย คือ หมู่บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย โดยบ้านหนองบง เป็นหมู่บ้านที่มีอาชีพหลัก ๆ คือการปลูกเห็ด (ฟาร์มเห็ด) เป็นส่วนมาก อาทิเช่น เห็ดหอม เห็ดนางฟ้า เห็ดหูหนู ซึ่งผลผลิตจากเห็ด ขนาดของดอกเห็ดมีขนาดแตกต่างกันออกไป ส่งผลให้ไม่ตรงตามความต้องการของพ่อค้าที่รับไปจำหน่ายต่อหรือผู้บริโภคที่ซื้อไปรับประทาน จึงเกิดปัญหาของกลุ่มที่ต้องสูญเสียต้นทุนในการปลูกเห็ด จึงทำให้ผลผลิตเห็ดสดเหลือเป็นสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานของขนาดดอกเห็ดและเห็ดมีอายุสั้น เกิดจากปัจจัยของอากาศ ความชื้นทำให้เกิดการเน่าเสียจึงเกิดปัญหาต่อต้นทุนการปลูกเห็ด และยังไม่มียุทธศาสตร์การแปรรูปเห็ดเพื่อลดปัญหาของเสีย พร้อมทั้งยังไม่มีตราสินค้าของกลุ่มและบรรจุภัณฑ์ที่ใส่สินค้าให้ถูกสุขลักษณะเก็บรักษาคุณค่าเห็ดแปรรูป จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชนและประชาชนในพื้นที่ หมู่บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ทำให้คณะผู้วิจัยพัฒนาโจทย์

งานวิจัยเพื่อช่วยเหลือชุมชนด้านการแปรรูปเห็ด กระบวนการผลิตในแนวคิดของการถนอมอาหารโดยนำภูมิปัญญาของชุมชนมาประยุกต์พัฒนาเป็นการแปรรูปเห็ดหมักจากเห็ด เพื่อเป็นการช่วยเหลือชุมชนและสร้างอาชีพ อีกทั้งยังเป็นการถนอมอาหารให้สามารถรับประทานได้นานยิ่งขึ้น สอดรับแนวคิด "BCG Model" (BCG Economy) คือการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวม ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) สร้างมูลค่าเพิ่มจากการเห็ด คำนึงถึงวัตถุดิบกลับมาใช้ประโยชน์ให้ได้มากที่สุด จากการสำรวจและศึกษาสภาพปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินงานของชุมชนนั้น พบว่า ตราสินค้าชื่อ "เห็ดหมัก 3 สหายภูเรือ" ยังไม่มีที่แสดงการรับรู้ให้กับลูกค้าและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด บ้านหนองบง นั้นไม่มีความดึงดูด น่าสนใจ เท่าที่ควรและผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ไม่เอื้อต่อการถนอมอาหาร ซึ่งบรรจุภัณฑ์ ถือเป็นปรากฏการณ์แรกที่ผู้บริโภคจะมองเห็นเมื่อผู้บริโภคเห็นบรรจุภัณฑ์แล้วเกิดความประทับใจ สะดุดตาในทุกองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ก็สามารถที่จะโน้มน้าวใจให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจและต้องการที่จะรับรู้ข้อมูลต่างๆ ของตัวสินค้านั้น ๆ ให้มากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด อีกทางหนึ่งให้ผู้ผลิตจะสามารถสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็นที่ดึงดูดตาดึงดูดใจ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจอยากเข้ามาหยิบบรรจุภัณฑ์พิจารณารูปลักษณ์และรายละเอียดส่วนผสม วัตถุดิบรวมทั้งคุณค่าทางโภชนาการของผลิตภัณฑ์ ที่จะสื่อสารให้กับผู้บริโภคเกิดความประทับใจในตัวสินค้านั้นโดยไม่รู้ตัว (First Impression)

ดังนั้น กลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด บ้านหนองบง จึงต้องสร้างความเข้าใจ เรียนรู้ให้มีความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ สื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้เลือกบรรจุภัณฑ์ ที่โดดเด่นส่งผลต่อการเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดหมัก บ้านหนองบง ผู้บริโภคเองก็อยากเก็บบรรจุภัณฑ์ของสินค้านั้นไว้เพราะภาพลักษณ์ที่สวยงามเป็นการโฆษณาสินค้าได้ในระยะยาว เพราะเมื่อผู้บริโภคหยิบบรรจุภัณฑ์นั้นขึ้นมาเมื่อใดก็จะเห็นว่าผลิตภัณฑ์นั้นเป็นตราสินค้าอะไร สร้างการจดจำ (Brand Awareness) ให้กับผู้บริโภคโดยไม่รู้ตัว ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และยังเป็นการโฆษณา ตัวสินค้าได้ในระยะยาวจากปัญหาดังกล่าว ดังนั้นคณะผู้วิจัย จึงต้องการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ดและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย โดยใช้แนวคิด BCG การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ดและเพิ่มมูลค่าด้วยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นผลิตภัณฑ์ประจำชุมชน อำเภอ ภูเรือ จังหวัดเลย และเป็นของฝากให้กับกลุ่มนักท่องเที่ยว เป็นการส่งเสริมให้ชุมชนมีรายได้ มีความเข้มแข็งตามนโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยเศรษฐกิจ BCG (U2T For BCG) ต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์งานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ดพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สินค้าเห็ดหมัก บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

1.2.2 เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเห็ด พัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เห็ดหมักของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดแบบมีส่วนร่วม บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

1.2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เห็ดหมักของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการ ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ดและพัฒนาตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ แบบมีส่วนร่วม ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

1.3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ สมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด จำนวน 32 คน ตามที่ผู้วิจัยและทีมงานได้สังเกตร่วมกับการเข้าศึกษาเชิงลึกแบบมีส่วนร่วมในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ดและพัฒนาตราสินค้าบรรจุภัณฑ์กับกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ณ สถานที่ตั้งของกลุ่มผลิตผลิตภัณฑ์การพัฒนา และประชากร คือ ผู้บริโภคที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้

ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ด จำนวน 250 คน ในการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเห็ดและบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

1.3.3 ขอบเขตด้านเวลา

ดำเนินการภายในระยะเวลา เดือนมิถุนายน – เดือนตุลาคม 2565

1.3.4 ขอบเขตด้านสถานที่

บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

1.4 กรอบแนวคิดในการวิจัย

คณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดออกเป็น 3 ส่วน คือ จุดเริ่มต้น กระบวนการ ผลผลิตและผลลัพธ์และแสดงความสัมพันธ์ได้ดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย โดยการศึกษาสภาพปัญหา ลงพื้นที่ภาคสนาม ค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร ตำรา วารสาร บทความวิชาการตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อให้ได้ตัวแปรที่เกี่ยวข้องเพื่อนำไปออกแบบเครื่องมือในขั้นตอนที่ 2 ซึ่งเป็นการออกแบบและตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ ที่ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา นำเครื่องมือที่ปรับแก้ไขตามผู้เชี่ยวชาญแล้วนำไปทดลองใช้ หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ขั้นตอนที่ 3 จัดกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สรุปผลดำเนินการแบบมีส่วนร่วมกับสมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ในการคัดเลือกวัตถุดิบ กระบวนการผลิตและวัสดุ และตราสินค้าต้นแบบ ทดลองบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ขั้นตอนที่ 4 ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้ามีต่อผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเห็ดและบรรจุภัณฑ์ของแหม่มเห็ดกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดบ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

2. แนวคิดทฤษฎี

2.1 แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ หมายถึง การพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค อาจเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บริการ หรือบรรจุภัณฑ์ ให้มีคุณสมบัติใหม่หรือลักษณะเฉพาะที่แตกต่างออกไปจากเดิม สามารถสร้างประโยชน์ใหม่ๆ ให้กับลูกค้าได้ ส่งผลให้ผู้บริโภคหรือลูกค้าเพื่อให้เกิดความพึงพอใจ (McCathy & Pereault, Jr., 1991) อธิบายการจำแนกผลิตภัณฑ์ใหม่ (New Product) ได้ 3 ลักษณะ คือ

2.1.1 ผลิตภัณฑ์นวัตกรรมใหม่ (Innovative Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ยัง ไม่มีผู้ใดนำเสนอในตลาดมาก่อน มีการวิจัยและพัฒนา คิดสร้างสรรค์ และไม่มีในตลาด

2.1.2 ผลิตภัณฑ์ปรับปรุงใหม่โดยการปรับเปลี่ยนดัดแปลง (Replacement Product of Modify Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนา เปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุง คุณสมบัติในลักษณะใดลักษณะหนึ่ง ทำให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาด ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภคได้มากขึ้น

2.1.3 ผลิตภัณฑ์ลอกเลียนแบบหรือการลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ (Imitative or Me-too-Product) หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจซึ่งเลียนแบบผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งชั้นที่มีอยู่แล้ว ในท้องตลาดและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ทำให้ธุรกิจมีโอกาสในการทำกำไรสูง

ในปัจจุบันผู้ประกอบการหรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการแข่งขันกันอย่างรุนแรงมากขึ้น และมีเทคโนโลยีใหม่เข้ามาทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ทำให้มีการแปรรูปหรือสร้างผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด โดยการปรับปรุงให้มีความแปลกใหม่ซึ่งรูปแบบและแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ต้องเกิดจากการมีส่วนร่วมของสมาชิก ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ รวมถึงการแสดงความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะ เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากที่สุด ส่งเสริมให้สมาชิกได้รับการอบรมเพื่อเพิ่ม

ทักษะในการผลิตก่อให้เกิดความชำนาญในการผลิต มีการกำหนดมาตรฐานการผลิตผลิตภัณฑ์ รวมถึงการควบคุมการซื้อปัจจัยที่ใช้ในการผลิตและวัตถุดิบในการผลิตที่ได้มาตรฐาน (ทาริกา สระทองคำ, อนงค์ ไต้วัลย์ และอมร ฤงสุวรรณ, 2565)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง การนำวัสดุต่างๆ มาสร้างสรรค์เป็นบรรจุภัณฑ์ให้กับผลิตภัณฑ์ โดยทำหน้าที่รักษาสภาพสินค้าให้คงอยู่ในสภาพที่ดี ป้องกันผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในให้อยู่ในสภาพเช่นเดิม เกิดความสะดวกในการใช้สอยและมีความปลอดภัยในการขนส่งไปยังผู้บริโภคคนสุดท้าย (กษมา สุรเดชา, อนุ รัชยะพงษ์และกันยา มั่นคง, 2563)

2.3 แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า

ตราสินค้า (Brand) คือ แก่นสาระสำคัญที่สร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์หรือบริการทำให้ผู้บริโภคเกิดรู้สึกนิยมชมชอบตัดสินใจเลือกใช้ จึงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการและที่สำคัญคือ หากสามารถสร้างให้ตราสินค้านั้นมีคุณค่าหรือคุณลักษณะเฉพาะ (Brand Equity) ในสายตาของผู้บริโภคเป้าหมาย (Kotler, 2014) คุณลักษณะของตราสินค้า แบ่งได้ 4 ระดับ ระดับคุณลักษณะภายนอกที่จะทำให้เกิดการจดจำ (Attribute) ระดับคุณประโยชน์ (Benefit) ผู้บริโภคได้รับประโยชน์อะไรจากการใช้สินค้าหรือบริการ ระดับคุณค่า (Value) เป็นสิ่งที่ทำให้รู้สึกว่าได้ตราสินค้านั้นแล้วเกิดความภูมิใจ ผู้บริโภคได้รับคุณค่าอะไรจากการใช้สินค้าหรือบริการและระดับบุคลิกภาพของตราสินค้า (Personality) ผู้บริโภคมีบุคลิกภาพอย่างไร เมื่อใช้สินค้าหรือบริการนั้น เมื่อตราสินค้ามีคุณค่าในสายตาของผู้บริโภคแล้วก็จะส่งผลให้มีส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงขึ้น

2.4 แนวคิด BCG

BCG โมเดล ประกอบด้วย 3 เศรษฐกิจหลัก คือ B Bio Economy ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพอย่างคุ้มค่า เชื่อมโยง กับ C Circular Economy ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนที่คำนึงถึงการนำวัสดุต่างๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด BCG โมเดล สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง เป็นการพัฒนายั่งยืนภายใน 20 ปี จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าเกษตรมากกว่า 3 เท่าตัว และลดการใช้ทรัพยากรเหลือสองในสามจากปัจจุบัน แนวทางการพัฒนาภาคเกษตร ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG โดยมีเป้าหมายในการปรับเปลี่ยนภาคเกษตรไทยไปสู่ 3 สูง คือ ประสิทธิภาพสูง ด้วยเทคโนโลยีและนวัตกรรมผสมผสานภูมิปัญญาท้องถิ่น มุ่งยกระดับผลผลิตเกษตรสู่มาตรฐานสูง ด้วยระบบการผลิตที่ยั่งยืน ครอบคลุมทั้งด้านคุณภาพความปลอดภัย โภชนาการ สังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อให้การทำเกษตรเป็นอาชีพที่สร้างรายได้สูงด้วยการผลิตสินค้าเกษตรที่เน้นความมีมูลค่าสูงมีอัตลักษณ์ มีความหลากหลายและสามารถกำหนดราคาขายได้ตามคุณภาพของผลผลิต ทั้งนี้ การพัฒนาภาคเกษตร ภายใต้โมเดลเศรษฐกิจ BCG เป็นการปรับเปลี่ยนการทำเกษตรแบบดั้งเดิมที่ “ผลิตมาก แต่สร้างรายได้น้อย” (More for less) ไปสู่เกษตรสมัยใหม่ที่ “ผลิตน้อย แต่สร้างรายได้มาก” (Less for more) โดยมุ่งเน้นการพัฒนาสินค้าเกษตรให้มีมูลค่าสูงหรือเป็นสินค้าพรีเมียม ส่งเสริมระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนที่นำวัสดุเหลือใช้ทางการเกษตรมาใช้ประโยชน์อย่างเต็มประสิทธิภาพและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (กองนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตร, สำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร, 2565)

2.5 การมีส่วนร่วมของสมาชิก

การมีส่วนร่วมของสมาชิก หมายถึง การเปิดโอกาสให้สมาชิกมีการพบปะกัน พูดคุยกัน มีส่วนร่วมในกิจกรรมไม่ว่าจะทางตรงหรือทางอ้อม โดยสมาชิก ประกอบด้วย ประธาน กรรมการ สมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้แทนชุมชน เครือข่าย หรือกลุ่มผู้บริโภค เพื่อแลกเปลี่ยนแนวคิด ปัญหา อุปสรรคและแนวทางแก้ไข อีกทั้งควรมีการวางแผนการดำเนินการล่วงหน้า สร้างเครือข่ายเพื่อขยายฐานการตลาดและมีการติดตามประเมินผล

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมวิธี (Mixed Method Approach) โดยในขั้นตอนของการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธี การวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) ใช้ในกระบวนการเก็บข้อมูลสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชน สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และความต้องการของผู้บริโภค เป็นการสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ด การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้ในกระบวนการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์แทนเห็ดของกลุ่ม

เกษตรกรและประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเห็ดและบรรจุภัณฑ์ ของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ที่ได้รับการพัฒนาอันนำมาซึ่งผลสรุปของความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ "แหนมเห็ด 3 สหายภูเรือ"

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยในครั้งนี้ เป็นกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย จำนวน 32 คน (ที่มา: ทะเบียนกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ, 2565) ตามที่ผู้วิจัยและทีมงานได้สังเกตร่วมกับการเข้าศึกษาเชิงลึกกับกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ณ สถานที่ตั้งของกลุ่มมีผลิตภัณฑ์ที่ทำการพัฒนา จำนวน 1 ผลิตภัณฑ์ คือ "แหนมเห็ด 3 สหายภูเรือ" และประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ด ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยการหาขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2553) ดังนั้นจะใช้สูตร

$$n = \frac{P(1-P)Z^2}{e^2}$$

n = ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

Z = ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางการแจกแจงแบบปกติ
(ในการศึกษาครั้งนี้กำหนดระดับความเชื่อมั่น 95 % ดังนั้นจะได้ค่า Z = 1.96)

p = สัดส่วนตัวอย่าง (ในการศึกษาครั้งนี้ กำหนดให้ P = 0.2)

e = ค่าความคาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น (ที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้ ค่า E = .05)

แทนค่า

$$n = \frac{(0.2)(0.8) \times 1.96^2}{(.05)^2}$$

$$= 245.86 \text{ ตัวอย่าง}$$

$$\approx 246 \text{ ตัวอย่าง}$$

ฉะนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่คำนวณได้เท่ากับ 246 ตัวอย่าง เพื่อป้องกันความผิดพลาดในการเก็บข้อมูลผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บข้อมูล 250 ตัวอย่าง และทำการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เพื่อให้ได้ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเห็ดและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของแหนมเห็ดกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย โดยใช้แบบสอบถาม

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง และแบบสอบถามความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดบ้านหนองบง และแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ คณะผู้วิจัยได้สร้างขึ้นและใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

3.2.1 แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อสัมภาษณ์ ประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดบ้านหนองบง เพื่อให้ได้ข้อมูลสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนาการสินค้าและบรรจุภัณฑ์สินค้า ใช้ในการเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพ ที่ประกอบไปด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับ ประวัติศาสตร์สภาพแวดล้อม วิถีชุมชน และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน

3.2.2 แบบสอบถามความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดบ้านหนองบง ในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์แหนมเห็ดของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด “แหนมเห็ด 3 สหายภูเรือ” แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ส่วนที่ 2) ความคิดเห็นที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาขึ้น (ด้านตราสินค้า) ส่วนที่ 3) ความคิดเห็นที่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาขึ้น (ด้านบรรจุภัณฑ์) ส่วนที่ 4) ข้อเสนอแนะ

3.2.3 แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แพคเกจของ กลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด “แพคเกจ 3 สหายภูเรือ” บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ประกอบด้วย ส่วนที่ 1) เป็นการสอบถามถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2) เป็นการสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ “แพคเกจ 3 สหายภูเรือ” ส่วนที่ 3) เป็นการสอบถามประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ “แพคเกจ 3 สหายภูเรือ” ส่วนที่ 4) ข้อเสนอแนะ

โดยมีระดับและเกณฑ์ในการพิจารณาค่าเฉลี่ยระดับความเหมาะสม แบ่งออกเป็น 5 ระดับดังนี้ 5 หมายถึง มีเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด 4 หมายถึง มีเหมาะสมอยู่ในระดับมาก 3 หมายถึง มีเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง 2 หมายถึง มีเหมาะสมอยู่ในระดับน้อย 1 หมายถึง มีเหมาะสมอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการวิจัยคณะผู้วิจัยได้ทำการดำเนินการดังนี้

3.3.1 มีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการเก็บข้อมูลจัดเวทีสัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด สรุปผลการสัมภาษณ์ซึ่งเป็นแบบมีโครงสร้าง จำนวน 32 คน ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธานกลุ่ม และสมาชิกกลุ่ม ในการสัมภาษณ์สภาพปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดและบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า และสัมภาษณ์เพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า โดยกลุ่มสมาชิกและคณะผู้วิจัยเป็นผู้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจร่วมกัน การวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality Research) คณะผู้วิจัยเข้าไปมีส่วนร่วมโดยเป็นผู้ให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดและบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า จึงเป็นลักษณะการเข้าไปมีส่วนร่วมโดยสมบูรณ์ โดยการสังเกตวิเคราะห์ปัญหา สรุปปัญหา หาแนวทางวิธีการในการแก้ไขปัญหา การเก็บข้อมูลจากตัวแทนผู้บริโภคเห็ดแปรรูป

3.3.2 เก็บข้อมูลจากแบบสอบถามการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantity Research) เพื่อสอบถามความคิดเห็นของสมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดบ้านหนองบง ในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์แพคเกจของเกษตรกรปลูกเห็ด “แพคเกจ 3 สหายภูเรือ” และประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แพคเกจของเกษตรกรปลูกเห็ด “แพคเกจ 3 สหายภูเรือ” จากกลุ่มตัวอย่าง 250 คน ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างโดยการหาขนาดตัวอย่างที่ระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ สรุปผลจัดเวทีการสัมภาษณ์ โดยเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง รวมข้อมูลด้านเนื้อหาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า ให้สร้างการจดจำ (Brand Awareness) ในความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น สรุปและแก้ไขเพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ด

วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถาม โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และสถิติที่ใช้ในการวิจัย ค่าความถี่และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และทำการแปลผลความคิดเห็นและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

4. สรุปผลการวิจัย

การสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์มีดังต่อไปนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเกษตรกร

ผลการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ดพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สินค้าแพคเกจ บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย ผลการวิจัย พบว่า

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด พบว่า กลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด มีสมาชิก จำนวน 32 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 87.50 เพศชาย จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 12.50 ส่วนใหญ่มีอายุ 41-50 ปี คิดเป็นร้อยละ 25.00 มีรายได้โดยเฉลี่ย 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 37.50 มีความต้องการแปรรูป จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 100 เคยเข้าร่วมการอบรมกับภาครัฐ จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 ไม่เคยเข้าร่วมการอบรมกับภาครัฐ จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 62.50

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มแบบมีโครงสร้าง จากการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สินค้าเห็ดบ้านหนองบง คณะผู้วิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1) สรุปปัญหาของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ ในแต่ละปีที่มีผลผลิตจากการปลูกเห็ด จะมีเห็ดสดที่มีดอกไม่สวย ไม่ได้ขนาดเกิดปัญหาของกลุ่มที่ต้องสูญเสียต้นทุนในการปลูกเห็ด จึงทำให้ผลผลิตเห็ดสดเหลือเป็นสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานของขนาดดอกเห็ดและเห็ดมีอายุสั้น เกิดจากปัจจัยของอากาศความชื้นทำให้เกิดการเน่าเสียจึงเกิดปัญหาต่อต้นทุนการปลูกเห็ด และยังไม่มียุทธศาสตร์การแปรรูปเห็ดเพื่อลดปัญหาของเสีย พร้อมทั้งยังไม่มีตราสินค้าของกลุ่ม และบรรจุภัณฑ์ที่ใส่สินค้าให้ถูกสุขลักษณะเก็บรักษาคุณค่าเห็ดแปรรูป

2) มีความต้องการด้านความรู้ ความเข้าใจ ในเรื่องของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์แบบมีส่วนร่วมระหว่างสมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดและคณะผู้วิจัยโดยจัดกิจกรรมให้ความรู้ด้านตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ การสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคซึ่งเป็นผู้เลือกบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่น ส่งผลต่อการเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดหอม บ้านหนองบง ผู้บริโภคเองก็อยากเก็บบรรจุภัณฑ์ ของสินค้านั้นไว้เพราะภาพลักษณ์ที่สวยงาม เป็นการโฆษณาสินค้าได้ในระยะยาว คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิด BCG การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสร้างมูลค่าเพิ่มถ่ายทอดความรู้ให้สมาชิกกลุ่ม

4.2 ความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเห็ด

คณะผู้วิจัยลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ข้อมูลจาก ประธานกลุ่ม สมาชิกกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดจำนวน 32 คน พบว่า กลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปเห็ด เพื่อลดปัญหาของเสีย พร้อมทั้งยังไม่มีตราสินค้าของกลุ่ม และบรรจุภัณฑ์ที่ใส่สินค้าให้ถูกสุขลักษณะเก็บรักษาคุณค่าเห็ดแปรรูป คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิด BCG การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปจากเห็ดและเพิ่มมูลค่าโดยคณะผู้วิจัยได้ถ่ายทอดกระบวนการผลิตแบบมีส่วนร่วมกับกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด พบว่าใช้วัตถุดิบโดยคัดเลือกเห็ด ที่ไม่ได้ขนาด ดอกไม่สวย เพื่อไม่ให้เป็นการของเสียทิ้งและนำมาสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยใช้เห็ด 3 อย่าง คือเห็ดหอม เห็ดหูหนู เห็ดนางฟ้า ไปต้มให้สุกและใส่ส่วนผสม ตามสัดส่วนที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย เกลือแกง กระเทียมไทยข้าวเหนียวสุก ผงปรุงรส พริกสด ผสมกันและทิ้งไว้ประมาณ 2-3 วัน จะได้รสชาติอร่อยคล้ายคลึงแฮมที่ใช้เนื้อหมูเป็นวัตถุดิบ และสามารถเป็นอาหารทดแทนสำหรับผู้ไม่รับประทานเนื้อสัตว์ สะอาด ถูกสุขอนามัย ดังภาพที่ 1 ภาพที่ 2 และภาพที่ 3



ภาพที่ 1 การคัดเลือกเห็ดและเตรียม



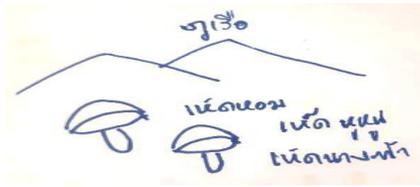
ภาพที่ 2 การปรุงรสและใส่ส่วนผสม



ภาพที่ 3 แฮมเห็ด 3 สหายภูเรือ

4.3 ความต้องการการพัฒนาตราสินค้า

คณะผู้วิจัยได้สัมภาษณ์กลุ่มสมาชิกผลจากการเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพที่มีต่อรูปแบบตราสินค้าของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดยังไม่มีตราสินค้าและเป็นการสร้างตราสินค้าที่จะสะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชน ได้แก่ อำเภอภูเรือ ห้อมล้อมไปด้วยภูเขา ทำการเกษตรปลูกเห็ด ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์สำหรับการออกแบบตราสินค้า จึงมีแนวคิดความเป็นเอกลักษณ์อำเภอภูเรือ สื่อถึงวัตถุดิบเห็ด 3 ชนิดได้คัดเลือกชื่อสินค้าว่า “แฮมเห็ด 3 สหายภูเรือ” ลักษณะตัวอักษรใช้เป็นสีเหลืองเพื่อเชื่อมโยงธรรมชาติภูเขา พื้นสีเขียวให้เกิดบรรยากาศที่เป็นธรรมชาติ ดังแสดงในภาพที่ 5 และภาพที่ 6



ภาพที่ 4 ภาพร่างการออกแบบตราสินค้า



ภาพที่ 5 ตราสินค้า “เห็ด 3 สายฤดูร้อน”

4.4 ความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้า

ด้านบรรจุภัณฑ์ คณะผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลสัมภาษณ์ถึงความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์ ยังไม่มีแบบบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ใส่เห็ด 3 สายฤดูร้อน คณะผู้วิจัยจึงได้ให้กลุ่มสมาชิกมีส่วนร่วมในการเลือกบรรจุภัณฑ์ กำหนดขนาดของบรรจุภัณฑ์ เป็นลักษณะสี่เหลี่ยมผืนผ้าขนาดกว้าง 17 เซนติเมตร ยาว 25 เซนติเมตร สูง 7 เซนติเมตร เพื่อให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ภายในที่มีการบรรจุผลิตภัณฑ์ ในถุงพลาสติกที่แบ่งย่อยเพราะผลิตภัณฑ์ต้องมีการปิดมิดชิดป้องกันการไหลของน้ำและกลิ่นของอาหารง่ายต่อการจัดเรียง สีที่บ่งบอกสีน้ำตาลให้เห็นถึงความรักษัษธรรมชาติ รักษาสิ่งแวดล้อม รูปภาพประกอบเป็นส่วนผสมหลักในการผลิตเพื่อกระตุ้นการอยากลองของผู้บริโภค รายละเอียดส่วนประกอบ การเก็บรักษา การจัดจำหน่ายเพื่อสื่อสารถึงผู้บริโภค



ภาพที่ 6 บรรจุภัณฑ์เห็ด 3 สายฤดูร้อน

คณะผู้วิจัยได้ทำการสร้างต้นแบบตราสินค้าและแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนา เพื่อขอความคิดเห็นจากประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่ม จำนวน 32 คน เพื่อพิจารณาถึงความต้องการ รูปแบบ อัตลักษณ์และความเหมาะสมของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เห็ด 3 สายฤดูร้อนของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดที่บ้านหนองบง ในการพัฒนา “เห็ด 3 สายฤดูร้อน” บ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดเลย ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ผลการวิเคราะห์ของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรปลูกเห็ดที่บ้านหนองบง ในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เห็ด 3 สายฤดูร้อนของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ด “เห็ด 3 สายฤดูร้อน” โดยเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่ม 32 คน โดยมีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของกลุ่มสมาชิกเกษตรกรปลูกเห็ดที่มีต่อการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

ด้านคุณลักษณะตราสินค้า	\bar{X}	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. การสื่อความหมายถึงตราสินค้าผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ด 3 สหายภูเรือ	4.34	0.60	มากที่สุด
2. ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น	4.31	0.53	มาก
3. การง่ายต่อการจดจำตราสินค้า	4.22	0.48	มาก
4. ความสวยงาม	4.13	0.67	มาก
5. สีสีน	4.09	0.58	มาก
ผลรวมด้านคุณลักษณะของตราสินค้า	4.22	0.57	มาก
ด้านบรรจุภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	4.66	0.23	มากที่สุด
2. รูปแบบบรรจุภัณฑ์สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.19	0.46	มาก
3. รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถเปิดเพื่อบรรจุสินค้าได้อย่างสะดวก	4.69	0.34	มากที่สุด
4. สามารถคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น กลิ่น สี รสชาติ ได้	4.06	0.62	มาก
5. ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์มีคุณค่า	4.88	0.11	มากที่สุด
ผลรวมด้านบรรจุภัณฑ์	4.49	0.35	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 การประเมินผลความคิดเห็นด้านคุณลักษณะของตราสินค้าพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.22$, S.D. = 0.57) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่หนึ่ง คุณลักษณะของตราสินค้าด้านการสื่อความหมายถึงผลิตภัณฑ์แปรรูป “เห็ด 3 สหายภูเรือ” ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = .34$, S.D.=0.60) รองลงมา ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, S.D.= 0.53) และ สีสีน ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D. = 0.58) ตามลำดับ

การประเมินผลความคิดเห็นด้านบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.49$, S.D. = 0.35) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อันดับที่หนึ่ง ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์มีคุณค่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.88$, S.D.=0.11) รองลงมา รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถเปิดเพื่อบรรจุสินค้าได้อย่างสะดวก ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$, S.D.=0.34) และสามารถคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น กลิ่น สี รสชาติ ได้ ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.06$, S.D.=0.62) ตามลำดับ

4.5 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เห็ดของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดบ้านหนองบง ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย

ข้อมูลทั่วไปจากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค 250 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 61.60 เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 38.40 จำนวน 96 คน ส่วนใหญ่อายุ 26-35 ปี รายได้โดยเฉลี่ย 5,000-10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 68.80 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ “เห็ด 3 สหายภูเรือ” เสนอผลดังนี้

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงมาตรฐานและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แหนมเห็ด

ด้านผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์	4.18	0.81	มาก
2. ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้จากผลิตภัณฑ์	4.43	0.46	มากที่สุด
3. สีสีนของผลิตภัณฑ์	4.14	0.59	มาก
4. ราคาของผลิตภัณฑ์	4.66	0.54	มากที่สุด
5. ความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้	4.07	0.62	มาก
6. ความครบถ้วนของข้อมูลในฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์	3.95	0.79	มาก
7. รสชาติของผลิตภัณฑ์	4.55	0.31	มากที่สุด
ภาพรวมของผลิตภัณฑ์	4.28	0.59	มากที่สุด
ด้านบรรจุภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์	4.18	0.53	มาก
2. ด้านการบรรจุ	4.09	0.65	มาก
3. ด้านอำนวยความสะดวก	4.30	0.52	มากที่สุด
4. ด้านส่งเสริมการจัดหน่าย	4.32	0.49	มากที่สุด
5. ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม	4.48	0.34	มากที่สุด
ภาพรวมของบรรจุภัณฑ์	4.48	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 การประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แหนมเห็ด “แหนมเห็ด 3 สหายภูเรือ” ภาพรวมของผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$, S.D. = 0.59) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอันดับที่หนึ่ง ราคาของผลิตภัณฑ์ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D.=0.54) รองลงมา รสชาติของผลิตภัณฑ์ ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.55$, S.D.=0.31) และความครบถ้วน และข้อมูลในฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$, S.D.=0.79) ตามลำดับ

การประเมินผลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ แหนมเห็ด 3 สหายภูเรือ ภาพรวมของบรรจุภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, S.D. = 0.44) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอันดับที่หนึ่ง ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.48$, S.D.=0.34) รองลงมา ด้านส่งเสริมการจัดหน่าย ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.32$, S.D.=0.49) และด้านการบรรจุระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.09$, S.D.=0.65) ตามลำดับ

5. อภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ดและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย โดยใช้แนวคิด BCG การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสร้างมูลค่าเพิ่ม คณะผู้วิจัยค้นพบประเด็นที่ควรนำมาอภิปรายได้ดังต่อไปนี้

การศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของกลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การแปรรูปเห็ดพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สินค้าแหนมเห็ดแบบมีส่วนร่วม คือ การมีส่วนร่วมค้นหาเอกลักษณ์ที่โดดเด่นในชุมชนสามารถนำมาออกแบบตราสินค้าหรือตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์แหนมเห็ดทำให้ตัวผลิตภัณฑ์สามารถเล่าเรื่องราวของชุมชนหรือทำให้ ผู้ซื้อต้องการหาความหมายที่แฝงอยู่ในตราสินค้า “แหนมเห็ด 3 สหายภูเรือ” เป็นการสื่อสาร

ทางการตลาดให้เกิดการรับรู้ โดยสมาชิกกลุ่มได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ด้านการสื่อความหมายถึงผลิตภัณฑ์ “แหมมเห็ด 3 สหายภูเรือ” ในระดับมากที่สุด ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นที่ล้อมไปด้วยภูเขา ทำการเกษตรปลูกเห็ดและเอกลักษณ์นี้จะง่ายต่อการจดจำตราสินค้า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุชาமாக ยิ้มวัฒนา และคณะ (2564) ศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูป แขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง สามารถกระตุ้นให้ผู้บริโภคกลับมาซื้อซ้ำ คณะผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะกระตุ้นให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายจดจำ ภาพรวมด้านบรรจุภัณฑ์ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในบรรจุภัณฑ์มีคุณค่า ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด บรรจุภัณฑ์สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้ามีค่าสูงสุด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนงลักษณ์ จีวจู และคณะ (2559) เรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของกลุ่มโอท็อป (OTOP) และบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์จะช่วยเพิ่มมูลค่าในกับตัวผลิตภัณฑ์สามารถจำหน่ายได้ในราคาสูงขึ้น รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถเปิดเพื่อบรรจุสินค้าได้อย่างสะดวก มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน ระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด

ผลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แหมมเห็ด ภาพรวมผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ราคาของผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของกนกวรรณ อยู่ทอง และโสภภาพร กล้าสกุล (2563) ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำมะนาวพร้อมดื่ม เชิงพาณิชย์บนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรคใน จังหวัดเพชรบุรี และวชิรญา เหลียวตระกูล, วิจิตรา เหลียวตระกูล, นัยวิท เถลิมนนท์ และจันทร์ธนา แก้วสี (2560) ได้ศึกษาโครงการยกระดับผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปเห็ดดับเต่าเชิงการค้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ควรเพิ่มช่องทางการจำหน่ายเพื่อเพิ่มยอดขาย รสชาติของผลิตภัณฑ์แหมมเห็ด 3 สหายภูเรือ ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ อรรฮาวี เจ๊ะสะแม และ ยอดนภา เกษเมือง (2564) ได้ศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปุณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่คาดว่าจะได้จากผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคคาดหวังจากผลิตภัณฑ์ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ภาพรวมของบรรจุภัณฑ์ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย ด้านอำนวยความสะดวก ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านอำนวยความสะดวก สอดคล้องกับงานวิจัยของสุดถนอม ต้นเจริญ (2561) ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม พบว่าบรรจุภัณฑ์ที่ดีสามารถวางขายได้ในสถานที่ต่าง ๆ และเหมาะสมของฝากและจัดวางสะดวกในพื้นที่การจัดเรียงสินค้าสะดวกต่อการเคลื่อนที่ คณะผู้วิจัยเสนอว่าบรรจุภัณฑ์ที่ใส่ผลิตภัณฑ์แหมมเห็ด กลุ่มสมาชิกควรใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อมหลังการใช้ การทำลายทิ้งต้องตระหนักถึงสิ่งแวดล้อม ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งดึงดูดการรับรู้ในสินค้าที่ให้ผู้บริโภคเข้าใจ จดจำ และตัดสินใจซื้อตามความต้องการในการบริโภคหรือเป็นของฝากเป็นการสร้างเศรษฐกิจกับชุมชนต่อไป

6. ข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

6.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

6.1.1 ควรมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตรชนิดอื่นของกลุ่มเกษตรกร กลุ่มวิสาหกิจชุมชน

6.1.2 ควรมีการนำผลิตภัณฑ์แหมมเห็ดกระจายออกสู่ตลาดสินค้าให้เป็นที่ยู่งักมากยิ่งขึ้น

6.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยครั้งต่อไป

6.2.1 ควรต่อยอดวิจัยในด้านวิเคราะห์ต้นทุนและความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์

6.2.2 ควรทำวิจัยในด้านการวิเคราะห์คุณค่าทางโภชนาการของเห็ดแปรรูป

6.2.3 ควรทำวิจัยในด้านกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด

และสามารถจัดจำหน่ายในร้านค้าปลีกสมัยใหม่ต่อไป

7. เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงเกษตรและสหกรณ์. (2565). การขับเคลื่อนภาคเกษตรด้วยโมเดล เศรษฐกิจ BCG. ค้นเมื่อ 27 มิถุนายน 2566, จาก <https://www.bcg.in.th/data-center/media-information>.
- กนกวรรณ อยู่ทอง และโสภภาพร กล่ำสกุล. (2563). การพัฒนาผลิตภัณฑ์แปรรูปน้ำมะนาวพร้อมดื่มเชิงพาณิชย์ บนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใน จังหวัดเพชรบุรี. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี. 10(2), 22-33.
- กษมา สุระเดชา, อนุ รัชยะพงษ์ และกันยา มั่นคง. (2563). การออกแบบตราสินค้า และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับ ผลิตภัณฑ์กล้วยอบเนย ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมูสวรรค์หมู่ไทยศรีโยธิน. วารสารพิภูล, 18 (1), 119-237.
- ทาริกา สระทองคำ, อนงค์ ไต้วัลย์ และอมร ฤงสุวรรณ. (2565). รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ที่ตอบสนองความต้องการลูกค้าในยุคอนาคต. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8 (1), 239-250.
- ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS. (พิมพ์ครั้งที่ 11). กรุงเทพฯ: วี.อินเตอร์ พรีนซ์.
- นงลักษณ์ จีวจูและคณะ. (2559). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าของกลุ่มโอท็อป (OTOP) และบริหารจัดการกลุ่มวิสาหกิจชุมชนขนาดย่อม. ใน บทความสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 3 ประจำปี พ.ศ. 2560, (หน้า 1-12). กำแพงเพชร : มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- วชิรญา เหลียวตระกูล, วิจิตรา เหลียวตระกูล, นัยวิท เฉลิมนนท์ และ จันทร์ธนา แก้วสี. (2560). โครงการยกระดับผลิตภัณฑ์แปรรูปเห็ดตับเต่าเชิงการค้าสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยกระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม. (รายงานผลการวิจัย). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- สุทามาศ ยิ้มวัฒนา, ศุภลักษณ์ ศรีวิไล, พิเชษฐ เนตรสว่าง, อมรา ดอกไม้ และ ทรรติกา ธานินพวงศ์. (2564). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปแขวงเมืองวิเศษชัยชาญ จังหวัดอ่างทอง. วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 23 (1), 1-12.
- สุดถนอม ต้นเจริญ. (2561). แนวทางการพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ของวิสาหกิจชุมชนอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง, 7 (2), 155-166.
- อรรษาวิ เจ๊ะสะแม, ยอดนภา เกษเมือง. (2564). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปทุมวาสน เขตทวี วัฒนา กรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยธนบุรี, 15 (2), 79-90.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2014). *Principles of Marketing*. (15th ed.). England: Pearson.
- McCarthy, E. J. and Perreault, W. D. (1991). *Essential of Marketing*. (5th ed.). Boston: E. Jerome McCarthy and Associates.