

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อกลิ้งจากใบชา ชุมชนบ้านแม่โง้งเย้า ตำบลลาวี อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย

อรพิน วงศ์ก่อ

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจและการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

วันที่ได้รับต้นฉบับบทความ: 17 มกราคม 2563

วันที่แก้ไขปรับปรุงบทความ: 23 มกราคม 2563

วันที่ตอบรับตีพิมพ์บทความ: 25 มีนาคม 2563

ภาณิกา นันทาเป็ก

สาธิตา ยั่วยวน

เยาวชนผู้ร่วมวิจัย

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อกลิ้งจากใบชา และเพื่อศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยศึกษาจากชุมชนบ้านแม่โง้งเย้า ตำบลลาวี อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษานี้คือ ประชากรทั่วไปในจังหวัดเชียงราย จำนวน 100 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อกลิ้งจากใบชา ผู้ศึกษาได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อกลิ้งจากใบชาที่แต่เดิมเป็นตุ๊กตาจากใบชาเป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นเล็กๆ ผู้ศึกษาจึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นหมอนใบชาที่มีลวดลายผ้าปัก เพื่อให้เกิดความสวยงามและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่แตกต่าง ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค สามารถใช้ประดับตกแต่ง ต่อกลิ้ง และยังสามารถใช้หนุนนอนได้ การประเมินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อกลิ้งจากใบชา พบว่าด้านประโยชน์การใช้สอย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$) ด้านความงามทางรูปแบบผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$) ด้านความประณีตงดงาม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.35$)

2. ความต้องการและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่เลือกซื้อหมอนใบชาขนาด 8×9.5 นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 79.00 และหมอนใบชาขนาด 4.5×6.5 นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 21.00 โดยเลือกซื้อเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยจากสารเคมี คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 36.00 ด้านความพึงพอใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หมอนต่อกลิ้งจากใบชาพบว่า ด้านสามารถนำไปใช้ได้จริง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.11$) ด้านความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.09$)



ด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) ด้านความหลากหลายของรูปแบบสินค้า อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.33$)

คำสำคัญ: การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ต่ักลื่นจากใบชา ความพึงพอใจ



Development Deodorize Tea Products Ban Mae Mong Yao, Wawee Sub-District, Mae Suai District, Chiang Rai Province

Orrapin Wongkor

*Lecturer, Accountancy Program, Faculty of Business Administration
and Management, Ubon Ratchathani Rajabhat University*

Received: 17 January 2020

Revised: 23 January 2020

Accepted: 25 March 2020

Panika Nantapek

Sasita Youyoun

Youth Volunteers in Research Development

Abstract

This study aims to develop deodorize tea products. And to study consumer needs and preferences this study was conducted by the Mae Mong Yao community, Wawee sub-district, Mae Suai district, Chiang Rai province. The sample groups used in this study are the general population of Chiang Rai was 100 people.

The study found that

1. Development of deodorize products from tea leaves the studyer has developed a product deodorant from tea leaves. Originally a doll made of tea leaves, a small product. The educator has developed the product. It is a tea leaf pillow with an embroidered pattern. To be beautiful and create new and different products Meets the needs of consumers can be used to decorate, decorate, deodorize and also can be used to support the bed. Evaluation of the development of deodorant products from tea leaves found that It is at a high level ($\bar{x}=3.89$) in terms of beauty in product form. At a high level ($\bar{x}=4.02$) in refinement and beauty Very high level ($\bar{x}=4.35$)

2. Needs and Satisfaction of Respondents in terms of buying behavior, it was found that most of them chose to buy a tea pillow size 8 * 9.5 inches, accounting for 79.00 percent and a tea pillow size 4.5 * 6.5 inches, accounting for 21.00 percent. Accounting for 43.00 percent, followed by a natural product Accounted for 36.00%. The satisfaction with the product deodorize from tea



leaves found that Aspects can be practical at a high level ($\bar{x}=4.11$). It is at a high level ($\bar{x}=4.09$). It is at a high level ($\bar{x}=3.99$) in terms of product diversity. Is moderate ($\bar{x}=3.33$)

Keywords: Development, product deodorize from tea, Satisfaction

บทนำ

ชา เริ่มเข้ามาแพร่หลายในประเทศไทย ตั้งแต่สมัยสุโขทัย เนื่องจากการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมกับจีน แต่ไม่ปรากฏหลักฐานว่านำเข้ามาอย่างไร และเมื่อใด แต่จากจดหลายของท่านลาอูแบร์ ในสมัยสมเด็จพระนารายณ์มหาราช กล่าวว่า “คนไทยรู้จักการดื่มชาแล้วโดยนิยมชงชาเพื่อรับแขก การดื่มชาของคนในสมัยนั้น นิยมดื่มแบบชาจีน คือ ไม่ใส่น้ำตาล” การพัฒนาอุตสาหกรรมชาของไทย เริ่มอย่างจริงจังที่จังหวัดเชียงใหม่และเชียงรายเมื่อปี พ.ศ. 2480 โดยมีนายประสิทธิ์ และนายประธาน พุ่มชูศรี ได้ตั้งบริษัทใบชาตราภูเขาจำกัดขึ้นเป็นบริษัทแรก และนายพร เกี่ยวการค้า ได้นำผู้เชี่ยวชาญ ชาวฮกเกี้ยน เขามาถ่ายทอดความรู้เรื่องชาแก่คนไทย ต่อมาสองพี่น้องตระกูลพุ่มชูศรี ได้ขอสัมปทาน ทำสวนชาจากกรมป่าไม้ในนาม “บริษัท ชาระมิงค์” ภายหลังเอกชนเริ่มให้ความสนใจอุตสาหกรรมชามากขึ้นจึงมีสัมปทานสวนชาแก่ “บริษัท ชาสยาม” ผู้นำใบชาสดผลิตเป็นชาฝรั่ง (ชาผง) ขายมาจนกระทั่งปัจจุบัน (องค์ความรู้เพื่อการพัฒนาพื้นที่สูงอย่างยั่งยืน, 2559)

จังหวัดเชียงรายเป็นจังหวัดที่มีการปลูกชาเป็นอันดับต้นๆ ในประเทศไทย ซึ่งตำบลลาวี ถือเป็นแหล่งปลูกชาอัสสัมที่มีคุณภาพดี ต้นชาอัสสัมในพื้นที่มีอายุมากกว่าร้อยปีหรือบางต้นมีอายุ เป็นพันปี ต้นชาอัสสัมในแหล่งนี้มีการเจริญเติบโตตามธรรมชาติ ไม่มีการใช้สารเคมีหรือยาฆ่าแมลง ดังนั้นชาอัสสัมในพื้นที่แห่งนี้จึงเป็นแหล่งผลิตชาอินทรีย์ ที่มีคุณภาพดี และในปัจจุบันสังคมไทย ทุกวันนี้มีการสร้างอาคาร บ้านเรือน ในรูปแบบทรงลูกเต๋าและมีการปิดทึบทำให้เกิดการอับชื้นของอากาศในพื้นที่นั้นๆ หรือว่าจะเป็นกลิ่นคับจากตู้เสื้อผ้า ห้องน้ำในรถยนต์ ที่มีการส่งกลิ่นอับออกมา ทำให้มีการผลิตสินค้าสำหรับดับกลิ่นเพิ่มมากขึ้น แต่ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่มีส่วนผสมของสารเคมี ซึ่งสารเคมีที่สูดดมอาจจะสะสมและส่งผลเสียต่อร่างกายของผู้ใช้ ทำให้ในท้องตลาดมีผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นที่ผลิตจากวัสดุจากธรรมชาติ (กานตัมณี ครูทำสวนและคณะ, 2558) หนึ่งในวิถีชีวิตธรรมชาติที่ใช้ก็คือ ใบชา ทั้งนี้พื้นที่ในตำบลลาวีเป็นอีกพื้นที่หนึ่งที่มีการปลูกชาอัสสัมเป็นจำนวนมาก รวมไปถึงบ้านแม่โง่งง้าทางโรงเรียนและชุมชนบ้านแม่โง่งง้า จึงได้เกิดภูมิปัญญาความคิดสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์ชาหอม ดูกลิ้นขึ้น โดยนำเอาใบชาแก่ที่โรงงานคัดเกรดออกมาไปพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ รูปแบบการบรรจุภัณฑ์ หลากหลายเพื่อให้เหมาะสมต่อการใช้ประโยชน์ในแต่ละพื้นที่ใช้สอยโดยใช้วัตถุดิบพื้นบ้านในท้องถิ่นเป็นหลัก

ด้วยเหตุนี้ผู้ศึกษามีความสนใจที่จะทำการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา โดยการพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์ให้ทันสมัยมากขึ้นและใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย โดยใช้หมู่บ้านแม่โง่งง้า ตำบลลาวี อำเภอมะสอย จังหวัดเชียงราย เป็นพื้นที่ในการศึกษา



วัตถุประสงค์ของการศึกษา

1. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อกลิ้นจากใบชา ชุมชนบ้านแม่โง่งเย้า ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย
2. เพื่อศึกษาความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต่อกลิ้นจากใบชา ชุมชนบ้านแม่โง่งเย้า ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุงผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อเพิ่มมูลค่า การแข่งขัน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่ง เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาเปลี่ยนแปลงปรับปรุง มาจากผลิตภัณฑ์เดิมที่ขายอยู่แล้วในตลาด ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจ แก่ผู้บริโภคได้มากขึ้น (อัจฉรา มลิวศ์, 2554)

ผลิตภัณฑ์ (Product) ที่ดีมีคุณภาพ นักออกแบบควรคำนึงถึงองค์ประกอบที่มีความสำคัญ และต้องใช้ ความคิดสร้างสรรค์ วิธีการต่าง ๆ มาผสมผสานเพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม โดยนักออกแบบควร คำนึงถึงหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ดังนี้ คือ 1) ความเป็นหน่วย หรือเอกภาพ (Unity) หมายถึง การ ออกแบบจะต้องคำนึงถึงงานทั้งหมดให้อยู่ในหน่วยเดียวกันเป็นกลุ่มเป็นชุดสัมพันธ์กันทั้งหมด มีความเชื่อมโยง กันได้ เพราะจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเป็นเอกลักษณ์ 2) ความสมดุล (Balancing) หมายถึง ความสมดุลในงาน ออกแบบนั้น ๆ ซึ่งเป็นหลักทั่วไปของงานศิลปะ ความสมดุลที่เกิดขึ้นอาจมาจากองค์ประกอบต่าง ๆ กัน เช่น รูปทรง ขนาด ความหนาแน่น สี 3) ความสัมพันธ์ทางศิลปะ (Relativity of Art) หมายถึง ความสัมพันธ์กันในเรื่อง ของศิลปะ ได้แก่ การเน้นส่วนสำคัญหรือจุดสนใจ (Emphasis or Center of Interest) ในงานด้านศิลปะ นัก ออกแบบจะต้องเน้นให้เกิดสิ่งประทับใจแก่ผู้เห็นโดยไม่ต้องบอกกล่าว เป็นความรู้สึกร่วมอันเกิดขึ้นเองจากผลงาน นั้น (สาคร คันธโชติ, 2528)

ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลซึ่งแสดงออกในด้านบวกหรือลบ ที่มีความสัมพันธ์กับ การได้รับการตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องการ ซึ่งความรู้สึกพึงพอใจ จะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับหรือบรรลุจุดหมายในสิ่ง ที่ต้องการในระดับหนึ่ง และความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับ การตอบสนอง (สุวิมล คำย้อย, 2555)

มนตรี รุ่งเรือง (2561) ประโยชน์ใช้สอย คือ สิ่งจำเป็นอันดับแรก ที่จะต้องสนองความต้องการของมนุษย์ เพื่อให้บรรลุสิ่งที่คนปรารถนา และเลือกซื้อเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยจากสารเคมี คิดเป็นร้อยละ 43.00

เพราะว่าในปัจจุบันกระแสของการรักสุขภาพ ยังคงเป็นเทรนอยู่จะทำให้มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ด้านช่องทางการเลือกซื้อของบริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ คือ SHOPEE คิดเป็นร้อยละ 33.00 LAZADA คิดเป็นร้อยละ 29.00 จะเห็นได้ว่าบริโภคเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าออนไลน์ด้วยเปอร์เซ็นต์ที่ใกล้เคียงกัน

วิธีการศึกษา

การศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา ชุมชนบ้านแม่โงะเย้า ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย มีวิธีการดำเนินงาน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประชากรทั่วไปในจังหวัดเชียงราย จำนวน 100 คน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ประชากรทั่วไปในจังหวัดเชียงราย จำนวน 80 คน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างตามทฤษฎี ทาโร่ ยามาเน่

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา บ้านแม่โงะเย้า ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือนโดยประมาณ ลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับความสนใจของรูปแบบผลิตภัณฑ์

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชาของผู้บริโภค

ส่วนที่ 4 การประเมินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชาที่ผู้ศึกษาผลิตขึ้นมา

ส่วนที่ 5 การประเมินความพึงพอใจของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา

โดยส่วนที่ 4 และ 5 มีการแสดงความคิดเห็นอยู่ระดับ ดังนี้

- | | |
|-----------|-----------------|
| 5 หมายถึง | ระดับมากที่สุด |
| 4 หมายถึง | ระดับมาก |
| 3 หมายถึง | ระดับปานกลาง |
| 2 หมายถึง | ระดับน้อย |
| 1 หมายถึง | ระดับน้อยที่สุด |



3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามทั่วไป ในจังหวัดเชียงราย โดยการตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีรายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับความสนใจของรูปแบบผลิตภัณฑ์ ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชาของผู้บริโภค การประเมินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา การประเมินความพึงพอใจของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ ได้จากการรวบรวมค้นคว้าข้อมูลจากเว็บไซต์ วารสาร หนังสือ เอกสารที่เผยแพร่จากแหล่งข้อมูลต่างๆที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำไปวิเคราะห์ศึกษาเปรียบเทียบกับข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ส่วนที่ 1 ตรวจสอบสภาพของผู้ตอบแบบสอบถามและข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบ ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา บ้านแม่โง่งแย้ ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย ทำการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ และ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์สถิติเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับความสนใจของรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ และ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์สถิติเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชาของผู้บริโภค โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งประกอบด้วยความถี่ ร้อยละ และ นำมาวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์สถิติเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ส่วนที่ 4 การประเมินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชาที่ผู้ศึกษาผลิตขึ้น หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา

ส่วนที่ 5 การประเมินความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ดับกลิ่น

5. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา

การนำใบชาที่มีอยู่มาพัฒนาและเพิ่มมูลค่า โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์จากชาในรูปแบบใหม่นอกจากการนำชามาชงดื่มหรือทำเป็นใบชาเมี่ยงเท่านั้น โดยจากการศึกษาพบว่า ชายังมีสรรพคุณในการช่วยดับกลิ่น ซึ่งทำให้เกิดไอเดียในการทำผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชาเพื่อช่วยดับกลิ่น ที่ไม่พึงประสงค์ ซึ่งผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา

ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากวัสดุธรรมชาติ ไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อสุขภาพ ในทางกลับกันยังเป็นประโยชน์ต่อสุขภาพอีกด้วย มีขั้นตอนการพัฒนาดังนี้

1. ศึกษาเกี่ยวกับการผลิตวัตถุดิบจากหมู่บ้านแม่โงะเย้า ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย เพื่อที่จะนำมาพัฒนาและเพิ่มมูลค่า

2. ได้มีการลงพื้นที่ในหมู่บ้านแม่โงะเย้า ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย เพื่อศึกษากระบวนการผลิตวัตถุดิบ คือ ใบชา โดยพบว่า ใบชาที่นำมาใช้ต้องผ่านการคั่วแห้งก่อนนำมาเป็นที่ดับกลิ่น เพื่อให้ได้กลิ่นที่หอมยิ่งขึ้น

3. ได้มีการลงพื้นที่ในหมู่บ้านแม่โงะเย้า ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย เพื่อศึกษาวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของหมู่บ้าน พบว่า คนส่วนใหญ่เป็นชนเผ่าอาข่า เมี่ยน และลาหู่ เวลาวางจากการทำสวนทำไร่ มีการจับกลุ่มกันเย็บผ้าที่มีลวดลายของชนเผ่า เพื่อนำมาเป็นเสื้อผ้าและกระเป๋าไว้ใช้เอง ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะนำลวดลายมาเพิ่มในผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นเพื่อป้องกันถึงวัตถุดิบที่มีอยู่และวัฒนธรรมของชุมชน

4. การพัฒนาและเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา จากการลงพื้นที่ที่บ้านแม่โงะเย้า ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะนำลวดลายมาเพิ่มในผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา เพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่า เพิ่มความน่าสนใจ และผลิตภัณฑ์ยังมีความเป็นเอกลักษณ์มากยิ่งขึ้น

ผลการศึกษา

จากการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา ชุมชนบ้านแม่โงะเย้า ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย สามารถวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.00 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 30.00 ส่วนใหญ่มีอายุ ระหว่าง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาอายุระหว่าง 21 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 23.00 และส่วนมากประกอบอาชีพค้าขาย คิดเป็นร้อยละ 39.00 รองลงมาประกอบอาชีพ นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 25.00 และประกอบอาชีพเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 24.00 มีเงินเดือนเฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.00 รองลงมา ต่ำกว่า 5,000 บาทต่อเดือนและ 10,001 – 20,000 บาทต่อเดือน คิดเป็นร้อยละ 23.00

2. พฤติกรรมของผู้บริโภคเกี่ยวกับความสนใจของรูปแบบผลิตภัณฑ์



ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับความสนใจของผู้ตอบแบบสอบถาม กับผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา มีความสนใจหมอนใบชาขนาด 8*9.5 นิ้ว มากกว่า คิดเป็นร้อยละ 79.00 และหมอนใบชาขนาด 4.5*6.5 นิ้ว คิดเป็นร้อยละ 21.00

3. ข้อมูลพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชาของผู้ตอบแบบสอบถาม ผลการศึกษาพบว่า ด้านพฤติกรรมการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา เลือกซื้อเนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยจากสารเคมี คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาเป็นผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ คิดเป็นร้อยละ 36.00 ความสวยงาม คิดเป็นร้อยละ 12.00 และอันดับสุดท้ายคือราคาถูก คิดเป็นร้อยละ 9.00 ข้อมูลด้านช่องทางการเลือกซื้อของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภค เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ คือ SHOPEE คิดเป็นร้อยละ 33.00 LAZADA คิดเป็นร้อยละ 29.00 และรองลงมาเลือกซื้อจากหน้าร้านโดยตรง คิดเป็นร้อยละ 21.00 และอันดับสุดท้ายคือ หน้าเพจ FACEBOOK คิดเป็นร้อยละ 17.00 ข้อมูลด้านการนำไปใช้ของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ในห้องนอน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมา คือ รถยนต์ คิดเป็นร้อยละ 29.00 ตู้เสื้อผ้า คิดเป็นร้อยละ 9.00 และอันดับสุดท้ายคือ ห้องน้ำ คิดเป็นร้อยละ 2.00 ข้อมูลด้านการส่งเสริมสินค้าหรือโปรโมชั่นที่ผู้บริโภคเลือกใช้คือ ส่งฟรีเมื่อซื้อครบราคาที่กำหนด คิดเป็นร้อยละ 40.00 รองลงมาคือได้รับคูปองส่วนลด คิดเป็นร้อยละ 38.00 โปรโมชั่นกดไลค์ กดแชร์ ผ่านโซเชียล คิดเป็นร้อยละ 15.00 และอันดับสุดท้ายคือ สะสมแต้มแลกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 6.00

4. การประเมินความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา

ตารางที่ 1 การประเมินความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ดับกลิ่นจากใบชา

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. สามารถนำไปใช้ได้จริง	4.11	0.60	มาก
2. ด้านความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์	4.09	0.56	มาก
3. ด้านความประณีตงดงาม	4.41	0.56	มาก
4. ด้านรูปทรงทันสมัยเป็นที่ต้องการของตลาด	3.58	0.32	มาก
5. ด้านการใช้วัสดุตลอดอายุเหมาะสมกับความนิยมในปัจจุบัน	3.62	0.56	มาก
6. ด้านความเหมาะสมการนำไปประยุกต์ใช้	3.78	0.44	มาก
7. ด้านความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์	3.99	0.32	มาก
8. ด้านความเหมาะสมของราคา	3.08	0.02	ปานกลาง
9. ด้านความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์	3.33	0.13	ปานกลาง
รวม	4.44	0.39	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม มีความพึงพอใจด้านสามารถนำไปใช้ได้จริง อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.11$) ด้านความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.09$) ด้านความประณีตงดงาม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.41$) ด้านรูปทรงทันสมัยเป็นที่ต้องการของตลาด อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.58$) ด้านการใช้วัสดุวดลายเหมาะสมกับความนิยมในปัจจุบัน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.62$) ด้านความเหมาะสมการนำไปประยุกต์ใช้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.78$) ด้านความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) ความเหมาะสมของราคา อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.08$) ด้านความหลากหลายของรูปแบบผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.33$)

5. การประเมินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อกลิ้นจากใบชา

ตารางที่ 2 การประเมินการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อกลิ้นจากใบชา

รายการ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านประโยชน์การใช้สอย	3.89	0.62	มาก
2. ด้านความงามทางรูปแบบผลิตภัณฑ์	4.02	0.55	มาก
3. ด้านความประณีตงดงาม	4.35	0.52	มาก
รวม	4.09	0.53	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ด้านประโยชน์การใช้สอย อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$) ด้านความงามทางรูปแบบผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$) ด้านความประณีตงดงาม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.35$)

อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

อภิปรายผล

จากการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อกลิ้นจากใบชา ชุมชนบ้านแม่โง้งเข้า ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย สามารถนำอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. จากการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อกลิ้นจากใบชา ในหมู่บ้านแม่โง้งเข้า ตำบลลาวี อำเภอมะสรวย จังหวัดเชียงราย คณะผู้ศึกษาได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อกลิ้นจากใบชา ที่แต่เดิมเป็นตุ๊กตาจากใบชา เป็นผลิตภัณฑ์ชิ้นเล็กๆ ซึ่งคณะผู้ศึกษาเล็งเห็นว่า สามารถสร้างผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมในการต่อกลิ้นในพื้นที่ขนาดใหญ่ และอยากให้ผลิตภัณฑ์สามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายพื้นที่ เป็นได้มากกว่าการต่อกลิ้น ดังนั้นจึงได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นหมอนใบชาที่มีลวดลายผ้าปัก เพื่อให้เกิดความสวยงามและสร้างผลิตภัณฑ์ใหม่



ที่แตกต่างกัน ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค สามารถใช้ ประดับตกแต่ง ใช้ดัดกลืน และยังสามารถใช้หมุนวนได้ ซึ่งสอดคล้องกับ อัจฉรา มลิวงศ์ (2554) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่หรือปรับปรุง ผลิตภัณฑ์เดิม เพื่อเพิ่มมูลค่าการแข่งขัน เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความแตกต่างจากคู่แข่ง เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่พัฒนาเปลี่ยนแปลงปรับปรุงมาจากผลิตภัณฑ์เดิมที่ขายอยู่แล้วในตลาด ทำให้สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้บริโภคได้มากขึ้น

2. จากการศึกษาความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม ด้านพฤติกรรมในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ดัดกลืน จากใบชา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อหมอนใบชาขนาด 8*9.5 นิ้ว มากกว่า คิดเป็น ร้อยละ 79.00 เนื่องจากจะสามารถใช้ประโยชน์ได้หลากหลายกว่าใบเล็ก สอดคล้องกับ มนตรี รุ่งเรือง (2561) ประโยชน์ใช้สอย คือ สิ่งจำเป็นอันดับแรก ที่จะต้องสนองความต้องการของมนุษย์เพื่อให้บรรลุสิ่งที่คนปรารถนา และเลือกซื้อ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ปลอดภัยจากสารเคมี คิดเป็นร้อยละ 43.00 เพราะในปัจจุบันกระแสของการรักสุขภาพ ยังคงเป็นเทรนด์อยู่จะทำให้มีผลต่อการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค ด้านช่องทางการเลือกซื้อของ บริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ผ่านช่องทางออนไลน์ คือ SHOPEE คิดเป็นร้อยละ 33.00 LAZADA คิดเป็นร้อยละ 29.00 จะเห็นได้ว่าผู้บริโภคเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าออนไลน์ด้วยเปอร์เซ็นต์ใกล้เคียงกัน

3. จากการศึกษาความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ดัดกลืนจากใบชา พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความประณีตงดงาม ($\bar{X}=4.41$) รองลงมาคือ ด้านสามารถนำไปใช้ได้จริง ($\bar{X}=4.11$) และด้านความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ ($\bar{X}=4.09$) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ สุวิมล คำย่อย (2555) กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลซึ่งแสดงออกในด้านบวกหรือลบ ที่มีความสัมพันธ์กับการได้รับการตอบสนองต่อสิ่งที่ต้องการ ซึ่งความรู้สึกพึงพอใจ จะเกิดขึ้น เมื่อบุคคลได้รับหรือบรรลุจุดหมายใน สิ่งที่ต้องการในระดับหนึ่ง และความรู้สึกดังกล่าวจะลดลงหรือไม่เกิดขึ้น หากความต้องการหรือจุดหมายนั้นไม่ได้รับการตอบสนอง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการศึกษาไปใช้

จากผลการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ดัดกลืนจากใบชา ชุมชนบ้านแม่โงะเย้า ตำบลลาวี อำเภอแม่สรวย จังหวัดเชียงราย คณะผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1.1 จากการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคมีความสนใจผลิตภัณฑ์รูปแบบขนาดขนาด 8*9.5 นิ้ว มากกว่า เนื่องจากรูปแบบขนาดขนาด 8*9.5 นิ้ว มีลวดลายหลากหลายและขนาดที่ใหญ่กว่า สามารถนำมาหมุนวนได้ อาจดัดกลืนได้ดีกว่า ใช้ประโยชน์ได้มากกว่าใบเล็ก ดังนั้นผู้ผลิตควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงามโดดเด่น และสามารถใช้สอยประโยชน์ได้หลากหลาย มีขนาดพอดีในการนำมาใช้ดัดกลืนและสามารถเป็นได้มากกว่าของตกแต่ง

1.2 ผู้บริโภคต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความสวยงาม ดูดี ทันสมัย มีความเหมาะสมกับ ความนิยม ในปัจจุบัน และมีความต้องการผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลาย ดังนั้นผู้ผลิตควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความ สวยงาม ทันสมัย มีความเหมาะสมกับความนิยมในปัจจุบัน และพัฒนาผลิตภัณฑ์ ให้มีความหลากหลาย ตามความต้องการของผู้บริโภค

2. ข้อเสนอแนะการศึกษาครั้งต่อไป

ควรศึกษาสมุนไพรที่มีประสิทธิภาพในการดับกลิ่น และนำมาผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ดับกลิ่น เพื่อเป็นแนวทางหรือตัวเลือกให้กับผู้บริโภค

เอกสารอ้างอิง

กานต์มณี ครูทำสวนและคณะ. (2558 มิถุนายน 10). **หม้อคีนซีฟ การบูรดับกลิ่นอัปชั่น.**

แหล่งข้อมูลจาก:

<http://www.payaptechno.ac.th/app/images/payap/nawattakam-new/year2558/mk/pvc-mk/pvc-mk-5.pdf>

มนตรี รุ่งเรือง. (2561 มิถุนายน 15). **การออกแบบโปสเตอร์การใช้งานเครื่องจักรให้ได้รับความ**

ปลอดภัย. แหล่งข้อมูลจาก:

<http://repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/1229/fulltext.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

สาคร คันธโชติ. (2528). **การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์.** กรุงเทพฯ : โอ เอส พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

สุวิมล คำย้อย. (2555 กรกฎาคม 5). **ความพึงพอใจของลูกค้าต่อคุณภาพการให้บริการของ ศูนย์บริการลูกค้า จีเนท โมบายเซอร์วิส เซ็นเตอร์ จันทบุรี.** แหล่งข้อมูลจาก :

http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/55930118.pdf

องค์ความรู้เพื่อการพัฒนาพื้นที่สูงอย่างยั่งยืน. (2559 กรกฎาคม 2). **ข้อมูลทั่วไปของขา.**

แหล่งข้อมูลจาก:

<https://hkm.hrdi.or.th/knowledge/detail/157>

อัจฉรา มลิวงศ์. (2554 กรกฎาคม 3). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนวดแผนไทย บ้านแม่ทะ อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง.** แหล่งข้อมูลจาก:

https://cscd.kku.ac.th/uploads/proceeding/190811_160401.pdf