

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลินของชุมชนบ้านไร่อ้อย
ตำบลไร่อ้อย อำเภอพิชัย จังหวัดอุตรดิตถ์

Development of the Joyful Banana-chip Product and Packaging of Ban
Rai Oi Community, Rai Oi Subdistrict, Phichai District, Uttaradit Province

อภิรักษ์ ปานเพชร*

Apinan Panphet*

หลักสูตรสาขาวิชาการออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ จ. อุตรดิตถ์ 53000

Communication Art Design Program, Faculty of Humanities and Social Sciences,

Uttaradit Rajabhat University, Uttaradit 53000, Thailand

Corresponding author: E-mail: api.fineart@gmail.com

(Received: January 22, 2024; Revised: March 14, 2024; Accepted: May 7, 2024)

Abstract: The objective of this research is to develop and improve the quality and standards of the delightful banana products, and learn the lessons from the group of delightful banana product producers to help improve product qualities for the entrepreneurs in the community. The main sources of information were 30 members of the professional group of community sugar cane plantation product producers, and practical training sessions for developing packaging for their products. In-depth interviews using a semi-structured interview format, data analysis through synthesis, and interpretation of data from in-depth interviews, as well as quantitative data collection through surveys, were used. The appropriateness of the prototype products, academic knowledge, and data analysis using statistical software were employed. The research findings indicate that the development of the quality of delightful banana products aligns with packaging standards, enabling the products to be ready for distribution to both offline and online entrepreneurs, in response to current purchasing trends. This serves as a guideline to drive the development of community products in the future.

Keywords: Product and packaging development, joyful banana-chip product

บทคัดย่อ: งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนาและยกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลินและถอดบทเรียนของกลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลินสู่การขยายผลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้ประกอบการในชุมชน สำหรับเป็นแนวทางส่งเสริมเพื่อให้ชุมชนนำไปใช้ประโยชน์ในอนาคต ผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิชาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านไร่อ้อย จำนวน 30 คน และการฝึกปฏิบัติการการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของตนเอง การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การสังเคราะห์และตีความจากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ความรู้ความเข้าใจทางด้านวิชาการ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลิน เป็นไปตามมาตรฐานของบรรจุภัณฑ์ สามารถยกระดับ

ผลิตภัณฑ์นำไปสู่แหล่งจำหน่ายผู้ประกอบการในห้างร้าน ทั้งออฟไลน์ และออนไลน์ได้อย่างเหมาะสม ตอบสนอง การเลือกซื้อสินค้าในปัจจุบัน เป็นแนวทางส่งเสริมขับเคลื่อนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ กล้วยฉาบเพลินเพลิน

คำนำ

องค์ความรู้ของปราชญ์ชาวบ้านที่ได้รับการ สืบทอดต่อกันมา เป็นสิ่งสำคัญที่มีคุณค่าควรได้รับการจดจำ ถ่ายทอด และอนุรักษ์ มาพัฒนาเป็น ผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อจัดจำหน่ายเป็นการสร้างอาชีพ สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนแต่การแข่งขันทางเทคโนโลยี และเศรษฐกิจส่งผลให้ชุมชนเกิดแนวคิดในการ พัฒนาความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ด้วยแนวคิด เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์ จึงเกิดเป็นแนวคิดใหม่ (Neawheangtham, 2017) ด้วยการเชื่อมโยงการใช้ ทุนทางปัญญาและทุนทางสังคม อันได้แก่ องค์ความรู้ ความคิดสร้างสรรค์ ทรัพย์สินทางปัญญา ที่สอดคล้อง กับอัตลักษณ์ทางภูมิปัญญาท้องถิ่น การใช้ประโยชน์ จากเทคโนโลยีและนวัตกรรม อันทันสมัยผลิตสินค้าที่ โดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ สร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่ม ทางเศรษฐกิจและสังคม ตามความต้องการของ ผู้บริโภคในตลาดยุคใหม่ (Phuangprayong, 2018)

บริบทตำบลไร่อ้อย เป็นชุมชนที่มีพื้นที่เป็นที่ราบลุ่ม ทำการเกษตรกรรม ประชาชนส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพปลูกข้าว ทำสวน ทำไร่ เป็นต้น โดยองค์การบริหารส่วนตำบลไร่อ้อย ส่งเสริมและ สนับสนุนกลุ่มอาชีพเสริมต่าง ๆ มีผลิตภัณฑ์สินค้า ชุมชน ในหมู่บ้านต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ ข้าว ไรซ์เบอร์รี่ ขนมหม้อแกง น้ำพริก ปลาต้ม ไข่เค็ม เป็นต้น โดยมีกลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลิน ที่ เข้มแข็งในระดับหนึ่งก่อตั้งมากกว่า 7 ปี มีวัตถุดิบ กล้วยอยู่ในชุมชน และหมู่บ้านใกล้เคียง การแปรรูป ผลิตภัณฑ์ชุมชน คือ การอาชีพเสริม เพื่อสนับสนุน ส่งเสริมให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มมากขึ้น ในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ (Charoenphun, 2017)

สามารถสร้างรายได้ให้กับครัวเรือน ผลิตภัณฑ์ขาด บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์ซึ่ง เป็นรูปแบบถุงพลาสติก กระบวนการผลิตต้องมี ขั้นตอนที่ซับซ้อนในการบรรจุผลิตภัณฑ์ โดยการผลิต บรรจุภัณฑ์ย้อนหลัง 5 ปี แบบกฎธรรมดาติดสติ๊กเกอร์ต้นทุนถุงละ 15 บาท จำหน่าย 20 บาท แบบถุง ใหม่ถุงพอยล์ซีลสูญญากาศ ต้นทุน 20 บาท จำหน่าย 35 บาท ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการตลาดสมัยใหม่ ลด ต้นทุน เพิ่มยอดขาย บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ที่เป็น มาตรฐาน จึงต่อยอดยกระดับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ร่วมกับมหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ในประเด็น เร่งด่วน โครงการพัฒนาคุณภาพชีวิตและยกระดับ รายได้ให้กับคนในชุมชนฐานราก (ยุทธศาสตร์ พัฒนาท้องถิ่น) (Office of the Meeting of the Presidents of Rajabhat University, 2018) ด้วย องค์ความรู้เทคโนโลยีและนวัตกรรมเกี่ยวกับการผลิต และการตลาดยุคดิจิทัล โดยการนำองค์ความรู้ไป พัฒนาศักยภาพคนและช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตและ ยกระดับรายได้ เพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ต่อเนื่องและ ยั่งยืนต่อไป

ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชน สามารถจัดจำหน่ายได้มากขึ้น คือ การพัฒนา ผลิตภัณฑ์ (product development) การพัฒนาตรา สินค้า (branding) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (packaging) ส่วนใหญ่จะเป็นปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์และการตลาด ที่ไม่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ด้าน ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่สวยงาม โดด เด่น เป็นเอกลักษณ์ (Tinnabutr, 1988)

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อพัฒนา และยกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์

กล้วยฉาบเพลินเพลิน และถอดบทเรียนของกลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลินสู่การขยายผลในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่ผู้ประกอบการในชุมชนสำหรับเป็นแนวทางส่งเสริมเพื่อให้ชุมชนนำไปใช้ประโยชน์ในอนาคต

อุปกรณ์และวิธีการ

ระยะเวลาในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงแบบผสมการฝึกปฏิบัติการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลิน ระยะเวลา 6 เดือน ระหว่างเดือนมกราคม-เดือนมิถุนายน 2566

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัย ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จำนวน 2 คน เจ้าของผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลิน 1 คน และสมาชิกกลุ่มวิชาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน 27 คน ชุมชนบ้านไร่อ้อย อำเภอพิชัย จังหวัดอุตรดิตถ์ รวมทั้งสิ้น 30 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การสังเคราะห์และตีความจากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการทดลองการฝึกปฏิบัติการพัฒนาบรรจุภัณฑ์องค์ความรู้แนวคิด จากการสัมภาษณ์ต่าง ๆ และแบบสอบถามความพึงพอใจเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ความรู้ความเข้าใจทางด้านวิชาการ และการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จากผู้เชี่ยวชาญด้านการ

พัฒนาผลิตภัณฑ์ นักวิชาการ และสมาชิกกลุ่มวิชาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งสิ้น 30 คน และการทดลองการฝึกปฏิบัติการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลิน ระยะเวลาในการพัฒนาและผลิตบรรจุภัณฑ์ 6 เดือน โดยขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้เป็นประเด็นคำถาม ตามแบบกึ่งโครงสร้าง การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามจากประชากร คือสมาชิกกลุ่มวิชาชีพผลิตภัณฑ์ชุมชน จำนวน 27 คน

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การสังเคราะห์และตีความจากข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการทดลอง การวิเคราะห์การทดลองจากพัฒนาผลิตภัณฑ์และการผลิตบรรจุภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลิน ตลอดระยะเวลา 6 เดือน และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ต้นแบบ ความรู้ความเข้าใจทางด้านวิชาการ และการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์โดยการวิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา

1. การประเมินบริบทกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านไร่อ้อย เพื่อพัฒนาและยกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลิน เพื่อการขยายผลไปสู่ผู้ประกอบการในชุมชน เชื่อมโยงการจัดจำหน่ายและแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านไร่อ้อย อำเภอพิชัย จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยมีการประเมินบริบทแบบมีส่วนร่วมดังนี้

1.1 ด้านทรัพยากร พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลิน มีทรัพยากรเพียงพอสำหรับการผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยมีทรัพยากรทางธรรมชาติ ได้แก่ ต้นกล้วยน้ำว้า ดิน น้ำ เป็นต้น

1.2 ด้านปัญหาและอุปสรรคเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ พบว่า ชุมชนบ้านไร่อ้อย ยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีตราสินค้าเป็นของตัวเองแต่ยังไม่เป็นเอกลักษณ์ เป็นที่จดจำของตลาดและผู้บริโภค รูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นเพียงถุงซิปลิดสติ๊กเกอร์ ไม่ได้มาตรฐานของบรรจุภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมต่อการจำหน่ายในห้างร้านต่าง ๆ

1.3 ด้านรูปแบบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ พบว่า ควรมีตราสินค้าใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์ มีความโดดเด่นสามารถจดจำได้ในทันที เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด เพื่อให้สอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่ผู้ประกอบการต้องการขยายช่องทางการจำหน่ายสู่ช่องทางการค้าปลีกที่เป็นระบบมากขึ้น

2. การประเมินศักยภาพด้านต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ เพื่อพัฒนาและยกระดับคุณภาพและมาตรฐานผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลิน เชื่อมโยงการจัดจำหน่ายและแนวทางการจัดการผลิตภัณฑ์ ชุมชนบ้านไร่อ้อย อำเภอพิชัย จังหวัดอุตรดิตถ์ โดยการประเมินศักยภาพแบบมีส่วนร่วมของชุมชน ดังนี้

2.1 ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า แบบถุงพอยล์ซีลสุญญากาศ บรรจุภัณฑ์มีสีสันสวยงามเหมาะกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับดีมาก รองลงมาคือความเด่นชัดของตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ รูปทรงที่เหมาะสม ภาพประกอบสอดคล้องกับเนื้อหา และการออกแบบกราฟิกสวยงาม อยู่ในระดับดี

2.2 ด้านการตลาด พบว่า ปัจจัยทางการตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ชุมชนมีความสามารถในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดมาก รองลงมาคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัด

จำหน่าย ตามลำดับ ผลลัพธ์ของชุมชนขาดความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และตราสินค้าที่จดจำได้ยาก การจัดจำหน่ายที่ไม่ครอบคลุมพื้นที่และขาดคนกลางในการกระจายสินค้าและข้อจำกัดด้านการขนส่ง การตั้งราคาที่ยังไม่สอดคล้องกับมูลค่าของผลิตภัณฑ์มากนัก และการส่งเสริมการตลาดมีน้อย

2.3 ด้านความเห็นของผู้บริโภค พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ แบบถุงพอยล์ซีลสุญญากาศ มีความสวยงาม ความเหมาะสมของขนาดและสัดส่วน ความเหมาะสมของสี ตัวอักษรและรูปภาพ อยู่ในระดับดีมาก รองลงมา คือ สะดุดตาเมื่อพบเห็น รูปแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ ตราสินค้าจดจำได้ง่าย ความสะดวกในการขนส่ง อยู่ในระดับดี

3. ปัญหาของผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านไร่อ้อย คือ เดิมชุมชนมีผลิตภัณฑ์ของตนเองแต่ยังขาดมาตรฐานและความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ตลอดจนผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้รับรองมาตรฐานใด ๆ คุณภาพของผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลินรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ไม่ทันสมัยยอดขายน้อย บรรจุภัณฑ์ใหม่ทางผู้วิจัยจึงใช้กระบวนการมีส่วนร่วมในการพัฒนาเพื่อการเพิ่มมูลค่า ยกระดับคุณภาพบรรจุภัณฑ์ให้ได้มาตรฐาน ด้วยวิธีการตรวจสอบสารเคมีตกค้างผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเพื่อการรับรองคุณภาพเป็นไปตามมาตรฐาน มผช. OTOP และข้อมูลทางโภชนาการทางอาหารปลอดภัย เพื่อให้เป็นแนวทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลาย ส่งเสริมรายได้เพิ่มมากขึ้น ในการจำหน่ายสินค้าทั้งในชุมชน ห้างร้าน รูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์

4. การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลินชุมชนบ้านไร่อ้อย ตำบลไร่อ้อย อำเภอพิชัย จังหวัดอุตรดิตถ์ นักวิจัยและสมาชิกกลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลิน ชุมชน

บ้านไร่อ้อย ได้ทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบด้วยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ และบรรจุภัณฑ์กล้วยฉาบสำหรับการบรรจุ โดยจัดกิจกรรมอบรมให้ความรู้ด้านเทคนิคการพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ต่าง ๆ โดยชุมชนมีส่วนร่วมในการคิดตั้งชื่อสินค้า ร่างภาพออกแบบรูปแบบโลโก้สินค้าของตนเอง เช่น สินค้า น้ำพริกแม่แดง ข้าวไร่อ้อยปลอดสารพิษ และอื่น ๆ และแลกเปลี่ยนเรียนรู้ช่องทางการตลาดออนไลน์

โดยศึกษาต้นแบบในการสาธิตการผลิตกล้วยฉาบเพลลินเพลลินของสมาชิกกลุ่มซึ่งเป็นชาวบ้านในชุมชน ทำให้ได้เทคนิคการผลิตกล้วยฉาบ ดังต่อไปนี้

4.1 การพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์

การจัดกิจกรรมให้ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของสมาชิกกลุ่มบ้านไร่อ้อย ตำบลไร่อ้อย อำเภอพิชัย จังหวัดอุตรดิตถ์ ดัง Figure 1



Figure 1. Development of packaging prototypes; Activity (A-C), Packaging design (D-G), Taking a group picture (H)

4.2 เทคนิคการผลิตกล้วยฉาบ

การผลิตกล้วยฉาบทั่วไปในท้องตลาด กระบวนการผลิตทำไปจะสไลด์กล้วยทอดในน้ำมันเลย แต่การผลิตนี้จะเป็นเทคนิคที่จะทำให้กล้วยกรอบ อร่อย ไม่แข็ง ใช้เวลาในการผลิตนานกว่าที่อื่น แล้วแต่พื้นที่และเทคนิคที่กลุ่มผลิตภัณฑ์จะใช้เทคนิคและวิธีการแบบใด โดยมีวิธีดังนี้

1) การเตรียมวัตถุดิบกล้วยน้ำว้าให้ดีขึ้น ปัจจัยที่ไม่ควรมองข้ามก็คือ กล้วยที่ใช้ต้องเป็นกล้วยที่แก่จัด เพื่อนำมาบ่มให้กล้วยสุก ง่ายต่อการจัดการ

2) การนำกล้วยเป็นเครื่องมือตัดแยกเป็นลูกเพื่อนำมาบ่มแก๊สก่อนใช้ผ้าใบคลุมบ่มทิ้งไว้ประมาณ 8 - 10 ชั่วโมงหลังจากนั้นนำมาปอกเปลือกแล้วนำกล้วยแช่น้ำมะกรูดเพื่อล้างยางกล้วย

3) นำกล้วยที่ปอกเปลือกแล้วนำมาใช้มีดสไลด์ให้กล้วยเป็นชิ้น ๆ ตามการปรับขนาดหนาบางของมีดสไลด์ตามที่ต้องการ ซึ่งกล้วย 1 ลูกจะได้ 20 - 25 ชิ้น แล้วแต่ความหนาบางในการกำหนดช่องห่างของใบมีดจากการสไลด์กล้วย

4) เมื่อได้กล้วยที่สไลด์เป็นชิ้น ๆ ให้ตักกล้วยชิ้นพักในตะกร้าให้สะเด็ดน้ำทิ้งไว้ประมาณ 2 - 3 ชั่วโมง เมื่อชิ้นกล้วยสะเด็ดน้ำดีแล้วนำกล้วยมาลอกแยกชิ้นออกจากกัน แล้วนำไปโรยแยกชิ้นเพื่อนำไปบ่ม โดยใช้ผ้าคลุมให้เกิดความร้อนพร้อมกลับกล้วยด้วยเพื่อให้แห้งเสมอกัน เป็นเวลา 10 ชั่วโมง

5) นำกล้วยที่บ่มไว้ลงทอดในน้ำมันที่อุณหภูมิ ประมาณ 180 - 200 องศา ทอดให้ชิ้นกล้วยออกสีเหลืองทอง แล้วนำบรรจุใส่ถุงใหญ่เพื่อไว้บรรจุลงบรรจุภัณฑ์ต่อไป ดัง Figure 2



Figure 2. Techniques for producing banana chips; Cut banana (A), Banana (B), Curing Banana (C), Peel a banana (D), Banana slices (E-F), Dry the banana tower (G), Banana splitter (H), Sprinkle banana (I), Heat the banana (J), Banana ready to fry (K), Fried Banana Chips (L), Banana Chips (M), Packaged in a bag of banana chip (N)

4.3 การพัฒนาตราสินค้า โลโก้ และบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลินสมาชิกได้มีส่วนร่วมในการพัฒนาดังนี้

1) ชื่อตราสินค้า (brand name)

คือ กล้วยฉาบเพลินเพลิน สื่อความหมายได้ว่า กล้วยฉาบจากพื้นที่ชุมชนบ้านไร่อ้อย ตำบลไร่อ้อย อำเภอพิชัย จังหวัดอุตรดิตถ์

2) โลโก้ (logo) คือ ภาพลายเส้นมี

ดวงตากกล้วยยิ้ม เป็นสีขาวยพื้นสีเหลืองทอง สื่อความหมายได้ว่า กล้วยฉาบเพลินเพลิน ทานเพลิน ยิ้มรับความอร่อยพร้อมทานสำหรับลูกค้า ส่วนสีที่ใช้คือ สีของกล้วยที่สุกเหลืองทองแล้วมีความหอมหวานอร่อย

3) เครื่องหมายตราสินค้า

(trademark) คือ โลโก้ OTOP แสดงถึง สินค้าชุมชนจากภูมิปัญญาชาวบ้านที่ได้มาตรฐาน

4) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ออกแบบเป็นถุงพอยล์ซีลสุญญากาศเพื่อรักษาคุณภาพของกล้วยฉาบและง่ายต่อการขนส่งแสดงตราสินค้า ภาพสินค้า แหล่งการผลิตข้อมูลส่วนประกอบ วันที่ผลิต และวันหมดอายุ เพื่อเพิ่มมูลค่าลดต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์ และประหยัดเวลาให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนกล้วยฉาบเพลินเพลิน

5) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เดิมและ

ใหม่ ของเดิมมีเพียงโลโก้ติดถุงซิปรธรรมดาและเบอร์ติดต่อเท่านั้น แต่ของใหม่มีรายละเอียดข้อมูลส่วนประกอบสินค้า ที่อยู่ที่ติดต่อ ครัวเรือนของบรรจุภัณฑ์ มีความสวยงาม เหมาะแก่การจำหน่ายในห้างร้านต่าง ๆ ดัง Figure 3



Figure 3. Brand, logo and packaging development; Original packaging (A), Packaging design (B), New packaging (C)

4.4 การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่าย

สมาชิกในชุมชนกลุ่มผลิตภัณฑ์จัดจำหน่าย ที่ชุมชนบ้านไร่อ้อย โดยกลุ่มมีตัวแทนสมาชิกดูแล จัดจำหน่ายทั้งออฟไลน์และออนไลน์ จัดจำหน่าย ผ่านร้านค้าและช่องทางบนสื่อออนไลน์ ต่าง ๆ เพื่อ เป็นการสร้างตราสินค้าของกลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ เพลินเพลินให้เป็นที่รู้จักภายนอก นำรายได้มาสู่ ชุมชนนั้น สิ่งที่ต้องคำนึงเป็นอย่างมากและสำคัญ

ที่สุด คือ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์ในแต่ละชนิดจะต้องมีความโดดเด่น เป็นเอกลักษณ์ของ ชุมชน สวยงาม เพิ่มมูลค่า สามารถสร้างความสนใจ และก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ อย่างไรก็ตาม ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ มีช่องการขายออนไลน์ เช่น ทางเพจ Plern Plern กล้วยฉาบ ช่องทาง TIKTOK และ สำหรับร้านขายใหม่ของ URU Market Place มีพนักงานจัดจำหน่าย ดัง Figure 4



Figure 4. Distribution at URU Market Place; Market (A), Producing Packaging (B-C)

5. การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนา ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบ เพลินเพลินของชุมชนบ้านไร่อ้อย เนื่องจากชุมชนมีวิถีชีวิต ที่ใกล้ชิดกับธรรมชาติ และแหล่งน้ำในการเพาะปลูก จากแม่น้ำน่าน ซึ่งทำให้มีความสอดคล้องกลมกลืน

กับวิถีชีวิตประกอบกับกลุ่มสมาชิกในชุมชนที่มีความสัมพันธ์กันแบบเครือญาติจึงทำให้มีความ คิดเห็นเป็นไปในทิศทางเดียวกันทำให้เกิดความ สามัคคีช่วยเหลือกัน โดยมีผู้นำชุมชนเป็นพลัง ขับเคลื่อนในการนำสมาชิกในชุมชนในการผลิตของ

ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในชุมชน ทำให้เกิดการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ตลอดจนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า และการจัดจำหน่าย กล้วยฉาบเพลินเพลิน สำหรับกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนกล้วยฉาบเพลินเพลิน ชุมชนบ้านไร่อ้อย ตำบลไร่อ้อย อำเภอฟิชัย จังหวัดอุตรดิตถ์

อภิปรายผล

1. การประเมินบริบทกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านไร่อ้อย พบว่า กลุ่มผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลิน มีทรัพยากรเพียงพอสำหรับการผลิตกล้วยฉาบ แต่ยังคงขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ มีตราสินค้าเป็นของตัวเองแต่ยังไม่เป็นเอกลักษณ์ เป็นที่จดจำของตลาดและผู้บริโภค รูปแบบบรรจุภัณฑ์เป็นเพียงถุงซิปลิดสติ๊กเกอร์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่เหมาะสมต่อการจำหน่ายในห้างร้านต่าง ๆ ตลอดจนผลิตภัณฑ์เองยังไม่ได้รับรองมาตรฐาน เช่น มผช. OTOP ควรมีตราสินค้าใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์มีความโดดเด่น สามารถจดจำได้ในทันที เพื่อใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาด ขยายช่องทางการจำหน่ายสู่ช่องทางการค้าปลีกเพื่อส่งเสริมรายได้มากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Neawheangtham (2017) ได้ทำการวิจัยเรื่องแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ การคิดออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่มีความแปลกแตกต่างไปจากเดิม โดยใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการเพิ่มมูลค่า คุณค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ และความต้องการผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ในสังคมไทยได้รับความสนใจ และมีความต้องการมากขึ้น สิ่งที่เป็นปัญหาในการพัฒนามีประเด็นที่สำคัญคือ การขาดความรู้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ แปลกใหม่ และมีเอกลักษณ์ ดังนั้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงควรเริ่มจากการอบรม

ให้ความรู้ในเรื่องของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ความคิดสร้างสรรค์ และการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้แก่กลุ่มอาชีพโดยการสร้างแบรนด์ให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จัก สวยงาม มีความหลากหลาย และต้องมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นไม่เหมือนใคร เพื่อสร้างคุณค่าที่เป็นจุดเด่นและความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์

2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยฉาบเพลินเพลิน ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่าแบบถุงพอยส์ซีลสุญญากาศ ผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินแล้ว ว่าเป็นทางเลือกที่ดีที่สุดในการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ที่มีสีสันสวยงามเหมาะกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับดีมาก รองลงมาคือความเด่นชัดของตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ รูปทรงที่เหมาะสม ภาพประกอบสอดคล้องกับเนื้อหา และการออกแบบกราฟิกสวยงาม อยู่ในระดับดี ในด้านการตลาด พบว่า การตลาดผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยรวมอยู่ในระดับดี ชุมชนมีความสามารถในการตั้งราคาผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดมาก รองลงมาคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ และการจัดจำหน่าย ผลิตภัณฑ์ของชุมชนขาดความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์และตราสินค้าที่จดจำได้ยาก การจัดจำหน่ายที่ไม่ครอบคลุมพื้นที่และขาดคนกลางในการกระจายสินค้าและข้อจำกัดด้านการขนส่ง การตั้งราคาที่ยังไม่สอดคล้องกับมูลค่าของผลิตภัณฑ์มากนัก และการส่งเสริมการตลาดตลาดมีน้อย และด้านความเห็นของผู้บริโภคต่อการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ พบว่า ด้านความสวยงาม ความเหมาะสมของขนาดและสัดส่วน ความเหมาะสมของสี ตัวอักษร รูปภาพสะดุดตาเมื่อพบเห็น รูปแบบมีความเป็นเอกลักษณ์ มีความแปลกใหม่ โดยวิเคราะห์จากต้นทุน และคู่แข่งชั้น ด้านการจัดจำหน่าย (place) การจัดจำหน่ายให้ครอบคลุมด้วยการสร้างเครือข่ายทางธุรกิจกับ ร้านขายของ URU Market Place และ ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) ด้วยการสื่อสารการตลาดผ่านระบบ

ออนไลน์ ทางเพจเฟสบุ๊ก Plern Plern กลัวฉาบ ช่องทาง TIKTOK และอื่น ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pholphiril (2013) ได้ทำการวิจัยเรื่องเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับการพัฒนาประเทศไทย พบว่า การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชนจะสามารถกระทำได้จะต้องประกอบไปด้วยการดำเนินกลยุทธ์ 4P's คือ ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านการจัดจำหน่าย (place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) อันได้แก่ คนและชุมชน (people) ซึ่งถือเป็นกลไกสำคัญที่จะต้องได้รับการส่งเสริมพัฒนาให้เกิดพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์รวมถึงผลิตภัณฑ์ (product) และการท่องเที่ยว (place) ซึ่งเป็นต้นทุนของชุมชนอันมีค่าที่จะต้องดำเนินไปพร้อมกับการอนุรักษ์ (preserve) และการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา โดยการศึกษา ยกกรณีความสำเร็จของชุมชนอัมพวาที่ใช้ประโยชน์จากชุมชนที่มี “ตลาดน้ำ อัมพวา” การผลิตสินค้าสร้างสรรค์โดยใช้การท่องเที่ยวเป็นกลยุทธ์ขับเคลื่อนในการขับเคลื่อน ในขณะที่ยังสามารถรักษาวัฒนธรรมแบบเดิมไว้ได้การพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับชุมชน โดยผ่านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทำให้เกิดการสร้างรายได้เสริมแก่คนในชุมชนที่แต่เดิมมีอาชีพเกษตรกรรม โดยรายได้เสริมมาจาก การให้บริการเรือชมหิ่งห้อย การให้บริการที่อยู่อาศัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nuansara *et al.* (2021) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานระดับสากล จังหวัดเชียงราย พบว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้าให้ได้มาตรฐานระดับสากล ผู้ประกอบการจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยง เพื่อการเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้ซื้อยอมรับและยอมจ่ายเงินซื้อผลิตภัณฑ์ ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทั้งด้านคุณภาพและมาตรฐาน เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือต่อผู้บริโภค เพื่อ

ยกระดับคุณค่าในตัวผลิตภัณฑ์ เป็นการเพิ่มมูลค่าและลดอุปสรรคการแข่งขันทางการตลาด บรรลุภัณฑ์เป็นสิ่งที่ช่วยห่อหุ้มหรือป้องกันผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านในไม่ให้เกิดความเสียหาย และต้องมีสภาพที่สมบูรณ์สวยงามจนถึงมือผู้บริโภค การสร้างตราสินค้า (brand) ให้เป็นที่ยอมรับ เนื่องจากตราสินค้าจะเป็นตัวแทนของผลิตภัณฑ์ที่มีความเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์สู่สายตาผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายและบริการที่ผู้บริโภคจะได้รับ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับรายงานวิจัยของ Suwon-on *et al.* (2017) ที่รายงานไว้ว่า ตราสินค้าที่ดีจะสามารถสะท้อนให้เห็นลักษณะของผลิตภัณฑ์ได้ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่ได้ซื้อผลิตภัณฑ์ที่คุณลักษณะ แต่ซื้อประโยชน์ที่จะได้จากผลิตภัณฑ์อีกทั้งตราผลิตภัณฑ์ที่ดีต้องมีลักษณะเฉพาะเพื่อสร้างความสนใจ จดจำได้ง่าย สั้น มีความทันสมัย ไม่ก่อให้เกิดความสับสนหรือเข้าใจผิดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ของรายอื่น และมีความสัมพันธ์กับตัวสินค้า

3. การมีส่วนร่วมในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน ชุมชนส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กันแบบเครือญาติ มีความคิดเห็นไปในทิศทางเดียวกันทำให้เกิดความสามัคคีช่วยเหลือกัน มีผู้นำชุมชนเป็นพลังขับเคลื่อน มีความร่วมมือร่วมใจในการผลิตสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมความเข้มแข็งของชุมชน บูรณาการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ให้สอดคล้องกับสภาพปัญหาและความต้องการ รวมทั้งสนับสนุนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์พัฒนาความยั่งยืนในการพัฒนาคุณภาพชีวิตและสร้างความมั่นคงให้กับสังคม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย Neawheangtham (2017) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในจังหวัดนครปฐม พบว่า แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประเด็นหลัก ๆ ในการพัฒนา 4 ด้าน

ได้แก่ ด้านการจัดการองค์กร ด้านจัดการการตลาด ด้านการผลิตและบริการ ด้านการปรับปรุงและพัฒนา ธุรกิจชุมชนสู่ความยั่งยืน ซึ่งการพัฒนาในทุกด้าน มีรากฐานมาจากแนวคิดการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ สร้างสรรค์บนพื้นฐาน ได้แก่ การใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์งานการใช้ทรัพย์สินทางปัญญา ที่เชื่อมโยงกับพื้นฐานทาง วัฒนธรรม ภูมิปัญญา และเทคโนโลยี/นวัตกรรมสมัยใหม่ ซึ่งเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นกะลามะพร้าวในจังหวัดนครปฐม เพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ให้มีความก้าวหน้า มั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sirawit (2022) ได้ทำการวิจัยเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มันเทศญี่ปุ่นของชุมชนท่าม่วง ตำบลท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ดพบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มันเทศญี่ปุ่นของชุมชนท่าม่วง อำเภอเสลภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบมันม่วง ท่าม่วง บรรจุภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่าย เพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมให้ชุมชนพัฒนาองค์ความรู้ด้านการเกษตร

สรุป

การศึกษาครั้งนี้พบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนต้องได้รับการประสานงานร่วมกันด้วยการสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนกับภาคีเครือข่าย ทั้งภาครัฐ และภาคเอกชน ให้เกิดการรับรู้และเข้าใจ ในกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่สามารถนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ช่องทางการจัดจำหน่าย สอดคล้องกับความต้องการของตลาด เป็นการส่งเสริมให้ชุมชนบ้านไร่อ้อย ตำบลไร่อ้อย อำเภอพิชัย จังหวัดอุตรดิตถ์ พัฒนาองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ ในชุมชนต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ ที่สนับสนุนทุนในการวิจัย ขอขอบคุณกลุ่มผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านไร่อ้อย อำเภอพิชัย จังหวัดอุตรดิตถ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ อาจารย์ตลอดจนผู้นำชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้องที่ได้ให้ข้อมูลและช่วยเหลืออำนวยความสะดวกทุก ๆ ด้านในการทำงานวิจัยในครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- Charoenphun, N. 2017. Development of cookie products from sweet potato. Journal of Food Technology, Siam University 13(1): 32-43. (in Thai)
- Nuansara, M., N. Teypinsai and C. Chutinatphuwadon. 2021. Guideline for the development of OTOP and brand product to international standards Chiang Rai province. Dusit Thani College Journal 15(1): 119-134. (in Thai)
- Neawheangtham, R. K. 2017. The guideline of the local wisdom product development for promote creative economy in Nakhon Pathom province. Veridian E-Journal, Silpakorn University (Humanities, Social Sciences and Arts) 10(1): 994-1013. (in Thai)
- Office of the Meeting of the Presidents of Rajabhat University. 2018. Rajabhat University Strategy for local development for a period of 20 years (2017-2036). Office of the Meeting of the Presidents of Rajabhat University, Bangkok. (in Thai)

- Pholphirul, P. 2013. Creative economy and development issues in Thailand. NIDA Economic Review 7(1): 1-69. (in Thai)
- Phuangprayong, K. 2018. Roles of creative economy and innovative behavior for community enterprise development in Thailand. Journal of Development Studies, Thammasat University 1(1): 220-252. (in Thai)
- Sirawit, P. 2022. Product and packaging development of Japanese sweet potato of Tha Muang community, Selaphum district, Roi Et province. Journal of Community Development and Life Quality 11(1): 11-20. (in Thai)
- Suwan-on, K., M. Rattanaphan, P. Thongtrachou, S. Suwankum, W. Srimai and A. Pruckdakorn. 2017. Consumer's satisfaction level towards the development in Khanom La's label and brand, Bo Yang Womenfolk, Mueang, Songkhla. HatYai pp. 871-878. In: Proceedings of the 8th Hatyai National and International Conference. HatYai University, HatYai. (in Thai)
- Tinnabutr, P. 1988. Packaging Design. Odeon Store Publishing, Bangkok. (in Thai)
-