



**การออกแบบตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำพริกเห็ดนรกบ้านแว่งนาง
เพื่อยกระดับมูลค่าทางเศรษฐกิจแบบฐานราก**

**Design of the Brand Packaging and the Development of the Ban Waeng Nang
Naam-Phrik-Na-Rok Paste to Uplift the Value of the Grassroots Economy**

สุรีพร คลังพระศรี^{1*}, กุลธิดา ภูมิเหล่าแจ้ง² และปิยาภรณ์ พงศ์ศาสตร์³

Surepron Klungprasri^{1*}, Kulthida Poomlaochaeng² and Piyaphon Phongsart³

^{1*,2,3}อาจารย์ สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

^{1*,2,3}Lecturer from Communication Arts Faculty of Management Sciences Rajabhat Mahasarakham University

*Corresponding Author Email: Sureporn.k@rmu.ac.th

Received: 12 May 2025

Revised: 21 May 2025

Accepted: 23 May 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเห็ดนรกบ้านแว่งนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม และ 2. เพื่อพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่จากเห็ดนางฟ้าเพื่อยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนแว่งนางและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีแม่บ้านหนองเจริญ ตำบลแว่งนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ มีเครื่องมือการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์และแบบบันทึกกิจกรรมการสนทนากลุ่ม (Focus Group) โดยมีกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 50 คน ที่มาจาก 3 กลุ่มตามเกณฑ์คุณสมบัติที่กำหนดไว้ แล้วนำข้อมูลที่รวบรวมได้จากเครื่องมือการวิจัยและเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง มาวิเคราะห์แบบเชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) การออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเห็ดนรกบ้านแว่งนาง พบว่า การตั้งชื่อของตราสินค้าได้มาจากการระดมสมองในการเสนอชื่อและคัดเลือกจากสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีแม่บ้านหนองเจริญ และทีมวิจัย โดยใช้ชื่อของผลิตภัณฑ์ใหม่ว่า น้ำพริกเห็ดนรกบ้านแว่งนาง โดยมีรูปเห็ดและพริกเป็นสัญลักษณ์บนสลาก สลากมีโทนสีแดงเลือดหมู เพื่อให้ดูสีสันสดใสน่ารับประทานและเป็นโทนสีสื่อความหมายถึงพริก ตัวหนังสือพิมพ์ทับด้านบนออกแบบให้มีความพลิ้วไหวมีชีวิตชีวาโดยใช้ตัวหนังสือสีขาวเป็นอักษรตัวเขียนแบบไม่เป็นทางการ (Casual Scripts) ในส่วนของบรรจุภัณฑ์จะเป็นแบบกระปุกพลาสติกฝาสีดำ ถุงซิปล็อคสีเงินและกระดาษคราฟ ทั้งนี้ เมื่อติดโลโก้สีแดงจะให้เห็นเด่นชัด และเพื่อให้คงคุณภาพความกรอบของน้ำพริกนรกให้ได้นานยิ่งขึ้นเมื่อเปิดรับประทาน รวมถึงการเลือกใช้กระดาษคราฟเพื่อสะท้อนถึงความรักชาติ สิ่งแวดล้อม และ 2) การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่จากเห็ดนางฟ้าเพื่อยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน พบว่า ต้องการการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่จากเห็ดนางฟ้า คือ น้ำพริกเห็ดนรก เพื่อนำไปขายให้กับกลุ่มลูกค้าใหม่และเพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับชุมชน ซึ่งชุมชนคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์ใหม่นี้สามารถพัฒนาเพิ่มมูลค่าให้กับเห็ดนางฟ้าซึ่งวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่น สามารถจำหน่ายได้ง่าย เป็นของฝากของชุมชน วางจำหน่ายได้ทั่วไปและสามารถขายผ่านช่องทางออนไลน์ได้ อีกทั้ง ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยสร้างรายได้หมุนเวียนจากการซื้อขายวัตถุดิบท้องถิ่นในชุมชน และคนในชุมชนหรือสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนรวมกลุ่มกันในการผลิตน้ำพริกเห็ดนรกเพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัว



คำสำคัญ: การออกแบบตราสินค้า, บรรจุภัณฑ์, การพัฒนาผลิตภัณฑ์

Abstract

This research consists purposes were 1. to design the brand and packaging for the Ban Waeng Nang Hell Mushroom Chili Paste product in Mueang District Maha Sarakham Province and 2. to develop new value-added products from oyster mushrooms in order to enhance the value of community products in Waeng Nang and the Nong Charoen Housewives Community Enterprise Group Waeng Nang Sub-district Mueang District Maha Sarakham Province. This is a qualitative research study that utilizes research instruments such as interview forms and focus group discussion activity records. The target group consists of 50 individuals selected based on specific criteria and divided into three groups. The data collected from the research instruments and relevant documents is analyzed using content analysis. The research findings revealed that 1) The formulation of Bhaan Waeng Naang Mushroom-based Naam-Phrik-Na-Rok Paste involved thoughtful branding techniques and packaging approaches. Through team discussions the product received its current name Bhaan Waeng Naang Mushroom-based Naam-Phrik-Na-Rok Paste. The packaging design features a bright red label which shows both the mushroom and chili while using a color that naturally represents the chili. The packaging design uses an informal white script to create an easy-to-read and approachable design. The packaging design resulted from functional requirements which led to plastic jars with black lids that showcase the red logo alongside silver zip-lock pouches and craft paper to maintain product freshness and display resourceful practices and 2) The development of the new product Naam-Phrik-Na-Rok from oyster mushrooms serves as a realistic expansion into new markets while enhancing the variety of products available to the community. The business expects to gain measurable benefits from its new product which will transform local oyster mushrooms into unique retail items that fit both traditional and modern distribution channels. Through operating this business venture the local economy will experience enhanced internal material trading and members of the relevant community will earn additional funds.

Keywords: Strategic Branding, Practical Packaging, Value-Added Product Development

บทนำ

จากสถานะเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป จึงทำให้คนไทยมีชีวิตและความเป็นอยู่ที่แตกต่างกันไปจากเดิม ประชาชนที่มีความรู้จึงมักหันไปทำงานในเขตอุตสาหกรรมเพิ่มมากขึ้นและยังมีประชาชนอีกเป็นจำนวนมากที่ประสบกับปัญหาว่างงาน จึงทำให้เกิดการรวมตัวกันขึ้นเป็นกลุ่มๆ เพื่อประกอบอาชีพเสริมไม่ว่าจะเป็นกลุ่มแม่บ้าน หรือกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (กษมา สุระเดชา และ



คณะ, 2563, น.221) ซึ่งการรวมกลุ่มของคนในชุมชนก็นำวัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนมาแปรรูปเพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในรูปแบบใหม่เพื่อส่งเสริมให้เกิดรายได้กับครอบครัวและส่งผลกระทบต่อพัฒนาเศรษฐกิจระดับฐานราก (นิชาวดี ตานีเห็ง, 2562, น.1) ทั้งนี้ ปัจจุบันทั้งธุรกิจและผู้บริโภคต่างตื่นตัวต่อความสำคัญของคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการให้บริการผู้ประกอบการต้องทำความเข้าใจว่าผลิตภัณฑ์ไม่ใช่เพียงวัตถุดิบที่ตัวตนจับต้องได้เท่านั้น สิ่งที่เสนอขายสู่ตลาดเพื่อความสนใจหรือการบริโภคที่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจประกอบด้วยสิ่งที่สัมผัสได้และสัมผัสไม่ได้ เช่น บรรจุภัณฑ์ สี ราคา คุณภาพ ราคาสินค้า บริการและชื่อเสียงของผู้ขาย ซึ่งการสร้างตราสินค้ามีความสำคัญและจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจที่จะสร้างความแตกต่างเป็นรูปแบบของภาพพจน์และแนวความคิดในรูปอัตลักษณ์ คำขวัญ และการออกแบบของสินค้าและผลิตภัณฑ์จะเป็นข้อมูลที่แสดงออกสัญลักษณ์สื่อถึงสินค้า บริการ หรือกลุ่มผู้ขายที่แตกต่างจากคู่แข่ง ดังนั้น การสร้างตราสินค้าจึงเป็นอันดับเริ่มแรกในการสร้างการจดจำให้กับลูกค้า (ชนยนันต์ สมถวิลผ่องใส และคณะ, 2565)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีแม่บ้านหนองเจริญ ตำบลแว้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีศักยภาพในการเพาะเห็ดนางฟ้าเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับครอบครัวเนื่องจากมีผู้นำกลุ่มที่มีความเข้มแข็งส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจดังกล่าวมีความสามัคคีและมีความเข้มแข็งมีกระบวนการดำเนินงานภายในกลุ่มอย่างชัดเจน ซึ่งจากการลงสำรวจพื้นที่วิจัยเบื้องต้น พบว่ากลุ่มวิสาหกิจยังขาดองค์ความรู้และเทคโนโลยีการพัฒนารูปแบบการแปรรูปผลิตภัณฑ์จากเห็ดนางฟ้าโดยใช้เทคโนโลยีอาหารให้มีความหลากหลายและทันสมัย มีการควบคุมคุณภาพบรรจุภัณฑ์ วิธีการบรรจุ เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาด นอกจากนี้ ทางกลุ่มยังต้องการการพัฒนาออกแบบตราสินค้าของกลุ่ม รวมทั้งบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้ากลุ่มใหม่ได้ ทั้งนี้เพื่อช่วยเพิ่มรายได้ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและชุมชนส่งผลให้มีรายได้เพิ่มมากขึ้นซึ่งเป็นยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์พัฒนาเศรษฐกิจแบบฐานรากต่อไปซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาประเทศตามกรอบยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ประกอบด้วยวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้วด้วยการพัฒนาตามหลักเศรษฐกิจพอเพียง” โดยการปรับโครงสร้างทางเศรษฐกิจทั้งระบบเพื่อสร้างภูมิคุ้มกันและส่งผลให้เกิดการยกระดับรายได้ทำให้ความเหลื่อมล้ำลดลง

ดังนั้น จากปัญหาดังกล่าวข้างต้นจึงทำให้คณะผู้วิจัยมีความสนใจในการศึกษาการออกแบบตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่จากเห็ดนางฟ้าเพื่อยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งนี้ เพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม และตราสินค้าที่เป็นที่จดจำของกลุ่มผู้บริโภค เป็นการตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ผลิตและกลุ่มผู้บริโภคในการพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีแม่บ้านหนองเจริญได้อีกช่องทางหนึ่ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเห็ดนรกบ้านแว้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม
2. เพื่อพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่จากเห็ดนางฟ้าเพื่อยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนแว้งและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีแม่บ้านหนองเจริญ ตำบลแว้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม



การบทรณกรรม

1. การออกแบบตราสินค้า

ตราสินค้า (Brand) เป็นการออกแบบชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ โดยจะแสดงด้วยตัวอักษรหรือ สัญลักษณ์ของภาพที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิต มีเรื่องราว มีลักษณะโดดเด่นเน้นความเรียบง่าย ชัดเจน เหมาะสม และ จดจำง่ายดึงดูดใจต่อผู้พบเห็น มีเส้นสายสะอาดตา สอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์ เลือกสีอย่างสร้างสรรค์มีเอกลักษณ์ ตราสัญลักษณ์ของสินค้าหรือที่เรียกกันคุ้นหูว่า โลโก้ นั้น เป็นชื่อ สัญลักษณ์หรือเครื่องหมาย การค้าของบริษัทหรือองค์กร โดยมีลักษณะเป็นตัวอักษรที่มีรูปแบบโดดเด่น หรือเป็นภาพที่มีชื่อบริษัทอยู่ด้วย เป็นสัญลักษณ์หรือมีเช่น นั้นก็ประกอบขึ้นด้วยทุกองค์ประกอบที่กล่าวมารวมกัน แต่ไม่ว่าจะมีรูปแบบเป็นอย่างไร วัตถุประสงค์ของโลโก้ก็คือ การบทรณถึงภาพลักษณ์ของบริษัทหรือองค์กรนั้น ๆ การออกแบบโลโก้ก็เป็นส่วนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการสร้างจดจำและเป็นการเพิ่มมูลค่าของสินค้า (มียอง ซอ, 2563, น.7)

2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ (Package) คือ วัสดุใด ๆ ที่นำมาใช้ สำหรับบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้ม ป้องกัน ลำเลียง จัดส่ง และนำเสนอสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) หมายถึง การกำหนด รูปแบบและ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เพื่อการคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหายและเพิ่มคุณค่า ด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ ในการสร้างสรรค์ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) มีหลักในการคำนึงถึงหน้าที่ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ คือ 1) การบรรจุ และการคุ้มครองป้องกัน เช่น กันน้ำ กันความชื้น กันแสง กันแก๊สเมื่ออุณหภูมิ สูงหรือต่ำ 2) การบทรณซึ่งผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ต้องแสดงให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคในทันที โดยการใช้ชื่อการค้า เครื่องหมายการค้า ชื่อผู้ผลิตลักษณะและประเภทของสินค้า เข้ามาเป็นเครื่องมือบทรณ 3) การอำนวยความสะดวกในการจัดจำหน่ายและการกระจาย เหมาะสม ต่อพฤติกรรม การซื้อขาย เอื้ออำนวยการแยกขายส่งต่อ การตั้งโชว์ การส่งเสริมจูงใจในตัว ทนต่อการขนย้าย ขนส่ง และการคลังสินค้า 4) การอำนวยความสะดวกในการใช้งานเพื่อให้มีโครงสร้างเข้ากับกระบวนการบรรจุเอื้ออำนวยความสะดวกในการหิ้วถือกลับบ้าน ตลอดจน การใช้ได้กับเครื่องมือการบรรจุที่มีอยู่แล้ว และ 5) การดึงดูดความสนใจผู้บริโภค เพื่อยึดพื้นที่แสดงจุดเด่น โชว์ตัวเองได้ อย่างสะอาดตา สามารถระบุแจ้งเงื่อนไข แจ้งข้อมูลเกี่ยวกับการเสนอ ผลประโยชน์เพิ่มเติมเพื่อจูงใจผู้บริโภค (มียอง ซอ, 2563, น.22)

3. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

ผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่มีการประดิษฐ์ขึ้นมาใหม่และไม่เคยมีในอุตสาหกรรมนั้นมาก่อน ผลิตภัณฑ์ใหม่ยังรวมถึงผลิตภัณฑ์ที่มีการปรับปรุงหรือดัดแปลงคุณสมบัติอย่างใดอย่างหนึ่งหรือทั้งหมด โดยมีระดับความแตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมที่ทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความแตกต่างนั้นได้ (Booz-Allen and Hamilton, 1982; อ้างถึงในชลธิศ ดาราวงษ์, 2555, น.46) ผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถเกิดขึ้นได้หลายประเภทขึ้นอยู่กับระดับความใหม่ของแต่ละผลิตภัณฑ์ซึ่งการสร้างควมใหม่ให้กับผลิตภัณฑ์เดิมสามารถทำได้โดยปรับเปลี่ยนคุณสมบัติต่าง ๆ ขององค์ประกอบของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ คุณภาพ ราคา ลักษณะพิเศษ ตราสินค้า การบริการเทคโนโลยี

ดังนั้น การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (Product Development) เป็นกลยุทธ์ที่เพิ่มโอกาสทางธุรกิจโดยการคิดค้น พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ขึ้นมาเพื่อนำมาเสนอขายในตลาดที่มีอยู่เดิม ซึ่งกลยุทธ์ประเภทนี้อาจเป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ หรือประเภทผลิตภัณฑ์



ปรับปรุง สายผลิตภัณฑ์ขยาย หรือผลิตภัณฑ์ปรับตำแหน่งทางการตลาด โดยที่ผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ควรมีคุณสมบัติที่เหมาะสมกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอและเหมาะสำหรับการแข่งขันตามสถานะเศรษฐกิจในปัจจุบัน

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ การวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. **กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย** ได้แก่ จำนวน 50 คน โดยแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีแม่บ้านหนองเจริญ ตำบลแว้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 30 คน 2) นักวิชาการด้านการสื่อสารการตลาด จำนวน 5 คน และ 3) กลุ่มผู้บริโภคที่ซื้อน้ำพริกในงานแสดงสินค้าในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม จำนวน 15 คน โดยมาจากเกณฑ์คุณสมบัติ คือ (1) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีแม่บ้านหนองเจริญ ต้องเป็นผู้ที่มีความเกี่ยวข้องหรือเป็นส่วนหนึ่งในโครงสร้างการบริหารจัดการของกลุ่ม ได้แก่ มีส่วนร่วมในกระบวนการส่งเสริม สนับสนุนและพัฒนาระบบบริหารจัดการด้านการผลิต ด้านการเงิน ด้านการจัดจำหน่าย เป็นต้น และเป็นสมาชิกในกลุ่มอย่างน้อย 5 ปี และ (2) นักวิชาการด้านการสื่อสารการตลาด มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการสื่อสารการตลาด การตลาด การสื่อสารมวลชน การออกแบบ การผลิตตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ อย่างน้อย 5 ปี และมีการศึกษาวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

2. เครื่องมือในการวิจัย ได้แก่ ประกอบด้วย

2.1 **แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview)** จากนักวิชาการด้านการสื่อสารการตลาดด้านการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ และกลุ่มผู้บริโภคในประเด็นการสื่อความหมายจากการออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเห็ดนรกบ้านแว้ง ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ อาทิ ตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) โดยการนำร่างแบบสัมภาษณ์ที่ใช้ในการวิจัยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ให้คำแนะนำและทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content validity) ความเที่ยงตรงของโครงสร้าง (Construct Validity) ความเหมาะสมของภาษา (Wording) และตรวจสอบความเที่ยงตรงเฉพาะหน้า (Face Validity) โดยการสังเกตพฤติกรรม อากัปกิริยา ท่าทางของผู้ให้สัมภาษณ์เมื่อมีการถามประเด็นคำถามว่ามีความเข้าใจหรือไม่ โดยสามารถปรับเปลี่ยนคำ (Wording) อธิบายเพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความเข้าใจและได้คำตอบที่ตรงกับข้อคำถามมากที่สุด

2.2 **แบบบันทึกการสนทนากลุ่ม (Focus Group)** คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีแม่บ้านหนองเจริญ ตำบลแว้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม ในการพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่จากเห็ดนางฟ้าเพื่อยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและชุมชนต้องการ รวมทั้งกระบวนการในการผลิตน้ำพริกเห็ดนรก และการระดมสมองในการเสนอชื่อและคัดเลือกตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเห็ดนรก

3. **การเก็บรวบรวมข้อมูล** ได้แก่ การเก็บรวบรวมข้อมูลจาก 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย และการใช้แบบบันทึกกิจกรรมการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และ 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ เป็นข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลเอกสารต่าง ๆ (Document Research) อาทิ หนังสือ ตำรา เอกสารวิชาการ งานวิจัย และสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง เป็นต้น



4. การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมาย และกิจกรรมการสนทนากลุ่ม (Focus Group) อีกทั้ง การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) สมาชิกกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนสตรีแม่บ้านหนองเจริญ ตำบลแว้งนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม และการรวบรวมเอกสารต่าง ๆ มาวิเคราะห์ในเชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยสามารถจำแนกผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. การออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเห็ดนรกบ้านแว้งนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบตราสินค้า การเลือกใช้สี การเลือกใช้รูปภาพที่เหมาะสม การออกแบบและเลือกใช้คำหรือข้อความในการเพื่อออกแบบชื่อของตราสินค้าและสโลแกนสินค้า รวมไปถึงการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและดึงดูดความสนใจ ลูกค้านั้น ซึ่งสามารถจำแนกผลได้ ดังนี้

1.1 ชื่อของยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ คือ น้ำพริกเห็ดนรกบ้านแว้งนาง โดยมีรูปเห็ดและพริกเป็นสัญลักษณ์บนฉลาก สลากมีโทนสีแดงเลือดหมู เพื่อให้ดูสีสันสดใสน่ารับประทานและเป็นโทนสีพริก ออกแบบตัวหนังสือให้มีความพลิ้วไหวมีชีวิตชีวา เป็นอักษรตัวเขียนสีขาวแบบไม่เป็นทางการ (Casual Scripts)



รูปภาพที่ 1 แสดงตราสินค้าผลิตภัณฑ์น้ำพริกเห็ดนรกบ้านแว้งนาง (สุรีพร คลังพระศรี และคณะ, 2567)

1.2 ฉลากมีจำนวน 2 แบบ คือ มีพื้นหลังแบบสีขาวและแบบสีดำ ทั้งนี้ เพื่อให้ฉลากน้ำพริกมีความเด่นชัดเมื่อนำไปติดบนบรรจุภัณฑ์ คือ ถุงซีลล๊อคซึ่งมีพื้นสีที่ไม่เหมือนกัน บนฉลากมีมีรูปน้ำพริกเห็ดนรกอยู่ตรงกลาง มีภาพเครื่องเทศ เห็ดนางฟ้าอยู่มุมขวา และรูปแบบการจัดงานน้ำพริกที่สวยงามเพื่อรับประทานอยู่มุมซ้าย โดยประกอบไปด้วยรายละเอียดที่สำคัญ ได้แก่ ส่วนประกอบสำคัญ ที่อยู่และเบอร์ติดต่อผู้ผลิต ปริมาณสุทธิ และวันหมดอายุ ทั้งนี้ ฉลากผลิตภัณฑ์จะถูกผลิตในรูปแบบของสติ๊กเกอร์กระดาษมันและมีสีเส้นตามที่ออกแบบ



รูปภาพที่ 2 แสดงฉลากผลิตภัณฑ์น้ำพริกเห็ดนางฟ้าบ้านแว่นนาง (สุรีพร คลังพระศรี และคณะ, 2567)

1.3 ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ มีจำนวน 2 แบบ คือ จะเป็นแบบกระปุกพลาสติกใสฝาสีดำและแบบถุงซิปล็อคสีเงินและกระดาษคราฟที่สามารถมองเห็นตัวผลิตภัณฑ์ได้ ทั้งนี้ เมื่อติดตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์แบบกระปุกพลาสติกใสฝาสีดำ และติดฉลากแบบถุงซิปล็อคสีเงินและกระดาษคราฟจะเห็นตราสินค้าเด่นชัด อีกทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบกระปุกและถุงซิปล็อคสีเงินและกระดาษคราฟ ยังสามารถคงคุณภาพความกรอบของน้ำพริกให้ได้นานยิ่งขึ้นหลังจากที่มีการเปิดรับประทานแล้ว นอกจากนี้ การเลือกใช้กระดาษคราฟยังสะท้อนถึงความรักชาติสิ่งแวดล้อมด้วย



รูปภาพที่ 3 แสดงบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเห็ดนางฟ้าบ้านแว่นนาง (สุรีพร คลังพระศรี และคณะ, 2567)

2. การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่จากเห็ดนางฟ้าเพื่อยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนแว่นนางและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีแม่บ้านหนองเจริญ ตำบลแว่นนาง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

ผลการวิจัยพบว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการแปรรูปจากเห็ด คือ น้ำพริกเห็ดนางฟ้า เพื่อนำไปขายให้กับกลุ่มลูกค้าใหม่เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับชุมชน ซึ่งชุมชนคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์ใหม่นี้สามารถพัฒนาเพิ่มมูลค่าให้กับเห็ดนางฟ้าซึ่งวัตถุดิบ



ที่มีในท้องถิ่น เมื่อผลิตแล้วสามารถจำหน่ายได้ง่ายไม่เฉพาะเจาะจงกลุ่มลูกค้ามากเกินไป สามารถจำหน่ายเป็นของฝากของชุมชนได้ สามารถวางขายได้ทั่วไปและสามารถจัดจำหน่ายได้ทั้งช่องทางออนไลน์และช่องทางออนไลน์ได้ อีกทั้ง ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยสร้างรายได้หมุนเวียนจากการซื้อขายวัตถุดิบท้องถิ่นในชุมชน และคนในชุมชนหรือสมาชิกกลุ่มรวมกลุ่มกันในการผลิตน้ำพริกเห็ดนรกเพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัว



รูปภาพที่ 4 แสดงกระบวนการผลิตผลิตภัณฑ์น้ำพริกเห็ดนรกบ้านแว้งนาง (สุรีพร คลังพระศรี และคณะ, 2567)



รูปภาพที่ 5 แสดงผลิตภัณฑ์ใหม่ น้ำพริกเห็ดนรกบ้านแว้งนาง (สุรีพร คลังพระศรี และคณะ, 2567)



สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. เพื่อออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเห็ดนรกบ้านแว้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ชื่อของยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ คือ น้ำพริกเห็ดนรกบ้านแว้ง โดยมีรูปเห็ดและพริกเป็นสัญลักษณ์บนฉลาก สลากมีโทนสีแดงเลือดหมู เพื่อให้ดูสีสันสดใสน่ารับประทานและเป็นโทนสีพริก ออกแบบตัวหนังสือให้มีความพลิ้วไหวมีชีวิตชีวาเป็นอักษรตัวเขียนสีขาวแบบไม่เป็นทางการ (Casual Scripts) ฉลากมีจำนวน 2 แบบ คือ มีพื้นหลังแบบสีขาวและแบบสีดำ ทั้งนี้ เพื่อให้ฉลากน้ำพริกมีความเด่นชัดเมื่อนำไปติดบนบรรจุภัณฑ์ คือ ถุงซิปล็อคซึ่งมีพื้นสีที่ไม่เหมือนกัน บนสลากมีรูปน้ำพริกเห็ดนรกอยู่ตรงกลาง มีภาพเครื่องเทศ เห็ดนางฟ้าอยู่มุมขวา และรูปแบบการจัดงานน้ำพริกที่สวยงามเพื่อรับประทานอยู่มุมซ้าย โดยประกอบไปด้วยรายละเอียดที่สำคัญ ได้แก่ ส่วนประกอบสำคัญที่อยู่และเบอร์ติดต่อผู้ผลิต ปริมาณสุทธิ และวันหมดอายุในส่วนบรรจุภัณฑ์ มีจำนวน 2 แบบ คือ จะเป็นแบบกระปุกพลาสติกใสฝาสีดำและแบบถุงซิปล็อคสีเงินและกระดาษคราฟที่สามารถมองเห็นตัวผลิตภัณฑ์ได้ ทั้งนี้ เมื่อติดตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์แบบกระปุกพลาสติกใสฝาสีดำ และติดฉลากแบบถุงซิปล็อคสีเงินและกระดาษคราฟจะเห็นตราสินค้าเด่นชัด อีกทั้ง การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบกระปุกและถุงซิปล็อคสีเงินและกระดาษคราฟ ยังสามารถคงคุณภาพความกรอบของน้ำพริกให้นานยิ่งขึ้นหลังจากที่มีการเปิดรับประทานแล้ว

2. เพื่อพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่จากเห็ดนางฟ้าเพื่อยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนแว้งและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสตรีแม่บ้านหนองเจริญ ตำบลแว้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการแปรรูปจากเห็ด คือ น้ำพริกเห็ดนรก เพื่อนำไปขายให้กับกลุ่มลูกค้าใหม่เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับชุมชน ซึ่งชุมชนคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์ใหม่จะสามารถพัฒนาเพิ่มมูลค่าให้กับเห็ดนางฟ้าซึ่งเป็นวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นเมื่อผลิตแล้ว สามารถจำหน่ายได้ง่ายไม่เฉพาะเจาะจงกลุ่มลูกค้ามากเกินไป สามารถจำหน่ายเป็นของฝากของชุมชนได้ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยสร้างรายได้หมุนเวียนจากการซื้อขายวัตถุดิบท้องถิ่นในชุมชน และคนในชุมชนหรือสมาชิกกลุ่มรวมกลุ่มกันในการผลิตน้ำพริกเห็ดนรกเพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัว

การอภิปรายผล

การวิจัยนี้ คณะผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. การออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์น้ำพริกเห็ดนรก บ้านแว้ง อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม พบว่า ชื่อของยี่ห้อของผลิตภัณฑ์ใหม่นี้ คือ น้ำพริกเห็ดนรกบ้านแว้ง โดยมีรูปเห็ดและพริกเป็นสัญลักษณ์บนฉลาก สลากมีโทนสีแดงเลือดหมู เพื่อให้ดูสีสันสดใสน่ารับประทานและเป็นโทนสีพริก ออกแบบตัวหนังสือให้มีความพลิ้วไหวมีชีวิตชีวาเป็นอักษรตัวเขียนสีขาวแบบไม่เป็นทางการ (Casual Scripts) ฉลากมีจำนวน 2 แบบ คือ มีพื้นหลังแบบสีขาวและแบบสีดำ ทั้งนี้เพื่อให้ฉลากน้ำพริกมีความเด่นชัดเมื่อนำไปติดบนบรรจุภัณฑ์ คือ ถุงซิปล็อคซึ่งมีพื้นสีที่ไม่เหมือนกัน บนสลากมีรูปน้ำพริกเห็ดนรกอยู่ตรงกลาง มีภาพเครื่องเทศ เห็ดนางฟ้าอยู่มุมขวา และรูปแบบการจัดงานน้ำพริกที่สวยงามเพื่อรับประทานอยู่มุมซ้าย โดยประกอบไปด้วยรายละเอียดที่สำคัญ ได้แก่ ส่วนประกอบสำคัญที่อยู่และเบอร์ติดต่อผู้ผลิต ปริมาณสุทธิ และวันหมดอายุ ทั้งนี้ สอดคล้องกับ อรรถวิทย์ และคณะ (2564, น.89) ซึ่งศึกษาเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนบูรณาการ



เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ที่ได้กล่าวว่า สีสันของตราสินค้าที่มีความสวยงาม สีสันที่มีความโดดเด่น มีความชัดเจน มีความทันสมัย มีความเหมาะสมสอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์จะทำให้ง่ายต่อการจดจำของกลุ่มผู้บริโภค และสอดคล้องกับยุทธมรณงปลัดสงคราม (2561, น.150) ซึ่งศึกษาเรื่องการออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สับปะรดภูเก็ตพบว่า ภาพวาดหรือภาพเขียนที่ปรากฏในการออกแบบต้องสามารถสื่อสารถึงถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจนที่สุด

ในส่วนของบรรจุภัณฑ์ มีจำนวน 2 แบบ คือ จะเป็นแบบกระปุกพลาสติกใส่ฝาสีด้าและแบบถุงซิปล็อคสีเงินและกระดาษคราฟที่สามารถมองเห็นตัวผลิตภัณฑ์ได้ ทั้งนี้ เมื่อติดตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์แบบกระปุกพลาสติกใส่ฝาสีด้า และติดฉลากแบบถุงซิปล็อคสีเงินและกระดาษคราฟจะเห็นตราสินค้าเด่นชัด อีกทั้งการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบกระปุกและถุงซิปล็อคสีเงินและกระดาษคราฟ ยังสามารถคงคุณภาพความกรอบของน้ำพริกให้นานยิ่งขึ้นหลังจากที่มีการเปิดรับประทานแล้ว สอดคล้องกับอรัษาวิ เจริญสะแม และยอดนภา เกษเมือง (2564, น.89) ซึ่งศึกษาเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปทุมวาสน เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ที่ได้กล่าวว่า การเลือกบรรจุภัณฑ์ในการบรรจุน้ำพริกแม่เล็ก ซึ่งเป็นสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนปทุมวาสน จะเลือกบรรจุภัณฑ์แบบขวดโหลสีใส่กลมในการบรรจุน้ำพริกเพราะสามารถมองเห็นตัวผลิตภัณฑ์ได้ และยังสอดคล้องกับวิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง และคณะ (2561, น.1491) ซึ่งศึกษาเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลากเครื่องแกงตำมือบ้านทุ่งชุมพลพัฒนา ตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกล่องพลาสติกทรวงสีใส่ ที่สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับคำกล่าวของ Panusampon and Leelasawat (อ้างอิงในยุทธมรณง ปลัดสงคราม, 2561, น.150) ที่กล่าวว่า ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร ผู้บริโภคจะมีความพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม มีความคุ้มค่าของประโยชน์ใช้สอยสามารถยืดอายุสินค้าให้นานขึ้น ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งาน สร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพของสินค้า ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีบรรจุภัณฑ์ที่ดียังสามารถซื้อเป็นของฝากได้อีกด้วย

2. การพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่จากเห็ดนางฟ้าเพื่อยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน จากการศึกษาข้อมูลวิจัยด้านผลิตภัณฑ์ใหม่ พบว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการแปรรูปจากเห็ด คือ น้ำพริกเห็ดนรก เพื่อนำไปขายให้กับกลุ่มลูกค้าใหม่เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ให้กับชุมชน ซึ่งชุมชนคาดหวังว่าผลิตภัณฑ์ใหม่นี้สามารถพัฒนาเพิ่มมูลค่าให้กับเห็ดนางฟ้าซึ่งเป็นวัตถุดิบที่มีในท้องถิ่นเมื่อผลิตแล้วสามารถจำหน่ายได้ง่ายไม่เฉพาะเจาะจงกลุ่มลูกค้ามากเกินไป สามารถจำหน่ายเป็นของฝากของชุมชนได้ยังเป็นผลิตภัณฑ์ที่ช่วยสร้างรายได้หมุนเวียนจากการซื้อขายวัตถุดิบท้องถิ่นในชุมชน และคนในชุมชนหรือสมาชิกกลุ่มรวมกลุ่มกันในการผลิตน้ำพริกเห็ดนรกเพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับครอบครัว ซึ่งสอดคล้องกับสำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้ากระทรวงพาณิชย์ (2566, น.10) ที่กล่าวว่า การสร้างความเข้มแข็งของสถาบันเกษตรกร (สหกรณ์ วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเกษตรกร) ให้เป็นผู้ประกอบการยุคใหม่ โดยการก้าวทันและใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าให้กับสินค้าเกษตรและบริการ การขยายช่องทางการตลาด การสร้างตราสินค้าให้เป็นที่ยอมรับ และการใช้ประโยชน์จากทรัพย์สินทางปัญญาในเชิงพาณิชย์ รวมทั้งการปรับตัวสู่ธุรกิจรูปแบบใหม่ ๆ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับกษมา สุรเดชา และคณะ (2563, น.232) ซึ่งศึกษาเรื่องการออกแบบตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์กล้วยอบเนยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมูสวรรค์หมู่ไทยศรีโยธิน พบว่า หลังจากพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถที่จะขายสินค้าได้หลากหลายกลุ่มมากขึ้น รวมไปถึงสามารถนำไปขายได้ตามร้านขายของฝาก เพราะด้วย



รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม และประกอบกับมีการระบายละเอียดในตราสินค้า ทำให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในกระบวนการผลิตและความสะอาด ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถที่จะขายสินค้าได้มากขึ้น ประกอบกับจำนวนของกำไรที่เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้นตามเพราะสามารถที่จะขายสินค้าได้หลากหลายแหล่งเพิ่มมากขึ้น

ข้อค้นพบ หรือองค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้ เป็นการสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับการออกแบบตราสินค้าที่สอดคล้องและสามารถสื่อความหมายถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ของวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับการพัฒนาขึ้นจากความต้องการแปรรูปเพื่อต่อยอดผลผลิตของชุมชน และเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถจำหน่ายเป็นของฝากของชุมชนได้ ซึ่งจะสามารถส่งเสริมให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งสืบไป ทั้งนี้สามารถอธิบายกระบวนการสร้างตราสินค้าได้ตามภาพ ดังนี้



ข้อเสนอแนะการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 สมาชิกในกลุ่มและผู้มีส่วนได้ส่วนเสียควรนำผลจากการวิจัยไปใช้ในการผลิตและจัดจำหน่ายอย่างต่อเนื่องเพื่อสร้างการรับรู้ให้กลุ่มผู้บริโภค

1.2 ผลการวิจัยสามารถนำสู่นโยบายในประเด็นการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนของจังหวัดมหาสารคาม เพื่อผลักดันและสนับสนุนด้านเงินทุน การตลาด มาตรฐานการผลิต ซึ่งจะส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนเติบโตและยั่งยืนได้ในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพเท่านั้น การวิจัยในครั้งต่อไปควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน กล่าวคือ ควรใช้เชิงปริมาณเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มผู้บริโภคที่มีจำนวนมากขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เหมาะสม

2.2 การศึกษาวิจัยในครั้งนี้นำให้ทราบถึงแนวคิดในการออกแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ และการพัฒนาแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่จากกลุ่มวิสาหกิจแค่เพียงกลุ่มเดียวและในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น ควรมีการศึกษาจากหลายๆกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่รอบด้านและหลากหลายมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กษมา สุรเดชา และคณะ. (2563). การออกแบบตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์กล้วยอบเนยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมูสวรรค์หมู่ไทยศรีโยธิน. *วารสารพิภูลง สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร*, 18(1), 219-237.

ชลธิศ ดาราวงษ์. (2555). ปัจจัยความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อตอบรับ AEC. *วารสารวิชาการศรีปทุม วิทยาเขตชลบุรี*, 8(1), 44-52.



- ชั้นย่นันต์ สมถวิลพ่องใส และคณะ. (2565). การจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการออกแบบตราสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตำบลภูเขาทอง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารรัชตภาคย์ (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*, 16(4), 465-476.
- นิชชาติ ตานีเหิง. (2562). การสร้างแบรนด์และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผลิตภัณฑ์จักสานจากเตยหนามสู่การแข่งขันเชิงพาณิชย์ภายใต้แนวคิดเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ชุมชนพวงบุโหละ ตำบลสะเตงนอก อำเภอเมือง จังหวัดยะลา. (วิทยานิพนธ์). สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ ยะลา: มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.
- มียอง ซอ. (2563). การออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่ขุน ตำบลหนองเที่ยง อำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์). คณะศิลปกรรมศาสตร์ จังหวัดชลบุรี: มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ฤธรรมรงค์ ปลัดสงคราม.(2561). การออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สับปะรดภูเก็ต. *สารอาศรมวัฒนธรรมวลัยลักษณ์ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, 18(1), 137-159.
- วิวัฒน์ จันท์กิ่งทอง และคณะ. (2561). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลากเครื่องแกงตำมือบ้านทุ่งชุมพลพัฒนาตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง. *การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9 (น.1491-1505)*. มหาวิทยาลัยมหาดใหญ่: มหาดใหญ่.
- สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า กระทรวงพาณิชย์. (2566). *การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก*. กรุงเทพมหานคร.
- อรรษาวี เจ๊ะสะแม และยอดนภา เกษเมือง. (2564). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปทุมวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 15(2), 79-90.