

ชื่อเรื่อง : การยกระดับมาตรฐานบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์
ผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP สู่ SMEs ในการแข่งขันเชิงพาณิชย์
ผู้วิจัย : อาจารย์ชนัญชิตา ยุกศิริรัตน์ และคณะ
ปีการศึกษา : 2560

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการสำรวจภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำทองม้วนและข้าวแช่ชุมชนท่ายาง ต.ท่ายาง อ.ท่ายาง จ.เพชรบุรี ครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อสำรวจลักษณะวิถีชีวิต และเพื่อค้นหาขั้นตอนการผลิตและหาผลกระทบที่มีต่อวิถีชีวิตของชุมชนกลุ่มพื้นที่บ้านที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นผลิตในการทำทองม้วนของชุมชนท่ายางที่นับวันผู้ผลิตทองม้วนที่มีฝีมือและประสบการณ์เริ่มลดลงทำให้ภูมิปัญญาท้องถิ่นการทำทองม้วนและการทำข้าวแช่อาจสูญหายได้ รวมถึงความนิยมของผู้สนใจในการทำทองม้วนและข้าวแช่ลดน้อยลงทำให้ความต้องการผลิตทองม้วนลดลงตามไปด้วยประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดพื้นที่ที่ศึกษาได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชน ผู้ประกอบการรายเดียว และ SMEs กลุ่มตัวอย่าง ได้จากกลุ่มประชากรผู้ผลิตสินค้า OTOP จำนวน 250 ราย ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยการเปิดตารางของ Krejcie and Morgan (1970 : 607-610) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 152 ราย แต่ผู้วิจัยได้ส่งแบบสอบถามไป จำนวนทั้งหมด 250 ราย และได้เลือกฉบับที่มีความสมบูรณ์และถูกต้องตามระเบียบวิธีวิจัย ได้จำนวนทั้งสิ้น 160 รายที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในครั้งนี้ พื้นที่ศึกษาในการสัมภาษณ์ครั้งนี้ได้เลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจง (Purposive Selective) โดยเลือกประชากรผู้ผลิตข้าวแช่และขนมทองม้วนและข้าวแช่ชาววัง ชุมชนท่ายาง ต.ท่ายาง อ.ท่ายาง จ.เพชรบุรี จำนวนผู้ผลิต 2 กลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ใช้แบบสอบถาม ขั้นตอนที่ 2 การสัมภาษณ์ ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาทดลองการสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ข้อมูลที่เป็นแบบสอบถามผู้วิจัยใช้ข้อมูลแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ใช้วิธีหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งมีเกณฑ์ในการกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับ ส่วนข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์และการประชุมกลุ่มย่อยโดยผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากวัตถุประสงค์นำมาเป็นแนวทางในการเชิญผู้เชี่ยวชาญในการประชุมกลุ่มย่อย แล้วนำเสนอในที่ประชุม หลังจากนั้นได้สรุปผลจากการประชุมเป็นรายประเด็น ผลการวิจัยพบว่า

ประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบัน พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย 2.09 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุ ซึ่งมีคุณสมบัติป้องกันความชื้นและอากาศได้อย่างเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 1.31 อยู่ในระดับน้อยที่สุด (ลำดับที่ 1) รองลงมาเป็นการนำเสนอรายละเอียดของสินค้าที่คู่แข่งกันทำไม่ได้ มีค่าเฉลี่ย 1.38 อยู่ในระดับน้อยที่สุด (ลำดับที่ 2) การแสดงลักษณะด้วยตัวอักษรหรือรูปภาพ มีค่าเฉลี่ย 1.55 อยู่ในระดับน้อย (ลำดับที่ 3) และสินค้ามีความเด่นคือมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้าได้ง่าย มีค่าเฉลี่ย 3.61 อยู่ในระดับมากสมควรให้การสนับสนุนส่งเสริมพัฒนาต่อยอด

การทำขนมทองม้วนพบว่า สิ่งที่ควรพัฒนาให้ธุรกิจมีความยั่งยืนอยู่ได้สามารถยกระดับไปสู่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลาง และขนาดย่อม สสว. SMEs อย่างเป็นระบบ คือ มาตรฐานคง

ดำรงไว้ ดำเนินการของ GMP คือ มาตรฐานอาหาร จากกระทรวงอุตสาหกรรม กิจการยื่นอยู่ค่อนข้างดี เนื่องจากมีการค้า โดยการส่งออก และเป็นของทำเก็บไว้ได้นาน และมีลูกค้าประจำค่อนข้างมาก กิจการที่ยื่นอยู่ จุดเด่น คือ พยายามพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ ให้ทันสมัย และรสชาติคงความอร่อยไว้เสมอ จุดแข็ง คือ มีต้นทุนที่เก็บสะสมไว้มาก และมีการปลูกต้นตาล มะพร้าว ขายเอง กิจการกำลังขยาย โดยการขยายห้องแถว ร้านใหญ่มากขึ้น และกำลังขอมาตรฐาน GMP โดยกรมอุตสาหกรรม กิจการมีเป้าหมาย โดยการขยายโรงงานให้ได้มาตรฐานและขยายร้านให้ดูน่าเข้ามาอุดหนุนมากขึ้น

จากการทำข้าวแช่ พบว่า สิ่งที่ทำให้ประสบความสำเร็จจนถึงทุกวันนี้ก็ คือ เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมีรสชาติอร่อย ทำด้วยใจรัก ทำอะไรให้ดี มีคุณภาพความซื่อสัตย์ และพัฒนาฝีมือผลิตภัณฑ์อยู่เสมอสิ่งที่ควรพัฒนาให้ธุรกิจมีความยั่งยืนอยู่ได้สามารถที่จะยกระดับไปสู่สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) SMEs อย่างเป็นทางการจะมีจริงๆ แล้วตอนนี้ก็เหมือนยกระดับแล้ว เพราะว่ามีลูกค้าเยอะ แล้วก็ขยายตัวขึ้นเรื่อย ๆ ก็เหมือนกับยกระดับไปในตัวแล้วตอนนี้กำลังศึกษาข้อมูลอยู่ว่าจะทำอย่างไรถึงจะยกระดับ OTOP ไปสู่ SMEs ได้ และอยากได้โรงงานที่ถูกมาตรฐานในการผลิต กิจการยื่นอยู่ ณ จุดในปัจจุบันตอนนี้ถือว่าดีในระดับหนึ่งเพราะได้ออกงาน OTOP บ่อย แต่ถ้าตีมากจะเป็นช่วงหน้าเทศกาลต่างๆ กิจการมายื่นอยู่ ณ ปัจจุบันได้ คือ มีจุดเด่น ด้านรักษาคุณภาพให้ได้มาตรฐานอยู่เสมอและรสชาติที่ไม่เหมือนใคร คุณภาพของข้าวแช่ขาววัง การคิดแพ็คเกจแบบใหม่ๆ อยู่เสมอ และให้เข้ากับเทศกาลต่างๆ กิจการกำลังจะไปไหนจากจุดที่ยื่นอยู่ในปัจจุบันก็พยายามที่จะไปให้สูงกว่านี้ ก็มีเป้าหมาย คือ ส่งออกต่างประเทศพัฒนารูปแบบให้ไม่เหมือนใคร เพราะข้าวแช่ขาววังไม่ได้มีเพียงแค่เจ้าเดียว และอยากได้โรงงานที่มีมาตรฐานกิจการจะไปยังจุดที่ต้องการ ด้วยวิธีการพัฒนารสชาติใหม่ๆ ให้ดูแปลกตาแต่ยังคงรสชาติของข้าวแช่ขาววังไว้ มีระบบในการผลิตและวัตถุดิบที่สะอาด ถูกสุขลักษณะและอยากให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยเรื่องโรงงาน เรื่องเว็บไซต์ออนไลน์ต่างๆ เช่น ทางเฟสบุ๊ค ทางไลน์เพื่อเป็นช่องทางในการจัดจำหน่ายที่เพิ่มขึ้น