

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
Chiang Mai Rajabhat University



พินิตพอธาร

Phinitporat Journal

ปีที่ 1 ฉบับที่ 1 มกราคม 2548

ISSN 1686-7467



www.cmru.ac.th

ฉบับปฐมฤกษ์

เพื่อฉลอง 80 ปี ฝึกหัดครูราชภัฏเชียงใหม่

พฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภค

ต่อการพัฒนาคุณภาพสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ :

กรณีศึกษาน้ำพริกตาแดง ตำบลดอนแก้ว

อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่

สุพจน์ บุญแรง* และ ทิวาวลัย ทัศการ**

▶ บทคัดย่อ

การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคต่อการพัฒนาคุณภาพสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยใช้น้ำพริกตาแดงของกลุ่มน้ำพริกนครพิงค์ บ้านป่าแฉะ ตำบลดอนแก้ว อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกรณีศึกษา เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้เป็นไปตามความต้องการของผู้บริโภคและสอดคล้องกับข้อกำหนดมาตรฐานในด้านความปลอดภัยรวมทั้งใช้ข้อมูลจากภาววิเคราะห์สภาพการณ์การผลิตน้ำพริกตาแดงของกลุ่มทั้งจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรคและโอกาส ผลจากการวิจัยได้เลือกกลุ่มผู้บริโภคตัวอย่างจำนวน 300 รายพบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีอายุระหว่าง 20-39 ปี มีกซื้อน้ำพริกตาแดง สัปดาห์ละครั้งและเวลาซื้อจะไม่เจาะจงยี่ห้อ ผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อน้ำพริกตาแดงในระดับมากได้แก่ คุณภาพด้านความหอม รสชาติสีแสดของน้ำพริก และราคา ส่วนลักษณะภาชนะบรรจุ ฉลากและความละเอียดของเนื่อน้ำพริกมีความพึงพอใจระดับปานกลางโดยได้เสนอ แนวทางการพัฒนาคุณภาพด้านบรรจุภัณฑ์ควรมีการปรับปรุง รูปลักษณะให้สวยงาม สีสตามธรรมชาติของพริก รสชาติ และกลิ่นคงที่สม่ำเสมอ มีการคัดเลือกวัตถุดิบ มีการกำหนด ส่วนผสมที่แน่นอน มีการดูแลอาคารสถานที่ผลิต และ

ผู้ผลิตต้องปฏิบัติตามให้ถูกหลักสุขลักษณะที่ดี มีการตรวจสอบคุณภาพ ควรมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ และที่สำคัญควรระบุวัน เดือนปีที่หมดอายุ ผลการศึกษา ด้านการตลาดและช่องทางการจัดจำหน่ายพบว่าแม่ตลาด จะมีคู่แข่งมากแต่น้ำพริกตาแดงของกลุ่มยังมีช่องทาง จำหน่ายเพิ่มมากขึ้นสัปดาห์หนึ่งผลิตน้ำพริกประมาณ 2-4 ครั้ง ๆ ละ 30 กิโลกรัม ได้ผลตอบแทนแก่ สมาชิกกลุ่มคนละ 1,500-2,000 บาทต่อเดือน และ เมื่อวิเคราะห์สภาพการณ์ของกลุ่มพบว่าน้ำพริกตาแดง มีจุดแข็งคือ เป็นอาหารท้องถิ่นที่ได้รับความนิยม ราคา ถูกหาซื้อได้ง่าย ผู้บริโภคซื้อโดยไม่เจาะจงยี่ห้อทำให้ ผลิตภัณฑ์กลุ่มมีโอกาสขยายตลาดได้มาก และยังสามารถ นำน้ำพริกชนิดอื่น ๆ ได้อีกด้วย แต่มีจุดอ่อน คือ สูตรผลิต ไม่หลากหลาย ไม่มีมาตรฐานการผลิต ภาชนะบรรจุ ไม่ดึงดูดใจ ไม่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ ส่วนอุปสรรค ในการผลิตคือ สถานที่ผลิตยังไม่เหมาะสม อุปกรณ์ ขาดแคลนและไม่ได้รับการช่วยเหลือใด ๆ จากหน่วยงาน ของรัฐบาลที่เกี่ยวข้อง อย่างไรก็ตามสมาชิกยังเห็นว่าการผลิตน้ำพริกเป็นอาชีพที่สร้างรายได้ดีพอสมควร เมื่อคิดผลตอบแทนเป็นรายชั่วโมงแล้วสูงกว่าค่าแรงขั้นต่ำ ทั้งนี้ข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้มีความสำคัญ

* อาจารย์คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

** อาจารย์คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



และมีรายละเอียดเพียงพอต่อการนำไปวางแผนพัฒนาปรับปรุงคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยเน้นให้สมาชิกกลุ่มมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน เพื่อก่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืน

▶ บทนำ

น้ำพริกเป็นอาหารไทยแท้ที่อยู่คู่คนไทยมาตั้งแต่โบราณ มีรูปแบบและสูตรตำรับหลากหลายชนิดสืบทอดกันมาจนกลายเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น เช่น ที่บ้านป่าแฉะ ตำบลดอนแก้ว อำเภอแมริ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ชาวบ้านได้รวมตัวกันผลิตน้ำพริกตาแดงออกจำหน่าย โดยอาศัยวัตถุดิบในท้องถิ่นจนสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าชนิดหนึ่งในโครงการ "หมิงตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์" ซึ่งการดำเนินงานแปรรูปทำน้ำพริกของกลุ่มดังกล่าวนี้ อาศัยประสบการณ์และความชำนาญเป็นหลัก แต่ยังคงขาดความรู้ แนวคิดและทฤษฎีที่จะนำไปบูรณาการเพื่อพัฒนาปรับปรุงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น ทั้งนี้การควบคุมคุณภาพเป็นปัจจัยสิ่งสำคัญที่จะส่งผลต่อคุณภาพของน้ำพริกและสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคได้

จากนโยบายหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของรัฐบาลที่ต้องการให้มีการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนจนได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยแนวคิดดังกล่าวเป็นการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นของไทยสู่สากล (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2546) ผ่านการรับรองจากสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ทั้งนี้เพื่อเป็นการยกระดับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สูงขึ้นจนสามารถพัฒนาก้าวไปสู่มาตรฐานระดับสากลอื่น ๆ เช่น มาตรฐานความปลอดภัยของอาหารโดยการใช้หลักเกณฑ์วิธีการที่ดีในการผลิต (good manufacturing practice, GMP) ซึ่งเป็นหลักเกณฑ์หรือข้อกำหนดพื้นฐานที่จำเป็นในการผลิตและควบคุมเพื่อให้ผู้ผลิตปฏิบัติตามและทำให้สามารถผลิตอาหารได้อย่างปลอดภัย โดยเน้นการป้องกันและขจัดความเสี่ยงใด ๆ ที่จะทำให้อาหารเป็นพิษเป็นอันตราย (สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา,

2545) ประกอบกับปี พ.ศ.2547 เป็นปีที่รัฐบาลได้ประกาศดำเนินงานนโยบายความปลอดภัย (food safety) เพื่อให้ประชาชนชาวไทยได้บริโภคอาหารที่สะอาด ปลอดภัย และมีคุณค่าทางโภชนาการ ซึ่งเป็นมาตรการป้องกันการเจ็บป่วยอันเนื่องมาจากอาหารเป็นพิษ

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกนอกจากจะเกี่ยวข้องกับมาตรฐานคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์แล้วยังเกี่ยวข้องกับความปลอดภัยอีกด้วย ทั้งนี้ระบบการผลิตอาหารแต่เดิมเน้นความพึงพอใจของผู้ผลิตเป็นสิ่งสำคัญโดยยึดถือตามมาตรฐานการผลิตที่กำหนดไว้ แต่ปัจจุบันแนวคิดดังกล่าวได้เปลี่ยนไป จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องให้คุณภาพของอาหารนั้นสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค (ประเสริฐ สุทธิประสิทธิ์, 2542 : 5)

ด้วยเหตุดังกล่าวมาข้างต้นในการวิจัยครั้งนี้จึงได้ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคต่อการพัฒนาคุณภาพสินค้าหมิงตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์โดยใช้กรณีศึกษาคือน้ำพริกตาแดงของกลุ่มผลิตน้ำพริกนครพิงค์ที่บ้านป่าแฉะ ตำบลดอนแก้ว อำเภอแมริ่ม จังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งข้อมูลที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อการปรับปรุงคุณภาพน้ำพริกตาแดงการสร้างข้อกำหนดมาตรฐานการผลิตที่จำเป็นต้องสร้างไว้ในผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค อันจะเป็นการยกระดับสินค้าชุมชนเข้าสู่มาตรฐานที่สูงขึ้นและส่งผลดีต่อผู้บริโภค

▶ วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรม ทศนคติของผู้บริโภคต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์น้ำพริกตาแดงบ้านป่าแฉะ ตำบลดอนแก้ว อำเภอแมริ่ม จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาด้านการตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายของน้ำพริกตาแดงบ้านป่าแฉะ ตำบลดอนแก้ว อำเภอแมริ่ม จังหวัดเชียงใหม่
3. เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรคและโอกาสของน้ำพริกตาแดงใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพน้ำพริกตาแดงบ้านป่าแฉะ ตำบลดอนแก้ว อำเภอแมริ่ม จังหวัดเชียงใหม่

▣ ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีขั้นตอนการวิจัยได้แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

1. การศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภค ผู้วิจัยได้ทำการเลือกและกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 300 ราย โดยการสุ่มแบบบังเอิญจากผู้บริโภคในเขตเทศบาลเมืองจังหวัดเชียงใหม่ และเขตอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ เลือกสอบถามกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อน้ำพริกตาแดงโดยใช้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนที่ 2 การศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อน้ำพริกตาแดง และ ส่วนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อน้ำพริกตาแดงจากการทดลองชิมตัวอย่าง รวมทั้งแนวทางการพัฒนาคุณภาพน้ำพริกตาแดง ข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป Statistical Package for Social Science (SPSS for Window)

2. การศึกษาด้านการตลาด ได้เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก กับสมาชิกกลุ่มผลิตน้ำพริกนครพิงค์ ถึงช่องทางการจัดจำหน่าย แนวทางการส่งเสริมการตลาด รวมทั้งยังได้ศึกษาการตลาดน้ำพริกตาแดงด้วยการสำรวจตลาดในเขตเทศบาลและเขตอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ระหว่างเดือนเมษายนถึงเดือนพฤษภาคม 2547

3. การศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรคและโอกาสของน้ำพริกตาแดง โดยการจัดเวทีชาวบ้านระดมสมองจากสมาชิกกลุ่มโดยเปิดโอกาสให้สมาชิกมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรคและโอกาสของน้ำพริกตาแดงที่ตนเองทำการผลิตเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวางแผนการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพและเสริมสร้างจุดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

▣ ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคต่อน้ำพริกตาแดง

1.1 ข้อมูลทั่วไป

จากการเก็บข้อมูลผู้บริโภคจำนวน 300 ราย พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง

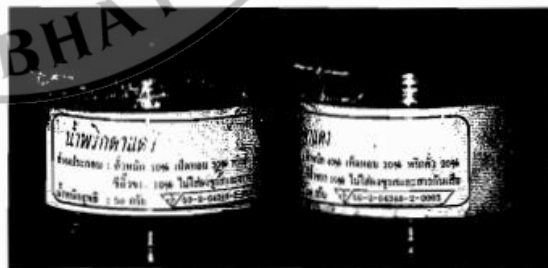
มีอายุระหว่าง 20-39 ปี สถานภาพสมรส มีจำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน การศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คือ ระหว่าง 5,001-10,000 บาท มีอาชีพรับจ้าง อาศัยในพื้นที่อำเภอเมือง และอำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่

1.2 พฤติกรรมในการเลือกซื้อน้ำพริกตาแดง

เมื่อถามว่า คิดถึงน้ำพริกชนิดใดเป็นอันดับแรก ผู้บริโภคกว่าร้อยละ 70 จะตอบว่าน้ำพริกหนุ่ม เมื่อต้องการซื้อน้ำพริกตาแดงจะไม่มีการเจาะจงยี่ห้อ แต่ถ้าเจาะจงจะเลือกซื้อน้ำพริกตาแดงยี่ห้อแม่ประนอม ซึ่งผู้บริโภคจะใช้เหตุผลในการเลือกซื้อน้ำพริกตาแดง โดยเน้นรสชาติเป็นหลัก รองลงมาคือน้ำพริกตาแดงยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งมีมาตรฐานรับรอง เช่น อย. หรือ มผช. จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และผู้บริโภคส่วนใหญ่จะชอบน้ำพริกตาแดงที่เผ็ดปานกลาง มักซื้อในขนาดกระปุก ราคา 10 บาท ความถี่ในการซื้อ คือ ประมาณสัปดาห์ละครั้ง ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ คือ ตัวผู้บริโภคเอง โดยมักจะซื้อน้ำพริกตาแดงในตลาดสด ในอำเภอที่อยู่อาศัยอยู่ และรู้จักยี่ห้อของน้ำพริกตาแดงจากการจัดวางน้ำพริกตาแดงที่หน้าร้านที่ไปซื้อ การส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุด คือ แจกน้ำพริกตัวอย่างให้ชิม ในการเปลี่ยนยี่ห้อน้ำพริกตาแดงที่จะซื้อพบว่า กลุ่มตัวอย่างตอบว่ามีโอกาสที่จะเปลี่ยนยี่ห้อในการซื้อครั้งต่อไป เนื่องจากต้องการทดลองน้ำพริกยี่ห้ออื่น

1.3 ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำพริกตาแดง

เมื่อทำการทดสอบให้ผู้บริโภคชิมน้ำพริกตาแดงยี่ห้อนครพิงค์จากบ้านป่าและผู้บริโภคส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 พึงพอใจน้ำพริกตาแดงในระดับมาก



คือ ความหอมของน้ำพริก ราคาของน้ำพริกเหมาะสมกับคุณภาพ รสชาติของน้ำพริก และสีแดงของน้ำพริก ผู้บริโภคให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ ภาวะบรรจุ ป้ายฉลาก และความละเอียดของเนื้อน้ำพริก

1.4 แนวทางการพัฒนาคุณภาพน้ำพริกตาแดง

ผู้บริโภคกลุ่มตัวอย่างได้สะท้อนความเห็น ซึ่งเป็นแนวทางที่นำไปใช้ในการพัฒนาคุณภาพของน้ำพริกตาแดงมีหลายประการดังนี้

ด้านบรรจุภัณฑ์

ภาวะบรรจุ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ร้อยละ 63 เห็นว่าการบรรจุน้ำพริกในกระป๋องพลาสติกมีความเหมาะสมในแง่ของต้นทุน และราคาจำหน่ายรองลงมา คือ บรรจุในขวดแก้ว ห่อใบตอง และใส่ถุงพลาสติก ผู้บริโภคมีความเห็นว่าเหมาะสม ร้อยละ 22, 14 และ 11 ตามลำดับ ข้อเสนอแนะจากผู้บริโภคมีดังนี้

- (1) ภาชนะบรรจุ ไม่ค่อยสวย และรูปลักษณะไม่ค่อยสวยงาม
- (2) บรรจุภัณฑ์ควรออกแบบให้สะดวกตกว่านี้ ฉลากควรมีสีสันงดงามและมีขนาดพอดีกับกระป๋อง แต่ฉลากบรรจุควรจะเป็นฉลากที่ระบุระดับความเผ็ด เช่น เผ็ดน้อย เผ็ดปานกลาง เผ็ดมาก การที่เขียนว่า น้ำพริกแดงอย่างดีนั้นไม่สื่อให้ผู้อ่านเท่าไร เพราะแต่สมัยที่ห่อคือลวดลายผลิตภัณฑ์ของตนเองเป็นน้ำพริกอย่างดี ซึ่งไม่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค
- (3) บรรจุภัณฑ์ควรให้มีรูปแบบหลากหลาย และควรระบุอายุของผลิตภัณฑ์ด้วย
- (4) ควรมีเทปใสปิดฝาปิดฝาหลอด
- (5) ป้ายฉลากสินค้าควรมีขนาดพอดีกับบรรจุภัณฑ์และทำให้ดูน่าสนใจกว่านี้
- (6) บรรจุภัณฑ์และฝาปิดน่าจะเป็นพลาสติกใส เพื่อให้เห็นตัวสินค้าชัดเจน
- (7) ควรมีพลาสติกหุ้มเอาไว้ เพื่อความสะดวก
- (8) กล่องบรรจุควรมีรูปร่างที่ต่างจากยี่ห้ออื่น

ด้านผลิตภัณฑ์

(1) สีของน้ำพริกควรมีสีแดงตาธรรมชาติ สีไม่ซีด ไม่แดงสด หรือสีคล้ำมากเกินไป ซึ่งในแง่ของสียังขาดเกณฑ์มาตรฐานในการเทียบว่าจำเป็นต้องพัฒนาเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพต่อไป เพื่อให้สอดคล้องตามหลักเกณฑ์ของมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป

(2) รสชาติ ควรจะมีรสเค็มกว่านี้ จะมาก รสชาติค่อนข้างเผ็ดและจืด บางรุ่นที่ผลิตควรลดความเค็มแล้วเพิ่มความเผ็ดให้มากขึ้น มีบางรุ่นรสชาติเผ็ดเกินไป ดังนั้นควรทำรสชาติให้หลากหลาย เช่น เผ็ดมาก เผ็ดปานกลาง เพราะผลิตภัณฑ์ปัจจุบันเผ็ดมากเกินไป

(3) กลิ่นของน้ำพริกตาแดง ความหอมของน้ำพริกไม่คงที่ บางรุ่นพอดี แต่ความหอมขอเครื่องปรุงยังไม่หอมได้ที่ บางรุ่นกลิ่นของน้ำพริกรุนแรงอาจเป็นเพราะใส่ปลาร้ามากเกินไป ควรเพิ่มความหอมของน้ำพริกด้วยการเติมปลาแห้ง และควรลดกลิ่นไม่พึงประสงค์คล้าย ๆ คลอรีน

(4) คุณภาพวัตถุดิบ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความเห็นว่ามีความจำเป็นที่จะต้องมีการคัดเลือก มีการตรวจสอบคุณภาพวัตถุดิบที่นำมาผลิตมีความสะอาด โดยสังเกตอย่างง่ายคือไม่ควรมีเชื้อรา เพราะจะได้ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพดีที่ได้มาตรฐาน ปลอดภัย ได้อาหารที่มีประโยชน์ต่อร่างกาย และรสชาติของน้ำพริกดี มีเพียงผู้ตอบคำถาม 1 ราย เท่านั้นที่เห็นว่าไม่จำเป็นต้องมีการคัดเลือก ตรวจสอบคุณภาพเพราะวัตถุดิบเป็นของที่ทำได้ง่าย

ส่วนผสมของน้ำพริกตาแดง

ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็น 4 ความจำเป็นในการปรุงน้ำพริกตาแดงที่ต้องมีการกำหนดส่วนผสมที่แน่นอน แยกเป็นประเด็นดังนี้

- (1) ผู้บริโภคร้อยละ 71 เห็นว่าความจำเป็นต้องกำหนดสัดส่วนผสมที่แน่นอนได้เหตุผลหลายประการกล่าวโดยสรุป คือ จะได้รับสุขภาพ คุณภาพ มาตรฐานคงเดิมเหมือนกันทุกครั้ง มีมาตรฐานในการผลิต และยังเป็นการป้องกันการเอาเปรียบจากผู้ผลิตที่จะนำส่วนผสมอื่น ๆ ที่มีคุณภาพไม่ดีเพิ่มล

ซึ่งหากมีส่วนผสมแน่นอนจึงเท่ากับเป็นการซื้อสัตย์จริงใจ
ต่อผู้บริโภค

(2) ผู้บริโภคร้อยละ 17 เห็นว่าไม่มี
ความจำเป็นต้องมีการชั่ง ตวง วัด เพื่อกำหนดสัดส่วนผสม
ที่แน่นอนเพราะเชื่อมั่นว่าผู้ผลิตมีความชำนาญสามารถ
คาดคะเนเอาก็ได้

(3) ผู้บริโภคร้อยละ 12 เห็นว่าจะชั่ง
ตวง ก็ได้ไม่ทำก็ได้เพราะเป็นอาหารพื้นบ้านผู้ผลิตมีสูตร
ประจำตัวของใครก็ของคนนั้น

การดูแลรักษาความสะอาดการปฏิบัติ ของผู้ผลิต

(1) สถานที่ผลิต อยู่ที่โล่ง จะต้องทำ
ความสะอาดเป็นประจำ มีการจัดเก็บขยะ หรือสิ่งของ
เหลือทิ้งแยกไว้ที่อื่น

(2) เครื่องมือ อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิต
จะต้องทำความสะอาดทุกครั้งหลังจากที่ใช้งาน และเป็น
เครื่องมืออุปกรณ์ที่มีมาตรฐาน

(3) การปฏิบัติตัวของผู้ผลิต จะต้อง
ปฏิบัติตามหลักที่ถูกสุขอนามัย สวมใส่ผ้ากันเปื้อน
สวมหมวก

การตรวจสอบคุณภาพน้ำพริก
ผู้บริโภคร้อยละ 98 เห็นว่ามีความจำเป็น
ต้องตรวจสอบคุณภาพของน้ำพริกตาแดงเพราะเป็น
การรักษาคุณภาพ ความปลอดภัยให้แก่ผู้บริโภค เพื่อเป็น
การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ได้ และนอกจากนี้ยังเป็น
การยืนยันความมั่นใจอีกครั้งหนึ่งว่าน้ำพริกที่จะนำออก
จำหน่ายมีคุณภาพ จากข้อมูลความเห็นของผู้บริโภค
ดังกล่าวนี้จำเป็นต้องพัฒนาวิธีการตรวจสอบคุณภาพ
น้ำพริกตาแดง การกำหนดดัชนีชี้คุณภาพน้ำพริกตาแดง
ที่สามารถนำไปใช้ได้ง่าย

การมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐาน คุณภาพ

ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามทั้งหมดเห็นว่า
มีความจำเป็นที่น้ำพริกตาแดงต้องมีเครื่องหมายรับรอง
มาตรฐานคุณภาพแสดง เช่น เครื่องหมายมาตรฐาน
ผลิตภัณฑ์ชุมชน เครื่องหมายขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร

หรือเครื่องหมาย ออ. หรือเครื่องหมายอื่น ๆ เพื่อเป็น
การสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อ

การระบุวันเดือนปีที่ผลิตหรือหมดอายุ
ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามร้อยละ 95
เห็นว่ามีความจำเป็นต้องมีการระบุวันเดือนปีที่ผลิตหรือ
หมดอายุ หรือข้อความว่า ควรบริโภคก่อน (วัน เดือน ปี)
เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งจากการศึกษา
ผลิตภัณฑ์น้ำพริกตาแดงที่กลุ่มน้ำพริกนครพิงค์ผลิต
ยังไม่มีส่วนดังกล่าวนี้จึงจำเป็นต้องศึกษาพัฒนาเทคโนโลยี
การเก็บรักษาและหาดัชนีชี้คุณภาพเพื่อใช้เป็นเกณฑ์
กำหนดในวันหมดอายุของผลิตภัณฑ์

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

(1) ควรปรับปรุงเรื่องความละเอียดของ
เนื้อน้ำพริกไม่ชอบเม็ดพริก

(2) ควรใส่ถุงแห้งลงไปด้วย เป็นการเพิ่ม
รสชาติให้อร่อยมากขึ้น

(3) ควรปรับปรุงรสชาติให้ถูกปากและ
แปลกกว่าน้ำพริกตาแดงยี่ห้ออื่น เพื่อจะได้มีความแปลกใหม่
และเป็นที่น่าสนใจของผู้ซื้อ

(4) ควรมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว อาจเป็น
รสชาติหรือกลิ่น ไม่ควรเลียนแบบกลิ่นทางน้ำพริก
ภาคกลางเช่นการใส่ลิ้นจี่แผ่นแข็งลงไปใต้น้ำพริกด้วย

(5) ราคา บรรจุภัณฑ์ ไม่สำคัญเท่า
รสชาติที่ถูกใจ และขอให้ใส่ใจเรื่องพริก กระเทียม
ที่สะอาดสด ไม่มีเชื้อรา

2. ผลการศึกษาด้านการตลาดและช่องทางการ การจัดจำหน่าย

2.1 การตลาดน้ำพริกตาแดง

น้ำพริกตาแดงจัดว่าเป็นอาหารพื้นบ้าน
ของคนไทย ในจังหวัดเชียงใหม่มีผู้ผลิตน้ำพริกตาแดง
ออกขายให้แก่ประชาชนในจังหวัดหลายราย ทั้งที่มีชื่อ
และไม่ชื่อ มีทั้งเป็นผู้ผลิตคนเดียวหรือผู้ผลิตที่เกิดจาก
การรวมกลุ่มของกลุ่มแม่บ้านยี่ห้อมีที่ปรากฏในท้องตลาด
มีดังต่อไปนี้ ป้าไส แม่บัวคำ ตาจันทร์ แม่จันทร์สม
เจ๊หงษ์ แม่ประนอม พันท้ายนรสิงห์ แม่ศรีนวล ซึ่งน้ำพริก
ตาแดงในกลุ่มนี้จะวางขายในตลาดวโรรส ตลาดตันลำไย

และในตลาดสดทั่วไป ยกเว้นยี่ห้อแม่ประนอมและ พันท้ายนรสิงห์เท่านั้นที่จะวางขายในซูเปอร์มาร์เก็ต เช่น คาร์ฟู ห้างโลตัส บิ๊กซี ที่อซูเปอร์มาร์เก็ต และ ร้านค้าสะดวกซื้อต่าง ๆ

ในส่วนผู้ผลิตที่เกิดจากการรวมกลุ่ม ของกลุ่มแม่บ้านนั้นพบว่ามีกลุ่มที่ผลิตน้ำพริกตาแดง ดังต่อไปนี้ กลุ่มแม่บ้านป่าเมียง หมู่ 5 ต.ป่าลา อ.ดอยสะเก็ด กลุ่มแม่บ้านป่าแยะ หมู่ 4 ต.ดอนแก้ว อ.แม่ริม กลุ่มแม่บ้าน ต.แม่ข่า อ.ฝาง กลุ่มแม่บ้าน บ้านโล๊ะปาดอง หมู่ 5 ต.น้ำแพร่ อ.พร้าว กลุ่มแม่บ้าน ตำบลทุ่งรวงทอง อ.แม่วาง (www.tbaitambon.com, 2547 เมษายน 20) สินค้าส่วนใหญ่ของกลุ่มนี้วางขาย ตามตลาดสดทั่วไปในอำเภอต่าง ๆ นอกจากนั้นยังมีผู้ผลิต รายย่อยที่ไม่มียี่ห้อน้ำพริกตาแดง ผลิตออกมาวางขาย ตามตลาดสดทั่วไปจำนวนมาก

2.2 ช่องทางการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายน้ำพริกตาแดงนครพิงค์นี้ มีสมาชิกจำนวน 2 คน เป็นผู้รับผิดชอบ โดยมีการจัด จำหน่ายในร้านดังต่อไปนี้

- (1) ร้านแก้วลูน ตั้งอยู่ในตลาดต้นลำไย อ.เมือง จ.เชียงใหม่
- (2) ร้านเฮียดำ และ ร้านนิภาข้าวนี้ ในตลาดสันป่าข่อย อ.เมือง จ.เชียงใหม่
- (3) ร้านภูคำยาว ตลาดต้นคะยอม อ.เมือง จ.เชียงใหม่
- (4) ตลาดรวมโชค อ.สันทราย จ.เชียงใหม่
- (5) ตลาดสามแยก อ.สันทราย จ.เชียงใหม่
- (6) ร้านจันทร์เพ็ญ ตลาดแมริม อ.แมริม จ.เชียงใหม่
- (7) ตลาดแม่มาลัย อ.แม่แตง จ.เชียงใหม่
- (8) ขายที่ทำการกลุ่มแม่บ้านป่าแยะ หมู่ที่ 4 อ.แมริม จ.เชียงใหม่

ในการจัดจำหน่ายนั้นจะมีช่องทางการจัด จำหน่าย คือ สมาชิกของกลุ่มนำไปเสนอขายตามร้านค้า ในตลาดต่าง ๆ เมื่อน้ำพริกหมดทางร้านค้าเหล่านั้น จะโทรศัพท์มาสั่งให้กลุ่มแม่บ้านนำน้ำพริกตาแดงไปส่งให้

ที่ร้าน และอีกช่องทางหนึ่งคือ ลูกค้านำซื้อน้ำพริกตาแดง ณ สถานที่ผลิต และนอกจากนี้ยังส่งจำหน่ายยัง ศูนย์สงเคราะห์เด็กกำพร้าจังหวัดเชียงใหม่สัปดาห์ละ 1 ครั้งปริมาณกว่า 5 กิโลกรัม

2.3 ปัญหาด้านการจัดจำหน่าย

การจัดจำหน่ายน้ำพริกตาแดงของกลุ่ม น้ำพริกนครพิงค์พบว่า

(1) เคยนำไปฝากขายที่ อบจ.เชียงใหม่ แต่ยอดขายไม่มาก เนื่องจากน้ำพริกตาแดงนครพิงค์ ยังไม่ได้ อย. ดังนั้น ทาง อบจ. จึงไม่กล้าที่จะนำมาวางขาย ให้แก่ลูกค้า จึงนำตัวสินค้าของทางกลุ่มไว้ที่ไว้ที่บ้านใด ซึ่งเป็นจุดที่ไม่ค่อยมีลูกค้าเดินเข้ามาซื้อ ทำให้ไม่สามารถ ขายสินค้าได้

(2) เมื่อนำไปฝากขายในร้านค้าปลีก ในตลาดวโรรส ก็ไม่ประสบผลสำเร็จเนื่องจากร้านที่นำไป ฝากขายเล็กกิจการ และทางกลุ่มฯ ก็ไม่ได้เงินค่าฝาก ขายน้ำพริกตาแดง และเมื่อนำไปฝากขายที่ใส่อ้วนบ้านอิฐ หน้าห้างสรรพสินค้าริมบึงซูเปอร์มาร์เก็ต ก็ไม่ได้เงิน เพราะทางร้านย้ายที่ขาย ไม่สามารถติดต่อได้

(3) การตลาดยังเป็นการฝากขายใน อำเภอรอบ ๆ อำเภอเมือง เท่านั้น

(4) มีการแข่งขันในตลาดน้ำพริกตาแดง สูง เนื่องจากในปัจจุบันแหล่งใหญ่ของน้ำพริกตาแดง ที่ขายกันอยู่ในตลาดวโรรสและตลาดต้นลำไย น้ำพริก ตาแดงที่มีจำหน่ายในเขตจังหวัดเชียงใหม่ส่วนใหญ่ แล้วจะเป็นของเอกชน มีหลายยี่ห้อ มีทั้งที่มี อย. และ ไม่มี อย. เช่น ป่าไผ่ แม่บัวคำ ตาจันทร์ แม่จันทร์สม เจี๋ยงษ์ แม่ประนอม พันท้ายนรสิงห์และแม่ศรีนวล เป็นต้น ซึ่งร้านค้าที่อยู่ในตลาดวโรรส มีกลุ่มลูกค้า เป้าหมาย คือ นักท่องเที่ยวและบุคคลทั่วไปที่มาซื้อเป็น ของฝาก บางร้านรับน้ำพริกตาแดงหลายยี่ห้อ ตนเอง เช่น เจี๋ยงษ์ บางร้านรับน้ำพริกตาแดงหลายยี่ห้อ เอามาขาย ซึ่งในปัจจุบันในตลาดวโรรสยังไม่มียี่ห้อ น้ำพริกตาแดงนครพิงค์ขายอยู่เลย

(5) น้ำพริกตาแดงนครพิงค์ยังไม่สามารถ นำไปวางขายในร้านขายของฝาก เช่น ร้านวันสนันท์

ได้เนื่องจากยังไม่ได้เครื่องหมายขึ้นทะเบียนตำรับอาหาร หรือ ออย.

2.4 รายได้และผลตอบแทน

น้ำพริกตาแดงนครพิงค์ มีการกำหนดราคาขายส่ง ดังต่อไปนี้

(1) ห่อเล็กคล้ายลูกอม จะเย็บรวมกันในแต่ละแผง โดยแผงหนึ่งจะมีอยู่ 12 ห่อ ขายในราคาแผงละ 10 บาท

(2) กระปุกเล็ก จะขายในราคากระปุกละ 5 บาท

(3) กระปุกใหญ่ จะขายในราคา 10 บาท แต่ขายส่ง 10 กระปุก ราคา 80 บาท

(4) จำหน่ายกิโลกรัมละ 150 บาท ในการผลิตแต่ละครั้งจะได้น้ำพริกตาแดงประมาณ 30 กิโลกรัม ในหนึ่งอาทิตย์จะทำการผลิตอย่างต่ำประมาณ 2-4 ครั้ง โดยจะทำการผลิตเมื่อลูกค้า โทรศัพท์ มาสั่งสินค้า รายได้ต่อเดือนเฉลี่ย ประมาณ 18,000-22,000 บาท เมื่อนำมาหักค่าใช้จ่ายจากรถซื้อของ สำหรับการการผลิตครั้งต่อไปแล้ว สมาชิกกลุ่มจำนวน 9 คนจะมีรายได้คนละ 1,500-2,000 บาทต่อเดือน

3. ผลการศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรคและโอกาสของน้ำพริกตาแดง

ผลจากการใช้วิธีการจัดเวทีชาวบ้านระดมสมอง แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับกลุ่มผู้ผลิตน้ำพริกตาแดง เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน อุปสรรค และโอกาสหรือวิธีการ SWOT น้ำพริกตาแดง สรุปประเด็นสำคัญดังนี้

3.1 จุดแข็ง

จากการวิเคราะห์จุดแข็งผลิตภัณฑ์น้ำพริกตาแดงมีดังนี้

(1) น้ำพริกตาแดงเป็นอาหารท้องถิ่น เหมาะสำหรับผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย

(2) ราคาถูกสามารถหซื้อได้ง่ายในตลาดท้องถิ่น

(3) น้ำพริกตาแดงสามารถเก็บรักษาได้เป็นเวลานานพอสมควร

(4) รูปแบบผลิตภัณฑ์สะดวกต่อการพกพา

และเก็บรักษา

(5) ผู้บริโภคไม่เจาะจงเลือกผู้ผลิตรายใดรายหนึ่งโดยเฉพาะ

(6) ผู้บริโภคยังให้การยอมรับเป็นอย่างดี

(7) สมาชิกกลุ่มมีจำนวนไม่มากเกินไป การทำงานให้ความร่วมมือกันดี

3.2 จุดอ่อน

สิ่งที่เป็นจุดอ่อนของน้ำพริกตาแดงที่ผลิตโดยกลุ่มน้ำพริกนครพิงค์ คือ

(1) สูตรการผลิตไม่หลากหลาย มีเพียงสูตรเดียว

(2) ไม่มีมาตรฐานการผลิต ไม่สามารถกำหนดปัจจัยการควบคุมคุณภาพได้

(3) ลักษณะของภาชนะบรรจุไม่ดึงดูดใจ

(4) ฉลากขาดรายละเอียดที่สำคัญหลายประการ เช่น วันเดือนปีที่ผลิต น้ำหนักสุทธิ

(5) ขาดการประชาสัมพันธ์ และไม่มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานคุณภาพ

3.3 อุปสรรค

อุปสรรคสำคัญที่ทำให้ผู้ผลิตน้ำพริกต้องการแก้ไขอย่างเร่งด่วน มีดังนี้

(1) ออคารสถานที่ผลิตไม่เหมาะสม

(2) เครื่องบดมีเพียงเครื่องเดียว กำลังแรงไม่เพียงพอ มีประสิทธิภาพการผลิตต่ำ

(3) ไม่ได้รับการช่วยเหลือจากหน่วยงานใด ๆ จึงขาดข้อมูลนำไปใช้พัฒนากลุ่ม

(4) วัตถุดิบมีราคาแพงมากขึ้น

(5) บริเวณใกล้เคียงกำลังสร้างเป็นอาคารหอพัก สมาชิกกลุ่มคาดว่าจะส่งผลต่อการผลิตน้ำพริก

3.4 โอกาส

สมาชิกกลุ่มผู้ผลิตน้ำพริกต่างเห็นพ้องตรงกันว่าการทำงานน้ำพริกจำหน่าย ยังมีโอกาสดีหลายประการ คือ

(1) ตลาดยังสามารถขยายได้อีกมาก

(2) สามารถประยุกต์ใช้วัตถุดิบที่คล้ายคลึงกันไปผลิตเป็นน้ำพริกชนิดอื่น ๆ ได้อีก

(3) ผู้บริโภคเห็นว่าเป็นสินค้าราคาไม่แพง จึงไม่พิถีพิถันในการเลือกซื้อ

(4) การทำน้ำพริกไม่ยุ่งยาก และได้ค่าตอบแทนดีกว่าไปทำงานรับจ้างเมื่อคำนวณรายได้การทำงานเป็นรายชั่วโมง

▶ สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาพฤติกรรมและทัศนคติของผู้บริโภคต่อการพัฒนาคุณภาพน้ำพริกตาแดงพบว่าผู้บริโภคตาแดงจะไม่เจาะจงยี่ห้อและมักซื้อในราคา 10 บาท เหตุผลในการเลือกซื้อเน้นเรื่องรสชาติและยิ่งถ้ามีเครื่องหมายรับรองคุณภาพจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากยิ่งขึ้น ผู้บริโภคพอใจในระดับมากต่อคุณภาพน้ำพริกตาแดงของกลุ่มน้ำพริกนครพิงค์ในด้านความหอม รสชาติ ราคา และสี ส่วนภาชนะบรรจุความละเอียด การมีเครื่องหมายรับรองคุณภาพเป็นสิ่งที่ต้องดำเนินการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้น รวมทั้งกระบวนการผลิตควรมีการคัดเลือกวัตถุดิบ กรรมวิธีการผลิต ถูกสุขลักษณะและฉลากควรระบุวันหมดอายุ ส่วนด้านการตลาดของน้ำพริกแม้จะมีหลายยี่ห้อแต่ยังจำหน่ายได้ดีเพราะน้ำพริกตาแดงเป็นอาหารท้องถิ่นที่ผู้บริโภคให้การยอมรับไม่พิถีพิถันในการเลือกซื้อซึ่งเป็นทั้งจุดแข็งและโอกาสในการขยายตลาดแต่ต้องปรับปรุงคุณภาพมาตรฐานให้ดียิ่งขึ้นและมีภาพประชาสัมพันธ์มากขึ้น ถึงแม้ว่าปัจจุบันสถานที่ผลิตไม่มีความเหมาะสมแต่สามารถปรับปรุงในด้านอื่น ๆ ให้ดีขึ้นได้ทั้งนี้สมาชิกได้เล็งเห็นความสำคัญของคุณภาพจึงมีความสามัคคีกันดี และเมื่อวิเคราะห์ผลตอบแทนเป็นรายชั่วโมงแล้วสมาชิกเห็นว่าดีกว่าการรับจ้างและเป็นอาชีพเสริมที่สร้างรายได้ดีพอสมควรโดยไม่ต้องเดินทางไปทำงานที่อื่น ๆ ซึ่งผลจากการวิจัยครั้งนี้ได้ชี้ให้เห็นว่าการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อาหารของผู้บริโภคนั้นจะสนใจเรื่องคุณภาพความปลอดภัยควบคู่ไปกับรสชาติ และคุณลักษณะอื่น ๆ ของอาหาร

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาด้านพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อน้ำพริกตาแดงของผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคไม่มีการเจาะจงยี่ห้อของน้ำพริกตาแดง ผู้บริโภคจะใช้เกณฑ์ในการเลือกซื้อคือ รสชาติ ความหอมของน้ำพริก และมาตรฐานที่รับรอง เช่น อย. หรือ มผช. และถ้าน้ำพริกตาแดงยี่ห้อใดมีตรา อย. หรือ มผช. จะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากกว่ายี่ห้อที่ไม่มีตรา อย. หรือ มผช. รสชาติที่ผู้บริโภคชอบมากที่สุดคือ รสเผ็ดปานกลาง ร่องลงมาคือ รสเผ็ดมาก ขนาดบรรจุที่นิยมซื้อคือ กระปุกขนาดเล็กราคา 10 บาท ร่องลงมาคือ ห่อเล็ก ๆ ราคาต่ำกว่า 5 บาท ตามลำดับความถี่ในการซื้อคือ สัปดาห์ละครั้ง ร่องลงมาคือนาน ๆ ครั้ง ผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อน้ำพริกตาแดงคือ ตัวผู้บริโภคเอง ร่องลงมาคือ คนในครอบครัว สถานที่ที่จะซื้อคือ ตลาดสดในอำเภอที่อยู่ ร่องลงมาคือ ร้านอาหารทั่วไป และร้านขายของทอด (เช่น ไข่ทอด หมูทอด) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมที่จะเปลี่ยนยี่ห้อน้ำพริกตาแดงในการซื้อในครั้งถัดไป เนื่องจากต้องการทดลองยี่ห้อใหม่ ร่องลงมาคือ น้ำพริกตาแดงยี่ห้ออื่นราคาถูก ผู้บริโภครู้จักยี่ห้อน้ำพริกตาแดงจากการจัดวางน้ำพริกยี่ห้อนั้นไว้ที่หน้าร้าน ร่องลงมาคือ ผู้อื่นแนะนำให้รู้จัก การส่งเสริมการขายที่ชอบมากที่สุดคือ การให้ชิมน้ำพริกตัวอย่างก่อนการตัดสินใจซื้อหรือแจกของตัวอย่างให้ชิมก่อน และเมื่อถามถึงน้ำพริกที่ชอบ จะตอบ น้ำพริกหนุ่ม มากที่สุด ร่องลงมาคือ น้ำพริกตาแดง และ น้ำพริกอ่อน ตามลำดับ ดังนั้นสินค้าที่จะทดแทนน้ำพริกตาแดงคือ น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกอ่อน ในส่วนของผู้บริโภคที่เลือกเจาะจงยี่ห้อของน้ำพริกตาแดงเวลาซื้อนั้นจะเลือกยี่ห้อแม่ประนอมเนื่องจากเป็นยี่ห้อที่ติดหูของผู้บริโภค เพราะเป็นยี่ห้อของสินค้าที่เป็นที่รู้จักในท้องตลาดโดยเฉพาะน้ำจิ้มไก่และน้ำพริกเผา จึงทำให้เป็นผลพลอยได้เมื่อผู้บริโภคจะเจาะจงจึงเลือกยี่ห้อนี้ซึ่งยี่ห้อนี้จะมีขายในซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อเสียเป็นส่วนใหญ่

ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อน้ำพริกตาแดงยี่ห้อนครพิงค์ พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่พึงพอใจ

ในน้ำพริกตาแดงในระดับมาก คือ ความหอมของน้ำพริก รสชาติของน้ำพริกเหมาะสมกับคุณภาพ รสชาติของน้ำพริก และความแดงของน้ำพริก เรียงตามลำดับ ผู้บริโภคให้ความพึงพอใจในระดับปานกลาง คือ กลิ่นบรจจุ ป้ายฉลากบนกล่องบรรจุภัณฑ์ และ ความละเอียดของน้ำพริก เรียงตามลำดับ

ข้อเสนอแนะจากงานวิจัย

(1) ด้านผลิตภัณฑ์

ควรมีการพัฒนาทางด้านรสชาติของน้ำพริกตาแดงให้มีรสชาติกลมกล่อม เน้นรสชาติทางน้ำพริกของภาคเหนือ มีเอกลักษณ์ของตนเอง โดยอาจใส่แผ่นแก้วน้ำแข็งผสมลงไปและให้ความเผ็ดของน้ำพริกเป็นมาตรฐานทุกครั้งที่เกิด เพราะในปัจจุบันไม่สามารถควบคุมความเผ็ดของเมล็ดพริกได้ ทำให้ทุกครั้งที่น่ามาผลิตจะได้ผลิตภัณฑ์ที่มีความเผ็ดแตกต่างกันมาก ดังนั้นถ้าควบคุมความเผ็ดของน้ำพริกไม่ได้ ควรมีฉลากที่บอกระดับความเผ็ดของน้ำพริกติดที่ผลิตภัณฑ์ เช่น เผ็ดน้อย เผ็ดปานกลาง เผ็ดมาก เป็นต้น เพื่อให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อตามความชอบ

บรรจุภัณฑ์ควรออกแบบให้สะดวก ฉลากระบุวันที่ผลิต วันหมดอายุของน้ำพริกตาแดง ฉลากควรมีสีสีเข้มคงทนและมีขนาดพอดีกับบรรจุภัณฑ์ ควรมีเทปใสปิดผนึกกันฝาหลอดเพื่อป้องกันฝุ่น หรือควรจะมีฝาปิดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกล่องและฝาปิดพลาสติกใส เพื่อให้เห็นตัวสินค้าชัดเจน เนื่องจากการซื้อสินค้า ลูกค้ายกจะไม่ค่อยได้เปิดดูตัวสินค้าในกล่องอยู่แล้ว ดังนั้นควรมีบรรจุภัณฑ์ที่เห็นสินค้าภายในที่ชัดเจน นอกจากนี้ควรออกแบบให้มีรูปร่างโดดเด่นจากยี่ห้ออื่นเพื่อให้สะดวกแก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ในส่วนน้ำพริกตาแดงที่ขายเป็นห่อเล็ก ๆ ควรมีการพิมพ์ข้อมูลและข้อมูลผู้ผลิตไว้ที่พลาสติกใสที่ห่อตัวน้ำพริก เพื่อให้เห็นยี่ห้อสินค้าได้ชัดเจน ซึ่งผลการศึกษานี้เป็นไปในทางเดียวกับการศึกษาของ วิบูล จันทรย์แถม (2545 : 69-77) พบว่า พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าอยู่ที่ความพอใจและขนาดของบรรจุภัณฑ์ โดยสินค้าประเภทของกิน ต้องมีความแปลกใหม่หลากหลาย มีเอกลักษณ์ บรรจุภัณฑ์

ทันสมัย มองเห็นภายใน และฉลากระบุวันหมดอายุและ ไม่เป็นอันตรายต่อผู้บริโภค ดังนั้นจึงจำเป็นต้องสร้างองค์ประกอบผลิตภัณฑ์ในด้านรูปลักษณะผลิตภัณฑ์ คือ คุณภาพ รูปร่างลักษณะ รูปแบบ บรรจุภัณฑ์และ ลักษณะทางกายภาพอื่น ๆ (กัลยา พรสมบุญกิจ, 2547 : 49-70) เช่น สีของน้ำพริกเพราะสิ่งเหล่านี้ส่งผลถึงปัจจัย การตลาดของผลิตภัณฑ์ด้วย

จากที่กล่าวมาสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคไม่มีโอกาสในการตรวจสอบคุณภาพของน้ำพริกตาแดงว่ามี ความปลอดภัยมากน้อยเพียงใดจึงให้ความไว้วางใจว่า ผลิตภัณฑ์ที่รับเครื่องหมายรับรองมาตรฐานจะมีคุณภาพ เป็นที่เชื่อถือได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องหาแนวทางการ พัฒนาเพื่อยกระดับคุณภาพน้ำพริกตาแดงเข้าสู่มาตรฐาน โดยเร็วเพื่อสนองตอบความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรปรับปรุงความละเอียดของเมล็ดพริกให้ละเอียดมากขึ้น เนื่องจากผู้บริโภคส่วนใหญ่จะคุ้นเคยกับน้ำพริกตาแดง ที่มีความละเอียดจนไม่เห็นพริกเป็นเม็ด ในเรื่องของ ความหอมของน้ำพริก พบว่าผู้บริโภคพอใจมาก แต่ควรปรับปรุงในเรื่องการคั่วพริกให้สุกกรอบจะได้กลิ่นหอม เพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้นควรเพิ่มปลาป่นให้มากกว่านี้ หรือควรใส่แก้วน้ำแข็งเข้าไปในน้ำพริกจะทำให้ได้รสชาติดี นอกจากนั้นผู้บริโภคบางคนยังบอกว่าได้กลิ่นฉุนคล้าย คลอรีนในตัวน้ำพริก ทำให้ไม่กล้ารับประทาน ควรพัฒนา ผลิตภัณฑ์ให้ได้รับมาตรฐาน อ.ย. หรือ ม.พช. เนื่องจาก มาตรฐานดังกล่าวมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของ ผู้บริโภค

(2) ด้านราคา

ในการกำหนดราคาของน้ำพริกตาแดง ไม่ควรกำหนดราคาให้แตกต่างจากคู่แข่งอื่น เนื่องจาก ผู้บริโภคมีความอ่อนไหวทางด้านราคาค่อนข้างสูง ดังนั้น ควรตั้งราคาให้ใกล้เคียงหรืออยู่ในระดับเดียวกันกับคู่แข่ง

(3) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย

ควรนำน้ำพริกตาแดงไปวางขายในตลาดสด ในอำเภอเมืองให้มากขึ้น และให้พยายามนำไปวางขาย ในตลาดวโรรส เพราะในตลาดต้นลำไยนั้นมีร้านที่วาง อยู่แล้ว นอกจากนั้นควรกระจายน้ำพริกไปวางขายใน

ร้านอาหารข้างถนนทั่วไป โดยเฉพาะร้านขายของทอด และของย่าง รวมทั้งในตลาดสดอำเภอรอบนอกให้ คลอบคลุมในเขตจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อเพิ่มช่องทางการขายให้มากขึ้น ในการจัดวางน้ำพริกตาแดงในร้านค้า เป็นตำแหน่งที่ควรจะทำให้ความสนใจเนื่องจากผู้บริโภค ส่วนมากมักจะซื้อน้ำพริกตาแดงโดยไม่ดูยี่ห้อ จะเลือก ซื้อน้ำพริกที่มีวางขายในร้านที่กำลังซื้ออาหารนั้นเพราะ หาซื้อได้ง่าย จึงควรนำน้ำพริกตาแดงไปวางขายคู่กับ อาหารประเภทอื่น และควรมีการส่งเสริมการขายกับ ร้านค้าที่รับน้ำพริกตาแดงของทางกลุ่มแม่บ้านไปรษณีย์ ด้วย เพื่อเป็นแรงกระตุ้นในการเพิ่มยอดขาย

(4) ด้านการส่งเสริมการขาย

ควรทำการแจกตัวอย่างน้ำพริกตาแดง หรือมีตัวอย่างน้ำพริกตาแดงให้ผู้บริโภคได้ทดลองชิม ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อ โดยอาจวางให้ชิมที่ร้านขายอาหาร

เพราะผู้บริโภคมีแนวโน้มสูงที่ต้องการทดลองน้ำพริก ตาแดงยี่ห้ออื่น นอกจากนั้นควรนำน้ำพริกตาแดง นครพิงค์ไปออกร้านเมื่อมีงานเทศกาลต่าง ๆ เพื่อให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคมากขึ้น เพราะในปัจจุบันในจังหวัด เชียงใหม่มักจะนิยมจัดงานเทศกาลอาหาร เทศกาลสินค้า OTOP หรือ ถนนคนเดินประจำอยู่แล้ว นอกจากนั้น ควรมีการพิมพ์โปสเตอร์เพื่อนำไปติดที่ร้านขายอาหาร หรือในตลาดสดต่าง ๆ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รู้จักมากขึ้น เพราะการที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อสินค้าจำเป็นต้องให้เกิด พฤติกรรมการเปิดรับข่าวสารและเลือกตลาดเป้าหมาย โดยพิจารณาตามความชำนาญด้านการตลาดกระจาย สินค้าไปยังห้างสรรพสินค้าและควรใช้สื่อวิทยุร่วมด้วย ให้ผู้บริโภคเปลี่ยนพฤติกรรมซื้อและมีการซื้อซ้ำ (วุฒิชัย สุนทรสมัย, 2547.: 121-146) □

คำขอบคุณ

ผู้วิจัยขอขอบคุณสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษาที่สนับสนุนทุนวิจัยประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2547 ในชุดโครงการวิจัย การพัฒนาคุณภาพมาตรฐานอาหารด้านขนมไทยและน้ำพริก ขอขอบคุณผู้ใหญ่บ้านสุทัศน์ บุญสูง และสมาชิกกลุ่มน้ำพริกนครพิงค์ ทุกคนที่อำนวยความสะดวกให้ความร่วมมือในการดำเนินการวิจัยครั้งนี้เป็นอย่างดี

เอกสารอ้างอิง

กัลยา พรสมบุญฉิม. (2547). ปัจจัยที่มีผลต่อ การตัดสินใจซื้อหลังความสำเร็จรูปผลิตภัณฑ์ของ ผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารบริหาร ธุรกิจ. ปีที่ 27(102) หน้า 49-70.
คณะกรรมการอาหารและยา, สำนักงาน. (2545). การผลิตอาหารตามหลักเกณฑ์วิธีการที่ดี (จี เอ็ม พี). นนทบุรี : กระทรวงสาธารณสุข. มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, สำนักงาน. (2546). มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน. กรุงเทพฯ : กระทรวงอุตสาหกรรม.
ประเสริฐ สุทธิประสิทธิ์. (2542). ความหมายของคุณภาพ และการควบคุมกับการประกันคุณภาพอาหาร. ใน เอกสารชุดวิชา การจัดการธุรกิจอาหาร

หน้าที่ 8-15 (หน้า 5-50). นนทบุรี : มหาวิทยาลัย สุโขทัยธรรมราชา.
วิบูล จันทรรัมย์. (2545). พฤติกรรมในการเลือกซื้อสินค้า ที่ระลึกของประชาชนที่มาเที่ยวจังหวัดลพบุรี. วารสารสมาคมนักวิจัยทางสังคมศาสตร์. ปีที่ 7(2) หน้า 69-77.
วุฒิชัย สุนทรสมัย. (2547). พฤติกรรมในการซื้อและ กระบวนการยอมรับผลิตภัณฑ์แปรรูปจาก สมุนไพรของผู้บริโภคในเขตตะวันออก : กรณี ศึกษาจังหวัดชลบุรี ระยอง ปราจีนบุรีและ ฉะเชิงเทรา. วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และ สังคมศาสตร์. ปีที่ 12(15) หน้า 121-146.