

แผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ : กรณีศึกษาแป้งขนมไข่ปลาถึงสำเร็จรูป

New Product Development Plan : A Case Study of Instant

Rice Flour Mixed with Toddy Palm and Shredded Coconut

กมลพิพัฒน์ ชนะสิทธิ์¹ กัญญานัส แก้วรักษา^{2*} ตวัน พุทธายะ³ และฐานพัฒน์ ผ่องสุริยชัย³

Kamolbhibhat Chanasith¹ Kanyanas Kaewraksa^{2*} Tawan Buddhaya³

and Thannaphat Pongsuriyachai³

Received 16 มิถุนายน 2565 Revised 25 กรกฎาคม 2565 Accepted 28 สิงหาคม 2565

บทคัดย่อ

ขนมไข่ปลาที่มีส่วนผสมของแป้งข้าว เนื้อลูกตาลสุก และมะพร้าวขูด เป็นขนมไทยพื้นบ้านที่มีรูปทรงเป็นเอกลักษณ์และหาบริโภคได้ยาก เพื่อสืบทอดอนุรักษ์ขนมไข่ปลาไม่ให้สูญหาย รวมทั้งพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิต จึงมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์แป้งขนมไข่ปลาถึงสำเร็จรูป เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกรอบแนวความคิด ใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เป็นเครื่องมือในสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก 3 กลุ่ม คือ ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค และผู้เชี่ยวชาญ และนำเสนอผลการศึกษาด้วยวิธีการเชิงบรรยาย ผลการศึกษา พบว่า ผู้ประกอบการเห็นว่า ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่และเพิ่มระยะเวลาการเก็บรักษาด้วยบรรจุภัณฑ์ที่มีสองชั้น คือ ชั้นในเป็นถุงพลาสติก และชั้นนอกเป็นกล่องกระดาษ หากมีการจัดจำหน่ายควรมีปริมาณ 150-200 กรัม ราคา 70-150 บาท ส่วนผู้บริโภคเห็นว่า ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่น่าสนใจ และเข้าถึงได้ง่าย ด้านบรรจุภัณฑ์มีความเห็นเหมือนผู้ประกอบการ ราคาขาย 60-100 บาท ต่อแป้งถึงสำเร็จรูป 500 กรัม จำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้า ช่องทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีการส่งเสริมการขาย เช่น เพิ่มปริมาณ ซื้อ 1 แกรม 1 หรือโฆษณาโดยบุคคลที่มีชื่อเสียง และผู้เชี่ยวชาญเห็นว่า แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจมีความเป็นไปได้ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ การจัดจำหน่ายควรใช้ระบบตัวแทนจำหน่าย เพราะเป็นสินค้าเจาะจงซื้อ ดังนั้นแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลาถึงสำเร็จรูปมีขั้นตอนดังนี้คือ ศึกษากรรมวิธีการผลิตขนมไข่ปลาถึงสำเร็จรูป อายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ และการศึกษายอมรับของผู้บริโภคในผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลาที่ทำมาจากแป้งถึงสำเร็จรูป

คำสำคัญ: แผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์, แป้งขนมไข่ปลาถึงสำเร็จรูป, ส่วนประสมทางการตลาด

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

¹ Assistant Professor, Faculty Home Economics of Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

² อาจารย์, คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

² Lecturer, Faculty Home Economics of Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

³ นักศึกษา, คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

³ Student, Faculty Home Economics of Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

* ผู้ประสานงานนิพนธ์ e-mail : Kanyanas.K@mutp.ac.th

Abstract

Khanom Kai Pla made from a mixture of rice flour, toddy palm and shredded coconut is a traditional Thai dessert that has a unique shape and is quite difficult to find for consumption. In order to develop the product in accordance with the traditional way of life, this study was to plan the development of Instant product of Khanom Kai Pla, using the product development process framework. The qualitative research data were collected by in-depth interviewing 3 main groups: entrepreneurs, consumers, and experts. Descriptive methods were used for presentation of the research results. The entrepreneurs suggested that products should be new and should increase product shelf life with 2-layered packaging of the inner sealed plastic bag and the outer paper box. In addition, the instant rice flour should have a quantity of 150 – 200 grams for 70-150 baht. The consumers suggested that the product should be developed to be a new, interesting and easily accessible. For the packaging, the consumers had the same opinion as entrepreneurs with the selling price 60-100 baht per 500 grams of instant products. It should be sold at department stores, convenience stores, and electronic marketing platforms. Promotion should be by enlarging the product size or buy-1-get-1-free campaign or advertisements by famous people. The experts agreed that the product development concept presented was interesting and feasible with a reasonable price for the quantity. Distribution should use a dealer system due to it is specific market niche. Therefore, the development plan that should be done further includes the study on methods of production and shelf-life extension as well as the study of consumers' acceptance of Khanom Kai Pla made from instant rice.

Keywords: Product Development Plan, Instant Rice Flour Mixed with Toddy Palm and Shredded Coconut, Marketing Mix

1. บทนำ

อาหารกึ่งสำเร็จรูปมีบทบาทต่อคนไทยมากขึ้น เนื่องจากสามารถตอบสนองกับวิถีชีวิตในปัจจุบันที่ต้องเร่งรีบแข่งกับเวลา และในช่วงที่ผู้บริโภคต้องประหยัดนั้น ความนิยมอาหารกึ่งสำเร็จรูปมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น จากคุณสมบัติที่โดดเด่นของอาหารกึ่งสำเร็จรูปคือ ราคาจำหน่ายอยู่ในเกณฑ์ต่ำเมื่อเทียบกับอาหารประเภทอื่น ๆ ไม่ต้องเสียเวลาในการเตรียมอาหารมากนัก มีความสะดวกรวดเร็ว รวมทั้งยังเป็นอาหารที่เก็บไว้ได้นานอีกด้วย ภาพรวมธุรกิจอาหารกึ่งสำเร็จรูปปัจจุบันมีอัตราการขยายตัวอยู่ในเกณฑ์ดีอย่างต่อเนื่อง แต่ก็มีการแข่งขันกันสูงมาก โดยเฉพาะการแข่งขันในด้านบรรจุภัณฑ์ รสชาติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปได้มากขึ้น (Positioning, 2005) อุตสาหกรรมอาหารกึ่งสำเร็จรูปเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนประเทศ และยังมีอุตสาหกรรมขนมไทย เป็นอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าทางธุรกิจสูง และนับเป็นส่วนช่วยผลักดันเศรษฐกิจของประเทศเนื่องจากในประเทศไทยมีคนรับประทานขนมไทยมากถึง 10-20 ล้านคน ทำให้เกิดการจ้างงาน และการหมุนเวียนเงินตราภายในประเทศและยังเป็นแหล่งที่มาของเงินตราจากต่างประเทศ โอกาสเติบโตของขนมไทยมีทั้งการบริโภคเพิ่มขึ้นภายในประเทศและการส่งออกต่างประเทศ แต่ผู้ประกอบการขนมไทยจำเป็นต้องเข้าใจรูปแบบของผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป การตลาดต้องมีปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับผู้บริโภค

ขนมไทยมีความใกล้ชิดกับการใช้ชีวิตของคนไทย ในช่วงเวลาหรือโอกาสต่าง ๆ ของชีวิต ผสานกับประเพณีและวัฒนธรรม รวมถึงภูมิปัญญาของคนแต่ละรุ่นในการรังสรรค์ขนมไทยให้มีความหลากหลาย ส่วนใหญ่ใช้ส่วนผสมจากธรรมชาติที่ได้ในท้องถิ่นและตามส่วนผสมหลักของขนมไทยมักเป็นแป้ง น้ำตาล และมะพร้าว เพราะเป็นของพื้นบ้านที่มีอยู่โดยทั่วไป ทว่ากาลเวลาผ่านไป กระแสความนิยมขนมในสังคมนั้นก็เปลี่ยนไป เนื่องจากการแพร่หลายทางวัฒนธรรมต่างประเทศที่เข้ามา คนไทยจึงหันไปนิยมขนมของหวานจากต่างประเทศ ความสนใจและนิยมขนมไทยก็ลดลง จนถึงจุดที่ขนมไทยบางชนิดเกือบจะสูญหายไป (หอมกลิ่นไทย, 2561) บวกกับการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ เป็นปัญหาสำคัญที่กำลังส่งผลกระทบต่อเกษตร การเพิ่มขึ้นของอุณหภูมิและความแปรปรวนของฝนย่อมส่งผลกระทบต่อทั้งระบบนิเวศ ระบบการผลิตทางการเกษตร การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อภาคการเกษตรของไทย (จิรวรรณ จันทรงค์ และคณะ, 2562) ทำให้ผลิตผลทางการเกษตรที่เป็นวัตถุดิบในการประกอบขนมไทยบางชนิดลดลง หรือหาได้ยากขึ้น เช่น ดาลโตนด อิงข้อมูลผลผลิตทางการเกษตรของต้นตาลโตนด จากระบบสารสนเทศการผลิตทางการเกษตร กรมส่งเสริมการเกษตร กระทรวงเกษตรและสหกรณ์ในปี พ.ศ.2553 มีผลผลิตที่เก็บเกี่ยวทั้งหมด 42,000 ตัน แต่ในปี พ.ศ.2563 กลับมีผลผลิตที่เก็บเกี่ยวทั้งหมด 7,200 ตัน ทำให้ขนมไทยที่ใช้ดาลโตนดเป็นวัตถุดิบเลือนหายไป หากกล่าวถึงขนมไทยที่ทำจาก ลูกตาล อย่างแรกที่คนจะนึกถึงคงจะหนีไม่พ้นขนมตาล ต่อด้วยลูกตาลลอยแก้ว ลูกตาลเชื่อม น้อยคนนักที่จะกล่าวถึง ขนมไขปลา ขนมไทยพื้นบ้านที่ปัจจุบันหาทานได้ยาก (ปลาหมึกซุบแบ่งทอด, 2563)

“ขนมไขปลา” เป็นขนมไทยพื้นบ้านที่ทำจากลูกตาล ทำจากแป้งข้าวเหนียวและแป้งข้าวเจ้าผสมกับเนื้อลูกตาล นวดส่วนผสมทั้งหมดจนกลายเป็นเนื้อเดียว แล้วปั้นแบ่งให้เป็นเส้นทำให้มี

รูปร่างคล้ายกับไข่ปลา จากนั้นนำไปหยอดในน้ำเชื่อมต้มเดือด เมื่อสุกแล้วขนมจะลอยขึ้นมาด้านบน ก็ตักขึ้นพักเตรียมรับประทานได้ โดยส่วนมากแล้วนิยมนำมาคลุกเคล้ากับมะพร้าวชูดคลุกเกลือก่อนรับประทาน ช่วยเพิ่มรสชาติให้กับขนมไข่ปลา (ปลาหมึกซุบแบ่งทอด, 2563)

จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีแนวความคิดในการวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ กรณีศึกษา : ขนมไข่ปลากึ่งสำเร็จรูป เพื่อเป็นการสืบทอดขนมไทยที่หาบริโภคได้ยากไม่ให้อสูญหาย และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้คนในปัจจุบัน ซึ่งผลการศึกษาสามารถให้เป็นข้อมูลเบื้องต้นในการพัฒนาให้แก่ผู้ประกอบการ และผู้ที่สนใจประกอบธุรกิจประเภทนี้

2. วัตถุประสงค์

เพื่อวางแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลากึ่งสำเร็จรูป โดยใช้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นกรอบแนวความคิด

3. ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ให้ข้อมูลหลัก จำนวน 3 กลุ่ม ได้แก่ 1) ผู้ประกอบการ ผู้วิจัยทำการเลือกตัวอย่างผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จทางธุรกิจ จำนวน 3 แห่ง 2) ผู้บริโภคขนมไข่ปลา ผู้บริโภครู้จักและบริโภคขนมไข่ปลาเป็นประจำแบบเจาะจง จำนวน 7 คน และ 3) ผู้เชี่ยวชาญ ผู้วิจัยทำการเลือกนักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านอาหารและขนมไทย ด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร และด้านการตลาด และมีประสบการณ์สอนในด้านนั้น ๆ ไม่น้อยกว่า 5 ปี จำนวน 3 คน คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและขนมไทย ผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ทั้งนี้เพื่อให้ทราบถึงแนวความคิดและความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เป็นเครื่องมือ และนำเสนอผลการศึกษาด้วยวิธีการเชิงบรรยาย (Descriptive Research)

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการศึกษาแนวความคิดของผู้ประกอบการ และผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ กรณีศึกษา : ขนมไข่ปลากึ่งสำเร็จรูป

4.1.1 แนวความคิดของผู้ประกอบการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ จากสัมภาษณ์ แนวโน้มการบริโภคขนมไข่ปลา ผู้ประกอบการคนที่ 1 และ คนที่ 2 เห็นว่า ปัจจุบันผู้บริโภครู้จักและบริโภคขนมไข่ปลามากขึ้น สังเกตได้จากมีลูกค้ารายใหม่ทดลองซื้อขนมไปบริโภค แต่แนวโน้มการบริโภคยังเป็นการบริโภคเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่รู้จักขนมไข่ปลาหรือผู้ที่อยากทดลองบริโภคเท่านั้น ซึ่งยังไม่ได้มากเท่ากับหรือเหมือนขนมไทยพื้นบ้านอื่น เช่น ขนมกล้วย ขนมตาล ข้าวต้มมัด เป็นต้น แต่ผู้ประกอบการคนที่ 3 เห็นว่าแนวโน้มการบริโภคลดลง เนื่องจากผู้ประกอบการที่ผลิตขนมไข่ปลา มีจำนวนน้อยลง เพราะขนมไข่ปลาเป็นขนมที่เป็นที่รู้จักเพียงบางกลุ่มอีกทั้งมีขั้นตอนการทำที่ยุ่งยาก จึงทำให้ผู้ประกอบการรายใหม่ที่ต้องการขายขนมไข่ปลาลดลง นอกจากนี้อาจมีผล

จากวิกฤตการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ทำให้หาบริโภคได้ยากมากกว่าเดิม ผู้ประกอบการคนที่ 2 และผู้ประกอบการคนที่ 3 ต้องการพัฒนาขนมไข่ปลานี้ให้มีความแปลกใหม่ หาบริโภคได้ง่าย และมีอายุการเก็บรักษาที่นานขึ้น เนื่องจากขนมไข่ปลานี้มีความชื้นสูง แบทที่เรียสามารถเจริญเติบโตได้ดี เป็นสาเหตุหลักทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในขนม ทำให้ขนมไข่ปลาเสื่อมเสียได้ และเห็นด้วยในการพัฒนาให้ไข่ปลาเป็นแปงกึ่งสำเร็จรูป เนื่องจากจะทำให้ระยะเวลาในการเก็บรักษานานขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงขนมไข่ปลาได้ง่ายขึ้นและสามารถนำไปประกอบเพื่อจัดจำหน่ายได้ทุกฤดูกาล อีกทั้งยังเพิ่มความสะดวกให้กับผู้ที่ต้องการบริโภค สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับแปงขนมไข่ปลา กึ่งสำเร็จรูป ควรเป็นถุงพลาสติกที่ปิดสนิทป้องกันแสงอากาศ และความชื้น และชั้นนอกเป็นกล่องกระดาษคล้ายแปงแพนเค้ก หรือแปงเค้ก กึ่งสำเร็จรูป เพื่อเพิ่มความน่าสนใจของตัวผลิตภัณฑ์ และเป็นตัวป้องกันสินค้าด้านใน ถ้ามีผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลา กึ่งสำเร็จรูป ออกมาวางจำหน่ายมีต้องการที่จะซื้อหาบริโภค และเห็นว่าจะสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับขนมไข่ปลาได้ โดยผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลา กึ่งสำเร็จรูปควรมีปริมาณอยู่ที่ 150 – 200 กรัม ราคาในการขายประมาณ 70 – 150 บาท เนื่องจากเนื้อตาลโดนตมมีขั้นตอนการเตรียมการที่ยุ่งยาก เมื่อนำมาผ่านกระบวนการทำแห้งจะทำให้ปริมาณของเนื้อตาลโดนตมลดลง ในส่วนของช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นสินค้าอยากให้มีการลงขายเป็นสินค้า O-TOP หรือทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) ผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชันต่าง ๆ เช่น Shopee Lazada โดยมีการส่งเสริมการตลาด เป็นการลดราคาเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย แต่ผู้ประกอบการคนที่ 1 ไม่เห็นด้วยให้มีการพัฒนาขนมไข่ปลาให้แตกต่างไปจากเดิม แต่ควรเน้นการอนุรักษ์ขนมไข่ปลาแบบเดิมให้คงอยู่ รวมถึงให้ความสำคัญในเรื่องของวัตถุดิบที่มีคุณภาพในการทำขนมไข่ปลา มากกว่าการพัฒนาให้ต่างไปจากเดิม โดยให้เหตุผลว่า “ของบางอย่างบนโลกมนุษย์ ไม่จำเป็นต้องพัฒนาเพียงแคร์รักษาของเดิมให้คงอยู่ต่อไปเหมือนเดิมให้ได้” และไม่เห็นด้วยในการทำเป็นขนมไข่ปลา กึ่งสำเร็จรูป เพราะไม่มั่นใจในตำรับที่นำมาพัฒนาเป็นแปงกึ่งสำเร็จรูป และไม่มั่นใจว่าตัวขนมไข่ปลาเมื่อทำสำเร็จแล้วจะทำออกมาได้ดีตรงตามมาตรฐานกับขนมไข่ปลาของผู้ประกอบการผลิตหรือไม่จึงเห็นว่าไม่ต้องการซื้อและไม่ให้การยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่

4.1.2 แนวความคิดของผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ จากสัมภาษณ์ผู้บริโภคมีความเห็นเป็นแนวทางเดียวกัน คือ เห็นด้วยในการพัฒนาขนมให้มีความแตกต่างไปจากเดิม เพื่อสร้างความแปลกใหม่ เพิ่มความน่าสนใจ ทำให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น หรือทำให้มีผู้บริโภครายใหม่รู้จักขนมไข่ปลามากขึ้น อยากให้ผู้ประกอบการพัฒนาขนมไข่ปลาในเรื่องรูปลักษณ์ขนมให้มีความแปลกใหม่แตกต่างไปจากเดิม มีการเพิ่ม สี กลิ่น รสชาติ เช่น มีการเปลี่ยนส่วนผสมหลักจากเนื้อตาลโดนตม เป็น ฟักทอง หรือมันม่วง เป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคที่อาจจะไม่ชอบกลิ่น หรือรสชาติของตาลโดนตมมีการปรับสูตรขนมให้มีเนื้อสัมผัสที่นุ่มมากยิ่งขึ้น อีกทั้งผู้บริโภคยังมีความเห็นให้มีการพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์จากกล่องพลาสติกให้มีความน่าสนใจ และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาขนมไข่ปลาให้สามารถเก็บรักษาได้นานมากขึ้น และควรพัฒนาให้สามารถส่งผลิตภัณฑ์ไปจัดจำหน่ายในพื้นที่อื่นได้นอกจากช่องทางขายหน้าร้านเพียงช่องทางเดียว ผู้บริโภคเห็นด้วยให้มีการพัฒนาขนมไข่ปลาเป็นแปงกึ่งสำเร็จรูป เนื่องจากแปงมีความชื้นต่ำ สะดวกในการเก็บรักษา ทำให้ระยะเวลาในการเก็บรักษานานขึ้น เมื่อผู้บริโภคต้องการรับประทานขนมไข่

ปลา สามารถลงมือประกอบเองได้ที่บ้าน โดยไม่เสียเวลาในการเตรียมวัตถุดิบ อีกทั้งอาจทำให้ผู้บริโภคมีความสนใจในขนมไข่ปลามากขึ้น บรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุขนมไข่ปลากิ่งสำเร็จรูป ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความเห็นว่าควรใช้เป็นถุงพลาสติกที่สามารถกันแสง ความชื้นได้ เพราะแสงและความชื้นเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในผลิตภัณฑ์ เช่น หากแบ่งโดนความชื้น จะเกิดการเกาะตัวกันเป็นก้อน เกิดเชื้อราหรือมีกลิ่นเหม็นหืนได้ แต่ยังมีความเห็นของผู้บริโภคที่ให้ความเห็นว่าบรรจุภัณฑ์ควรเป็นขวดโหลสุญญากาศ เพื่อที่จะสามารถจัดเก็บได้เป็นระเบียบและมีความสะอาดมากกว่าถุงพลาสติก และหากมีผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลากิ่งสำเร็จรูปออกมาวางจำหน่ายนั้น ผู้บริโภคเห็นด้วย เพราะสามารถทำให้ขนมไข่ปลาเก็บรักษาได้นานขึ้น และยังทำให้ผู้บริโภคจดจำไปตรานานชั่วนานไม่เลือนหายไปตามกระแสนิยม และผู้บริโภคให้ความเห็นเกี่ยวผลิตภัณฑ์เป็นรายด้านดังนี้ 1. ด้านราคา ผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าราคาที่ขายควรอยู่ประมาณ 60-100 บาท ต่อแป้งกิ่งสำเร็จรูป 500 กรัม 2. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้บริโภคส่วนใหญ่คิดว่าควรวางจำหน่ายที่ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ และช่องทางการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) เพราะเป็นช่องทางที่ผู้บริโภคเข้าถึงได้สะดวก 3. ด้านการส่งเสริมการตลาด ควรมีการเพิ่มปริมาณสินค้าพิเศษขึ้น หรือเป็นซื้อ 1 แถม 1 รวมไปถึงมีการใช้บุคคลมีชื่อเสียงมาช่วยในการโฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ และผู้บริโภค มีความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์ เพราะเป็นผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจ ต้องการทดลองสิ่งใหม่ ๆ และต้องการอุดหนุนผู้ประกอบการ รวมถึงเป็นการอนุรักษ์ขนมไข่ปลาไม่ให้เลือนหาย

4.2 การกลั่นกรอง ประเมินความคิด

จากการรวบรวมแนวความคิดของผู้ประกอบการและผู้บริโภค มาประเมินความคิดเห็นดังตารางที่ 1 โดยมีเกณฑ์ ดังนี้

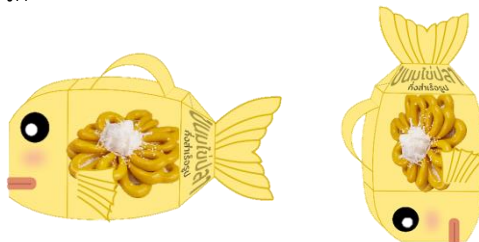
1. สินค้าตรงกับความต้องการจริงหรือไม่
2. ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่สามารถปรับปรุงได้หรือไม่
3. ทำให้สินค้ามีคุณค่ามากขึ้นหรือไม่
4. ผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถทำกำไรตามที่คาดไว้หรือไม่
5. ตลาดสามารถยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้หรือไม่

ตารางที่ 1 ตารางถ่วงน้ำหนักประเมินความคิดของผู้ประกอบการและผู้บริโภค

เกณฑ์การประเมิน	กลุ่มตัวอย่าง									
	ผู้ประกอบการ	ผู้ประกอบการ	ผู้ประกอบการ	ผู้บริโภค	ผู้บริโภค	ผู้บริโภค	ผู้บริโภค	ผู้บริโภค	ผู้บริโภค	ผู้บริโภค
	(1)	(2)	(3)	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
1. สิ้นค้าตรงกับความต้องการจริงหรือไม่	√	√	√	√	√	√	√	√	√	√
2. ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่สามารถปรับปรุงได้หรือไม่		√	√	√	√	√	√	√	√	√
3. ทำให้สินค้ามีคุณค่ามากขึ้นหรือไม่		√	√	√	√	√	√	√	√	√
4. ผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถทำตามราคาที่คาดไว้หรือไม่		√	√	√	√	√	√	√	√	√
5. ตลาดสามารถยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้หรือไม่		√	√	√	√	√	√	√	√	√

จากการกลั่นกรองประเมินความคิดของผู้ประกอบการและผู้บริโภคตามเกณฑ์การประเมินข้างต้น ทำให้ผู้วิจัยมีแนวคิดในการพัฒนาขนมไข่ปลาให้เป็นผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลาสำเร็จรูปโดยเปลี่ยนลักษณะวัตถุดิบในการทำขนมไข่ปลาจากของสดเป็นของแห้ง เพื่อให้สินค้าตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกสบาย หรือผู้ประกอบการสามารถนำไปประกอบเพื่อการบริโภคและการจัดจำหน่าย ทั้งยังทำให้ผลิตภัณฑ์มีคุณค่าเพิ่มขึ้นจากเดิมสามารถเป็นที่ยอมรับของตลาดและทำกำไรได้ โดยผลิตภัณฑ์มีลักษณะดังนี้

ผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลาสำเร็จรูป มีส่วนประกอบคือ แป้งข้าวเหนียว ตาลโตนดผง (เนื้อตาลโตนดที่หั่นน้ำจนแห้งแล้ว มาเข้าอบให้แห้ง จากนั้นนำไปดให้ละเอียด) ผสมกับ น้ำตาลผง และเกลือผง เมื่อผู้บริโภคต้องการรับประทาน สามารถนำน้ำสะอาด หรือกะทิมา ผสม นวดจนเข้ากัน แล้วทำให้สุกโดยการนึ่ง หรือต้มในน้ำเชื่อม สำหรับบรรจุภัณฑ์ของขนมไข่ปลาสำเร็จรูป ประกอบไปด้วย 2 ส่วน คือ บรรจุภัณฑ์ชั้นในเป็นถุงลามิเนต (BOPET/Aluminum/LLDPE) ที่ช่วยป้องกันการผ่านเข้าออกของแก๊สออกซิเจน แสง และความชื้น เป็นสาเหตุสำคัญของการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะทางเคมี กายภาพ และจุลินทรีย์ ทำให้คุณภาพของอาหารลดลงและบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกเป็นกล่องกระดาษที่สามารถออกแบบให้มีรูปลักษณ์ที่สวยงามทันสมัย จัดเก็บได้สะดวก อีกทั้งยังสามารถใช้แสดงฉลากอาหารได้ เช่น ชื่ออาหาร ที่ตั้งสถานที่ผลิต น้ำหนักสุทธิ วันเดือนปีที่ผลิต หรือวันเดือนปีที่หมดอายุการบริโภค และรายละเอียดอื่น ๆ ที่สำคัญกับผู้บริโภค ด้านราคา และน้ำหนักสุทธิของผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลาสำเร็จรูป คือ 120 บาท ต่อน้ำหนัก 300 กรัม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรจัดจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อ ห้างสรรพสินค้า ร้านขายขนมไข่ปลา และช่องทางออนไลน์ เพื่อเป็นการสร้างความสะดวกสบายให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ สั่งซื้อผลิตภัณฑ์ และส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภค สำหรับการส่งเสริมการตลาดช่วงเริ่มต้นทำการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านทางเว็บไซต์ เช่น Facebook, Instagram หรือออกบูธแสดงสินค้า โดยจะมีการลดราคาจากเดิม 120 บาทเป็น 99 บาท และมีการคิดแผนส่งเสริมการขายเพิ่มเติมเป็นซื้อ 1 แถม 1 หรือแจก



ภาพที่ 1 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลาสำเร็จ แนวนอน (ซ้าย) และแนวตั้ง (ขวา)

ตัวอย่างสินค้าให้ผู้บริโภคได้รับประทาน เพื่อเป็นการสร้างการรับรู้ผลิตภัณฑ์ผ่านการส่งเสริมการตลาด ทำให้ผู้บริโภคเข้าสู่กระบวนการการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ เกิดความสนใจในผลิตภัณฑ์ เปรียบเทียบกับผลิตภัณฑ์เดิมซื้อผลิตภัณฑ์ใหม่มาทดลอง แล้วกลับมาซื้อซ้ำอย่างต่อเนื่อง เกิดเป็นการยอมรับของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์

4.3 ผลการพัฒนาแนวความคิดผลิตภัณฑ์แบ่งขนมไข่ปลาถึงสำเร็จรูปจากผู้เชี่ยวชาญ

ผลการพัฒนาแนวความคิดผลิตภัณฑ์แบ่งขนมไข่ปลาถึงสำเร็จรูปจากผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและขนมไทย ด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร และด้านการตลาด มีดังนี้

4.3.1 ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารไทยและขนมไทย เห็นว่า มีความเป็นไปได้ในการพัฒนาขนมไข่ปลาให้เป็นผลิตภัณฑ์แบ่งขนมไข่ปลาถึงสำเร็จรูป เป็นแนวคิดที่น่าสนใจเข้ากับบริบทในสังคมปัจจุบัน เนื่องจากขนมไข่ปลาเป็นขนมที่มีกระบวนการทำที่ยุ่งยากและมีปัจจัยอื่น ๆ เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะเนื้อตาลสุกนั้นจะมีในบางฤดูเท่านั้น จึงทำให้ขนมไข่ปลานั้นสูญหายไปหรือไม่เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวาง ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมนอกจากผลิตภัณฑ์แบ่งขนมไข่ปลาถึงสำเร็จรูป สามารถทำเป็นขนมไข่ปลาแช่แข็ง หรือขนมไข่ปลาพร้อมรับประทานสามารถนำไปอุ่นในไมโครเวฟพร้อมรับประทาน เพิ่มความสะดวกให้กับผู้บริโภค ในด้านบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ รายละเอียดที่ชี้แจงมีความชัดเจน เหมาะสม น่าสนใจ และสอดคล้องกับผู้บริโภค สำหรับด้านราคาของผลิตภัณฑ์ 120 บาท ต่อน้ำหนัก 300 กรัม มีความเห็นว่า ราคาค่อนข้างสูง แต่ถ้ามีการปรับปริมาณเป็น 500 กรัมจะมีความเหมาะสมมากกว่า เพราะในมุมมองของผู้บริโภคขนมไข่ปลาสดราคาขายที่หน้าร้านมีราคาเพียง 20-30 บาทต่อ 1 กล่อง ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีความเหมาะสม ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงได้ง่าย และด้านส่งเสริมการตลาด ตามแผนที่วางไว้มีรายละเอียดชัดเจน แต่จะอย่างไรให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายมากขึ้น

4.3.2 ผู้เชี่ยวชาญด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร เห็นว่า มีความเป็นไปได้ในการพัฒนาขนมไข่ปลาให้เป็นผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลาถึงสำเร็จรูป เนื่องจากผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ มีข้อเสนอแนะให้เพิ่มรายละเอียดในส่วนของคุณภาพขนมไข่ปลา เช่น เป็นขนมประจำจังหวัด หรือขนมไทยพื้นบ้านที่ต้องมีการอนุรักษ์ เพื่อช่วยให้ผู้บริโภคเห็นถึงความสำคัญของขนมไข่ปลา เพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ และควรเพิ่มกะทิผงลงในส่วนผสมของผลิตภัณฑ์แบ่งขนมไข่ปลาถึงสำเร็จรูป เพื่อให้ผู้บริโภคสามารถนำไปผสมกับน้ำสะอาดเพียงอย่างเดียว ซึ่งเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้กับผู้บริโภค

4.3.3 ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด เห็นว่า มีความเป็นไปได้ในการพัฒนาขนมไข่ปลาให้เป็นผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลาถึงสำเร็จรูป เนื่องจากมีผลิตภัณฑ์อาหารหลายชนิดที่จำหน่ายตัวแบ่งถึงสำเร็จรูป ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจตัวผลิตภัณฑ์ได้ง่าย อีกทั้งยังช่วยให้ผู้บริโภคได้รู้จักขนมไข่ปลาอย่างแพร่หลายมากขึ้น แต่ต้องคำนึงในการผลิตต้องรักษาคุณภาพ

ของแบ่งให้ได้มาตรฐาน เพราะคุณภาพของแบ่งจะส่งผลต่อลักษณะที่ดีของขนม ส่วนด้านราคา เป็นราคาที่เหมาะสมอยู่ในระดับการตลาด ด้านช่องทางจัดจำหน่าย ควรจัดจำหน่ายแบบมีตัวแทน เพราะเป็นสินค้าเจาะจงซื้อ และด้านการส่งเสริมการตลาดมีความเหมาะสมคือ จะต้องมีการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภค มีการส่งเสริมการขายด้วยวิธีการลดราคา และจัดแสดงสินค้า เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกันระหว่างลูกค้าและผู้ผลิต

5. อภิปรายผล

จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการและผู้บริโภค เกี่ยวกับแนวความคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ขนมไข่ปลา ผู้ประกอบการให้ความเห็นว่าขนมไข่ปลาเป็นที่รู้จักมากขึ้นโดยเฉลี่ยจะเป็นบุคคลวัยรุ่น ซึ่งสอดคล้องกับสิริปริยา แสงทอง และธีระวัฒน์ จันทิก (2560) ที่ศึกษาเรื่อง การศึกษาและการสืบสานการวิธีทำขนมไทยไข่ปลาสูตรโบราณของวัยรุ่นที่สืบทอดมาจากผู้สูงอายุ ร้านขนมคุณยายผ่องศรี ตลาดร้อยปีสามชุก จังหวัดสุพรรณบุรี พบว่า ปี 2559 กลุ่มคนที่มีอายุ 14 – 26 ปี ในกรุงเทพมหานครมีความสนใจในขนมไข่ปลาถึง 813,445 คน โดยเป็นเพียงจำนวนผู้ถือสัญชาติไทย ซึ่งเป็นแนวโน้มที่ดีในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลาให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายมากยิ่งขึ้น และยังสอดคล้องกับรุ่งนภา พงศ์สวัสดิ์มานิต (2556) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เริ่มจากการศึกษาข้อมูลความต้องการของผู้บริโภค ผ่านการสำรวจจากการจัดจำหน่ายสินค้าในตลาด เพื่อสรุปให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค นำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ที่ผู้บริโภคในตลาดต้องการ และสอดคล้องกับกลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ที่ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์ (2560) กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้องมีความแปลกใหม่ ยังไม่เคยมีในรายการอาหารมาก่อน มีการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ ปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งจะสามารถเป็นทางเลือกให้กับผู้บริโภคในการรับประทานอาหารสำเร็จรูป และเป็นโอกาสทางธุรกิจที่จะสามารถขยายสายการผลิต

ผู้ประกอบการและผู้บริโภคต้องการให้พัฒนาในส่วนของลักษณะของบรรจุภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่น่าสนใจ และใช้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถกันแสง อากาศ และความชื้น โดยแบ่งออกเป็น 2 ชั้นคือ บรรจุภัณฑ์ชั้นนอกเป็นกล่องกระดาษ เพื่อป้องกันการกระแทก และเพิ่มความสวยงามระหว่างการขนส่ง สอดคล้องกับนพวรรณ ชีวอารี (2555) กล่าวว่า ภาชนะบรรจุหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันความเสียหายแตกหักที่จะเกิดขึ้นกับตัวผลิตภัณฑ์และเพิ่มมูลค่าราคาให้กับสินค้า และบรรจุภัณฑ์ชั้นในเป็นถุงลามิเนต (BOPET/Aluminum/LLDPE) สามารถป้องกันการไหลผ่านของอากาศ แสง และความชื้น สอดคล้องกับธวัช นุสนธรา (2555) ที่กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าประเภทผง เช่น คริม

เทียม กาแฟ มะตูม ขิงผง จะต้องมีสมบัติในการป้องกันการผ่านเข้าออกของออกซิเจน และความชื้น เพื่อป้องกันอาหารขึ้น ฝ้าขาวเป็นก้อน เกิดเชื้อรา และเหม็นหืนเร็ว ควรใช้เป็นถุงพลาสติกลามิเนตกับอะลูมิเนียมฟอยล์ เช่น BOPET/Aluminum/LLDPE และได้วางแผนพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลา โดยการพัฒนาขนมไข่ปลาให้อยู่ในรูปแบบผง ด้วยวิธีการอบแห้ง ทำให้ค่าความชื้น หรือค่าน้ำอิสระลดลง จะสามารถทำให้มีอายุการเก็บรักษาที่นานขึ้น สำหรับด้านราคา ควรอยู่ที่ 120 บาท โดยมีปริมาณ 300 กรัม สอดคล้องกับชัมพร เพ็งมาก และสุธาสินี ศรีวิไล (2554) ศึกษาการทำแปงตาลโตนดสามารถทำได้โดยการนำตาลโตนดไปอบในอุณหภูมิ 60 องศาเซลเซียส 10 ชั่วโมง โดยน้ำในตาลโตนดจะหายไปร้อยละ 90 โดยจะเหลือตาลโตนดผงเพียงร้อยละ 10 ทำให้ตาลโตนดผงมีราคาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบกับปริมาณ ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค ผู้เชี่ยวชาญ เห็นตรงกัน คือ การขายในห้างสรรพสินค้า ตลาด และช่องทางออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับศศิธร อยู่เล็ก (ม.ป.ป.) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อขนมไทยของคนวัยทำงาน และด้านการส่งเสริมการตลาด การส่งเสริมการขายด้วยวิธีการลดราคา หรือโฆษณา สอดแทรกผ่านสื่อต่าง ๆ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่รู้จักแก่ผู้บริโภค

6. องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาในครั้งนี้ทำให้ได้แผนการพัฒนาแป้งขนมไข่ปลากึ่งสำเร็จรูป ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคที่อยากอนุรักษ์ขนมไทยที่หาบริโภคได้ยากไม่ให้สูญหาย และอยากให้มีแหล่งจำหน่ายที่สามารถซื้อหาบริโภคได้ง่าย ส่งผลดีต่ออุตสาหกรรมอาหารกึ่งสำเร็จรูป ซึ่งเป็นอุตสาหกรรมที่มีส่วนสำคัญในการพัฒนาประเทศ อีกทั้งหากเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูป ผู้บริโภคจะใช้เวลาในการประกอบอาหารน้อย สะดวกรวดเร็วสอดคล้องกับวิถีชีวิต รวมถึงราคาจำหน่ายของผลิตภัณฑ์อาหารอยู่ในเกณฑ์ต่ำเมื่อเทียบกับอาหารประเภทอื่น ๆ อาจเป็นสิ่งที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคสนใจอยากซื้อผลิตภัณฑ์กลับไปบริโภคได้อีกทางหนึ่ง

7. สรุป

จากการศึกษาแผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ : กรณีศึกษาแป้งขนมไข่ปลากึ่งสำเร็จรูป โดยใช้แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ 3 ขั้นตอนของ Shreyasi (2015) เป็นกรอบแนวคิด ซึ่งประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 การสร้างความคิด เป็นการรวบรวมความคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์จากผู้ประกอบการและผู้บริโภคมาวิเคราะห์ในขั้นตอนที่ 2 คือนำความคิดมา

กลั่นกรอง ประเมินความคิด และพิจารณาแนวคิดที่ดีไม่ได้ออกเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และทำให้ผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจ ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาแนวความคิด ผู้วิจัยได้นำความคิดที่ผ่านการกลั่นกรอง ประเมินความคิดแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญด้านอาหารและขนมไทย ด้านวิทยาศาสตร์การอาหาร และด้านการตลาด ตรวจสอบความเป็นไปได้ในการพัฒนา รวมทั้งข้อเสนอแนะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำให้ได้แผนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลากิ่งสำเร็จรูป ซึ่งมีขั้นตอนดังนี้ คือ 1. ศึกษากรรมวิธีการผลิตขนมไข่ปลากิ่งสำเร็จรูปโดยเปลี่ยนลักษณะวัตถุดิบในการทำขนมไข่ปลาจากของสดเป็นของแห้ง ผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลากิ่งสำเร็จรูป มีส่วนประกอบคือ แป้งข้าวเหนียว ตาลโตนดผง (เนื้อตาลโตนดที่หั่นน้ำจิ้มแห้งแล้วมาเข้าอบให้แห้ง จากนั้นนำไปดให้ละเอียด) ผสมกับน้ำตาลผง และเกลือผง เมื่อผู้บริโภคต้องการรับประทาน สามารถนำน้ำสะอาด หรือกะทิมาผสม นวดจนเข้ากัน แล้วทำให้สุกโดยการนึ่ง หรือต้มในน้ำเชื่อม 2. ศึกษาอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ และ 3. การศึกษายอมรับผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลากิ่งสำเร็จรูปของผู้บริโภค เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับสอดคล้องกับวิถีชีวิต และอนุรักษ์ขนมไทยพื้นบ้านที่มีเอกลักษณ์ไม่ให้อสูญหาย

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ มีเอกลักษณ์ และใช้วัสดุเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม สามารถดึงดูดใจแก่ผู้พบเห็นและสื่อถึงความตั้งใจของผู้ผลิตที่จะส่งมอบสินค้าที่ดีมีคุณภาพให้แก่ผู้บริโภค และมีการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมาช่วยโฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ อาจเป็นเครื่องมือในการสร้างกระแสให้ผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจในขนมไข่ปลามากยิ่งขึ้น

8.2 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาในเรื่องการตลาด (Test - Marketing) และทำการค้า (Commercialization) ซึ่งเป็นการนำผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาดเพื่อแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ และแนวทางการเปิดตัวผลิตภัณฑ์ใหม่ และเป็นแนวทางในการวางแผนทางการตลาดแป้งขนมไข่ปลากิ่งสำเร็จรูปให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคในอนาคตต่อไป

9. เอกสารอ้างอิง

จวีร์วรรณ จันทรคง, เกศสุตา สิทธิสันติกุล, นิโรจน์ สิ้นณรงค์, และกฤตวิทย์ อัจฉริยะพานิชกุล. (2562). ผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศต่อผลผลิตปาล์มน้ำมันในพื้นที่ภาคใต้ของประเทศไทย. *วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย* 11(1), 54-66.

- ชไมพร เพ็งมาก และสุธาสินี ศรีวิไล. (2554). การพัฒนาขนมไทยจากแป้งตาลโตนด. *วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร ฉบับพิเศษ*, 5(1), 93-105.
- ธวัช นุสนธรา. (2564). บรรจุภัณฑ์พลาสติกกับคุณภาพอาหารโอท็อป. *สรสารกรรม วิทยาศาสตร์บริการ*, 62(196), 35-37.
- นพวรรณ ชิวอารี. (2555). การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมูปิ้งเพื่อส่งเสริมการขายกรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หมูปิ้งแปรรูปในชุมชนท้องถิ่น จังหวัด นครปฐม. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโท]. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ปลาหมึกซุบแบ่งทอด. (2563, 25 ธันวาคม). *ขนมไข่ปลาทำเอง : เกาะเกี๊วด*. trueid. <https://food.trueid.net/detail/pbvnLN42Dgnb>.
- รุ่งนภา พงศ์สวัสดิ์มานิต. (2556). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอุตสาหกรรมการเกษตร* (พิมพ์ครั้งที่ 4) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และศุภร เสรีรัตน์. (2560). *การบริหารการตลาดยุคใหม่*. ธรรมสาร.
- ศศิธร อยู่เล็ก. (ม.ป.ป.). พฤติกรรมการเลือกซื้อขนมไทย ของคนวัยทำงาน ในเขตลาดกระบัง. ru.ac.th. <https://mmm.ru.ac.th/MMM/IS/twin-8/6114154054.pdf>
- สิริปริยา แสงทอง และธีระวัฒน์ จันทิก. (2560, 7-9 สิงหาคม). *การศึกษาและการสืบสาน การวิธีทำขนมไทยไข่ปลาสูตรโบราณของวัยรุ่นที่สืบทอดมาจากผู้สูงอายุ*. [การ นำเสนอ] การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 9 “ราชมงคลสร้างสรรค์กับนวัตกรรมที่ยั่งยืนสู่ประเทศไทย 4.0”, นนทบุรี, ประเทศไทย.
- หอมกลิ่นไทย. (2561, 24 กันยายน). *ขนมไทย ความหอมหวานที่คงอยู่เหนือกาลเวลา*. homglinthai.com. <https://homglinthai.com/ขนมไทย-ความหอมหวานที่คงอยู่/>.
- Positioning. (2005, 11 สิงหาคม). *อาหารกึ่งสำเร็จรูป : แนวโน้มขยายตัว ... สอดรับ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เข้มงวด*. ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. Positioning. <https://www.positioningmag.com/24308>
- Shreyasi Ghose. (2015). *New Product Planning Process (7 Phases)*. Yourarticlelibrary.com. [https://www.New Product Planning Process \(7 Phases\) \(yourarticlelibrary.com\)](https://www.NewProductPlanningProcess(7Phases)(yourarticlelibrary.com))