



การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์กระยาสารหมัลเบอร์รี่

Development of Packaging and Marketing Channels for Krayasart Mulberry Products



วศิน ว่องไวยการ, ณัฏกร ศรีวิราช, ภูวดล ยุบลมัตย์, ปิยวรรณ โชติวัฒนภูวดล, จักรพรรณ์ รักษาสวัสดิ์ และวิไลวรรณ แสนชนะ*

สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา พิชณุโลก 65000, wiraiwans@rmutl.ac.th

บทคัดย่อ

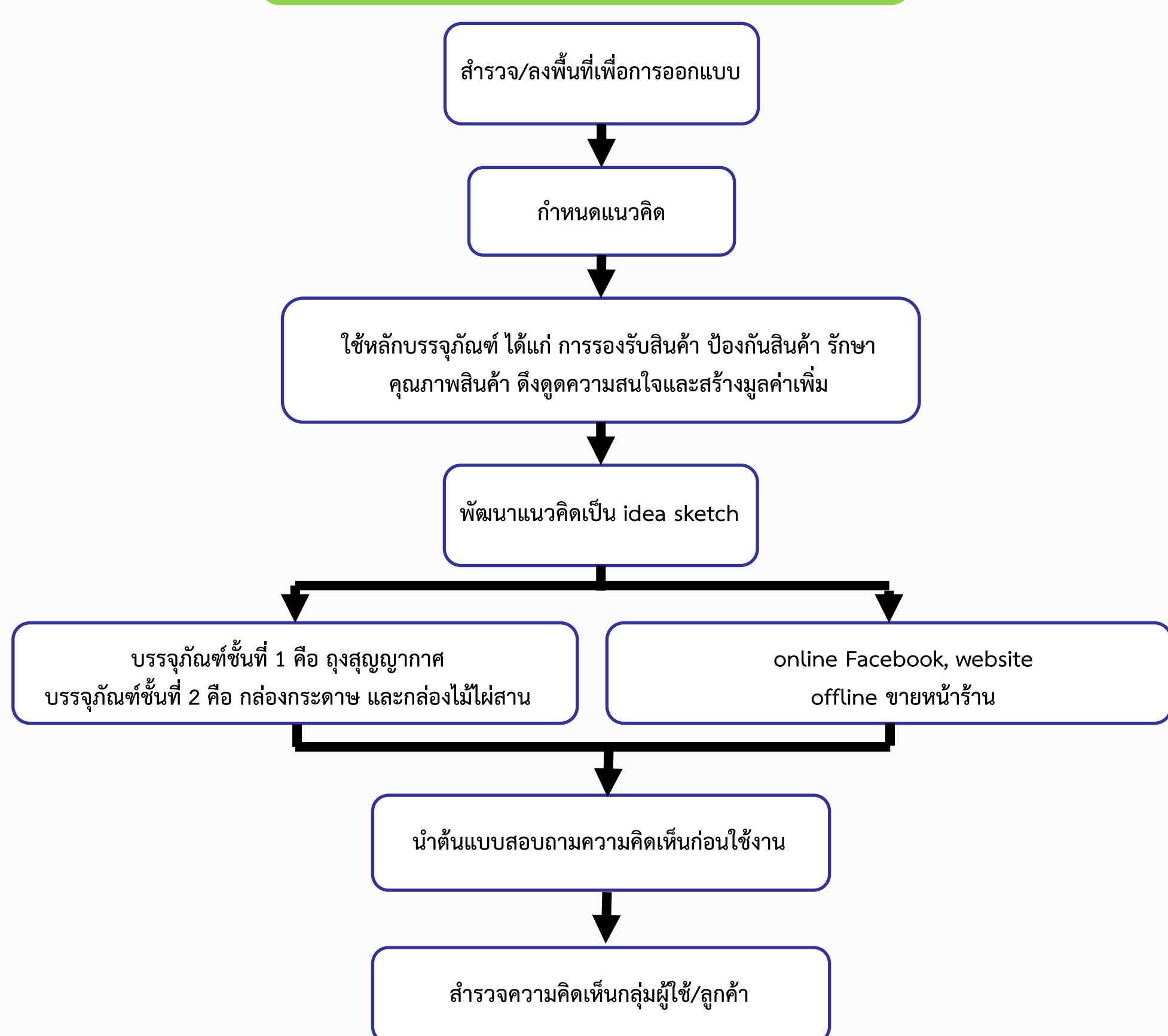
งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กระยาสารหมัลเบอร์รี่ และ 2) พัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์กระยาสารหมัลเบอร์รี่ มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนี้ 1) การสำรวจความต้องการ 2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3) การพัฒนาช่องทางการตลาด และ 4) การสำรวจความคิดเห็น ผลการศึกษา พบว่า 1) ผู้ประกอบการมีความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัย และเพิ่มช่องทางการขายให้มากขึ้น 2) นักความต้องการมาศึกษาเพิ่มเติมโดยใช้หลักบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ การรองรับสินค้า ป้องกันสินค้า รักษาคุณภาพสินค้า ดึงดูดความสนใจ และสร้างมูลค่าเพิ่ม หลังจากนั้นนำมาพัฒนาโดยได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 1 คือ บรรจุในถุงสุญญากาศขนาด 50 กรัม และบรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 2 คือ แบบกล่องกระดาษและกล่องสานจากไม้ไผ่ 3) การพัฒนาช่องทางการตลาดโดยมีทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์ โดยในรูปแบบออนไลน์ ใช้ WordPress เป็นเครื่องมือในการพัฒนาเว็บไซต์ ร่วมกับการใช้ปลั๊กอิน WooCommerce ในการแสดงสินค้าสำเร็จรูปให้ง่ายต่อการพัฒนาเว็บไซต์ และสื่อสังคมออนไลน์ (Facebook) ทั้งนี้ได้นำต้นแบบของบรรจุภัณฑ์ และเว็บไซต์สอบถามความคิดเห็นก่อนนำไปใช้งานจริง และ 4) ผู้ประกอบการมีความคิดเห็นเชิงบวกหลังการมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทั้งวัสดุ และลักษณะของบรรจุภัณฑ์ รวมถึงการเพิ่มช่องทางการตลาดออนไลน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้มากขึ้น ส่วนลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์และสื่อสังคมออนไลน์

คำสำคัญ: กระยาสารหมัลเบอร์รี่, บรรจุภัณฑ์, ช่องทางการตลาด

บทนำ

กระยาสารเป็นขนมโบราณมีความพิเศษตรงที่เป็นขนมสำหรับงานบุญประเพณีของไทยนั้นคือวันสารทไทยแรมสิบห้าค่ำเดือนสิบ กระยาสารเป็นขนมหวานจัด สามารถเก็บไว้ได้นาน บางพื้นที่กินคู่กับกล้วยไข่ โดยสมัยโบราณมีการกวนกระยาสารกันเกือบทุกบ้าน ซึ่งในปัจจุบันขนมกระยาสารที่มีการแข่งขันกันมากขึ้น จึงทำให้แต่ละร้านที่ต้องสร้างความแตกต่างและความเป็นเอกลักษณ์ เพื่อเป็นการชักจูงผู้บริโภคให้มีความสนใจมากขึ้น โดยจะมีสูตรของแต่ละร้านที่แตกต่างกันเพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างความเป็นเอกลักษณ์ ทั้งรูปลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ที่ดูทันสมัย ซึ่งดูสวยงามแตกต่างจากเดิม เพื่อเป็นการชักจูงผู้บริโภคให้มีความสนใจมากขึ้น จากการลงพื้นที่สวนลุงแจ๊ค สวนหมัลเบอร์รี่ที่ประสบความสำเร็จอันดับต้นของประเทศแล้วประกอบกับในครอบครัวทำกระยาสารจำหน่าย จึงมีการพัฒนาโดยการนำหมัลเบอร์รี่มาผสมในกระยาสารและได้เป็นสูตรที่ลงตัวออกมาจำหน่าย ทั้งนี้จุดเด่นของกระยาสารหมัลเบอร์รี่คือไม่หวานเลี่ยนจนเกินไปและมีความหวานบริสุทธิ์ของหมัลเบอร์รี่ที่แอบซ่อนความเปรี้ยวไว้เล็กน้อยพอกลมกล่อม แต่บรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันคือบรรจุในถุงพลาสติกใสไม่แตกต่างจากร้านอื่น ๆ จึงเกิดแนวคิดที่จะทำบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจที่สามารถดึงดูดผู้บริโภคได้มากขึ้น รวมถึงเพิ่มช่องทางการตลาดให้มียอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง

วิธีดำเนินการ



สรุปผล

จากผลการดำเนินงานข้างต้นพบว่า ได้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกระยาสารหมัลเบอร์รี่ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 1 คือ ถุงสุญญากาศ บรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 2 คือ กล่องกระดาษ และกล่องไม้ไผ่สาน และสามารถเพิ่มช่องทางการตลาดทั้งในรูปแบบออนไลน์ประกอบด้วย เว็บไซต์และสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการขายออฟไลน์อีกด้วย ทั้งนี้ผู้ประกอบการและลูกค้ามีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาโดยจำแนกเป็นบรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 1 มีลักษณะพอดีสำหรับการซื้อเพื่อรับประทานต่อครั้ง สะดวก ส่วนบรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 2 ที่เป็นกล่องกระดาษมีรูปแบบที่ทันสมัยเหมาะสำหรับเป็นของขวัญ และบรรจุภัณฑ์ขั้นที่ 2 กล่องไม้ไผ่สานเป็นการสนับสนุนภูมิปัญญาท้องถิ่นมาประยุกต์ใช้ได้ดีเหมาะสำหรับเป็นของขวัญที่น่าประทับใจ ในส่วนของช่องทางการตลาดนั้นมีความพึงพอใจที่สามารถเพิ่มช่องทางในการขายได้มากขึ้น และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ง่ายขึ้นอีกด้วย

กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาในครั้งนี้เป็นกิจกรรมภายใต้โครงการส่งเสริมทักษะบัณฑิตสู่การเป็นผู้ประกอบการด้านเกษตรและอาหาร ด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรม ผ่านภูมิปัญญาท้องถิ่น เศรษฐกิจสร้างสรรค์ สู่ BCG Model ของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีการเกษตร ขอขอบคุณคุณอนุสรณ์ จันทวงศ์ ผู้ประกอบการสวนลุงแจ๊ค พิชณุโลก ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลพร้อมอำนวยความสะดวกในการดำเนินงาน และการศึกษาครั้งนี้สำเร็จอย่างสมบูรณ์ได้ด้วยความอนุเคราะห์และความช่วยเหลือให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากอาจารย์ที่ปรึกษาผู้ช่วยศาสตราจารย์วิไลวรรณ แสนชนะ รวมถึงอาจารย์ในสาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มทร.ล้านนา พิชณุโลกทุกท่าน

ผลการดำเนินการ

บรรจุภัณฑ์

แบบเดิม



ปริมาณ 200 กรัม
ราคา 35 บาท

แบบใหม่



ขั้นที่ 1 ถุงสุญญากาศ
ปริมาณ 50 กรัม
ราคา 15 บาท



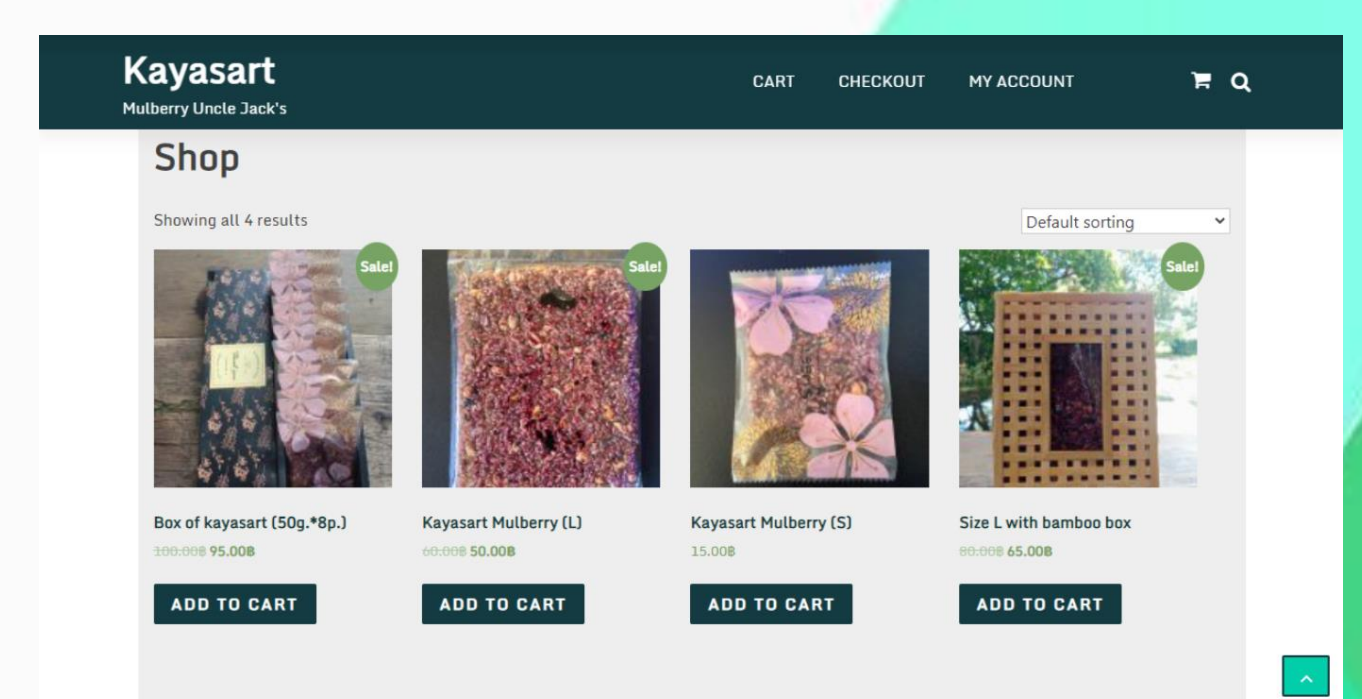
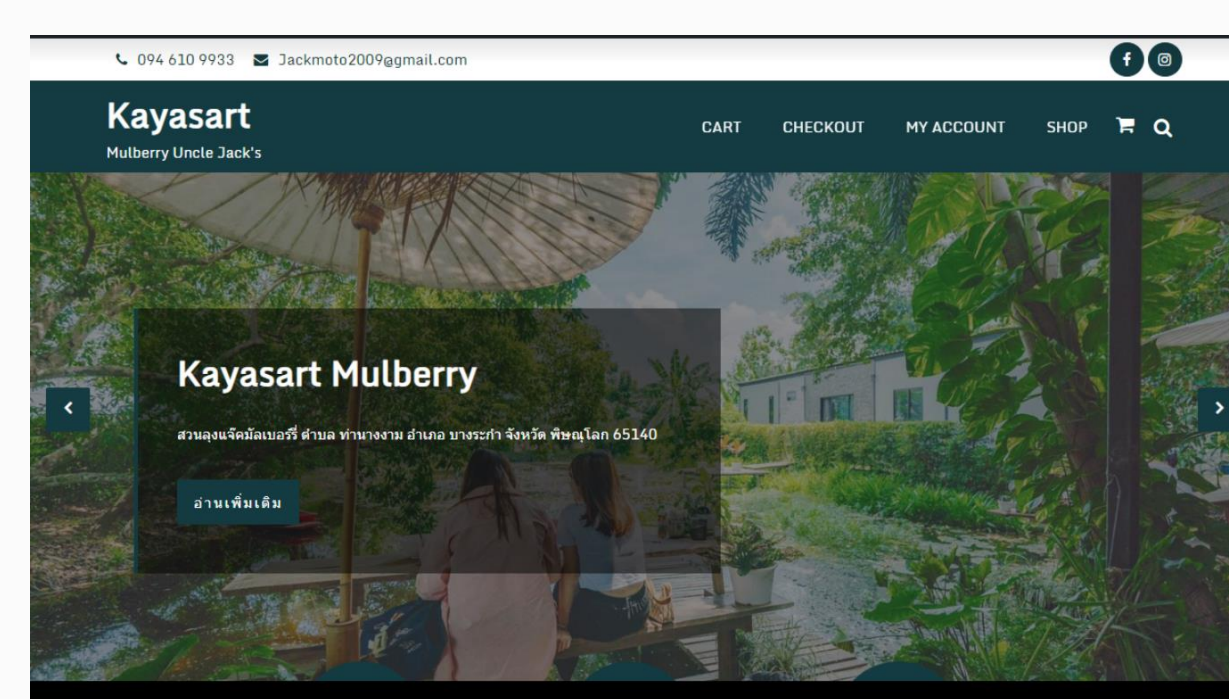
ขั้นที่ 2 กล่องกระดาษ
ปริมาณ 400 กรัม
ราคา 180 บาท



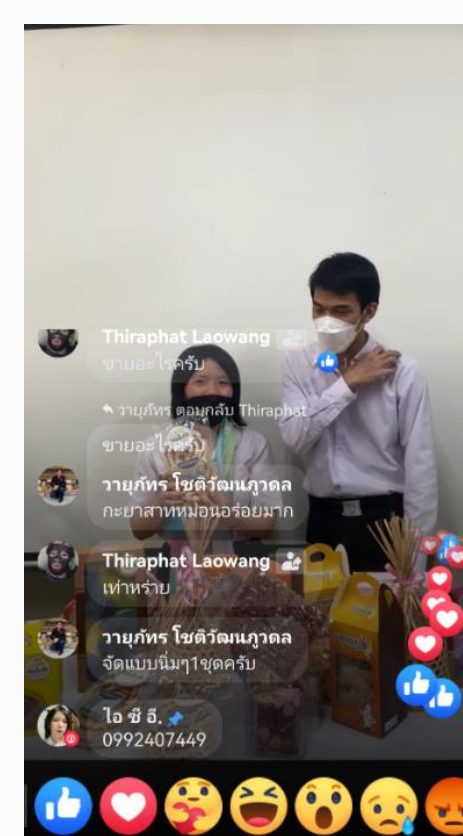
ขั้นที่ 2 กล่องไม้ไผ่สาน
ปริมาณ 400 กรัม
ราคา 180 บาท

ช่องทางการตลาด

Online: website



Online: Facebook



offline ขายหน้าร้าน

