

“โครงการส่งเสริม การพัฒนาผลิตภัณฑ์และ การสื่อสารทางการตลาด น้ำพริกกุ้งเสียบเห็ดแครง วิสาหกิจชุมชน ต.ท่าข้าม อ.หาดใหญ่ จ.สงขลา”

นายวรวุฒิ พูนแก้ว รหัสนิสิต 651011310

คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขาการบริหารและพัฒนาชุมชน

หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต (การบริหารและพัฒนาชุมชน)

มหาวิทยาลัยทักษิณ วิทยาเขตสงขลา





น้ำพริก กุ้งเสียบ เห็ดแครง

ของดีทำขำ

หอมอร่อย ตีใจ

60.

ขนาด 300 กรัม

กลุ่มสตรีชุมชนตำบลท่าข้าม

ติดต่อโทร: 063-9523188



ที่มาและความสำคัญ

จากบริบทของ ตำบลท่าข้าม ในพื้นที่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นชุมชนที่มีความเข้มแข็งด้านการรวมกลุ่มของวิสาหกิจชุมชนและมีทุนทางสังคมที่เอื้อต่อการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก โดยมีผลิตภัณฑ์เด่นคือ “น้ำพริกกุ้งเสียบเห็ดแครง” ที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นผ่านการนำวัตถุดิบพื้นบ้านมาผสมผสานอย่างสร้างสรรค์ แม้ว่าผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพและรสชาติเป็นเอกลักษณ์ แต่ยังประสบปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์และการสื่อสารทางการตลาดที่ไม่สามารถดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่ ในบริบทการแข่งขันที่สูงขึ้น โดยเฉพาะในพื้นที่เศรษฐกิจอย่างหาดใหญ่ การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะไม่เพียงช่วยเพิ่มมูลค่า สร้างภาพลักษณ์ และขยายโอกาสทางการตลาดเท่านั้น แต่ยังเป็นการเสริมสร้างความภาคภูมิใจของคนในชุมชน กระตุ้นการมีส่วนร่วม และวางรากฐานการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืนในอนาคตอีกด้วย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและศักยภาพของผลิตภัณฑ์น้ำพริกกุ้งเสียบเห็ดแครงของวิสาหกิจชุมชนตำบลท่าข้าม ในด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ และการสื่อสารทางการตลาด
2. เพื่อพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging) น้ำพริกกุ้งเสียบเห็ดแครงให้มีความเหมาะสม สวยงาม ทันสมัย และสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชน
3. เพื่อจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโปสเตอร์ เพื่อใช้ในการสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ จุดเด่น และสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภค
4. เพื่อส่งเสริมทักษะและองค์ความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดให้แก่สมาชิกวิสาหกิจชุมชนตำบลท่าข้าม
5. เพื่อเพิ่มมูลค่าและขีดความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ชุมชน อันนำไปสู่การสร้างรายได้และความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนของชุมชน

รูปแบบ PAOR

- Plan

Plan (การวางแผน)

เป็นขั้นตอนการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการของ
วิสาหกิจชุมชน โดยวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และ
อุปสรรคของผลิตภัณฑ์น้ำพริกกุ้งเสียบเห็ดแครง กำหนด
เป้าหมายการพัฒนา เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่
การจัดทำโปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ และการปรับปรุงลักษณะ
สินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ พร้อม
กำหนดแผนดำเนินงาน ระยะเวลา และตัวชี้วัดความสำเร็จ
เช่น ยอดขาย การรับรู้แบรนด์ และความพึงพอใจของ
ลูกค้า

รูปแบบ PAOR

- **Act**

Act (การปฏิบัติการ)

เป็นการนำแผนที่วางไว้มาดำเนินการจริง ได้แก่ การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้มีความทันสมัย สื่อถึงอัตลักษณ์ชุมชน การจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ เช่น โปสเตอร์ หรือสื่อออนไลน์ รวมถึงการทดลองจำหน่ายในช่องทางต่าง ๆ เพื่อทดสอบการตอบรับของตลาด

รูปแบบ PAOR

- **Observe**

Observe (การสังเกตและเก็บข้อมูล)

เป็นขั้นตอนการติดตามผลหลังการดำเนินงาน โดยเก็บข้อมูลจากยอดขาย ความคิดเห็นของผู้บริโภค ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ และการรับรู้เกี่ยวกับตัวสินค้า รวมถึงการสังเกตพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ว่าการพัฒนาที่ดำเนินการไปนั้นได้ผลตามเป้าหมายหรือไม่

รูปแบบ PAOR

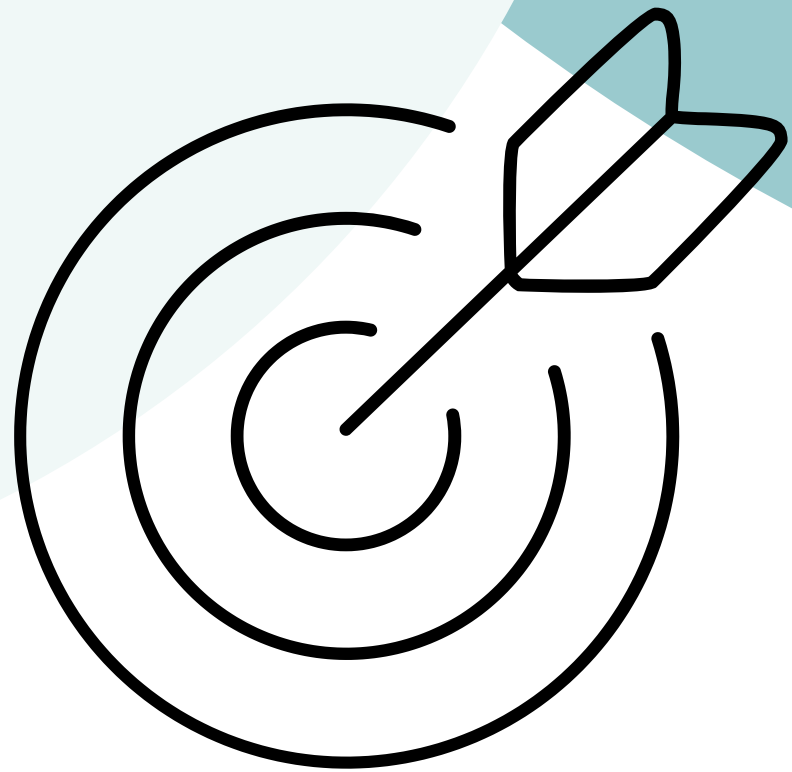
- **Reflect**

Reflect (การสะท้อนผลและปรับปรุง)

เป็นการนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกตมาประเมินผล วิเคราะห์ข้อดี ข้อจำกัด และสิ่งที่ควรปรับปรุง เช่น รูปแบบกราฟิก ข้อความบนฉลาก หรือช่องทางการสื่อสารทางการตลาด จากนั้นนำข้อค้นพบไปพัฒนาและปรับปรุงแผนในรอบถัดไป เพื่อให้การพัฒนาผลิตภัณฑ์เกิดความต่อเนื่องและยั่งยืน

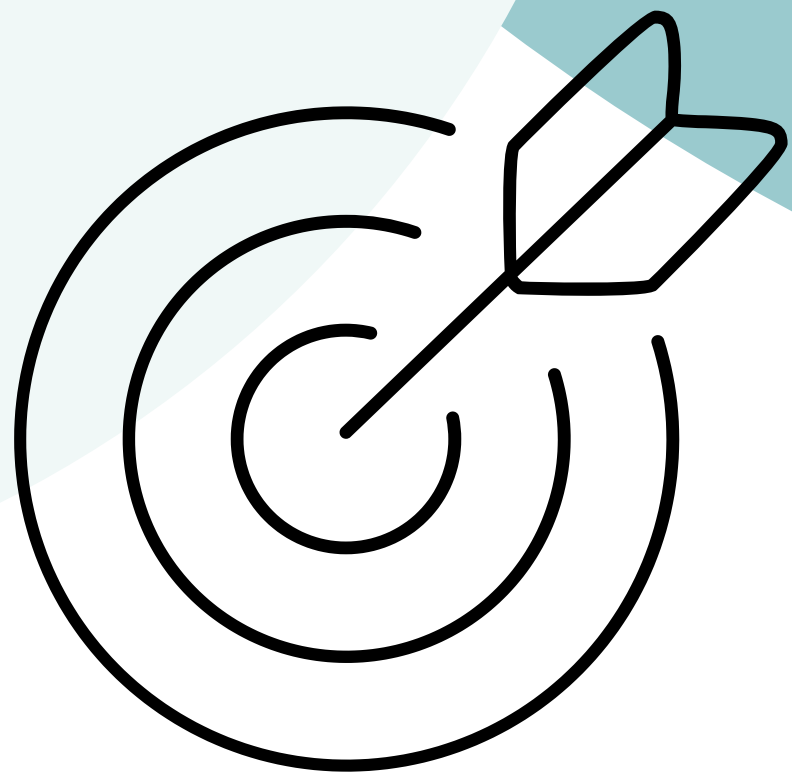
ขอบเขตด้านเนื้อหา

VOU IV ๓



การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสารทางการตลาดของน้ำพริกกุ้งเสียบเห็ดแครง โดยครอบคลุมการวิเคราะห์สภาพปัญหาและศักยภาพของผลิตภัณฑ์เดิม การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสม ทันสมัย และสะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน รวมถึงการจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโปสเตอร์ เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการสื่อสารข้อมูลสินค้า จุดเด่น และภาพลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชน ทั้งนี้ไม่ได้ครอบคลุมถึงการปรับปรุงกระบวนการผลิตเชิงเทคนิคหรือการขยายตลาดในระดับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่

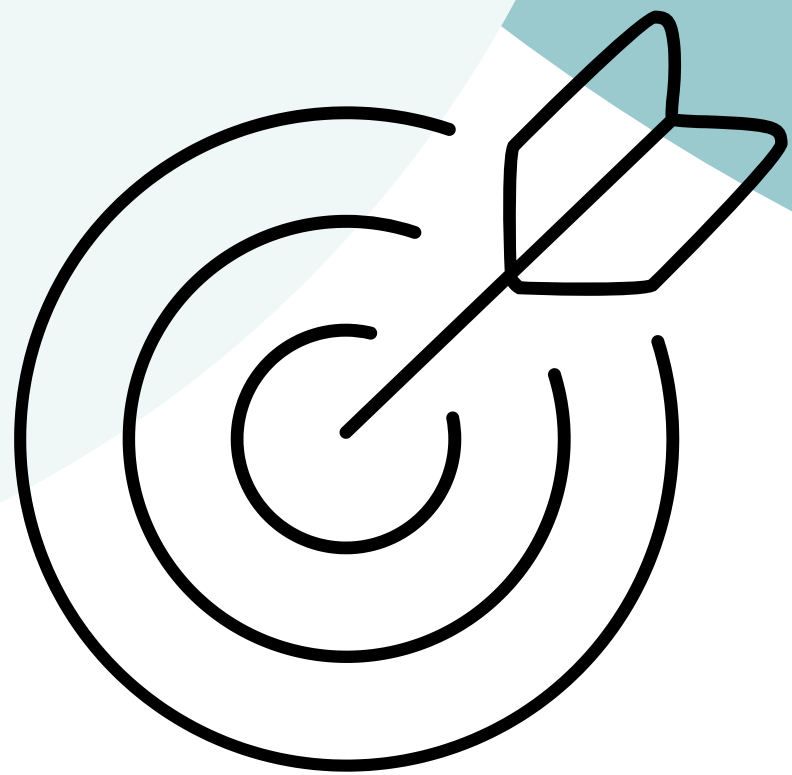
VOU IV ต



ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยดำเนินการในพื้นที่วิสาหกิจชุมชนตำบลท่าข้าม
อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมุ่งเน้นการพัฒนา
ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในพื้นที่ดังกล่าว และ
ศึกษาบริบททางสังคม เศรษฐกิจ และศักยภาพของชุมชนที่
เกี่ยวข้องกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์

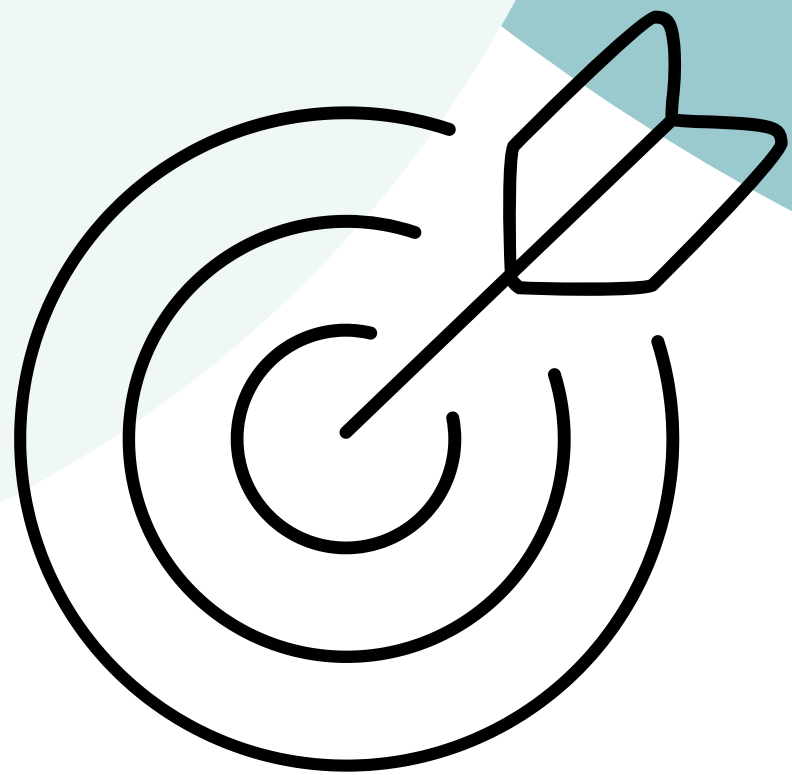
VOU IV๓



ขอบเขตด้านระยะเวลา

การดำเนินการศึกษาปัญหาพิเศษและกิจกรรมตาม
โครงการตั้งแต่วันที่ 13 เดือนมกราคม พ.ศ. 2569 ถึง วันที่
15 เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569 ครอบคลุมขั้นตอนการ
สำรวจข้อมูล วางแผน ดำเนินกิจกรรม และสรุปผลการศึกษา

VOUIV๓



ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยสมาชิก
วิสาหกิจชุมชนตำบลท่าข้ามที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและ
จำหน่ายน้ำพริกกุ้งเสียบเห็ดแครง ส่วนกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่
คณะกรรมการและสมาชิกผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ ตลอดจนกลุ่มผู้
บริโภคในพื้นที่ที่เป็นลูกค้าเป้าหมาย เพื่อใช้ข้อมูลในการ
ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น



ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่ 1 เตรียมวัตถุดิบ

- ซอยหัวหอมให้บางสม่ำเสมอ
- ตำกระเทียมเตรียมไว้





ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่ 2 เจียวและทอดส่วนประกอบ

- ตั้งกระทะใส่น้ำมัน ใช้ไฟปานกลางจนร้อน
- นำหัวหอมที่ซอยแล้วคลุกแป้งทอดกรอบให้ทั่ว
- เจียวหัวหอมจนเหลืองกรอบ ตักขึ้นพักให้สะเด็ดน้ำมัน
- เจียวกระเทียมต่อจนเหลืองหอม ตักขึ้นพัก
- ทอดกุ้งแห้งจนกรอบ แล้วตักขึ้นพัก





ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่ 3 ผัดเห็ดแครง

- นำเห็ดแครงลงผัดในกระทะจนสุกทั่วถึง แล้วพักไว้





ขั้นตอนการดำเนินงาน

ขั้นตอนที่ 4 ทำน้ำปรุงรส

- ใช้ไฟอ่อน ใส่น้ำตาลมะพร้าวลงเคี่ยวจนละลาย
- เติมน้ำปลา น้ำมะขามเปียก น้ำตาลทราย และกะปิ
- เคี่ยวด้วยไฟอ่อนจนส่วนผสมเข้ากันดี





ขั้นตอนการดำเนินงาน

- ขั้นตอนที่ 5 คลุกเคล้าส่วนผสมทั้งหมด
- ใส่เห็ดแครงที่ผัดไว้ กระเทียมเจียว หัวหอมเจียว และ กุ้งแห้งลงในกระทะ
 - เติมพริกป่นตามระดับความเผ็ดที่ต้องการ
 - คลุกเคล้าให้ส่วนผสมเข้ากันทั่วถึง โดยใช้ไฟอ่อน





ขั้นตอนการดำเนินงาน

- ขั้นตอนที่ 6 บรรจุกัณฑ์
- ปิดไฟ ตักน้ำพริกขึ้นพักในถาดให้เย็น
 - เมื่อน้ำพริกเย็นสนิทแล้ว บรรจุใส่กระปุก ปิดฝาให้เรียบร้อย พร้อมจำหน่าย



ผลที่คาดว่าจะได้รับ

1. วิศวกรกิจชุมชนตำบลท่าข้ามมีบรรพบุรุษที่น้ำพริกกุ้งเสียบเห็ดแครงรูปแบบใหม่ที่มีความสวยงาม ทันสมัย และสามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีภาพลักษณ์ที่ดีและน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น
2. มีสื่อประชาสัมพันธ์ในรูปแบบโปสเตอร์ที่สามารถสื่อสารจุดเด่น คุณค่า และเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วน ช่วยเพิ่มการรับรู้และความสนใจของผู้บริโภคในตลาดเป้าหมาย
3. ผลิตภัณฑ์น้ำพริกกุ้งเสียบเห็ดแครงมีมูลค่าเพิ่มขึ้น สามารถแข่งขันกับผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันในท้องตลาดได้ดีขึ้น ทั้งในระดับท้องถิ่นและระดับอำเภอ
4. สมาชิกวิศวกรกิจชุมชนได้รับความรู้และแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และการสื่อสารทางการตลาด สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของชุมชนในอนาคต
5. ชุมชนเกิดความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้น มีโอกาสเพิ่มรายได้ และเกิดความภาคภูมิใจในผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น อันนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาวของชุมชน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. วิสาหกิจชุมชนควรนำรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วไปใช้จริงอย่างต่อเนื่อง สร้างการจดจำ
2. ควรมีการประชาสัมพันธ์อย่างสม่ำเสมอ ทั้งในรูปแบบโปสเตอร์และสื่อออนไลน์ ขยายฐานลูกค้า
3. ควรพัฒนาตราสินค้า (Brand) และโลโก้ให้มีเอกลักษณ์ชัดเจนมากยิ่งขึ้น
4. ควรมีการประเมินความพึงพอใจของลูกค้าเป็นระยะ เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์
5. ควรส่งเสริมการอบรมด้านการตลาดและการออกแบบให้กับสมาชิกกลุ่มเพิ่มเติม

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการพัฒนาช่องทางการจำหน่ายออนไลน์ เช่น การขายผ่านสื่อสังคมออนไลน์
2. ควรศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านสูตรหรือรูปแบบใหม่ ๆ เพื่อขยายกลุ่มลูกค้า
3. ควรเปรียบเทียบยอดขายก่อนและหลังการพัฒนาในระยะเวลาที่ยาวขึ้น
4. ควรศึกษาความเป็นไปได้ในการขอการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
5. ควรขยายการศึกษาไปยังผลิตภัณฑ์อื่นของชุมชน เพื่อพัฒนาเป็นต้นแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงบูรณาการ

