



การพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP
ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่
บัณฑิต ฉัตรวิโรจน์¹ และอุมพร ฉัตรวิโรจน์²

A DEVELOPMENT OF ENGLISH LABELS FOR NEW GENERATION FARMERS'
OTOP PRODUCTS IN KAMPHAENG PHET PROVINCE
BANDHIT CHATWIROTE¹ And UMAPORN CHATWIROTE²

Received: January 01, 2020

Revised: March 30, 2020

Accepted: May 30, 2020

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพและความต้องการพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ 2) พัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ 3) ศึกษาความพึงพอใจ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย การสำรวจสภาพและความต้องการในการพัฒนาฉลากบรรจุภัณฑ์ภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 103 คน สำหรับการพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ และความพึงพอใจของผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย แบบสอบถามสภาพและความต้องการพัฒนาฉลากสินค้า แบบประเมินความเหมาะสม และความถูกต้องทางภาษาในการพัฒนาฉลากสินค้า ด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และแบบสอบถามความพึงพอใจในการพัฒนาฉลากสินค้า การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ หาค่าความถี่และค่าร้อยละและการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหาผลการวิจัยพบว่า

สภาพข้อมูลฉลากสินค้าส่วนมากไม่มีข้อมูลฉลากสินค้าเมื่อพิจารณาจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีข้อมูลฉลากสินค้ามากที่สุดคือ ชื่อผลิตภัณฑ์ หรือชื่อของสินค้า, ราคาของสินค้า. ข้อที่อยู่ผู้ผลิตและผู้จัดทำหน่วย รองลงมาคือ ตราสินค้า ที่เป็นข้อความ/สัญลักษณ์/รูปแบบ และข้อที่มีข้อมูลฉลากสินค้าน้อยที่สุดคือ เครื่องหมาย ออ. / มอก. และความต้องการในการพัฒนา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในการพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ ในทุกข้อมูลของฉลากสินค้า

¹อาจารย์ประจำคณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

²อาจารย์ประจำคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร





การพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ ตามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ คือ มะเขือเทศราชินี สวนพลพิทักษ์, เครื่องต้มผงข้าวโพดหวาน สีแดง ราชินีทับทิมสยาม, เพ็ญญา ข้าวเกรียบปลา, ข้าวกล้อง กข.43 SK สระแก้ว, กระจายสารท คนกวน, สวนคุณตุ๊ก, ข้าวปิ่นเกษตร คนหนองหลวง, ข้าวเกรียบกล้วยไข่ คนหาบกล้วย, ชาเกสรดอกกล้วยไข่, ว่านรางจืด ชาสมุนไพร บ้าน เค.ดี., ข้าวหอมมะลิ คนรักแม่, ข้าวปลอดภัย, ข้าวเกรียบใบหม่อน mom-mom, ข้าวเกรียบแก้วมังกร mom-mom

ความพึงพอใจต่อฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ ในภาพรวม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาจำแนกรายข้อพบว่า ฉลากสินค้ามีความถูกต้องใกล้เคียงกับต้นฉบับภาษาไทยมีความพึงพอใจมากที่สุด รองลงมาคือ ฉลากสินค้ามีความสวยงาม น่าสนใจ ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ การใช้ตัวอักษรเหมาะสม

คำสำคัญ : การพัฒนาฉลากบรรจุภัณฑ์ภาษาอังกฤษ / ผลิตภัณฑ์ OTOP

Abstract

The purposes of this research were to: 1) study the conditions and requirements for developing product labels in English for OTOP products in Kamphaengphet province for new generation farmers 2) develop product labels in English 3) study satisfaction. The population and samples: 103 samples studied the conditions and requirements for developing English packaging labels for OTOP products in Kamphaengphet province, developing product labels in English and the satisfaction of 15 OTOP products. The tools were consisted of questionnaire of the condition and demand for product label development, suitability assessment and language accuracy in product label development form, and the satisfaction questionnaire. The data analysis and statistics were used by frequency, percentage, mean, standard deviation, connoisseurship and content analysis. The research found that

Most product label information does not contain product label information. The most product label information is product name or the name of the product, the price of the product, name, address, manufacturer and supplier, followed by text branding / symbol / pattern and the items with the lowest product label information are the FDA / TIS mark. The need for development was found that respondents had the need to develop product labels in English in every product label information.

Developing 15 product labels in English for OTOP products in Kamphaengphet province for new generation farmers according to the suggestions and comments of





experts were as followed: Cherry Tomato Pon Pithak Farm, Siam Ruby Queen Corn Milk Red Sweet Corn Instant Drink, Pennapha Fish Crispy Rice, SK Sa Kaew Gor Khor 43 Brown Rice, Khon Guan Krayasart, Suan Khun Took, Khon Nong Luang Pin Kaset Rice, Pisang Mas Banana Crispy Kon Haap Kluay, Kluay Khai Flower Pollen Tea, Laurel Clockvine (Blue Lumphet Vine) Herbal Tea Baan K.D. , Kon Rak Mae Brand Jasmine Rice, Khaow Plodpai, Organic Riceberry Rice, Mulberry leaf crispy rice mom-mom, Dragon fruit crispy rice mom-mom

Satisfaction with product labels in English for OTOP products in Kamphaengphet province for the new generation of farmers, The overall satisfaction is at the highest level. Considering the classification, it was found that the product label is accurate, close to the original Thai language, with the most satisfaction, followed by the product label is beautiful, interesting, the least satisfaction level is use of appropriate characters.

Keywords : A Development of English Labels/ OTOP Products

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยก้าวเข้าสู่ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน (ASEAN Economic Community : AEC) ซึ่งการเปิด AEC นั้นนับว่าเป็นทั้งโอกาสและความเสี่ยงของตราสินค้า (Brand) ของไทยรวมถึงผู้ประกอบการที่เมื่อการค้ามีความเป็นเสรีมากขึ้น ตราสินค้าต่างประเทศก็จะสามารถรุกเข้ามาทำตลาดได้ง่าย ขณะเดียวกันตราสินค้าไทยเองก็สามารถบุกเข้าทำตลาดในประเทศเพื่อนบ้านได้ง่ายขึ้นเช่นกัน ดังนั้นตราสินค้าไทยเองรวมถึงนักการตลาด จึงจำเป็นที่จะต้องมีการตั้งรับและการเตรียมความพร้อมที่ดี โดยสิ่งหนึ่งที่นักการตลาดควรต้องตระหนักถึงคือ พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งในแต่ละประเทศพฤติกรรมผู้บริโภคนั้นย่อมมีความแตกต่างกัน รวมถึงมีเอกลักษณ์เป็นของตัวเอง ดังนั้น นักการตลาดหรือผู้ประกอบการจึงจำเป็นที่จะต้องทำการศึกษาและเรียนรู้พฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งนับว่าเป็นพลังขับเคลื่อนเพื่อจะได้เข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด เพราะเมื่อผู้บริโภคยอมรับในสินค้าแล้ว ย่อมจะทำให้สินค้านั้นอยู่ในใจผู้บริโภค และยากที่สินค้าคู่แข่งในตลาดจะเข้ามาแย่งส่วนแบ่งตลาดหรือเข้ามาแทนที่ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคแห่งการค้าเสรีที่ผู้บริโภคมีทางเลือกมากมายทั้งจากการสื่อสารที่รวดเร็ว รวมถึงจำนวนข้อมูลข่าวสารที่เพิ่มขึ้น ดังนั้น การสร้างตราสินค้าให้มีชื่อเสียงและมีความเป็นเอกลักษณ์ในตนเองจึงเป็นสิ่งสำคัญ

ปัจจุบัน “ฉลากบรรจุภัณฑ์” เป็นส่วนหนึ่งของการการสร้างตราสินค้าและความเป็นเอกลักษณ์ที่มีความสำคัญมากต่อการดำเนินธุรกิจ ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจขนาดใดอีกทั้งยังครอบคลุมในธุรกิจเกือบทุกประเภทของสินค้าและบริการที่มีอยู่มากมายในตลาดทำให้มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่นักการตลาด





และผู้ที่มีความเกี่ยวข้อง รวมถึงเจ้าของสินค้าที่จำเป็นต้องสร้างความแตกต่างของ “ฉลากบรรจุภัณฑ์” ให้สามารถถูกเข้าใจในตลาดในประเทศเพื่อนบ้านได้ง่ายขึ้น

ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับความนิยมและการยอมรับจากตลาดภายในประเทศมาอย่างยาวนาน สมัยก่อนจะมีใช้เรื่องแปลก หากฉลากผลิตภัณฑ์มีเพียงภาษาไทย เพราะผู้ผลิตมุ่งหวังเพียงกลุ่มลูกค้าภายในประเทศไทยเป็นสำคัญ แต่ด้วยประชาคมอาเซียนที่กำลังจะมีผลบังคับใช้ในอนาคตอีกไม่กี่ปีข้างหน้านี้ เท่ากับเป็นการเปิดตลาดให้แก่ผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ จากประเทศไทยเข้าทำตลาดในกลุ่มประเทศเหล่านี้ที่มีประชากรรวมกันเกินกว่า 600 ล้านคนย่อมเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยในการเพิ่มยอดขายรายได้และผลกำไรจากผลิตภัณฑ์ของตนที่ผลิตขึ้น

ทั้งนี้ประชากรในกลุ่มประเทศเหล่านี้มีจำนวนไม่น้อยที่ไม่ถนัดในการอ่านฉลากในภาษาไทย ทำให้หลายครั้งผู้ผลิตเสียโอกาสในการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่ตนประดิษฐ์คิดค้นขึ้นมาเป็นอย่างดีแก่ผู้บริโภคไปอย่างหน้าเสียดาย การจัดทำฉลากเป็นภาษาอังกฤษทำให้ผู้บริโภคเหล่าเลือกตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นว่าการพัฒนาฉลากบรรจุภัณฑ์ภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจสภาพและความต้องการในการพัฒนาฉลากบรรจุภัณฑ์ภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร แล้วนำข้อมูลมาใช้ในการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ ทำให้เกิดการรับรู้ถึงผลิตภัณฑ์ให้มีความเป็นตัวตนหรืออัตลักษณ์เฉพาะตัว เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งจะทำให้สามารถส่งออกไปยังต่างประเทศมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพและความต้องการพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่
2. เพื่อพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจในการพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตเนื้อหา

การพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ ศึกษาผลิตภัณฑ์ OTOP จังหวัดกำแพงเพชร และแนวคิดและทฤษฎีด้านการพัฒนาฉลากสินค้า

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำแนกตามขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

การสำรวจสภาพและความต้องการในการพัฒนาฉลากบรรจุภัณฑ์ภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จำนวน 140 คน ใช้แบบสอบถาม 103 ชุด กำหนดกลุ่มตัวอย่างด้วยการใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซี่





และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ระดับความคลาดเคลื่อน +5% การพัฒนาผลผลิตเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร ประชากรที่ใช้ในขั้นตอนนี้ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิด้านภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง

3. ขอบเขตด้านเวลา

การวิจัยครั้งนี้เริ่มดำเนินการตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนมิถุนายน 2562

วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 สำรวจสภาพและความต้องการในการพัฒนาผลผลิตเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่

เครื่องมือที่ใช้ในขั้นตอนนี้

แบบสอบถามสภาพและความต้องการในการพัฒนาผลผลิตเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 สภาพและความต้องการในการพัฒนาผลผลิตเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการพัฒนาผลผลิตเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร

การสร้างเครื่องมือ

1. ศึกษาแนวคิด หลักการการพัฒนาผลผลิตเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการกำหนดขอบเขตและเนื้อหาของแบบสอบถาม

2. จัดทำแบบสอบถามและรายการข้อคำถามในแต่ละประเด็น

3. วิเคราะห์ตัวแปรและประเด็นที่ต้องการศึกษา เพื่อกำหนดเป็นข้อคำถามในแบบสอบถาม

4. สร้างเป็นแบบสอบถามต้องการในการพัฒนาผลผลิตเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร

5. นำแบบสอบถามที่สร้างเสร็จแล้วให้ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องและความเหมาะสมเบื้องต้น

6. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของที่ปรึกษาแล้วนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบเพื่อทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และนำมาหาค่า IOC ซึ่งได้ค่า IOC +1 ทุกข้อ

7. ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ





8. นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (Tryout) กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงและไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์หาความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (α Coefficient)

9. นำแบบสอบถามที่ผ่านการ Try-out แล้ว ไปใช้ในการวิจัยต่อไป
การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. จัดคณะทำงานในการแนะนำแบบสอบถาม ติดตามและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง

2. นำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม

3. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามตามเวลาที่นัดหมาย ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 112 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามวิเคราะห์โดยใช้ ความถี่และร้อยละ

2. ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปโดยการแจกแจงความถี่และหาค่าร้อยละในส่วนที่เป็นแบบเลือกตอบ

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยตามกรอบความคิดในการวิจัยและผลที่ได้จากการสังเคราะห์ ในขั้นตอนที่ 1 สภาพและความต้องการในการพัฒนาลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ นำไปพัฒนาลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง ดังนี้

2.1 ดำเนินการพัฒนาลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร ดังนี้

1) นำข้อมูลจากการสำรวจสภาพและความต้องการในการพัฒนาลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร มาใช้ในการพัฒนาลากสินค้า

2) จัดการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ทางด้านภาษาอังกฤษ เพื่อให้ได้ข้อมูลและข้อเสนอแนะไปปรับปรุงในการผลิตสินค้าต่อไป

2.2 ตรวจสอบลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ โดยการจัดสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship) ทางด้านภาษาอังกฤษ แล้วนำข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นที่ได้ไปปรับปรุงแก้ไข

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจำนวน 6 คน ประกอบด้วย

1) รองศาสตราจารย์ ดร.บัณฑิต ฉัตรวิโรจน์

2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์อนุสิทธิ์ พันธุ์กล้า

3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชลลิตา แดงนารา

4) อาจารย์ธรรณา สุวรรณเจริญ

5) อาจารย์ถิรวิทย์ ไพรหมหานิยม





6) อาจารย์ณัฐพฤทธิ์ นพแก้ว

โดยเกณฑ์การคัดเลือกผู้ทรงวุฒิในการตรวจสอบฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ ดังนี้

- 1) สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาโททางภาษาอังกฤษ
- 2) สอนหรือเคยสอนในระดับอุดมศึกษาเกี่ยวกับภาษาอังกฤษ
- 3) มีผลงานเป็นที่ประจักษ์ยอมรับทางด้านภาษาอังกฤษ

ผู้วิจัยนำฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ ที่ได้ปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญใน

ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ ไปประเมินความเหมาะสม ความถูกต้องทางภาษา โดยกำหนดผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านภาษาอังกฤษ จำนวน 6 คน มีเกณฑ์การคัดเลือกผู้ทรงวุฒิ ดังนี้

- 1) สำเร็จการศึกษาไม่ต่ำกว่าปริญญาโททางภาษาอังกฤษ
- 2) สอนหรือเคยสอนในระดับอุดมศึกษาเกี่ยวกับภาษาอังกฤษ
- 3) มีผลงานเป็นที่ประจักษ์ยอมรับทางด้านภาษาอังกฤษ

เครื่องมือที่ใช้ในการประเมิน

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสม ความถูกต้องทางภาษาในการพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ เพศ อายุ และวุฒิการศึกษา ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับความเหมาะสม ความถูกต้องทางภาษาของฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ โดยแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ท (Likert) โดยกำหนดเป็นค่า 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนความเหมาะสม ความถูกต้องทางภาษา ดังนี้

คะแนน 5	เหมาะสมมากที่สุด	ความถูกต้องมากที่สุด
คะแนน 4	เหมาะสมมาก	ความถูกต้องมาก
คะแนน 3	เหมาะสม	ความถูกต้องปานกลาง
คะแนน 2	ไม่เหมาะสม	ความถูกต้องน้อย
คะแนน 1	ไม่เหมาะสมอย่างยิ่ง	ความถูกต้องน้อยที่สุด

เกณฑ์ในการแปลความหมายคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51- 5.00	หมายถึง	เหมาะสมมากที่สุด	ความถูกต้องมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.51- 4.50	หมายถึง	เหมาะสมมาก	ความถูกต้องมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.51- 3.50	หมายถึง	เหมาะสม	ความถูกต้องปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.51- 2.50	หมายถึง	ไม่เหมาะสม	ความถูกต้องน้อย





คะแนนเฉลี่ย 1.00- 1.50 หมายถึง ไม่เหมาะสมอย่างยิ่ง ความถูกต้องน้อยที่สุด

เกณฑ์การยอมรับผลราคาสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP พิจารณาจากค่าเฉลี่ยของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลโดยต้องมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากขึ้นไป จึงยอมรับได้ว่าผลราคาสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ มีความเหมาะสมและความถูกต้อง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ส่งหนังสือถึงผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อขอความอนุเคราะห์ประเมินความเหมาะสม ความถูกต้องทางภาษาในการพัฒนาผลราคาสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ โดยจัดส่งทางจดหมายลงทะเบียนไปรษณีย์ หรือทางอีเมลบนเครือข่ายอินเทอร์เน็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสม ความถูกต้องทางภาษาของผลราคาสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ เพศ วุฒิการศึกษา ตำแหน่งปัจจุบัน ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist) วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าความถี่ (Frequency) และ ค่าร้อยละ (Percentage)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสม ความถูกต้องทางภาษาของผลราคาสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ปรับปรุงผลราคาสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ ให้สมบูรณ์ นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการประเมินความเหมาะสม ความถูกต้องทางภาษาของ ผลราคาสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ ในขั้นตอนที่ 3 มาปรับปรุงให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น และดำเนินการศึกษาความพึงพอใจของผลราคาสินค้า

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาความพึงพอใจในการพัฒนาผลราคาสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่

ผู้วิจัยนำผลราคาสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ ที่มีการปรับปรุงให้สมบูรณ์แล้ว นำไปศึกษาความพึงพอใจกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง กับผลราคาสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP

เครื่องมือที่ใช้ในขั้นตอนนี้

แบบสอบถามความพึงพอใจในการพัฒนาผลราคาสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยได้แนวคิดจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีด้านการพัฒนาผลราคาสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP โดยแยกเป็น 2 ส่วนดังนี้





ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ เพศ อายุ และหน้าที่ในกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ซึ่งมีลักษณะเป็นแบบสำรวจรายการ (Checklist)

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจของฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ จากผู้ให้ข้อมูลโดยแบบสอบถามเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert) โดยกำหนดเป็นค่า 5 ระดับ ซึ่งมีเกณฑ์การให้คะแนนความพึงพอใจ ดังนี้

คะแนน 5	หมายถึง	ความพึงพอใจมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	ความพึงพอใจมาก
คะแนน 3	หมายถึง	ความพึงพอใจปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อย
คะแนน 1	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อยที่สุด

เกณฑ์ในการแปลความหมายคะแนน ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51- 5.00	หมายถึง	ความพึงพอใจมากที่สุด
คะแนนเฉลี่ย 3.51- 4.50	หมายถึง	ความพึงพอใจมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.51- 3.50	หมายถึง	ความพึงพอใจปานกลาง
คะแนนเฉลี่ย 1.51- 2.50	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00- 1.50	หมายถึง	ความพึงพอใจน้อยที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. นำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม เพื่อขอข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจในการพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ กับผู้ให้ข้อมูล

3. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามตามเวลาที่นัดหมาย ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยส่งแบบสอบถามให้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 15 ชุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้แบบสอบถามความพึงพอใจในการพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. ความพึงพอใจในการพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ วิเคราะห์ข้อมูลเพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)





สรุปผลการวิจัย

ผลการสำรวจสภาพและความต้องการในการพัฒนาผลผลิตสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่

สภาพข้อมูลผลผลิตสินค้า พบว่า สภาพข้อมูลผลผลิตสินค้าส่วนมากไม่มีข้อมูลผลผลิตสินค้าเมื่อพิจารณาจำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีข้อมูลผลผลิตสินค้ามากที่สุดคือ ชื่อผลิตภัณฑ์ หรือชื่อของสินค้า, ราคาของสินค้า, ชื่อที่อยู่ผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย รองลงมาคือ ตราสินค้า ที่เป็นข้อความ/สัญลักษณ์/รูปแบบ และข้อที่มีข้อมูลผลผลิตสินค้าน้อยที่สุดคือ เครื่องหมาย ออย. / มอก.

ความต้องการในการพัฒนา พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการในการพัฒนาผลผลิตสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ ในทุกข้อมูลของผลผลิตสินค้า

ผลการพัฒนาผลผลิตสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่

ตารางที่ 11 ผลการพัฒนาผลผลิตสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่

รายการผลผลิตสินค้า	ผลการปรับปรุงผลผลิตสินค้า
มะเขือเทศราชินี สวนพลพิทักษ์	Cherry Tomato Pon Pithak Farm 8 Village No. 6, Ban Mai Phatthana, Phet Chomphu Sub-district, Kosamphi Nakhon District, Kamphaeng Phet Province, 62000 Contact : 090-7302602
เครื่องดื่มผงข้าวโพดหวานสีแดง ราชินีทับทิมสยาม	SIAM RUBY QUEEN CORN MILK Red Sweet Corn Instant Drink Net Weight: 100 g Sugar Free Ingredients Siam Ruby Queen Sweet Corn powder No artificial color, smell, and flavor added Scent: sweet, nutritious from whole corn seeds - Beta-Carotene - Vitamins & Minerals - Xanthophyllin - Fiber Preparation: 1. Tear the packet, and put it in the mug 2. Pour hot water 3. Stir to blend 4. Drink while it is warm Red sweet corn instant drink Siam Ruby Queen grows and takes care of Siam Ruby Queen Sweet Corn with the finest process for the premium quality products through the standard production to serve you and your loved ones. Siam Ruby Queen Sweet Corn Milk. Manufactured and Distributed by Siam Ruby Queen Farm in Village, No. 6 Phatthana, Sub-district Kamphaeng Phet Province 62100 miki-sathun 092-2735780

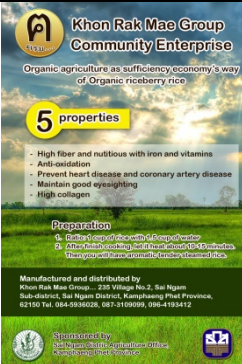
รายการฉลากสินค้า	ผลการปรับปรุงฉลากสินค้า
เพ็ญนภา ข้าวเกรียบปลา	 Pennapha Fish crispy rice Daily fresh, crispy and delicious Pattani formula Manufactured and distributed by 7/6 Village No. 11, Wang Khuang Sub-district, Phran Kratai District, Kamphaeng Phet Province, Thailand Tel : 080-2126148 Net weight: 100 g Ingredients Fish Meat 90% Black Pepper 10% Salt 2% Monosodium Glutamate 2% Tapioca Starch 25 Sugar 2% CITOP
ข้าวกล้อง กข.43 SK สระแก้ว	 SK Sa Kaew Gor Khor 43 Brown Rice The new species of healthy rice with low sugar, suitable for the people with diabetes and those wanting to control blood glucose level. Sugar level index: 57.5 Good for steaming or boiling, tender, sticky with little aromatic. Manufactured and Distributed by Sa Kaew Rice Co., Ltd. 38/1 Village No. 1, Sa Kaew Sub-district, Khammouang District, Kamphaeng Phet Province, Thailand Tel : 080-2126148 Net Weight: 1 Kg
กระยาสารท คนกวาน	 KHON GUAN KRAYASART Bite-sized Village No.2, Tha Phutua Sub-district, Khlong Khlang District, Kamphaeng Phet Province Tel. 084-5345212



รายการฉลากสินค้า	ผลการปรับปรุงฉลากสินค้า
สวนคุณตุ๊ก	
ข้าวปิ่นเกษตร คนหนองหลวง	
ข้าวเกรียบกล้วยไข่ คนหาบกล้วย	
ชาเกสรดอกกล้วยไข่	

รายการฉลากสินค้า	ผลการปรับปรุงฉลากสินค้า
ว่านรางจืด ชาสมุนไพร บ้าน เค.ดี.	 Herbal Tea Baan K.D. Laurel Clockvine (Blue Lumphet Vine) Properties: Detoxifies. Neutralizes mercury toxication to brains, poison, motion sickness, aphthous ulcer, and cold. Manufactured by Community Enterprise Group for Organic Vegetables, Village No. 25, Khong Lum Village, Khong Nam Lai Sub-district, Kamphaeng Phet Province, Thailand 62180
ข้าวหอมมะลิ คนรักแม่	 Jasmine Rice from good-humored parachute farm Aromatic, delicious, organic, toxic-free 10 Kg. Quality rice grown in Kamphaeng Phet Product of Thailand
ข้าวปลอดภัย	 Khaow Plodpai ☐ Riceberry rice ☐ Brown rice ☐ Tub Tim Chumphae Brown Rice ☐ Black rice ☐ Black sticky rice From the ricefield of Takien Ngam Village, Chantima Sub-district, Lam Krabue District, Kamphaeng Phet Province, the best organic ricefield. The rice is manufactured with the finest process, milled, selected, and packaged with clean vacuum packaging. (Seal box) kept for long. Every process meets exportation standard under the name Khaow Plodpai. Recommendation Cook with the ratio: 1 rice with 1.2-1.4 water Boil with the ratio: 1 rice with 8 water OTOP 100% ปลอดภัย Community Enterprise Group, Takien Ngam Village Rice Center, 73 Village No.8, Chantima Subdistrict, Lam Krabue District, Kamphaeng Phet Province Net weight Kilogram Price Baht



รายการฉลากสินค้า	ผลการปรับปรุงฉลากสินค้า
ข้าวกล้องไรซ์เบอร์รี่อินทรีย์	
ข้าวเกรียบใบหม่อน mom-mom	
ข้าวเกรียบแก้วมังกร mom-mom	

จากตารางที่ 8 พบว่า ฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ ตามข้อเสนอแนะและข้อคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ คือ มะเขือเทศราชินี สวนพลพิทักษ์, เครื่องดื่มผงข้าวโพดหวาน สีแดง ราชนิทัศน์มัสยาม, เพ็ญณา ข้าวเกรียบปลา, ข้าวกล้อง กข.43 SK สระแก้ว, กระจายสารท คนกวน, สวนคุณตุ๊ก, ข้าวปั้น เกษตร คนหนองหลวง, ข้าวเกรียบกล้วยไข่ คนหาบกล้วย, ชาเกษตรดอกกล้วยไข่, วานรางจืด ชาสมุนไพร บ้าน เค.ดี., ข้าวหอมมะลิ คนรักแม่, ข้าวปลอดภัย, ข้าวเกรียบใบหม่อน mom-mom, ข้าวเกรียบแก้วมังกร mom-mom



ผลความพึงพอใจในการพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ใน
จังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่

ความพึงพอใจของฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัด
กำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ ในภาพรวม ความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณา
จำแนกรายข้อพบว่า ข้อที่มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ฉลากสินค้ามีความถูกต้องใกล้เคียงกับต้นฉบับ
ภาษาไทย รองลงมาคือ ฉลากสินค้ามีความสวยงาม น่าสนใจ และข้อที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ การ
ใช้ตัวอักษรเหมาะสม

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลสรุปในการวิจัยครั้งนี้ แสดงให้เห็นถึง ความต้องการในการพัฒนาฉลากสินค้า
เป็นภาษาอังกฤษ กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ขาดความรู้ด้านมาตรฐานสินค้า ขาดการออกแบบฉลากสินค้า
จึงมีความต้องการพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษในทุกผลิตภัณฑ์และข้อมูลที่ปรากฏ

ในฉลากสินค้าภาษาไทย ซึ่งสอดคล้องกับ สิริพิชญ์ วรณภาส และคณะ. (2550). พัฒนา
ต้นแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่นเพื่อจัดทำหลักสูตรการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตชุมชนและการ
พัฒนาผลิตภัณฑ์ ทำการวิจัยโดยสำรวจปัญหาของกลุ่มผู้ผลิตชุมชนเพื่อคัดเลือกผลิตภัณฑ์นำร่อง ศึกษา
ความต้องการของผู้บริโภคเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ผลวิจัยพบว่า กลุ่ม
ผู้ผลิตชุมชนส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านการตลาด รองลงมา คือ ปัญหาการขาดช่องทางการจัดจำหน่าย
ขาดงบประมาณในการลงทุน ขาดการพัฒนาด้านรูปแบบสินค้า ขาดความรู้ด้านมาตรฐานสินค้า ขาด
การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ขาดความรู้ด้านระบบการจัดการและการจัดทำบัญชีต้นทุน ตามลำดับ กลุ่ม
ผู้ผลิตชุมชนต้องการการฝึกอบรมหลักสูตรด้านการบริหารจัดการกลุ่มมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการ
พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ด้านการตลาด ด้านการประชาสัมพันธ์ ด้านกระบวนการผลิตให้ได้มาตรฐาน ด้านการ
ออกแบบผลิตภัณฑ์ และด้านการศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาสินค้า

การพัฒนาฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร
สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ สร้างความประทับใจและพึงพอใจให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัด
กำแพงเพชร เห็นได้จากผลความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมากที่สุด ของฉลากสินค้าภาษาอังกฤษใหม่ที่
ออกแบบขึ้น ซึ่งสาเหตุที่ความพึงพอใจเกิดจากการนำความคิดเห็นของผู้มีส่วนร่วม และผู้เชี่ยวชาญมา
สังเคราะห์และผสานเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนา ทำให้เกิดความประทับใจและความพึงพอใจ ในด้าน
ฉลากสินค้ามีความถูกต้องใกล้เคียง กับต้นฉบับภาษาไทย ซึ่งสอดคล้องกับ ชาตรี บัวคลี่ (2557) ศึกษา
การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสาร อย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหาร
แปรรูปและสมุนไพรตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ เป็นการวิจัย
เชิงปฏิบัติการอย่างมีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า อุปสรรค คือ ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และ
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ส่วนปัญหา คือ ความรู้เพื่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึง
งบประมาณในการสนับสนุนจากภาครัฐ ผลประเมินความพึงพอใจของผู้มีส่วนร่วมต่อฉลากผลิตภัณฑ์
เดิมพบว่ามีคามพึงพอใจระดับน้อยทุกผลิตภัณฑ์ ข้อค้นพบที่โดดเด่นคือ ข้อมูลสำคัญสำหรับการออก
แบบอย่างมีส่วนร่วมต้องระบุดีมาจากปัญหาและความต้องการภายในของผู้มีส่วนร่วมสะท้อนผ่าน





กิจกรรมต่าง ๆ ในกระบวนการวิจัย และสอดคล้องกับ พีรวัส กันตาคม (2551) ด้านความรู้ความเข้าใจพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความรู้เกี่ยวกับอาหารเจและฉลากผลิตภัณฑ์เจสำเร็จรูปในระดับปานกลาง ซึ่งด้านความคิดเห็นพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อให้แสดงฉลากผลิตภัณฑ์เจสำเร็จรูป ในระดับเห็นด้วยระดับมาก เพื่อความรู้ความเข้าใจในสินค้านั้น ๆ

ความพึงพอใจของฉลากสินค้าเป็นภาษาอังกฤษ สำหรับผลิตภัณฑ์ OTOP ในจังหวัดกำแพงเพชร สำหรับเกษตรกรรุ่นใหม่ มีความพึงพอใจมากที่สุดคือ ฉลากสินค้ามีความสวยงาม น่าสนใจ ซึ่งสอดคล้องกับ สุลิตดา พงษ์อุทธา (2558) ศึกษาความเข้าใจและการใช้ฉลากโภชนาการหน้าบรรจุภัณฑ์ (Front-of-pack labeling) ของประชากรไทย ผลการวิจัยพบว่า การปรับเปลี่ยนรูปแบบฉลากเพียงเล็กน้อยโดยใช้สีหรือคำพูดที่แสดงถึงระดับความเหมาะสมของปริมาณสารอาหารอาจช่วยลดอุปสรรคต่าง ๆ ในการทำความเข้าใจและใช้ประโยชน์จากฉลากได้ ซึ่งการค้นพบนี้สอดคล้องกับการศึกษาในหลาย ๆ การศึกษาทั่วโลกที่พบว่าการใช้สี สัญลักษณ์ หรือคำพูดส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่เหมาะสมได้มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับฉลาก GDA หรือการที่ไม่มีฉลาก นอกจากนี้ยังพบว่าการใช้สีหรือสัญลักษณ์นั้นสามารถช่วยให้ผู้บริโภคเลือกบริโภคอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการที่เหมาะสมได้มากกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับฉลากรูปแบบอื่น ๆ ในเวลาที่รีบเร่ง และเมื่อผู้บริโภคมีจุดประสงค์ด้านโภชนาการที่หลากหลาย เนื่องจากผู้บริโภคสามารถทราบระดับความเหมาะสมได้ทันทีจากสีหรือสัญลักษณ์ที่เห็นโดยไม่ต้องประเมินความเหมาะสมของคุณค่าโภชนาการด้วยตนเอง และสอดคล้องกับ กันยาพร กุณฑลเสพย์ (2553) แนวทางในการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ยา กลุ่มผู้สูงอายุใช้การจดจำสีและตราสินค้าของฉลากมากกว่าข้อมูล เนื่องจากฉลากยาส่วนใหญ่ใช้ตัวอักษรขนาดเล็กมากในการบรรยายสรรพคุณยา

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

ควรมีการจัดนักวิชาการและนักวิชาชีพ เพื่อส่งเสริมและให้ความรู้ด้านการพัฒนาสินค้าอย่างยั่งยืน ให้กลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP ให้มีความรู้เพื่อนำไปพัฒนาศักยภาพของตนเอง และต่อยอดผลิตภัณฑ์ของตนเองให้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาวิจัยกลุ่มผลิตภัณฑ์ OTOP อื่น ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์ด้านการเกษตร ผลิตภัณฑ์ด้านหัตถกรรม และผลิตภัณฑ์ธรรมชาติฯ ของแต่ละชุมชน ในจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- ชาติรี บัวคลี่. (2560). การออกแบบฉลากสินค้าด้วยกระบวนการสื่อสาร อย่างมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหารแปรรูปและสมุนไพรตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์อย่างยั่งยืนในจังหวัดสมุทรปราการ. มหาวิทยาลัยหัวเฉียวเฉลิมพระเกียรติ.
- พีรวัส กันตาคม. (2551). การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภคต่อฉลากผลิตภัณฑ์เจสำเร็จรูปในอำเภอเมืองเชียงใหม่. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.





- สุลัดดา พงษ์อุทธา และคณะ. (2558). การศึกษาความเข้าใจและการใช้ฉลากโภชนาการหน้าบรรจุภัณฑ์ (Front-of-pack labeling) ของประชากรไทย. สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา.
- สิริพิชญ์ วรรณภาส และคณะ (2550) พัฒนาระบบผลิตภัณฑ์ชุมชนและท้องถิ่น เพื่อจัดทำหลักสูตรการพัฒนาศักยภาพกลุ่มผู้ผลิตชุมชนและการพัฒนาผลิตภัณฑ์. สาขาวิชามนุษยนิเวศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement.

