

การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของจังหวัดเชียงราย

สู่เกษตรมูลค่าสูงเชิงสร้างสรรค์

Adding Value of Dried Longan Products of Chiang Rai Province to Creative High-Value Agriculture

กอบกุลณ์ คำปลอด^{1*} ชุตินา ปัญญาหลง² และวัฒนพล อยู่สวัสดิ์³
Kobkun Kamplod^{1*} Chutima Panyalong² and Wattanapon Eusawat³

บทคัดย่อ

งานวิจัยการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของจังหวัดเชียงรายสู่เกษตรมูลค่าสูงเชิงสร้างสรรค์ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง 2) ออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ 3) การพัฒนาช่องทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย เครื่องมือการวิจัย คือ การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม

ผลการศึกษาพบว่า เอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย พบว่าเป็นลำไยพันธุ์อีดอซึ่งเป็นพันธุ์ที่เหมาะสมกับการอบแห้งมากที่สุด เนื้อสัมผัสดีกว่าสายพันธุ์อื่น ลักษณะมีเนื้อหนา เม็ดเล็ก เนื้ออ่อน เนื้ออบแห้งมีสีสวย ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดเชียงราย มีลำไยอบแห้งแบบอบแห้งเปลือก และลำไยอบแห้งแบบคว้านเมล็ด มีเอกลักษณ์เป็นลำไยอบแห้งที่มีลักษณะสีเหลืองทอง มีกลิ่นหอมหวาน เนื้อหนาและชิ้นใหญ่ มีลักษณะแห้งสนิทไม่ติดกันเป็นก้อน รสชาติหวานละมุนไม่หวานแหลม

ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย คณะผู้วิจัยได้ออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง ที่ประกอบด้วยรายละเอียดที่แสดงความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย สีฉลากใช้สีทองออกส้มอิฐ เนื่องจากการผสมผสานระหว่างสีของลำไยอบแห้งกับสีดอกพวงเสลด ดอกไม้ประจำจังหวัดเชียงราย มีการกล่องบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง และกระบอกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งแบบใส เมื่อบรรจุแล้วมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้ชัดเจน

^{1,2} อาจารย์ประจำคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

³ อาจารย์ประจำคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

* Corresponding author: E-mail Kp.kobkun@gmail.com

การพัฒนาช่องทางการตลาดผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัด เชียงราย โดยใช้การตลาดออนไลน์เป็นสื่อกลางประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รู้จักผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งจังหวัด เชียงราย เสริมสร้างช่องทางการติดต่อระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค และส่งเสริมศักยภาพความเข้มแข็งของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัด เชียงราย

คำสำคัญ: ลำไยอบแห้ง การเพิ่มมูลค่า เกษตรมูลค่าสูงเชิงสร้างสรรค์

Abstract

Research on adding value to dried longan products in Chiang Rai Province towards creative high-value agriculture. The objectives are 1) to study the uniqueness of dried longan products 2) to design packaging to increase product value 3) to develop marketing channels for dried longan products of the Dried Longan Community Enterprise Group. Chiang Rai Province The research tool was a focus group and non-participant observation.

The results of the study found the Uniqueness of the dried longan products of the Dried Longan Community Enterprise Group Chiang Rai Province It was found that longan of the Edo variety is the variety that is most suitable for drying. The texture is better than other varieties. It has a thick texture, small grains, and a flaky texture. When dried, it has a beautiful color. Dried longan products of the community enterprise group Chiang Rai Province Contains dried longan with whole shell and seeded dried longan It is unique in that it is a dried longan that has a golden yellow appearance. It has a sweet scent. Thick and large pieces It is completely dry and not clumped together. The taste is mildly sweet, not sharply sweet.

Packaging design to increase the value of dried longan products of the Dried Longan Community Enterprise Group Chiang Rai Province The research team designed labels for dried longan products. That contains details showing the outstanding characteristics of dried longan products in Chiang Rai Province. The label color is gold with a brick-orange tint. Because of the combination of the color of dried longan and the color of Dok Phuang Saet Chiang Rai Provincial Flower, There is a box for packaging dried longan products. and clear dried longan product packaging cylinders When packed, the product inside can be seen.

Development of marketing channels for dried longan products of the Dried Longan Community Enterprise Group Chiang Rai Province Using online marketing as a medium of public relations to let consumers know about dried longan products in Chiang Rai province. Strengthen

communication channels between producers and consumers. and promote the potential and strength of the dried longan community enterprise group in Chiang Rai Province.

Keywords: Dried Longan, Value Addition, Creative High-Value Agriculture.

บทนำ

ลำไยเป็นไม้ผลที่นับว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ มีมูลค่าการส่งออกสูงปีละหลายพันล้านบาท โดยเป็นพืชเศรษฐกิจหลักของจังหวัดเชียงรายในลำดับที่ 4 จากฐานข้อมูลในแผนที่เกษตรเชิงรุกหรือ Agri-Map Online (Land Development Department Ministry of Agriculture and Cooperatives., 2023) นอกจากนี้จะสามารถรับประทานผลสดหรือนำมาปรุงเป็นขนมหวานได้แล้ว ลำไยยังสามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ เพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น ลำไยกระป๋อง ลำไยแช่แข็ง ลำไยอบแห้ง น้ำลำไย และไวน์ลำไย ในด้านคุณค่าทางโภชนาการพบว่าในเนื้อลำไยประกอบด้วยคาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมัน เส้นใย แคลเซียม ฟอสฟอรัส เหล็ก วิตามินเอ วิตามินบี วิตามินบีสอง ไนอาซิน วิตามินซี กรดอะมิโน และน้ำตาลซึ่งทำให้ลำไยมีรสหวาน ได้แก่ กลูโคส ซูโครส และฟรุคโตส (Daengprok, W., Warasawat, P., 2008)

จังหวัดเชียงรายมีโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเชียงราย (GPP) 16 สาขา (ณ ราคาคงที่) จำแนกตามสาขาการผลิต พ.ศ. 2558 – 2562 พบว่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดในปี 2562 เพิ่มขึ้นจากปี 2561 ประมาณ 3,528 ล้านบาท โดยในปี 2562 มีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด 113,402 ล้านบาท ซึ่งทำให้มูลค่าผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อคนเพิ่มขึ้นจากปี 2561 เป็น 95,895 บาทต่อปี มูลค่าผลิตภัณฑ์ในส่วนของการเกษตรจะเห็นได้ว่า ปี 2562 มีมูลค่าทั้งหมด 33,985 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปีก่อนและมูลค่าของการเกษตรในปี 2562 มีมูลค่าทั้งหมด 64,263 ล้านบาท ซึ่งลดลงจากปี 2561 เช่นกัน เมื่อพิจารณาผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดเชียงรายในปี 2562 เทียบสัดส่วนของผลิตภัณฑ์มวลรวมภาคการเกษตรมีสัดส่วนสูงกว่าภาคเกษตร ประมาณ 2 เท่า จึงไม่สามารถปฏิเสธได้ว่าภาคเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเชียงราย คือ ภาคการเกษตร ซึ่งมีสัดส่วนในผลิตภัณฑ์มวลรวมของจังหวัดถึงร้อยละ 32 ส่วนภาคการค้าส่งและค้าปลีกมีสัดส่วนร้อยละ 17 และภาคอุตสาหกรรมมีสัดส่วนร้อยละ 12 (Chiang Rai Provincial Strategic Office., 2020)

สำหรับผลผลิตที่สำคัญในภาคการเกษตรของจังหวัดเชียงราย พบว่า พืชเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดเชียงรายประกอบด้วย ข้าว ข้าวโพดเลี้ยงสัตว์ ถั่วเหลือง ลำไย ลิ้นจี่ ยางพารา และพืชผัก จังหวัดเชียงรายนับว่าเป็นจังหวัดที่มีพื้นที่ในการเพาะปลูกลำไยมากเป็นอันดับหนึ่งของภาคเหนือ เห็นได้จากในปี 2560 พื้นที่ในการปลูกลำไยในจังหวัดเชียงรายเพิ่มขึ้นจาก 135,000 ไร่ เป็น 138,000 ไร่ ในปี 2561 ซึ่งจากการเพิ่มพื้นที่เพาะปลูกลำไยทำให้ผลผลิตลำไยมีจำนวนมากขึ้น ซึ่งได้มีการกระจายผลผลิตเพื่อการส่งออกไปยังประเทศจีน เวียดนาม และลาว และตลาดภายในประเทศ ในขณะเดียวกันก็มีการแปรรูปลำไยเป็นลำไยอบแห้งเพื่อเพิ่มมูลค่า

ให้ลำไยที่ไม่สามารถส่งออกต่างประเทศและในประเทศได้เนื่องจากไม่ได้มาตรฐานการส่งออก ปัจจุบันจังหวัด เชียงรายมีโรงงานอบแห้งทั้งเปลือก จำนวน 16 โรงงาน

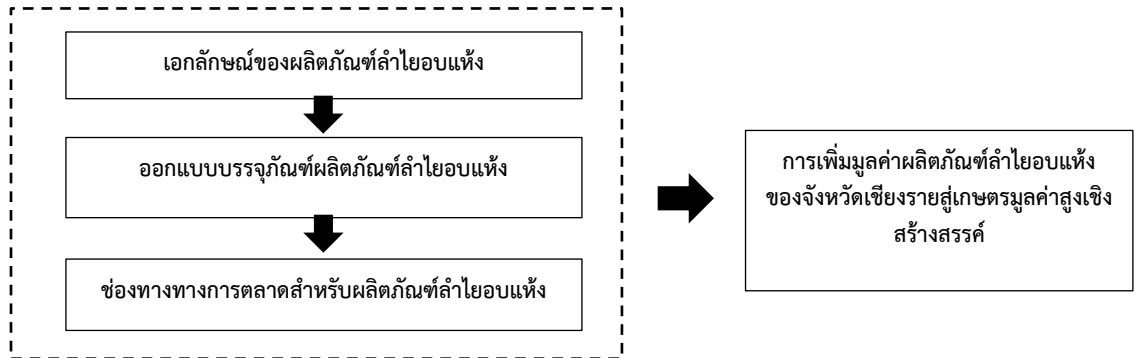
วิสาหกิจชุมชนที่ดำเนินการเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งในจังหวัดเชียงรียังมีไม่มากนัก วิสาหกิจ ชุมชนส่วนใหญ่ประกอบธุรกิจในรูปแบบดั้งเดิม ผลิตบนพื้นฐานปัจจัยการผลิตและความชำนาญที่ตนมีอยู่ ผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่จึงเป็นผลิตภัณฑ์ ที่มีรูปแบบซ้ำ ๆ กัน ไม่มีความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ ขาดความเข้าใจในกระแสความนิยมหรือพฤติกรรมของผู้ซื้อในตลาดทำให้รูปแบบของผลิตภัณฑ์ไม่ตรงกับความต้องการของตลาด ขาดความรู้และทักษะในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ และช่องทางทางการตลาด ซึ่ง จากสภาพปัญหาดังกล่าวทำให้ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งไม่สามารถจำหน่ายได้ตามเป้าหมายที่กำหนด คณะผู้วิจัย จึงเล็งเห็นความสำคัญของปัญหา และโอกาสในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งจึงดำเนินการวิจัย การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของจังหวัดเชียงรายสู่เกษตรกรมูลค่าสูงเชิงสร้างสรรค์

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัด เชียงราย
2. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย
3. เพื่อพัฒนาช่องทางทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของจังหวัดเชียงรายสู่เกษตรกรมูลค่าสูงเชิงสร้างสรรค์ คณะผู้วิจัยได้ ทำการศึกษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง เพื่อให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับเอกลักษณ์ ลักษณะความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง โดยใช้กระบวนการสนทนากลุ่มร่วมกับการศึกษาเอกสารเพื่อวิเคราะห์เอกลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย และนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย ไปสู่การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งตามแนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้กระบวนการสนทนา กลุ่มร่วมกับความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ เมื่อได้บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงรายแล้ว จึงนำไปสู่ การพัฒนาช่องทางทางการตลาดตามแนวคิดและทฤษฎีทางการตลาด ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของจังหวัดเชียงรายสู่เกษตรกรมูลค่าสูง เชิงสร้างสรรค์



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของจังหวัดเชียงรายสู่เกษตรกรมูลค่าสูงเชิงสร้างสรรค์มีวิธีการวิจัยดังนี้

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

กลุ่มที่ 1 สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย และผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการผลิตและส่งออกลำไยอบแห้ง จำนวน 100 คน

กลุ่มที่ 2 หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ด้านการตลาด และสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการผลิตและส่งออกลำไยอบแห้ง จำนวน 100 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยเรื่องการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของจังหวัดเชียงรายสู่เกษตรกรมูลค่าสูงเชิงสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 2 ชนิด คือ

1. การศึกษาเอกสาร
2. แบบสนทนากลุ่ม

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย มีวิธีการรวบรวมข้อมูลดังนี้

1) การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussions) โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) กลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย ประธานและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการผลิตและส่งออกลำไยอบแห้ง จำนวน 100 คน เกี่ยวกับเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง

2) การค้นคว้ารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร โดยทำการรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย โดยการนำข้อมูลจากการศึกษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย ตามขั้นตอนที่ 1 มาร่วมวิเคราะห์และออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วย

ขั้นตอนที่ 3 การพัฒนาช่องทางทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย โดยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม โดยการนำข้อมูลจากการศึกษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย ตามขั้นตอนที่ 1 และแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง ตามขั้นตอนที่ 2 มาร่วมวิเคราะห์เพื่อให้ได้มาซึ่งการพัฒนาช่องทางทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของจังหวัดเชียงรายสู่เกษตรกรมูลค่าสูงเชิงสร้างสรรค์โดยการนำข้อมูลของผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non Participant Observation) ทั้งหมดมาวิเคราะห์ในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) และการทบทวนแนวคิด เอกสารที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ มาวิเคราะห์ในรูปแบบพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) และใช้เทคนิคการสังเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อเชื่อมโยงนำไปสู่การได้มาซึ่งเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง บรรจุภัณฑ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง และช่องทางทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย

สรุปผลการวิจัย

ผลการศึกษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แบ่งผลการศึกษาออกเป็นข้อมูล 3 ด้าน ประกอบด้วยด้านที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับลำไยในพื้นที่จังหวัดเชียงราย พบว่าลำไยมีถิ่นกำเนิดที่ประเทศจีนตอนใต้ พันธุ์ลำไยที่ปลูกในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ลำไยพื้นเมืองหรือลำไยกระดุก และลำไยกะโหลก สายพันธุ์ที่นิยมปลูกมากในจังหวัดเชียงรายคือ พันธุ์ดอ เป็นลำไยพันธุ์เบา ออกดอก และเก็บเกี่ยวผลผลิตได้ก่อนลำไยพันธุ์อื่น ทำให้เกษตรกรนิยมปลูกมากที่สุดและได้รับความนิยมจากผู้บริโภค สามารถจำหน่ายได้ทั้งผลสดและแปรรูป เช่น ลำไยกระป๋อง ลำไยอบแห้ง เป็นต้น ลำไยพันธุ์ดอเป็นพันธุ์ที่เจริญเติบโตได้ดีในดินที่มีความอุดมสมบูรณ์และมีน้ำเพียงพอ ทนแล้งและทนน้ำได้ดีปานกลาง ลำไยพันธุ์ดอแบ่งตามสีของยอดอ่อนได้เป็น 2 ชนิด คือ ดอยอดแดง และดอยอดเขียว นอกจากนี้

ยังพบพันธุ์ลำไยอื่น ๆ ที่ปลูกในจังหวัดเชียงราย ได้แก่ พันธุ์ชมพู พันธุ์เป็ยิวเขียว พันธุ์แห้ว พันธุ์ใบดำ และพันธุ์แดงหรืออีแดง เป็นต้น

ด้านที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการผลิตลำไยอบแห้ง ซึ่งลำไยเป็นไม้ผลที่นับว่าเป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ มีมูลค่าการส่งออกสูงปีละหลายพันล้านบาท เป็นพืชเศรษฐกิจหลักของจังหวัดเชียงรายลำดับที่ 4 ลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงรายใช้ลำไยพันธุ์อีดอ ซึ่งเป็นพันธุ์ที่เหมาะสมกับการอบแห้งมากที่สุด เนื้อสัมผัสเวลาเคี้ยวจะอร่อยกว่าสายพันธุ์อื่น สีสันสวยงาม มีเนื้อหนา เม็ดเล็กและยังเนื้ออ่อน อบแห้งแล้วสีสวย คัดขนาดใหญ่เป็นพิเศษ เกรด AAA โดยลำไยสดที่นำมาเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปเป็นลำไยอบแห้งต้องไม่ค้างคืนและนำมาทำความสะอาดก่อนปอกเปลือกและคว้านเมล็ดออก โดยใช้อุปกรณ์ในการคว้านเมล็ด 2 ชนิด คือตุ้ดตุ้ และปลายช้อนที่มีด้าม จากนั้นเตรียมเข้าสู่กระบวนการในการทำลำไยอบแห้ง สำหรับลำไยที่นำมาอบแห้งต้องล้างน้ำหลายครั้งเพื่อความสะอาดและลดความหวานลง เวลาที่อบแห้งแล้วน้ำระเหยออกไปรสชาติไม่หวานแหลม ผลผลิตลำไยอบแห้งของจังหวัดเชียงราย แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ได้แก่ 1) ลำไยอบแห้งแบบอบแห้งเปลือก เป็นลำไยที่นำวัตถุดิบลำไยสดผ่านกระบวนการคัดเลือกลำไยตามมาตรฐานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นำมาทำความสะอาด และผ่านกระบวนการอบแห้งแบบแห้งเปลือก มีลักษณะโดดเด่นที่เปลือกลำไยไม่แตกหัก เนื้อลำไยด้านในมีสีน้ำตาลเข้ม ลักษณะเนื้อติดเมล็ดแต่หลุดออกจากกันได้ง่ายเมื่อรับประทาน รสชาติหวาน 2) ลำไยอบแห้งแบบคว้านเมล็ด เป็นลำไยที่มีการคัดพิเศษ โดยเน้นลำไยสดที่มีลูกใหญ่มีการแกะเปลือก คว้านเมล็ด ก่อนนำไปอบแห้ง โดยมีการจัดเรียงบนตะแกรง คว้านน้ำเนื้อลำไยส่วนที่ถูกคว้านลง ลำไยอบแห้งจะออกมาเป็นทรงกลมสวย ใช้เวลาอบประมาณ 8-10 ชั่วโมง ก่อนจะเก็บเข้าห้องเย็นเพื่อรอบรรจุ ลักษณะรูปลักษณ์ภายนอกของลำไยมีสีเหลืองทอง ลักษณะของชั้นลำไยมีเนื้อหนาและชั้นใหญ่ กระบวนการอบแห้งจนทำให้เนื้อลำไยแห้งสนิทไม่มีลักษณะติดกันเป็นก้อน กลิ่นของลำไยอบแห้งมีกลิ่นหอมโดดเด่น รสชาติของลำไยอบแห้งมีรสชาติดหวานละมุนไม่หวานแหลม เป็นลักษณะที่บ่งบอกรสชาติของลำไยแท้ที่มาจากกระบวนการอบแห้งโดยไม่ได้ปรุงแต่งหรือเพิ่มความหวาน แต่เป็นกระบวนการที่ตั้งความหวานตามธรรมชาติของวัตถุดิบออกมา และด้านที่ 3 ข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับจังหวัดเชียงราย พบว่าตราประจำจังหวัดเชียงรายเป็นรูปช้างสีขาวได้เมฆ ดอกไม้ประจำจังหวัดเชียงรายคือดอกพวงแสด และต้นไม้ประจำจังหวัดเชียงรายคือต้นกาสะลองคำ โดยคณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลเกี่ยวกับจังหวัดเชียงรายนำมาสู่การสร้างเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย คณะผู้วิจัยได้นำข้อมูลการศึกษาเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย มาประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ในด้านรูปแบบของฉลากผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งจะประกอบด้วย โลโก้หรือตราสัญลักษณ์ เนื้อหารายละเอียด ระบุชื่อผลิตภัณฑ์ ขนาด วันที่ผลิต วันที่บริโภค สถานที่ผลิต จัดจำหน่าย เอกลักษณ์ความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย สีฉลากใช้สีทองออกส้มอิฐ เนื่องจากการผสมผสานระหว่างสีเนื้อของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งที่มีเนื้อสีเหลืองทอง และสีดอกไม้

ประจำจังหวัดเชียงรายที่เป็นดอกพวงแสดมีสีแสด และภาพประกอบบนพื้นฉลากประกอบไปด้วยภาพลำไยพันธุ์อิดอซึ่งเป็นสายพันธ์ที่นำมาทำลำไยอบแห้ง ประกอบกับภาพลำไยอบแห้งสีทอง

ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้งที่พัฒนาร่วมกันระหว่างกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย และคณะผู้วิจัย ประกอบไปด้วยต้นแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 2 รูปแบบ ได้แก่ (1) กล่องบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้ง ขนาดกว้าง*ยาว*ลึก 14.5*20.5*7 ซม. (2) กระบอกบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้งแบบใส สูง 15 ซม. ติดฉลากสติ๊กเกอร์ ขนาด 11.7 * 16 ซม. เป็นบรรจุภัณฑ์ลักษณะใสมีฝาปิด เห็นผลิตภัณฑ์ด้านในชัดเจน โดยบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทั้ง 2 รูปแบบ จะปรากฏชื่อผลิตภัณฑ์ ปริมาณบรรจุ ลักษณะลวดลายรูปประกอบเป็นรูปลำไย ลำไยอบแห้ง และภาพวาดลวดลายลำไย พร้อมทั้งมีสัญลักษณ์ เชียงรายแบรนด์ เลขทะเบียนองค์การอาหารและยา สถานที่ผลิตและจัดจำหน่าย บาร์โค้ดผลิตภัณฑ์ คิวอาร์โค้ดผลิตภัณฑ์ วันที่ผลิต ระยะเวลาที่ควรบริโภค วิธีการเก็บรักษา โดยใช้รูปแบบอักษร Anantason SemiCondens นอกจากนี้คณะผู้วิจัยได้ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งจำนวน 2 รูปแบบตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 ท่าน ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ พบว่ารูปแบบที่ 2 กระบอกบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้งแบบใส มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงเลือกนำรูปแบบที่ 2 ไปพัฒนาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปทดสอบประสิทธิภาพ และประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคในขั้นตอนต่อไป โดยผู้เชี่ยวชาญมีข้อเสนอแนะรูปแบบกล่องควรปรับขนาดให้มีความเหมาะสมกับปริมาณการบรรจุ สีต้องมีความสอดคล้องกับสีของดอกไม้สัญลักษณ์ประจำจังหวัดเชียงราย จะได้บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ที่ชัดเจน เป็นเอกลักษณ์และบ่งบอกถึงเนื้อลำไยที่เป็นตัวผลิตภัณฑ์ด้วย ให้มีการกำหนดคำโปรยหรือสโลแกนเพิ่มเพื่อส่งเสริมการขาย และควรมีการแสดงข้อความตัวเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งบนกล่อง หรือฉลากที่ติดแบบกระป๋องด้วย



ภาพที่ 2 ต้นแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้ง



ภาพที่ 3 ต้นแบบกระบอกบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้ง

ด้านการพัฒนาช่องทางทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย มีช่องทางทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง ณ ที่ทำการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ช่องทางทางการตลาดผ่านหน่วยงานภาครัฐ และช่องทางทางการตลาดออนไลน์ โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงรายต้องการพัฒนาช่องทางทางการตลาดที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถนำไปใช้เป็นสื่อกลางการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคได้รู้จักผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย เป็นการเสริมสร้างช่องทางในการติดต่อระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค ที่ผู้บริโภคจะสามารถซื้อขายผลิตภัณฑ์โดยตรงจากผู้ผลิต และเป็นการเสริมสร้างศักยภาพความเข้มแข็งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย ในด้านการตลาด โดยคณะผู้วิจัยจึงได้พัฒนาช่องทางทางการตลาดออนไลน์ ที่เป็นช่องทางทางการตลาดที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเอง และเป็นช่องทางในติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้โดยตรง ซึ่งเป็นไปตามความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถขยายตลาดและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น โดยใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เฟซบุ๊ก (Facebook) และ ช้อปปี้ (Shopee)

อภิปรายผลการวิจัย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย ประกอบไปด้วยต้นแบบบรรจุภัณฑ์ 2 รูปแบบ ได้แก่ กล่องบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้ง และกระบอกบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้งแบบใส ซึ่งบรรจุภัณฑ์ทั้ง 2 รูปแบบจะปรากฏชื่อผลิตภัณฑ์ ปริมาณบรรจุ ลักษณะลวดลายรูปประกอบเป็นรูปลำไย ลำไยอบแห้ง และภาพวาดลวดลายลำไย ตราสัญลักษณ์ที่สร้างมาตรฐานความน่าเชื่อถือ

ให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น เชียงรายแบรนด์ เลขทะเบียนองค์การอาหารและยา เป็นต้น นอกจากนี้คณะผู้วิจัยได้ระบุข้อมูลเกี่ยวกับลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย สถานที่ผลิตและจัดจำหน่าย วันที่ผลิต และระยะเวลาที่ควรบริโภค และวิธีการเก็บรักษาไว้ในบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นข้อมูลให้กับลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องประกอบด้วย ชื่อสินค้า ตราสินค้า สัญลักษณ์ทางการค้า รายละเอียดของสินค้า รายละเอียดการขาย รายละเอียดการส่งเสริมการขาย รูปภาพ ส่วนประกอบของสินค้าปริมาณ ชื่อผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย รายละเอียดตามข้อบังคับของกฎหมายเช่นวันผลิตวันหมดอายุ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Chaikaew, N., Saribut, U., Debunmee, Na Chumphae, S., and Phuphat, Ph. (2013) ในการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ลำไยอบแห้งจังหวัดลำพูน โดยผลการศึกษาพบว่าบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนามีการออกแบบเพื่อให้เห็นสินค้าภายใน ลักษณะลดตายบนกล่องเกี่ยวข้องกับวิถีชีวิต มีสัญลักษณ์ที่เป็นความโดดเด่นของจังหวัดลำพูน มีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการผลิต เช่น เลขทะเบียนองค์การอาหาร และยาส่วนประกอบในการเก็บรักษา พร้อมกับมีลดตายกราฟฟิคภาพลำไย มีรายละเอียดผู้ผลิตสรรพคุณของลำไย มีตราสัญลักษณ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ เช่น OTOP เป็นต้น

การพัฒนาช่องทางทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย มีช่องทางทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้ง 4 ช่องทาง ได้แก่ (1) ช่องทางทางการตลาด ณ ที่ทำการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน (2) ช่องทางทางการตลาดผ่านการ (3) ช่องทางทางการตลาดผ่านหน่วยงานภาครัฐ (4) ช่องทางทางการตลาดออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษา ของ Isor, A., Choaarong, P., Rattanapiphat, S., Taemasa, R. (2022) เรื่อง การพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอท็อปจังหวัดยะลา ตามโครงการพระบรมราโชบายเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา โดยที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีการใช้ช่องทางทางการตลาดที่มีลักษณะเดียวกัน โดยจากการขายตรง การใช้ช่องทางทางการตลาดผ่านหน่วยงานภาครัฐหรือเครือข่าย และการจำหน่ายผ่านช่องทางทางการตลาดออนไลน์ พร้อมยังสอดคล้องในเรื่องแนวทางการพัฒนาช่องทางทางการตลาดที่ในอนาคตต้องการมุ่งเน้นตลาดออนไลน์ เพื่อเป็นช่องทางทางการตลาดที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์เช่นกัน แต่ยังมีประสบปัญหาด้านการขาดทักษะการใช้เทคโนโลยี กลยุทธ์ในการสื่อสารกับลูกค้าผ่านตลาดออนไลน์

นอกจากนี้แนวทางการพัฒนาความต้องการในการพัฒนาช่องทางทางการตลาดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย อยากพัฒนาช่องทางทางการตลาดออนไลน์ ที่ถือเป็นช่องทางทางการตลาดที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถดำเนินการได้ด้วยตนเอง และเป็นช่องทางในติดต่อสื่อสารกับลูกค้าได้โดยตรง สามารถขยายตลาดและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น สอดคล้องกับซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอท็อปจังหวัดยะลา ตามโครงการพระบรมราโชบายเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา (Isor, A., Choaarong, P., Rattanapiphat, S., Taemasa, R., 2022) ที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์โอท็อป จังหวัดยะลาฯ โดยเน้นตลาดออนไลน์ และวางแผนจัดทำผลงานการสื่อสารออนไลน์โพสต์ผ่านสื่อเพจ เฟซบุ๊ก ไลน์ อย่างสม่ำเสมอ ต่อเนื่องสัปดาห์ละ 1 ครั้ง โดยเนื้อหา

ที่โพสต์มีความหลากหลาย ทั้งเรื่องราวเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์โปรโมชัน ผู้ประกอบการ ธุรกิจ ลูกค้า สุขภาพ กระแสเทศกาล คำคม คำขัน ฯลฯ ซึ่งจัดทำในรูปแบบภาพถ่าย แบนเนอร์ วิดีโอข้อความบรรยาย หรือแบบผสมผสาน และสอดคล้องกับ Pila, W. (2011) ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจซื้อลำไยอบแห้งสีทองของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าการพัฒนาช่องทางทางการตลาดแบบออนไลน์ จะเพิ่มตลาดให้กว้างขึ้นเพื่อการกระจายสินค้าให้มากขึ้น และการส่งเสริมการขายอาจมีบริการทดลองชิม แจกสินค้าตัวอย่าง หรือการจัดบริการลด แลก แจก แถม บ้างเป็นครั้งคราว นอกจากนี้ผู้วิจัยได้เสนอแนวทางการพัฒนาช่องทางทางการตลาด ด้วยการใช้ตลาดออนไลน์เพราะเป็นไปตามความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนลำไยอบแห้ง จังหวัดเชียงราย ที่เสนอว่า การใช้ตลาดออนไลน์จะทำให้เข้าถึงลูกค้ามากยิ่งขึ้น และสามารถใช้เป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ให้ผู้บริโภคทั่วไปได้รู้จักลำไยอบแห้งสีทองเชียงรายอีกหนึ่งช่องทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Mahatthanachai, B., Mahattanachai, Ch. (2023) เรื่อง การพัฒนาระบบตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการตลาดของผลผลิตลำไย อำเภอบ้านโฮ้ง จังหวัดลำพูน โดยเสนอแนวทางการวิเคราะห์ธุรกิจใช้ประชาสัมพันธ์เข้าถึงกลุ่มลูกค้าด้วยระบบเทคโนโลยีตลาดดิจิทัลและการใช้สื่อโซเชียลมีเดีย และต้องมีกลไกการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการลำไยอบแห้งโดยการจัดอบรมถ่ายทอดความรู้ด้านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและความรู้ทางธุรกิจ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมกันกำหนดนโยบายหรือแนวทางในการส่งเสริมการใช้วัสดุในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการผลิตแบบ Eco-design รวมทั้งการส่งเสริมให้มีการศึกษาวัสดุที่ย่อยสลายง่ายเพื่อนำมาเป็นวัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

2. การศึกษาแนวคิด Eco-design การออกแบบผลิตภัณฑ์ยุคใหม่อาจนำมาศึกษาเพิ่มเติมเพื่อเป็นการเสริมสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดของผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งได้ เนื่องจากเป็นกระแสความนิยมใหม่ของผู้บริโภคซึ่งอยู่บนพื้นฐานตามการกำหนดแนวนโยบายของประเทศ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไปควรเสริมประเด็นในเรื่องการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการยกระดับผลิตภัณฑ์เพื่อก้าวเข้าสู่มาตรฐานต่าง ๆ ที่เป็นที่ยอมรับ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและสามารถใช้เป็นกลยุทธ์ทางการตลาดให้ผลิตภัณฑ์ลำไยอบแห้งจังหวัดเชียงราย ได้แก่ ตราสัญลักษณ์เชียงรายแบรนด์ (Chiang Rai Brand) มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) มาตรฐานอาหารและยา (อย.) หรือมาตรฐานอื่น ๆ ที่กำหนดให้สอดคล้องกับนโยบาย OTOP

เอกสารอ้างอิง

- Chaikaew, N., Saribut, U., Debunmee, Na Chumphae, S., Phuphat, Ph. (2013). The study and development of package design for dried longan of Lamphun Province. **Art and Architecture Journal Naresuan University**, 3(2): 86-95. (in Thai)
- Chiang Rai Provincial Strategic Office. (2020). **Chiang Rai Province Development Plan 2018-2022**. Strategy Group and Provincial Development Chiang Rai Province. (in Thai)
- Daengprok, W., Warasawat, P. (2008). **Product Development of Longan-Fortified Cereal Yoghurt**. research report Maejo University. (in Thai)
- Isor, A., Choarong, P., Rattanapiphat, S., Taemasa, R. (2022). **Development of distribution channels for OTOP products in the Yala province according to the Royal Initiative Project for Local Development Yala Rajabhat University**. research report Yala Rajabhat University. (in Thai)
- Land Development Department Ministry of Agriculture and Cooperatives. (2023). **Appropriate agricultural promotion guidelines according to the Agri-Map proactive agricultural map database, Chiang Rai Province**. Land Development Department Ministry of Agriculture and Cooperatives. (in Thai)
- Mahatthanachai, B., Mahattanachai Ch. (2023). Development of a digital marketing system to promote marketing of longan products Ban Hong District, Lamphun Province. **Journal of Science and Technology Buriram Rajabhat University**, 7(1): 79-94. (in Thai)
- Pila, W. (2011). **The decision-making process for purchasing golden-fleshed dried longans of consumers in Mueang District, Chiang Mai Province**. Independent study. Master of Business Administration, Maejo University. (in Thai)