การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑
"การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม"
The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society
Phanomwan College of Technology

16-17 กรกฎาคม 2559
ณ โรงแรมสีมาธานี นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
กระทรวงอุตสาหกรรม
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ
ระดับชาติ ครั้งที่ 1
"การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม"
ณ โรงแรมสีมาธานี จ.นครราชสีมา
Phanomwan College of Technology
The 1st National Conference on Research for Development,
Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์กำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ "การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม" ประกอบด้วย

3. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษย์ศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)
4. งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาธานี เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้

ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านบทความ

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

1. ศาสตราจารย์.ดร.นพ.ธัมม์ทิวัตถ์ นรารัตน์วันชัย	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
2. รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตฉายา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอิสาน
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ขันติโกมล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอิสาน
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย	มหาวิทยาลัยบูรพา
5. ดร.ภก.กานต์ วงศีศุภสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง
6. ดร.ยงยุทธ สงวนชม	มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

กลุ่มมนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

1. ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
2. รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
3. รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ์ ประทุมวงษ์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
4. รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
5. รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
6. รองศาสตราจารย์ ดร. ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
7. รองศาสตราจารย์ ดร .ไพโรจน์ วีไลนุช	มหาวิทยาลัยหอการค้า

8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล	ข้าราชการบำนาญ
9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
10 รองศาสตราจารย์นิยดา สวัสดิพงษ์	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
11.รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรวัน	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
12. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยบูรพา
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร. ธีระวัฒน์ จันทึก	มหาวิทยาลัยศิลปากร
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิธาริ์ ธนารักษ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภาภร ภิญโญฉัตรจินดา	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิติมา พลับพลึง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลับพลึง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนัสินี บุญมีศรีสง่า	มหาวิทยาลัยศิลปากร
22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ	มหาวิทยาลัยเกษตร
23. อาจารย์ ดร.วรรษพร อารยะพันธ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวสินนนท์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพรจิตร	มหาวิทยาลัยศิลปากร
26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกตุ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ	มหาวิทยาลัยศิลปากร
28. อาจารย์ ดร.ปวีณ นราเมธกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ้งเวชฉาย	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสถิต	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชระ	มหาวิทยาลัยบูรพา
32. อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ มีประดิษฐ์	มหาวิทยาลัยบูรพา
33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจิมรอด	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
35. อาจารย์ ดร.พิสิษฎ์ มณีโชติ	มหาวิทยาลัยนเรศวร
36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์	วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า
37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
38. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์	มหาวิทยาลัยแม่โจ้
39. ดร.ณรงค์ ศรีเกรียงทอง	บริษัท โมเดิรน์คาสอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติคส์ จำกัด
40. ดร.ธงชัย ทองมา	กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ
41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ	บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)
42. ดร.กฤษฎา โสภา	บริษัท อำพลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด
43. ดร.ภาณุพันธ์ โอฬารกิจไพบูลย์	บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

กลุ่มมนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือน	วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ลือมงคล	วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
3. ดร.พิชัย สารภักดิ์	วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์
4. ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ	วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

<u>หน้าที่และความรับผิดชอบ</u>

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอบทความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิสิษฐ์ ศิริรักษ์)
อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหัวกุ้งของบริษัท โอคุสโน่ ฟู้ด จำกัด

PRODUCT DEVELOPMENT OF SHRIMP HEADS OF OKUSNO FOOD CO., LTD.

จุฑามาศ มณีทิพย์* จอมภัค คลังระหัด**

JUTAMAT MANEETHIP* CHOMBPAK KLANGRAHAD**

บทคัดย่อ

การศึกษาการพัฒนาผลิภัณฑ์จากหัวกุ้งของบริษัท โอคุสโน่ ฟู้ด จำกัด มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากหัวกุ้งของ บริษัท โอคุสโน่ ฟู้ด จำกัด เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลักคือประธานกรรมการผู้จัดการและผู้บริโภคขนมอบกรอบโอคุสโน่ จำนวน 6 คน ผลการศึกษาพบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหัวกุ้งเริ่มจากความสงสัยและมองเห็นโอกาสที่คนส่วนใหญ่มองข้ามและนำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อให้เกิดมูลค่า กลุ่มลูกค้าส่วนใหญ่เป็นเด็กอายุตั้งแต่ 7 ขวบขึ้นไป วัยรุ่นหรือพนักงานบริษัท แต่คนที่ซื้อส่วนมากจะเป็นผู้ปกครองโดยให้เหตุผลว่าเป็นขนมที่ให้ประโยชน์และสามารถรับประทานคู่กับของคาวได้ ส่วนเรื่องกลยุทธ์ทางการตลาดเน้นที่ช่องทางออนไลน์ที่สามารถโต้ตอบกับลูกค้าได้เร็วและจุดจัดจำหน่ายต่างๆ ปัญหาและอุปสรรคในการทำงานเนื่องจากธุรกิจขยายตัวอย่างรวดเร็วจึงทำให้การผลิตไม่ทันตามคำสั่งซื้อ แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอนาคต ทางบริษัทจะเพิ่มรสชาติของผลิตภัณฑ์และมีแนวคิดที่จะพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นๆที่ถูกมองข้ามต่อไป

คำสำคัญ: การพัฒนาผลิตภัณฑ์, หัวกุ้ง

* นักศึกษาปริญญาตรี สาขาการจัดการธุรกิจทั่วไป คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

** อาจารย์ ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

Abstract

The purpose is to study product development of shrimp heads of OKUSNO FOOD CO., LTD. Qualitative research methodology was used. In-depth interview from 6 key informants was used to collect data. The study found that product development began with a suspect shrimp heads and saw an opportunity that most people overlook and bring further development to achieve value. The overall customer People who eat mostly children from 7 years old, teenagers or employees, but the people who buy most of the parents argue that the benefit is a dessert that can be served with meat. As a marketing strategy that focuses on online channels to interact with customers faster and various distribution. The problems and barriers to work because the business expanded rapidly, the production did not follow orders. The development of future products the company will enhance the flavor of the product and the idea is to develop products that everyone ignores it.

Keywords: Product Development, Shrimp heads

บทนำ

เศรษฐกิจของประเทศไทยในปัจจุบันรายได้ส่วนหนึ่งมาจากการเป็นผู้ส่งออกสินค้าสัตว์น้ำในลำดับต้นของโลกโดยมีมูลค่าการส่งออกสินค้าในหมวดสินค้ากุ้ง หมึก ปลาสดแช่เย็นแช่แข็ง รวมทั้งผลิตภัณฑ์ทูน่ามากกว่าสามแสนล้านบาท (สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย, 2557) ถือว่าเป็นสินค้าอุตสาหกรรมเกษตรที่ทำรายได้เข้าสู่ประเทศในอันต้นของประเทศ และอุตสาหกรรมกุ้งสดแช่เย็นแช่แข็งและแปรรูปนับว่าเป็นสินค้าส่งออกที่สำคัญที่สุดในกลุ่มสินค้าประมงของไทย

กุ้ง นับว่าเป็นอาหารทะเลที่มีผู้นิยมบริโภคมากเป็นอันดับต้นๆ ของโลก โดยประเทศไทยมีอุตสาหกรรมกุ้งเป็นอุตสาหกรรมส่งออกหลักที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก เนื่องจากกุ้งสามารถนำรายได้เข้าประเทศในแต่ละปีเป็นมูลค่าหลายหมื่นล้านบาท (สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย, 2556) และกุ้งซึ่งเป็นสัตว์ที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้ทั้งเนื้อและเปลือก ในกุ้งแต่ละตัวนั้นมีสัดส่วนของส่วนที่เป็นเนื้อและส่วนที่เป็นเปลือกกุ้งและหัวกุ้งในปริมาณใกล้เคียงกัน ขนาดแบ่งน้ำหนักกันไปคนละเกือบ 50-50 ดังนั้น หากพิจารณาอุตสาหกรรมกุ้งแช่แข็ง ในปัจจุบันพบว่ามีกุ้งป้อนเข้าโรงงานถึงปีละ 180,000 ตัน และส่วนที่เป็นเปลือกกุ้งและหัวกุ้งก็มีปริมาณ 90,000 ตัน ซึ่งแน่นอนว่าส่วนเนื้อกุ้งนั้นนำมาใช้บริโภคกัน แต่ส่วนเปลือกกุ้งและหัวกุ้งที่เป็นวัสดุเหลือใช้จากกระบวนแปรรูปกุ้งนั้น คนทั่วไปมองไม่เห็นการใช้ประโยชน์ แต่ปริมาณเปลือกกุ้งและหัวกุ้งที่มีจำนวนมากจากโรงงานดังกล่าวนั้น หากทิ้งโดยเปล่าประโยชน์ก็เป็นที่น่าเสียดายอย่างยิ่ง และในปัจจุบันมีการนำเปลือกกุ้งและหัวกุ้งไปใช้ประโยชน์ ซึ่งส่วนมากแล้วก็จะเป็นการนำไปป่นบดทำเป็นส่วนผสมในอาหารสัตว์ ซึ่งการใช้ประโยชน์จากเปลือกกุ้งและหัวกุ้งลักษณะนี้ก็เป็นการใช้ประโยชน์โดยทั่วๆ ไป แต่อย่างไรก็ตามหากมองลึกถึงองค์ประกอบทางเคมีของเปลือกกุ้งและหัวกุ้งแล้ว ก็สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้มากกว่านั้น (สำนักงานพัฒนาการวิจัยเกษตร, 2541)

เนื่องจากปัจจุบันความหลากหลายของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดนั้นมีความเหมือนใกล้เคียงหรือแตกต่างกันล้วนทำให้เกิดภาวะยุ่งยากในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค การพัฒนาผลิตภัณฑ์จึงเป็นตัวแปรสำคัญของการแข่งขันในการสร้างความแตกต่าง และเมื่อนำประโยชน์ของเปลือกกุ้งและหัวกุ้งมาศึกษาจะพบว่าในทั้งสองส่วนนี้เป็นส่วนที่มีแคลเซียมสูงที่ช่วยเสริมสร้างกระดูกให้แข็งแรง ดังนั้นนอกจากนำเปลือก

กุ้งและหัวกุ้งไปในการนำทำเป็นส่วนผสมในอาหารสัตว์ ก็ยังสามารถนำมาพัฒนาเป็นอย่างอื่นได้อีก

โดยบริษัท โอคุสโน่ ฟู้ด จำกัด เห็นประโยชน์และความสำคัญของหัวกุ้ง ซึ่งเป็นสิ่งเหลือทิ้งจากการทำอาหารและนำมาต่อยอด พัฒนาและคิดค้นเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ซึ่งก็คือคางกุ้งทอดอบกรอบ ภายใต้ชื่อตราสินค้าว่า โอคุสโน่ (OKUSNO) ในส่วนของใต้หัวกุ้งนั้นจะมีเนื้อเหลืออยู่ ในที่นี้ จะเรียกว่า "คางกุ้ง" คำว่า "คางกุ้ง" เป็นคำที่คิดค้นขึ้นมาเอง เพราะส่วนนี้ยังไม่มีที่แน่ชัดว่าเรียกว่าอะไร โดยนำคางกุ้งมาเป็นวัตถุดิบหลักและแปรรูปเป็นขนมขบเคี้ยว ซึ่งมีแคลเซียมถึง 100% (พิมพ์มาดา พัฒนปรัชญาพงศ์, 2559)

จากความสำคัญของการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากคางกุ้งดังกล่าวผู้วิจัยสนใจศึกษาการใช้ประโยชน์จากคางกุ้ง โดยการแปรรูปจากหัวกุ้ง เพื่อเพิ่มมูลค่าของหัวกุ้งและเป็นการสร้างข้อมูล เพื่อนำไปสู่การผลิตในเชิงพาณิชย์ที่ต้องพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารอยู่เสมอ ซึ่งการวิจัยในครั้งนี้จะสามารถเป็นประโยชน์ให้กับผู้ที่ต้องการจะศึกษาและนำไปพัฒนาต่อยอดได้อีกด้วย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากคางกุ้งของ บริษัท โอคุสโน่ ฟู้ด จำกัด

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. การพัฒนาผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ใหม่ หมายถึง ผลิตภัณฑ์ใดๆที่ใช้สำหรับกิจการอาจเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีแนวคิดใหม่หรือเป็นการเปลี่ยนแปลงบางอย่างในผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้ว (การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะต้องมีผลให้ผู้บริโภคพึงพอใจผลิตภัณฑ์มากขึ้นกว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์เดิม) หรืออาจจะเป็นผลิตภัณฑ์เดิมที่นำเสนอในตลาดใหม่ ปัจจุบันสภาพตลาดมีการแข่งขันสูงและความก้าวหน้าของเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็วทำให้มีผลิตภัณฑ์ใหม่ในตลาดจำนวนมากส่งผลให้วงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์สั้นลง ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะอยู่รอดได้ในตลาดจึงต้องเป็นผลิตภัณฑ์ที่มี "ความใหม่" ที่แตกต่างและเป็นสาระสำคัญของผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องตรงกับลักษณะความต้องการของผู้บริโภค (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2556 อ้างในถึง Mccathy and Pereault, Jr., 2534 : 342)

นักการตลาดได้ให้ความหมายของคำว่า "ผลิตภัณฑ์ใหม่" ว่า หมายถึงสิ่งต่างๆ ทั้ง 6 ประเภท ดังต่อไปนี้ (ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา, 2552 : 3-5)

1) ผลิตภัณฑ์ใหม่ของโลก (New-to-the-world product) ผลิตภัณฑ์ใหม่ชนิดนี้เป็นผลิตภัณฑ์ชนิดแรกของโลกที่ถูกสร้างขึ้นมาใหม่ด้วนลักษณะพิเศษบางประการ จึงทำให้ไม่เหมือนกับผลิตภัณฑ์ใดเลยที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน การเกิดขึ้นของผลิตภัณฑ์ใหม่ชนิดนี้อาจจะเป็นการปฏิวัติประเภทของผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้วในปัจจุบัน (Existing product category) หรืออาจจะทำให้เกิดตลาดใหม่ (New market) อย่างแท้จริง ผลิตภัณฑ์ใหม่ชนิดนี้มักจะมีเทคโนโลยีใหม่บรรจุอยู่ภายใน ซึ่งทำให้ผู้บริโภคต้องใช้เวลามากขึ้นในการเรียนรู้วิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

2) สายผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product lines) ผลิตภัณฑ์ใหม่ประเภทนี้จัดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ก็เพราะว่ามีความใหม่สำหรับบริษัทที่ผลิตขึ้นมา ถึงแม้ว่าจะไม่ใหม่นักสำหรับการตลาด (หรือผู้บริโภค) ก็ตาม

3) การเพิ่มเติมผลิตภัณฑ์รายการใหม่ในสายผลิตภัณฑ์เดิม (Additions to existing product lines) ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ หมายถึงการที่กิจการสร้างผลิตภัณฑ์รายการใหม่เพิ่มขึ้น แต่อยู่ในสายผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่แล้ว มีความใหม่มากพอสมควรสำหรับกิจการเองและตลาด

4) การปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์เดิม (Improvements and revisions to existing products) ผลิตภัณฑ์ชนิดนี้ คือ การปรับปรุงผลิตเดิมที่มีอยู่แล้วของบริษัทให้ดีขึ้นในด้านต่างๆ เช่น ด้านคุณภาพ รูปลักษณ์ หรือความคุ้มค่าเงินสำหรับผู้บริโภค เป็นต้น กล่าวโดยทั่วไปผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่เราพบเห็นกันอยู่ในปัจจุบันมักจะผ่านการปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงจากผู้ผลิตมาแล้วไม่มากก็น้อย

5) การปรับเปลี่ยนตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (Repositioning) หมายถึง การที่กิจการมีการปรับเปลี่ยนกลุ่มลูกค้าเป้าหมายเสียใหม่ (retargeting) หรือแสวงหาประโยชน์ใช้สอยใหม่ๆ ให้กับผลิตภัณฑ์เดิมของกิจการ

6) การลดต้นทุน (Cost reductions) ผลิตภัณฑ์ใหม่ชนิดนี้ได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่อมาแทนที่ผลิตภัณฑ์เดิมของกิจการ ที่ยังคงให้ประโยชน์ใช้สอย และประสิทธิภาพในการทำงานเท่าเดิม แต่มีราคาถูก ผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ สำหรับนักการตลาดแล้วไม่จัดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ แต่สำหรับนักออกแบบและฝ่ายผลิตของกิจการแล้วจัดว่าเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ประเภทหนึ่ง

2. การแปรรูปอาหาร

การแปรรูปอาหาร (Food preservation) หมายถึง การนำอาหารมาผ่านกระบวนการต่างๆ เพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์อาหารที่มีลักษณะตามต้องการ มีคุณภาพเป็นที่ยอมรับของ

ผู้บริโภค และบริโภคได้อย่างปลอดภัย อีกทั้งยังเป็นการเตรียมอาหารให้เหมาะกับการบริโภค และอาจช่วยให้สามารถเก็บรักษาอาหารไว้ได้ระยะหนึ่งด้วย
(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545 : 5)

การแปรรูป คือ การปรับปรุงคุณภาพอาหาร วิธีการผลิต การเก็บรักษา และการเปลี่ยนแปลงลักษณะอาหารให้มีมากขึ้น ใช้ประโยชน์ได้มากขึ้นและมีประสิทธิภาพดี เป็นการเพิ่มผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น การแปรรูปนั้น อาจไม่เหลือลักษณะของอาหารเดิมเลยก็ได้ (สุภาพร สุทิน, 2556 : 1 อ้างในถึง สระบุรี ไชยมงคล, 2542 : 104)

การแปรรูปอาหารมีความสำคัญในด้านต่างๆดังนี้
(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 2545 : 9)

1) การทำให้อาหารเหมาะในการบริโภค การแปรรูปอาหารเป็นการเปลี่ยนผลิตภัณฑ์เกษตรให้อยู่ในรูปที่เหมาะกับการบริโภคและเป็นที่ต้องการของมนุษย์

2) การทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ การแปรรูปอาหารทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น เช่น สามารถเลือกระหว่างผลิตภัณฑ์ธรรมดา กับผลิตภัณฑ์ที่มีไขมันต่ำ นอกจากนี้การแปรรูปอาหารยังทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารพร้อมปรุง ที่สามารถเตรียมเพื่อบริโภคได้ง่าย (easy to eat food) และอาหารทันใจ (fast food) ประเภทต่างๆ เพื่อให้สอดคล้องกับการดำรงชีวิตในปัจจุบันที่ต้องทำงานนอกบ้านไม่มีเวลาในการเตรียมและบริโภคอาหารมากนักผลิตภัณฑ์เหล่านี้จำเป็นต้องใช้วิธีการแปรรูปอาหาร

3) การทำให้อาหารมีความปลอดภัยในการบริโภค สะดวกในการใช้และขนส่ง เพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจและโภชนาการ และการเพิ่มคุณภาพทางด้านประสาทสัมผัสของอาหาร สำหรับการเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการนั้น การแปรรูปยังสามารถทำได้โดยการเติมสารอาหารลงในอาหารระหว่างการแปรรูป เพื่อให้อาหารนั้นเป็นแหล่งของสารอาหาร

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุรเดช โตมาตร์ (2553) ได้ศึกษารูปแบบและการวางแนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอชาวไทดำ บ้านสะแกรายร่มเย็น ตำบลดอนยายหอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำของกลุ่มทอผ้าบ้านสะแกรายร่มเย็น ควรมีความหลากหลายและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด ทางกลุ่มจึงพัฒนาผ้าทอไทดำเป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปเพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด ลูกค้าส่วนใหญ่ชื่นชอบผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าสำเร็จรูปของกลุ่มผ้าทอเพราะรูปแบบ

ของเสื้อเป็นแบบเรียบง่ายไม่เป็นทางการ นอกจากนี้ทางกลุ่มได้เพิ่มประสิทธิภาพช่องทางการจัดจำหน่ายและการโฆษณาประชาสัมพันธ์เพื่อเพิ่มความน่าสนใจในการผลิตภัณฑ์ผ้าทอไทดำ โดยการเสนอให้สร้างสถานที่ในการจัดจำหน่ายเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้า และจากสภาวการณ์ทางการตลาดในปัจจุบันที่มีการต่อสู้แข่งขันกันสูงช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมในสภาพปัจจุบันจึงได้เร่งพัฒนา ช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านเครือข่ายอินเตอร์เน็ต ซึ่งเป็นการเสนอขายหน้าโฮมเพจในรูปแบบเว็บไซต์ (E-Commerce) โดยใช้คอมพิวเตอร์เชื่อมโยงอินเตอร์เน็ตออนไลน์ เพื่อให้มีการทำงานร่วมกัน ผู้ซื้อและผู้ขายสามารถสื่อสารกันได้โดยทางอีเมลล์ หรือ โทรศัพท์ มีความสะดวกสำหรับลูกค้าในการเปรียบเทียบราคาคุณสมบัติต่างๆของสินค้าที่ระบุไว้ในเว็บไซต์ นอกจากนี้อินเตอร์เน็ตยังช่วยเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์สินค้าได้อีกทางหนึ่ง

วิธีดำเนินการวิจัย

วิจัยเรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหัวกุ้ง มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหัวกุ้งของ บริษัท โอคุสโน่ ฟู้ด จำกัด มีวิธีการศึกษาดำเนินการวิจัยดังนี้

1. **ผู้ให้ข้อมูลหลัก** คือ ประธานกรรมการผู้จัดการ 1 คน และ ผู้บริโภคขนมอบกรอบโอคุสโน่ จำนวน 5 คน

2. **การเก็บรวบรวมข้อมูล** ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้การสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 11 คน สามารถแสดงขั้นตอนการดำเนินงานได้ดังนี้ ขั้นที่ 1 ทำการรวบรวมข้อมูลจากผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในบริษัท โอคุสโน่ ฟู้ด จำกัด ขั้นตอนที่ 2 ดำเนินการสัมภาษณ์เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหัวกุ้งของบริษัท โอคุสโน่ ฟู้ด จำกัด กับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ขั้นตอนที่ 3 นำเสียงที่สัมภาษณ์มาถอดเทปเป็นเอกสารเพื่อจะนำมาวิเคราะห์ข้อมูล ขั้นตอนที่ 4 วิเคราะห์จากเอกสารที่ถอดเทปออกมา ขั้นตอนที่ 5 การนำเสนอผลการดำเนินงาน

3. **เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย**

3.1) แนวคำถามเพื่อใช้ในการสัมภาษณ์

3.2) สมุดบันทึกและเครื่องเขียน

3.3) เครื่องบันทึกเสียงและภาพ

3.4) ผู้วิจัย

4. **การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล**

เพื่อให้ผลการวิจัยมีความน่าเชื่อถือและงานวิจัยที่ได้คุณภาพ ผู้วิจัยจึงตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลโดยใช้เทคนิคสามเส้า (Triangulation Technique) ด้านข้อมูล

(Data triangulation) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลโดยตรงด้วยการ สัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งเป็นผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริษัท โอคุสโน่ ฟู้ด จำกัด

5. การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้การตีความและสร้างข้อสรุปข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ตามขั้นตอน ดังนี้ 1) การถอดเทปสัมภาษณ์ 2) การพิมพ์บทสัมภาษณ์ 3) การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ให้ข้อมูล และวิเคราะห์เนื้อหาที่ได้จากการศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารจากคางกุ้งของบริษัท โอคุสโน่ ฟู้ด จำกัด และเอกสารอื่นๆที่เกี่ยวข้อง

ผลการศึกษา

การวิจัยในครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีวิธีการศึกษาและรวบรวมข้อมูลดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูลหลัก

ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 6 คน เป็นผู้หญิง 4 คน ผู้ชาย 2 คน ตำแหน่งประธานกรรมการผู้จัดการ 1 คน นักศึกษา 2 คน แม่บ้าน 3 คน อายุตั้งแต่ 19-50 ปี สภาพโสด 3 คน สมรส 3 คน มีรายได้ตั้งแต่ 4,000 – 25,000 บาทขึ้นไป วุฒิการศึกษาตั้งแต่ระดับมัธยมศึกษาปีที่ 6 ถึงระดับปริญญาโท

2. จุดเริ่มต้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหัวกุ้ง

เจ้าของผลิตภัณฑ์ได้เริ่มจากความสงสัยและมองเห็นโอกาส กล่าวคือ ที่บ้านชอบรับประทานกุ้งเวลาแกะกุ้งก็จะมีส่วนหัวที่เหลือทิ้ง เขาคิดว่ามันน่าจะเอามาทำอะไรเพื่อต่อยอดให้เกิดมูลค่าได้ เพราะคนส่วนใหญ่จะทิ้งส่วนนี้และอีกสาเหตุที่ใช้หัวกุ้งมาพัฒนาคือ 1) ความแตกต่าง 2) ผลิตภัณฑ์นี้ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน 3) คนส่วนใหญ่คาดไม่ถึงว่ากุ้งจะมีคาง เขาใช้ความสงสัยของคนมาทำการตลาดแล้วออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ และวัตถุดิบหัวกุ้งทางบริษัทจะรับมาจากโรงแกะกุ้งหรือฟาร์มกุ้งที่ได้มาตรฐาน

3. กลุ่มลูกค้า

โดยรวมแล้วคนที่ทานส่วนใหญ่เป็นเด็กอายุตั้งแต่ 7 ขวบขึ้นไป วัยรุ่นหรือพนักงานบริษัทแต่คนที่ซื้อเป็นผู้ปกครองที่ซื้อให้โดยให้เหตุผลว่าเป็นขนมที่ให้ประโยชน์ เพราะทำจากกุ้งล้วนๆไม่มีแป้งผสม ไม่มีผงชูรส แคลเซียมสูง 90% ต่อ 1 ห่อ โซเดียมต่ำ เป็นขนมที่ไม่ใช่ได้แค่พลังงานอย่างเดียว เลยทำให้ผู้ปกครองค่อนข้างสนใจ นอกจากนี้คำว่าคางกุ้งก็เป็นอีกสิ่งหนึ่งที่ผู้คนให้ความสนใจจึงทำให้ผลิตภัณฑ์นี้แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ และผู้ปกครองส่วนมากรู้จักผลิตภัณฑ์นี้จากรายการ SME ตีแตกจึงซื้อกลับไปลองชิมและยังให้เหตุผลอีกว่าผลิตภัณฑ์นี้ไม่ได้เป็นแค่ขนมแต่เพียงอย่าง

เดียวแต่ยังสามารถนำไปรับประทานคู่กับข้าวต้ม โจ๊ก ข้าวสวยร้อนๆหรือของคาวอื่นๆได้อีกด้วย เนื่องจากทำมาจากกุ้งจึงทำให้มีความรู้สึกว่าสามารถเป็นของคาวได้จึงซื้อไว้ติดบ้านเป็นส่วนมากและยังมีรสชาติให้เลือก 3 รสชาติ คือ รสดั้งเดิม รสแกงเขียวหวาน และรสต้มยำ สำหรับเด็กๆหรือวัยรุ่นที่รับประทานจะทานเป็นขนมคบเคี้ยวเป็นส่วนใหญ่เพราะมีความแปลกใหม่และรสชาติอร่อย

4. กลยุทธ์ทางการตลาด

การนำผลิตภัณฑ์ไปแจกหรือออกบูธตอนช่วงแรกๆ ส่วนใหญ่คนจะเข้ามาถามว่าคางกุ้งคืออะไรแล้วให้เขาลองชิมมี 80% ที่ซื้อกลับบ้านส่วนคนที่ไม่ทานจะเป็นคนที่ไม่ทานของทอดและแพ้กุ้ง เมื่อเริ่มเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้นจึงเน้นเรื่องจุดจัดจำหน่าย เนื่องจากยังเป็นธุรกิจเล็กๆจึงเน้นที่ช่องทางออนไลน์เป็นอันดับแรก เช่น Facebook, Line, Instagram จะเน้นในเรื่องของการที่ตอบข้อความเร็วไม่ให้ลูกค้าต้องรอนานและเนื่องจากปัจจุบันธุรกิจเริ่มขยายตัวจึงมีจุดจำหน่ายเพิ่มขึ้น คือ 1) SE-ED Book Center ทั่วประเทศ 2) สยามพารากอน 3) เครือของเดอะมอลล์ทั้งหมด 4) Top Supermarket 5) ปั๊มน้ำมัน PT และยังมีส่งไปจัดจำหน่ายในประเทศต่างๆ เช่น สิงคโปร์ จีน ออสเตเรีย และมีอีกหลายประเทศที่กำลังพิจารณาอยู่

5. ปัญหาและอุปสรรคในการทำงาน

ด้วยความที่เป็นของทอดจึงทำให้การเก็บรักษาในซองขนมจะทำให้น้ำมันไหลเยิ้ม ดังนั้นจะเป็นปัญหาเรื่องการผลิต เรื่องน้ำมัน และกรรมวิธีในการทำ กว่าจะพัฒนาก็ใช้เวลานานหลายเดือน ส่วนปัญหาในปัจจุบันตอนนี้จะเป็นการผลิตด้วยความที่ธุรกิจโตเร็วมากจึงทำให้การผลิตนั้นทำไม่ทันและคางกุ้งที่ไม่เพียงพอ โดยแนวทางในการแก้ปัญหาเรื่องคางกุ้งนั้นทางบริษัทจะหา Supplier เจ้าใหม่ๆแล้วทำสต๊อกเก็บไว้เพื่อให้มันเพียงพอต่อการผลิต

6. แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอนาคต

ตอนนี้ผลิตภัณฑ์มีอยู่ 3 รสชาติ คือ รสดั้งเดิม รสแกงเขียวหวาน และรสต้มยำ ในอนาคตทางบริษัทจะเพิ่มรสลาบเข้าไปเป็นตัวยืน 4 รสชาติ และทางบริษัทยังมีการวางแผนที่จะทำ ขากุ้งโรยข้าว เพราะจากการทำผลิตภัณฑ์คางกุ้งจะมีส่วนขาที่ต้องเหลือทิ้งเป็นจำนวนมาก จึงนำเอาส่วนนี้มาพัฒนาต่อยอดได้อีกและในอีก 1-2 ปีข้างหน้าบริษัทอาจจะมีผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างอื่นที่ไม่ใช่คาง

กุ้ง แต่ยังคงคอนเซ็ปเป็นสิ่งที่คนมองข้ามเหมือนเดิม

อภิปรายผลการวิจัย

จากการสัมภาษณ์งานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากหัวกุ้งของบริษัท โอคุสโน่ ฟู้ด จำกัด ทั้งนี้พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์หัวกุ้ง (โอคุสโน่) เริ่มมาจากความสงสัยและมองเห็นโอกาส โดยการใช้สิ่งของเหลือทิ้งที่ไม่มีมูลค่ามาพัฒนาต่อยอดให้ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ที่แปลกใหม่และไม่เคยมีใครทำมาก่อน ซึ่งสอดคล้องกับ ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา ที่ได้ให้ความหมายของผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้ง 6 ประการ ซึ่งผลิตภัณฑ์นี้ตรงกับหัวข้อ สายผลิตภัณฑ์ใหม่ (New product lines) เพราะมีความใหม่สำหรับบริษัทที่ผลิตขึ้นมาและมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราชยังได้กล่าวถึงความสำคัญของการแปรรูปอาหาร คือ การแปรรูปอาหารทำให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกมากขึ้น เช่น ผลิตภัณฑ์คางกุ้ง (โอคุสโน่) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากกุ้งล้วนๆไม่มีแป้งผสม ไม่มีผงชูรส แคลเซียมสูง 90% ต่อ 1 ห่อและโซเดียมต่ำ ซึ่งแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่นๆ ดังนั้นผู้บริโภคจึงมีทางเลือกมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้เจ้าของผลิตภัณฑ์ยังมีแนวคิดที่ว่า "พอวันหนึ่งที่เรารู้สึกว่าบริษัทใหญ่มากขนาดที่สามารถช่วยเหลือเกษตรกรได้มันก็เป็นสิ่งที่ดีให้เกษตรก่อนมีรายได้เพิ่มขึ้นและยังช่วยให้ขยะในประเทศลดลงด้วย" กล่าวคือ วัตถุดิบหัวกุ้งบริษัทรับมาจากโรงแกะกุ้งหรือฟาร์มเลี้ยงกุ้งของเกษตรกรส่วนหัวกุ้งเป็นสิ่งที่เกษตรกรต้องทิ้งอยู่แล้ว ดังนั้นการรับซื้อหัวกุ้งจึงเป็นการเพิ่มรายได้ให้กับเกษตรกรอีกทางหนึ่งและลดขยะเหลือทิ้ง ทั้งนี้แนวคิดหลักของบริษัท โอคุสโน่ ฟู้ด จำกัด ก็คือ "ทำอะไรก็ได้ที่ช่วยเหลือประเทศ หรือเป็นการลดอะไรบางอย่าง เพื่อให้เกิดอะไรบางอย่างหรือเป็นสิ่งที่คนมองข้าม ให้เป็นไปในทางที่ดี ไม่ได้หวังแต่เม็ดเงิน แต่หวังเพื่อให้คนอื่นดีด้วย" ส่วนเรื่องแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในอนาคต ทางบริษัทยังคงมีแนวคิดพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นๆที่ทุกคนมองข้ามต่อไป

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยเรื่องนี้ ผู้คณะวิจัยสามารถนำข้อค้นพบ ที่มีคุณค่าทางวิชาการและเป็นประโยชน์ต่อการนำไปใช้ได้จริง จึงนำผลการวิจัยดังกล่าวมากำหนด เป็นข้อเสนอแนะไว้เป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

ผลการวิจับพบว่า ในปัจจุบันบริษัท โอคุสโน่ ฟู้ด จำกัด เป็นธุรกิจที่โตเร็วมากมีการสั่งซื้อสินค้าเพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆซึ่งสวนทางกับฝ่ายการผลิตที่มีคนเพียง 11 คนเท่านั้น จึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ขอให้เจ้าของ

กิจการเพิ่มบุคลากรฝ่ายการผลิต เพื่อแก้ไขปัญหาในการผลิตสิ่งค้าไม่ทันตามคำสั่งซื้อของลูกค้า

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับโอกาสทางการตลาด และช่องทางการจัดจำหน่าย ของบริษัท โอคุสโน่ ฟู้ดจำกัด

บรรณานุกรม

คณะกรรมการกลุ่มผลิตชุดวิชาการถนอมและการแปรรูปอาหาร. (2545). เอกสารการสอนชุดวิชา การถนอมและการแปรรูปอาหาร หน่วยที่ 1-7. นนทบุรี. สาขาวิชาคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

พิมพ์มาดา พัฒนปรัชญาพงศ์. ประธานกรรมการผู้จัดการ. 2559. สัมภาษณ์. 23 เมษายน.

ธีรกิติ นวรัตน ณ อยุธยา. (2552). ผลิตภัณฑ์ใหม่การตลาดและการพัฒนา. กรุงเทพมหานคร : บริษัท วี.พริ้น (1991) จำกัด.

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. คณะวิทยาการจัดการ. 2556. "การสร้างแนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่" [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.stou.ac.th/stouonline/lom/data/sms/market/Unit4 / Subm2/U421-1.htm (1 พฤษภาคม 2559).

สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย. 2556. "สถานการณ์กุ้ง ปี 2556 และแนวโน้ม ปี 2557" [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.thai-frozen.or.th/newsletters_jan2014_01.php (6 มีนาคม 2559).

สมาคมอาหารแช่เยือกแข็งไทย. 2557. "แถลงข่าวสถานการณ์ส่งออกสินค้าสัตว์น้ำไทยปี 2557 และ แนวโน้มปี 2558" [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.thai-frozen.or.th/news_170.php (6 มีนาคม 2559).

สำนักงานพัฒนาการวิจัยเกษตร. 2541. "ผลิตภัณฑ์ส่งออกที่สำคัญ" [ระบบออนไลน์]. แหล่งที่มา http://www.arda.or.th/kasetinfo/south/shrimp/used/01-02.php (23 มีนาคม 2559).

สุภาพร สุทิน. (2556). กรรมวิธีการแปรรูปสัตว์น้ำ. กรุงเทพมหานคร : โอ.เอส. พริ้นติ้ง เฮ้าส์.

สุรเดช โตมาตร์. (2553). แนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายผ้าทอชาวไทดำ บ้านสะแกรายร่มเย็น ตำบลดอนยาย

หอม อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม.
การค้นคว้าแบบอิสระ
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยศิลปากร.