



การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลางาคำ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา จังหวัดพังงา

Packaging Development of Khanom Khai-Pla-Nga-Dum of Takola farmers community Enterprise, Phang nga Province.

ภูริณัฐ ปลัดสงคราม¹ อทิพันธ์ เสียมไหม^{2,3}

¹สาขาวิชานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

สถานที่ทำงาน อาคารเทคโนโลยีอุตสาหกรรม โทรศัพท์ 081-0994797 อีเมลล์ ruethamrong@pkru.ac.th

²สาขาวิชานวัตกรรมเกษตรเพื่อความยั่งยืน คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต 83000

โทรศัพท์ 083-5101877 อีเมลล์ atipan.s@pkru.ac.th

³ศูนย์วิทยาศาสตร์ฮาลาลอันดามัน มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต อำเภอเมือง จังหวัดภูเก็ต 83000

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมไข่ปลางาคำ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา อำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา รวมถึงเปรียบเทียบผลตอบรับในเชิงพาณิชย์ของบรรจุภัณฑ์เดิมกับบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนา วิธีดำเนินงานแบ่งออกเป็น 3 ระยะเวลา คือ ระยะเวลาที่ 1 ศึกษาข้อมูลและความต้องการ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จากแบบสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 16 คน ในด้านการพัฒนาตราสินค้า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ การแสดงข้อมูลบนฉลาก รวมถึงศึกษาข้อมูลผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์เดิม โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 133 ชุด ระยะเวลาที่ 2 ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 3 แบบ ตามความต้องการ และนำแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่พัฒนา ศึกษาความเป็นไปได้ด้านการผลิต และประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคด้วยแบบสอบถาม จำนวน 133 คน กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ระยะเวลาที่ 3 เปรียบเทียบผลตอบรับในเชิงพาณิชย์ของบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนากับของบรรจุภัณฑ์เดิมจากยอดขาย เป็นร้อยละวิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ

ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สร้างกราฟิกให้มีความเป็นเอกลักษณ์ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ และสินค้ามีความโดดเด่น และเข้าถึงตลาดผู้บริโภคได้มากขึ้น การประเมินบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นในสุด วัสดุบรรจุภัณฑ์ของลามิเนต ไนลอน/ CPP ความหนา 60 ไมครอน ขนาดกว้าง 6 ซม. ยาว 9 ซม. บรรจุเฉพาะหน่วยซีลปิดผนึก และบรรจุรวมหน่วยในถุงจีบใส Opp ขยายกัน 4 ซม. ขนาดกว้าง 6.5 ซม. 12 ซม. ประกอบสายคาดถุงแบบมีหูหิ้ว ขนาดกว้าง 8 ซม. ยาว 7 ซม. สูง 15 ซม. รองรับน้ำหนักสุทธิ 150 กรัม ลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์พื้นสีครีม ประกอบการต่อลวดลายเป็นสัญลักษณ์ดอกจำปูน ดอกไม้ประจำจังหวัดพังงา บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ผลิตภัณฑ์ของจังหวัด ความอ่อน สุกใหม่จากเตาอบ ใช้สีตัดตัวอักษรด้วยสีน้ำตาล และสีน้ำตาลเข้ม ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาสูงสุด ในด้านอัตลักษณ์เฉพาะ ระดับมาก (\bar{X} = 4.15, S.D. = 0.77) ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ระดับมาก (\bar{X} = 4.14, S.D. = 0.64) และด้านออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ระดับมาก (\bar{X} = 4.15, S.D. = 0.70) ผลตอบรับในเชิงพาณิชย์ของบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาสูงกว่าของบรรจุภัณฑ์เดิม คิดเป็นร้อยละ 25.15

คำสำคัญ: การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ขนมไข่ปลางาคำ วิสาหกิจชุมชน



Abstract

This study has objectives to design and develop packaging for Khanom Khai-Pla-Nga-Dum, Takola farmers community Enterprise, Takua Pa District, Phang Nga Province including to compare commercial feedbacks of the old and the developed packaging. The methodology is separated into three phases as follows: Phase 1 The study of information, requirement, and packaging development. This is done by interviewing 16 community enterprise members in terms of logo development, packaging, graphics on packaging, information on labels, and customer information towards the old packaging. The interview is done with 133 questionnaires. Phase 2 The packaging design and development. The researcher develops 3 prototypes according to requirements and applications. The possibility in terms of production and satisfaction evaluation is studied using 133 questionnaires. The samples are selected using purposive sampling. Phase 3 The comparison of commercial feedbacks between the developed packaging and the old packaging in terms of sales as percentage and data is analyzed based on mean and percentage.

The results show that the developed packaging with unique graphics makes the product outstanding and better access to consumers. From the evaluation, the best design consists of the following characteristics: the inner packaging is made from laminated Nylon/CPP sachet with a thickness of 60 microns, a width of 6 cm and a length of 9 cm. Each packaging unit is sealed and gathered in Opp clear pleated bag which is enlarged by 4 cm with the width of 6.5 and 12 cm. The bag has a bag belt with handles with a width of 8 cm, a length of 7 cm, and a height of 15 cm. It can support the maximum net weight is 150 g. The color of the bag is cream and the pattern is *Anaxagorea Javanica* which is the Phang Nga Provincial flower to represent the unique, warmth, and freshness from ovens. The letter colors are brown and dark brown. Customers highly satisfy the developed packaging especially the unique ($\bar{X} = 4.15$, S.D = 0.77), the structure of packaging ($\bar{X} = 4.14$, S.D = 0.64) and graphics on packaging, ($\bar{X} = 4.15$, S.D = 0.70). The commercial feedbacks of the developed packaging is higher than the old packaging by 25.15%.

Keyword: Packaging development, Khanom Khai-Pla-Nga-Dum, Community enterprise



1. บทนำ

วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา อ.ตะกั่วป่า จังหวัดพังงา จัดทะเบียนวิสาหกิจชุมชน เลขที่ 5-82-05-01/1-0001 โดยนางศรีประภา ดอกไม้ เป็นประธาน วัตถุประสงค์เพื่อผลิตขนมพื้นเมืองโบราณ จำหน่าย และสืบทอดขั้นตอนการทำขนมโบราณ ตั้งอยู่บ้านเลขที่ 222/1 ถ.ราชบารุง ต.ตะกั่วป่า อ.ตะกั่วป่า จ.พังงา สมาชิกกลุ่มทั้งหมด 16 คน ทุนดำเนินการครั้งแรก 14,000 บาท เป็นเงินลงทุนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร เพื่อจัดซื้ออุปกรณ์วัสดุทำขนม โดยนำองค์ความรู้ด้านการทำขนมพื้นเมืองปราชญ์ท้องถิ่นและสมาชิกกลุ่ม เริ่มทำขนมข้าวแต๋น กุ้งยี่ม ในช่วงปี พ.ศ. 2547 แต่ประสบปัญหาข้าวรวน เกิดเชื้อรา เนื่องจากขนมมีความชื้น ไม่มีสถานที่ตากแดด ไม่มีเตาอบขนม จึงเกิดแนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ผลิตขนมทรงแครง ขนมดอกจอก ขนมไข่ปลางาดำ ขนมเต้าส้อม และขนมจีบสังขยา เพื่อสร้างรายได้เพิ่ม โดยการจำหน่ายหน้าร้าน และนำไปฝากขายจากการสำรวจ พบว่าขนมที่ผู้บริโภคเลือกซื้อมากที่สุด คือ ขนมไข่ปลางาดำ ขนมจีบสังขยา และขนมเต้าส้อม แต่ขาดบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกัน คุ้มครองดูแลรักษาสินค้า และสื่อสารทางการตลาดได้อย่างชัดเจน (สัมภาษณ์, 25 มีนาคม 2563) ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่มีความถูกต้องเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์จะสะท้อนถึงคุณภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้กับผลิตภัณฑ์ และผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์จึงกลายเป็นกิจกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับธุรกิจด้านการตลาด (สุมาลี ทองรุ่งโรจน์, 2555) ทำหน้าที่ป้องกัน คุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพที่ดีจากมือผู้ผลิตจนถึงมือผู้บริโภค โดยไม่ได้รับความเสียหายจากสภาวะต่าง ๆ ช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ เช่น การเคลื่อนย้าย ขนส่ง และการเก็บรักษาช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อตลอดจนแจ้งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อและผู้บริโภคด้วยต้นทุนที่เหมาะสม (ถรรพมรณง ปลัดสงคราม, 2561) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้องดำเนินการพัฒนา 2 ส่วน คือ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สนองตอบความพึงพอใจและความต้องการผู้บริโภค ดังนั้น ผู้วิจัยต้องรู้และความเข้าใจ ผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลางาดำและการตลาดของผลิตภัณฑ์ ตลอดจนต้องรู้ถึงลักษณะการใช้งานโดยรอบ ใช้ที่ไหน ใช้เมื่อไหร่ และใช้อย่างไร (ชัยรัตน์, 2548)

ผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลางาดำ เป็นขนมประเภทขนมอบที่พัฒนาจากขนมหน้าแตกโบราณให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ โดยโรยหน้าด้วยงาดำ และแต่งหน้าด้วยเม็ดมะม่วงหิมพานต์ โดยมีส่วนประกอบที่สำคัญคือ แป้งสาลี 45% น้ำตาลทราย 33.5% ไข่แดง 15.5% น้ำมันพืช 2.5% เม็ดมะม่วงหิมพานต์ 2.0% งาดำ 1.0% มาการีน 0.3% และเกลือเสริมไอโอดีน 0.2% การพัฒนาสูตรดำเนินงานร่วมกันระหว่างวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา และมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ภายใต้โครงการยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น “ขนมพื้นเมืองอำเภอตะกั่วป่า” เป็นสินค้าอัตลักษณ์ชุมชน (Local Identity) นับวันจะถูกครอบงำ และกลืนหายไปตามกระแสโลกาภิวัตน์ จนทำให้สินค้าชุมชนขาดภาพลักษณ์ที่ดี และราคาถูก ไม่สะท้อนถึงความเป็นตัวตนของเจ้าของผลิตภัณฑ์ และภูมิปัญญาของการผลิต การออกแบบให้เกิดการรับรู้ถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น การเชื่อมโยง วัฒนธรรม สร้างสรรค์เป็นภาพลักษณ์ที่โดดเด่น และแตกต่างอย่างลงตัวให้กับผลิตภัณฑ์ขนมพื้นเมือง สอดคล้องกับงานวิจัย การสร้างอัตลักษณ์ชุมชน ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร : กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรสงคราม วิสาหกิจชุมชนของไทย ยังขาดการกำหนดนิยามที่ถูกต้องและเหมาะสมตามบริบททางสังคม ส่งผลให้อัตลักษณ์ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชน (OTOP) ถูกกลืนหายไป (ปฐวี ศรีโสภา, 2553) และจากการศึกษาอัตลักษณ์จังหวัดพังงา ด้วยการถอดรหัส 4 DNA (เอกพงษ์ ตรีตรง และคณะ, 2560) พบว่าอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา มีจุดเด่นมีทรัพยากรหลากหลาย ที่สวยงาม มีประเพณี และวัฒนธรรมการแต่งกายด้วยชุดผ้าบา๋า ยาหย้า ตลอดจนดอกจำปูน สัญลักษณ์ประจำจังหวัด



ดังนั้น ผู้วิจัยจึงต้องการนำแนวคิดดังกล่าวถอดรหัสความคิด ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลาลงาคำของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา จังหวัดพังงา ให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ แสดงตัวตน ดึงดูดใจลูกค้า และคาดหวังว่าการนำคุณค่าทุนทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น มาสร้างมูลค่า ทำให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจ จดจำ และเผยแพร่ทุนทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น สอดคล้องผลการวิจัยการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิมอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถเพิ่มมูลค่า สร้างคุณค่า เกิดเอกลักษณ์ที่มีความโดดเด่น ทำให้เศรษฐกิจในชุมชนแข็งแกร่งขึ้น ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น (จิตพนธ์ ชุมเกต, 2560) ตลอดจนสนับสนุนนโยบายของรัฐบาลที่ต้องการยกระดับเสริมสร้างสังคมวิจัยในระดับท้องถิ่นและชุมชนให้มีศักยภาพเข้มแข็งในการวิจัยและพัฒนา เพื่อยกระดับการพัฒนาและแก้ไขปัญหาในพื้นที่ และการขับเคลื่อนประเทศไทย 4.0 ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะนำทุนทางวัฒนธรรมมาเป็นแนวทางในการสร้างสรรค์ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ สร้างความมั่นคงให้กับชุมชน สนองตอบยุทธศาสตร์ชาติ และนโยบายของประเทศ

2. วัตถุประสงค์

1. เพื่อออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลาลงาคำ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา จังหวัดพังงา
2. เพื่อเปรียบเทียบผลตอบรับในเชิงพาณิชย์ของบรรจุภัณฑ์เดิมกับบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบและพัฒนา

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลาลงาคำ ในครั้งนี้ใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมจากทั้งวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา จังหวัดพังงา ผู้บริโภค ตลอดจนบุคลากรภาครัฐ กำหนดแผนงานวิจัย แบ่งออกเป็น 3 ระยะ ประกอบด้วย

ระยะที่ 1 ศึกษาข้อมูลและความต้องการ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จากแบบสัมภาษณ์สมาชิกวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา

1.1 ศึกษาแนวคิดการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ในประเด็นการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ ตรายีนค้า ลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลรายละเอียดการแสดงผลข้อมูลบนฉลาก และข้อกำหนด

1.2 ดำเนินการเก็บข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus group) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลาลงาคำ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา จังหวัดพังงา โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ประธานและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา จำนวน 16 คน สมาชิกกลุ่มแม่บ้านในพื้นที่อำเภอตะกั่วป่า จำนวน 3 คน เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอตะกั่วป่า จำนวน 1 คน และเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตะกั่วป่า จำนวน 1 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 21 คน ในประเด็น ด้านการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาตรายีนค้า กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลรายละเอียดการแสดงผลข้อมูลบนฉลากและข้อกำหนด ตลอดจนการนำแนวคิดจากทุนวัฒนธรรม และอัตลักษณ์ท้องถิ่นมาออกแบบ

ระยะที่ 2 ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ จำนวน 3 แบบ จากแนวคิดการนำทุนทางวัฒนธรรม ถอดรหัสความคิด ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และนำแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่พัฒนา



ศึกษาความเป็นไปได้ด้านการผลิต และประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคด้วยแบบสอบถาม จำนวน 133 คน กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างบรรจุกุณธ์จำลอง โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป และเลือกแบบที่ได้รับการปรับปรุงแล้วจำนวน 3 แบบ ดังนี้

แบบที่ 1 ลักษณะรูปแบบบรรจุกุณธ์ เลือกใช้วัสดุบรรจุกุณธ์ชั้นในสุด บรรจุกุณธ์ลามิเนต ไนลอน/ CPP ความหนา 60 ไมครอน ขนาดกว้าง 6 ซม. ยาว 9 ซม. บรรจุกุณธ์หน่วยซีลปิดผนึก และบรรจุกุณธ์รวมหน่วยในถุงจีบใส Opp ขยายกัน 4 ซม. ขนาดกว้าง 6.5 ซม. 12 ซม. ประกอบสายคาดถุงแบบมีหูหิ้ว ขนาดกว้าง 8 ซม. ยาว 7 ซม. สูง 15 ซม.ขนาดบรรจุกุณธ์น้ำหนักสุทธิ 150 กรัม ลักษณะกราฟิกบนบรรจุกุณธ์พื้นสีครีม ประกอบการต่อลวดลายสัญลักษณ์ดอกจำปูน ดอกไม้ประจำจังหวัดพังงา จัดวางลวดลายบนเสื้อบ่าบ่า ซึ่งเป็นการแต่งกายทางวัฒนธรรมพื้นเมืองชุมชนเมืองเก่าตะกั่วป่า และภาพลายเส้นชุมชนเมืองเก่าตะกั่วป่า ที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ ใช้สีพื้นบรรจุกุณธ์สีครีมของขนมไข่ปลาลงคำ สื่อสารถึงความอ่อน สุกใหม่จากเตาอบ ใช้สีตัดตัวอักษรด้วยสีน้ำตาล สีแดง และสีน้ำตาลเข้ม

แบบที่ 2 ลักษณะรูปแบบบรรจุกุณธ์ เลือกใช้วัสดุบรรจุกุณธ์ชั้นในสุด บรรจุกุณธ์ลามิเนต ไนลอน/ CPP ความหนา 60 ไมครอน ขนาดกว้าง 6 ซม. ยาว 9 ซม. บรรจุกุณธ์หน่วยซีลปิดผนึก และบรรจุกุณธ์รวมหน่วยในซองคราฟท์ลามิเนต ขยายกัน 6 ซม. ขนาดกว้าง 17 ซม. สูง 24 ซม. เจาะหน้าต่าง แสดงภาพลักษณะผลิตภัณฑ์ ขนาดบรรจุกุณธ์น้ำหนักสุทธิ 150 กรัม ลักษณะกราฟิกบนบรรจุกุณธ์พิมพ์สีดำ ตัวอักษร และภาพประกอบตัดกับสีพื้นลวดลายสัญลักษณ์ดอกจำปูน ดอกไม้ประจำจังหวัดพังงา และภาพลายเส้นชุมชนเมืองเก่าตะกั่วป่า บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของพื้นที่ผลิต

แบบที่ 3 ลักษณะรูปแบบบรรจุกุณธ์ เลือกใช้วัสดุบรรจุกุณธ์ชั้นในสุด บรรจุกุณธ์ลามิเนต ไนลอน/ CPP ความหนา 60 ไมครอน ขนาดกว้าง 6 ซม. ยาว 9 ซม. บรรจุกุณธ์หน่วยซีลปิดผนึก และบรรจุกุณธ์รวมหน่วยในกล่องกระดาษไดคัทพิเศษ มีฝาปิด ขนาดกว้าง 12.5 ซม. ยาว 12.5 ซม. และสูง ยาว 9 ซม.ขนาดบรรจุกุณธ์น้ำหนักสุทธิ 250 กรัม ลักษณะกราฟิกบนบรรจุกุณธ์พื้นสีครีม ประกอบการต่อลวดลายสัญลักษณ์ดอกจำปูน ดอกไม้ประจำจังหวัดพังงา จัดวางลวดลายบนเสื้อบ่าบ่า ซึ่งเป็นการแต่งกายทางวัฒนธรรมพื้นเมืองชุมชนเมืองเก่าตะกั่วป่า ที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ ใช้สีพื้นบรรจุกุณธ์สีครีมของขนมไข่ปลาลงคำ สื่อสารถึงความอ่อน สุกใหม่จากเตาอบ ใช้สีตัดตัวอักษรด้วยสีน้ำตาล สีแดง และสีน้ำตาลเข้ม

1.3 นำต้นแบบบรรจุกุณธ์ทั้ง 3 รูปแบบ ประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุกุณธ์ที่พัฒนา 3 ด้าน คือ ด้านอัตลักษณ์เฉพาะ ด้านการออกแบบกราฟิก และ ด้านโครงสร้างบรรจุกุณธ์ สอบถามผู้บริโภค ณ สถานที่ซื้อสินค้า เพื่อให้ได้ข้อมูลเกี่ยวกับตลาดเป้าหมาย ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ โดยมีทั้งประเภทคำตอบที่ให้เลือกตอบ เป็นคำถามที่ให้ผู้ตอบระบุความพึงพอใจใน 5 ระดับ (มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด) ระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2563 ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน เพื่อขอรับคำแนะนำและให้คะแนนเทียบกับ เกณฑ์การให้คะแนนดังนี้ คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00, 3.41-4.20, 2.61-3.40, 1.81-2.60, 1.00-1.80 หมายถึง ระดับมากที่สุด ระดับมาก ระดับ ปานกลาง ระดับน้อย และระดับน้อยที่สุด ตามลำดับ

1.4 ประชากร คือกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งประมาณการโดยผู้ผลิตพิจารณาจากสัดส่วนยอดขายผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อเดือน กับปริมาณการซื้อเฉลี่ยต่อคน ผู้วิจัยใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบมีจุดมุ่งหมาย โดยกำหนดเกณฑ์ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง ต้องเป็นผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่ซื้อสินค้าและยินดีที่จะตอบแบบสอบถามแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) และโดยวิธีการแบบตั้งใจไม่ได้มีการสุ่ม (Random) ใดๆ เข้ามาเกี่ยวข้อง (วัชรภรณ์ สุริยา



ภิวฒน์. 2556, น.147) ตั้งแต่เดือนธันวาคม 2562 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ 2563 จากจำนวนผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด 200 คน ขนาดตัวอย่างคำนวณจากแนวคิดของทาร์โรวายามานะ (Taro Yamane) (Yamane, Taro 1973) อ้างอิงในศิริพงษ์ พลฤทธิ์พันธ์. 2553, น.203) ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่าความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 133 คน

ระยะที่ 3 ผู้วิจัยศึกษาเปรียบเทียบยอดขายผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อเดือน ในเชิงพาณิชย์ของบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนา กับของบรรจุภัณฑ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ โดยเก็บข้อมูลจากเดือนมีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม 2563

4. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

ระยะที่ 1 การวิจัยศึกษาข้อมูล และความต้องการ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เก็บรวบรวมข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus group) ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 21 คน ประกอบด้วย ประธานและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตระโกลา จำนวน 16 คน สมาชิกกลุ่มแม่บ้านในพื้นที่อำเภอตะกั่วป่า จำนวน 3 คน เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอตะกั่วป่า จำนวน 1 คน และ เจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตะกั่วป่า จำนวน 1 คน ซึ่งประเด็นที่ศึกษา พบว่าวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตระโกลา ทุนดำเนินการครั้งแรก 14,000 บาท วัตถุประสงค์ของกลุ่มเพื่อผลิตขนมพื้นเมืองโบราณและจำหน่ายสินค้าเป็นของฝาก ตั้งอยู่ 222/1 ถ.ราชบุรีรุ่ง ต.ตะกั่วป่า อ.ตะกั่วป่า จ.พังงา มีสมาชิกกลุ่มทั้งหมด 16 คน ปัจจุบันผลิตขนมจีบสังขยา ขนมครองแครง ขนมดอกจอก และขนมไข่ปลางาดำจำหน่ายเป็นของฝาก แต่ขาดบรรจุภัณฑ์ที่สามารถป้องกัน คุ้มครองดูแลรักษาสินค้า และสื่อสารทางการตลาดได้อย่างชัดเจน แสดงดังภาพที่ 1 และภาพที่ 2



ภาพที่ 1 การศึกษาปัญหา และความต้องการของ “วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตระโกลา” เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 2 การรวมกลุ่มพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ขนมพื้นเมืองตะกั่วป่า “วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตระโกลา”



การวิเคราะห์ลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิม ด้านตัวบรรจุภัณฑ์ ด้านตราสินค้า ด้านการแสดงข้อมูลบนฉลาก
ดังนี้

1. ด้านตัวบรรจุภัณฑ์

- วัสดุ ถุงจีบพลาสติกใส OPP ความหนา 60 ไมครอน ขนาด 17x7 ซม. (ไม่พิมพ์ข้อความ) ขนาดบรรจุ
น้ำหนักสุทธิ 150 กรัม

- รูปทรง ทรงสี่เหลี่ยมก้นตั้ง สะดวกต่อการวางโชว์ผลิตภัณฑ์ เหมาะสำหรับซื้อ รับประทาน เป็นขนาดที่มี
ปริมาณพอเหมาะไม่ใหญ่หรือเล็กเกินไป

- การบรรจุขนมไข่ปลาลงดำ 5 ชิ้น วางซ้อนกัน ทำให้แตกหักได้ง่าย มีรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ไม่น่า
รับประทาน สำหรับซื้อไปทานเอง ซื้อไปฝาก หรือรับประทานทั้งครอบครัวในครั้งเดียวหมด เป็นขนาดที่มีปริมาณ
พอเหมาะไม่ใหญ่หรือเล็กเกินไป แสดงดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมไข่ปลาลงดำ วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา ก่อนพัฒนา

2. ด้านตราสินค้า

ชื่อตราสินค้าเดิมของกลุ่มคือ “วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา” เนื่องจากผลิตภัณฑ์
ที่ต้องการนำเสนอ เป็นการรวมกลุ่มแม่บ้านชุมชนเมืองเก่าตะกั่วป่า (ตะโกลา) ใช้สัญลักษณ์วิสาหกิจชุมชนเป็น
สัญลักษณ์กลุ่ม สีแดง สีเขียว และสีน้ำเงิน ที่สะท้อนถึงกิจการของชุมชนเกี่ยวกับการผลิตสินค้า การให้บริการ หรือ
การอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพันกัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการ เพื่อสร้าง
รายได้และเพื่อการพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชนและระหว่างชุมชน แสดงดังภาพที่ 4 ซึ่งไม่สะท้อนถึงตัวตน
และเอกลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา



ภาพที่ 4 ตราสัญลักษณ์ “วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา” เดิม

3. ด้านการแสดงผลบนฉลาก ผลิตภัณฑ์ยังไม่มีผลการแสดงผลฉลากบรรจุภัณฑ์

- กำหนดสัดส่วนของส่วนประกอบอยู่ในรูปของเปอร์เซ็นต์
- น้ำหนักผู้ผลิตประเมินจากการขายมักจะนิยม บรรจุน้ำหนักสุทธิ 150 กรัม
- ราคา ควรเว้นพื้นที่ไว้ เนื่องจากราคามีความแตกต่างไปตามระยะทางที่ขนส่ง ส่งผลให้การกำหนด

ราคา แต่ละพื้นที่ไม่เท่ากัน

- วันผลิต/วันหมดอายุ ควรกำหนดวันผลิตและวันหมดอายุ ในลักษณะเว้นพื้นที่ให้สามารถเพิ่มเติมได้ ภายหลัง ระบุบรรจุน้ำหนักสุทธิ 150 กรัม

• ชื่อ/ที่อยู่ผู้ผลิต โดยระบุชื่อกลุ่มผู้ผลิต ที่อยู่ พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ เพื่อความสะดวกในการติดต่อ เครื่องหมายมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนและตราสัญลักษณ์หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

- ตำนานหรือที่มาของผลิตภัณฑ์ ควรระบุประวัติที่มาจากผลิตภัณฑ์
- ผลิตภัณฑ์กลุ่มอาหารอบ ต้องแสดงผลโภชนาการ และ คุณค่าทางโภชนาการ
- การระบุชนิดของสินค้า คือ “ขนมไข่ปลางาดำ”

คุณลักษณะผู้บริโภคชนมพื้นเมือง ไข่ปลางาดำ ก่อนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถอธิบายโดยใช้ สถิติเชิงพรรณนา ได้ดังนี้กลุ่มผู้บริโภคเป็นผู้หญิง จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 82.7 อายุเฉลี่ย 45 ปี เมื่อจำแนกตามสถานภาพ พบว่า สมรส จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 ระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ระดับปริญญาตรี จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 48.87 เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 11.27 พนักงานบริษัท/ห้างร้าน จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 48.87 เมื่อจำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน พบว่ารายได้ มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป จำนวน 64 ราย คิดเป็นร้อยละ 48.12 ปริมาณการซื้อขนมไข่ปลางาดำ จำนวน 2-3 กล่อง ต่อครั้ง จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 72.93 วัตถุประสงค์การซื้อเพื่อนำไปรับประทานเองและนำไปฝากสมาชิกครอบครัว จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 66.66 ความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับข้อดีบรรจุภัณฑ์และข้อควรปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ ดังตารางที่ 1



ตารางที่ 1 จำนวน และลำดับที่ของข้อดี - ข้อควรปรับปรุงของบรรจุภัณฑ์เดิม

ข้อดีของบรรจุภัณฑ์เดิม	จำนวน (คน) (N=133)	ลำดับที่
สามารถมองเห็นสินค้าภายใน	125	1
เปิดปิดสะดวก ง่ายต่อการรับประทาน	100	2
จับถือ พกพาสะดวก	90	3
สามารถเก็บถนอมสินค้าได้นาน	75	4
แข็งแรง ช่วยปกป้องสินค้า	35	5
มีเอกลักษณ์เฉพาะแตกต่างจากคู่แข่ง	25	6
คงเอกลักษณ์ความเป็นไทย คงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	20	7
ออกแบบสวยงาม น่าสนใจ	15	8
ให้ข้อมูลรายละเอียดน่าเชื่อถือ	10	9
ให้ข้อมูลรายละเอียดสินค้าได้ชัดเจน ครบถ้วน	5	10
ข้อควรปรับปรุงของบรรจุภัณฑ์เดิม	จำนวน (คน) (N=133)	ลำดับที่
ขาดเอกลักษณ์ความเป็นไทย ขาดเอกลักษณ์ท้องถิ่น	120	1
ออกแบบไม่สวยงาม ไม่น่าสนใจ	110	2
ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่แตกต่างจากคู่แข่ง	109	3
ให้ข้อมูลรายละเอียดไม่ชัดเจน ไม่ครบถ้วน	100	4
ไม่สามารถเก็บถนอมสินค้าไว้ได้นาน	87	5
เสียหายง่าย ไม่สามารถปกป้องสินค้าได้	86	6
ให้ข้อมูลรายละเอียดเกินจริง ไม่น่าเชื่อถือ	63	7
จับถือหิ้วยาก ไม่สะดวก	50	8
ไม่สามารถมองเห็นสินค้าภายใน	45	9
เปิดปิดยาก ไม่สะดวกต่อการรับประทาน	40	10

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อดีของบรรจุภัณฑ์เดิม มากที่สุด 3 ลำดับได้แก่ ลำดับที่ 1 บรรจุภัณฑ์สามารถมองเห็นสินค้าภายใน จำนวน 125 คน ลำดับที่ 2 บรรจุภัณฑ์เปิดปิดสะดวก ง่ายต่อการรับประทาน จำนวน 100 คน และลำดับที่ 3 จับถือ พกพาสะดวก จำนวน 90 คน

ข้อควรปรับปรุงของบรรจุภัณฑ์เดิม มากที่สุด 3 ลำดับได้แก่ ลำดับที่ 1 บรรจุภัณฑ์ขาดเอกลักษณ์ความเป็นไทย ขาดเอกลักษณ์ท้องถิ่น จำนวน 120 คน ลำดับที่ 2 ออกแบบไม่สวยงาม ไม่น่าสนใจ จำนวน 110 คน และไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่แตกต่างจากคู่แข่ง จำนวน 109 คน

ความพึงพอใจโดยภาพรวมของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์เดิม อยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 และระดับน้อย จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 82.7

ระยะที่ 2 ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ จำนวน 3 แบบ ตามความต้องการ และนำแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่พัฒนา ศึกษาความเป็นไปได้ด้านการผลิต และประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคด้วยแบบสอบถาม จำนวน 133 คน กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง



การพัฒนาตราสินค้า และการสร้างแบรนด์ผลิตภัณฑ์ “วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา” จากการเก็บรวบรวมข้อมูลการสนทนากลุ่ม (Focus group) โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบเจาะลึก ประธานและสมาชิกของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา จำนวน 16 คน สมาชิกกลุ่มแม่บ้านในพื้นที่อำเภอตะกั่วป่า จำนวน 3 คน เจ้าหน้าที่สำนักงานเกษตรอำเภอตะกั่วป่า จำนวน 1 คน และเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอตะกั่วป่า จำนวน 1 คน รวมจำนวนทั้งสิ้น 21 คน สรุปประเด็นตั้งชื่อแบรนด์ผลิตภัณฑ์ ปรับชื่อใหม่ “ศรีตะโกลา” แนวคิด คำว่า “ศรี” มาจากชื่อประธานกลุ่ม “ป้าศรี” เป็นแม่ศรีบ้าน ศรีเรือน นัยยะสำคัญเป็นชื่อ สิริมงคล หมายถึง ความรุ่งเรือง ความสว่างสดใส ความงาม ความเจริญ ผนวกกับคำว่า “ตะโกลา” ชื่อเดิมเมืองเก่าตะกั่วป่าและการรวมกลุ่มของสมาชิกแม่บ้านเกษตรกรในพื้นที่ชุมชนเทศบาลตะกั่วป่า ดังนั้น ชื่อ “ศรีตะโกลา” สื่อสารถึง ความเจริญรุ่งเรืองของธุรกิจขมพื้นเมืองในชุมชนตะกั่วป่า สำหรับสัญลักษณ์กลุ่ม แนวคิดจากช่องลม ลวดลายของสถาปัตยกรรมชุมชนเมืองเก่าตะกั่วป่า มาตัดทอนรายละเอียด จัดวางเป็น 8 ช่อง สื่อถึงการรับทรัพย์ที่ไม่มีวันสิ้นสุด ใช้สีส้มแดง และสีน้ำตาลทอง ซึ่งที่มาขมพื้นเมืองตะกั่วป่าได้รับอิทธิพลมาจากชาวจีน ที่ย้ายมาตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ตะกั่วป่า นอกจากนี้ สื่อสารถึงแสงแห่งรุ่งอรุณ ความเจริญรุ่งเรืองของเมืองเก่าตะกั่วป่า แสดงดังภาพที่ 5



ภาพที่ 5 ตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ “วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา”

การถอดเอกลักษณ์ของดอกจำปูน ซึ่งเป็นดอกไม้ประจำจังหวัดพังงา เพื่อสร้างเป็นลวดลายพื้นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ แสดงดังภาพที่ 6



ภาพที่ 6 การถอดเอกลักษณ์ของดอกจำปูน เพื่อสร้างเป็นลวดลายพื้นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

การนำเอกลักษณ์ทุนทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นของอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา มาสร้างแบบลวดลาย เพื่อสร้างสรรค์บนบรรจุภัณฑ์ แสดงดังภาพที่ 7



เมืองตะโกลา
 ในสมัยโบราณเมืองตะโกลาที่วานัน คือ เมืองตะกั่วป่า ซึ่งเป็นเมืองที่สำคัญเมืองหนึ่งของฝั่งทะเลด้านตะวันตกของภาคใต้มีความเจริญรุ่งเรืองพร้อมๆ กับเมืองนครศรีธรรมราชและเมืองไทรบุรี “ตะโกลา” ในภาษาอาหรับ หรือ “ตกลอล” ในภาษาบาลี และตกุล ในภาษาสิงหลแปลว่า กระวาน เหตุผลที่ได้เรียกเช่นนี้ น่าจะสืบเนื่องมาจากเป็นดินแดนที่อุดมสมบูรณ์ด้วยเครื่องเทศ และในเวลาต่อมาชาวกรีก อาหรับ และเปอร์เซียเข้ามาทำการค้าขายติดต่อกันอย่างต่อเนื่องตามจดหมายเหตุของปีโตเลมีเรียกเมืองนี้ว่า “ตะโกลา” อาหรับเรียกว่า “กะกุลละ” หรือ “กะโลละ”



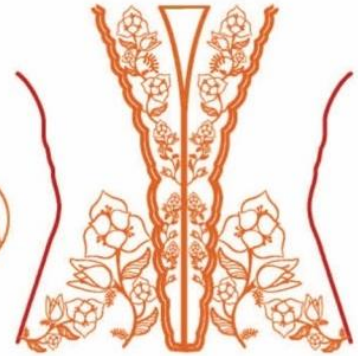
เมืองเก่า ตะกั่วป่า สถาปัตยกรรม ชิโนโปตุกีส



เมืองเก่าตะกั่วป่า



นำเสนอการกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จากแต่งกาย ชุดนั้บ่าของชาวเมืองตะกั่วป่า ผสานลวดลายของดอกจำปูน (ดอกไม้ประจำจังหวัดพังงา)



ภาพที่ 7 การถอดเอกลักษณ์ของสถาปัตยกรรมชิโนโปตุกีส และเอกลักษณ์จากชุดนั้บ่าของชาวเมืองตะกั่วป่า เพื่อสร้างเป็นลวดลายพื้นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

รูปแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ต้นแบบ ศึกษาความเป็นไปได้ด้านการผลิต และประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคด้วยแบบสอบถาม จำนวน 133 คน กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง

รูปแบบบรรจุภัณฑ์

แบบที่ 1

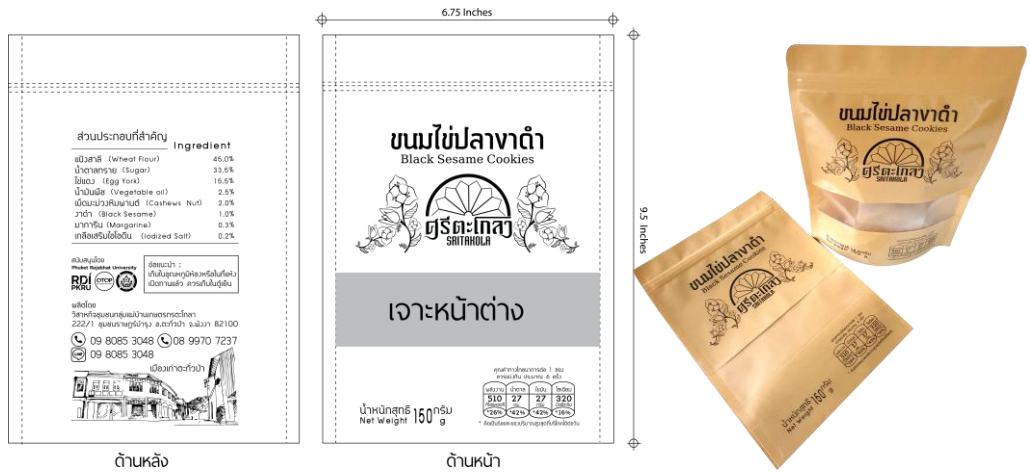




รูปแบบบรรจุภัณฑ์



แบบที่ 2





รูปแบบบรรจุภัณฑ์

แบบที่ 3



ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่มีต่อแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนา สามารถอธิบายโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้ดังนี้ พบว่า เป็นผู้หญิง จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 72.18 อายุเฉลี่ย 48 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.09 จำแนกตามสถานภาพ พบว่า สมรส จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 69.17 ระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ระดับปริญญาตรี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 54.88 เมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่า เกษตรกร 78 คน คิดเป็นร้อยละ 58.64 พนักงานบริษัท/ห้างร้าน จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 27.81 ข้าราชการ/พนักงาน รัฐวิสาหกิจ จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 13.53 เมื่อจำแนกตามรายได้ส่วนบุคคลเฉลี่ยต่อเดือน พบว่ารายได้มากกว่า 15,000 บาทขึ้นไป จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 73.68

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ทั้ง 3 แบบ

ด้านอัตลักษณ์เฉพาะ	รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม (N =133)								
	แบบที่ 1			แบบที่ 2			แบบที่ 3		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะเฉพาะที่แตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ขนมพื้นเมืองอำเภอตะกั่วป่า ชนิดอื่นๆ	4.28	0.72	มากที่สุด	3.50	0.52	มาก	3.40	0.62	ปานกลาง
2. บรรจุภัณฑ์ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	4.03	0.84	มาก	2.82	0.63	ปานกลาง	3.92	0.57	มาก
3. บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่น สะท้อน ถึงอำเภอตะกั่วป่า จังหวัดพังงา	4.15	0.75	มาก	4.05	0.51	มาก	4.10	0.54	มาก
รวม	4.15	0.77	มาก	3.45	0.55	มาก	3.75	0.57	มาก



ด้านอัตลักษณ์เฉพาะ	รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม (N =133)								
	แบบที่ 1			แบบที่ 2			แบบที่ 3		
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. บรรจุภัณฑ์แข็งแรง ปกป้องสินค้าได้	4.05	0.72	มาก	3.84	0.56	มาก	4.00	0.50	มาก
2. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ มองเห็นสินค้าภายใน	4.25	0.55	มากที่สุด	3.75	0.62	มาก	2.75	0.72	ปานกลาง
3. เปิดสะดวก ง่ายต่อการ รับประทาน	4.15	0.63	มาก	4.12	0.72	มาก	3.58	0.61	มาก
4. มีขนาดและรูปแบบที่ เหมาะสมต่อการ ซื้อเป็น ของฝาก	4.20	0.72	มาก	3.87	0.58	มาก	4.15	0.53	มาก
5. สามารถเปิดและจัดเก็บ ส่วนที่เหลือไว้ ได้นาน ไม่ เสีย	4.10	0.65	มาก	4.11	0.63	มาก	4.12	0.59	มาก
6. จับถือ พกพาสะดวก	4.13	0.62	มาก	4.05	0.53	มาก	3.03	0.40	ปานกลาง
รวม	4.14	0.64	มาก	3.95	0.60	มาก	3.60	0.55	มาก
ด้านการออกแบบกราฟิก บนบรรจุภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. การเลือกใช้ตัวอักษร ที่ สามารถอ่านและ เข้าใจใน การสื่อความหมาย	4.15	0.66	มาก	4.12	0.64	มาก	4.05	0.74	มาก
2. ความคิดสร้างสรรค์ใน การออกแบบ	4.18	0.72	มาก	4.02	0.52	มาก	4.09	0.52	มาก
3. ข้อมูลเกี่ยวกับ ผลิตภัณฑ์ชัดเจน	4.09	0.70	มาก	3.87	0.72	มาก	3.98	0.72	มาก
4. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มี สี สัน และ ลวดลายโดดเด่น	4.20	0.75	มาก	3.92	0.79	มาก	4.05	0.79	มาก
รวม	4.15	0.70	มาก	3.98	0.66	มาก	4.04	0.69	มาก
ภาพรวมบรรจุภัณฑ์	4.14	0.70	มาก	3.79	0.60	มาก	3.80	0.60	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า บรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ได้รับความพึงพอใจมากที่สุด คือ แบบที่ 1 ระดับความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$, S.D. = 0.70) อันดับที่ 2 คือ แบบที่ 3 ระดับความพึงพอใจอยู่



ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$, S.D. = 0.60) และอันดับที่ 3 คือ แบบที่ 2 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.79$, S.D. = 0.60)

ดังนั้นผู้วิจัยตัดสินใจเลือกบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ 1 สังผลิต เพื่อทดสอบ และศึกษาความเป็นไปได้ทางการตลาด

ระยะที่ 3 ผู้วิจัยศึกษาเปรียบเทียบยอดขายผลิตภัณฑ์เฉลี่ยต่อเดือน ในเชิงพาณิชย์ของบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนากับของบรรจุภัณฑ์ วิเคราะห์ข้อมูลโดยหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ โดยเก็บข้อมูลจากเดือนมีนาคม ถึงเดือน พฤษภาคม 2563

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบปริมาณการซื้อบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เดิม กับบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนา

สถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ที่ศึกษา	ปริมาณการซื้อบรรจุภัณฑ์เดิม (ถุงต่อเดือน)			ปริมาณการซื้อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนา (ถุงต่อเดือน)		
	ธ.ค. 62	ม.ค.63	ก.พ.63	มี.ค. 63	เม.ย. 63	พ.ค.63
ร้านค้าวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้าน เกษตรกรตระโกลา อ.ตะกั่วป่า	30	35	35	40	43	45
ร้านวัฒนาพาณิชย์ ตลาดเก่าเมือง ตะกั่วป่า	25	21	22	26	30	30
ร้านป้าน้อย ตลาดเก่าเมืองตะกั่วป่า	7	10	8	20	25	20
ร้านโก๋ชาย ตลาดเก่าเมืองตะกั่วป่า	25	28	25	28	26	25
ร้านค้าตลาดยานยาว อ.ตะกั่วป่า	-	15	20	25	30	35
ร้านค้าถนนกลาง จังหวัดภูเก็ต	-	-	40	45	50	55
รวม	87	109	150	184	204	210
รวมทั้งสิ้น		476			598	
ร้อยละของการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ขนม ไข่ปลางาดำ				25.15		

ตารางที่ 3 ผลการวิจัยพบว่า หลังจากพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ วิสาหกิจชุมชนฯ สามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น และเกิดการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น จากจำนวน 476 ถุง เป็นจำนวน 598 ถุง คิดเป็นร้อยละ 25.15

สรุปผลการวิจัย การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สร้างกราฟิกให้มีความเป็นเอกลักษณ์ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ และสินค้ามีความโดดเด่น เข้าถึงตลาดผู้บริโภคได้มากขึ้น ตลอดจนผลตอบรับในเชิงพาณิชย์ของบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาสูงกว่าของบรรจุภัณฑ์เดิม

5. ข้อเสนอแนะ

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ชุมชนท้องถิ่น ควรคำนึงถึงตัวตน อัตลักษณ์ เอกลักษณ์ของท้องถิ่นนั้น เพื่อถ่ายทอดเรื่องราวแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ ทำให้เกิดความน่าสนใจ ผลิตภัณฑ์จะเกิดความแตกต่างดึงดูด และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภค

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรศึกษาการจำหน่ายสินค้าออนไลน์ เพื่อการขยายสถานที่ในการจัดจำหน่ายสินค้าไปยังต่างจังหวัด หรือต่างประเทศให้มากขึ้น



6. กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

งานวิจัยฉบับนี้ได้ดำเนินการโครงการภายใต้ยุทธศาสตร์มหาวิทยาลัยเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น ทุนสนับสนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี เนื่องจากได้รับความอนุเคราะห์และความกรุณาอันดีเยี่ยมจากผู้ช่วยศาสตราจารย์อรสา จิริภิญโญ ที่ได้ให้ความกรุณาตรวจสอบเครื่องมือ วิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์สิริโสภา จุนต์น ให้คำปรึกษาข้อเสนอแนะ แก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่อง ข้อคิดเห็น และนางศรีประภา ดอกไม้ และสมาชิกวิชาชีพชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรตะโกลา จังหวัดพังงา ที่ถ่ายทอดเรื่องราว และให้ข้อมูล สนับสนุน และช่วยให้การทำวิจัยฉบับนี้เสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา จึงขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ไว้ ณ โอกาสนี้

7. บรรณานุกรม

- จิตพนธ์ ชุมเกต (2560). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการจัดการชุมชนอย่างยั่งยืนของชุมชนไทยมุสลิม อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี*. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร
- ชัยรัตน์ อัครวางกูร. (2548). *ออกแบบให้โดนใจ*. กรุงเทพฯ : สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.
- ปฐวี ศรีโสภา (2553). *การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร : กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรสงคราม*. (วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ถุธรรมรงค์ ปลัดสงคราม.(2561). *การออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์สับประตูกุ้ง จังหวัดภูเก็ต*. วารสารอาศรมวัฒนธรรมวลัยลักษณ์, 18(1), 137-159.
- วัชรภรณ์ สุริยาภิวัดน์ (2556). *วิจัยธุรกิจยุคใหม่*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิริพงศ์ พงศ์พันธ์. (2553). *ระเบียบวิธีวิจัยสำหรับธุรกิจ*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ฮาซันพรีนติ้ง.
- สุมาลี ทองรุ่งโรจน์ (2555). *ออกแบบบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: บอสมการพิมพ์.
- เอกพงษ์ ตรีตรง และคณะ (2560) *โครงการศึกษาวิจัยภาคใต้อัตลักษณ์จังหวัดพังงา ด้วยการถอดรหัส 4 DNA*. (รายงานการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี



ประวัติผู้วิจัย

1. ประวัติส่วนตัว

ชื่อ-นามสกุล	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ภูริณัฐ ปลัดสงคราม
ตำแหน่งปัจจุบัน	อาจารย์ประจำหลักสูตรนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ สร้างสรรค์
วัน เดือน ปี เกิด	วันที่ 10 ตุลาคม 2519
ที่อยู่ปัจจุบัน	35/585 หมู่ที่ 2 ต.เกาะแก้ว อ.เมือง จ.อุบลราชธานี 33000
เบอร์โทรศัพท์มือถือ	08 1099 4797



2. ประวัติการศึกษา

ปี พ.ศ.ที่จบ	วุฒิการศึกษา	สาขาวิชา	สถาบันที่จบ
2555	วท.ม.	เทคโนโลยีบรรจุกัญท์	มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
2543	วท.บ. (เกียรตินิยม)	ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม	สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี

3. ประวัติการทำงาน

ช่วงปี พ.ศ.	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
2563 - 2564	อาจารย์ประจำหลักสูตร	สาขาวิชานวัตกรรมผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์
2548 - 2563	อาจารย์ประจำหลักสูตร	สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์

4. ผลงานด้านการวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ

งานวิจัยที่สำเร็จแล้ว

นายฤทธิรงค์ ปลัดสงคราม นางสาวสิริโสภา จุนดิน และนายพหล รงค์กุล (๒๕๖๐) “โครงการพัฒนาและยกระดับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี และนวัตกรรม (ผลิตภัณฑ์จากแพะ) พื้นที่จังหวัดอุบลราชธานี”. ภูเก็ต: สำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.

นายฤทธิรงค์ ปลัดสงคราม และนายพฤทธิพงษ์ พุฒขาว. (๒๕๕๙) “การพัฒนาแผ่นวัสดุผสมชีวภาพจากวัสดุเหลือทิ้งจากการเพาะเห็ด ผสมเส้นใยทะเลลายปาล์มน้ำมัน เชื่อมประสานด้วยแป้งมันสำปะหลัง เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน”. ภูเก็ต: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

นางสายสมร สุวรรณพฤษ และนายฤทธิรงค์ ปลัดสงคราม. (๒๕๕๗) “การพัฒนาแผ่นไม้ประกอบจากเศษชีวมวลปาล์มน้ำมันด้วยเส้นใยพาราและเปลือกหอยแมลงภู่เพื่อสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน”. ภูเก็ต: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

นายฤทธิรงค์ ปลัดสงคราม และนายศิวพงศ์ ทองเจือ. (๒๕๕๖). “การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายในกลุ่มจังหวัดภาคใต้ฝั่งอันดามัน”. ภูเก็ต: สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

นายฤทธิรงค์ ปลัดสงคราม และผศ.ดร.วรัญญา ศรีเดช. (๒๕๕๕). “อิทธิพลของอัลคินิล ซัคซินิก แอนไฮไดรด์ แป้งดัดแปรประจุบวกและกรดซัลฟิวริกต่อการผลิตกระดาษจากต้นฟักแหรและรูปถักชี”. สงขลา : มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

งานวิจัยที่กำลังดำเนินการ

การออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับชุมชนพื้นเมือง อ.ตะกั่วป่า จ.พังงา (มรภ.21/2563)



ประวัติผู้วิจัย

1. ประวัติส่วนตัว

ชื่อ-นามสกุล	อทิพันธ์ เสียมไหม
ตำแหน่งปัจจุบัน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์
วัน เดือน ปี เกิด	24 สิงหาคม 2527
ที่อยู่ปัจจุบัน	สาขาวิชาสาขาวิชานวัตกรรมเกษตรเพื่อความยั่งยืน คณะเทคโนโลยีการเกษตร ม.ราชภัฏภูเก็ต
เบอร์โทรศัพท์	076-523094-7
เบอร์โทรสาร	0-7621-1778
เบอร์โทรศัพท์มือถือ	083-510-1877



2. ประวัติการศึกษา

ปี พ.ศ. ที่จบ	วุฒิการศึกษา	สาขาวิชา	สถาบันที่จบ
2550	ปริญญาเอก	เทคโนโลยีชีวภาพ	ม.สงขลานครินทร์
2554	ปริญญาตรี	อุตสาหกรรมเกษตร	ม.สงขลานครินทร์

3. ประวัติการทำงาน

ช่วงปี พ.ศ.	ตำแหน่ง	หน่วยงาน
2555 - 2560	อาจารย์	คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
2561 - ปัจจุบัน	ผู้ช่วยศาสตราจารย์	คณะเทคโนโลยีการเกษตร มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

4. ผลงานด้านการวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ

งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว

การผลิตเอทานอลจากกากกาแฟโดย *Saccharomyces cerevisiae*

งานวิจัยที่กำลังดำเนินการ

ผลของสารสกัดหยาบจาก *Streptomyces* spp. ที่คัดเลือกได้ต่อการควบคุมเชื้อรา *Ganoderma* sp. สาเหตุโรค
ลำต้นเน่าของปาล์มน้ำมัน