



การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าว ผัก และส้มโอสำหรับการบริโภคเพื่อเพิ่มมูลค่า

Packaging Design for Rice, Vegetables and Pomelos for Consumption to Add Value

ปิยะวรรณ ปิ่นแก้ว¹ ศุภมาส ปันปัญญา² ศิริญา อารยะจารุ³

Piyawan Pinkaew Supamas Panpanya Sirinya Arayajaru

สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

สาขาวิชาวิศวกรรมและเทคโนโลยี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Visual Communication Design, Faculty of Humanities and Social Science, Nakhon Pathom Rajabhat University

Program of Industrial Arts, Faculty of Science and Technology, Nakhon Pathom Rajabhat University

(Received : April 22,2021 Revised : April 28,2021 Accepted : April 28, 2021)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาคุณสมบัติวัสดุบรรจุภัณฑ์สำหรับการรักษาคุณภาพสำหรับข้าว ผัก และส้มโอ 2) ศึกษาอัตลักษณ์กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ผัก ส้มโอ สำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 3) ศึกษาความคิดเห็นต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ข้าว ผัก ส้มโอ และพฤติกรรมการบริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ผลการศึกษาพบว่า 1) ส้มโอที่เคลือบสารละลายไคโตซานที่ความเข้มข้นที่ 1.5% และ 2.0%, ถุงบรรจุข้าวสารที่มีความหนาขนาด 130 ไมครอนแบบปิดผนึกแบบสูญญากาศ ผักที่ฉีดพ่นสารละลายโซเดียมไฮโปคลอไรท์ที่มีความเข้มข้น 5% และบรรจุผักลงในถุงที่มีความหนาขนาด 145 ไมครอนโดยปิดผนึกแบบธรรมดาจะช่วยรักษาและยืดอายุผลิตภัณฑ์โดยมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 2) อัตลักษณ์ที่กลุ่มเกษตรกรต้องการ คือ อัตลักษณ์ที่สะท้อนแหล่งผลิตคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตที่ตรวจสอบย้อนกลับได้และอัตลักษณ์ตราสินค้าที่สร้างภาพลักษณ์การจดจำ 3) ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าว ลูกกตัญญูมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ข้าวและผักคลองโยงอวกนิคมเหมาะสมระดับมากที่สุด ส้มโอมณฑลนครไชยศรีมีเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด และผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เกษตรที่มีความมั่นใจว่าปลอดภัย มีเครื่องหมายสัญลักษณ์รับรองคุณภาพ และซื้อจากสถานที่จำหน่ายที่ความน่าเชื่อถือ มีความยินดีที่จะซื้อในราคาที่สูงกว่าท้องตลาด 1 เท่า และบรรจุภัณฑ์ที่มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : บรรจุภัณฑ์, การเพิ่มมูลค่า, ยืดอายุการเก็บรักษา, พฤติกรรมการบริโภค, การตัดสินใจซื้อ

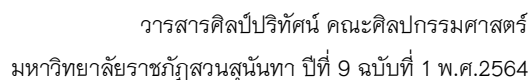
ABSTRACT

This research aims to 1) study the quality preservation packaging properties for rice, vegetables and pomelos, 2) study of the identity of farmers, rice, vegetables, pomelo for packaging design, 3) study opinions, satisfaction with rice, vegetables, pomelo on packaging design and consumption behavior influencing purchasing decision. Findings found that, 1) pomelos coated with chitosan solution at 1.5% and 2.0% concentrations, rice sealed with 130 microns packaging bags, and vegetables sprayed with 5% sodium hypochlorite solution and packed vegetables in 145 microns packaging bags with simple sealing can preserve and extend product shelf life, with satisfaction at a very good level. 2) Identities of farmers' groups found identities that reflect source of products, product quality, traceable production processes. In addition, brand identity that creates image recognition. 3) The graphic packaging design satisfaction toward rice packaging (filial piety brand) was at a high level. Klong Yong organic rice and

¹ สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, โทรศัพท์ : 081 299 1325 e-mail : piyawan2512@gmail.com

² สาขาวิชาวิศวกรรมและเทคโนโลยี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, e-mail : octover_94@hotmail.com

³ สาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, e-mail : sirinya009@gmail.com



Keywords : Packaging, Value addition, Extended shelf life, Consumption behavior, Buying decision

วิสัยทัศน์จังหวัดนครปฐม คือ “เมืองเกษตรและอุตสาหกรรมปลอดภัย แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ ศาสนา วัฒนธรรม ศูนย์กลางการศึกษา และประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี” มีผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดต่อประชากร (GPP per capita) เท่ากับ 256,501 บาท คิดเป็นลำดับที่ 11 ของประเทศ และสูงสุด ในกลุ่มภาคกลางตอนล่าง 1 พื้นที่เกษตรกรรม จำนวนทั้งสิ้น 730,261 ไร่ คิดเป็นประมาณร้อยละ 58.89 ของพื้นที่ทั้งจังหวัด การเกษตรเป็นสาขาการผลิตที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 23.59 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม อาชีพสำคัญ ได้แก่ การทำนา ทำไร่ ทำสวนผลไม้และพืชผัก การเลี้ยงสัตว์และการทำการประมง ระบบการเกษตรในจังหวัดนครปฐมจัดเป็นเขตเกษตรก้าวหน้า เพราะมีระบบชลประทานที่ดีโดยอาศัย แหล่งน้ำจากกลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา ทำจีน และแม่กลอง ข้อมูลการเพาะปลูกจังหวัดนครปฐมจากแผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี (พ.ศ.2561-2564) พืชเศรษฐกิจที่สำคัญ ได้แก่ ข้าว ด้วยจังหวัดนครปฐมมีระบบชลประทานที่สมบูรณ์จึงสามารถปลูกข้าวได้ต่อเนื่องตลอดปี คือสามารถปลูกได้ 2 ปี 5 ครั้ง โดยมีพื้นที่เพาะปลูกแยกเป็นพื้นที่ใช้ทำนาปี จำนวน 429,064 ไร่ ทำนาปรัง จำนวน 427,362 ไร่ พืชเศรษฐกิจที่สำคัญรองลงมาได้แก่ทำสวนผลไม้ ประกอบด้วย ส้มโอ มะพร้าวน้ำหอม มะม่วง ฝรั่ง ชมพู่ มะนาว กลัวยื่นว่า กัลยหอม ลำไย เป็นต้น สำหรับผลไม้ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดมีผลผลิตรวมประมาณ 128,437 ตัน เนื้อที่เพาะปลูก จำนวน 73,802 ไร่ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 1,740 กิโลกรัม ส่วนพืชผักมีการปลูกกันทั่วไปมีผลผลิตผักรวมประมาณ 155,118 ตัน เนื้อที่เพาะปลูก จำนวน 57,140 ไร่ผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ จำนวน 2,714 กิโลกรัม พืชผลทางการเกษตรในจังหวัดนครปฐมนอกจากจะใช้บริโภคภายในจังหวัดแล้วยังส่งไปจำหน่ายจังหวัดข้างเคียงและกรุงเทพฯ ซึ่งจะเห็นว่าผลผลิตจากการพืชผลทางการเกษตรสร้างมูลค่าทางรายได้ที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม

การบริโภคพืชผลทางการเกษตรในจังหวัดนครปฐมโดยเฉพาะ ข้าว ผัก และส้มโอ มีแนวโน้มสูงมากขึ้นทุกปีแต่ประสบปัญหา คือ ผลผลิตทางการเกษตรที่ส่งออกจำหน่ายไม่แสดงอัตลักษณ์ของสินค้าและแหล่งผลิต กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตข้าวพระคุณแม่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านคลองโยง กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตส้มโอเกาะลัดอีแท่น ซึ่งเป็นกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ผัก และส้มโอในจังหวัดนครปฐมก็ประสบกับปัญหานี้เช่นเดียวกัน โดยเฉพาะปัญหาด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ความโดดเด่นเพื่อสร้างความต้องการซื้อจากผู้บริโภครวมทั้งการช่วยปกป้องและยืดอายุให้กับผลิตภัณฑ์ เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญในการตลาดเพราะนอกจากบรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่ห่อหุ้มหรือบรรจุสินค้าทำให้สินค้านั้นไปสู่ผู้บริโภคได้โดยปลอดภัยและอยู่ในสภาพสมบูรณ์ บรรจุภัณฑ์จึงเป็นตัวแทนหรือตัวแสดงสินค้าที่ต้องสื่อสารให้ผู้บริโภคเห็นถึงเนื้อในหรือเนื้อหาของสินค้านั้นด้วยการให้ข้อมูลรายละเอียดของสินค้าให้กับผู้บริโภคได้รับทราบ สร้างความคุ้มค่าในสายตาของผู้บริโภค คุณภาพของสินค้านำมาถึงช่องทางจัดจำหน่าย การแก้ปัญหาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ยังขาดความสวยงาม ทันสมัย ยากต่อการใช้งานและไม่สะท้อนภาพลักษณ์ตราสินค้า จะต้องเกิดจากการสร้างความรู้และความเข้าใจให้กับกลุ่มเกษตรกรเห็นถึงความสำคัญในการสร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีองค์ประกอบพร้อมทั้งในด้านความสวยงาม ปกป้องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และสร้างเอกลักษณ์ให้กับตราสินค้า ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญในการสร้างความสำเร็จหรือล้มเหลวทางการตลาดได้ ทั้งนี้เนื่องจากตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ด้นั้นไม่เพียงมีประโยชน์แค่ดึงดูดใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ แต่จะต้องช่วยแยกแยะสินค้าที่มีคุณภาพสูงและคุณภาพต่ำออกจากกัน กล่าวคือ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์จะช่วยระบุแหล่งผลิตให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้านั้นมาจากแหล่งผลิตใด หากผู้บริโภคมีความพึงพอใจก็จะซื้อซ้ำจากผู้ผลิตรายเดิม ช่วยให้ผู้บริโภคเลือกสินค้าจากแหล่งผลิตที่พึงพอใจได้ง่ายขึ้น ไม่เกิดความสับสนกับสินค้าที่มาจากผู้ผลิตรายอื่น ที่สำคัญตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ยังทำหน้าที่รับประกันคุณภาพสินค้าให้กับผู้บริโภคและส่งผลให้ผลผลิตสามารถขายสินค้าได้มากขึ้น

50



วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาคุณสมบัติวัสดุบรรจุภัณฑ์สำหรับการรักษาคุณภาพสำหรับข้าว ผัก และส้มโอ
2. เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ผัก และส้มโอ สำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
3. เพื่อศึกษาความคิดเห็น ความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าว ผัก ส้มโอ และพฤติกรรมการบริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าว ผัก และส้มโอสำหรับการบริโภคเพื่อเพิ่มมูลค่าเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) มีขั้นตอนในการดำเนินงาน 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การเลือกวัสดุเพื่อการบรรจุผลิตภัณฑ์

1.1 วิธีการศึกษา คือ ศึกษารวบรวมข้อมูลวัสดุในการบรรจุภัณฑ์

1.1.1 ศึกษาข้อมูลลักษณะ ประเภท วัสดุ ของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในประเทศไทย เพื่อนำมาเป็นวัสดุในการเลือกให้กับข้าว ผัก และส้มโอ

1.1.2 ศึกษาและวิเคราะห์รูปแบบวัสดุบรรจุภัณฑ์และองค์ประกอบที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ข้าว ผัก และส้มโอ

1.1.3 ศึกษาคุณลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์ข้าว ผัก และส้มโอ หลังการเก็บเกี่ยวและการช่วยยืดอายุการเก็บรักษา

1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.2.1 กลุ่มผู้บริโภค ซึ่งประกอบไปด้วยกลุ่มนักศึกษา กลุ่มคนทำงาน กลุ่มแม่บ้าน พ่อบ้าน กลุ่มผู้รักสุขภาพ เป็นต้น ทั้งเพศชายและเพศหญิง อายุ 20 ปี ขึ้นไป จำนวน 50 คน

1.2.2 กลุ่มเกษตรกรผลิต ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตข้าวพระคุณแม่ กลุ่มกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านคลองโยง กลุ่มผู้ผลิตส้มโอเกาะลัดอีแต่น

1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา แบ่งการออกแบบเครื่องมือ เป็น 2 ส่วน คือ

1.3.1 แบบสอบถาม ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กลุ่มผู้ปลูกผลิตภัณฑ์ข้าว ผัก และส้มโอ และแบบทดสอบระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อแบบวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ข้าว ผัก และส้มโอ

1.3.2 การออกแบบเลือกใช้วัสดุสำหรับการบรรจุภัณฑ์ข้าว ผัก และส้มโอ

1) การเลือกวัสดุสำหรับส้มโอ โดยศึกษาคุณลักษณะทางกายภาพของส้มโอหลังการเก็บเกี่ยวและการช่วยยืดอายุการเก็บรักษา โดยการเตรียมผลผลิต การทดลองนำผลส้มโอมาแช่ในสารละลายที่ได้เตรียมไว้ บันทึกผลและวิเคราะห์ผลการทดลองในประเด็นการสูญเสียน้ำหนัก การเปลี่ยนแปลงของสีผิว การวัดขนาดเส้นรอบวง

2) การเลือกใช้วัสดุสำหรับการบรรจุภัณฑ์ ข้าว โดยศึกษาคุณลักษณะทางกายภาพของข้าวหอมปทุม ปิ่นเกษตร โดยแบ่งการทดลองออกเป็น 2 ประเภท คือ การทดสอบการปิดผนึกแบบสุญญากาศ และการปิดผนึกแบบธรรมดา บันทึกผลและวิเคราะห์ผลการทดลองในประเด็น เปอร์เซ็นต์การสูญเสียน้ำหนัก การวัดสีข้าวสาร การหาสารอาหารข้าวหอมปทุมและข้าวปิ่นเกษตร ประกอบไปด้วย ธาตุเหล็ก สารโพสฟิโนล เบต้าแคโรทีน และความหอมของข้าวปิ่นเกษตร

3) การเลือกการใช้วัสดุสำหรับการบรรจุภัณฑ์ ผักกวาดตุง และต้นหอม โดยศึกษาคุณลักษณะทางกายภาพของผักกวาดตุงและต้นหอม โดยแบ่งการทดลองออกเป็น 2 ประเภท คือ การทดสอบการปิดผนึกแบบสุญญากาศและการปิดผนึกแบบธรรมดา และเลือกถนอมถนอมแบบมีนึ่งที่มีขนาดความหนาต่างกัน และเลือกชนิดของสารในการฉีดยาเพื่อถนอมอาหารและยับยั้งการเจริญเติบโตของแบคทีเรีย บันทึกผลการทดลองในประเด็น เปอร์เซ็นต์การสูญเสีย น้ำหนัก การเปลี่ยนแปลงของความชื้น และการเน่าเสียของผัก

1.4 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ การทดสอบ ไค-สแควร์ และการทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปร



ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาเอกลักษณ์ ข้าว ผัก ส้มโอ และการกำหนดแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.1 วิธีการศึกษา คือ ศึกษาโดยการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ผัก และส้มโอ เพื่อหาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ โดยมีประเด็นในการสัมภาษณ์ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านข้อมูลทั่วไป ด้านผลผลิต ด้านการตลาดและการจัดจำหน่าย ด้านบรรจุภัณฑ์ เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างเพื่อนำมาวิเคราะห์เอกลักษณ์เด่นและกำหนดกรอบแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มเกษตรกรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตส้มโอเกาะลัดอีแท่น กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตข้าวพระคุณแม่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านคลองโยง

2.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด มีแนวคำถามประกอบการสัมภาษณ์

2.4 การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล คือ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการสรุปเนื้อหา และกรอบแนวคิดในการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 3 ออกแบบบรรจุภัณฑ์และองค์ประกอบศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ข้าว ผัก ส้มโอ

3.1 วิธีการศึกษา คือ หลังจากการกำหนดกรอบแนวคิดร่วมกันกับกลุ่มเกษตรกร ผู้วิจัยได้นำแนวคิดมาสู่การปฏิบัติการออกแบบร่างตราสัญลักษณ์ ภาพประกอบ และลักษณะของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โดยให้กลุ่มเกษตรกรมีส่วนร่วมในการคัดเลือกแบบร่างตราสัญลักษณ์ ภาพประกอบและองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ ลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ก่อนให้กลุ่มผู้บริโภคประเมินความคิดเห็นและความพึงพอใจในขั้นตอนสุดท้าย โดยมีการเกณฑ์ในการคัดเลือก ดังนี้

3.1.1 ผู้วิจัยกำหนดแนวคิดในการออกแบบ ปฏิบัติการออกแบบร่างตราสัญลักษณ์ ภาพประกอบและองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ ลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

3.1.2 นำเสนอแบบร่างตราสัญลักษณ์ ภาพประกอบ และลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มเกษตรกรมีส่วนร่วมในการพิจารณาและคัดเลือก ตราสัญลักษณ์ 5 รูปแบบ ภาพประกอบและองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ 5 รูปแบบ ลักษณะโครงสร้าง 3 รูปแบบ

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มเกษตรกรหรือผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมด 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตส้มโอเกาะลัดอีแท่น กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตข้าวพระคุณแม่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านคลองโยง

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบร่างผลงานออกแบบตราสัญลักษณ์ ภาพประกอบและองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ ลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ข้าว ผัก ส้มโอ โดยมีแนวคิดทางการออกแบบประกอบการนำเสนอแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักวิจัยและกลุ่มเกษตรกร

3.4 การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล คือ การวิเคราะห์ข้อมูลแบบหาความถี่สูงสุด 3 ลำดับแรกสำหรับการออกแบบโครงสร้างและความถี่ 5 ลำดับแรกสำหรับการออกแบบตราสัญลักษณ์และภาพประกอบ 5 ลำดับ ทั้งนี้เนื่องจากการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตผลทางการเกษตรประเภท ข้าว ผัก ส้มโอ ต้องคำนึงถึงวัสดุที่ใช้ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์ ต้นทุนการผลิต และราคาขายรูปแบบจึงไม่มีความซับซ้อนมากทั้งนี้ส่งผลต่อต้นทุนการผลิต

ขั้นตอนที่ 4 ศึกษาความคิดเห็นต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าว ผัก ส้มโอ และพฤติกรรมผู้บริโภค

4.1 วิธีการศึกษา คือ

4.1.1 ศึกษาความคิดเห็น ความพึงพอใจต่อผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าว ผัก และส้มโอ

4.1.2 ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและกระบวนการตัดสินใจซื้อพืช ผัก ผลไม้ การสัมภาษณ์กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์พืชผักผลไม้ทางการเกษตร

4.1.3 ศึกษาพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผัก ผลไม้ สินค้าเกษตรปลอดภัย และการตัดสินใจซื้อด้วยการออกแบบบรรจุภัณฑ์

4.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

4.2.1 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรทฤษฎีใหม่ห้วยโจอินทรีย์ กลุ่มผักไร้สารบ้านต่ายสวนผักเพิ่มเงินทอง กลุ่มน้ำอ้อยอินทรีย์ไร้วมยู่

4.2.2 กลุ่มประชาชนทั่วไป จำนวน 400 คน โดยเลือกแบบบังเอิญ โดยใช้การตอบแบบสอบถามแบบเผชิญหน้าและการตอบแบบสอบถามออนไลน์ จนครบ 400 คน ซึ่งเป็นการให้กลุ่มประชากรแสดงยินยอม ตอบตามอิสระโดยปราศจากการกดดัน

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

4.3.1 แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง มีลักษณะเป็นคำถามแบบปลายเปิด มีแนวคำถามประกอบการสัมภาษณ์



- 4.3.2 แบบสอบถามความคิดเห็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าว ผัก ส้มโอ และพฤติกรรมการบริโภค
4.4 การวิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล คือ วิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการสรุปเนื้อหา

ผลการวิจัย

1. การเลือกวัสดุเพื่อการบรรจุผลิตภัณฑ์สำหรับข้าว ผัก และส้มโอ โดยศึกษาข้อมูลและคุณลักษณะทางกายภาพของ ข้าว ผัก และส้มโอ ผลการทดลอง พบว่า การใช้ถุงบรรจุข้าวสารที่มีความหนาขนาด 130 ไมครอนแบบปิดผนึกแบบสูญญากาศ ส่งผลให้อัตราการระเหยของน้ำลดลง เปอร์เซ็นต์ของความชื้นอยู่ในระดับมาตรฐาน กลิ่น ความหอม และสีของข้าวมีลักษณะไม่เปลี่ยนแปลง ผลการฉีดพ่นสารละลายโซเดียมไฮโปคลอไรท์ที่มีความเข้มข้น 5% บรรจุผักลงถุงลายนูนแบบม้วนที่มีขนาดความหนา 145 ไมครอนโดยปิดผนึกแบบธรรมดา ส่งผลให้เกิดอัตราการชะลอตัวของการคายน้ำ ลดการเน่าเสียและการเปลี่ยนสีความชื้นของใบ ผลการเคลือบสารละลายไคโตซานที่ความเข้มข้นที่ 1.5% และ 2.0% บนผลส้มโอส่งผลให้เกิดอัตราการชะลอตัว ลดการสูญเสีย น้ำ ขนาดเส้นรอบวง น้ำหนัก และความคงทนของความมันวาวเปลือกของผลส้มโอดีกว่าผลของผลส้มโอที่ไม่เคลือบด้วยสารละลายไคโตซาน และระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์ข้าว ผัก และส้มโอ อยู่ในระดับมากที่สุด

2. เวกลักษณะของกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ผัก และส้มโอ ในจังหวัดนครปฐม มีเอกลักษณ์ที่นำมาวิเคราะห์เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ องค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ พบว่า

2.1 กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าวพระคุณแม่ เอกลักษณ์เด่น คือ การผลิตและจำหน่ายข้าวสารหลายสายพันธุ์ มีกระบวนการผลิตข้าวแบบปลอดภัยและต้องการที่จะพัฒนาระบบการผลิตไปสู่ข้าวออร์แกนิก มีช่องทางการจัดจำหน่ายแบบมีเครือข่าย โดยเกษตรกรเริ่มนำร่องเพาะปลูกข้าวพันธุ์พื้นถิ่นเกษตร ซึ่งเป็นข้าวที่พัฒนามาจากข้าวปิ่นแก้วที่มีลักษณะเมล็ดยาว ใส ผสมระหว่างข้าวขาวดอกมะลิ 105 กับข้าวทนแล้ง เป็นข้าวขาว มีกลิ่นหอม นุ่มเหนียว ข้าวกล้องมีความนุ่มนวล มีเมล็ดยาวกว่า 8 มม. มีความใส ข้าวกล้องมีความเป็นประโยชน์ของธาตุเหล็กดี เมื่อนำมาหุงสุกร่วมกับข้าวพันธุ์อื่น จะช่วยให้ความเป็นประโยชน์ของธาตุเหล็กสูงขึ้น ซึ่งให้ผลสอดคล้องกันทั้งการทดสอบในระดับเซลล์ในมนุษย์ กลุ่มเกษตรกรจึงมีความต้องการผลิตเป็นสินค้าใหม่ ภายใต้ตราสินค้าใหม่ “ลูกกตัญญู” ซึ่งถือเป็นตราสินค้าลูกของข้าว “พระคุณแม่” สามารถวางตำแหน่งทางการตลาดและจัดจำหน่ายคู่ไปกับข้าวพระคุณแม่

2.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านคลองโยง เอกลักษณ์เด่น คือ การปลูกข้าวและผักปลอดสารพิษ มีคลองโยงเป็นเหมือนสัญลักษณ์ในชุมชน ในอดีตคลองโยงเคยใช้เป็นเส้นทางสัญจรของคนในชุมชนและเคยเป็นเส้นทางเสด็จเพื่อไปนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์ตั้งแต่สมัยรัชการที่ 3 ดังปรากฏในหนังสือนิราศสุพรรณบุรีและนิราศบทประชุมของสุนทรภู่ ลำคลองมีความยาวประมาณ 10 กิโลเมตร มีวิถีชีวิตริมน้ำที่เป็นธรรมชาติ พื้นดินมีความอุดมสมบูรณ์ประชาชนมักตั้งบ้านเรือนอยู่อาศัยริมสองฝั่งคลองสายหลัก เดิมเป็นร่องคลองธรรมชาติที่เป็นเส้นทางของควายที่ลากเรือโยง ต่อมาพวกพ่อค้าได้ใช้เรือที่โยงติดกันหลาย ๆ ลำในการขนส่งสินค้า ชาวบ้านและพ่อค้าจึงเรียกกันติดปากต่อ ๆ มาว่า “คลองโยง” กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านคลองโยงเดิมทำการเกษตรแบบใช้สารเคมี ต่อมาได้ปรับเปลี่ยนการทำเกษตรให้กลับไปสู่วิถีแบบธรรมชาติ คือ การทำเกษตรแบบปลอดสารพิษ และจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรอินทรีย์บ้านคลองโยง โดยมีการปลูกข้าวและผักนานาชนิด มีกระบวนการปลูกที่ได้รับการรับรองมาตรฐานระบบเกษตรอินทรีย์ (IFOAM) กลุ่มเกษตรกรต้องการบรรจุภัณฑ์หรือฉลากที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนคลองโยง ภายใต้ตราสินค้า “คลองโยงออร์แกนิก” โดยมีแนวคิดในการผลิต คือ แบบรวมกลุ่มเกษตรกรสำหรับการผลิตร่วมกันแล้วจัดสรรให้สมาชิกนำไปใช้ตามความต้องการ หรือสมาชิกที่มีศักยภาพสามารถผลิตได้เอง โดยมีสัญลักษณ์คืออาร์โค้ดที่ระบุรายละเอียดของเกษตรกรแต่ละราย

2.3 กลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอเกาส์อีแท่น เอกลักษณ์เด่น เกาส์อีแท่นเป็นพื้นที่คล้ายเกาะรูปกระเพาะหมู มีแม่น้ำท่าจีนล้อมรอบ พื้นที่ของเกาะเป็นส่วนหนึ่งของตำบลบางเตย ทรงคนอง และไร่ชิง พื้นที่เกือบทั้งหมดของเกาะลัดอีแท่นมากกว่า 80 % ถูกใช้ไปในการปลูกส้มโอ ส้มโอเกาส์อีแท่นจึงเป็นส้มโอที่มีคุณภาพดี รสชาติหวาน ปลูกโดยกลุ่มเกษตรกรที่มีประสบการณ์ มีภูมิปัญญาการปลูกส้มโอที่แตกต่างจากที่อื่น สร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพให้กับผู้บริโภค มีผลผลิตทั้งในส่วนของเกษตรปลอดภัยและปลอดสารพิษ และต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับการจัดจำหน่ายภายใต้ตราสินค้า “ส้มโอมนทลนครไชยศรี” ซึ่งเป็นชื่อที่สมาชิกเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอในอำเภอสามพราน พุทธมณฑล และนครชัยศรีใช้ในการขาย ทั้งนี้เนื่องจากส้มโอเป็นผลผลิตทางการเกษตรที่ได้ขึ้นทะเบียน GI Thailand และเป็นสินค้าเด่นของจังหวัดนครปฐม ทำให้ส้มโอนครปฐมเป็นที่ต้องการของตลาด ส้มโอเกาส์อีแท่นมีการตลาดหลัก ๆ อยู่ 2 ส่วน ได้แก่ การส่งออก เป็นการซื้อขายโดยผ่านพ่อค้าคนกลาง และการขายปลีกจะเป็นการขายในลักษณะซื้อขายที่สวน หนักร้าน ผักขาย และออกบูธตามกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งการขายออนไลน์ กลุ่มเกษตรกรต้องการสร้างเอกลักษณ์และภาพลักษณ์ของส้มโอให้เป็นสินค้าเด่นประจำจังหวัดนครปฐมผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่อสารตราสินค้า “ส้มโอมนทลนครไชย



ศรี” ในลักษณะเป็นของขวัญของฝากประจำจังหวัดที่ปลูกในเกาะลัดดีแท่น โดยรวมกลุ่มกันผลิตบรรจุภัณฑ์และจัดสรรให้สมาชิกนำไปใช้ตามต้องการ โดยมีสัญลักษณ์คิวอาร์โค้ดที่ระบุรายละเอียดของเกษตรกรแต่ละราย

จากเอกลักษณ์และความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์จากกลุ่มเกษตรกรข้าว ผัก ส้มโอ พบว่า กลุ่มเกษตรกรผู้ผลิตทั้ง 3 กลุ่ม มีความต้องการในการใช้บรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมาก โดยมีเหตุผลสนับสนุนด้านความต้องการด้านการสร้างภาพลักษณ์การจดจำให้กับกลุ่มผู้บริโภคและสามารถเพิ่มยอดขายได้ ต้องการออกแบบตราสัญลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ และองค์ประกอบฉลากที่สะท้อนอัตลักษณ์ของกลุ่มเกษตรกรหรือแหล่งผลิต บรรจุภัณฑ์ที่ปกป้องสินค้าได้ดี โดยสรุปกลุ่มเกษตรกรมีความต้องการ 2 รูปแบบ คือ รูปแบบบรรจุภัณฑ์หรือฉลากที่มีต้นทุนการผลิตไม่แพงสำหรับการขายในชุมชนหรือพื้นที่ใกล้เคียง เช่น ฉลาก ฉลากติดบนถุงพลาสติก หรือผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์สำหรับการขายในตลาดที่สูงขึ้นได้สำหรับการขายในสถานที่จำหน่ายอื่น เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านขายในลักษณะของฝากประจำจังหวัด โดยกลุ่มเกษตรกรให้ความสำคัญต่อการแสดงถึงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น เครื่องหมายรับรองคุณภาพของผลผลิตที่สามารถยกระดับมูลค่าการค้าขายได้ รวมทั้งการแสดงเครื่องหมายในลักษณะของ QR Code ที่สามารถตรวจสอบคุณภาพย้อนกลับถึงแหล่งผลิตหรือกระบวนการผลิตได้

3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์และความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าว ผัก ส้มโอ

3.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวปิ่นเกษตรภายใต้ตราสินค้า “ลูกกตัญญู” พบว่า โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ข้าวลูกกตัญญูมีความเหมาะสมคิดเป็นร้อยละ 46.42 ตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสมคิดเป็นร้อยละ 40.74 รูปแบบภาพประกอบและองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสมคิดเป็นร้อยละ 46.42 และความคิดเห็นต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมโดยเรียงลำดับสูงสุด 3 ลำดับ คือ รูปแบบสามารถสร้างความประทับใจดึงดูดความสนใจให้มีความต้องการซื้อ มีค่าเฉลี่ย 4.25 รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ยคือ 4.21 และการออกแบบและองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความน่าเชื่อถือต่อผลิตภัณฑ์ได้มีค่าเฉลี่ย 4.20 ตามลำดับ โดยความคิดเห็นทุกประเด็นมีค่าเฉลี่ยรวม 4.20 อยู่ในระดับมาก



ภาพที่ 1 ตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ข้าวลูกกตัญญู แบบ 1สี 2สี และ 4สี

ที่มา: ปิยะวรรณ ปิ่นแก้ว, ศุภมาศ ปิ่นปัญญา และศิริญา อารยะจารุ (2563)

3.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มวิสาหกิจเกษตรอินทรีย์บ้านคลองโยงภายใต้ตราสินค้า “คลองโยงออร์แกนิก” พบว่า โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ข้าวมีความเหมาะสมคิดเป็นร้อยละ 45.02 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผักปลอดสารรูปมีความเหมาะสมคิดเป็นร้อยละ 53.58 ตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสมคิดเป็นร้อยละ 33.10 รูปแบบภาพประกอบและองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมคิดเป็นร้อยละ 40.25 และความคิดเห็นต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมโดยเรียงลำดับสูงสุด 3 ลำดับ คือ การออกแบบและองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความน่าเชื่อถือต่อผลิตภัณฑ์ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.33 รูปแบบการออกแบบ



บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.31 และการออกแบบมีความร่วมสมัยเป็นสากลสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้หลายรูปแบบ มีค่าเฉลี่ย 4.29 ตามลำดับ โดยความคิดเห็นทุกประเด็นมีค่าเฉลี่ยรวม 4.28 อยู่ในระดับมากที่สุด



ภาพที่ 2 ตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ข้าว ผัก คลองโยงอแกนิก แบบพิมพ์ 12, 24 และ 48

ที่มา: ปิยะวรรณ ปิ่นแก้ว, ศุภมาศ ปันปัญญา และศิริกัญญา อารยะจารุ (2563)

3.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกส้มโอเกาะลัดอีแท่นภายใต้ตราสินค้า “ส้มโอมณฑลนครชัยศรี” พบว่า โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมคิดเป็นร้อยละ 33.58 ตราสัญลักษณ์มีความเหมาะสมคิดเป็นร้อยละ 40.25 รูปแบบภาพประกอบและองค์ประกอบเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมคิดเป็นร้อยละ 26.91 ความคิดเห็นต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมโดยเรียงลำดับสูงสุด 3 ลำดับ คือ รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยรวมสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.32 การออกแบบมีความร่วมสมัยเป็นสากลสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้หลายรูปแบบมีค่าเฉลี่ยคือ 4.31 และการออกแบบมีเอกลักษณ์ไม่ซ้ำแบบใครและสร้างความจดจำได้ดีมีค่าเฉลี่ย 4.26 โดยความคิดเห็นทุกประเด็นมีค่าเฉลี่ยรวม 4.26 อยู่ในระดับมากที่สุด



ภาพที่ 3 ตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ส้มโอมนทลนครไชยศรี แบบพิมพ์ 1 สี 2 สี และ 4 สี

ที่มา: ปิยะวรรณ ปันแก้ว, ศุภมาส ปันปัญญา และศิริกัญญา อารยะจารุ (2563)

4. พฤติกรรมการบริโภคที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยมีประเด็นศึกษาคือ พฤติกรรมการบริโภคผักผลไม้และสินค้าเกษตรปลอดภัย และพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อด้วยบรรจุภัณฑ์ พบว่า ความคิดเห็นของผู้บริโภคส่วนใหญ่บริโภคผักผลไม้หรือสินค้าเกษตรที่เชื่อมั่นว่ามีความปลอดภัยสูง ทั้งนี้ผู้บริโภคเกรงกลัวอันตรายจากการบริโภคผักทั่วไปที่อาจปนเปื้อนสารเคมี จึงทำให้หันมาบริโภคผักปลอดสารพิษเพิ่มมากขึ้น โดยเน้นผลผลิตที่มีความสดใหม่ และมีเครื่องหมายรับรองการทำเกษตรปลอดภัยหรือปลอดสารพิษ ชื้อจากสถานที่จำหน่ายที่ความน่าเชื่อถือ เช่น ห้างสรรพสินค้า ซูเปอร์มาเก็ต ตลาดนัดเกษตร ชื้อโดยตรงกับเกษตรกรผู้ผลิต และร้านค้าที่ขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ปลอดสารพิษ จะทำให้ผู้บริโภคมีความเชื่อว่ามีความปลอดภัยสูง โดยความคิดเห็นทุกประเด็นมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักผลไม้และผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดภัย พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผักผลไม้และผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดภัยโดยเรียงลำดับสูงสุด 3 ลำดับ คือ มีความเหมาะสมของราคาต่อคุณภาพผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.22 มีความมั่นใจในคุณภาพและกระบวนการผลิต มีค่าเฉลี่ย 4.20 มีการจัดจำหน่ายอยู่ในสถานที่ที่มีความน่าเชื่อถือ มีค่าเฉลี่ย 4.14 ตามลำดับ โดยความคิดเห็นทุกประเด็นมีค่าเฉลี่ยรวม 4.10 อยู่ในระดับมาก พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ผัก ผลไม้ และผลิตภัณฑ์เกษตรปลอดภัยในราคาที่สูงกว่าท้องตลาด พบว่า ผู้บริโภคยินดีที่จะซื้อขายในราคาที่สูงกว่าท้องตลาด จำนวน 309 คน คิดเป็นร้อยละ 76.30 ไม่น่าใจ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 17.78 และไม่ยินดี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 5.93 ตามลำดับ และผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ยินดีที่จะซื้อขายในราคาที่สูงกว่าท้องตลาด 1 เท่า 177 คน คิดเป็นร้อยละ 43.70 จ่ายสูงกว่า 2 เท่า



จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 28.40 จ่ายสูงกว่า 3 เท่า จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.20 อื่นๆ คือไม่แน่ใจ และไม่ยินดีจำนวน 96 คนคิดเป็นร้อยละ 23.70 ส่วนพฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อด้วยบรรจุภัณฑ์ พบว่า การตัดสินใจซื้อด้วยบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด เรียงตามลำดับ คือ เครื่องหมายรับรองคุณภาพ เช่น อย./ข้อมูลโภชนาการ มีค่าเฉลี่ย 4.37 บรรจุภัณฑ์สามารถส่งเสริมการตลาดหรือเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่มีตราสัญลักษณ์ และ วัสดุบรรจุภัณฑ์ช่วยยืดอายุผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากันคือ 4.29 และภาชนะบรรจุช่วยปกป้องผลิตภัณฑ์ มีค่าเฉลี่ย 4.28 บรรจุภัณฑ์สามารถช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ผู้ผลิตหรือตัวผลิตภัณฑ์ได้ มีค่าเฉลี่ย 4.26 บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างการจดจำและความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน มีค่าเฉลี่ย 4.23 บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องแหล่งผลิตของสินค้าได้และบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อและผู้ขายได้ มีค่าเฉลี่ย 4.20 โดยความคิดเห็นเห็นทุกประเด็นมีค่าเฉลี่ยรวม 4.27 อยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยพบว่า การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์และวิธีบรรจุที่มีความเหมาะสมกับลักษณะทางกายภาพของข้าว ผัก และส้มโอจะช่วยยืดอายุและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และสร้างการยอมรับให้กับผู้บริโภคได้ดี การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของกลุ่มเกษตรกรทั้งในส่วนของการออกแบบตราสินค้า โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ภาพประกอบและองค์ประกอบศิลป์บนบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารและสร้างเอกลักษณ์มีความสวยงามโดดเด่น สร้างความน่าเชื่อถือ มีความเป็นสากล สร้างมูลค่าเพิ่มและแรงจูงใจในการซื้อได้ ทำให้กลุ่มเกษตรกรได้ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าว ผัก ส้มโอที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าที่ตรงกับความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค และแสดงยังอัตลักษณ์ของกลุ่มผู้ผลิต สร้างการจดจำและภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสินค้าได้ ซึ่งผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นไปตามหลักการและคุณค่าของการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการเรขศิลป์ ที่สอดคล้องกับมยุรี ภาคลำเจียก (2556) ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541) ชัยรัตน์ อัครวงกูร (2548) กล่าวคือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นออกแบบสร้างสรรค์ซึ่งมีความเกี่ยวข้องการวิทยาการด้านวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ ศิลปกรรม โดยมีความสำคัญเพื่อการ การบรรจุ การขนส่ง การเก็บรักษา การวางจำหน่ายที่สอดคล้องกับกระบวนการผลิตในต้นทุนที่เหมาะสม การออกแบบเรขศิลป์เป็นการสร้างระบบสื่อสารข้อมูล ที่กระชับ ชัดเจน เป็นการสร้างสรรค์และการจรรโลงสภาพสังคมให้เห็นคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ จะมีอิทธิพลโดยตรงที่จะโน้มน้าวผู้บริโภคให้เกิดความสนใจและเกิดการยอมรับ เพื่อเป็นสื่อกลางในการสื่อความหมายเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ การสร้างจินตภาพ เกิดความประทับใจ เกิดความน่าเชื่อถือให้กับกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี รวมทั้งสนับสนุนค่านิยมทางความงามและสร้างมูลค่าสอดคล้องกับแนวคิดการสร้างตราสินค้า ที่สอดคล้องกับแนวคิดการสร้างตราสินค้าของ Kotler (2000) วิทวัส ชัยปานิ (2548) เสรี วงษ์มณฑา และชัชณะ เตชคณา (2550) กล่าวคือ การสร้างตราสินค้าต้องประกอบไปด้วยรูปร่างหน้าตาภายนอก (attributes) ซึ่งหมายถึง ลักษณะรูปร่างหน้าตาภายนอกที่สามารถสร้างจุดเด่นหรือความสนใจให้ผู้บริโภคจดจำได้ เช่น ตราสัญลักษณ์ ชื่อ สี สัน บรรจุภัณฑ์ และคุณประโยชน์ (benefits) ที่จับต้องได้ของสินค้าในความรู้สึกของผู้บริโภค เป็นความรู้สึกรวมทั้งทางกายภาพที่มองเห็นได้และทางความรู้สึกที่เกิดขึ้นทางจิตใจ เป็นการสร้างความหมายให้กับสินค้าหรือบริการ ซึ่งความหมายที่ดีจะทำให้สินค้าหรือบริการมีความแตกต่าง โดดเด่น เหนือคู่แข่ง

การดำเนินงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าว ผัก และส้มโอ สำหรับการบริโภคเพื่อเพิ่มมูลค่าได้สร้างความรู้ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร บรรจุภัณฑ์สามารถยืดอายุและรักษาคุณภาพของสินค้า ช่วยเพิ่มศักยภาพการแข่งขันทางเศรษฐกิจ ทำให้กลุ่มเกษตรกรสามารถมีความรู้ความเข้าใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อีกทั้งยังสามารถพัฒนาตนเองให้เป็นผู้ผลิตที่มีคุณภาพตั้งแต่กระบวนการผลิตจนถึงการจัดจำหน่าย ส่งผลให้สามารถนำไปสู่การยกระดับและพัฒนาสินค้าเกษตรข้าว ผัก และส้มโอ รวมถึงผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ให้เป็นยอมรับกับกลุ่มเป้าหมายได้ และเป็นต้นแบบให้กับกลุ่มเกษตรกรอื่น ๆ ในจังหวัดนครปฐมได้

เอกสารอ้างอิง

- กรมวิชาการเกษตร. (2559). **ข้อกำหนด หลักเกณฑ์และวิธีการตรวจประเมินว่าเป็นไปตามระบบการผลิตส้มโอ GAP**. สืบค้น 22 ธันวาคม 2560, จาก <http://gap.doa.go.th/gap/estimate.html>
- _____. (2559). **พื้นที่การเพาะปลูกข้าวในจังหวัดนครปฐม**. สืบค้น 18 มีนาคม 2561, จาก <http://www.nakhonpathom.doae.go.th/>
- กรมส่งเสริมการเกษตร ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2559). **ระบบสารสนเทศข้อมูลสถาบันเกษตรกร**. สืบค้น 15 เมษายน 2561, จาก http://www.ictc.doae.go.th/?page_id=703.
- ชัยรัตน์ อัครวงกูร. (2548). **ออกแบบให้โดนใจ**. กรุงเทพฯ: มติชน.



- แทน ฉันทวีร์. (2558). **ส้อมโอนครชัยศรี มาตรฐานพรีเมียม ของดี นครปฐม**. นิตยสารรักซ์เกษตร. สืบค้น 1 สิงหาคม 2561, จาก <http://tantai24.blogspot.com/2015/09/>
- ธีรพัฒน์ แจ่มจรรยา. (2541). **การควบคุมการเจริญของเชื้อรา ด้วยสารเคมีบางชนิดกับส้อมที่ปอกเปลือกแล้ว**. กรุงเทพฯ: คณะเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- บริษัท บรรจภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อม. (2551). **บรรจุภัณฑ์เพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม**. สืบค้น 15 มกราคม 2561, จาก <http://www.thaitecno.net/dip/homephp?uid=39536>.
- เบญจมาศ รัตนชินกร และศิริกานต์ ศรีธัญรัตน์. (2553). **ผลของฟิล์มพลาสติกต่อคุณภาพการเก็บรักษาลำไย**. วิทยาศาสตร์เกษตร, 41 (3/1 พิเศษ), 509 – 512.
- ประภาพรรณ เพียรชอบ. (2554). **การบรรจุผลิตภัณฑ์อาหาร**. นครปฐม: คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏ นครปฐม.
- ปาพจน์ หนูนกัณ. (2553). **หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟิกดีไซน์**. นนทบุรี: โอเดซี พรีเมียร์.
- ปิยะวรรณ ปิ่นแก้ว. (2559). **การสร้างมาตรฐานตราสินค้าประจำจังหวัด: ผลิตภัณฑ์จังหวัดนครปฐม**. คุษณินพนธ์ปรัชญาคุษณินบัณฑิต สาขาทัศนศิลป์และการออกแบบ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). **บรรจุภัณฑ์อาหาร**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์หทัยเอง.
- มยุรี ภาคลำเลียง. (2556). **บรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค**. กรุงเทพฯ: บริษัทโรงพิมพ์หทัยเอง
- รัฐวัชร พัฒนจิระรุจน์. (2557). **ทฤษฎีการตลาด Marketing theory**. ค้นเมื่อ 8 ตุลาคม 2559, จาก <http://poundtv5.blogspot.com/2014/11/marketing-theory-dba06.html>
- ลัดดา โสภณรัตน์ . (2546). **อิทธิพลของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วรวงศ์ ราชชาติอุดมพงศ์. (2538). **บทความรู้ทางการออกแบบพาณิชย์ศิลป์ออกแบบกราฟิก (พิมพ์ครั้งที่ 2)**. กรุงเทพฯ: ศิลปาบรรณาการ.
- วชิระ น้อยนารถ, พัชราวดี ศรีบุญเรือง และสวาทิ รังสิภัทร์ (2560). **ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรปลอดสารพิษของผู้บริโภคร้านโกลเด้นเพลส สาขามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์**. วารสารเกษตรพระจอมเกล้า, 35 (1), 136-145
- วิทวัส ชัยปาณี. (2548). **สร้างแบรนด์อย่างสร้างสรรค์**. กรุงเทพฯ: มติชน.
- วิธญา ครอบยุดิ. (2558). **การศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาผลของการจุ่มน้ำร้อนร่วมกับการบรรจุในภาชนะบรรจุภายใต้สภาพบรรยากาศ** **ดัดแปลง**. In The First International Symposium on Quality Management of Organic Horticultural Produce (QMOH2015) and The International Conference on Sustainability of Organic Agriculture (SOA2015) (7- 9 ธันวาคม) อุบลราชธานี: โรงแรมสุโขทัยแกรนด์ แอนด์ คอนเวนชัน เซ็นเตอร์.
- วิธณ ตั้งเจริญ. (2545). **ออกแบบกราฟิก**. กรุงเทพฯ: โอเดียนส์โตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). **การบริหารการตลาดยุคใหม่**. กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.
- ศูนย์เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร กรมส่งเสริมการเกษตร. (2559) **ระบบสารสนเทศข้อมูลสถาบันเกษตรกร**. สืบค้น 15 เมษายน 2561, จาก http://www.ictc.doe.go.th/?page_id=703
- สำนักงานจังหวัดนครปฐม, กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2559). **แผนพัฒนาจังหวัดนครปฐม 4 ปี (พ.ศ.2561-2564)**. สืบค้น 1 สิงหาคม 2561, จาก http://www.nakhonpathom.go.th/files/com_news_develop_plan/2016-11_71a0e26cc1c1c8a.pdf
- สุพัฒน์ คำไทย และคณะ. (2554). **การศึกษาประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์แอคทิฟเยื่อกระดาษขึ้นรูปเพื่อยืดอายุการเก็บรักษามะม่วงน้ำดอกไม้**. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการบรรจุ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- เสรี วงษ์มณฑา และชัชณะ เตชคณา. (2550). **ลุ่มลึกกับแบรนด์**. กรุงเทพฯ: ฐานบุ๊คส์.
- อภิญา เพื่องฟูสกุล. (2546). **อัตลักษณ์: การทบทวนทฤษฎีและกรอบแนวคิด**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- อริศรา รุ่งแสง (2555). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผักปลอดสารพิษของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2541). **การออกแบบตราสัญลักษณ์**. กรุงเทพฯ: ภาควิชาานุมิตศิลป์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Kotler, P. (2000). **Marketing management (10th ed.)**. New Jersey: Prentice-Hall.



Orth, U. R. & Malkewitz, K. (2014). Creating brand impressions through package design. In D. Sharma & S. Borna (eds).
Proceedings of the 2007 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference. Developments
in Marketing Science: Proceedings of the Academy of Marketing Science. Springer, Cham.
https://doi.org/10.1007/978-3-319-11806-2_111