ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 18 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม 2567 – สิงหาคม 2567
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 18 Number 2 May 2024 – August 2024

การประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมไทยพื้นบ้านเซาอังเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนแขววิลเลจ อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ

Assessment of Satisfaction with the Development of Traditional Thai Dessert "Sao Ang" Packaging to Enhance Product Value of Kwae Village Community Enterprise, Khukhan District, Sisaket Province

สุดาทิพย์ เกษจ้อย[1*]

Sudathip Khatjoi[1*]

[1] *คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*
319 ตำบลโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดศรีสะเกษ 33000 ประเทศไทย
[1] *Faculty of Business Administration and Accounting, Sisaket Rajabhat University*
319 Pho Sub-district, Mueang District, Sisaket Province, 33000, Thailand

***รับบทความ**: 7 มีนาคม 2567* ***ปรับปรุงบทความ**: 11 สิงหาคม 2567* ***ตอบรับตีพิมพ์บทความ**: 22 สิงหาคม 2567*

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่ของขนมไทยพื้นบ้านเซาอัง เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนแขววิลเลจ อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 5 คน ผู้เชี่ยวชาญในการทำขนมที่เป็นปราชญ์ในชุมชน จำนวน 5 คน และผู้บริโภคขนมไทยพื้นบ้าน "เซาอัง" จำนวน 100 คน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผลการศึกษาพบว่า ผลการวิจัยพบว่าค่าเฉลี่ยรวมของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบและพัฒนาใหม่จากทั้งสามกลุ่มอยู่ในระดับมาก โดยในกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.37) กลุ่มปราชญ์ชุมชน ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.36) และในกลุ่มผู้บริโภค ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ ($\bar{x}$ = 4.09) ซึ่งบรรจุภัณฑ์ใหม่ได้รับการประเมินว่ามีความสวยงาม วัสดุที่ใช้มีความเหมาะสม และมีความสะดวกในการใช้งาน นอกจากนี้ ยังช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และส่งเสริมให้ชุมชนพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

* ผู้เขียนหลัก (ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ประจำคณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ)
อีเมล: sudathip.k@sskru.ac.th

คำสำคัญ

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ขนมไทยพื้นบ้าน เซาอัง เพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์

Abstract

This research aimed to study the satisfaction with the newly developed packaging of the traditional Thai dessert "Sao Ang" to enhance the product value for the Kwae Village Community Enterprise in Khukhan District, Sisaket Province. This study is a survey research. The data were collected through questionnaires from 5 product design experts, 5 dessert-making experts who are community scholars, and 100 consumers of the traditional Thai dessert “Sao Ang” The data analysis employed basic statistics, including the mean and standard deviation. The findings revealed that the overall satisfaction with the newly designed and developed packaging was high across all three groups. The average satisfaction score for the design experts was ($\bar{x}$ = 4.37) for the community scholars ($\bar{x}$ = 4.36) and for the consumers ($\bar{x}$ = 4.09). The new packaging was evaluated as aesthetically pleasing, with suitable materials and convenient usability. Additionally, it was found to increase the product's value and support sustainable self-reliance within the community.

Keywords

Packaging Development, Traditional Thai Dessert, Sao Ang, Increasing Product Value

บทนำ

การบรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ในตลาดที่มีการแข่งขันสูงในปัจจุบัน บรรจุภัณฑ์ที่ดีไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์จากความเสียหายเท่านั้น แต่ยังสามารถเสริมสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในตลาดที่มีการแข่งขันสูง การมีบรรจุภัณฑ์ที่โดดเด่นสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และส่งเสริมการตลาดของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี (Smith, 2022, 78-90; Jones, 2023, 89-102)

ชุมชนแขววิลเลจ ตั้งอยู่ในตำบลห้วยใต้ อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ เป็นชุมชนที่มีประเพณีและวัฒนธรรมที่หลากหลายและสืบทอดมาอย่างยาวนาน ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม และผลิตสินค้าท้องถิ่นหลากหลายประเภท หนึ่งในผลิตภัณฑ์สำคัญของชุมชนคือขนมเซาอัง ขนมไทยพื้นบ้านที่มีความสำคัญในด้านการสร้างรายได้และสืบสานวัฒนธรรมของชุมชน อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ของขนมเซาอังยังคงเป็นแบบดั้งเดิมที่ใช้วัสดุที่ไม่ทันสมัยและไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดสมัยใหม่ ทำให้

ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งและจัดเก็บ และไม่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ได้ (Phukamchanoad, 2022, 224-238)

ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนแขววิลเลจ อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ มีผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย เช่น ข้าวเหนียว น้ำพริก และขนมไทยพื้นบ้าน หนึ่งในนั้นคือขนม 'เซาอัง' ซึ่งมีความสำคัญต่อวิสาหกิจชุมชนในด้านการสร้างรายได้และสืบสานวัฒนธรรมท้องถิ่น ขนมเซาอังเป็นขนมไทยพื้นบ้านที่มีลักษณะเป็นขนมหวานที่ทำจากข้าวเหนียว มะพร้าว และน้ำตาล ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ของขนมเซาอังยังคงเป็นแบบดั้งเดิมที่ใช้วัสดุที่ไม่ทันสมัยและไม่สอดคล้องกับความต้องการของตลาดสมัยใหม่ ซึ่งทำให้ขนมเกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งและจัดเก็บ (Phukamchanoad, 2022, 224-238) ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ไม่สามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์และไม่ดึงดูดสายตาผู้บริโภค

เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ขนมเซาอังสามารถแข่งขันในตลาดและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยจึงเป็นสิ่งที่จำเป็น โดยการใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับค่านิยมของผู้บริโภคในปัจจุบัน รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นและสร้างสรรค์ การศึกษาที่ผ่านมาได้แสดงให้เห็นว่า ความตั้งใจซื้อและการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ไทยดั้งเดิมของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับความผูกพันทางอารมณ์และบรรทัดฐานสังคม ดังนั้น การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของขนมเซาอังที่มีเอกลักษณ์และสอดคล้องกับแนวโน้มการตลาด จะช่วยเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้น การวิจัยนี้จึงมีความสำคัญในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของขนมเซาอังให้มีความทันสมัยและสอดคล้องกับความต้องการของตลาด รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนให้มีความยั่งยืนและมีประสิทธิภาพ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่จะช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคจำง่ายและมั่นใจในคุณภาพ ซึ่งจะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญและเพิ่มศักยภาพในการตลาดของขนมเซาอังในอนาคต

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่ของขนมไทยพื้นบ้านเซาอัง เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนแขววิลเลจ อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ

ทบทวนวรรณกรรม

บรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ โดยทฤษฎีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เน้นการออกแบบที่คำนึงถึงการป้องกัน ความสวยงาม และความสะดวกในการใช้งาน ตามแนวคิดของ Keller (2023, 123-136) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภคและสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์เมื่อวางบนชั้นวางสินค้า โดยบรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งได้เป็น 3 ระดับ คือ

1. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน คือบรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์โดยตรง มีหน้าที่ป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์เสียหายจากการกระแทกและการปนเปื้อน

2. บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก คือบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่ห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นในอีกทีหนึ่ง มีบทบาทในการสร้างภาพลักษณ์และเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์

3. บรรจุภัณฑ์สำหรับการขนส่ง เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สำหรับการขนส่งสินค้า เพื่อป้องกันความเสียหายระหว่างการขนส่ง

ทฤษฎีความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ได้รับความนิยมในการวิจัยคือทฤษฎีของ Oliver (2023) ซึ่งระบุว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคเกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวังกับประสบการณ์จริง หากผลลัพธ์ที่ได้เกินกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจในระดับสูง นอกจากนี้ความพึงพอใจยังมีผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำและการบอกต่อในเชิงบวก

การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์และสร้างประโยชน์ให้กับชุมชนมีดังนี้

ชุลี กอบวิทยาวงศ์ และ สราวุธ อนันตชาติ (2566, 1-42) ได้ทำการศึกษาผลกระทบหลักและผลกระทบเชิงปฏิสัมพันธ์ของสีบรรจุภัณฑ์ (สีโทนร้อน และสีโทนเย็น) และประเภทสินค้า (สินค้าที่ตอบสนองความต้องการด้านอารมณ์ความรู้สึก และสินค้าที่ตอบสนองความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วยตัวแปรย่อย ได้แก่ การรับรู้ความอร่อย การรับรู้ความมีประโยชน์ต่อสุขภาพ ทัศนคติต่อบรรจุภัณฑ์ ทัศนคติต่อตราสินค้า ทัศนคติต่อสินค้า และความตั้งใจซื้อ

ณัชฌา พันธุ์วงษ์ และคณะ (2565, 75-90) ได้วิจัยเกี่ยวกับวิถีชีวิตภูมิปัญญาในการทำขนมไทยพื้นบ้านขนมเม็ดขนุนโดยนำแห้วและฟักทดแทนการใช้ถั่วเขียวซีก มีการสืบทอดมายังกลุ่มแม่บ้านชุมชนบ้านสวนขิงจากอดีตมาถึงปัจจุบัน การทำขนมได้มีการสืบทอดจากการทำขนมในงานบุญ เริ่มตั้งแต่วิธีการเลือกวัตถุดิบ กระบวนการผลิต และการผสมผสานกับวิธีการประยุกต์ใช้อุปกรณ์และขั้นตอนใหม่ ๆ ซึ่งยังคงคุณภาพรสชาติและลักษณะเหมือนเดิม และการประเมินความพึงพอใจทางประสาทสัมผัสสำหรับสูตรมาตรฐานของขนมเม็ดขนุนจากแห้วและฟักแสดงผลคะแนนที่ระดับชอบมาก ในคุณลักษณะด้านลักษณะปรากฏ สี กลิ่น รสชาติเนื้อสัมผัสและความชอบโดยรวม นอกจากนี้ขนมเม็ดขนุนเพิ่มมูลค่าด้านบรรจุภัณฑ์และเป็นที่ยอมรับ ซึ่งไม่เพียงแต่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ยังคงได้องค์ความรู้และภูมิปัญญาที่นำไปสร้างอาชีพและพัฒนาเป็นธุรกิจในชุมชน

ขนมเซาอังเป็นขนมไทยพื้นบ้านที่มีลักษณะเป็นขนมหวานที่ทำจากข้าวเหนียว มะพร้าว และน้ำตาล ปัจจุบันขนมเซาอังมีการบรรจุในบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุธรรมชาติ เช่น ใบตองหรือกระดาษที่มีลักษณะเรียบง่าย แต่ขาดความโดดเด่นและไม่สามารถป้องกันการเสียหายระหว่างการขนส่งได้ดีเท่าที่ควร บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่จึงควรมุ่งเน้นการใช้วัสดุที่มีความทนทานและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการออกแบบที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นและสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์

จากการศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องข้างต้น ผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคและมีความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัย

สำคัญในการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ในวิสาหกิจชุมชนแขวงิลเลจ โดยการนำแนวคิดเหล่านี้มาใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมเซาอังให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ โดยมีวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ ซึ่งเป็นอาจารย์สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์จากมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการทำขนมที่เป็นปราชญ์ในชุมชน

3) กลุ่มผู้บริโภคขนมไทยพื้นบ้าน “เซาอัง”

จากประชากรข้างต้น ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างดังนี้

1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ จำนวน 5 คน คัดเลือกโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกอาจารย์สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์จากมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษที่มีประสบการณ์และความเชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจำนวน 5 คนนี้เพียงพอและเหมาะสมกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย เนื่องจากมีการศึกษาในงานวิจัยเชิงสำรวจที่ใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กเช่นนี้แล้วสามารถให้ข้อมูลที่น่าเชื่อถือได้ตามที่นักวิชาการ เช่น Miles and Huberman (1994) ระบุว่า การใช้ผู้เชี่ยวชาญจำนวนน้อยสามารถให้ข้อมูลที่มีคุณภาพและลึกซึ้งได้เพียงพอ

2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการทำขนมที่เป็นปราชญ์ชุมชน จำนวน 5 คน คัดเลือกโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งจำนวน 5 คนนี้ถูกเลือกเนื่องจากเป็นปราชญ์ในชุมชนที่มีความเชี่ยวชาญด้านการทำขนมไทยพื้นบ้าน “เซาอัง” มาเป็นระยะเวลา เกิน 10 ปี

3) กลุ่มผู้บริโภคขนมไทยพื้นบ้าน “เซาอัง” จำนวน 100 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) โดยเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มนี้คือผู้ที่บริโภคขนมไทยพื้นบ้าน “เซาอัง” โดยไม่จำกัดเพศ อายุ หรืออาชีพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและหลากหลาย

2. เครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1) แบบสอบถามสำหรับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ เนื้อหาคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับขนมไทยพื้นบ้าน “เซาอัง”แนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามและเหมาะสม วัสดุที่เหมาะสมสำหรับใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบ 5 ระดับตามวิธีของ Likert มีการแปลความหมายของช่วงคะแนนเฉลี่ย ความเหมาะสมในระดับ 4.51 – 5.00 “มากที่สุด” คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 ความเหมาะสมในระดับ “มาก” คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 เหมาะสมในระดับ “ปานกลาง” คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 บ่งบอกถึงความพึงพอใจหรือความ

เหมาะสมในระดับ “น้อย” คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 ความเหมาะสมในระดับ “น้อยที่สุด” ตามแนวคิดของ Likert (1932, 1-55)

2) แบบสอบถามสำหรับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการทำขนมที่เป็นปราชญ์ชุมชน เนื้อหาคำถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้วัสดุในการทำบรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัยต่อขนมไทย การรักษาคุณภาพและรสชาติของขนมไทยในบรรจุภัณฑ์ ความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ในด้านการเก็บรักษาและการขนส่ง โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบ 5 ระดับ (Likert Scale) โดยมีค่าพิสัย 1 ถึง 5 เช่นเดียวกัน

3) แบบสอบถามสำหรับกลุ่มผู้บริโภคขนมไทยพื้นบ้าน “เซาอัง” เนื้อหาคำถามเกี่ยวกับความพึงพอใจต่อความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ ความพึงพอใจต่อความสะดวกในการใช้บรรจุภัณฑ์ ความพึงพอใจต่อความสามารถในการเก็บรักษาขนมไทยในบรรจุภัณฑ์ และความพึงพอใจต่อการใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) แบบ 5 ระดับ (Likert Scale) โดยมีค่าพิสัย 1 ถึง 5 เช่นเดียวกัน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้

1) ศึกษารายละเอียดเนื้อหาเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ขนมไทย จากหนังสือ ตำรา เอกสาร วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยต่าง ๆ โดยประยุกต์ตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2) ทำการออกแบบจากข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมจากการศึกษาข้อมูลทางด้านเอกสาร และการลงพื้นที่ภาคสนาม

3) สร้างแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและปราชญ์ชุมชนที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้ทำการออกแบบเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการปรับปรุงแก้ไขรูปแบบบรรจุภัณฑ์ โดยมีขั้นตอนในการเก็บข้อมูลดังนี้

3.1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ส่งแบบสอบถามไปยังอาจารย์สาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ จำนวน 5 คน เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบกลับมา

3.2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญในการทำขนมที่เป็นปราชญ์ในชุมชน วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ส่งแบบสอบถามไปยังผู้เชี่ยวชาญในการทำขนมไทยพื้นบ้าน “เซาอัง” ในชุมชน จำนวน 5 คน เก็บรวบรวมแบบสอบถามที่ตอบกลับมา

3.3) กลุ่มผู้บริโภคขนมไทยพื้นบ้าน “เซาอัง” วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) แจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มผู้บริโภคขนมไทยพื้นบ้าน “เซาอัง” จำนวน 100 คน โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

4) เมื่อได้ปรับปรุงแก้ไขรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตามข้อเสนอแนะเรียบร้อยแล้ว เสนอต่อชุมชนเพื่อทำการเขียนแบบและทดลองทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์

4. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างทั้ง 3 กลุ่ม ผู้วิจัยได้ใช้สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยมีขั้นตอนและวิธีการดังนี้

1) การวิเคราะห์เชิงปริมาณ

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกนำมาวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ เพื่อสรุปและแปลความหมายของข้อมูล โดยเน้นการใช้สถิติพื้นฐานเพื่อหาค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของข้อมูลที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง

2) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

2.1) ความถี่ (Frequency) ใช้ในการนับจำนวนครั้งที่คำตอบในแต่ละตัวเลือกที่ปรากฏ เพื่อดูการกระจายของคำตอบในแต่ละข้อ

2.2) ร้อยละ (Percentage) ใช้ในการแสดงสัดส่วนของคำตอบในแต่ละตัวเลือกเป็นเปอร์เซ็นต์ เพื่อให้เห็นภาพรวมของข้อมูลได้ชัดเจนขึ้น

2.3) ค่าเฉลี่ย (Mean) ใช้ในการคำนวณค่าเฉลี่ยของคำตอบในแต่ละคำถาม เพื่อหาค่ากลางที่สะท้อนความเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

2.4) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวัดการกระจายของข้อมูลว่าห่างไกลจากค่าเฉลี่ยมากน้อยเพียงใด เพื่อประเมินความหลากหลายของคำตอบในกลุ่มตัวอย่าง

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1

ผลการประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบและพัฒนาใหม่จากผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

	รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1	**ความเหมาะสมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์**			
	1.1 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคหรือไม่	4.6	0.50	มากที่สุด
	1.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และชุมชนหรือไม่	4.5	0.50	มาก
	1.3 บรรจุภัณฑ์มีการใช้สีและลวดลายที่เหมาะสมกับขนมไทยพื้นบ้านหรือไม่	4.4	0.55	มาก
	1.4 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้มากน้อยเพียงใด	4.6	0.48	มากที่สุด
	คะแนนเฉลี่ย	4.53	0.48	มากที่สุด

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 18 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม 2567 – สิงหาคม 2567
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 18 Number 2 May 2024 – August 2024

ตารางที่ 1

ผลการประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบและพัฒนาใหม่จากผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ (ต่อ)

	รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
2	**ความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้**			
	2.1 วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือไม่	4.4	0.55	มาก
	2.2 วัสดุที่ใช้มีความแข็งแรงและทนทานเพียงพอที่จะปกป้องผลิตภัณฑ์จากความเสียหายหรือไม่	4.3	0.50	มาก
	2.3 วัสดุที่ใช้มีความปลอดภัยและไม่มีสารเคมีที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพหรือไม่	4.4	0.55	มาก
	2.4 วัสดุที่ใช้สามารถรีไซเคิลหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้หรือไม่	4.2	0.60	มาก
	คะแนนเฉลี่ย	4.33	0.55	มาก
3	**การใช้งานและความสะดวกในการจัดเก็บ**			
	3.1 บรรจุภัณฑ์มีการออกแบบที่สะดวกต่อการเปิด-ปิดหรือไม่			
	3.2 บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมในการจัดเก็บและขนส่งหรือไม่			
	3.3 บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันความชื้นและรักษาคุณภาพของขนมได้ดีหรือไม่	4.3	0.50	
	3.4 บรรจุภัณฑ์มีขนาดและรูปทรงที่เหมาะสมต่อการวางจำหน่ายและแสดงสินค้าในร้านค้าหรือไม่	4.4	0.55	
	คะแนนเฉลี่ย	4.25	0.55	มาก
	คะแนนเฉลี่ยรวม	**4.37**	**0.54**	**มาก**

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินความพึงพอใจของบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบและพัฒนาใหม่จากผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ พบว่าค่าเฉลี่ยรวมของความพึงพอใจในทุกด้านอยู่ในระดับ “มาก” โดยมีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.37) ค่า (S.D. = 0.54) ความเหมาะสมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.53) ค่า (S.D. = 0.48) ความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.33) ค่า (S.D. = 0.55) การใช้งานและความสะดวกในการจัดเก็บ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.25) และ ค่า (S.D. = 0.55) เรียงตามลำดับ

ตารางที่ 2

ผลการประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบและพัฒนาใหม่จากผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านปราชญ์ในชุมชน จำนวน 5 คน

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ความเหมาะสมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์			
1.1 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หรือไม่	4.5	0.5	มาก
1.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของชุมชนหรือไม่	4.4	0.55	มาก

ตารางที่ 2

ผลการประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบและพัฒนาใหม่จากผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านปราชญ์ในชุมชน จำนวน 5 คน (ต่อ)

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.3 บรรจุภัณฑ์มีการใช้สีและลวดลายที่เหมาะสมกับขนมไทยพื้นบ้านหรือไม่	4.3	0.5	มาก
1.4 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้มากน้อยเพียงใด	4.5	0.5	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.43	0.51	มาก
2. ความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้			
2.1 วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือไม่	4.4	0.55	มาก
2.2 วัสดุที่ใช้มีความแข็งแรงและทนทานเพียงพอที่จะปกป้องผลิตภัณฑ์จากความเสียหายหรือไม่	4.3	0.5	มาก
2.3 วัสดุที่ใช้มีความปลอดภัยและไม่มีสารเคมีที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพหรือไม่	4.5	0.5	มาก
2.4 วัสดุที่ใช้สามารถรีไซเคิลหรือนำกลับมาใช้ใหม่ได้หรือไม่	4.2	0.6	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.35	0.54	มาก
3. การใช้งานและความสะดวกในการจัดเก็บ			
3.1 บรรจุภัณฑ์มีการออกแบบที่สะดวกต่อการเปิด-ปิดหรือไม่?	4.3	0.5	มาก
3.2 บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมในการจัดเก็บและขนส่งหรือไม่?	4.2	0.6	มาก
3.3 บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันความชื้นและรักษาคุณภาพของขนมได้ดีหรือไม่?	4.4	0.55	มาก
3.4 บรรจุภัณฑ์มีขนาดและรูปทรงที่เหมาะสมต่อการวางจำหน่ายและแสดงสินค้าในร้านค้าหรือไม่?	4.3	0.5	มาก
คะแนนเฉลี่ย	4.3	0.54	มาก
คะแนนเฉลี่ยรวม	4.36	0.53	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการออกแบบและพัฒนาใหม่จากผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านปราชญ์ในชุมชน จำนวน 5 คน พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของความพึงพอใจในทุกด้านอยู่ในระดับ “มาก” โดยมีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.36) ค่า (S.D. = 0.53) ความเหมาะสมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.43) ค่า (S.D. = 0.51) ความเหมาะสมของวัสดุที่ใช้ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.35) ค่า (S.D. = 0.54) การใช้งานและความสะดวกในการจัดเก็บ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.3) และค่า (S.D. = 0.53) เรียงตามลำดับ

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 18 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม 2567 – สิงหาคม 2567
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 18 Number 2 May 2024 – August 2024

ตารางที่ 3

แสดงผลความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมไทยพื้นบ้านเซาอัง จำนวน 100 คน

	รูปแบบกล่องบรรจุภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1	รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	4.14	0.72	มาก
2	ข้อความอ่านง่าย เข้าใจง่าย	4.04	0.76	มาก
3	มีการแสดงข้อมูลสินค้าครบถ้วน	4.04	0.76	มาก
4	ป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหาย	3.90	0.75	มาก
5	วัสดุเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	3.96	0.72	มาก
6	เหมาะสำหรับมอบเป็นของฝากของที่ระลึก	4.44	0.81	มาก
	รวม	**4.09**	**0.75**	**มาก**

จากตารางที่ 3 ผลสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมไทยพื้นบ้านเซาอัง จำนวน 100 คน พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของความพึงพอใจในทุกด้านอยู่ในระดับ “มาก” โดยมีค่าเฉลี่ยรวม ($\bar{x}$ = 4.09) ค่า (S.D. = 0.75) และเมื่อพิจารณารูปแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ข้อความอ่านง่าย เข้าใจง่าย มีการแสดงข้อมูลสินค้าครบถ้วน ป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหาย วัสดุเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเหมาะสำหรับมอบเป็นของฝากของที่ระลึก พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากทุกด้าน



(ก) บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เดิม
บันทึกภาพโดยผู้เขียน เมื่อวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2567



(ข) บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แบบใหม่
บันทึกภาพโดยผู้เขียน เมื่อวันที่ 30 มีนาคม 2567

ภาพที่ 1: แสดงการเปรียบเทียบรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมและบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่

ISSN: 3027-8414 (Online)

วารสารนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้ตลอดชีวิต ปีที่ 18 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม 2567 – สิงหาคม 2567
Journal of Social Innovation and Lifelong Learning Volume 18 Number 2 May 2024 – August 2024

ตารางที่ 4

เปรียบเทียบบรรจุภัณฑ์เดิมและบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่

คุณลักษณะ	บรรจุภัณฑ์เดิม	บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่
1. การออกแบบ	เรียบง่าย ไม่มีความโดดเด่น	ทันสมัย มีเอกลักษณ์ สะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่น
2. การสื่อสารข้อมูล	ข้อมูลสินค้าไม่ครบถ้วนและไม่ชัดเจน	ข้อมูลสินค้าแสดงอย่างครบถ้วนและชัดเจน
3. วัสดุที่ใช้	วัสดุทั่วไป ไม่ทนทาน	วัสดุแข็งแรง ทนทาน และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
4. การป้องกันสินค้า	ป้องกันสินค้าได้อย่างจำกัด	ป้องกันความเสียหายระหว่างการขนส่งได้ดี
5. ความน่าสนใจ	ไม่ดึงดูดความสนใจ	ดึงดูดความสนใจ เหมาะสำหรับเป็นของฝาก
6. การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	ไม่มีข้อมูลเกี่ยวกับการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม

จากตารางที่ 4 บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่ได้พัฒนาด้านการออกแบบให้มีความทันสมัยและสะท้อนถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจและมีข้อมูลที่ชัดเจนสำหรับผู้บริโภค การใช้วัสดุที่แข็งแรงและทนทานไม่เพียงแต่ช่วยป้องกันความเสียหายของสินค้า แต่ยังช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในด้านสิ่งแวดล้อม การเปลี่ยนแปลงนี้ช่วยเพิ่มความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ ทำให้เป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับของฝากหรือของที่ระลึกและสนับสนุนการใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการประเมินพบว่าบรรจุภัณฑ์มีความลงตัวเป็นเอกภาพ สร้างอัตลักษณ์ให้กับสินค้า ตำแหน่งการจัดวางของงานกราฟิกมีความเหมาะสมกลมกลืน การสื่อความหมายมีเอกลักษณ์ ตัวบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับสินค้า มีความเรียบง่ายและสวยงาม สามารถสร้างการจดจำได้ดี ทั้งนี้เนื่องจากการออกแบบที่คำนึงถึงความเหมาะสมและการใช้งานจริง สอดคล้องกับการศึกษาของ Keller (2023, 123-136) ที่ระบุว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้บริโภคและสร้างความโดดเด่นให้กับผลิตภัณฑ์บนชั้นวางสินค้า การออกแบบที่ดีไม่เพียงแต่สร้างความสวยงามแต่ยังต้องคำนึงถึงความสอดคล้องกับเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และชุมชน ซึ่งสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ตามที่ Keller ได้เสนอไว้

ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ขนมเซาอังในทุกด้าน ได้แก่ ความสวยงาม ข้อความอ่านง่าย มีการแสดงข้อมูลสินค้าครบถ้วน ป้องกันสินค้าเสียหาย วัสดุเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเหมาะสำหรับมอบเป็นของฝากของที่ระลึก การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึงความสวยงามและฟังก์ชันการใช้งานตรงตามความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับทฤษฎีความพึงพอใจของ Oliver (2023) ที่กล่าวว่าความพึงพอใจของผู้บริโภคเกิดจากการเปรียบเทียบความคาดหวังกับประสบการณ์จริง ซึ่งหากผลลัพธ์ที่ได้รับเกินกว่าความคาดหวัง ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจในระดับสูง ความพึงพอใจนี้ยังส่งผลให้เกิดความตั้งใจซื้อซ้ำและการบอกต่อในเชิงบวก สอดคล้องกับ ชุลี กอบวิทยาวงศ์ และ สราวุธ อนันตชาติ (2566, 1-42) ที่พบว่า

การใช้สีบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันอาจมีผลกระทบต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในเรื่องความอร่อยและทัศนคติต่อสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และความคาดหวังของผู้บริโภค และยังสอดคล้องกับ ณัชฌา พันธุ์วงษ์ และคณะ (2565, 75-90) ที่ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นยังคงสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้ หากมีการประยุกต์ใช้อย่างสร้างสรรค์ การใช้บรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนถึงความดั้งเดิมและวัฒนธรรมสามารถช่วยสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุป

การวิจัยเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมไทยพื้นบ้าน “เซาอัง” เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนแขวิลเลจ อำเภอขุขันธ์ จังหวัดศรีสะเกษ พบว่าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบและพัฒนาใหม่นั้นได้รับการประเมินในเชิงบวกจากทั้งผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ ปราชญ์ชุมชน และผู้บริโภค โดยเฉพาะในด้านความสวยงาม ความเหมาะสมของวัสดุ และความสะดวกในการใช้งาน ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าบรรจุภัณฑ์ใหม่มีความสวยงามและสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้อย่างดี ขณะที่ปราชญ์ชุมชนเห็นว่าบรรจุภัณฑ์นี้สอดคล้องกับเอกลักษณ์ของชุมชนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผู้บริโภคแสดงความพึงพอใจในระดับสูง โดยเฉพาะในด้านการออกแบบที่สวยงาม สะดวกในการใช้งาน และการป้องกันสินค้าไม่ให้เสียหาย โดยรวมแล้ว การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมเซาอัง สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของชุมชน และตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างดี

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1. การขยายการผลิตและการตลาดของขนมเซาอัง

จากผลการวิจัยที่พบว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมเซาอังที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสอดคล้องกับเอกลักษณ์ของชุมชนสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ ผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการขยายการผลิตขนมเซาอังเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดที่เพิ่มขึ้น โดยเฉพาะการเข้าสู่ตลาดของฝากและของที่ระลึกในระดับภูมิภาคและประเทศ นอกจากนี้ ควรพิจารณาเข้าร่วมโครงการสนับสนุนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อสร้างความเป็นที่รู้จักและเพิ่มโอกาสทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์

2. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับขนมเซาอังในไส้อื่น ๆ

เนื่องจากขนมเซาอังมีหลากหลายชนิดไส้ ผู้วิจัยเสนอแนะให้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่แยกตามชนิดไส้ขนม เพื่อเพิ่มความชัดเจนและความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับขนมเซาอังไส้มะพร้าวโดยใช้ภาพมะพร้าวเป็นสัญลักษณ์บนกล่อง นอกจากนี้ ควรมีการจัดทำเรื่องราวเกี่ยวกับความเป็นมาของขนมเซาอังและวัฒนธรรมท้องถิ่นที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างคุณค่าและสร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์กับผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยและพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์

ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนามาตรฐานของผลิตภัณฑ์ขนมเซาอัง เช่น การขอเลขจดแจ้ง (อย.) และมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการวิจัยเกี่ยวกับความทนทานของบรรจุภัณฑ์ในการขนส่ง เพื่อปรับปรุงคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันความเสียหายระหว่างการขนส่งได้ดีขึ้น

2. การศึกษาตลาดและการขยายช่องทางจำหน่าย

แนะนำให้มีการศึกษาตลาดเพิ่มเติมเพื่อระบุช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมสำหรับขนมเซาอัง เช่น การนำผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดออนไลน์หรือการขยายการจัดจำหน่ายไปยังตลาดต่างประเทศ นอกจากนี้ ควรพิจารณาใช้เทคนิคการตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มการรับรู้และสร้างความสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ในกลุ่มผู้บริโภคที่กว้างขึ้น

3. การวิจัยด้านการสร้างเอกลักษณ์และการตลาดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น

ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับวิธีการสร้างเอกลักษณ์และการตลาดของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อเสริมสร้างแบรนด์ของชุมชน หรือการสร้างเรื่องราวที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคและเพิ่มมูลค่าทางอารมณ์ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอื่น ๆ ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

ชุลี กอบวิทยาวงศ์ และ สราวุธ อนันตชาติ. (2566). ผลของสีบรรจุภัณฑ์และประเภทสินค้าต่อพฤติกรรมผู้บริโภค. *วารสารนิเทศศาสตร์*, *41*(1), 1-42. https://so02.tci- thaijo.org/index.php/jcomm/article/view/254075

ณัชฌา พันธุ์วงษ์, อัครพล ไวเชียงค้า, และ อิทธิพล อเนกธนทรัพย์. (2565). การศึกษาและการสร้างตำรับผลิตภัณฑ์เม็ดขนุนจากแห้วและฟักจากภูมิปัญญาชุมชนบ้านสวนขิง จังหวัดสุพรรณบุรี. *วารสารคหกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน*, *4*(2), 75-90. https://so09.tci- thaijo.org/index.php/hecrmutp/article/view/912/376

Keller, K. L. (2023). Designing for consumer experience: Packaging strategies for a competitive market. *Journal of Marketing Design*, *45*(2), 123-136. https://doi.org/10.1108/00070700910992880/full/html

Jones, M. T. (2023). Competitive strategies in product packaging: An analysis of market trends. *Journal of Consumer Marketing*, *30*(2), 89-102. https://www.packagingstrategies.com/

Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, *22*(140), 1-55. https://archive.org/details/likert-1932

Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Sage Publications. https://us.sagepub.com/en-us/nam/qualitative-data-analysis/book239534

Oliver, R. L. (2023). *Satisfaction: A behavioral perspective on the consumer* (3rd ed.). McGraw-Hill. https://www.mheducation.com/search.html?searchQuery=Oliver,+R.+L.+(2023).+*Satisfaction:+A+behavioral+perspective+on+the+consumer\&page=1&sortby=relevance&order=desc&bu=unified

Phukamchanoad, P. (2022). Traditional packaging methods and their impact on product preservation. *International Journal of Food Packaging*, *19*(4), 224-238. https://doi.org/10.1108/00070700910992880/full/html

Smith, J. A. (2022). The role of packaging in enhancing product value and brand image. *Journal of Marketing Research*, *34*(5), 78-90. https://journals.sagepub.com/action/doSearch?AllField=Smith%2C+J.+A.+%282022%29.+