การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบมีส่วนร่วม กลุ่มสมุนไพรพ่อลอย อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา

นางสาวพบพร เอี่ยมใส[1] นายธนกิจ โคกทอง[2] และ อำไพ แสงจันทร์ไทย[3]

Participatory Packaging Design of Por Loy Herbs Group Sikhio District Nakhon Ratchasima Province

Pobporn Iamsai[1] Tanakit Koktong[2] and Aumpai Saengjanthai

[1-3] คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

[1-3] Faculty of Industrial Technology, Kamphaeng Phet Rajabhat University

* Corresponding author. E-mail address : khunpob.aum@gmail.com

---

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นวิจัยด้านบรรจุภัณฑ์อาหารประเภทสมุนไพร เนื่องจากแม้จะมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ถูกพัฒนาในกระบวนการต่าง ๆ เพื่อสร้างคุณภาพของผลิตภัณฑ์แล้วแต่บรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งในการส่งเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์ โดยวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษาศึกษาประเภทของผลิตภัณฑ์และหาคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์2) เพื่อหาแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และทำการผลิตบรรจุภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพ่อลอย3) เพื่อประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรพ่อลอยของผู้บริโภคโดยมุ่งเน้นวิธีการจัดการสนทนากลุ่ม ที่ประกอบไปด้วยนักออกแบบ ชุมชน และนักการตลาดเพื่อหาแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมคุณค่าของผลิตภัณฑ์อย่างแท้จริง ผลการศึกษาพบว่าบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้นควรเป็นถุงพลาสติกที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อปกป้องสินค้าจากสภาพแวดล้อมที่มีความชื้นส่งผลให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายได้ และควรมีการปิดกราฟิกเพียงด้านเดียวตามความเหมาะสมของต้นทุนการผลิต และจึงทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์และคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ด้วยการจัดการสนทนากลุ่ม และนำบรรจุภัณฑ์ประเมินความพึงพอใจของผู้ซื้อ พบว่าผู้ซื้อมีความพึงพอใจในภาพรวมของบรรจุภัณฑ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 4.32 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.52 ด้านปกป้องสินค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 4.13 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.52 ด้านอำนวยความสะดวกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 4.43โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.48 และด้านส่งเสริมการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 4.44โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.54

คำสำคัญ : ออกแบบ บรรจุภัณฑ์ สมุนไพร

ABSTRACT

This research is an herbal food packaging research. Even though nowadays the development of product to enhance the quality of product is important, but the development of packaging is important too because packaging is added value to the product. The purposes of this research are 1) To study types of products and choose product for to design the package 2) To find the ways to design the product's package and produce Por Loy (brand's name) herbal's product packaging model 3) To evaluate the Por Loyherbal's customer's satisfaction by using Focus Group Discussion method to find the way to design the package that can really added value of the product. In the result, the package that is suitably to use with this product is plastic bag which can closed tightly to protect the product from humidity environment that can cause of the product damage and should stick the graphic only one side according to product cost. This research found that the overall customer's satisfaction is in high level with an average of 4.32 and S.D. of 0.52, in product's protecting is in high level with an average of

4.13 and S.D. of 0.52, in facilitate is in high level with an average of 4.43 and S.D. of 0.48and in Promoting the distribution is in high level with an average of 4.44 and S.D. of 0.54

Keyword: Design, Packaging, Herbal

บทนำ

กลุ่มสมุนไพรพ่อลอย ตำบลสีคิ้ว อำเภอสีคิ้ว จังหวัดนครราชสีมา มีการผลิตสมุนไพรทั้งในรูปแบบลูกประคบ และสมุนไพรอบแห้งเพื่อต้มรับประทาน โดยสมุนไพรพ่อลอยนั้นมีการพัฒนากระบวนการผลิต จนผ่านมาตรฐานการตรวจเชื้อราจากสูตรส่งเสริมและตรวจสอบการผลิตตามมาตรฐานความปลอดภัยทางอาหาร มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร เพื่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ เนื่องจากผลิตภัณฑ์สมุนไพรอบแห้งนั้นมักเกิดเชื้อราได้ง่าย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานจึงเป็นสิ่งสำคัญ

แม้ทางกลุ่มสมุนไพรพ่อลอยจะมีการพัฒนากระบวนการผลิตเพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพแล้ว แต่ยังมีปัจจัยอีกหลายด้านที่ส่งผลต่อยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ เนื่องจากรูปแบบการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์นั้นเป็นไปในรูปแบบการวางโชว์ผลิตภัณฑ์ในพื้นที่เปิดทำให้ผลิตภัณฑ์สัมผัสกับความชื้นในอากาศโดยตรง จึงทำให้แม้จะมีการอบแห้งสนิทแล้วก็ยังคงสามารถเกิดเชื้อราขึ้นมาได้อีกครั้ง เมื่อทำการหีบห่อเป็นเพียงการบรรจุด้วยถุงพลาสติกและใส่แผ่นพับผลิตภัณฑ์ไว้ภายในซึ่งทำให้สารเคมีจากการพิมพ์แผ่นพับสัมผัสกับผลิตภัณฑ์โดยตรง ไม่มีการบอกรายละเอียดผู้ผลิตภัณฑ์และไม่มีสถานที่ขายที่แน่นอนจึงเป็นการยากที่จะสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ได้อีกทั้งสมุนไพรพ่อลอยมีการจัดทำตราสินค้าหากแต่กับไม่มีการใช้ตราสินค้าเพื่อสร้างความจดจำสะท้อนให้เห็นว่าแม้ผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพแล้ว แต่บรรจุภัณฑ์ยังเป็นอีกส่วนหนึ่งที่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์อาหาร ซึ่งบรรจุภัณฑ์อาหารจะมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยรักษาคุณภาพอาหารซึ่งอาจทำให้เปลี่ยนแปลงไปโดยปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม วัตถุประสงค์หลักของบรรจุภัณฑ์อาหารคือการยืดอายุการเก็บของอาหารให้ยาวนานขึ้น และสามารถรักษาคุณภาพของอาหารให้คงอยู่จนกระทั่งบริโภคหมด (สุนิษา มรรคเจริญ, 2553) อีกทั้งผลิตภัณฑ์อาหารใด ๆ จะประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับในตลาดนั้นต้องอยู่ที่ขั้นตอนการผลิต การควบคุมคุณภาพของผลิตภัณฑ์ แต่บรรจุภัณฑ์เป็นโอกาสที่จะช่วยส่งเสริมทางด้านการตลาดซึ่งเป็นสัจธรรมที่ว่าบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถเพิ่มคุณภาพของสินค้าแต่สามารถเพิ่มคุณค่าของสินค้าได้ (ชัยรัตน์ อัศวางกูร, 2548)

จากที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยจึงทำการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรพ่อลอยที่มีหน้าในการปกป้องคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และนำตราสินค้าที่มีอยู่เดิมมาผสมผสานกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างการจดจำและสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประเภทของผลิตภัณฑ์และหาคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์
2. เพื่อหาแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และทำการผลิตบรรจุภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพ่อลอย
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรพ่อลอยของผู้บริโภค

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักท่องเที่ยวที่สนใจสินค้าประเภทสมุนไพร

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวที่สนใจสินค้าประเภทสมุนไพรในภาคอีสาน จำนวน 100 คน วิธีการเลือกตัวอย่าง โดยสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling)

วิธีการดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 ทำการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ซึ่งประกอบไปด้วยนักออกแบบบรรจุภัณฑ์2 ท่าน นักการตลาด 2 ท่าน ผู้ผลิต 2 ท่าน และ ผู้บริโภค 2 ท่าน เพื่อทำการศึกษาคัดเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมที่จะทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 2 นักออกแบบสร้างภาพปัจจัยทางด้านการออกแบบ เพื่อทำการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 8 ท่าน ซึ่งประกอบไปด้วยนักการตลาด2 ท่านผู้ผลิต 2 ท่าน และผู้บริโภค 2 ท่าน ทำการคัดเลือกปัจจัยทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์และเสนอแนะแนวทางเพื่อนำผลมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 3 นักออกแบบสรุปผลแล้วนำแนวทางที่ได้จากขั้นตอนที่ 2 มาทำการออกแบบแบบร่างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (Sketch Design)

ขั้นตอนที่ 4 ทำการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 8 ท่าน ซึ่งประกอบไปด้วยนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ 2 ท่าน นักการตลาด 2 ท่าน ผู้ผลิต 2 ท่าน และ ผู้บริโภค 2 ท่าน ทำการคัดเลือกแบบร่างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (Sketch Design)

ขั้นตอนที่ 5 ทำการผลิตบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

ขั้นตอนที่ 6 ประเมินคุณภาพบรรจุภัณฑ์ต้นแบบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน (นักการตลาด 2 ท่าน ผู้ผลิต 1 ท่าน และผู้บริโภค 2 ท่าน) และปรับปรุงแก้ไข

ขั้นตอนที่ 7 ผลิตบรรจุภัณฑ์สมุนไพรขุนพลจีน

ขั้นตอนที่ 8 ลงพื้นที่เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 9 สรุปและอภิปรายผล

ผลการวิจัย

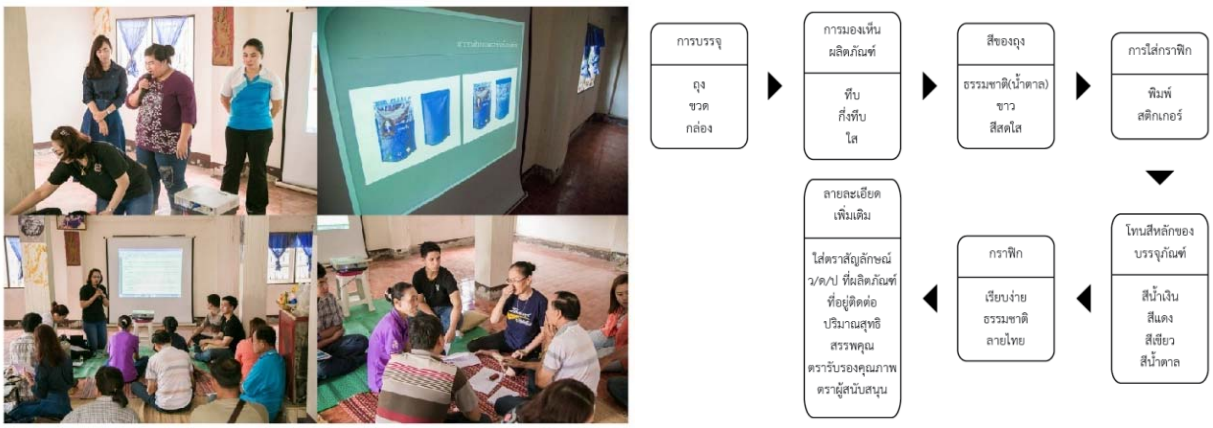
วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาประเภทของผลิตภัณฑ์และหาคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การศึกษาประเภทของผลิตภัณฑ์และหาคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นดำเนินการโดยการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 8 ท่าน ซึ่งประกอบไปด้วยนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ 2 ท่าน นักการตลาด 2 ท่าน ผู้ผลิต 2 ท่าน และ ผู้บริโภค 2 ท่าน ได้ทำการคัดแยกผลิตภัณฑ์โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรสด, ผลิตภัณฑ์ประเภทน้ำมัน และสมุนไพรอบแห้ง นักการตลาดทำการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์รวมกับผู้ผลิตและผู้บริโภค พบว่าผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่าย ส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์สมุนไพรอบแห้ง โดยมีการจัดจำหน่ายแบบแบ่งขายตามแต่ละประเภทของสมุนไพร แต่ทางผู้ผลิตได้มีการพัฒนาจัดจำหน่ายสมุนไพรอบแห้งโดยตั้งชื่อว่า “ขุนพลจีน” โดยเป็นการคัดเลือกสมุนไพรแต่ละชนิดและสัดส่วนจากผู้ผลิตเอง นักการตลาดจึงเห็นว่าสมุนไพรอบแห้ง “ขุนพลจีน”เหมาะสมที่จะนำมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ขายดีอีกทั้งไม่ซ้ำกับผู้ผลิตรายอื่นๆ เพื่อให้เกิดความโดดเด่นจากกลุ่มผู้ผลิตภัณฑ์สมุนไพรอบแห้งด้วยกัน ดังนั้นในการวิจัยครั้งนี้จึงเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์สมุนไพรอบแห้ง “ขุนพลจีน” โดยลักษณะของผลิตภัณฑ์สมุนไพรอบแห้ง “ขุนพลจีน” โดยมีการคำนวณส่วนประกอบตามน้ำหนักของผลิตภัณฑ์ ซึ่งน้ำหนักสุทธิในการทำบรรจุภัณฑ์ คือ 200 กรัม ประกอบไปด้วย ม้ากระทืบโรง 50 เปอร์เซ็นต์ ฝาง 10 เปอร์เซ็นต์ กำลังเสือโคร่ง 10 เปอร์เซ็นต์ เถาวัลย์เปรียง 10 เปอร์เซ็นต์ กำแพงเจ็ดชั้น 10 เปอร์เซ็นต์ และส่วนประกอบอื่น ๆ อีก 10 เปอร์เซ็นต์

ภาพ 1 การสนทนากลุ่ม (Focus Group) ศึกษาประเภทของผลิตภัณฑ์
และหาคัดเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

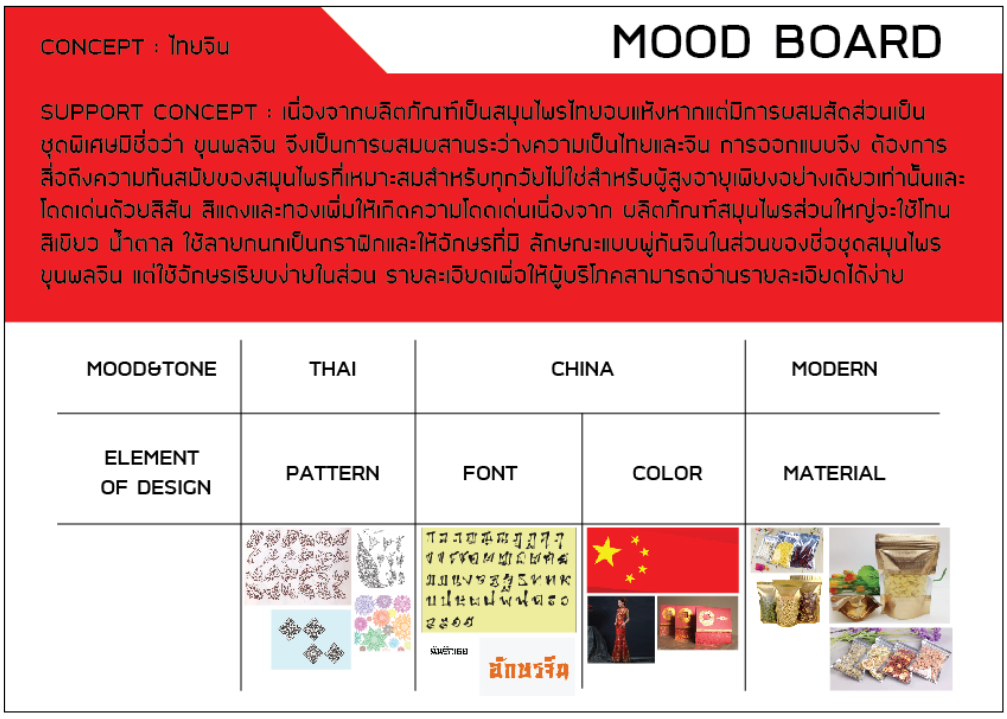
วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อหาแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และทำการผลิตบรรจุภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพ่อลอย

ในการหาแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และทำการผลิตบรรจุภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์สมุนไพรพ่อลอยนั้นนักออกแบบสร้างภาพปัจจัยทางด้านการออกแบบ เพื่อทำการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 8 ท่าน ซึ่งประกอบไปด้วยนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ 2 ท่าน นักการตลาด 2 ท่าน ผู้ผลิต 2 ท่าน และผู้บริโภค 2 ท่าน ได้เห็นภาพปัจจัยต่าง ๆ และทำการระดมความคิดร่วมกันเพื่อหาแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยเริ่มจากโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์จนถึงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์



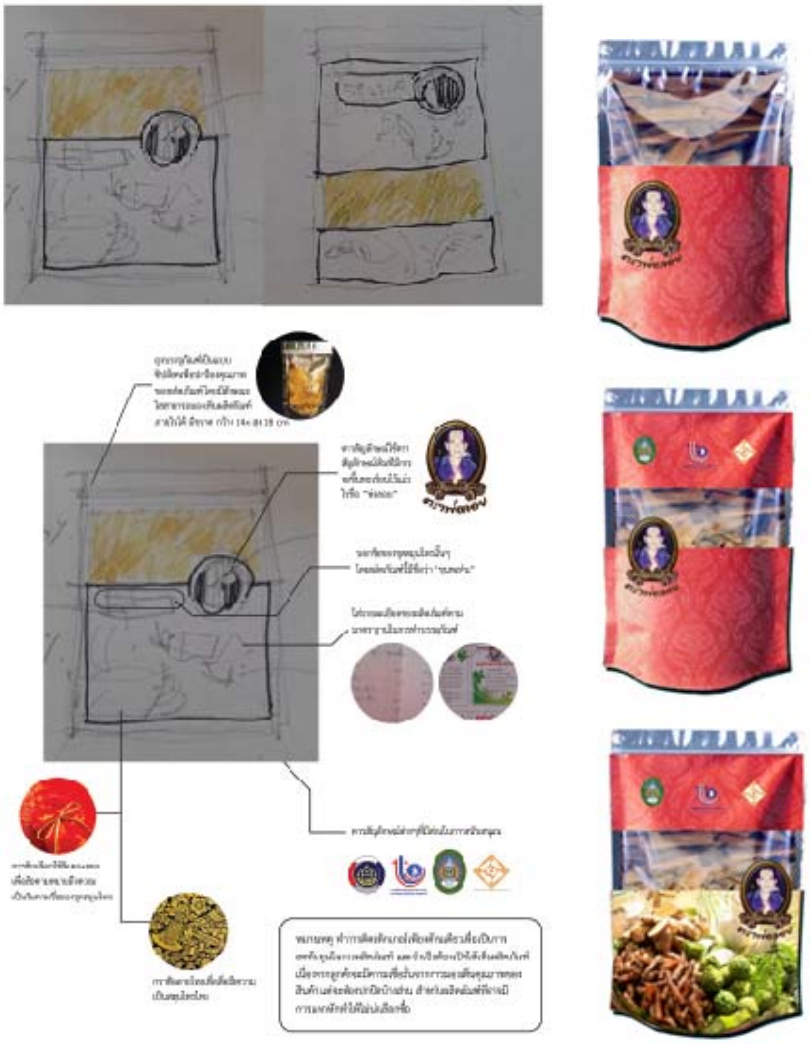
ภาพ 2 ขั้นตอนจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group)
เพื่อหาแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

จากการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) เพื่อหาแนวทางในการออกแบบได้แนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยผลิตภัณฑ์ควรบรรจุในถุงพลาสติกที่มีการปิดผนึกที่ป้องกันอากาศและควรมีการใส่สารกันชื้น เพื่อรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และถุงพลาสติกนั้นควรเป็นกึ่งทึบ คือด้านบนใสเพื่อให้เห็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์แต่ด้านล่างควรทึบเนื่องจากลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์อาจมีการแตกหักเป็นเศษเล็ก ๆ อยู่ก้นถุงไม่สวยงาม จึงควรปิดไม่ให้เห็น สีของถุงพลาสติกนั้นควรเป็นสีสันสดใส โดยมีลักษณะแวบวาว โดยให้นักออกแบบคัดเลือกสีที่เหมาะสมอีกครั้งหนึ่ง การใส่กราฟิกนั้นให้เป็นรูปแบบสติกเกอร์ เนื่องจากยังมีการผลิตในจำนวนไม่มากและมีลักษณะการพิมพ์สี่สี จึงควรเป็นสติกเกอร์มากกว่าการพิมพ์ถุง อีกทั้งควรมีการติดสติกเกอร์เพียงด้านเดียวเพื่อลดต้นทุนการผลิต โดนโทนสีหลักของบรรจุภัณฑ์เป็นสีแดงเพื่อสื่อถึงความเป็นจีนตามชื่อผลิตภัณฑ์ “ขุนพลจีน” และมีข้อคิดเห็นเพิ่มเติมให้มีการใช้สีทองเพื่อสนับสนุนการสื่อความเป็นจีนมากยิ่งขึ้น และกราฟิกเป็นลายไทยเพื่อสื่อถึงความเป็นไทย โดยลายละเอียดเพิ่มเติมในบรรจุภัณฑ์คือการใส่ตราสัญลักษณ์พ่อลอย ซึ่งเป็นตราสัญลักษณ์เดิมของผู้ผลิต มีการใส่ วัน เดือน ปี ที่ผลิต โดยให้เว้นเป็นพื้นสีขาวเพื่อให้ทางผู้ผลิตสามารถระบุวันได้ด้วยตนเอง ที่อยู่ติดต่อพร้อมทั้งช่องทางการติดต่อทางอื่น ๆ การระบุปริมาณสุทธิของผลิตภัณฑ์ สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ ตรารับรองคุณภาพมาตรฐานเชื้อรา และตราสัญลักษณ์ผู้สนับสนุนต่าง ๆ นักออกแบบสรุปการจัดสนทนากลุ่ม (Focus Group) จึงได้แนวทางการออกแบบดังใน แนวทางการออกแบบ(mood board)



ภาพ 4 แนวทางการออกแบบ (mood board) จากการวิเคราะห์การสนทนากลุ่ม

แล้วแนวทางการออกแบบ (mood board) ที่ได้และทำการออกแบบร่างบรรจุภัณฑ์ (Sketch design) จำนวน 3 รูปแบบ



ภาพ 4 ขั้นตอนการออกแบบร่างบรรจุภัณฑ์ (sketch design) จำนวน 3 รูปแบบ

และทำการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) จำนวน 8 ท่าน ซึ่งประกอบไปด้วยนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ 2 ท่าน นักการตลาด 2 ท่าน ผู้ผลิต 2 ท่าน และ ผู้บริโภค 2 ท่าน ทำการคัดเลือกแบบร่างบรรจุภัณฑ์ (sketch design) โดยผลการจัดการสนทนากลุ่ม (Focus Group) พบว่าแบบร่างบรรจุภัณฑ์ (sketch design) ที่เหมาะสมคือ แบบที่ 1 ที่มีการติดกราฟิกเพียงด้านล่างอย่างเดียวโดยให้ตราสัญลักษณ์นั้นอยู่ทางฝั่งขวา เปิดใสด้านบนเพื่อให้เห็นผลิตภัณฑ์ มีการเลือกวัสดุประเภทสีเงิน ใช้ตัวอักษรที่มีลักษณะคล้ายการเขียนด้วยพู่กันจีนในส่วนของชื่อชุดสมุนไพรขุนพลจีน ใช้สีแดงเป็นหลักและมีแทบสีทอง และมีลายกนกเป็นกริกบนพื้นสีแดง เพื่อทำการผลิตบรรจุภัณฑ์

ภาพ 5 บรรจุภัณฑ์สำหรับสมุนไพรอบแห้งชุด “ขุนพลจีน”

วัตถุประสงค์ข้อที่3 เพื่อประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรพ่อลอยของผู้บริโภค

การประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สมุนไพรพ่อลอยของผู้บริโภค โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental sampling) จำนวน 100 คน

ตาราง 5.1 ตารางด้านปัจจัยด้านบุคคลผู้ตอบแบบสอบถาม

ปัจจัยด้าน	การวัดค่า	ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	39	39
	หญิง	62	62
รวม		100	100
อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	0	0
	21 ปี -30 ปี	16	16
	31 ปี -40 ปี	14	14
	41 ปี -50 ปี	26	26
	50 ปี ขึ้นไป	44	44
รวม		100	100
รายได้	ต่ำกว่า10,000	25	25
	10,001-15,000	47	47
	15,001-20,000	20	20
	20,000 ขึ้นไป	8	8
รวม		100	100
ประสบการณ์ที่มีต่อสมุนไพร	ซื้อประจำ	43	43
	ซื้อบ้าง	46	46
	ไม่เคยซื้อ	11	11
รวม		100	100

ตาราง 5.1การวิเคราะห์ผลปัจจัยด้านบุคคลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 100 คน โดยแบ่งตามปัจจัยบุคคล ด้านเพศ เป็นเพศชายคิดเป็นร้อยละ 39 เพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 61 ด้านอายุ อายุระหว่าง 21- 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 16 อายุระหว่าง 31- 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 14 อายุระหว่าง 41- 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 26 อายุระหว่าง 51ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 44 ด้านรายได้ รายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 25 รายได้ 10,000 – 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47 รายได้ 15,001 – 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20 รายได้ 20,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8 และด้านประสบการณ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นประจำ คิดเป็นร้อยละ 43 ซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพรเป็นบ้าง คิดเป็นร้อยละ 46 ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์สมุนไพร คิดเป็นร้อยละ 11

ตาราง 5.2 ตารางประเด็นการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์

ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
ด้านปกป้องผลิตภัณฑ์		
- ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ	4.44	0.49

ตาราง 5.2 (ต่อ)

ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลความหมาย
ด้านปกป้องผลิตภัณฑ์			
- ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ	4.44	0.49	มาก
- โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามมารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้	4.15	0.51	มาก
- บรรจุภัณฑ์มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	3.81	0.56	มาก
รวม	4.13	0.52	มาก
ด้านอำนวยความสะดวก			
- สามารถเปิดรับประทานได้ง่าย	4.35	0.47	มาก
- เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยังรับประทานไม่หมด	4.51	0.50	มาก
รวม	4.43	0.48	มาก
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย			
- ดึงดูดความสนใจของลูกค้า	4.38	0.56	มาก
- บรรจุภัณฑ์มีความทันสมัย สวยงาม	4.49	0.50	มาก
- สีของบรรจุภัณฑ์สร้างความโดดเด่น	4.46	0.58	มาก
รวม	4.44	0.54	มาก
รวมทั้งหมด	4.32	0.52	มาก

ตาราง 5.2 จากการวิเคราะห์ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ใหม่และบรรจุภัณฑ์เดิมนั้น นั้นแบ่งออกเป็น 3 ด้าน8 ประเด็น ซึ่งประกอบไปด้วย ความพึงพอใจด้านปกป้องผลิตภัณฑ์ โดยมีประเด็นการป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ, โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามมารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้และบรรจุภัณฑ์มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน ด้านอำนวยความสะดวก โดยมีประเด็นการสามารถเปิดรับประทานได้ง่ายและเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยังรับประทานไม่หมดด้านส่งเสริมการจัดจำหน่ายโดยมีประเด็นดึงดูดความสนใจของลูกค้า, บรรจุภัณฑ์มีความทันสมัย

สวยงามและสีของบรรจุภัณฑ์สร้างความโดดเด่นซึ่งประเมินความพึงพอใจโดยเป็นการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่าคะแนน (Weight) ออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคอร์ต (พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2540) ดังนี้

5 หมายถึง ผลการประเมินในระดับมากที่สุด
4 หมายถึง ผลการประเมินในระดับมาก
3 หมายถึง ผลการประเมินในระดับปานกลาง
2 หมายถึง ผลการประเมินในระดับต้องน้อย
1 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อยที่สุด

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ยต่าง ๆ ดังนี้

ระดับมากที่สุด	หมายถึง	มีคะแนนเฉลี่ยที่ระดับ	4.51 - 5.00
ระดับมาก	หมายถึง	มีคะแนนเฉลี่ยที่ระดับ	3.51 - 4.50
ระดับปานกลาง	หมายถึง	มีคะแนนเฉลี่ยที่ระดับ	2.51 - 3.50
ระดับน้อย	หมายถึง	มีคะแนนเฉลี่ยที่ระดับ	1.51 - 2.50
ระดับน้อยที่สุด	หมายถึง	มีคะแนนเฉลี่ยที่ระดับ	1.00 - 1.50

โดยจากผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 100 คน ด้านภาพรวมของบรรจุภัณฑ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 4.32 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.52 ด้านปกป้องสินค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 4.13 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.52 ซึ่งด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์นั้นแบ่งเป็น 3 ประเด็น ประกอบไปด้วยประเด็นป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 4.44 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.49 ประเด็นโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามมารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 4.15 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.51 และประเด็นบรรจุภัณฑ์มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 3.81 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.56 ด้านอำนวยความสะดวกมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 4.43 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.48 ซึ่งด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์นั้นแบ่งเป็น 2 ประเด็น ประกอบไปด้วยประเด็นสามารถเปิดรับประทานได้ง่ายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 4.35 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.47 และประเด็นเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยังรับประทานไม่หมดมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 4.51 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.50ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 4.44 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.54 ซึ่งด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์นั้นแบ่งเป็น 3 ประเด็น ประกอบไปด้วยประเด็นดึงดูดความสนใจของลูกค้ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 4.38 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.56 ประเด็นบรรจุภัณฑ์มีความทันสมัย สวยงามมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 4.49 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.50 และประเด็นสีของบรรจุภัณฑ์สร้างความโดดเด่นมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยที่ 4.46 โดยมีค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานที่ 0.58

ภาพ 6 ผลิตบรรจุภัณฑ์เปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์เดิม

ภาพ 7 เก็บแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์

อภิปรายผล

ผลการประเมินความพึงพอใจของบรรจุภัณฑ์สมุนไพรโดยทำการประเมิน 3 ด้าน คือ ด้านปกป้องสินค้า, ด้านอำนวยความสะดวก และด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

ด้านปกป้องสินค้า มีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ทั้งนี้เพราะการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นใช้เป็นถุงพลาสติกเนื่องจากมีความเหมาะสมต่อการปกป้องสินค้าที่มีความเสี่ยงต่อการเกิดเชื้อราและใช้การปิดผนึกบรรจุภัณฑ์ด้วยความร้อนเพื่อบรรจุภัณฑ์สามมารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ซึ่งสอดคล้องกับ (จักรพันธุ์พันธุ์พฤกษ์, 2550) บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หน่วย

รูปแบบวัตถุภายนอกที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค

ด้านอำนวยความสะดวกมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ทั้งนี้เพราะการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นมีการออกแบบให้รอยปะสำหรับเปิดบรรจุภัณฑ์และใช้เป็นถุงพลาสติกที่มีปิดบรรจุภัณฑ์ได้สนิทในกรณีที่ยังรับประทานไม่หมดซึ่งสอดคล้องกับ (สุนิษา มรรคเจริญ, 2553) ที่กล่าวว่าบรรจุภัณฑ์อาหารจะมีบทบาทสำคัญที่จะช่วยรักษาคุณภาพอาหารซึ่งอาจทำให้เปลี่ยนแปลงไปโดยปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม วัตถุประสงค์หลักของบรรจุภัณฑ์อาหารคือการยืดอายุการเก็บของอาหารให้ยาวนานขึ้น และสามารถรักษาคุณภาพของอาหารให้คงอยู่จนกระทั่งบริโภคหมด

ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในเกณฑ์ที่ดี ทั้งนี้เพราะการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นมีการออกแบบให้สินค้ามีสีสันที่โดดเด่นจากบรรจุภัณฑ์เดิม และใช่วัสดุเป็นสีทองเพื่อเพิ่มมูลค่าให้แบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ (สำนักวิจัยและพัฒนาข้าวกรมการข้าว, 2555) ทั้งนี้เนื่องจากสินค้าที่มีคุณภาพมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามจะทำให้สินค้ามีคุณค่าเพิ่มขึ้นนอกจากจะจำหน่ายได้มากขึ้นแล้วยังมีรายได้เพิ่มขึ้นจากการยกระดับราคาสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ และ (จักรพันธุ์ พันธุ์พฤกษ์, 2550) ที่กล่าวว่าเพื่อเพิ่มยอดขายเนื่องจากในตลาดมีสินค้าและคู่แข่งเพิ่มขึ้นตลอดเวลา หากบรรจุภัณฑ์ของสินค้าได้รับการออกแบบเป็นอย่างดีจะสามารถดึงดูดและสะดุดตาแก่ผู้บริโภคก่อให้เกิดการซื้อในที่สุด

ข้อเสนอแนะการวิจัย

จากการวิจัยและเก็บแบบสอบถามจะเห็นว่าประเด็นการบรรจุภัณฑ์มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในได้ความพึงพอใจน้อยกว่าประเด็นอื่น ๆ เนื่องจากลักษณะของถุงที่ใช้บรรจุนั้นมีก้นถุงแบบกว้าง ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ภายในไม่พอดีกับบรรจุภัณฑ์แล้วกองอยู่ด้านล่างถุงจึงทำให้ไม่สามรถเห็นผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจนและส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ประเภทสมุนไพรใบไม้สามารถแตกหักได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นจึงควรศึกษารูปแบบการจัดวางผลิตภัณฑ์ในบรรจุภัณฑ์ให้เกิดความเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จักรพันธุ์ พันธุ์พฤกษ์. (2550). **การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มชาเขียวประเภทขวดพลสติกด้านรูปทรงและสีของฉลาก** วท.**ม**., มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, กรุงเทพฯ**.**

ชัยรัตน์ อัศวางกูร. (2548). **ออกแบบให้โดนใจ**. กรุงเทพฯ : บริษัท ทั้งฮั่วซินการพิมพ์ จำกัด.

พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2540). **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. กรุงเทพฯ : สำนักทดสอบทางการศึกษาจิตวิทยา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.

สุนิษา มรรคเจริญ. (2553). **การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งออก** วศ.ม.,มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, กรุงเทพฯ**.**

สำนักวิจัยและพัฒนาข้าวกรมการข้าว. **องค์ความรู้เรื่องข้าว เรื่อง ผลิตภัณฑ์จากข้าวและบรรจุภัณฑ์**, วันที่ค้นข้อมูล 20 พฤษภาคม 2555 ,จาก http://www.brrd.in.th/rkb2/product/index.php-file=content.php&id=16.htm