

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวานเพื่อเพิ่มมูลค่า
ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช*
DEVELOPMENT OF SWEET SEA FISH PACKAGING TO ADD VALUE
ZONE PRODUCTS NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

นิภารัตน์ นกตริพงษ์*, ศศิพัชร บุญขวัญ, ปัญจพร เกื้อนุ้ย

Niparat Nuktreepong*, Sasipat Boonkwan, Panjaporn Kuenui

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช นครศรีธรรมราช ประเทศไทย

Faculty of Management Sciences, Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Nakhon Si Thammarat, Thailand

*Corresponding author E-mail: niparat_nuk@nstru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวาน 2) เพื่อประเมินบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวาน ของผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช งานวิจัยนี้ใช้กระบวนการการวิจัยและการพัฒนา แบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ ระยะที่ 1 พัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวาน ระยะที่ 2 ประเมินบรรจุภัณฑ์ โดยกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มแรกผู้เชี่ยวชาญ และตัวแทนกลุ่มผู้ผลิต จำนวน 8 คน คัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเก็บข้อมูลโดยวิธี Focus Group Discussion ประเมินต้นแบบ กลุ่มที่สองเป็นผู้บริโภคที่เคยบริโภคปลาทะเลหวาน ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยคัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญจากผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้า จำนวน 100 คน โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามการประเมินบรรจุภัณฑ์ ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวาน ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒินั้น ผลการประเมินคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลาทะเลหวาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.68) และเมื่อเรียงลำดับการประเมิน ด้านวัสดุที่นำมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.65) รองลงมาบรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายได้เป็นอย่างดี ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.75) และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวาน ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้บริโภค ผลการประเมินคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลาทะเลหวาน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.63) เมื่อเรียงลำดับการประเมิน ด้านวัสดุที่ใช้สามารถช่วยสร้างเอกลักษณ์และเพิ่มมูลค่าได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.74) รองลงมา ด้านวัสดุที่นำมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.55)

คำสำคัญ: การพัฒนาบรรจุภัณฑ์, ปลาหวานทะเล, การเพิ่มมูลค่า, ผลิตภัณฑ์โซนเล

Abstract

This research has the objective 1) develop sweet sea fish packaging 2) To evaluate the packaging of sweet sea fish. of zone products Nakhon Si Thammarat Province This research uses research and development processes. Divide the research into 2 phases. Phase 1 develops sweet sea fish packaging. Phase 2 evaluates packaging. The sample group in the research was divided

into 2 groups: the first group was experts. and representatives of the producer group, totaling 8 people. Selected using purposive sampling, data collection using Focus Group Discussion, evaluation of prototypes. The second group is consumers who have previously consumed sweet sea fish. Zone products Nakhon Si Thammarat Province Selected by random chance from 100 consumers who have previously purchased the product. By collecting data from packaging evaluation questionnaires. The research results found that Development of sweet sea fish packaging Zone products Nakhon Si Thammarat Province by experts and experts Results of evaluating the characteristics of sweet sea fish product packaging. The overall picture is at a high level. ($\bar{X}$ = 4.10, S.D. = 0.68) and when sorting the evaluation. The materials used to make the packaging are appropriate ($\bar{X}$ = 4.33, S.D. = 0.65) Next, the packaging can protect the product from damage very well ($\bar{X}$ = 4.33, S.D. = 0.75) and the development of sweet sea fish packaging. Zone products Nakhon Si Thammarat Province by consumers. Results of evaluating the characteristics of sweet sea fish product packaging. The overall picture is at a high level. ($\bar{X}$ = 4.25, S.D. = 0.63) when sorting the evaluation. The materials used can help create identity and add value appropriately ($\bar{X}$ = 4.41, S.D. = 0.74), followed by the materials used to make the packaging are appropriate ($\bar{X}$ = 4.33, S.D. = 0.55).

Keywords: Packaging Development, Sea Sweet Fish, Value Addition, Zone Products Sea

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560 - 2564) ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาที่สำคัญในการยกระดับประเทศด้วยการส่งเสริมและพัฒนาขีดความสามารถของผู้ประกอบการให้มีการขยายตลาด ด้วยการสร้างความเข้มแข็งด้านตราสินค้า และช่องทางการตลาดที่เป็นของตนเองมากขึ้น โดยจะมุ่งเน้นไปในทิศทางของการพัฒนาตัวผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบโจทย์ความต้องการ และดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคโดยเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ดี ส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์รวมไปจนถึงชุมชน (วัฒน์ พลอยศรี, 2562)

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ถือเป็นอีกเครื่องมือที่สำคัญในแง่ของการตลาดและการแข่งขัน บรรจุภัณฑ์ไม่ว่าจะเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นในที่ห่อหุ้มสินค้าโดยตรง หรือเป็นบรรจุภัณฑ์นอกที่มีรายละเอียดของสินค้า มักมีผลและดึงดูดผู้บริโภคได้ (ศรีรัฐ สิมศิริ และคณะ, 2560) การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะช่วยให้สินค้ามีความแตกต่าง และโดดเด่น ส่งผลทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า แล้วยังทำให้ผู้ผลิตเกิดผลกำไรในการขาย แบบบรรจุภัณฑ์ที่มีโลโก้ จะช่วยให้ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์ของคุณได้ในครั้งต่อไป รวมไปถึงข้อความที่บรรจุภัณฑ์ต้องการสื่อถึงผู้บริโภค ด้วย การออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างการรับรู้แบรนด์แก่ผู้บริโภค (ชลธิศ ดาราวงษ์, 2558)

กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลปากพูน ตำบลปากพูน อำเภอ เมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการรวมตัวกันของชาวบ้านในชุมชนเพื่อหารายได้ เนื่องจากมีปลาเป็นจำนวนมากจึงนำปลามาแปรรูปเป็นปลาหวาน ภายใต้ชื่อความสุขของชาวเล โดยกลุ่มกลุ่มแปรรูปอาหารทะเลปากพูน นำปลาขนาดเล็กที่ไม่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจมาแปรรูปเพิ่มมูลค่า ผ่านสูตรการทำเฉพาะของชาวบ้านกลุ่มแปรรูปอาหารทะเลปากพูน โดยการผลิตจะใช้ทรัพยากรและวัตถุดิบจากกลุ่มและชุมชน โดยอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นมาลงมือทำเพื่อแปรรูปปลาที่ได้จากการทำประมง โดยปลาทะเลตัวใหญ่มีมูลค่าพ่อค้าคนกลางจะมาซื้อเพื่อขายไปยังตลาดผู้บริโภค จะเหลือปลาทะเลที่มีขนาดเล็กซึ่งไม่มีมูลค่า สมาชิกกลุ่มก็จะนำมาแปรรูปเป็นปลาทะเลหวานซึ่งเป็นหนึ่งในสินค้าที่สร้างรายได้ให้กับสมาชิกของกลุ่ม แต่

ในการขายก็ยังพบปัญหาเรื่องรายละเอียดสินค้า ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ การจัดจำหน่าย กลุ่มผู้บริโภคมีเพียงชุมชนใกล้เคียง ขาดการรับรู้การประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการขายสินค้า

จากปัญหาที่กล่าวมานั้นจึงเป็นแนวคิดให้นักวิจัยศึกษาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า มุ่งแก้ปัญหาและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าปลาทะเลหวาน กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลปากพูน เพื่อส่งเสริมการขาย ดึงดูดความสนใจและสะดวกสำหรับผู้บริโภคจนนำไปสู่ยอดขายที่เพิ่มขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาและประเมินบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวาน ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและการพัฒนา มีรูปแบบวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้ (Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L., 2007)

ประชากร เป็นกลุ่มผู้ประกอบการสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์ในโซน เล จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มแปรรูปอาหารทะเลปากพูน ตำบลปากพูน อำเภอเมือง

กลุ่มตัวอย่าง เป็นกลุ่มผู้ผลิตสินค้าเกษตรแปรรูปในจังหวัดนครศรีธรรมราช โซนเล ของจังหวัดนครศรีธรรมราชที่ยินดีเข้าร่วมโครงการ จำนวน 1 กลุ่ม คณะผู้วิจัยจึงใช้การเลือกกลุ่มเป้าหมาย ดำเนินการโดยไม่ใช้หลักความน่าจะเป็น โดยวิธีการเลือกกลุ่ม ตัวอย่างแบบเจาะจงเป็นกลุ่มที่ยินดีให้ จำนวน 8 คน ได้แก่ ประธานกลุ่ม รองประธาน และตัวแทนกลุ่ม จำนวน 5 คน และผู้เชี่ยวชาญ 3 คน และผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าปลาทะเลหวาน โดยคัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญจากผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าไปบริโภค จำนวน 100 คน

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย มีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย โดยประยุกต์จากขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ด้วยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อวิจัยแบบวิจัยและพัฒนา โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวาน ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช

1. ศึกษาข้อมูลเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้องค์ความรู้ในการ สร้างกรอบแนวความคิด

2. ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนาม ภายใต้กรอบแนวความคิดการวิจัย เพื่อศึกษาปัญหาและสภาพความต้องการของบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าปลาทะเลหวาน ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช เก็บข้อมูลโดย การทำ Focus Group Discussion จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจากสินค้าปลาทะเลหวาน ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่ม และสะท้อนถึงอัตลักษณ์ ดึงดูดผู้บริโภค ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่าง ประธานกลุ่ม รองประธาน และตัวแทนกลุ่ม จำนวน 5 คน ผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 3 คน รวมจำนวน 8 คน

3. วิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และข้อมูลจากการลงพื้นที่ เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

4. ดำเนินการออกแบบและพัฒนาตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ภายใต้กรอบแนวความคิด (Jam & Co Design, 2017); (Simms, C. & Trott, P., 2014)

5. ประเมินบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่พัฒนาขึ้นโดยผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 คน และประธานกลุ่มผู้ผลิต 5 คน รวมเป็น 8 คน โดยเก็บข้อมูลจากแบบประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์จากผู้บริโภคที่เคยมาซื้อสินค้าบริโภค จำนวน 100 คน



ระยะที่ 2 ประเมินบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวาน ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช

1. ปรับแก้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนกลุ่มผู้ผลิตปลาทะเลหวาน นำบรรจุภัณฑ์หลังการปรับแก้เรียบร้อยแล้ว ให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคที่เคยบริโภคสินค้าปลาทะเลหวานผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยคัดเลือกด้วยวิธีการสุ่มแบบบังเอิญจากผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าไปบริโภค จำนวน 100 คน

2. การเก็บข้อมูลผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวาน ของกลุ่มผู้ผลิต ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นแบบสอบถามความคิดเห็น 5 ระดับ คือ ความเหมาะสมระดับมากที่สุด ความเหมาะสมระดับมาก ความเหมาะสมระดับปานกลาง ความเหมาะสมระดับน้อย และความเหมาะสมระดับน้อยที่สุด และมีเกณฑ์การแปลความหมาย ดังนี้

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 4.51 - 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 3.51 - 4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมระดับมาก

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 2.51 - 3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.51 - 2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.00 - 1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมระดับน้อยที่สุด

แบบสอบถามที่ใช้ในการหาความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวาน ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยหาความตรงจากค่าดัชนี IOC (Index of Item Objective Congruence) ที่คำนวณจากการพิจารณาผู้เชี่ยวชาญได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ใช้ได้ทุกข้อ จากนั้นนำไปหาค่าความเที่ยงจากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัท (Cronbach's alpha coefficient) โดยนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มทดลองที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน ได้ค่าอยู่ในระดับมีความเที่ยงสูงที่ 0.65 ขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวาน ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่สร้างขึ้นสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยได้

3. นำไปสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง หลังจากได้ข้อมูลจากผู้บริโภคแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการวิเคราะห์สรุปผลและประเมินผลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวานเพื่อเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช แบ่งออกเป็น 2 ข้อ มีรายละเอียด ดังนี้

1. ผลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวาน ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ผล ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ความต้องการ เพื่อการมาออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวาน ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช หลังจากผู้วิจัยการลงพื้นที่สำรวจความต้องการ และสภาพปัญหาเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวานในปัจจุบัน จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 8 คน เก็บข้อมูลโดยการทำ Focus Group Discussion จากแบบสัมภาษณ์ ประเด็นสภาพปัญหาที่พบ คือ ราคาสินค้าเน้นคำว่า ความสุขชาวเล มากกว่าชื่อผลิตภัณฑ์ปลาหวาน อาจทำให้ผู้บริโภคสับสน เครื่องหมายการค้าและฉลากของผลิตภัณฑ์เป็นกระดาษสติ๊กเกอร์ ไม่มีรายละเอียดบนฉลากสินค้าตามมาตรฐานของป้ายฉลากสินค้า ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นในการซื้อสินค้าของผู้บริโภค รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์เป็นถุงพลาสติกชั้นแบบบางเห็นผลิตภัณฑ์ด้านใน หากชื้นไม่แน่นสินค้าที่บรรจุมีอากาศเข้าอาจเกิดความเสียหายและทำให้ปลาหวานเสียง่ายและมีความชื้น บรรจุภัณฑ์ไม่สะท้อนอัตลักษณ์ของสินค้า ไม่มีมาตรฐาน และขาดความความทันสมัย ช่องทางที่จำหน่ายที่ส่วนใหญ่จะเป็นตลาดในชุมชน

หากเป็นการสั่งจากบุคคลภายนอกชุมชนจะมาจากการบอกต่อกัน และออกบูธแสดงสินค้าตามงาน OTOP ที่หน่วยงานราชการเชิญไปร่วมสินค้ายังขาดช่องทางการสร้างการรับรู้ ประชาสัมพันธ์ให้คนทั่วไปรู้จักสินค้าทำให้ไม่สามารถเพิ่มมูลค่า และมีกำไรได้ตามเป้าหมายของกลุ่มผู้ผลิต ส่งผลต่อประเด็นความต้องการ ดังนี้

1.1.1 กลุ่มผู้ผลิตสินค้ามีความต้องการให้บรรจุภัณฑ์มีคุณลักษณะและคุณสมบัติ คือ บ่งบอกถึงแสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มและสินค้า มีรายละเอียดสินค้า ข้อมูลส่วนประกอบ ข้อมูลโภชนาการ วิธีการรับประทาน แสดงข้อมูลสินค้าครบถ้วน รวมไปถึงต้องการให้บรรจุภัณฑ์สวยงาม สามารถช่วยเพิ่มราคาขายได้

1.1.2 กลุ่มผู้กลุ่มผู้บริโภคสินค้ามีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามที่ทำให้เกิดความน่าสนใจ มีขนาดกะทัดรัดสามารถถือไปเป็นของฝากได้ มีข้อมูลการติดต่อผู้ผลิต แสดงวิธีการรับประทานที่ถูกต้อง บอกข้อมูลโภชนาการประกอบการตัดสินใจซื้อได้

จากผลการพัฒนาและประเมินบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวาน ผลิตภัณฑ์โซนเล จังหวัดนครศรีธรรมราช หลังจากทีมวิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนการทำวิจัย ได้นำผลการวิเคราะห์ความต้องการบรรจุภัณฑ์ สินค้า มาใช้เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าปลาทะเลหวาน ได้ผลดังนี้

2. การประเมินบรรจุภัณฑ์สินค้าปลาทะเลหวาน หลังจากทีมวิจัยได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตามความต้องการของกลุ่มผู้ผลิต และผู้บริโภคแล้ว นำร่างแบบให้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 8 คน พิจารณาแสดงความคิดเห็น แล้วนำแก้ไขเพิ่มเติมรายละเอียด ตามภาพที่ 1 ส่วนการแก้ไขปัญหาผู้วิจัยได้ส่งสินค้าตรวจสอบส่วนประกอบต่างๆ ที่ผสมในอาหาร เพื่อวิเคราะห์ค่าข้อมูลโภชนาการ ระบุ รายละเอียดสินค้าข้อมูล ส่วนประกอบ วิธีการรับประทาน ลักษณะ สี ลาย ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มและสินค้า



ภาพที่ 1 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาตามความต้องการของผู้ผลิตและผู้บริโภค

ตารางที่ 1 แสดงผลความคิดเห็นจากผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ปลาทะเลหวาน

ข้อพิจารณาคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปลผล
ด้านเอกลักษณ์และการเพิ่มมูลค่า			
1. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารถึงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ปลาทะเลหวานได้อย่างเหมาะสม	4.00	0.70	มาก
2. วัสดุที่ใช้สามารถช่วยสร้างเอกลักษณ์และเพิ่มมูลค่าได้อย่างเหมาะสม	4.00	0.71	มาก
ด้านรูปแบบและความสวยงาม			
1. รูปทรงของบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและเหมาะสม	4.00	0.65	มาก
2. สีที่ใช้มีความสวยงาม น่าซื้อ	4.00	0.60	มาก
3. วัสดุที่นำมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.33	0.65	มาก
ด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย			
1. ความสะดวกในการถือและใช้งาน	4.00	0.70	มาก
2. บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายได้เป็นอย่างดี	4.33	0.75	มาก
ภาพรวม	4.10	0.68	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลาทะเลหวานตามความคิดเห็นจากผู้ประกอบการ และผู้เชี่ยวชาญต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$, S.D. = 0.68) เมื่อเรียงตามลำดับแต่ละด้านจากมากไปน้อย ในข้อคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับการใช้วัสดุที่นำมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม และบรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายได้เป็นอย่างดี ค่าคะแนนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.65 และ 0.75)

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าปลาทะเลหวาน

ข้อพิจารณาคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D.)	การแปลผล
ด้านเอกลักษณ์และการเพิ่มมูลค่า			
1. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อสารถึงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ปลาทะเลหวานได้อย่างเหมาะสม	4.30	0.50	มาก
2. วัสดุที่ใช้สามารถช่วยสร้างเอกลักษณ์และเพิ่มมูลค่าได้อย่างเหมาะสม	4.41	0.74	มาก
ด้านรูปแบบและความสวยงาม			
1. รูปทรงของบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและเหมาะสม	4.30	0.60	มาก
2. สีที่ใช้มีความสวยงาม น่าซื้อ	4.10	0.70	มาก
3. วัสดุที่นำมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.33	0.55	มาก
ด้านหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย			
1. ความสะดวกในการถือและใช้งาน	4.10	0.70	มาก
2. บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายได้เป็นอย่างดี	4.23	0.65	มาก
ภาพรวม	4.25	0.63	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลาทะเลหวานตามความคิดเห็นจากผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ปลาทะเลหวาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.63) เมื่อเรียงตามลำดับจากมากไปน้อย ในข้อคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับการใช้วัสดุที่ใช้สามารถช่วยสร้างเอกลักษณ์และเพิ่มมูลค่าได้อย่างเหมาะสม ค่าคะแนนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = 0.74) รองลงมาใช้วัสดุที่นำมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ค่าคะแนนอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$, S.D. = 0.55)

อภิปรายผล

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวานวัสดุที่นำมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม รูปทรงของบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามสามารถช่วยสร้างเอกลักษณ์ และเพิ่มมูลค่าได้อย่าง การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามโดดเด่นสามารถดึงดูดความสนใจต่อผู้บริโภคจนตัดสินใจซื้อสินค้าได้เหมาะสม (ศรีฐ สิมศิริ และคณะ, 2560) สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวดี พันธ์อำพนและศรีสุตา ลีลาสุวัฒน์ ที่ศึกษาผู้บริโภคมีความคิดเห็นว่าการบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะจะส่งผลให้เมื่อนำไปวางขายในร้านของฝากมีโอกาสที่ผู้บริโภคจะเลือกซื้อเนื่องจากสินค้าและการออกแบบบรรจุภัณฑ์แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ในท้องถิ่นของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช (สุภาวดี พันธ์อำพน และคณะ, 2554); (Herbert, S. & Bud, T., 2010)

หากพิจารณาในด้านการใช้งานพบว่าบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวานกล่องที่ออกแบบให้มีขนาดและรูปแบบที่เหมาะสมต่อการซื้อเป็นของฝาก เป็นกล่องกระดาษเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ และช่วยลดพลาสติก ส่งผลให้การประเมินความคิดเห็นโดยผู้บริโภคสินค้าอยู่ในระดับความคิดเห็นมากแสดงให้เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ (ศรีฐ สิมศิริและคณะ, 2560) ที่ศึกษาวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า พบว่าการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีความสะดวกในการหิ้วสินค้ากลับบ้านได้เลย โดยไม่จำเป็นต้องใส่ถุงหิ้วสามารถช่วยลดต้นทุนให้กับกลุ่มแม่บ้านรวมไปถึงลดขยะถุงพลาสติก ส่วนการที่มีการที่เป็นผลิตภัณฑ์ของฝากขนาดและรูปแบบที่เหมาะสมต่อการซื้อเป็นของฝากยังส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกัน (Sam, A.E., 2018)

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการดำเนินการวิจัยทำให้กลุ่มอาหารทะเลแปรรูปอาหารทะเล และผู้บริโภคได้บรรจุภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการจากการผู้วิจัยลงพื้นที่ในการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการบรรจุภัณฑ์ คือ วัสดุที่ใช้สามารถช่วยสร้างเอกลักษณ์และเพิ่มมูลค่าได้ สามารถนำเป็นของฝากได้ วัสดุที่นำมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม รูปทรงของบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและเหมาะสม สามารถสื่อสารถึงอัตลักษณ์ผลิตภัณฑ์ปลาทะเลหวานได้อย่างเหมาะสม บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในไม่ให้เกิดความเสียหายได้เป็นอย่างดี และสีที่ใช้มีความสวยงาม น่าซื้อ และความสะดวกในการถือและใช้งาน นำไปเป็นของฝาก จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และผู้ประกอบการของกลุ่มปลาหวานแปรรูปนั้น พบว่ามีความพึงพอใจมากที่สุดกับการนำวัสดุที่เหมาะสมมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ และวัสดุที่ใช้สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ภายในไม่ให้เกิดความเสียหาย ส่วนผลการประเมินของผู้บริโภค พบว่ามีความพึงพอใจที่วัสดุ ลวดลาย การออกแบบบนบรรจุภัณฑ์มีการบ่งบอกสร้างเอกลักษณ์บ่งบอกความเป็นพื้นที่ของปลาทะเลปากพูน และบรรจุภัณฑ์ยังมีรูปแบบสวยงามน่าซื้อ และสามารถเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ได้ ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลหวานเพื่อเพิ่มมูลค่านี้ มีการพัฒนาขึ้นตามความต้องการของผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนแปรรูปปลาทะเลหวาน ตำบลปากพูน อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช หากผู้สนใจนำไปพัฒนาต่อยอด ควรมีการพัฒนาต่อยอดในเรื่องของโภชนาการการยืดเวลาการ



จัดเก็บปลากทะเลให้มีอายุการเก็บที่นาน และบรรจุภัณฑ์ภายนอกควรมีหูหิ้ว เพื่อความสะดวกและช่วยลดการใช้พลาสติกอนุรักษ์ธรรมชาติ

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัย “การสร้างมูลค่าสินค้าเกษตรแปรรูปตามอัตลักษณ์ เขา ป่านา เล จังหวัดนครศรีธรรมราช” ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากเงินกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สทว.) ปีงบประมาณ 2565

เอกสารอ้างอิง

- ชลธิศ ดาราวงษ์. (2558). การจัดการผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่. กรุงเทพมหานคร: ธนาเพลส จำกัด.
- พลภัทร สร้อยทอง. (2565). การออกแบบของตกแต่งบ้าน ภายใต้แนวคิดจากโครงสร้างผลิตภัณฑ์จักสานผืนในครัวเรือน กรณีศึกษาตำบลบางเจ้าฉ่า อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดอ่างทอง. เรียกใช้เมื่อ 25 มีนาคม 2566 จาก <https://so05.tci-thaijo.org/index/arts/article/view/257183>
- วัฒน์ พลอยศรี. (2562). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลาตากแห้ง กลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์, 14(3), 245-254.
- ศรีรัฐ สิมศิริ และคณะ. (2560). ปัจจัยด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรณีศึกษา: เชื้อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 12(1), 137-147.
- สุภาวดี พันธุ์อำพน และคณะ. (2554). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม. ในอนาคตไทย:รากฐานที่มั่นคงเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน. ใน การประชุมวิชาการ. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ไสยเพ็ญ เฉิดเจิม, และคณะ. (2564). การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่. วารสารวิชาการ เทคโนโลยีอุตสาหกรรม, 6(1), 28-35.
- Creswell, J. W. & Plano Clark, V. L. (2007). Designing and Conducting Mixed Methods Research. Thousand Oaks: CA: Sage.
- Herbert, S. & Bud, T. (2010). A critical overview of the packaging Development process. Retrieved May 2, 2018, from <http://www.tappi.org/content/events/10PLACE/papers/schueneman.pdf>
- Jam & Co Design. (2017). 7 step packaging design process. Retrieved May 2, 2018, from <http://jamandco.com.au/7-step-packaging-design-process>
- Sam, A.E. (2018). Packaging Effects on Marketing. Retrieved May 2, 2018, from <http://smallbusiness.chron.com/packaging-effects-marketing-61726.htm>
- Simms, C. & Trott, P. (2014). Conceptualizing the management of packaging within new product development: a grounded investigation in the UK fast moving consumer goods industry. European Journal of Marketing, 48(11/12), 2009-2032. <https://doi.org/10.1108/EJM-12-2012-0733>.