

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลาตากแห้ง กลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช

วัฒน์ พลอยศรี^{1*}

Received : November 29, 2019

Revised : December 10, 2019

Accepted : December 23, 2019

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาตากแห้ง กลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช (2) เพื่อทดสอบตลาดของบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มผู้บริโภคปลาตากแห้ง กลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ (1) การวิเคราะห์ความต้องการบรรจุภัณฑ์ใช้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 10 คน เก็บข้อมูลโดยวิธี Focus Group Discussion (2) การประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์ให้ผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนกลุ่มแม่บ้าน จำนวน 10 คน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบประเมิน (2) ทดสอบตลาดของบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มผู้บริโภคสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ คือ จำนวน 100 คน ได้มาจากการสุ่มแบบบังเอิญจากผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าไปบริโภค เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า (1) กลุ่มแม่บ้านและผู้บริโภคความต้องการให้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถช่วยยืดอายุและปกป้องสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหายเมื่ออยู่บนชั้นวาง แสดงข้อมูลสินค้าครบถ้วน มีเอกลักษณ์ของกลุ่ม มีข้อมูลการติดต่อผู้ผลิต แสดงวิธีการรับประทานที่ถูกต้องและเมนูแนะนำ มีสวยงาม และขนาดกะทัดรัดสามารถถือหิ้วได้ (2) บรรจุภัณฑ์สินค้าปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านไร่ในแบบที่ 2 มีผลจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนกลุ่มแม่บ้านอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และ ค่าเบนเบียงมาตรฐานอยู่ที่ 0.50 จึงถูกเลือกใช้มาเพื่อพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์จริงที่ใช้จำหน่ายสินค้า และ (3) การทดสอบตลาดจากความคิดเห็นของผู้บริโภคในบรรจุภัณฑ์สินค้าของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และค่าเบนเบียงมาตรฐานอยู่ที่ 0.54 อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก

คำสำคัญ : การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ ปลาตากแห้ง

¹ อาจารย์ประจำสาขาวิชาอุตสาหกรรมอาหาร คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

*ผู้นิพนธ์หลัก e-mail: wat.pl@ssru.ac.th

THE PACKAGING DEVELOPMENT OF SALTED FISH PRODUCT OF THA RAI FARMER HOUSEWIFE GROUP, NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE, THAILAND

Wat Ploysri^{1*}

Abstract

This study aimed to (1) to develop dried-fish packaging of housewife community in Tha Rai subdistrict in Nakhon Si Thammarat, and (2) to test the market of packaging from salted fish consumers in Tha Rai subdistrict in Nakhon Si Thammarat. The sample in this study comprised of (1) 10 stakeholders who were interviewed to analyze the needs towards packaging by using focus group discussion method, (2) 10 participants including experts as well as the representatives of the housewives who were conducted to evaluate the packaging prototypes using a questionnaire, and (3) 100 consumers of Tha Rai housewife community who were surveyed by employing convenience sampling (i.e., consumers who buy products) to test the market of packaging using a questionnaire. The results elucidated that (1) the housewife community and consumers had the need towards the packaging on expanding the shelf life of product, protecting product when it is on the shelf, informing all product information, being able to express the community identity, providing supplier contact information, showing consuming instruction and recommended menus as well as being beautiful and portable. (2) There was the highest level of the 2nd prototype of salted fish packaging of Tha Rai housewife community according to the evaluation result of experts as well as the representatives of the housewives as evidenced by the mean of 4.52 and the standard deviation of 0.50. Therefore, this prototype was used to develop the real packaging which would be sold in the shop. (3) The market testing result conducted on the consumers of Tha Rai housewife community showed the high level of suitability having the mean of 4.41 and the standard deviation of 0.54.

Keywords: Packaging Design, Packaging, Salted Fish

¹Lecturer, Department of Printing Industrial, Faculty of Industrial Technology, Suan Sunandha Rajabhat University

*Corresponding author, e-mail: wat.pl@ssru.ac.th

บทนำ

บรรจุภัณฑ์ถือเป็นอีกเครื่องมือที่สำคัญในแง่ของการตลาดและการแข่งขัน โดยมีบทบาทของต่อสินค้า ดังนี้ (1) การบรรจุและป้องกัน (2) การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ (3) การอำนวยความสะดวกต่อการขนส่งและการเก็บรักษาในคลังสินค้า รวมถึงการวางขายบนชั้นวาง (4) การดึงดูดความสนใจผู้บริโภค และ (5) ช่วยในการเพิ่มมูลค่ากำหนดราคาขายให้แก่สินค้า (ประชิด ทิณบุตร, 2555)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ช่วยให้มีความแตกต่างและโดดเด่น จะส่งผลให้ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้า ทำให้ผู้ผลิตเกิดผลกำไรในการประกอบกิจการ เนื่องจาก (1) การออกแบบให้รูปร่างบรรจุภัณฑ์ความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งจะช่วยดึงดูดการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (2) การออกแบบสีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์สามารถส่งผลต่อพฤติกรรมซื้อของผู้บริโภค (3) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นเครื่องมือทางการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีโลโก้จะช่วยให้ผู้บริโภคจดจำผลิตภัณฑ์ของคุณได้ในครั้งต่อไป รวมไปถึงข้อความที่บรรจุภัณฑ์ต้องการสื่อถึงผู้บริโภคด้วย และ (4) การออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างการรับรู้แบรนด์แก่ผู้บริโภค (Nicole, 2016)

กลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ ทำกิจกรรมแปรรูปผลิตภัณฑ์เกษตรและประมง เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบหรือทรัพยากรและภูมิปัญญาท้องถิ่นมาทำการพัฒนาจนกลายเป็นสินค้าที่สามารถสร้างรายได้แก่ชุมชน ส่งเสริมให้ประชาชนมีรายได้เพิ่ม โดยทำการผลิตปลาทะเลตากแห้งเป็นหนึ่งในสินค้าที่นำมาจำหน่ายเป็นรายได้ของกลุ่มแม่บ้าน แต่ยังมีประสบปัญหาและสภาพความต้องการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันคือ มีความต้องการยืดอายุการเก็บให้นานขึ้นกว่าเพื่อเพิ่มเวลาในการเก็บรักษาทั้งในส่วนของผู้ผลิตและผู้บริโภค รวมไปถึงไม่มีบรรจุภัณฑ์ใส่เป็นเพียงแต่การบรรจุใส่ถุงพลาสติกทำให้ไม่สวยงามและไม่สามารถยืดอายุการเก็บ ไม่สามารถเพิ่มมูลค่าและราคาให้สามารถมีกำไรได้ตามเป้าหมายของกลุ่ม และช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่มีช่องทางอื่นนอกจากตลาดในชุมชน หากเป็นการส่งจากบุคคลภายนอกชุมชนส่วนใหญ่จะมาจาก การบอกต่อกัน เนื่องจากไม่มีหน้าร้านและช่องทางประชาสัมพันธ์

จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยจึงมีแนวคิดพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านแทนที่การบรรจุแบบเดิม ที่มีอายุการเก็บสั้น การบรรจุไม่สวยงามทำให้เพิ่มมูลค่าไม่ได้ ดังนั้นการวิจัยนี้จึงมุ่งแก้ปัญหาโดยใช้การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อยืดอายุการเก็บ เพิ่มคุณค่าและมูลค่าให้แก่สินค้าปลาตากแห้ง จนทำให้สร้างโอกาสและรายได้แก่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และเศรษฐกิจชุมชนได้

ในการวิจัยนี้ให้ความสำคัญบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อสินค้าของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ ในแง่การทำหน้าที่การส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขาย อันนำไปสู่ผลกำไรที่ยั่งยืนอันเป็นเป้าหมายของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ส่วนอีกประเด็นหนึ่งที่นำมาประยุกต์พัฒนาบรรจุภัณฑ์สืบเนื่องจากผู้บริโภคใช้เวลาอันน้อย ใจ ขาดหาย และมีสินค้าในลักษณะเดียวกันว่าอยู่บนชั้นวางเดียวกันมากมาย ทำให้บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาต้องดึงดูดความสนใจและสะดุดตา เพื่อให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าของกลุ่มแม่บ้านได้มากขึ้น (Sam, 2018)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาตากแห้ง กลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อทดสอบตลาดของบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มผู้บริโภคปลาตากแห้ง กลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช

วิธีดำเนินการวิจัย

มีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย โดยประยุกต์จากขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของปุน คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ (2542: 78-83) และ Jam&Co Design (2017) โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 2 ระยะ ดังนี้

1. ระยะที่ 1 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาตากแห้ง กลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช

1.1 ศึกษาข้อมูลเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ได้องค์ความรู้ในการสร้างกรอบแนวความคิด

1.2 ลงพื้นที่เพื่อเก็บข้อมูลภาคสนาม ภายใต้กรอบแนวความคิดการวิจัย เพื่อศึกษาปัญหาและสภาพความต้องการของบรรจุภัณฑ์สินค้าปลาตากแห้ง กลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช เก็บข้อมูลโดยการทำ Focus Group Discussion จากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในผลิตภัณฑ์ปลาทะเลตากแห้ง ผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 10 คน ได้แก่ กลุ่มแม่บ้านและผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าของกลุ่ม จากแบบสัมภาษณ์ความต้องการบรรจุภัณฑ์สินค้าของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่

1.3 วิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาเอกสาร สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และข้อมูลจากการลงพื้นที่ เพื่อกำหนดกรอบแนวความคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

1.4 ดำเนินการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ภายใต้กรอบแนวความคิด

1.5 ประเมินบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่พัฒนาขึ้นโดยผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 ท่าน และตัวแทนกลุ่มแม่บ้านเจ้าของผลิตภัณฑ์ 5 ท่าน รวมเป็น 10 ท่าน โดยเก็บข้อมูลจากแบบประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์ความคิดเห็น 5 ระดับ ของลิเคิร์ต (Likert Scale) ได้แก่ เห็นด้วยอย่างยิ่ง เห็นด้วย ไม่เห็นด้วย และไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการวิเคราะห์ประเมินคุณภาพต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้น

1.6 ปรับแก้ตามคำแนะนำหลังจากการทำประเมินต้นแบบโดยผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนกลุ่มแม่บ้าน

2. ระยะที่ 2 การทดสอบตลาดของบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มผู้บริโภคปลาตากแห้ง กลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช

2.1 หลังจากปรับแก้บรรจุภัณฑ์ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนกลุ่มแม่บ้าน จากนั้นนำไปทดสอบตลาดโดยใช้การประเมินความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ ประชากรในการศึกษา คือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าปลาทะเลตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ โดยนำมาใช้เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน ได้มาจากการสุ่มโดยบังเอิญ

2.2 การเก็บข้อมูลผู้วิจัยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ เป็นแบบสอบถามความคิดเห็น 5 ระดับ คือ ความเหมาะสมระดับมากที่สุด ความเหมาะสมระดับมาก ความเหมาะสมระดับปานกลาง ความเหมาะสมระดับน้อย และความเหมาะสมระดับน้อยที่สุด และมีเกณฑ์การแปลความหมายตามแนวทางของ Best (1977) 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

แบบสอบถามที่ใช้ในการหาความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและหาคุณภาพของแบบสอบถาม โดยหาความตรงจากค่าดัชนี IOC (Index of Item Objective Congruence) ที่คำนวณจากการพิจารณาผู้เชี่ยวชาญได้ค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ใช้ได้ทุกข้อ จากนั้นนำไปหาค่าความเที่ยงจากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) โดยนำไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มทดลองที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ได้ค่าอยู่ในระดับมีความเที่ยงสูงที่ 0.70 ขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ปลาทะเลตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ ที่สร้างขึ้นสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยได้ (วรรณิ แกมเกตุ, 2555 : 219-234)

2.3 นำไปสอบถามความคิดเห็นที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง หลังจากได้ข้อมูลจากผู้บริโภคแล้ว ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้นำวิเคราะห์การทดสอบทางการตลาด โดยใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการวิเคราะห์ สรุปผลและประเมินผล การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย แบ่งออกเป็น 2 ตอน มีรายละเอียด ดังนี้

1. ผลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ผล ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ความต้องการบรรจุภัณฑ์ปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่

หลังจากการลงพื้นที่เพื่อทราบสภาพปัญหาและความต้องการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านในปัจจุบัน จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 10 คน เก็บข้อมูลโดยการทำ Focus Group Discussion จากแบบสัมภาษณ์ ประเด็นสภาพปัญหาที่พบ คือ อายุการเก็บสั้นเนื่องจากไม่บรรจุภัณฑ์ที่ปกป้องสินค้าอย่างมิดชิด ส่งผลทำให้ความชื้นเข้าไปสู่ตัวปลาทำให้อายุการเก็บสั้น ไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานและทันสมัย และช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่มีช่องทางอื่นนอกจากตลาดในชุมชน หากเป็นการสั่งจากบุคคลภายนอกชุมชนส่วนใหญ่จะมาจากการบอกต่อกัน เนื่องจากไม่มีหน้าร้าน ช่องทางประชาสัมพันธ์ ๆ จนทำให้ไม่สามารถเพิ่มมูลค่าและราคาให้สามารถมีกำไรได้ตามเป้าหมายของกลุ่มแม่บ้านได้ ส่งผลให้ประเด็นความต้องการ ดังนี้

1.1.1 กลุ่มผู้ผลิตสินค้ามีความต้องการให้บรรจุภัณฑ์มีคุณลักษณะและคุณสมบัติ คือ ช่วยยืดอายุสินค้า ปกป้องปลาจากแห้งไม่ให้เกิดการแตกหักในระหว่างบรรจุหรืออยู่บนชั้นวาง มีการใช้การบรรจุสุญญากาศ (Vacuum Packaging) ให้อากาศในบรรจุภัณฑ์ออกไปก่อนปิดผนึก ทำให้ภายในมีภาวะเป็นสุญญากาศ เพื่อป้องกันการเสื่อมเสียของปลา แสดงข้อมูลสินค้าครบถ้วน มีโลโก้ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของกลุ่ม มีส่วนประกอบ มีข้อมูลการติดต่อผู้ผลิต แสดงวิธีการรับประทานที่ถูกต้องและเมนูแนะนำ รวมไปถึงต้องการให้บรรจุภัณฑ์สามารถช่วยเพิ่มราคาขายได้

1.1.2 กลุ่มผู้บริโภคสินค้ามีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามที่ทำให้เกิดความน่าสนใจ มีขนาดกะทัดรัดสามารถถือหิ้วได้ ข้อมูลการติดต่อผู้ผลิต แสดงวิธีการรับประทานที่ถูกต้อง และแนะนำเมนูที่สามารถนำไปประกอบอาหารได้

1.2 ผลการพัฒนาและประเมินบรรจุภัณฑ์สินค้าปลาทะเลตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนการทำวิจัย ได้นำผลการวิเคราะห์ความต้องการบรรจุภัณฑ์สินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์ มาใช้เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าปลาทะเลตากแห้ง ได้ผลดังนี้

1.2.1 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าปลาทะเลตากแห้ง หลังจากที่มีวิจัยได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามความต้องการของกลุ่มแม่บ้านและผู้บริโภคแล้ว ได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ 3 แบบ ตามรูปที่ 1 ส่วนการแก้ไขปัญหา

อายุการเก็บรักษาเพื่อการยืดอายุสินค้าผู้วิจัยได้ใช้การบรรจุสุญญากาศ (Vacuum Packaging) เพื่อป้องกันการการเสื่อมเสียของปลา และการแก้ปัญหาช่องทางการตลาดเพื่อประชาสัมพันธ์และเพิ่มยอดขายให้แก่สินค้า ผู้วิจัยได้เพื่อช่องทางออนไลน์ผ่านทางเครือข่ายสังคม ได้แก่ Line และ Facebook เนื่องจากเครือข่ายสังคมทั้งสองแบบกลุ่มแม่บ้านมีความคุ้นเคยในการใช้งาน ไม่มีเสียค่าใช้จ่าย และมีผู้ใช้งานเป็นจำนวนมาก



รูปที่ 1 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาตามความต้องการของผู้ผลิตและผู้บริโภค

1.2.2 ผลการประเมินบรรจุภัณฑ์สินค้าปลาทะเลตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ เป็นขั้นตอนดำเนินการหลังจากพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์เสร็จสิ้นแล้ว ต้นแบบบรรจุภัณฑ์จะถูกประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนกลุ่มแม่บ้านจำนวน 10 คน ได้ผลการประเมินดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าปลาทะเลตากแห้ง ของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนกลุ่มแม่บ้าน

หัวข้อประเมิน	แบบที่ 1		แบบที่ 2		แบบที่ 3	
	X	S.D.	X	S.D.	X	S.D.
1. บรรจุภัณฑ์สามารถใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม	4.50	0.50	4.60	0.49	4.30	0.46
2. ป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ได้	4.40	0.49	4.50	0.50	4.30	0.46
3. วัสดุที่ใช้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.30	0.46	4.50	0.50	4.30	0.46
4. ให้ความสะดวกต่อการหิ้วพกพา	4.20	0.40	4.40	0.49	4.30	0.46
5. ความเหมาะสมโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	4.40	0.49	4.60	0.49	4.20	0.40
6. ตราสัญลักษณ์	4.30	0.46	4.50	0.50	4.20	0.40
7. สี	4.40	0.49	4.40	0.49	4.10	0.30
8. ตัวอักษร	4.40	0.49	4.50	0.50	4.30	0.46
9. ภาพกราฟิก	4.30	0.46	4.40	0.49	4.20	0.40
10. ความโดดเด่นและดึงดูดความสนใจเมื่อวางบนชั้นสินค้า	4.30	0.46	4.50	0.50	4.20	0.40

ตารางที่ 1 (ต่อ)

หัวข้อประเมิน	แบบที่ 1		แบบที่ 2		แบบที่ 3	
	X	S.D.	X	S.D.	X	S.D.
11. มีความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต	4.40	0.49	4.60	0.49	4.40	0.49
12. สามารถสื่อสารข้อมูลให้ผู้บริโภคได้	4.40	0.49	4.50	0.50	4.10	0.30
13. สามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้	4.40	0.49	4.70	0.46	4.60	0.49
รวม	4.36	0.48	4.52	0.50	4.27	0.44

จากตารางที่ 1 เป็นผลการวิจัยหลังจากนำต้นแบบที่พัฒนาแล้วเสร็จไปประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนกลุ่มแม่บ้าน จำนวน 10 ท่าน พบว่าบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 มีผลการประเมินสูงที่สุด อยู่ในเกณฑ์คุณภาพดีมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.52 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.50) ดังนั้นจากผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงเลือกบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 ที่มีผลการประเมินสูงสุดมาพัฒนาต่อยอดเพื่อนำมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่จะมาใช้บรรจุสินค้าปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ได้จริง และหากพิจารณาผลประเมินในรายละเอียดจะเห็นได้ชัดว่าบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 มีผลการประเมินด้านความสามารถเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ได้และสามารถแสดงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และกลุ่มแม่บ้านสูงมากกว่าบรรจุภัณฑ์แบบอื่น ในการปรับปรุงและแก้ไขนั้น ดำเนินการตามคำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนกลุ่มแม่บ้านที่ทำการประเมิน จนได้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้จริง ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 บรรจุภัณฑ์ปลาตากแห้ง ของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ที่ผลิตจริง

2. ผลการทดสอบตลาดของบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มผู้บริโภคปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ การทดสอบตลาดของบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มผู้บริโภคสินค้าปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช ประเมินจากความคิดเห็นที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ปลาตากแห้งที่วางจำหน่ายจริงจากกลุ่มตัวอย่างคือ ผู้บริโภคจำนวน 100 คน จากการสุ่มโดยบังเอิญ โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ เป็นเครื่องมือในการวิจัย ได้ผลการทดสอบตลาดของบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มผู้บริโภคปลาตากแห้งตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่

หัวข้อประเมิน	X	S.D.
1. บรรจุภัณฑ์สามารถใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสม	4.30	0.50
2. ป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	4.52	0.52
3. วัสดุที่ใช้ในการออกแบบมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.31	0.50
4. รูปทรง มีความเหมาะสม	4.22	0.43
5. มีขนาดและรูปแบบที่เหมาะสมต่อการซื้อเป็นของฝาก	4.47	0.52
6. ให้ความสะดวกต่อการพกพา	4.56	0.51
7. รูปแบบบรรจุภัณฑ์มองเห็นสินค้าภายใน	4.43	0.59
8. รูปแบบตราสินค้า	4.39	0.63
9. สี	4.33	0.55
10. รูปแบบตัวอักษร	4.43	0.55
11. ภาพประกอบและกราฟิก	4.41	0.55
12. ความโดดเด่นสวยงามและดึงดูดใจ เมื่อวางบนชั้นสินค้า	4.54	0.50
13. แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต	4.57	0.50
14. สามารถสื่อสารข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบถึงผลิตภัณฑ์ได้	4.29	0.53
รวม	4.41	0.54

จากตารางที่ 2 บรรจุภัณฑ์สินค้าปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช มีค่าเฉลี่ยจากการประเมินของผู้บริโภคทุกด้าน มีความคิดเห็นอยู่ในความเหมาะสมระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.54 ด้านที่ความเหมาะสมในระดับมากที่สุด คือ มีความโดดเด่นสวยงามและดึงดูดใจ เมื่อวางบนชั้นสินค้ามีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.50 สามารถหิ้วพกพาได้สะดวกมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.59 และสามารถป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดีมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.52 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.52

อภิปรายผล

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ปลาตากแห้งมีความโดดเด่นและสวยงามดึงดูดความสนใจเมื่อวางบนชั้นวาง ทำให้ผลจากการประเมินความคิดเห็นโดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคสินค้าอยู่ในระดับความคิดเห็นมากที่สุด เนื่องจากการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นสวยงามและดึงดูดใจ เมื่อวางบนชั้นสินค้า มีส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรีรัฐ สิมศิริและคณะ (2560 : 137-147) สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริพรรณ ดาราพงษ์และทักษัญญา สง่าโยธิน (2559) และจุฑามาศ เจริญพงษ์มาลา (2558: 28-42) ที่พบว่ากรออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามโดดเด่นสามารถดึงดูดความสนใจต่อผู้บริโภคจนตัดสินใจซื้อสินค้าได้ ดังนั้นในกรณีที่น่าบรรจุภัณฑ์ปลาตากแห้งไปวางบนชั้นวางกับสินค้าอื่นหรือสินค้าชนิดเดียว บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นสามารถสร้างความโดดเด่นขึ้นมาในตัวของมันเอง จนสามารถดึงดูดผู้บริโภคให้สนใจได้ เนื่องจากสินค้าเดิมอยู่ในลักษณะของการบรรจุด้วยถุงพลาสติกใสไม่มีความโดดเด่น ส่วนการออกแบบที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต ทำให้ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้บริโภคสินค้าอยู่ในระดับความคิดเห็น

มากที่สุดเช่นเดียวกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวดี พันธ์อำพนและศรีสุดา สีลาสุวรรณ (2554 : 336-341) ที่พบว่า นักท่องเที่ยวที่เป็นผู้บริโภคมักมีความคิดเห็นในบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัด ส่งผลให้เมื่อนำไปวางขายในบ้านของฝากมีโอกาสที่ผู้บริโภคมักจะเลือกซื้อเนื่องจากสินค้าและการออกแบบบรรจุภัณฑ์แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ในท้องถิ่นของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราช

หากพิจารณาในด้านการใช้งานพบว่าบรรจุภัณฑ์ปลาตากแห้งที่ออกแบบให้มีขนาดและรูปแบบที่เหมาะสมต่อการซื้อเป็นของฝาก สามารถสะดวกต่อการพกพา และเป็นผลิตภัณฑ์ของฝาก ส่งผลให้การประเมินความคิดเห็นโดยผู้บริโภคนักท่องเที่ยวในระดับความคิดเห็นมากและมากที่สุด แสดงให้เห็นว่ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของศรีฐิติ สิมศิริและคณะ (2560 : 137-147) และสอดคล้องกับงานวิจัยของสิริพรรณ ดาราพงษ์ และทักษิญา สง่าโยธิน (2559) ที่วิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า พบว่าการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีความสะดวกในการหิ้วสินค้ากลับบ้านได้เลย โดยไม่จำเป็นต้องใส่ถุงหิ้วสามารถช่วยลดต้นทุนให้กับกลุ่มแม่บ้านรวมไปถึงลดขยะถุงพลาสติก ส่วนการที่มีการที่เป็นผลิตภัณฑ์ของฝากขนาดและรูปแบบที่เหมาะสมต่อการซื้อเป็นของฝาก ยังส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเช่นกัน เนื่องจากการออกแบบขนาดบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับปริมาณการบริโภคของลูกค้าที่ไม่มากเกินไปในแต่ละครั้ง คือ 200 กรัม

การบรรจุภัณฑ์ให้สามารถป้องกันและรักษายืดอายุปลาตากแห้งได้ด้วยวิธีการบรรจุแบบสุญญากาศ และมีกล่องปกป้องอีกชั้นต่างจากแบบเดิมที่บรรจุใส่ถุงพลาสติก ทำให้การประเมินความคิดเห็นโดยผู้บริโภคนักท่องเที่ยวในระดับความคิดเห็นมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของสอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาวดี พันธ์อำพนและศรีสุดา สีลาสุวรรณ (2554 : 336-341) ที่พบว่าบรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันการชำรุดเสียหายได้จะความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้าจนส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ

ภาพรวมของการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ มีผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนกลุ่มแม่บ้านต่อบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 อยู่ในระดับดีมาก และมีความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับความเหมาะสมมาก เนื่องจากมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้จากบรรจุภัณฑ์ สอดคล้องกับ Herbert และ Bud (2010) ที่พบว่าบรรจุภัณฑ์ที่ดีสามารถให้ความปลอดภัยและรักษาสินค้า เพิ่มมูลค่า และมีความสะดวกสบายในการใช้งาน

สรุปผลการวิจัย

กลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่และผู้บริโภคได้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติตรงตามความต้องการหลังจากผู้วิจัยลงพื้นที่ในการศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการบรรจุภัณฑ์ คือ สามารถช่วยยืดอายุและปกป้องสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหายเมื่ออยู่บนชั้นวาง แสดงข้อมูลสินค้าครบถ้วน มีเอกลักษณ์ของกลุ่ม มีข้อมูลการติดต่อผู้ผลิต แสดงวิธีการรับประทานที่ถูกต้องและเมนูแนะนำ มีสวยงาม และขนาดกะทัดรัดสามารถถือหิ้วได้ จนทำให้ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนกลุ่มแม่บ้านต่อบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 ที่นำมาพัฒนาต่อยอดเพื่อนำมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์บรรจุสินค้าปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ ที่ใช้จัดจำหน่ายจริง อยู่ในระดับดีมาก และมีการทดสอบตลาดจากความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์อยู่ในระดับมีความเหมาะสมมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานอยู่ที่ 0.54 ดังนั้นกล่าวได้ว่าบรรจุภัณฑ์ปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ จังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถนำมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์บรรจุสินค้าปลาตากแห้งของกลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่ ที่ใช้จัดจำหน่ายจริงได้ เพื่อส่งเสริมการขายสินค้าจนเกิดผลกำไรที่เพิ่มขึ้น ทำให้กลุ่มแม่บ้านตำบลท่าไร่มีรายได้ที่เพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัย

การลงพื้นที่เพื่อทราบสภาพปัญหาและความต้องการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้าน ผู้วิจัยอาจเพิ่มหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้องเข้าร่วมด้วยเพื่อให้ทราบข้อมูลที่เป็นจริงเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยตรงจากผู้ผลิตและผู้บริโภคที่แท้จริง

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

ผู้วิจัยควรเพิ่มการวิเคราะห์เปรียบเทียบยอดขายหลังปรับปรุงบรรจุภัณฑ์กับก่อนปรับปรุงบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สามารถใช้เป็นข้อมูลเพิ่มเติมในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้า ในกลุ่มแม่บ้านอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

- จุฑามาศ เจริญพงษ์มาลา. (2558). *การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สู่ผสมสารสกัดมังคุดของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. ในการประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ครั้งที่ 5 (28-42). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- ประชิด ทิถบุตร. (2555). *ความสำคัญของการบรรจุภัณฑ์*. สืบค้น 2 พฤษภาคม 2562, จาก <http://creativekanchanaburi.blogspot.com/2012/06/blog-post.html>
- ปุ่น คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ. (2542). *บรรจุภัณฑ์อาหาร*. กรุงเทพมหานคร. แพคเมทส์.
- วรรณิ์ แกมเกต. (2555). *วิธีวิทยาการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริพรรณ ดาราพงษ์และทักษญา ส่งไยอิน (2559). *แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ระกวมกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเสมีดโพธิ์ศรี จังหวัดจันทบุรี*. สืบค้น 2 พฤษภาคม 2561, จาก <http://www.ex-mba.buu.ac.th/ACADEMIC/Poster2015/poster003.pdf>
- สุภาวดี พันธอำพนและศรีสุดา ลีลาสุวัฒน์. (2554). *การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม*. ใน การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2554 (336-341). ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศรีรัฐ สิมศิริและคณะ. (2560). *ปัจจัยด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรณีศึกษา: เชื้อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*. 12(1) : 137-147.
- Best, J. W. (1977). *Research in Education*. (3rd ed.). New Jersey : Prentice Hall, Inc.
- Herbert, S. and 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>
- Nicole, R. (2016). *4 Reasons Why Product Packaging Is Important*. Retrieved May 2, 2018, From <https://retailminded.com/4-reasons-why-product-packaging-is-important>
- Sam, A.E. (2018). *Packaging Effects on Marketing*. Retrieved May 2, 2018, from <http://smallbusiness.chron.com/packaging-effects-marketing-61726.html>