

■ Research Article



การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ็กเซยเส้าไห้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี เพื่อมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ของเศรษฐกิจชุมชน The Development of Packaging for Processed Products from Khao Jek Chuey Sao Hai Group (GI rice), Saraburi Province for Added Commercial Value of the Community Economy

มัทรณี ปราโมทย์เมือง¹

¹ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, 168 ถนนศรีอยุธยา, เขตดุสิต, แขวงจวงชัยพญาบาล, จังหวัดกรุงเทพมหานคร, 10300

บทคัดย่อ (ภาษาไทย)

“ข้าวเจ็กเซยเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี” เป็นการกำหนดอัตลักษณ์พื้นที่ต้น แสดงถึงอัตลักษณ์จังหวัดสระบุรี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ข้าวเจ็กเซยและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ็กเซยเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าในเชิงพาณิชย์ของเศรษฐกิจชุมชน 2) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวเจ็กเซยเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี มีระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ วิธีดำเนินการวิจัย เป็นการลงพื้นที่ศึกษาและเก็บข้อมูลงานวิจัย สัมภาษณ์ สทนากลุ่มย่อย นำผลมาวิเคราะห์ สังเคราะห์ข้อมูล สู่กระบวนการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ การสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบและการประเมินความพึงพอใจของบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและโดยบังเอิญของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 70 คน ผลการวิจัยพบว่า ภาพรวมความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่จากกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย 4.17 ความพึงพอใจในระดับมาก แยกแต่ละด้าน ดังนี้ 1) ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.14 มีความพึงพอใจในระดับมาก พบว่า รูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถช่วยปกป้องคุ้มครองของผลิตภัณฑ์ภายในได้ดี เหมาะสมกับปริมาณการบรรจุตัวสินค้าที่อยู่ด้านใน 2) ด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.20 มีความพึงพอใจในระดับมาก ที่แสดงรายละเอียด จุดเด่นของข้าวเจ็กเซยเส้าไห้และอัตลักษณ์ของพื้นที่เพาะปลูกข้าวและชุมชน บรรจุภัณฑ์ที่มีสีสันสดใส ดูร่วมสมัย ซึ่งผลงานวิจัยนี้มีการต่อยอดและนำไปผลิตต้นแบบการใช้งาน จำหน่ายได้จริง ทำให้ชุมชนพื้นที่เกิดความภูมิใจในการมีส่วนร่วมกับการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าในเชิงพาณิชย์ของเศรษฐกิจชุมชนได้

คำสำคัญ: พัฒนา, มูลค่าเพิ่ม, บรรจุภัณฑ์, เศรษฐกิจชุมชน

Received:

1 December 2023

Revised:

24 May 2024

Accepted:

27 June 2024

Published:

28 June 2024

Corresponding*Author:**

mattanee.p@rmutp.ac.th

Copyright:

© Rajamangala

University of

Technology Lanna.

All right reserved

ISSN

Print: 2586-8500

Electronic: 2586-8632

Abstract

"Khao Jek Chuey Sao Hai, Saraburi " is an agricultural initiative that showcases the unique local identity of Saraburi Province. Its objectives are : 1) to develop the branding and packaging of Jek Chuey Sao Hai rice and processed products derived from Jek Chuey Sao Hai rice in Saraburi to create added commercial value to the local economy, and 2) to evaluate satisfaction with the new packaging format of Jek Chuey Sao Hai rice products in Saraburi through a mixed-method research approach including qualitative and quantitative research. The research methods involved data collection, interviews, focus group discussions, data analysis leading to the design and development of new packaging formats, prototype creation, and evaluation of satisfaction with the new packaging format. Purposive and accidental sampling methods were used for the sample of 70 people. Research findings indicated that overall satisfaction with the new packaging format from the target group had an average score of 4.17, indicating high satisfaction. Specific aspects included : 1) Packaging Structure: Average satisfaction score of 4.14, indicating high satisfaction with the packaging structure's ability to protect the products and accommodate the product volume. 2) Graphic Design on Packaging : Average satisfaction score of 4.20, indicating high satisfaction with the detailed representation of rice and the identity of the rice cultivation area and community. The packaging had vibrant colors and a modern appearance. This research has led to the development and production of usable prototypes, generating actual sales, and fostering community pride in collaborating to develop branded products and packaging. It has the potential to add commercial value to the local economy.

Keywords: Development, Packaging, Added Value, Community Economy

1. บทนำ

“ข้าวเจ๊กเซย”หรือ“ข้าว GI” เป็นข้าวพันธุ์พื้นเมือง ได้รับการจดทะเบียนสินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เป็นข้าวพันธุ์พื้นเมืองจังหวัดสระบุรี มีพื้นที่การปลูกและผลิตข้าวเจ๊กเซยเส้าไห้ที่อำเภอเส้าไห้ อำเภอวิหารแดง อำเภอหนองแค อำเภอหนองแซง อำเภอหนองโดนและกิ่งอำเภอดอนพุด จังหวัดสระบุรี เป็นข้าวไวแสง เมล็ดข้าวดียว มีปริมาณของอมิโลสสูง (27-28%) มีเส้นใยสูง ให้น้ำหนักดี สีกาบใบ มี 2 ลักษณะ คือ เจ๊กเซยกาบใบไม้สีม่วง และเจ๊กเซยกาบใบสีเขียว เมื่อหุงแล้วข้าวจะสุกนุ่มเป็นตัวไม่เกาะเป็นก้อน หุงขึ้นหม้อ ข้าวสุกจะนุ่ม ไม่แฉะ ไม่แข็งกระด้าง ไม่เหนียวและไม่ยุบตัว เมื่อหุงทำเป็นข้าวราดแกง ข้าวจะไม่บูดง่าย กึ่งไวข้ามวันได้ คุณภาพไม่เปลี่ยน ข้าวเก่าเมื่อนำมาหุง ไม่มีกลิ่นสาบ มีคุณสมบัติที่เหมาะสมสำหรับผู้ต้องการรักษาโรคเบาหวานสามารถควบคุมโรคมะเร็ง โรคอ้วน พืชสุราเรื้อรัง เหน็บชาได้ดี

“ข้าวเจ๊กเซยเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี” เป็นการกำหนดเอกลักษณ์พื้นถิ่น แสดงอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น เฉพาะตนของจังหวัดสระบุรี ผลผลิตจากการเก็บเกี่ยวข้าวของเกษตรกรจะถูกนำรวบรวมจากไร่นาของเกษตรกรและนำมาส่งขายจำหน่ายกันเองและส่วนหนึ่งมีพ่อค้าคนกลางเข้ามารับซื้อถึงหมู่บ้าน เป็นเศรษฐกิจที่มีการพึ่งพาพ่อค้าคนกลางเป็นหลักในระบบตลาดเกษตรรูปแบบใหม่ (New Normal) อันเนื่องจากเกิดภาวะโรคระบาดโควิด 19 และภาวะเศรษฐกิจที่ตกต่ำของประเทศไทย ทำให้ผลผลิตสามารถจำหน่ายได้จำนวนน้อยลง ราคาผลผลิตตกต่ำ อีกทั้งผลิตภัณฑ์/สินค้ามีลักษณะไม่หลากหลาย การตลาด ก็ขาดการประชาสัมพันธ์และเชิญชวนให้มาบริโภคพันธุ์ข้าวชนิดนี้มากนัก ทำให้ต้นทุนการผลิตและการจำหน่ายไม่เกิดความสมดุลกันในเชิงเศรษฐกิจและตัวผู้บริโภคเอง รวมทั้งคนทั่วไปยังไม่ค่อยรู้จักข้าวเจ๊กเซยเส้าไห้ สายพันธุ์นี้มากนัก ทำให้ยอดการซื้อและจำหน่ายผลิตภัณฑ์/สินค้าไม่เติบโตทางการตลาดเท่าที่ควร

จากการลงพื้นที่ ผู้วิจัยได้เล็งเห็นความจำเป็นและความสำคัญของเศรษฐกิจชุมชนแห่งนี้ ในความต้องการให้ช่วยเสริมสร้างประสิทธิภาพเศรษฐกิจชุมชนของพันธุ์ข้าวเจ๊กเซยเส้าไห้(ข้าว GI) จังหวัดสระบุรีทางการตลาดในการพัฒนาและยกระดับสินค้าข้าวและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ๊กเซยเส้าไห้ในรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์ ในลักษณะของการพัฒนาตราสินค้าและรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ข้าวและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ๊กเซยเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี ให้เกิดการจดจำ เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น และช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า เกิดการสร้างรายได้ในเชิงพาณิชย์ โดยใช้อัตลักษณ์ทุนเชิงพื้นที่และทุนจากวัตถุดิบภายในพื้นที่ชุมชน มาใช้ให้เกิดประโยชน์ ยึดโยงเป็นโครงสร้างทางเศรษฐกิจฐานราก ต่อยอดสู่ความเข้มแข็งของเศรษฐกิจชุมชนและประเทศอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อการพัฒนาตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ของข้าวเจ๊กเซยและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ๊กเซยเส้าไห้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี เพื่อช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าในเชิงพาณิชย์ของเศรษฐกิจชุมชน
- 2.2 เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์ข้าวเจ๊กเซยและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ๊กเซยเส้าไห้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี

3. แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

3.1 แนวคิดการมีส่วนร่วม

สากล จริยวิทยานนท์. (2525) การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการที่สมาชิกมีการกระทำออกมาในลักษณะการทำงานร่วมกันในการแสดงให้เห็นถึงความต้องการร่วมกัน ความสนใจร่วมและมีความต้องการที่จะบรรลุถึงเป้าหมายร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม การเมืองหรือการดำเนินการร่วมกันในการเพิ่มอำนาจต่อรองทางเศรษฐกิจ ตลอดจน

การปรับปรุงสถานภาพทางสังคมของกลุ่มในชุมชน วิธีการแบ่งระดับชั้น การมีส่วนร่วมของประชาชน อาจแบ่งได้จากระดับต่ำสุดไปหาระดับสูงสุด ออกเป็น 7 ระดับ โดยเรียงตามลำดับจากต่ำสุดไปหาสูงสุด ได้แก่ 1) ระดับการให้ข้อมูล 2) ระดับการเปิดรับความคิดเห็น 3) ระดับการปรึกษาหารือ 4) ระดับการวางแผนร่วมกัน 5) ระดับการร่วมปฏิบัติ 6) ร่วมติดตามตรวจสอบ ประเมินผล 7) ระดับการควบคุมงานโดยประชาชน

3.2 ทฤษฎีอัตลักษณ์

สุวรรยา โชติช่วง. (2554) อัตลักษณ์ เป็นสิ่งแสดงออกถึงความเป็นตัวตนผ่านสัญลักษณ์บางอย่างที่เข้าใจร่วมกันและการแสดงออกของพิธีกรรมทางสังคม มีกระบวนการสร้าง 3 ขั้นตอน คือ 1) การหาอัตลักษณ์ของสิ่งที่เป็นจุดหลักและจุดร่วมของสิ่งของนั้น ๆ 2) การเผยแพร่ ให้เป็นที่รู้จัก เกิดการจดจำในเรื่องราวของพื้นที่ 3) การยอมรับ ซึ่งอัตลักษณ์สิ่งนั้นทางวัฒนธรรม นำเรื่องการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) ที่แสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่าง ๆ ผ่านระบบสัญลักษณ์ที่หลากหลายเป็นคุณลักษณะเฉพาะถิ่นเฉพาะตัว เป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคมหรือชุมชนนั้นๆ

3.3 ทฤษฎีการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เอกณัฐ ธีรเศรษฐกุล. (2564) บรรจุภัณฑ์ เป็นสิ่งที่ห่อหุ้มหรือป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในไม่ให้เกิดความเสียหายและมีสภาพที่สมบูรณ์จนกว่าจะถึงมือผู้บริโภค ทั้งยังเพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งาน ช่วยสื่อสารและส่งเสริมภาพลักษณ์ให้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ เกิดความดึงดูดใจและน่าสนใจและสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ มีขั้นตอนดังนี้ 1) กำหนดกลุ่มเป้าหมาย 2) กำหนดชื่อตราสินค้า (Brand) 3) วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ 4) รูปทรง 5) สีและกราฟิก ให้เกิดเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ดี

4. วิธีดำเนินการวิจัย

4.1 วิธีดำเนินการวิจัย มีดังนี้

การวิจัยนี้ ใช้การวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Approach) ดังนี้

4.1.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ใช้กระบวนการเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่ เพื่อนำผลมาพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้ร่วมสมัย แสดงถึงอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นสอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์และความต้องการของประชาชนและกลุ่มตัวอย่าง ที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน ผู้วิจัยจะใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย ประกอบด้วย ดังนี้

- การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ความเป็นอยู่ของชุมชน วัฒนธรรม สภาพแวดล้อม รวมถึงผลิตภัณฑ์จากข้าวเจ๊กเซเฮาไห้ที่มีการผลิตและจำหน่าย

- การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ การสัมภาษณ์ ซึ่งประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตสินค้าชุมชน รวมถึงกลุ่มประชาชนภายในชุมชน

4.1.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ใช้แบบสอบถามประเมินผลหาความพึงพอใจจากกลุ่มตัวอย่างต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์จากผลิตภัณฑ์ข้าวเจ๊กเซเฮาไห้ จังหวัดสระบุรี ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว

4.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่างการวิจัย ดังนี้

4.2.1 ศึกษาสภาพปัจจุบันของบริบทพื้นที่ ความเป็นมา คุณลักษณะของพันธุ์ข้าว ผลผลิตข้าวเจ๊กเซเฮาไห้ (ข้าว GI) และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ๊กเซเฮาไห้ จังหวัดสระบุรี

- กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้นำชุมชน หน่วยงานราชการในพื้นที่

4.2.2 หาแนวคิด การออกแบบและพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

- กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้นำชุมชน หน่วยงานราชการในพื้นที่ นักท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญและคณะทำงาน

4.2.3 สร้างและผลิตต้นแบบบรรทัดฐานของกลุ่มข้าวเจ้าเขียวเส้าไห้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี

- กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้า ชาวบ้านในชุมชน นักท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญและคณะทำงาน

4.2.4 ประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการออกแบบบรรทัดฐาน

- ประชากร ได้แก่ ประชาชนและนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดสระบุรี
จำนวน 85 คน

- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนและนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดสระบุรี
จำนวน 70 คน

โดยใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของเครซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970 อ้างใน ธีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) ความคลาดเคลื่อน 5 % และวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและโดยบังเอิญ (Accidental Sampling)

4.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

4.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย “แบบเชิงคุณภาพ”

1) การศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การศึกษาค้นคว้า, จดบันทึก, แบบสอบถาม, แบบสัมภาษณ์, สทนากลุ่มย่อย

2) หาแนวคิด การออกแบบและพัฒนาตราสินค้าและบรรทัดฐาน

2.1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สทนากลุ่มย่อย, แบบสอบถาม

4.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย “แบบเชิงปริมาณ”

1) การสร้างและผลิตต้นแบบบรรทัดฐานของกลุ่มข้าวเจ้าเขียวเส้าไห้

1.1) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ สทนากลุ่มย่อย, การมีส่วนร่วม, การปฏิบัติงาน

2) การประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรทัดฐาน

2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม
ใช้ประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของต้นแบบชิ้นงาน
บรรทัดฐานของกลุ่มตัวอย่าง

3) การนำผลงานไปใช้งานและถ่ายทอดผลงานวิจัยสู่ชุมชน สังคม

3.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การสังเกต, แบบสอบถาม
ใช้ประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง และ
ต้นแบบชิ้นงานต่อรูปแบบใหม่ของบรรทัดฐาน

4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

4.4.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source of Data) ส่องหนังสือพร้อมการติดต่อประสานงานด้วยตนเองกับบุคคล หน่วยงานราชการ หรือพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลของประเภททุติยภูมิจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง

4.4.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิหรือข้อมูลภาคสนาม ขอความร่วมมือถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งชาวบ้านในชุมชน ผู้ประกอบการร้านค้า หน่วยงานราชการในพื้นที่ที่มีส่วนร่วมในการเก็บข้อมูล เป็นการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มย่อย

4.4.3 การลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม แบบสำรวจพื้นที่ภาคสนาม (Survey) โดยการสำรวจ การสัมภาษณ์อัตลักษณ์ท้องถิ่น ชุมชน บริบทพื้นที่ ความเป็นมา คุณลักษณะของพันธุ์ข้าว ผลิตข้าวเจ้าเขียวเส้าไห้ (ข้าว GI) และผลิตภัณฑแปรรูป

จากข้าวเจ๊กเซเฮาไห้ จังหวัดสระบุรี แต่ละประเภทและแต่ละสถานที่ พร้อมการเก็บข้อมูล การสัมภาษณ์และการบันทึกภาพ

4.4.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ ชนิดมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ

4.4.5 การสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) โดยร่วมสนทนากับกลุ่มตัวอย่าง เป็นการสอบถามรายละเอียดข้อมูลต่าง ๆ ให้เกิดแนวคิดและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาได้อย่างละเอียด โดยนำผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านต่าง ๆ ไปใช้ให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มตัวอย่างและนำอัตลักษณ์พื้นที่ชุมชนมาใช้ให้เกิดการจดจำได้ง่ายขึ้น

4.4.6 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม สัมภาษณ์ของการพูดคุยถึงความต้องการเบื้องต้นทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญชาวบ้านบ้านในชุมชน นักท่องเที่ยว และหน่วยงานราชการในพื้นที่

4.4.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Satisfaction Questionnaire)

4.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.5.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิเคราะห์จากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง บริบทของพื้นที่ ความเป็นมา คุณลักษณะของพันธุ์ข้าว ผลผลิตข้าวเจ๊กเซเฮาไห้ (ข้าว GI) และผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ๊กเซเฮาไห้ จังหวัดสระบุรี เป็นการสอบถามและการสัมภาษณ์ ซึ่งมีสาระสำคัญในการตีความข้อมูล เพื่ออธิบายสิ่งที่ปรากฏการณ์และนำมาเป็นแนวคิดและแนวทางการออกแบบและพัฒนา การสร้างและผลิตต้นแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

4.5.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้ประเมินผลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง ใช้วิเคราะห์การหาค่าสถิติ คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การนำเสนอแบบตารางประกอบความเรียง แปลความหมายและประเมินผลตามแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งกำหนดค่าคะแนน 5 ระดับที่เกี่ยวกับความพึงพอใจรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์

5. ผลการวิจัยและอภิปรายผล

5.1 สรุปผลการพัฒนาตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ข้าวและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ๊กเซเฮาไห้ เป็นการลงพื้นที่ศึกษาและเก็บข้อมูล การสัมภาษณ์ การสอบถาม และการสนทนากลุ่มย่อย โดยได้สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล ดังนี้

5.1.1 สรุปผลด้านการพัฒนา “ตราสินค้า” ของชื่อสถานที่ว่า “โคกนาคัย” (หอชานาโคกนาคัย อำเภอเสนาไห้ จังหวัดสระบุรี) ซึ่งเป็นสถานที่และพื้นที่ดำเนินงาน เป็นการบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ขององค์กรหรือพื้นที่ชุมชนนั้น ๆ โดยนำเอาอัตลักษณ์ภูมิปัญญาก่อนถิ่นมาใช้ เพื่อให้สอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์และความต้องการของกลุ่มประชาชนในพื้นที่ ได้แก่ รวงข้าว กุงนา ห่อข้าวและหมูป่าแตเรียล ซึ่งเป็นการผสมผสานกันระหว่างรูปภาพและตัวอักษร ใช้โทนสีเหลืองทอง สีเขียว สีส้มและสีน้ำตาล เพื่อสื่อถึงวิถีชีวิตชาวนา ชนบทแบบธรรมชาติ

5.1.2 สรุปผลด้านการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

5.1.2.1 ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

1) ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ของข้าวเจ๊กเซเฮาไห้ ที่มีโครงสร้างเป็นถุงแบบสุญญากาศ บรรจุ 1 กิโลกรัมและมีบรรจุ 250 กรัม เพื่อยืดระยะการเก็บถนอมอาหาร เก็บรักษาความสดใหม่ของข้าวได้ยาวนานขึ้น โดยเก็บรักษาได้นานกว่าถุงแบบปกติ รับประทาน 1-2 คน เหมาะกับชีวิตความเป็นอยู่ของครอบครัวขนาดเล็กในยุคปัจจุบัน ผลิตจากวัสดุพลาสติก 2 ชนิดระหว่างพลาสติก nylon LLDPE และ PE เนื้อถุง มีสีขาวขุ่น สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้ดี ช่วยให้ปริมาณ

ออกซิเจนในข้าวลดลง ทำให้มอดไม่สามารถเจริญเติบโต ป้องกันการเกิดปฏิกิริยาออกซิเดชัน ลดการเหม็นหืน ข้าวคงความหอมได้นาน บล็อกอากาศและความชื้นไม่ให้เข้าไปในข้าว ทำให้ข้าวคงความสดใหม่อยู่ได้นาน คงรสชาติเดิมของข้าวและยังช่วยให้ผลิตภัณฑ์ที่แพคมีมูลค่าได้

2) ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ขนมวอฟเฟิลเบลเยียม และไอศกรีมโฮมเมดจากข้าวเจ็กเซย โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เป็น “โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป” โดยวัสดุและรูปแบบโครงสร้างที่ซื้อได้จากท้องตลาด พิจารณาตามลักษณะการใช้งานที่เหมาะสมของผลิตภัณฑ์อาหาร เพื่อให้สอดคล้องกับการลดต้นทุนที่ไม่สูงมากนัก แต่สามารถใช้งานได้ดี กล่องบรรจุภัณฑ์ มีรูปทรงที่เป็นทั้งทรงกระบอกและทรงสี่เหลี่ยม ใช้งานง่าย ราคาไม่สูงมากนัก สามารถจัดวางกับซ้อนกันได้ วัสดุเป็นกล่องพลาสติก ชนิดโพลีโพรพิลีน(พีพี) (Polypropylene) หรือ (PP) เป็นพลาสติกที่มีความใส คงรูป เหนียวและทนแรงกระแทกได้ดี ทนสารเคมีและน้ำมัน จึงใช้ทำกล่องบรรจุอาหารมีความปลอดภัย ใช้งานซ้ำได้ ทนความร้อนได้ สามารถใช้งานกับไมโครเวฟได้ โดยมีฝาปิด ทำให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์อาหารและมีการติดสติ๊กเกอร์ฉลากให้ดูโดดเด่น สอดคล้องกับปุณ คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541) กล่าวว่า กลุ่มอาหารประเภทอาหารถนอมด้วยน้ำตาลและทำให้แห้ง เลือกพลาสติกโพลีโพรพิลีน ช่วยป้องกันความชื้นได้ เนื้อพลาสติกมีความใส ช่วยเพิ่มคุณค่าให้สินค้า นอกจากนี้ยังปรับขนาดบรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับปริมาณอาหารที่บรรจุสำหรับจำหน่ายและรับประทานได้ 2-3 คน เพิ่มความสะดวกในการบริโภคและป้องกันความเสียหายของผลิตภัณฑ์สินค้าอาหาร สินค้ามีรูปลักษณะสีส้มสวยงาม สะดุดตา จดจำได้ดี

5.1.2.2 ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

1) การพัฒนาและออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

จะเน้นโทนสี ที่ดูสดใสและให้มีบรรยากาศที่สื่อความเป็นออร์แกนิกส์แบบธรรมชาติของทุ่งนา ทุ่งข้าวภายในพื้นที่วิจัย ใช้สีเหลืองทอง สื่อถึงรวงข้าว ใช้สีเขียว สื่อถึงท้องทุ่งนา วิถีชีวิตชาวนา ชนบทแบบธรรมชาติ ทำให้ดูผ่อนคลาย ใช้การเล่าเรื่องด้วยภาพประกอบแนวคอมพิวเตอร์กราฟิก ดึงบรรยากาศทุ่งข้าว ทุ่งนาที่สื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์ คือ ข้าวเจ็กเซยเส้าไห้และดึงเอาอัตลักษณ์พื้นที่ชุมชนมาใช้ คือ หุ่นไล่กา และหมูป่าแต่เรียล ที่เป็นมัสคอร์ตของพื้นที่ ชุมชนเพาะปลูกข้าวมาเป็นตัวช่วยเล่าเรื่องที่นำไปของพันธุ์ข้าวเจ็กเซยเส้าไห้ ให้ดูน่ารัก น่าสนใจ ประกอบแนวความคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดที่พีเซตของข้าวเจ็กเซยเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี ส่วนบรรจุภัณฑ์ขนมวอฟเฟิลเบลเยียมและไอศกรีมโฮมเมดจากข้าวเจ็กเซย และกล่องบรรจุภัณฑ์ ใช้ภาพประกอบของผลิตภัณฑ์อาหารชนิดนั้น ๆ มาเป็นตัวแทนสื่อสารถึงตัวผลิตภัณฑ์สินค้าด้านใน แสดงข้อความรายละเอียดผลิตภัณฑ์บนบรรจุภัณฑ์ ให้สร้างความเชื่อมั่นแก่สินค้าและช่วยส่งเสริมการขายให้กับผู้ซื้อได้ ลักษณะตัวอักษร/ข้อความ เป็นแบบคัดลอกมือหรือตัวเขียน แบบไม่มีหัว เน้นความเรียบง่าย ดูสบายตา ผ่อนคลาย ไม่ให้ดูเป็นทางการนัก ใช้แนวคิด (ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ์, 2537) ที่ว่า “บรรจุภัณฑ์” เป็นเครื่องบ่งชี้บอกผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้า ลักษณะวิธีการใช้แหล่งผลิตและเป็นตัวช่วยการเพิ่มยอดขาย ช่วยสร้างภาพพจน์และแสดงเอกลักษณ์สินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามดึงดูดใจ

5.2 สรุปผลรูปแบบการพัฒนางานออกแบบและการผลิตต้นแบบตราสินค้า บรรจุ

ภัณฑ์ข้าวและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ็กเซยเส้าไห้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี

เป็นการหาข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ โดยมีผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบช่วยพิจารณาหาความถูกต้อง เหมาะสมทางด้านการออกแบบๆ จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

- 1) ผศ.ดร.อาณัติ ศิริพิชญ์ตระกูล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- 2) ผศ.ดร.ยุวดี พรรารพวงศ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- 3) ผศ.ดร.เกษม มานะรุ่งวิทย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

**สรุปผลการพัฒนาและออกแบบตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ข้าวและผลิตภัณฑ์
แปรรูปจากข้าวเจ้าเชียงใหม่ อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี**

1) การออกแบบตราสินค้า “โคกนาคัย”



รูปที่ 1 การออกแบบตราสินค้า “โคกนาคัย”

ที่มา : มัทรนิ ปราโมทย์เมือง, อังคณา ภิรมย์สุข

**2) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดกึ่งฟเซตของข้าวเจ้าเชียงใหม่ (ข้าว GI)
จังหวัดสระบุรี สำหรับเทศกาลโอกาสพิเศษต่าง ๆ**



รูปที่ 2 บรรจุภัณฑ์ข้าวเจ้าเชียงใหม่ ขนาด 1,000 กรัม

ที่มา : มัทรนิ ปราโมทย์เมือง



รูปที่ 3 บรรจุภัณฑ์ข้าวรูปแบบดีสเพลย์ ขนาด 250 กรัม

ที่มา : มัทรนิ ปราโมทย์เมือง



รูปที่ 4 บรรจุภัณฑ์ข้าวเจ้าเชียงใหม่ ขนาด 250 กรัม
ที่มา : มัทรนิปราโมกย์เมือง

3. การออกแบบฉลากสินค้าของข้าวเจ้าเชียงใหม่ จังหวัดสระบุรี ขนาด 1,000 กรัม



รูปที่ 5 ฉลากสินค้าข้าวเจ้าเชียงใหม่
ที่มา : มัทรนิปราโมกย์เมือง, อังคณาภิรมย์สุข

4. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ไอศกรีมโฮมเมด (จากข้าวเจ้าเชียงใหม่)



รูปที่ 6 บรรจุภัณฑ์ไอศกรีมโฮมเมด
ที่มา : มัทรนิปราโมกย์เมือง



รูปที่ 7 ฉลากสินค้าไอศกรีมโฮมเมด
ที่มา : มัทรนิ ปราโมทย์เมือง

5. การออกแบบบรรจุภัณฑ์วaffle เบลเยี่ยม (จากข้าวเจ้าเชิงเส้าไห้)



รูปที่ 8 บรรจุภัณฑ์วaffle เบลเยี่ยม
ที่มา : มัทรนิ ปราโมทย์เมือง

5.3 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์ข้าวและ ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ้าเชิงเส้าไห้ จังหวัดสระบุรีของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 สรุปผลแบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์

ลำดับ ที่	เรื่อง	รายการ	ความถี่	ร้อยละ
1	เพศ	ชาย	24	34.28
		หญิง	46	65.72
		รวม	70	100.00
2	อายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	9	12.85
		21 - 30 ปี	17	24.28
		31 - 40 ปี	25	35.71
		41 - 50 ปี	10	14.28
		51 - 60 ปี	9	4.28
		60 ปีขึ้นไป	6	8.60
		รวม	70	100.00
3	ระดับ การศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	25	35.71
		ปริญญาตรี	36	51.42
		สูงกว่าปริญญาตรี	9	12.87
		รวม	70	100.00

4	อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	5	7.14
		ข้าราชการ	16	22.85
		เอกชน/รัฐวิสาหกิจ	11	15.71
		รับจ้างค้าขาย/ธุรกิจ	33	47.15
		ส่วนตัว		
		อื่น ๆ (ว่างงาน/ แม่บ้าน)	5	7.15
รวม			70	100.00
5	รายได้/เดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	10	14.28
		ระหว่าง 15,001- 25,000 บาท	14	20.0
		ระหว่าง 25,001- 35,000 บาท	30	42.85
		ระหว่าง 35,001- 45,000 บาท	7	10.0
		สูงกว่า 45,000 บาท	9	12.87
		ขึ้นไป		
รวม			70	100.00

จากตารางที่ 1 สถานภาพของกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 70 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 65.72) ระดับช่วงอายุ คือ ระหว่างอายุ 31 - 40 ปี (ร้อยละ 35.71) ระดับการศึกษา อันดับแรก คือ ปริญญาตรี (ร้อยละ 51.42) กลุ่มอาชีพ อันดับแรก คือ รับจ้าง/ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 47.15) และกลุ่มของผู้มีรายได้/เดือน อันดับแรก คือ ระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท (ร้อยละ 42.85)

ตารางที่ 2 สรุปผลแบบประเมินระดับความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์ข้าวและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ้าเชิงพาณิชย์ จังหวัดสระบุรี

รายการประเมินความพึงพอใจ (โดยภาพรวม)	$\bar{x}$	SD	ระดับ ความ สามารถ
1. ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์			
1.1 รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยภาพรวม มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์	4.20	0.71	มาก
1.2 บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมพอดี จำนวนผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายใน	4.08	0.71	มาก
1.3 วัสดุของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม	4.07	0.72	มาก
1.4 สามารถปกป้องคุ้มครองตัวผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	4.24	0.57	มาก
รวม	4.14	0.68	มาก
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์			
2.1 รูปแบบกราฟิกดูสวยงาม เหมาะสมกับการใช้งานโอกาสพิเศษได้ดีและช่วยเพิ่มมูลค่าสินค้า	4.15	0.73	มาก
2.2 เนื้อหารูปภาพ มีการแสดงอัตลักษณ์ข้าวเจ้าเชิงพาณิชย์และอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้เหมาะสม สอดคล้อง สวยงาม	4.12	0.65	มาก

2.3 รูปแบบตัวอักษร มีความสอดคล้อง อ่านง่าย เหมาะสมกับการใช้งาน	4.20	0.62	มาก
2.4 การแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ มีความ เหมาะสม ครบถ้วน	4.35	0.61	มาก
รวม	4.20	0.65	มาก
รวมทั้งสิ้น	4.17	0.66	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มตัวอย่างนั้น ทางด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โดยภาพรวม มีค่าเฉลี่ย 4.14 ความพึงพอใจระดับมาก ส่วนรายข้อที่มีคะแนนมากที่สุด คือ ข้อ 1.4 คือ สามารถปกป้องคุ้มครองตัวผลิตภัณฑ์ได้ดี ค่าเฉลี่ย 4.24 มีความพึงพอใจระดับมาก, ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์โดยรวม ค่าเฉลี่ย 4.20 มีความพึงพอใจระดับมาก ส่วนรายข้อที่มีคะแนนมากที่สุด คือ ข้อ 2.4 บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม ครบถ้วน ค่าเฉลี่ย 4.20 มีความพึงพอใจระดับมาก สภาพโดยรวม ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มตัวอย่าง ค่าเฉลี่ย 4.17 ความพึงพอใจอยู่ระดับมาก ที่จะสามารถช่วยยกระดับและเพิ่มมูลค่าให้แก่สินค้าของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ดี

7. บทสรุป

7.1 สรุปผลออกแบบตราสินค้า (Branding) เป็นการสื่อสารตัวตนขององค์กรไปยังลูกค้าหรือผู้คนที่ต่าง ๆ ให้เป็นที่รู้จัก ภายใต้ชื่อ “โคกนาศัย” ที่มีลักษณะรูปแบบผสมผสาน (Combination) เป็นการออกแบบที่ใช้ทั้งตัวอักษรและรูปภาพมาประยุกต์ใช้ร่วมกัน ได้แนวคิดและแรงบันดาลใจจากอัตลักษณ์ของท้องถิ่น ชุมชนหอนาโคกนาศัย อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี ได้แก่ กุ้งนา รวงข้าว ข้าวหอมและหมูป่าแตเรียล ที่เป็นสัญลักษณ์เชิงพื้นที่วิจัย เป็นการตัดทอนและลดทอนรูปแบบให้ดูเรียบง่ายและจดจำได้ง่าย ตัวอักษร คำว่า “โคกนาศัย” มีลักษณะแสดงความเป็นไทย เน้นความเรียบง่าย ไม่เป็นทางการ ใช้สีในการออกแบบคือ สีเหลืองทอง สื่อถึงรวงข้าวเจ๊กเซเฮาไห้ สีเขียว สื่อถึงทุ่งข้าว กุ้งนาแบบธรรมชาติของวิถีชีวิตชาวนา แสดงถึงอัตลักษณ์พื้นที่เพาะปลูกข้าว สอดคล้องกับศิริพรรณ ปีเตอร์. (2550).

7.2 สรุปผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเจ๊กเซเฮาไห้ แบ่งเป็น 2 ชุด ดังนี้

1) บรรจุภัณฑ์จากผลผลิตข้าวเจ๊กเซเฮาไห้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี ได้แก่ ชุดที่ฟิเซตบรรจุภัณฑ์ข้าวเจ๊กเซเฮาไห้, บรรจุภัณฑ์ข้าวเจ๊กเซเฮาไห้ ขนาด 1,000 กรัม และขนาด 250 กรัม โดยชุดที่ 1 ทำเป็นรูปแบบชุดที่ฟิเซต เพื่อการจำหน่ายและใช้ในโอกาสพิเศษต่าง ๆ อาทิ วันขึ้นปีใหม่ วันสงกรานต์ ฯลฯ ที่ต้องการให้สื่อสารถึงความเจริญงอกงาม ความอุดมสมบูรณ์ที่ผู้ให้มอบแก่ผู้รับสินค้าผลิตภัณฑ์และแยกการจำหน่ายตามท้องตลาดเป็นรายหน่วยทั่วไปในเชิงพาณิชย์ เน้นรูปแบบซื้อขายคล่อง โดยออกแบบลักษณะชุดกล่องบรรจุภัณฑ์,ฉลากสินค้า (label) และป้ายสินค้า (Tag) เป็นรูปแบบสุนทรียภาพ ของขนาดบรรจุ 1 กิโลกรัมและขนาด 250 กรัม เพื่อยืดระยะการเก็บถนอมอาหาร เก็บรักษาความสดใหม่ของข้าวได้ยาวนานขึ้น

2) บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ๊กเซเฮาไห้ ได้แก่ ไอศกรีมโฮมเมดและวaffleเบลเยียม โดยชุดที่ 2 เป็นลักษณะการจำหน่ายแบบซื้อมาขายไป จึงใช้ผลิตเป็นสายคาดและฉลากสินค้า ที่ใช้ต้นทุนในการผลิตต่ำ ราคาไม่แพงนัก ใช้การออกแบบกราฟิกและจัดวางองค์ประกอบเรื่องราวที่เน้นสีสัน ลวดลาย (Icon Pattern) จากวัตถุดิบหลักคือ ข้าวเจ๊กเซเฮาไห้และภาพผลิตภัณฑ์อาหารชนิดนั้น ๆ ที่สื่อสารถึงตัวผลิตภัณฑ์สินค้าด้านใน ร่วมกับอัตลักษณ์ในท้องถิ่นวิจัย มาจัดวางให้เกิดความสวยงาม เข้าใจได้ง่ายและเกิดการจดจำให้กับบรรจุภัณฑ์ใหม่

7.3 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์ข้าวและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ้าเชียงใหม่ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี

จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 70 คน พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์ฯ มีค่าเฉลี่ย 4.17 ภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก ซึ่งแยก 2 ด้านคือ 1) ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก และมีข้อ 1.4 คือ มีการปกป้องคุ้มครองของผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ย 4.24 ความพึงพอใจอยู่ระดับมาก 2) ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.20 และมีข้อ 2.4 มีการแสดงรายละเอียดข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ที่ชัดเจน เหมาะสม ครบถ้วนของข้อมูลการใช้งาน แสดงจุดเด่นและอัตลักษณ์ของพื้นที่ให้ผู้บริโภคทราบ มีค่าเฉลี่ย 4.35 ความพึงพอใจในระดับมาก

8. กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณประจำปี 2565 ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่เล็งเห็นความสำคัญและสนับสนุนงานวิจัยนี้ด้วยดี ขอขอบคุณหน่วยงานราชการในพื้นที่ (อบต.ม่วงงาม), ผู้นำชุมชน, ประชาชนในพื้นที่และกลุ่มหอชาวนาโคกนาฝายอำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี ที่ช่วยเหลือด้านต่าง ๆ ในการดำเนินงานวิจัยนี้

9. เอกสารอ้างอิง

- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2551). ประกาศโฆษณาการรับขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์. ปีที่ 4 เล่มที่ 1. กระทรวงพาณิชย์ : กรุงเทพมหานคร.
- ณธร อุไรรัตน์. (2559). การศึกษาเพื่อพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเจ้าเชียงใหม่ จังหวัดสระบุรี. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. (2537). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 5) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ : กรุงเทพมหานคร.
- นิรัช สุดสังข์. (2548). การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. โอเดียนสโตร์ : กรุงเทพมหานคร.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และ สมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). บรรจุภัณฑ์อาหาร. แพคเมทส์ : กรุงเทพมหานคร.
- ประชิด ทิณบุตร. (2530). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. โอเดียนสโตร์ : กรุงเทพมหานคร.
- มัทรี ปราโมทย์เมือง และ รุจิวรรณ อันสงคราม. (2565). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์โครงการพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์เกษตรอัตลักษณ์พื้นที่ เพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน : กลุ่มข้าวเจ้าเชียงใหม่ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี. กรุงเทพฯ ฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- มัทรี ปราโมทย์เมือง, ชานนท์ ต้นประวัติ และ กรณ์พงษ์ ทองศรี. (2562). การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี "กำฟ้า" สืบสานวัฒนธรรมไทยพวน จังหวัดลพบุรี. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก. 11(2) : 83-97.
- วรวงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. (2545). การออกแบบกราฟิก. ศิลปบรรณาการ : กรุงเทพมหานคร.
- ศิริพรรณ ปีเตอร์. (2550). เทคนิคการออกแบบตราสินค้าและจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า. เอกสารประกอบการสัมมนาเชิงปฏิบัติการ.
- องค์การบริหารส่วนตำบลม่วงงาม. (2564). แผนพัฒนาท้องถิ่น 2561-2565 เพิ่มเติมการแก้ไขเปลี่ยนแปลง ฉบับที่ 7. สืบค้น 1 มีนาคม 2565, จาก <http://www.moungngam.go.th>.