

การศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภค เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าโอท็อปจังหวัดยะลา The study of consumer perception toward YALA OTOP packaging design development

ขวัญรัตน์ จินดา

ภาควิชาออกแบบ วิทยาลัยเพาะช่าง, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

Khwanrat Chinda

Department of Design, Pohchang Academy of Arts,
Rajamangala University of Technology Rattanakosin

บทคัดย่อ

การศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคเพื่อนำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าโอท็อป ที่มีความสอดคล้องกับสินค้านั้นๆ รวมถึงตอบสนองต่อการนำเสนอรูปแบบและสร้างความดึงดูดใจต่อกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มีบทบาทต่อการส่งเสริมการตลาดและมีความสอดคล้องต่อพื้นที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลา การดำเนินงานสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อ ศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เน้นการออกแบบเพื่อความเป็นอัตลักษณ์เฉพาะของจังหวัดยะลา แล้วจึงศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภคเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ โดยเจาะจงสินค้าที่เลือกมาเป็นตัวอย่างในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ด้วยกัน 5 ชนิด แบ่งได้เป็น 4 ประเภท ได้แก่ 1) ทุเรียนกวน 2) กล้วยหินแปรรูปและทุเรียนทอดกรอบ 3) ผักลุ่มผสม และ 4) น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น ผลการศึกษาพบว่า ผังเมืองจังหวัดยะลา เป็นสิ่งที่คนรับรู้ถึงการสะท้อนลักษณะเฉพาะถิ่นและเป็นเอกลักษณ์ ของจังหวัดยะลาได้ดีที่สุด รองลงมาเป็นการใช้คำขวัญ สัญลักษณ์ประจำจังหวัด ที่สามารถสื่อความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะจังหวัดยะลาได้ อันเนื่องมาจากคนรับรู้และสามารถจดจำได้จากสื่อต่างๆ ในขณะที่ ปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์-พบว่ารูปแบบการบรรจุมีความหลากหลาย ตามความต้องการจากประโยชน์และขนาดบรรจุ ในส่วนวัสดุบรรจุภัณฑ์ นอกจากจะเพื่อการบรรจุสินค้าจำหน่ายแล้ว ยังจะมีส่วนส่งเสริมให้สามารถเก็บรักษาสินค้าให้คงคุณภาพได้จนถึงมือผู้บริโภคตามระยะเวลาที่สมควร ไม่เกิดความเสียหายใดๆ เป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อ และสามารถแสดงให้เห็นสินค้าด้านในได้

คำสำคัญ : การรับรู้, บรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป, จังหวัดยะลา, เอกลักษณ์ร่วม

Abstract

A study of consumer perception for packaging design for OTOP products. That is consistent with that product as well as responding to the presentation of forms and creating appeal to the target group that meets the needs of consumers. Play a role in marketing

promotion and consistent with the local identity of Yala province. The operations are in line with the research objectives for Study relevant factors for use as a guideline in packaging design. Emphasizing design for the uniqueness of Yala province and then study consumer perception in order to be a guideline for the development of packaging formats by specifying the selected product as an example in the design and development of 5 types of packaging which can be divided into 4 categories which are 1. Durian Kuan 2. Processed Banana and Crispy Durian 3. Veil and 4. Cold pressed coconut oil. The study found that Town plan in Yala province Is what people perceive to reflect their unique and unique characteristics. Of Yala province best Followed by the slogan Provincial Symbols Which can communicate the uniqueness of Yala province Due to people who know and can remember from various media. The study found that Town plan in Yala province Is what people perceive to reflect their unique and unique characteristics. Of Yala province best Followed by the slogan Provincial Symbols Which can communicate the uniqueness of Yala province Due to people who know and can remember from various media. While the factors in packaging design - found that the form of packaging is diverse According to the needs from the benefits and the packing size as for the packaging materials, in addition to packaging the products for sale Will also contribute to maintain the product quality to the consumer in a timely manner Without any damage Creating confidence for buyers and can show the products inside

Keywords: perception, OTOP product packaging, Yala province, collective identity

บทนำ

ยะลา เป็นจังหวัดชายแดนภาคใต้ มีอำเภอเบตงเป็นอำเภอที่อยู่ใต้สุดของประเทศไทย เป็นเมืองใหญ่ วางผังเมืองไว้อย่างดี ถนนหนทางกว้างขวาง มีสถานที่น่าเที่ยวชมมากมายทั้งธรรมชาติและวัฒนธรรม มีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นป่าเขา จึงมีฝนตกชุกมากถึงปีละประมาณ 9 เดือน มีแม่น้ำที่สำคัญคือ แม่น้ำปัตตานีซึ่งเป็นต้นน้ำ เกิดจากป่าเขาในจังหวัดยะลา สำหรับในตัวอำเภอเมืองเองนั้นมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจอยู่หลายแหล่ง ในขณะที่อำเภอรอบนอกก็ยังมีแหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีความงดงามตามธรรมชาติอีกมาก มีการส่งเสริมทั้งการท่องเที่ยว ในขณะที่สินค้าที่ผลิตและขายที่มีอยู่เดิมนั้น ตัวสินค้าก็มีคุณภาพ และมีการส่งเสริมเพื่อเข้ารับการคัดสรรเป็นสินค้าโอท็อปด้วยเช่นกัน สินค้าเหล่านี้ล้วนแล้วแต่เป็นสินค้าที่น่าสนใจ มีความเหมาะสมและส่งเสริมความเป็นสินค้าในท้องถิ่นทั้งสิ้น ในขณะเดียวกันสินค้านี้ดังกล่าวดังกล่าวอาทิเช่น กล้วยหินแปรรูป ทุเรียนกวน กระเป๋าดำบาติก เป็นต้น ก็ได้มีการผลิตกันแต่เฉพาะในจังหวัดยะลา ยังมีการผลิตและส่งเสริมให้เป็นสินค้าของชุมชนอื่นๆ ด้วยเช่นกัน ดังเช่น ทุเรียนกวนของจังหวัดนราธิวาส ทุเรียนกวนของจังหวัดระยอง หรือน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น สวนจากชุมพร เป็นต้น จึงเป็นปัจจัยหนึ่งที่ควรมีการส่งเสริมและพัฒนาเพื่อให้สินค้ามีเอกลักษณ์และมีรูปแบบที่ตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความดึงดูดใจต่อกลุ่มเป้าหมายโดยอาศัยบรรจุภัณฑ์ช่วยในการสื่อสารและแสดงตัวตนของสินค้าให้ผู้บริโภคได้รับรู้ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันของสินค้านั้นๆ ยังมีได้แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลาอย่างชัดเจน ที่ผ่านมา Rocchi & Stefan (2005)

ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ทางทัศนภาพและกระบวนการตัดสินใจซื้อ ที่กล่าวถึงว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดและสะท้อนถึงคุณภาพของสินค้าที่ก่อให้เกิดการซื้อได้ นอกจากนี้ยังมีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ 4 อย่าง ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกตราสินค้าของผลิตภัณฑ์อาหารได้แก่ สี รูปร่าง ข้อมูลสินค้า และ technology image (Silayoi & Speece, 2004) การวิจัยข้างต้นเป็นงานวิจัยที่ศึกษากับสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป ซึ่งให้เห็นว่าสิ่งเร้าที่ปรากฏอยู่บนบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันสามารถก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันได้

งานวิจัยที่ผ่านมา ยังพบว่ามีการศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก ที่ควรสื่อถึง สถานที่ท่องเที่ยวทางศาสนา วัด วิหาร อุทยานแห่งชาติ โบราณสถานทางประวัติศาสตร์ เทศกาลงานประเพณี การแต่งกาย คำขวัญ และสินค้าพื้นเมือง (ทินวงษ์ และธัญญธร, 2556) ในขณะเดียวกันก็มีงานวิจัยที่สนใจศึกษาข้อมูลเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และความต้องการบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคที่เป็นตัวกำหนดรูปแบบที่ใช้ในการออกแบบ โดยสรุป พบว่า สี รูปแบบบรรจุภัณฑ์ และวัสดุ มีผลต่อการออกแบบ (อังกาบบุญสูง, 2556) การวิจัยนี้มุ่งศึกษาการออกแบบที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงอัตลักษณ์เฉพาะถิ่น โดยใช้จุดเด่นด้านภูมิประเทศ ภูมิทัศน์ ภูมิปัญญาไทยทั้งด้านสถาปัตยกรรม งานฝีมือ ศิลปหัตถกรรม และทรัพยากรธรรมชาติ เป็นพื้นฐานในการออกแบบ สามารถสร้างความเฉพาะตัวได้ เนื่องจากภูมิปัญญาเฉพาะถิ่น และสภาพแวดล้อมย่อมมีความแตกต่างกันตามบริบทที่มีในพื้นที่นั้นๆ การศึกษาลักษณะเฉพาะดังกล่าวที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและที่แฝงอยู่ในการสร้างสรรค์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นด้วยเหตุผลของการดำเนินชีวิต ลักษณะวิถีชีวิต สภาพเศรษฐกิจ สังคม ที่ผู้วิจัยได้กำหนดหมวดหมู่ของเอกลักษณ์ที่ได้จากการจัดกลุ่มภายหลังการรวบรวมข้อมูลและภาพถ่ายของสิ่งต่างๆ ที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์จากการลงสำรวจในพื้นที่ที่ศึกษา สามารถแบ่งออกเป็น 7 หมวด ได้แก่ สถาปัตยกรรม ศิลปหัตถกรรมพื้นถิ่น ประติมากรรม จิตรกรรม ภาพพิมพ์ วัฒนธรรมประวัติศาสตร์ ภูมิประเทศ ภูมิทัศน์ ผังเมือง แหล่งท่องเที่ยว และ Landmark ดอกไม้ พันธุ์พืช สัตว์ป่า ชาวป่าและคาชวัญ สัญลักษณ์ประจำจังหวัด เพื่อนำมาใช้เป็นเอกลักษณ์ของสินค้าที่ขึ้นชื่อเป็นสินค้าโอท็อป ของจังหวัดยะลา ให้เกิดความดึงดูดใจและสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าเป็นที่จดจำและสามารถแสดงตนเป็นสินค้าของท้องถิ่นได้อย่างสมบูรณ์ขึ้น สรุปสาระสำคัญของลักษณะเฉพาะถิ่นทั้งจากการศึกษาภาคเอกสารและการลงพื้นที่สำรวจข้อมูล ที่นำมาใช้ในการศึกษาครั้งนี้ทั้ง 7 หมวด ได้แก่

หมวดที่ 1 สถาปัตยกรรม ที่พบในจังหวัดยะลาที่โดดเด่นและมีความเป็นลักษณะเฉพาะหรือดั้งเดิม ประกอบด้วย หลักเมืองยะลา ที่ว่าการอำเภอเบตง (เดิม) พิพิธภัณฑสถาน หอนาฬิกา-เบตง และบ้านไทยพื้นถิ่น

หมวดที่ 2 หัตถกรรม ที่พบในจังหวัดยะลาที่โดดเด่นและมีความเป็นลักษณะเฉพาะหรือดั้งเดิม ประกอบด้วย กริช กรงนกกรงหัวจุก ผ้าบาติก หริชาโก ตะกร้าสาน และกรงนกเขา

หมวดที่ 3 ภูมิประเทศ ผังเมือง และ Landmark ที่พบในจังหวัดยะลาที่โดดเด่นและมีความเป็นลักษณะเฉพาะหรือดั้งเดิม ประกอบด้วย ทะเลสาบฮาลา-บาลา ผังเมืองยะลา ตู้ไปรษณีย์เบตง บ่อน้ำพุร้อนนกนางแอ่นเกาะสายไฟ ด้านเบตง

หมวดที่ 4 วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีความเป็นลักษณะเฉพาะหรือดั้งเดิม ประกอบด้วย อุโมงค์ปิยมิตร หมู่บ้านจุฬาภรณ์พัฒนา อุโมงค์เบตง มัสยิด วัดไทย และวัดจีน

หมวดที่ 5 ประติมากรรม จิตรกรรม ที่โดดเด่นและมีความเป็นลักษณะเฉพาะหรือดั้งเดิม ประกอบด้วย จิตรกรรมฝาผนังถ้ำศิลป์ ยักษ์วัดถ้ำ และพระนอนวัดคูหาภิมุข (วัดถ้ำ)

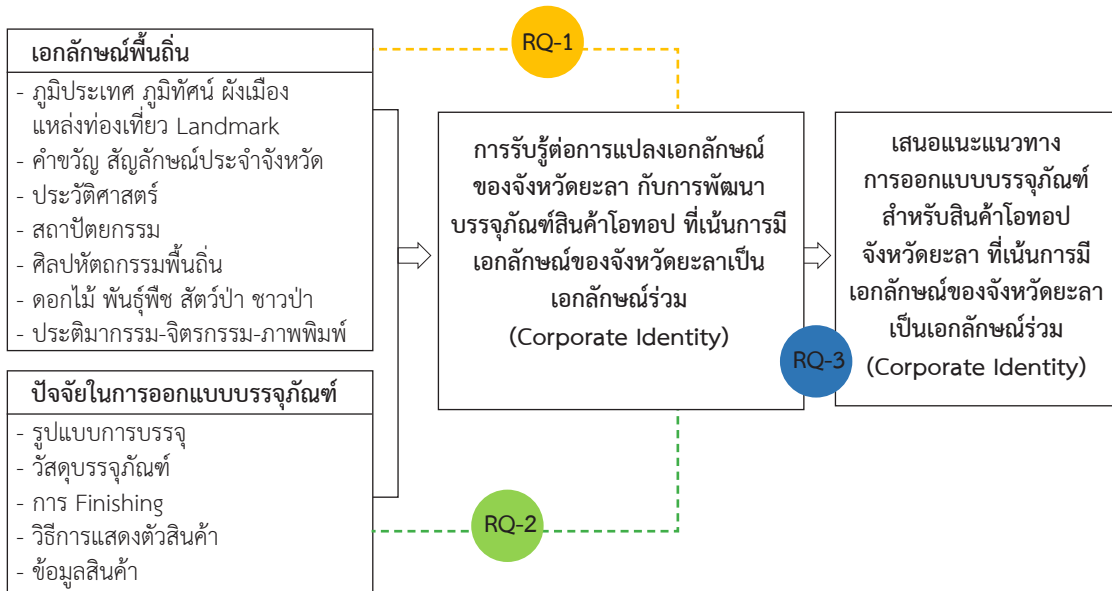
หมวดที่ 6 คำขวัญ สัญลักษณ์ประจำจังหวัด คือ ใต้สุดสยาม เมืองงามชายแดน และคำขวัญประจำอำเภอเบตง คือ เมืองในหมอก ดอกไม้งาม ใต้สุดสยาม เมืองงามชายแดน และมีตราสัญลักษณ์ประจำจังหวัด

หมวดที่ 7 ดอกไม้ พันธุ์พืช สัตว์ป่า ชาวพื้นถิ่น ประกอบด้วย ใบไม้สีทอง ดอกประดู่ ทุเรียน สะตอ ชากไถ ปลามังกร นกเงือก นกเขาขาว นกกรงหัวจุก

ดังนั้นการวิจัยในครั้งนี้จึงเป็นการศึกษาเกี่ยวกับลักษณะพื้นถิ่น เอกลักษณ์และวัฒนธรรม ชีตความสามารถของชุมชนในการผลิตสินค้าโอท็อป เฉพาะประเภท ตลอดจนคุณลักษณะของสินค้า เพื่อใช้ความรู้ที่ได้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าโอท็อป ที่มีความสอดคล้องกับสินค้านั้นๆ รวมถึงตอบสนองต่อการนำเสนอรูปแบบและสร้างความดึงดูดใจต่อกลุ่มเป้าหมายที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค มีบทบาทต่อการส่งเสริมการตลาดและมีความสอดคล้องต่อพื้นถิ่นเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลา สรุปรอบแนวคิดในการวิจัยได้ในภาพที่ 1 และผลลัพธ์จากการวิจัยนี้จะได้นำมาใช้ในการเสนอแนะแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าโอท็อป จังหวัดยะลา ที่เน้นการมีเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลาเป็นเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity)

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาการรับรู้การสะท้อนของเอกลักษณ์พื้นถิ่นจังหวัดยะลาเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป จังหวัดยะลา
2. ศึกษาการรับรู้ปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป จังหวัดยะลา
3. เสนอแนะแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าโอท็อป จังหวัดยะลา ที่เน้นการมีเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลาเป็นเอกลักษณ์ร่วม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

คำถามการวิจัย

1. คำถามการวิจัยข้อที่ 1 เอกลักษณะพื้นถิ่นของจังหวัดยะลาสะท้อนอยู่ในสิ่งต่างๆ ไต่บ้าง (RQ-1)
2. คำถามการวิจัยข้อที่ 2 กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการลักษณะปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อย่างไร (RQ-2)
3. คำถามการวิจัยข้อที่ 3 แนวทางการออกแบบและตัวอย่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าโอท็อป จังหวัดยะลา ที่เน้นการมีเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลาเป็นเอกลักษณ์ร่วมเป็นอย่างไร (RQ-3)

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาการรับรู้ของผู้บริโภค เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าโอท็อป จังหวัดยะลา เป็นการดำเนินการศึกษาภายใต้บริบทเฉพาะ มีการจัดการในการศึกษาโดยการใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลที่สามารถใช้สถิติในการทดสอบเพื่อหาคำตอบที่ต้องการได้ ดังนั้นการวิจัยนี้จึงเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ รูปแบบประเภทการทดลอง ผู้วิจัยใช้การเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการให้กลุ่มตัวอย่างคุณภาพจำลอง เอกลักษณะเฉพาะถิ่น และปัจจัยการออกแบบต่างๆ แล้วตอบแบบสอบถามเพื่อวัดระดับการรับรู้ แบ่งการดำเนินงานเป็น 2 ขั้นตอน เพื่อตอบคำถามการวิจัย 3 ข้อ มีรายละเอียดดังนี้

การดำเนินงานขั้นตอนที่ 1 เพื่อตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 และข้อ 2 เอกลักษณะพื้นถิ่นของจังหวัดยะลาสะท้อนอยู่ในสิ่งต่างๆ ไต่บ้าง (RQ-1) และ กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการลักษณะปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อย่างไร (RQ-2) โดยใช้แนวทางการศึกษาข้อมูลทั้งแบบปฐมภูมิ และทุติยภูมิ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเอกลักษณ์พื้นถิ่นยะลา จากการทบทวนวรรณกรรม และลงพื้นที่สำรวจข้อมูล และปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จากการทบทวนวรรณกรรม แล้วสรุปเป็นแบบสอบถามเพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิจัยต่อไป

เครื่องมือในการดำเนินงาน ได้แก่แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิลำเนา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เพื่อศึกษาการรับรู้ของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการสะท้อนอัตลักษณ์ของจังหวัดยะลา โดยเป็นแบบสอบถามที่มีรูปภาพลักษณะเฉพาะถิ่น ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับสิ่งที่ผู้ตอบเห็นว่าโดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลา ถ้าโดดเด่นมากที่สุดเป็นลำดับแรก ให้ระบุเลข 1 (เป็นลำดับที่ 1) และเรียงลำดับตัวเลขไปจนถึงระดับที่สนใจน้อยที่สุดในแต่ละกลุ่ม

ส่วนที่ 3 เพื่อศึกษาความต้องการลักษณะปัจจัยที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยระบุคะแนน 3 หมายถึง เหมาะสมมากที่สุด

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง : การวิจัยในครั้งนี้ได้เจาะจงเลือกพื้นที่ จังหวัดยะลา โดยเลือกศึกษาข้อมูลจากนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่มาท่องเที่ยวและซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อป ที่อยู่ในพื้นที่ที่ศึกษา และลงสำรวจพื้นที่จริง โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ Systematic random sampling จำนวน 150 คน

สถานที่เก็บข้อมูล : จังหวัดยะลา

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามมาคำนวณค่าทางสถิติ เพื่อสรุปข้อมูลค่าเฉลี่ยอันดับของสิ่งที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลา (Mean) และค่าคะแนนรวมความต้องการปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การดำเนินงานขั้นตอนที่ 2 เพื่อตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 3 แนวทางการออกแบบและตัวอย่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าโอท็อป จังหวัดยะลา ที่เน้นการมีเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลาเป็นเอกลักษณ์ร่วมเป็นอย่างไร (RQ-3)

เครื่องมือในการดำเนินงาน ได้แก่แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เพื่อศึกษาลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิลำเนา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นต้น

ส่วนที่ 2 เพื่อศึกษาการรับรู้ต่อการแปลงเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลา กับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป ที่เน้นการมีเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลาเป็นเอกลักษณ์ร่วม โดยใช้แบบสอบถามความคิดเห็น แบบมาตราประมาณค่า เกี่ยวกับการนำเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลามายใช้กับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป ประกอบภาพ รูปแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากการพัฒนาเพื่อนำเสนอการแสดงผลเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลาลงในบรรจุภัณฑ์ มีระดับการวัด 5 ค่าระดับ ตามหลักการวัดของลิเคทสเกล

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง : การวิจัยในครั้งนี้ได้เจาะจงเลือกพื้นที่ จังหวัดยะลา โดยเลือกศึกษาข้อมูลจากนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่มาท่องเที่ยวและซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าโอท็อป ที่อยู่ในพื้นที่ที่ศึกษา และลงสำรวจพื้นที่จริง โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเป็นระบบ Systematic random sampling จำนวน 150 คน

สถานที่เก็บข้อมูล : จังหวัดยะลา

การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามมาคำนวณค่าทางสถิติ เพื่อสรุปข้อมูลค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลามายใช้กับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป (Mean)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแบ่งเป็น 3 ส่วน ตามคำถามการวิจัย (ดังภาพที่ 1) ได้แก่

คำถามการวิจัยข้อที่ 1 เอกลักษณ์พื้นถิ่นของจังหวัดยะลาสะท้อนอยู่ในสิ่งต่างๆ ไบบ้าง (RQ-1)

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยอันดับของสิ่งที่สะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลา (Mean) พบว่า พบว่า เอกลักษณ์ในหมวดภูมิประเทศ ภูมิทัศน์ ผังเมือง แหล่งท่องเที่ยวและ Landmark โดยมีผังเมือง จังหวัดยะลา เป็นสิ่งที่คนรับรู้ถึงการสะท้อนลักษณะเฉพาะถิ่นและเป็นเอกลักษณ์ ของจังหวัดยะลาได้ดีที่สุด รองลงมาเป็นการใช้คำขวัญ สัญลักษณ์ประจำจังหวัด ที่สามารถสื่อความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะจังหวัดยะลาได้ สามารถเรียงลำดับหมวดหมู่ตามการแสดงเอกลักษณ์ได้ดีที่สุด 3 ลำดับแรกคือ เอกลักษณ์ในหมวดภูมิประเทศ ผังเมือง และ Landmark ลำดับที่สองคือ คำขวัญ สัญลักษณ์ประจำจังหวัด และเอกลักษณ์ในหมวดวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยวเป็นลำดับที่สาม ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยอันดับการรับรู้เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของจังหวัดยะลา

ประเด็น	ค่าเฉลี่ยอันดับ
(1) ภูมิประเทศ ภูมิทัศน์ ผังเมือง แหล่งท่องเที่ยวและ Landmark	2.79
(2) คาขวัญ สัญลักษณ์ประจำจังหวัด	3.45
(3) วัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และแหล่งท่องเที่ยว	3.85
(4) สถาปัตยกรรม	4.14
(5) ศิลปหัตถกรรมพื้นถิ่น	4.22
(6) ดอกไม้ พันธุ์พืช สัตว์ป่า ชาวป่า	4.65
(7) ประติมากรรม-จิตรกรรม-ภาพพิมพ์	4.76

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยเป็นค่าเฉลี่ยของอันดับที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ว่าเป็นสิ่งที่สะท้อนลักษณะเฉพาะถิ่นและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลา ดังนั้น ค่าเฉลี่ยอันดับที่น้อยที่สุดจึงเป็นลำดับแรกสุดที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้การสะท้อนลักษณะเฉพาะถิ่นดังกล่าว (เป็นการให้คะแนนเรียงตามลำดับจาก 1 ถึง 7 ดังนั้นค่าเฉลี่ยอันดับแรก จะเป็นค่าเฉลี่ยที่ใกล้ 1 มากที่สุด)

คำถามการวิจัยข้อที่ 2 กลุ่มเป้าหมายมีความต้องการลักษณะปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อย่างไร (RQ-2)

ผลการวิเคราะห์ค่าคะแนนรวมความต้องการปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า ความต้องการลักษณะของบรรจุภัณฑ์ในด้านโครงสร้างจะมีลักษณะที่แตกต่างกันตามลักษณะของสินค้า อาทิเช่น วัสดุพลาสติกเหมาะสมกับทุเรียนกวน ผ้าคลุมผม และน้ำมันมะพร้าว วัสดุกระดาษ (ไม่เคลือบ) เป็นวัสดุที่ไม่เหมาะสมมากที่สุด อาจใช้กับผ้าคลุมผมได้ แต่หากวัสดุกระดาษมีการเคลือบแล้วนั้นก็ยังสามารถนำมาใช้กับสินค้าได้หลากหลายชิ้น ส่วนในด้านกราฟิกมีความต้องการในทิศทางเดียวกัน โดยเน้นให้เห็นสินค้าด้านใน หรือติด Tag ในการให้ข้อมูลสินค้า การ Finishing ด้วยการติดสติ๊กเกอร์ มีความเหมาะสมกับสินค้าทุกประเภท การปั๊มูนและพิมพ์ทอง UV ไม่เป็นที่ต้องการเท่าใดสำหรับสินค้าทุกประเภท ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงคะแนนความต้องการปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์

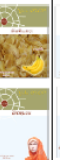
ประเด็นปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์	ทุเรียนกวน	กล้วยหินแปรรูปและทุเรียนทอดกรอบ	ผ้าคลุมผม	น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น
วัสดุบรรจุภัณฑ์				
พลาสติก	3	2	3	3
กระดาษ	1	1	2	1
ฟอยล์	3	2	1	1
กระดาษเคลือบ	2	2	2	1

ตารางที่ 2 แสดงคะแนนความต้องการปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ต่อ)

ประเด็นปัจจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์	ทุเรียนกวน	กล้วยหินแปรรูปและทุเรียนทอดกรอบ	ผ้าคลุมผม	น้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น
รูปแบบการบรรจุภัณฑ์				
ห่อ	2	3	2	1
กล่อง	2	2	2	1
ถุง	2	3	2	2
ขวด	2	1	1	3
ซอง	2	1	2	1
การ Finishing				
ติดสติ๊กเกอร์	3	3	3	3
เคลือบผิวมัน-ด้าน	2	2	2	2
ปั๊มูน	1	1	1	1
พิมพ์ทอง - UV	1	1	1	1
การแสดงตัวสินค้าและการให้ข้อมูล				
เจาะช่อง เห็นของจริง	3	2	3	3
รูปภาพ	1	2	1	1
ติด Tag	2	2	2	2

คำถามการวิจัยข้อที่ 3 แนวทางการออกแบบและตัวอย่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าโอท็อปจังหวัดยะลา ที่เน้นการมีเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลาเป็นเอกลักษณ์ร่วมเป็นอย่างไร (RQ-3)

ผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลามาใช้กับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป (Mean) พบว่า คะแนนเฉลี่ยรวมรูปแบบกราฟิกแบบที่ 3 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็นรูปแบบกราฟิกที่ 4 และรูปแบบกราฟิกที่ 6 ตามลำดับ หากพิจารณาแยกตามประเด็นจะพบว่า ทุกๆ ประเด็น ได้แก่ ความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ในภาพรวม การสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของจังหวัดยะลาที่ปรากฏในบรรจุภัณฑ์ การแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลาร่วมกันของสินค้าชนิดต่างๆ ที่ปรากฏในบรรจุภัณฑ์ การแสดงเอกลักษณ์ของแต่ละกลุ่มสินค้า และการสร้างคุณค่าให้กับสินค้ามีคะแนนเฉลี่ย สูงสุด 3 ลำดับแรกเช่นเดียวกับคะแนนเฉลี่ยรวม ดังแสดงรายละเอียดในภาพที่ 2

ประเด็น	ค่าเฉลี่ย	SD.	ค่าเฉลี่ย	SD.	ค่าเฉลี่ย	SD.	ค่าเฉลี่ย	SD.	ค่าเฉลี่ย	SD.	ค่าเฉลี่ย	SD.
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5		รูปแบบที่ 6	
												
ความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ในภาพรวม	3.58	.71	3.88	.92	4.17	.72	3.87	.71	3.52	.94	3.76	.97
การสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของจังหวัดยะลาที่ปรากฏในบรรจุภัณฑ์	3.17	.88	3.70	.77	4.41	.71	4.25	.77	3.35	.70	3.82	.88
การแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลาร่วมกันของสินค้าชนิดต่างๆที่ปรากฏในบรรจุภัณฑ์	3.35	.78	3.58	.93	4.35	.70	4.12	.71	3.52	.87	3.88	.78
การแสดงเอกลักษณ์ของแต่ละกลุ่มสินค้า เช่น กลุ่มทุเรียนทอดกรอบ, กลุ่มกล้วยหินแปรรูป เป็นต้น	3.58	.87	3.52	.94	4.29	.68	3.93	.77	3.52	.79	3.76	.83
การสร้างคุณค่าให้กับสินค้า	3.58	.87	3.82	.88	4.11	.69	4.12	.71	3.70	.84	4.00	.79
รวม	3.45		3.70		4.27		4.06		3.52		3.84	
อันดับที่	6		4		1		2		5		3	

หมายเหตุ: ค่าเฉลี่ยเป็นค่าเฉลี่ยของความคิดเห็นและความพึงพอใจที่กลุ่มตัวอย่างรับรู้ต่อบรรจุภัณฑ์ที่ได้จากการออกแบบ ดังนั้น ค่าเฉลี่ยที่มากที่สุดจึงเป็นลำดับแรกสุดที่กลุ่มตัวอย่างพึงพอใจมากที่สุด (เป็นการให้ค่าคะแนนแบบ Rating scale โดย 1 หมายถึง ความคิดเห็นและความพึงพอใจน้อยที่สุด ถึง 5 หมายถึง ความคิดเห็นและความพึงพอใจมากที่สุด)

ภาพที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยความคิดเห็นเกี่ยวกับการนำเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลาไปใช้กับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป

ผลสรุป อภิปราย และเสนอแนะ

รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับคุณลักษณะของสินค้า มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น จะสามารถก่อให้เกิดความดึงดูดต่อกลุ่มเป้าหมายได้ โดยการวิจัยฉบับนี้ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าโอท็อป ประกอบด้วย การศึกษาลักษณะพื้นถิ่น เอกลักษณ์ และวัฒนธรรม ที่ปรากฏอยู่โดยทั่วไปทั้งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติและที่แฝงอยู่ในการสร้างสรรค์ของมนุษย์ และองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์เพื่อนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อการนำเสนอรูปแบบและสร้างความดึงดูดต่อกลุ่มเป้าหมาย สามารถสรุปปัจจัยเหล่านี้ได้แก่

เอกลักษณ์ในหมวดภูมิประเทศ ภูมิทัศน์ ผังเมือง แหล่งท่องเที่ยวและ Landmark โดยมีผังเมืองจังหวัดยะลา เป็นสิ่งที่คนรับรู้ถึงการสะท้อนลักษณะเฉพาะถิ่นและเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลาได้ดีที่สุด รองลงมาเป็นการใช้คำขวัญ สัญลักษณ์ประจำจังหวัด ที่สามารถสื่อความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะจังหวัดยะลาได้ อันเนื่องมาจากคนรับรู้และสามารถจดจำได้จากสื่อต่างๆ ในขณะที่ลักษณะทางสถาปัตยกรรม งานศิลปหัตถกรรม และดอกไม้ พันธุ์พืช สัตว์ป่า ชาวปากกลบไม่สามารถสะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นได้อย่างชัดเจน อันเนื่องมาจากลักษณะเช่นนี้ถึงแม้ว่าจะสามารถพบได้มากในพื้นที่จังหวัดยะลา แต่ก็ยังมีความใกล้เคียงหรือ มีอยู่ในจังหวัดอื่นๆ ด้วยเช่นกัน ดังนั้นการเสนอแนะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เน้นการมีเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลาเป็นเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity) ของทุกๆสินค้าจึงนำรูปผังเมืองมาใช้เป็นตัวแทนการสื่อเอกลักษณ์

ความต้องการลักษณะของบรรจุภัณฑ์ในด้านโครงสร้างจะมีลักษณะที่แตกต่างกันตามลักษณะของสินค้า อาทิเช่น วัสดุพลาสติกเหมาะสมกับทุเรียนกวน ฝาคูลมพม และน้ำมันมะพร้าว ส่วนในด้านกราฟิกมีความต้องการในทิศทางเดียวกัน โดยเน้นให้เห็นสินค้าด้านใน หรือติดTag ในการให้ข้อมูลสินค้า และการ Finishing ด้วยการติดสติ๊กเกอร์ มีความเหมาะสมกับสินค้าทุกประเภท และการปั๊มูนและพิมพ์ทอง UV ค่อนข้างมีราคาสูงจึงเป็นวิธีการที่ต้องการอยู่ในระดับน้อยทุกประเภทสินค้า

สรุปตัวอย่างการเสนอแนะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าและมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และสร้างความดึงดูดต่อกลุ่มเป้าหมาย ของผลิตภัณฑ์ประเภท ทุเรียนกวน กล้วยหินแปรรูปและทุเรียนทอดกรอบ ฝาคูลมพม และน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น ที่เน้นการมีเอกลักษณ์ของจังหวัดยะลาเป็นเอกลักษณ์ร่วม (Corporate Identity) ของทุกๆ สินค้า ด้วยแบบจำลองบรรจุภัณฑ์ของสินค้า ดังนี้



ภาพที่ 3 แบบจำลองบรรจุภัณฑ์ โอท็อป ประเภททุเรียนกวน



ภาพที่ 4 แบบจำลองบรรจุภัณฑ์ โอท็อป ประเภทกล้วยหินแปรรูปและทุเรียนทอดกรอบ



ภาพที่ 5 แบบจำลองบรรจุภัณฑ์โอท็อป
ประเภทผ้าคลุมผม



ภาพที่ 6 แบบจำลองบรรจุภัณฑ์โอท็อป
ประเภทน้ำมันมะพร้าวสกัดเย็น

คำขอบคุณ

การวิจัยนี้ดำเนินงานโดยงบประมาณสนับสนุนจากสำนักงานจังหวัดยะลา งบประมาณรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2556 แผนงานบริหารจังหวัดและกลุ่มจังหวัด ค่าใช้จ่ายในการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการ

เอกสารอ้างอิง

- Rocchi, Benedetto, and Gianluca Stefani. (2005). Consumers' Perception of Wine Packaging: A Case Study. *International Journal of Wine Marketing*, 18 (1): 33-44
- Silayoi, Pinya, and Mark Speece. (2004). *Packaging and Purchase Decisions. British Food Journal*, 106 (8): 607-28.

กองข่าวสารท่องเที่ยว ททท.นราธิวาส. (2552). *ยะลา.นราธิวาส: กองผลิตอุปกรณ์เผยแพร่ ฝ่ายบริการการตลาด*. นราธิวาส.

คณะกรรมการบริหารงานจังหวัดแบบบูรณาการจังหวัดยะลา. (2555). *แผนพัฒนาจังหวัดยะลา 4 ปี (พ.ศ. 2557-2560)*. ยะลา.

งานประชาสัมพันธ์ กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลเบตง. *ชมเมือง..เล่าเรื่องเบตง*. ยะลา

งานประชาสัมพันธ์ กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลเบตง. (2546). *รายงานกิจการ เทศบาล ตำบลเบตง 2543-2546*. ยะลา.

งานประชาสัมพันธ์ กองวิชาการและแผนงาน เทศบาลเบตง. (2549). *สัมผัสเบตง*. ยะลา

ทินวงษ์ รักอิสสระกุล และธัญญธร อินทร์ท่าฉาง. (2556). “การศึกษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นประจำภาคเหนือตอนล่าง เพื่อการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ของที่ระลึก” *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร ฉบับภาษาไทย*. ปีที่ 33(1): 93-110.

สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. (2555). “ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์” *พิมพ์ครั้งที่ 15*. กรุงเทพฯ: ห้างหุ้นส่วนจำกัดสามลดา

อังกาบ บุญสูง. (2556). “การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง อำเภอท่าปาก จังหวัดอุดรธานี” *วารสารวิชาการคณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*. ปีที่ 6(1): 85-97.

ผู้เขียน

ดร.ขวัญรัตน์ จินดา

500 ซอย 16 ถนนเจริญรัตน์ แขวงคลองตันใต้ เขตคลองสาน กรุงเทพฯ 10600

e-mail : khwanrat.ch@rmutr.ac.th