

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพนงาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว
ตำบลโพนงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี

The Development Packaging of The Rice Phon Ngam Glutinous Large Agricultural
Land Plot Community Enterprise Group, Phon Ngam Subdistrict, Nong Han District,
Udon Thani Province

อรรณพ ต.ศรีวงษ์^{1*}

Annop T.Srivong^{1*}

*Corresponding author, e-mail: annop.ts@ssru.ac.th

Received: July 18th, 2022; Revised: February 18th, 2023.; Accepted: February 23rd, 2023

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพนงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี และ 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพนงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างใช้วิธีเลือกแบบเจาะจง ได้แก่ กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 10 คน และกลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงาม จำนวน 50 คน รวม 60 คน การเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามการวิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีทางสถิติ สถิติที่ใช้ได้แก่การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า บรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงาม เป็นกล่องที่มีลักษณะเป็นกล่องสี่เหลี่ยม สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้ 1 กิโลกรัม มีตราสินค้าและป้ายฉลากแสดงรายละเอียดต่างๆ ผลการศึกษา ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพนงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี พบว่า ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ภาพรวม มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้าให้ความสำคัญกับสามารถหยิบจับได้สะดวก ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยลูกค้าให้ความสำคัญกับรูปภาพ ลวดลายที่ตกแต่ง มีความเหมาะสม

คำสำคัญ: การพัฒนา บรรจุภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพนงาม

¹ อาจารย์ประจำสาขาการจัดการการค้า ศูนย์การศึกษาจังหวัดอุดรธานี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

Lecturer in Trade Management Program of Udon Thani Provincial Education Center Suansunandha Rajabhat University

Abstract

The research aimed 1. to develop Phon Ngam glutinous rice packaging, the Large Agricultural Land Plot Community Enterprise Group, Phon Ngam Sub-district, Nong Han District, Udon Thani Province and 2. study the satisfaction of Phon Ngam glutinous rice packaging, the Queen Ngam Large Agricultural Land Plot Community Enterprise Group, Phon Ngam Sub-district, Nong Han District Udon Thani Province. The sample used a purposive sampling including a group of community enterprise members of 10 people and a group of buyers of Phon Ngam sticky rice products of totaling 60 people. Data collection using questionnaires, data analysis using statistical methods. The statistics used were frequency distribution, percentage, mean, standard deviation. The results of the research revealed that Phon Ngam glutinous rice packaging It is a solid box that looks like a square box. Able to pack 1 kg of products with brand names and labels showing various details. The results of the study were satisfied with Phon Ngam glutinous rice packaging. The large plot of community enterprise group, Queen Sirikit, Phon Ngam Sub-district, Nong Han District, Udon Thani Province, found that the overall packaging structure There was a high level of satisfaction. which customers pay attention to being able to be able to pick up easily In terms of graphic design on the overall packaging, there was a high level of satisfaction. The customer pays attention to the picture. decorative pattern be appropriate.

Keywords: Development, Package, The Rice Phon Ngam Glutinous Rice

บทนำ

ข้าวเหนียวเป็นที่นิยมบริโภคอย่างกว้างขวางในประเทศไทย เป็นข้าวที่มีลักษณะเด่นคือการติดกันเหมือนกาว เมื่อหุงเมล็ดข้าวที่สุกแล้ว นิยมปลูกทางภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือของประเทศไทย นับเป็นอาหารหลักของประชากรในภาคตะวันออกเฉียงเหนือและภาคเหนือ โดยชาวนาที่ปลูกข้าวเหนียวส่วนใหญ่ใช้รูปแบบดั้งเดิมโดยการปลูกโดยแรงคนไม่ใช้เครื่องจักร ใช้กำลังคนในการคัดแยกเมล็ดข้าว ใช้เครื่องสีข้าวขนาดเล็กในครัวเรือน ส่วนใหญ่ปลูกไว้รับประทานในครัวเรือนเป็นหลัก นอกจากการบริโภคโดยตรงแล้วยังมีการนำข้าวเหนียวมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตสุราพื้นเมือง หรือการผลิตแป้งข้าวเหนียวเพื่ออุตสาหกรรมอาหารและขนมขบเคี้ยว ส่งผลให้ในปี 2563 ประเทศไทยมีปริมาณการส่งออกข้าวเหนียวอยู่ที่ 1.4 แสนตันข้าวสาร (ชัยวัฒน์ สร้อยเจริญสุข, 2565) ซึ่งจัดได้ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรสำคัญที่สร้างรายได้เข้าสู่ประเทศและชาวนาของไทย

องค์การบริหารส่วนตำบลหนองหาน จังหวัดอุดรธานี (2564) ได้สรุป เกี่ยวกับพื้นที่ของอำเภอนองหาน ไว้ว่า เนื่องจากภายในพื้นที่ล้อมไปด้วยหนองน้ำ ส่งผลให้มีความอุดมสมบูรณ์มีน้ำใช้ในการเกษตรไม่ขาดแคลน ส่งผลให้การทำนาเป็นอาชีพหลักสำหรับคนในชุมชน จากข้อมูลขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองหานพบว่า ประชากรส่วนใหญ่ประมาณร้อยละ 80 ประกอบอาชีพทางการเกษตรเป็นหลัก ผลผลิตที่สำคัญได้แก่ ข้าว ข้าวโพด อ้อย มันสำปะหลัง การทำการเกษตรในตำบลเป็นลักษณะดั้งเดิม โดยอาศัยแหล่งน้ำธรรมชาติเป็นสำคัญ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่

ราชินีข้าวเหนียวอยู่ในเขตตำบลโพนงาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี เป็นกลุ่มเกษตรกรที่ปลูกข้าวเหนียวเป็นหลัก ส่วนใหญ่ปลูกไว้รับประทานในครัวเรือน จากนั้นจึงนำออกจำหน่ายผ่านช่องทางของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แต่ปัจจุบันการผลิตข้าวมีในหลายพื้นที่และอีกทั้งรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีเหมือนๆ กันส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน่าแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียวไม่แตกต่างกับพื้นที่อื่น เมื่อพิจารณาลักษณะของบรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติกพบว่าไม่มีลักษณะที่ไม่แข็งแรง ไม่เป็นที่น่าสนใจและดึงดูดใจต่อผู้บริโภค นอกจากนี้ ยังไม่มีฉลาก ตราสินค้าที่ชัดเจน และคำอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ข้าวเหนียวโพนงาม ไม่มีความโดดเด่นในตัวบรรจุภัณฑ์

ในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีปัจจัยหลายอย่างที่จะทำให้ผู้บริโภคให้ความสนใจดูจากรูปลักษณ์ภายนอกเช่น การจับถนัดมือ สี สัน ขนาด สิ่งเหล่านี้ดูเหมือนจะเป็นรายละเอียดปลีกย่อย แต่ที่จริงแล้ว แล้วเป็นสิ่งที่สำคัญและมีผลต่อการซื้อของผู้บริโภคค่อนข้างมาก จากการศึกษางานวิจัยของไสยเพ็ญ เฉิดเจิม และคณะ (2564) พบว่า ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมควรเป็นแบบกล่องเพราะมีความแข็งแรง สะดวกต่อการบรรจุ ย่อยต่อการหอบหิ้วผู้ขายไม่ต้องลงทุนซื้อบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาสูง ด้านรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต้องมีสีสันสวยงาม ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ต้องสอดคล้องกับเนื้อหาสื่อถึงผลิตภัณฑ์มีความเรียบง่ายเหมาะสมแก่การจดจำ หากพิจารณาจากการแข่งขันทางธุรกิจในปัจจุบัน ถ้าไม่มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามแล้วส่วนแบ่งการตลาดก็จะถูกแบ่งไปอย่างแน่นอน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพนงาม ให้มีรูปแบบที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของ ข้าวเหนียวโพนงาม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน่าแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว เพื่อส่งเสริมความโดดเด่นและสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคจดจำในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงาม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน่าแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ซึ่งเป็นแนวทางในการต่อยอดผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงาม ให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภคทั่วไป และสร้างอาชีพที่มั่นคงเพื่อยกระดับความเป็นอยู่ของคนในชุมชนตำบลโพนงาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน่าแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพนงาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี
2. เพื่อทดสอบความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนน่าแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพนงาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ใช้วิธีกระบวนการดำเนินการวิจัยโดยประยุกต์กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research) (Creswell and Clark, 2007) โดยกำหนดกิจกรรมการมีส่วนร่วมของชุมชน โดยใช้การจัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น (Focus group) จากกลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชน จำนวน 10 คน เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่และกลุ่มตัวอย่างใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพรงาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี และกลุ่มผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพรงามประเมินความพึงพอใจ บรรจุภัณฑ์ข้าว โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ได้แก่ กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ที่ปลูกและจำหน่ายปลีกข้าวเหนียว จำนวน 10 คนและกลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพรงาม จำนวน 50 คน รวม 60 คน

การดำเนินงาน

1. ทำการศึกษาแนวคิดการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ด้านการใช้วัสดุ รูปลักษณ์ สี สันตลอดจนด้าน วัฒนธรรมและเอกลักษณ์ท้องถิ่น ตำบลโพรงาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี
2. ประเด็นด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ตรายสินค้า และการแสดงรายละเอียดบนฉลาก สร้างแบบสอบถามความ คิดเห็นความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแบบเดิม สอบถามผู้บริโภค ณ สถานที่ซื้อ สินค้าเพื่อให้ได้ข้อมูลตลาดเป้าหมาย
3. จัดประชุมเพื่อระดมความคิดเห็น จากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 10 คน กำหนดแนวคิดในการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ โทนสี วัสดุ แนวทางการออกแบบตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์ สำหรับใช้เป็นแนวทางในการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ (Mock Up) โดยผลสรุป คือ สำหรับโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุกระดาษเป็นหลัก ส่วน กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ใช้ลวดลายที่เกี่ยวข้องกับต้นข้าว ระบุความเป็นมาของข้าวเหนียวและประโยชน์เพื่อเพิ่มมูลค่าของ ผลิตภัณฑ์
4. พัฒนาแบบที่ได้จากกระบวนการมีส่วนร่วมตัดสินใจเลือกของสมาชิก ออกแบบตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชนโพรงามว่าเป็นข้าวเหนียวที่ปลูกในพื้นที่ตำบลโพรงามจากท้องนาของบรรพบุรุษ
5. การออกแบบร่าง (Sketch.design) ใช้ Adobe Illustrator และ Photoshop ในการสร้างแบบร่าง กำหนด ภาพประกอบหรือลวดลายชั้นสร้างลวดลาย กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์หรือฉลากสินค้า ที่สร้างขึ้นแล้วนำไปประกอบตกแต่ง กับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
6. นำแบบที่ได้ให้ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ด้านการออกแบบ จำนวน 3 ท่าน ประเมินความเหมาะสม ของตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์
7. ออกแบบสุดท้าย (Design finalization) เลือกแบบที่ได้รับการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ มาทดลองใช้ ปรับปรุงหลังการทดลองใช้
8. ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพรงาม กลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (questionnaire) แบบประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ (มัทธนี ปราโมทย์เมือง และคณะ, 2558 : 86 - 88) ข้าวเหนียวโพรงาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าว เหนียว ตำบลโพรงาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานีทำการศึกษาทฤษฎีแนวคิดและวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนด ขอบเขตการวิจัยและสร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมกับวัตถุประสงค์งานวิจัยนำแบบสอบถามที่ร่างได้ทดสอบความ

เที่ยงตรงเชิงเนื้อหา(Content validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิอย่างน้อย 3 คนพิจารณาตรวจสอบ จากนั้นหาค่าความสอดคล้องของข้อคำถามและวัตถุประสงค์ของการวิจัย IOC (Index of Item-Objective Congruence) โดยมีค่าความเชื่อมั่นแบบสอบถาม เท่ากับ 0.862

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย

เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม สํารวจความพึงพอใจกลุ่มผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงาม โดยใช้แบบประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ข้าว บรรจุภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพนงาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนาแปลงใหญ่ ราชนิข้าวเหนียว ตำบลโพนงาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี เก็บข้อมูลจากกลุ่ม ระหว่าง 10 ตุลาคม ถึง 10 พฤศจิกายน 2564

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการ หาค่าสถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยใช้เกณฑ์แปลความหมายค่า Likert 5 ระดับที่ระดับ Interval เท่ากับ 0.8 ดังนี้ เห็นด้วยมากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

1. การศึกษาข้อมูลจากบรรจุภัณฑ์เดิม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนชนาแปลงใหญ่ราชนิข้าวเหนียว พบว่า มีการใช้บรรจุเป็นถุงพลาสติก สำหรับบรรจุข้าวเหนียว 1 กิโลกรัม ไม่มีตราสินค้า ฉลากแสดง และคำอธิบายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์



รูปที่ 1 บรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแบบเดิม

2. ด้านตัวบรรจุบรรจุภัณฑ์ รูปทรงเป็นสี่เหลี่ยมพื้นผ้าแนวดิ่งเพื่อสะดวกต่อการตั้งโชว์ผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุกระดาษเป็นหลัก รองรับข้าวสาร 1 กิโลกรัม ขนาดกว้าง ขนาดกว้าง 7 เซนติเมตร ยาว 15 ซม. สูง 20 ซม. เหมาะสำหรับซื้อเป็นของฝากตามเทศกาลต่างๆ สามารถรับประทานหมดในครั้งเดียว เลือกใช้น้ำตาลเข้มเป็นพื้นเพื่อไม่ให้สะท้อนแสงจัดเป็นกลุ่มจำพวกสีเย็นแสดงถึงความเป็นธรรมชาติ ดังรูปที่ 2



รูปที่ 2 บรรจุภัณฑ์ที่เสร็จสมบูรณ์

2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า ใช้ชื่อตราสินค้า “ข้าวเหนียวโพรงงาม” เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยกลุ่มเกษตรกรกลุ่มราชินีข้าวเหนียวตำบลโพรงงาม อันเป็นผลผลิตที่เกิดขึ้นในชุมชนโพรงงาม ตำบลโพรงงาม อำเภอนongnong จังหวัดอุดรธานี ประกอบด้วย

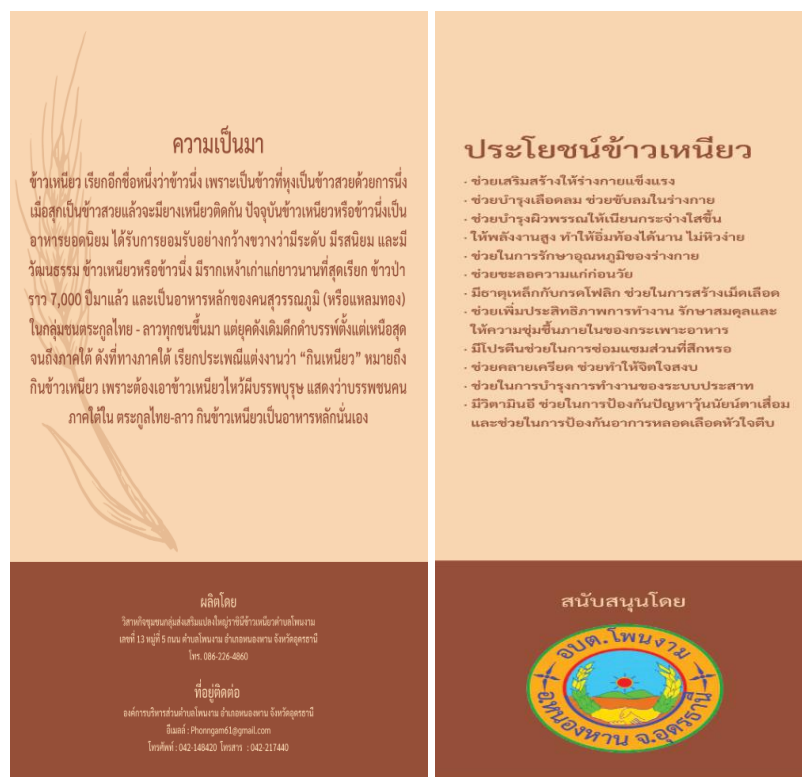
2.1 ภาพแบบเวกเตอร์(Vector) แสดงถึงต้นข้าวของชุมชนโพรงงาม ซึ่งอยู่ภายในวงกลมหมายถึงความสมบูรณ์พร้อมแสดงความต่อเนื่องสมบูรณ์แบบ

2.2 เลือกใช้สีเหลืองสำหรับตัวอักษรและภาพแบบเวกเตอร์ หมายถึง ความเจริญรุ่งเรือง ระดับสีให้เป็นสีเหลืองอ่อนเนื่องจากพื้นตราสินค้าใช้น้ำตาลตามพื้นที่ส่วนใหญ่ในบรรจุภัณฑ์ ส่งผลให้ตราสินค้าชื่อวิสาหกิจชุมชนและตัวอักษรเด่นชัด ดังรูปที่ 3



รูปที่ 3 ตราสินค้า “ข้าวเหนียวโพรงงาม”

3. กราฟิคนับรรูจักษณ์ แสดงรายละเอียดบนฉลากผลิตภัณฑ์ ความเป็นมา ประโยชน์ที่ผู้บริโภคได้รับ และผู้ผลิต ผู้สนับสนุน เพื่อสร้างเรื่องราวความเป็นมาให้ผลิตภัณฑ์เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มและความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ ดังรูปที่ 4



รูปที่ 4 การแสดงรายละเอียดบนฉลากบรรจุภัณฑ์

4. โครงสร้างและกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ที่เสร็จสมบูรณ์ แนวคิด คือ ส่วนประกอบหลักของบรรจุภัณฑ์เน้นการตกแต่งเพิ่มลวดลายกราฟิกที่บ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ข้าว ให้มีความเรียบง่าย และสื่อความหมายที่ดีลงบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความแตกต่างให้แก่ผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงาม ดังรูปที่ 5



รูปที่ 5 แบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพธิ์งามที่เสร็จสมบูรณ์

ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพธิ์งาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปลงใหญ่ราชินี ข้าวเหนียว ตำบลโพธิ์งาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ จำแนกตาม เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1.เพศ	ชาย	38	63.33
	หญิง	22	36.67
	รวม	60	100
2.อายุ	20 ปี	5	8.33
	21 - 30 ปี	6	10.00
	31- 40 ปี	19	31.67
	41- 50 ปี	8	13.33
	51 - 60 ปี	12	20.00
	61 ปีขึ้นไป	10	16.67
	รวม	60	100

ตารางที่ 1 (ต่อ)

	ปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
3. อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	10	16.67
	ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	11	18.33
	พนักงานบริษัทเอกชน/เจ้าของธุรกิจ	34	56.67
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	5	8.33
	รวม	60	100
4.ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น	4	6.67
	มัธยมศึกษา	24	40.00
	ปริญญาตรี	29	48.33
	สูงกว่าปริญญาตรี	3	5.00
	รวม	60	100
5.รายได้ต่อเดือน	ต่ำกว่า 9,000 บาท	12	20.00
	9,001 - 15,000 บาท	19	31.67
	15,001 - 25,000 บาท	13	21.67
	25,001 - 35,000 บาท	11	18.33
	35,001 บาทขึ้นไป	5	8.33
	รวม	60	100

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงาม เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 63.33 เพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 36.67

กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 31- 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.67 รองลงมามีอายุระหว่าง 51 - 60 ปี คิดเป็นร้อยละ 20.00 มีอายุ 61 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.67 มีอายุระหว่าง 41- 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 13.33 มีอายุระหว่าง 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.00 และมีอายุต่ำกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 8.33

ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/เจ้าของธุรกิจ คิดเป็นร้อยละ 56.67 รองลงมาประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 18.33 นักเรียน/นักศึกษา คิดเป็นร้อยละ 16.67 และแม่บ้าน/พ่อบ้าน คิดเป็นร้อยละ 8.33

มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 48.33 รองลงมามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 40.00 ต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น คิดเป็นร้อยละ 6.67 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 5.00

ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน ระหว่าง 9,001 - 15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 31.67 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 15,001 - 25,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.67 มีรายได้ต่ำกว่า 9,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.00 มีรายได้ระหว่าง 25,001 - 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21.67 18.33 และมีรายได้ 35,001 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 8.33

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านโครงสร้างและกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพนงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว

ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. แบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวม มีความเหมาะสม	4.07	0.80	มาก
2. วัสดุของบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม	4.06	0.81	มาก
3.บรรจุภัณฑ์มีขนาดเหมาะสมต่อปริมาณของสินค้า	4.12	0.76	มาก
4. สามารถเปิด-ปิด และเก็บรักษาสินค้าได้ดี สะดวก	4.08	0.83	มาก
5. สามารถหยิบจับได้สะดวก	4.18	0.77	มาก
รวม	4.10	0.64	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.10 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ลำดับแรกคือ สามารถหยิบจับได้สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.18 รองลงมาบรรจุภัณฑ์มีขนาดเหมาะสมต่อปริมาณของสินค้า มีค่าเฉลี่ย 4.12 สามารถเปิด-ปิด และเก็บรักษาสินค้าได้ดี สะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.08 แบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวม มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.07 และวัสดุของบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.06

ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านกราฟฟิกบรรจุภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพนงาม อำเภอนongหาน จังหวัดอุดรธานี ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว

ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ตัวกล่องมีสีสัน ความเหมาะสมสวยงาม	4.19	0.81	มาก
2. รูปภาพ ลวดลายที่ตกแต่ง มีความเหมาะสม	4.30	0.77	มาก
3. รูปแบบตัวอักษร มีความสอดคล้อง เหมาะสม	4.18	0.75	มาก
4. ข้อมูลแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ครบถ้วนเหมาะสม	4.08	0.83	มาก
5. บรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงจุดเด่น เกลักษณ์กลุ่ม/ชุมชน	4.25	0.75	มาก
รวม	4.20	0.65	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ข้อมูลความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ภาพรวมอยู่ในระดับมากมี ค่าเฉลี่ยที่ 4.20 เมื่อพิจารณารายด้าน ลำดับแรกคือ รูปภาพลวดลายที่ตกแต่ง มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยที่ 4.30 รองลงมาบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อถึงจุดเด่น เอกลักษณ์กลุ่ม/ชุมชน มีค่าเฉลี่ย 4.25 ตัวกล่องมีสีส้ม ความเหมาะสมสวยงาม มีค่าเฉลี่ย 4.19 รูปแบบตัวอักษร มีความสอดคล้อง เหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.18 และข้อมูลแสดงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ครบถ้วนเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.08

สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ข้าวเหนียวโพนงาม กลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ตำบลโพนงาม อำเภอนองหาน จังหวัดอุดรธานี พบว่า การปลูกข้าวสารเหนียวในพื้นที่ของชาวบ้านเป็นวิถีดั้งเดิม ผลิตภัณฑ์ผลิตมีการผลิตด้วยมือ อันเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว บรรจุภัณฑ์เป็นกล่องกระดาษเพื่อรองรับน้ำหนักข้าว 1 กิโลกรัม ใช้สีส้มพื้นตัวกล่องเป็นสีน้ำตาลซึ่งเป็นสีโทนเย็นไม่สะท้อนแสง เหมาะแก่การบรรจุธัญพืชไว้ใน รูปทรงพกพาง่ายดูไม่ล้าสมัย ต่างจากแบบเดิมซึ่งเป็นการบรรจุข้าวสารเหนียวไว้ในถุงพลาสติกเท่านั้น ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเหมาะสมเป็นของฝาก ในเทศกาลต่างๆหรือของที่ระลึกซึ่งสอดคล้องกับ Simms and Trott (2014) ที่กล่าวว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะแบ่งออกเป็นสามระดับ คือ การเปลี่ยนแปลงของผิว การปรับปรุงร่าง และการเปลี่ยนรูปโฉม ซึ่งบริษัทต่าง ๆ จะเน้นการเปลี่ยนแปลง บรรจุภัณฑ์ที่ระดับการเปลี่ยนแปลงผิวหรือการออกแบบปรับปรุงรูปร่าง โดยมีการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมช่วยในการออกแบบมีตราสินค้าข้อความแสดงถึงข้าวเหนียวโพนงาม ผลากบรรจุภัณฑ์มีการบรรยายเรื่องราวที่มาของข้าวเหนียว ประโยชน์คุณค่าทางโภชนาการ เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ภายใน วันหมดอายุ การสนับสนุนจากองค์การบริหารส่วนตำบล สอดคล้องกับมยุรี ภาคลำเจียก (2556) ซึ่งกล่าวว่า องค์ประกอบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย ชื่อสินค้า ตราสินค้า เครื่องหมายทางการค้าหรือโลโก้ รายละเอียดของสินค้าหรือลักษณะเฉพาะหรือจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ โดยมีวลีหรือคำพูดที่ดึงดูดความสนใจ และสอดคล้องกับปัทมาพร ท่อชู (2552) ซึ่งกล่าวว่า องค์ประกอบที่สำคัญของบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย ชื่อสินค้า ตราสินค้า สัญลักษณ์ทางการค้า และรายละเอียดของสินค้า

การประเมินผลการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ภาพรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า สามารถหยิบจับได้สะดวก มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.18 เนื่องจาก บรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว เป็นกล่องขนาด 1 กิโลกรัมใช้สำหรับการรับประทานในครอบครัวครั้งเดียว บรรจุภัณฑ์มีความพอดีกับข้าวที่บรรจุด้านใน มีขนาด น้ำหนัก ความเหมาะสม ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ให้ความสำคัญในการซื้อเป็นของฝากสำหรับนักท่องเที่ยว สอดคล้องกับสุมาลี ทองรุ่งโรจน์ (2555) ที่กล่าวว่า ความรู้สึกที่ดี (Brand Experience) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรสร้างให้ผู้ซื้อเกิดความรู้สึกที่ดีต่อศิลปะที่ออกแบบ เปรียบเทียบรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้ตัดสินใจซื้อ เกิดความรู้สึกอยากเป็นเจ้าของและอยากทดลองสินค้าพร้อมบรรจุภัณฑ์นั้น การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพนงามกลุ่ม

วิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว ภาพรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.20 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รูปภาพ ลวดลายที่ตกแต่ง มีความเหมาะสม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 4.30 แสดงให้เห็นว่า ลูกค้าให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ข้าวเหนียวโพงาม ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนนาแปลงใหญ่ราชินีข้าวเหนียว เพราะมีการนำเสนอกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ แสดงถึงเอกลักษณ์ของชุมชนบ้านโพงาม โดยการนำเสนอกราฟิกรูปต้นข้าวบนตัวบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า สื่อถึงอาชีพการทำนาเพื่อปลูกข้าวเหนียวเป็นอาชีพดั้งเดิมของชุมชนสืบต่อกันมาจากอดีต ซึ่งสอดคล้องกับโรชา เทพรักษ์และปริญญ์ แสงอรุณ (2561) ที่ศึกษาเรื่อง การประเมินความพึงพอใจในต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่นำเสนอถึงภาพลักษณ์ชาวนาไทย พบว่า ในด้านการสื่อสารการออกแบบกราฟิกภาพรวมมีความเหมาะสมในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ควรใช้วัสดุแตกต่างกันเพื่อเพิ่มมูลค่า เช่น กระดาษจากขานอ้อยหรือวัสดุจำพวกไบโอพลาสติกแสดงถึงการให้ความสำคัญในการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะขนาด 1 กิโลกรัม เนื่องจากสามารถเป็นของฝากและจัดส่งได้ง่าย ใช้วัสดุอื่นนอกจากผลิตภัณฑ์จากกระดาษในการงานโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า
2. คำขวัญ ตัวอักษรและภาพกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงสัดส่วนพื้นที่ขององค์ประกอบเป็นหลัก
3. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงขนาดมาตรฐานที่ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคและต้นทุนของวัสดุที่ใช้ในการสร้างบรรจุภัณฑ์

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาการนำเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านทางอินเทอร์เน็ต เช่น ระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์มาช่วยตั้งแต่การสั่งซื้อสินค้า ชำระเงิน การจัดส่ง ฐานข้อมูลการซื้อสินค้า และแนวทางการเผยแพร่โฆษณาเพิ่มเติมเพื่อจะเป็นแนวทางเสริมในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

เอกสารอ้างอิง

- ชัยวัฒน์ สร้อยเจริญสุข (2565). แนวโน้มธุรกิจอุตสาหกรรมข้าว. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 2 พฤศจิกายน 2565, จาก : <https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/agriculture/rice/io/io-rice-2022>
- ปัทมาพร ท่อชู. (2552). การทำความเข้าใจการออกแบบการบรรจุภัณฑ์. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 12 พฤษภาคม 2565, จาก : <http://thailandindustry.com/onlinemag/view2.php?id=732§ion=37&issues=28>
- มยุรี ภาคกล้าเจียก. (2556). บรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์หทัยเณร. 147 หน้า.
- มัทธนี ปราโมทย์เมือง, ธาณี สุนคนระชาติ และชูเกียรติ อนันต์เวทยานนท์. (2558). การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายและแสดงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นกรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมกะหรี่ปั๊พ จังหวัดสระบุรี. รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. 157 หน้า.
- ไสยเพ็ญ เฉิดเจิม, ภูพิชย์ ทานะ และแสงเดือน ธรรมวัตร. (2564). การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวไรซ์เบอร์รี่. วารสารวิชาการ เทคโนโลยีอุตสาหกรรม, 6(1), 28-35.

- องค์การบริหารส่วนตำบลหนองหาน จังหวัดอุดรธานี (2564). *สภาพเศรษฐกิจ*. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 11 มกราคม 2565, จาก : http://www.nonghan.go.th/data.php?content_id=3.
- อโรชา เทพรักษ์และปฏิญญาณ์ แสงอรุณ.(2561). การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ข้าวสารไทยโดยนำเสนอภาพลักษณ์ของชาวนาไทย.ใน *การประชุมวิชาการสำหรับนักศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 2*, 7 มิถุนายน 2562. 246-253. กรุงเทพมหานคร : คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- Creswell, J. W. and Plano Clark, V. L. (2007). *Designing and Conducting Mixed Methods Research*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Simms, C. and Trott, P. (2014). *Conceptualizing the Management of Packaging Within New Product Development : A Grounded Investigation in the UK Fast Moving Consumer Goods Industry*. [Online]. Retrieved 4 November 2022, Available : <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/EJM-12-2012-0733/full/html>.