



การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านศาลาพระนาย  
อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

The Packaging Development of Kho Tang Kai-Yong of the community  
enterprise in a case study of Ban Sa La Phar Nine, Muang District  
Phattalung Province

กัญญ์ณัฐ สุวรรณอ่อน<sup>1\*</sup>, มณีรัตน์ รัตนพันธ์<sup>1</sup>, ปทุมวรรณ ทองตราชู<sup>2</sup>, ภัทรินทร์ ทางรัตนสุวรรณ<sup>3</sup>,  
นพดล ชูเศษ<sup>2</sup>, ชุติมา ทศโร<sup>4</sup>, เขมินต์ธารากรณ์ บัวเพ็ชร<sup>5</sup> และวิลาลักษณ์ ช่วยกลับ<sup>6</sup>  
Kannipat Suwan-on<sup>1\*</sup>, Maneerat Rattanaphan<sup>1</sup>, Patumwan Thongtrachou<sup>2</sup>,  
Pattarin Thangrattanasuwan<sup>3</sup>, Noppadon Chooset<sup>2</sup>, Chutima Thusaro<sup>4</sup>,  
Khemintharakorn Buaphet<sup>5</sup> and Wilawan Chuayklab<sup>6</sup>

<sup>1</sup> ผู้ช่วยศาสตราจารย์, สาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

<sup>1</sup> Assistant Professor, Department of Marketing, Hatyai Business School, Hatyai University.

<sup>2</sup> อาจารย์, สาขาวิชาการตลาด, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

<sup>2</sup> Lecturer of Department of Marketing, Hatyai Business School, Hatyai University

<sup>3</sup> อาจารย์, สาขาวิชาการจัดการ, คณะบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

<sup>3</sup> Lecturer of Department of Management, Hatyai Business School, Hatyai University

<sup>4</sup> ดร., อาจารย์ประจำหลักสูตรการศึกษามหาบัณฑิต, คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

<sup>4</sup> Dr., Department of Curriculum and Instruction, Faculty of Education and liberal Arts,  
Hatyai University.

<sup>5</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาศึกษาทั่วไป, คณะศึกษาศาสตร์และศิลปศาสตร์, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

<sup>5</sup> Lecturer, Department of General Education, Faculty of Education and liberal Arts, Hatyai University

<sup>6</sup> นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชาการตลาด, มหาวิทยาลัยหาดใหญ่

<sup>6</sup> Undergraduate Student, Department of Marketing, Hatyai Business School, Hatyai University

\* Corresponding author, E-mail: kaewkanit@hu.ac.th, kannipat.s@gmail.com

**บทคัดย่อ**

การศึกษาครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตัง  
ไก่หยอง และเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง  
จังหวัดพัทลุง โดยใช้แบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการ  
ตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยอง สูงสุดห้าอันดับได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่แสดงรายละเอียดส่วนผสมผลิตภัณฑ์อย่าง  
ชัดเจน บรรจุภัณฑ์ที่แสดงรายละเอียดวันที่ผลิต และวันหมดอายุ บรรจุภัณฑ์ที่มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ  
แสดงให้เห็นชัดเจน บรรจุภัณฑ์ที่แสดงราคาอย่างชัดเจน และบรรจุภัณฑ์บอกแหล่งผลิตอย่างชัดเจน และ  
จากการประชุมกลุ่มย่อยและเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณา พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่  
หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ 1 รูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับ  
ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยอง

**คำสำคัญ:** บรรจุภัณฑ์, การตัดสินใจซื้อ, ข้าวตังไก่หยอง



## Abstract

The propose of this paper was to investigate packaging factors that influence the buying decision of Kho Tang Kai-Yong and to develop the package of the community enterprise in a case study of Ban Sa La Phar Nine Muang District Phattalung Province. A sample size of 400 consumers in Phattalung Province is used in the study. The results indicate that the top five packaging factors the influence the buying decision of Kho Tang Kai-Yong are clearly shows product ingredients details, date of manufacture and expire date, quality certification mark clearly showing, price clearly shown, and visibility of products. The package design of Kho Tang Kai-Yong of the community enterprise in a case study of Ban Sa La Phar Nine consist of 1 forms of related packaging factors the influence the buying decision And propose experts to consider of Kho Tang Kai-Yong products.

**Keywords:** Packaging, Buying Decision, Kho Tang Kai-Yong Products

## บทนำ

หลังจากที่ประเทศไทย เกิดสภาวะวิกฤตต้มยำกุ้ง ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2540 เป็นต้นมา ต่อมารัฐบาลได้ จัดโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) โดยสนับสนุนให้แต่ละชุมชนนำทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่นมาบูรณาการร่วมกับความรู้ และการจัดการสมัยใหม่ ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) โดยยึดหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” “การพัฒนาที่ยั่งยืน” และ “คนเป็น ศูนย์กลางการพัฒนา” เพื่อให้เกิดการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ ลดความเหลื่อมล้ำ และที่สำคัญ สามารถขับเคลื่อนการเจริญเติบโต โดยการเพิ่มผลผลิต ที่เน้นใช้ภูมิปัญญาและนวัตกรรม (National Economic and Social Development Act NO. 12, 2017-2021) ปัจจุบันจะเห็นว่าสินค้า OTOP มีมากมาย โดยเฉพาะอาหารที่แปรรูปมีจำนวนมากและหลากหลาย แต่มีความแตกต่างกันไปในแต่ละภูมิภาค โดยแต่ละภูมิภาคสามารถพัฒนาสินค้าสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ และสร้างรายได้ให้แก่ครัวเรือน และชุมชน ท้ายสุดสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ในยุคปัจจุบัน ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีต่าง ๆ มีความทันสมัย อีกทั้งการตลาดมีการแข่งขันที่สูงมาก ดังนั้นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ที่จะอยู่รอดได้ ต้องมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่มีความแตกต่างด้วย

บรรจุภัณฑ์ถือเป็นสิ่งสำคัญและเป็นอีกหนึ่งช่องทางที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและต่อยอดให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูงสุด จึงต้องมีการส่งเสริมเพื่อสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้ ที่สำคัญต้องมีความสวยงามโดดเด่น ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าเร็วขึ้น เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้าให้ดีขึ้น สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม สร้างความแตกต่าง สร้างการจดจำ และสื่อสารเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่นสู่ผู้บริโภคได้ (เจนยุทธ ศรีธีรธัญ, 2561) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านศาลาพระนาย อำเภอเมืองจังหวัดพัทลุง เป็นชุมชนที่เข้มแข็ง มียอดขายด้านการจำหน่ายของข้าวตังไก่หยองเพิ่มมากขึ้น ทั้งขายภายในพื้นที่ของบ้านศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง และนอกชุมชน ทำให้คนในชุมชนมีความร่วมมือ และร่วมกันผลิตสินค้าข้าวตังไก่หยองได้ตรงกับความต้องการของตลาด แต่เมื่อพิจารณาลักษณะของบรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติก พบว่ามี รูปทรงบรรจุภัณฑ์ยังไม่เหมาะสม ไม่โดดเด่น หรือดึงดูดใจผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภค ขาดความสะอาด อีกทั้ง ใช้วัสดุที่ไม่แข็งแรง ก่อให้เกิดปัญหาในการจัดเก็บและการขนส่ง ดังนั้น



เพื่อให้สินค้าข้าวตังไก่หยอง สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านศาลาพระนายได้เพิ่มมากขึ้น จึงทำให้ผู้วิจัย มีแนวคิดที่จะพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยใช้ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ในเรื่องของ 1) บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดให้เลือกตามความเหมาะสม 2) บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ได้นาน 3) บรรจุภัณฑ์ที่ทันสมัย สวยงาม และมีเอกลักษณ์เฉพาะ 5) บรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบทำให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน และ 5) บรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียด วันที่ผลิต วันหมดอายุ ราคา เครื่องหมายรับรองคุณภาพ รายละเอียดส่วนผสมผลิตภัณฑ์ แหล่งผลิต รายละเอียดคุณค่าสารอาหาร ซึ่งคาดว่าสามารถดึงดูดใจผู้บริโภค และช่วยให้สินค้าได้รับการตอบรับในเชิงพาณิชย์มากยิ่งขึ้น จึงสนใจศึกษาการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษครั้งนี้มีวัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง
2. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

### แนวคิดและทฤษฎี

1. ผลิตภัณฑ์ หมายถึง สินค้าหรือบริการที่ผู้ขายได้ทำการเสนอขายต่อผู้บริโภคและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคหรือลูกค้าได้ ผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1) ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปเพื่อนำไปเป็นวัตถุดิบ หรือส่วนประกอบติดตั้งเพื่อนำไปทำการผลิต หรือขายต่อ และ 2) ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภค เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อเพื่อนำผลิตภัณฑ์ไปใช้อุปโภคบริโภคเอง หรือเพื่อคนในครอบครัว ผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคถูกจัดแบ่งพฤติกรรม การซื้อของผู้ซื้อออกเป็น 4 ประเภทคือผลิตภัณฑ์สะดวกซื้อ ผลิตภัณฑ์เลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์เจาะจงซื้อ และผลิตภัณฑ์ไม่แสวงซื้อ (มณีรัตน์ รัตนพันธ์, 2555) อีกทั้งสินค้าและบริการนั้นจะมีทั้งจับต้องได้ เช่น ขนมของขำรวย และจับต้องไม่ได้ เช่น การเล่นเกมเล่นในสวนสนุก การใช้บริการเสริมความงาม นอกจากนี้ผลิตภัณฑ์ยังรวมไปถึงตราสินค้า การบรรจุหีบห่อ การรับประกัน และคุณภาพผลิตภัณฑ์ การกำหนดกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ต้องคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังนี้ 1) ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และ (หรือ) ความแตกต่างทางการแข่งขัน 2) องค์กรประกอบ (คุณสมบัติ) ของผลิตภัณฑ์ 3) การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ของบริษัท เพื่อแสดงตำแหน่งที่แตกต่างและมีคุณค่าในจิตใจของลูกค้าเป้าหมาย 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีลักษณะใหม่และปรับปรุงให้ดีขึ้น ซึ่งต้องคำนึงความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น 5) กลยุทธ์เกี่ยวกับส่วนประสมผลิตภัณฑ์และสายผลิตภัณฑ์

2. พฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคทำการค้นหาเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการสำหรับปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการของผู้บริโภค ประกอบด้วย 4 ปัจจัยคือ 1) ปัจจัยด้านวัฒนธรรม 2) ปัจจัยด้านสังคม 3) ปัจจัยด้านบุคคล และ 4) ปัจจัยด้านจิตวิทยา (Schiffman, L., & Kanuk, L., 2010)

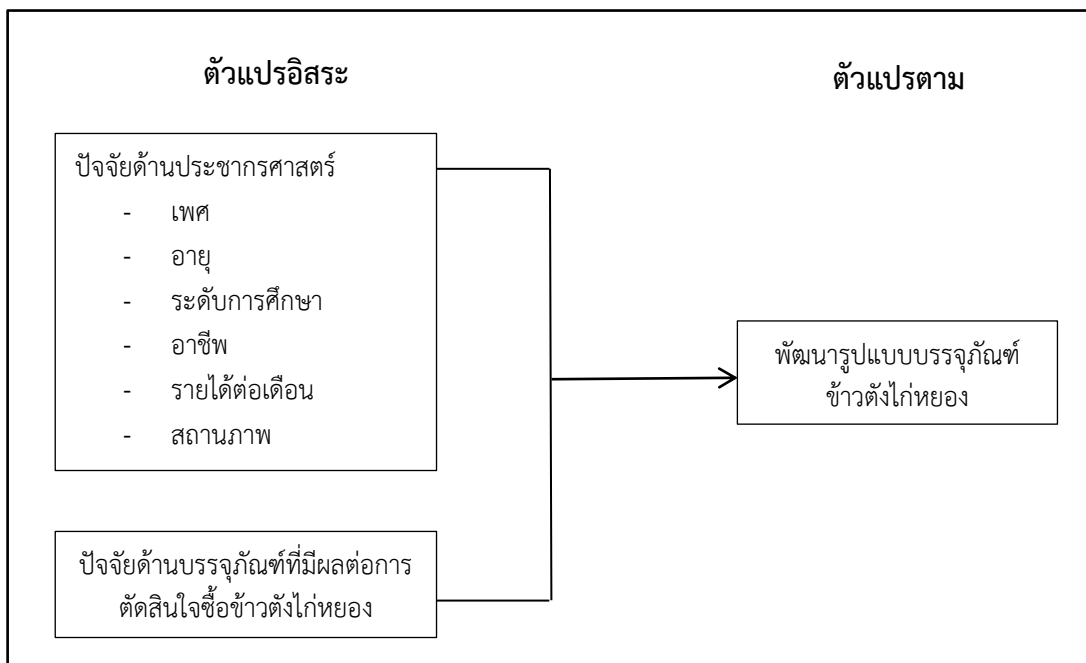
3. บรรจุกฎเกณฑ์ หมายถึง การนำวัสดุอุปกรณ์ชนิดใดชนิดหนึ่งมาสร้างสรรค์ เพื่อให้ได้มาซึ่งภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อรักษาคุณภาพและปกป้องตัวสินค้า สะดวกในการเก็บรักษาหรือเคลื่อนย้ายสินค้า จัดรูปร่างสินค้าให้มีความเหมาะสม บ่งชี้หรือแจ้งข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ของสินค้าเกี่ยวกับชนิด คุณภาพและแหล่งที่มาหรือจุดหมายปลายทาง ดังนั้น บรรจุกฎเกณฑ์จึงถือได้ว่ามีบทบาทสำคัญทางด้านการส่งเสริมการตลาด ซึ่งจะต้องมีความสวยงาม สะดุดตา ตลอดจนความสะดวกในการนำไปใช้ (สมพงษ์ เพื่ออารมย์, 2550) ลักษณะของบรรจุกฎเกณฑ์ มีความจำเป็นอย่างมากที่ต้องคำนึงถึง ซึ่งจะต้องมีการออกแบบเพื่อให้เหมาะสม และสอดคล้องกับยุคสมัยที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา ลักษณะของบรรจุกฎเกณฑ์และการพัฒนาบรรจุกฎเกณฑ์ที่ดีจะต้องมีลักษณะต่าง ๆ คือ การถ่ายสินค้า การจัดเก็บ ความคงทน ความสะดวกในการถือ การเปิดและปิดใหม่ หลังการใช้การใช้ซ้ำ และการกำจัด (ชลธิศ ดาราวงษ์, 2560)

### ขอบเขตการวิจัย

การศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบบรรจุกฎเกณฑ์ข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง มีขอบเขตดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาในประเด็น ปัจจัยด้านบรรจุกฎเกณฑ์ และการพัฒนารูปแบบบรรจุกฎเกณฑ์
2. ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษาเฉพาะในพื้นที่จังหวัดพัทลุง
3. ขอบเขตด้านประชากร การศึกษาครั้งนี้ มุ่งศึกษากลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุตั้งแต่ 15 ปีขึ้นไปที่ซื้อข้าวตังไก่หยอง

### กรอบแนวคิด



ภาพประกอบที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย



## วิธีการศึกษา และการดำเนินการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research Methodology) โดยศึกษาปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยอง และการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research Methodology) ในรูปแบบงานวิจัยและการพัฒนา (Research and Development: R&D) กระบวนการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) โดยใช้การประชุมกลุ่มย่อยเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยอง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ คือ ประชาชนในพื้นที่จังหวัดพัทลุง จำนวน 524,857 คน (กรมการปกครอง, 2560) กลุ่มตัวอย่างของการใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane Taro, 1973: 729) ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Random Sampling) เป็นการเก็บกลุ่มตัวอย่างที่กำหนดไว้ โดยเก็บตามสถานที่ทำงาน ห้างสรรพสินค้า สถาบันการศึกษา ตลาดสด ที่อยู่อาศัย สถานที่จำหน่ายสินค้า OTOP และกลุ่มผู้บริโภคที่จัดซื้อสินค้าผลิตภัณฑ์ข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านศาลาพระนาย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้กรอกคำตอบในแบบสอบถามด้วยตนเอง

เครื่องมือและขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย หรือการสร้างแบบสอบถามที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีการดำเนินการสร้างตามลำดับ คือ ศึกษาถึงหลักการ แนวคิด ทฤษฎี เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยอง และศึกษาตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยที่ต้องการจะศึกษา เพื่อนำมากำหนดขอบเขตของแบบสอบถาม ในการที่จะสร้างแบบสอบถาม โดยเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัยจะใช้แบบสอบถาม

นำแบบสอบถามที่เสร็จแล้ว เสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ซึ่งเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและด้านการวิจัย เพื่อตรวจสอบคุณภาพด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากการรวบรวมคะแนนของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คน มาหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับประเด็นหลักของเนื้อหา (IOC) โดยใช้เกณฑ์การพิจารณาเลือกข้อคำถามที่มีดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป (วรัญญา ภัทรสุข, 2554) โดยผลการพิจารณาของผู้เชี่ยวชาญ ปรากฏว่า ข้อคำถามทุกข้อ มีค่า IOC สอดคล้องตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป มีเพียงข้อคำถามข้อเดียวคือ ขนมีแปลกใหม่ โดยมีค่า IOC เพียง 0.40 ผู้วิจัยจึงตัดข้อคำถามดังกล่าวทิ้ง อีกทั้งได้มีปรับคำถามที่ได้ข้อความเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญให้มีความถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้นแล้วด้วย

ผู้ศึกษานำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อวิเคราะห์หาค่าสถิติต่าง ๆ โดยใช้ค่าสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ผู้วิจัยมีเกณฑ์การแปลความหมาย (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2553) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด



นำข้อมูลจากการศึกษาปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยอง มาเป็นหลักการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยอง โดยการประชุมกลุ่มย่อย จำนวน 10 คน ซึ่งคัดเลือกกลุ่มแม่บ้านแบบเฉพาะเจาะจง ที่มีความรู้ในการคัดเลือกบรรจุภัณฑ์เพื่อนำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยอง และนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาและได้มาซึ่งบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยอง

### ผลการศึกษา

จากการศึกษาปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยอง และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง สรุปผลการศึกษาดังนี้

#### 1. ผลการศึกษาปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 250 คน (ร้อยละ 62.50) เพศชาย 150 คน (ร้อยละ 37.50) มีช่วงอายุ 41-50 ปี จำนวน 152 คน (ร้อยละ 38.00) รองลงมาคือช่วงอายุ 31-40 ปี จำนวน 135 คน (ร้อยละ 33.75) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 265 คน (ร้อยละ 66.25) รองลงมาคือสูงกว่าปริญญาตรี จำนวน 85 คน (ร้อยละ 21.25) อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 130 คน (ร้อยละ 32.50) รองลงมาพนักงานเอกชน จำนวน 125 คน (ร้อยละ 31.25) มีรายได้ต่อเดือน สูงกว่า 20,000 บาท จำนวน 160 คน (ร้อยละ 40.00) รองลงมามีรายได้ต่อเดือน 10,001- 20,000 บาท จำนวน 155 คน (ร้อยละ 38.75) และส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 250 คน (ร้อยละ 62.50) รองลงมาคือโสด จำนวน 150 คน (ร้อยละ 37.50) จากการศึกษปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง โดยการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม จำนวน 400 ชุด ผลการวิเคราะห์สรุปได้ ดังข้อมูลต่อไปนี้

#### ตารางที่ 1 ตารางแสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยอง

ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยอง	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
บรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียดส่วนผสมผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน	4.39	0.85	มาก
บรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียดวันที่ผลิต และวันหมดอายุ	4.35	0.71	มาก
บรรจุภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพแสดงให้เห็นชัดเจน	4.20	0.90	มาก
บรรจุภัณฑ์แสดงราคาอย่างชัดเจน	4.15	0.78	มาก
บรรจุภัณฑ์บอกแหล่งผลิตอย่างชัดเจน	4.10	0.69	มาก
บรรจุภัณฑ์มีการออกแบบทำให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน	4.03	0.75	มาก
บรรจุภัณฑ์ทันสมัยสวยงาม	3.99	0.78	มาก
บรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการบริโภค	3.96	0.80	มาก
บรรจุภัณฑ์มีขนาดน้ำหนักผลิตภัณฑ์ระบุไว้อย่างชัดเจน	3.96	0.83	มาก
บรรจุภัณฑ์มีขนาดให้เลือกตามความเหมาะสม	3.89	0.94	มาก
บรรจุภัณฑ์ช่วยเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ได้นาน	3.82	0.87	มาก
บรรจุภัณฑ์ป้องกันการกระจายของกลิ่นออกสู่ภายนอก	3.79	0.91	มาก



ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยอง	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
บรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุที่มีคุณภาพ	3.73	0.82	มาก
บรรจุภัณฑ์ช่วยรักษาสภาพแวดล้อม	3.73	0.91	มาก
บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดคุณค่าสารอาหารที่ได้รับ	3.68	0.75	มาก
บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะ	3.65	0.90	มาก
<b>รวม</b>	<b>3.96</b>	<b>0.82</b>	<b>มาก</b>

จากตารางที่ 1 แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย ( $\bar{x} = 3.96$ , S.D. = 0.82) โดยปัจจัยที่มีอันดับสูงสุดจำนวน 5 ปัจจัย คือ บรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียดส่วนผสมผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ( $\bar{x} = 4.39$ , S.D. = 0.85) บรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียดวันที่ผลิต และวันหมดอายุ ( $\bar{x} = 4.35$ , S.D. = 0.71) บรรจุภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพแสดงให้เห็นชัดเจน ( $\bar{x} = 4.20$ , S.D. = 0.90) บรรจุภัณฑ์แสดงราคาอย่างชัดเจน ( $\bar{x} = 4.15$ , S.D. = 0.78) และบรรจุภัณฑ์บอกแหล่งผลิตอย่างชัดเจน ( $\bar{x} = 4.10$ , S.D. = 0.69)

## 2. ผลการประชุมกลุ่มย่อยเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

จากการศึกษาปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยอง มาใช้เป็นหลักการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวตังไก่หยอง โดยการประชุมกลุ่มย่อย ซึ่งคัดเลือกกลุ่มแม่บ้านแบบเฉพาะเจาะจง ที่มีความรู้ในการคัดเลือกบรรจุภัณฑ์เพื่อนำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยอง สรุปได้ดังตารางที่ 2

**ตารางที่ 2** ตารางแสดงปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์และหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์	หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยอง ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย
บรรจุภัณฑ์มีขนาดให้เลือกตามความเหมาะสม	มี 3 ขนาดคือ (1) ขนาดกล่อง ความกว้าง 19 ซม. ความยาว 10 ซม. (2) ขนาดกล่อง ความกว้าง 23 ซม. ความยาว 7 ซม. (3) ขนาดกล่อง ความกว้าง 12 ซม. ความยาว 27 ซม.
บรรจุภัณฑ์ช่วยเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ได้นาน	<u>บรรจุภัณฑ์ภายนอกคือ</u> กล่องกระดาษที่ผลิตง่าย และมีต้นทุนการผลิตต่ำ กล่องมีลักษณะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมเพื่อช่วยในการประหยัดพื้นที่เพื่อการวางจำหน่าย การขนส่ง และลดการแตกหักของขนม <u>บรรจุภัณฑ์ภายในคือ</u> ซองพลาสติกที่ปิดมิดชิด เพื่อให้ขนมมีอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ได้นาน
บรรจุภัณฑ์ทันสมัย สวยงาม และมีเอกลักษณ์เฉพาะ	บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม เลือกใช้สีที่เหมาะสมกับข้าวตังไก่หยองคือ โทนสีส้มเหลือง ซึ่งเป็นสีที่แสดงถึงสีของข้าวตัง และสีของไก่หยอง



ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์

หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยอง  
ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย

บรรจุภัณฑ์ที่มีการออกแบบทำให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน

ภาพข้าวตังไก่หยองบนกล่องบรรจุภัณฑ์เป็นภาพที่ทดแทนผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน

บรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียดวันที่ผลิต วันหมดอายุ ราคา เครื่องหมายรับรองคุณภาพ รายละเอียดส่วนผสมผลิตภัณฑ์ แหล่งผลิต รายละเอียดคุณค่าสารอาหาร

บรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับวันหมดอายุ ราคา เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากองค์การอาหารและยา (อย.) เครื่องหมายฮาลาล เครื่องหมายแสดงถึงสินค้า OTOP 5 ดาว มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) รายละเอียดส่วนผสมผลิตภัณฑ์ รายละเอียดคุณค่าสารอาหาร มีข้อความไม่ใส่วัตถุกันเสีย แหล่งผลิต ชื่อที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ของแหล่งผลิต

จากตารางที่ 2 ผู้ทรงคุณวุฒิได้กำหนดปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์และหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยอง ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง ได้ตอบสนองปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ฯ และตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ สามารถสรุปได้ดังนี้

(1) ด้านขนาด มี 3 ขนาดคือ

- (1.1) ขนาดกล่อง ความกว้าง 19 ซม. ความยาว 10 ซม.
- (1.2) ขนาดกล่อง ความกว้าง 23 ซม. ความยาว 7 ซม.
- (1.3) ขนาดกล่อง ความกว้าง 12 ซม. ความยาว 27 ซม.

(2) ด้านการเก็บรักษา มี 2 ชั้นคือ บรรจุภัณฑ์ภายนอกคือ กล่องกระดาษที่ผลิตง่าย และมีต้นทุนการผลิตต่ำ กล่องมีลักษณะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมเพื่อช่วยในการประหยัดพื้นที่เพื่อการวางจำหน่าย การขนส่ง และลดการแตกหักของขนม บรรจุภัณฑ์ภายในคือ ซองพลาสติกที่ปิดมิดชิด เพื่อให้ขนมมีอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ได้นาน

(3) ด้านความทันสมัย บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม เลือกใช้สีที่เหมาะสมกับข้าวตังไก่หยองคือ โทนสีส้มเหลือง ซึ่งเป็นสีที่แสดงถึงสีของข้าวตัง และสีของไก่หยอง

(4) ด้านการออกแบบให้เห็นผลิตภัณฑ์ ภาพข้าวตังไก่หยองบนกล่องบรรจุภัณฑ์เป็นภาพที่ทดแทนผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน

(5) ด้านการแสดงรายละเอียดต่าง ๆ บรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับวันหมดอายุ ราคา เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากองค์การอาหารและยา (อย.) เครื่องหมายฮาลาล เครื่องหมายแสดงถึงสินค้า OTOP มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) รายละเอียดส่วนผสมผลิตภัณฑ์ รายละเอียดคุณค่าสารอาหาร แหล่งผลิต ชื่อที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ของแหล่งผลิต



### 3. ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยอง ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

ได้ดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง จำนวน 3 รูปแบบดังนี้

(1) บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1

ลักษณะรูปแบบ ทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า

ขนาดกล่อง ความกว้าง 19 ซม. ความยาว 10 ซม.

สีที่ใช้ โทนสีส้มเหลือง ซึ่งเป็นสีที่แสดงถึงสีของข้าวตัง และสีของไก่หยอง

(2) บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2

ลักษณะรูปแบบ ทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า

ขนาดกล่อง ความกว้าง 23 ซม. ความยาว 7 ซม.

สีที่ใช้ โทนสีส้มเหลือง ซึ่งเป็นสีที่แสดงถึงสีของข้าวตัง และสีของไก่หยอง

(3) บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3

ลักษณะรูปแบบ ทรงสี่เหลี่ยมทรงโดม

ขนาดกล่อง ความกว้าง 12 ซม. ความยาว 27 ซม. มีหูหิ้ว

สีที่ใช้ โทนสีส้มเหลือง ซึ่งเป็นสีที่แสดงถึงสีของข้าวตัง และสีของไก่หยอง

ขนาดกล่อง

ความกว้าง 19 ซม.

ความยาว 10 ซม.



บรรจุภัณฑ์แบบที่ 1

ขนาดกล่อง

ความกว้าง 23 ซม.

ความยาว 7 ซม.



บรรจุภัณฑ์แบบที่ 2

ขนาดกล่อง

ความกว้าง 12 ซม.

ความยาว 27 ซม.



บรรจุภัณฑ์แบบที่ 3

### ภาพประกอบที่ 2 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 1 ถึง แบบที่ 3

หลังจากออกแบบบรรจุภัณฑ์จำนวน 3 รูปแบบตามหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแล้ว ได้สัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ และตัวแทนจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านศาลาพระนายเกี่ยวกับความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย โดยผลจากการสัมภาษณ์ สรุปได้ดังตารางที่ 3



ตารางที่ 3 ตารางแสดงผลสัมภาพณ์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

รูปแบบบรรจุภัณฑ์	เหมาะสม		เหมาะสม (ปรับปรุง)		ไม่เหมาะสม		รวม	
	N	%	N	%	N	%	N	%
แบบที่ 1	0	0	3	42.86	4	57.14	7	100
แบบที่ 2	1	14.28	3	42.86	3	42.86	7	100
แบบที่ 3	1	14.28	5	71.43	1	14.28	7	100

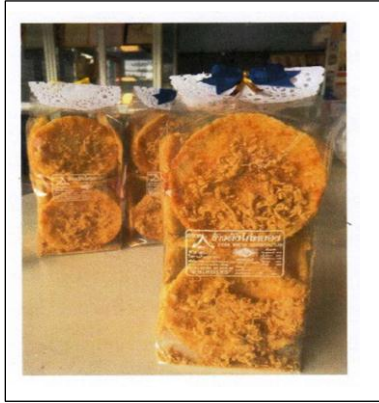
จากตารางที่ 3 ตารางแสดงผลสัมภาพณ์ความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง ผลการศึกษาพบว่าบรรจุภัณฑ์แบบที่ 3 มีความเหมาะสม (ปรับปรุง) มากที่สุด ร้อยละ 71.43 ทั้งนี้ผู้ทรงคุณวุฒิได้ให้คำแนะนำในการปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ตารางสรุปข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยอง ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง

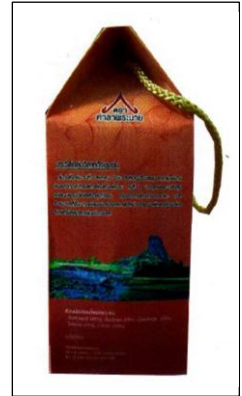
ด้าน	ข้อเสนอแนะ
ด้านรูปทรง	ควรปรับขนาดให้สมดุลกับขนาดของสินค้า
ด้านรูปภาพ	เพิ่มความชัดเจนและเพิ่มขนาดของรูปภาพข้าวตังด้านหน้ากล่องให้มีความโดดเด่น
ด้านสีสັນ	ควรโดดเด่นและคมชัดมากยิ่งขึ้น
ด้านข้อความ	ตัวหนังสือควรใช้ตัวหนังสือที่โดดเด่นอ่านง่าย

จากนั้นนำข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ และตัวแทนจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านศาลาพระนาย มาปรับปรุงแบบใหม่ให้เหมาะสมคือ

- 1) ปรับขนาดให้สมดุลกับขนาดของสินค้า เป็นรูปสี่เหลี่ยมทรงโดม ขนาดกล่อง ความกว้าง 9 ซม. ความยาว 20 ซม. (จากเดิมความกว้าง 12 ซม. ความยาว 27 ซม.)
- 2) ได้เพิ่มความชัดเจนและเพิ่มขนาดของรูปภาพข้าวตังด้านหน้ากล่องให้มีความโดดเด่นของบรรจุภัณฑ์ และสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี
- 3) เพิ่มสีสັນ เพื่อความโดดเด่นและคมชัดมากขึ้น สื่อถึงเอกลักษณ์ของข้าวตังไก่หยองเพื่อสร้างการรับรู้และจดจำตราสินค้า
- 4) ตัวหนังสือ เน้นความคมชัด และใช้สีของตัวหนังสือที่โดดเด่นอ่านง่าย



บรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยอง แบบดั้งเดิม



บรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยอง แบบใหม่

### ภาพประกอบที่ 3 บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่เหมาะสม

#### สรุปและอภิปรายผล

ผลการศึกษา เรื่อง จากการศึกษาปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยอง และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง สรุปได้ว่า

ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยองของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง ข้อมูลระดับประชากรศาสตร์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 41-50 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้ต่อเดือนสูงกว่า 20,000 บาท และมีสถานภาพสมรส

แสดงระดับความสำคัญของปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อข้าวตังไก่หยอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกปัจจัย โดยปัจจัยที่มีอันดับสูงสุด จำนวน 5 ปัจจัย คือ บรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียดส่วนผสมผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน บรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียดวันที่ผลิต และวันหมดอายุ บรรจุภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพแสดงให้เห็นชัดเจน บรรจุภัณฑ์แสดงราคาอย่างชัดเจน และบรรจุภัณฑ์บอกแหล่งผลิตอย่างชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษา ศรีรัฐ สิมศิริ และคณะ (2560) โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความน่าสนใจและการตัดสินใจซื้อสินค้าคือ มีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม น่าดึงดูด น่าสนใจ มีราคาสมเหตุสมผล มีการแสดงรายละเอียดต่าง ๆ อย่างชัดเจน มีการออกแบบสมัยใหม่ ทันสมัย หรือแปลกใหม่ มีความทนทาน แข็งแรง หรือมีคุณภาพ ผ่านการรับรองมาตรฐาน หรือมีใบรับประกันของแท้ สอดคล้องกับผลการศึกษา วีรณา นภากร (2561) โดยผลการศึกษาพบว่า ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคชื่นชอบ ลักษณะเด่นของบรรจุภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ผลิต รองลงมา คือ สัญลักษณ์รับรองมาตรฐานสินค้า รูปทรงที่ชื่นชอบ คือ ทรงกระบอกเพราะพกพาสะดวก บรรจุภัณฑ์จะต้องสามารถแสดงให้เห็นสินค้าที่บรรจุอยู่ในแม่เพียงบางส่วน ด้านวัสดุที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์นั้นส่วนใหญ่ชื่นชอบกล่องกระดาษแบบมีหูหิ้ว รองลงมา คือ กล่องกระดาษแข็งแบบมีหน้าต่าง เพราะสามารถเห็นสินค้าที่อยู่ ภายในได้อย่างชัดเจน รูปภาพบนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเหมือนจริงหรือภาพถ่าย ข้อความบนบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด คือ ข้อความบอก ส่วนประกอบและคุณค่าทางอาหารที่จะได้รับ วันผลิต และวัน



หมดอายุ และสอดคล้องกับผลการศึกษา มณีรัตน์ รัตนพันธ์ (2556) โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อคือ บรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการบริโภค บรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียดวันที่ผลิต และวันหมดอายุ บรรจุภัณฑ์แสดงราคาอย่างชัดเจน บรรจุภัณฑ์มีการออกแบบทำให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน บรรจุภัณฑ์ป้องกันการกระจายของกลิ่นออกสู่ภายนอก บรรจุภัณฑ์มีขนาดให้เลือกตามความเหมาะสม บรรจุภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ แสดงให้เห็นชัดเจน บรรจุภัณฑ์มีรายละเอียดส่วนผสมผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน บรรจุภัณฑ์ทำจากวัสดุที่มีคุณภาพ บรรจุภัณฑ์บอกแหล่งผลิตอย่างชัดเจน และสอดคล้องกับผลการศึกษา กันยัญญิษฐ์ สุวรรณอ่อน (2561) พบว่า ปัจจัยการออกแบบและบรรจุภัณฑ์ของสินค้าที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อคือ บรรจุภัณฑ์ช่วยเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ได้นาน บรรจุภัณฑ์บอกข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างละเอียด (ราคา วันเดือนปีที่ผลิต วันหมดอายุ สถานที่ผลิต) ผลิตภัณฑ์สามารถเก็บไว้ได้นานหลังจากที่เปิดบรรจุภัณฑ์แล้ว บรรจุภัณฑ์มีการออกแบบทำให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน บรรจุภัณฑ์มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ และบรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการบริโภค

ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยอง ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมืองจังหวัดพัทลุง พบว่า 1) ขนาดของสินค้า เป็นรูปสี่เหลี่ยมทรงโดม ขนาดกล่อง ความกว้าง 9 ซม. ความยาว 20 ซม. 2) ด้านการเก็บรักษา มี 2 ชั้นคือ บรรจุภัณฑ์ภายนอกคือ กล่องกระดาษที่ผลิตง่าย และมีต้นทุนการผลิตต่ำ กล่องมีลักษณะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมเพื่อช่วยในการประหยัดพื้นที่เพื่อการวางจำหน่าย การขนส่ง และลดการแตกหักของขนม บรรจุภัณฑ์ภายในคือ ซองพลาสติกที่ปิดมิดชิด เพื่อให้ขนมมีอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ไว้ได้นาน 3) ด้านความทันสมัย บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม เลือกใช้สีที่เหมาะสมกับข้าวตังไก่หยองคือ โทนสีส้มเหลือง 4) ด้านการออกแบบให้เห็นผลิตภัณฑ์ ภาพข้าวตัง ไก่หยอง บนกล่องบรรจุภัณฑ์เป็นภาพที่ทดแทนผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน 5) ด้านการแสดงรายละเอียดต่าง ๆ บรรจุภัณฑ์แสดงรายละเอียดเกี่ยวกับวันหมดอายุ ราคา เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากองค์การอาหารและยา (อย.) เครื่องหมายฮาลาล เครื่องหมายแสดงถึงสินค้า OTOP มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) รายละเอียดส่วนผสมผลิตภัณฑ์ รายละเอียดคุณค่าสารอาหาร แหล่งผลิต ชื่อที่อยู่ หมายเลขโทรศัพท์ของแหล่งผลิต ทั้งนี้ หากรูปทรงบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม โดดเด่น สามารถดึงดูดใจผู้ซื้อที่เป็นผู้บริโภค รวมถึงการใช้วัสดุที่แข็งแรง จะไม่เกิดปัญหาในการจัดเก็บและการขนส่ง และท้ายสุด จะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านศาลาพระนายได้เพิ่มมากขึ้น

โดยผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวตังไก่หยอง ได้สอดคล้องกับ ฐิตาวรรณ สุประพาส และคณะ (2561) นั่นคือ ผู้บริโภคจะพิจารณาสิ่งต่าง ๆ จากตัวสินค้านั้นคือ คุณภาพของสินค้า และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย สวยงาม และมีความปลอดภัย ซึ่งบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่ผู้บริโภคหยิบมาพิจารณา ต่อมาจึงพิจารณาคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า หากสินค้านั้นตรงตามความต้องการ ผู้บริโภคจะซื้อสินค้านั้นไปบริโภคต่อไป และสอดคล้องกับ Briston and Neill (1972) และ Regattieri and Santarelli (2013) นั่นคือ การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นวิธีการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปยังผู้บริโภคโดยให้ผลิตภัณฑ์นั้นอยู่ในสภาพที่เรียบร้อยสมบูรณ์ที่สุด และสะดวกต่อการขนส่งและการขาย และสอดคล้องกับ ดร.ณิ มูเก็ม (2560) นั่นคือ บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดที่เหมาะสม เปิด-ปิดได้สะดวก ง่ายต่อการใช้งาน รูปแบบหรือรูปทรงที่สวยงาม โดดเด่น ป้องกันไม่ให้สินค้า เสื่อมสภาพหรือเสียหาย ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ตรงตามมาตรฐานสากลเชิงการค้า เครื่องหมายรับรองคุณภาพตามองค์กรต่าง ๆ สามารถจัดวางได้เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า ทำจากวัสดุที่เหมาะสมต่อการเก็บรักษา เหมาะสำหรับมอบเป็นของขวัญของที่ระลึก และบรรจุภัณฑ์ของสินค้าบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของสินค้า และสอดคล้องกับสุภาวดี พันธุ์อำพน และศรีสุดา



ลีลาสุวัฒน์ (2554) นั่นคือ บรรจุกัณฑ์ต้องมีความสวยงาม มีประโยชน์ในใช้สอย มีเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัด สามารถป้องกันการชำรุดเสียหายของผลิตภัณฑ์ สะดวกต่อการใช้งาน สร้างความมั่นใจในมาตรฐาน คุณภาพสินค้าบรรจุกัณฑ์สามารถเผยแพร่แนะนำ สถานที่ท่องเที่ยว ของจังหวัดได้เป็นอย่างดี และสอดคล้อง นิธิดา พระยาหล่อ และลำปาง แม่ณมาตย์ (2558) พบว่า การแสดงส่วนประกอบสำคัญทางโภชนาการ การระบุข้อมูลการได้รับรองคุณภาพจากมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) องค์การอาหารและยา (อย.) ฮาลาล ฯลฯ ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อสินค้านั้น ๆ

### ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสำหรับวิสาหกิจชุมชนศาลาพระนาย อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง ผลการวิจัยพบว่าบรรจุกัณฑ์รูปแบบใหม่มีขนาดของสินค้าตรงตามความต้องการของผู้บริโภค ช่วยยืดอายุสินค้าให้ เก็บได้นานขึ้น ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งาน มีความทันสมัย มีการออกแบบให้เห็นผลิตภัณฑ์ภายใน และการแสดงรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับวันหมดอายุ ราคา เครื่องหมายรับรองคุณภาพจากองค์กรต่าง ๆ เพื่อสร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้าและสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าบรรจุกัณฑ์ได้อย่างสวยงาม เหมาะกับการซื้อเป็นของขวัญ และสามารถเผยแพร่แนะนำ สถานที่ท่องเที่ยวของ จังหวัดพัทลุงได้เป็นอย่างดี เสมือนเป็นการเชื่อมโยงตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรกับการท่องเที่ยว จังหวัดพัทลุงไปพร้อม ๆ กัน

2. ควรให้ความรู้แก่ผู้ประกอบการในเรื่องการเปิดการค้าเสรี รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ถึงการดำเนินงานโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ประชาชนทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติได้รับรู้ความเป็นมาหรือคุณค่าของผลิตภัณฑ์มากขึ้น

### เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง. (10 กุมภาพันธ์ 2560). *จำนวนประชากรจังหวัดพัทลุง*. สืบค้นจาก

<http://service.nso.go.th/nso/nsopublish/districtList/S010107/th/77.htm>

กันยัณธิ์รัฐ สุวรรณอ่อน และคณะ. (2561). *ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำตาลโตนดผงในจังหวัดสงขลา*. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 9 วันที่ 20 กรกฎาคม 2561 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. 1539-1551.

เจนยุทธ ศรีหิรัญ. (2561). ผลของความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบกราฟิกบนบรรจุกัณฑ์เครื่องสำอางกรณีศึกษา : กลุ่มสมุนไพรดีออร์ ตำบลรังนก อำเภอสามง่าม จังหวัดพิจิตร. *วารสารวิชาการศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*. 9 (1) : มกราคม – มิถุนายน 2561, 55-69.

ชลธิศ ดาราวงษ์. (2560). *การจัดการผลิตภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่*. กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ชูศรี วงศ์รัตน์. (2553). *เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย*. (พิมพ์ครั้งที่ 12). กรุงเทพฯ: ไทเนรมิตกิจอินเตอร์ โพรเกรสซิฟ.

ฐิตาวรรณ สุประพาส และคณะ. (2561). การพัฒนาบรรจุกัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ กรณีศึกษาภายใต้ยี่ห้อใหม่ หอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์. *วารสารเกษตรพระจอมเกล้า*. 36(1) : มกราคม – เมษายน 2561, 30-39.



- นิธิตา พระยาหล่อ และลำปาง แม่นมมาตย์. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหารในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภคที่ผลิตในจังหวัดขอนแก่น. *วารสารวิจัย มข. มส. (บศ.)*. 3 (1) : ม.ค. - เม.ย. 2558, 38-51.
- มณีรัตน์ รัตนพันธ์. (2555). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ขนมลากรอบ กรณีศึกษากลุ่มสตรีบ้านชะแม อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา*. สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- \_\_\_\_\_ (2556). *ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อขนมลากรอบ กรณีศึกษาจังหวัดสงขลา*. การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 4 วันที่ 10 พฤษภาคม 2556 มหาวิทยาลัยหาดใหญ่. 251-259.
- วรัญญา ภัทรสุข. (2554). *ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคมศาสตร์*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วีรณา นภาพกร. (2561). รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้อบแห้งของผู้บริโภคจากซูเปอร์มาร์เก็ต ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์ (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)*. 8(1) : มกราคม – เมษายน 2561, 37 – 46.
- ดรุณี มูแก้ม. (2560). การพัฒนารูปลักษณะบรรจุภัณฑ์น้ำพริกกุ้งเสียบ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านปริง จังหวัดพังงา. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์*. 3(2) : มิถุนายน – กันยายน 2560, 69-79.
- ศรัฐ สิมศิริ และคณะ. (2560). ปัจจัยด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อกรณีศึกษา: เชื้อนรัชชประภา อุทยานแห่งชาติเขาสก จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 12(1) : มกราคม – เมษายน 2560, 137-147.
- สุภาวดี พันธอำพน และศรีสุดา ลีลาสุวัฒน์. (2554). *การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม*. การประชุมวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2554 วันที่ 27-29 มกราคม 2554. 336-341.
- สมพงษ์ เพ็ญอารมณ. (2550). *บรรจุภัณฑ์กับการส่งออก*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักท์.
- Briston, J. H., and Neill, T. J. (1972). *Packaging management*. London: Gower Press
- Kotler, P. (2000). *Marketing management*. 10<sup>th</sup> ed., NJ: Prentice Hall.
- National Economic and Social Development Act N0.12, 2017-2021. Retrieved from [http://www.nesdb.go.th/ewt\\_news.php?nid=6420](http://www.nesdb.go.th/ewt_news.php?nid=6420).
- Regattieri, Alberto and Santarelli, Giulia. (March 13th 2013). *The Important Role of Packaging in Operations Management, Operations Management*. Massimiliano Schiraldi, Retrieved from: <https://www.intechopen.com/books/operations-management/the-important-role-of-packaging-in-operations-management>
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3<sup>rd</sup> ed., Tokyo. Harper International Edition.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2010). *Consumer Behavior*. 10<sup>th</sup> ed., NJ: Prentice Hall.