

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ยาต้มรางแดง
ของวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด อำเภอเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี
The Package Designing to Promote *Ventilago denticulata*
Willd (Rang Daeng) Product of Baicha Koh Kret Community
Enterprise in Koh Kret District of Nonthaburi Province

ศิริตัน แฉ่งรักษ์สกุล^{1/} พรทิพย์ ดันติวิเศษศักดิ์^{2*}

Sirat Jangruksaku/ Pornthip Tantivisetshak

¹สาขาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Logistics and Supply Chain Management Department, Dhurakij Pundit University

²สาขารัฐกิจระหว่างประเทศ (หลักสูตร 2 ภาษา) มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

International Business Department (Bilingual Program), Dhurakij Pundit University

*Corresponding Author

ได้รับบทความ : 21 มีนาคม 2567

ปรับปรุงแก้ไข : 25 พฤษภาคม 2567

ตอบรับตีพิมพ์ : 11 มิถุนายน 2567

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 2) พัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ยาต้มรางแดงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด 3) ประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ยาต้มรางแดงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด ดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน เริ่มจากการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์และสอบถามถึงปัญหาและความต้องการของชุมชน นำเสนอแนวคิดในการพัฒนา

บรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับช่องทางการขาย และวัตถุประสงค์ของการนำไปใช้ จากการเก็บข้อมูลพบว่า บรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่เป็นทรงกลมทำให้เปลืองพื้นที่การจัดเรียงสินค้าในแต่ละช่องทางการขาย ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนที่ชัดเจนได้ ขาดรายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์และช่องทางการติดต่อ ตราสัญลักษณ์ขาดความเป็นเอกลักษณ์ และรูปทรง สีและลวดลายไม่ทันสมัย ทำให้บรรจุภัณฑ์ไม่น่าสนใจ และไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ ดังนั้นผู้วิจัยจึงพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณร่วมกันในการสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยศึกษากับสมาชิกของกลุ่มจำนวน 13 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ยาต้มรางแดง โดยรวมเฉลี่ยในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 โดยมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุดต่อโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ความสะดวกในการใช้งาน และลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชน ตามลำดับ และความพึงพอใจในระดับมากที่สุด วัสดุโครงสร้างที่มีความเหมาะสม ขนาดบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ภายใน ตราสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์เก็บรักษาสินค้าระหว่างการขนย้ายได้ ตามลำดับ

คำสำคัญ : วิสาหกิจชุมชน, บรรจุภัณฑ์, อัตลักษณ์ชุมชน

Abstract

This research had objectives for 1) to study problems and needs for package designing for enhancing the image of the product of Baicha Koh Kret community enterprise, sub-district Koh Kret, district Koh Kret, Nonthaburi province. 2) to develop packaging for Rang Daeng product for Baicha Koh Kret community enterprise. 3) to evaluate the consumers's satisfaction to the packaging for

Product Promotion of Baicha Koh Kret community enterprise. Conducts by participatory research with the community, starting with qualitative research by interview and inquire about the community's problems and needs. Present the concepts of packaging development aligned with distribution channels and usage purposes. From the data collecting found out that the existing round-shaped packaging wastes each distribution space, the patterns of packaging were still not clearly express the identity of the community, lacks product information and contact channels, and the symbols and logos were lack of uniqueness. The shape, color, and patterns were outdated, which made the packaging unattractive and could not make extra value. Therefore, researchers developed the pattern of package to satisfy the demands of the community enterprise. And using the quantitative research methods to explore the satisfaction of packaging design. By study comprised 13 members of the community enterprise. Analyze the data by using statistics, averages, and standard deviations. The result of study found out the community enterprise satisfy the packaging for *Ventilago denticulata Willd* (Rang Daeng) product. The highest average satisfaction was at 4.21, which had the highest level of satisfaction on packaging structure, information on the package, ease of use, and patterns on the package that convey the community's identity accordingly. Similarly, a high level of satisfaction includes appropriate packaging materials, suitability of outer package size with inner package size, logos and symbols on the packaging, and product protection during transportation.

Keywords: Community Enterprises, Package, Community Identity

1. บทนำ

ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนเป็นกลไกหนึ่งที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจชุมชน โดยนำความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและทรัพยากรมาผลิตสินค้าหรือบริการ ก่อให้เกิดการสร้างงานสร้างรายได้ให้กับชุมชนยังผลให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ วิสาหกิจชุมชนจึงมีบทบาทสำคัญต่อการสนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนและส่งผลกระทบเชื่อมโยงต่อการสนับสนุนเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งรัฐบาลได้ตระหนักถึงความสำคัญและได้ให้การส่งเสริมและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนอย่างต่อเนื่อง ภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 การนำองค์ความรู้เกี่ยวกับการผลิตสินค้าที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น การพัฒนามาตรฐานสินค้า การสร้างตราสินค้า การจัดการเรื่องทรัพย์สินทางปัญญา และการพัฒนาทักษะในการประกอบอาชีพของกลุ่มต่าง ๆ ให้สอดคล้องกับความหลากหลายของชุมชน โดยรัฐบาลได้ให้การสนับสนุนและพัฒนาวิสาหกิจชุมชนทั่วประเทศ ดังนั้นการยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์จึงมีความจำเป็น (จิราพร มหาอินทร์ และคณะ, 2554) การที่ผลิตภัณฑ์จะจำหน่ายได้และประสบความสำเร็จในตลาดได้นั้น เจ้าของสินค้าจะต้องสร้างจุดเด่นหรือจุดขายที่แตกต่างและน่าสนใจ ดังนั้นจึงจำเป็นอย่างยิ่งที่สินค้าจะต้องพึ่งพาบรรพบุรุษให้เป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ซึ่งบรรพบุรุษที่มีหน้าที่หลากหลายตั้งแต่การปกป้องสินค้าระหว่างการขนส่ง การจำหน่าย จนถึงการให้ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและการส่งเสริมการขาย (วีราวรรณ มารังกูร, 2561) การออกแบบบรรพบุรุษที่เหมาะสมจะส่งเสริมและยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีความเข้มแข็งในการทำธุรกิจและขยายตลาด และทำให้ผลิตภัณฑ์ของชุมชนมีความโดดเด่นและน่าสนใจ

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ. 2556 เดิมเกษตรกรเคยทำสวน ปลูกผลไม้หลายชนิด แต่ประสบปัญหาน้ำท่วมในปี 2554 ทำให้ผลไม้ต่าง ๆ เสียหายหมด การฟื้นฟูต้องใช้งบประมาณจำนวนมาก และผลไม้ต้องใช้เวลาอันนานจึงจะสามารถเก็บผลผลิตได้ ดังนั้นจึงหันมาสนใจปลูกรางแดงเพื่อจำหน่ายในรูปแบบชาขง โดยมีการรวมกลุ่มสมาชิกผู้ปลูกชาจำนวน 30 คน และร่วมกันลงทุนในกลุ่มเป็นเงิน

ประมาณ 10,000 บาท นำไปซื้ออุปกรณ์ที่จำเป็น เช่น เต้าแก๊ส กะละมัง เครื่องอบเครื่องแพ็ก ฯลฯ และสามารถแปรรูปใบชาให้มีคุณภาพดีขึ้น ในปัจจุบันถึงแม้ว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ดจะมีแบรนด์และโลโก้ แต่ก็ไม่ได้บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มฯ รวมถึงผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะทำการจัดจำหน่าย คือ ยาต้มรางแดง ซึ่งได้ผ่านการขออนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) และได้รับหมายเลขจดแจ้ง G 363/65 เป็นที่เรียบร้อยแล้วนั้น ก็ยังไม่มีแบรนด์และโลโก้ตามที่ต้องการจากการสอบถามข้อมูลกับทางกลุ่ม พบว่า ทางกลุ่มมีความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มในรูปแบบกล่อง เพื่อวางจำหน่ายบนชั้นวางสินค้าในช่องทางการจัดจำหน่ายของเครือข่ายกลุ่มฯ ได้ จากความต้องการดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ยาต้มรางแดงของกลุ่มฯ ใบชาเกาะเกร็ด ให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมเป็นที่จดจำของกลุ่มผู้บริโภค เพื่อเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันทางการตลาด

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและความต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด
2. เพื่อพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ยาต้มรางแดงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาสำหรับผลิตภัณฑ์ยาต้มรางแดงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด

3. ขอบเขตการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ข้อมูลพื้นฐานด้านสภาพปัญหาและความต้องการการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ทันสมัยและตรงกับความต้องการของตลาด โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของกลุ่มฯ โดยข้อมูลที่ได้มาจากการสอบถาม

2. ข้อมูลด้านการประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นสำหรับผลิตภัณฑ์ยาต้มรางแดงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่ผ่านการขออนุญาตจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) แล้ว

3. ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด จากการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ

3.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากร คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกร็ด ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี จำนวน 36 คน และกลุ่มผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ยาต้มรางแดง

ขอบเขตด้านตัวแปร

ตัวแปรต้น คือ การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ยาต้มรางแดงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด

ตัวแปรตาม คือ

1. ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ยาต้มรางแดง
2. ผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด

3.3 ขอบเขตด้านเวลา

ระยะเวลาในการดำเนินการ 8 เดือน เริ่มจากเดือนมีนาคม พ.ศ. 2566 ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2566

3.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด เลขที่ 75/11 หมู่ 2 ตำบลเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120

4. แนวคิดทฤษฎี

คณะผู้วิจัยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจชุมชน ผลิตรภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน และบรรพบุรุษ เพื่อนำมาเป็นพื้นฐานและแนวทางในการกำหนดแนวคิดของการศึกษาในครั้งนี้ โดยมีรายละเอียดต่าง ๆ ดังนี้

4.1. แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจชุมชน

ตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ. 2548 (ราชกิจจานุเบกษา เล่มที่ 22 ตอนที่ 6 ก, ข 1) ได้กล่าวไว้ว่า วิสาหกิจชุมชน หมายความว่า กิจการของชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตสินค้า การให้บริการหรือการอื่น ๆ ที่ดำเนินการโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิตร่วมกันและรวมตัวกันประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่าจะเป็นนิติบุคคลในรูปแบบใด หรือไม่เป็นนิติบุคคลเพื่อสร้างรายได้และเพื่อพึ่งพาตนเองของครอบครัว ชุมชน ระหว่างชุมชน ทั้งตามเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด ทรงพล วันสูงเนิน และปิยนุช เวทย์วิวัฒน์ (2559) กล่าวว่า การประกอบกิจการวิสาหกิจชุมชนร่วมกัน สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปสู่การประชาคมเป็นหนึ่งในตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) และในที่สุดจะก้าวไปถึงการเป็นวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และสามารถพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากนำไปสู่เศรษฐกิจสากล

4.2. แนวคิดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน

ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน หมายถึง สินค้าและบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมและประเพณีของท้องถิ่นหรือชุมชนนั้น ๆ รวมถึงการดูแล การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ สิ่งแวดล้อม ภูมิปัญญาไทย และกระบวนการทางความคิด การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรม ประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่นและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ มีจุดเด่น

จุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก ปรีชา ปั่นกล้า (2554) ได้กล่าวว่า การสร้างผลิตภัณฑ์ ชุมชนควรมีการออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด หรือกำลังเป็นที่นิยมอยู่ในขณะนั้นโดยใช้วัตถุดิบจากท้องถิ่นอย่างคุ้มค่า ความงามเอกลักษณ์ที่ก่อให้เกิดคุณค่าทางความรู้สึกและคุณค่าทางจิตใจแก่ผู้บริโภคของผลิตภัณฑ์ นั้นจะเป็นตัวสร้างแรงกระตุ้นให้กับผู้ซื้อสินค้าได้เป็นอย่างดี ผู้บริโภคจะเลือกสินค้าที่มีความแตกต่างที่ไม่เหมือนใคร ผู้บริโภคจะเกิดการรับรู้ ความเข้าใจ และเข้าถึงผลิตภัณฑ์ กันคนละแบบ ผู้บริโภคส่วนมากจะมองหาผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ที่ตอบสนองความต้องการ ผู้ซื้อได้ และองค์ประกอบบนผลิตภัณฑ์ก็ล้วนมีอิทธิพลกับการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค และเป็นปัจจัยอันดับต้นของผู้บริโภคที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้า ดังเช่น ณรงค์ศักดิ์ วตศิริศักดิ์ (2555) ได้กล่าวไว้ว่า รูปแบบผลิตภัณฑ์สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคตัดสินใจเลือกซื้อได้อย่างง่ายดาย

4.3. แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง ภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์ไปยังแหล่งใช้ประโยชน์ โดยความประหยัดและปลอดภัย สุตาดวง เรืองรุจิระ และปราณี พรธณวิเชียร (2529) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ตลอดกระบวนการทางการตลาด ที่เกี่ยวเนื่องกับการออกแบบ สร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งก็ คล้ายกับ ประชิด ทิณบุตร (2531) อธิบายว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หน่วยรูปแบบของ วัตถุภายนอกของผลิตภัณฑ์ ที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง หรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายใน ไม่ให้เกิดความเสียหาย สะดวกในการขนส่ง และเอื้อประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค บรรจุภัณฑ์ (Packaging) เป็นสิ่งที่มีความสำคัญทั้งในทางเศรษฐกิจการขนส่งและการจำหน่ายสินค้าทุกประเภท ทั้งนี้เพราะสินค้าแทบทุกชนิดจำเป็นต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์ แพคเกจจิ้ง ผลิตภัณฑ์มากกว่าร้อยละ 70 ต้องใช้บรรจุภัณฑ์ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่ง เพื่อทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์จากสภาวะสิ่งแวดล้อมภายนอก และรักษาคุณภาพของ ผลิตภัณฑ์ไว้นานที่สุด พร้อมทั้งก่อให้เกิดความสะดวกในการนำผลิตภัณฑ์ออกใช้

นอกจากนี้บรรจุกัณท์ยังมีส่วนในการเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์และเร่งเร้าให้เกิดความต้องการเพื่อผลทางการตลาดอีกด้วย (ประชิด ทิณบุตร, 2531)

5. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

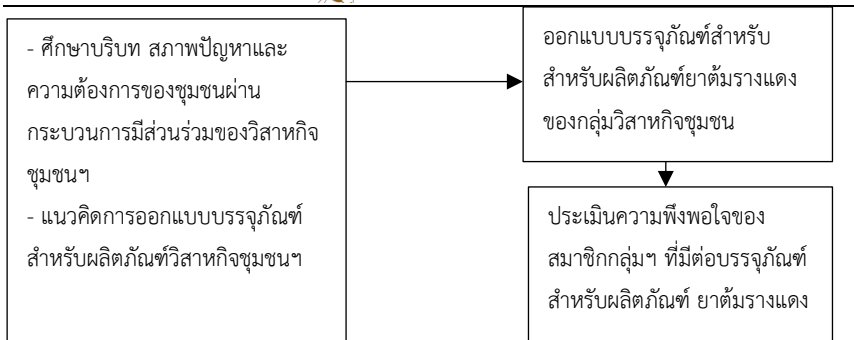
จากผลงานวิจัยของ เจษฎาพล กิตติพัฒน์วิทย์ (2561) ศึกษาการพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุกัณท์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอสนักำแพง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้แทนกลุ่มและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสนักำแพง จังหวัดเชียงใหม่ มีความเข้าใจในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุกัณท์ในระดับน้อย ในขณะที่เดียวกันยังคงมีความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ซึ่งองค์ความรู้จากการสืบทอดภูมิปัญญาของบรรพบุรุษของชุมชน ได้แก่ 1) กลุ่มอาชีพแปรรูปอาหาร ประกอบด้วย 5 ผลิตภัณฑ์ 2) กลุ่มอาชีพเย็บผ้าและทอผ้า ประกอบด้วย 16 ผลิตภัณฑ์ 3) กลุ่มอาชีพของที่ระลึก ประกอบด้วย 4 ผลิตภัณฑ์ และ 4) กลุ่มอาชีพงานกระดาษสา ประกอบด้วย 3 ผลิตภัณฑ์ โดยได้ทำการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับตัวแทนกลุ่มและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสนักำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จนได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุกัณท์ของชุมชนในรูปแบบใหม่ขึ้นมา จากนั้นให้ตัวแทนกลุ่มและกลุ่มวิสาหกิจประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นจากกระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ ผลการประเมินความพึงพอใจพบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก

นิอร ดาวเจริญพร และรุ่งฤทัย ราฟิงจิต (2566) การออกแบบตราสินค้าและบรรจุกัณท์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าและศิลปะประดิษฐ์ตำบลเขาแก้วศรีสมบูรณ์ อำเภอทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย โดยดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชน ซึ่งวิธีดำเนินการเริ่มด้วยการวิจัยเชิงคุณภาพ ด้วยการศึกษถึงปัญหาและความต้องการ สังเคราะห์แนวคิดในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุกัณท์ และใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณในการสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้าและบรรจุกัณท์ โดยศึกษากับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 100 คน ใช้การสุ่มแบบบังเอิญ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการศึกษา ปัญหาและความต้องการตราสินค้า

และบรรจุกฎเกณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าและศิลปะประดิษฐ์ พบว่า ลักษณะตราสินค้าขาดความโดดเด่น สี อักษรที่ใช้ขาดความทันสมัยความชัดเจนที่จะสื่อถึงอัตลักษณ์ของชุมชนและจดจำได้ยาก บรรจุกฎเกณฑ์ไม่ดึงดูดความสนใจ ไม่ทันสมัยและไม่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวผลิตภัณฑ์ได้ มีความต้องการให้พัฒนารูปแบบ บรรจุกฎเกณฑ์ให้ข้อมูลที่สามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของชุมชน มีความร่วมสมัยและความคิดสร้างสรรค์ สร้างการจดจำและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าได้ ผลการพัฒนารูปแบบตราสินค้าและบรรจุกฎเกณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าและศิลปะประดิษฐ์พบว่า จากการศึกษาอัตลักษณ์ของชุมชนทุ่งเสลี่ยมและจังหวัดสุโขทัย ประกอบด้วย สัญลักษณ์ของชุมชน ลวดลายผ้าทอ และสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้มาทำการออกแบบลวดลายกราฟิกบนตราสินค้าและบรรจุกฎเกณฑ์ให้มีความร่วมสมัยรูปแบบเรียบง่ายสร้างการจดจำ ผลการศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายมีต่อตราสินค้าและบรรจุกฎเกณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าและศิลปะประดิษฐ์พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อตราสินค้า อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 และความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุกฎเกณฑ์ อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.17

6. กรอบแนวคิดงานวิจัย

การพัฒนาบรรจุกฎเกณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ยี่ห้อตามร่างแดงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด คณะผู้วิจัยมีการศึกษาความต้องการและอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน ทำการออกแบบและพัฒนารบรรจุกฎเกณฑ์ต้นแบบและทำการสำรวจความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุกฎเกณฑ์ต้นแบบ โดยมีกรอบแนวคิดการวิจัย ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบการวิจัยของการศึกษา

7. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ยาต้มรางแดงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด

1. ข้อมูลพื้นฐานสภาพปัญหาและความต้องการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด ก่อตั้งเมื่อปี พ.ศ.2556 โดยคุณมงคลชัย หรั่งช้าง โดยจากการวิเคราะห์และสอบถามจากผู้ประกอบการ พบว่า สถานการณ์ยอดขายของกลุ่มในปี 2566 ลดลงกว่า 50% เมื่อเปรียบเทียบกับปี 2565 ในช่วงเวลาเดียวกัน ประกอบกับปัจจุบันทางกลุ่มได้พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่จะทำการจัดจำหน่าย คือ ยาต้มรางแดง ซึ่งได้ผ่านการขออนุญาตจาก อย. และได้รับหมายเลขจดแจ้ง G 363/65 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว ดังภาพที่ 2

แสดงรายละเอียดผลิตภัณฑ์สมุนไพร [Details of Medicinal Product]

เลขที่ใบสำคัญการขึ้นทะเบียน / ใบรับแจ้งผลิตภัณฑ์สมุนไพร (Marketing Authorization Number) :	G 363/65
วันอนุมัติ (Approval Date) :	19 ธันวาคม 2565
วันหมดอายุ (Validity Date) :	18 ธันวาคม 2570
ชื่อทางการค้า (Trade name in Thai) :	ชาสมุนไพรผสม ชารสชาเขียวชงในชาเขียวเย็น
ชื่อทางการค้า (Trade name in English) :	-
รูปแบบผลิตภัณฑ์ (Dosage Form) :	powder
ประเภทผลิตภัณฑ์สมุนไพร :	ผลิตภัณฑ์สมุนไพร
ชนิดผลิตภัณฑ์สมุนไพร :	ชาจากสมุนไพร (ชาสมุนไพร)
ข้อบ่งใช้ (Indication) :	บรรเทาอาการปวดเมื่อยตามร่างกาย
เจ้าของผลิตภัณฑ์ (Product License Holder) :	นาย อดิศักดิ์ หวังชัย
ที่อยู่เจ้าของผลิตภัณฑ์ (Locate of Product License Holder) :	บ้านเลขที่ 75/1 หมู่ 2 ตำบล เกษมบุรี ตำบล บ้านเกิด จังหวัด นครชัย

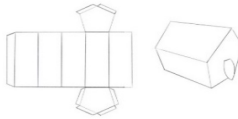
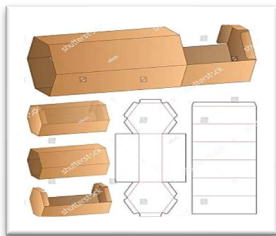


ภาพที่ 2 รายละเอียดผลิตภัณฑ์ที่ได้ผ่านการขออนุญาตจาก อย.
 และได้รับหมายเลขจดแจ้ง G 363/65 และบรรจุภัณฑ์แบบเดิม

ในขณะที่บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้ายาคั่วต้มรางแดงที่เพิ่งได้รับ อย. มานัน ทางกลุ่มฯ คิดไว้ระหว่างที่ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ คือ บรรจุลงกล่องทรงกลมตามรูป แต่ทางกลุ่มฯ ก็เห็นว่าไม่เหมาะสมและขาดความสวยงาม รวมถึงการวางบนชั้นวางที่ยู่ยากเปลืองพื้นที่ ดังนั้นจึงมีความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ใหม่ของกลุ่ม สามารถให้ข้อมูลสินค้าได้ แต่ดูเรียบง่ายและทันสมัย ในรูปแบบกล่องที่สามารถจัดวางบนชั้นวางสินค้าได้อย่างเหมาะสมไม่เปลืองพื้นที่ชั้นวางและสามารถจัดวางในช่องทางการจัดจำหน่ายของเครือข่ายกลุ่มฯ ได้อย่างสวยงาม

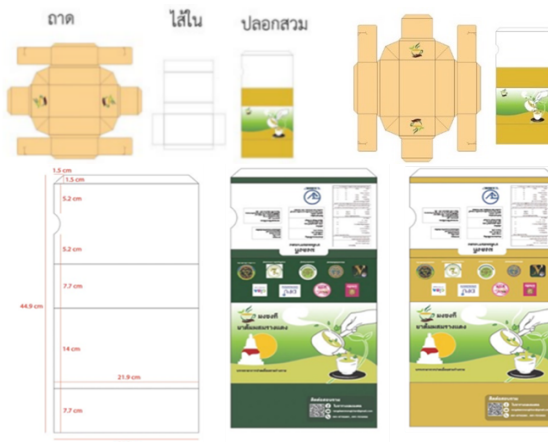
2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์

คณะวิจัยได้นำข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชนที่ได้จากการสนทนากลุ่มร่วมกับชุมชน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มฯ มากที่สุด มาเป็นแนวทางการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้า โดยการทดลองออกแบบบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1 และทดลองทำการพัฒนาเป็นบรรจุภัณฑ์ต้นแบบด้วยกระดาษ เพื่อนำไปสนทนากลุ่มร่วมกับสมาชิกในกลุ่มฯ และพิจารณาความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ



ภาพที่ 3 แสดงแบบร่างบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 1

จากการสนทนากลุ่มร่วมกับสมาชิกในกลุ่มฯ เพื่อประเมินบรรจุภัณฑ์ พบว่า 1) ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด มีความคิดเห็นว่ารูปร่างบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมานั้นไม่สามารถจัดวางบนชั้นวางสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะสินค้าจะไม่สามารถวางซ้อนกันได้ ทำให้สิ้นเปลืองพื้นที่จัดวางสินค้า และ 2) ทางกลุ่มฯ มีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกล่องสี่เหลี่ยม ที่บรรจุสินค้าขนาด 16 ซอง และสามารถวางซ้อนกันได้ จากผลการประเมินดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงได้การทดลองออกแบบบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 2 โดยนำข้อคิดเห็นจากครั้งที่ 1 มาทำการปรับแก้ไขแบบผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มฯ ได้ดังนี้



ภาพที่ 4 แบบร่างบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 หลังทำการปรับแก้ไข เพื่อให้ตรงกับความต้องการของกลุ่ม

จากการทดลองออกแบบบรรจุภัณฑ์ครั้งที่ 2 ทางกลุ่มวิจัยได้ทำการนำแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาไปทำการสนทนากลุ่มร่วมกับสมาชิกในกลุ่มฯ และพิจารณาความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการ พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ดมีความพึงพอใจกับแบบบรรจุภัณฑ์ จึงทำการจัดทำแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) เพื่อดูความสอดคล้องระหว่างแบบและบรรจุภัณฑ์ต้นแบบก่อนดำเนินการผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อนำไปใช้จริง



ภาพที่ 5 แบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype)

3. ประเมินความพึงพอใจ

การประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาสำหรับผลิตภัณฑ์ชาตำรายางแดงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ดฯ จากการเก็บข้อมูลความพึงพอใจด้วยแบบสอบถามจากสมาชิกของกลุ่มฯ ใบชาเกาะเกร็ด จำนวน 13 คน ได้ผลสรุปความพึงพอใจดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความพึงพอใจที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ดที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชาต้มรางแดง

ความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	ลำดับ
1. รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวมมีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์	4.50	0.61	มากที่สุด	1
2. วัสดุของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.15	0.49	มาก	5
3. บรรจุภัณฑ์มีขนาดที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายใน	4.15	0.75	มาก	6
4. บรรจุภัณฑ์มีความสะดวกในการใช้งาน	4.35	0.81	มากที่สุด	3
5. บรรจุภัณฑ์เก็บรักษาสินค้าระหว่างขนย้ายได้	3.85	0.99	มาก	8
6. ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชน	4.30	0.80	มากที่สุด	4
7. แสดงข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ได้ครบถ้วน	4.45	0.83	มากที่สุด	2
8. ตราสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	3.90	0.97	มาก	7
รวม	4.21	0.78	มากที่สุด	

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชาต้มรางแดงของกลุ่มฯ ใบชาเกาะเกร็ดในภาพรวม พบว่า กลุ่มฯ ใบชาเกาะเกร็ดมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์

สำหรับผลิตภัณฑ์ยาต้มรางแดงในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.21 เมื่อพิจารณา รายชื่อ พบว่า รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวมมีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ การแสดงข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ได้ครบถ้วน บรรจุภัณฑ์มีความสะดวกในการใช้งาน และลวดลายบนบรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชน มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด สำหรับวัสดุของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสม บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดที่เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายใน ตราสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม และบรรจุภัณฑ์ เก็บรักษาสินค้าระหว่างขนย้ายได้ มีระดับความพึงพอใจมาก ดังนั้นทางคณะผู้วิจัยจึงได้ ดำเนินการผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ยาต้มรางแดง โดยทำการปรับเปลี่ยนเพื่อให้ เหมาะสมสำหรับการผลิตและสำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ ดังรูป



ภาพที่ 6 ภาพบรรจุภัณฑ์ที่ได้ดำเนินการผลิตสำหรับกลุ่มฯ เพื่อใช้ในการจัดจำหน่ายสินค้า

8. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยออกแบบบรรจุภัณฑ์ยาต้มรางแดง ของกลุ่มฯ ใบชาเกาะเกร็ด ซึ่งได้ผ่านการขออนุญาตจาก อย. และได้รับหมายเลขจดแจ้ง G 363/65 เป็นที่เรียบร้อยแล้ว โดยผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในกลุ่มฯ ที่แสดงความคิดเห็นนำเสนอ ความต้องการ รูปแบบ ข้อมูลอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อเป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบ พัฒนาบรรจุภัณฑ์สอดคล้องกับ วิภาวดี พรหมพุทธา และชาม จาตุรงค์กุล (2565) และ นีอร ดาวเจริญพร และรุ่งฤทัย รำพึงจิต (2566) ด้วยการศึกษาถึงปัญหาและความต้องการ

สังเคราะห์แนวคิดในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ โดยได้มีแนวคิดในการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าโดยได้ถอดอัตลักษณ์ของชุมชนจากการลงพื้นที่นำไปสู่การออกแบบและวิเคราะห์องค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง เช่น สี สีสตล์ เทคนิคการวางลาย ในการออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนเพื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจและจดจำได้ง่ายเกิดต้นแบบของผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนที่สร้างรายได้ อย่างยั่งยืนให้กับชุมชนในอนาคต

วิสาหกิจชุมชนใบชาเกาะเกร็ด ซึ่งตั้งอยู่บนเกาะเกร็ด (ลุงโบราณ, 2567) อันเป็นชุมชนเกาะกลางแม่น้ำเจ้าพระยาที่มีพื้นที่ประวัติศาสตร์ตั้งแต่สมัยอยุธยา โดยเป็นชุมชนมอญเก่าแก่ทำให้มีวิถีชีวิตวัฒนธรรมรูปแบบชาวมอญภายในชุมชน ชุมชนแห่งนี้ยังเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่มีชื่อเสียงและโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ เรียกว่า “เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด” นอกจากนี้ภายในชุมชนยังมีศาสนสถานที่สำคัญของชาวมอญอย่าง “วัดปรมัยยิกาวาส หรือ พระเจดีย์มูเตา หรือ เจดีย์เอียง” ตั้งอยู่บริเวณหัวแหลมของเกาะเกร็ด ริมแม่น้ำเจ้าพระยา คือพื้นที่สำคัญของเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรีในปัจจุบัน ดังนั้นในการออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงได้มีการนำเจดีย์เอียงอันเป็นอัตลักษณ์สำคัญของเกาะเกร็ดมาเป็นองค์ประกอบในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยประกอบลงในตราสินค้าที่บรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ สมิตรา ศรีวิบูลย์ (2554) ได้กล่าวว่าการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ และสังคมที่รวดเร็วในปัจจุบัน ผู้บริโภคจึงมักตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า โดยพิจารณาจากสัญลักษณ์หรือแบรนด์ที่แสดงถึงลักษณะเฉพาะตัว รวมถึงชื่อเสียงของผู้ผลิตจึงมีความสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ในขณะที่ผลการประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ยาต้มรางแดงของกลุ่มฯ ใบชาเกาะเกร็ดที่พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยในด้านรูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์โดยรวมมีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ การแสดงข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ได้ครบถ้วน มีความสะดวกในการใช้งาน และลดทลายบนบรรจุภัณฑ์สื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา (2542: 17-18) ได้กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองสินค้าที่บรรจุอยู่

ภายในไม่ให้ยุบ สลาย เสียรูป หรือเสียหายอันเกิดจากสภาพสิ่งแวดล้อมและสภาพการขนส่ง ให้คงสภาพลักษณะของสินค้าให้เหมือนเมื่อผลิตออกจากโรงงานให้มากที่สุด การออกแบบลวดลายบนกล่องบรรจุภัณฑ์ยาต้มรางแดงของกลุ่มฯ ใบชาเกาะเกร็ด โดยมีลวดลายของใบชารางแดงและแก้วชาจากการเทน้ำชา เป็นลวดลายที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์กับระหว่างใบชารางแดง การชงชา และเกาะเกร็ด แสดงถึงลักษณะผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน จดจำได้ง่าย ซึ่งสอดคล้องกับ ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541: 205) ได้กล่าวว่า ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ เป็นวิธีการกำหนดลักษณะรายละเอียดที่มีผลทางด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค ที่จะดึงดูดความสนใจและยังเป็นการสร้างบุคลิกลักษณะพิเศษของสินค้า อันจะนำมาซึ่งความทรงจำของผู้บริโภค สอดคล้องกับอรัญญา จีระสะเมและยอนดา เกษเมือง (2564: 89) ได้กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่มีคุณค่าสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และทำให้เกิดต้นแบบผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน สามารถนำแนวคิดการวิจัยไปพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ของชุมชนต่อไป รวมถึงสามารถเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างให้เกิดความเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนในอนาคต อีกทั้งการแสดงผลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ครบถ้วน เช่น ช่องทางติดต่อผ่านทาง Facebook เบอร์โทรศัพท์ และที่อยู่ทำให้ดึงดูดความสนใจ จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สอดคล้องกับกษมา สุรเดชา และคณะ (2563: 220) ได้กล่าวว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า ส่งผลให้กลุ่มวิสาหกิจสามารถขายสินค้าได้หลากหลายกลุ่มมากขึ้นและสามารถนำไปฝากขายได้ตามร้านขายของฝาก เพราะรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม ประกอบกับการระบุรายละเอียดที่ชัดเจนของสินค้า ทำให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจในกระบวนการผลิตมากขึ้น และนำมาซึ่งการตัดสินใจซื้อในที่สุด

9. ข้อเสนอแนะ

9.1. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งนี้

1) ควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่หลากหลาย และหลายขนาดสำหรับการบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีลักษณะที่แตกต่างกัน เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชน และยังสามารถตอบสนองต่อวัตถุประสงค์ของการใช้งานที่ต่างกันได้ เช่น ซื้อมือถือหรือซื้อมือถือไปเป็นของขวัญ เป็นต้น

2) ควรใช้กระบวนการวิจัยแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนในการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อให้เกิดต้นแบบ ต่อยอดทางความคิดและประยุกต์ใช้ภูมิปัญญาของท้องถิ่นจากทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรมมาใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ ทำให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

3) ควรมีการถ่ายทอดองค์ความรู้สู่ชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ให้มีคุณภาพและมาตรฐานสินค้าให้สอดคล้องกับระบบเศรษฐกิจสมัยใหม่และนำเทคโนโลยีมาใช้ได้อย่างเหมาะสม เป็นการสร้างโอกาสในการแข่งขันและขยายช่องทางการจำหน่ายสินค้าไปถึงผู้บริโภคได้มากขึ้น

9.2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรดำเนินการวิจัยทางการตลาด เพื่อเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสม และเป็นแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค

2) ควรมีการศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน ให้กลุ่มวิสาหกิจทั้งขนาดเล็กและขนาดย่อมเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และสร้างความยั่งยืน และมีโอกาสในการแข่งขันในเวทีการค้าในระดับชาติและนานาชาติ

เอกสารอ้างอิง

- กษมา สุรเดชา. (2563). การออกแบบตราสินค้าและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์กล้วยอบเนยของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหมสุวรรค์หมู่ไทยศรีโยธิน. *วารสารพิกุล*, 18(1), 219-237.
- จิราพร มหาอินทร์, อรุณี พึ่งพัฒนานุกุล, ฐิตินันท์ พงษ์คะเชนทร์ และขวัญฤทัย วงศ์คำแหงหาญ. (2554). *การดำเนินงานและการส่งเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน: กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดปทุมธานี*. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.
- เจษฎาพล กิตติพัฒน์วิทย์. (2561). การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อำเภอสนักำแพง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่*, 15(2), 101-114.
- ณรงค์ศักดิ์ วดีศิริศักดิ์. (2555). *นวัตกรรมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการตลาดเชิงสุนทรีย์ : กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์น้ำผลไม้ [วิทยานิพนธ์ปริญญาคุฎภิปบัณฑิต]*. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนธิ และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. (2542). *การบรรจุภัณฑ์*. วังอักษร.
- ทรงพล วันสูงเนิน และปิยนุช เวทย์วิวรรณ. (2559). การประยุกต์ใช้หลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงในการบริหารจัดการผู้รับเหมาก่อสร้างขนาดกลางและขนาดย่อมในประเทศไทย. *วิศวกรรมสารฉบับวิจัยและพัฒนา*, 27(4), 7-16.
- นือร ดาวเจริญพร และรุ่งฤทัย ราพึงจิต. (2566). การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มเย็บผ้าและศิลปะประดิษฐ์ตำบลเขาแก้วศรีสมบูรณ์ อำเภอทุ่งเสลี่ยม จังหวัดสุโขทัย, *Journal of Roi Kaensam Academic*, 8(4), 174-191.
- ประชิด ทิณบุตร. (2531). *การออกแบบบรรจุภัณฑ์*. โอเดียนสโตร์.
- ปรีชา ปั่นกล้า. (2554). *ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของนักออกแบบไทยร่วมสมัย*. สำนักงานศิลปวัฒนธรรมร่วมสมัย.

ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). *บรรจุภัณฑ์อาหาร*. กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมสมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย.

ลุงโบราณ. (2567, 14 มีนาคม). “เจดีย์เอียง” วัดปรมัยยิกาวาส เกาะเกร็ด เมื่อยังไม่เอียง.

https://Si.Sa.Ket.silpa-mag.com/history/article_6198

วิภาวดี พรหมพุทธา และขาม จาตุรงค์กุล. (2565). โครงการออกแบบอัตลักษณ์ตราสินค้าและพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย โดยได้แรงบันดาลใจจากดอกไม้เมืองเลย กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายชุมชนบ้านกกบก อ.วังสะพุง จ.เลย. *การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 23*. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

วีรารวรรณ มารังกูร. (2561). *การจัดการการตลาด (Marketing Management)* (พิมพ์ครั้งที่ 5). เจเจจินจัน เน็ตแอนด์ก๊อปปี เซ็นเตอร์.

สุตาตวง เรืองรุจิระ และปราณี พรธณวิเชียร. (2529). *หลักการตลาด* (พิมพ์ครั้งที่ 3). ปรกาศปริก.

สมิตรา ศรีวิบูลย์. (2554). *ออกแบบ ออกแบบรนต์*. อีเลฟแวนด์คัตเลอร์ส.

อรรฮาจี เจ๊ะสะแม และยอดนภา เกษเมือง. (2564). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปทุมวาสนา เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี*, 15(2), 79-90.

Authors

Assistant Professor Sirat Jangruksakul
Logistics and Supply Chain Management Department
College of Innovative Business and Accountancy
Dhurakij Pundit University, 110/1-4 Prachachuen Road,
Laksi, Bangkok, 10210
Tel: 06-1515-9669 Email: sirat.jan@dpu.ac.th

Miss Pornthip Tantavisethsak
Ph.D., International Business Department (Bilingual Program),
International College, Dhurakij Pundit University,
110/1-4 Prachachuen Road, Laksi, Bangkok, 10210
Tel: 08-3789-9166 Email: Pornthip.tan@dpu.ac.th