



## รายงานการวิจัย

เรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ  
บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา

**Packaging Development of Elderly group's curry paste products,  
Lampod Vilage, Klong sai Sub District, Nathawi District, Songkhla  
Province**

โดย

จุฑาภรณ์	เลิศไกร	Jutaporn	Lertkrai
จิราภรณ์	ถมแก้ว	Jiraporn	Thomkaew
กาญจนา	แก้วทอง	Kanchana	Kaewthong

คณะเทคโนโลยีการจัดการ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย

งบประมาณเงินรายได้ประจำปี พ.ศ. 2562

## กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยฉบับนี้ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย งบประมาณเงินรายได้ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2562 และสำเร็จลุล่วงได้ด้วยความกรุณาเป็นอย่างสูงจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ช่วยประเมินพร้อมทั้งให้คำแนะนำ รวมถึงข้อเสนอแนะต่าง ๆ ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ที่สนับสนุนทุนวิจัย และขอขอบคุณผู้ร่วมวิจัยที่ให้ความร่วมมือในการทำวิจัยจนสำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์

จุฑาภรณ์ เลิศไกร และคณะ

สิงหาคม 2563



## การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา

จุฑาภรณ์ เลิศไกร<sup>1</sup> จิราภรณ์ ถมแก้ว<sup>1</sup> และ กาญจนา แก้วทอง<sup>1</sup>

### บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับกลุ่มผู้สูงอายุทำเครื่องแกง บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา 2. เพื่อออกแบบและพัฒนารูปแบบกราฟิกดีไซน์ของบรรจุภัณฑ์สินค้ากลุ่มผู้สูงอายุทำเครื่องแกง บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา 3. เพื่อเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุทำเครื่องแกง บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ผลิตเครื่องแกงคือกลุ่มผู้สูงอายุในตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา ซึ่งประกอบด้วย สมาชิกในกลุ่มผู้สูงอายุ จำนวน 10 คน และประชากรในหมู่บ้านลำพด อีก 100 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์มาตรฐาน (Standardized interview) และแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการสัมภาษณ์ประชากร ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา

ผลการศึกษาพบว่าผลการวิจัยพบว่า แบบบรรจุภัณฑ์ช่วยให้ผลิตภัณฑ์และตราสินค้าโดดเด่น โดยใช้กล่องกระดาษ กว้าง 20 ซม. ยาว 28 ซม. รองรับน้ำหนักเครื่องแกง 1 กิโลกรัม ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาในด้านอัตลักษณ์เฉพาะระดับมาก ( $=4.14$ , S.D.=0.54) ดี น ออกแบบกราฟิก ระดับมาก ( $=4.11$ , S.D.=0.49) และด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ระดับมาก ( $=4.06$ , S.D.=0.63) ผลตอบรับในเชิงพาณิชย์ของบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาสูงกว่าของบรรจุภัณฑ์เดิม คิดเป็นร้อยละ 26.99

คำสำคัญ: เครื่องแกง ผู้สูงอายุ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

<sup>1</sup> คณะเทคโนโลยีการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย ต.ถ้ำใหญ่ อ.ทุ่งสง จ.นครศรีธรรมราช

## **Packaging Development of Elderly group's curry paste products, Lampod Vilage, Klong sai Sub District, Nathawi District, Songkhla Province**

**Jutaporn Lertkrai<sup>1</sup> Jiraporn Thomkaew<sup>1</sup> and Kanchana Kaewthong<sup>1</sup>**

### **Abstract**

This research aims to 1. To study basic information about the elderly group making curry paste at Ban Lampot, Klong Sai Subdistrict, Nathawi District, Songkhla Province 2. To design and develop graphic design patterns of product packaging for the elderly group to make Ban Lampot curry paste, Klong Sai Sub-district Nathawi District, Songkhla Province 3. To add value and promote sales of curry products for the elderly group, Ban Lampot curry paste, Klong Sai Sub-district, Natawi District, Songkhla Province. Population used in this research The researcher used a specific sampling method from curry paste manufacturers, namely the elderly group in Klong Sai Sub-district, Nathawi District, Songkhla Province, which consisted of Ten members of the elderly group and 100 people in the village of Lampad were used as standard interviews and questionnaires for data collection.

The results of the study showed that the research results were found that The packaging design helps the product and the brand stand out. By using a paper box, width 20 cm., Length 28 cm., Supporting the weight of 1 kg of curry. 4.11, SD = 0.49) and the packaging structure at a high level (= 4.06, SD = 0.63). The commercial response of the developed packaging is higher than that of the original packaging. Accounted for 26.99 percent

**Keyword: curry paste, elderly, Packaging Development.**

---

<sup>1</sup> Faculty of Management Technology, Rajamangala University of Technology Srivijaya, ThamYai, Thungsong, Nakorn-Si-Thamarat

## สารบัญเรื่อง

	หน้า
กิตติกรรมประกาศ .....	ก
บทคัดย่อภาษาไทย .....	ข
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ค
สารบัญเรื่อง.....	ง
สารบัญตาราง .....	จ
สารบัญภาพ .....	ฉ
<b>บทที่ 1 บทนำ .....</b>	<b>1</b>
1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย .....	3
1.3 ขอบเขตการวิจัย .....	3
1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
1.5 ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย .....	4
1.6 แผนการดำเนินงาน .....	4
1.7 ขั้นตอนในการดำเนินงาน .....	5
<b>บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....</b>	<b>6</b>
2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง .....	6
2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	14
<b>บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....</b>	<b>17</b>
3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	17
3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย .....	18
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล .....	22
<b>บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....</b>	<b>24</b>
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล.....	24
4.2 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูล .....	27
<b>บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....</b>	<b>40</b>

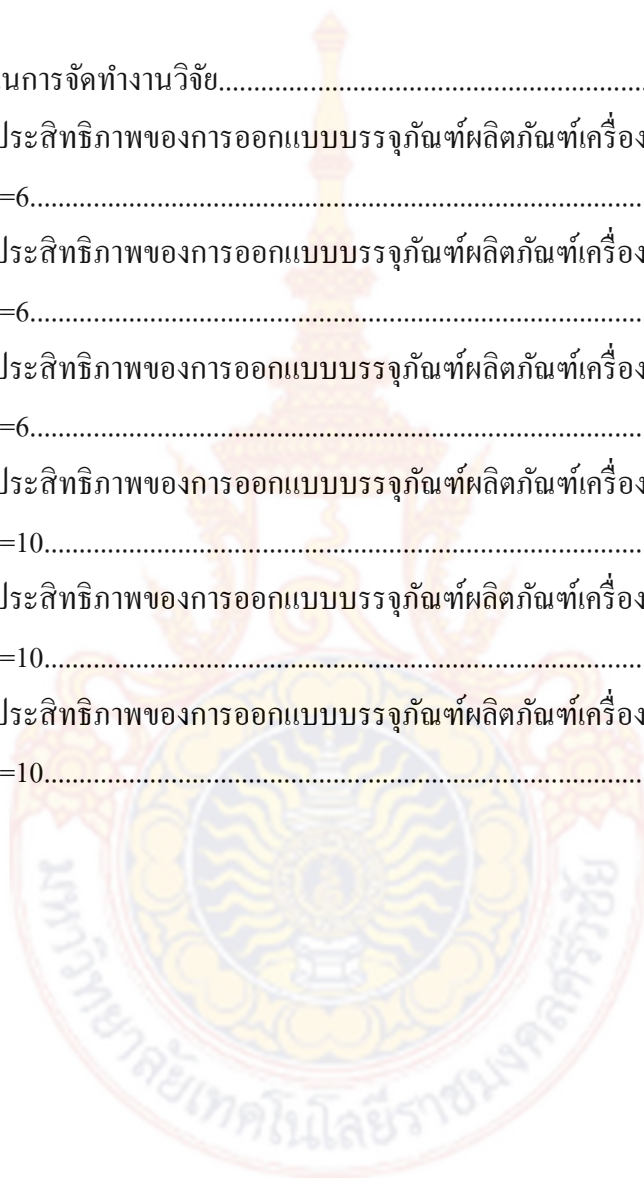
5.1 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	42
5.2 อภิปรายผล .....	44
5.3 ข้อเสนอแนะ .....	47
<b>บรรณานุกรม .....</b>	<b>48</b>
<b>ภาคผนวก.....</b>	<b>49</b>





## สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1.1 แสดงระยะเวลาในการจัดทำงานวิจัย.....	5
4.1 การวิเคราะห์ผลประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก N=6.....	28
4.2 การวิเคราะห์ผลประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข N=6.....	30
4.3 การวิเคราะห์ผลประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ค N=6.....	32
4.4 การวิเคราะห์ผลประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก N=10.....	34
4.5 การวิเคราะห์ผลประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข N=10.....	36
4.6 การวิเคราะห์ผลประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ค N=10.....	38



## สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 แสดงบรรจุภัณฑ์ชนิดแข็งตัว.....	9
2.2 แสดงบรรจุภัณฑ์ชนิดกึ่งแข็งตัว.....	10
2.3 แสดงบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนนุ่ม.....	10
2.4 แสดงโครงสร้าง 3D.....	11
2.5 แสดงเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการพิมพ์.....	11
2.6 แสดงเครื่องจักรที่รองรับการผลิตในอนาคต.....	12
2.7 แสดงสัญลักษณ์การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม.....	12
4.1 ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก.....	25
4.2 ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข.....	26
4.3 ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ค.....	27





# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหา

จากนโยบายของรัฐ แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 พ.ศ. (2560 – 2564) โดยได้น้อมนำหลัก “ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง” มาเป็นปรัชญานำทางในการพัฒนาประเทศต่อเนื่องจากแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9-10 เพื่อเสริมสร้างภูมิคุ้มกันและช่วยให้สังคมไทยสามารถยืนหยัดอยู่ได้อย่างมั่นคงและยั่งยืน มุ่งเน้นการสร้างภูมิคุ้มกันในประเทศให้เข้มแข็งขึ้น เพื่อเตรียมความพร้อมคน สังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากร และได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม รวมทั้งสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ เทคโนโลยี นวัตกรรม และความคิดสร้างสรรค์ โดยงานวิจัยฉบับนี้จะตอบสนองยุทธศาสตร์ ที่ 8 การพัฒนาวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี วิจัย และนวัตกรรม จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องปรับรูปแบบการดำเนินงาน โดยกำหนดประเด็นวิจัยของชาติ ตอบโจทย์การยกระดับศักยภาพการผลิตของภาคเกษตรอุตสาหกรรม และบริการที่เป็นฐานเดิม และการต่อยอดขยายฐานใหม่ด้วยการพัฒนานวัตกรรม การส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมที่ยกระดับคุณภาพสังคมและการดำรงชีวิตของประชาชน การส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ความสามารถทักษะสูงขึ้น และสอดคล้องกับนโยบายและยุทธศาสตร์การวิจัยของชาติ ฉบับที่ 9 (พ.ศ. 2560 - 2564) ยุทธศาสตร์การวิจัยที่ 3 : ส่งเสริมการนำกระบวนการวิจัย ผลงานวิจัย องค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยีจากงานวิจัยไปใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม โดยความร่วมมือของภาคส่วนต่าง ๆ กลยุทธ์ที่ 2 : ส่งเสริมการถ่ายทอดกระบวนการวิจัย องค์ความรู้ นวัตกรรม และเทคโนโลยี จากผลงานวิจัยอย่างทั่วถึงสู่ภาคอุตสาหกรรม/พาณิชย์ สังคม/ชุมชน วิชาการ และนโยบาย เพื่อการใช้ประโยชน์อย่างเป็นรูปธรรม ควบคู่ไปกับการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี เสริมสร้างความมั่นคงในการดำรงชีวิต ขจัดความยากจน และพัฒนา

เศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน รวมทั้งต่อยอดภูมิปัญญาให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ ตลอดจนการจัดการงานและอาชีพในอนาคตของสังคมไทย

จากนโยบายทั้ง 9 ประการของกระทรวงพาณิชย์ ประกอบด้วย การดูแลเสถียรภาพราคาและตลาดสินค้าเกษตร จะเดินหน้าทำงานร่วมกับกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ ทั้งในระดับนโยบายและพื้นที่ โดยจะมีการแลกเปลี่ยนข้อมูลสินค้าเกษตรหลักที่สำคัญ เพื่อให้สามารถวางแผนการตลาดทั้งการขายสด และการแปรรูปไว้ล่วงหน้า อีกทั้งเตรียมการรองรับปัญหา ด้านผลผลิตอย่างมีประสิทธิภาพ จะยกระดับสินค้าเกษตรสู่สินค้าเกษตรนวัตกรรมผ่านการต่อยอดกับผลงานวิจัยที่มีอยู่แล้วเพื่อให้เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างเป็นรูปธรรมและส่งเสริมให้มีการสร้างแบรนด์สินค้าเกษตรของตนเอง จึงสอดคล้องกับการดำเนินงานของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ได้รวมตัวกันเพื่อผลิตเครื่องแกง ส่งขายหมู่บ้านใกล้เคียง และในตัวอำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องแกงผู้สูงอายุ บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอ นาทวี จังหวัดสงขลา เริ่มก่อตั้งเมื่อปี 2557 สมาชิกแรกเริ่มประมาณ 30 คน ปัจจุบันเหลือ 12 คน เนื่องจากเสียชีวิตไปบ้าง และลาออกจากการเป็นสมาชิกบ้าง รายได้ยังไม่หักค่าใช้จ่ายต่อเดือนประมาณ 60,000-70,000 บาท แรกเริ่มเป็นการตำเครื่องแกงด้วยครกหินที่มีตามบ้านทั่วไป ปัจจุบันมีรวมหุ้นลงทุนซื้อเครื่องจักรในการบดเครื่องแกง เนื่องจากมียอดสั่งซื้อจากลูกค้าเพิ่มมากขึ้น และกำลังการผลิตโดยการตำด้วยมือ นั้นจะไม่ทันต่อความต้องการของลูกค้า ประธานกลุ่มผู้สูงอายุ ชื่อนางพร้อม รัตนะพัตร อายุ 63 ปี โดยเปิดดำเนินการมาแล้วกว่า 5 ปี เป็นการรวมตัวกันของผู้สูงอายุในหมู่บ้าน 3 บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอ นาทวี จังหวัดสงขลา หารายได้เข้าชุมชนและครอบครัวโดยใช้ความรู้และภูมิปัญญาที่ได้รับจากบรรพบุรุษ และใช้วัตถุดิบที่ปลูกเองในท้องถิ่น เช่น พริก กระเทียม พริกไทย ข่า ตะไคร้ เป็นต้น เป็นการสร้างรายได้ สร้างอาชีพให้กับชุมชน ใช้เวลาว่างของผู้สูงอายุให้เกิดประโยชน์ ได้ออกมาพบปะเพื่อนๆ ในกลุ่มผู้สูงอายุด้วยกัน ลดภาระในการดูแลของลูกหลาน และลดอาการซึมเศร้าของผู้สูงอายุที่อยู่กับบ้าน ไม่ได้ออกพบปะผู้คนภายนอก เนื่องจากลูกหลานต้องออกไปทำงานนอกบ้าน และปัจจุบันผู้สูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยอ้างอิงจากสถิติผู้สูงอายุของประเทศไทย 77 จังหวัด ณ.วันที่ 31 ธันวาคม 2562 จังหวัดสงขลา คิดอันดับที่ 14 จากทั้งหมด 77 จังหวัด มีจำนวนประชากรผู้สูงอายุทั้งสิ้น 219,472 คิดเป็น 15.28% ของจำนวนประชากรทั้งหมดของจังหวัดสงขลา 1,435,968 คน (ที่มา : <http://www.dop.go.th/th.know/1/275> เข้าถึง เมื่อ 6 มีนาคม 2563)

## 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานเกี่ยวกับกลุ่มผู้สูงอายุทำเครื่องแกง บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา
- 1.2.2 เพื่อออกแบบและพัฒนารูปแบบกราฟิกดีไซน์ของบรรจุภัณฑ์สินค้ากลุ่มผู้สูงอายุทำเครื่องแกง บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา
- 1.2.3 เพื่อเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุทำเครื่องแกง บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา

## 1.3 ขอบเขตการวิจัย

- 1.3.1 ขอบเขตในด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มีขอบเขตในการจัดเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ ประวัติสมาชิก, ประวัติการจัดตั้งกลุ่มผู้สูงอายุ, ขั้นตอนการผลิตเครื่องแกง, วัตถุดิบต่าง ๆ, กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย, ผลกำไรที่กลุ่มได้รับ ของบ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา
- 1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่ในการวิจัย ครอบคลุม บ้านลำพด หมู่ที่ 3 ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา มีประชากรทั้งสิ้น 678 คน จำนวน 156 ครัวเรือน มีพื้นที่ 8,750 ไร่

## 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

- 1.4.1 เครื่องแกง(curry paste) คือ ของที่ใช้ในการปรุงแกง มี พริก หอม กระเทียม กะปิ เป็นส่วนประกอบหลัก อาจใส่เครื่องปรุงอื่นเพิ่มแล้วแต่ชนิดของแกง
- 1.4.2 ผู้สูงอายุ(elderly) คือ คนแก่วัยชราที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป อาศัยอยู่ในตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา
- 1.4.3 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (Packaging Development) คือ การพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นสากล เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และเพื่อปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหาย

## 1.5 ประโยชน์ที่ได้จากการวิจัย

- 1.5.1 ช่วยเหลือชุมชนจากการได้เข้าไปมีส่วนร่วมในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้น
- 1.5.2 ได้ผลิตภัณฑ์จากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น
- 1.5.3 ได้เพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายและเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค

## 1.6 แผนการดำเนินงาน

### 1.6.1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานจากเอกสาร และแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่

- 1.6.1.1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวกับแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 1.6.1.2. ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา
- 1.6.1.3. รวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

### 1.6.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

#### 1.6.2.1. ประชากร

ประชากรที่ใช้ในโครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา คือ จำนวน 200 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างประชาชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา

#### 1.6.2.2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในโครงการวิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา คือ กรรมการ, สมาชิก, ผู้นำท้องถิ่น, เจ้าหน้าที่ผู้รับผิดชอบแต่ละฝ่ายและผู้บริโภคในหมู่บ้านใกล้เคียง กลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงจากผู้ผลิตเครื่องแกงคือกลุ่มผู้สูงอายุในตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา ซึ่งประกอบด้วย สมาชิกในกลุ่มผู้สูงอายุ จำนวน 10 คน และประชากรในหมู่บ้านลำพด อีก 100 คน โดยใช้แบบสัมภาษณ์มาตรฐาน (Standardized interview) และแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยการศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนการสัมภาษณ์ประชากร ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา





## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้เสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. ความหมายของการออกแบบบรรจุภัณฑ์
2. วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์
3. ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์
4. หน้าที่และประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์
5. เทรนด์กราฟิกดีไซน์ปี 2017 เพื่อรองรับไทยแลนด์ 4.0
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

##### 2.1.1 ความหมายของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

วิรุณ ตั้งเจริญ กล่าวว่า การออกแบบ หมายถึง การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบ โดยการวางแผนจัดส่วนประกอบของการออกแบบให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย วัสดุ และการผลิต

นิไกโด เคล็คเตอร์ (Nikaido Clecture) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ เป็นเทคนิคที่ส่งเสริมการขายกับการประสานประโยชน์ระหว่างวัตถุกับภาชนะบรรจุ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อการคุ้มครองในระหว่างการขนส่ง และการเก็บรักษาในคลัง

จรรยา โกสีย์ไกรนิรมล กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ คือการนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ ไม้ ประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยที่มีความแข็งแรง สวยงาม ได้สัดส่วนที่ถูกต้องสร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า

สรุปว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) หมายถึง การกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เพื่อการคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหายและเพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์

บรรจุภัณฑ์ (packaging) เป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยทำให้ธุรกิจการค้าขายต่างๆประสบความสำเร็จและถูกจัดให้เป็นส่วนหนึ่งของส่วนประสมการตลาด (marketing mix) สมัยใหม่เพราะในปัจจุบันการแข่งขันทางการตลาดมีสูงมาก ตัวผลิตภัณฑ์สินค้าเองก็ไม่สามารถคิดค้นหรือพัฒนาให้ดีขึ้นกว่าเดิมได้มากนัก และลักษณะของตัวสินค้าที่เปลี่ยนเป็นสินค้าสะดวกซื้อที่มีการเอากลยุทธ์ทางการพัฒนาตัวบรรจุภัณฑ์ (package) มาใช้เพื่อช่วยกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าด้วยตัวของสินค้าเอง ในรูปลักษณะของพนักงานกับสินค้าขายเงียบ (silent salesman) แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์ ในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นก่อนกับสินค้าประเภทผลิตภัณฑ์อาหาร (ตำรศักดิ์ ชัยสนิท ; และก่อเกียรติ วิริยะกิจพัฒนา. 2537 : 1-9) นอกจากนั้นบรรจุภัณฑ์ยังเป็นตัวช่วยในการเก็บรักษาและป้องกันผลิตภัณฑ์จากสิ่งแวดล้อมภายนอก ซึ่งอาจทำให้เกิดความเสียหายแก่ตัวสินค้า อีกทั้งในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สร้างสรรค์ยังสามารถทำให้เกิดความสะดวกสบายในการใช้งาน การพกพา การเก็บรักษาได้อีกด้วย

### 2.1.1 วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ คือการนำเอาวัสดุ เช่น กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะ และไม้ ประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอยที่มีความแข็งแรง สวยงามได้สัดส่วนที่ถูกต้อง สร้างภาพพจน์ที่ดี มีภาษาในการติดต่อสื่อสาร และทำให้เกิดความพึงพอใจจากผู้ซื้อสินค้า โดยวัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีดังนี้

1. เพื่อช่วยปกป้องคุ้มครองและรักษาคุณภาพสินค้า
2. เพื่อเป็นตัวชี้บ่ง และสื่อสารรายละเอียดสินค้า ดึงดูดผู้บริโภค ให้แสดงถึงภาพลักษณ์
3. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเอื้อประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี มีความปลอดภัย ประหยัดและมีประสิทธิภาพ
4. เพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสาร และสร้างผลกระทบต่อผู้บริโภค โดยใช้ความรู้แขนงศิลปะเข้ามาสร้างคุณลักษณะ เช่น มีเอกลักษณ์ลักษณะพิเศษที่ดึงดูดและสร้างการจดจำตลอดจนเข้าถึงความหมายและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์

### 2.1.2 ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์



ประเทศไทยของเรามีสินค้ามีผลิตผลทางการเกษตรกรรม และการประมงมากมาย เช่น ผักสด ผลไม้สด และสินค้าที่เป็นอาหารจากทะเล สิ่งทีกล่าวมานี้จะได้รับความเสียหายมาก เนื่องจากสภาวะของอากาศการบรรจุหีบห่อ และการขนส่งที่เหมาะสมมีส่วนที่จะช่วยลดความเสียหายเหล่านั้นลงได้ซึ่งเป็นการช่วยให้ผลผลิตที่กล่าวถึงมือผู้บริโภคในสภาพที่ดี และจะทำให้ขายได้ในราคาที่สูงอีกด้วย จะเห็นได้ว่าการบรรจุภัณฑ์นั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อผลผลิต ซึ่งสามารถสรุปเป็นรายละเอียดได้ดังนี้

1. รักษาคุณภาพ และปกป้องตัวสินค้าเริ่มตั้งแต่การขนส่ง การเก็บให้ผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมิให้เสียหายจากการปนเปื้อนจากฝุ่นละออง แมลง คน ความชื้นความร้อน แสงแดด และการปลอมปนอื่น ๆ เป็นต้น

2. ให้ความสะดวกในเรื่องการขนส่ง การจัดเก็บมีความรวดเร็วในการขนส่ง เพราะสามารถรวมหน่วยของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเป็นหน่วยเดียวได้ เช่น ผลไม้หลายผลนำลงบรรจุในลังเดียวหรือ เครื่องดื่มที่เป็นของเหลวบรรจุลงในกระป๋องหรือขวดได้ เป็นต้น

3. ส่งเสริมทางการตลาด บรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคเห็น ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จะต้องทำหน้าที่บอกกล่าวสิ่งต่าง ๆ ของตัวผลิตภัณฑ์โดยการบอกข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดของตัวสินค้าและนอกจากนั้นจะต้องมีรูปลักษณะที่สวยงามสะดุดตาเชิญชวนให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งการทำหน้าที่ดังกล่าวของบรรจุภัณฑ์นั้นเป็นเสมือนพนักงานขายที่ไร้เสียง (Silent Salesman)

### 2.1.3 หน้าที่และประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์

1. ทำหน้าที่ทั้งต่อตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง และหน้าที่สื่อข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวผลิตภัณฑ์ มีดังนี้คือ

2. การทำหน้าที่บรรจุใส่สินค้า เช่น ใส่ห่อสินค้า ด้วยการชั่งตวงวัดหรือนับ

3. การทำหน้าที่คุ้มครองป้องกันตัวผลิตภัณฑ์ ไม่ให้สินค้าเสียรูปแตกหักไหลซึม

4. ทำหน้าที่รักษาคุณภาพอาหาร เช่น ป้องกันอากาศซึมผ่าน ป้องกันแสง และป้องกันความชื้น เป็นต้น

5. ทำหน้าที่เป็นฉลากแสดงข้อมูลรายละเอียดของสินค้า เช่น เครื่องหมายการค้า ข้อมูลส่วนผสม และแหล่งผลิต เป็นต้น

6. ทำให้ตั้งราคาขายได้สูงขึ้น เนื่องจากความสวยงามของบรรจุภัณฑ์จะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า

7. เพื่ออำนวยความสะดวกในการจัดวางขนส่งและจัดแสดง

8. สร้างความน่าสนใจและดึงดูดผู้บริโภค เป็นการส่งเสริมการขายและเพิ่มยอดขาย

#### 2.1.4 เทคโนโลยีการพิมพ์ Industrial Technology

การแข่งขันทางด้านอุตสาหกรรมต่าง ๆ ในปัจจุบัน มีการเติบโตที่สูงมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นทั้งในประเทศและต่างประเทศ ดังนั้นเทคโนโลยีจึงมีบทบาทสำคัญต่อภาคอุตสาหกรรม โดยเริ่มจากการคิดค้นหรือออกแบบสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ การสร้างนวัตกรรมในภาคอุตสาหกรรมต่าง ๆ เพื่อที่จะเพิ่มศักยภาพในการตอบสนองความต้องการของตลาดผู้ผลิตจำเป็นต้องใช้เทคโนโลยีต่าง ๆ เข้ามาช่วยในงานอุตสาหกรรมเพื่อการผลิตนั้นมีคุณภาพและตรงตามต้องการของผู้บริโภคให้มากที่สุด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ศิริพรณี ปีเตอร์ (2563) บทความนี้จะขอยกตัวอย่างอุตสาหกรรมด้านการบรรจุภัณฑ์และเทคโนโลยีที่ใช้ออกแบบบรรจุภัณฑ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็เป็นอีกหนึ่งตัวช่วยในเรื่องภาพลักษณ์ของสินค้าเพื่อให้มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของตัวสินค้านั้น ๆ บรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งออกได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. บรรจุภัณฑ์ชนิดแข็งตัว (Rigid Packaging) บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่ แก้ว กระจก โลหะ และพลาสติกแข็ง บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้มีความแข็งแรงและคงรูปได้ดี สามารถลำเลียงขนถ่ายบนสายพานได้



รูปที่ 2.1 แสดงบรรจุภัณฑ์ชนิดแข็งตัว

2. บรรจุภัณฑ์ชนิดกึ่งแข็งตัว (Semi-Rigid Packaging) บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่ขวดพลาสติก แก้วพลาสติก ถ้วยใส่ไอศกรีม ผลิตภัณฑ์ชนิดนี้จะมีข้อจำกัดในการรับแรงอัดและแรงดึง



รูปที่ 2.2 แสดงบรรจุภัณฑ์ชนิดกึ่งแข็งตัว

3. บรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนนุ่ม (Flexible Packaging) บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่ซองบรรจุอาหารสำเร็จรูปต่าง ๆ หรือผลิตภัณฑ์ถุงพลาสติก

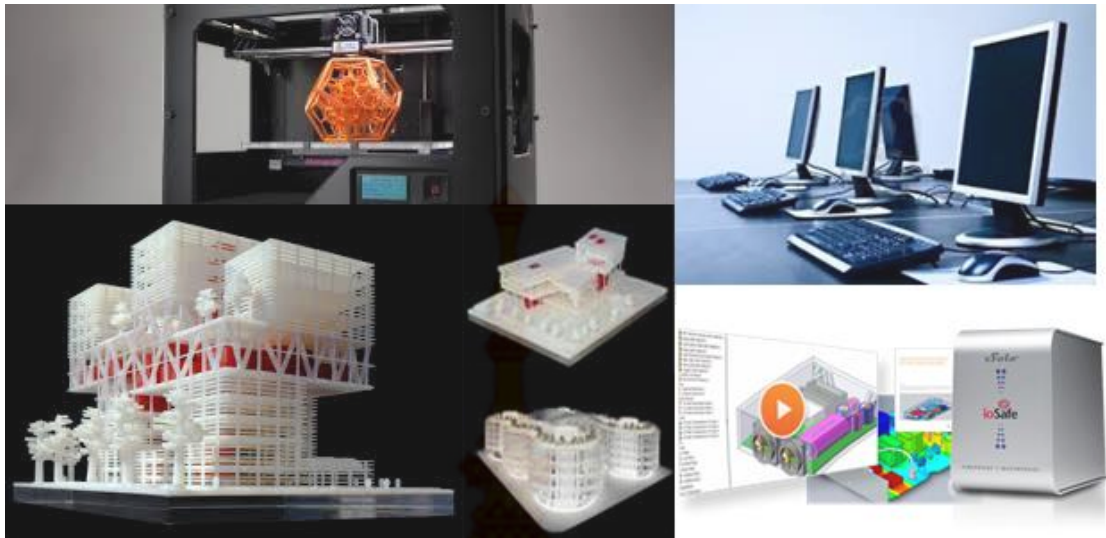


รูปที่ 2.3 แสดงบรรจุภัณฑ์ชนิดอ่อนนุ่ม

### 2.1.5 เทคโนโลยีที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบ่งออกเป็น 3 ส่วนหลักๆ ได้แก่

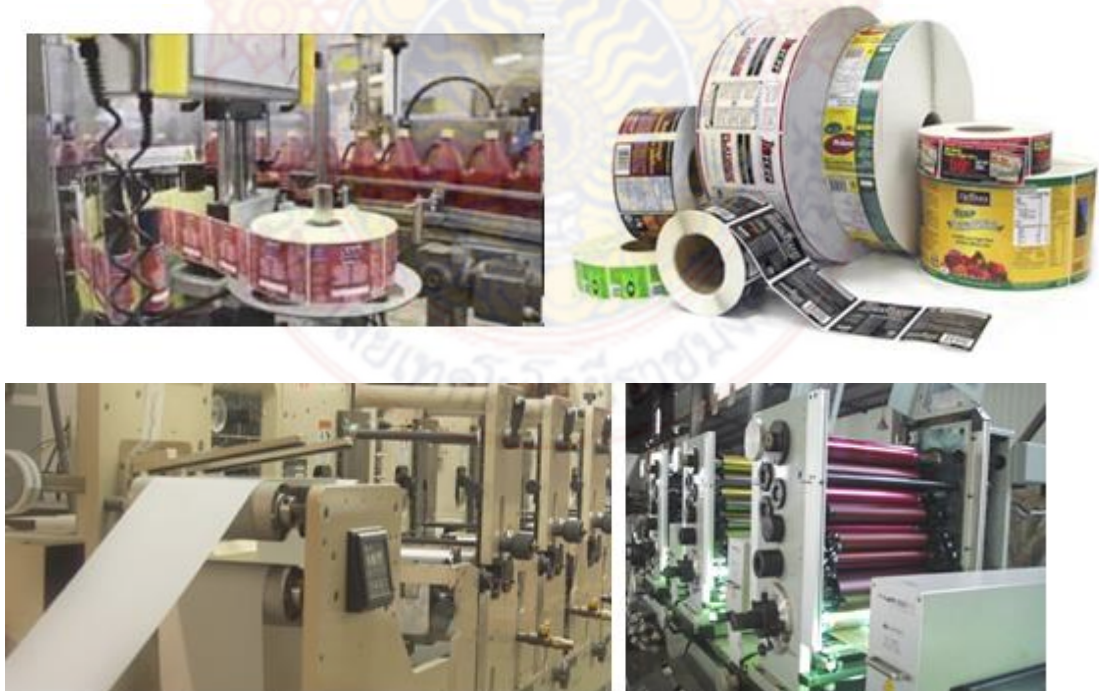
1. เทคโนโลยีเพื่อช่วยในการออกแบบจะใช้อุปกรณ์สองส่วนร่วมกันนั่นก็คือ ด้าน Hardware และ Software เพื่อช่วยในการคิดค้นออกแบบผลิตภัณฑ์ ออกแบบด้านกราฟฟิก อาจรวมไปถึงเรื่องการพัฒนาสินค้าในรูปแบบต่าง ๆ Software ที่ใช้ออกแบบในปัจจุบันได้พัฒนาให้เป็นรูปแบบ 3D เพื่อให้ง่ายต่อการตรวจสอบความถูกต้องและการสื่อสารที่เข้าใจได้ง่ายมากยิ่งขึ้น หรือสามารถผลิตชิ้นงานตัวอย่างออกมาเพื่อให้เห็นรูปลักษณ์ของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ได้





รูปที่ 2.4 แสดงโครงสร้าง 3D

2. เทคโนโลยีการผลิตและการพิมพ์นำมาใช้ในการพิมพ์ฉลาก เพื่อใช้สำหรับกล่องบรรจุภัณฑ์ขวดเครื่องสำอางหรือถุงใส่เครื่องสำอาง อาหารและอุตสาหกรรมอื่น ๆ มากมายซึ่งเทคโนโลยีการพิมพ์นั้นมีหลากหลายรูปแบบ เช่น การพิมพ์แบบออฟเซต การพิมพ์แบบกราวเวียร์ และการพิมพ์แบบเฟ็กโซ ปัจจุบันอุปกรณ์และเครื่องมือเครื่องจักรในการพิมพ์มีความทันสมัยและมีเทคโนโลยีสูงเพื่อให้ได้สีสันทึ่สวยงามและดึงดูดความต้องการของผู้บริโภค



รูปที่ 2.5 แสดงเครื่องมือเครื่องจักรในการพิมพ์

3. เทคโนโลยีการบรรจุภัณฑ์ ปริมาณของบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตหรือบรรจุได้ในปัจจุบันนี้อาจยังไม่ใช้ปริมาณความต้องการในปัจจุบันเท่านั้น การเลือกเครื่องจักรจึงเป็นเรื่องสำคัญที่จะต้องรองรับการผลิตในอนาคตและยังต้องทำงานร่วมกับวัสดุบรรจุภัณฑ์ได้อย่างดี ในด้านการลำเลียงขนถ่าย บรรจุ หรือหน้าที่อื่น ๆ ได้อย่างถูกต้องและรวดเร็ว



รูปที่ 2.6 แสดงเครื่องจักรที่รองรับการผลิตในอนาคต

การบรรจุภัณฑ์ หรือการบรรจุหีบห่อ เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด เนื่องจากในปัจจุบันนี้บริษัทต่าง ๆ ได้พัฒนาตัวสินค้าและบริการจนมีคุณภาพทัดเทียมกันเกือบทุกรายี่ห้อ ดังนั้นนักการตลาดจึงได้หันมาเน้นเรื่องการบรรจุภัณฑ์ โดยการพัฒนารูปแบบของการบรรจุภัณฑ์ เพื่อช่วยทั้งในด้านการเก็บรักษาการขาย การตลาด การโฆษณา การบรรจุภัณฑ์จึงเข้ามามีบทบาททางการตลาดเพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีและเหมาะสม จะช่วยให้การดำเนินการจัดจำหน่าย การขนส่งเคลื่อนย้ายและการกระจายสินค้าดำเนินไปได้ด้วยดี สะดวก รวดเร็ว ประหยัด

อีกสิ่งหนึ่งที่ขาดไม่ได้ นั่นก็คือเรื่องการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมในสังคมปัจจุบันผู้อุปโภคบริโภคให้ความใส่ใจต่อบรรจุภัณฑ์มากเป็นทวีคูณ ผู้บริโภคนอกจากจะมีความต้องการความสวยงามภายนอกของตัวบรรจุภัณฑ์แล้ว ยังต้องการบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม



รูปที่ 2.7 แสดงสัญลักษณ์การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

การออกแบบบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องพิจารณาถึงความสามารถในการลดปริมาณบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วความต้องการดังกล่าวนี้ได้ก่อให้เกิดกระแสทางสังคมในประเทศที่พัฒนาแล้ว ส่งผลให้สินค้าที่ส่งไปจัดจำหน่ายประเทศเหล่านี้ต้องสอดคล้องกับกฎข้อบังคับทางด้านสิ่งแวดล้อมของประเทศนั้น ๆ ด้วยตัวอย่างเช่น ในประเทศเยอรมันการนำเอากล่องกระดาษแข็งกลับมาใช้ใหม่ในผู้บริโภคจะนำเฉพาะบรรจุภัณฑ์ชั้นใน เช่น ขวดที่บรรจุสินค้ากลับบ้าน ส่วนตัวกล่องชั้นนอกจะให้ผู้ขายนำกลับไปใช้ใหม่ โครงการนำกลับมาใช้ซึ่งค่อนข้างใหม่นี้ย่อมช่วยกันรักษาทรัพยากรธรรมชาติไม่ให้หมดไปในระยะเวลาอันใกล้

#### 2.1.6 เทรนด์กราฟิกดีไซน์ปี 2017 เพื่อรองรับไทยแลนด์ 4.0

(ปฐมนิเทศ โศภิต: 2560) เป็นที่ทราบกันดีว่าประเทศไทยในปัจจุบันคือ ยุคไทยแลนด์ 4.0 ซึ่งเป็นยุคที่มีการนำเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ตมาใช้ในการพัฒนาและช่วยในการขายสินค้า ดังนั้นในส่วนองงานกราฟิกดีไซน์จึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวเพื่อให้เข้ากับยุคไทยแลนด์ 4.0 การออกแบบต่างๆ ต้องมีการศึกษาเทรนด์ที่มีความเป็นสากล เหมาะสมกับยุคสมัย เพื่อให้งานกราฟิกดีไซน์มีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์หรือกิจกรรมที่เกิดขึ้นในยุคนี้ ซึ่งเทรนด์ในงานกราฟิกดีไซน์ต่างๆ สามารถสรุปย่อๆ ได้ ดังนี้

1. การออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เช่น วารสาร (magazine) จุลสาร (booklet) โปสเตอร์ (poster) แผ่นพับหรือใบปลิว (leaflet) เทรนด์งานกราฟิกดีไซน์สำหรับสื่อประเภทนี้ ปัจจุบันจะมุ่งเน้นไปที่ความเรียบง่าย มีความเป็นธรรมชาติ มีการเลือกใช้สีที่สื่อถึงความสดใหม่ สดใส ตื่นตัว มีการใช้ลูกเล่นโดยการไล่เฉดสี สำหรับลักษณะการใช้สายเส้นจะเป็นการเลียนแบบจากธรรมชาติรอบตัว เช่น คลื่นทะเล ลายหินอ่อน ใบไม้ ดอกไม้ ปีกนก นอกจากนี้การดีไซน์ยังมีกลิ่นไอของการออกแบบในยุค 80 ที่ผสมอยู่ในการใช้สีและการลักษณะเลือกใช้ตัวอักษร (font) อีกด้วย ในส่วนของการใช้ภาพประกอบนั้น จะเน้นไปที่การสร้างกราฟิกแทนการใช้ภาพจริง หรือใช้ภาพวาดมือ (hand-drawn) ผสมผสานกับกับการใช้ภาพกราฟิก

2. การออกแบบโลโก้ ยุคนี้ก็ยังคงยึดถือปรัชญาเดิมคือ การสร้างความน่าจดจำและสื่อถึงผลิตภัณฑ์หรือบริการของบริษัท โดยการออกแบบจะมุ่งเน้นไปที่ความเรียบง่าย ลายเส้นไม่ซับซ้อน ดูสบายตา ใช้การออกแบบที่เป็นแบบแบน (flat design) และมีการใช้การออกแบบที่ว่างรอบวัตถุให้เกิดภาพซ้อนอีกภาพหนึ่ง (negative space) สำหรับลักษณะลายเส้นที่ใช้ในการสร้างโลโก้ก็จะเน้นไปที่เส้นหนาที่บเสมอกันวางอยู่พื้น (background) สีเดียว นอกจากนี้หลายแบรนด์ก็ยังเลือกใช้ตัวอักษรในโลโก้ เพื่อให้โลโก้ดูเรียบง่าย สะอาดตา สำหรับภาพที่ใช้ในการสร้างโลโก้หากไม่ได้



สร้างจากลายเส้นก็จะนิยมใช้เป็นภาพวาดมือ เพื่อสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าหรือบริการให้มีความอบอุ่นและมีเสน่ห์

3. การออกแบบสื่อออนไลน์ที่เป็นภาพนิ่ง การใช้ภาพนิ่งเพื่อเป็นสื่อในการประกาศโฆษณา หรือแจ้งข่าวสาร ผ่านทางโซเชียลมีเดีย มีความสำคัญอย่างมากในยุคนี้ ดังนั้นการออกแบบสื่อออนไลน์จึงต้องมีความทันสมัยไม่ตกเทรนด์ ซึ่งเทรนด์ของปีนี้ก็ยังเน้นไปที่ความเรียบง่าย เช่นเดียวกับสื่อสิ่งพิมพ์และโลโก้ แต่จะต่างกันตรงที่สื่อออนไลน์ยุคนี้จะนิยมใช้ cinemagraphy หรือการสร้างภาพเคลื่อนไหวเฉพาะจุด เพื่อให้ดูมีชีวิต ดึงดูดสายตาและความสนใจ

หัวใจของผู้อ่าน ซึ่งภาพเคลื่อนไหวนี้นิยมใช้ในการทำโลโก้ที่ปรากฏบนสื่อออนไลน์เช่นกัน ตัวอย่างภาพนิ่งในลักษณะ cinemagraphy สามารถหาได้จาก ที่นี่

4. การออกแบบสื่อออนไลน์ที่ภาพเคลื่อนไหว (motion graphic) ยุค 4.0 มีการใช้ motion graphic ในการสื่อสารโน้มน้าวใจ ให้ความรู้เพิ่มมากขึ้น ซึ่งเทรนด์ในยุคนี้จะมีการใช้ภาพกราฟฟิกในลักษณะ 2D และ 3D ผสมผสานกัน ในสื่อตัวเดียว การเปลี่ยนฉากในแต่ละฉากจะมีความต่อเนื่องกัน (seamless transitions) โดยสิ่งที่เห็นในฉากก่อนหน้าจะปรากฏ และค่อยๆ เปลี่ยนแปลงลักษณะในฉากต่อไป ซึ่งสร้างความรู้สึกร่วมกันให้แก่ผู้ชม สำหรับลักษณะเนื้อเรื่องที่นิยมใช้จะเป็นกึ่งสารคดีแอนิเมชัน มีการใช้ตัวอักษรน้อย เน้นที่การบรรยายเล่าเรื่อง หรือเพลงประกอบที่เข้ากับเนื้อหาของเรื่อง ส่วนภาพแอนิเมชันจะใช้ไม่กี่สีและมีการไล่เฉดสี ลายเส้นในการสร้างภาพจะไม่ซับซ้อน หนักแน่น เรียบง่าย และสะอาดตา เช่นเดียวกับสื่ออื่น ๆ จะเห็นได้ว่าเทรนด์ในการออกแบบกราฟิกของสื่อต่าง ๆ ยุคนี้จะเน้นไปที่ความเรียบง่าย สะอาดตา เพื่อสร้างความสบายตาให้แก่ผู้ชม ดังนั้นการออกแบบสื่อต่าง ๆ ทางด้านวิทยาศาสตร์เอง จึงควรจะมีการพัฒนาเพื่อให้เกิดความน่าสนใจและไม่ตกเทรนด์ เพื่อให้เข้ากับบรรยากาศในยุคไทยแลนด์ 4.0 ด้วยเช่นกัน

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

กฤษณะ ดาราเรือง 2560, การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์สินค้า ตลอดจนรูปแบบการจัดกลุ่มบรรจุภัณฑ์ที่หลากหลาย 2) สร้าง BrandOnline ผ่าน Social Branding และ 3) พัฒนาศักยภาพบุคลากรที่สอดคล้องกับความต้องการ กลยุทธ์เชิงป้องกันผลการศึกษาพบว่าผลการสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อการพัฒนาตราผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์และฉลาก สินค้า พบว่า ในภาพรวมทั้ง 3 ด้าน อยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 เมื่อ



เทียบกับเกณฑ์ที่ตั้งไว้ (Mean  $\geq$  70% หรือ 3.50 ใน 5 ตามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ) โดยภาพรวมด้านตรา ผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเป็น 3.64 ด้านบรรจุภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยเป็น 3.79 และด้านฉลากสินค้า มีค่าเฉลี่ยเป็น 3.77

ชัยญ์นรี จิรสกุลอ่อนแจ้ง 2558, การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อศึกษาแนวคิดและแรงบันดาลใจในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 2. เพื่อศึกษาความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 3. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า 1. ทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องพัฒนาฝีมือการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความแปลกใหม่และมีความสวยงามมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค 2. ความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ มาจากการพบเห็นผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ประจำเกาะเกร็ด ผู้บริโภคส่วนใหญ่จึงบริโภคเป็นของที่ระลึกและของชำร่วย 3. ปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ คือ ด้านกำลังคนที่ไม่เพียงพอต่อการผลิต และด้านช่องทางการตลาด เนื่องจากไม่มีช่องทางการตลาดโดยตรงที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

วิชานาด ทิวสิงห์ 2558, การออกแบบกราฟิกเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านจังหวัดมหาสารคาม มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. เพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคาม 2. เพื่อส่งเสริมการขายให้กับผลิตภัณฑ์กลุ่มผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคาม 3. เพื่อออกแบบตราสินค้า (Logo) และบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดมหาสารคาม ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายที่ต่อสินค้า (Logo) พบว่าตราสินค้าที่เป็นที่ชื่นชอบคือรูปแบบที่ 1 โดยกลุ่มเป้าหมายชื่นชอบทุกประเด็นมีค่าเฉลี่ย  $X=3.78$  ซึ่งสูงที่สุดจาก 15 รูปแบบ สำหรับบรรจุภัณฑ์แบบที่ 13 เป็นที่ชื่นชอบที่สุดมีค่าเฉลี่ย  $X=3.71$

นพวรรณ ชีวอารี 2555, ศึกษาเรื่องการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์หุ้มแปรรูปเพื่อส่งเสริมการขาย กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หุ้มแปรรูปในชุมชนท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม โดยมีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาปัญหาและประเมินประสิทธิภาพโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ในการเก็บรักษาสินค้าที่มีคุณภาพ 2. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หุ้มแปรรูปที่มีประโยชน์ใช้สอยสูงสุดต่อชุมชนและบรรจุภัณฑ์หุ้มแปรรูปยังสามารถสอดคล้องกับการขยายตลาดที่สร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าได้ ผลการศึกษาพบว่าบรรจุภัณฑ์หุ้มแปรรูปมีประสิทธิภาพ โดยรวมของบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบจำนวน 3 แบบ คือ แบบ A อยู่ในเกณฑ์ดี มีค่าเฉลี่ย 4.3 รูปแบบ B มีค่าเฉลี่ย 4.2 และ

รูปแบบ C มีค่าเฉลี่ย 3.9 โดยทำการประเมิน 4 ด้าน ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านการบรรจุผลิตภัณฑ์ ด้านอำนวยความสะดวก และด้านส่งเสริมการจำหน่าย

ประพนธ์ เนียมสา และ อรรถพงษ์ ศิริสุวรรณ 2560, การออกแบบอัตลักษณ์และเรขศิลป์ สื่อสิ่งพิมพ์ ผลิตภัณฑ์โอท็อป ไหมสมเด็จ อำเภอสมเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวิเคราะห์กำหนดรูปแบบในการสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์โอท็อป ไหมสมเด็จอำเภอสมเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์ 2) ออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับผลิตภัณฑ์โอท็อป ไหมสมเด็จอำเภอสมเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์ 3) ออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ เพื่อการประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์โอท็อป ไหมสมเด็จ อำเภอสมเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์ ผลการศึกษาพบว่า (1) การกำหนดอัตลักษณ์ได้นำปัจจัยทางความเชื่อทางด้านพิธีกรรมทางศาสนาโดยใช้ธงไชย ที่ถูกผลิตขึ้นเองของกลุ่มไหมสมเด็จเพื่อประกอบพิธีกรรมร่วมกับชุมชนอยู่เป็นประจำเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรม โบราณอีสาน สะท้อนอัตลักษณ์ทางความเชื่อ และ นำลายผ้าไหม รูปทรงสี่เหลี่ยมข้าวหลามตัดซึ่งเป็นลายที่เป็นเอกลักษณ์และเป็นโครงสร้างในการผลิตลาย เป็นที่นิยม ของกลุ่มในการทอ สะท้อนอัตลักษณ์ทางหัตถกรรม แสดงถึงการสืบทอดศิลปะ วัฒนธรรมดั้งเดิมของบรรพบุรุษในการประกอบอาชีพ (2) การออกแบบตราสัญลักษณ์ได้นำอัตลักษณ์ของ ธงไชย และ ลายสี่เหลี่ยมข้าวหลามตัดของลายผ้าไหมมาประยุกต์ใช้ในการออกแบบ เนื่องจากมีรูปทรงคล้ายกันสามารถประสานเป็นตราสัญลักษณ์ได้โดยใช้โทนสี จำนวน 3 สี ได้แก่ เหลือง แดง คราม ซึ่งถูกจัดกลุ่มจาก จำนวนสีทั้งหมดที่กลุ่มได้มีการย้อมผ้าของกลุ่ม โดยลดทอนให้เหลือค่าสีกลาง (3) รูปแบบสื่อประชาสัมพันธ์สื่อให้เห็นถึงกระบวนการผลิต ตั้งแต่การเลี้ยงไหมจนถึงการผลิตเลือกใช้ภาพขั้นตอนการผลิตจริง โดยใช้สีเหลืองแสดงถึงการเลี้ยงไหมและสีครามในขั้นตอนการย้อมการทอ โดยจำแนกการใช้งานของสื่อสิ่งพิมพ์ออกได้ 2 ประเภท ได้แก่ 3.1) การใช้งานสำหรับการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนาดเล็กและใหญ่ ถุงใส่บรรจุภัณฑ์ สอดแทรกเนื้อหา ประวัติความเป็นมาของกลุ่ม ป้ายแขวนบอกราคาและวิธีการใช้การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ใช้สีครามจากผ้าย้อมครามในการเลียนแบบสีธรรมชาติที่ถูกย้อมขึ้นเองของกลุ่ม 3.2) การใช้งานสำหรับประชาสัมพันธ์ ได้แก่ การออกแบบ นามบัตร แสดงตราสัญลักษณ์และข้อมูลการติดต่อ การออกแบบแผ่นพับ แสดงประวัติข้อมูลผลิตภัณฑ์ใช้สีครามและเหลืองในการออกแบบ สรุปผลการประเมินความพึงพอใจในการออกแบบตราสัญลักษณ์ซึ่งบ่งบอกที่มาและอัตลักษณ์ของกลุ่มไหมสมเด็จได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ( $\bar{x} = 4.04$ ,  $S.D. = 0.80$ ) อยู่ในระดับความพึงพอใจมากสรุปผลการประเมินความพึงพอใจในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ประชาสัมพันธ์ได้ค่าเฉลี่ยเท่ากับ ( $\bar{x} = 4.12$ ,  $S.D. = 0.81$ ) อยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

## บทที่ 3

### วิธีดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้

#### 1. ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

- 1.1 การกำหนดประชากร
- 1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล
- 1.3 การกำหนดรายละเอียดของบรรจุภัณฑ์
- 1.4 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

#### 2. ขั้นตอนการประเมินประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์

- 2.1 การสร้างแบบประเมินประสิทธิภาพบรรจุภัณฑ์
- 2.2 การประเมินประสิทธิภาพของแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

##### 3.1.1 ประชากร

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ต.คลองทราย อ.นาทวี จ.สงขลา เพื่อส่งเสริมการขายของชุมชนท้องถิ่นด้วยเหตุผลดังต่อไปนี้

- 3.1.1.1 ประชากรในการศึกษา คือ บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกง ที่ได้ทำการออกแบบโดยผู้วิจัย จำนวน 3 แบบ ซึ่งจำแนกได้ดังนี้
- 3.1.1.2 บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงประเภทกล่องกระดาษ บรรจุอาหารได้ ขนาดมาตรฐาน ขนาด กว้าง 20 ยาว 28 เซนติเมตร จำนวน 3 แบบ สำหรับบรรจุเครื่องแกงน้ำหนัก 1 กิโลกรัม

### 3.1.2 การเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง คือ บรรรจุกณ์ท์ผลิตภัณ์ท์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุที่ทำการประเมินประสิทธิภัพของบรรรจุกณ์ท์ที่มีอยู่ โดยทั่วไปเลือกจากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีสุ่มแบบเจาะจงโดยผู้เชี่ยวชาญเลือกจำนวนผลิตภัณ์ท์ทั้งหมด 3 ซึ้น

### 3.1.3 ตัวแปรที่ศึกษา

โดยผู้วิจัยจะทำการประเมินประสิทธิภัพของบรรรจุกณ์ท์ที่ผู้วิจัยได้ออกแบบบรรรจุกณ์ท์ผลิตภัณ์ท์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุเพื่อส่งเสริมการขายของชุมชนท้องถิ่น โดยตัวแปรที่จะศึกษามี 2 ตัวแปร คือ

3.1.3.1 ตัวแปรต้น คือ รูปแบบ ลวดลาย และบรรรจุกณ์ท์ลักษณะต่าง ๆ ที่สร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าได้

3.1.3.2 ตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภัพของบรรรจุกณ์ท์โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน

1. ด้านการปกป้องผลิตภัณ์ท์
2. ด้านอำนวยความสะดวก
3. ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย

## 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ที่จะศึกษาปัญหาของบรรรจุกณ์ท์ผลิตภัณ์ท์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุที่ใช้อยู่ในปัจจุบันจากการสัมภาษณ์สมาชิกของกลุ่ม ประธาน และกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค โดยใช้เครื่องมือในการศึกษาวิเคราะห์ดังนี้

### 3.2.1 ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล การออกแบบบรรรจุกณ์ท์ผลิตภัณ์ท์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุโดยมี 2 ขั้นตอนดังนี้

3.2.1.1 ผู้วิจัยศึกษาเกี่ยวกับเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตในการวิจัยโดยแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนดังนี้

**ตอนที่ 1** กระบวนการสร้างแบบบรรรจุกณ์ท์ ประเภทกล่องกระดาษ

**ตอนที่ 2** เป็นแบบประเมินผลประสิทธิภาพของบรรจุกณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อส่งเสริมการขาย โดยแบ่งเป็น 3 ด้านดังนี้

1. ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์
2. ด้านอำนวยความสะดวก
3. ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย

**ตอนที่ 3** กระบวนการวัดประสิทธิภาพของบรรจุกณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ

- ครั้งที่ 1 จำนวน 2 แบบ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ
  - กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบบรรจุกณฑ์ จำนวน 3 คน
  - กลุ่มที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุกณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ จำนวน 100 คน โดยเป็นการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งกำหนดคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคอร์ต (Likert) สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมด

**ตอนที่ 4** กระบวนการสร้างแบบบรรจุกณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุเพื่อส่งเสริมการขายประเภทถุงซิปล็อก ครั้งที่ 2 จำนวน 2 แบบ คือ แบบ ก แบบ ข และ แบบ ค โดย โดย การนำผลประเมินประสิทธิภาพจากผู้เชี่ยวชาญของตอนที่ 3 ทั้ง 3 แบบ มาพัฒนาและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสร้างต้นแบบบรรจุกณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุครั้งที่ 2

**ตอนที่ 5** กระบวนการวัดประสิทธิภาพของบรรจุกณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ เพื่อส่งเสริมการขาย ครั้งที่ 1 จำนวน 2 แบบ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบบรรจุกณฑ์ จำนวน 3 คน กลุ่มที่ 2 ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุกณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ จำนวน 100 คน โดยเป็นการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งกำหนดคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคอร์ต (Likert) สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากผู้ตอบแบบประเมินทั้งหมด



### 3.2.1.2 ผู้วิจัยศึกษาแบบร่างที่จะนำมาพัฒนาในการวิจัยครั้งนี้

สถิติที่ใช้ในการประเมินประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์

เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ต.คลองทราย อ.นาทวี จ.สงขลา

#### 1. สถิติพื้นฐาน ได้แก่

##### 1.1 ค่าคะแนนเฉลี่ย ใช้สูตร

$$\bar{x} = \frac{\sum x}{N}$$

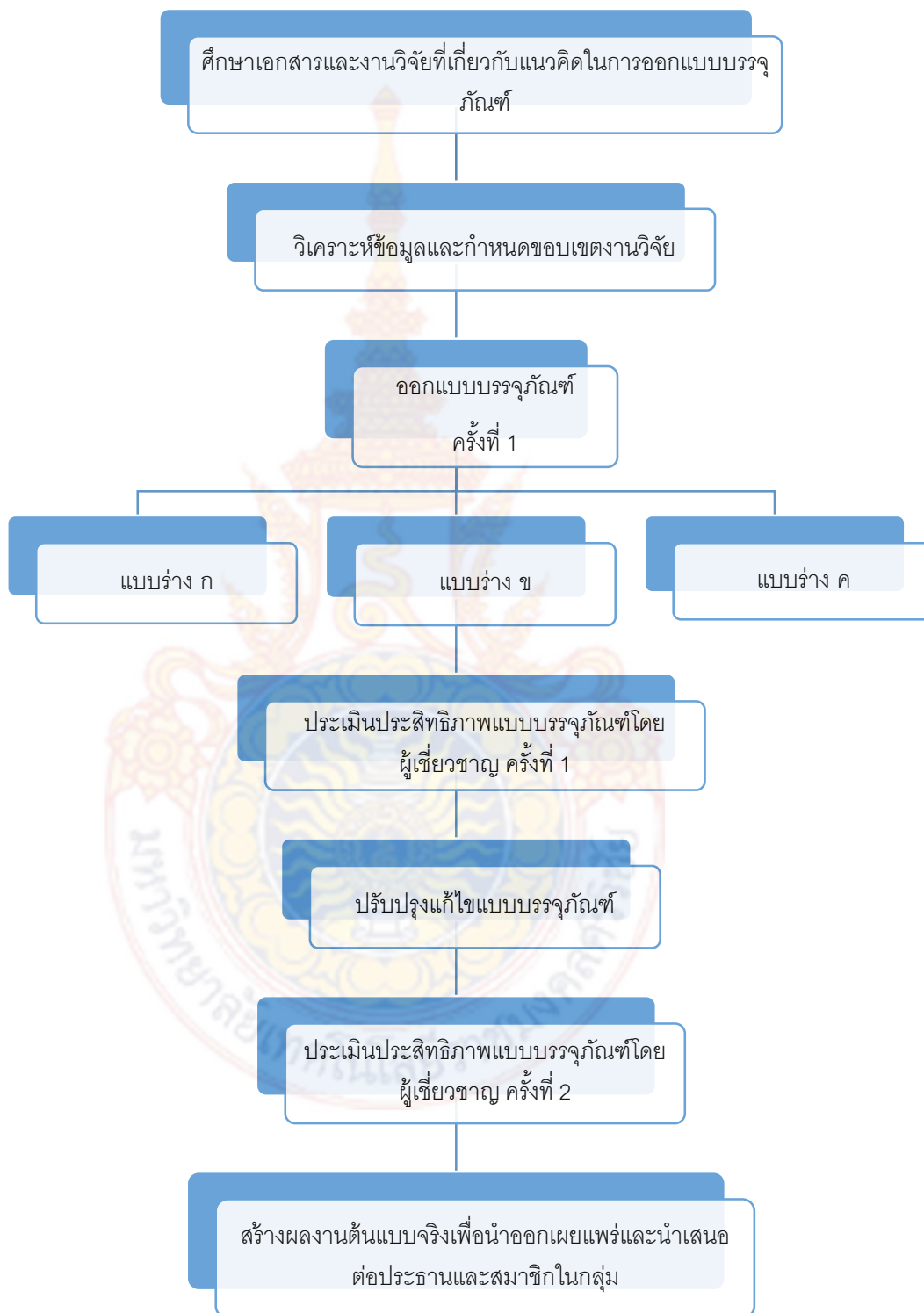
เมื่อ  $\bar{x}$  แทน ค่าเฉลี่ย  
 $\sum x$  แทน ค่าผลรวมคะแนนทั้งหมด  
 $N$  แทน ค่าจำนวนข้อมูลทั้งหมด

##### 1.2 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$S.D = \sqrt{\frac{\sum (X - \bar{x})^2}{N}}$$

เมื่อ S.D แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน  
 $N$  แทน จำนวนคะแนนในกลุ่ม  
 $\sum$  แทน ผลรวม  
 $X$  แทน คะแนนแต่ละตัว  
 $\bar{x}$  แทน ค่าเฉลี่ย

### 3.2.2 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย





### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

#### 3.3.1 การประเมินประสิทธิภาพของบรรจุกณฑ์

##### 3.3.1.1 การสร้างแบบประเมินประสิทธิภาพของบรรจุกณฑ์

1. ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบประเมินประสิทธิภาพของบรรจุกณฑ์

2. สร้างแบบประเมินประสิทธิภาพของบรรจุกณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ โดยผู้วิจัยทำการประเมิน 3 ด้าน

1. ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์
2. ด้านอำนวยความสะดวก
3. ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย

3.3.1.2 สร้างแบบประเมินประสิทธิภาพของบรรจุกณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ ด้วยคำชี้แจงและข้อแนะนำซึ่งมีรายละเอียดประกอบด้วย 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบประเมินผลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยเป็นการประเมินแบบมาตรฐานประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่าคะแนน (Weight) ออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคอร์ต์ (พวงรัตน์ ทวีรัตน์. 2540 : 114) ดังนี้

วิธีการให้คะแนนในคำตอบที่ต้องการเลือกระดับคะแนนที่ใช้

- |   |   |                                 |
|---|---|---------------------------------|
| 5 | = | ผลการประเมินในระดับดีมาก        |
| 4 | = | ผลการประเมินในระดับดี           |
| 3 | = | ผลการประเมินในระดับพอใช้        |
| 2 | = | ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง |
| 1 | = | ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้    |

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยต่าง ๆ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	ความหมาย
4.51-5.0	ผลการประเมินในระดับดีมาก
3.51-4.50	ผลการประเมินในระดับดี

2.51.3.50	ผลการประเมินในระดับพอใช้
1.51-2.50	ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง
1.00-1.50	ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

ตอนที่ 2 เป็นแบบปลายเปิด สำหรับผู้ตอบแบบประเมินแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมให้ และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ

### 3.3.1.3 การประเมินประสิทธิภาพของบรรจุกณฑ์

การวิจัยครั้งนี้จะทำการประเมินผลจากแบบบรรจุกณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุจำนวน 2 ครั้ง โดยครั้งที่ 1 ประเมินประสิทธิภาพของบรรจุกณฑ์ จำนวน 2 แบบ คือ แบบ ก แบบ ข และแบบ ค นำมาพัฒนาและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ จากนั้นทำการประเมินประสิทธิภาพครั้งที่ 2 โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุกณฑ์ที่มีประสบการณ์ในการทำงานด้านการออกแบบบรรจุกณฑ์ไม่น้อยกว่า 2 ปี จำนวน 3 คน

กลุ่มที่ 2 แบบสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุกณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุจำนวน 100 คน ทำการประเมินแสดงความคิดเห็นและเลือกแบบบรรจุกณฑ์ที่มีความพึงพอใจมากที่สุด

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลตามที่กำหนดไว้ในเครื่องมือของการวิจัยโดยดำเนินการดังนี้

3.4.1 ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินประสิทธิภาพของบรรจุกณฑ์ จำนวน 3 แบบ คือ แบบ ก แบบ ข และแบบ ค ที่ได้จากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุกณฑ์

3.4.2 ผู้วิจัยได้นำแบบประเมินประสิทธิภาพของแบบบรรจุกณฑ์มาพัฒนาและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ

3.4.3 เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ข้อมูลกับเอกสารที่เกี่ยวข้อง

3.4.4 ทบทวนผลการวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความถูกต้อง

3.4.5 เรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากผลการประเมินประสิทธิภาพของแบบบรรจุกณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญ และนำเสนอผลงานต่อประธานและสมาชิกในกลุ่ม

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา คณะผู้วิจัยได้กำหนดสัญลักษณ์และอักษรย่อในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจที่ตรงกัน ดังนี้

#### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

$\bar{x}$	แทน ค่าเฉลี่ย
$\Sigma X$	แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมด
N	แทน จำนวนข้อมูลทั้งหมด
S.D	แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
n	แทน จำนวนคะแนนในกลุ่ม
$\Sigma$	แทน ผลรวม
X	แทน คะแนนแต่ละตัว
t	แทน ค่าสถิติที่ใช้พิจารณาใน t-distribution
S	แทน ค่าความแปรปรวนของกลุ่มตัวอย่าง
U	แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของงานวิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา คณะผู้วิจัยทำการนำเสนอเฉพาะผลการวิเคราะห์แบบประเมินประสิทธิภาพในรูปแบบของตารางประกอบคำอธิบายโดยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนได้แก่

ขั้นตอนที่ 1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกระบวนการประเมินประสิทธิภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ครั้งที่ 1 จำนวน 3 แบบ คือ แบบ ก แบบ ข แบบ ค โดยทำการประเมินเป็น 3 ด้าน ดังนี้

1. ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์
2. ด้านการอำนวยความสะดวก
3. ด้านการส่งเสริมการจำหน่าย

ขั้นตอนที่ 2 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกระบวนการประเมินประสิทธิภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ครั้งที่ 2 จำนวน 3 แบบ คือ แบบ ก แบบ ข แบบ ค โดยทำการประเมินเป็น 3 ด้าน เช่นเดียวกับในขั้นตอนที่ 1 อีก ครั้ง เพื่อทดสอบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด มีประสิทธิภาพอยู่ในเกณฑ์ดี



รูปที่ 4.1 ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตเครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก



รูปที่ 4.2 ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตเครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข





รูปที่ 4.3 ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตเครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก

ขั้นตอนที่ 1 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกระบวนการประเมินประสิทธิภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ครั้งที่ 1 จำนวน 3 แบบ คือ แบบ ก แบบ ข แบบ ค โดยทำการประเมินเป็น 3 ด้าน ด้านปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านอำนาจความสะดวก ด้านส่งเสริมการจำหน่าย

ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามแบบเลือกตอบแบบประเมินประสิทธิภาพแบบ ก ปรากฏผลดังตาราง 4.1

ตาราง 4.1 การวิเคราะห์ผลประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพดแบบ ก N = 6

ประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ แบบ ก	$\bar{X}$	S.D.	t-test	ระดับเกณฑ์
<b>ด้านปกป้องผลิตภัณฑ์</b>				
1. ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ - ออกแบบโดยใช้บรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุจากกระดาษ ซึ่งมีคุณสมบัติป้องกันความชื้นและอากาศได้อย่างดี	4.50	0.50	2.22	ดี
2. ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในซึ่งเกิดจากแรงกระแทกจากภายนอกได้ - โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้	4.00	0.63	0	ดี
- บรรจุภัณฑ์มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	4.17	0.41	1.01	ดี
<b>ด้านอำนวยความสะดวก</b>				
1. การขนส่ง - บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	4.00	0.00	0	ดี
2. ใช้งานง่าย เช่น การเปิด-ปิดและการเก็บรักษา - สามารถเปิดรับประทานได้ง่าย	4.00	0.63	0	ดี
- เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยังรับประทานไม่หมด	4.17	0.98	0.27	ดี
<b>รวม</b>	<b>4.06</b>	<b>0.54</b>	<b>0.27</b>	<b>ดี</b>
<b>ด้านส่งเสริมการจำหน่าย</b>				
1. รูปแบบน่าสนใจจดจำตราและสินค้า - ดึงดูดความสนใจของลูกค้า	4.33	0.82	0.98	ดี



- บรรรจุกัณฑ์ที่มีความทันสมัย สวยงาม ดึงดูดความสนใจลูกค้าเมื่อพบเห็น	4.17	0.41	1.01	ดี
- สีของบรรรจุกัณฑ์สร้างความโดดเด่นกว่าสินค้าเครื่องแกงยี่ห้ออื่น ๆ ที่วางจำหน่ายในที่เดียวกัน	4.17	0.75	<b>0.55</b>	ดี
- ใช้ภาพประกอบที่เหมือนจริงช่วยในการแยกแยะความแตกต่างของสินค้าได้เป็นอย่างดี	4.00	0.89	0	ดี
2. กระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ				
- มีเอกลักษณ์ที่ลูกค้าสามารถจดจำได้ง่าย	3.83	0.41	-1.01	ดี
- ข้อความโฆษณาบนบรรรจุกัณฑ์ ชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้ออีก	3.83	0.41	-1.01	ดี
<b>รวม</b>	<b>4.08</b>	<b>0.63</b>	<b>0.31</b>	<b>ดี</b>

$$HO = 4.00$$

$$t_{0.05} = -2.015$$

จากตาราง 4.1 พบว่า ประสิทธิภาพของการออกแบบบรรรจุกัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก ในด้านปกป้องผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.20 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.84 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ย 4.06 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.27 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้อง กับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านส่งเสริมการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.08 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.31 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ดังนั้นผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรรจุกัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก มีค่าเฉลี่ย 4.13 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.50 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐาน ที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

ตอนที่ 2 เป็นคำถามแบบปลายเปิดสำหรับผู้ตอบแบบประเมินแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม และให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

บรรรจุกัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก ควรเพิ่มการพิมพ์ราคาข้างกล่องข้อความของวันที่ผลิตควรเว้นไว้สำหรับการปม์วันที่ผลิต ถ้ารูปลักษณะของการสื่อให้ผู้บริโภคเห็นถึงการเป็นผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผู้สูงอายุ น่าจะชัดเจนกว่านี้ หรือถ้าเป็นการเน้นรูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ ด้วยชนิดผลิตภัณฑ์ต้องมีตราหรือ LOGO ที่ชัดเจนสังเกตเห็นได้ง่ายกว่านี้

ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้าน  
ลำพด แบบ ข โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามแบบเลือกตอบแบบประเมินประสิทธิภาพแบบ ข ปรากฏผลดังตาราง

#### 4.2

ตาราง 4.2 การวิเคราะห์ผลประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ  
บ้านลำพด แบบ ข N = 6

ประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ แบบ ข	$\bar{X}$	S.D.	t-test	ระดับเกณฑ์
<b>ด้านปกป้องผลิตภัณฑ์</b>				
1. ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ - ออกแบบโดยใช้บรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุจาก กระดาษ ซึ่งมีคุณสมบัติป้องกันความชื้นและ อากาศได้อย่างดี	4.33	0.52	1.55	ดี
2. ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในซึ่งเกิดจากแรงกระแทก จากภายนอกได้ - โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อ คุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้	3.17	0.41	-4.95	พอใช้
- บรรจุภัณฑ์มีความกะทัดรัดและพอดีกับ ผลิตภัณฑ์ภายใน	3.67	0.82	-0.98	ดี
<b>ด้านอำนวยความสะดวก</b>				
3. การขนส่ง - บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	4.00	0.00	0	ดี
3. ใช้งานง่าย เช่น การเปิด-ปิดและการเก็บรักษา - สามารถเปิดรับประทานได้ง่าย	4.00	0.63	0	ดี
- เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยัง รับประทานไม่หมด	4.17	0.98	0.27	ดี
<b>รวม</b>	<b>4.06</b>	<b>0.54</b>	<b>0.27</b>	<b>ดี</b>

ด้านส่งเสริมการจำหน่าย				
3. รูปแบบนำเสนอใจจดจำตราและสินค้า				
- ดึงดูดความสนใจของลูกค้า	4.17	0.41	1.01	ดี
- บรรลุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย สวยงาม ดึงดูดความสนใจลูกค้าเมื่อพบเห็น	4.50	0.55	2.22	ดี
- สีของบรรจุภัณฑ์สร้างความโดดเด่นกว่าสินค้าเครื่องแกงยี่ห้ออื่น ๆ ที่วางจำหน่ายในที่เดียวกัน	3.38	0.41	-1.01	ดี
- ใช้ภาพประกอบที่เหมือนจริงช่วยในการแยกแยะความแตกต่างของสินค้าได้เป็นอย่างดี	4.33	0.52	1.55	ดี
4. กระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ				
- มีเอกลักษณ์ที่ลูกค้าสามารถจดจำได้ง่าย	4.17	0.41	1.01	ดี
- ข้อความโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ ชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้ออีก	4.00	0.63	0	ดี
<b>รวม</b>	<b>4.27</b>	<b>0.53</b>	<b>1.24</b>	<b>ดี</b>

$$HO = 4.00$$

$$t_{0.05} = -2.015$$

จากตาราง 4.2 พบว่า ประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข ในด้านปกป้องผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 3.77 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ -1.10 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.06 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.27 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านส่งเสริมการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.27 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 1.24 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ดังนั้นผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข มีค่าเฉลี่ย 4.14 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.61 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

ตอนที่ 2 เป็นคำถามแบบปลายเปิดสำหรับผู้ตอบแบบประเมินแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม และให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

บรรจุกัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข ควรแสดงตารางแสดง ส่วนประกอบอาหาร วันเดือน ปี ที่ผลิตหรือหมดอายุ เครื่องหมายรับรองคุณภาพ สีสัน ความสวยงามน่ารับประทาน

ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุกัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ค โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นคำถามแบบเลือกตอบแบบประเมินประสิทธิภาพแบบ ค ปรากฏผลดังตาราง 4.3

ตาราง 4.3 การวิเคราะห์ผลประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุกัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ค N = 6

ประสิทธิภาพของบรรจุกัณฑ์ แบบ ค	$\bar{x}$	S.D.	t-test	ระดับเกณฑ์
<b>ด้านปกป้องผลิตภัณฑ์</b>				
1. ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ - ออกแบบโดยใช้บรรจุกัณฑ์โดยใช้วัสดุจากกระดาษ ซึ่งมีคุณสมบัติป้องกันความชื้นและอากาศได้อย่างดี	3.83	0.41	-1.01	ดี
2. ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในซึ่งเกิดจากแรงกระแทกจากภายนอกได้ - โครงสร้างบรรจุกัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้	3.33	0.52	-3.15	พอใช้
- บรรจุกัณฑ์มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	3.33	1.03	1.59	พอใช้
<b>ด้านอำนวยความสะดวก</b>				
3. การขนส่ง - บรรจุกัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	3.67	0.52	-1.55	ดี
4. ใช้งานง่าย เช่น การเปิด-ปิดและการเก็บรักษา - สามารถเปิดรับประทานได้ง่าย	3.33	0.52	-3.15	พอใช้

- เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยัง รับประทานไม่หมด	3.50	0.55	-2.22	พอใช้
<b>รวม</b>	<b>3.50</b>	<b>0.53</b>	<b>-2.31</b>	<b>พอใช้</b>
<b>ด้านส่งเสริมการจำหน่าย</b>				
<b>5. รูปแบบนำเสนอใจจดจำตราและสินค้า</b>				
- ดึงดูดความสนใจของลูกค้า	3.83	0.98	-0.42	ดี
- บรรลุเกณฑ์ที่มีความทันสมัย สวยงาม ดึงดูดความ สนใจลูกค้าเมื่อพบเห็น	3.83	0.75	-0.55	ดี
- สีของบรรจุภัณฑ์สร้างความโดดเด่นกว่าสินค้า เครื่องแกงยี่ห้ออื่น ๆ ที่วางจำหน่ายในที่เดียวกัน	3.67	0.82	-0.98	ดี
- ใช้ภาพประกอบที่เหมือนจริงช่วยในการแยกแยะ ความแตกต่างของสินค้าได้เป็นอย่างดี	4.00	0.63	0	ดี
<b>6. กระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ</b>				
- มีเอกลักษณ์ที่ลูกค้าสามารถจดจำได้ง่าย	3.33	0.52	-3.15	ดี
- ข้อความโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ ชวนให้ลูกค้า กลับมาซื้ออีก	3.33	0.52	-3.15	พอใช้
<b>รวม</b>	<b>3.60</b>	<b>0.70</b>	<b>-1.39</b>	<b>ดี</b>

$$H_0 = 4.00$$

$$t_{0.05} = -2.015$$

จากตาราง 3 พบว่า ประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ค ในด้านปกป้องผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 3.60 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ -1.68 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ย 3.50 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ -2.31 อยู่ในเกณฑ์พอใช้ ไม่สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านส่งเสริมการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.60 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ -1.39 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ดังนั้นผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ค มีค่าเฉลี่ย 3.67 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.63 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05



ตอนที่ 2 เป็นคำถามแบบปลายเปิดสำหรับผู้ตอบแบบประเมินแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม และให้ข้อเสนอแนะ ดังนี้

บรรจุกฎภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ค ควรเป็นรูปแบบที่เรียบง่าย แสดงถึงความเป็นไทย หรือแสดงถึงลงไปถึงแหล่งที่มา รูปแบบต้องคำนึงถึงรูปทรงและลักษณะทางกายภาพของผลิตภัณฑ์และการบรรจุ การเปิด-ปิด ใช้งานได้ง่าย ข้อความบ่งชี้ต่าง ๆ อ่านออกชัดเจน

ขั้นตอนที่ 2 การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลของกระบวนการประเมินประสิทธิภาพการออกแบบบรรจุกฎภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ครั้งที่ 2 จำนวน 3 แบบ คือแบบ ก แบบ ข แบบ ค โดยทำการประเมินเป็น - ด้าน เช่นเดียวกับในขั้นตอนที่ 1 อีกครั้ง เพื่อทดสอบว่าการออกแบบบรรจุกฎภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด มีประสิทธิภาพอยู่ในเกณฑ์ดี

ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุกฎภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก เป็นคำถามแบบเลือกตอบแบบประเมินประสิทธิภาพ ปรากฏผลดัง ตาราง 4.4

ตาราง 4.4 การวิเคราะห์ผลประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุกฎภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก N = 10

ประสิทธิภาพของบรรจุกฎภัณฑ์ แบบ ก	$\bar{X}$	S.D.	t-test	ระดับเกณฑ์
<b>ด้านปกป้องผลิตภัณฑ์</b>				
1. ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ - ออกแบบโดยใช้บรรจุกฎภัณฑ์โดยใช้วัสดุจากกระดาษ ซึ่งมีคุณสมบัติป้องกันความชื้นและอากาศได้อย่างดี	4.3	0.48	1.97	ดี
2. ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในซึ่งเกิดจากแรงกระแทกจากภายนอกได้ - โครงสร้างบรรจุกฎภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้	4.1	0.32	0.98	ดี
- บรรจุกฎภัณฑ์มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	4.4	0.52	2.43	ดี

ด้านอำนวยความสะดวก				
3. การขนส่ง				
- บรรจุก๊าซสามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	4.1	0.86	0	ดี
5. ใช้งานง่าย เช่น การเปิด-ปิดและการเก็บรักษา				
- สามารถเปิดรับประทานได้ง่าย	4.7	0.48	4.61	ดีมาก
- เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยัง รับประทานไม่หมด	4.2	0.42	1.50	ดี
<b>รวม</b>	<b>4.3</b>	<b>0.59</b>	<b>1.76</b>	<b>ดี</b>
ด้านส่งเสริมการจำหน่าย				
7. รูปแบบนำเสนอใจจดจำตราและสินค้า				
- ดึงดูดความสนใจของลูกค้า	4.5	0.53	2.98	ดี
- บรรจุก๊าซที่มีความทันสมัย สวยงาม ดึงดูดความ สนใจลูกค้าเมื่อพบเห็น	4.6	0.52	3.64	ดีมาก
- สีของบรรจุก๊าซสร้างความโดดเด่นกว่าสินค้า เครื่องแกงยี่ห้ออื่น ๆ ที่วางจำหน่ายในที่เดียวกัน	4.4	0.70	1.80	ดี
- ใช้ภาพประกอบที่เหมือนจริงช่วยในการแยกแยะ ความแตกต่างของสินค้าได้เป็นอย่างดี	4.6	0.52	3.64	ดีมาก
8. กระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ				
- มีเอกลักษณ์ที่ลูกค้าสามารถจดจำได้ง่าย	3.33	0.52	-3.15	ดี
- ข้อความโฆษณาบนบรรจุก๊าซ ชวนให้ลูกค้า กลับมาซื้ออีก	3.9	0.32	-0.98	ดี
<b>รวม</b>	<b>4.3</b>	<b>0.55</b>	<b>2.24</b>	<b>ดี</b>

$$H_0 = 4.00$$

$$t_{0.05} = 1.833$$

จากตาราง 4 พบว่า ประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุก๊าซเครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก ในด้านปกป้องผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.2 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 1.43 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านอำนวยความสะดวก มีค่าเฉลี่ย 4.3

คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 1.76 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านส่งเสริมการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.3 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 2.24 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ดังนั้นผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก มีค่าเฉลี่ย 4.3 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 1.92 อยู่ในเกณฑ์ดีสอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข เป็นคำถามแบบเลือกตอบแบบประเมินประสิทธิภาพ ปรากฏผลดัง ตาราง 4.5

ตาราง 4.5 การวิเคราะห์ผลประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข N = 10

ประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ แบบ ข	$\bar{x}$	S.D.	t-test	ระดับเกณฑ์
<b>ด้านปกป้องผลิตภัณฑ์</b>				
1. ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ - ออกแบบโดยใช้บรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุจากกระดาษ ซึ่งมีคุณสมบัติป้องกันความชื้นและอากาศได้อย่างดี	4.5	0.53	2.98	ดี
2. ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในซึ่งเกิดจากแรงกระแทกจากภายนอกได้ - โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้	4.0	0.67	0	ดี
- บรรจุภัณฑ์มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	4.2	0.79	0.80	ดี
<b>ด้านอำนวยความสะดวก</b>				
3. การขนส่ง - บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	4.5	0.53	2.98	ดี
6. ใช้งานง่าย เช่น การเปิด-ปิดและการเก็บรักษา - สามารถเปิดรับประทานได้ง่าย	4.3	0.48	1.97	ดี

- เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยัง รับประทานไม่หมด	4.1	0.57	0.55	ดี
<b>รวม</b>	<b>4.3</b>	<b>0.53</b>	<b>0.78</b>	<b>ดี</b>
<b>ด้านส่งเสริมการจำหน่าย</b>				
<b>9. รูปแบบนำเสนอใจจดจำตราและสินค้า</b>				
- ดึงดูดความสนใจของลูกค้า	4.4	0.52	2.43	ดี
- บรรลุเกณฑ์ที่มีความทันสมัย สวยงาม ดึงดูดความ สนใจลูกค้าเมื่อพบเห็น	4.5	0.53	2.98	ดี
- สีของบรรจุภัณฑ์สร้างความโดดเด่นกว่าสินค้า เครื่องแกงยี่ห้ออื่น ๆ ที่วางจำหน่ายในที่เดียวกัน	4.1	0.88	0.35	ดี
- ใช้ภาพประกอบที่เหมือนจริงช่วยในการแยกแยะ ความแตกต่างของสินค้าได้เป็นอย่างดี	4.3	0.67	1.41	ดี
<b>10. กระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ</b>				
- มีเอกลักษณ์ที่ลูกค้าสามารถจดจำได้ง่าย	4.1	0.32	0.98	ดี
- ข้อความโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ ชวนให้ลูกค้า กลับมาซื้ออีก	3.9	0.57	-0.55	ดี
<b>รวม</b>	<b>4.2</b>	<b>0.62</b>	<b>1.02</b>	<b>ดี</b>

$$HO = 4.00$$

$$t_{0.05} = 1.833$$

จากตาราง 4.5 พบว่า ประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข ในด้านปกป้องผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.2 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.98 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ย 4.3 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 1.78 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านส่งเสริมการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.2 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 1.02 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ดังนั้นผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข มีค่าเฉลี่ย 4.2 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 1.37 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับ สมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้าน  
ลำพด แบบ ค เป็นคำถามแบบเลือกตอบแบบประเมินประสิทธิภาพ ปรากฏผลดัง ตาราง 4.6

ตาราง 4.6 การวิเคราะห์ผลประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ  
บ้านลำพด แบบ ค N = 10

ประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ แบบ ค	$\bar{x}$	S.D.	t-test	ระดับเกณฑ์
<b>ด้านปกป้องผลิตภัณฑ์</b>				
1. ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ - ออกแบบโดยใช้บรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุจาก กระดาษ ซึ่งมีคุณสมบัติป้องกันความชื้นและ อากาศได้อย่างดี	3.9	0.52	-0.60	ดี
2. ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในซึ่งเกิดจากแรงกระแทก จากภายนอกได้ - โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อ คุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ - บรรจุภัณฑ์มีความกะทัดรัดและพอดีกับ ผลิตภัณฑ์ภายใน	3.8	0.63	-1.00	ดี
	3.7	0.82	-1.15	ดี
<b>ด้านอำนวยความสะดวก</b>				
3. การขนส่ง - บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกัน ได้	3.7	0.67	-1.41	ดี
7. ใช้งานง่าย เช่น การเปิด-ปิดและการเก็บรักษา - สามารถเปิดรับประทานได้ง่าย - เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยัง รับประทานไม่หมด	3.8	0.42	-1.50	ดี
	3.8	0.42	-1.50	ดี
<b>รวม</b>	<b>3.7</b>	<b>0.50</b>	<b>-1.45</b>	<b>ดี</b>
<b>ด้านส่งเสริมการจำหน่าย</b>				



11. รูปแบบนำเสนอใจจดจำตราและสินค้า				
- ดึงดูดความสนใจของลูกค้า	4.0	0.47	0	ดี
- บรรลุเกณฑ์ที่มีความทันสมัย สวยงาม ดึงดูดความสนใจลูกค้าเมื่อพบเห็น	4.0	0.47	0	ดี
- สีของบรรจุภัณฑ์สร้างความโดดเด่นกว่าสินค้าเครื่องแกงยี่ห้ออื่น ๆ ที่วางจำหน่ายในที่เดียวกัน	3.8	0.63	-1.00	ดี
- ใช้ภาพประกอบที่เหมือนจริงช่วยในการแยกแยะความแตกต่างของสินค้าได้เป็นอย่างดี	4.2	0.42	1.50	ดี
12. กระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ				
- มีเอกลักษณ์ที่ลูกค้าสามารถจดจำได้ง่าย	4.1	0.32	0.98	ดี
- ข้อความโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ ชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้ออีก	3.9	0.57	-0.55	ดี
<b>รวม</b>	<b>4.0</b>	<b>0.48</b>	<b>0</b>	<b>ดี</b>

$$HO = 4.00$$

$$t_{0.05} = 1.833$$

จากตาราง 6 พบว่า ประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ค ในด้านปกป้องผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 3.8 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ -0.81 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ย 3.7 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ -1.45 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านส่งเสริมการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.0 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ดังนั้นผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ค มีค่าเฉลี่ย 3.9 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ -0.27 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ที่คณะผู้วิจัยได้ออกแบบสามารถสรุปได้ว่ามีประสิทธิภาพอยู่ในเกณฑ์ดีทั้ง 3 ด้าน

## บทที่ 5

### สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

งานวิจัยมีความมุ่งหมายของการวิจัยเพื่อได้แบบที่เป็นเอกลักษณ์ของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ตำบลคลองทราย อำเภอนาทวี จังหวัดสงขลา สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า และดึงดูดความสนใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีวิธีดำเนินการศึกษาค้นคว้าดังนี้

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ประเภทบรรจุภัณฑ์และขนาดบรรจุภัณฑ์ สำหรับใช้ในการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล แบ่งออกเป็น 5 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 กระบวนการสร้างแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ผลิตภัณฑ์ ประเภทกล่อง ครั้งที่ 1 จำนวน 3 แบบ คือ แบบ ก แบบ ข แบบ ค

ตอนที่ 2 เป็นแบบประเมินผลประสิทธิภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด โดยแบ่งเป็น 3 ด้าน

1. ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์
2. ด้านอำนวยความสะดวก
3. ด้านการส่งเสริมการขาย

ตอนที่ 3 กระบวนการประเมินประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ครั้งที่ 1 จำนวน 3 แบบ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 คน กลุ่ม 2 ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประกอบการเครื่องแกง จำนวน 3 คน โดยเป็นการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งกำหนดค่าคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของ ลิเคอร์ต (Likert) สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test จากผู้ตอบแบบประเมินรวมทั้งหมดเป็นจำนวน 6 คน

ตอนที่ 4 กระบวนการสร้างแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ประเภทกล่อง ครั้งที่ 2 จำนวน 3 แบบ คือ แบบ ก แบบ ข แบบ ค โดย นำผลการประเมินประสิทธิภาพ

ของตอนที่ 3 ทั้ง 3 แบบ นำมาพัฒนาและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสร้างแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ครั้งที่ 2

ตอนที่ 5 กระบวนการประเมินประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ครั้งที่ 2 จำนวน 3 แบบ โดยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 คน กลุ่ม 2 ผู้เชี่ยวชาญที่เป็นผู้ประกอบการเครื่องแกง จำนวน 5 คน โดยเป็นการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า ซึ่งกำหนดค่าคะแนนออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคอร์ต (Likert) สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าคะแนนเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ t-test จากผู้ตอบแบบประเมินรวมทั้งหมดเป็นจำนวน 10 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบประเมินผลความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ที่คณะผู้วิจัยได้สร้างขึ้น ประกอบด้วย 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยเป็นการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่าคะแนน (Weight) ออกเป็น 5 ระดับ ตามวิธีของลิเคอร์ต (พวงรัตน์ทวีรัตน์, 2540 : 114) ดังนี้

- 5 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก
- 4 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี
- 3 หมายถึง ผลการประเมินในระดับพอใช้
- 2 หมายถึง ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง
- 1 หมายถึง ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลที่เป็นค่าเฉลี่ยต่างๆ ดังนี้

ค่าเฉลี่ยระหว่าง	ความหมาย
4.51-5.0	ผลการประเมินในระดับดีมาก
3.51-4.50	ผลการประเมินในระดับดี
2.51-3.50	ผลการประเมินในระดับพอใช้
1.51-2.50	ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง
1.00-1.50	ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

ตอนที่ 2 เป็นแบบปลายเปิด สำหรับผู้ตอบแบบประเมินแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ

### สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ครั้งที่ 1 จำนวน 3 แบบ คือ แบบ ก แบบ ข แบบ ค โดยทำการประเมินเป็น 3 ด้าน ด้านปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านอำนวยความสะดวก ด้านส่งเสริมการจำหน่าย คณะผู้คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล พร้อมอธิบายข้อมูลประกอบแบบเมื่อมีคำถามจากผู้กรอกแบบสอบถาม โดยได้รับแบบสอบถามทั้งหมดคืนครบ สมบูรณ์คิดเป็นร้อยละ 100 จำนวน 6 ชุด เพื่อเก็บข้อมูลนำมาพัฒนาและปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ ของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อสร้างแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ครั้งที่ 2 สรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก ในด้านปกป้องผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.20 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.84 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ย 4.06 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.27 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านส่งเสริมการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.08 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.31 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ดังนั้นผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก มีค่าเฉลี่ย 4.13 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.50 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินประสิทธิภาพของการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข ในด้านปกป้องผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 3.77 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ -1.10 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ย 4.06 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.27 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านส่งเสริมการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.27 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 1.24 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ดังนั้นผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข มีค่าเฉลี่ย 4.14 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.61 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ค ในด้านปกป้องผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 3.60 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ -1.68 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านการบรรจุมีค่าเฉลี่ย 3.50 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ -2.22 อยู่ในเกณฑ์พอใช้ สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญ



92 ที่ .05 ด้านอำนาจความสะดวกมีค่าเฉลี่ย 3.50 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ -2.31 อยู่ในเกณฑ์พอใช้ สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านส่งเสริมการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 3.60 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ -1.39 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ดังนั้นผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ค มีค่าเฉลี่ย 3.67 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.63 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ครั้งที่ 2 จำนวน 3 แบบ คือ แบบ ก แบบ ข แบบ ค โดยทำการประเมินเป็น 3 ด้าน ด้านปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านอำนาจความสะดวก ด้านส่งเสริมการจำหน่าย คณะผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูล พร้อมอธิบายข้อมูลประกอบแบบเมื่อมีคำถามจากผู้กรอกแบบสอบถาม โดยได้รับแบบสอบถามทั้งหมด คืนครบสมบูรณ์ คิดเป็นร้อยละ 100 จำนวน 10 ชุด เพื่อเก็บข้อมูลการประเมินประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ สรุปได้ดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก ในด้านปกป้องผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.2 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 1.43 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านอำนาจความสะดวกมีค่าเฉลี่ย 4.3 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 1.76 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านส่งเสริมการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.3 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 2.24 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ดังนั้นผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก มีค่าเฉลี่ย 4.3 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 1.92 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข ในด้านปกป้องผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 4.2 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 0.98 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านอำนาจความสะดวกมีค่าเฉลี่ย 4.3 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 1.78 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านส่งเสริมการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.2 คะแนน  $t$  ที่คำนวณเท่ากับ 1.02 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ดังนั้นผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการ



ออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข มีค่าเฉลี่ย 4.2 คะแนน t ที่คำนวณเท่ากับ 1.37 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการประเมินประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ค ในด้านปกป้องผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ย 3.8 คะแนน t ที่คำนวณเท่ากับ -0.81 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านอำนวยความสะดวกมีค่าเฉลี่ย 3.7 คะแนน t ที่คำนวณเท่ากับ -1.45 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ด้านส่งเสริมการจำหน่ายมีค่าเฉลี่ย 4.0 คะแนน t ที่คำนวณเท่ากับ 0 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 ดังนั้นผลการประเมินประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ค มีค่าเฉลี่ย 3.9 คะแนน t ที่คำนวณเท่ากับ -0.27 อยู่ในเกณฑ์ดี สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05

### อภิปรายผล

ผลการวัดประสิทธิภาพโดยรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด จำนวน 3 แบบ คือ แบบ ก อยู่ในเกณฑ์ดี มีค่าเฉลี่ย 4.3 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 แบบ ข อยู่ในเกณฑ์ดี มีค่าเฉลี่ย 4.2 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 แบบ ค อยู่ในเกณฑ์ดี มีค่าเฉลี่ย 3.9 สอดคล้องกับสมมุติฐานที่ระดับนัยสำคัญที่ .05 โดยทำการประเมินเป็น 3 ด้าน ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านอำนวยความสะดวก ด้านส่งเสริมการจำหน่าย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ มีเกณฑ์โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี ทั้งนี้เพราะ การออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุกระดาษ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่นิยมใช้มากที่สุด ซึ่งกระดาษที่มีคุณสมบัติป้องกันความชื้นอากาศได้อย่างเหมาะสมคือ กระดาษชนิดขาวสองด้าน เป็นกระดาษคุณภาพดี มีสีขาวทั้งสอง ด้านเนื้อในแน่น ลักษณะของทั้งสองด้านจะเหมือนกัน มีโครงสร้างที่แข็งแรง เมื่อทำการพิมพ์จะทำให้ สีสวย เหมาะกับการใช้เป็นกล่องของขวัญไปในตัวได้ และสอดคล้องกับ อมรรัตน์ สวัสดิ์ทัด (2534 : 44) บรรจุภัณฑ์นับได้ว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญของสินค้า และขาดไม่ได้ในการดำรงชีวิต ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ มีมากมายและเป็นส่วนสำคัญของสินค้าที่เกี่ยวข้องกับระบบเศรษฐกิจของประเทศ ช่วยในการขนส่งสินค้าให้เร็วไปอย่างรวดเร็ว ป้องกันสินค้าจากสภาพแวดล้อมต่าง ๆ บรรจุภัณฑ์ในยุคแรก จะสามารถเก็บรักษาคุณภาพของสินค้าเพียงระยะเวลาสั้นๆ เท่านั้น ต่อมาในยุคปฏิวัติอุตสาหกรรม สินค้าต่าง ๆ สามารถผลิตได้เป็นจำนวนมากด้วยต้นทุนต่ำ ทำให้ช่องทางในการจำหน่ายขยายตัวขึ้น สภาวะ

ตลาดในระยะนี้ผู้ผลิตเพียงแต่ผลิตสินค้าให้เร็วที่สุด โดยที่ผู้ซื้อพร้อมที่จะซื้ออยู่แล้ว บรรจุกัณฑ์ยังคงทำหน้าที่ปกป้องสินค้าไม่ให้เสียหายในระยะสั้นๆ และก่อให้เกิดความสะดวกในการขนส่งเท่านั้น บรรจุกัณฑ์ที่ดีและน่าสนใจย่อมเป็นส่วนหนึ่งของการแข่งขันในตลาดยุคไร้พรมแดน เช่น ปัจจุบันซึ่งบรรจุกัณฑ์ที่มีการผลิตในขณะนี้มีด้วยกันหลายชนิด อาทิเช่น บรรจุกัณฑ์พลาสติก บรรจุกัณฑ์โลหะ และบรรจุกัณฑ์กระดาษ เป็นต้น โดยพบว่าในช่วงหลายปีที่ผ่านมา กระแสการอนุรักษ์คุณภาพสิ่งแวดล้อมได้ขยายตัวเพิ่มมากขึ้นไปทั่วโลกส่งผลให้บรรจุกัณฑ์กระดาษซึ่งผลิตมาจากพืชที่ง่ายต่อการย่อยสลายจึงมีมูลค่าการใช้เพิ่มมากขึ้นตามลำดับอย่างไรก็ตามเมื่อมีการนำไม้มาผลิตกระดาษเพิ่มมากขึ้น ก็ย่อมมีวันหมดสิ้นได้ในที่สุด ดังนั้นควรยึดหลัก

การพัฒนาแบบยั่งยืนมาใช้ ด้วยการร่วมรณรงค์ปลูกต้นไม้ทดแทนไปพร้อม ๆ กับการใช้งาน ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ของชนรุ่นหลังต่อไป ซึ่งสอดคล้องกับงานคณะผู้วิจัยของ ศิราพร สรรพศรี (2546 : บทคัดย่อ) การออกแบบบรรจุกัณฑ์มะพร้าวและมะขงชิดแปรรูป สำหรับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านดงโชคดี จังหวัดนครนายก พบว่า กระดาษสำหรับบรรจุมะพร้าวอบแห้ง เลือกใช้กระดาษชนิดขาว สองด้านเป็นกระดาษคุณภาพดี สามารถพับ ตัด พิมพ์ ขึ้นรูปได้ดี แข็งแรง และน้ำหนักเบา

2. ด้านอำนวยความสะดวก มีเกณฑ์โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี ทั้งนี้เพราะ การออกแบบบรรจุกัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุสามารถผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรม มีรูปทรงแบบเรขาคณิตสามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้ สะดวกในการขนส่งช่วยในการประหยัดพื้นที่ได้ดี บรรจุกัณฑ์เปิดรับประทาน ได้ง่าย ใช้งานง่าย เช่น การเปิด ปิด และการเก็บรักษา จัดจำหน่ายสินค้าได้ง่ายและรวดเร็ว และสอดคล้องกับ ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2539 : 273) หน้าที่ของบรรจุกัณฑ์ทางการตลาด เพื่อให้สะดวกต่อการใช้งาน กล่าวคือ สะดวกต่อการเปิดใช้การถือหรือจัดการเคลื่อนย้าย เช่น ยาสีพื้นที่มีฝาพลิกเปิดปิดเปิดได้สะดวก หลอดลาบในเนททำให้สะดวกและประหยัดในการใช้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย สถาบันคณะผู้วิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย ได้กล่าวถึง การบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานจะสามารถช่วยปกป้องสินค้า ระหว่างการขนส่งและการตลาด จนถึงมือผู้บริโภคในสภาพที่ได้อย่างปลอดภัย สะดวกต่อการจับถือพกพา

3. ด้านส่งเสริมการจำหน่าย มีเกณฑ์โดยรวมอยู่ในเกณฑ์ดี ทั้งนี้เพราะ รูปแบบของบรรจุกัณฑ์มุ่งเน้นในการพัฒนาในรูปแบบสากล ทันสมัย สวยงาม มีเอกลักษณ์ที่ลูกค้าสามารถจดจำได้ง่าย และมีการออกแบบบรรจุกัณฑ์ในสินค้ากลุ่มเดียวกันให้มีความสอดคล้องกัน แสดงภาพสินค้าเพื่อดึงดูดความสนใจของลูกค้า และสามารถเลือกซื้อสินค้าในแต่ละชนิดได้ง่ายขึ้น ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด มีภาพประกอบที่สวยงามจะช่วยให้สินค้าคู่มูลค่าเพิ่มมากยิ่งขึ้น ตลอดทั้งยังดึงดูด

ให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้มากยิ่งขึ้น ระบบการพิมพ์ที่ใช้เป็นระบบการพิมพ์ออฟเซต 4 สีลักษณะพิเศษของการพิมพ์ออฟเซต ไม่ว่าจะเป็นรูปภาพหรือตัวหนังสือ จะพบว่าหมึกจะติดทั่วทั้งภาพสม่ำเสมอ ขอบภาพหรือตัวอักษรจะมีความคมชัด โดยไม่มีรอยอັคบีตามขอบภาพ เพื่อให้ข้อมูลแก่ผู้บริโภคควรมีชื่อผู้ผลิต วันที่ผลิต วันหมดอายุ ปริมาณสุทธิ คำบรรยายบนบรรจุภัณฑ์ควรคำนึงถึงคือไม่สามารถอธิบายทุกสิ่งทุกอย่างที่ต้องการได้ เพราะบรรจุภัณฑ์ไม่มีพื้นที่มากพอที่จะอธิบายทุกอย่างและวัตถุประสงค์ของคำบรรยายบรรจุภัณฑ์คือดึงดูดสายตาผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ เลือกคำบรรยายที่มีความสำคัญสามารถสื่อสารให้ผู้บริโภคทราบถึงประโยชน์ที่แท้จริงของสินค้า และเป็นคำบรรยายที่สามารถสื่อได้ชัดเจน และรวดเร็ว การออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรมีการจัดลำดับความสำคัญของคำบรรยาย คำบรรยายใดเป็นสิ่งสำคัญที่สุด ที่จะสื่อถึงผู้บริโภค คำบรรยายใดรองลงมา และคำบรรยายใดไม่มีความสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานคณะผู้วิจัยของ ศักดา บุญยี่ด (2544 : บทคัดย่อ) ได้กล่าวถึงปัจจัยด้านกราฟิกบนซองบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความเข้าใจในรสชาติของเบหมิ้งสำเร็จรูป สามารถสรุปได้ว่าปัจจัยด้านการออกแบบกราฟิกที่ส่งผลต่อความเข้าใจในรสชาติของเบหมิ้งสำเร็จรูป ของกลุ่มตัวอย่างชายมากที่สุด คือปัจจัยด้านภาพประกอบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งภาพประกอบที่เป็นภาพที่ขยายหรือแสดงรายละเอียดของเบหมิ้งสำเร็จรูปและเครื่องประกอบที่ชัดเจน จะส่งผลต่อความเข้าใจมากขึ้น ทั้งนี้เห็นได้จากค่าคะแนนที่สูงสุดของกลุ่มชาย และค่าพิสัยจะสูงกว่าหัวข้อทั้งหมดด้วย ส่วนกลุ่มตัวอย่างหญิงพบว่าปัจจัยด้านพื้นหลังจะส่งผลต่อความเข้าใจในรสชาติของเบหมิ้งสำเร็จรูปมากที่สุด โดยเป็นพื้นหลังที่ใช้เทคนิค Gradient (การไล่ค่าน้ำหนักสี) ส่วนปัจจัยที่มีผลรองลงมาใกล้เคียงกันคือปัจจัยด้านภาพประกอบ ถ้าสรุปทั้ง 2 กลุ่มตัวอย่างแล้วพบว่าเมื่อดูที่ค่าคะแนนความเข้าใจแล้ว ปัจจัยด้านภาพประกอบ จะเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความเข้าใจสูงสุด เพราะค่าคะแนนในรายการภาพประกอบที่เป็นภาพเบหมิ้งในภาชนะเพียงบางส่วน จะมีค่าสูงสุดทั้งกลุ่มตัวอย่างชายและกลุ่มตัวอย่างหญิงด้วย ส่วนปัจจัยด้านพื้นหลัง ที่กลุ่มตัวอย่างหญิงมีค่าพิสัยสูงสุดนั้น อาจเนื่องมาจากความคลาดเคลื่อนและความไม่สมบูรณ์ของกลุ่มตัวอย่างหญิงก็ได้ส่วนปัจจัยด้านการออกแบบกราฟิกที่มีผลต่อความเข้าใจในรสชาติของเบหมิ้งสำเร็จรูปรองลงมา คือรูปแบบการจัดหน้าและตัวอักษรบอกชื่อรสและการจัดวางตามลำดับ

## ข้อเสนอแนะ

1. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุในด้านของรูปภาพประกอบ ควรมีความหลากหลายสวยงาม และดูน่าซื้อมากยิ่งขึ้น
2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุในด้านของข้อมูลเกี่ยวกับผู้บริโภค ควรทำการศึกษาเกี่ยวกับบริบทของชุมชนและผู้บริโภคและพฤติกรรมผู้บริโภค ขนาดสัดส่วนของมือในการจับหรือหยิบใช้ การบรรจุผลิตภัณฑ์จัดเรียงให้เป็นระเบียบ
3. ศึกษาการผลิตในระบบอุตสาหกรรม รูปแบบบรรจุภัณฑ์และวัสดุบรรจุภัณฑ์ การลดต้นทุนการผลิตเพื่อให้เกิดมูลค่าเพิ่ม สามารถผลิตได้จำนวนมากด้วยต้นทุนต่ำ ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์การเลือกใช้วัสดุที่มีต้นทุนต่ำอย่างเดียว อาจก่อให้เกิดความเสียหายให้แก่บรรจุภัณฑ์ได้ง่าย ทำให้บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ ด้วยเหตุนี้ จึงต้องคิดถึงผลกระทบของค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นทั้งระบบ
4. หน่วยงานของรัฐหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรจัดโครงการฝึกอบรมการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงของกลุ่มผู้สูงอายุส่วนใหญ่จะพบว่าบรรจุภัณฑ์ที่ใช้อยู่ยังไม่ได้มาตรฐานและจำเป็นที่จะต้องนำมาสู่กระบวนการพัฒนาเป็นอย่างมาก เพื่อให้ชาวบ้านที่ผลิตสินค้าจากชุมชนได้รับความรู้และสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างเป็นระบบ โดยการศึกษาถึงข้อปัญหาที่ประสบและนำมาพัฒนาเพื่อลดจุดด้อยของสินค้าลงไป



## บรรณานุกรม

- กรมพัฒนาชุมชน. สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2547). *คู่มือการปฏิบัติงานวิสาหกิจ*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท เอ ที เอ็น โปรดักชั่น จำกัด.
- กฤษณะ ดาราเรือง. (2560). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และกลยุทธ์ทางการตลาดวิสาหกิจชุมชนบ้านเขาแหลม จังหวัดนครสวรรค์.
- ธัญญ์นรี จิรสกุลอ่อนแจ้ง. (2558). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี.
- นพวรรณ ชีวอารี. (2555). การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์หุ้มแปรรูปเพื่อส่งเสริมการขาย กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หุ้มแปรรูปในชุมชนท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม.
- ประชิด พิณบุตร. (2540). *การออกแบบผลิตภัณฑ์*. กรุงเทพฯ: วิเจ.พรินติ้ง.
- ประพนธ์ เนียมสา และ อรรถพงษ์ ศิริสุวรรณ. (2560). การออกแบบอัตลักษณ์และเรขศิลป์สื่อสิ่งพิมพ์ ผลิตภัณฑ์โอท็อป ไหมสมเด็จ อำเภอสมเด็จ จังหวัดกาฬสินธุ์.
- ผศ. ดร. ปิยวรรณ กาสลัก. (2558). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารขบเคี้ยวเสริมสุขภาพจากถั่วหมัก*. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.
- วิชนาท ทิวสิงห์. (2558). การออกแบบกราฟิกเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นบ้านจังหวัดมหาสารคาม. *วารสารวิชาการ ศิลปะสถาปัตยกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร*, 207-222.
- สกันธ์ ภู่งาม. (2545). *จิตวิทยากับการออกแบบ*. กรุงเทพฯ: มิตรสัมพันธ์กราฟิก.



ภาคผนวก



### ภาคผนวก ก

- แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ต.คลองทราย อ.นาทวี จ.สงขลา
- แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด ต.คลองทราย อ.นาทวี จ.สงขลา

**แบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่ม  
ผู้สูงอายุ บ้านลำพด ต.คลองทราย อ.นาทวี จ.สงขลา**

ตอนที่ 1 แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยเป็นการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนด ค่าคะแนน (Weight) ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับดีมาก
4	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับดี
3	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับพอใช้
2	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับต้องปรับปรุง
1	หมายถึง	ผลการประเมินในระดับใช้ไม่ได้

**คำชี้แจง**

โปรดอ่านข้อความองค์ประกอบในแบบประเมินผลนี้ แต่ละข้ออย่างละเอียด แล้วประเมินผลให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่าน โดยในแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ ดีมาก ดี พอใช้ ควรปรับปรุง ใช้ไม่ได้ แล้วทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

**แบบประเมินประสิทธิภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ**

ประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์	ความคิดเห็น				
	ดีมาก	ดี	พอใช้	ควรปรับปรุง	ใช้ไม่ได้
<b>ด้านปกป้องผลิตภัณฑ์</b>					
1. ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ - ออกแบบโดยใช้บรรจุภัณฑ์โดยวัสดุจากกระดาษ ซึ่งมีคุณสมบัติป้องกันความชื้นและอากาศได้อย่างดี					
2. ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในซึ่งเกิดจากแรงกระแทกจากภายนอกได้ - โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้					

- บรรจุกฎบัตรที่มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน					
<b>ด้านอำนวยความสะดวก</b>					
1. การขนส่ง					
- บรรจุกฎบัตรสามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้					
2. ใช้งานง่าย เช่น การเปิด-ปิดและการเก็บรักษา					
- สามารถเปิดรับประทานได้ง่าย					
- เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยังรับประทานไม่หมด					
<b>ด้านส่งเสริมการจำหน่าย</b>					
1. รูปแบบน่าสนใจจดจำตราและสินค้า					
- ดึงดูดความสนใจของลูกค้า					
- บรรจุกฎบัตรมีความทันสมัย สวยงาม ดึงดูดความสนใจลูกค้าเมื่อพบเห็น					
- สีของบรรจุกฎบัตรสร้างความโดดเด่นกว่าสินค้าเครื่องแกงยี่ห้ออื่นๆ ที่วางจำหน่ายในที่เดียวกัน					
- ใช้ภาพประกอบที่เหมือนจริงช่วยในการแยกแยะความแตกต่างของสินค้าได้เป็นอย่างดี					
2. กระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ					
- มีเอกลักษณ์ที่ลูกค้าสามารถจดจำได้ง่าย					
- ข้อความโฆษณาบนบรรจุกฎบัตร ชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้ออีก					

**ตอนที่ 2 สำหรับผู้ตอบแบบประเมินแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมและให้ข้อเสนอแนะต่างๆ**

2.1 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมของท่านที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุเพื่อส่งเสริมการขาย

2.1.1 บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ แบบ ก

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.1.2 บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ แบบ ข

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.1.3 บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ แบบ ค

.....

.....

.....

.....

.....



แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ

บ้านลำพด ต.คลองทราย อ.นาทวี จ.สงขลา

ตอนที่ 1 แบบสอบถามความพึงพอใจ โดยเป็นการประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนด ค่าคะแนน (Weight) ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5	หมายถึง	พึงพอใจในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	พึงพอใจมาก
3	หมายถึง	พึงพอใจพอใช้
2	หมายถึง	พึงพอใจน้อย
1	หมายถึง	ไม่พอใจ

**คำชี้แจง**

โปรดอ่านข้อความองค์ประกอบในแบบประเมินผลนี้ แต่ละข้ออย่างละเอียด แล้วประเมินผลให้สอดคล้องกับความคิดเห็นของท่าน โดยในแต่ละข้อมีคำตอบให้เลือก 5 ระดับ คือ ดีมาก ดี พอใช้ ควรปรับปรุง ใช้ไม่ได้ แล้วทำเครื่องหมาย ลงในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่าน

**แบบประเมินประสิทธิภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ**

ประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	พอใช้	น้อย	ไม่พอใจ
<b>ด้านปกป้องผลิตภัณฑ์</b>					
3. ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ - ออกแบบโดยใช้บรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุจากกระดาษ ซึ่งมีคุณสมบัติป้องกันความชื้นและอากาศได้อย่างดี					
4. ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในซึ่งเกิดจากแรงกระแทกจากภายนอกได้ - โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้					
- บรรจุภัณฑ์มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน					

ด้านอำนวยความสะดวก					
3. การขนส่ง					
- บรรจุกู้ภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้					
4. ใช้งานง่าย เช่น การเปิด-ปิดและการเก็บรักษา					
- สามารถเปิดรับประทานได้ง่าย					
- เก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้สะดวกในกรณีที่ยังรับประทานไม่หมด					
ด้านส่งเสริมการจำหน่าย					
3. รูปแบบน่าสนใจจดจำตราและสินค้า					
- ดึงดูดความสนใจของลูกค้า					
- สามารถเลือกซื้อสินค้าในแต่ละชนิดได้ง่ายขึ้น					
- บรรจุกู้ภัณฑ์มีความทันสมัยสวยงาม ดึงดูดความสนใจลูกค้าเมื่อพบเห็น					
- สีของบรรจุกู้ภัณฑ์ในแต่ละประเภทมีสีที่แตกต่างกัน เพื่อง่ายต่อการแยกแยะสินค้า					
- สีของบรรจุกู้ภัณฑ์สร้างความโดดเด่นกว่าสินค้าเครื่องแกงยี่ห้ออื่นๆ ที่วางจำหน่ายในทีเดียวกัน					
- ใช้ภาพประกอบที่เหมือนจริงช่วยในการแยกแยะความแตกต่างของสินค้าได้เป็นอย่างดี					
4. กระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ					
- มีเอกลักษณ์ที่ลูกค้าสามารถจดจำได้ง่าย					
- ข้อความโฆษณาบนบรรจุกู้ภัณฑ์ชวนให้ลูกค้ากลับมาซื้ออีก					

**ตอนที่ 2 สำหรับผู้ตอบแบบประเมินแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติมและให้ข้อเสนอแนะต่างๆ**

2.1 ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติมของท่านที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุเพื่อส่งเสริมการขาย

2.1.1 บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ แบบ ก

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.1.2 บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ แบบ ข

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2.1.3 บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ แบบ ค

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ภาคผนวก ข

ภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และภาพกิจกรรมต่าง ๆ



ภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 3 แบบ



ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตเครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ก







ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตเครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ข



ภาพบรรจุภัณฑ์ผลิตเครื่องแกงกลุ่มผู้สูงอายุ บ้านลำพด แบบ ค



### รูปภาพกิจกรรมประกอบ







