

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ กรณีศึกษาภายใต้ยี่ห้อใหม่ หอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์

The Development of Sinlek Organic Rice Package, a Case Study of a New Brand Homkroon Organic Rice

ฐิตาวรรณ สุประพาส¹ ศุภานัน สุณรงศ์¹ และ ณัฐกร สงคราม¹
Thitawan Suprapas¹, Supanan Soonarong¹ and Nutthakorn Songkram¹

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ยี่ห้อหอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์ และ 2) ประเมินคุณภาพและความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว วิธีดำเนินการศึกษาเริ่มจากสำรวจร้านค้าที่จำหน่ายข้าวออร์แกนิก จำนวน 10 ร้าน พบข้าวออร์แกนิกที่วางขายทั้งหมด 38 ชนิด 60 ยี่ห้อ และ 90 บรรจุภัณฑ์ จากนั้นสัมภาษณ์บุคคลทั่วไปที่ซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าออร์แกนิก 30 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาเป็นแนวทางออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ยี่ห้อหอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์ ดังนี้

1) บรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ยี่ห้อหอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์ที่ออกแบบมีทั้งหมด 2 ขนาด คือ ขวดพลาสติกใสขนาด 800 กรัม ราคา 130 บาท ขวดพลาสติกอัดสุญญากาศขนาดกระดาดสี่เหลี่ยมพีลาตขนาด 1 กิโลกรัมพร้อมถุงผ้าดิบสกรีนลายหอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์ควบคู่ ราคา 150 บาท โดยบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย (1) ผลักด้านหน้าบรรจุภัณฑ์มีโลโก้ยี่ห้อ สีสันโทนีสีเขียว เหลือง ขาว น้ำตาล คำโปรย เครื่องหมายตรารับรองต่างๆ และประโยชน์ของข้าวสินเหล็ก (2) ผลักด้านหลังบรรจุภัณฑ์ มีภาพประกอบนาข้าว คำแนะนำในการเก็บรักษา เครื่องหมายสัญลักษณ์รีไซเคิล ปริมาณสุทธิ ข้อมูลโภชนาการ (3) ผลักด้านขวาบรรจุภัณฑ์ มีภาพประกอบชามานาเกี่ยวข้าว ข้อมูลผู้ปลูก ผู้ผลิตและจัดจำหน่าย ข้อมูลติดต่อ วันที่ปลูก ราคา บาร์โค้ด (4) ผลักด้านซ้ายบรรจุภัณฑ์ มีภาพประกอบชามานาเกี่ยวข้าว วิธีหุง นอกจากนี้ ยังมีสติ๊กเกอร์ติดฝาขวด ป้ายห้อยบรรจุภัณฑ์ และถุงผ้าดิบ

2) ผลการประเมินคุณภาพบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ยี่ห้อหอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 5 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านข้าวออร์แกนิก 5 คน และผู้ประกอบการร้านค้าออร์แกนิก 3 คน พบว่าคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ยี่ห้อหอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์ โดยบุคคลทั่วไป 60 คน ที่เข้ามาซื้อสินค้าในร้านออร์แกนิกที่ผู้วิจัยนำผลิตภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ยี่ห้อหอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์ไปทดลองวางขาย พบว่า ความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีคะแนนเฉลี่ย 4.53 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า รายการประเมินที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ 1) เนื้อหาไม่เกินจริง 2) ข้อมูลของบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน 3) ความน่าสนใจของบรรจุภัณฑ์ 4) บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม 5) บรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการใช้งาน 6) รู้จักและเข้าใจมากขึ้น 7) มีความต้องการซื้อและบริโภคมากขึ้น ตามลำดับ

คำสำคัญ : บรรจุภัณฑ์ ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ การประเมิน ความพึงพอใจ

¹ภาควิชาพัฒนาการเกษตรและการจัดการทรัพยากร คณะเทคโนโลยีการเกษตร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

Abstract

The purposes of this project were: 1) for studying the way to design the packaging of Sinlek organic rice by Homkroon organic rice brand, and 2) evaluating the quality and satisfaction of the package, by starting from a shop selling organic rice. We found 10 shops, 38 types, 60 brands and 90 packages. After that, we interviewed 30 customers who consumed organic rice and collected the data to apply information as guidelines for design packaging.

1. Our packages had 2 sizes. First was plastic bottles with 800 g and price was 130 baht. Second was a vacuum packed plastic bag with 1 kilogram and price was 150 baht. The components of the packaging consisted of (1) the label front packaging had brand logo with green, yellow, white, brown, certification and the benefits of rice. (2) The label back packaging had illustrated rice packaging, storage recommendation, recycling symbol, quantity and nutrition information. (3) The label on the right packaging had illustrated farmers harvest, grower's information, manufacturer and distribution, date, price, a barcode. (4) The label on left packaging was illustrated the harvesting farmer and also stickers labels, hanging label and calico bags.

2. The result of evaluation regarding our package by 5 experts in packaging design, 5 experts in organic rice, and 3 people who was the owner shop of organic rice. revealed that the overall quality was very good. The satisfaction on our package by 60 customers who bough organic rice in shops, showed that they satisfied at the highest level as 4.53 point of average. When it was considered as interested topics presented that the most considered lists were 1) the true details 2) information of fully packaging 3) interested in packaging 4) beautiful packaging 5) the packaging was interested to buy 6) easy to understand 7) there were growing up of a requirement and a consumption, respectively.

Keywords: packaging, sinlek organic rice, evaluation, satisfactory

คำนำ

บรรจุกฎที่ถือว่ามีความสำคัญต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยเฉพาะสินค้าที่เป็นตลาดใหม่อย่างสินค้าบางชนิดที่เป็นสินค้าประเภทออร์แกนิก เช่น ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ ที่ยังไม่เป็นที่นิยมและรู้จักมากพอ อีกทั้งเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า และเป็นการดึงดูดความสนใจกับสินค้านั้น ๆ อีกทางหนึ่ง

“ข้าวสินเหล็ก” คือข้าวที่ได้รับการพัฒนาพันธุ์ขึ้นมาใหม่โดยการศึกษาของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนร่วมมือกับกระทรวงวิทยาศาสตร์และสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ เป็นการวิจัยพันธุ์ที่เป็นผลดีต่อผู้ป่วยเบาหวาน ทำให้ได้ข้าวชนิดใหม่ที่ชื่อว่าข้าวสินเหล็กซึ่งได้จากการผสมข้ามพันธุ์ระหว่างข้าวเจ้าหอมนิลกับข้าวหอมมะลิ 105 ซึ่งจากการศึกษาพบว่าข้าวสินเหล็กช่วยควบคุมระดับน้ำตาลในเลือดเพราะมีดัชนีน้ำตาลที่ต่ำเหมาะสมแก่บุคคลทั่วไปโดยเฉพาะผู้ป่วยที่เป็นโรคเบาหวานและโรคอื่น ๆ ได้อีกด้วย (ศูนย์วิทยาศาสตร์ข้าว มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, 2558) ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการพัฒนาบรรจุกฎข้าวสินเหล็ก เพื่อเป็นการยกระดับและส่งเสริมให้ข้าวสินเหล็กเป็นที่รู้จักในสังคมเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะข้าวที่ผลิตในระบบอินทรีย์ เพราะในยุคปัจจุบันได้มีกระแสการตลาดสีเขียว (green marketing) ผลิตรายได้สีเขียวที่เป็นมิตรทั้งผู้ผลิต ผู้บริโภค สิ่งแวดล้อม รวมทั้งระบบนิเวศ และการย่อยสลายของบรรจุกฎที่ไม่ยาวนาน (สันทนา, 2552) โดย

ผู้วิจัยได้ออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ของข้าวสินเหล็กขึ้นมาใหม่ทั้งหมดภายใต้แบรนด์หรือยี่ห้อใหม่ “หอมกรุ่น ออร์แกนิกไรซ์” และนำผลการศึกษาคิดเห็นของผู้บริโภคนำเสนอเป็นแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ข้าวสินเหล็กสำหรับผู้ประกอบการต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ยี่ห้อหอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์
2. เพื่อประเมินคุณภาพและความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ยี่ห้อหอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ร้านค้าออร์แกนิก ผู้ประกอบการร้านค้าออร์แกนิก ผู้เชี่ยวชาญด้านข้าว ออร์แกนิก ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้บริโภคสินค้าออร์แกนิก โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ร้านค้าออร์แกนิก จำนวน 10 ร้าน ผู้ประกอบการร้านค้าออร์แกนิก จำนวน 3 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านข้าวออร์แกนิก จำนวน 5 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 คน บุคคลทั่วไปที่บริโภคสินค้าออร์แกนิกเพื่อใช้ในการ สัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ข้าวออร์แกนิก จำนวน 30 คนโดยการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) จากบุคคลที่เข้ามาซื้อสินค้าภายในร้านค้าออร์แกนิก และบุคคลทั่วไปที่สนใจผลิตภัณฑ์สินค้าออร์แกนิก จำนวน 60 คน โดยการสุ่มแบบบังเอิญ (accidental sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา ประกอบด้วย

2.1 แบบบันทึกจากการสำรวจบรรจุภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกชนิดต่าง ๆ จำนวน 10 ร้าน ประกอบด้วยประเด็นต่าง ๆ คือ ราคาผลิตภัณฑ์ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ชนิดของข้าว ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ ขนาด น้ำหนักสุทธิ

2.2 แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกจากบุคคลทั่วไปที่ซื้อผลิตภัณฑ์ในร้าน ข้าวออร์แกนิก เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) ซึ่งมีข้อคำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมการซื้อ สินค้าออร์แกนิก รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ ข้อมูลที่บรรจุบนบรรจุภัณฑ์ และเกณฑ์การพิจารณาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

2.3 แบบประเมินคุณภาพบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ “หอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์” เป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ (ดีมาก = 5, ดี = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด (ควรปรับปรุง) = 1) และข้อคำถาม ปลายเปิด เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น แบ่งออกเป็น 2 ชุด คือ แบบประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านข้าวออร์แกนิก และแบบประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ บรรจุภัณฑ์

2.4 แบบประเมินคุณภาพบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ “หอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์” เป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ (ดีมาก = 5, ดี = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด (ควรปรับปรุง) = 1) และข้อคำถาม ปลายเปิด เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้ประกอบการร้านค้าออร์แกนิกหลังจากผ่านผู้เชี่ยวชาญประเมินเรียบร้อยแล้ว เกี่ยวกับคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น

2.5 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์โดยกลุ่มตัวอย่าง เป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ (มากที่สุด = 5, มาก = 4, ปานกลาง = 3, น้อย = 2, น้อยที่สุด = 1) และข้อคำถามปลายเปิด เพื่อสอบถาม ความคิดเห็นของบุคคลทั่วไปที่สนใจผลิตภัณฑ์สินค้าออร์แกนิกที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตขึ้น

คำจำกัดความที่ใช้ในการวิจัย

บรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็ก คือ การนำวัสดุ ได้แก่ กระดาษ ขวด ถัง มาประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มข้าวสิน เหล็ก เพื่อความแข็งแรง สวยงาม สะดวกต่อการพกพา รักษาคุณภาพข้าวสินเหล็กจากสภาพแวดล้อมต่างๆ และสร้างความพึงพอใจจากผู้บริโภค

วิธีการดำเนินการศึกษา

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ภายใต้ยี่ห้อใหม่หอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์ โดยมีขั้นตอนการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การสำรวจและศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวในท้องตลาด

1.1 ศึกษาและสำรวจบรรจุภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกโดยการจดบันทึกข้อมูลจากร้านค้าออร์แกนิก 10 ร้าน ได้มาจากการสำรวจแบบกระจายพื้นที่ภายในกรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลที่สรุปได้มาเป็นข้อมูลในการสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกในท้องตลาดจากบุคคลทั่วไปที่ซื้อผลิตภัณฑ์ในร้านค้าออร์แกนิก

1.2 สัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกในท้องตลาดจากบุคคลทั่วไป 30 คน ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ในร้านค้าออร์แกนิก 10 ร้าน ในข้อ 1.1 เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ภายใต้ยี่ห้อใหม่ “หอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์”

ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ยี่ห้อหอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์

2.1 กำหนดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ วัสดุ ขนาด และส่วนประกอบ

2.2 ใช้โปรแกรม Adobe Photoshop CS6 ในการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ยี่ห้อหอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์ตามที่วางแผนไว้

2.3 พิสูจน์อักษร ตรวจสอบชิ้นงาน จากนั้นปริ้นท์และสกรีนตัวขึ้นงานจากไฟล์อิเล็กทรอนิกส์ติดลงบนบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 3 การประเมินคุณภาพและความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ยี่ห้อหอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์

3.1 นำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านข้าวออร์แกนิก 5 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 5 คน ประเมินคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ และปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

3.2 นำบรรจุภัณฑ์ที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองวางขาย 3 สัปดาห์ โดยให้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลทั่วไปที่สนใจผลิตภัณฑ์สินค้าออร์แกนิก 60 คน ประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์

3.3 นำผลที่ได้มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยค่าสถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่ามัธยฐานเลขคณิต และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยการให้คะแนนในการประเมินคุณภาพและการประเมินความพึงพอใจ ผู้วิจัยได้แปลความหมายของค่าเฉลี่ยของคุณภาพ/ความพึงพอใจออกเป็น 5 ระดับ ซึ่งมีความหมายดังนี้

คุณภาพ/ความพึงพอใจอยู่ในระดับดีมาก/มากที่สุด หมายถึง มีอัตราเฉลี่ยระหว่าง 4.51 – 5.00

คุณภาพ/ความพึงพอใจอยู่ในระดับดี/มาก หมายถึง มีอัตราเฉลี่ยระหว่าง 3.51 – 4.50

คุณภาพ/ความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง หมายถึง มีอัตราเฉลี่ยระหว่าง 2.51 – 3.50

คุณภาพ/ความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย หมายถึง มีอัตราเฉลี่ยระหว่าง 1.51 – 2.50

คุณภาพ/ความพึงพอใจอยู่ในระดับควรปรับปรุง/น้อยที่สุด หมายถึง มีอัตราเฉลี่ยระหว่าง 1.00 – 1.50

ผลการวิจัย

1. การสำรวจและศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวในท้องตลาดจากร้านค้าออร์แกนิก 10 ร้าน พบข้าวออร์แกนิกที่วางขายทั้งหมดมี 38 ชนิด 60 ยี่ห้อ โดยข้าวที่วางจำหน่ายมากที่สุด 3 อันดับแรก คือ ข้าวไรซ์เบอร์รี่ 7 ยี่ห้อ (ร้อยละ 11.67) ข้าวสังข์หยด 6 ยี่ห้อ (ร้อยละ 10) และข้าวกล้องหอมมะลิ 4 ยี่ห้อ (ร้อยละ 6.67) โดยรวมทุกยี่ห้อทั้งหมด 90 บรรจุภัณฑ์ ซึ่งพบว่า ขนาดและช่วงราคาของข้าวที่ออร์แกนิก ส่วนใหญ่เป็นขนาด 1 กิโลกรัม ราคาอยู่ที่ 56 - 150 บาท (ร้อยละ 66.67) บรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นถุงพลาสติก อัดสุญญากาศ แปะสติ๊กเกอร์ (ร้อยละ 48.89)

โดยข้อมูลที่พบมากที่สุดบนบรรจุภัณฑ์ (เกินกว่าร้อยละ 50) ประกอบด้วย 1) ผลิตโดย 2) ผู้ผลิต 3) จัดจำหน่าย 4) ชื่อสินค้า 5) ตราสินค้า 6) น้ำหนัก/ปริมาณ 7) วิธีหุง วิธีใช้ 8) ข้อมูลเพิ่มเติม 9) ประโยชน์ และ 10) คำแนะนำ ตามลำดับ หลังจากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจมาสรุปเป็นประเด็นต่างๆ แล้วนำไปสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นบุคคลทั่วไปที่ซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าออร์แกนิก 30 คน พบว่า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกที่กลุ่มตัวอย่างเลือกมากที่สุดคือ แบบขวด (ร้อยละ 33.33) รองลงมาคือ ถุงอัดสุญญากาศพร้อมกล่อง (ร้อยละ 20) และถุงอัดสุญญากาศกระดาษ (ร้อยละ 20) ด้านน้ำหนักปริมาณข้าว พบว่า กลุ่มตัวอย่างเลือก 0.5 - 1 กิโลกรัม มากที่สุด (ร้อยละ 46.67) รองลงมา คือ 1 กิโลกรัม (ร้อยละ 26.67) ส่วนข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ที่กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ต้องการ (เกินกว่าร้อยละ 50) มีดังนี้ 1) โลโก้ 2) ชื่อสินค้า 3) สีฉลาก ภาพประกอบ 4) เครื่องหมายรับรองต่างๆ 5) ประโยชน์ 6) น้ำหนักปริมาณ 7) บาร์โค้ด 8) วัน เดือน ปี ที่ผลิต 9) วิธีหุง วิธีใช้ 10) ผลิตโดย 11) คำโปรย 12) คำแนะนำ 13) วัน เดือน ปี หมดอายุ 14) ข้อมูลติดต่อ 15) อ.ย. 16) พันธุ์ข้าว 17) ตารางคุณค่าทางโภชนาการ 18) ราคา โดยเกณฑ์ในการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชนิดเดียวกันจากหลัก 4Ps พบว่า Product มากที่สุด (ร้อยละ 53.33) รองลงมาคือ Promotion (ร้อยละ 20) Price (ร้อยละ 16.67) และ Place (ร้อยละ 10)

2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ห่อหุ้มกรุ่นออร์แกนิกไรซ์ โดยนำผลการสำรวจและศึกษาในข้อที่ 1 มาเป็นแนวทางการออกแบบ พบว่า บรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ห่อหุ้มกรุ่นออร์แกนิกไรซ์มีทั้งหมด 2 ขนาดคือ ขวดพลาสติกใส ขนาด 800 กรัม ราคา 130 บาท และถุงพลาสติกอัดสุญญากาศกระดาษพิมพ์ลาย ขนาด 1 กิโลกรัมพร้อมถุงผ้าดิบสกรีนลายห่อหุ้มกรุ่นออร์แกนิกไรซ์ควบคู่ ราคา 150 บาท โดยส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ห่อหุ้มกรุ่นออร์แกนิกไรซ์ ประกอบด้วย

1) ฉลากด้านหน้าบรรจุภัณฑ์ (Figure 1)

- 1.1) โลโก้ห่อหุ้มกรุ่นออร์แกนิกไรซ์ มีการใช้รูปภาพเชิงสัญลักษณ์หรือลูกเล่นแฝง โดยใช้รูปข้าวสองถ้วยแทนตัวอักษรตัว O สองตัว ชื่อสินค้าเป็นภาษาอังกฤษมีภาษาไทยกำกับ ห่อหุ้มกรุ่นออร์แกนิกไรซ์
- 1.2) สีฉลากใช้โทนสีเขียว เหลือง ขาว น้ำตาล โทนอ่อนให้ความรู้สึกปลอดภัย สบายตา สื่อถึงความเป็นออร์แกนิกชัดเจน ภาพประกอบ กราฟิก เป็นรูปนาข้าว ก่อนเมฆ สอดคล้องกับตัวสินค้าชัดเจน
- 1.3) คำโปรย สินเหล็กอินทรีย์ ปลอดภัย เคมี ห่อหุ้มปลอดภัย เป็นลูกเล่นเพื่อดึงดูดความสนใจของตัวสินค้า ให้จดจำง่ายคล้ายตาม สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของยี่ห้อ
- 1.4) เครื่องหมายตรารับรองต่างๆ จัดวางไว้ด้านหน้าฉลาก เพื่อง่ายต่อการมองเห็นและตัดสินใจซื้อ
- 1.5) ประโยชน์ จะเน้นด้านเด่นๆ ของข้าวสินเหล็กโดยเฉพาะ เช่น ด้านเบาหวาน

2) ฉลากด้านหลังบรรจุภัณฑ์ (Figure 2)

- 2.1) ภาพประกอบนาข้าว สีพื้นหลังเป็นสีโทนอ่อน สีน้ำตาล เหลือง ขาว สบายตา
- 2.2) คำแนะนำในการเก็บรักษา ควรเก็บไว้ในที่แห้งสะอาด ปิดมิดชิด เมื่อเปิดแล้วควรบริโภคให้หมดภายใน 1 เดือน หากเปิดแล้วรับประทานไม่หมด ควรเก็บไว้ในตู้เย็นเพื่อรักษาคุณภาพข้าว
- 2.3) เครื่องหมายสัญลักษณ์รีไซเคิล รักษาสภาพแวดล้อมโดยการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่
- 2.4) ปริมาณสุทธิ (กรัม)
- 2.5) ข้อมูลโภชนาการข้าวสินเหล็กอินทรีย์ ประกอบด้วย หนึ่งหน่วยบริโภค จำนวนหน่วยบริโภคต่อถุงพลังงานทั้งหมด ร้อยละของปริมาณที่แนะนำให้บริโภคต่อวัน สารอาหารต่าง ๆ ที่ได้รับ พร้อมทั้งที่มาของข้อมูลตารางโภชนาการ



Figure 1 Front of the package.

Figure 2 Back the package.

3) ฉลากด้านขวามือบรรจุภัณฑ์ขวดและบรรจุภัณฑ์พลาสติกอัดสุญญากาศคาคกระดาศพิมพ์ลาย (Figure 3)

3.1) ภาพประกอบชานาเกี่ยวข้าวสำหรับรูปแบบถุงพลาสติกอัดสุญญากาศคาคกระดาศพิมพ์ลาย หุ่นข้าว ใช้สีโทนเดียวกับฉลากด้านหน้าและหลัง

3.2) ข้อมูลผู้ปลูก (คุณวินิจ รมแสง ต.คลองวัว อ.เมือง จ.อ่างทอง)

3.3) ผู้ผลิตและจัดจำหน่ายโดย หอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์และข้อมูลติดต่อ เพื่อความสะดวก

3.4) วันที่ปลูก วันที่ผลิต วันหมดอายุ แจ่มชัดเจน

3.5) ปริมาณสุทธิ (กรัม) ราคา (บาท) และ บาร์โค้ด

4) ฉลากด้านซ้ายมือบรรจุภัณฑ์ขวดและบรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติกอัดสุญญากาศคาคกระดาศพิมพ์ลาย (Figure 4)

4.1) ภาพประกอบชานาเกี่ยวข้าว หุ่นข้าว สีเส้นใช้สีโทนเดียวกับฉลากด้านหน้าและหลัง

4.2) วิธีหุงพร้อมภาพประกอบ วิธีหุงข้าวสาลีเหล็กมีดังนี้ แช่ข้าวสาลีเหล็กก่อนหุง 5 นาที ขาวน้ำเพียงครึ่งเดียวและรินน้ำออกให้หมด หุงในอัตราส่วนข้าว 1 ส่วน ต่อน้ำสะอาด 2 ส่วน เมื่อหุงแล้วนำทัพพีคนข้าวเพื่อไม่ให้ข้าวติดกันเป็นก้อน



Figure 3 Both of the sides of the plastic bottles.

Figure 4 Both of the sides of the vacuum packed plastic bags.

5) สติกเกอร์ติดฝาขวดลายโลโก้หอมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์ ระบุวันที่ผลิต และวันหมดอายุ กำกับอีกครั้ง

6) ป้ายห้อยบรรจุภัณฑ์สร้างเอกลักษณ์และความแปลกใหม่ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับพันธุ์ข้าวอยู่ด้านหน้า และประโยชน์ของข้าวสาลีเหล็กอยู่ด้านหลัง มีภาพประกอบควบคู่กับข้อมูลที่มาจากศูนย์วิทยาศาสตร์ข้าว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อความเข้าใจง่าย โดยจะเจาะรูด้านบนใช้เชือกผูกติดไว้กับคอขวดและถุงผ้า

7) ถุงผ้าดิบลายโลโก้หมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์คู่กับบรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติกอัดสุญญากาศคาดกระดาดหิมพ์ลาย

3. การประเมินคุณภาพและความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ห่อหมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์

1) ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านสื่อ 5 คน พบว่า คุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ารายการประเมินที่อยู่ในระดับดีมาก ได้แก่ 1) โลโก้ (ตราสินค้า) 2) ความชัดเจนของภาพตัวอักษรและกราฟิก 3) ความน่าสนใจของบรรจุภัณฑ์ 4) ความสวยงามของกราฟิก 5) ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ 6) มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน และ 7) ยกระดับทางผลิตภัณฑ์ทางการเกษตร ตามลำดับ และรายการประเมินที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ 1) เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย 2) สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และ 3) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ

2) ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหา 5 คน พบว่า คุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.55) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ารายการประเมินที่อยู่ในระดับดีมาก ได้แก่ 1) ปริมาณเนื้อหา 2) เนื้อหาสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ 3) เนื้อหาเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย 4) ความน่าสนใจดึงดูดใจของเนื้อหา 5) ความสมบูรณ์ของเนื้อหา และ 6) ความเหมาะสมของเนื้อหาที่นำไปเผยแพร่ ตามลำดับ และรายการประเมินที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ 1) การใช้ภาษาเข้าใจง่าย กระชับ 2) ความถูกต้องของเนื้อหา ตามลำดับ

3) ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้ประกอบการร้านค้าออร์แกนิก 3 ร้าน พบว่า คุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก (คะแนนเฉลี่ย 4.67) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ารายการประเมินที่อยู่ในระดับดีมาก ได้แก่ 1) บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม 2) ความเป็นระเบียบเรียบร้อย รวมถึงความสะอาดบนตัวบรรจุภัณฑ์ 3) สามารถนำไปวางขายได้จริง 4) ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน 5) มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน 6) ความน่าสนใจดึงดูดใจของบรรจุภัณฑ์ และ 7) ยกระดับผลิตภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ ตามลำดับ และรายการประเมินที่อยู่ในระดับดี ได้แก่ 1) ความเหมาะสมของราคาและปริมาณ 2) บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

4) ผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลทั่วไปที่สนใจผลิตภัณฑ์สินค้าออร์แกนิก 60 คน พบว่า ความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่ารายการประเมินที่อยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ 1) เนื้อหาไม่เกินจริง 2) ข้อมูลของบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน 3) ความน่าสนใจของบรรจุภัณฑ์ 4) บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม 5) บรรจุภัณฑ์ที่สะอาดตาน่าซื้อ 6) รู้จักและเข้าใจมากขึ้น และ 7) มีความต้องการซื้อและบริโภคมากขึ้น ตามลำดับ และรายการประเมินที่อยู่ในระดับมาก ได้แก่ 1) การเก็บรักษาคุณภาพอาหารของบรรจุภัณฑ์ 2) โลโก้ตราสินค้ามีเอกลักษณ์ 3) เนื้อหาในบรรจุภัณฑ์เข้าใจง่าย 4) ราคาเหมาะสมกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์ 5) บรรจุภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ

การอภิปรายผลการวิจัย

จากการสำรวจและศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวในท้องตลาด พบว่า บรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นถุงพลาสติกอัดสุญญากาศแปะสติ๊กเกอร์ ซึ่งเมื่อพิจารณาจากวัสดุที่นิยมใช้ทำบรรจุภัณฑ์เพื่อเก็บรักษาคุณภาพของสินค้าคือ แก้ว กระดาษ โลหะ และพลาสติก พบว่า วัสดุแต่ละชนิดมีข้อดีข้อด้อยแตกต่างกัน เช่น แก้วป้องกันไอน้ำได้ดีแต่น้ำหนักที่มากทำให้ไม่สะดวกต่อการขนส่ง ง่ายต่อการแตกหัก กระดาษไม่สามารถป้องกันความชื้นจากอากาศได้ดี บุปสลายง่าย ในขณะที่โลหะ แข็งแรง หนา กันความชื้นได้ดี แต่มีน้ำหนักมาก ไม่สะดวกต่อการขนส่ง และมีต้นทุนการผลิตสูง ส่วนพลาสติก น้ำหนักเบา เหนียว ป้องกันความชื้นได้ดี ดังนั้น ผลิตภัณฑ์ข้าวส่วนใหญ่จึงใช้ถุงพลาสติกอัดสุญญากาศ และเมื่อพิจารณาข้อจำกัดด้านต้นทุน การเก็บรักษาคุณภาพอาหาร รวมถึงปัญหาการชำรุดของบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้พลาสติกเป็นวัสดุในการทำบรรจุภัณฑ์ข้าวสินเหล็กอินทรีย์ห่อหมกรุ่นออร์แกนิกไรซ์ใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ครั้งนี้ เพื่อช่วยรักษาคุณภาพของอาหารและมีความสัมพันธ์กับอายุการเก็บรักษาอาหาร และจากการสัมภาษณ์บุคคลทั่วไปที่ซื้อผลิตภัณฑ์ในร้านค้าออร์แกนิก พบว่า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกที่กลุ่มตัวอย่างเลือกมากที่สุด คือ แบบขวด แบบถุงอัดสุญญากาศพร้อมกล่อง และแบบถุงอัดสุญญากาศคาดกระดาด ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสาลีเหล็กอินทรีย์ห่อหุ้มกรุ่นออร์แกนิกโรซีในรูปแบบขวดและถุงพลาสติกอัดสุญญากาศคาดกระดาดพิมพ์ลายพร้อมกับถุงผ้าที่สะดวกต่อการถือสินค้าและราคาถูกกว่าแบบกล่อง ซึ่งสอดคล้องกับ กู้เกียรติ (2550) ที่กล่าวไว้ว่า ขวดพลาสติกนิยมใช้กับอาหารและเครื่องดื่ม เนื่องจากโปร่งแสง รูปทรงแข็งแรงยอมให้อากาศผ่านไปได้น้อย ลดการระเหยกลิ่นของอาหาร และสอดคล้องกับ วาณี (ม.ป.ป.) ที่กล่าวถึงหลักการบรรจุผลิตภัณฑ์อาหารประเภทอาหารแห้ง และอาหารที่ไวต่อความชื้น เช่น ข้าว ที่มีลักษณะการเสื่อมคุณภาพของอาหารซึ่งเกิดจาก 1) การสูญเสียความชื้น หรือ การดูดความชื้น มีผลต่อเนื้อสัมผัส และการเจริญของเชื้อรา 2) ออกซิเดชันของไขมัน ทำให้เกิดการเหม็น หรือการเกิด กลิ่นรสผิดปกติ 3) การแตกหักของผลิตภัณฑ์ 4) การสูญเสียคุณค่าทางอาหาร 5) การเสื่อมเสียจากจุลินทรีย์ และ 6) ปัจจัยสำคัญที่ทำให้เกิดการเสื่อมคุณภาพ ได้แก่ อุณหภูมิ ความชื้น แสง ออกซิเจน ดังนั้น บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อการบรรจุอาหารประเภทนี้ ควรมีลักษณะคือ 1) บรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันการซึมผ่านของไอน้ำและออกซิเจนได้ดี 2) การบรรจุในบรรยากาศดัดแปลง เช่น บรรจุภายใต้บรรยากาศไนโตรเจน และ 3) การบรรจุภายใต้สุญญากาศ

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยที่ศึกษาเกณฑ์การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกตามหลัก 4Ps นั้น กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้บริโภคเลือกจากสินค้า (product) มากที่สุด โดยรายละเอียดจากการสัมภาษณ์พบว่าผู้บริโภคจะพิจารณาสิ่งต่างๆ จากตัวสินค้า ได้แก่ คุณภาพของสินค้า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัยสวยงาม และมีความปลอดภัย ซึ่งบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคเลือกหยิบมาเพื่อพิจารณา ต่อมาจึงพิจารณาคุณภาพและความปลอดภัยของสินค้า หากสินค้านั้นตรงตามความต้องการ ผู้บริโภคก็จะเลือกซื้อไป สอดคล้องกับ พิไล (2554) ที่กล่าวว่า รูปร่างผลิตภัณฑ์ตลอดจนหีบห่อและป้ายฉลาก สามารถก่ออิทธิพลต่อกระบวนการซื้อของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคอาจเลือกพิจารณาหีบห่อที่สะดุดตาเพื่อการตัดสินใจซื้อ รวมทั้งป้ายฉลากที่แสดงให้เห็นให้ผู้บริโภคเห็นคุณประโยชน์ที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ก็จะทำให้ผู้บริโภคประเมินสินค้าก่อนตัดสินใจซื้อเช่นกัน ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่วิเคราะห์แล้วว่ามีควมสำคัญบรรจุไว้บนฉลากด้านหน้า ด้านหลัง ด้านขวา และด้านซ้ายของบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย โลโก้ คำโปรย เครื่องหมายและสัญลักษณ์ตรารับรอง ประโยชน์ ข้อมูลโภชนาการ คำแนะนำในการเก็บรักษา วิธีหุง ปริมาณสุทธิ ข้อมูลผู้ปลูก ผู้ผลิตและจัดจำหน่าย ข้อมูลติดต่อ วันที่ปลูก ราคา และบาร์โค้ด

ซึ่งหลังจากนำบรรจุภัณฑ์ข้าวสาลีเหล็กอินทรีย์ห่อหุ้มกรุ่นออร์แกนิกโรซีที่ออกแบบเสร็จแล้ว ไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผู้เชี่ยวชาญด้านข้าวออร์แกนิกประเมินคุณภาพ พบว่า คุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก โดยเฉพาะความชัดเจนของภาพ ตัวอักษร และกราฟิก สอดคล้องกับ ณรงค์ศักดิ์ (2555) ที่กล่าวไว้ว่า สี ตัวอักษร และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ทำหน้าที่ในการสื่อสารและเป็นตัวดึงดูดผู้บริโภคเป็นอย่างมาก เป็นสิ่งที่จะต้องสื่อสารให้กับผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์เป็นของกลุ่มผู้บริโภคแบบไหน และผู้เชี่ยวชาญยังเห็นว่า บรรจุภัณฑ์ที่มีปริมาณเนื้อหาดี เข้าใจ ครบถ้วน สอดคล้องกับ ธีรทิพย์ (2547) ที่ได้กล่าวไว้ว่า ป้ายฉลากเป็นส่วนหนึ่งที่มาควบคู่กับบรรจุภัณฑ์โดยเป็นส่วนที่ให้ข้อมูล รายละเอียดต่างๆ อย่างครบถ้วนเกี่ยวกับสินค้า ข้อความบนตัวบรรจุภัณฑ์ต้องมีความเด่นชัด กะทัดรัด เข้าใจง่าย เมื่อผู้บริโภคอ่านสามารถเข้าใจได้ในทันที บอกรายละเอียดที่สำคัญแก่ผู้บริโภคอย่างครบถ้วน เป็นข้อมูลที่เชื่อถือได้จริง สามารถพิสูจน์ได้ และมีเครื่องหมายรับรองประกันคุณภาพจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับสินค้า เป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่น่าสนใจและน่าเชื่อถือให้กับผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับ พชรนันท์ (2554) ที่กล่าวว่า ชื่อแบรนด์ควรสื่อถึงคุณสมบัติของสินค้า ต้องอ่านออกเสียงได้ง่าย ต้องไม่มีความหมายในเชิงลบ ควรจดจำได้ง่าย เลือกคำที่มีความหมายที่สร้างความโดดเด่น โดยแบรนด์ควรประกอบด้วย ตราและชื่อตรา (brand and brand name) เครื่องหมายผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย (house mark) เครื่องหมายการค้า (trademark) เครื่องหมาย

รับรอง (certification mark) โลโก้/สัญลักษณ์ (logos or symbol) คำขวัญ (mottoes and slogans) ลิขสิทธิ์ (copyright) นอกจากนี้ พัทธนันท์ (2554) ยังอ้างถึงกลยุทธ์การสร้างแบรนด์ 3 ด้าน ที่ David A. Aaker (n.d.) ผู้เชี่ยวชาญด้านแบรนด์ระดับโลกกล่าวไว้ว่า ประกอบด้วย 1) การสร้างความแตกต่างของแบรนด์ (brand differentiation) โดยต้องมีการวางแผนเกี่ยวกับการออกแบบสินค้า วัสดุที่ใช้ผลิต คุณค่าที่เพิ่มขึ้น ความสะดวก รวดเร็ว และประหยัด การให้ข้อมูลของสินค้า 2) การสร้างพลังให้กับแบรนด์ (brand energizer) โดยสร้างจุดน่าสนใจ ชวนติดตามในตัวสินค้า โดยสร้างภาพลักษณ์และการติดต่อสื่อสารที่ดีกับผู้บริโภคในรูปการช่วยเหลือสังคม และ 3) ความเกี่ยวข้องของแบรนด์กับผู้บริโภค (brand relevance) โดยต้องมองเห็นประโยชน์ที่จะได้รับจากสินค้าจึงจะตัดสินใจซื้อ แบรนด์ที่ดีต้องตอบสนองความต้องการ และทำให้ผู้บริโภครู้สึกถึงความพิเศษที่อยากเข้าไปเกี่ยวข้องกับสินค้า นอกจากนี้ การประเมินคุณภาพโดยผู้ประกอบการพบว่า บรรจภัณฑ์ที่มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย สะอาด และวัสดุที่ใช้สามารถปกป้องสินค้าภายในรวมถึงรักษาคุณภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ อนันท์ (2549) ได้กล่าวไว้ว่า บรรจภัณฑ์อาหาร วัสดุที่จะใช้ทำบรรจภัณฑ์อาหารจะต้องมีคุณสมบัติหลัก คือ ความสะอาด และไม่มีส่วนผสม หรือสิ่งเจือปนในวัสดุบรรจภัณฑ์ ทำให้อาหารปนเปื้อนได้ จะต้องแน่ใจว่าความสะอาดนี้เริ่มตั้งแต่ ขั้นตอนการผลิต การบรรจุ การขนส่ง และการทำความสะอาดอีกครั้งก่อนนำไปบรรจุอาหาร

เมื่อนำบรรจภัณฑ์ข้าวสินค้าหลักอินทรีย์ห่อหุ้มกรุณอร์แกนิกไรซ์ที่ปรับปรุงแล้ว ไปประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจภัณฑ์ โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นบุคคลทั่วไปที่ซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าออร์แกนิก พบว่า หัวข้อการประเมินที่อยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งนับเป็นจุดเด่นของ บรรจภัณฑ์ ได้แก่ เนื้อหาไม่เกินจริง ข้อมูลของบรรจภัณฑ์ครบถ้วน ความน่าสนใจของบรรจภัณฑ์ บรรจภัณฑ์มีความสวยงาม และบรรจภัณฑ์สะดวกดูน่าซื้อ สอดคล้องกับ สุมาลี (2555) ที่ได้กล่าวไว้ว่า การออกแบบกราฟิกบรรจภัณฑ์ ข้อมูล ตัวอักษร สัญลักษณ์ ภาพ จัดว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญอันดับแรกของการออกแบบ การออกแบบกราฟิกบนบรรจภัณฑ์ต้องมี 1) ความโดดเด่น 2) ตราภาพพจน์และความแตกต่าง 3) ความรู้สึกที่รวมที่ดี 4) ฉลากบนบรรจภัณฑ์ที่มีข้อมูลครบถ้วน โดยส่วนประกอบบนบรรจภัณฑ์นั้นจะแสดงออกถึงจิตสำนึกของผู้ผลิตและสถานะของบรรจภัณฑ์ซึ่งสามารถขยับเป็นสื่อโฆษณาระยะยาว เมื่อรวมกับความสวยงาม สะดุดตา จะทำให้บรรจภัณฑ์เป็นตัวเลือกในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค สอดคล้องกับ Bove'e *et al* (1995) อ้างถึงใน รัตน์มัลล (2555) ที่กล่าวถึงบทบาทของสื่อโฆษณาเพื่อส่งเสริมการตลาดว่านอกจากทำหน้าที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ยังช่วยบอกความแตกต่างระหว่างผลิตภัณฑ์กับคู่แข่ง กระตุ้นแรงจูงใจให้ซื้อผลิตภัณฑ์ไปใช้ ช่วยให้จัดจำหน่ายได้มากขึ้น เกิดความชอบและความจงรักภักดีต่อผลิตภัณฑ์ และช่วยลดต้นทุนด้านการขายให้น้อยลง

เมื่อพิจารณาหัวข้อการประเมินที่ได้ค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ซึ่งถือเป็นจุดด้อยของบรรจภัณฑ์ ก็คือบรรจภัณฑ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ที่ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับ สันทนา (2552) กล่าวว่า เนื่องจากในยุคปัจจุบันได้มีกระแสการตลาดสีเขียว (green marketing) เป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตั้งแต่กระบวนการผลิต สภาพแวดล้อมรอบข้าง การพัฒนาไปจนถึงการย่อยสลายของบรรจภัณฑ์ ต้องไม่เป็นพิษต่อสิ่งแวดล้อม ระบบนิเวศ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้อีกไม่ซ้ำจะเป็นการประดิษฐ์จากวัสดุเดิมหรือกรรมวิธีย่อยสลาย แม้ข้าวสินค้าหลักอินทรีย์ห่อหุ้มกรุณอร์แกนิกไรซ์นั้นผ่านกระบวนการผลิตแบบอินทรีย์ และมีถุงผ้าที่สามารถนำไปบรรจุสิ่งของอื่นๆ เพื่อเป็นการใช้ซ้ำ (reuse) แต่วัสดุหลักที่ใช้บรรจุยังเป็นขวดพลาสติกใสชนิดพลาสติกโพลีเอทิลีนเทอพาทาเลท (polyethylene terephthalate) หรือที่เรียกกันโดยย่อว่า เพท (PET) ซึ่งเป็นพลาสติกที่ออกแบบมาเพื่อใช้เพียงครั้งเดียว และขวดพลาสติกอัดสูญญากาศ ดังเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ภาพลักษณ์ของการเป็นผลิตภัณฑ์สีเขียวของข้าวสินค้าหลักอินทรีย์ห่อหุ้มกรุณอร์แกนิกไรซ์จึงยังไม่ชัดเจนเพียงพอ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาต้นทุนของบรรจภัณฑ์ที่ออกแบบ พบว่า ต้นทุนบรรจภัณฑ์ขนาด 800 กรัม อยู่ที่ 72.50 บาท ขยายราคา 130 บาท และต้นทุนบรรจภัณฑ์ขนาด 1 กิโลกรัม อยู่ที่ 87 บาทต่อถุง ขยายราคา 150 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้กำไรเกินร้อยละ 50 ของต้นทุน และผลการประเมินความพึงพอใจของบุคคลทั่วไปที่ซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าออร์แกนิก 60 คน พบว่ามีแนวโน้มความต้องการซื้อและซื้อซ้ำสินค้าอินทรีย์หรือออร์แกนิกมากขึ้น แสดงว่าบรรจภัณฑ์ชีวอินทรีย์อินทรีย์หรือออร์แกนิกไรซ์ที่ออกแบบนี้ สามารถนำไปเป็นแนวทางใช้สำหรับผู้ประกอบการ เพื่อนำไปเป็นบรรจภัณฑ์ต้นแบบในการผลิตบรรจภัณฑ์ข้าวออร์แกนิกได้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าบรรจภัณฑ์ที่เหมาะสมกับข้าวอินทรีย์อินทรีย์หรือออร์แกนิกไรซ์เป็นรูปแบบขวดพลาสติกใส และถุงพลาสติกอัดสุญญากาศกระดาษพิมพ์ลาย ซึ่งหากนำไปใช้จริงต้องพิจารณาในเรื่องของต้นทุนซึ่งจะขึ้นอยู่กับจำนวนที่ผลิต หากผลิตในปริมาณมากจะทำให้ต้นทุนต่ำกว่าผลิตในปริมาณน้อย และได้กำไรในการจำหน่ายต่อถุงเกินร้อยละ 50

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

จากการศึกษาในครั้งนี้พบว่ายังมีวัสดุบรรจภัณฑ์รูปแบบอื่นที่ยังไม่ได้ถูกนำมาใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์ข้าว เช่น กระป๋อง เนื่องจากมีความแปลกใหม่สามารถใช้ทดแทนบรรจภัณฑ์รูปแบบขวดและถุงพลาสติกได้อีกทั้งยังได้รับความสนใจในต่างประเทศเป็นอย่างมาก ซึ่งอาจต้องคำนึงถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากยิ่งขึ้น และจากวิจัยพบว่ามีปัญหาในเรื่องของ บรรจภัณฑ์ขวดใสไม่มีความแข็งแรงทนทานเพียงพอ การวิจัยครั้งต่อไปอาจจะต้องมีการศึกษาเพื่อแก้ปัญหา คือ การทำร่องหรือสันกระดุกข้างขวดใสเพื่อเพิ่มความแข็งแรงทนทานมากกว่านี้

เอกสารอ้างอิง

- กัญเกียรติ สังขานาค. 2550. การออกแบบบรรจภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ข้าวกล้องเพื่อสุขภาพของกลุ่มโรงสีข้าวชุมชนตำบลพันชาลี อำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดบุรีรัมย์. วิทยานิพนธ์ ศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.
- ณรงค์ศักดิ์ วดีศิริศักดิ์. 2555. นวัตกรรมของการออกแบบบรรจภัณฑ์เพื่อการตลาดเชิงสุนทรีย์ : กรณีศึกษาบรรจภัณฑ์น้ำผลไม้. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ สาขาวิชาวัฒนธรรมวิทยาการจัดการสื่อสาร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ธีรวิทย์ บุญเยี่ยม. 2547. “สื่อการเรียนการสอน ผลิตภัณฑ์ สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยกรุงเทพ”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.tulip.bu.ac.th. [4 เมษายน 2559]
- ประชิด ทิณบุตร. 2531. การออกแบบบรรจภัณฑ์. กรุงเทพฯ
- พัชรนันท์ กลั่นแก้ว. 2554. “Marketing & Branding ชนชาติด้วยการมองตลาดแบบคิดแตกต่าง.” นิตยสาร QM for Quality. ปีที่ 17(ฉบับที่) : 85-87.
- ฟิลลิป โคทเลอร์. 2554. หลักการตลาดฉบับมาตรฐาน. แปลโดย วารุณี ตันติวงศ์วานิช และ คณะ. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อินโดไชน่า จำกัด.
- รัศมีภัสร์ เข้มเกศแก้ว. 2555. การวางแผนสื่อโฆษณาของบริษัท ผลลัพธ์ จำกัด (มหาชน). วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, นิเทศ-ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิทยุสื่อสารและโทรคมนาคม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.
- วาทินี ชื่นชอบ. ม.ป.ป. เทคโนโลยีการบรรจุอาหาร. เอกสารการเรียนการสอน ภาควิชาเทคโนโลยีการบรรจุและวัสดุ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 32. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.kmutt.ac.th/foodeng. [28 พฤศจิกายน 2558]
- ศูนย์วิทยาศาสตร์ข้าว มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. 2558. “สินเหล็ก”. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : www.dna.kps.ku.ac.th. [20 พฤศจิกายน 2558]
- สมาลี ทองรุ่งโรจน์. 2555. ออกแบบบรรจภัณฑ์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วาดศิลป์
- สันทนา อมรไชย. 2552. “ผลิตภัณฑ์สีเขียวเพื่อสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน.” วารสารกรมวิทยาศาสตร์บริการ. ปีที่ 57(ฉบับที่179) : 29-36.
- อินทัย เพ็ชรสุวรรณ. 2549. การออกแบบบรรจภัณฑ์สำหรับข้าวแต่น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาอุตสาหกรรมศึกษา มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.