

## การวิจัยเพื่อการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

### กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์พลาสติกไร้ก้าง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

THE RESEARCH OF THE DESIGN AND DEVELOPMENT OF ONE TUMBON ONE PRODUCT  
PACKAGING CASE STUDY OF THE DONELESS SNAKE SKIN GOURAMI PACKAGING, MUEANG  
DISTRICT SUPHANBURI PROVINCE

กิตติพงษ์ ตาลกุล<sup>1</sup> มานวงศ์ ธนิกกุล<sup>2</sup> พัทธราภรณ์ ตันจินดา<sup>3</sup> สิทธิชนน สิทธิชัยนันท์<sup>4</sup>

ศุภชัย เหมือนโพธิ์<sup>5</sup> ศรวิชา กฤดาธิการ<sup>6</sup>

<sup>1,2,3,4</sup>สาขาวิชาการตลาดและโลจิสติกส์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<sup>5</sup>อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาการตลาดและโลจิสติกส์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

<sup>6</sup>อาจารย์พิเศษ สาขาวิชาการตลาดและโลจิสติกส์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

#### บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์พลาสติกไร้ก้าง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี และ (2) จัดทำข้อเสนอแนะด้านบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์พลาสติกไร้ก้าง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่เคยซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคในเขตกรุงเทพมหานครจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงมาตรฐาน และสถิติ t-test, Chi-square และ One-way Anova และแบบสัมภาษณ์โดยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผลการวิจัยพบว่า (1) ปัจจัยด้านการรักษาคุณภาพ ปัจจัยด้านการขนส่ง และปัจจัยการด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างอย่างมาก การส่งเสริมการตลาดมีผลต่อบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามสามารถดึงดูดความน่าสนใจ และแนวคิดที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ทำให้เพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการและเป็นช่องทางการขายในตลาดอนาคต และ (2) ผู้ประกอบการควรสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าให้เป็นที่จดจำได้ง่าย เช่น สี รูปลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ โลโก้ อื่นๆ เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำของผู้บริโภค โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้แข็งแรงเพื่อป้องกันสินค้าภายในที่อาจได้รับความเสียหายจากการขนส่งสินค้า

**คำสำคัญ:** สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์, การพัฒนาบรรจุภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์

Corresponding Author

E-mail:

## Abstract

The objective of this research is to: (1) design and develop the One Tambon One Product packaging for the group of case studies of The Boneless Snake Skin Gourami Packaging, Muang District, Suphan Buri Province and (2) Make suggestions of packaging for One Tambon One Product manufacturers. This research is a mixed research (Mixed Methods Research) using questionnaires. The sample group was 400 people who bought consumer products in Bangkok. Data were analyzed by using mean, percentage, standard deviation and t-test, Chi-square and One-way Anova and interview form by interviewing 3 experts by purposive sampling method. Using content analysis method. The results of the research revealed that (1) quality treatment factors, transportation factors and marketing promotion factors have a significant influence on the sample group selection of One Tambon One Product. The promotion of marketing affects beautiful packaging and can attract interest. The concept of developing a unique packaging for the product increase income for entrepreneurs and being a sales channel in the future. (2) Entrepreneurs should create the identity of the product to be easily recognizable such as colors, images, styles, packaging, logos, etc., to make it easier for consumers to remember. The structure of the packaging is strong to protect the internal products that may be damaged by transportation.

**Keyword:** One Tambon, One Product, Packaging Development, Packaging

## 1. บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 9 เครื่องมือกำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศทั้งในด้านเศรษฐกิจและด้านสังคมอย่างประสานสอดคล้อง นอกจากจะมุ่งเน้นการพัฒนาเศรษฐกิจตามแนวกระแสหลัก (ตามกระแสโลก) แล้ว ยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจในรูปแบบอื่นหรือเศรษฐกิจพอเพียงที่มีพื้นฐานความคิดเชื่อมโยงกับชุมชน ทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม วัฒนธรรม วิถีชีวิตของคนในชุมชนด้วย ซึ่งรัฐจะต้องตระหนักและละเลยมิได้

“หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวคิดที่เน้นกระบวนการสร้างรายได้จากผลิตภัณฑ์ในแต่ละหมู่บ้าน ชุมชนหรือตำบล เพื่อสนับสนุนและส่งเสริมให้แต่ละชุมชนได้นำทรัพยากรภูมิปัญญาในท้องถิ่นมา พัฒนา

เป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่นและมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาด สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น โดยยึดหลักการพึ่งตนเองของชุมชน และรัฐพร้อมที่จะช่วยเหลือในด้านความรู้สมัยใหม่และการบริหารจัดการ เชื่อมโยงสินค้าชุมชนสู่ตลาดทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละท้องถิ่นมีผลิตภัณฑ์หลักอย่างน้อย 1 ประเภท ที่ใช้วัตถุดิบทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพย้ายถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ เป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่สอดคล้องกับการพัฒนาตามปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง และเป็นเครื่องมือกระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน ส่งเสริมกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนที่เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ การดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่าง

ต่อเนื่องนั้นเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่ต้องอาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนาเบื้องต้นผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิด รวมถึงการบริการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การรักษาภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นเอกลักษณ์ในแต่ละหมู่บ้าน แต่ละอำเภอ ทำให้คนในประเทศและต่างประเทศได้รู้จัก (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบางปะหัน, 2560)

ปัญหาของสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เกิดจากความไม่ต่อเนื่องในการพัฒนาของคนในกลุ่มสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์และสินค้าหรือบริการที่มีความเป็นนวัตกรรมมีน้อย ส่วนใหญ่มักจะเกิดจากการลอกเลียนแบบกัน นอกจากนี้ ปัญหาที่สำคัญในการพัฒนาเพื่อเพิ่มศักยภาพ และขีดความสามารถในการแข่งขันเพื่อการส่งออก คือ ปัญหาด้านการผลิต ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ ปัญหาด้านการตลาด จึงทำให้ผู้ประกอบการขายสินค้าไม่ได้ และเนื่องด้วยสินค้าไม่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค สินค้าไม่มีความน่าเชื่อถือที่เพียงพอ ไม่มีการรับรองมาตรฐานที่ทำให้ผู้บริโภคเชื่อถือได้ จึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้ผู้บริโภคไม่เลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ในปัจจุบันสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยมอย่างมากทั้งด้านราคาและคุณภาพ อาทิเช่น “พลาสติก” ที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เพราะพลาสติกสามารถทำกับข้าวหรือนำมาเป็นเครื่องเคียงได้หลากหลายในเมนูอาหารไทย เช่น ทานคู่กับน้ำพริก หรือนำมาทานกับข้าวก็อร่อย เป็นต้น ซึ่งทำให้ทางกลุ่มวิจัยได้ให้ความสำคัญเกี่ยวกับการทำบรรจุภัณฑ์กับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ มีมาตรฐานสากล ทางทีมวิจัยจึงได้นำพลาสติกแปรรูป ซึ่งเป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มาพัฒนา

รูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ได้มาตรฐานและเป็นที่ยอมรับของสากล

บรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญมากขึ้นต่อผู้ผลิต ซึ่งเป็นหน้าที่ของนักออกแบบที่ต้องคำนึงถึงศาสตร์และศิลป์สำหรับใช้แก้ปัญหา ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์แต่ละด้านให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด และถูกใจผู้บริโภคมากที่สุด ซึ่งสิ่งสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ผู้ออกแบบหรือผู้ผลิตต้องเข้าใจคือ วัตถุประสงค์ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ องค์ประกอบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิก สำหรับบรรจุภัณฑ์ ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การวางแผนเพื่อผลิตบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้นจึงเป็นสิ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อการจำหน่ายสินค้าทั้งในด้านการจัดจำหน่ายและการขนส่ง ตลอดจนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า เพื่อที่ตอบสนองลูกค้าให้มากที่สุด และยังสามารถสู้กับคู่แข่งทางการค้าทั้งด้านประสิทธิภาพ และมาตรฐานของสินค้าอย่างสมบูรณ์ (ปัทมาพร ท่อชู, 2559)

จากประเด็นปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ข้างต้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการดำเนินการวิจัยเรื่องการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยจึงได้ปรึกษาหารือกับทาง คุณสมหมาย สุขสมบูรณ์ ประธานกลุ่มพลาสติกไร้ก้าง ตำบลอนก่ายาน จังหวัดสุพรรณบุรี มีคำสั่งซื้อจากลูกค้าแต่การวางจำหน่ายนั้นจะต้องมีบรรจุภัณฑ์หรือหีบห่อเพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความสนใจของสินค้า จึงมีแนวคิดที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับทางตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อขยายตลาดในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รวมทั้งพัฒนากลุ่มผู้ประกอบการทางโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ และปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสภาพทางการตลาดในปัจจุบัน

## 2. วัตถุประสงค์

2.1 เพื่อออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ของกลุ่มกรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์พลาสติกไร้ก้าง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

2.2 เพื่อจัดทำข้อเสนอแนะด้านบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้ผลิตสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์พลาสติกไร้ก้าง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

## 3. ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์พลาสติกไร้ก้าง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantity) โดยใช้แบบสอบถาม และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสัมภาษณ์ เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ตั้งแต่เดือนสิงหาคม ถึง เดือนพฤศจิกายน 2561 จำนวน 400 คน

## 4. ทบทวนวรรณกรรม

### บริบทสภาพแวดล้อมและประวัติผลิตภัณฑ์พลาสติกไร้ก้าง

พลาสติกเป็นอาหารที่รู้จักกันทั่วไปในประเทศถึงความอร่อย เหมาะที่สุดในการทำเป็นปลาแดดเดียวหรือดองเค็ม พลาสติกเป็นปลาที่ค้นพบมากที่สุดในประเทศอยู่ที่ตำบลดอนก่ายาน จังหวัดสุพรรณบุรี (ข้อมูลจากกรมประมง) แต่ในปัจจุบันมีการเลี้ยงปลาสดมากที่สุด อยู่ที่ อำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากบริเวณนี้น้ำทะเลท่วมถึงทำให้ไปผสมกับน้ำจืดที่เราเรียกกันว่า น้ำกร่อย เหมาะสมมากในการเลี้ยงปลาสด จึงเรียกปลาสดกันว่า ปลาสองน้ำ ในก่อนหน้านี้น้ำปลาสด จากสุพรรณบุรี และปลาสดจากอำเภอบางบ่อจะมีข้อแตกต่างกันตรงโคนปลายหาง ซึ่งของ ตำบลดอนก่ายาน จังหวัดสุพรรณบุรี จะมีลักษณะ

จุด 3 จุด บริเวณโคนหางส่วนของอำเภอบางบ่อ จังหวัดสมุทรปราการ มีลักษณะเป็นแฉก 2 แฉก ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงและการขยายเมืองทำให้การสร้างโรงงานหมู่บ้านจัดสรร การสร้างถนน เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ทำให้บริเวณ อำเภอบางบ่อ ที่เลี้ยงปลาสดได้มากที่สุดก็จะลดน้อยถอยลงแต่ยังคงมีอยู่บ้างเช่นเดียวกับทางสุพรรณบุรี การทำนาปลูกข้าวก็ขยายตัวมากขึ้นทำให้ปลาสดที่เคยค้นพบมากที่สุดตำบลดอนก่ายาน ลดน้อยถอยลงเช่นกัน ณ ปัจจุบันนี้กลายกลายเป็นอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร เป็นที่เหมาะสมเลี้ยงปลาสดได้มากมายเช่นกันและเป็นแหล่งวัตถุดิบในการดองปลาสดนางสมหมาย สุขสมบูรณ์จากเกษตรกรชาวนาได้ผันตัวเองมาเป็นแม่ค้าปลาสดหาบเร่ขายในตลาดรังสิต รังสิต ปทุมธานี โดยรับปลาจากพ่อค้าส่งที่แพปลา บริเวณท้ายวัดป่าเลไลยก์ จวบจนกระทั่งได้รับคำแนะนำถึงรสชาติ ความสดจากลูกค้าอยู่เสมอ ทำให้ นางสมหมาย สุขสมบูรณ์ นำเงินที่เก็บออมมาทำเป็นผู้ค้าส่งโดยใช้สูตรการดองปลาที่ตัวเองคิดทำและทดลองขายจนลูกค้าพอใจในสินค้ามากขึ้นและได้จำหน่ายขายส่งให้กับพ่อค้าและแม่ค้าขายปลีกที่นำปลาไปขายในกรุงเทพมหานคร จากการทำปลาสดแดดเดียวเพื่อจำหน่ายส่งให้กับพ่อค้าและแม่ค้าหาบเร่ไปขายในกรุงเทพมหานคร ตลอดระยะเวลา 5 ปี ที่ผ่านมาพ่อค้าและแม่ค้ามักสนใจที่จะนำปลาสดตัวใหญ่ไปขายซะมากกว่าทำให้ปลาสดที่มีขนาดเล็กขายไม่ออก จึงต้องนำไปขายเลหลัง กระหน้าในราคาที่ถูกทำให้เกิดการขาดทุนเป็นครั้งคราว ต่อมาในปี พ.ศ. 2547 ได้เข้าสู่กระบวนการของ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” หรือ “OTOP” จึงได้นำปลาสดขนาดเล็กมาแปรรูปจึงได้ออกมาเป็นปลาสดไร้ก้างทอดกรอบนำไปจำหน่ายในงาน “OTOP”

### แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อ

ฉัตยาพร เสมอใจ (2555) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการ หรือ พฤติกรรมการตัดสินใจ การซื้อ การใช้ และการประเมินผลการใช้สินค้าหรือบริการของบุคคล ซึ่งจะมีความสำคัญต่อการซื้อสินค้าและบริการทั้งในปัจจุบันและอนาคต

กัลยกร วรกุลฐาณีย์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช (2553) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความคิดและความรู้สึกที่ผู้บริโภคมี 3 รูปแบบ ได้แก่ (1) พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ เนื่องจากความเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อปัจจัยด้านความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภคด้วย และพฤติกรรมผู้บริโภคได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายใน และภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา (2) พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ ระหว่างความคิดความรู้สึกและการกระทำ กับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า/บริการอะไร อย่างไร และทำไม (3) พฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ (ผู้บริโภค) กับผู้ขาย (เจ้าของสินค้า) เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง

### แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ดารณี พานทอง (2524) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุผลิตภัณฑ์รวมทั้งภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปยังแหล่งบริโภคหรือแหล่งใช้ประโยชน์ เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกัน เมื่อแรกผลิตให้มากที่สุด

นอกจากนี้อาจกล่าวได้ว่า หีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในกระบวนการผลิตและหีบห่ออาจสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาด วัตถุประสงค์ทางการเก็บรักษา เป็นต้น การบรรจุภัณฑ์นั้นมีความสำคัญเป็นอย่างยิ่งต่อผลผลิต ซึ่งสามารถสรุปเป็นรายละเอียดได้ดังนี้ (1) ด้านรักษาคุณภาพ การปกป้องตัวสินค้าเริ่มตั้งแต่การขนส่ง การเก็บให้ผลผลิต หรือผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมิให้เสียหายจากการปนเปื้อนจากฝุ่นละออง แมลง คน ความชื้น ความร้อน แสงแดด และการปลอมปนอื่นๆ เป็นต้น (2) ด้านการขนส่ง การจัดเก็บมีความรวดเร็วในการขนส่ง เพราะสามารถรวมหน่วยของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเป็นหน่วยเดียวได้ เช่น ผลไม้หลายผลนำลงบรรจุในลังเดียว หรือเครื่องดื่มที่เป็นของเหลวบรรจุลงในกระป๋องหรือขวดได้ เป็นต้น (3) ด้านการส่งเสริมด้านการตลาด บรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคเห็น ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จะต้องทำหน้าที่บอกกล่าวสิ่งต่าง ๆ ของตัวผลิตภัณฑ์โดยการบอกข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดของตัวสินค้าและนอกจากนั้นจะต้องมีรูปลักษณะที่สวยงามสะดุดตาเชิญชวนให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งการทำหน้าที่ดังกล่าวของบรรจุภัณฑ์นั้นเป็นเสมือนพนักงานขายที่ไร้เสียง

### บทความหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์เป็นโครงการพัฒนาเศรษฐกิจของไทยในระดับท้องถิ่นและภูมิภาค เป็นโครงการที่ให้ประชาชนในแต่ละพื้นที่นั้นได้นำเอาภูมิปัญญามาเพิ่มมูลค่าให้กับผลผลิต ด้วยการนำมาทำเป็นสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ สามารถนำไปจำหน่าย แจกจ่าย เพื่อสร้างรายได้และส่งเสริมการทำงานเพิ่มการจ้างงานในชุมชนต่างๆ อีกด้วย ทั้งนี้นโยบายของรัฐก็จัดให้แต่ละชุมชนได้มีสินค้าที่เป็นหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยให้การสนับสนุนจากรัฐบาลและองค์กรต่างๆของรัฐด้วยดีเสมอมา สำหรับใครที่อยู่ต่างจังหวัดหรือในกรุงเทพฯ

และปริมาณพลก็ดี คงจะคุ้นเคยกันกับการเปิดตลาดเพื่อขายสินค้า หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ตามงานหรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆซึ่งภายในงานก็มีสินค้าขึ้นชื่อจากจังหวัดต่าง ๆ มากมาย เกือบทั่วทุกภาคในประเทศไทย สินค้าส่วนใหญ่ก็จะมีทั้งสินค้าที่เป็นประเภทอาหาร อย่างอาหารพื้นเมือง เช่น น้ำพริกหนุ่ม แคบหมู หนั๋งปลาทอดกรอบ หมูกระเจก น้ำพริกนรกแมงดา ปลา ร้า ปลาสามอีสาน เฉาก๊วย ชาชัก ผลไม้อบแห้ง ผลไม้กระป๋อง เป็นต้น หรือแม้แต่สินค้าที่อยู่ในหมวดของเครื่องแต่งกาย ผ้าถุง ผ้าสบ ผ้าไหมสำเร็จรูป เสื้อผ้า/กางเกง/กระโปรงที่ทำจากผ้าไทย ผ้าฝ้าย หรือหมวดเฟอร์นิเจอร์ของตกแต่ง ก็มีทั้งงานเซรามิค งานไม้ แกะสลัก งานเคลือบ งานหินอ่อน งานเครื่องปั้นดินเผา งานประดิษฐ์ต่างๆ และผลิตภัณฑ์ที่เป็นเครื่องสำอาง และของใช้ต่าง ๆ ก็ได้มีการนำเอาสมุนไพรที่หาได้ในชุมชนมาทำเป็น โลชั่น สบู่ เจลล้างมือ ยาสระผม ครีม นวดผม ครีมหมักผม ครีมบำรุงผิวหน้า เป็นต้น พืชสมุนไพรต่างๆถูกนำมาแปรรูปให้เป็นสินค้า ส่งขายในตลาด และศูนย์การค้าต่างๆ ทำให้สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เหล่านี้ เป็นที่รู้จักมากขึ้น และยังช่วยให้คนในชุมชนนั้นมีอาชีพ มีรายได้เลี้ยงครอบครัวได้ นั่นเอง ล่าสุดทางด้านของ นางสาวผ่องพรรณ เจริญวิริยะพันธ์ อธิบดีกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ได้ออกมาให้ข้อมูลว่าทางกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้มีนโยบายที่จะขยายตลาดเพื่อให้สินค้าสินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น โดยเมื่อวันที่ เมื่อวันที่ 31 มีนาคม 2559 ที่ผ่านมา ทางกรมฯได้เชิญห้างร้านสรรพสินค้าชื่อดังต่างๆทั้งที่เป็นของไทย เกาหลี ญี่ปุ่น ได้แก่ เซ็นทรัล ซูเปอร์มาร์เก็ต, เทสโก้ โลตัส, ทีวีไวดเรกต์, คิงเพาเวอร์ และไทยแลนด์ มอลล์ และผู้ประกอบการจากต่างประเทศดังกล่าว เดินทางมา

คัดเลือกสินค้าที่เป็นสุดยอดผลิตภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และสินค้าที่เป็นธุรกิจรายย่อย กว่า 750 รายการ ซึ่งทางกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้คัดเลือกสินค้าที่มีคุณภาพและผ่านเกณฑ์มาตรฐาน โดยครอบคลุมทุกหมวดหมู่สินค้า เพื่อนำไปจำหน่ายต่อยังห้างร้านของผู้ประกอบการแต่ละราย ทั้งนี้ก็หวังที่จะขยายตลาดให้สินค้าหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์และธุรกิจรายย่อย ได้เป็นที่รู้จักและเป็นการเพิ่มตัวเลือกให้กับผู้บริโภคในต่างประเทศและในประเทศมากขึ้น ซึ่งถือว่าเป็นข่าวที่ดีมาก ๆ ที่สินค้าของคนไทย จะได้มีโอกาสส่งออกไปขายยังต่างประเทศ นอกจากจะเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับประเทศแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมและพัฒนาชุมชนให้มีความแข็งแกร่ง รู้จักนำเอาภูมิปัญญามาใช้ให้เกิดประโยชน์มากขึ้น

## 5. วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์พลาสติกไร้ก้าง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นการศึกษาวิจัยแบบผสมผสาน เพื่อศึกษากลุ่มคนที่เคยซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling)

ขอบเขตด้านประชากร คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อและไม่เคยซื้อพลาสติกไร้ก้าง ในเขตกรุงเทพมหานคร

ขอบเขตด้านระยะเวลา การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เดือนสิงหาคม - พฤศจิกายน 2561

ขอบเขตด้านสถานที่ คือในเขตกรุงเทพมหานคร ได้แก่ เขตห้วยขวาง ยานนาวา บางเขน คันนายาว ดลิ่งชัน และบางแค

## ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ตารางที่ 1 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยและพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

| R1 (การวิจัย1)                                                                                                                          | D1 (การพัฒนา1)                                                                                                                                            | R2 (การวิจัย2)                                                     | D2 (การพัฒนา2)                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| - ศึกษาบริบทสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์พลาสติกไร้ก้าง อำเภอเมืองจังหวัดสุพรรณบุรี                                                           | - พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ - จัดประชุมให้ความรู้ผู้ประกอบการ                                                                                                 | - สำรวจความคิดเห็นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาจากผู้เชี่ยวชาญ | - ต้นแบบบรรจุภัณฑ์พลาสติกไร้ก้าง |
| - การสำรวจความต้องการของผู้บริโภคด้านบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์พลาสติกไร้ก้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามแบบปลายเปิด และปลายปิด | - ปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เครื่องมือในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยนำผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณและเชิงพรรณความต้องการในด้านบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภคมาออกแบบบรรจุภัณฑ์ | - เครื่องมือในการสำรวจแบบสอบถามปลายเปิดวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ   |                                  |
| วิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยบรรยายเชิงพรรณนาด้วยค่าสถิติที่ใช้ในการแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย การหาค่าต่ำสุด                        |                                                                                                                                                           |                                                                    |                                  |
| - ค่าสูงสุด ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานนำเสนอในรูปของตารางประกอบการอธิบายข้อมูลและกำหนดเกณฑ์ในการให้คะแนน                                      |                                                                                                                                                           |                                                                    |                                  |

## 7. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และประชากรกลุ่มตัวอย่าง

7.1 การวิจัยเชิงปริมาณ แบบสอบถามความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้กลุ่มตัวอย่าง สำหรับกลุ่มคนที่เคยซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานคร การสุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ใช้ตารางของ Taro Yamane แทนค่าสูตรพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 400 คน โดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) (Taro Yamane, 1967) สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ จำนวนร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

## 7.2 การวิจัยเชิงคุณภาพ แบบสัมภาษณ์การ

วิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สำหรับผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ ดร. ญัฐพร วิรุฬหการุณ อาจารย์รุ่งทิพย์ ไทยสม ดร. วรญาณ รัศมีทัต

## 8. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

8.1 การศึกษาบริบทสภาพแวดล้อมของผลิตภัณฑ์พลาสติกไร้ก้าง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี

พลาสติกเป็นอาหารที่รู้จักกันทั่วไปในประเทศถึงความอร่อย เหมาะที่สุดในการทำเป็นปลาแดดเดียวหรือดองเค็ม พลาสติกเป็นปลาที่ค้นพบมากที่สุดในประเทศอยู่ที่ตำบลดอนกำยาน จังหวัดสุพรรณบุรี (ข้อมูลจากกรมประมง) แต่ในปัจจุบันมีการเลี้ยงพลาสติกมากที่สุด อยู่ที่อำเภอบางปะอิน จังหวัดสมุทรปราการ เนื่องจากบริเวณนี้น้ำทะเลท่วมถึงทำให้ไปผสมกับน้ำจืดที่เราเรียกกันว่า น้ำกร่อย เหมาะสมมากในการเลี้ยงพลาสติก จึงเรียกพลาสติกกันว่า ปลาสองน้ำ ในก่อนหน้านี้น้ำพลาสติก จากสุพรรณบุรี และพลาสติกจากอำเภอบางปะอินจะมีชื่อแตกต่างกันตรงโคนปลายหาง ซึ่งของตำบลดอนกำยาน จังหวัดสุพรรณบุรี จะมีลักษณะจุด 3 จุด บริเวณโคนหางส่วนของอำเภอบางปะอิน จังหวัดสมุทรปราการ มีลักษณะเป็นแฉก 2 แฉก ในสภาวะการเปลี่ยนแปลงและการขยายเมืองทำให้การสร้างโรงงานหมู่บ้านจัดสรร การสร้างถนน เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ทำให้บริเวณ อำเภอบางปะอิน ที่เลี้ยงพลาสติกได้มากที่สุดก็จะลดน้อยถอยลงแต่ยังคงมีอยู่บ้างเช่นเดียวกับทางสุพรรณบุรี การทำนาปลูกข้าวก็ขยายตัวมากขึ้นทำให้พลาสติกที่เคยค้นพบมากที่สุดในตำบลดอนกำยาน ลดน้อยถอยลงเช่นกัน ณ ปัจจุบันนี้กลับกลายเป็นอำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาครเป็นที่เหมาะสมเลี้ยงพลาสติกได้มากมายเช่นกันและเป็นแหล่งวัตถุดิบในการดองพลาสติกนางสมหมาย สุขสมบูรณ์จากเกษตรกรชาวนาได้ผันตัวเองมาเป็นแม่ค้าพลาสติกหาบเร่ขายในตลาดรังสิต รังสิต ปทุมธานี โดยรับปลาจากพ่อค้าส่งที่แพปลา บริเวณท้ายวัดป่าเลไลยก์ จวบจนกระทั่งได้รับคำแนะนำถึงรสชาติ ความสดจากลูกค้าอยู่เสมอ ทำให้ นางสมหมาย สุขสมบูรณ์ นำเงินที่เก็บออมมาทำเป็นผู้ค้าส่งโดยใช้สูตรการดองปลาที่ตัวเองคิดทำและทดลองขายจนลูกค้าพอใจในสินค้ามากขึ้นและได้จำหน่ายขายส่งให้กับพ่อค้าและแม่ค้าขายปลีกที่นำปลาไปขายในกรุงเทพมหานคร จากการทำพลาสติกแดดเดียวเพื่อจำหน่ายส่งให้กับพ่อค้าและ

แม่ค้าหาบเร่ไปขายในกรุงเทพมหานคร ตลอดระยะเวลา 5 ปี ที่ผ่านมามีพ่อค้าและแม่ค้าที่สนใจที่จะนำพลาสติกตัวใหญ่ไปขายซะมากกว่าทำให้พลาสติกที่มีขนาดเล็กขายไม่ออก จึงต้องนำไปขายเลหลัง กระหน้าในราคาที่ถูกทำให้เกิดการขาดทุนเป็นครั้งคราว ต่อมาในปี พ.ศ. 2547 ได้เข้าสู่กระบวนการของ “หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์” หรือ “OTOP” จึงได้นำพลาสติกขนาดเล็กมาแปรรูปจึงได้ออกมาเป็นพลาสติกไร้ก้างทอดกรอบนำไปจำหน่ายในงาน “OTOP”

จังหวัดสุพรรณบุรี ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ราบลุ่มด้านทิศตะวันตกติดกับจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งมีพื้นที่เป็นป่าเขาสูงและบางส่วนเป็นที่ดอน ทิศเหนือติดกับจังหวัดอุทัยธานีและจังหวัดชัยนาท สภาพภูมิประเทศของจังหวัดที่มีเขตติดต่อทำให้จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นที่รับน้ำและเป็นที่รวมของลำน้ำสายต่าง ๆ หลายสายด้วยกันสายน้ำดอนกำยาน อ.เมืองสุพรรณบุรี จึงเป็นที่มาของพลาสติกสองน้ำ จึงเป็นสูตรเริ่มต้นของพลาสติกไร้ก้างเนื่องจากทางน้ำสมหมายเป็นผู้ผลิตตั้งแต่พลาสติกสดจนไปถึงพลาสติกแปรรูปโดยการนำตัวพลาสติกทำการหมักดองเพื่อให้รสชาติมีความคงที่ ซึ่งเป็นสูตรลับของทางแบรนด์น้ำสมหมาย นอกจากพลาสติกไร้ก้างแบบกล่องทางแบรนด์น้ำสมหมายยังมีพลาสติกแบบซองและแบบกระปุกเล็กปรุงแต่งด้วยรสชาติต่างๆ เช่น รสชาติไข่เค็ม รสชาติพริกแกง เป็นต้น ในเรื่องของจุดอ่อนของสินค้าคือ กระบวนการผลิตยังมีปัญหาเนื่องจากการทอดให้เป็นชิ้น ไม่แตก และอุปสรรคของสินค้าจะเป็นในเรื่องกลุ่มผู้บริโภคยังไม่มี ความมั่นใจในสินค้า มีความกังวลอยู่ว่าสินค้าจะไม่กรอบ ในปัจจุบันสินค้าแบรนด์น้ำสมหมายได้จัดจำหน่ายที่ Tops market และ Foodland

## 8.2 สำนวความคิดเห็นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาจากผู้เชี่ยวชาญ ผู้ผลิตและผู้บริโภค

### 8.2.1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์

ผลการศึกษาข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่างที่เลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 256 คน (คิดเป็นร้อยละ 64) ส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 16 – 25 ปี จำนวน 172 คน (คิดเป็นร้อยละ 43) มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 284 คน (คิดเป็นร้อยละ 71) มีรายได้อยู่ที่ระดับต่ำกว่า 15,000 บาท (คิดเป็นร้อยละ 46)

### 8.2.2 พฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เคยซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ จำนวน 364 คน (คิดเป็นร้อยละ 91) มีความถี่ในการซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์น้อยกว่า 1 ครั้งต่อเดือน จำนวน 280 (คิดเป็นร้อยละ 70) เลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้กับตัวเอง

และบุคคลอื่นด้วย จำนวน 224 (คิดเป็นร้อยละ 56) บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ผลาสลิดไร้ก้างเหมาะกับบรรจุภัณฑ์แบบกล่องทรงกลม จำนวน 124 (คิดเป็นร้อยละ 31) บรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อส่วนมากผู้บริโภคเลือกมีความสวยงามสะดุดตา จำนวน 116 (คิดเป็นร้อยละ 29) ผู้บริโภคเลือกบรรจุภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ควรจะมีฉลากวันเดือนปี หมดอายุมากที่สุด จำนวน 372 (คิดเป็นร้อยละ 17.35)

### 8.2.3 ปัจจัยที่ผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

ด้านการรักษาคุณภาพ มีอิทธิพลมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.41) ด้านการขนส่ง มีอิทธิพลมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.23) และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลมาก (มีค่าเฉลี่ย 4.21)

## 8.3 กระบวนการสร้างแบบบรรจุภัณฑ์ โดยออกแบบ

| รูปแบบบรรจุภัณฑ์                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| แบบ A                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | แบบ B                                                                                                                                                                                                    | แบบ C                                                                                                                                                                                                       |
| <p>ด้านหน้า</p>  <p>ด้านหลัง</p>  <p>ด้านข้าง</p>  | <p>ด้านหน้า</p>  <p>ด้านหลัง</p>  | <p>ด้านหน้า</p>  <p>ด้านหลัง</p>  |

ภาพที่ 1 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบตามความต้องการของผู้บริโภค

#### 8.4 กระบวนการสอบถามความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของบรรจุกัณฑ์ผลิตภัณฑ์พลาสติกไร้ก้าง

การวิจัยเชิงคุณภาพ กระบวนการสอบถามความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของบรรจุกัณฑ์ผลิตภัณฑ์พลาสติกไร้ก้าง จำนวน 3 แบบ โดยแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบบรรจุกัณฑ์ จำนวน 3 คน กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ประกอบการ และกลุ่มที่ 3 ผู้บริโภค

ผลการประเมินความพึงพอใจและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ผู้ผลิต และผู้บริโภค พบว่าบรรจุกัณฑ์แบบ A มีผู้ตอบแบบสอบถามเลือกจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.80 บรรจุกัณฑ์แบบ B มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 2 คนคิดเป็นร้อยละ 0.2 และบรรจุกัณฑ์แบบ C มีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0.00

#### 9. การอภิปรายผล

ในงานวิจัยเรื่องการวิจัยและพัฒนาบรรจุกัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาบรรจุกัณฑ์พลาสติกไร้ก้าง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ได้นำกรอบแนวคิดวิจัยมาตั้งสมมติฐานโดยนำกรอบของตัวแปรตามในด้านปัจจัยพฤติกรรมผู้บริโภคด้านความต้องการของผู้บริโภคด้านบรรจุกัณฑ์ และกรอบตัวแปรตามในด้านบรรจุกัณฑ์ที่มีต่อการรักษาคุณภาพด้านการขนส่ง และด้านการส่งเสริมการตลาดซึ่งมีผลสรุปสมมติฐานตามด้านล่างนี้

ความต้องการของผู้บริโภคในด้านบรรจุกัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์พบว่า เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกันนั้นไม่ได้มีผลต่อความถี่ในการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ แต่มีความต้องการทางด้านบรรจุกัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รูปแบบบรรจุกัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง

ผลิตภัณฑ์ ลักษณะของบรรจุกัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ และฉลากของบรรจุกัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชญาภา ประเสริฐสุข (2559) ศึกษาเรื่องการศึกษาปัจจัยด้านบรรจุกัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า อาหารโอท็อป (OTOP) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครจากการวิจัยลำดับความของปัจจัยด้านบรรจุกัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าอาหารโอท็อป (OTOP) ของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดกับด้านการบรรจุกัณฑ์ และคุ้มครองปกป้องรองลงมาคือ ด้านขนาด และด้านความสะดวกในการใช้งานตามลำดับ ซึ่งให้ความสำคัญในระดับมาก

ปัจจัยทางด้านการรักษาคุณภาพ พบว่า เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกันนั้นไม่ได้มีผลต่อ ออกแบบบรรจุกัณฑ์สามารถเก็บอุณหภูมิสามารถเปิดรับประทานผลิตภัณฑ์ได้ง่ายและเก็บรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้กรณีที่ยังรับประทานไม่หมด บรรจุกัณฑ์ป้องกันการเน่าเสียของสินค้า แต่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าในแต่ละชนิดได้สะดวกสบายยิ่งขึ้น และมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้าได้ง่ายและแสดงเอกลักษณ์ของสินค้า

ปัจจัยทางด้านการขนส่งบรรจุกัณฑ์ พบว่า เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกันนั้นไม่ได้มีผลต่อบรรจุกัณฑ์ได้ตามจำนวนที่เหมาะสมและขนาดที่พกพาได้สะดวก บรรจุกัณฑ์สามารถจัดเรียงได้อย่างสวยงามและประหยัดพื้นที่ และบรรจุกัณฑ์สามารถช่วยป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์ได้ เมื่อได้รับแรงการกระแทกไม่แรงนัก แต่มีผลต่อโครงสร้างบรรจุกัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน และบรรจุกัณฑ์ที่มีความพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน

ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่า เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่ต่างกันนั้นไม่ได้มีผลต่อบรรจุกัณฑ์ที่มีความสวยงามสามารถดึงดูดความน่าสนใจ

เมื่อผู้บริโภคพบเห็นและจดจำตราสินค้าได้ สีของบรรจุภัณฑ์ในแต่ละประเภทมีความแตกต่างเพื่อช่วยต่อการแยกแยะสินค้า และใช้ภาพประกอบเพื่อช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้าและกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ แต่มีผลต่อสามารถเลือกซื้อสินค้าในแต่ละชนิดได้สะดวกสบายง่ายขึ้น และมีความเป็นเอกลักษณ์ที่ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้าได้ง่ายและแสดงเอกลักษณ์ของสินค้า สอดคล้องกับจงจินต์ จิตร์แจ้ง (2552) กล่าวว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากในเรื่องการส่งเสริมการตลาดการมีกิจกรรมทางการตลาด การส่งเสริมการขาย การโฆษณาผ่านนิตยสารสิ่งพิมพ์ และโฆษณาผ่านสื่อ อินเทอร์เน็ตตามลำดับซึ่งสอดคล้องกับการส่งเสริมการขาย เป็นปัจจัยที่มีผลต่อระยะเวลาการยอมรับสัดส่วนการซื้อผู้ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อความถี่ในการซื้อในสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มากยิ่งขึ้น

## 10. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยครั้งนี้

งานวิจัยเรื่อง การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กรณีศึกษาบรรจุภัณฑ์พลาสติกไร้ก้าง อำเภอเมือง จังหวัดสุพรรณบุรี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

### ข้อเสนอแนะปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

1. ด้านการรักษาคุณภาพ จากการศึกษาค้นคว้าพบว่าเปิดรับประธานผลิตภัณฑ์ได้ง่ายและเก็บรักษาคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้กรณีที่รับประธานไม่หมด มีอิทธิพลระดับมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรมีการใส่ใจเรื่องของบรรจุภัณฑ์ที่เปิดทานง่าย และสามารถเก็บรักษาสินค้าจากอากาศสามารถคงสภาพสินค้าให้คงอยู่สภาพเดิมไม่เสื่อมเสีย

2. ด้านการขนส่ง จากการศึกษาค้นคว้าพบว่าโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครอง

ผลิตภัณฑ์ภายใน มีอิทธิพลระดับมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรสร้างโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้แข็งแรงเพื่อป้องกันสินค้าภายในที่อาจได้รับความเสียหายจากการขนส่งสินค้า

3. ด้านการส่งเสริมการตลาด จากการศึกษาค้นคว้าพบว่าสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ที่ผู้บริโภคสามารถจดจำตราสินค้าได้ง่ายและแสดงเอกลักษณ์ของสินค้า มีอิทธิพลระดับมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรสร้างเอกลักษณ์ของสินค้าให้เป็นที่จดจำได้ง่าย อาทิเช่น สี รูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ โลโก้ อื่นๆ เพื่อให้ง่ายต่อการจดจำของผู้บริโภค

## 11. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

11.1.1 การวิจัยครั้งนี้ศึกษาด้านประชากรศาสตร์พบว่า กลุ่มประชากรกลุ่มที่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อยู่ในช่วง 16-25 ปี โอกาสต่อไปควรศึกษากลุ่มประชากรที่มีอายุ 46-56 ปี เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและเป็นกลุ่มที่คาดว่าจะทานพลาสติกไร้ก้างมากกว่ากลุ่มอื่นๆเพื่อให้ทราบถึงความต้องการของกลุ่มตัวอย่าง อายุ 46-56 ปี อย่างแน่ชัดและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างแท้จริง

11.1.2 การวิจัยครั้งนี้มีการศึกษากลุ่มตัวอย่างแหล่งจำหน่ายสินค้าห้างท็อปส์ มาร์เก็ตเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานครเท่านั้น โอกาสต่อไปควรศึกษากลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมจากภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่ครอบคลุมอย่างชัดเจน

11.1.3 ในการศึกษาครั้งต่อไปคณะผู้วิจัยเสนอให้มีการเพิ่มช่องทางในการจัดจำหน่ายเพื่อตอบสนองต่อกลุ่มลูกค้าที่สนใจสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่ง โดยศึกษากลุ่มพฤติกรรมของผู้บริโภค และนำผลการศึกษาไปพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

## เอกสารอ้างอิง

- กัลยากร วรกุลลัญญ์ และพรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2553). *การโฆษณาเบื้องต้น*. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- จงจินต์ จิตรแจ้ง. (2552). *ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์แบบ ผู้บริโภคบนเครือข่ายสังคมออนไลน์*. การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ฉัตยาพร เสมอใจ. (2555). *พฤติกรรมผู้บริโภค*. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ซีเอ็ดดูเคชั่น จำกัด.
- ชญาภา ประเสริฐสุข. (2559). *การศึกษาปัจจัยด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าอาหารโอท็อป (OTOP\_ จากผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร*. MBA Innovation Management.
- ดารณี พานทอง. (2524). การหีบห่อ. *วารสารรามคำแหง* 8
- ปัทมาพร ท่อชู. (2559). การทำความเข้าใจ การออกแบบ การบรรจุภัณฑ์. *อินดัสเทรียล เทคโนโลยี รีวิว (Industrial technology review)*. (281), 100-106.
- สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอบางปะหัน. (2560). *หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์*. ค้นเมื่อ 7 ตุลาคม 2561, จาก <http://district.cdd.go.th/bangpahan/>.
- Yamane Taro. (1967). *Statistic: An Introductory Analysis*. New York: Harpe & row.