

การศึกษารูปแบบการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วม THE MODEL OF PRODUCT LABEL DEVELOPMENT BY USING THE CONCEPT OF PARTICIPATION

กาญจนา มีวัณณะ^{1F}, คณินญา สุขคำมีภัธ², พงษ์พิสิทธิ์ อมรพงษ์ไพศาล³,
ปองภพ ปิยภัณท์⁴, ศุภชัย เหมือนโพธิ์^{5C} และ ทาริกา สระทองคำ⁶

สาขาวิชาการตลาดและโลจิสติกส์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์¹⁻⁴
อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาการตลาดและโลจิสติกส์ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์⁵⁻⁶
First author^F Corresponding author^C

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และแนวคิดการมีส่วนร่วมมีอิทธิพลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วม (2) จัดทำรูปแบบการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่ใช้บริการสถานพยาบาลของมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จำนวน 310 คน ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.10) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 98.10) ชั้นปีที่ 2 (ร้อยละ 31.60) ความถี่ในการใช้บริการ 1-2 ครั้ง/เดือน (ร้อยละ 57.10) การทดสอบสมมติฐาน พบว่า ภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์ ด้านชื่อตราสินค้า ด้านตราสินค้า ด้านฉลากสินค้าและแนวคิดการมีส่วนร่วมมีอิทธิพลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : ฉลากผลิตภัณฑ์, แนวคิดการมีส่วนร่วม

ABSTRACT

This research aims to (1) study the product image and the concept of participation to influence the study of product label development model by using the concept of participation (2) Create the product label development model by using the concept of participation. The sample group is those who use the hospital's service at Kasetsart University. Kamphaeng Saen Campus, 310 people. The results showed that the sample group was female (57.10%), educational level, bachelor degree (98.10%), year 2 (31.60%), frequency of use 1-2 times / month (57.10%). Hypothesis testing found that the product image, brand name, the product label and the concept of participation influence the study of product label development model by using the concept of participation. With statistical significance at the level of 0.05

Keyword : product label, participation concept

1. บทนำ

พฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่นั้นนอกจากจะเลือกซื้อสินค้าที่มีแบรนด์น่าเชื่อถือแล้วสิ่งที่มีผลต่อการเลือกซื้อเป็นอันดับแรก คือ บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม แฉ่นหนา และฉลากสินค้าที่มีข้อมูลผลิตภัณฑ์ครบถ้วน เนื่องจากสินค้าที่มีรายละเอียดบนฉลากผลิตภัณฑ์จะส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับรู้ข้อมูลที่จำเป็นและยังช่วยให้การตัดสินใจเลือกซื้อง่ายขึ้น ทำให้ผู้บริโภคสามารถนำไปเปรียบเทียบกับสินค้าตัวอื่นในประเภทเดียวกันได้ (Tomco, 2017) ลักษณะของฉลากสินค้าต้องมีข้อความที่ตรงต่อความเป็นจริงไม่ก่อให้เกิดความเข้าใจผิดเกี่ยวกับสาระสำคัญของสินค้านั้น ๆ และต้องระบุชื่อหรือเครื่องหมายการค้าของผู้ประกอบการธุรกิจสถานที่ผลิตหรือสถานที่ประกอบธุรกิจนำเข้าประเภทสินค้านั้น ๆ ประเทศที่ผลิตสินค้านำเข้า และข้อมูลที่สำคัญของฉลากสินค้าตามหลักเกณฑ์เงื่อนไขที่คณะกรรมการ ว่าด้วยฉลากกำหนดซึ่งจะต้องเป็นภาษาไทยหรือภาษาไทยกำกับภาษาต่างประเทศที่สามารถเห็นและอ่านได้ชัดเจน (Aladin Plaza, 2018)

งานอนามัย กองบริการกลาง สำนักงานวิทยาเขตกำแพงแสน เป็นหน่วยงานที่มีหน้าที่ให้บริการด้านสาธารณสุขเพื่อดูแลสุขภาพและป้องกันโรค แก่นิสิต บุคลากร และครอบครัว มีจำนวนผู้รับบริการของหน่วยอุบัติเหตุ-ฉุกเฉินที่จำเป็นต้องประคบเย็นมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น จากการเกิดอุบัติเหตุ พลัดตก หกล้ม ต่าง ๆ แต่เนื่องจากเจลใช้ประคบเย็นที่ใช้อยู่ในหน่วยอุบัติเหตุ-ฉุกเฉินปัจจุบันมีจำนวนไม่เพียงพอ ประกอบกับผู้รับบริการมีจำนวนมากขึ้น และเกิดการสูญหายในระหว่างการส่งต่อการรักษา อีกทั้งราคา แผ่นเจลมาตรฐานสำเร็จรูปทั่วไปที่มีจำหน่ายในท้องตลาดราคาค่อนข้างสูง จึงได้คิดค้นการทำเจลประคบเย็นขึ้น เพื่อให้สามารถนำไปใช้งานได้มีประสิทธิภาพและมีปริมาณเพียงพอต่อการใช้งาน อีกทั้งเป็นการลดต้นทุนในการซื้อเจลประคบเย็น อีกทั้งงานอนามัยมีความสามารถในการเพิ่มศักยภาพการผลิตได้ อนึ่งในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ พบว่าการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ส่งผลให้เจลประคบเย็นไม่สามารถจัดจำหน่ายและดึงดูดใจแก่ผู้บริโภคให้ตัดสินใจซื้อสินค้าได้เท่าที่ควร เพราะบรรจุภัณฑ์ที่อาจจะไม่ทันสมัย สีสันทึบไม่สวยงาม และยังไม่เป็นที่ยอมรับ (งานอนามัยมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน, 2561)

คณะนักวิจัยเห็นว่าความสำคัญที่จะพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์เจลประคบเย็น ให้เหมาะสมกับชนิดของผลิตภัณฑ์ มีเอกลักษณ์และแสดงอัตลักษณ์ที่มีความแตกต่างจากคู่แข่งใน

ตลาด เพื่อสร้างความดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค และสร้างความน่าเชื่อถือในผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคโดยทำการศึกษารูปแบบการพัฒนาลักษณะผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วม

2. วัตถุประสงค์

1. ศึกษาภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์และแนวคิดการมีส่วนร่วมมีอิทธิพลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาลักษณะผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วม
2. เพื่อจัดทำรูปแบบการพัฒนาลักษณะผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วม

3. ขอบเขตงานวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นทำการศึกษารูปแบบการพัฒนาลักษณะผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตผู้เข้าใช้บริการที่สถานพยาบาล ผ่านแบบสำรวจด้วยการตอบแบบสอบถาม โดยมีระยะเวลาในการดำเนินงานวิจัย ตั้งแต่เดือนสิงหาคม-เดือนพฤศจิกายน 2561 จำนวน 310 คน

4. ทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาลักษณะผลิตภัณฑ์

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบต้องคำนึงถึงศาสตร์และศิลป์สำหรับใช้แก้ปัญหาการออกแบบบรรจุภัณฑ์แต่ละด้านให้เกิดผลลัพธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพในการบรรจุวัตถุดิบประสงค์หลักของบรรจุภัณฑ์สองข้อคือการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

Tomco (2017) กล่าวว่า ฉลากสินค้า หรือ ฉลากบนภาชนะบรรจุของผลิตภัณฑ์อาหารนั้นมีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าตัวผลิตภัณฑ์อาหาร เนื่องจากฉลากสินค้าเปรียบเสมือนหน้าต่างของผลิตภัณฑ์ภายในภาชนะบรรจุ ฉลากสินค้ายังเป็นประโยชน์กับทุกองค์ประกอบในกระบวนการผลิตอาหาร กล่าวคือ ผู้ผลิตอาหารใช้ฉลากสินค้าเป็นเครื่องมือในการสื่อสารข้อมูลและโฆษณาผลิตภัณฑ์แก่ผู้บริโภคและยังเป็นส่วนหนึ่งของการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ และการแข่งขันทางการค้า หน่วยงานภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการคุ้มครองผู้บริโภคใช้ฉลากสินค้าเป็นเครื่องมือในการติดตามและตรวจสอบคุณภาพอาหารและการให้

ข้อมูลความรู้ที่มีประโยชน์แก่ประชาชน ผู้บริโภคสามารถใช้ฉลากสินค้าเป็นข้อมูลประกอบการตัดสินใจเลือกซื้อ และสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ฉลากสินค้าที่ดีจะต้องระบุข้อความต่อไปนี้ 1) ชื่อประเภทหรือชนิดของสินค้า 2) ชื่อหรือเครื่องหมายการค้า 3) ชื่อหรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในประเทศไทยของผู้ส่งหรือนำเข้า มาในราชอาณาจักรเพื่อขาย 4) ที่อยู่-สถานที่ตั้ง ที่สามารถติดต่อได้จริง 5) ขนาด มิติ ปริมาณ ปริมาตร น้ำหนัก หรือจำนวนบรรจุ 6) วิธีใช้ 7) ข้อแนะนำในการใช้ หรือห้ามใช้ 8) คำเตือน (ถ้ามี) 9) วันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือที่ควรใช้ก่อน 10) ราคา พร้อมระบุหน่วยบาท

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วม

William Erwin (1976, อ้างถึงใน ปรีดา เจษฎารางกุล, 2550) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมเป็นกระบวนการให้ประชาชนเข้ามามีส่วนเกี่ยวข้องในการดำเนินงานพัฒนาร่วมคิดร่วมตัดสินใจ แก้ปัญหาของตนเองเน้นการมีส่วนร่วมเกี่ยวข้องอย่างแท้จริงกับประชาชนใช้ความคิดสร้างสรรค์และความชำนาญของประชาชนแก่ไขร่วมกับการใช้วิทยาการที่เหมาะสมและสนับสนุนติดตามการปฏิบัติงานขององค์กรและเจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้อง

Cohen & Uphoff (1980, อ้างถึงใน ธนวัฒน์ คำภีลานนท์, 2550) กล่าวว่า รูปแบบการมีส่วนร่วมโดยสามารถแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ คือ 1) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Decision Making) ประกอบด้วย 3 ขั้นตอน คือ ริเริ่มตัดสินใจ ดำเนินการตัดสินใจและตัดสินใจลงมือปฏิบัติการ 2) การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติการ (Implementation) ประกอบไปด้วยการสนับสนุนทางด้านทรัพยากร การเข้าร่วมในการบริหารและการประสานขอความร่วมมือ 3) การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ (Benefits) ทางด้านต่าง ๆ ประกอบไปด้วยผลประโยชน์ทางด้านวัสดุ ผลประโยชน์ทางสังคมและผลประโยชน์ส่วนบุคคล 4) การมีส่วนร่วมในการประเมินผล (Evaluation) เกี่ยวกับการควบคุมและการตรวจสอบการดำเนินงานกิจกรรมทั้งหมด และเป็นการแสดงถึงการปรับตัวในการมีส่วนร่วมต่อไป

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับเจลประคบเย็น

ศูนย์เรียนรู้สุขภาพ (2561) กล่าวว่า เจลประคบเย็นคือ เจลประคบบรรเทาอาการปวด อาการอักเสบในระยะเฉียบพลัน ในช่วง 24-48 ชั่วโมงแรกหลังได้รับบาดเจ็บ ลดปวด แสบร้อน ลดบวม เช่น ปวดศีรษะหรือมีไข้สูง ปวดเมื่อยตามร่างกาย ปวดฟัน แผลน้ำร้อนหรือไฟลวกที่ไม่รุนแรง ข้อเคล็ด บาดเจ็บหลังการเล่นกีฬา แผลงสัตว์กัดต่อย เลือดกำเดาไหล มีด

บาด แผลหลังผ่าตัด หลังถอนฟัน ถูกแดดเผา ตาบวม อาการก่อนรุมฝีขึ้น ก่อนเป็นไมเกรน และยังใช้เพื่อทำให้สดชื่น ผ่อนคลายความเครียด

วิธีการใช้เจลประคบเย็น 1) นำถุงเจลสำหรับประคบเย็นที่แช่ในตู้เย็นหรือช่องแช่แข็ง กดประคบบริเวณที่บาดเจ็บครั้งละ 15-20 นาที 2) ทำซ้ำทุก ๆ 2 ชั่วโมง ใน 24 ชั่วโมงแรก หรือทำซ้ำเมื่อผิวหนังกลับสู่อุณหภูมิปกติ 3) ในวันที่ 2 ควรให้บริเวณบาดเจ็บอยู่นิ่ง ๆ และยกสูงกว่าระดับหัวใจ ไม่ควรนวดคลึง บริเวณที่บาดเจ็บ 4) การประคบเย็น ต้องระมัดระวัง อย่าให้น้ำแข็งกระทบผิวหนังโดยตรงโดยควรสวมปลอกผ้าที่มียางให้มากับอุปกรณ์ หรืออาจใช้ผ้าขนหนูพันหุ้ม

5. ผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุษราภรณ์ มหัทธชัย (2552) ศึกษาเรื่องการพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ของตำบลสะเลียง อำเภอมะแมริม จังหวัดเชียงใหม่ ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาทางการตลาดของชุมชนคือไม่มีทุนในการสนับสนุนในการประชาสัมพันธ์สินค้าออกสู่ตลาด ทำให้การจำหน่ายสินค้าส่วนใหญ่จำหน่ายเฉพาะลูกค้าประจำ ดังนั้นจึงได้สร้างระบบสารสนเทศตามความต้องการของชุมชน โดยสามารถให้ชุมชนมาบริหารจัดการเพิ่มหรือปรับปรุงรายการสินค้าได้แสดงรายละเอียดสินค้าให้กับลูกค้าตามต้องการ มีช่องทางในการติดต่อระหว่างลูกค้ากับผู้ขายได้ เมื่อสร้างระบบสารสนเทศแล้วนำเครื่องมือแบบสอบถามมาทดสอบประสิทธิภาพของระบบสารสนเทศจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่าการออกแบบระบบสารสนเทศมีความเหมาะสม และทดสอบจากผู้ใช้งานพบว่า ด้านข้อมูลนำเข้า ด้านการทำงานระบบ และด้านการแสดงผลมีความพึงพอใจมาก จากนั้นจัดกิจกรรมอบรมให้ชุมชน สามารถนำระบบสารสนเทศมาบริหารจัดการรายการสินค้าเองได้นำเว็บไซต์มาลงค์ในเว็บขององค์การบริหารส่วนตำบลสะเลียง เว็บไซต์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องและนำมาติดกับฉลากของสินค้า ทำให้ลูกค้าและผู้สนใจดูรายละเอียดสินค้าได้ง่ายขึ้นช่วยลดค่าใช้จ่ายในการประชาสัมพันธ์

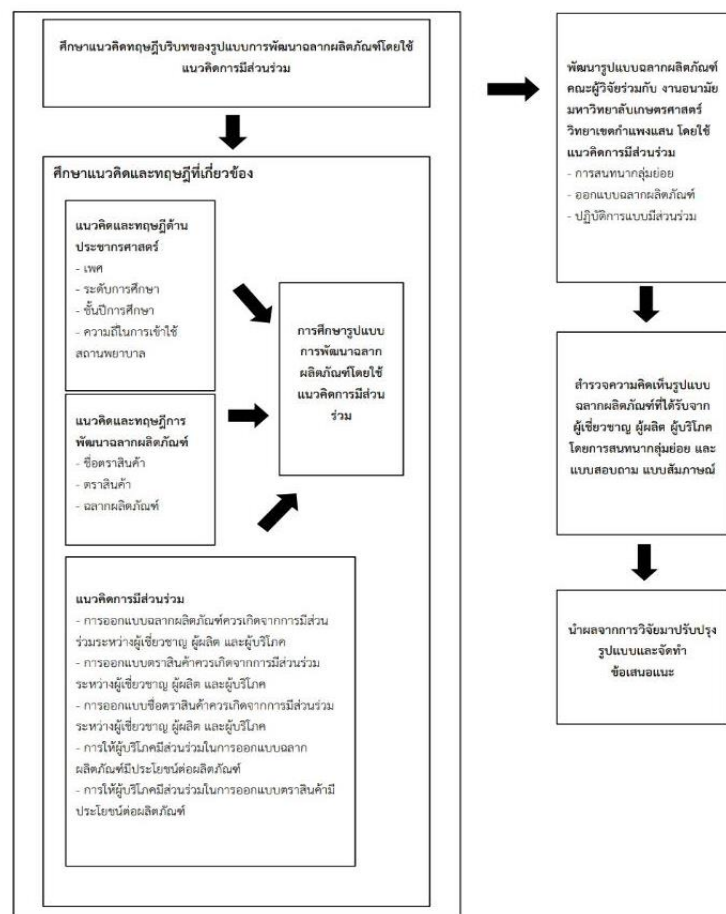
นรพงศ์ กิ่งศักดิ์ (2556) ศึกษาเรื่องการศึกษาและพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปชนิดอบแห้งจากวัสดุธรรมชาติ กรณีศึกษา วัสดุจากเปลือกกล้วย จังหวัดพิษณุโลก ผลการวิจัยพบว่า การศึกษาและพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์กล้วยแปรรูปชนิดอบแห้งได้ ผลผลิตจากเปลือกกล้วยผสมกับส่วนต่าง ๆ ของต้นกล้วย มีคุณภาพของเนื้อวัสดุ

ความเหนียวไม่แตกต่างกันมาก เหมาะสำหรับการทำบรรจุภัณฑ์จากกล้วย มีความน่าสนใจในด้านการเป็นวัสดุจากธรรมชาติเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม บรรจุภัณฑ์ทำห้ทำในการช่วยส่งเสริมอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์และทำหน้าที่การส่งเสริมการขาย และเพิ่มมูลค่าทางการตลาดในการจัดจำหน่ายมากขึ้น และจากการสอบถามความคิดเห็นของกลุ่มผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ผู้บริโภค จำนวน 30 คน ในจังหวัดพิษณุโลก ด้านรูปแบบ ความสวยงาม และหน้าที่ประโยชน์ใช้สอย ผลค่าเฉลี่ยคือ 4.87 4.85 และมีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้าน 4.86 อยู่ในเกณฑ์ดีมากที่สุด สรุปผลการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ กรณีศึกษาวัสดุจากเปลือกกล้วย สามารถสนองประโยชน์ใช้สอยได้เป็นอย่างดีสามารถสื่อสาร บ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเหมาะสมและช่วยส่งเสริมมูลค่าเพิ่มสร้างอัตลักษณ์ที่ติดต่อกับผลิตภัณฑ์ตลอดจนนำไปพัฒนาในเชิงอุตสาหกรรมได้ โดยการอัดขึ้นรูปวัสดุทดแทนจากธรรมชาติ สามารถนำไปพัฒนาต่อไปในบรรจุภัณฑ์หรือเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้อย่างหลากหลายมากขึ้น นอกจากนั้นยังทำให้บทบาทของชุมชนมีความสำคัญมากยิ่งขึ้น

ประชิด ทิณบุตร (2557) ศึกษาเรื่องการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าการเกษตรของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชัยนาท เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ผลการศึกษาพบว่าบรรจุภัณฑ์สินค้าด้านเกษตรของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ทั้ง 8 อำเภอ ในเขตจังหวัดชัยนาท อำเภอละ 2 ผลิตภัณฑ์ จำนวนรวม 16 รายการที่ออกแบบภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์

โดยมีการประเมินประสิทธิภาพและคุณภาพโดยใช้ตัวแทนจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 5 กลุ่ม อันได้แก่ ผู้ประกอบการ ฝ่ายการตลาด นักวิชาการ ผู้เชี่ยวชาญ ที่ปรึกษา นักวิจัย นักวิชาการพัฒนาชุมชน เจ้าหน้าที่รัฐ หน่วยงานของจังหวัดชัยนาท นักออกแบบบรรจุภัณฑ์และผู้ซื้อหรือผู้บริโภคทั่วไป โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงเลือกในฐานะผู้มีส่วนร่วมพัฒนาและการสุ่มแบบบังเอิญรวมจำนวนทั้งสิ้น 80 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยวิธีการนำเสนอผลงานแบบกลุ่มย่อยการสอบถามความคิดเห็นทั้งโดยตรงและแบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลจากการวิจัยตามกระบวนการสร้างสรรค์และวิธีดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วม ทำให้ได้ชุดผลงานต้นแบบที่มีส่วนประกอบทางโครงสร้างและกราฟิกอัตลักษณ์สำหรับบรรจุภัณฑ์สินค้า ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ได้ร่วมประเมินประสิทธิภาพและคุณภาพผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนด้านการเกษตรในแต่ละอำเภอ รวม 8 อำเภอ อำเภอละ 2 ราย รวมทั้งสิ้น 16 ราย โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ได้ร่วมประเมินประสิทธิภาพและคุณภาพผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเห็นว่า ภาพรวมด้านการออกแบบโครงสร้าง ด้านการออกแบบกราฟิกสำหรับบรรจุภัณฑ์ และด้านการรับรู้ทางด้านการตลาด เป็นผลงานการออกแบบที่มีคุณภาพและประสิทธิภาพที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์อยู่ในเกณฑ์ระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมทุกอำเภออยู่ที่ 4.61 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.57

6. กรอบแนวคิดการวิจัย



7. วิธีการดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นทำการศึกษารูปแบบการพัฒนาหลากหลายผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐม โดยกลุ่มตัวอย่าง คือ นิสิตผู้เข้าใช้บริการที่สถานพยาบาล ผ่านแบบสำรวจด้วยการตอบแบบสอบถาม และทำการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-Depth Interview) กับผู้ผลิตและผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาด

ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล เดือนสิงหาคม - พฤศจิกายน 2561 โดยขอความร่วมมือจากกลุ่มนิสิตผู้เข้าใช้สถานพยาบาล มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน จังหวัดนครปฐมในการตอบแบบสอบถามการศึกษา รูปแบบการพัฒนาหลากหลายผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือผู้เข้าใช้บริการที่สถาน พยาบาล ตั้งแต่ เดือนมิถุนายน 2560 ถึง เดือนพฤษภาคม 2561 ทั้งหมด 15,368 คน เฉลี่ยต่อเดือน 1,281 คน ดังนั้นจึงใช้สูตรของ ทาโร ยามาเน่ (Yamane Taro, 1967) ในการคำนวณหาขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัยครั้งนี้ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 310 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถามการศึกษารูปแบบการพัฒนาหลากหลายผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วม
2. แบบประเมินการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์จำนวน 1 แบบ และตราสินค้าจำนวน 3 แบบ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ

การตรวจสอบเครื่องมือการวิจัย

1. ศึกษาข้อมูลเอกสารตำราต่าง ๆ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถามนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้น เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิชาปัญหา

พิเศษ เพื่อพิจารณาตรวจสอบ ขอคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ให้เหมาะสมกับจุดประสงค์ของการวิจัย

2. นำแบบสอบถามที่ปรับแก้ไขแล้วไปหาความเชื่อมั่นโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach) เพื่อตรวจสอบข้อบกพร่องด้านรูปแบบความสอดคล้องของคำถามและความครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการศึกษา วิธีการทดสอบกระทำโดยการกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง ต้องมีค่าเท่ากับ 0.6 ขึ้นไปถึงจะนำข้อคำถามประเภท Rating Scale ไปใช้ได้และทางทีมได้ทำการตรวจสอบและได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Coefficient Alpha) ของครอนบาค (Cronbach) ออกมาเท่ากับ 0.909 ซึ่งมากกว่า 0.6 จึงทำให้ข้อคำถามประเภท Rating Scale ของทางคณะผู้วิจัยมีคุณภาพ

3. การวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นสถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐานการวิจัย เพื่อแสดงถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรต้นและตัวแปรตามโดยสถิติที่ใช้ในการทดสอบ ดังนี้

- t-test เป็นสถิติที่ใช้เปรียบเทียบความแตกต่างของค่าเฉลี่ย 2 กลุ่ม

- One-Way ANOVA เปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง ที่มีมากกว่า 2 กลุ่ม

- Simple Regression ใช้ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 1 ตัว และ ตัวแปรตาม 1 ตัว

8. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์



รูปที่ 1 รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์ 1



รูปที่ 2 รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์ 2



รูปที่ 3 รูปแบบฉลากผลิตภัณฑ์ 3

ผลการวิเคราะห์แบบประเมินการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์จำนวน 1 แบบ และตราสินค้าจำนวน 3 แบบ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์จำนวน 2 คน และผู้ผลิตผลิตภัณฑ์จำนวน 1 คน ให้ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์

ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาด ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 คือ ดร. ณัฏพร วิรุฬหารุญ เลือกรูปแบบที่ 1 เพราะว่าดูแล้วรู้ได้อย่างชัดเจนเลยว่าสื่อถึงผลิตภัณฑ์ทางการแพทย์

ความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการตลาด ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 คือ ดร. วรณัฐ รัชมิตต์ เลือกรูปแบบที่ 3 เพราะว่า ตราสินค้าที่เลือกนั้น เป็นตราสินค้าที่มีความทันสมัย น่าเชื่อถือ สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคเลือกซื้อ ข้อเสนอแนะคืออยากให้เพิ่ม บาร์โค้ด กับ วันเดือนปีที่ผลิตและวันหมดอายุ เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือให้แก่ตัวสินค้านั้นมีมากขึ้นให้กับตัวสินค้า และสามารถนำไปตรวจสอบเพื่อจลลขสิทธิ์ได้

ความคิดเห็นจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ผู้ผลิต คือ คุณอาภรณ์ ชื่นประไพ เลือกแบบที่ 1 เพราะว่า สื่อถึงการแพทย์ เพราะว่าตัวสินค้าที่ทำคือสิ่งที่ใช้ในการแพทย์ ซึ่งเครื่องหมายกาชาดสีแดงก็สื่อถึงความหมายทางการแพทย์ที่ชัดเจนอยู่แล้ว

ผลการศึกษาแบบการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วม

ส่วนที่ 1 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ผู้เข้าใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 57.10 ระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 98.10 อยู่ชั้นปีการศึกษาชั้นปีที่ 2 จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 31.60 ผู้เข้าใช้บริการส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 1-2 ครั้ง/เดือน จำนวน 177 คน คิดเป็นร้อยละ 57.10

ส่วนที่ 2 การคัดเลือกฉลากผลิตภัณฑ์

ด้านบรรจุภัณฑ์ควรมีฉลากผลิตภัณฑ์ จากการศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการสถานพยาบาล จำนวน 310 ตัวอย่าง

พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้เข้าใช้บริการส่วนใหญ่คิดว่า ควรผลิตฉลากผลิตภัณฑ์ จำนวน 310 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100.00

การเลือกรูปแบบตราสินค้าใดเหมาะสำหรับการนำไปใช้ได้จริง จากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการสถานพยาบาล จำนวน 310 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้เข้าใช้บริการส่วนใหญ่คิดว่า รูปแบบที่1 จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 46.50 รองลงมาคือ รูปแบบที่2 จำนวน 98 คน คิดเป็นร้อยละ 31.60 และรูปแบบที่3 จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 21.90

ด้านฉลากผลิตภัณฑ์เหมาะสมกับการนำไปใช้ จากการศึกษาของกลุ่มตัวอย่างที่เข้าใช้บริการสถานพยาบาล จำนวน 310 ตัวอย่าง พบว่ากลุ่มตัวอย่างผู้เข้าใช้บริการส่วนใหญ่คิดว่ายี่ห้อที่เหมาะสมกับการนำไปใช้ได้จริง จำนวน 310 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00

ส่วนที่ 3 ปัจจัยด้านภาพลักษณ์ฉลากผลิตภัณฑ์

ด้านชื่อตราสินค้า พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านชื่อตราสินค้าของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยชื่อตราสินค้า KU DIAPERS JEL มีความเหมาะสม โดยรวมนั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.28 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ชื่อตราสินค้า KU DIAPERS JEL สามารถจดจำได้ง่าย ชื่อตราสินค้า KU DIAPERS JEL แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ชื่อตราสินค้า KU DIAPERS JEL สะท้อนถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ชื่อตราสินค้า KU DIAPERS JEL สามารถกระตุ้นความสนใจของท่านต่อผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.10 4.31 4.10 และ 4.15 ตามลำดับ

ด้านตราสินค้า พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านตราสินค้าของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยตราสินค้ามีความกะทัดรัด จดจำง่าย โดยรวมนั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ตราสินค้ามีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ตราสินค้าสามารถบ่งบอกได้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ได้ ตราสินค้าสามารถนำไปจดทะเบียนการค้าได้ ตราสินค้าสามารถนำเสนอข้อมูลตราสินค้าสามารถนำเสนอข้อมูลครบถ้วนและชัดเจน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 4.17 4.26 และ 4.23 ตามลำดับ

ด้านฉลากสินค้า พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านฉลากสินค้าของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยฉลากสินค้าแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ครบถ้วน โดยรวมนั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ฉลากสินค้ามีข้อความที่ชัดเจนเข้าใจง่าย ฉลาก

สินค้าสะท้อนถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ ฉลากสินค้ามีการออกแบบที่น่าสนใจ สวยงาม ฉลากสินค้ามีสีสันและการออกแบบที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.23 4.19 4.16 และ 4.26 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ปัจจัยด้านแนวคิดการมีส่วนร่วม

แนวคิดการมีส่วนร่วมการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านแนวคิดการมีส่วนร่วมของกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถาม ค่าเฉลี่ยการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์ควรเกิดจากการมีส่วนร่วม โดยรวมนั้นอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้การออกแบบตราสินค้าควรเกิดจากการมีส่วนร่วม การออกแบบชื่อตราสินค้าควรเกิดจากการมีส่วนร่วม การให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการออกแบบฉลากผลิตภัณฑ์มีประโยชน์ต่อสินค้ามากน้อยเพียงใด การให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการออกแบบตราสินค้ามีประโยชน์ต่อสินค้ามากน้อยเพียงใด อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.08 4.12 4.14 และ 4.10 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 สรุปสมมติฐาน

ตัวแปรอิสระ		สถิติที่ใช้	ตัวแปรตาม การศึกษารูปแบบการพัฒนา ฉลากผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิด การมีส่วนร่วม	ผลการทดสอบ สมมติฐาน
ประชากรศาสตร์	เพศ	Chi-Square	.000	ยอมรับสมมติฐาน
	ระดับการศึกษา	Chi-Square	.000	ยอมรับสมมติฐาน
	ชั้นปีการศึกษา	Chi-Square	.000	ยอมรับสมมติฐาน
	ความถี่การเข้าใช้บริการ สถานพยาบาล	Chi-Square	.000	ยอมรับสมมติฐาน
การพัฒนาฉลาก ผลิตภัณฑ์	ชื่อตราสินค้า	one-way ANOVA	.371	ปฏิเสธสมมติฐาน
	ตราสินค้า	one-way ANOVA	.832	ปฏิเสธสมมติฐาน
	ฉลากผลิตภัณฑ์	one-way ANOVA	.032	ยอมรับสมมติฐาน
แนวคิดการมีส่วนร่วม		one-way ANOVA	.025	ยอมรับสมมติฐาน

9. การอภิปรายผล

สมมติฐานที่ 1 เพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าเพศที่แตกต่างกันส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจากความชอบของผู้ชายกับผู้หญิงแตกต่างกัน โดยส่วนใหญ่เพศหญิงจะเป็นเพศที่มีความคิดรอบคอบ คิดนาน คิดอย่างละเอียดในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า จึงมักเลือกสิ่งที่ดีที่สุดให้กับตนเอง จากการทดลองเพศหญิงมักเลือกตราสินค้าที่บ่งบอกถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน มีสีสันทัดตูดตา มีรายละเอียดครบถ้วน แต่เพศชายเป็นเพศที่ชอบเลือกอะไรง่าย ๆ ถ้าชอบอะไรแล้วมักตัดสินใจซื้อได้ทันทีเลย จากการทดลองเพศชายมักเลือกตราสินค้าที่ดูเรียบง่าย สอดคล้องกับ ญัฐนิชา นิสัยสุข (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศมีผลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค

สมมติฐานที่ 2 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน เนื่องจากผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงมักจะมีวิธีการวิเคราะห์ที่ละเอียดกว่าผู้ที่มีระดับการศึกษาที่ต่ำกว่า ผู้ที่มีระดับการศึกษาที่สูงมักจะมีถึงสิ่งที่มีความจำเป็นและมีคุณประโยชน์มากกว่า สอดคล้องกับชนทิป อ่อนหวาน (2553) ศึกษาเรื่องความรู้ความเข้าใจและทัศนคติที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่มีฉลากคาร์บอนของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษพบว่า ระดับการศึกษาที่ต่างกันมีแนวโน้มพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่มีฉลากคาร์บอนของผู้บริโภคในทุกด้านต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ชั้นปีการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ชั้นปีการศึกษาที่แตกต่างกันส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน เนื่องจากระดับความคิดและการตัดสินใจเลือกผลิตภัณฑ์จะแตกต่างกันออกไปตามช่วงวัยของกลุ่มตัวอย่างแต่ละชั้นปี ชั้นปีที่ 4 จะใช้เวลาในการตัดสินใจเลือกตราสินค้าที่นานกว่าชั้นปีที่ 3 ชั้นปีที่ 2 และชั้นปีที่ 1 สอดคล้องกับอัญญา พงษ์สุวินัย (2557) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งที่มีฉลากบรรจุภัณฑ์ของนิสิตปริญญาตรี ที่อยู่หอพักมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยา

เขตบางเขน ผลการศึกษาพบว่า นิสิตปริญญาตรีที่อยู่หอพัก มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขนที่มีระดับชั้นปีแตกต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งโดยรวม และขั้นตอนการประเมินผลภายหลังการซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 4 ความถี่การเข้าใช้บริการสถานพยาบาลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาผลผลิตภัณฑืโดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ความถี่การเข้าใช้บริการสถานพยาบาลที่แตกต่างกันส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาผลผลิตภัณฑืโดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน เนื่องจากผู้ที่เข้าใช้บริการมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน จะมีโอกาสได้ใช้ผลผลิตภัณฑืมากกว่าผู้ที่เข้าใช้บริการน้อยกว่า ซึ่งผู้ที่เข้าใช้บริการมากกว่า 6 ครั้งต่อเดือน จะทราบคุณสมบัติและคุณประโยชน์ผลผลิตภัณฑืโดยตรงและมีโอกาสที่จะเลือกซื้อมากกว่าคนที่เข้าใช้บริการสถานพยาบาลน้อยกว่า สอดคล้องกับ คัมภีร์ตันภูมิประเทศ และอังคณา เมาพิมพ์พา (2559) ศึกษาเรื่องการศึกษุปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ฉลากโภชนาการประกอบการซื้อผลผลิตภัณฑือาหารของนักเรียน ออย. น้อยในจังหวัดตาก ผลการศึกษาพบว่า ระยะเวลาการเป็นสมาชิกอย. น้อยมีพฤติกรรมการใช้ฉลากโภชนาการมีความสัมพันธ์กัน

สมมติฐานที่ 5 ชื่อตราสินค้าส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาผลผลิตภัณฑืโดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ชื่อตราสินค้าที่แตกต่างกันส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาผลผลิตภัณฑืโดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างหลาย ๆ คนจะมีเหตุผลแตกต่างกันไป ชื่อตราสินค้าต้องดูมีเอกลักษณ์ทันสมัยเข้าใจในตัวผลผลิตภัณฑืได้ง่าย มีชื่อที่จำได้ง่าย สะท้อนถึงคุณค่าของผลผลิตภัณฑื และสามารถกระตุ้นความสนใจต่อผลผลิตภัณฑื ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ส่งผลเชิงบวกต่อการจดจำชื่อตราสินค้า

สมมติฐานที่ 6 ตราสินค้าส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาผลผลิตภัณฑืโดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ตราสินค้าที่แตกต่างกันส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาผลผลิตภัณฑืโดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้ง

ไว้ เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างหลาย ๆ คนจะมีเหตุผลแตกต่างกันไป ตราสินค้าต้องดูมีเอกลักษณ์เข้าใจในตัวผลผลิตภัณฑืได้ง่าย จำได้ง่าย สะท้อนถึงคุณค่าของผลผลิตภัณฑื เครื่องหมายตราสินค้าสามารถบ่งบอกได้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลผลิตภัณฑืได้ เครื่องหมายตราสินค้าสามารถนำเสนอข้อมูลครบถ้วน ชัดเจน จะสามารถกระตุ้นความสนใจต่อผลผลิตภัณฑืและสามารถนำไปจดทะเบียนการค้าได้ ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ส่งผลเชิงบวกต่อการจดจำตราสินค้า

สมมติฐานที่ 7 ฉลากผลผลิตภัณฑืส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาผลผลิตภัณฑืโดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ฉลากผลผลิตภัณฑืที่แตกต่างกันส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาผลผลิตภัณฑืโดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างหลาย ๆ คนจะมีเหตุผลแตกต่างกันไป ฉลากสินค้าต้องแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะของผลผลิตภัณฑืครบถ้วน เช่น ส่วนประกอบ ประโยชน์ วิธีใช้ วันที่ผลิต วันหมดอายุ ข้อควรระวัง มีข้อความที่ชัดเจนเข้าใจง่าย มีการออกแบบที่น่าสนใจ สวยงาม มีสีสันและการออกแบบที่เหมาะสมกับผลผลิตภัณฑื และสะท้อนถึงคุณค่าผลผลิตภัณฑืปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ส่งผลเชิงบวกต่อการจดจำตราสินค้า สอดคล้องกับ สุตาพร กุณทลบุตร (2552) กล่าวว่า ฉลากเป็นส่วนหนึ่งที่ช่วยในด้านการจัดจำหน่ายผลผลิตภัณฑื โดยมีลักษณะดังนี้ 1) การสร้างความสวยงามและดึงดูดใจผู้บริโภค (Beautiful and attractive) 2) ให้ข้อมูลที่จำเป็นและเหมาะสม (Provide necessary information) 3) ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับวิธีใช้ (Instruction for users) และ 4) ให้ข้อมูลเกี่ยวกับราคา (Prices) แสดงราคาให้ผู้บริโภคก่อนการตัดสินใจ

สมมติฐานที่ 8 แนวคิดการมีส่วนร่วมส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาผลผลิตภัณฑืโดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า แนวคิดการมีส่วนร่วมส่งผลต่อการศึกษารูปแบบการพัฒนาผลผลิตภัณฑืโดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมแตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องจาก กลุ่มตัวอย่างหลาย ๆ คนจะมีเหตุผลแตกต่างกันไป การออกแบบชื่อตราสินค้า ตราสินค้า และฉลากผลผลิตภัณฑืนั้น ควรเกิดจากการมีส่วนร่วมระหว่างผู้เชี่ยวชาญ ผู้ผลิต และผู้บริโภค ซึ่งจะมีประโยชน์และคุณภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ

ปณณัณช ธนัทพรชรัตน์ และฉันทนา สุรัสวดี (2558) ศึกษา เรื่อง การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา: ผลิตภัณฑ์ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเตื่อพัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอยะบะตา จังหวัดลพบุรี ผลการศึกษาพบว่า ในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้า ทางกลุ่มแม่บ้านคลองเตื่อพัฒนา และสมาชิกองค์การบริหารส่วนตำบลที่ผู้รับผิดชอบศูนย์เรียนรู้ได้มีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบทุกขั้นตอน ทำให้สะท้อนอัตลักษณ์ที่กลุ่มต้องการ ส่งผลให้เกิดการยอมรับตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ตนเองได้ร่วมออกแบบ

10. ข้อเสนอแนะจากงานวิจัยครั้งนี้

การวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วม ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งนี้ ดังนี้

ด้านประชากรศาสตร์

1. ผลที่ได้รับจากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงส่วนมากเป็นนักเรียนระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 มีความถี่การเข้าใช้บริการสถานพยาบาล 1-2 ครั้งต่อเดือน ดังนั้นรูปแบบของตราสินค้า ควรมีรูปแบบที่น่าสนใจ ทันสมัย สวยงาม เพื่อที่จะน่าใช้ น่าพกพาไปในที่ต่าง ๆ และเป็นที่สนใจในการเลือกซื้อแต่ละครั้ง

2. ผลที่ได้รับจากการสำรวจพบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ใช้บริการสถานพยาบาล ส่วนใหญ่เป็นนักเรียนระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ 2 ดังนั้นตราสินค้านั้น ควรให้กลุ่มตัวอย่างเข้ามามีส่วนร่วมในการออกแบบตราสินค้านี้ได้มากขึ้น เพื่อที่จะส่งผลต่อการเลือกใช้งาน เจลประคบเย็น ตรา KU DIAPERS JEL มากขึ้น

ด้านการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์

1. การพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์ของสินค้าที่ใช้ในการรักษาทางการแพทย์นั้น สิ่งที่ต้องคำนึงถึงคือ วิธีการใช้งาน วิธีการเก็บรักษา วิธีการรักษาเมื่อได้รับอันตรายจากการใช้ผลิตภัณฑ์ รวมถึง วันเดือน ปี ที่ผลิตและวันที่หมดอายุ รวมถึงรูปแบบที่นำมาใช้ในการทำตราสินค้านั้น ต้องคำนึงถึงสีที่ใช้ในการออกแบบตราสินค้า เพื่อให้เกิดความน่าใช้ น่าเลือกซื้อ

2. การพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์ ฉลากผลิตภัณฑ์ต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับตัวสินค้าได้ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคที่จะเลือกใช้สินค้าชนิดนี้ เช่น การนำสัญลักษณ์ของ

องค์กรที่น่าเชื่อถือ ที่ได้รับอนุญาตมาใส่ในฉลากผลิตภัณฑ์ สิ่งเหล่านี้สามารถช่วยสร้างความน่าเชื่อถือในการเลือกใช้สินค้า

3. การพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์ ฉลากผลิตภัณฑ์ต้องมีความชัดเจน แสดงถึงตัวสินค้าได้อย่างชัดเจน เช่น เครื่องหมายการค้าสีแดง สื่อถึงความหมายทางการแพทย์ สิ่งเหล่านี้ เมื่อนำมาใช้ในการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์จะช่วยให้ผู้บริโภคเข้าใจยิ่งขึ้น

ด้านภาพลักษณ์ฉลากผลิตภัณฑ์

1. ระดับความพึงพอใจของชื่อตราสินค้า ในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับดีมาก โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญชื่อตราสินค้าต้องดูมีเอกลักษณ์ทันสมัยเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้ง่าย มีชื่อที่จำได้ง่าย สะท้อนถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ และสามารถกระตุ้นความสนใจต่อผลิตภัณฑ์

2. ระดับความพึงพอใจของตราสินค้า ในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับดีมาก โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญไปตราสินค้าต้องดูมีเอกลักษณ์เข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ได้ง่าย จำได้ง่าย สะท้อนถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ เครื่องหมายตราสินค้าสามารถบ่งบอกได้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ได้ เครื่องหมายตราสินค้าสามารถนำเสนอข้อมูลครบถ้วน ชัดเจน จะสามารถกระตุ้นความสนใจต่อผลิตภัณฑ์และสามารถนำไปจดทะเบียนการค้าได้ ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ส่งผลเชิงบวกต่อการจดจำตราสินค้า

3. ระดับความพึงพอใจของฉลากผลิตภัณฑ์ ในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับดีมาก โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญไปฉลากสินค้าต้องแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์ ครบถ้วน เช่น ส่วนประกอบ ประโยชน์ วิธีใช้ วันที่ผลิต วันหมดอายุ ข้อควรระวัง มีข้อความที่ชัดเจนเข้าใจง่าย มีการออกแบบที่น่าสนใจ สวยงาม มีสีสันและการออกแบบที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และสะท้อนถึงคุณค่าผลิตภัณฑ์ปัจจัยต่าง ๆ เหล่านี้ ส่งผลเชิงบวกต่อการจดจำตราสินค้า

ด้านแนวคิดการมีส่วนร่วม

ระดับความพึงพอใจของแนวคิดการเข้าถึงในการมีส่วนร่วม ในภาพรวมนั้นอยู่ในระดับดีมาก โดยกลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญการมีส่วนร่วมในการออกแบบชื่อตราสินค้า ตราสินค้า และฉลากผลิตภัณฑ์นั้นควรเกิดจากการมีส่วนร่วมระหว่างผู้เชี่ยวชาญ ผู้ผลิต และผู้บริโภค ซึ่งจะทำให้มีความรู้ความสามารถในการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์เพิ่มมากขึ้น ได้รู้ความรู้อย่างมากขึ้นได้มีการทำงานร่วมกันมากขึ้น การมีส่วนร่วมต้องมีความเชื่อมั่นศักยภาพของมนุษย์ที่สามารถนำออกมาใช้ได้

หากได้รับการพัฒนาซึ่งการพัฒนานี้ไม่ได้มาจากการได้รับการศึกษาที่เป็นทางการหากแต่เป็นการศึกษาที่เกิดจากการปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมให้โอกาสในการคิดวางแผนและตัดสินใจเรียนรู้แลกเปลี่ยนจากประสบการณ์

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้มีศึกษากลุ่มตัวอย่างเฉพาะผู้เข้าใช้บริการสถานพยาบาลของมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสนเท่านั้น ในการศึกษารั้ต่อไปควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างเพิ่มเติมจากภูมิภาคอื่น ๆ เพื่อให้ทราบถึงความต้องการที่ครอบคลุมได้อย่างชัดเจน
2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษารูปแบบการพัฒนาผลผลิตภั้เท่านั้น ในการศึกษารั้ต่อไปควรทำการศึกษารูปแบบการพัฒนาก่อสร้างบรรจุภั้ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวผลผลิตภั้มากยิ่งขึ้น และสร้างความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย
3. ในการศึกษารั้ต่อไปควรมีการศึกษาตัวแปรอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เนื่องจากผลผลิตภั้ KU DIAPERS JEL เป็นผลผลิตภั้ที่ยังไม่มีวางจำหน่ายที่ไหน อาจจะต้องมีการทำการสื่อสารทางการตลาดเพิ่มมากขึ้น เพื่อสร้างการรับรู้แก่ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมาย

11. เอกสารอ้างอิง

- กัลป์นาทิป อ่อนหวาน. (2553). ความรู้ความเข้าใจและทัศนคติที่มีผลต่อแนวโน้มพฤติกรรมกาซื้อสินค้าที่มีฉลากคาร์บอนของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญา นิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- คัมภีร์ ต้นภูมิประเทศ และอังคณา เม้าพิมพ์พา. (2559). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการใช้ฉลากโภชนาการประกอบการซื้อผลผลิตภั้อาหารของนักเรียน อย. น้อย ในจังหวัดตาก. วารสารอาหารและยา, 43-50.
- งานอนามัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. (2561). เจลประคบเย็น. (Online). <http://bvp.psd.kps.ku.ac.th/v1/index.php/en-us/lookbook/health>. 17 กันยายน 2561.
- ณัฐนิชา นิสัยสุข. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมกาซื้อผลผลิตภั้ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภค.

วิทยานิพนธ์ปริญญาการจั้การมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี.

- ธนวัฒน์ คำลีลานนท์. (2550). การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาท้องถิ่น เทศบาลเมืองคูคต จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภั้พระนคร.
- นรพงศ์ กิ่งศักดิ์. (2556). การศึกษาและพัฒนาารูปแบบบรรจุภั้ผลิตภั้กั้กล้วยแปรรูปชนิดอบแห้งจากวัสดุธรรมชาติ กรณีศึกษา วัสดุจากเปลือกกล้วย จังหวัดพิษณุโลก. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ.
- บุษราภรณ์ มัทธอนชัย. (2552). การพัฒนาระบบสารสนเทศเพื่อส่งเสริมผลผลิตภั้ OTOP ของตำบลสะลง อำเภอมะรุิม จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ.
- ประชิด ทิณบุตร. (2557). การออกแบบพัฒนาบรรจุภั้สินค้าการเกษตรของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดชัยนาท เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันที่มีประสิทธิภาพตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์. วารสาร ศิลปกรรมสาร คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัย ธรรมศาสตร์ 9(2): 65-86.
- ปริดา เจษฎาวรางกุล. (2550). การมีส่วนร่วมของกรรมการชุมชนในการพัฒนาชุมชนในเขตเทศบาลเมืองคูคต อำเภอลำลูกกา จังหวัดปทุมธานี. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ปณณณ์ช ธนพรรษรัตน์ และฉันทนา สุรัสวดี. (2558). การพัฒนารูปแบบผลผลิตภั้สินค้าชุมชนโดยใช้วิธีการวิจัยปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม กรณีศึกษา: ผลผลิตภั้ของใช้ในครัวเรือน บ้านคลองเต้พัฒนา ตำบลท่ามะนาว อำเภอชัยบาดาล จังหวัดลพบุรี. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่ 7(3): กรกฎาคม-กันยายน.
- ศูนย์เรียนรู้สุขภาวะ. (2561). เจลประคบเย็นกับการใช้งานที่ถูกวิธี. (Online). www.thaihealth.or.th. 17 กันยายน 2561.

- สุดาพร ภูณทลบุตร. (2552). หลักการตลาด (สมัยใหม่). กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัญชนา พงษ์สุวินัย. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งที่มีต่อฉลากบรรจุภัณฑ์ของนิสิตปริญญาตรี ที่อยู่หอพักมหาวิทยาลัย เกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน. วิทยานิพนธ์ปริญญาธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- Aladin Plaza. (2018). ฉลากสินค้า ต้องระบุ อะไรบ้าง. (Online). <https://www.aladinplaza.com/pageconfig/viewcontent/viewcontent1.asp?pageid=3107&directory=15165&contents=50910>. 17 กันยายน 2561
- Cohen J. M. & Uphoff N. T. (1980). Participations place in rural development: Seeking clarity though specificity. New York: World Development.
- Tomco. (2017). ฉลากสินค้าบนผลิตภัณฑ์ สำคัญอย่างไรต่อผู้บริโภค. (Online). <https://tomco.co.th/2017/12/29/ฉลาก-บนผลิตภัณฑ์/>. 17 กันยายน 2561.
- William Erwin. (1976). Participation Management: Concept Theory and Implementation. Atlanta G: Georgia State University.
- Yamane Taro. (1967). Statistic: An Introductory Analysis. New York: Harpe & row.