



การออกแบบและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก้อนเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี
Design and development of economic mushroom-growing cube packaging

ผู้สืตดี	วัฒนเมธา
จิรพร	มหาอินทร์
ขวัญฤทัย	วงศ์กำแหงหาญ
นพดล	เดชประเสริฐ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณกองทุนเพื่อการวิจัย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อเรื่องวิจัย	การออกแบบและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี
ชื่อ นามสกุล	ผุสสดี วัฒนเมธา, จิรพร มหาอินทร์, ขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ และนพดล เดชประเสริฐ
คณะ	บริหารธุรกิจ
ปีงบประมาณ	2567

บทคัดย่อ

บทความการวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยเพื่อ 1. เพื่อศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี 2. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี 3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี 4. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการวิจัยพบว่า บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในปัจจุบันต้องได้รับการปรับปรุง จากการดำเนินการวิจัยโดยมีผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 2 ราย และลูกค้าที่ซื้อก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 10 ราย เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก ส่งผลให้มีการออกแบบและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดแบบใหม่และได้ดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดแบบใหม่ โดยมีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่เจาะจง จำนวน 100 ราย โดยใช้แบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย มีอายุ 20-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัท รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท สถานภาพโสด ที่อยู่อาศัยเป็นบ้าน โดยมีพฤติกรรมยังไม่เคยซื้อก่อนเพาะเห็ด ยังเห็นว่าการเพาะเห็ดควรเพาะเลี้ยงที่สวน ยังมีพฤติกรรมซื้อก่อนเห็ดมาเพาะเลี้ยงเห็ดเพื่อบริโภคในครัวเรือน ได้รับคำแนะนำการเพาะเลี้ยงเห็ดจากสื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ หรืออินเทอร์เน็ต และผู้ตอบแบบสอบถามยังพบปัญหาและอุปสรรคการเพาะเลี้ยงเห็ดเนื่องจากไม่มีพื้นที่ที่เหมาะสมการเพาะเลี้ยงเห็ด จากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดพบว่า ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากที่สุดในด้านบรรจุภัณฑ์ช่วยอำนวยความสะดวก เช่น การถือ การจัดเก็บรักษา การขนส่ง เป็นต้น และด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากในด้านบรรจุภัณฑ์บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน สุดท้ายความพึงพอใจเกี่ยวกับด้านอื่น ๆ มีระดับพอใจมากที่สุดในด้านบรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น ทั้งนี้ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่าด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โดยสรุปได้ว่าโครงสร้างและรูปร่างบรรจุภัณฑ์สะดวกต่อการใช้งาน ทางด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถใช้สี การสื่อความหมาย และความครบถ้วนของข้อมูลในบรรจุภัณฑ์ได้ดี

คำสำคัญ: การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

Research Title	Design and Development of Economic Mushroom Growing Cube Packaging
Authors	Phussadee Wattanametha, Jiraporn Mahain, Khwanruthai Wongkamhaengharn, Noppadon Dejprasert
Faculty	Business Administration
Years	2025

Abstract

This research article has the following objectives: 1.To study the information regarding economic mushroom growing block products in Suphanburi Province. 2. To design packaging for the economic mushroom growing block products in Suphanburi. 3. To examine the satisfaction with the prototype packaging of the economic mushroom growing block products in Suphanburi. 4. To develop packaging for economic mushroom growing block products in Suphanburi.

The research results indicate that the current packaging requires improvement. The research was conducted with two economic mushroom block product entrepreneurs and ten customers in Suphanburi through in-depth interviews, leading to the design and development of new packaging for the mushroom growing blocks. Further quantitative research was conducted to assess satisfaction with the new packaging, using a non-specific random sample of 100 respondents via questionnaires.

Most respondents were female, aged 20–30, with a bachelor's degree, working as company employees, earning less than 15,000 baht per month, single, and living in a house. They mostly had never purchased mushroom growing blocks, viewed mushroom cultivation as something that should be done in gardens, and engaged in purchasing mushroom blocks for home consumption. They received mushroom cultivation advice from social media and the Internet. Respondents reported problems and obstacles to mushroom cultivation due to a lack of suitable cultivation space.

Packaging design findings revealed that, in terms of structural design, consumers were most satisfied with features like convenience in carrying, storage, and transportation. For graphic design on the packaging, consumers were most satisfied with the completeness of the product information provided. The highest satisfaction for other aspects involved packaging that added value to the product. Expert evaluations also indicated that, overall, the structure and shape of the packaging were convenient for use, and the graphic design effectively conveyed information and used colors well.

Keywords Packaging Design, Packaging Development, Economic Mushroom Growing Block



กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณกองทุนเพื่อการวิจัย ประจำปีการศึกษา 2567 คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ครั้งนี้

ขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่สละเวลาอันมีค่าเพื่อตอบแบบสอบถาม และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับงานวิจัยในครั้งนี้ให้กับผู้วิจัยจนสำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ บิดา มารดา ตลอดจนสมาชิกในครอบครัวทุกคนที่ให้การสนับสนุนให้ความช่วยเหลือ ความหวังใย และให้กำลังใจแก่ผู้วิจัยเสมอมา

สุดท้าย ขอขอบพระคุณผู้บริหาร หัวหน้างานวิจัยและพัฒนา และเจ้าหน้าที่ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้ความช่วยเหลือ ดำเนินโครงการ จัดโครงการ การเก็บสำรวจพื้นที่ งานด้านเอกสาร การเื้ออำนวยการความสะดวกหลากหลายประการ การประสานงานต่าง ๆ ที่ทำให้คณะผู้วิจัยสามารถทำงานวิจัยได้อย่างราบรื่น

ผู้สสดี

จิรพร

ขวัญฤทัย

นพดล

วัฒนเมธา

มหาอินทร์

วงศ์กำแหงหาญ

เดชประเสริฐ

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	2
1.4 ขอบเขตของการดำเนินการวิจัย	3
1.5 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	4
1.6 คำสำคัญของการวิจัย	5
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	5
1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเห็ดนางฟ้าภูฐาน	6
2.2 แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์	10
2.3 แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารวงจรคุณภาพ PDCA วงจรเต็มมิ่ง	11
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุมันต์	16
2.5 แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาบรรจุมันต์	20
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	21
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.1 การดำเนินการวิจัย	25
3.2 กระบวนการดำเนินการทำวิจัย	26
3.3 ประชากรและการเลือกกลุ่มตัวอย่าง	28
3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	29

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	32
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	32
3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	33
บทที่ 4 ผลการวิจัย	
4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	35
4.2 ผลการศึกษาข้อมูลแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี	35
4.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี	39
4.4 ผลการศึกษาความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี	42
4.5 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี	55
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย	57
5.2 อภิปรายผล	60
5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป	63
บรรณานุกรม	
ภาคผนวก	
แบบสอบถาม	
ประวัติย่อผู้วิจัย	

สารบัญตาราง

ตาราง

	หน้า
2.1 แสดงการสังเคราะห์องค์ประกอบของวงจรคุณภาพ PDCA	14
4.1 แสดงการสังเคราะห์บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์	43
4.2 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม	45
4.3 แสดงการร้อยละแบบสอบถามท่านเคยซื้อก่อนเพาะเห็ดมาก่อนหรือไม่	48
4.4 แสดงการร้อยละแบบสอบถามท่านคิดว่าควรเพาะเลี้ยงเห็ดในบริเวณใด	48
4.5 แสดงการร้อยละแบบสอบถามท่านจะซื้อก่อนเพาะเห็ดวัตถุประสงค์ใดบ้างที่ท่านตัดสินใจซื้อ	49
4.6 แสดงการร้อยละแบบสอบถามท่านได้รับคำแนะนำการเพาะเลี้ยงเห็ดจากแหล่งใดมากที่สุด	49
4.7 แสดงการร้อยละแบบสอบถามท่านได้รับปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้นมากที่สุดสำหรับการเพาะเลี้ยงเห็ด	50
4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	51
4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	52
4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านอื่น ๆ	53

สารบัญภาพประกอบ

ภาพประกอบ	หน้า
2.1 วงจรคุณภาพ PDCA	14
4.1 แสดงบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดภูฐาน รูปแบบเดิม	39
4.2 แสดงคลี่ภาพบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี ครั้งที่ 1	42
4.3 แสดงคลี่ภาพบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการปรับปรุงครั้งล่าสุด	55



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เมื่อสถานการณ์โควิด-19 แพร่ระบาด ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้คนเปลี่ยนไป ตั้งแต่วิธีการบริโภคที่ต้องเข้มงวด การบริโภคอาหารที่ร้อน มีชั้นกลางที่เป็นส่วนตัวเอง ไปจนถึงการบริโภคอาหารเสริม หรือสมุนไพรต่าง ๆ ในครั้งนี้ การเตรียมพร้อมป้องกันการติดเชื้อจากไวรัสต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็น การฉีดวัคซีน การเว้นระยะห่างจากผู้อื่น การสวมหน้ากากอนามัยทุกครั้งที่ออกจากบ้าน การพักผ่อนให้เพียงพอ การออกกำลังกาย การล้างมือบ่อย ๆ กินอาหารที่สร้างภูมิคุ้มกันให้ร่างกาย เป็นหนทางที่ช่วยลดความเสี่ยงหรือความรุนแรงจากเชื้อไวรัสต่าง ๆ ได้ ดังนั้น อาหารเป็นเรื่องที่ใกล้ตัวคนเรามาก และปฏิเสธไม่ได้ว่าจำเป็นต้องกินอาหารทุกวัน เพื่อให้มีกำลังในการดำรงชีวิต ประกอบกับ บริษัท ยูบีเอ็ม เอเชีย (ประเทศไทย) จำกัด สำรวจว่า มูลค่าการบริโภคอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพในปี 2563 มีการขยายตัวเพิ่มขึ้นไม่ต่ำกว่า 1 แสนล้านบาท โดยกลุ่มอาเซียน จะเน้นเรื่องสุขภาพและโปรตีนทดแทนเป็นหลัก (วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ ม.ธุรกิจบัณฑิตย์, 2566) อีกปัจจัยที่สนับสนุนสำคัญ คือ การรับประทานผักผลไม้ 5 สี ได้แก่ ประเภตสีเขียว สีแดง สีม่วงและสีน้ำเงิน สีเหลืองและสีส้ม และสีขาว สิ่งที่ต้องเพิ่มเติมอีกประเภทหนึ่ง คือ เห็ด (จิตเวช เทพชาตรี, 2566) ทราบกันดีอยู่แล้วว่า เห็ดมีสารสำคัญที่มีประโยชน์และช่วยเพิ่มภูมิต้านทานร่างกาย ตามตำรับยาในอดีต จัดว่า เห็ด มีคุณสมบัติเป็นยาเย็น ช่วยรักษาอาการพวกร้อน ในความดันโลหิต ลดระดับน้ำตาลหรือโคเลสเตอรอล รวมถึงรักษาอาการจำพวกไข้หวัดต่าง ๆ หรือ โรคเกี่ยวกับระบบทางเดินหายใจได้ Ion. (2563). “เห็ด” อาหารสู้ภัยโควิด [อินเทอร์เน็ต] สืบค้นเมื่อ 24 ก.ค. 2566. จาก <https://food.trueid.net/detail/YgkWEyj8rXY>

เห็ดจัดได้ว่าเป็นสิ่งมีชีวิตที่พืชชั้นต่ำ เนื่องจากไม่มีคลอโรฟิลล์ และไม่สามารถสังเคราะห์แสงแดด เพื่อสร้างอาหารเองได้ ไม่มีระบบเส้นประสาทหรือประสาทสัมผัส ไม่มีอวัยวะสำหรับการเคลื่อนไหว โดยเฉพาะ จึงทำให้แตกต่างจากสิ่งมีชีวิตในอาณาจักรพืชและสัตว์ ปัจจุบันสามารถแบ่งเห็ดได้หลากหลายรูปแบบ เช่น เห็ดที่กินไม่ได้(เห็ดมีพิษ) และเห็ดที่กินได้ ได้แก่ เห็ดโคน เห็ดนางฟ้า เห็ดนางรม เห็ดหูหนู เห็ดเข็มทอง เห็ดฟาง เห็ดเผาะ เห็ดแชมปิญอง เห็ดหอม เห็ดหลินจือ เป็นต้น อีกเหตุผลหนึ่ง คือ เห็ดเป็นวัตถุดิบที่หาซื้อได้ง่าย เราสามารถพบเห็นเห็ดเป็นส่วนประกอบหรือวัตถุดิบในการปรุงอาหารมาเป็นเวลานาน ซึ่งเห็ดมีรสชาติและเนื้อสัมผัสที่ดี มีความคล้ายกับเนื้อสัตว์ เนื่องจากเห็ดมีกรดอะมิโน กลูตามิกที่ช่วยกระตุ้นประสาทการรับรส อุดมไปด้วยสารอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการ และมีประโยชน์ที่หลากหลายของเห็ด อาทิเช่น เป็นแหล่งโปรตีนจากธรรมชาติที่มีแคลอรีต่ำ และมีใยอาหารปริมาณมาก ไขมันน้อย รวมถึงสารอาหารต่าง ๆ ในเห็ดมีประโยชน์ช่วยต้านอนุมูลอิสระ สำหรับประเทศไทยนั้น

นอกจากเห็ดจะเป็นอาหารที่ตอบโจทย์กลุ่มคนรักสุขภาพในปัจจุบันแล้ว การบริโภคเห็ดมีแนวโน้มเติบโตขึ้นตามทิศทางตลาดอาหารเพื่อสุขภาพทั้งในประเทศและต่างประเทศ อีกทั้งประเทศไทยมีแนวโน้มผลิตเห็ดเพิ่มขึ้นทุกปี แต่โดยผลผลิตเห็ดส่วนใหญ่ใช้บริโภคภายในประเทศมากกว่า มีเพียงส่วนน้อยที่ส่งออกตลาดต่างประเทศ อนึ่ง เห็ดเป็นผลผลิตทางเกษตรที่สำคัญของไทย เนื่องจากเกษตรกรสามารถเพาะเลี้ยงเห็ดได้หลายชนิดทั่วทุกภาคของประเทศ ทั้งนี้ การเพาะเห็ดสามารถสร้างรายได้ให้แก่เกษตรกรนอกจากนี้สามารถมีรายได้จากการเก็บเกี่ยวผลผลิตเห็ดตลอดทั้งปีได้เกือบทุกขั้นตอนในการผลิต เช่น เชื้อเห็ด ก่อนเพาะเชื้อเห็ดสำเร็จรูป และดอกเห็ด เป็นต้น ปัจจุบัน ไทยมีกำลังการผลิตเห็ดเศรษฐกิจ คิดเป็นมูลค่ารวม 295,558,160 บาทต่อปีของเกษตรกรเพาะเห็ดทั่วประเทศ (ฉัตรดนัยภากร บุราโส, 2564) ดังนั้น เกษตรกรสนใจสำหรับการเพาะเห็ดมากขึ้น เนื่องจากเกษตรกรสามารถเรียนรู้ ฝึกปฏิบัติได้ และการเพาะเลี้ยงเห็ดจะปลอดภัยจากสารพิษ เพราะไม่ได้นำสารเคมีที่เป็นพิษเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยใช้พื้นที่เพาะเลี้ยงเพียงเล็กน้อยทำให้เกษตรกรจะได้รายได้ผลตอบแทนสูงกว่าพืชในหลายชนิด รวมถึงการใช้วัสดุเหลือใช้สำหรับการเพาะเห็ดที่หาได้ในท้องถิ่น เช่น ฟางข้าว ขี้เถ้า ถั่วเขียว เปลือกถั่วเหลือง เศษมันสำปะหลัง ใบแฝก ใสนุ่น ผักตบชวา หญ้าแห้ง ขี้เลื่อยไม้ยางพารา ชานอ้อย ชังข้าวโพด เป็นต้น

การเพาะเชื้อเห็ดเศรษฐกิจ จัดได้ว่าเป็นหัวใจสำคัญของการเพาะเห็ดเศรษฐกิจ มีเกษตรกรและผู้บริโภคหลายราย มีความสนใจจะเพาะเห็ดเศรษฐกิจไว้เพื่อบริโภคเอง หรือสร้างรายได้ลักษณะการประกอบอาชีพ จากผลผลิตเห็ดเศรษฐกิจและรายได้ที่เพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบัน เกษตรกรใช้จำหน่ายบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจประเภทพลาสติกแบบใส ซึ่งมองเห็นภายในเชื้อเห็ด ทำให้เกิดความไม่น่าสนใจ ไม่โดดเด่น และไม่ทราบลักษณะรายละเอียดวิธีการเพาะเห็ดเศรษฐกิจที่แท้จริง ประกอบกับการสำรวจพบว่า บรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ ยังขาดการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายโดยตรงและมีคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ ไม่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย ส่งผลให้ขาดพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจนำไปสู่ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ตามที่กล่าวมานี้ ในงานวิจัยนี้จึงออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจด้วยแนวคิดใหม่ให้มีประสิทธิภาพ มีความทันสมัย สามารถนำไปวางขายในร้านขายของฝากประจำจังหวัดสุพรรณบุรี และสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ เป็นการเสริมเศรษฐกิจฐานรากให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็ง มั่นคง นำไปสู่การพึ่งพาตนเองในที่สุด

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี
2. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี
4. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action research) มุ่งศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี ให้เกิดความแตกต่าง แปลกใหม่ และดึงดูดความสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ สามารถใช้เป็นแนวทางในการตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อในอนาคตได้

1.ด้านพื้นที่ :

(1) พื้นที่ในการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการและกลุ่มลูกค้าที่ซื้อที่ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

2) พื้นที่ในการประเมินความพึงพอใจต้นแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่เคยและไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจมาก่อน

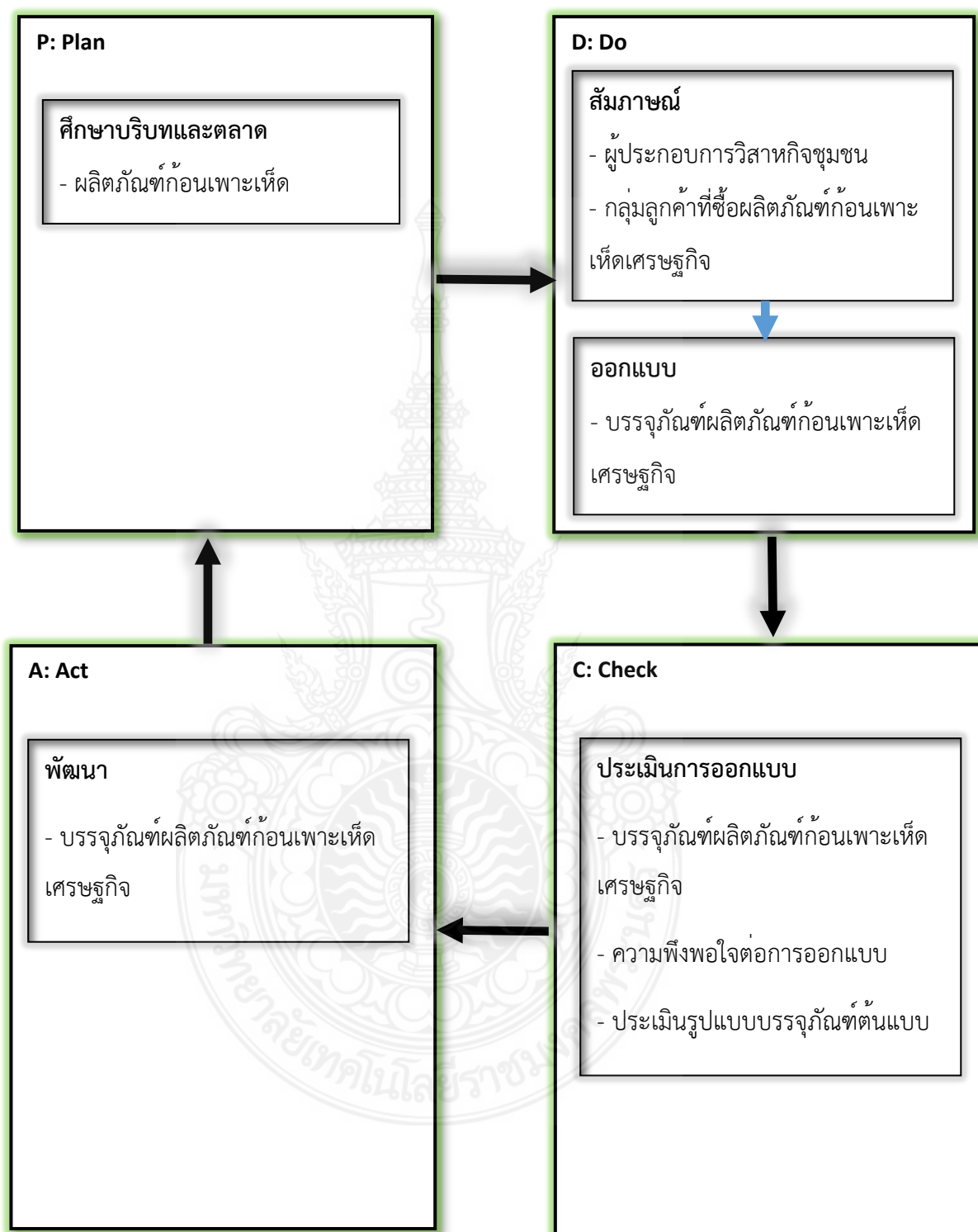
2.ด้านเนื้อหา : เพื่อศึกษา “การออกแบบและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ”

3.ด้านประชากร : กลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ และกลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

1.4 ขอบเขตของการดำเนินการวิจัย

1. ศึกษาบริบทพื้นฐานและตลาดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เห็ด และออกแบบโครงสร้างแบบสัมภาษณ์
2. ลงพื้นที่เพื่อสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย ได้แก่ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม และ กลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ
3. นำข้อมูลที่ได้มารวบรวมข้อมูล จัดหมวดหมู่ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เพื่อหาแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ
4. ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ โดยจะออกแบบทั้งโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบรรจุภัณฑ์
5. จัดทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (Packaging Prototype) ให้มีความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
6. นำผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบไปประเมินต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี จากผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 คน และกลุ่มผู้บริโภค จำนวน 100 คน
7. นำผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ เพื่อนำไปปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรีต่อไป
8. สรุปผลการวิจัย เรื่องการออกแบบและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจจังหวัดสุพรรณบุรี

1.5 กรอบแนวความคิดในการวิจัย



1.6 คำสำคัญของการวิจัย

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.7.1 ผู้ผลิตก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม จะได้เกิดแนวคิดในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์โดยดัดแปลงจากบรรจุภัณฑ์เดิม ให้สอดคล้องกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทางการตลาด

1.7.2 กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม จังหวัดสุพรรณบุรี และกลุ่มวิสาหกิจอื่น ๆ ที่มีผลิตภัณฑ์ลักษณะใกล้เคียงกัน สามารถนำความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้กับการออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนได้อย่างเหมาะสม

1.7.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน สามารถนำข้อมูลสารสนเทศงานวิจัย ไปถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านการออกแบบ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างผลิตภัณฑ์ชุมชนให้เกิดมูลค่าเพิ่ม

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

ก้อนเพาะเห็ดหรือก้อนเห็ด หมายถึง ก้อนวัสดุเพาะในภาชนะบรรจุที่ประกอบด้วยส่วนผสมของวัสดุต่าง ๆ เช่น ขี้เลื่อย ฟางข้าว ถัูปี้ช และอาหารเสริมต่างๆ เช่น รำละเอียด ดีเกลือ ปูนขาว ผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อแล้ว และได้ใส่เชื้อเห็ดขยาย เพื่อนำไปใช้ผลิตเห็ดในขั้นตอนต่อไป

เห็ดเศรษฐกิจ หมายถึง เห็ดที่ตลาดมีความต้องการสูง จำหน่ายง่าย มีช่องทางการจำหน่ายอย่างเปิดกว้าง อีกทั้งเป็นที่นิยมในการบริโภค เพราะมีรูปแบบในการบริโภค หลายๆ รูปแบบ เป็นเห็ดที่เพาะง่าย ให้ผลผลิตตอบแทนคุ้มค่า

การออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์ผลงานในรูปสองมิติและสามมิติให้เกิดความสวยงาม และสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ตามความเหมาะสมกับสภาพต่าง ๆ

การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงที่ละเล็กละน้อย โดยผ่านลำดับขั้นตอนต่าง ๆ ไปสู่ระดับที่สามารถขยายตัวขึ้น เติบโตขึ้น มีการปรับปรุงให้ดีขึ้น และเหมาะสมกว่าเดิม หรืออาจก้าวหน้าไปถึงขั้นที่อุดมสมบูรณ์เป็นที่น่าพอใจ

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หมายถึง ศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าโดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อการคุ้มครองปกป้องสินค้าจากผู้ผลิตจนถึงมือลูกค้าอย่างปลอดภัยด้วยต้นทุนการผลิตที่เหมาะสม

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การออกแบบปรับปรุงเพื่อปกป้องรักษาโครงสร้างและ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพอายุของสินค้าได้นานมากขึ้น และแก้ไขปรับปรุงสิ่งที่นำมาห่อหุ้ม เพื่อรักษาคุณภาพสินค้า รวมไปถึงการออกแบบกราฟิกบนตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความประทับใจ ให้แก่ลูกค้าและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้

บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ หมายถึง แบบจำลองบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาจากกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยอาศัยข้อมูลจากการสำรวจความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภค เพื่อทดสอบความเหมาะสมของรูปแบบโครงสร้าง วัสดุ การใช้งาน และองค์ประกอบกราฟิก ก่อนพัฒนาไปสู่การผลิตจริง ในมุมมองทางการตลาด บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ทำหน้าที่ตรวจสอบความสอดคล้องกับความต้องการและการรับรู้ของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อเพิ่มคุณค่าเชิงการสื่อสารและการตัดสินใจซื้อก่อนแบบสุดท้าย

ความพึงพอใจ หมายถึง ความชื่นชอบในลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพในการรักษาสินค้า อำนวยความสะดวกในการขนส่ง สามารถมองเห็นสินค้าที่อยู่ภายในได้ แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น และสื่อถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์อย่างเด่นชัด

การเสริมเศรษฐกิจฐานราก หมายถึง ระบบเศรษฐกิจของชุมชนท้องถิ่นที่สามารถพึ่งตนเองภายใต้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงที่มีการช่วยเหลือ เอื้อเฟื้อซึ่งกันและกัน มีคุณธรรม และเป็นระบบเศรษฐกิจที่เอื้อให้เกิดการพัฒนาในด้านอื่น ๆ ในพื้นที่ทั้งเศรษฐกิจ สังคม ผู้คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม ทรัพยากรธรรมชาติ อย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

การพึ่งพาตนเอง หมายถึง ความสามารถ คำนับสัญญา และความพยายามในการจัดหาสิ่งจำเป็นต่อชีวิตสำหรับตนเอง และครอบครัวทั้งทางโลกและทางวิญญาณ เมื่อสมาชิกพึ่งพาตนเองได้ สมาชิกสามารถรับใช้และดูแลผู้อื่นได้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาทฤษฎีและผลงานที่เกี่ยวข้อง ดังต่อไปนี้

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเห็ดนางฟ้าภูฐาน
2. แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์
3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารวงจรคุณภาพ PDCA วงจรเดิมมีง
4. แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์
5. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์
6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเห็ดและเห็ดนางฟ้าภูฐาน

1.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเห็ด

ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับเห็ด (ชุมพล คุณวาสี, 2554) อธิบายว่า ความหมายของเห็ด (Mushroom) หมายถึง พืชชั้นต่ำประเภทฟังไจ (Fungi) ที่มีความแตกต่างไปจากพืชชนิดอื่น คือ ไม่มีคลอโรฟิลล์ (Chlorophyll) หรือ สารสีเขียว ทำให้เห็ดไม่สามารถสร้างอาหารได้เอง โดยวิธีสังเคราะห์แสง ต้องอาศัยอินทรีย์จากสิ่งมีชีวิต และสิ่งที่ไม่มีชีวิตเพื่อใช้ในการเจริญเติบโต

ความสำคัญของเห็ดที่มีต่อชีวิตประจำวันมนุษย์ทั่วโลกรู้จักเห็ดมานาน ทั้งประเภทที่นำมาใช้เป็นอาหารและประเภทที่มีพิษ สายพันธุ์ของเห็ดมีมากกว่า 30,000 สายพันธุ์ กระจายอยู่ทั่วโลก ในจำนวนสายพันธุ์ดังกล่าวมี ถึงร้อยละ 99 สายพันธุ์ที่มนุษย์สามารถนำมาบริโภคเป็นอาหารได้ ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 1 เป็นเห็ดที่มีพิษหรือเห็ดเมา ซึ่งถ้าบริโภคเข้าไป อาจเป็นอันตรายถึงแก่ชีวิตได้ เห็ดที่นำมาบริโภคเป็นอาหารในอดีตมีเพียงไม่กี่ชนิด เช่น เห็ดฝรั่ง หรือเห็ดแชมปิญอง ซึ่งนิยมบริโภคกันมากในแถบยุโรป เห็ดหอมเป็นเห็ดที่ชาวจีนนิยมบริโภคกันมากที่สุด ส่วนคนไทยนั้นนิยมบริโภคเห็ดโคนหรือเห็ดฟาง แต่เนื่องจากเมื่อนำเห็ดมาประกอบอาหารแล้วมีรสชาติดี ให้คุณค่าทางอาหารสูงและเห็ดบางชนิดยังมีสรรพคุณเป็นยาป้องกันและรักษาโรคได้อีกด้วย จึงทำให้มีผู้นิยมบริโภคกันมากขึ้นตามลำดับ

ความสำคัญของเห็ดที่มีต่อชีวิตประจำวันได้ ดังนี้

1. คุณค่าทางอาหารของเห็ด จากการค้นคว้าวิจัยเกี่ยวกับคุณค่าทางอาหารของเห็ด โดยกรมวิทยาศาสตร์ พบว่า เห็ดประกอบด้วย สารอาหารที่มีคุณค่าและคุณประโยชน์ต่อร่างกายในปริมาณที่สูงกว่าพืชผัก ชนิดอื่น ๆ ยกเว้น พืชผักตระกูลถั่ว ซึ่งเห็ดที่มีจำหน่ายในท้องตลาดทั่วไป เช่น เห็ดฟาง เห็ดหูหนู เห็ดนางรม เห็ดเป๋าฮื้อ และเห็ดนางฟ้า เมื่อนำวิเคราะห์จะพบว่าประกอบด้วยสารอาหารพวกคาร์โบไฮเดรต โปรตีน ไขมัน แร่ธาตุ ๆ และวิตามิน ในปริมาณที่แตกต่างกัน และพบว่า เห็ดหูหนูบางชนิดมีปริมาณสารอาหารที่เป็นประโยชน์ต่อร่างกายสูงสุด

2.) สรรพคุณทางยาของเห็ด เมื่อประมาณ 20 ปีที่แล้วที่นักวิจัยเห็ดและนักการเพาะเห็ด ได้ค้นพบสรรพคุณทางยาของเห็ดหลายชนิด เช่น เห็ดหอม เห็ดฟัง เห็ดหลินจือ เป็นต้น ว่าสามารถนำไปใช้เป็นยาธรรมชาติในการป้องกันและบำบัดโรคการสะสมไขมันในหลอดเลือด โรคความดันโลหิต และโรคมะเร็งได้อย่างปลอดภัยและได้ผล อีกทั้งยังมีสารเรติน (Retine) ซึ่งมีคุณสมบัติต่อต้านและชะลอการเติบโตของเนื้องอกในร่างกายได้

ส่วนเห็ดชนิดอื่น ๆ เช่น เห็ดหอม เห็ดนางฟ้า เห็ดหูหนู เห็ดฟาง ถึงแม้ว่าจะมีสรรพคุณทางป้องกันและบำบัดโรคได้น้อยกว่าเห็ดหลินจือก็ตาม แต่เห็ดทุกชนิดดังกล่าวก็มีคุณค่าทางอาหารสูง ซึ่งหากร่างกายได้รับสารครบถ้วน จะสามารถสร้างความต้านทานโรคได้ดีเช่นเดียวกัน

ความเป็นมาของเห็ดในประเทศไทย (สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงาน กปร.), 2555) ประเทศไทยมีการศึกษาเห็ดเมื่อปี พ.ศ. 2478 และได้นำเอาความรู้เกี่ยวกับการเพาะเห็ดเผยแพร่เมื่อปี 2480 มีการจำหน่ายเชื้อเห็ดฟาง เมื่อพ.ศ. 2481 และได้ตั้งกลุ่มงานจุลชีววิทยาประยุกต์ กองโรคพิษ กรมกสิกรรม กระทรวงเกษตรได้เปลี่ยนชื่อเป็นกรมวิชาการเกษตร วันที่ 12 เดือนพฤศจิกายน พ.ศ.2528 พระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช ฯ ได้พระราชทานพระราชดำริ ให้กรมวิชาการเกษตรจัดหาอุปกรณ์และดำเนินการสาธิตฝึกอบรมการเพาะเชื้อเห็ดให้แก่ราษฎร

อาหารเสริมภูมิคุ้มกันต้านโรค COVID-19 (จิตเวช เทพชาตรี,2566) อธิบายว่า การทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ เพื่อเสริมสร้างร่างกายให้แข็งแรง ในที่นี้จะกล่าวถึง การเพิ่มเห็ดในมื้ออาหาร เพื่อภูมิคุ้มกันที่แข็งแรง เห็ดนอกจากจะเป็นแหล่งโปรตีน วิตามิน แร่ธาตุชั้นดีแล้ว ยังมีสารสำคัญที่มีประโยชน์และช่วยเพิ่มภูมิคุ้มกันต้านร่างกาย อาทิ

- 1) ไตรเทอร์ปีน ช่วยกำจัดการแบ่งตัวของเซลล์มะเร็ง ป้องกันโรคมะเร็ง ลดความดันโลหิต ลดไขมันในเลือด
- 2) นิวคลีโอไทด์ ช่วยบรรเทาอาการเจ็บปวด ยับยั้งการเจริญเติบโตของเชื้อไวรัส
- 3) เจอมาเนียม ซึ่งมีส่วนในการช่วยเสริมสร้างภูมิคุ้มกันต้านทานของร่างกาย บำรุงประสาทสมอง หัวใจ กระตุ้นระบบไหลเวียนเลือด
- 4) เออร์โกสเตอรอล ซึ่งเป็นสารที่ช่วยเสริมสร้างความแข็งแรงของกระดูกและฟัน
- 5) สารกลุ่มโพลีแซคคาไรด์ (Polysaccharide) ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญ โดยสารออกฤทธิ์ในกลุ่มนี้คือ เบต้ากลูแคน (Beta Glucan) สามารถเสริมระบบภูมิคุ้มกันต้านทานได้ดีที่สุด ซึ่งเบต้ากลูแคนชนิดนี้ จะพบมากใน เห็ดหลินจือ เป็นต้น

1.2 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับเห็ดนางฟ้าภูฐาน

ความรู้เกี่ยวกับเห็ดนางฟ้าภูฐาน บริษัท ทำฟาร์มดี จำกัด. 2564. เห็ดนางฟ้าภูฐาน เทรนใหม่ของเมนูเพื่อสุขภาพ {อินเทอร์เน็ต} สืบค้น <https://www.tamfarmdee.com/content/9135/> อธิบายว่า เห็ดนางฟ้าภูฐาน (Bhutan Oyster Mushroom) เป็นเห็ดตระกูลเดียวกับเห็ดนางรม แต่เดิมมักพบที่ประเทศภูฐาน เกิดขึ้นบนต้นไม้เนื่ออ่อนที่ตายแล้ว บริเวณที่อากาศชื้นและเย็นและเจริญเติบโตได้เร็ว ดอกเห็ดมีสีขาวจนถึงสีน้ำตาลอ่อน หมวกดอกเนื่อแน่นสีคล้ำ ก้านดอกสีขาว ขนาดยาว เนื่อหนาคัลลายนเนื่อสัตว์ ไม่มีวงแหวนล้อมรอบ ครีบดอกสีขาวอยู่ชิดติดกันและสิ่งที่เด่นกว่าเห็ดชนิดอื่นคือการออกดอกเห็ดเร็ว ระยะช่วงห่างของการออกดอกสั้น และมีความสามารถในการใช้อาหารสูง เป็นเห็ดอีกชนิดหนึ่งที่คนไทยรู้จักและนิยมนำมาประกอบอาหารเพื่อรับประทานกันอย่างแพร่หลาย และยังมีคุณประโยชน์อีกมากมาย เช่น

- สามารถช่วยป้องกันโรคหัวใจ
- ช่วยการไหลเวียนเลือด ลดไขมันในเลือด และโรคกระเพาะได้
- รักษาโรคในช่องปาก เช่น การปวดฟัน เลือดออกตามไรฟัน
- บรรเทาการเป็นตะคิว
- ช่วยป้องกันโรคโลหิตจาง
- ลดโอกาสการเกิดโรคมะเร็ง
- การเพาะเลี้ยงเห็ดนางฟ้าภูฐาน

โรงเรือนที่ใช้ในการเพาะเห็ดภูฐาน

โรงเรือนที่ควรมีอากาศถ่ายเทดีพอสมควร มีแสงตามความต้องการของเห็ด จะสังเกตได้คือ เมื่อเดินทางเข้าในโรงเห็ดแล้วควรจะหายใจสะดวก ไม่อับชื้นหรือร้อนเกินไป โครงสร้างของโรงเรือนทำได้ 2 แบบ แบบแรกเป็น โรงเรือนชั่วคราว ใช้วัสดุไม้ถาวร ลงทุนไม่มาก เสาทำ ด้วยไม้ไผ่ หรือเสาเข็ม หลังคามุงด้วยจากหรือหญ้าคา อายุการใช้งานประมาณ 3 – 4 ปี หรือโรงเรือนถาวร เป็นโรงเรือนสังกะสีหรือกระเบื้องลอน แต่อาจมีปัญหาเรื่องความร้อน จึงควรทำ หลังคาให้สูงขึ้น และควรมีท่อน้ำพาดบนหลังคาเพื่อปล่อยน้ำรดลงมาในเวลาที่ยุณหภูมิสูงมาก อายุการใช้งานประมาณ 10 ปีขึ้นไป

การจัดวางก้อนเชื้อเห็ดนางฟ้าในโรงเรือน

โรงเรือนนี้ภายในทำเป็นแผงสำหรับวางก้อนเชื้อ ไม่จำเป็นต้องกำหนดเป็นรูปแบบตายตัวสามารถวางก้อนเชื้อเห็ดได้มาก นิยมใช้ไม้ไผ่ประกอบกันเป็นรูปตัวเอ หรือรูปสามเหลี่ยมทรงสูง จะวางในแนวนอน เช่น การวางในแนวนอนโดยวางซ้อนกันบนแผงรูปตัวเอ ประมาณ 3 – 5 ก้อน หรือวางซ้อนกันบนพื้นโรงเรือน ดอกเห็ดจะโผล่ออกมาทางปากถุง

วัสดุเพาะ และสารอาหาร

วัสดุที่นิยมใช้เป็นวัสดุหลักในการเพาะเห็ดนางฟ้าภูฐาน คือ ขี้เลื่อย เนื่องจากสามารถนำมาใช้ได้เลย โดยไม่ต้องหมัก เก็บรักษาง่าย สามารถเก็บไว้ในสภาพแห้งๆ ก็ได้ หรือทิ้งอยู่กลางแจ้งเปียกน้ำ เปียกฝนก็ได้

การเก็บเกี่ยว

ก่อนเก็บผลผลิตควรงดการให้น้ำ เพราะเห็ดจะเปียกชื้นไม่เป็นที่ต้องการของตลาด เก็บเกี่ยว เมื่อดอกเห็ดมีอายุปานกลางไม่อ่อนหรือแก่จนเกินไป สังเกตจากขอบดอกเห็ดยังงุ้มอยู่ ใช้มือจับดอกเห็ดแล้วดึงเบาๆ โยกไปทางซ้ายและขวา ดอกเห็ดจะหลุดออกมา ต้องดึงดอกเห็ดให้หลุดออกจากถุงทั้งกลุ่มไม่ให้เหลือโคนติดที่ถุง เพราะจะทำให้หน้าถุงเน่าทำให้มีเชื้อราอื่นหรือมีแมลงหวี่เข้าทำลาย การเก็บผลผลิตควรเก็บไปเรื่อย ๆ จนกว่าก้อนเชื้อจะหมดอายุ ประมาณ 3-4 เดือน

2. แนวคิดด้านประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ Kotler & Armstrong (2020) กล่าวว่า แนวคิดด้านประชากรศาสตร์ (Demographic) ที่เป็นที่นิยมนำมาใช้ในการแบ่งส่วนตลาด เพื่อจำแนกความแตกต่างของผู้บริโภค รายละเอียดดังนี้

ประชากรศาสตร์ หมายถึง การทำความเข้าใจเกี่ยวกับมนุษย์ที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม เศรษฐกิจ และปัจจัยอื่น ๆ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบไปด้วย เพศ เชื้อชาติ ศาสนา ภูมิฐานะ ภาษา ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส จำนวนบุตร สถานภาพการทำงาน อาชีพ และรายได้ (สันทัต เสริมศรี, 2541) ลักษณะทางประชากรศาสตร์เป็นศาสตร์ที่ให้ความรู้เกี่ยวกับขนาดองค์ประกอบ การกระจาย และการเปลี่ยนแปลงของประชากร โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ประกอบด้วยเพศ อายุ สถานภาพ ทางสมรส การศึกษา ศาสนา เชื้อชาติ และอาชีพ (สุปัญญา ไชยชาญ, 2551)

1) ปัจจัยด้านเพศ (Sex) จาก"ข้อมูลสำมะโนประชากรไทย" ล่าสุดปี 2567 รวม 65.9 ล้านคน ลดลงกว่า 101,405 คน มีผู้หญิงมากกว่าชายถึง 1.6 ล้านคน (จิรพงษ์ ประเสริฐพลกรัง, 2568) ทำให้พบว่า ความแตกต่างทางเพศส่งผลให้แต่ละบุคคลมีรูปแบบการสื่อสารที่ต่างกัน โดยเพศหญิงมักมีความต้องการในการส่งและรับข้อมูลข่าวสารมากกว่าเพศชาย มุมมองของเพศหญิงและเพศชายยังมีความแตกต่างอย่างชัดเจนในด้านความคิด ค่านิยม และทัศนคติ เนื่องจากบทบาททางสังคมและวัฒนธรรมได้กำหนดให้แต่ละเพศไว้มีพฤติกรรมที่แตกต่างกันไป

2) ปัจจัยด้านอายุ (Age) จากรายงานของธนาคารโลกระบุว่า ณ เดือนสิงหาคม พ.ศ. ๒๕๖๕ ประชากรไทยที่มีอายุ ๖๕ ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ ๑๕.๓๖ ของประชากรทั้งหมด (ที่มา <https://tradingeconomics.com>) โดยอายุเปรียบเสมือนตัวชี้วัดประสบการณ์ชีวิตที่สั่งสมมา ซึ่งเป็น

ปัจจัยกำหนดรูปแบบการรับรู้และและกรอบแนวคิดของแต่ละบุคคล ตามคำโบราณที่ว่า “ผู้ใหญ่อาบน้ำร้อนมาก่อน” ซึ่งให้เห็นว่าผู้ที่มีอายุสูงกว่าจะถ่ายทอดทัศนคติ ความเชื่อ และกระบวนการคิดอย่างรอบคอบยิ่งขึ้น ประสบการณ์ที่มากขึ้นยังส่งผลให้ความต้องการและลำดับความสำคัญในการบริโภคสินค้าและบริการเปลี่ยนแปลงไปตามพฤติกรรมยุคใหม่

3) ปัจจัยด้านการศึกษา (Education) ระดับการศึกษาถือเป็นปัจจัยประชากรศาสตร์สำคัญ เนื่องจากระดับการศึกษาสอดคล้องกับโครงสร้างเศรษฐกิจและนวัตกรรมของชาติ ส่งผลให้ผู้บริโภคมีอุดมการณ์ ความต้องการ และรูปแบบการใช้สินค้าที่แตกต่างกันตามสาขาวิชาหรือสถาบันการศึกษาที่รับการอบรม อีกทั้งระดับการศึกษามักสอดคล้องกับดัชนีความเจริญทางเศรษฐกิจของประเทศ ทำให้กลุ่มผู้บริโภคที่มีการศึกษาสูงมีแนวโน้มเลือกใช้และบริโภคสินค้าบริการที่เน้นนวัตกรรม เทคโนโลยี และคุณภาพสูงกว่า (อรัญ เลิศวรรณวิทย์, 2559)

4) ปัจจัยด้านอาชีพ (Occupation) อาชีพเป็นปัจจัยประชากรศาสตร์ที่สะท้อนทั้งรูปแบบรายได้ เวลา สถานะทางสังคม และแรงจูงใจในการบริโภค ซึ่งส่งผลต่อความจำเป็นด้านสินค้าและบริการของแต่ละกลุ่ม เช่น พนักงานบริษัทมุ่งเน้นสินค้าที่ช่วยเสริมบุคลิกภาพ ข้าราชการให้ความสำคัญกับความทนทานและมาตรฐาน ส่วนผู้ประกอบการเลือกใช้สินค้าที่สื่อถึงสถานะทางธุรกิจ นักการตลาดจึงควรใช้ข้อมูลอาชีพในการคัดเลือกกลุ่มเป้าหมาย พร้อมวางกลยุทธ์และออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะอาชีพ เพื่อเพิ่มโอกาสในการชนะการแข่งขันในตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ (ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2564)

5) ปัจจัยด้านรายได้ (Income) หรือสถานภาพทางเศรษฐกิจ (Economic status) รายได้ถือเป็นตัวแปรประชากรศาสตร์หลักที่สะท้อนกำลังซื้อ ทัศนคติ และพฤติกรรมบริโภคของผู้บริโภค การเติบโตของรายได้มักสอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจขาขึ้น ซึ่งเอื้อต่อการใช้จ่ายเพื่อสินค้าฟุ่มเฟือยและบริการพรีเมียม ในขณะที่ผู้มีรายได้น้อยจะมุ่งเน้นที่สินค้าจำเป็นและตอบสนองต่อแรงจูงใจด้านราคา สถานภาพทางเศรษฐกิจ เช่น รายได้ การออม และอำนาจการซื้อ มีบทบาทกำหนดการเลือกตราสินค้าและบริการอย่างชัดเจน โดยผู้ที่มีรายได้สูงจะมีแนวโน้มมองหาคุณค่าในเชิงสัญลักษณ์และภาพลักษณ์ นอกจากนี้ ปัจจัยด้านรายได้ปรากฏความเชื่อมโยงเชิงประจักษ์กับระดับการศึกษาและลักษณะอาชีพ เนื่องจากความรู้เชิงวิชาการและทักษะวิชาชีพที่เพิ่มขึ้นเอื้อให้เข้าถึงตำแหน่งงานซึ่งมอบผลตอบแทนสูงขึ้น (ศิริฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2564)

3. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารวงจรคุณภาพ PDCA วงจรเดมมิง

วงล้อเดมมิงพัฒนาขึ้นโดย ดร.วอลเตอร์ชีวฮาร์ท นักวิทยาศาสตร์ชาวอเมริกันและผู้อุบัติการใช้สถิติในวงการอุตสาหกรรม ต่อมา ดร.เดมมิง (William Edward Deming) ได้นำไปเผยแพร่ที่ประเทศญี่ปุ่น โดยเฉพาะวงการอุตสาหกรรมของญี่ปุ่น จนประสบความสำเร็จเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย โดยมีกิจกรรม 4 ขั้นตอน คือ P D C A (Plan, Do, Check and Act) เป็นกิจกรรมพื้นฐานในการพัฒนาประสิทธิภาพและคุณภาพของการดำเนินงาน

เดมมิง (Deming, 1993) กล่าวว่า การบริหารหรือการจัดการที่ดีต้องคุณภาพ เป็นกระบวนการ ที่มีการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดผลผลิตและการบริการที่มีคุณภาพ โดยอาศัยหลักการหรือแนวคิดที่เป็นกระบวนการ ที่เรียกว่า วงจรคุณภาพ PDCA หรือเรียกว่า วงจรเดมมิง ซึ่งขั้นตอนหรือกระบวนการ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ P:Plan การวางแผน D:Do การปฏิบัติตามแผน C:Check การตรวจสอบ A:Act การยอมรับหรือการปรับปรุง

โทซาวะ บุนจิ (2544) กล่าวว่า วงจรคุณภาพ PDCA คือ กระบวนการทำงานที่เปรียบเสมือนกับวงล้อที่เต็มไปด้วยขั้นตอน 4 ขั้นตอน คือ P: Plan การวางแผน D: Do การดำเนินการตามแผน C: Check การตรวจสอบ A: Act การปรับปรุงหรือแก้ไข เมื่อวงล้อหมุนครบ 1 รอบ จะทำให้งานบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ถ้าหากมีการดำเนินงานนั้น ๆ เกิดการสะดุดหรือหยุดลง แสดงว่ามีบางขั้นตอนมีปัญหา เช่น ส่วนของการวางแผนที่ไม่สมบูรณ์หรือหายไป สรุปได้ว่าไม่มีแผนการหรือวางแผนไม่สมบูรณ์ ถ้าในส่วนของการตรวจสอบหรือปรับปรุงแก้ไขที่ไม่สมบูรณ์หายไป สรุปได้ว่าไม่มีการตรวจสอบหรือการตรวจสอบไม่สมบูรณ์ ซึ่งในกระบวนการทำงานของวงจรคุณภาพ

วิฑูรย์ สิมะโชคดี (2545) กล่าวถึง วงจรคุณภาพ (PDCA) เป็นกิจกรรมที่จะนำไปสู่กระบวนการ การปรับปรุงงานและการควบคุมอย่างเป็นระบบอันประกอบด้วย การวางแผน (Plan) การนำแผนไป ปฏิบัติ (Do) การตรวจสอบ (Check) และการปรับปรุงแก้ไข (Act) กล่าวคือ เริ่มต้นจากการวางแผน การนำแผนที่วางไว้มาปฏิบัติ การตรวจสอบผลลัพธ์ที่ได้รับ และหากไม่ได้ผลลัพธ์ตามที่คาดหวังไว้ จะต้องทำการทบทวนแผนการซ้ำ โดยเริ่มต้นใหม่อีกครั้งหนึ่งและดำเนินการทำตามวงจรคุณภาพซ้ำอีกเพื่อให้วงจร คุณภาพหมุนซ้ำไปเรื่อย ๆ ส่งผลทำให้เกิดการปรับปรุงงานและทำให้ระดับผลลัพธ์สูงขึ้นเรื่อย ๆ ดังนั้น การกระทำตามวงจรคุณภาพจึงเท่ากับการสร้างคุณภาพที่มีความน่าเชื่อถือมากขึ้นโดยจุดเริ่มต้นของวงจรคุณภาพอยู่ที่การพยายามตอบคำถามให้ได้ว่าทำอะไรจึงจะดีขึ้น

อุทัย บุญประเสริฐ (2546) ได้เสนอว่าวงจร PDCA หรือวงจรเดมมิง คือแนวความคิดในการแก้ปัญหา (Problem Solving) และการพัฒนากระบวนการ (Process Improvement)อย่างต่อเนื่อง ซึ่งนำเสนอโดย ดร.เดมมิง และถือว่าเป็นแนวคิดพื้นฐานของกระบวนการหรือวิธีการต่าง ๆ ที่มีอยู่ในปัจจุบัน กระบวนการแก้ไขปัญหามีขั้นตอน ดังนี้

1. Plan คือการวางแผนที่ครอบคลุมในเรื่องการกำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย วิธีการแก้ไขและจัดทำแผนดำเนินงาน ในบรรดาองค์ประกอบทั้ง 4 ของวงจร PDCA นั้น ขั้นตอนการวางแผนเป็นเรื่องสำคัญที่สุด แต่ไม่ได้หมายความว่า ไม่ว่าการดำเนินการในขั้นตอนที่เหลือจะเป็นอย่างไร ขอให้การ

วางแผนถูกต้องก็พอ แต่เนื่องจากทุกสิ่งทุกอย่างต้องอาศัยแผน ดังนั้นถ้าแผนไม่ดีเสียแล้ว งานอื่นก็ไม่ได้ด้วย ซึ่งถ้าแผนเดิมมีการวางแผนอย่างดี การแก้ไขก็มันน้อยและกิจกรรมต่างๆ ก็สามารถดำเนินได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่า ในการจัดทำแผนจำเป็นจะต้องมีการระบุข้อจำกัดของทรัพยากรที่มีและผลที่มีต่อแผน เช่น ทรัพยากรมนุษย์ วัตถุดิบ และเงินทุน ระยะเวลาที่เกี่ยวข้อง และพิจารณาหาวิธีการที่เป็นไปได้ภายใต้ข้อจำกัดดังกล่าว ถ้าเป็นไปได้ควรตรวจสอบความเป็นไปได้ในการผ่อนคลายนข้อจำกัดดังกล่าวด้วย ควรมีการพิจารณาข้อเสนอต่าง ๆ ก่อนที่จะกำหนดเลือกใช้ข้อเสนอที่ดีที่สุดให้เป็นแผนปฏิบัติการ ในแผนควรกำหนดวิธีการต่างๆ ที่ใช้เพื่อการตรวจสอบว่าแผนดังกล่าวมีการวางแผนที่ดี และมีการปฏิบัติตามแผนอย่างถูกต้อง

2. Do คือการลงมือปฏิบัติ หลังจากจบจากการวางแผนแล้วก็เข้าสู่ขั้นตอนการปฏิบัติงานหรือดำเนินงานขั้นตอนต่าง ๆ ที่เสนอไว้ ควรนำไปปฏิบัติเพื่อให้มั่นใจว่ามีการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้สิ่งที่ต้องคำนึงถึงในขั้นตอนนี้คือ

2.1 สร้างความมั่นใจว่าผู้รับผิดชอบดำเนินการ ตระหนักถึงวัตถุประสงค์และความจำเป็นของงานอย่างถ่องแท้

2.2 ให้ผู้รับผิดชอบรับรู้เนื้อหา และแผนการที่กำหนดไว้มาดำเนินการตามแผนที่กำหนด

2.3 ให้มีการศึกษา และฝึกอบรม เพื่อดำเนินการตามแผนอย่างถูกต้องและมีประสิทธิภาพ

2.4 จัดหาทรัพยากรให้เพียงพอหรือเท่าที่จำเป็นตามที่กำหนด และเมื่อต้องการ

3. Check คือการตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน เมื่อทำการตรวจสอบผลการดำเนินงานตามแผนเพื่อให้สามารถเข้าใจปัญหาที่เกิดขึ้น และดำเนินการแก้ไขจนได้กระบวนการหรือวิธีการปฏิบัติงานที่สามารถกำหนดเป็นมาตรฐาน ควรมีการประเมินสองด้านและเป็นอิสระซึ่งกันและกัน 1.มีการดำเนินงานตามแผนอย่างถูกต้องหรือไม่ 2.เนื้อหาของแผนมีสาระเพียงพอหรือไม่ ถ้าวัตถุประสงค์ของงานไม่บรรลุนั้นหมายความว่าสภาพเงื่อนไขไม่เป็นไปตามข้อ 1 หรือข้อ 2 หรือทั้งสองข้อเป็นสิ่งที่จำเป็นต้องพิจารณาว่าอยู่ในกรณีใด เพราะการแก้ไขที่ต้องการในแต่ละข้อจะแตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง

4. Act คือการปฏิบัติตามผลการตรวจสอบ หรือแก้ไข การปฏิบัติการใด ๆ ที่เหมาะสมตามผลลัพธ์ที่ได้จากขั้นตอนการตรวจสอบหากผลลัพธ์ไม่เป็นไปตามเป้าหมายจะต้องทำการปรับปรุงแก้ไขในกรณีผลลัพธ์เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ให้จัดทำเป็นมาตรฐานซึ่งเรียกขั้นตอนนี้ว่าการนำไปปฏิบัติและกำหนดเป็นมาตรฐาน (Action)

วีรพงษ์ เณลิเมธีรัตน์ (2547) กล่าวว่า วงจรเดมมิง หรือวงจร PDCA คือวิธีการที่เป็นขั้นตอนในการทำงานให้งานเสร็จสมบูรณ์อย่างถูกต้องอย่างมีประสิทธิภาพ และเชื่อถือได้เป็นที่ยอมรับ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผน (P: Plan) การนำแผนไปสู่การปฏิบัติ (D: Do) การตรวจสอบผลการปฏิบัติงาน (C: Check) และการปฏิบัติการแก้ไขปัญหาที่ทำให้งานไม่บรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามแผนที่วางไว้ (A: Act) ดังนั้นการหมุนวงจรเดมมิง (PDCA) อย่างต่อเนื่อง จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้การบริหารงานบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

สุธาสิณี โพธิจันทร์ (2558). กล่าวว่า วงจร PDCA คือ ขั้นตอนการบริหารกิจกรรมการเพิ่มผลผลิตที่ดำเนินการเป็นไปอย่างมีระบบ และครบถ้วน ซึ่งก็จะทำให้กิจกรรมการเพิ่มผลผลิตมีความเหมาะสมกับองค์กร จากการที่มีการสำรวจสถานการณ์ขององค์กรในประเด็นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นด้านการผลิตหรือด้านบุคลากร เพื่อมาใช้เป็นข้อมูลป้อนเข้าสำหรับการวางแผน P:Plan และกำหนดแนวทางการดำเนินงาน D: Do มีการตรวจสอบประเมินผลเป็นระยะ C: Check ทำให้สามารถปรับแผนให้สอดคล้องกับสถานการณ์ได้ A: Act นำมาสู่การวิเคราะห์ผลสำเร็จของโครงการทำให้รู้ถึงจุดอ่อน จุดแข็งของการดำเนินงาน และถือเป็นบทเรียนสำหรับการดำเนินงานต่อไป และตรงจุดนี้เองที่จะทำให้สามารถยกระดับการปรับปรุงและพัฒนาได้จริง จึงมีโอกาสด้านการพัฒนาต่อยอดจะเป็นไปอย่างเหมาะสมและถูกทิศทาง

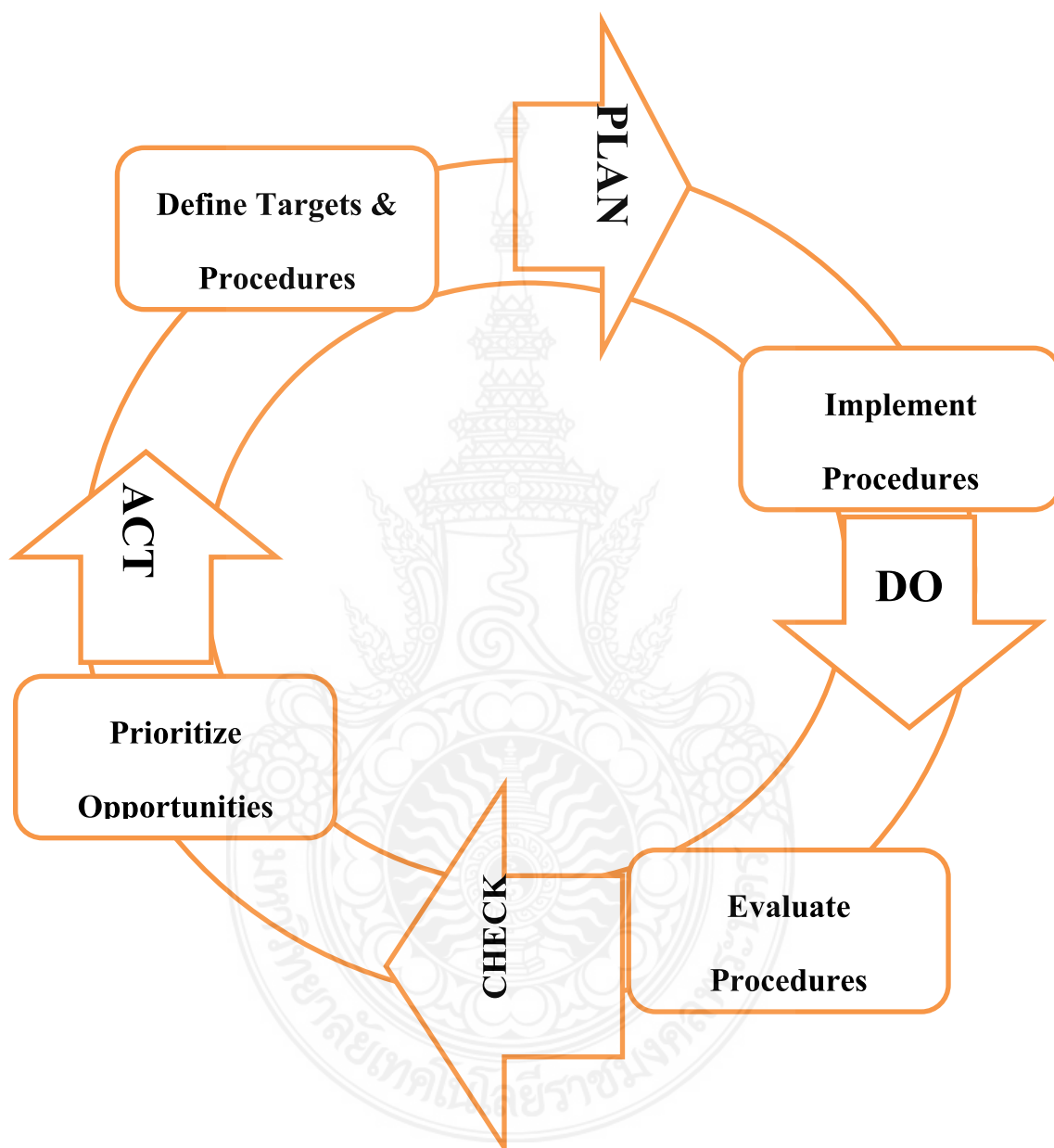
ตาราง 2.1 แสดงการสังเคราะห์องค์ประกอบของวงจรคุณภาพ PDCA

ลำดับ ที่	โครงสร้างองค์ประกอบของวงจร PDCA ชื่อ-นามสกุล ผู้เชี่ยวชาญ	การวางแผน Plan	การปฏิบัติ Do	การตรวจสอบ Check	การปรับปรุง/แก้ไข Act
1	คุณโทชาวะ บุญจิ	✓	✓	✓	✓
2	คุณวิฑูรย์ สิมะโชคดี	✓	✓	✓	✓
3	คุณอุทัย บุญประเสริฐ	✓	✓	✓	✓
4	คุณวีรพงษ์ เณลิมจิระรัตน์	✓	✓	✓	✓
5	คุณสุธาสิณี โพธิจันทร์	✓	✓	✓	✓
สรุปความถี่		5	5	5	5

สรุปได้ว่า โครงสร้างและองค์ประกอบของวงจรคุณภาพ PDCA มีองค์ประกอบ ดังนี้

1. การวางแผน P:Plan
2. การปฏิบัติ D: Do
3. การตรวจสอบ C: Check
4. การปรับปรุง/การแก้ไข A: Act

ดังนั้น ตามแนวคิดทฤษฎีวงจรเดมมิ่ง PDCA นั้น ขั้นตอนทั้ง 4 ประกอบด้วย การวางแผนอย่างรอบคอบเพื่อการปฏิบัติอย่างค่อยเป็นค่อยไป แล้วจึงตรวจสอบผลที่เกิดขึ้น วิธีการปฏิบัติใดมีประสิทธิภาพที่สุดก็จะจัดให้เป็นมาตรฐาน หากไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้ ก็ต้องมองหาวิธีการปฏิบัติใหม่ หรือใช้ความพยายามให้มากขึ้นกว่าเดิม



ภาพที่ 2.1 วงจรคุณภาพ PDCA

4. แนวคิดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

ประวัติความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์ ความเป็นมาของการบรรจุภัณฑ์นั้นมีมานานกว่าสอง ศตวรรษ โดยเริ่มต้นจากการที่ผู้ผลิต สินค้าต้องการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ถึงแม้ว่าการใช้ งานของบรรจุภัณฑ์นั้นจะมีเพียงเพื่อบรรจุและเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ในปัจจุบันได้มีการพัฒนาและเพิ่มความ หลากหลายมากขึ้นกว่าที่เคยมีมา ความก้าวหน้าของเครือข่ายคมนาคมขนส่งในโลกทุกวันนี้ รวมไปถึงความ ซับซ้อนของการค้าปลีกสมัยใหม่ ทำให้การบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุดในการเก็บรักษาและป้องกัน ไม่ให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งจากโรงงานผลิตไปยังร้านค้าปลีกหรือผู้บริโภคที่สั่งสินค้า โดยตรง

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง วัสดุหรือภาชนะที่ใช้ห่อหุ้มสินค้าเพื่อปกป้อง คุ้มครอง สนับสนุน การขนส่ง เพิ่มคุณค่าในการจัดจำหน่าย และสร้างภาพลักษณ์แบรนด์. (สมพงษ์ เฟื่องอารมย์, 2550) ระบุว่ากิจกรรมบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการตลาด จากการใช้วัสดุสร้างให้เป็นภาชนะบรรจุ หีบ ห่อ หรือองค์ประกอบอื่น ๆ เพื่อสนับสนุนการขาย

นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ยังถูกใช้ให้เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถเคลื่อนที่ไปไหนต่อไหนได้ ป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์มีรอยขีดข่วนแสดงรายละเอียดการใช้ หรือแม้แต่เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ที่สำคัญของบรรจุภัณฑ์นั้น เพื่อบรรจุและป้องกันผลิตภัณฑ์ระหว่างการขนส่งและการขาย อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันได้ถูกนำมาใช้ประโยชน์อย่างกว้างขวางคุณสมบัติอีกอย่างหนึ่ง คือ เป็นส่วนที่สร้างความกดดันในระบบการค้าปลีก และถือเป็นโอกาสในการเพิ่มยอดขายจากทางที่ผลิตภัณฑ์ที่เลือก ดำเนินกิจการ (นัฐพร ใจแก้ว, 2552)

บรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญในกระบวนการตลาดสมัยใหม่ ซึ่งไม่เพียงแต่ทำหน้าที่เป็นสิ่ง ปกป้องผลิตภัณฑ์เท่านั้น หากยังทำหน้าที่เสมือน “พนักงานขายเงียบ” ที่สื่อสารคุณสมบัติและคุณค่าของ สินค้าโดยตรงสู่ผู้บริโภคผ่านคำอธิบายบนบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่สินค้าถูกวางจำหน่ายใน รูปแบบบริการตนเอง เช่น บนชั้นวางขาย การสื่อสารผ่านอักษรและข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ จึงกลายเป็น ปัจจัยสำคัญในการสร้างความเข้าใจและตอบโต้ความต้องการของลูกค้าในแนวทางที่มุ่งเน้นผู้บริโภคเป็น ศูนย์กลาง (ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2564) และ (ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร, 2555)

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2564, หน้า 203) ได้ให้ความหมายของบรรจุภัณฑ์ คือ สิ่งที่สามารถสื่อสารให้ลูกค้ารับรู้และเข้าใจถึงประโยชน์ของแบรนด์ และสามารถอำนวยความสะดวกลูกค้าใน กระบวนการสร้างคุณค่า

ประชิด ทิณบุตร (2531, หน้า 21) ได้ให้ความหมายของบรรจุภัณฑ์ หมายถึง หน่วยรูปแบบวัตถุภายนอกที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง หรือ ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดผลประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค สำหรับ ปุ่น คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ (2541, หน้า 7) ให้คำนิยามว่า บรรจุภัณฑ์ เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าในการจัดจำหน่าย เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อและหรือผู้บริโภคด้วยต้นทุนที่เหมาะสม ส่วนพรชัย ราชตะนันทน์ (2552, หน้า 2) ให้ความหมายการบรรจุภัณฑ์ (Packaging) ว่าเป็นการบรรจุ ห่อหุ้ม และการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในรูปที่เรียบร้อยสมบูรณ์ ทั้งนี้ ต้องอาศัยหลักการและความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ วิศวกรรมศาสตร์ สถาปัตยกรรมศาสตร์ ศิลปะและการตลาด

นอกจากนี้ นักวิชาการ และผู้ที่เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์ต่างประเทศได้กล่าวถึงบรรจุภัณฑ์ โดยได้ให้ความหมายไว้ 2 ประการ คือ

1. Briston and Neill (อ้างใน ธัญปวีณ์ รัตนพงศ์พร, 2555, หน้า 1) การบรรจุภัณฑ์ คือ การใช้ศิลปะ วิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีในการจัดเตรียมสินค้าเพื่อการขนส่งและการขาย (Packaging is the art, science and technology of preparing goods for transport and sale)
2. Lamb, C. W. และคณะ (2008 หน้า 140) การบรรจุภัณฑ์ คือ บรรจุภัณฑ์ คือ ภาชนะที่ช่วยส่งเสริมสินค้า พร้อมทั้งเพิ่มความสะดวกและความปลอดภัยในการใช้งาน (Packaging is also a container for promoting the product and making it easier and safer to use.)

บรรจุภัณฑ์ (Packaging) แต่เดิม หนีบรรจุภัณฑ์ใช้เพื่อการปกป้อง หรือ การป้องกัน หรือ บรรจุผลิตภัณฑ์และสินค้า ในปัจจุบันนี้มีปัจจัยมากมาย หรือสินค้าใหม่เป็นการเร่งหรือผลักดันให้บรรจุภัณฑ์ทวีความสำคัญมากขึ้น จนกลายเป็นเครื่องมือทางการตลาด เช่น การเพิ่มขึ้นของคู่แข่งทั้งในด้านของจำนวนและการแข่งขันที่รุนแรง อีกทั้งแรงผลักดันในเรื่องของขนาดและจำนวน หรือลักษณะของชั้นวางของในห้างสรรพสินค้า ล้วนเป็นปัจจัยให้เกิดการพัฒนาหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยงานขายมากขึ้น ตั้งแต่การกระตุ้นความสนใจจากลูกค้า การอธิบายสินค้า หรือจนกระทั่งความสะดวกในการขาย (เพ็ญสินี ชวนะคุรุ และโสจิรา ทองตัน, 2559)

ผู้วิจัยขอให้ความหมายว่า บรรจุภัณฑ์ เป็นเทคนิคที่ส่งเสริมการขายกับการประสานประโยชน์ ระหว่างวัตถุกับภาชนะบรรจุ โดยมีความมุ่งหมายเพื่อการคุ้มครอง ในระหว่างการเก็บรักษา ในคลังและการขนส่ง รวมถึง การส่งมอบสู่ผู้บริโภคในสภาพที่สมบูรณ์แบบ

บทบาทและหน้าที่ของบรรจุกุณธ์

บทบาทและหน้าที่ของบรรจุกุณธ์ในสมัยก่อนนั้น การใช้บรรจุกุณธ์ก็เพื่อเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพ (Protection) ในระยะเวลาหนึ่งหรือจนกว่าจะนำไปใช้ แต่เมื่อมีการแข่งขันทางการค้ามากขึ้น บรรจุกุณธ์จึงมีบทบาทในด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) เริ่มเน้นเรื่องความสวยงาม สะดุดตา ตลอดจนความสะดวกในการนำไปใช้บรรจุกุณธ์ในปัจจุบันมีหน้าที่ (ปุ่น คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ อ่างโนนพรรณ ชีวอารี, 2555) ดังต่อไปนี้

1. ทำหน้าที่รองรับ (Contain) บรรจุกุณธ์ จะทำหน้าที่รองรับสินค้าให้รวมกันอยู่เป็นกลุ่มน้อย หรือตามรูปร่างของภาชนะนั้น ๆ
2. ป้องกัน (Protect) บรรจุกุณธ์ จะทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในไม่ให้ ยุบ สลาย เสียรูปหรือเสียหายอันเกิดจากสภาพแวดล้อม ซึ่งประกอบด้วย สภาพดินฟ้าอากาศ ระยะเวลาในการเก็บรักษา สภาพการขนส่ง กล่าวคือให้คงสภาพลักษณะของสินค้าให้เหมือนเมื่อผลิต ออกจากโรงงานให้มากที่สุด
3. ทำหน้าที่รักษา (Preserve) คุณภาพสินค้าให้คงเดิมตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย
4. บ่งชี้ (Identify) หรือแจ้งข้อมูล (Inform) รายละเอียดต่างๆ ของสินค้าเกี่ยวกับชนิด คุณภาพและแหล่งที่มาหรือจุดหมายปลายทางโดยที่บ่งชี้ต้องแสดงข้อมูลอย่างชัดเจนให้ผู้บริโภคทราบว่าสินค้าที่อยู่ภายในคืออะไรผลิตจากที่ไหน มีปริมาณเท่าใด ส่วนประกอบ วันเวลาที่ผลิต วันเวลาที่หมดอายุ การระบุชื่อความสำคัญ ตามกฎหมายโดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารและยา ชื่อการค้า (Trade Name) เครื่องหมายการค้า (Trade Mark)
5. ดึงดูดความสนใจ (Consumer Appeal) และช่วยชักจูงในการซื้อสินค้า เนื่องจากสินค้าชนิดใหม่มีเพิ่มขึ้นอยู่ตลอดเวลาการแข่งขันทางด้านตลาดก็เพิ่มมากขึ้นทุกวัน ผู้ซื้อสินค้า ย่อมไม่อาจติดตามการเคลื่อนไหวทางด้านตลาดได้ ที่บ่งชี้จึงต้องทำหน้าที่แนะนำผลิตภัณฑ์ที่ถูกบรรจุอยู่ให้กับผู้ซื้อด้วยต้องดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อที่ไม่เคยใช้ผลิตภัณฑ์นั้น ๆ ให้สนใจในการใช้ และหลังจากใช้แล้วเกิดความพอใจที่จะซื้อใช้อีกที่บ่งชี้ จะทำหน้าที่ขายและโฆษณาสินค้าควบคู่กันไปในตัว เสมือนหนึ่งเป็นพนักงานขายเงียบ (Silent Salesman) ดังนั้น การที่บรรจุกุณธ์จะสามารถดึงดูดความสนใจ และชักจูงให้เกิดการซื้อได้ จึงเป็นผลจากปัจจัยหลาย ๆ อย่างเช่น ขนาด รูปร่าง สี รูปทรง วัสดุ ข้อความรายละเอียดตัวอักษร ฯลฯ
6. ช่วยเพิ่มผลกำไร ที่บ่งชี้จะทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ไม่ได้ ถ้าหากที่บ่งชี้ไม่สามารถช่วยเพิ่มผลกำไรให้กับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ ที่บ่งชี้สามารถช่วยส่งเสริมยุทธวิธีการตลาด โดยการเปิดตลาดใหม่ หรือการเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าแต่ละชนิด เนื่องจากในตลาดมีสินค้าและคู่แข่งเพิ่มขึ้นตลอดเวลา หาก

บรรจุภัณฑ์ของสินค้าใดได้รับการออกแบบเป็นอย่างดี จะสามารถดึงดูดตาดึงดูดใจผู้บริโภคและก่อให้เกิดการซื้อในที่สุด รวมทั้งการลดต้นทุนการผลิต

7. สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ผลิตภัณฑ์สร้างความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับ

8. การส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อยึดพื้นที่แสดงจุดเด่นโชว์ตัวเองได้อย่างน่าสะกดตา สามารถระบุแจ้งเงื่อนไข แจงข้อมูลเกี่ยวกับการเสนอผลประโยชน์เพิ่มเติมเพื่อจูงใจผู้บริโภค เมื่อต้องการจัดรายการเพื่อเสริมพลังการแข่งขันก็สามารถเปลี่ยนแปลงและจัดทำได้สะดวก ควบคุมได้ และประหยัด

9. การแสดงตัว (Presentation) คือ การสื่อความหมาย บุคลิก ภาพพจน์ การออกแบบ และสีสันทันแห่งคุณภาพ ความคุ้มค่าต่อผู้บริโภค / ผู้ใช้/ ผู้ซื้อ ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชัดเจน สร้างความ มั่นใจ เห็นแล้วอดซื้อไม่ได้

10. การจัดจำหน่ายและการกระจาย (Distribution) เหมาะสมต่อพฤติกรรมผู้บริโภค ขยายเอื้ออำนวยความสะดวก ส่งต่อ การตั้งโชว์ การกระจาย การส่งเสริมจูงใจในตัว ทนต่อการขนย้าย ขนส่ง และการคลั่งสินค้าด้วยต้นทุนสมเหตุสมผล ไม่เกิดรอยขีดข่วน/ ชำรุด ตั้งแต่จุดผลิตและบรรจุจนถึงมือผู้ซื้อ/ ผู้ใช้/ ผู้บริโภค ทนทานต่อการเก็บไว้นานได้

จากการศึกษาข้อมูลจากเอกสารด้านบรรจุภัณฑ์มีผู้ที่รู้ นักวิชาการ และผู้ที่เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์ได้ให้นิยามศัพท์ของหน้าที่บรรจุภัณฑ์ไว้ต่าง ๆ กันดังนี้ (วิทวัส รุ่งเรืองผล ,2553)

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ วิทวัส รุ่งเรืองผล (2553, หน้า 141) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญต่อผลิตภัณฑ์เป็นอย่างสูง เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่หลัก ๆ คือ

1. บรรจุตัวผลิตภัณฑ์ คือ การบรรจุตัวผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในรูปที่ใช้ประโยชน์ได้ ผลิตภัณฑ์บางประเภทไม่อาจอยู่ได้ด้วยตัวเอง หากไม่มีบรรจุภัณฑ์

2. ปกป้องผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพเดิม ไม่แตกหักเสียหายหรือเสื่อมสภาพ

3. เพิ่มความสะดวกในการพกพา

4. เพิ่มความสะดวกในการขนส่ง

5. เพิ่มความสะดวกในการใช้งานแก่ผู้บริโภค

6. สร้างความแตกต่างและโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ รูปทรงที่สวยงาม สีสันทันของบรรจุภัณฑ์ ทำหน้าที่ดึงดูดให้ลูกค้าสนใจและเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

7. สร้างความได้เปรียบด้านต้นทุน การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์และ ผู้บริโภค รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี ช่วยทำให้องค์กรสามารถลดต้นทุนด้านผลิตภัณฑ์ลงได้ ทำให้ได้เปรียบด้านการแข่งขัน

ประเภทของบรรจุภัณฑ์ นิเวศน์ ธรรมะ (2567, หน้า 170) กล่าวว่า เราสามารถแบ่งประเภทของบรรจุภัณฑ์ ออกเป็น 3 ประเภท คือ

1. บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วย (Individual package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ชั้นแรกสุด ถัดจากตัวสินค้า โดยทำหน้าที่ในการปกป้องตัวสินค้า ซึ่งบรรจุภัณฑ์ในชั้นนี้มีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะถือเป็นจุดสัมผัสของลูกค้าที่ต้องสัมผัสกันบ่อยที่สุด

2. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน (Inner package) เป็นบรรจุภัณฑ์ในชั้นที่ถัดมาที่ทำหน้าที่ปกป้องตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์ชั้นต้นอีกทีหนึ่ง

3. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Outer package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีหน้าที่ใช้สำหรับการขนส่งสินค้าจำนวนหลาย ๆ ชิ้น ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีบรรจุภัณฑ์เพื่อปกป้องสินค้าและบรรจุภัณฑ์ชั้นแรก และชั้นในให้อยู่ในสภาพสมบูรณ์ที่สุดเพื่อที่ผู้ค้าปลีกจะสามารถนำสินค้าไปวางขายโดยมีสภาพสมบูรณ์ที่สุด

5. แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ตัวบรรจุภัณฑ์จึงกลายเป็นสื่อสำคัญในการดึงดูดสายตา กระตุ้นการตัดสินใจซื้อ และสร้างความแตกต่างเชิงนวัตกรรมในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ทั้งยังช่วยสะท้อนอัตลักษณ์และภาพลักษณ์ของตราสินค้าอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องจากผลิตภัณฑ์ไม่สามารถสื่อสารด้วยตนเองได้

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมจึงเป็นทั้งกลยุทธ์ทางการตลาดและสิ่งที่หลอมรวมระหว่างศาสตร์ด้านการสื่อสาร การสร้างมูลค่าเพิ่ม และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างสินค้าและผู้บริโภคในระยะยาว การออกแบบบรรจุภัณฑ์ถือเป็นสิ่งหนึ่งที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของธุรกิจ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) หมายถึง การกำหนดรูปแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับหน้าที่ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ เพื่อการคุ้มครองป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหายและเพิ่มคุณค่าด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค โดยอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นอีกขั้นตอนหนึ่งที่มีความสำคัญว่าควรจะต้องตัดสินใจเลือกแพคเกจจิ้งออกมาในลักษณะรูปแบบอย่างไร จะใช้วัสดุอะไร จะสื่อความหมายให้ผู้บริโภครับรู้อย่างไร จะเหมาะสมที่สุด ทั้งด้านการคุ้มครองรักษา การใช้งานของผู้บริโภค การให้บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ทางการตลาดได้ดีที่สุดทั้งด้านการสะดุดความสนใจ สวยงามเหมาะสมกับสินค้าและกลุ่มเป้าหมาย เป็นที่จดจำได้ง่าย แสดงถึงเอกลักษณ์หรือตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ภายใต้ต้นทุนการบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม (ปัทมาพร ท่อชู, 2556).

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น อาจแบ่งวิธีออกเป็น 2 ขั้นตอน (สุมาลี ทองรุ่งโรจน์, 2555) คือ

3.1.1 การออกแบบลักษณะโครงสร้าง (Construction Design) หมายถึง วิธีการกำหนดรูปลักษณะโครงสร้างวัสดุที่ใช้ กรรมวิธีการผลิต ตลอดจนการขนส่ง การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นั้น ตั้งแต่สถานที่ผลิตจนถึงมือผู้บริโภค (दनัย तुजिन्दा आंगिन् सुमाली ठोङरुङरोजन्, 2555)

ดังนั้น การออกแบบลักษณะโครงสร้าง จะเกี่ยวข้องกับการออกแบบรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสินค้าและการใช้งาน การเลือกมิติของกล่องให้เหมาะสมกับสินค้าและระบบการลำเลียงขนส่ง การเลือกใช้วัสดุทำบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติอันเหมาะสมและมีความเข้ากันได้กับตัวสินค้า สิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่ผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรทำการศึกษาคุณสมบัติของวัสดุ และบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งคุณสมบัติของวัสดุ ที่จะนำมาบรรจุและวิธีการลำเลียงขนส่งเสียก่อน จึงจะทำให้การออกแบบหรือ การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์เป็นไปอย่างเหมาะสม (สุมาลี ทองรุ่งโรจน์,2555)

3.1.2 การออกแบบกราฟิก (Graphic Design) หมายถึง วิธีการกำหนดลักษณะตลอดจนรายละเอียดของลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ ในอันที่จะมีผลทางด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น ดึงดูดความสนใจ ทราบถึงสรรพคุณ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์หรือสินค้านั้น เป็นการสร้างบุคลิกลักษณะพิเศษของสินค้า อาจจะนำมาซึ่งความทรงจำของผู้บริโภค ทั้งหมดนี้ก็โดยอาศัยเทคนิคในการออกแบบ ข้อความโฆษณา สัญลักษณ์ หรือ เครื่องหมายการค้า ตลอดจนการให้สีสันท่าง ๆ ประกอบกับ (สุมาลี ทองรุ่งโรจน์,2555) และ ดนัย ตูจันทา อ่างใน สุมาลี ทองรุ่งโรจน์ (2555) หน้า 27) จากวิธีดังกล่าวแล้ว ก่อนที่จะทำการออกแบบ ก็ต้องมีการพิจารณาและศึกษาสภาวะของตลาด อุปนิสัยของผู้บริโภค รวมทั้งกลุ่มเป้าหมายของสินค้า เช่น เพศ อายุ ฐานะ การศึกษา ตลอดจนความคิดเห็น และความรู้สึกที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของเดิมหรือคู่แข่งในตลาด ความเป็นไปได้ในด้านเทคนิค การผลิต การวางจำหน่ายยอดของสินค้านี้ เพื่อจะได้วางนโยบายได้ถูกต้อง ในการที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าได้อย่างเหมาะสมต่อไป

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จิตติมา เสือทอง และรัตติยากร พิงสติ และภัทรกร ปุณะตุง (2022) ภาพประกอบบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์อ้อยอินทรีย์ตราเกสร ผลการวิจัยพบว่า ด้านการออกแบบภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ Mood & Tone ที่เหมาะสม 3 อันดับแรก คือ 1) Natural มีค่าเฉลี่ย 5 อันดับ 2 Friendly มีค่าเฉลี่ย 3.6 อันดับ 3 Modern มีค่าเฉลี่ย 3.4 รูปแบบการนำเสนอภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม 3 อันดับแรกคือ 1) การนำเสนอภาพสินค้าเป็นตัวเอก มีค่าเฉลี่ย 4.2 อันดับ 2 ภาพที่ดึงดูดทางด้านอารมณ์ มีค่าเฉลี่ย 4 อันดับ 3 ภาพสินค้าขณะที่ถูกใช้งานมีค่าเฉลี่ย 3.8 นอกจากนี้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกยังเสนอแนะการใช้รูปภาพแบบลายเส้น โทนสีที่ดูเป็นธรรมชาติ เน้นเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ที่มาจากอ้อย ผลประเมินจากกลุ่มผู้บริโภคในประเด็นการสื่อสารของภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ คือสามารถให้ความรู้สึกเป็นธรรมชาติ สุขภาพดีเป็นมิตร มีค่าเฉลี่ย มากที่สุด 4.6 สามารถสื่อสารถึงประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด

ยวิษฐา รัตนสมหาร และสุกัลยา เชิญขวัญ (2565) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม : การพัฒนาชุดเพาะเห็ดสำเร็จรูปของฟาร์มเกษตรลูกทุ่ง ตำบลดอนหัน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น พบว่า เกษตรกรมีความพึงพอใจต่อชุดเพาะเห็ดสำเร็จรูป สามารถนำไปใช้ต่อยอดให้กับทางฟาร์มได้ในอนาคต การประเมินความพึงพอใจต่อชุดเพาะเห็ดสำเร็จรูปโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ต้นทุนของการผลิตชุดเพาะเห็ดสำเร็จรูปอยู่ที่ประมาณชุดละ 166.67 บาท ราคาจำหน่ายที่ราคาชุดละ 350 บาท โดยราคานี้รวมกับก้อนเชื้อเห็ด 6 ก้อน คิดกำไรได้ชุดละ 183.33 บาทต่อชุด

ไตรรัตน์ มาศตฺเวช และคณะ (2564) แนวทางการส่งเสริมการเพาะเห็ดฟาร์มในชุมชน กรณีศึกษาฟาร์มเห็ดดาบตำรวจวิเชียร คงจัญ หมู่ที่ 9 ตำบลร่มเมือง อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง พบว่า 1. วิธีการเพาะเห็ดฟาร์ม ดังนี้ 1.1 การเลือกสายพันธุ์เห็ด จากทั้งหมด 10 สายพันธุ์ โดยเลือกให้ตรงกับความต้องการของตลาด 1.2 การเพาะเห็ดโดยวิธีการทำก้อนเชื้อเห็ด 1.3 การดูแลเห็ดโดยการรดน้ำ 1.4 การเก็บเห็ดโดยวิธีการดึงด้วยมือ 2. ปัญหาการเพาะเห็ดฟาร์ม ดังนี้ 2.1 ความชื้นในวัตถุดิบมากเกินไป จนทำให้เกิดการเน่าเสียของเชื้อเห็ด 2.2 มีปัญหาโรคเชื้อราและแมลง 2.3 ปัญหาราคาเห็ดตกต่ำ 3. แนวทางส่งเสริมการเพาะเห็ดฟาร์ม ดังนี้ 3.1 แนวทางการใช้สารสกัดจากธรรมชาติในการกำจัดแมลง 3.2 ตัวแทนในการจำหน่าย 3.3 การจำหน่ายแบบออนไลน์ หรือขายตามห้างสรรพสินค้าและการขายหน้าฟาร์ม 3.4 การส่งเสริมการออกแบบแพ็คเกจที่สวยงาม

องใบฎีกาณภัทร เพ็ญทิว (พานิช) และคณะ (2021) การพัฒนารูปแบบบรรจุผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่า 1. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ในชุมชนยายชา ปัจจุบันชุมชนมีการส่งเสริมอาชีพให้แก่ชาวบ้านในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ผักอินทรีย์ ไข่เค็มอินทรีย์ “กลุ่มส้มมาชีพ” ตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ไม่เหมาะสม กับการบรรจุผลิตภัณฑ์และไม่สะท้อนอัตลักษณ์ของตนเอง 2) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการออกแบบคำนึงถึงการใช้งานที่แข็งแรงทนทาน และจูงใจต่อผู้บริโภคให้เกิดการต่อยอดทางเศรษฐกิจในชุมชนได้มากยิ่งขึ้น ด้วยการพัฒนา 1) ด้านความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์ 2. ด้านคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ 3) ด้านการบรรจุหีบห่อผลิตภัณฑ์เพื่อความแข็งแรง ยืดอายุผลิตภัณฑ์ และความสะดวกในการขนส่ง 3. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ของชุมชน ควรใช้สัญลักษณ์ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ชุมชน คือ รูปคุณยายใส่หมวกโบราณแต่ยังมีข้อจำกัดเรื่องราคาของบรรจุภัณฑ์ที่จะส่งผลให้ผลผลิตต้องปรับราคาสินค้าให้สูงขึ้น อีกทั้งกลุ่มผู้จัดจำหน่ายยังขาดเงินทุน ควรมีหน่วยงานภาครัฐหรือเอกชน เข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนงบประมาณในการลงทุนจัดทำ รวมถึงการติดตามผล ต่อยอด ออกแบบหีบห่อบรรจุภัณฑ์ให้พัฒนาอย่างต่อเนื่อง

ศศิธร ทองเปรมจิตต์ และศิริณา พรหมมาแบน (2562) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมกลีบลำควนชัยภูวนาถเบเกอรี่ที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่น จากการวิเคราะห์ความต้องการทางการบรรจุของขนมกลีบลำควนที่ต้องการโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องสินค้าไม่ให้แตกหักเสียหาย สามารถป้องกันการซึมผ่านของความชื้นและอากาศ ซึ่งเป็นสาเหตุของการเกิดเชื้อราและการเหม็นหืนได้ดี ประกอบกับความต้องการของผู้ประกอบการที่ต้องการวางตำแหน่งผลิตภัณฑ์ไปยังตลาดเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) และตลาดมวลชน (Mass Market) งานวิจัยนี้จึงกำหนดรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับขนมกลีบลำควนไว้ 2 รูปแบบ ได้แก่ 1) การบรรจุผลิตภัณฑ์แยกชิ้นในถุงพอลิเอทิลีนก่อนบรรจุรวมในกล่องกระดาษสำหรับจำหน่ายที่ตลาดเฉพาะกลุ่ม 2) การบรรจุรวมในถ้วยพลาสติกสำเร็จรูปชนิด PP (Polypropylene) สำหรับจำหน่ายที่ตลาดมวลชน และกำหนดให้มีถุงช้อปปิ้ง (Shopping Bag) วัสดุสำหรับรวมหน่วยจากประเพณีการลอยกระทงสายและสะพานแขวนข้ามแม่น้ำปิงซึ่งเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นผสมผสานกับการใช้โทนสีม่วงซึ่งเป็นอัตลักษณ์สีของแบรนด์ชัยภูวนาถ

อังคณา จิตตามาศ และคณะ (2019) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า อำเภอบำเหน็จบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า 1) บรรจุภัณฑ์ใหม่ออกแบบให้มีโครงสร้างสะดวกต่อการเคลื่อนย้ายและพกพา รวมทั้งสามารถจัดเก็บได้นานขึ้น 2) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือ ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าท้องถิ่นชุมชนบ้านหนองมะค่า 3) ปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้างและด้านกราฟิกมีความสัมพันธ์ทางบวกการรับรู้ของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าท้องถิ่นชุมชนบ้านหนองมะค่า

ชินเนีย รัตภักดิ์ และปิยะวรรณ คุ่มญาติ (2561) การวิจัยแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหาร : กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของหมู่บ้านหินโค้ว อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก พบว่า ตราผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาองค์ประกอบด้านตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ รูปแบบ สีของตราผลิตภัณฑ์ และรูปแบบตัวอักษรของตราผลิตภัณฑ์ มีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 2 ในเชิงบวก สำหรับในส่วนของการบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาองค์ประกอบด้านปกป้องผลิตภัณฑ์มีผลต่อความพึงพอใจผลิตภัณฑ์รูปแบบที่ 3 ในเชิงบวก และบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาด้านการแสดงอัตลักษณ์มีผลต่อความพึงพอใจรูปแบบที่ 1 ถึง 3 ในเชิงบวก สุดท้ายเมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยความพึงพอใจของตราผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจตราผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่มากกว่ารูปแบบเดิม

เจษฎาพล กิตติพัฒน์วิทย์ (2557) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ผู้แทนกลุ่มและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 50 คนมีความเข้าใจในเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ในระดับน้อย ในขณะเดียวกัน ยังคงมีความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ซึ่งองค์ความรู้จากการสืบทอดภูมิปัญญาของบรรพบุรุษของชุมชน ได้แก่ 1) กลุ่มอาชีพแปรรูปอาหาร ประกอบด้วย 5 ผลิตภัณฑ์ 2) กลุ่มอาชีพเย็บผ้าและทอผ้า ประกอบด้วย 16 ผลิตภัณฑ์ 3) กลุ่มอาชีพของที่ระลึก ประกอบด้วย 4 ผลิตภัณฑ์ และ 4) กลุ่มอาชีพงานกระดาษสา ประกอบด้วย 3 ผลิตภัณฑ์ โดยได้ทำการออกแบบพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกับตัวแทนกลุ่ม และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ จนได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของชุมชน

เหมวดี ภายใหญ่ และคณะ (2566) การพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ตำบลหนองบัว อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดเลย โดยใช้แนวคิด BCG การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสร้างมูลค่าเพิ่ม พบว่า 1) กลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดเกิดปัญหาต่อต้นทุนการปลูกเห็ด และยังไม่มียุทธศาสตร์การแปรรูปเห็ด เพื่อลดปัญหาของเสีย ไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม และต้องการความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ 2) จากปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยได้นำแนวคิด BCG (Bio-Circular-Green Economy) ในการจัดการทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และสร้างมูลค่าเพิ่มโดยการถ่ายทอดความรู้การแปรรูปเห็ดเพื่อให้เกิดได้ยาวนานและจำหน่าย นอกจากนี้ ยังมีการถ่ายทอดวิธีการสร้างตราสินค้าของกลุ่มให้เป็นที่รู้จักแก่ประชาชนทั่วไป ซึ่งสมาชิกได้มีส่วนร่วมแสดงความคิดเห็นที่มีต่อตราสินค้า โดยใช้ชื่อ “เห็ดสามสหาย” สื่อสารถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม และมีการจำหน่ายแก่ประชาชนทั่วไป 3) จากผลการสำรวจพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ “เห็ดสามสหาย” โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

จุฑามาศ เถียรเวช (2567) ศึกษาและออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เห็ดวอฟเฟิลกรอบ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฟาร์มเห็ดกลางบ้าน จังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้วิจัยได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์เพิ่มเติมตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นประเภทกล่องกระดาษพรี้นต์ด้วยระบบออฟเซต ภายในบรรจุด้วยขนมเห็ดวอฟเฟิลกรอบที่บรรจุลงในถุงซิปล็อค เพื่อไม่ให้อากาศเข้าไปภายใน มีขนาด 12x5x12 เซนติเมตร หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำมาผลิตเป็นต้นแบบบรรจุภัณฑ์ และประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับเหมาะสมมาก

บทที่ 3

วิธีการดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาข้อมูลและออกแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี ประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีสาระในการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

- 3.1 การดำเนินการวิจัย
- 3.2 กระบวนการดำเนินการทำวิจัย
- 3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 การดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยมุ่งศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ โดยมีขอบเขตในการศึกษา ดังนี้

3.1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

- 1) เก็บรวบรวมข้อมูลศึกษาเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ
- 2) เก็บรวบรวมข้อมูลศึกษา หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ
- 3) เก็บรวบรวมข้อมูลศึกษา กลุ่มผู้ที่ซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ เพื่อสำรวจ

หาความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

3.1.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

- 1) พื้นที่ในการเก็บข้อมูลเพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้ประกอบการและผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี คือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ และกลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

2) พื้นที่ในการประเมินความพึงพอใจต้นแบบบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ กลุ่มลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ และกลุ่มที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจมาก่อน เพื่อเปิดพื้นที่ทางการค้าให้เพิ่มขึ้นมากกว่าที่จำหน่ายอยู่เดิม

3.1.3 ขอบเขตด้านบรรจุภัณฑ์

โดยผู้วิจัยเลือกทำการศึกษาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

3.1.4 ขอบเขตด้านการออกแบบ

ผู้วิจัยทำการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้อง ส่งเสริม ดึงดูดความสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี และออกแบบลักษณะโครงสร้างและกราฟิกที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

3.2 กระบวนการดำเนินการทำวิจัย

ผู้วิจัยดำเนินการกระบวนการการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) ผู้วิจัยใช้กรอบ PDCA เป็นตัวตั้งต้นในการวิจัยเชิงปฏิบัติการ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ดังต่อไปนี้

- 1) การวางแผนปฏิบัติการ (Plan: P)
- 2) การปฏิบัติตามแผน (Do: D)
- 3) การติดตามผล (Check: C)
- 4) การสรุปแก้ไขหรือการนำไปปฏิบัติ (Act: A)

3.2.1 การวางแผน (Plan: P)

ผู้วิจัยได้ดำเนินการกระบวนการวิจัย ได้แก่ การศึกษาสภาพปัญหาผลิตภัณฑ์เห็ดและการสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

ขั้นตอนที่ 1: การศึกษาสภาพปัญหาผลิตภัณฑ์เห็ด เป็นการสำรวจสภาพปัญหาด้วยเครื่องมือการวิจัยที่หลากหลาย เช่น การสังเกตการณ์ การศึกษาเอกสาร การวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิ และการประเมินคุณภาพผลิตภัณฑ์ปัจจุบัน โดยเน้นการวิเคราะห์ปัญหาต่างๆ ได้แก่ ด้านการตลาด การเก็บรักษา การขนส่ง อายุการเก็บรักษา ต้นทุนการผลิต และความพึงพอใจของผู้บริโภค

ขั้นตอนที่ 2: การสัมภาษณ์กลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เป็นการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ จะมุ่งเน้นการสำรวจความต้องการด้านเทคนิค ต้นทุนการผลิต และข้อจำกัดด้านการผลิต ขณะที่การสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้า จะเน้นการศึกษาพฤติกรรมการซื้อ ทักษะคติ และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ

3.2.2 การปฏิบัติตามแผน (Do: D)

ผู้วิจัยได้ปฏิบัติงานวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

ขั้นตอนที่ 3: การวิเคราะห์ข้อมูลและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นการนำข้อมูลมาวางแผนเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ โดยพิจารณาถึงการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงคุณสมบัติทางกายภาพของก้อนเพาะเห็ด และการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ จะต้องสื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์อย่างมีประสิทธิภาพ และดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย

3.2.3 การติดตามผล (Check: C)

ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบ ได้แก่ การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

ขั้นตอนที่ 4: การประเมินความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภค เป็นการตรวจสอบคุณภาพและประสิทธิภาพของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ โดยใช้วิธีการประเมินจากการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ในส่วนของจากกลุ่มผู้บริโภคเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จำนวน 100 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) ร่วมกับการควบคุมลักษณะทางประชากรศาสตร์ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของประชากรเป้าหมาย จะมุ่งเน้นการประเมินด้านต่าง ๆ ได้แก่ ด้านพฤติกรรมกรซื้อ ความพึงพอใจต่อการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

3.2.4 การสรุปแก้ไขหรือการนำไปปฏิบัติ (Act: A)

ผู้วิจัยนำผลการประเมินมาปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สุดท้ายที่พร้อมสำหรับการใช้งานจริงได้แก่

ขั้นตอนที่ 5: การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ หากผลการประเมินบรรลุเกณฑ์ที่กำหนด (เช่น คะแนนความพึงพอใจเฉลี่ยมากกว่า 4.0 จาก 5.0) การออกแบบจะได้รับการรับรองและนำไปสู่การผลิตต้นแบบขั้นสุดท้าย หากผลการประเมินไม่บรรลุเป้าหมาย ผู้วิจัยจะต้องวิเคราะห์สาเหตุของความไม่สำเร็จและกำหนดแผนการปรับปรุง โดยอาจต้องย้อนกลับไปยังขั้นตอน Plan เพื่อกำหนดกลยุทธ์ใหม่ หรือขั้นตอน Do เพื่อปรับปรุงการออกแบบผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

จากการดำเนินการศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการที่กล่าวมาข้างต้น แต่ละขั้นตอนสามารถนำทฤษฎีวงล้อคุณภาพ PDCA เข้าไปดำเนินการปรับปรุงการทำงานของแต่ละขั้นตอนได้ตลอดเวลาอย่างต่อเนื่อง

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี และ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การวิจัยเชิงปริมาณ คือ กลุ่มลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ และกลุ่มที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจมาก่อน

3.2.2 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้

การวิจัยเชิงคุณภาพ คือ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 2 ราย กลุ่มลูกค้าที่ซื้อก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 10 ราย วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบใช้ดุลยพินิจของผู้วิจัย (Purposive Sampling) เป็นการเลือกตัวอย่างที่ได้ดำเนินการพิจารณาเลือกตัวอย่างด้วยตนเอง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและสิ่งที่ต้องการศึกษามากที่สุด และนำข้อมูลที่ได้รับจากกระบวนการวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพมาดำเนินการประมวลผล เพื่อนำไปสู่ข้อค้นพบต่อไป และ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน

การวิจัยเชิงปริมาณ คือ การประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ กลุ่มลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ และกลุ่มที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจมาก่อน จำนวน 100 ราย โดยผู้วิจัยเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling)

จากการวิจัยเชิงปริมาณขอบเขตด้านประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรในวัยทำงาน โดยมีอายุระหว่าง 20-60 ปี ด้วยรายงานจากสถิติประชากรศาสตร์ของจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดสุพรรณบุรีทั้งหมด 830,695 คน ซึ่งเป็นรายงานสถิติในปี พ.ศ.2565 กลุ่มตัวอย่างสำหรับประเมินความพึงพอใจต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ โดยใช้ขั้นตอนการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จากสูตร : Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. : 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีคำนวณจากจำนวนประชากรจังหวัดสุพรรณบุรี (พ.ศ.2565) มีทั้งหมด 830,695 คน โดยกำหนดให้

n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ

X^2 = ค่า Chi-square ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% (3.841)

N = ขนาดประชากรจำนวน 830,695 คน

p = สัดส่วนของประชากร (0.5)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า (0.1)

สูตร การหาจำนวนตัวอย่าง (ที่มา : Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. ,1970)

$$n = \frac{X^2 \times N \times P(1-P)}{e^2(N-1) + X^2P(1-P)}$$

$$n = 798,972.2 / 8,307,90025$$

$$n = 96 \text{ ประมาณการ 100 คน}$$

3.4 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม ดังนี้

3.4.1 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (Individual Depth Interview) สามารถแบ่ง 2 แบบสัมภาษณ์ ได้แก่

- สัมภาษณ์ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยเป็นคำถามปลายเปิด (Open ended Questions) เกี่ยวกับข้อมูลความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี ข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลราคา ข้อมูลด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาด

- สัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยผู้วิจัยดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับกลุ่มลูกค้าที่มีประสบการณ์การซื้อและใช้งานผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 10 ราย โดยใช้แนวทางการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ด้วยคำถามปลายเปิด ซึ่งมีลักษณะยืดหยุ่นและส่งเสริมการสนทนาแบบธรรมชาติ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่แท้จริงจากประสบการณ์ของผู้บริโภค

3.4.2 แบบสอบถาม ได้แก่

การทดสอบแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

เป็นการทดสอบเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้ได้ใช้การทดสอบด้วยวิธีวัดความสอดคล้องภายใน โดยใช้สูตร Cronbach โดยหาความเชื่อมั่นแบบมาตราส่วนประมาณค่าหรือค่าสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (A-coefficient) โดยใช้สูตรหาความเชื่อมั่น Cronbach ดังนี้ (Cronbach, 1960)

สูตรความเชื่อมั่น Cronbach

$$a = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_i^2}{s_t^2} \right]$$

a เป็นสัมประสิทธิ์อัลฟ่า

k เป็นจำนวนข้อคำถามหรือข้อสอบ

$\sum S_i^2$ เป็นผลรวมของความแปรปรวนของคะแนนแต่ละข้อ

s_t^2 เป็นความแปรปรวนของคะแนนรวม

ผลตรวจสอบความเชื่อมั่นของคำถาม พบว่าข้อความมีความเชื่อมั่นสามารถนำไปใช้ในการศึกษาได้และเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด โดยมีค่าความเชื่อมั่นที่คำนวณได้มีค่ามากกว่า 7 ขึ้นไป ดังนั้น ทีมผู้วิจัยมีการนำแบบสอบถามไปทดสอบกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน และนำไปหาค่าสถิติแอลฟ่าของครอนบัค (Cronbach) จากข้อคำถาม 18 ข้อ ได้ค่าความเชื่อมั่นในภาพรวมเท่ากับ 0.99 ซึ่งมีค่า $\alpha > 0.70$ ในทุกข้อคำถาม

- แบบประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ โดยประเมินจากกลุ่มลูกค้าที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ และกลุ่มที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจมาก่อน จำนวน 100 ราย โดยเป็นการวิเคราะห์ผลการหาค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ของระดับความพึงพอใจของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยนำเสนอในลักษณะตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งระดับเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจมากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจมาก

2.61 – 3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.4.3 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

ก. ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1) ดร.ก้องเกียรติ มหาอินทร์ สาขาวิชาออกแบบแฟชั่นและสิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอ และออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เกษม มานะรุ่งวิทย์ สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

3) ดร.ทวีศักดิ์ สาสเกราะห์ สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์สิ่งทอ คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบแฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ข. ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบเครื่องมือแบบสอบถาม จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรัญญา แก้วเชือกหนัง สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนากร รัชตกุลพัฒน์ สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พิรญา เขตุนพงษ์ สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

หลังจากนั้น นำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC)

โดยใช้สูตร IOC

=

เมื่อ	IOC	หมายถึง	ค่าดัชนีมีความสอดคล้อง (Index of congruence)
	N	หมายถึง	จำนวนผู้เชี่ยวชาญ
	R	หมายถึง	ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ
โดย	ค่า + 1	หมายถึง	ข้อคำถามสามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน
	ค่า 0	หมายถึง	ไม่แน่ใจว่าจะวัดได้
	ค่า - 1	หมายถึง	ข้อคำถามไม่สามารถนำไปวัดได้อย่างแน่นอน

ผู้วิจัยเลือกคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 มาใช้เป็นข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่าน ซึ่งได้ตรวจสอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ ทุกข้อที่ผู้วิจัยจัดทำขึ้น มีความเที่ยงตรงของเนื้อหา ครอบคลุมในแต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัย ส่วนข้อที่ IOC น้อยกว่า 0.5 ผู้วิจัยได้นำมาปรับปรุงแล้วแก้ไขต่อไป ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ โดยมีดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามอยู่ระหว่าง 0.5 ถึง 1

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลโดยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1. นำการจัดทำหนังสือขออนุมัติจากผู้บริหารมหาวิทยาลัย ได้แก่ คณบดีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เพื่อดำเนินการวิจัย โครงการวิจัยการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อขอเข้าทำการเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก และเก็บข้อมูลด้วยวิธีการตอบแบบสอบถาม

2. การเก็บรวบรวมข้อมูลเครื่องมือชิ้นที่ 1 การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองโดยประสานงานและนัดหมายกับผู้ให้ข้อมูลตามวันและเวลาสัมภาษณ์เชิงลึก

3. การเก็บรวบรวมข้อมูลเครื่องมือชิ้นที่ 2 การเก็บข้อมูลด้วยวิธีการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการขอเข้าไปเก็บแบบสอบถามด้วยตนเองโดยมีการนัดเข้าไปดำเนินการเก็บแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บแบบสอบถามไปยังผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนเห็ด ตามสัดส่วนทางสถิติที่กำหนดไว้ จำนวน 100 ชุด

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้นำแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ มาวิเคราะห์และสรุปผล โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเฉลี่ยเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อนำข้อมูลมาอภิปรายผล โดยเป็นการนำเสนอผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม

การวิจัยเชิงคุณภาพครั้งนี้ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ในการประมวลผลข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยดำเนินการผ่านกระบวนการที่เป็นระบบ ประกอบด้วย (1) การจัดระบบข้อมูลตามหมวดหมู่ของเนื้อหา (2) การจัดประเภทข้อมูล (Categorization) ตามประเด็นหลักที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเห็ดเศรษฐกิจ (3) การสังเคราะห์และค้นหาแบบแผน (Pattern) ของข้อมูล และ (4) การตีความหมายเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดการวิจัยเพื่อให้เกิดความเข้าใจในลักษณะปัญหาและความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ กระบวนการวิเคราะห์ดังกล่าวมีลักษณะยืดหยุ่นและไม่ตายตัว (Iterative Process) โดยผู้วิจัยสามารถปรับเปลี่ยนและพัฒนาขั้นตอนการวิเคราะห์ให้สอดคล้องกับลักษณะของข้อมูลและวัตถุประสงค์การวิจัย (Krippendorff, 2004; ณรงค์ศักดิ์ บุญยมาลิก, 2555)

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ โดยใช้เทคนิคการเข้ารหัสข้อมูลแบบ 3 ระดับตามแนวทาง Grounded Theory ของ Strauss และ Corbin (1998) เพื่อค้นหาปัจจัยสำคัญในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนแพะเห็ดเศรษฐกิจ ประกอบด้วย

(1) การเข้ารหัสแบบเปิด (Open Coding) ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบและแยกข้อมูลดิบจากการสัมภาษณ์เป็นหน่วยความหมายย่อย จากนั้นกำหนดรหัสจำแนก (Codes) และป้ายกำกับ (Labels) เพื่อระบุแนวคิด (Concepts) ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและการใช้งานบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นการค้นหาข้อมูลที่มีความหมายสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Strauss & Corbin, 1998; Creswell & Poth, 2018)

(2) การเข้ารหัสแบบแกน (Axial Coding) เป็นการตรวจสอบและวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างแนวคิดต่างๆ ที่ได้จากขั้นตอนแรก โดยการจัดกลุ่มรหัสที่มีลักษณะคล้ายคลึงกันเข้าด้วยกัน และสร้างหมวดหมู่ (Categories) ที่แสดงถึงมิติต่างๆ ของการใช้งานบรรจุภัณฑ์ เช่น ด้านการออกแบบ ด้านฟังก์ชันการใช้งาน และด้านความพึงพอใจของผู้บริโภค (Charmaz, 2014; Saldaña, 2021)

(3) การเข้ารหัสแบบเลือกสรร (Selective Coding) ผู้วิจัยดำเนินการจัดกลุ่มและบูรณาการข้อมูลในหมวดหมู่หลัก (Main Categories) ที่มีนัยสำคัญต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยการเลือกหมวดหมู่แกนกลาง (Core Category) และกำหนดนิยามปฏิบัติการ (Operational Definitions) ของแต่ละหมวดหมู่ให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกับบริบทการวิจัย เพื่อสร้างกรอบทฤษฎีที่อธิบายการใช้งานและความต้องการของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์ก่อนแพะเห็ดเศรษฐกิจ (Glaser & Strauss, 1967; Corbin & Strauss, 2015)

3.7 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ได้ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เป็นสถิติที่ใช้อธิบายคุณลักษณะของตัวแปรต่างๆ ดังนี้

1. ปัจจัยข้อมูลสถานภาพทั่วไปเกี่ยวกับแบบสอบถามประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ ที่อยู่อาศัย โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2. ปัจจัยข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมโดยทั่วไปของผู้ซื้อ ได้แก่ ท่านเคยซื้อก้อนเห็ดหรือก้อนแพะเห็ด ท่านคิดว่าควรแพะเลี้ยงเห็ดในบริเวณใด ท่านจะซื้อก้อนแพะเห็ดวัตถุประสงค์ใดบ้างที่ท่านตัดสินใจซื้อ ท่านได้รับคำแนะนำการแพะเลี้ยงเห็ดจากแหล่งใดมากที่สุด ท่านได้รับปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้นมากที่สุดสำหรับการแพะเลี้ยงเห็ด โดยใช้ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

3. ผลการดำเนินการความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ก่อนแพะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ด้านอื่นๆ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

บทที่ 4

ผลการวิจัย

การศึกษา “การออกแบบและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี” ครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ การสังเกตการณ์ เก็บข้อมูลจากการลงพื้นที่ และได้มีการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก กับกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม จึงขอนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ที่ทำการศึกษา ซึ่งจะแบ่งผลการศึกษาตามความมุ่งหมายของการศึกษาและสอดคล้องกระบวนการ PDCA ดังต่อไปนี้

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.2 ผลการศึกษาข้อมูลแนวทางการพัฒนาก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ วิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม จังหวัดสุพรรณบุรี และกลุ่มลูกค้าที่ซื้อเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

4.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

4.4 ผลการศึกษาความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

4.5 ผลการศึกษาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

4.1 สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สำหรับการนำเสนอผลการวิจัยจะนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบายเพื่อสะดวกในการอธิบายผลการวิจัยและเพื่อให้เกิดความเข้าใจตรงกันในการแปลผลการวิจัย ผู้วิจัยจะใช้สัญลักษณ์ดังต่อไปนี้ แทนความหมายต่างๆ

N	แทน	จำนวนประชากร
n	แทน	จำนวนตัวอย่าง
$\bar{x}$	แทน	ค่าเฉลี่ยของตัวอย่าง
S.D.	แทน	ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.2 ผลการศึกษาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

กระบวนการ P:Plan

4.1.1 ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐานของวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม บ้านหนองผักนาก จังหวัดสุพรรณบุรี

การก่อตั้งวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์มมีจุดเริ่มต้นจากวิกฤตภัยแล้งที่เกิดขึ้นในปี พ.ศ. 2558 ซึ่งส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อการเกษตรกรรมในจังหวัดสุพรรณบุรี เหตุการณ์ดังกล่าวทำให้เกษตรกรในพื้นที่ต้องหยุดการทำนา จึงเกิดช่วงเวลาว่างจากการประกอบอาชีพหลัก

คุณกิตติยา สิทธิวีณา ประธานกลุ่ม และคุณกรรพกา สว่างศรี รองประธานกลุ่ม ได้เล็งเห็นโอกาสในการสร้างอาชีพเสริมให้กับชาวบ้านที่ได้รับผลกระทบ โดยเธอได้เริ่มต้นจากการช่วยธุรกิจที่บ้านและต่อมาได้ศึกษาเรียนรู้เกี่ยวกับการเพาะเห็ดอย่างจริงจัง

คุณกิตติยาจึงได้ริเริ่มชักชวนชาวบ้านที่ว่างเว้นจากการทำนารวมตัวกันเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยเริ่มต้นด้วยสมาชิกจำนวน 10 คน การแบ่งหน้าที่ภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ในช่วงแรกเน้นการแบ่งหน้าที่ความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ประกอบด้วย การทำก้อนเชื้อเห็ด การเก็บดอกเห็ด และการจัดจำหน่าย พร้อมทั้งมีระบบการทำงานแทนกันเมื่อสมาชิกคนใดคนหนึ่งไม่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้

หลังจากการนำความรู้ที่ได้รับมาประยุกต์ใช้ คุณกิตติยาได้นำก้อนเชื้อเห็ดกลับมาทดลองเพาะเห็ด และเก็บดอกเห็ด การดำเนินงานในช่วงแรกเริ่มต้นด้วยระบบการเพาะแบบตะกร้า ซึ่งเป็นวิธีการพื้นฐานที่ใช้เครื่องมือง่าย ๆ

ปัจจุบันวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพยากรเห็ดฟาร์มมีสมาชิกเพิ่มขึ้นจากเดิม 10 คน เป็น 13 คน แสดงให้เห็นถึงการเติบโตและการยอมรับจากชุมชน การขยายตัวนี้สะท้อนถึงความสำเร็จของแนวทางการดำเนินงานและศักยภาพในการพัฒนาต่อไป

วิวัฒนาการของการผลิตก้อนเชื้อเห็ดของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพยากรเห็ดฟาร์ม

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพยากรเห็ดฟาร์ม ได้ผ่านการปรับปรุงอย่างต่อเนื่องเป็น 3 ระยะ ดังนี้

ระยะที่ 1: ระบบเพาะแบบตะกร้า

เป็นระยะเริ่มต้นที่ใช้เทคนิคพื้นฐานในการเพาะเห็ด โดยใช้ตะกร้าเป็นภาชนะหลักในการจัดวางก้อนเชื้อเห็ด

ระยะที่ 2: ระบบโรงเรือนธรรมชาติ

เมื่อการดำเนินงานขยายตัวมากขึ้น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพยากรเห็ดฟาร์ม ได้พัฒนาไปสู่การใช้โรงเรือนธรรมชาติ ซึ่งให้พื้นที่การผลิตที่มากขึ้นและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมกว่าเดิม

ระยะที่ 3: ระบบ EVAP (ระบบควบคุมสภาพแวดล้อม)

จากปัญหาอากาศร้อนที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการผลิต กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพยากรเห็ดฟาร์ม ได้พัฒนาไปสู่การใช้ระบบ EVAP ซึ่งเป็นห้องควบคุมอุณหภูมิและความชื้น โดยสามารถรักษาอุณหภูมิไว้ที่ 25-30 องศาเซลเซียส และความชื้นสัมพัทธ์ที่ 70-80 เปอร์เซ็นต์

ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพยากรเห็ดฟาร์ม

วิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพยากรเห็ดฟาร์มผลิตเห็ดหลากหลายชนิด ได้แก่ เห็ดภูฐาน เห็ดฮังการี เห็ดเป่าฮื้อ และเห็ดนางรมวอลสีชมพู นอกจากนี้ยังมีสินค้าแปรรูป ประกอบด้วย ดอกเห็ดสด เห็ดสวรรค์ เห็ดสมุนไพร น้ำพริกเห็ดสามรส น้ำพริกเห็ดเผ็ด และก้อนเพาะเชื้อเห็ด เป็นต้น

จุดเด่นของผลิตภัณฑ์เห็ดจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพยากรเห็ดฟาร์ม

เห็ดที่ผลิตจากระบบ EVAP มีคุณสมบัติเด่นคือ ความหนา ความกรอบ และรสชาติที่อร่อย สามารถเก็บรักษาได้นานกว่าเห็ดจากโรงเรือนธรรมชาติทั่วไป โดยมีรสชาติที่กรุบกว่า กรอบกว่า และหอมกว่า ลูกค้าส่วนใหญ่ให้ลูกค้าลงความเห็นว่าคุณภาพแตกต่างจากเห็ดที่จำหน่ายตามท้องตลาดทั่วไป

กระบวนการผลิตก่อนเชื้อเห็ด

วิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม ได้พัฒนากระบวนการผลิตก่อนเชื้อเห็ดที่มีประสิทธิภาพ โดยใช้วัตถุดิบหลัก ได้แก่ ขี้เลื่อยยางพารา รำข้าว ดีเกลือ และปูนขาว กระบวนการผลิตประกอบด้วย 8 ขั้นตอน ตั้งแต่การผสมวัตถุดิบ การกรอกใส่ถุง การฆ่าเชื้อด้วยอุณหภูมิ 100 องศาเซลเซียส การใส่เชื้อเมล็ดข้าวฟ่าง จนถึงการเก็บเกี่ยวดอกเห็ด

ปัญหาสำหรับการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม

1.ปัญหาด้านการผลิต

การเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิในแต่ละฤดูกาลส่งผลกระทบต่อคุณภาพและปริมาณของเห็ด ก่อให้เกิดปัญหาผลผลิตไม่สม่ำเสมอ ในบางช่วงเวลาพบปัญหาดอกเห็ดเหี่ยว มีสีอ่อน และก้านบาง ซึ่งส่งผลต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์

2.ปัญหาด้านการตลาด

- 1) วิสาหกิจชุมชนยังขาดช่องทางการจัดจำหน่ายสู่ร้านอาหาร ซึ่งเป็นตลาดสำคัญสำหรับเห็ดคุณภาพดี
- 2) ด้านภาพประกอบ การใช้ภาพถ่าย 2 ตัวมีความโดดเด่นเกินกว่าภาพเห็ด ทำให้ไม่สามารถสื่อสารเนื้อหาผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ
- 3) ด้านตราสินค้า การใช้ตัวอักษรสีฟ้าและการเลือกสีไม่สามารถสร้างความสนใจและความจดจำต่อผู้บริโภคได้
- 4) ด้านข้อมูลผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ขาดรายละเอียดสินค้าที่ชัดเจนและไม่ครบถ้วนตามมาตรฐานป้ายฉลากสินค้า ส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของผู้บริโภค
- 5) ด้านการจัดวางองค์ประกอบ ที่ไม่สามารถสร้างแรงดึงดูดต่อผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้ง ขาดเอกลักษณ์เฉพาะของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ส่งผลให้ไม่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
- 6) ด้านข้อมูลการเพาะเลี้ยง คำแนะนำการเพาะเลี้ยงเห็ดมีคำอธิบายที่ไม่ชัดเจนและขั้นตอนที่สับสน จึงจำเป็นต้องปรับปรุงบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพทางการตลาด

4.1.2 ผลการศึกษาข้อมูลกลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

จากการสัมภาษณ์กลุ่มลูกค้าที่ซื้อเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 10 ราย ทำให้ทราบถึงประเด็นปัญหาหลักที่สำคัญ ซึ่งต้องได้รับการพิจารณาในการปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3 ประเด็น ดังต่อไปนี้

1) การออกแบบและองค์ประกอบสีสันทัน

การขาดความโดดเด่นในด้านการออกแบบและการใช้สีสันทัน ผู้ให้สัมภาษณ์หลายรายแสดงความเห็นว่า "สีสันทัน ยังไม่โดดเด่น และการนำเสนอยังไม่ค่อยดี" และ "ยังไม่น่าสนใจเท่าที่ควร"

2) การป้องกันและปกป้องผลิตภัณฑ์

ข้อจำกัดในการป้องกันผลิตภัณฑ์จากความเสียหายภายนอก โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัญหาที่เกิดจากความชื้น ผู้ให้สัมภาษณ์มีประสบการณ์โดยตรงชี้ให้เห็นว่า "น่าจะปกป้องได้พอสมควร แต่เมื่อรดน้ำที่ก้อนเห็ด อาจทำให้เปียก ยุ่ยได้"

3) ข้อมูลและการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์

การขาดข้อมูลที่สมบูรณ์บนบรรจุภัณฑ์ ผู้ให้สัมภาษณ์ ระบุอย่างชัดเจนว่า "ไม่ครบถ้วน ไม่มี วัน เดือน ปีที่ผลิต และอายุการเก็บรักษา" ในขณะที่ผู้ให้สัมภาษณ์เสริมว่า "ไม่ครบถ้วน และหลังเปิดบรรจุภัณฑ์ แล้วควรวางไว้ที่ใด ก่อนเพาะเห็ดควรวางอยู่พื้นที่ลักษณะใด" นอกจากนี้ ยังพบความต้องการเพิ่มเติม ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค เช่น คุณสมบัติของเห็ดแต่ละชนิด ผู้ให้สัมภาษณ์ เสนอแนะว่า "อยากให้เพิ่มคุณสมบัติของเห็ด ด้วยว่าช่วยเรื่องอะไรบ้าง" และข้อมูลเกี่ยวกับการเก็บรักษา ตามที่ผู้ให้สัมภาษณ์ แนะนำว่า "อยากให้เพิ่มวิธีการเก็บรักษา หมดยุอายุเมื่อไร"



ภาพที่ 4.1 แสดงบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดภูฐาน รูปแบบเดิม

ทางผู้วิจัย ได้สรุปแปลผลจากผู้ประกอบการและลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ วิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม จังหวัดสุพรรณบุรี มาทำการสังเคราะห์ ได้ดังนี้

1. ด้านการออกแบบและองค์ประกอบทางสายตา

บรรจุภัณฑ์ปัจจุบันมีปัญหาสำคัญด้านการจัดวางองค์ประกอบ (Layout) ที่ขาดความดึงดูดใจและเอกลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชน **ตราสินค้า** มีการใช้สีฟ้าและตัวอักษรที่ไม่สร้างความจดจำ **รูปภาพประกอบ** แสดงตุ๊กตา 2 ตัวที่มีความโดดเด่นกว่าเห็ด ทำให้ไม่สามารถสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ **การออกแบบและองค์ประกอบสี** ยังขาดความโดดเด่นและความน่าสนใจ

2. ด้านข้อมูลและการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์

พบข้อบกพร่องสำคัญในการนำเสนอข้อมูล ได้แก่ **ข้อมูลผลิตภัณฑ์** บนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ ที่ขาดรายละเอียดและไม่ครบถ้วนตามมาตรฐานป้ายฉลาก ไม่มีวัน เดือน ปี การผลิต อายุการเก็บรักษา และคำแนะนำการเก็บรักษาหลังเปิดบรรจุภัณฑ์ **ข้อมูลการเพาะเลี้ยงเห็ด** มีคำอธิบายที่ไม่ชัดเจนและขั้นตอนที่สับสน ขาดข้อมูลคุณสมบัติประโยชน์ของเห็ดแต่ละชนิด

3. ด้านการป้องกันและการรักษาคุณภาพ

บรรจุภัณฑ์มีข้อจำกัดในการป้องกันผลิตภัณฑ์จากความเสียหายภายนอก โดยเฉพาะปัญหาความชื้นที่อาจทำให้ก่อนเพาะเห็ดเปื่อยเน่าได้ ส่งผลกระทบต่อคุณภาพและอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์

ปัญหาดังกล่าวส่งผลให้บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเด็กและผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ด

4.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

กระบวนการ D:Do

ทางผู้วิจัยจึงออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี ที่คำนึงถึงกลุ่มเป้าหมายเป็นสำคัญ ดังต่อไปนี้

กลุ่มเป้าหมาย :

1. เด็ก ๆ ที่มีอายุตั้งแต่ 6 - 12 ปีที่มีความอยากรู้อยากเห็น และอยากทดลองเพาะเห็ด
2. ผู้ที่สนใจจะเพาะเลี้ยงเห็ด
3. ผู้ชื่นชอบการเพาะเลี้ยงเห็ด

4.3.1 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ด "Journey Mushroom ก้อนเพาะเห็ด" ได้รับการออกแบบในรูปแบบกล่องแบบกล่องพกพา (Handle Box) ที่มีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมผืนผ้าพร้อมหูหิ้วด้านบน โครงสร้างหลักใช้วัสดุกระดาษลูกฟูกเคลือบฟิล์มกันน้ำ ลอน E ที่มีความหนาเพียงพอเพื่อรองรับน้ำหนักของก้อนเพาะเห็ด ขณะเดียวกัน โครงสร้างหลักเป็นกล่องสี่เหลี่ยมผืนผ้าที่สามารถพับเก็บได้ มีการออกแบบรูปทรงให้มีความสมดุลระหว่างการใช้งานและความสะดวกในการขนส่ง

องค์ประกอบโครงสร้างหลักของบรรจุภัณฑ์

1) **ลักษณะทางกายภาพ** ส่วนบนของกล่องตัวบรรจุภัณฑ์ได้รับการออกแบบให้เป็นหูหิ้วใน พับประกบกันและมีช่องสำหรับสอดนิ้ว โดยมีรูปทรงโค้งมนเพื่อความสะดวกในการจับถือหรือพกพาได้ และสามารถรับน้ำหนักของก้อนเพาะเห็ดได้อย่างมั่นคง เพื่อลดการหลุดร่วงของก้อนเพาะเห็ด

2) **วัสดุ** กระดาษลูกฟูกเคลือบฟิล์มกันน้ำ ลอน E ที่มีความแข็งแรงเพียงพอสำหรับรองรับน้ำหนักก้อนเพาะเห็ด แต่มีน้ำหนักเบาเพื่อให้เด็กสามารถยกและขนย้ายได้ง่าย และคุณสมบัติของกระดาษลูกฟูกเคลือบฟิล์มกันน้ำ ช่วยป้องกันความชื้นหรือเสริมซับด้านในกันชื้น เพื่อทนต่อการฉีดพ่นน้ำตามกิจวัตรของการดูแลที่ก้อนเพาะเห็ด

3) **กลไกการขึ้นรูปและการใช้งาน** บรรจุภัณฑ์ถูกออกแบบมาให้สามารถพับขึ้นรูปได้ง่ายจากแผ่นกระดาษที่ตัดเจาะไว้ล่วงหน้า ฝาเปิด-ปิดอยู่ด้านข้างหรือด้านบน (ขึ้นอยู่กับ การออกแบบบรรจุภัณฑ์สุดท้าย) ซึ่งเป็นกลไกที่เด็กสามารถเรียนรู้และเปิดใช้งานได้ด้วยตนเอง

4) **ขนาด** กว้าง 10.5 เซนติเมตร ยาว 21 เซนติเมตร สูง 20 เซนติเมตร ที่จับสูง 8 เซนติเมตร

5) **การใช้งาน** การมีช่องระบายอากาศ ลักษณะเป็นรูเล็ก ๆ บริเวณด้านหน้าและด้านหลังกล่อง สำหรับพื้นที่ให้เห็ดเจริญเติบโตออกผลผลิต รวมถึงการสร้างอากาศถ่ายเทระหว่างการเลี้ยงเชื้อเห็ด และเปิดดอก

4.3.2 การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

การออกแบบกราฟิกใช้แนวคิด “การเดินทางก้อนเพาะเห็ด (Journey Mushroom)” และข้อความกลุ่ม “วิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม” เพื่อสื่อถึงการเดินทางและผจญภัยในการเรียนรู้การเจริญเติบโตของเห็ด ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สนุกสนานและให้ความรู้ไปพร้อมกัน

องค์ประกอบกราฟิกหลักของบรรจุภัณฑ์

1) ฟอนต์ (Typography)

ตัวอักษรคำว่า “Journey Mushroom” ได้รับการออกแบบให้มีลักษณะคล้ายลายมือที่สนุกสนาน ไม่เป็นทางการ สื่อถึงความเป็นเด็กและความคิดสร้างสรรค์

ข้อความอื่น ๆ ใช้ตัวอักษร TH Saraban New

2) การใช้สี (Color) ส่งผลต่ออารมณ์และความรู้สึกของผู้ซื้อ

- สีเขียว เป็นสีพื้นหลังหลัก สื่อถึงธรรมชาติ การเจริญเติบโต และความสดชื่น
- สีน้ำตาลและสีครีมในส่วนของตัวละครและหัตถ์ ให้ความรู้สึกอบอุ่น เป็นธรรมชาติ และปลอดภัย
- สีแดงและสีส้มในส่วนของโลโก้และเสื้อผ้าตัวละคร เพื่อต้องการดึงดูดสายตาและสร้างความรู้สึกมีชีวิตชีวา

3) องค์ประกอบภาพ (Visual Elements)

- ตัวละคร เด็กชายและเด็กหญิงที่กำลังทำกิจกรรมเกี่ยวกับเห็ด พร้อมด้วยตัวละครเห็ดที่มีหน้าตาน่ารัก ตัวละครเหล่านี้ช่วยสร้างการเชื่อมต่อทางอารมณ์กับเด็ก และทำให้ผลิตภัณฑ์ดูเป็นมิตรและไม่น่าเบื่อ
- ภาพประกอบ ภาพวาดลายเส้นที่ดูเรียบง่าย อ่อนโยน และใช้โทนสีธรรมชาติ (Earthy Tones) สร้างบรรยากาศของความสนุกสนานในส่วนหลังบ้าน สอดคล้องกับกิจกรรมการเพาะเห็ด
- การสื่อสารข้อมูล: ด้านข้างบรรจุภัณฑ์มีการนำเสนอ "ขั้นตอนวิธีการเพาะเห็ด" ในรูปแบบภาพประกอบ (Pictogram) ควบคู่กับข้อความสั้นๆ ซึ่งเป็นวิธีการสื่อสารที่เด็กสามารถทำความเข้าใจได้ง่ายกว่าข้อความยาวๆ นอกจากนี้ ยังมีการให้ "คำแนะนำ" เพิ่มเติม เพื่อช่วยให้การเพาะเห็ดประสบความสำเร็จ

4.3.3 โครงสร้างการจัดวาง (Layout Structure)

1) ด้านหน้า รายละเอียดข้อความ ได้แก่

- ด้านหน้ากล่อง : มีข้อมูลชื่อแบรนด์ “Journey Mushroom” ขนาดใหญ่ ภาพประกอบตัวการ์ตูนเด็กกับเห็ดในบรรยากาศป่า ข้อความ “ก้อนเพาะเห็ด” และ “วิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม”
- เป็นการจัดวางใช้หลักลำดับชั้นการมองเห็น (Visual Hierarchy) โดยให้ชื่อผลิตภัณฑ์อยู่ในตำแหน่งที่โดดเด่น ตามด้วยภาพประกอบการ์ตูนที่ใหญ่และสะดุดตา และข้อความอธิบายผลิตภัณฑ์อยู่ด้านล่าง

2) ด้านข้างและด้านหลัง รายละเอียดข้อความ ได้แก่

- ด้านข้างกล่อง: มีข้อมูลคุณสมบัติประโยชน์ของเห็ด ข้อมูลผู้ผลิต/จำหน่าย ช่องทางการติดต่อ
- ด้านหลังกล่อง: ลวดลายการ์ตูนเด็กและโรงเพาะเห็ด มีข้อมูลวิธีเพาะเห็ด ขั้นตอนการใช้งาน แบบอินโฟกราฟิก คำแนะนำการใช้งาน คำเตือน ปริมาตร ราคา วันเดือนปี หมดอายุ และข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์

การแสดงข้อมูลวิธีการใช้งานในรูปแบบขั้นตอน (Step-by-step Instruction) พร้อมภาพประกอบที่เข้าใจง่าย เหมาะสำหรับเด็กที่สามารถทำความเข้าใจและปฏิบัติตามได้ หรือ ผู้ที่สนใจจะเพาะเลี้ยงเห็ดสามารถเพาะด้วยตนเองได้



ภาพที่ 4.2 แสดงการคลี่ภาพบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี ครั้งที่ 1

4.4 ผลการศึกษาความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

จังหวัดสุพรรณบุรี

กระบวนการ C:Check

4.4.1 ผลการประเมินบรรจุภัณฑ์ต้นแบบจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

1) การสังเคราะห์บรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี
ตารางที่ 4.1 แสดงการสังเคราะห์บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

เกณฑ์การประเมิน	ระดับความคิดเห็นของท่าน					สรุปว่า
	5	4	3	2	1	
	เห็นด้วยอย่างยิ่ง	เห็นด้วย	ปานกลาง	ไม่เห็นด้วย	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	
1. ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์						
1.1 วัสดุบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	✓	✓✓				เห็นด้วย
1.2 รูปร่างมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	✓✓✓					เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.3 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องสินค้าได้จริง	✓✓		✓			เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.4 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สะดวกในการหิ้วถือ พกพา	✓✓✓					เห็นด้วยอย่างยิ่ง
1.5 รูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถทำและผลิตได้จริง	✓✓✓					เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์						
2.1 บรรจุภัณฑ์บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วน	✓✓			✓		เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2.2 การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	✓✓✓					เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2.3 รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งชั้นประเภทผลิตภัณฑ์เดียวกันในท้องตลาด	✓	✓✓				เห็นด้วย
2.4 การใช้ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	✓	✓✓				เห็นด้วย
2.5 ภาพรวมของกราฟิกบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนและตรงประเด็น	✓✓	✓				เห็นด้วยอย่างยิ่ง

จากการสังเคราะห์บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สรุปได้ว่า

(1) ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ โดยสรุปว่า ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทุกท่านเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งกับรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์นี้

(2) ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ โดยสรุปว่า ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทุกท่านเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งกับรูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์นี้

ผลสรุปได้ว่าผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทุกท่านเห็นด้วยเป็นอย่างยิ่งและสอดคล้อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรีนี้

2) สรุปผลข้อคิดเห็นและเสนอแนะต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ ของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

จากการประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ ผู้เชี่ยวชาญได้ให้ ข้อเสนอแนะสำคัญ 5 ประการเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพและตอบสนอง ความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น

(1) ผู้เชี่ยวชาญเสนอให้ใช้วัสดุเคลือบผิวกระดาษลูกฟูกเพื่อป้องกันปัญหาความชื้นที่อาจทำให้เกิดการผุกร่อน เนื่องจากระยะเวลาเพาะเลี้ยงเห็ดใช้เวลา 7 วันในการออกดอก และก่อนเพาะเห็ดมีอายุการใช้งาน 3 เดือน การเคลือบผิวจึงมีความจำเป็นต่อการยืดอายุการใช้งานของบรรจุภัณฑ์

(2) การออกแบบช่องระบายอากาศ การเจาะช่องวงกลมสำหรับการออกดอกของเห็ดควรมีวัสดุรองรับเพื่อป้องกันการผุกร่อนบริเวณดังกล่าว และควรเจาะช่องทั้งด้านหน้าและด้านหลังเพื่อสร้างการระบายอากาศที่เหมาะสม

(3) การปรับปรุงข้อมูลผลิตภัณฑ์ ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องครบถ้วนตามมาตรฐานฉลากสินค้า ได้แก่ ราคา ปริมาณ และวันหมดอายุ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและอำนวยความสะดวกแก่ผู้บริโภค

4.4.2 ผลการประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

งานวิจัยฉบับนี้ ได้ดำเนินการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี โดยแบบสอบถามจำนวน 100 ชุด ผู้วิจัยได้นำเสนอข้อมูล ดังรายละเอียด ต่อไปนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแบบสอบถามประชากรศาสตร์ (Demographic) ได้แก่ เพศ อาชีพ ระดับการศึกษาสูงสุด อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพ ที่อยู่อาศัย

ตารางที่ 4.2 แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

	n = 100	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
1. เพศ	ชาย	31	31.00	2
	หญิง	63	63.00	1
	LGBTQ+	6	6.00	
2. ช่วงอายุ	ต่ำกว่า 20 ปี	1	1.00	6
	อายุ 20-30 ปี	49	49.00	1
	อายุ 31-40 ปี	15	15.00	3
	อายุ 41-50 ปี	22	22.00	2
	อายุ 51-60 ปี	10	10.00	4
	อายุ 60 ปี ขึ้นไป	3	3.00	5
3. ระดับการศึกษาสูงสุด	ต่ำกว่าปริญญาตรี	27	27.00	2
	ปริญญาตรี	57	57.00	1
	ปริญญาโท	16	16.00	3
	ปริญญาเอก	0	0.00	4
4. อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	16	16.00	3
	ธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างทั่วไป	21	21.00	2
	/ประกอบอาชีพอิสระ			
	รับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ	13	13.00	4
	พนักงานบริษัทเอกชน	39	39.00	1
	แม่บ้าน/พ่อบ้าน	7	7.00	5
	ลูกจ้าง	1	1.00	6
	ลูกจ้างรายวันของรัฐ	1	1.00	6
	พนักงานของรัฐ	1	1.00	6
	พนักงานขนส่งสาธารณะ	1	1.00	6

ตารางที่ 4.2 (ต่อ) แสดงความถี่และร้อยละของข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

n =	100	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	35	35.00	1
	15,001 – 20,000 บาท	20	20.00	2
	20,001 – 25,000 บาท	11	11.00	4
	25,001 – 30,000 บาท	8	8.00	5
	30,001 – 35,000 บาท	4	4.00	6
	35,001 – 40,000 บาท	3	3.00	7
	40,000 บาทขึ้นไป	19	19.00	3
6. สถานภาพ	โสด	65	65.00	1
	สมรส	29	29.00	2
	หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่	6	6.00	3
7. ที่อยู่อาศัย	บ้านเดี่ยว	44	44.00	1
	ทาวน์เฮ้าส์/ทาวน์โฮม	34	34.00	2
	คอนโดมิเนียม	11	11.00	3
	อพาร์ทเมนต์	9	9.00	4
	อื่น ๆ	2	2.00	5

จากตารางที่ 4.2 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 63 รองลงมาเพศชายจำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 31 และ LGBTQ+จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

ด้านอายุ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 20-30 ปี จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49 รองลงมาอายุ 41-50 ปี จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22 อายุ 31-40 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 อายุ 51-60 ปี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10 อายุ 60 ปี ขึ้นไป จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 และอายุต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ด้านระดับการศึกษาสูงสุด พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 57 รองลงมาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ระดับปริญญาโท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และระดับปริญญาเอก จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0 ตามลำดับ

ด้านอาชีพ พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 39 รองลงมาอาชีพธุรกิจส่วนตัว/รับจ้างทั่วไป/ประกอบอาชีพอิสระจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21 นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16 อาชีพรับราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 13 คิดเป็นร้อยละ 13 อาชีพแม่บ้าน / พ่อบ้าน จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7 และลูกจ้าง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ลูกจ้างรายวันรัฐ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 พนักงานของรัฐ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 พนักงานขนส่งสีแดง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 35 รองลงมารายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 – 20,000 บาท จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 40,000 บาทขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 19 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 – 25,000 บาท จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 11 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 – 30,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 – 35,000 บาท จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 และรายได้เฉลี่ย 35,001 – 40,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตามลำดับ

ด้านสถานภาพสมรส พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด จำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 65 รองลงมาสถานภาพสมรส จำนวน 29 คิดเป็นร้อยละ 29 และมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่ จำนวน 6 คนคิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

ด้านลักษณะที่อยู่อาศัย พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีที่อยู่อาศัยเป็นบ้านเดี่ยว จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาอาศัยอยู่ทาวน์เฮาส์/ทาวน์โฮม จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34 อาศัยอยู่คอนโดมิเนียม จำนวน 11 คิดเป็นร้อยละ 11 อาศัยอยู่อพาร์ทเมนต์ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9 และอื่น ๆ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 2 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแบบสอบถามข้อมูลพฤติกรรมโดยทั่วไปของผู้ซื้อ ได้แก่ ท่านเคยซื้อก่อนเพาะเห็ดมาก่อนหรือไม่ ท่านคิดว่าควรเพาะเลี้ยงเห็ดในบริเวณใด หากท่านจะซื้อก้อนเพาะเห็ดวัตถุดิบใดบ้างที่ท่านตัดสินใจซื้อ ท่านได้รับคำแนะนำการเพาะเลี้ยงเห็ดจากแหล่งใดมากที่สุด และปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้นมากที่สุดสำหรับการเพาะเลี้ยงเห็ด

ตารางที่ 4.3 แสดงค่าร้อยละแบบสอบถามท่านเคยซื้อก้อนพะเห็ดมาก่อนหรือไม่

ข้อมูลพฤติกรรมโดยทั่วไปของผู้ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
ท่านเคยซื้อก้อนพะเห็ดมาก่อนหรือไม่			
เคยซื้อ	26	26.00	2
ไม่เคยซื้อ	74	74.00	1
รวม	100	100.00	

จากตารางที่ 4.3 พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อก้อนพะเห็ดมาก่อน จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 74 รองลงมาเคยซื้อก้อนพะเห็ดมาก่อน จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 26 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.4 แสดงค่าร้อยละแบบสอบถามท่านคิดว่าควรเพาะเลี้ยงเห็ดในบริเวณใด

ข้อมูลพฤติกรรมโดยทั่วไปของผู้ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
ท่านคิดว่าควรเพาะเลี้ยงเห็ดในบริเวณใด			
เพาะเลี้ยงในพื้นที่สวน	73	73.00	1
เพาะเลี้ยงในพื้นที่รอบบ้าน	15	15.00	2
เพาะเลี้ยงบริเวณริมระเบียงบ้าน	3	3.00	4
เพาะเลี้ยงในพื้นที่ห้องครัว	4	4.00	3
ตู้เพาะกันแสง	1	1.00	5
เพาะเลี้ยงในที่โล่งแจ้ง	1	1.00	5
บริเวณจอดรถหน้าบ้าน	1	1.00	5
ห้องน้ำ	1	1.00	5
อื่น ๆ	1	1.00	5
รวม	100	100.00	

จากตารางที่ 4.4 พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่คิดว่าควรเพาะเลี้ยงเห็ดในบริเวณพื้นที่สวน จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 73 รองลงมาเพาะเลี้ยงในพื้นที่รอบบ้าน จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 เพาะเลี้ยงในพื้นที่ห้องครัว จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 4 เพาะเลี้ยงบริเวณริมระเบียงบ้าน จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ตู้เพาะกันแสง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 เพาะเลี้ยงในที่โล่งแจ้ง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 บริเวณจอดรถหน้าบ้าน จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 เพาะเลี้ยงในห้องน้ำ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 และ อื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.5 แสดงค่าร้อยละแบบสอบถามหากท่านจะซื้อก้อนพะเห็ดวัตถุดิบประสงค์ใดบ้างที่ท่านตัดสินใจซื้อ

ข้อมูลพฤติกรรมโดยทั่วไปของผู้ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
หากท่านจะซื้อก้อนพะเห็ดวัตถุดิบประสงค์ใดบ้างที่ท่านตัดสินใจซื้อ			
พะเห็ดเลี้ยงเห็ดเพื่อบริโภคในครัวเรือน	75	75.00	1
ขึ้นขอรับการพะเห็ดเลี้ยงเห็ด	6	6.00	7
พะเห็ดเลี้ยงเห็ดเป็นงานอดิเรก	29	29.00	4
เพื่อหารายได้/เป็นส่วนหนึ่งของอาชีพ	40	40.00	2
เพื่อเป็นกิจกรรมให้บุตร/หลานได้ทดลองพะเห็ดเลี้ยง	15	15.00	5
เพิ่มประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการพะเห็ดเลี้ยงเห็ด	34	34.00	3
เคยมีประสบการณ์ในการพะเห็ดเลี้ยงเห็ดมาก่อน	8	8.00	6
รวม	100	100.00	

จากตารางที่ 4.5 พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะตัดสินใจซื้อก้อนพะเห็ดจากวัตถุดิบประสงค์พะเห็ดเลี้ยงเห็ดเพื่อบริโภคในครัวเรือน จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 75 รองลงมาเพื่อหารายได้/เป็นส่วนหนึ่งของอาชีพ จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 40 เพิ่มประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการพะเห็ดเลี้ยงเห็ด จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 34 พะเห็ดเลี้ยงเห็ดเป็นงานอดิเรก จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 29 เพื่อเป็นกิจกรรมให้บุตร/หลานได้ทดลองพะเห็ดเลี้ยง จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 เคยมีประสบการณ์ในการพะเห็ดเลี้ยงเห็ดมาก่อน จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8 ขึ้นขอรับการพะเห็ดเลี้ยงเห็ด จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าร้อยละแบบสอบถามท่านได้รับคำแนะนำการพะเห็ดเลี้ยงเห็ดจากแหล่งใดมากที่สุด

ข้อมูลพฤติกรรมโดยทั่วไปของผู้ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
ท่านได้รับคำแนะนำการพะเห็ดเลี้ยงเห็ดจากแหล่งใดมากที่สุด			
เรียนรู้ด้วยตนเอง	32	32.00	3
เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก	33	33.00	2
ศึกษาจากอินเทอร์เน็ต/สื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ	68	68.00	1
ผู้พะเห็ดเลี้ยงเห็ดที่มีความชำนาญ	22	22.00	4
เจ้าของฟาร์มพะเห็ดใกล้เคียง	1	1.00	6
ไม่เคยพะเห็ดเลี้ยงเห็ด	2	2.00	5
อื่น ๆ	1	1.00	6
รวม	100	100.00	

จากตารางที่ 4.6 พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับคำแนะนำการเพาะเลี้ยงเห็ดจาก การศึกษาจากอินเทอร์เน็ต/สื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมาเพื่อน/ ญาติ/คนรู้จัก จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33 เรียนรู้ด้วยตนเอง จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ผู้ เพาะเลี้ยงเห็ดที่มีความชำนาญ จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 22 ไม่เคยเพาะเลี้ยงเห็ด จำนวน 2 คน คิด เป็นร้อยละ 2 เจ้าของฟาร์มเพาะเห็ดใกล้เคียง จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 และ อื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าร้อยละแบบสอบถามท่านได้รับปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้นมากที่สุดสำหรับการเพาะเลี้ยงเห็ด

ข้อมูลพฤติกรรมโดยทั่วไปของผู้ซื้อ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	ลำดับ
ท่านได้รับปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้นมากที่สุดสำหรับการเพาะเลี้ยงเห็ด			
ไม่มีพื้นที่ในการเพาะเลี้ยงเห็ดที่เหมาะสม	68	68.00	1
ไม่มีเวลาในการเพาะเลี้ยงเห็ด	50	50.00	2
หาข้อมูลในการเพาะเลี้ยงเห็ดได้ยาก	13	13.00	5
ขั้นตอนในการเพาะเลี้ยงเห็ดค่อนข้างยุ่งยากซับซ้อน	20	20.00	4
ไม่ทราบแหล่งที่ซื้อก้อนเห็ดที่มีคุณภาพ	33	33.00	3
ควบคุมความชื้นยาก	3	3.00	6
ยังไม่เคยเพาะเลี้ยงเห็ด	1	1.00	7
อื่น ๆ	1	1.00	7
รวม	100	100.00	

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ได้รับปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้นมากที่สุด สำหรับการเพาะเลี้ยงเห็ดคือ ไม่มีพื้นที่ในการเพาะเลี้ยงเห็ดที่เหมาะสม จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 68 รองลงมาไม่มีเวลาในการเพาะเลี้ยงเห็ด จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 50 ไม่ทราบแหล่งที่ซื้อก้อนเห็ดที่ มีคุณภาพ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33 ขั้นตอนในการเพาะเลี้ยงเห็ดค่อนข้างยุ่งยากซับซ้อน จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 20 หาข้อมูลในการเพาะเลี้ยงเห็ดได้ยาก จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ควบคุม ความชื้นยาก จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ยังไม่เคยเพาะเลี้ยงเห็ด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 และ อื่น ๆ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล	ลำดับ
- บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติสามารถป้องกัน ผลิตภัณฑ์จากแรงกระแทกภายนอก มากน้อยเพียงใด	4.25	0.69	พอใจมากที่สุด	3
- ลักษณะบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับ การบรรจุก่อนเพาะเห็ดมากน้อยเพียงใด	4.24	0.78	พอใจมากที่สุด	4
- บรรจุภัณฑ์ช่วยอำนวยความสะดวก เช่น การถือ การจัดเก็บรักษา การขนส่ง เป็นต้น มากน้อยเพียงใด	4.46	0.64	พอใจมากที่สุด	1
- บรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงสามารถรับน้ำหนัก สินค้าได้เป็นอย่างดีมากน้อยเพียงใด	4.29	0.69	พอใจมากที่สุด	2
รวม	4.31	0.06	พอใจมากที่สุด	

จากตารางที่ 4.8 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.31, S.D.=0.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าคะแนนระดับพอใจมากที่สุดข้อในด้านบรรจุภัณฑ์ช่วยอำนวยความสะดวก เช่น การถือ การจัดเก็บรักษา การขนส่ง เป็นต้นมากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.46, S.D.=0.64$) รองลงมาด้านบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงสามารถรับน้ำหนักสินค้าได้เป็นอย่างดีมากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.29, S.D.=0.69$) ด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติสามารถป้องกันผลิตภัณฑ์จากแรงกระแทกภายนอกมากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.25, S.D.=0.69$) และด้านลักษณะบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับการบรรจุก่อนเพาะเห็ดมากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.24, S.D.=0.79$) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล	ลำดับ
- ตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์มีความเด่นชัด สวยงาม มากน้อยเพียงใด	4.31	0.73	พอใจมากที่สุด	5
- ตราสินค้าช่วยสร้างความน่าสนใจ สะดุดตา มากน้อยเพียงใด	4.24	0.79	พอใจมากที่สุด	7
- ตราสินค้าสื่อความหมาย เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด	4.25	0.78	พอใจมากที่สุด	6
- บรรจุภัณฑ์บอกรายละเอียดของ ผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วนมากน้อยเพียงใด	4.48	0.64	พอใจมากที่สุด	1
- ขนาดตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์สามารถ มองเห็นได้ชัดเจนมากน้อยเพียงใด	4.35	0.67	พอใจมากที่สุด	4
- บรรจุภัณฑ์มีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สามารถ ถ่ายทอดเรื่องราวได้ชัดเจนมากน้อยเพียงใด	4.39	0.72	พอใจมากที่สุด	2
- งานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีการวางใน ตำแหน่งที่เหมาะสมกลมกลืนมากน้อย เพียงใด	4.36	0.79	พอใจมากที่สุด	3
รวม	4.31	0.06	พอใจมากที่สุด	

จากตารางที่ 4.9 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.31, S.D.=0.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าคะแนนระดับพอใจมากที่สุดข้อในด้านบรรจุภัณฑ์บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วนมากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.48, S.D.=0.64$) รองลงมาบรรจุภัณฑ์มีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้ชัดเจนมากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.39, S.D.=0.72$) ด้านงานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีการวางในตำแหน่งที่เหมาะสมกลมกลืนมากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.36, S.D.=0.79$) ด้านขนาดตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์สามารถมองเห็นได้ชัดเจนมากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.4, S.D.=0.67$) ตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์มีความเด่นชัด สวยงาม มากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.35, S.D.=0.73$) ตราสินค้าสื่อความหมาย เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์มากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.25, S.D.=0.78$) และตราสินค้าช่วยสร้างความน่าสนใจ สะดุดตา มากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.24, S.D.=0.79$) ตามลำดับ

ตอนที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจเกี่ยวกับด้านอื่น ๆ

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านอื่น ๆ

ด้านอื่น ๆ	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล	ลำดับ
- บรรจุภัณฑ์ช่วยให้สามารถตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้นมากน้อยเพียงใด	4.23	0.81	พอใจมากที่สุด	4
- บรรจุภัณฑ์สร้างความแตกต่าง และโดดเด่นกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งกันมากน้อยเพียงใด	4.18	0.82	พอใจมาก	6
- บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้นมากน้อยเพียงใด	4.35	0.78	พอใจมากที่สุด	1
- บรรจุภัณฑ์ช่วยให้จดจำตราสินค้าได้ง่ายขึ้นมากน้อยเพียงใด	4.26	0.87	พอใจมากที่สุด	3
- บรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย สวยงาม ดึงดูดใจมากน้อยเพียงใด	4.22	0.87	พอใจมากที่สุด	5
- บรรจุภัณฑ์ทำให้เกิดความสนใจอยากทดลองเพาะเห็ดด้วยตนเองมากน้อยเพียงใด	4.22	0.80	พอใจมากที่สุด	5
- ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ก่อนเห็ดโดยภาพรวมมากน้อยเพียงใด	4.27	0.79	พอใจมากที่สุด	2
รวม	4.25	0.04	พอใจมากที่สุด	

จากตารางที่ 4.10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจเห็นเกี่ยวกับด้านอื่น ๆ โดยรวมอยู่ในระดับพอใจมากที่สุดมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.25, S.D.=0.04$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าคะแนนระดับพอใจมากที่สุดข้อในด้านบรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้นมากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.35, S.D.=0.78$) รองลงมาด้านความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ก่อนเห็ดโดยภาพรวมมากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.27, S.D.=0.79$) ด้านบรรจุภัณฑ์ช่วยให้จดจำตราสินค้าได้ง่ายขึ้นมากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.26, S.D.=0.87$) ด้านบรรจุภัณฑ์ช่วยให้สามารถตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้นมากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.23, S.D.=0.81$) ด้านบรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัย สวยงาม ดึงดูดใจ มากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.22, S.D.=0.87$) ด้านบรรจุภัณฑ์ทำให้เกิดความสนใจอยากทดลองเพาะเห็ดด้วยตนเองมากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.22, S.D.=0.80$) และ ผู้ตอบแบบสอบถามมีค่าคะแนนระดับพอใจมากที่สุดข้อในด้านบรรจุภัณฑ์สร้างความแตกต่าง และโดดเด่นกว่าเมื่อเทียบกับคู่แข่งกันมากน้อยเพียงใด โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}=4.18, S.D.=0.82$) ตามลำดับ

ตอนที่ 6 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

1. เพิ่มภาษาอังกฤษ ควรเพิ่มคำแปลภาษาอังกฤษบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ชาวต่างชาติเข้าใจง่ายขึ้น และอาจช่วยเพิ่มยอดขายได้
2. เน้นราคาและคุณภาพ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับราคาที่คุณค่าและคุณภาพดี มากกว่าบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ดังนั้นควรเน้นที่ความแข็งแรงและข้อมูลที่ชัดเจน
3. ปรับปรุงรูปลักษณ์ บรรจุภัณฑ์ปัจจุบันดูเหมือนกล่องของเล่นเด็ก ควรปรับให้ดูเป็นผลิตภัณฑ์เกษตรมากกว่า โดยยังคงเนื้อหาและวิธีใช้ที่ดีเดิมไว้
4. ปรับตัวหนังสือให้ชัดเจน ควรทำตัวหนังสือให้เข้มและใหญ่กว่าเดิม เพื่อให้อ่านง่ายขึ้น
5. เปลี่ยนสีให้สะอาดตา ควรออกแบบใหม่ทั้งหมด โดยเปลี่ยนแบบอักษรให้อ่านง่าย และใช้สีที่โดดเด่นกว่าเดิม

6. ปรับปรุงเรื่องการใช้งาน ควรมีคำแนะนำการใช้งานที่ชัดเจนและละเอียดกว่านี้

ทางผู้วิจัย ได้สรุปแปลผลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี มาทำการสังเคราะห์ ได้ดังนี้

ผลการศึกษาครั้งนี้แสดงให้เห็นว่าบรรจุภัณฑ์ต้นแบบผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้รับการยอมรับในระดับสูงจากทั้งผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภค แสดงถึงความสำเร็จในการตอบโจทย์ความต้องการของตลาด

ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ แสดงให้เห็นถึงความเห็นชอบในระดับสูงสุดต่อการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โดยเฉพาะความเหมาะสมของวัสดุ รูปทรง การปกป้องสินค้า ความสะดวกในการพกพา และความเป็นไปได้ในการผลิต เช่นเดียวกับการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ที่ได้รับการยกย่องด้านการใช้สี การสื่อความหมาย และความครบถ้วนของข้อมูล จากข้อคิดเห็นที่กล่าวมาข้างต้น แสดงว่าต้นแบบบรรจุภัณฑ์มีศักยภาพสูงและสามารถปรับปรุงเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งาน

ผลการประเมินจากผู้บริโภค ระบุว่ากลุ่มเป้าหมายหลักเป็นเพศหญิง อายุ 20-30 ปี ระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน รายได้ต่ำกว่า 15,000 บาท สถานภาพโสด และอยู่อาศัยในบ้านเดี่ยว ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อก้อนเพาะเห็ดมาก่อน แต่มีความสนใจในการเพาะเพื่อบริโภคในครัวเรือน โดยได้รับข้อมูลจากอินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์ อย่างไรก็ตาม พวกเขาประสบปัญหาขาดพื้นที่เพาะเห็ดที่เหมาะสม ความพึงพอใจสูงสุดอยู่ที่โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ซึ่งอำนวยความสะดวกในการถือ จัดเก็บ และขนส่ง ด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ได้รับการชื่นชอบด้านข้อมูลที่ครบถ้วน และโดยรวมช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

4.5 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

กระบวนการ A:Act

ในการศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี ออกแบบเพื่อวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม ซึ่งเป็นสินค้าที่มีความต้องการที่ต้องใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อจำหน่ายเมื่อออกร้านแสดงสินค้า วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์นี้ จะใช้วัสดุที่ง่ายต่อการผลิต ต้นทุนต่ำ สามารถนำไปใช้ได้จริง กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถส่งโรงพิมพ์ให้สามารถผลิตให้ได้

ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลแนวทางการพัฒนาก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ วิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม จังหวัดสุพรรณบุรี และกลุ่มลูกค้าที่ซื้อก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี รวมถึงความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรีแล้ว

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้ดังกล่าวข้างต้น เพื่อศึกษาวิเคราะห์ข้อบกพร่องต่าง ๆ และทำการแก้ไขก่อนนำเสนอให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม จังหวัดสุพรรณบุรีเป็นครั้งสุดท้าย



ภาพที่ 4.3 แสดงการคลี่ภาพบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรีที่มีการปรับปรุงครั้งล่าสุด

แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดสำหรับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

1. การเพิ่มมูลค่าและความสะดวกในการใช้งาน

จากผลการศึกษาที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการสร้างมูลค่าเพิ่มและความสะดวกมากที่สุด กลุ่มวิสาหกิจควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เป็น "ชุดเรียนรู้เพาะเห็ดครบวงจร" โดยเพิ่มข้อมูลคุณประโยชน์ของเห็ด วิธีการดูแล และสูตรอาหารจากเห็ดบนบรรจุภัณฑ์ พร้อมออกแบบให้สามารถพับเก็บและนำไปใช้ได้

2. การปรับปรุงปัญหาพื้นที่จำกัด

ตอบสนองปัญหาไม่มีพื้นที่เพาะเห็ดที่เหมาะสมของกลุ่มเป้าหมาย โดยปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้เป็นระบบ "เพาะเห็ดในพื้นที่เล็ก" ที่สามารถแขวนบนระเบียบหรือหน้าต่าง และเพิ่มระบบการรดน้ำง่ายๆ ด้วยการเจาะรูที่เหมาะสมเพื่อการระบายอากาศ

3. การปรับปรุงข้อมูลสำหรับผู้เริ่มต้น

เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อก้อนเพาะเห็ดมาก่อน ควรสร้างกลุ่ม Line หรือ Facebook สำหรับให้คำปรึกษาแก่ลูกค้า

4. การสร้างเอกลักษณ์ชุมชนและเครือข่าย

พัฒนาบรรจุภัณฑ์แสดงเรื่องราวและเอกลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อสร้างการรู้จักและความผูกพันกับแบรนด์ รวมถึงเชื่อมโยงกับผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่นๆ ในพื้นที่



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาวิจัยเรื่อง “การออกแบบและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี” มีวัตถุประสงค์ 4 ประการดังนี้ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี 2) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี 4) เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

การนำเสนอสรุปผลการวิจัยในครั้งนี้ สามารถสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยในครั้งต่อไป

5.1 สรุปผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลแนวทางการพัฒนาก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการศึกษา

ประเด็นของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ วิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม จังหวัดสุพรรณบุรี ได้ดังนี้

1. ด้านการออกแบบและองค์ประกอบทางสายตา ด้านการจัดวางองค์ประกอบ (Layout) ที่ขาดความดึงดูดใจและเอกลักษณ์ของวิสาหกิจชุมชน ตราสินค้ามีการใช้สีและตัวอักษรที่ไม่สร้างความจดจำ รูปภาพประกอบ ไม่สามารถสื่อความหมายของผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ การออกแบบและองค์ประกอบสีสันทัน ยังขาดความโดดเด่นและความน่าสนใจ

2. ด้านข้อมูลและการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ข้อมูลผลิตภัณฑ์ที่ขาดรายละเอียดและไม่ครบถ้วนตามมาตรฐานป้ายฉลาก ข้อมูลการเพาะเลี้ยงเห็ด มีคำอธิบายที่ไม่ชัดเจนและขั้นตอนที่สับสน ขาดข้อมูลคุณสมบัติประโยชน์ของเห็ด 3. ด้านการป้องกันและการรักษาคุณภาพ มีปัญหาความชื้นที่อาจทำให้ก่อนเพาะเห็ดเปื่อยเน่าได้ ส่งผลกระทบต่อคุณภาพและอายุการเก็บรักษาของผลิตภัณฑ์

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ด: Journey Mushroom

ผลการศึกษา

การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ด "Journey Mushroom ก้อนเพาะเห็ด" เมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบโครงสร้างหลักของบรรจุภัณฑ์ 1) ลักษณะทางกายภาพ การออกแบบให้เป็นที่จับด้านใน เพื่อความสะดวกในการจับถือหรือพกพาได้ และสามารถรับน้ำหนักของก้อนเพาะเห็ดได้อย่างมั่นคง 2) วัสดุ กระดาษลูกฟูกเคลือบฟิล์มกันน้ำ ลอน E ที่มีความแข็งแรงเพียงพอสำหรับรองรับน้ำหนักก้อนเพาะเห็ด แต่มีน้ำหนักเบาเพื่อให้เด็กสามารถยกและขนย้ายได้ง่าย และคุณสมบัติของกระดาษลูกฟูกเคลือบฟิล์มกันน้ำ 3) กลไกการขึ้นรูปและการใช้งาน สามารถพับขึ้นรูปได้ง่ายจากแผ่นกระดาษที่ตัดเจาะไว้ล่วงหน้า ฝาเปิด-ปิดอยู่ด้านข้างหรือด้านบน (ขึ้นอยู่กับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สุดท้าย) ซึ่งเป็นกลไกที่เด็กสามารถเรียนรู้และเปิดใช้งานได้ด้วยตนเอง 4) ขนาด กว้าง 10.5 เซนติเมตร. ยาว 21 เซนติเมตร สูง 20 เซนติเมตร ที่จับสูง 8 เซนติเมตร 5) การใช้งาน การมีช่องระบายอากาศ บริเวณด้านหน้าและด้านหลังกล่องสำหรับพื้นที่ให้เห็ดเจริญเติบโตออกผลผลิต รวมถึงการสร้างอากาศถ่ายเทระหว่างการเลี้ยงเชื้อเห็ด และเปิดดอก

การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ แนวคิด “การเดินทางก้อนเพาะเห็ด (Journey Mushroom)” และข้อความกลุ่ม“วิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม” เพื่อสื่อถึงการเดินทางและผจญภัยในการเรียนรู้การเจริญเติบโตของเห็ด ซึ่งเป็นกิจกรรมที่สนุกสนานและให้ความรู้ไปพร้อมกัน เมื่อพิจารณาถึงองค์ประกอบกราฟิกหลักของบรรจุภัณฑ์ 1) ฟอนต์ (Typography) 2) การใช้สี (Color) ส่งผลต่ออารมณ์และความรู้สึกของผู้ซื้อ ได้แก่ สีเขียว สีส้มตาลและสีครีม สีแดงและสีส้ม 3) องค์ประกอบภาพ (Visual Elements) ตัวละคร ภาพประกอบ การสื่อสารข้อมูล

โครงสร้างการจัดวาง (Layout Structure) เมื่อพิจารณา 1) ด้านหน้า การจัดวางใช้หลักลำดับชั้นการมองเห็น (Visual Hierarchy) โดยให้ชื่อผลิตภัณฑ์อยู่ในตำแหน่งที่โดดเด่น ตามด้วยภาพประกอบการ์ตูนที่ใหญ่และสะดุดตา และข้อความอธิบายผลิตภัณฑ์อยู่ด้านล่าง 2) ด้านข้างและด้านหลัง การแสดงข้อมูลวิธีการใช้งานในรูปแบบขั้นตอน (Step-by-step Instruction) พร้อมภาพประกอบที่เข้าใจง่าย เหมาะสำหรับเด็กที่สามารถทำความเข้าใจและปฏิบัติตามได้ หรือ ผู้ที่สนใจจะเพาะเลี้ยงเห็ดสามารถเพาะด้วยตนเองได้

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความพึงพอใจบรรจุกณ์ที่ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการศึกษา

ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุกณ์ที่ผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี ดังต่อไปนี้ 1) ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุกณ์ มีความคิดเห็นระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ต่อองค์ประกอบโครงสร้างหลักทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ความเหมาะสมของวัสดุและรูปทรง การปกป้องสินค้า ความสะดวกในการพกพา และความเป็นไปได้ในการผลิต 2) ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุกณ์ มีความคิดเห็นระดับเห็นด้วยอย่างยิ่ง ต่อการใช้สี การสื่อความหมาย และความครบถ้วนของข้อมูล จากผลการสังเคราะห์แสดงให้เห็นว่าต้นแบบบรรจุกณ์ที่มีศักยภาพสูงและได้รับการยอมรับจากผู้เชี่ยวชาญ พร้อมข้อเสนอแนะที่จะยกระดับประสิทธิภาพการใช้งานให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุกณ์ที่ผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

การสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุกณ์ที่ผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี ได้แก่ 1) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ (Demographic) พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุ 20-30 ปี มีระดับการศึกษาสูงสุด ระดับปริญญาตรี มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่ำกว่า 15,000 บาท มีสถานภาพสมรส โสด มีลักษณะที่อยู่อาศัย เป็นบ้านเดี่ยว 2) ข้อมูลพฤติกรรมโดยทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ พบว่าผู้ที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่เคยซื้อก้อนเพาะเห็ดมาก่อน ผู้บริโภคคิดว่าควรเพาะเลี้ยงเห็ดในบริเวณสวน มีวัตถุประสงค์ที่ซื้อก้อนเพาะเห็ดเพื่อบริโภคในครัวเรือน ผู้บริโภคได้รับคำแนะนำการเพาะเลี้ยงเห็ดจากการศึกษาจากอินเทอร์เน็ต/สื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ปัญหา/อุปสรรคที่ผู้บริโภคประสบระหว่างการเพาะเลี้ยงเห็ด คือ ไม่มีพื้นที่ในการเพาะเลี้ยงเห็ดที่เหมาะสม 3) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบโครงสร้างบรรจุกณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดด้านบรรจุกณ์ช่วยอำนวยความสะดวก เช่น การถือ การจัดเก็บรักษา การขนส่ง 4) ความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกบนบรรจุกณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมากที่สุดด้านบรรจุกณ์บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน 5) ความคิดเห็นด้านอื่น ๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจที่สุดด้านบรรจุกณ์ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

อภิปรายผลการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

การสังเคราะห์จากการผลการประเมิน

ผลการประเมินจาก ผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์ และ ผู้บริโภค ชี้ให้เห็นว่าต้นแบบบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจจังหวัดสุพรรณบุรีได้รับการยอมรับและมีศักยภาพสูงในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยมีการพัฒนาการทางด้านต่าง ๆ ดังนี้

ด้านการออกแบบ

ผู้เชี่ยวชาญแสดงความเห็นในระดับ "เห็นด้วยอย่างยิ่ง" ต่อการออกแบบทางโครงสร้าง และการออกแบบทางกราฟิก ซึ่งสอดคล้องกับผลสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการอำนวยความสะดวกในการใช้งานและการสื่อสารข้อมูลที่ครบถ้วน จากผลลัพธ์นี้ยืนยันว่าการออกแบบได้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย (เพศหญิง อายุ 20-30 ปี อาชีพพนักงานบริษัท) ที่ต้องการความสะดวกและข้อมูลที่ชัดเจน

ด้านการตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภค

การออกแบบที่เน้นการใช้งานง่ายและข้อมูลที่ครบถ้วนตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ส่วนใหญ่ ไม่เคยซื้อก่อนเพาะเห็ดมาก่อน และมีความต้องการข้อมูลที่ชัดเจนเพื่อประกอบการตัดสินใจ การให้ข้อมูลเกี่ยวกับการเพาะเลี้ยงก่อนเห็ดในบรรจุภัณฑ์เป็นประโยชน์ต่อผู้ที่ศึกษาข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เช่น อินเทอร์เน็ต

ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ผู้บริโภคพึงพอใจมากที่สุดในด้าน การสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการออกแบบที่สวยงามและใช้งานได้จริง ทั้งนี้ยังมีผลทำให้สามารถยกระดับการรับรู้ของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนได้

5.2 อภิปรายผล

ในการอภิปรายผลจะเป็นการสังเคราะห์ประเด็นที่ได้รับจากการวิจัยในเชิงวิชาการ เพื่อให้เห็นความสอดคล้องของผลการวิจัยครั้งนี้ และงานวิจัยหรือแนวคิดที่เกี่ยวข้องต่างๆ จากการวิจัย “การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี” ดังนี้

5.2.1 ข้อมูลของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม พบปัญหา 3 ด้าน ได้แก่ ด้านการออกแบบและองค์ประกอบทางสายตา การใช้ตัวอักษรและสีไม่เอื้อต่อการจดจำ ภาพประกอบสื่อความหมาย

ผลิตภัณฑ์ได้ไม่ชัดเจน และโทนสีไม่โดดเด่น ส่งผลให้คุณค่าตราสินค้าและการรับรู้ดูขยาพร่าเลือน ด้านข้อมูลและการสื่อสาร เนื้อหาบนฉลากไม่ครบถ้วนตามมาตรฐาน ขาดวันผลิต-หมดอายุ วิธีเก็บรักษา และคำอธิบายขั้นตอนเพาะเลี้ยงที่ชัดเจน ตลอดจนข้อมูลคุณประโยชน์ของเห็ด ทำให้ลดความน่าเชื่อถือและการตัดสินใจซื้อ ด้านการป้องกันและการรักษาคุณภาพ โครงสร้างยังเสี่ยงต่อความชื้น ซึ่งกระทบความคงทนและอายุผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยขอสรุป "บรรจุภัณฑ์ยังไม่ได้ทำหน้าที่หลักอย่างเต็มประสิทธิภาพ ทั้งในด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ การสื่อสารข้อมูลสำคัญ และการสร้างภาพลักษณ์แบรนด์" จึงควรพัฒนาระบบอัตลักษณ์แบรนด์และลำดับชั้นข้อมูลให้ชัดเจน ปรับภาพและสีให้สื่อเห็ดเป็นพระเอก เพิ่มข้อมูลตามเกณฑ์ฉลากและคู่มือแบบขั้นตอน พร้อมยกระดับวัสดุป้องกันความชื้นและรายละเอียดเชิงโครงสร้างเพื่อความทนทานและการใช้งานจริง **ซึ่งสอดคล้องกับ** งานวิจัยของ เหมวดี กายใหญ่ และคณะ (2566) ทำการศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย โดยใช้แนวคิด BCG การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสร้างมูลค่าเพิ่ม ซึ่งพบปัญหาที่คล้ายคลึงกัน คือ กลุ่มเกษตรกรปลูกเห็ดเกิดปัญหาต่อต้านทุนการปลูกเห็ด ยังไม่มีวิธีการแปรรูปเห็ดเพื่อลดปัญหาของเสีย ไม่มีตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม และต้องการความรู้ ความเข้าใจในเรื่องของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นว่าปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาร่วมของวิสาหกิจชุมชนในภาคการเกษตรทั่วประเทศไทย ที่จำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอย่างเป็นระบบ **แสดงให้เห็นว่า** ปัญหาดังกล่าวเป็นปัญหาร่วมของวิสาหกิจชุมชนในภาคการเกษตรทั่วประเทศไทย ที่จำเป็นต้องได้รับการส่งเสริมและพัฒนาอย่างเป็นระบบ

5.2.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ "Journey Mushroom" บรรจุวัตถุดิบประสงค์ที่วางไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พร้อมทั้งตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างครอบคลุม ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ การออกแบบโครงสร้างแสดงความคิดสร้างสรรค์ในการใช้กระดาษลูกฟูกเคลือบฟิล์มกันน้ำ ลอน E ซึ่งสามารถตอบสนองปัญหาความชื้นที่พบ การกำหนดขนาดกว้าง 10.5 x ยาว 21 x สูง 20 เซนติเมตร ที่จับด้านในและกลไกเปิด-ปิดที่สามารถใช้งานได้ด้วยตนเอง รวมถึงช่องระบายอากาศที่ออกแบบเพื่อการเจริญเติบโตของเห็ดอย่างมีประสิทธิภาพ 2) ด้านการออกแบบกราฟิกแนวคิด"การเดินทางก่อนเพาะเห็ด" สื่อถึงการผจญภัยและการเรียนรู้ได้อย่างชัดเจน การใช้สีเขียว น้ำตาล ครีม แดง และส้ม สอดคล้องกับจิตวิทยาสีสำหรับเด็ก องค์ประกอบภาพที่ประกอบด้วยตัวละครและภาพประกอบช่วยสร้างความน่าสนใจ 3) ด้านโครงสร้างการจัดวาง การใช้หลักการเรียงลำดับชั้นการมองเห็น (Visual Hierarchy) ในด้านหน้า ทำให้ข้อมูลมีลำดับความสำคัญที่ชัดเจน การนำเสนอขั้นตอนการใช้งานในรูปแบบขั้นตอน (Step-by-step) พร้อมภาพประกอบ เพื่อต่อการเรียนรู้และการเพาะเลี้ยงเห็ด **ซึ่งสอดคล้องกับ** งานวิจัยของ อังคณา จิตตามาศ และคณะ (2019)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า อำเภอบราญบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า บรรจุภัณฑ์ใหม่ ออกแบบให้มีโครงสร้างสะดวกต่อการเคลื่อนย้ายและพกพา รวมทั้งสามารถจัดเก็บได้นานขึ้น 2) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือ ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าท้องถิ่นชุมชนบ้านหนองมะค่า 3) ปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้างและด้านกราฟิกมีความสัมพันธ์ทางบวกการรับรู้ของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าท้องถิ่นชุมชนบ้านหนองมะค่า **อาจเป็นเพราะ** การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพเกิดจากการบูรณาการองค์ประกอบการออกแบบทั้งด้านโครงสร้างและกราฟิกเข้าด้วยกัน โดยการออกแบบโครงสร้างที่ใช้กระดาษลูกฟูกเคลือบฟิล์มกันน้ำช่วยแก้ปัญหาความชื้นที่เป็นปัญหาหลักของผลิตภัณฑ์ ขณะที่การออกแบบกราฟิกที่ใช้สีสันทันทีเหมาะกับจิตวิทยาสำหรับเด็กและการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบ Step-by-step ช่วยให้เด็กเข้าใจและเรียนรู้ได้ง่าย ทำให้บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ได้ทั้งการป้องกันผลิตภัณฑ์และการสื่อสารข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ เมื่อทั้งสองด้านทำงานร่วมกันอย่างลงตัว จะส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ในเชิงบวกและตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น **แสดงให้เห็นว่า** การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ควรพิจารณาเรื่องโครงสร้าง วัสดุ กราฟิก และฉลากที่วางลำดับข้อมูลดี จะยกระดับทั้งการใช้งานและการสื่อสาร และมีผลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคเป็นสำคัญ โดยเฉพาะในบริบทสินค้าชุมชนที่ต้องการทั้งความคงทนและการเล่าเรื่องแบรนด์ให้จับต้องได้

5.2.3 ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

ความพึงพอใจสูงสุดด้านความสะดวก ในการถือ จัดเก็บ และขนส่ง ตอบสนองต่อปัญหาการขาดพื้นที่เพาะเห็ดที่เหมาะสม ขณะที่ความพึงพอใจด้านข้อมูลที่ครบถ้วนตอบโจทย์ผู้บริโภคที่ต้องการเรียนรู้การเพาะเลี้ยงจากสื่อออนไลน์ สิ่งสำคัญคือ บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ เป็นการช่วยพัฒนาวิสาหกิจชุมชนถือว่าเป็นเศรษฐกิจฐานรากได้เข้มแข็ง **ซึ่งสอดคล้องกับ** งานวิจัยของ จุฑามาศ เถียรเวช (2567) ศึกษาและออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เห็ดวอฟเฟิลกรอบ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฟาร์มเห็ดกลางบ้าน จังหวัดปทุมธานี พบว่า ผู้วิจัยได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์เพิ่มเติมตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นประเภทกล่องกระดาษ พรีนตด้วยระบบออฟเซต ภายในบรรจุด้วยขนมเห็ดวอฟเฟิลกรอบที่บรรจุลงในถุงซีลร้อน เพื่อไม่ให้อากาศเข้าไปภายใน มีขนาด 12x5x12 เซนติเมตร หลังจากนั้นผู้วิจัยได้นำมาผลิตเป็นต้นแบบบรรจุภัณฑ์และประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับเหมาะสมมาก **อาจเป็นเพราะ** บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ตอบสนองความต้องการเฉพาะ

ของผู้บริโภคในยุคปัจจุบันที่ต้องการความสะดวกสบาย ทั้งในด้านการพกพา การจัดเก็บ และการใช้งานจริง ในขณะเดียวกัน การระบุข้อมูลและคู่มือที่ครบถ้วนยังตอบสนองต่อพฤติกรรมการเรียนรู้ของผู้บริโภคยุคดิจิทัลที่ต้องการข้อมูลที่เข้าใจง่ายและสามารถปฏิบัติตามได้จริง เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจในการใช้งานผลิตภัณฑ์ แสดงให้เห็นว่า ดังนั้น ผลการวิจัยที่แสดงความพึงพอใจในระดับสูง สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึงผู้ใช้งานจริง ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญสำหรับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถแข่งขันในตลาดและสร้างมูลค่าเพิ่มได้อย่างยั่งยืน

5.2.4 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จังหวัดสุพรรณบุรี

แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ด ได้มีการพัฒนาโดยสอดคล้องจากผู้บริโภคและผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์ มีผลจากการประเมินความพึงพอใจทั้งสองส่วนมีผลทำให้รับการยอมรับและมีการยอมรับซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ด้าน 1.ด้านการออกแบบ การออกแบบผลิตภัณฑ์ทางด้านบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดได้รับการยอมรับและเห็นด้วยอย่างยิ่ง 2.ด้านการตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภค พฤติกรรมผู้บริโภคเห็นด้วยการออกแบบที่ใช้งานสะดวกและการให้ข้อมูลที่ครบถ้วนตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภค 3.ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่ม การออกแบบที่สวยงามและใช้งานสะดวก ผู้บริโภคเห็นด้วยว่าบรรจุภัณฑ์ที่ใส่ก่อนเพาะเห็ดเป็นสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ด

แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงควรรักษาจุดแข็งในความเหมาะสมของโครงสร้างและความสวยงามของกราฟิก พร้อมเสริมความชัดเจนในข้อมูล และปรับปรุงมาตรการป้องกันความชื้น เพื่อรองรับการใช้งานที่มีประสิทธิภาพและตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ทั้งด้านฟังก์ชันและการตลาด ช่วยให้วิสาหกิจชุมชนเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเมือง แต่ลูกค้ามีพื้นที่การเพาะเลี้ยงเห็ดจำกัด ซึ่งต้องการข้อมูลที่ชัดเจน ส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนสามารถเพิ่มยอดขาย และมีการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง ซึ่งสอดคล้องกับ งานวิจัยของ อังคณา จัดตามาศ และคณะ (2019) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า อำเภอบำเหน็จณรงค์ จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ พบว่า 1) บรรจุภัณฑ์ใหม่ออกแบบให้มีโครงสร้างสะดวกต่อการเคลื่อนย้ายและพกพา รวมทั้งสามารถจัดเก็บได้นานขึ้น 2) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ คือ ระดับการศึกษาต่างกันมีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าท้องถิ่นชุมชนบ้านหนองมะค่า 3) ปัจจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้างและด้านกราฟิกมีความสัมพันธ์ทางบวกการรับรู้ของผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าท้องถิ่นชุมชนบ้านหนองมะค่า อาจเป็นเพราะ บรรจุภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ผู้บริโภคสมัยใหม่ได้ดีกว่าแบบเดิม เนื่องจากผู้บริโภคในเมืองมีพื้นที่จำกัด จึงต้องการผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้งานง่าย มีข้อมูลครบ และเก็บรักษาได้สะดวก พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับความสวยงาม

ดังนั้น บรรจุภัณฑ์ที่รวมทั้งประโยชน์ใช้สอยและความสวยงาม จึงสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น **แสดงให้เห็นว่า** การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีมิติครบถ้วน ทั้งด้านฟังก์ชันการใช้งาน ความสวยงาม และการสื่อสาร ซึ่งเป็นกุญแจสำคัญในการยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชนให้สามารถแข่งขันในตลาดสมัยใหม่และเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังช่วยสร้างความยั่งยืนให้กับวิสาหกิจชุมชนผ่านการเพิ่มมูลค่าและการสร้างความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ได้

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1) การผสมผสานอัตลักษณ์ชุมชน ในกล่องบรรจุภัณฑ์จะมีช่องวงกลมที่ให้เห็ดออกจากช่องวงกลมมีความสัมพันธ์กับการตุนหรือกราฟิกที่สื่อถึงผลิตภัณฑ์ รวมทั้งการนำสัญลักษณ์ของชุมชนหรือสถานที่วิสาหกิจชุมชนมาใช้ในการจัดวางองค์ประกอบเพื่อสะท้อนความเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน

2) การออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ที่มีช่องวงกลมที่มีการเจาะช่องเพื่อระบายอากาศ การเจาะช่องวงกลมยังมีไว้เพื่อสำหรับการออกดอกของเห็ดควรมีวัสดุแหวนพลาสติกหรือวัสดุรองรับเพื่อป้องกันการผุกร่อนบริเวณดังกล่าว และควรเจาะช่องทั้งด้านหน้าและด้านหลังเพื่อสร้างการระบายอากาศที่มากขึ้นตามความเหมาะสม

3) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การนำ QR Code มาใช้เพื่อเชื่อมโยงการให้บริการที่เพิ่มขึ้นหรือการให้ข้อมูลเพิ่มขึ้น วิธีการ/ขั้นตอนการเพาะเลี้ยงเห็ดในรูปแบบวิดีโอหรือรูปแบบเอกสาร ทั้งนี้ยังรวมถึงประวัติ ความเป็นมาของร้านค้าหรือวิสาหกิจชุมชนเพิ่มทรัพยากรเห็ดฟาร์ม ซึ่งจะช่วยอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคที่ต้องการคำแนะนำเพิ่มเติมโดยไม่จำเป็นต้องพิมพ์ข้อมูลจำนวนมากบนกล่องบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ยังเป็นการลดต้นทุนการผลิตและเพิ่มรูปแบบตามสมัยนิยมในตัวกล่องบรรจุภัณฑ์

บรรณานุกรม

- จิตแข เทพชาตรี (2566). อาหารเสริมภูมิคุ้มกัน ต้านโรค COVID-19 สืบค้นเมื่อ 24 ก.ค. 2566.
สืบค้นจาก <https://www.thairath.co.th/lifestyle/health-and-beauty/2700352>
- จิตติมา เสือทอง, รัตติยากร พิงสติ, & ภัทรภร ปุณณะตุง. (2022). ภาพประกอบบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ผลิตภัณฑ์อ้อยอินทรีย์ตราเกษตร. วารสารดีไซน์ เอกโค, 3(1), 24-31.
- จิรพงษ์ ประเสริฐพลกรัง, 2568 “คู่มือข้อมูลประชากรไทยปี 67 "ผู้หญิง" มากกว่าผู้ชาย 1.6 ล้านคน” 14 ม.ค. 2568 สืบค้นจาก <https://www.thansettakij.com/business/economy/616958>
- จุฑามาศ เกียรเวช (2567) ศึกษาและออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เห็ดวาฟเฟิลกรอบ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฟาร์มเห็ดกลางบ้าน จังหวัดปทุมธานี. วารสารศิลปกรรมสาร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ 17(2), 139-157.
- เจษฎาพล กิตติพัฒน์วิทย์ (2557) การพัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนอำเภอสนักแพง จังหวัดเชียงใหม่ วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่ 15(2) April – September 2557
- ฉัตรนัยภากร บุราโส (2564) การรวบรวมข้อมูลการผลิตและการตลาดเห็ดเศรษฐกิจและเห็ดป่ากินได้ในประเทศไทย สำนักงานพัฒนาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ (สวทช.) สืบค้นเมื่อ 24 ก.ค. 2566.
สืบค้นจาก <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2021/20210817-economic-mushroom-market.pdf>
- ชุมพล คุณวาสี. (2554). เอกสารประกอบการสอนวิชา 2305 101 GENERAL BIOLOGY II: PLANT DIVERSITY. ภาควิชาพฤกษศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชินเนย์ รัตภัทร์ และปิยะวรรณ คุ่มญาติ (2561) การวิจัยแบบมีส่วนร่วมในการพัฒนาออกแบบตราผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทอาหาร : กรณีศึกษา ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มของหมู่บ้านหินไคว้ อำเภอบ้านตาก จังหวัดตาก วารสารราชชมงคลล้านนา 6(2) กรกฎาคม – ธันวาคม 2561
- ณรงค์ศักดิ์ บุญยมาลิก. (2555). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไตรรัตน์ มาศตเวช และคณะ (2564) แนวทางการส่งเสริมการเพาะเห็ดฟาร์มในชุมชน กรณีศึกษา ฟาร์มเห็ดดาบตำรวจจิเชียร คงจ้อย หมู่ที่ 9 ตำบลร่มเมือง อำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์ 4(2) กรกฎาคม – ธันวาคม 2564 สืบค้นเมื่อ 23 ก.ค. 2566. สืบค้นจาก <http://www.cmruir.cmru.ac.th/handle/123456789/611>
- โทชาวะ บุณจิ. (2544). คิดใหม่ ทำใหม่ด้วยไคเซ็น. กรุงเทพฯ: ส.เอเชียเพลส.
- ธนาคารโลก . (2025) สัดส่วนประชากรไทย สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2567 จาก <https://tradingeconomics.com/thailand/population-ages-65-and-above-percent-of-total-wb-data.html>
- ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร. (2555). การบรรจุภัณฑ์ (Packaging). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยรามคำแหง

บรรณานุกรม (ต่อ)

นัฐพร ใจแก้ว. (2552). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของมะขามหวานพันธุ์ประกายทอง [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีหลังการเก็บเกี่ยว]. คณะทรัพยากรชีวภาพและเทคโนโลยี, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

นิเวศน์ ธรรมะ. (2567). การจัดการการตลาดในยุคดิจิทัล. กรุงเทพฯ: ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ บริษัท ทำฟาร์มดี จำกัด. (16 เมษายน 2564). เห็นนางฟ้างูฐาน เทรนใหม่ของเมนูเพื่อสุขภาพ. <https://www.tamfarmdee.com/content/9135/> สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2568

ประชิด ทิณบุตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์ PACKAGING DESIGN. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้ง เฮาส์. ปัทมาพร ท่อชู. (2556). "การทำความเข้าใจ การออกแบบการบรรจุภัณฑ์". สาขาวิชาอุตสาหกรรมศิลป์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์. สืบค้นจาก

<http://www.thailandindustry.com/online/mag/view2.php?id=732§ion=37&issues=28>

พรชัย ราชชนะพันธุ์. (2552). บรรจุภัณฑ์สำคัญไหน. เชียงใหม่: โครงการเครือข่าย สวทช. ภาคเหนือ. เพ็ญสินี ขวนะครุ และโสจิรา ทองตัน. (2559). ตลาดผู้บริโภคและพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.

ยวิษฐา รัตนสมมาตร และสุกัลยา เขียวขวัญ (2565) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม : การพัฒนาชุดเพาะเห็ดสำเร็จรูปของฟาร์มเกษตรลูกทุ่ง ตำบลดอนหัน อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น วารสารแก่นเกษตร Khon Kean Agriculture Journal SUPPL.1 (2022) Agricultural Conference

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. (2545). *คุณภาพคือการบูรณาการ*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-ญี่ปุ่น). วิทยาลัยการแพทย์บูรณาการ ม.ธุรกิจบัณฑิต (CIM DPU) (2566) ธุรกิจ “อาหารเพื่อสุขภาพ” ยุคใหม่ทำอะไรให้ตอบใจทุกคนทุกวัย สืบค้นเมื่อ 24 ก.ค. 2566. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1054386>

วิฑูรย์ รุ่งเรืองผล. (2553). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : มาร์เก็ตติ้งมูฟ จำกัด
วีรพงษ์ เฉลิมจิระรัตน์. (2547). *การแก้ปัญหาแบบคิดชี*. กรุงเทพฯ: สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี.
ศศิธร ทองเปรมจิตต์ และ ศิริินภา พรหมมาแบน. (2019). การออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมกลีบลำดวน ชัชฎา ภรณ์เบเกอร์ที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่น. RMUTL Journal of Business Administration and Liberal Arts, 7(1), 117-127.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2564). หลักการตลาด (Principles of Marketing) . กรุงเทพฯ : ท็อป.
สันทัต เสริมศรี. (2541). ประชากรศาสตร์ทางสังคม (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: ภาควิชาสังคมศาสตร์ คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ (สำนักงานกปร.). (2555, ตุลาคม). คู่มือการเพาะเห็ดเศรษฐกิจและเห็ดพื้นเมือง.

บรรณานุกรม (ต่อ)

- สุธาสนี โพธิจันทร์. (2558). *PDCA หัวใจสำคัญของการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง*. สืบค้นเมื่อ 13 กันยายน 2568, เข้าถึงได้จาก <https://www.ftpi.or.th/2015/2125>
- สุปัญญา ไชยชาญ. (2551). การบริหารการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 6) กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลิฟวิ่ง.
- สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). *ออกแบบบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ : วาดศิลป์.
- เหมวดี ภายใหญ่ และคณะ (2566) การพัฒนาผลิตภัณฑ์การแปรรูปเห็ด พัฒนาคาสิโนและบรรจุภัณฑ์ ตำบลหนองบัว อำเภอภูเรือ จังหวัดเลย โดยใช้แนวคิด BCG การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและสร้างมูลค่าเพิ่ม. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, 25(2), 225-248.
- องใบฎีกาณภัทร เพ็ญหิ้ว (พานิช) และคณะ (2021) การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้าชุมชนขยายชา อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม สืบค้นเมื่อ 24 ก.ค.2565 สืบค้นจาก <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmbr/article/download/250774/170491/919631>
- อนุชิต ศิริกิจ. (2553). การตลาดเชิงกลยุทธ์. นนทบุรี:
- อรทัย เลิศวรรณวิทย์. (2559). *การวางแผนการตลาด Marketing Planning*. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อังคณา จัดตามาศ และคณะ (2019) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสัมพันธ์ต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าท้องถิ่นของวิสาหกิจชุมชนบ้านหนองมะค่า อำเภอปราณบุรี จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ สืบค้นเมื่อ 24 ก.ค.2565 สืบค้นจาก <https://so01.tcithaijo.org/index.php/AJPU/article/download/159072/155974/767239>
- อุทัย บุญประเสริฐ. (2546). *การบริหารจัดการสถานศึกษาโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Charmaz, K. (2014). *Constructing grounded theory* (2nd ed.). Sage Publications.
- Corbin, J., & Strauss, A. (2015). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (4th ed.). Sage Publications.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Cronbach, L. J. (1960). *Essentials of Psychological Testing*. Tokyo : Tasha Insatsu Printing.
- Deming, W. E. (1993). *PDCA Cycle a Quality Approach*. Cambridge: MA MIT.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Aldine Publishing Company.
- ion. (2563). “เห็ด”อาหารสู้ภัยโควิด สืบค้นเมื่อ 24 ก.ค. 2566. จาก <https://food.trueid.net/detail/LYgkWEyj8rXY>

บรรณานุกรม (ต่อ)

Kotler, P., & Armstrong, G. (2020). *Principles of Marketing* (17th Global Edition). Pearson Education Limited.

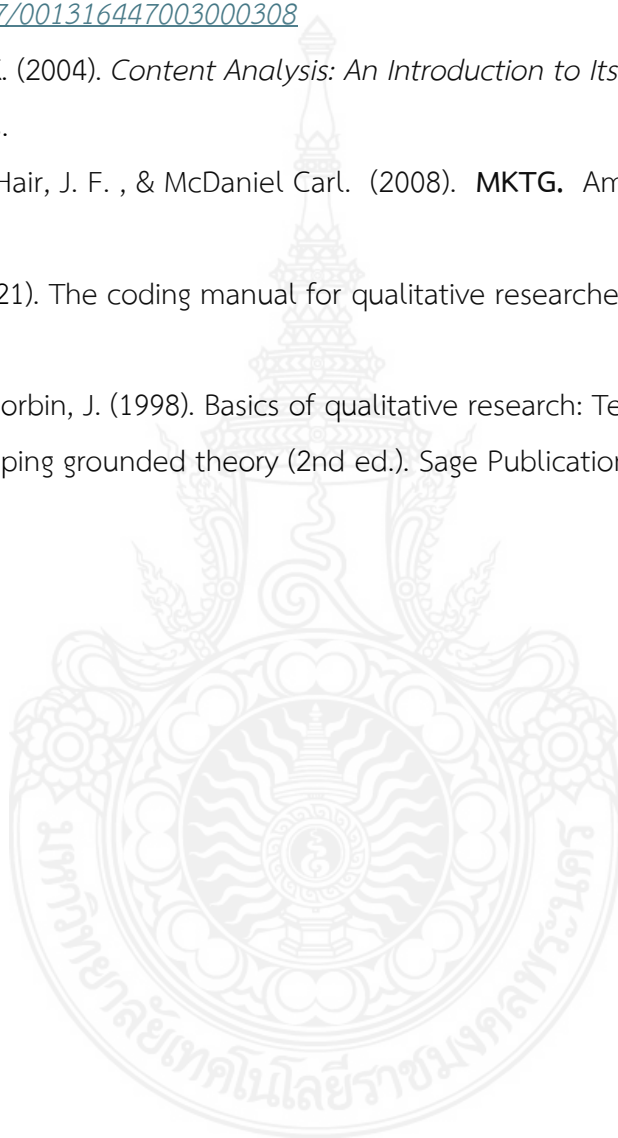
Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607-610.
<https://doi.org/10.1177/001316447003000308>

Krippendorff, K. (2004). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology* (2nd ed.). Sage Publications.

Lamb, C. W. , Hair, J. F. , & McDaniel Carl. (2008). **MKTG**. America: Thomson Higher Education

Saldaña, J. (2021). *The coding manual for qualitative researchers* (4th ed.). Sage Publications.

Strauss, A., & Corbin, J. (1998). *Basics of qualitative research: Techniques and procedures for developing grounded theory* (2nd ed.). Sage Publications.



ภาคผนวก





แบบสัมภาษณ์

เรื่อง ข้อมูลผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี

(สำหรับผู้ประกอบการ)

ชื่อโครงการวิจัย การออกแบบและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี

เจ้าของโครงการวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุสดี วัฒนเมธา (หัวหน้าโครงการวิจัย)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิรพร มหาอินทร์ (ผู้ร่วมโครงการวิจัย)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ (ผู้ร่วมโครงการวิจัย)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล เดชประเสริฐ (ผู้ร่วมโครงการวิจัย)

หน่วยงาน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้สัมภาษณ์.....

วันที่สัมภาษณ์..... เวลา.....

สถานที่.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ถูกสัมภาษณ์

ชื่อวิสาหกิจชุมชน.....

ตำแหน่งในกลุ่ม.....

อายุ..... อาชีพหลัก.....

ช่องทางการติดต่อ.....

ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

1. ข้อมูลความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

- 1.1 ความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ เริ่มต้นอย่างไร
- 1.2 จำนวนสมาชิก ลักษณะ และการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเป็นอย่างไร
- 1.3 ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ณ ปัจจุบัน มีกี่ประเภท อะไรบ้าง
- 1.4 ขั้นตอนและสถานที่ในการผลิตเป็นอย่างไร

2. ข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

- 2.1 บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจที่ใช้อยู่ในปัจจุบันมีกี่ประเภท อะไรบ้าง
- 2.2 ตราสัญลักษณ์/เครื่องหมายการค้า มีลักษณะอย่างไร สามารถเปลี่ยนแปลงได้หรือไม่
- 2.3 รูปแบบตัวอักษร สี ภาพประกอบ เครื่องหมายต่าง ๆ และรายละเอียดที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจของเดิมเป็นอย่างไร หากปรับปรุงและพัฒนาจะมีความต้องการอย่างไร

3. ข้อมูลด้านราคาผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

- 3.1 ต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ ค่าแรงงาน ต่อ 1 ก้อนเห็ด รวมทั้งหมดราคาเท่าไร และจ้างสถานที่ใดในการผลิตบรรจุภัณฑ์
- 3.2 ราคาขายก้อนเพาะเห็ด ต่อ ก้อนเห็ด และ ราคาขายก้อนเพาะเห็ด ต่อ กล่อง รวมถึงยอดขายรวมทั้งหมดต่อเดือนเป็นอย่างไร

4. ข้อมูลด้านช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

ช่องทางในการจัดจำหน่ายก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ ณ ปัจจุบัน เป็นอย่างไร รวมถึงสถานที่ในการจัดจำหน่ายก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ (ขายปลีก/ขายส่ง) จัดจำหน่ายที่ไหนบ้าง (ออนไลน์/ออฟไลน์)

5. ข้อมูลด้านการส่งเสริมการตลาดผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ มีการส่งเสริมการตลาด อะไรบ้าง

ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะอื่น ๆ

ขอขอบคุณที่สละเวลาในการสัมภาษณ์



แบบสัมภาษณ์

เรื่อง ข้อมูลผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี (สำหรับกลุ่มลูกค้า)

ชื่อโครงการวิจัย การออกแบบและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี

เจ้าของโครงการวิจัย ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผุสดี วัฒนเมธา (หัวหน้าโครงการวิจัย)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิรพร มหาอินทร์ (ผู้ร่วมโครงการวิจัย)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ (ผู้ร่วมโครงการวิจัย)
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล เดชประเสริฐ (ผู้ร่วมโครงการวิจัย)

หน่วยงาน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ผู้สัมภาษณ์.....

วันที่สัมภาษณ์..... เวลา.....

สถานที่.....

ตอนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ถูกสัมภาษณ์

1. เพศ
 - 1.1 ชาย
 - 1.2 หญิง
 - 1.3 เพศทางเลือก
2. อายุ
 - 2.1 20 – 29 ปี
 - 2.2 30 – 39 ปี
 - 2.3 40 – 49 ปี
 - 2.4 50 – 59 ปี
 - 2.5 60 ปี ขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด
 - 3.1 ต่ำกว่าปริญญาตรี
 - 3.2 ปริญญาตรี
 - 3.3 ปริญญาโทหรือสูงกว่า
4. อาชีพในปัจจุบัน
 - 4.1 นักศึกษา
 - 4.2 ธุรกิจส่วนตัว
 - 4.3 รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ
 - 4.4 พนักงานบริษัทเอกชน
 - 4.5 อื่น ๆ.....
5. รายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยประมาณ
 - 5.1 ต่ำกว่า 15,000 บาท
 - 5.2 15,000 – 20,000 บาท
 - 5.3 20,001 – 25,000 บาท
 - 5.4 25,001 – 30,000 บาท
 - 5.5 30,001 – 35,000 บาท
 - 5.6 35,001 – 40,000 บาท
 - 5.7 40,000 บาทขึ้นไป
6. สถานภาพ
 - 6.1 โสด
 - 6.2 สมรส

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับทัศนคติต่อตราผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี

- 2.1 ท่านขึ้นขอการเครื่องหมายการค้าของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีหรือไม่ อย่างไร
- 2.2 ท่านคิดว่าเครื่องหมายตราสินค้า เช่น รูปภาพ ลักษณะตัวอักษรของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีมีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร
- 2.3 ท่านขึ้นขอในตราสินค้าผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีหรือไม่ อย่างไร
- 2.4 ท่านคิดว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีมีความน่าสนใจและจดจำตราสินค้า (Logo) ได้หรือไม่ อย่างไร
- 2.5 ท่านมีข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับตราสินค้าผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีหรือไม่ อย่างไร

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี

- 3.1 ด้านการบรรจุ : ท่านคิดว่าขนาดของบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีมีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์ภายในหรือไม่ อย่างไร
- 3.2 ด้านการบรรจุ : ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีมีคุณภาพและมาตรฐานมีความแข็งแรงหรือไม่ อย่างไร
- 3.3 ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ : ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในจากแรงกระแทกภายนอกได้ดีหรือไม่ อย่างไร
- 3.4 ด้านความสะดวก : ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีสะดวกในการขนย้ายหรือไม่ อย่างไร
- 3.5 ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย : ท่านคิดว่ารูปแบบภายนอกของบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีมีความน่าสนใจหรือไม่ อย่างไร
- 3.6 ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย : ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีมีความน่าเชื่อถือ จนทำให้อยากทดลองเพาะเห็ดหรือไม่ อย่างไร
- 3.7 ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย : ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีมีข้อมูลระบุอย่างครบถ้วนและชัดเจน เช่น วันเดือนปีที่ผลิต วิธีการใช้งาน วิธีการเก็บรักษาหรือไม่ อย่างไร
- 3.8 ด้านความสวยงาม : ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีมีความสวยงาม และดึงดูดใจแก่ลูกค้าหรือไม่ อย่างไร
- 3.9 ด้านความสวยงาม : ท่านคิดว่าสีของบรรจุภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีมีความเหมาะสมหรือไม่ อย่างไร

3.10 ด้านความสวยงาม : ท่านคิดว่าการใช้ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ก่อนแพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีมีส่วนช่วยให้ตัดสินใจซื้อได้ง่ายขึ้นหรือไม่ อย่างไร

3.11 ท่านมีข้อเสนอแนะอื่น ๆ เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ก่อนแพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีหรือไม่ อย่างไร

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนแพะเห็ดเศรษฐกิจ

4.1 วัตถุประสงค์ที่ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนแพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี ท่านนำไปใช้ประโยชน์แบบใด

4.2 ในแต่ละครั้ง ที่ท่านซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนแพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี ท่านซื้อปริมาณเท่าไร

4.3 ท่านตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนแพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี เพราะเหตุใด

4.4 ท่านรู้สึกอย่างไรเมื่อท่านได้ทดลองแพะเห็ดตามที่ท่านได้ตัดสินใจซื้อมาแล้ว ท่านประทับใจในตราสินค้าและก่อนแพะเห็ดเศรษฐกิจหรือไม่ อย่างไร

4.5 หากท่านมีความประทับใจ ท่านมีแนวโน้มที่จะกลับไปซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนแพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีซ้ำอีกครั้งหรือไม่ อย่างไร

4.6 หากท่านมีความประทับใจ ท่านมีแนวโน้มในการแนะนำผู้อื่นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ก่อนแพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีหรือไม่ อย่างไร

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

5.1 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ก่อนแพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี ควรปรับปรุง/พัฒนาเรื่องใด เพราะเหตุใด

ขอขอบคุณที่สละเวลาในการสัมภาษณ์



แบบประเมินบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ชื่อโครงการวิจัย	การออกแบบและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก้อนพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี
เจ้าของโครงการวิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์สุสดี วัฒนเมธา (หัวหน้าโครงการวิจัย) ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิรพร มหาอินทร์ (ผู้ร่วมโครงการวิจัย) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ (ผู้ร่วมโครงการวิจัย) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล เดชประเสริฐ (ผู้ร่วมโครงการวิจัย)
หน่วยงาน	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ก้อนพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี
2. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก้อนพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี
3. เพื่อศึกษาความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก้อนพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี
4. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก้อนพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี

คำชี้แจง

แบบประเมินนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัย เพื่อนำไปใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับโครงสร้างและการออกแบบกราฟิก รวมถึงการออกแบบตราของผลิตภัณฑ์ก้อนพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี จึงขอความกรุณาในการตอบแบบประเมินนี้ให้ครบถ้วนตามความเป็นจริง

จากข้อมูลทั้งหมด ผู้วิจัยขอรับรองว่าข้อมูลที่ตอบทั้งหมดถือเป็นความลับ และนำเสนอผลงานโดยรวมเท่านั้น

ผู้วิจัยใคร่ขอขอบพระคุณที่ท่านกรุณาสละเวลาในการให้ข้อมูลตอบแบบประเมินมา ณ โอกาสนี้

สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

1. โครงสร้างหลักของบรรจุภัณฑ์

- **เนื้อวัสดุ (Material Substrate):** กระดาษลูกฟูก (Corrugated board)แบบลอน E
- **รูปทรงทางเรขาคณิต (Geometric Design):** รูปทรงแบบกล่องสี่เหลี่ยมผืนผ้า (Rectangular Box) พร้อมหูหิ้ว (Carry Handle)
- **ขนาด (Dimension):** น้ำกว้าง 10.5 CMS. ยาว 21 CMS. สูง 20 CMS. หูหิ้วสูง 8 CMS
- **ช่องเปิดและปิด (Opening/Closure system):** ลักษณะฝาปิด/เปิด ระบบฝาปิดสอดล็อก (Tuck-in flap) พร้อมหูหิ้วด้านบน เพื่อลดการหลุดร่วง
- **ช่องระบายอากาศ (Ventilation Window):** มีมีช่องระบายอากาศเป็นรูเล็ก ๆ ด้านหน้ากล่องสำหรับพื้นที่ให้เห็ดโต
- **ความสะดวกในการกำจัด (Ease of Disposal):** สามารถย่อยสลายง่ายในสภาพแวดล้อมทั่วไป ไม่สร้างขยะตกค้าง/ไม่สามารถย่อยสลาย

2. การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

- **สี (Color) CMYK**
เน้นถึงสื่อถึงสื่อถึงความเป็นธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, สร้างความโดดเด่นและดึงดูดสายตา
- **ฟอนต์ (Typography)**
 - ใช้ตัวอักษร TH Saraban New
- **องค์ประกอบกราฟิก (Graphic Motif)**
 - ลวดลายการตุ้มเด็กและเห็ดในป่า → สื่อถึงความเป็นมิตร สดใส เหมาะกับกลุ่มผู้บริโภคทั่วไปและครอบครัว

3. โครงสร้างการจัดวาง (Layout Structure) : การจัดโซนข้อมูล

- ด้านหน้ากล่อง: มีข้อมูลชื่อแบรนด์ "Journey Mushroom" ขนาดใหญ่ ภาพประกอบตัวการ์ตูนเด็กกับเห็ดในบรรยากาศป่า ข้อความ “ก้อนเพาะเห็ด” และ “วิสาหกิจเพิ่มทรัพย์เห็ดฟาร์ม”
- ด้านข้างกล่อง: มีข้อมูลแนะนำก้อนเพาะเห็ด ข้อมูลผู้ผลิต
- ด้านหลังกล่อง: มีข้อมูลวิธีเพาะเห็ด ขั้นตอนการใช้งาน แบบอินโฟกราฟิก คำแนะนำการใช้งาน

ตอนที่ 1 โครงสร้างของผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ

คำชี้แจง จากภาพประกอบที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์ กรุณาใส่ตัวเลขลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในประเด็นต่าง ๆ โดยพิจารณาจากระดับการความคิดเห็นของท่าน มีดังนี้

5	หมายถึง	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
4	หมายถึง	เห็นด้วย
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	ไม่เห็นด้วย
1	หมายถึง	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

เกณฑ์การประเมิน	ระดับความคิดเห็นของท่าน					ข้อเสนอแนะ
	5	4	3	2	1	
1. ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์						
1.1 วัสดุบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์						
1.2 รูปร่างมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์						
1.3 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องสินค้าได้จริง						
1.4 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สะดวกในการหิ้วถือ พกพา						
1.5 รูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถทำและผลิตได้จริง						
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์						
2.1 บรรจุภัณฑ์บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ได้อย่างครบถ้วน						
2.2 การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์						
2.3 รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นและแตกต่างจากคู่แข่งชั้นประเภทผลิตภัณฑ์เดียวกันในท้องตลาด						
2.4 การใช้ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์						
2.5 ภาพรวมของกราฟิกบรรจุภัณฑ์สามารถสื่อความหมายได้ชัดเจนและตรงประเด็น						

ความคิดเห็นเพิ่มเติม

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างสูง



แบบสอบถามการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย

เรื่อง การหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถามหรือค่าความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

(Index of Item-Objective Congruence, IOC)

(สำหรับผู้ทรงคุณวุฒิ)

ชื่อโครงการวิจัย	การออกแบบและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก้อนพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี
เจ้าของโครงการวิจัย	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ผุสดี วัฒนเมธา (หัวหน้าโครงการวิจัย) ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิรพร มหาอินทร์ (ผู้ร่วมโครงการวิจัย) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ (ผู้ร่วมโครงการวิจัย) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นพดล เดชประเสริฐ (ผู้ร่วมโครงการวิจัย)
หน่วยงาน	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้มุ่งตรวจสอบ เพื่อหาความเที่ยงตรง (Validity) โดยการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index - Objective Congruence Index: IOC) เพื่อนำไปปรับปรุงและใช้ในการเก็บข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก้อนพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรีให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้นต่อไป

แบบสอบถามนี้ใช้พิจารณาเครื่องมือวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน

ตอนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องโครงการวิจัย

ตอนที่ 2 การประเมินเครื่องมือวิจัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องโครงการวิจัย เพื่อใช้พิจารณาข้อคำถามในเครื่องมือวิจัย มีดังนี้

1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ต้นแบบของผลิตภัณฑ์ก้อนพะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี

1.2 หน้าที่และบทบาทของบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการประเมินเครื่องมือวิจัยสำหรับการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มีดังนี้

1. ทำหน้าที่รองรับ (Contain) บรรจุภัณฑ์ จะทำหน้าที่รองรับสินค้าให้รวมกันอยู่เป็นกลุ่มน้อยหรือตามรูปร่างของภาชนะนั้น ๆ

2. ป้องกัน (Protect) บรรจุภัณฑ์ จะทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในไม่ให้ยุบสลายเสียรูปหรือเสียหายอันเกิดจากสภาพสิ่งแวดล้อม
3. ทำหน้าที่รักษา (Preserve) คุณภาพสินค้าให้คงเดิมตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงผู้บริโภคคนสุดท้าย
4. บ่งชี้ (Identity) หรือแจ้งข้อมูล (Inform) รายละเอียดต่าง ๆ ของสินค้าเกี่ยวกับชนิด คุณภาพ และแหล่งที่มาหรือจุดหมายปลายทาง โดยหีบห่อต้องแสดงข้อมูลอย่างชัดเจนให้ผู้บริโภค
5. ดึงดูดความสนใจ (Consumer Appeal) และช่วยชักจูงในการซื้อสินค้า
6. ช่วยเพิ่มผลกำไร และส่งเสริมยุทธวิธีการตลาด โดยการเปิดตลาดใหม่หรือการเพิ่มยอดขายให้กับสินค้า
7. สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ผลิตภัณฑ์ สร้างความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค
8. การส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อยึดพื้นที่แสดงจุดเด่นของตัวเองได้อย่างน่าสะดุดตา
9. การแสดงตัว (Presentation) คือ การสื่อความหมาย บุคลิก ภาพพจน์ การออกแบบ และสีสันแห่งคุณภาพ ความคุ้มค่าต่อผู้บริโภค / ผู้ใช้/ ผู้ซื้อ ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชัดเจน สร้างความ มั่นใจ เห็นแล้วอดซื้อไม่ได้
10. การจัดจำหน่ายและการกระจาย (Distribution) เหมาะสมต่อพฤติกรรม การซื้อขาย เอื้ออำนวย การแยกขาย ส่งต่อ การตั้งโชว์ การกระจาย การส่งเสริมจุดสนใจในตัว ทนต่อการขนย้าย ขนส่ง และการคลังสินค้าด้วยต้นทุนสมเหตุสมผล

1.3 ผลิตภัณฑ์ก๊อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี

วัสดุหลัก : กระดาษคราฟท์ (ลอน E) Single wall (กระดาษลูกฟูกสามชั้น)

สีที่ใช้ : CMYK

ย่อมาจาก C = cyan (ฟ้าอมเขียว), M = magenta (แดงอมม่วง), Y = yellow (สีเหลือง), K = black (สีดำ)

ขนาด : กว้าง 10.5 ซม. ยาว 21 ซม. สูง 20 ซม. (ไม่นับความสูงที่จับประมาณ 8 ซม.)

คุณสมบัติ : รองรับการผลิตได้ดีที่สุด เพราะมีความบาง แข็งแรง เหมาะกับกล่องขนาดเล็ก

เทคนิคพิมพ์ : Offset Printing จะได้ภาพพิมพ์คมชัด สีสันสดใส สามารถพิมพ์ได้จำนวนมากในราคาที่ประหยัด
เหมาะสำหรับงานพิมพ์ที่ต้องการคุณภาพสูง หรือ Digital Printing เหมาะสำหรับงานพิมพ์จำนวนน้อย หรืองานพิมพ์ที่ต้องการความยืดหยุ่นในการปรับเปลี่ยนดีไซน์ สามารถพิมพ์ได้โดยตรงจากไฟล์ดิจิทัล



ตอนที่ 2 การประเมินเครื่องมือวิจัย

ขอความกรุณาท่านผู้ทรงคุณวุฒิช่วยพิจารณาร่างแบบสอบถามว่ามีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัยของการวิจัยนี้หรือไม่ ด้วยการให้คะแนนในแต่ละข้อคำถามในระบบ IOC โดยการทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่าง

เกณฑ์การให้คะแนนในระบบ IOC

- 1) ให้ +1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัย
- 2) ให้ 0 คะแนน เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัย
- 3) ให้ -1 คะแนน เมื่อแน่ใจว่าข้อนั้นมีเนื้อหาที่ไม่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์งานวิจัย

2.1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบประเมินความพึงพอใจ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1	เพศ ☐ 1. ชาย ☐ 2. หญิง ☐ 3. LGBTQ+				
2	อายุ ☐ 1. ต่ำกว่า 20 ปี ☐ 2. 20 – 30 ปี ☐ 3. 31 – 40 ปี ☐ 4. 41 – 50 ปี ☐ 5. 51 – 60 ปี ☐ 5. 60 ปี ขึ้นไป				
3	ระดับการศึกษาสูงสุด ☐ 1. ต่ำกว่าปริญญาตรี ☐ 2. ปริญญาตรี ☐ 3. ปริญญาโท ☐ 4. ปริญญาเอก				
4	อาชีพ ☐ 1. นักศึกษา ☐ 2. ธุรกิจส่วนตัว ☐ 3. รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ ☐ 4. พนักงานบริษัทเอกชน ☐ 5. แม่บ้าน ☐ 6. อื่น ๆ.....				
6	สถานภาพ ☐ 1. โสด ☐ 2. สมรส ☐ 3. หม้าย/หย่าร้าง/แยกกันอยู่				

ข้อ	ข้อความคำถาม	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
5	รายได้เฉลี่ยต่อเดือนโดยประมาณ ☐ 1. ต่ำกว่า 15,000 บาท ☐ 2. 15,000 – 20,000 บาท ☐ 3. 20,001 – 25,000 บาท ☐ 4. 25,001 – 30,000 บาท ☐ 5. 30,001 – 35,000 บาท ☐ 6. 35,001 – 40,000 บาท ☐ 7. 40,000 บาทขึ้นไป ☐ 8. อื่น ๆ.....				
7	ลักษณะของที่อยู่อาศัยของท่านเป็นแบบใด ☐ 1.บ้านเดี่ยว ☐ 2.Townhouse/Townhome ☐ 3.Condominium ☐ 4.Apartment ☐ 5.อื่น ๆ				

2.2 ข้อมูลพฤติกรรมโดยทั่วไปของผู้ซื้อ

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อความคำถาม	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1.	1. ท่านเคยซื้อก่อนเพะเห็ดมาก่อน หรือไม่ ☐ 1. เคยซื้อ ☐ 2. ไม่เคยซื้อ				
2.	ท่านคิดว่าควรเพะเลียงเห็ดในบริเวณใด ☐ 1. เพะเลียงในพื้นที่สวน ☐ 2. เพะเลียงในพื้นที่รอบบ้าน ☐ 3. เพะเลียงบริเวณริมระเบียงบ้าน ☐ 4. เพะเลียงในพื้นที่ห้องครัว ☐ 5. อื่น ๆ				
3.	วัตถุประสงค์ที่ท่านซื้อก่อนเพะเห็ดด้วยเหตุผลใด (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) ☐ 1. เพะเลียงเห็ดเพื่อบริโภคในครัวเรือน ☐ 2. ชื่นชอบการเพะเลียงเห็ด ☐ 3. เพะเลียงเห็ดเป็นงานอดิเรก ☐ 4. เพื่อหารายได้เป็นส่วนหนึ่งของอาชีพ ☐ 5. เพื่อเป็นกิจกรรมให้บุตร/หลานทดลองเพะเลียงเห็ด ☐ 6. เพิ่มประสบการณ์ใหม่ ๆ จากการเพะเลียงเห็ด ☐ 7. เคยมีประสบการณ์ในการเพะเลียงเห็ดมาก่อน ☐ 8. อื่น ๆ				

ข้อ	ข้อความคำถาม	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
4 .	ท่านได้รับคำแนะนำการเพาะเลี้ยงเห็ดจากแหล่งใดมากที่สุด ☐ 1. เรียนรู้ด้วยตนเอง ☐ 2. เพื่อน/ญาติ/คนรู้จัก ☐ 3. ศึกษาจากอินเทอร์เน็ต/สื่อโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ☐ 4. ผู้เพาะเลี้ยงเห็ดที่มีความชำนาญ ☐ 5. อื่น ๆ				
6.	ปัญหา/อุปสรรคที่เกิดขึ้นมากที่สุดสำหรับการเพาะเลี้ยงเห็ด ☐ 1. ไม่มีพื้นที่ในการเพาะเลี้ยงเห็ดที่เหมาะสม ☐ 2. ไม่มีเวลาดูแลในการเพาะเลี้ยงเห็ด ☐ 3. หาข้อมูลในการเพาะเลี้ยงเห็ดได้ยาก ☐ 4. ขั้นตอนในการเพาะเลี้ยงเห็ดค่อนข้างยุ่งยาก ซับซ้อน ☐ 5. ไม่ทราบแหล่งที่ซื้อก้อนเพาะเห็ดที่มีคุณภาพ ☐ 6. อื่น ๆ				

2.3 ความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ จ.สุพรรณบุรี

ท่านมีความคิดเห็นที่มีต่อคำถามเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก้อนเพาะเห็ดเศรษฐกิจ สำหรับเครื่องมือการวิจัยนี้ เป็นแบบใด

คำชี้แจง กรุณาทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องระดับความคิดเห็นที่ตรงกับกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ข้อ	ข้อคำถาม	ระดับความคิดเห็น			ข้อเสนอแนะ
		+1	0	-1	
1. ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์					
1.1	บรรจุภัณฑ์มีคุณสมบัติสามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ จากแรงกระแทกภายนอก				
1.2	ลักษณะบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับการบรรจุก่อนเพาะเห็ด				
1.3	บรรจุภัณฑ์ช่วยอำนวยความสะดวก เช่น การถือ การจัดเก็บรักษา การขนส่ง เป็นต้น				
1.4	บรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงสามารถรับน้ำหนักสินค้าได้เป็นอย่างดี				
2. ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์					
2.1	ตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์มีความเด่นชัด สวยงาม				
2.2	ตราสินค้าช่วยสร้างความน่าสนใจ สะดุดตา				
2.3	ตราสินค้าสื่อความหมาย เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์				

2.4	บรรจุภัณฑ์บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์อย่างครบถ้วน				
2.5	ขนาดตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์สามารถมองเห็นได้ชัดเจน				
2.6	บรรจุภัณฑ์มีองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวได้ชัดเจน				
2.7	งานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์มีการจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม กลมกลืนกัน				
3. ด้านอื่น ๆ					
3.1	บรรจุภัณฑ์ช่วยให้สามารถตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ง่ายขึ้น				
3.2	บรรจุภัณฑ์สร้างความแตกต่าง และโดดเด่นกว่า เมื่อเทียบกับคู่แข่ง				
3.3	บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น				
3.4	บรรจุภัณฑ์ช่วยให้จดจำตราสินค้าได้ง่าย				
3.5	บรรจุภัณฑ์มีความทันสมัย สวยงาม ดึงดูดใจ				
3.6	บรรจุภัณฑ์ทำให้สนใจอยากทดลองเพาะเห็ดด้วยตัวเอง				
3.7	ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ก่อนเพาะเห็ดโดยภาพรวม				

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถาม



ประวัตินักวิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

ชื่อ – สกุล (ภาษาไทย) นางผุสดี วัฒนเมธา

ชื่อ – สกุล (ภาษาอังกฤษ) Mrs. Phussadee Wattanametha

ตำแหน่งปัจจุบัน (ทางวิชาการ/ราชการ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ที่อยู่ (หน่วยงาน) สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ที่อยู่ 86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 02-2829101-2 ต่อ 2353 โทรสาร 02-281 0093

มือถือ 089-5316878 e-mail phussadee.w@mutp.ac.th

ประวัติการศึกษา/ผลงาน

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิ	ปีที่จบการศึกษา
ปริญญาโท	บธ.ม. (การตลาด)	2545-2546
ปริญญาตรี	ศศ.บ.(ภาษาอังกฤษ)	2540

ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ)

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด

งานวิจัยที่รับผิดชอบ

ผลงานที่ผ่านมา

ก. ผลงานวิจัยตีพิมพ์ (ระดับชาติ และระดับนานาชาติ) (ชื่อผลงาน ชื่อวารสาร แหล่งทุน ปีที่พิมพ์)

1. Putra, K. D. C., Wattanametha, P., Saputra, U. W. E., Widiantera, I. M., Elfarosa, K. V., & Rahmau, I. W. E. D. (2024). A cross-country comparison between of the corporate social responsibility orientation in Indonesia and Thailand: Do gender and culture matter?. *Asia-Pacific Management and Business Application*, 13(2), 145–166.

2. แนวทางการตลาดของแป้งกล้วยเชิงพาณิชย์ในธุรกิจเบเกอรี่ วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร,3(2) 26-39 รายงานปีการศึกษา 2561

ข. ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณะ, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ)

1. งานวิจัย เรื่อง การเพิ่มศักยภาพทางการตลาดด้วยรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อขยายสเกลธุรกิจ

โอท็อปขนมหวานเพื่อสุขภาพ จังหวัดเพชรบุรี ปี 2564

2. งานวิจัย เรื่อง โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มอาชีพประชาชน ตามแนวพระราชดำริ สมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดา ฯ สยามบรมราชกุมารี: กลุ่มพัฒนาอาชีพนรีนพร และกลุ่มพัฒนาอาชีพสุเหล่าเกาเขนณร งบประมาณประจำปี 2563 (วช)

3. โครงการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผลงานวิจัยและนวัตกรรม “การจัดการความรู้เรื่องการ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านนายาว ต.ท่ากระดาน อ.สนามชัยเขต จ. ฉะเชิงเทรา สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ทุนงบประมาณแผ่นดิน ปี 2560

ค. ผลงานอื่น ๆ เช่นบทความ หนังสือ สิทธิบัตร ฯลฯ

ผู้สสดี วัฒนเมธา. (2564). การตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ : กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร.

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับ

1. โครงการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผลงานวิจัยและนวัตกรรม “การจัดการความรู้เรื่องการ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านนายาว ต.ท่ากระดาน อ.สนามชัยเขต จ.ฉะเชิงเทรา สู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ทุนงบประมาณแผ่นดิน ปี 2560



ผู้ร่วมโครงการวิจัย

ชื่อ – สกุล (ภาษาไทย) นางจิรพร มหาอินทร์

ชื่อ – สกุล (ภาษาอังกฤษ) Mrs. Jiraporn Mahain

ตำแหน่งปัจจุบัน (ทางวิชาการ/ราชการ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ที่อยู่ (หน่วยงาน) สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
พระนคร

ที่อยู่ 86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 02-2829101-2 ต่อ 2310 โทรสาร 02-

281 0093

ที่อยู่(บ้าน) : 36/947 หมู่บ้านพฤษภา 12./1 ซ. 6/2 ถ. เลียบคลองสาม ต. คลองสาม อ. คลองหลวง

จ. ปทุมธานี

โทรศัพท์ 0972891777

ประวัติการศึกษา/ผลงาน

ปี พ.ศ.	ระดับ ปริญญา	อักษรย่อ	สาขาวิชา	ชื่อสถาบันการศึกษา
2544	ปริญญาโท	บธ.ม.	บริหารธุรกิจ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
2540	ปริญญาตรี	บธ.บ	ธุรกิจศึกษา	สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล

ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ)

หัวหน้าหน้าสหกิจศึกษา คณะบริหารธุรกิจ ม.ทร. พระนคร

อาจารย์ผู้รับผิดชอบหลักสูตรสาขาวิชาการจัดการ

งานวิจัยที่รับผิดชอบ

ก. ผลงานวิจัยตีพิมพ์ (ระดับชาติ และระดับนานาชาติ) (ชื่อผลงาน ชื่อวารสาร แหล่งทุน ปีที่พิมพ์)

1. การจัดการความรู้เรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านนายาว ต.ท่ากระดาน

อ. สนามชัยเขต จ. ฉะเชิงเทรา วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 (2020) : กรกฎาคม - ธันวาคม 2563

2. แนวทางการตลาดของแป้งกล้วยเชิงพาณิชย์ในธุรกิจเบเกอรี่ วารสารวิชาการและวิจัย มทร.พระนคร,3(2) 26-39 รายงานปีการศึกษา 2561

ข. ผลงานวิจัยที่นำไปใช้ประโยชน์ (ต่อสาธารณะ, ชุมชน, กลุ่มเกษตรกร ฯลฯ)

1. งานวิจัย เรื่อง การเพิ่มศักยภาพทางการตลาดด้วยรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อขยายสเกลธุรกิจโอท็อปขนมหวานเพื่อสุขภาพ จังหวัดเพชรบุรี ปี 2564

2. งานวิจัย เรื่อง โครงการออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มอาชีพประชาชน ตามแนวพระราชดำริสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี: กลุ่มพัฒนาอาชีพนิรันพร และกลุ่มพัฒนาอาชีพสุเหล่าเกาะขุนเณร งบประมาณประจำปี 2563 (วช)

3. โครงการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผลงานวิจัยและนวัตกรรม “การจัดการความรู้เรื่องการ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านนายาว ต.ท่ากระดาน อ.สนามชัยเขต จ. ฉะเชิงเทราสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ทุนงบประมาณแผ่นดิน ปี 2560

4. กลยุทธ์การตลาดท่องเที่ยวเชิงนิเวศ:กรณีศึกษาชุมชนบางกะเจ้า อ.พระประแดง จ. สมุทรปราการ
ทุนงบประมาณรายได้ ปี 2557

5. การดำเนินงานและการส่งเสริมศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผลิตภัณฑ์ผ้าและเครื่องแต่งกาย จังหวัดปทุมธานี ทุนงบประมาณรายได้ ปี 2554

ค. ผลงานอื่น ๆ เช่นบทความ หนังสือ สิทธิบัตร ฯลฯ

บทความวิจัย เรื่อง การจัดการความรู้เรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านนายาว ต. ท่ากระดาน อ. สนามชัยเขต จ. ฉะเชิงเทรา วารสารสถาบันวัฒนธรรมและศิลปะ ปีที่ 22 ฉบับที่ 1 (43) กรกฎาคม - ธันวาคม 2563

ง. รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับ

1. โครงการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผลงานวิจัยและนวัตกรรม “การจัดการความรู้เรื่องการ ออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านนายาว ต.ท่ากระดาน อ.สนามชัยเขต จ. ฉะเชิงเทราสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ทุนงบประมาณแผ่นดิน ปี 2560

ผู้ร่วมวิจัย

ชื่อ – สกุล (ภาษาไทย) นางขวัญฤทัย วงศ์กำแหงหาญ

ชื่อ – สกุล (ภาษาอังกฤษ) Mrs. Kwanrutai Wongkamhaengharn

ตำแหน่งปัจจุบัน (ทางวิชาการ/ราชการ) ผู้ช่วยศาสตราจารย์

ที่อยู่ (ที่ทำงาน) สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ที่อยู่ 86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

โทรศัพท์ 02-2829101-2 ต่อ 2353 โทรสาร 02-281 0093

มือถือ 0892715876 E-mail : kwanrutai.warmutp.ac.th

ประวัติการศึกษา/ผลงาน

ปี พ.ศ.	ระดับ ปริญญา	อักษรย่อ	สาขาวิชา	ชื่อสถาบันการศึกษา
2544- 2546	ปริญญาโท	บธ.ม.	การตลาด	มหาวิทยาลัย ศรีนครินทรวิโรฒ
2531- 2534	ปริญญาตรี	บธ.บ.	การตลาด	มหาวิทยาลัยพายัพ

ภาระงานในปัจจุบัน (งานประจำที่รับผิดชอบ)

ประธานหลักสูตรสาขาวิชาการตลาด

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการตลาด

สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ

การสื่อสารการตลาด และการบริหารตราสินค้า

งานวิจัยที่รับผิดชอบ

ผลงานที่ผ่านมา

หัวหน้าโครงการวิจัย

1. การเพิ่มศักยภาพทางการตลาดด้วยรูปแบบเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อขยายสเกลธุรกิจโอท็อป
ขนมหวานเพื่อสุขภาพ จังหวัดเพชรบุรี ปี 2563ทุนสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์
วิจัยและนวัตกรรม สกสว.

2. การเพิ่มมูลค่าและการพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ขนมหวานพื้นเมืองเพื่อสุขภาพด้วย
นวัตกรรมทางการตลาดดิจิทัลสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี ปี 2562 ทุนสำนักงาน
คณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม สกสว.

ผู้ร่วมวิจัย

1. การพัฒนาขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนนาโพธิ์ด้านการตลาดและการจัดการเพื่อพัฒนาสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) สู่อุตสาหกรรม (AEC) ทุนงบประมาณแผ่นดินปี 2558
2. กลยุทธ์การตลาดของข้าวกล้องออร์แกนิกและพฤติกรรมผู้บริโภคข้าวออร์แกนิกในกรุงเทพมหานคร ทุนงบประมาณแผ่นดินปี 2559
3. การวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ด้านการวิจัยและพัฒนานวัตกรรมการตลาดผลิตภัณฑ์ SME กลุ่มสมุนไพรไทยเพื่อผิวพรรณในเขตกรุงเทพมหานคร “การขยายโอกาสทางการตลาดผลิตภัณฑ์ SME กลุ่มสมุนไพรไทยเพื่อผิวพรรณในเขตกรุงเทพมหานคร” ทุนงบประมาณแผ่นดิน ปี 2560
4. ชุดโครงการวิจัยและพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ OTOP ประเภทผ้าและเครื่องใช้จังหวัดอุบลราชธานีด้วยวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม ทุนสำนักงานปลัดกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ปี 2560
5. โครงการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผลงานวิจัยและนวัตกรรม “การจัดการความรู้เรื่องการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอบ้านนายาว ต.ท่ากระดาน อ.สนมชัยเขต จ.ฉะเชิงเทรา สู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์” ทุนงบประมาณแผ่นดิน ปี 2560
6. โครงการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ผ้าทออีสานด้วยนวัตกรรม (จังหวัดกาฬสินธุ์ อุบลราชธานี และบุรีรัมย์) ทุนกระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ปี 2561
7. โครงการวิจัย การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับกลุ่มอาชีพประชาชนตามพระราชดำริสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี: กลุ่มพัฒนาอาชีพวันพร และกลุ่มพัฒนาอาชีพสุเหร่าเกาะขุนเณร” ในโครงการส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์ ประจำปีการศึกษา 2563 (การจัดการความรู้การวิจัยเพื่อการใช้ประโยชน์ในมิติเชิงชุมชน สังคม ตามแนวพระราชดำริฯ) ของสำนักงานการวิจัยแห่งชาติ (วช.) ปีงบประมาณ 2563

รางวัลผลงานวิจัยที่ได้รับ

1. โครงการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีจากผลงานวิจัยและนวัตกรรม “การเพิ่มมูลค่าและการพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ขนมหวานพื้นเมืองเพื่อสุขภาพด้วยนวัตกรรมทางการตลาดดิจิทัลสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์ จังหวัดเพชรบุรี” ทุนงบประมาณแผ่นดิน ปี 2563 ได้รับรางวัล Gold Award ในงานมหกรรมการวิจัยแห่งชาติ 2563

ผู้ร่วมวิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นาย นางสาว นาง ยศ : นายนพดล เดชประเสริฐ

ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) Mr., Miss, Mrs., Rank Mr.Noppadon Dejprasert

3. ตำแหน่งปัจจุบัน

- ตำแหน่งบริหาร : หัวหน้างานวิจัย และผู้ช่วยศาสตราจารย์

- ตำแหน่งทางวิชาการ : โปรดระบุ.....

4. หน่วยงานและสถานที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์มือถือ และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

- หน่วยงาน : สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
พระนคร

- สถานที่ติดต่อได้สะดวก : ที่อยู่ 86 ถนนพิษณุโลก แขวงสวนจิตรลดา เขตดุสิต
กรุงเทพฯ 10300

- หมายเลขโทรศัพท์มือถือ : มือถือ 085 805 7777

- E-mail : noppadon.d@rmutp.ac.th

5. ประวัติการศึกษา

ระดับการศึกษา	คุณวุฒิ	ปีจบการศึกษา
ปริญญาเอก	บธ.ด. (การตลาด)	2553
ปริญญาโท	บธ.ม.	2548
ปริญญาตรี	บธ.บ.(การจัดการ)	2546
ปริญญาตรี	ศศ.บ.(รัฐประศาสนศาสตร์)	2546

6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ การบริหารธุรกิจ

7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุ สถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วม วิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย

.....โปรดระบุ.....

7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย : ชื่อโครงการวิจัย

1.การบริหารจัดการความหลากหลายขององค์กร ตามช่วงวัยที่ต่างกัน งบจากมหาวิทยาลัยบูรพา

2.การปรับองค์กรสู่วิสาหกิจเพื่อสังคมที่ยั่งยืน งบจากมหาวิทยาลัยบูรพา

7.3 ผู้ร่วมวิจัย : ชื่อแผนงานวิจัย/โครงการวิจัย

- 1.รูปแบบการเตรียมความพร้อมในการทำงานหลังเกษียณของแรงงานสูงอายุในสถานประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์ของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก งบจากมหาวิทยาลัยบูรพา
- 2.ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาสู่การเป็น ผู้แทนยาที่มีศักยภาพสูงในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก งบจากมหาวิทยาลัยบูรพา
- 3.Relationship between activity and behavior of senior workers and readiness for post-retirement employment of senior workers งบจากมหาวิทยาลัยบูรพา
- 4.การศึกษาปัจจัยคุณธรรมจริยธรรมนายทหารฝ่ายการเงิน งบจากมหาวิทยาลัยบูรพา
- 5.The Automotive Factory Strategic Board Game for Fostering Business Sustainability งบจากมหาวิทยาลัยบูรพา
- 6.การพัฒนาหลักเกณฑ์และกระบวนการการคัดเลือกนายทหารฝ่ายการเงินที่ส่งผลต่อความซื่อสัตย์ในการปฏิบัติหน้าที่ งบจากมหาวิทยาลัยบูรพา

7.4 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว : ชื่อผลงานวิจัย ปีที่พิมพ์ การเผยแพร่ และแหล่งทุน (อาจมากกว่า 1 เรื่อง)

1. รูปแบบการเตรียมความพร้อมในการทำงานหลังเกษียณของแรงงานสูงอายุในสถานประกอบการอุตสาหกรรมยานยนต์ของเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก.
เผยแพร่งานวิจัย : วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 (80 – 98) ประจำเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2565. ไทย.
2. ปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณภาพความสัมพันธ์เพื่อการพัฒนาสู่การเป็น ผู้แทนยาที่มีศักยภาพสูงในเขตเศรษฐกิจพิเศษภาคตะวันออก.
เผยแพร่งานวิจัย : Journal of Roi Kaensarn Acadami ปีที่ 6 ฉบับที่ 9 (295 – 332).
ประจำเดือนกันยายน พ.ศ.2564
3. Relationship between activity and behavior of senior workers and readiness for post-retirement employment of senior workers.
เผยแพร่งานวิจัย : Journal of Global Business Review, 24(1-13), (January-June 2022).
4. การศึกษาปัจจัยคุณธรรมจริยธรรมนายทหารฝ่ายการเงิน.
เผยแพร่งานวิจัย : วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้, 1(1). 35-47. (มกราคม – มิถุนายน)

7.5 งานวิจัยที่กำลังทำ : ชื่อข้อเสนอการวิจัย แหล่งทุน และสถานภาพในการทำวิจัยว่าได้ทำการวิจัยลุล่วงแล้วประมาณร้อยละเท่าใด

