

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปูลาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

The Development of packaging and branding for community products to link the cultural tourism of the Puranawas community, Thawi Watthana District, Bangkok

อรรหาวิ เจ๊ะสะแม¹, ยอดนภา เกษเมือง²

Anhawi Chesamae¹, Yodnapha Gadmeang²

คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยธนบุรี¹, คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี²

Faculty of Science and Technology, Thonburi University¹, Faculty of Engineering, Thonburi University²

v_jehsamae@hotmail.com¹, yodnapha.ya@gmail.com²

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวิถีวัฒนธรรมของชุมชนปูลาวาส เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่น สามารถนำมาพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้กับท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปูลาวาส ที่มีประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มมูลค่า สะท้อนถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น 3) ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปูลาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการพัฒนาต่อไป การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมวิธีระหว่างวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณ โดยศึกษากับกลุ่มประชากรตัวอย่าง 394 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจงและวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า การมีส่วนร่วมของชุมชนในการเลือกรูปแบบ การให้ข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชน การนำเสนอความต้องการ การเลือกผลิตภัณฑ์ของชุมชน รวมถึงความร่วมมือในการสนับสนุนข้อมูล ทำให้การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า สามารถบ่งบอกถึงอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านตราสินค้า ทำให้มีผลความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ รวมถึงสามารถเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างให้เกิดความเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนได้ในอนาคต

คำสำคัญ: ผลิตภัณฑ์ชุมชน, บรรจุภัณฑ์, ตราสินค้า, ปูลาวาส

Abstract

This research aims to 1) study the cultural way of the Puranawas community to find an outstanding identity can be used to develop and add value to the local effectively. 2) Develop packaging and branding "Nam Prik Mae Lek" is an efficient product of the Puranawat community enterprise. Enhances value, reflecting the unique identity of the local area. 3) Study the level of consumer satisfaction with packaging and branding "Mae Lek Chili Paste" a product of the Puranawat Community Enterprise, Thawi Watthana District, Bangkok that was developed for use in further development. This research is a mix method between qualitative research and quantitative research. This study was done with a sample population of 394 people using Purposive sampling and Convenience Sampling methods. Data were collected by interviews and questionnaires. The statistical analysis included percentage, mean and standard deviation. The results of the research revealed that Community involvement in product selection, providing community identity information, demand presentation, community product selection Including cooperation to support information, make the development of packaging and brands can indicate the identity of the community through the brand Resulting in satisfaction at a high level Can add value to the product It can also be a product to create connections in cultural tourism. And able to create sustainability for the community in the future

Keywords: Community Products, Packaging, Branding, Puranawat

บทนำ

ชุมชนปทุมธานี เป็นชุมชนเก่าแก่ตั้งอยู่ริมคลองมหาสวัสดิ์ฝั่งใต้ ประกอบด้วยหมู่ 2 และหมู่ 3 แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ชุมชนแห่งนี้มีอายุไม่ต่ำกว่าร้อยปี ชาวบ้านในชุมชนปทุมธานีส่วนใหญ่เป็นคนไทยเชื้อสายจีน ในอดีตมีการบ้านเรือนอยู่ริมน้ำหรืออยู่ตามเรือกสวนไร่นา ประกอบอาชีพด้านการเกษตรเป็นหลัก นอกจากนี้ชุมชนในพื้นที่มีมรดกภูมิปัญญาที่น่าสนใจอยู่จำนวนมาก เช่น การทำขนมไทยโบราณที่ปัจจุบันไม่เพียงพอเพื่อจำหน่ายในชุมชนเท่านั้น หากแต่ยังส่งจำหน่ายสู่ภายนอกด้วย ศิลปะการฉลุกระดาษโบราณ พิพิธภัณฑสถานท้องถิ่น หลวงพ่อแก้ว หลวงพ่อดำ พระครูจัน สิ่งศักดิ์สิทธิ์ของชุมชน ก๋วยเตี๋ยวเรือโบราณ กาแฟโบราณ บ้านเก่าของลำตัดแม่ประยูรศิลปินพื้นบ้านชื่อดัง เป็นต้น ชุมชนปทุมธานีเป็นชุมชนดั้งเดิมที่มีวิถีชีวิตผูกพันอยู่กับสายน้ำริมคลองมหาสวัสดิ์ ทำให้เรายังคงเห็นภาพวิถีวัฒนธรรมชุมชนริมน้ำที่เต็มไปด้วยเสน่ห์ชวนหลงใหล (สำราญ ผลดี และอรรษาวิ เจ๊ะสะแม, 2560)

อย่างไรก็ตาม ด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์และวัฒนธรรมดังกล่าวข้างต้น จึงมีความพยายามจากผู้นำท้องถิ่นรวมถึงชาวชุมชนที่จะพัฒนาท้องถิ่นให้มีความเจริญ โดยตั้งอยู่บนพื้นฐานของอัตลักษณ์ชุมชน ให้ความสำคัญกับการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน เช่น ความพยายามในการจัดตั้งตลาดน้ำริมคลองมหาสวัสดิ์ บริเวณหน้าวัดปทุมธานี โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน ความพยายามในการพัฒนาสินค้าของชุมชนให้มีอัตลักษณ์สะท้อนถึงตัวตนและความเป็นชุมชนริมน้ำ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวได้มีการเริ่มต้นและดำเนินการในบางส่วนไปบ้างแล้ว โดยชุมชนได้ร่วมมือกับหน่วยงานราชการ เอกชน สถาบันการศึกษาหลายแห่ง เพื่อให้ความช่วยเหลือทางด้านวิชาการ ซึ่งมหาวิทยาลัยธนบุรีก็เป็นส่วนหนึ่งในความร่วมมือดังกล่าวด้วย

มหาวิทยาลัยธนบุรีได้ทำความร่วมมือกับชุมชนปทุมธานีในการให้บริการวิชาการ ตั้งแต่ปี 2561 (มหาวิทยาลัยธนบุรี. สำนักวางแผนและพัฒนา, 2560) โดยได้ศึกษาบริบทพื้นฐานของชุมชน ซึ่งจากการสำรวจเบื้องต้นพบว่า นอกจากวิถีชีวิตที่อยู่ริมคลองมหาสวัสดิ์ตั้งรายละเอียดยังข้างต้นแล้ว ชุมชนยังมีการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายโดยใช้ต้นทุนจากสภาพแวดล้อมและวิถีชุมชนหลายชนิด เช่น น้ำพริก ผลิตภัณฑ์จากขิง ผลิตภัณฑ์จากผัก อัญชันอบแห้ง ข้าวไรซ์เบอร์รี่ ขนมไทยโบราณ และ

ผลิตภัณฑ์ต่างๆ จากกล้วย เป็นต้น (มหาวิทยาลัยธนบุรี, 2560) ซึ่งผลิตภัณฑ์ต่างๆ เหล่านี้ล้วนเกิดจากภูมิปัญญาและความสามารถในการผลิตเพื่อจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับตนเอง รูปแบบของบรรจุภัณฑ์จึงเป็นแบบเรียบง่าย ไม่มีตราสินค้าที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ของชุมชนที่โดดเด่น ส่งผลต่อปริมาณการขายที่ไม่มากนัก

ด้วยความร่วมมือกันระหว่างมหาวิทยาลัยธนบุรีและชุมชนปทุมวาสน ที่ต้องการพัฒนาตราสินค้าที่สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนที่เด่นชัดจึงได้ทำความร่วมมือในเบื้องต้นที่จะคัดเลือกผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้นมาจำนวน 1 ชนิด เพื่อเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนนำร่องเพื่อการออกแบบ โดยพิจารณาเห็นว่า น้ำพริก คือผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีรสชาติ และความเหมาะสมในการนำมาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบเพื่อการออกแบบและพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับคุณภาพของสินค้า เพิ่มมูลค่าให้สูงขึ้น

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัย “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปทุมวาสน เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร” รวมถึงเพื่อให้เป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยว จะนำมาซึ่งการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน เป็นส่วนหนึ่งของแนวคิดที่จะพัฒนาท้องถิ่นโดยเน้นด้านเศรษฐกิจเป็นสำคัญ ซึ่งจะทำให้ชุมชนเข้มแข็งสามารถพัฒนาไปสู่การเป็นชุมชนท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาวิถีวัฒนธรรมของชุมชนปทุมวาสน เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่น สามารถนำมาพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้กับท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าน้ำพริกแม่เล็ก ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาสน ที่มีประสิทธิภาพช่วยเพิ่มมูลค่า สะท้อนถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของท้องถิ่น
3. ศึกษาระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาสน เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานครที่ถูกพัฒนาขึ้นเพื่อใช้ในการพัฒนาต่อไป

สมมติฐานของการวิจัย

1. ประวัติศาสตร์ ภูมิศาสตร์ อัตลักษณ์ ภูมิปัญญา วิถีชีวิต และวิถีวัฒนธรรมของชุมชนปทุมวาสน เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร มีคุณค่า สามารถนำมาพัฒนาต่อยอด รวมถึงสร้างมูลค่าส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งได้
2. ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า ภายใต้กรอบแนวคิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปทุมวาสน เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร มีคุณลักษณะของรายละเอียดที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และลักษณะทางกราฟิกส์สื่อสาร สามารถนำไปใช้ในการผลิตเพื่อเพิ่มขีดความสามารถของชุมชน และนำไปจัดจำหน่ายได้จริง
3. ประชากรกลุ่มตัวอย่าง เกิดความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนที่ได้รับการพัฒนา ภายใต้กรอบแนวคิดการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปทุมวาสน เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

ขอบเขตของการวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษา พัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า ผ่านการสำรวจ การวิเคราะห์ข้อมูล และการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อออกแบบสร้างสรรคบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าน้ำพริกแม่เล็กให้มีประสิทธิภาพ สามารถสื่อสารกับผู้บริโภคภายใต้กรอบแนวคิดการสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็น 2 ส่วนหลัก คือ

1.1 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปุณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ที่มีประสิทธิภาพ ช่วยเพิ่มมูลค่า สะท้อนถึงอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนปุณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร รวมถึงเพื่อเป็นส่วนหนึ่งในการเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่นตามความต้องการของชุมชน

1.2 ระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปุณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ที่ถูกพัฒนาขึ้น อันจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า รวมถึงปริมาณการขายให้กับชุมชน

2. ขอบเขตด้านพื้นที่

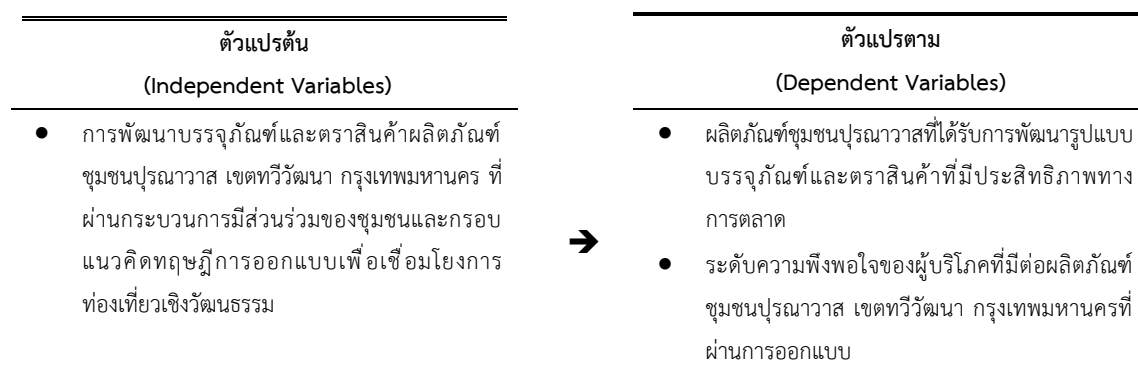
พื้นที่ของการศึกษาในครั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

2.1 พื้นที่ในการศึกษาเพื่อการเก็บข้อมูล กำหนดขอบเขตไว้ในพื้นที่ชุมชนปุณาวาส ประกอบด้วยหมู่ 2 และหมู่ 3 แขวงศาลาธรรมสพน์ เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

2.2 พื้นที่ในการสำรวจความพึงพอใจกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ชุมชนปุณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร คณะผู้วิจัยกำหนดพื้นที่ไว้คือ กลุ่มคนทั่วไปที่สนใจรับประทานน้ำพริก ซึ่งมีทั้งกลุ่มคนที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ก่อนได้รับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า รวมถึงกลุ่มคนที่ไม่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาขึ้นมาก่อน เพื่อเปิดพื้นที่ทางการค้าให้เพิ่มขึ้นมากกว่าที่จำหน่ายอยู่แต่เดิม

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดไว้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก”

ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปุณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ คณะผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมวิธี (Mixed Method Approach) โดยในขั้นตอนของการเก็บรวบรวมข้อมูลจะใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ และในขั้นตอนของการสำรวจความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคจะใช้การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงปริมาณ

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Quality research)

ใช้ในกระบวนการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าให้สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และความต้องการของผู้บริโภค อันจะนำมาซึ่งประสิทธิภาพและการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งคณะผู้วิจัยจะใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย ประกอบด้วย

- การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลเกี่ยวกับชุมชน ทั้งประวัติศาสตร์ สภาพแวดล้อม วิถีชุมชน วิถีวัฒนธรรม รวมถึงผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ที่มีการผลิตและจำหน่ายในปัจจุบัน

- การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชุมชน ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ชุมชน รวมถึงกลุ่มผู้บริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชุมชน

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitay research)

ใช้ในกระบวนการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปุณณาวาส ที่ได้รับการพัฒนาขึ้น ถึงความพึงพอใจ อันจะนำมาซึ่งผลสรุปของประสิทธิภาพของการออกแบบทั้งด้านบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่มประกอบด้วย

1. ประชากรที่ใช้ในการพิจารณาความถูกต้องตามหลักวิชาการเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้ารวมจำนวน 10 คน คณะผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรไว้เป็นแบบเจาะจง ประกอบด้วย ผู้ผลิตน้ำพริก ผู้นำชุมชน ปราชญ์ท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด โดยพิจารณารายละเอียดด้านคุณภาพของบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนา

2. ประชากรที่ใช้ในประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาขึ้น จำนวน 384 คน ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มประชากรไว้เป็นแบบสะดวก ประกอบด้วย บุคคลทั่วไปที่สนใจในผลิตภัณฑ์ โดยไม่จำกัดว่าจะต้องเป็นกลุ่มคนที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์เดิมอยู่หรือไม่ ทั้งนี้เพื่อเป็นการขยายพื้นที่การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ออกไปให้กว้างขวางขึ้น โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก

กลุ่มตัวอย่าง คือ จำนวนของประชากรทั่วไปที่รับประทานน้ำพริก คำนวณจากสูตรไม่ทราบจำนวนประชากรและไม่ทราบสัดส่วนของประชากรของ Yamane (Yamane, 727-278) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความผิดพลาดไม่เกิน 5% 384 คน โดยเพื่อการสูญเสียของแบบสอบถาม 4% ซึ่งคณะผู้วิจัยจะเลือกทำการเก็บข้อมูลตามสถานที่ต่างๆ ที่สะดวก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง และแบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ที่คณะผู้วิจัยได้สร้างขึ้นและใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

1. **แบบสัมภาษณ์** แบบไม่มีโครงสร้าง ใช้กับผู้ผลิตน้ำพริก ผู้นำชุมชน และปราชญ์ชาวบ้านผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ในการเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพ ที่ประกอบไปด้วยเนื้อหาเกี่ยวกับ ประวัติศาสตร์สภาพแวดล้อม วิถีชุมชน วิถีวัฒนธรรม และผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สะท้อนถึงอัตลักษณ์ที่มีการผลิตและจำหน่ายในปัจจุบัน เพื่อให้ได้มาซึ่งข้อมูลในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่มีคุณภาพตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. **แบบสอบถาม** แบ่งออกเป็น 2 ชนิด คือ

2.1 **แบบประเมินคุณภาพ** ของบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า มีเนื้อหาแบ่งออกเป็น 4 ประเด็นหลัก ประกอบด้วย 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ ส่วนที่ 2) ความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับคุณภาพของบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่ได้รับการพัฒนาขึ้น (ด้านบรรจุภัณฑ์) ส่วนที่ 3) ความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับคุณภาพของบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่ได้รับการพัฒนาขึ้น (ด้านตราสินค้า) ส่วนที่ 4) ข้อเสนอแนะ

2.2 **แบบประเมินความพึงพอใจ** เพื่อใช้ในการประเมินความพึงพอใจผู้บริโภคเกี่ยวกับรูปแบบของบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปุณณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งแบ่งออกเป็น 3

ส่วนคือ ส่วนที่ 1) เป็นการสอบถามถึงข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2) เป็นการสอบถามการรับรู้และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปุณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาขึ้น ส่วนที่ 3) ข้อเสนอแนะ

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนของการเก็บรวบรวมข้อมูลไว้ดังนี้

1. ลงพื้นที่สำรวจลักษณะทางกายภาพ สัมภาษณ์ผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลในเชิงคุณภาพ สำหรับเป็นข้อมูลเพื่อการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าให้ได้ตามวัตถุประสงค์
2. สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ต่อการออกแบบ ครอบคลุมมิติต่างๆ อย่างรอบด้าน
3. นำแบบสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภค เพื่อประเมินประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ที่ได้รับการพัฒนา อันจะนำมาซึ่งการนำไปปรับใช้จริงต่อไป

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอน/วิธีการในการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้มาไว้เป็นขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 วิเคราะห์ข้อมูลภาคสนามจากการลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้านต่างๆ ทั้งลักษณะทางกายภาพ รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ รวมถึงข้อมูลทางวิชาการทั้งด้านการออกแบบและด้านการตลาด ซึ่งเป็นข้อมูลที่ได้ทั้งจากการสังเกตและการสัมภาษณ์ จากนั้นนำมาแปรผลด้วยการบรรยายเป็นลักษณะความเรียง

ขั้นตอนที่ 2 เมื่อได้ข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 แล้ว ผู้วิจัยได้นำเอาข้อมูลเหล่านั้นมาใช้ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าให้มีคุณลักษณะตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยให้ความสำคัญกับอัตลักษณ์ของท้องถิ่น มีคุณภาพดี และสามารถเพิ่มมูลค่าได้

ขั้นตอนที่ 3 ข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยคณะผู้วิจัยจะดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยจะทำการวิเคราะห์ค่าความถี่และค่าร้อยละของข้อมูลทั่วไป วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย (mean) วิเคราะห์ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard Deviation) และทำการแปลผลความเหมาะสมและความพึงพอใจของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้แบ่งผลการวิจัยออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ขั้นตอนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยได้มีกระบวนการเก็บข้อมูลเพื่อนำมาพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าให้สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชน สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งคณะผู้วิจัยได้ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลทางกายภาพของชุมชน พบว่า เป็นชุมชนที่ติดกับน้ำริมคลองมหาสวัสดิ์ มีวัดปุณาวาสเป็นสถานที่สำคัญของชุมชน โดยส่วนใหญ่อาชีพของคนในชุมชนมีอาชีพรับจ้างทั่วไปและเกษตรกร โดยในการเก็บข้อมูลเพื่อพัฒนาพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าได้มีการสัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้นเพื่อการพัฒนาซึ่งมีการสัมภาษณ์ ประธานชุมชน คณะกรรมการชุมชน รวมถึงผู้ผลิตน้ำพริก จำนวน 8 คน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ชื่อผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนต้องการพัฒนา : น้ำพริกแม่เล็ก (ปุณาวาส)

ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตอยู่ในปัจจุบัน : น้ำพริกปลาหู น้ำพริกกะปิ น้ำพริกเผา น้ำพริกนรก น้ำพริกปลาอย่าง น้ำพริกแจ่วบอง น้ำพริกปลาร้า

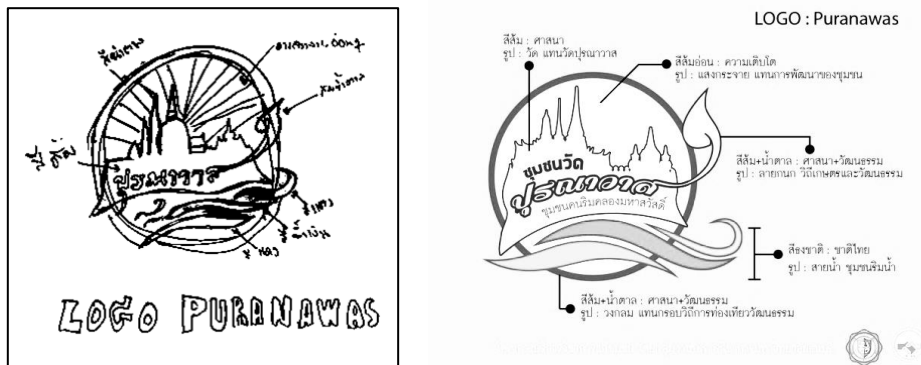
รายละเอียดผลิตภัณฑ์ : มีการจัดจำหน่ายผ่านการสั่งผลิตตามงานสำคัญ หรือบรรจุขายกรณีมีงานของชุมชน ซึ่งมี น้ำพริกนรก และน้ำพริกปลาอย่าง ที่เป็นผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นและมีความแตกต่างกับที่อื่น

รายละเอียดที่เกี่ยวกับความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน

1. บรรจุภัณฑ์ ลักษณะเป็นแบบขวดโหลแก้ว หรือพลาสติก ทรงกลม มีฝาปิด และสามารถจัดส่งในรูปแบบต่างๆ ได้
2. ตราสินค้า ชื่อผลิตภัณฑ์ให้ใส่ชื่อแม่เหล็กให้โดดเด่น มีการนำอัตลักษณ์ชุมชน ได้แก่ วัด วิถีชีวิตริมน้ำ ปลา น้ำจืด สีที่ต้องการให้อยู่ในตราสินค้า ได้แก่ สีเหลือง สีแดง สีน้ำตาลแดง

ผลจากการเก็บข้อมูลในเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้นำข้อมูลวิเคราะห์สำหรับการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และตราสินค้า เพื่อให้สะท้อนถึงอัตลักษณ์ชุมชนและกรอบแนวคิดการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม โดยมีรายละเอียดการออกแบบดังนี้

ด้านการออกแบบสัญลักษณ์โลโก้ชุมชนปุณาวาส จากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับชุมชนและการสัมภาษณ์ตัวแทนชุมชน ผู้วิจัยได้วิเคราะห์และออกแบบโลโก้ของชุมชนโดยใช้ข้อมูลจากที่ได้รวบรวม โดยใช้อัตลักษณ์ของชุมชน ได้แก่ วัด โบสถ์ สายน้ำ ลายนก และสีที่ชุมชนต้องการ ซึ่งโลโก้ที่ออกแบบเป็นการนำเสนออัตลักษณ์ของชุมชนและวัฒนธรรมที่ชุมชนมีอยู่สามารถเชื่อมโยงไปถึงการส่งเสริมเพื่อพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมต่อไป



ภาพที่ 2 ภาพร่างตราสัญลักษณ์โลโก้ชุมชน “ปุณาวาส”
 ที่มา (อรรหาวิ เจ๊ะสะแม, 2563)

ด้านบรรจุภัณฑ์ จากข้อมูลที่ตัวแทนชุมชนได้ให้ความต้องการในเรื่องบรรจุภัณฑ์ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ ที่เหมาะสมกับน้ำพริกและตรงความต้องการของชุมชนจำนวน 3 แบบ ดังภาพประกอบที่ 3 ซึ่งชุมชนและตัวแทนชุมชนเลือกแบบที่ 3 ซึ่งเป็นขนาด 7 ออนซ์ 220cc กว้าง 6.5 เซนติเมตร สูง 8.3 เซนติเมตร ลักษณะเป็นขวดแก้ว ฝาปิด สีดำ โดยชุมชนให้เหตุผลที่เลือกกว่าขนาดเหมาะสมและมีลักษณะเหมาะสมสำหรับบรรจุน้ำพริก อีกทั้งมีราคาต้นทุนไม่แพง



ภาพที่ 3 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อบรรจุน้ำพริก
 ที่มา อรรหาวิ เจ๊ะสะแม (2563)

ด้านตราสินค้า ผู้วิจัยได้นำข้อมูลอัตลักษณ์ชุมชน สีที่ชุมชนต้องการ รวมถึงจุดเด่นของชุมชน และแนวคิดด้านการออกแบบมาพัฒนาตราสินค้า “น้ำพริกแม่เหล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปุณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร โดยได้ออกแบบจำนวน 3 แบบ โดยแต่ละแบบมี 3 แบบย่อย เพื่อให้ชุมชนได้เลือกแบบที่ตรงความต้องการมากที่สุด ดังภาพประกอบ 4 โดยชุมชนเลือกแบบที่ 2-2 ซึ่งตัวแทนชุมชนได้ให้เหตุผลในการตัดสินใจเลือก เพราะมีสีสันสดใส ดูทันสมัย ให้ความรู้สึกเหมือนความเผ็ดของน้ำพริก และเห็นชื่อตราสินค้าอย่างชัดเจน



ภาพที่ 4 รูปแบบตราสินค้า น้ำพริก แม่เล็ก
 ทิมา (อรรหาวิ เจ๊ะสะแม, 2563)

ส่วนที่ 2 ประเมินคุณภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า เมื่อผู้วิจัยได้นำความต้องการของชุมชนในการออกแบบตัวบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปุณาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ซึ่งผ่านการคัดสรรจากชุมชน ผู้วิจัยได้ทำการสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าเพื่อทำการประเมินคุณภาพ โดยผู้ผลิตน้ำพริก ผู้นำชุมชน ประชาชนท้องถิ่น ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด รวมจำนวน 10 คน เพื่อพิจารณาถึงความต้องการ รูปแบบ อัตลักษณ์ และความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งมีผลจากการประเมินคุณภาพ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปุณาวาส ดังนี้



ภาพที่ 5 ต้นแบบผลิตภัณฑ์น้ำพริก “แม่เล็ก” และการนำเสนอต่อชุมชนและผู้เชี่ยวชาญ
 ทิมา (อรรหาวิ เจ๊ะสะแม, 2563)

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปุณาวาส

ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์	ห	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีความแข็งแรง ทนทาน สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ไม่ให้เสียหาย	4.50	0.53	ดีมาก
2. สามารถป้องกันความชื้น สามารถเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ได้ยาวนาน	4.50	0.53	ดีมาก
3. มีความเหมาะสมสอดคล้องกับชนิดของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน	4.50	0.53	ดีมาก
4. ช่วยให้รักษาให้ผลิตภัณฑ์อยู่ในสภาพดี สะอาด ถูกหลักอนามัย คงคุณภาพของผลิตภัณฑ์	4.70	0.48	ดีมาก
5. รักษาคุณภาพหรือมาตรฐานด้านรสชาติของผลิตภัณฑ์ได้ยาวนาน	4.90	0.32	ดีมาก
รวมด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์	4.62	0.48	ดีมาก

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ด้านการบรรจุผลิตภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน	4.50	0.71	ดีมาก
2. รูปแบบสวยงามสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.70	0.48	ดีมาก
3. เหมาะสมต่อการนำเอาผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านในออกมาบริโภค	4.60	0.52	ดีมาก
4. สามารถคงคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น กลิ่น สี รสชาติ ได้	4.80	0.42	ดีมาก
5. ส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในดูดีมีค่าขึ้น	4.40	0.52	มาก
รวมด้านการบรรจุผลิตภัณฑ์	4.60	0.53	ดีมาก
ด้านการอำนวยความสะดวก	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. สามารถเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ไปยังที่ต่างๆ เพื่อจำหน่ายได้โดยสะดวก	4.30	0.67	มาก
2. เหมาะสมและสะดวกต่อการใช้ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ภายใน	4.50	0.53	ดีมาก
3. สะดวกต่อการจัดเก็บไว้ในที่ที่เหมาะสม	4.40	0.52	มาก
4. สะดวกในการพกพาไปในสถานที่ต่างๆ	4.10	0.99	มาก
5. สะดวกต่อการนำเอาผลิตภัณฑ์ไปจัดวางเพื่อการจัดจำหน่าย	4.50	0.71	ดีมาก
รวมด้านการอำนวยความสะดวก	4.36	0.68	มาก
ด้านส่งเสริมการขาย	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปทรงสวยงาม สามารถสร้างความทรงจำและน่าประทับใจ	4.40	0.52	มาก
2. สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ แรงกระตุ้นใจซื้อของผู้บริโภค	4.50	0.53	ดีมาก
3. สามารถสื่อสารข้อมูลหรือรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้	4.50	0.53	ดีมาก
4. สะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนได้อย่างโดดเด่น ชัดเจน มีความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น	4.10	0.57	มาก
5. มีความสัมพันธ์และกลมกลืนกันระหว่างบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์	4.30	0.67	มาก
รวมด้านส่งเสริมการขาย	4.36	0.56	มาก
ด้านตราสินค้า	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. ตราสินค้าสะท้อนถึงอัตลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นของชุมชนปทุมมาวาสได้ชัดเจน	4.10	0.57	มาก
2. ตราสินค้ามีความสวยงาม ทันสมัย เหมาะสมสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์	4.60	0.52	ดีมาก
3. การเลือกใช้สีมีความสวยงาม เหมาะสม และทันสมัย	4.50	0.71	ดีมาก
4. การเลือกใช้ตัวอักษรมีความสวยงาม เหมาะสม และทันสมัย	4.50	0.53	ดีมาก
5. ภาพรวมของตราสินค้ามีคุณภาพ สามารถส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	4.50	0.53	ดีมาก
รวมด้านตราสินค้า	4.44	0.57	มาก
ภาพรวมประเมินคุณภาพ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า	4.48	0.56	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 10 ท่าน ได้แก่ เจ้าของผลิตภัณฑ์ 1 ท่าน ผู้นำชุมชน/ประมงชุมชน 2 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด 3 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ 4 ท่าน พบว่า ภาพรวมประเมินคุณภาพในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมมาวาส อยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.48, S.D.=0.56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับดีมาก คือ ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ (\bar{x} =4.62, S.D.=0.48) และด้านการบรรจุผลิตภัณฑ์ (\bar{x} =4.60, S.D.=0.53) ระดับมาก คือ ด้านตราสินค้า (\bar{x} =4.44, S.D.=0.57) ด้านส่งเสริมการขาย (\bar{x} = 4.36, S.D.=0.56) และด้านการอำนวยความสะดวก (\bar{x} =4.36, S.D.=0.68)

ส่วนที่ 3 การสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภค การวิจัยในครั้งนี้มีการเก็บข้อมูลความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมมาวาส ที่ได้รับการพัฒนาขึ้น ถึงความพึงพอใจ เพื่อสรุปประสิทธิภาพของการออกแบบทั้งด้านบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า โดยมีจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 384 คน ซึ่งมีผลจากการประเมินดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน
ปทุมวาสน เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร

ด้านบรรจุภัณฑ์ (คุณลักษณะ)	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. วัสดุที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ มีความแข็งแรง ทนทาน สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านในได้	4.45	0.56	มาก
2. ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้ในปริมาณที่พอดีกับความต้องการและการใช้งาน	4.36	0.63	มาก
3. รูปแบบ/รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ มีความสวยงาม เหมาะสมต่อการใช้งาน	4.32	0.61	มาก
4. สีของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน	4.26	0.60	มาก
5. สีของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน	4.39	0.60	มาก
รวมด้านบรรจุภัณฑ์ (คุณลักษณะ)	4.36	0.60	มาก
ด้านบรรจุภัณฑ์ (คุณภาพ)	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านในให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในสภาพดีเมื่อนำเอามารับประทาน	4.49	0.58	มาก
2. มีความเหมาะสมต่อการนำมาบริโภคสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน	4.28	0.67	มาก
3. สามารถนำไปจัดเก็บหรือเคลื่อนย้ายไปยังสถานที่ต่างๆ ได้โดยสะดวก	4.29	0.70	มาก
4. สามารถนำเอาบรรจุภัณฑ์ไปใช้งานอื่นได้ในภายหลัง ช่วยรักษาสภาพแวดล้อม	4.44	0.61	มาก
5. มีรูปทรงที่สวยงาม มีความสัมพันธ์กันกับตราสินค้า ช่วยส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านในมีคุณค่ามากขึ้น	4.34	0.63	มาก
รวมด้านบรรจุภัณฑ์ (คุณภาพ)	4.37	0.64	มาก
ด้านตราสินค้า (คุณลักษณะ)	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. แสดงถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์ (น้ำพริก) ได้อย่างชัดเจน	4.51	0.57	ดีมาก
2. มีความเรียบง่าย สวยงาม ง่ายต่อการจดจำชื่อของผลิตภัณฑ์	4.54	0.57	ดีมาก
3. ตราสินค้าสะท้อนอัตลักษณ์ของชุมชนปทุมวาสนได้อย่างชัดเจน	4.20	0.73	มาก
4. สามารถนำไปปรับใช้กับผลิตภัณฑ์อื่นที่อาจมีการผลิตขึ้นมาอีกได้	4.48	0.62	มาก
5. สามารถนำไปจดทะเบียน เพื่อให้ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมายได้	4.45	0.64	มาก
รวมด้านตราสินค้า (คุณลักษณะ)	4.44	0.63	มาก
ด้านตราสินค้า (การออกแบบ)	\bar{X}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1. มีรูปแบบและเนื้อหา ที่สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนปทุมวาสนอย่างชัดเจน	4.26	0.65	มาก
2. ภาพรวมของตราสินค้ามีความเป็นเอกภาพ มีจุดเด่นที่ชัดเจนและกลมกลืน	4.49	0.57	มาก
3. มีการจัดองค์ประกอบได้อย่างสมดุลกัน ดูแล้วรู้สึกสบายตาหรือรู้สึกไม่อึดอัด	4.45	0.63	มาก
4. การใช้สี มีความเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน	4.49	0.61	มาก
5. ตัวอักษรที่ใช้ มีความชัดเจน ง่ายต่อการจดจำ	4.52	0.62	ดีมาก
6. องค์ประกอบต่างๆ สอดคล้อง กลมกลืนกับลักษณะของบรรจุภัณฑ์	4.50	0.54	ดีมาก
7. องค์ประกอบต่างๆ มีความสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน	4.45	0.61	มาก
รวมด้านตราสินค้า (การออกแบบ)	4.45	0.60	มาก
ภาพรวมความพึงพอใจการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า	4.41	0.62	มาก

ผลการประเมินความพึงพอใจการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า มีผู้ตอบแบบประเมินทั้งสิ้นจำนวน 384 คน พบว่า ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็น เพศหญิงร้อยละ 58.33 มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 66.15 มีรายได้ อยู่ที่ต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 41.93 มีอาชีพนักเรียนนักศึกษา ร้อยละ 44.79 และมีระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 64.06 ซึ่งจากตารางที่ 2 พบว่า ภาพรวมประเมินความพึงพอใจการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า “น้ำพริกแม่เล็ก” ผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชนปทุมวาสน เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=0.41$, S.D.=0.62) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า บรรจุภัณฑ์ ด้านคุณภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.37$, S.D.=0.64) และด้านคุณภาพอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.36$, S.D.=0.60) และตราสินค้า ด้านการออกแบบอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.45$, S.D.=0.60) ด้านคุณลักษณะอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.44$, S.D.=0.63)

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนปุระนาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร ที่ผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชนและกรอบแนวคิดทฤษฎีการออกแบบเพื่อเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม โดยการศึกษาวิถีวัฒนธรรมของชุมชนปุระนาวาส เพื่อค้นหาอัตลักษณ์ที่โดดเด่น สามารถนำมาพัฒนาและเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ โดยการนำมาใช้ในการนำเสนอผ่านตราสินค้าหรือตราสัญลักษณ์ (โลโก้ชุมชน) ทำให้ตัวผลิตภัณฑ์สามารถเล่าเรื่องราวของชุมชนหรือทำให้ผู้ซื้อต้องการหาความหมายของตัวสัญลักษณ์ที่แฝงอยู่ในตราสินค้า ซึ่งทำให้เกิดความเชื่อมโยงสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของชุมชนปุระนาวาส

การศึกษาด้านความพึงพอใจการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนปุระนาวาส เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร พบว่า การประเมินคุณภาพในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าจากผู้เชี่ยวชาญ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.48$, S.D.=0.56) และผลการประเมินความพึงพอใจการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 0.41$, S.D.=0.62) ซึ่งจากผลการวิจัยทั้งสองส่วนมีความพอใจในด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ และสีสันของตราสินค้าที่มีความสวยงาม สีสันมีความโดดเด่น ทันสมัย เหมาะสมสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ มีความชัดเจน ง่ายต่อการจดจำ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (สุมาลี ทองรุ่งโรจน์, 2555) ที่ได้กล่าวว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องมีความแข็งแรง และสามารถเก็บรักษาสินค้าได้นาน และได้กล่าวถึงป้ายฉลากที่ดีว่าต้องมีสีสัน สวยงาม สะดุดตา และจดจำง่าย อีกทั้งยังสอดคล้องกับ (วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง, 2557) ที่ได้กล่าวว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลากอยู่ในระดับมาก และผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ ด้านความสามารถปกป้องรักษาสินค้าภายในมากที่สุดเช่นกัน ในด้านการเลือกบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่เลือกแบบการใช้ขวดโหลสีทำให้ผู้บริโภคสามารถมองเห็นสินค้าข้างในอย่างชัดเจนเพื่อเพิ่มความน่าสนใจมากขึ้นด้วย และสอดคล้องกับงานวิจัย (วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง และคณะ, 2561) เรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลากเครื่องแกงตำมือ บ้านทุ่งชุมพลพัฒนา ตำบลลานข่อย อำเภอป่าพะยอม จังหวัดพัทลุง ที่กล่าวว่า รูปแบบเป็นกล่องพลาสติกทรงกลมสีใส มองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในชัดเจน มีป้ายฉลากติดข้างกล่อง ประกอบด้วยรายละเอียดผลิตภัณฑ์ ในการศึกษาในระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลาก พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจด้านบรรจุภัณฑ์ และด้านป้ายฉลากในระดับมาก ซึ่งในงานวิจัยนี้ในการเลือกบรรจุภัณฑ์ในการบรรจุน้ำพริกเลือกใช้แบบขวดโหลสีใสกลมที่สามารถมองเห็นตัวผลิตภัณฑ์ได้ และฉลากสินค้าที่โดดเด่นทำให้มีความพึงพอใจของผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก ดังนั้นผลการวิจัยครั้งนี้กระบวนการการมีส่วนร่วมของชุมชนในการเลือกรูปแบบ การให้ข้อมูล อัตลักษณ์ชุมชน การนำเสนอความต้องการ การเลือกผลิตภัณฑ์ที่มีของชุมชน รวมถึงความร่วมมือในการสนับสนุนข้อมูลทำให้การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนปุระนาวาส น้ำพริก “แม่เล็ก” เขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร มีผลความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก จึงนำมาซึ่งบรรจุภัณฑ์และตราสินค้าที่มีคุณค่า สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และทำให้เกิดต้นแบบของผลิตภัณฑ์ของชุมชนที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน สามารถนำแนวคิดการวิจัยไปพัฒนาผลิตภัณฑ์อื่นๆ ของชุมชนต่อไป รวมถึงสามารถเป็นผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างให้เกิดความเชื่อมโยงในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และสามารถสร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนได้ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

มหาวิทยาลัยธนบุรี. (2560). *คู่มือท่องเที่ยวปุระนาวาส: ท่องเที่ยววิถีริมน้ำ เกษตรชนเมือง และวิถีวัฒนธรรมริมน้ำ*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธนบุรี.

มหาวิทยาลัยธนบุรี. สำนักวางแผนและพัฒนา. (2560). *แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา มหาวิทยาลัยธนบุรี (พ.ศ. 2560-2564)*. กรุงเทพฯ: สำนักวางแผนและพัฒนา มหาวิทยาลัยธนบุรี.

- วิวัฒน์ จันทร์กิ่งทอง; และคณะ. (2557). รายงานการวิจัยการพัฒนากลยุทธ์การตลาดผลิตภัณฑ์ขนมก๊วยบัวของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านโป๊ะหม่อม เทศบาลเมืองบ้านพรุ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. (รายงานวิจัย). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- _____. (2561). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลากเครื่องแกงตามมือ บ้านทุ่งชุมพลพัฒนา ตำบลลานข่อยอำเภอยะโยม จังหวัดพัทลุง. การประชุมมหาดไทยวิชาการระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 9, หน้า 1491-1505. หาดใหญ่: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สำราญ ผลดี;และ อรรหาวิ เจ๊ะสะแหม. (2560). ชุมชนบูรณาวาส: ภูมิวัฒนธรรมเพื่อการจัดทำฐานข้อมูลท้องถิ่น และแนวทางการพัฒนาสู่การเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ยั่งยืน. วารสารวิชาการ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร. 1(2): 49-67.
- สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: วาดศิลป์.
- อรรหาวิ เจ๊ะสะแหม. (2563). ต้นแบบผลิตภัณฑ์น้ำพริก “แม่เล็ก” และการนำเสนอต่อชุมชนและผู้เชี่ยวชาญ. [ภาพถ่าย].
- _____. (2563). ภาพร่างตราสัญลักษณ์โลโก้ชุมชน “บูรณาวาส”. [ภาพออกแบบสร้างสรรค์]
- _____. (2563). รูปแบบตราสินค้าน้ำพริก แม่เล็ก. [ภาพออกแบบสร้างสรรค์].
- _____. (2563). รูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อบรรจุน้ำพริก. [ภาพถ่าย].

Translated Thai References

- Chankingthong, Wiwat; et al. (2014). *Research report development of marketing strategies for Kao Bua dessert products of the Ban Phoh Mor farmer group Ban Phru Town Municipality, Hat Yai District, Songkhla Province*. Bangkok: Office of the Higher Education Commission. (in Thai)
- _____. (2018). *The Development of Packaging and Label for Homemade Curry Paste, Ban Tung Chumphon Pattana, Lan Khoi, Pa Phayom, Phatthalung*. The 9th Hatyai National and International Conference, 1491-1505. Hatyai: Hatyai University. (in Thai)
- Chesamae, Anhawi. (2020). Mae Lek chili brand. [Creative design pictures]. (in Thai)
- _____. (2020). Packaging to contain chili paste. [Pictures]. (in Thai)
- _____. (2020). Prototype of chili paste products "Mae Lek" and presentations to the community and experts. [Creative design pictures]. (in Thai)
- _____. (2020). Sketch of symbolic logo, community logo "Puranawat". [Creative design pictures]. (in Thai)
- Phondee, Samran;& Chesamae, Anhawi. (2017). Puranawat Community: Landscape and Culture for Local Database Development and development pathways to become a sustainable tourism destination. *Academic Journal Faculty of Humanities and Social Sciences Phranakhon Rajabhat University*. 1(2): 49-67. (in Thai)
- Thonburi University. (2017). *Puranawas travel guide: exploring the waterfront lifestyle Suburban agriculture And the way of waterfront culture*. Bangkok: Thonburi University. (in Thai)
- Thonburi University. Planning and development office. (2017). *Strategic Plan of Development Thonburi University (2017-2021)*. Bangkok: Planning and development office Thonburi University. (in Thai)
- Thongrunroj, Sumalee. (2012). *Package Design*. Bangkok: Wadasilp. (in Thai)