

ศึกษาแนวคิดการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ขนมญี่ปุ่นเพื่อนำมาใช้กับบรรจุภัณฑ์ขนมไทย
The study on the graphic design concept of the Japanese
sweet packaging for applying with Thai sweet packaging

สืบศิริ แซ่ลี

Suebsiri Saelee

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาสื่ออนิเมิต คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
Suebsiri-Saelee@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัย 1) เพื่อศึกษาแนวคิดการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมญี่ปุ่น ที่มีความเหมาะสมในการนำมาประยุกต์ใช้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไทย 2) เพื่อเป็นแนวคิดในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมไทยใหม่ 3) เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนมไทยรูปแบบเดิมกับบรรจุภัณฑ์ขนมไทยแบบใหม่ การศึกษาแนวคิดการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ขนมญี่ปุ่นบนบรรจุภัณฑ์ขนมไทย ได้รับการสร้างสรรค์โดยผู้วิจัยพิจารณาและกลุ่มตัวแทนผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 คน บรรจุภัณฑ์ขนมไทยที่พัฒนากราฟิกในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนมญี่ปุ่น ได้ถูกนำไปศึกษาความพึงพอใจกับผู้ประกอบการ จำนวน 30 คน และผู้บริโภค จำนวน 50 คน รวม 80 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1) แบบสอบถามความต้องการเบื้องต้นของผู้ผลิตที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนมไทย 2) แบบประเมินความเหมาะสมด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 3) แบบประเมินความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนมไทย

ผลการวิจัย มีดังนี้

1. ความคิดเห็นเบื้องต้นของผู้ผลิตที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนมไทยก่อนการพัฒนา พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับมาก
2. ผลการประเมินความเหมาะสมด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไทย โดยใช้ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมาผนวกกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แนวคิดที่นำเอกลักษณ์ของไทยมาปรับในสไตล์ญี่ปุ่นรวมกับการออกแบบที่ดูมีความทันสมัย และคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ ใช้โทริสีและกราฟิกที่สดใส ตราสินค้าที่ง่ายต่อการจดจำ ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และตัวอักษรที่มีความเป็นไทย ภาพกราฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์เป็นภาพถ่ายจริง อีกทั้งยังคำนึงถึงต้นทุนการผลิตที่เหมาะสมกับราคาผลิตภัณฑ์ พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก
3. ความคิดเห็นในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนมไทย พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น

สรุปได้ว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไทยที่พัฒนากราฟิกในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนมญี่ปุ่น โดยใช้ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมาผนวกกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยแนวคิดที่นำเอกลักษณ์ของไทยมารวมกับการออกแบบที่ดูมีความทันสมัย สามารถสร้างแนวทางใหม่เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้แก่กลุ่มผู้ประกอบการ และนักออกแบบสามารถนำมาใช้กับการออกแบบขนมของไทยได้ แต่สิ่งสำคัญต้องมีการคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของความเป็นไทยหรือคงไว้ ซึ่งกลิ่นอายของความเป็นไทยให้คงอยู่ด้วย

คำสำคัญ: บรรจุภัณฑ์ ขนมไทย กราฟิกสไตล์ญี่ปุ่น ขนมญี่ปุ่น แนวคิดการออกแบบกราฟิก

Abstract

This research aims at 1) a study of a graphic design on desert snack packaging of Japan and Thailand; 2) designing graphics on Thai sweet packaging bases on a mixed design concept between Japan and Thailand snack packages; 3) a study of satisfaction on the Japanese and the Thai dessert snack packaging were designed by the research and three expertise in packaging design field. In the evaluative process, the package was created and developed with a new design before being evaluated by 80 participants including 30 shop owners and 50 consumers. This research utilized the instruments as follows: 1) a questionnaire on the

manufacturer's primary need for Thai sweet packaging; 2) an evaluation form on the appropriate design of the packaging; and 3) an evaluation form on the satisfaction and buying decision of the consumers toward Thai desert snack packaging. The research outcomes were suggested as follows:

1. Totally, a primary requirement on Thai sweet packaging was rated by the product/shop owner with a high score.
2. Based on the evaluation, the new design of Thai sweet packaging was rated at an acceptable score. This evaluation considered buying decision factors and principles of packaging design. That is, the packaging was created to represent the traditional uniqueness of Thai in a modern design. The packaging also was designed to be convenient for use and with colorful graphic pattern in Japanese style. Brand logo was notable and well represented the product to the eyes of the consumer, and the graphic design on the packaging was the authentic photo. Moreover, the packaging was designed considering reasonable cost and pricing.
3. The consumer's opinion regarding buying decision for Thai sweet packaging was rated with high score. In conclusion, this research affirmed that the design development of Thai sweet packaging can be created by considering the consumer's buying decision factor and principle of packaging design, and with the new concepts of graphic design- a communication of Thai tradition and Japanese's cartoon characters. This new direction will benefit to product/shop owners as well as to product designers as a suggestion new trend for graphic on Thai sweet packaging. However, the most important concept is that the packaging should maintain Thai traditional characteristics or clearly represent the scent of Thainess to the consumers.

Keywords : Packaging ; Thai Sweet ; Japanese Graphic ; Style Japanese ; Graphic Design Concept

1. บทนำ

จากภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่นโยบายภาครัฐจนเกิดเป็นปรัชญา One Tambon One Product : OTOP “หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” เป็นแนวทางการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการเชิงพัฒนา ที่มุ่งเน้นไปที่กลุ่ม “รากหญ้า” ประการหนึ่งที่จะสร้างความเจริญแก่ชุมชนให้สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ในชุมชนให้ดีขึ้น โดยอาศัยระบบการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นร่วมกับการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นและวัฒนธรรมไทยครอบคลุมถึงวัฒนธรรมย่อยที่แตกต่างตามพื้นที่สินค้า OTOP หลายชนิดกลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีจุดเด่นเป็นเอกลักษณ์ของตนเองที่สอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น

บรรจุภัณฑ์ของญี่ปุ่นนับได้ว่าเป็นแบบหรือแรงบันดาลใจในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สินค้าอันหลากหลายยี่ห้อที่วางขายในประเทศไทย เช่น ไต้ฟูกแม่กุหลาบ ขนมปังโครายากิของฟาร์มแฮร์รี่ ขนมโมจิตามร้านขายของฝาก และยี่ห้ออื่น ๆ อีกมากมาย ล้วนมีแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มาจากแนวคิดด้านกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ญี่ปุ่น เพื่อสื่อสารถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตนสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภคคนไทยได้มากที่สุด อีกทั้งรูปแบบทางวัฒนธรรมตะวันออกที่คล้ายคลึงกับประเทศไทย ความเป็นชาตินิยม

ยึดขนบธรรมเนียมประเพณีของตนเป็นหลัก เห็นได้จากประเพณีงานวัดของญี่ปุ่น จะพบเห็น เด็ก วัยรุ่น คนสูงอายุ แต่งกายชุดพื้นเมืองยูกาตะ(yukata) เดินเที่ยวงานวัดในขณะที่ประเทศไทยจะมีงานวัด งานบุญ สามารถพบผู้คนแต่งกายด้วยผ้าถุง ผ้าไหม ซึ่งแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ประเพณีดั้งเดิมเช่นกัน เมื่อก้าวถึงขนมที่มีรูปร่างหน้าตาใกล้เคียงกันยกตัวอย่าง เช่น ขนมเปียกปูน ขนมหวานของไทยเป็นขนมหวานที่มีส่วนผสมคือ แป้ง น้ำตาล และน้ำปูนใส ขนมหวานของญี่ปุ่น เช่น Yokan รูปร่างเป็นก้อนแข็งๆ สีเหลืองหรือฟร็อกทำจากวุ้นผสมน้ำตาล ถั่วแดงคลุกเคล้ากวนให้เข้ากัน เป็นต้น

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าบรรจุภัณฑ์ขนมจากประเทศญี่ปุ่นมีความเหมาะสมในการที่จะนำมาเป็นต้นแบบเพื่อวิเคราะห์สร้างแนวทางในการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ให้กับขนมไทย ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาคูณลักษณะต่างๆ ของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของประเทศญี่ปุ่น รวมถึงเทคนิควิธีการต่างๆ ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ญี่ปุ่น เช่น พับ ห่อหุ้ม ผูกเชือก ลวดลาย กราฟิก และการจัดวางองค์ประกอบศิลป์ จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และรูปแบบการพับของบรรจุภัณฑ์ขนมของญี่ปุ่นเพื่อให้องค์กร

ต่างๆ สามารถนำไปเป็นแนวทางในการพัฒนาการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ยังสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ไปเป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในผลิตภัณฑ์ประเภทอื่นต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาแนวคิดการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมญี่ปุ่น ที่มีความเหมาะสมในการนำมาประยุกต์ใช้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไทย

2.2 เพื่อเป็นแนวคิดในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมไทยใหม่

2.3 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ขนมไทยรูปแบบเดิมกับบรรจุภัณฑ์ขนมไทยแบบใหม่

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้จะเน้นการศึกษาปัจจัยทางด้านบรรจุภัณฑ์ ที่ส่งอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค และความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ขนมไทย

3.1 ขอบเขตด้านพื้นที่

การวิจัยมีขอบเขตพื้นที่ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจซื้อ บริเวณห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดขอนแก่น เนื่องจากเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง มีผู้คนจากต่างสถานที่เดินทางมาท่องเที่ยว

3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่

กรอบแนวความคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร [7] (ปูน คงเจริญเกียรติ : 2541) กำหนดไว้ดังนี้

3.2.1 บรรจุภัณฑ์จะต้องดูสะอาด ให้ความรู้สึกว่าเป็นสิ่งที่สามารถรับประทานได้ โดยเน้นความสำคัญของสิ่งเหล่านี้ด้วยวัสดุที่ใช้สีที่พิมพ์ลงในลักษณะของกราฟิก

3.2.2 บรรจุภัณฑ์สามารถมองเห็นรูปลักษณะขนมที่บรรจุอยู่ภายใน โดยพิจารณาควบคู่กับระยะเวลาขนมรอการจำหน่ายและเวลาของการขนส่งบรรจุภัณฑ์เพื่อกระจายการจำหน่าย

3.2.3 บรรจุภัณฑ์ควรมีรูปลักษณะที่น่ารักสวยงามมากกว่าดูจริงจังเป็นทางการ ซึ่งใช้บรรจุขนมที่เป็นของทานเล่นหรือของว่างใช้ทานเป็นส่วนเสริม

3.2.4 บรรจุภัณฑ์ควรมีคุณลักษณะที่สามารถปกป้องหรือป้องกันสิ่งที่มีผลกระทบต่อสภาพขนมที่บรรจุอยู่ภายในได้ติดตามสภาพ โดยเกณฑ์กำหนดของข้อมูลที่ต้องแจ้ง ได้แก่

3.2.4.1 ชื่อผลิตภัณฑ์

3.2.4.2 ส่วนผสม

3.2.4.3 ปริมาณสุทธิ

3.2.4.4 วันหมดอายุ

3.2.4.5 สภาพในการเก็บหรือสภาวะในการใช้

3.2.4.6 ชื่อและที่อยู่ของผู้ผลิต ผู้บรรจุ หรือผู้ขาย

3.2.4.7 แหล่งกำเนิดสินค้า

3.2.4.8 ข้อเสนอแนะในการบริโภค

3.3 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.3.1 ประชากร ที่ศึกษาได้แก่ลูกค้ารายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมญี่ปุ่นที่ผลิตจากประเทศญี่ปุ่น จำนวน 49 ชิ้น โดยศึกษารูปแบบการพับ ลวดลาย ภาพประกอบ ตัวอักษร สัญลักษณ์ สี และองค์ประกอบศิลป์ โดยเลือกศึกษาขนมญี่ปุ่น 5 ประเภทดังต่อไปนี้

3.3.2 นามางะชิ (Namagashi) เป็นขนมแบบชุ่มน้ำ มีน้ำเป็นส่วนประกอบมากกว่า 40 %

3.3.3 ฮานามางะชิ (Hanamagashi) เป็นขนมที่มีน้ำอยู่เพียงครึ่งหนึ่งอาจมากกว่า 21 % แต่ไม่ถึง 39 %

3.3.4 ฮิงะชิ (Higashi) เป็นขนมแบบแห้งมีน้ำอยู่เพียง 10-20%

3.3.5 ดังโกะ (Dango) เป็นขนมแบบแห้งมีน้ำอยู่เพียง 10-20%

3.3.6 ไทเยกิ (Tai Yaki) เป็นขนมแบบแห้งมีน้ำอยู่เพียง 10-20%

3.4 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 30 คน และผู้บริโภค จำนวน 50 คน รวม 80 คน จากนั้นแทนค่าสูตรของ Yamane (1973) ได้กลุ่มตัวอย่าง 80 คน แล้วจึงทำการสุ่มตัวอย่างโดยบังเอิญ (accidental sampling) ณ บริเวณห้างสรรพสินค้าเซ็นทรัลพลาซ่า จังหวัดขอนแก่น

3.4.1 การพัฒนาและเก็บข้อมูล เป็นการเก็บข้อมูลปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจซื้อขนมหวานไทย เพื่อนำไปออกแบบลวดลายกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ศึกษาตัวแปรต้นและตัวแปรตาม ดังนี้ แบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อ

3.4.2 ตัวแปรต้น ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ เพศ รายได้ ปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ทัศนคติที่มีต่อผลิตภัณฑ์ การเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

3.4.3 ตัวแปรตาม คือ ปัจจัยในการซื้อของผู้บริโภคที่มีผลต่อการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมหวานของไทยรูปแบบใหม่

เมื่อได้บรรจุภัณฑ์ต้นแบบแล้ว ผู้วิจัยจึงทำการประเมินเพื่อศึกษาความคิดเห็นที่มีต่อผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ โดยคณะ

ผู้ประเมินประกอบด้วยกลุ่มผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายและกลุ่มผู้บริโภค ดังนี้

เกณฑ์การแปลความหมายคะแนนการประเมินบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.51 – 5.00	เห็นด้วยมากที่สุด
3.51 – 4.50	เห็นด้วยมาก
2.51 – 3.50	เห็นด้วยปานกลาง
1.51 – 2.50	เห็นด้วยน้อย
0.00 – 1.50	เห็นด้วยน้อยที่สุด

3.5 ผลการวิจัย ได้แก่ ตารางที่ 1 – 12

ตารางที่ 1 แสดงผลความคิดเห็นการนำแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมไทยชื่อขนมอาลาวี (N = 80)

แบบสอบถามความเห็นการนำแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมไทย	ผลประเมินค่าความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D	ระดับความคิดเห็น
1.บรรจุภัณฑ์มีผลก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อ	4.33	0.52	เห็นด้วยมาก
2.บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์	4.67	0.33	เห็นด้วยมากที่สุด
3.กราฟิกมีความน่าสนใจเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.41	0.51	เห็นด้วยมาก
4.รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจ	4.49	0.50	เห็นด้วยมาก
5.กราฟิกสามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ของขนมหวานไทย	4.87	0.13	เห็นด้วยมากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.55	0.45	เห็นด้วยมากที่สุด

เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยการประเมินบรรจุภัณฑ์ขนมไทยพบว่า มีความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบขนมอาลาวี อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดคือ ด้านกราฟิกสามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ของขนมหวานไทย ($\bar{x} = 4.87$) รองลงมาคือ ด้านบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.67$) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ผลิตที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบโดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.55$)

ตารางที่ 2 แสดงผลความคิดเห็นการนำแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมไทยชื่อขนมฝิง (N = 80)

แบบสอบถามความเห็นการนำแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมไทย	ผลประเมินค่าความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. บรรจุภัณฑ์มีผลก่อให้เกิดตัดสินใจเลือกซื้อ	4.55	0.45	เห็นด้วยมาก
2. บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์	4.60	0.40	เห็นด้วยมากที่สุด
3. กราฟิกมีความน่าสนใจเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.70	0.30	เห็นด้วยมาก
4. รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจ	4.45	0.51	เห็นด้วยมาก
5. กราฟิกสามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ของขนมหวานไทย	4.13	0.54	เห็นด้วยมากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.47	0.50	เห็นด้วยมากที่สุด

เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยการประเมินบรรจุภัณฑ์ขนมไทยพบว่า มีความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบขนมฝิง อยู่ใน

ระดับเห็นด้วยมากที่สุดคือ ด้านกราฟิกมีความน่าสนใจเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.70$) รองลงมาคือ ด้านบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.60$) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ผลิตที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{x} = 4.47$)

ตารางที่ 3 แสดงผลความคิดเห็นการนำแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมไทยชื่อขนมเม็ดขนุน (N = 80)

แบบสอบถามความเห็นการนำแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมไทย	ผลประเมินค่าความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. บรรจุภัณฑ์มีผลก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อ	4.63	0.37	เห็นด้วยมาก
2. บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์	4.55	0.45	เห็นด้วยมากที่สุด
3. กราฟิกมีความน่าสนใจเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.50	0.50	เห็นด้วยมาก
4. รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจ	4.58	0.42	เห็นด้วยมาก
5. กราฟิกสามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ของขนมหวานไทย	4.33	0.52	เห็นด้วยมากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.52	0.48	เห็นด้วยมากที่สุด

เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยการประเมินบรรจุภัณฑ์ขนม พบว่า มีความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบขนมเม็ดขนุน อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดคือ บรรจุภัณฑ์มีผลก่อให้เกิดตัดสินใจเลือกซื้อ ($\bar{x} = 4.63$) รองลงมาคือ ด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความดึงดูดความสนใจ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.58$) มีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของผู้ผลิตที่มีต่อผลิตภัณฑ์ต้นแบบโดยรวม อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.52$)

ตารางที่ 4 แสดงผลความคิดเห็นการนำแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมไทยชื่อขนมฝอยทองกรอบ (N=80)

แบบสอบถามความเห็นการนำแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมไทย	ผลประเมินค่าความพึงพอใจ		
	\bar{X}	S.D	ระดับความคิดเห็น
1. บรรจุภัณฑ์มีผลก่อให้เกิดการตัดสินใจเลือกซื้อ	4.30	0.52	เห็นด้วยมาก
2. บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์	4.70	0.30	เห็นด้วยมากที่สุด
3. กราฟิกมีความน่าสนใจเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.60	0.40	เห็นด้วยมาก
4. รูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจ	4.40	0.51	เห็นด้วยมาก
5. กราฟิกสามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ของขนมหวานไทย	4.45	0.50	เห็นด้วยมากที่สุด
เฉลี่ยรวม	4.49	0.50	เห็นด้วยมากที่สุด

เมื่อวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยการประเมินบรรจุภัณฑ์ขนมไทยพบว่า มีความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบขนมฝอยทองกรอบ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุดคือ ด้านบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.70$) รองลงมาคือ ด้านกราฟิกมีความน่าสนใจเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ($\bar{x} = 4.60$) มีค่าเฉลี่ยระดับความ

ข้อเสนอแนะ

1. ควรเพิ่มองค์ประกอบศิลป์ เช่น สี สีส้ม สีเหลือง สีเขียว เพื่อให้เกิดความโดดเด่น
2. ควรเพิ่มคำบรรยายและภาพขนมไทยให้สื่อถึงรสชาติของขนมหวานไทย

4. ผลการวิจัย

การศึกษาแนวคิดการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมญี่ปุ่น พัฒนาเสร็จสมบูรณ์แล้วสรุปได้ว่าบรรจุภัณฑ์ขนมไทยแบบใหม่ สะท้อนให้เห็นถึงศิลปะไทย กรณีศึกษาวรรณกรรมไทย เรื่องรามเกียรติ์ และกลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มตัวแทนผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 คน และปรับปรุงแก้ไขเพื่อนำแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไปศึกษาความพึงพอใจกับผู้ประกอบการ จำนวน 30 คน และผู้บริโภค จำนวน 50 คน รวม 80 คน โดยสรุปผลการวิจัยแยกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามความต้องการเบื้องต้นของผู้ผลิตที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนมไทย เป็นคำถามแบบตรวจสอบรายการประกอบด้วย 3 ส่วนคือ ข้อมูลส่วนตัว ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาดำเนินธุรกิจ รายได้ต่อเดือน ภูมิภาค คำถามข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ขนม ประเภทขนมไทย ประกอบไปด้วย ด้านบรรจุภัณฑ์มีผลก่อให้เกิดตัดสินใจเลือกซื้อ ค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.56) ด้านบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.26) ด้านกราฟิกมีความน่าสนใจเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.20) ด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความดึงดูดความสนใจ ค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.33) ด้านกราฟิกสามารถถ่ายทอดเอกลักษณ์ของขนมหวานไทย ค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.20) ด้านตราสัญลักษณ์สามารถสร้างความเชื่อมั่นในตัวผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.33) ด้านภาพประกอบมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.36)

ตอนที่ 2 แบบประเมินความเหมาะสมด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (แบบร่าง) จำนวน 6 แบบ สำหรับผู้เชี่ยวชาญเป็นแบบ (Rating Scale) แต่ละข้อแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตามหลักการวัดของลิเคทสเกล อังโน (บุญธรรม กิจปรีดา บริสุทธิ. 2549) ประเด็นประเมินประกอบไปด้วย 4 ด้านคือ ด้านการถ่ายทอดภาพลักษณ์ของไทย ค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.56) ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และด้านประโยชน์ใช้สอย ความเหมาะสมระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.46) ด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ความเหมาะสมระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.46)

ตอนที่ 3 แบบประเมินความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนมไทย ตราขนมไทย (Sasitron) 4 ประเภทที่พัฒนาขึ้นใหม่ เป็นภาพประกอบจำนวน 1 ชุด สรุปด้านความพึงพอใจที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อโดยรวม ค่าเฉลี่ย (\bar{x} = 4.28) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D. = 0.64) ความพึงพอใจระดับมาก ผู้บริโภคและการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไทยขึ้นใหม่ ร้อยละ 96.70

5. ข้อเสนอแนะ

- 5.1 ควรมีการทำการศึกษาแนวความคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไทย ในด้านอื่นๆ เช่น รูปร่าง รูปทรง วัสดุธรรมชาติ เป็นต้น
- 5.2 ควรมีการนำข้อมูลที่ได้ในแต่ละประเภทไปใช้งานจริง โดยออกแบบบรรจุภัณฑ์ในแต่ละประเภท
- 5.3 การนำขนมไทยมาทำบรรจุภัณฑ์ จะทำให้ดูสะอาดตา และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ดีกว่าการใส่ถุงพลาสติก



รูปที่ 1 การเก็บข้อมูลด้านความต้องการเบื้องต้นของผู้ผลิตที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนมไทย ร้านขายขนมไทย อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 2556.



รูปที่ 2 แบบจริงแสดงแนวคิดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมไทย ร้านขายขนมไทย อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม 2556.

6. การอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ของการวิจัยนี้

- 6.1 เพื่อศึกษาแนวคิดการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมญี่ปุ่น ที่มีความเหมาะสมในการนำมาประยุกต์ใช้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไทย
- 6.2 เพื่อเป็นแนวคิดในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ขนมไทยใหม่

6.3 เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนมไทยรูปแบบเดิมกับบรรจุภัณฑ์ขนมไทยแบบใหม่ การศึกษาแนวคิดการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ขนมญี่ปุ่นเพื่อนำมาใช้กับบรรจุภัณฑ์ขนมไทย ได้รับการสร้างสรรค์โดยผู้วิจัยพิจารณาและกลุ่มตัวแทนผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 คน บรรจุภัณฑ์ขนมไทยที่พัฒนากราฟิกในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนมญี่ปุ่นได้ถูกนำไปศึกษาความพึงพอใจกับผู้ประกอบการ จำนวน 30 คน และผู้บริโภค จำนวน 50 คน รวม 80 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ 1) แบบสอบถามความต้องการเบื้องต้นของผู้ผลิตที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนมไทย 2) แบบประเมินความเหมาะสมด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 3) แบบประเมินความพึงพอใจและการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนมไทย

ผลการวิจัย มีดังนี้

1. ความคิดเห็นเบื้องต้นของผู้ผลิตที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนมไทยก่อนการพัฒนา พบว่า มีความคิดเห็นโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก

2. ผลการประเมินความเหมาะสมด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไทย โดยใช้ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมาผนวกกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แนวคิดที่นำเอกลักษณ์ของไทยมาปรับในสไตล์ญี่ปุ่นรวมกับการออกแบบที่ดูมีความทันสมัยและคำนึงถึงความสะดวกในการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ ใช้โทนสีและกราฟิกที่สดใส ทรานสพาร์นต์ที่ง่ายต่อการจดจำ ที่สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ และตัวอักษรที่มีความเป็นไทย ภาพกราฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์เป็นภาพถ่ายจริง อีกทั้งยังคำนึงถึงต้นทุนการผลิตที่เหมาะสมกับราคาผลิตภัณฑ์ พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก

3. ความคิดเห็นในการตัดสินใจเลือกซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ขนมไทย พบว่า มีคุณภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น

สรุปได้ว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไทยที่พัฒนากราฟิกในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ขนมญี่ปุ่น โดยใช้ปัจจัยในการตัดสินใจซื้อมาผนวกกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยแนวคิดที่นำเอกลักษณ์ของไทยมารวมกับการออกแบบที่ดูมีความทันสมัย สามารถสร้างแนวทางใหม่เพื่อใช้เป็นข้อมูลให้กับกลุ่มผู้ประกอบการ และนักออกแบบสามารถนำมาใช้กับการออกแบบขนมของไทยได้ แต่สิ่งสำคัญจะต้องมีการคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ของความเป็นไทยหรือคงไว้ ซึ่งกลิ่นอายของความเป็นไทยให้คงอยู่ร่วมอยู่ด้วย

7. ข้อเสนอแนะจากประเมินความพึงพอใจ

7.1 ควรเพิ่มองค์ประกอบศิลป์ เช่น สีแดง สีเหลือง เพื่อให้เกิดความโดดเด่น

7.2 ควรเพิ่มคำบรรยายและภาพขนมไทยให้สื่อถึงรสชาติของขนมไทย เพราะคนไทยยุคใหม่และชาวต่างชาติยังไม่รู้จักขนมเหล่านี้ดี

7.3 การนำขนมไทยมาทำบรรจุภัณฑ์ จะทำให้ดูสะอาดตา และมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่ดีกว่าการใส่ถุงพลาสติก

เอกสารอ้างอิง

- [1] กัลป์ยกร จันทรสาขาและคณะ. 2554. ศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์ศิลปหัตถกรรมประเภทงานจักสาน ไม้ไผ่ลายขีดกลุ่มผู้ผลิตบ้านหนองสระพัง ตำบลหนองห้าง อำเภอภูผินารายณ์ จังหวัดกาฬสินธุ์. *วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม*, 10(3), น.1-10. Kanyakom Chantarasakha and others. 2011. Study of Arts and Crafts Product Design for Bamboo Khid Pattern Wickerwork Manufacturers. Ban Nongsapang, Nong Hang Kuchinarai District, Kalasin. *Journal of Industrial Education*, 10(3), p. 1-10.
- [2] ชัยรัตน์ อัครวงกูร. 2548. ออกแบบให้โดนใจ. กรุงเทพฯ : สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรม สนับสนุน.
- [3] ณภัทร(นามแฝง). 2539. *ห้องของขวัญให้สวย เล่ม 2 ข แบบญี่ปุ่น*. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สนานาคิด.
- [4] นภวรรณ คณานุกรักษ์. *Power of Packaging*. กรุงเทพฯ : ทิปป์ พ้อยท์, 2547.
- [5] บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธิ์. 2549. *สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย*. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : จามจุรีโปรดักท์.
- [6] ประชิต ทิณบุตร. 2531. *การออกแบบบรรจุภัณฑ์*. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- [7] ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. *บรรจุภัณฑ์อาหาร*. กรุงเทพฯ : แพคเมทส์.
- [8] สืบศิริ แซ่ลี. 2552. *การออกแบบสื่อฉลากเบื้องต้น*. มหาสารคาม : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- [9] สืบศิริ แซ่ลี. 2554. *พื้นฐานการออกแบบ*. มหาสารคาม : สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.