



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ  
วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ ครั้งที่ ๑  
“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม“  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development,  
Dissemination and Modern Technology Relaying to Society  
Phanomwan College of Technology

16-17 กรกฎาคม 2559  
ณ โรงแรมสีมารानी นครราชสีมา

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์

ร่วมกับ

สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน  
กระทรวงอุตสาหกรรม  
หอการค้าจังหวัดนครราชสีมา  
สมาคมนักวิจัย

กลุ่มวิชาที่นำเสนอผลงานวิจัยทั้งภาคบรรยายและภาคโปสเตอร์

- กลุ่มสาขาวิชามนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์ และ เศรษฐศาสตร์
- กลุ่มสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society



วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์  
เรื่อง ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ  
ระดับชาติ ครั้งที่ 1

“การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม”

ณ โรงแรมสีมาธานี จ.นครราชสีมา

Phanomwan College of Technology

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development,

Dissemination and Modern Technology Relay to Society

วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์กำหนดให้มีการจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติครั้งที่ 1 วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ “การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม” ประกอบด้วย

- งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และเศรษฐศาสตร์(Humanities, Social Sciences and Economics)
- งานวิจัยและสร้างสรรค์ด้านวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (Science and Technology)

ซึ่งกำหนดจัดขึ้น ในวันที่ 16-17 กรกฎาคม พ.ศ. 2559 เวลา 08.00 – 18.00 น. ณ โรงแรมสีมาธานี เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติดังกล่าว ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ ดังต่อไปนี้  
ผู้ทรงคุณวุฒิได้อ่านบทความ

#### ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

##### กลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

- ศาสตราจารย์.ดร.นพ.อัมมทีวัฒน์ นรรัตน์วินชัย
- รองศาสตราจารย์ ดร.พิพัฒน์ อมตฉายา
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา ชันติโกมล
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ยุวดี รอดจากภัย
- ดร.ภก.กานต์ วงศ์สุภสวัสดิ์
- ดร.ยงยุทธ สงวนชม

- มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี  
มหาวิทยาลัยบูรพา  
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง  
มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์

##### กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- ศาสตราจารย์.สุมาลี สังข์ศรี
- รองศาสตราจารย์ ดร. รุ่งโรจน์ พุ่มริ้ว
- รองศาสตราจารย์ ดร.กฤตกรณ์ ประทุมวงษ์
- รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
- รองศาสตราจารย์ ดร.ประสพชัย พสุนนท์
- รองศาสตราจารย์ ดร. ธัญปวีณ์ รัตน์พงศ์พร
- รองศาสตราจารย์ ดร.ไพโรจน์ วิไลนุช

- มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี  
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี  
มหาวิทยาลัยศิลปากร  
มหาวิทยาลัยศิลปากร  
มหาวิทยาลัยรามคำแหง  
มหาวิทยาลัยหอการค้า



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
 The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- |   |   |
|---|---|
| 8. รองศาสตราจารย์ ประทุมวรรณ อุดมสุวรรณกุล        | ข้าราชการบำนาญ                                      |
| 9. รองศาสตราจารย์ บุศย์ วิสุทธิ                   | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 10. รองศาสตราจารย์นัยดา สวัสดิพงษ์                | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                                 |
| 11.รองศาสตราจารย์ วิวัฒน์ เอี่ยมไพรวาน            | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 12. รองศาสตราจารย์ ดิเรก ทองอร่าม                 | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัฐนันท์ พงศ์วิริทธิ์ธร | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา                   |
| 14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีระ กุลสวัสดิ์         | มหาวิทยาลัยบูรพา                                    |
| 15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ธีระวัฒน์ จันทิก       | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประพิศารีย์ ธนารักษ์    | มหาวิทยาลัยนครสวรรค์                                |
| 17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุภาภร ภิญโญฉัตรจินดา  | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 18. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิตติมา พลับปลืง        | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 19. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยพงศ์ พลับปลืง        | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 20. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัมพันธ์ จันทร์ดี       | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 21. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มนสิณี บุญมีศรีสง่า     | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 22. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทรงพร หาญสันติ              | มหาวิทยาลัยเกษตร                                    |
| 23. อาจารย์ ดร.วรรณพร อารยะพันธ์                  | มหาวิทยาลัยเชียงใหม่                                |
| 24. อาจารย์ ดร.ประไพพิมพ์ สุธีวินนันท             | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 25. อาจารย์ ดร.ปิยพล ไพโรจิตร                     | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 26. อาจารย์ ดร.จิตพนธ์ ชุมเกต                     | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 27. อาจารย์ ดร.สิริชัย ดีเลิศ                     | มหาวิทยาลัยศิลปากร                                  |
| 28. อาจารย์ ดร.ปวีณ นราเมธกุล                     | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์             |
| 29. อาจารย์ ร้อยตรี ดร.บุญช่วย แจ่มเวชฉาย         | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 30. อาจารย์ ดร. กานต์ ศรีวิภาสภิต                 | มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี                            |
| 31. อาจารย์ ดร.ปิยะ นาควัชระ                      | มหาวิทยาลัยบูรพา                                    |
| 32. อาจารย์ ดร.ยุทธภูมิ มีประดิษฐ์                | มหาวิทยาลัยบูรพา                                    |
| 33. อาจารย์ ดร.วิทยา ศิริพันธ์วัฒนา               | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                                 |
| 34. อาจารย์ ดร. เพชรรัตน์ เจริมรอด                | มหาวิทยาลัยสวนดุสิต                                 |
| 35. อาจารย์ ดร.พิสิษฐ์ มณีโชติ                    | มหาวิทยาลัยนครสวรรค์                                |
| 36. อาจารย์ ดร. จุไรรัตน์ ดวงจันทร์               | วิทยาลัยพยาบาลพระจอมเกล้า                           |
| 37. อาจารย์ ดร.สมปอง รักษาธรรม                    | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช                      |
| 38. อาจารย์ ดร.ปิยวรรณ สิริประเสริฐศิลป์          | มหาวิทยาลัยแม่โจ้                                   |
| 39. ดร.ณรงค์ ศรีเกียรติทอง                        | บริษัท โมเดิร์นคาสอินเตอร์เนชั่นแนลคอสเมติกส์ จำกัด |
| 40. ดร.ธงชัย ทองมา                                | กองทุนบำเหน็จบำนาญข้าราชการ                         |
| 41. ดร.บุรณิน รัตนสมบัติ                          | บริษัท ปตท. จำกัด (มหาชน)                           |
| 42. ดร.กฤษฎา โสภา                                 | บริษัท อ่าฟลฟูดส์ โพรเซสซิ่ง จำกัด                  |
| 43. ดร.ภาณุพันธ์ โอบารกิจไพบูลย์                  | บริษัท เอชจีเอสที ประเทศไทย จำกัด                   |



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

### ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

#### กลุ่มมนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และเศรษฐศาสตร์

- |  |                           |
|--|---------------------------|
| 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิเชียร อุ่นเรือน | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิบูลย์ ล้อมมงคล  | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 3. ดร.พิชัย สารภักดิ์                      | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |
| 4. ดร.พีรพงษ์ ตั้งก้องเกียรติ              | วิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์ |

#### หน้าที่และความรับผิดชอบ

1. พิจารณาผลงานจากผู้นำเสนอขอความเพื่อนำเสนอแบบบรรยาย หรือ โปสเตอร์
2. ทำรายงานสรุปผลเสนอต่อที่ประชุมกองบรรณาธิการและคณะกรรมการจัดประชุม

สั่ง ณ วันที่ 15 กรกฎาคม พ.ศ.2559

(ดร.พิสิษฐ์ ศิริรักษ์)

อธิการบดีวิทยาลัยเทคโนโลยีพนมวันท์



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

## การวิเคราะห์การรับรู้ของบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ OTOP

### “สมุนไพรแท้ 100% สบู่ฟักข้าว I Am หนองพลับ”

#### Analyze about the recognition of packaging OTOP product

#### “Herb 100% Sweet Gourd Soap Am Nong-Plub”

ธนพัฒน์ อินทวิ\* , นริگانต์ สมอินสอน\*\*

#### บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการพัฒนา Packaging เพื่อวิเคราะห์การรับรู้ตัวผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบอย่างไรเพื่อพัฒนา Packaging เพื่อนำไปปรับใช้และเพื่อศึกษารูปแบบการรับรู้ของผลิตภัณฑ์ โดยเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้วิจัยเลือกใช้เครื่องมือที่สำคัญเพื่อเก็บข้อมูลได้ครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ซึ่งประกอบด้วยสมุดบันทึกข้อมูลโทรศัพท์มือถือ แนวคำถามการสัมภาษณ์และผู้วิจัย

ความคิดเห็นของประชากร 3 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ผลิต ผู้จัดจำหน่าย และบุคคลทั่วไป ที่มีการรับรู้ต่อตัวบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ OTOP “สมุนไพรแท้ 100% สบู่ฟักข้าว I Am หนองพลับ” พบว่าตัวผลิตภัณฑ์ไม่มีความดึงดูด ไม่มีข้อมูลที่บอกเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ไม่มีสัญลักษณ์ที่รับรองมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) ควรบรรจุลงในกล่องให้เรียบร้อย ป้องกันสารเคมีต่างๆ เข้ามาเจือปน หรือ ใสเป็นผ้าที่สามารถขัดผิวได้ เช่น ใยไผ่ ไหมผสมที่ขัดตัวได้ส่วนในตัวของสบู่ฟักข้าว นั้น บุคคลทั่วไปไม่มีความสนใจเป็นอย่างมากเพราะ ทำมาจากวัตถุดิบที่เป็นธรรมชาติ ทำมาจากสมุนไพรแท้ 100% ไม่มีสารเคมีเจือปนในตัวสบู่ และเป็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใต้โครงการ OTOP

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ควรสำรวจความนิยมรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตามตลาดผลิตภัณฑ์สบู่ หรือสร้างความแตกต่าง สร้างจุดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์และได้รับการรับรองมาตรฐานแล้วเรียบร้อย

คำสำคัญ: บรรจุภัณฑ์, การพัฒนาบรรจุภัณฑ์, การรับรู้บรรจุภัณฑ์, บรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP

\*คณาจารย์สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

\*\*นักศึกษาปริญญาตรี สาขาวิชาการจัดการธุรกิจและภาษาอังกฤษ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม

The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

## Abstract

The objectives of the research were for study developing the packaging to analyze the perception how the product design was, for developing the packaging in order to be applied and for studying the perception formats of the product by using tools for researching, which researcher used to help collect the data completely and directly to the research objectives, like a data notebook, a smart phone, interview question guidelines and researcher.

The opinions of three groups of the population, which are producers , distributors and general people who have the perception to the packaging of the OTOP product, one hundred percent real herbal "Gac Soap", was revealed that the product was not attractive. There was no clear information about the product as well as the standard certified sign from the Food and Drug Administration(FDA). In addition, the product should be contained in box to prevent the chemicals that might be mixed with the product or contained in cloth packaging that can be used to scrub skins such as bamboo fiber and silkworm pod that can added to scrub the skin. However, there are many people who were interested because it was made from natural materials which was from real herbs and have no added chemicals. Moreover, was the OTOP project.

Additional suggestions for packaging design development, the developer should survey the popularity of packaging designs in soap market or create difference as well as prominent points to the product. Furthermore, the developer should make the product become certified the product standard.

Keywords : Packaging, Developing the packaging, Perception formats of the product, Packaging of the OTOP product.



## บทนำ

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) เป็นโครงการกระตุ้นธุรกิจการประกอบการของท้องถิ่นมีเป้าหมายที่จะสนับสนุนผลิตภัณฑ์ลักษณะเฉพาะที่ผลิตและจำหน่ายในท้องถิ่นแต่ละตำบล (Thai OTOP City.com, 2009) การส่งเสริมให้ชาวบ้านผลิตผลิตภัณฑ์นั้นง่ายแต่ให้ขายได้และเป็นที่ยอมรับหรือซื้อเป็นประจำในระยะยาวนั้นยาก ผลิตภัณฑ์ OTOP ในปัจจุบันมีเยอะและล้นตลาดปัญหาสำคัญของผลิตภัณฑ์ OTOP คือไม่มีจุดเด่นหรือแตกต่างไปกว่าผลิตภัณฑ์ชิ้นอื่นๆ ถ้าจะส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP ต้องส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้วิถีชีวิตมีแบบมีแผน เพราะถ้าไม่มีกระบวนการเรียนรู้ที่ดี ผลิตภัณฑ์ OTOP ก็ไม่ต่างจากผลิตภัณฑ์ธุรกิจชุมชนทั่วไป ถ้าบางแห่งมีผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์มีคุณลักษณะพิเศษก็สามารถไปแข่งขันกับของคนอื่นได้ (ดร.เสรี พงศ์พิศ, 2012)

วัตถุประสงค์ของผลิตภัณฑ์ OTOP นั้นมีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ สร้างความแข็งแกร่งให้แก่ชุมชนรวมถึงส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้เกิดประโยชน์สูงสุดโดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมในท้องถิ่น (คณะกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ, 2544)

การสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งรายอื่นๆ โดยเฉพาะธุรกิจที่มีผลิตภัณฑ์และบริการประเภทมีการแข่งขันกันสูง หากไม่มีการสร้างสรรค์ โอกาสที่จะเติบโตแทบจะมองไม่เห็น อย่างไรก็ตามที่ผู้ประกอบการจะต้องเข้าใจก็คือการให้ความสำคัญกับการคิดค้นและสร้างสรรค์สิ่งที่ไม่เหมือนใครและไม่มีใครเหมือนนั้นจะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์นั้นได้อย่างมากมาย (vimonmass, 2014)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นการพัฒนา ปรับปรุง หรือเปลี่ยนแปลงผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภค งานพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นเครื่องมือที่มีความจำเป็น อาศัยทั้งระบบและกลยุทธ์ก่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ในเชิงพาณิชย์ (วิชัย, 2550)

การที่จะพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมนั้นให้มีความแตกต่าง โดดเด่น ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้มากนั้น ผู้ผลิตจะต้องมีความคิดที่ริเริ่มสร้างสรรค์ มีความคิดที่แปลกแยกหรือแตกต่างจากกลุ่มคนอื่น ๆ รวมถึงมีความสนใจที่จะเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ อยู่เสมอ

ทั้งนี้ผู้ผลิตจะต้องคำนึงถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคเป็นอันดับแรก เพื่อที่จะนำไปพัฒนารูปแบบของผลิตภัณฑ์ให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มตลาดหรือผู้บริโภคในปัจจุบัน



สตีเฟน พี. ร็อบบินส์

(Organizational Behavior, 2554) กล่าวว่า กระบวนการของมนุษย์ที่จัดระบบหรือตีความสิ่งที่ได้สัมผัสมา เพื่อให้ความหมายกับสิ่งนั้นๆ

ชิฟแมน และคานุก (Customer Behavior – Psychology Aspects, 2552) ให้ความหมายไว้ว่า กระบวนการที่มนุษย์แต่ละคนมีการเลือก ประมวลผลและตีความเกี่ยวกับตัวกระตุ้นออกมาให้มีความหมาย และได้ภาพนั้นๆ ขึ้นมา

จากความหมายของต้นสรุปได้ว่าการรับรู้ (Perception) หมายถึง การที่มนุษย์ตอบสนองต่อสิ่งที่ได้สัมผัสหรือรับรู้ และได้ประมวลผลออกมาอย่างมีความหมาย

- ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้

กันยา สุวรรณแสง (จิตวิทยาทั่วไป = General Psychology, 2552) ได้กล่าวถึงปัจจัยของการรับรู้ไว้ว่า สิ่งเร้าอย่างเดียวกันทำให้คนสองคนรับรู้สิ่งนั้นต่างกันได้มนุษย์ต้องอาศัยปัจจัยหลายๆอย่างที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้มี 2 ประเภท คือ

1. ลักษณะของผู้รับรู้ มนุษย์จะเลือกรับรู้สิ่งใดก่อนหรือหลัง มากหรือน้อยขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้รับรู้ด้วย ปัจจัยที่เกี่ยวกับการรับรู้ แบ่งออกได้เป็น 2 ด้าน

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์การรับรู้ของตัว

Packaging

2. เพื่อพัฒนา Packaging เพื่อ

นำไปปรับใช้

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1. ทฤษฎีการรับรู้
2. ทฤษฎีความพึงพอใจ
3. องค์ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. ทฤษฎีการรับรู้

- ความหมายการรับรู้

บรรยงค์ ไตจินดา (องค์การและการจัดการ, 2552) กล่าวว่า การที่มนุษย์ได้ตีความหมายและตอบสนองต่อสิ่งที่เกิดขึ้น การรับและการแปลข้อมูลนั้นให้กลายเป็นข้อความตามความเข้าใจของตัวเองอีกทั้งต้องคำนึงถึงความรู้และความเข้าใจในข้อมูลจึงจะทำให้แปลความที่รับมาได้ถูกต้อง

สิทธิโชค วรานุสันติกุล (จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและการประยุกต์, 2552) ให้ความหมายไว้ว่า สิ่งมีชีวิตที่พยายามจะทำความเข้าใจต่อสิ่งแวดล้อมรอบข้างโดยผ่านทางประสาทสัมผัส

ลักขณา สรวิวัฒน์ (จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน, 2552) กล่าวว่า การสัมผัสและตีความแห่งการสัมผัสที่ได้รับออกมาเป็น สิ่งหนึ่งสิ่งใดที่มีความหมาย





1.1 ด้านกายภาพ หมายถึง  
อวัยวะสัมผัส เช่น นูตาจมูกและอวัยวะสัมผัสอื่น ๆ

1.2 ด้านจิตวิทยา เช่น  
ความจำ อารมณ์การสังเกตความสนใจ  
ความตั้งใจ เป็นต้น

2. ลักษณะของสิ่งเร้า มนุษย์จะ  
เลือกรับรู้สิ่งใดก่อนหรือหลัง มากหรือน้อย  
ขึ้นอยู่กับว่าสามารถดึงดูดความสนใจ ความ  
ตั้งใจมากน้อยเพียงใดสิ่งเร้าที่มีอิทธิพลต่อ  
การรับรู้มีดังนี้

2.1 สิ่งเร้าภายนอกที่ดึงดูด  
ความสนใจและความตั้งใจ ได้แก่ ความเข้ม  
และขนาดของสิ่งเร้าสิ่งที่ตรงกันข้าม  
คุณสมบัติและคุณลักษณะของสิ่งเร้า

2.2 สิ่งเร้าภายใน ได้แก่  
แรงจูงใจการคาดหวังความสนใจ อารมณ์  
ความคิด จิตนาการและความสนใจต่าง

- องค์ประกอบของการรับรู้

องค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้  
ของบุคคลมีดังต่อไปนี้ (จิตวิทยาใน  
ชีวิตประจำวัน, 2552)

1. ความตั้งใจคือการเอาใจใส่ต่อสิ่ง  
ใดสิ่งหนึ่ง

2. การเตรียมพร้อมที่จะรับหมายถึง  
สภาพของจิตใจที่สงบแล้วและพร้อมที่จะ  
เผชิญต่อปัญหานั้นๆ

3. ความต้องการหมายถึง มนุษย์  
ต้องการหรืออยากได้สิ่งใดสิ่งหนึ่งมากๆ

2. ทฤษฎีความพึงพอใจ

ดิเรก ฤกษ์สำราญ (ทฤษฎีความ  
พึงพอใจ, 2555) กล่าวว่า ความรู้สึกที่ดีหรือ  
เป็นไปในทางบวกต่อสิ่งนั้นๆ

วิรุฬ พรรณเทวี (ทฤษฎีความพึง  
พอใจ, 2555) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็น  
ความรู้สึกนึกคิดภายในจิตใจของมนุษย์ที่ไม่  
เหมือนกัน ถ้าคาดหวังไว้มากและได้รับการ  
ตอบสนองด้วยดีก็จะมี ความพึงพอใจมาก  
แต่ถ้าผิดหวังหรือไม่พึงพอใจก็จะแสดงความ  
ไม่พอใจออกมาทางอารมณ์

กาญจนา อรุณสุขจุลี (ทฤษฎีความ  
พึงพอใจ, 2555) กล่าวว่า ความพึงพอใจของ  
มนุษย์เป็นการแสดงออกทางพฤติกรรมที่ไม่  
สามารถมองเห็นเป็นรูปร่างได้ แต่สามารถ  
สังเกตได้โดยการแสดงออกต่อสิ่งเรานั้นๆ

3. องค์ประกอบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

รายละเอียดหรือส่วนประกอบบน  
บรรจุภัณฑ์จะสื่อถึงสิ่งนึกคิดในจิตใจของ  
ผู้ผลิต และรูปแบบของบรรจุภัณฑ์  
จุดมุ่งหมายทั่วๆ ไปในการออกแบบมีดังนี้

1. เติ้น ตัวบรรจุภัณฑ์จะต้อง  
ออกแบบให้เด่นและสะดุดตา



2. ตราภาพพจน์และความแตกต่าง  
สิ่งที่เมื่อกลุ่มเป้าหมายสังเกตเห็น แล้วจึงใจ  
ให้กลุ่มนั้นๆ อ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์

3. เทคนิคการออกแบบของบรรจุ  
ภัณฑ์จะต้องสามารถจับต้องได้ โดยทั่วไป  
แล้วจะเป็นรูปทรงเลขาคณิต

3.1 การออกแบบเป็นชุด  
เป็นเทคนิคที่มีความนิยมมาก จากกราฟิก  
ง่าย ๆ ที่เป็นจุด เส้นและภาพ นำมาจัดเป็น  
รูปแบบบนบรรจุภัณฑ์

3.2 การเรียงต่อเป็นภาพ ณ  
จุดขายมีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูดความสนใจ  
ของผู้บริโภคในระยะทางไกล

3.3 การออกแบบแสดง  
ศิลปะท้องถิ่นรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้  
สีนั้นก็จะต้องมีคความหมายหรือใช้สิ่งที่รู้จัก  
กันดีในท้องถิ่นนั้น

3.4 การออกแบบของขวัญ  
คือผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ไม่มีโอกาสบริโภคและการ  
ตัดสินใจส่วนมากเกิดขึ้น ณ จุดขายการ  
ออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรออกแบบให้ดีและ  
เข้ากับช่วงเทศกาลนั้นๆ(หลักการออกแบบ  
บรรจุภัณฑ์, 2554)

### ผลการวิจัย

ผลการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ  
"สมุนไพรแท้ 100%สมุนไพรฟ้าขาว I am หนอง  
พลับ"จากที่ได้สอบถามกลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับ

ตัวผลิตภัณฑ์ 3 กลุ่มคือ ผู้ผลิต ผู้จำหน่าย  
ผลิตภัณฑ์ และบุคคลทั่วไป พบว่า

1. กลุ่ม ผู้ผลิต ได้กล่าวถึงตัว  
ผลิตภัณฑ์ว่า ตัวผลิตภัณฑ์นั้นมีความดึงดูด  
สามารถนำไปแข่งขันกับผลิตภัณฑ์อื่น  
ได้ เพราะทำจากวัตถุดิบสมุนไพรแท้ 100%  
ไม่แต่งสี สีส้มเป็นสีธรรมชาติของฟ้าขาว  
ผู้ผลิตออกแบบตัวป้ายแบรนด์เอง แต่ส่วนตัว  
แล้วผู้ผลิตยังคิดว่าป้ายผลิตภัณฑ์ของตัวเอง  
ยังไม่ดึงดูด เพราะช่วงที่ทำนั้นมีเวลาจำกัด  
มาก อยากได้ป้ายแบรนด์ที่เป็นเอกลักษณ์  
ส่วนราคาของผลิตภัณฑ์ไม่แพง เพราะ  
วัตถุดิบมีตามในท้องถิ่นถ้าฟ้าขาวหมดก็มี  
ว่านหาง มะขาม วัตถุดิบในท้องถิ่น หรือ  
วัตถุดิบที่หาได้ง่ายในชุมชนรองรับอยู่

กลุ่มบุคคลทั่วไป ตัวผลิตภัณฑ์ไม่มี  
ความดึงดูด ไม่มีสัญลักษณ์รับรองมาตรฐาน  
จากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา  
(อย.) ไม่ระบุส่วนผสม วันผลิต ซึ่งหาก  
นำมาใช้อาจทำให้เกิดผลเสียตามมา ป้ายแบ  
รด์บอกข้อมูลไม่ชัดเจน มองไม่ออกว่าเป็น  
ตัวผลิตภัณฑ์สมุนไพร เหมือนเป็นผลิตภัณฑ์ที่  
สามารถรับประทานได้

กลุ่มผู้จำหน่าย ได้กล่าวถึงตัว  
ผลิตภัณฑ์ไว้ว่า ในฐานะคนขายต้องมีการ  
พัฒนาตัวบรรจุภัณฑ์ให้มันมากขึ้นกว่านี้ใน  
ปัจจุบันดูธรรมดาเกินไป ไม่ดึงดูด ไม่มีข้อมูล  
ที่บรรยายตัวผลิตภัณฑ์ที่ชัดเจน



2. กลุ่มผู้ผลิตอยากได้ผลิตภัณฑ์ที่เห็นแล้วรู้เลยว่า เป็นผลิตภัณฑ์จากแบรนด์ I Am นองพลับ แบรินต์ที่เป็นธรรมชาติและเป็นมิตรกับชุมชน

กลุ่มบุคคลทั่วไป อยากให้ตัวบรรจุภัณฑ์บรรจุลงในกล่องที่มีสีสันสดใส ตัวหนังสือตัวใหญ่ และชัดเจนกว่านี้ มีวิธีการใช้และคำเตือนของตัวผลิตภัณฑ์ มีส่วนผสม มีสัญลักษณ์ที่รับรองมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) มีการนำเสนอสรรพคุณให้เด่นกว่านี้ คำว่า สบู่ฟักข้าวยังเห็นไม่เด่นชัด

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย ตัวบรรจุภัณฑ์ที่อยากให้พัฒนาคือ รูปร่างจับถนัดมือ ใส่เป็นผ้าที่สามารถขัดผิวได้ เช่น โยไฟ โคมผสมที่ขัดตัวได้ มีที่แขวนได้ จุ่มน้ำแล้วนำไปใช้ได้เลย

### อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าผู้ให้ข้อมูลอยากให้พัฒนาตัวบรรจุภัณฑ์ให้ดียิ่งขึ้น เพราะว่า ตัวผลิตภัณฑ์ไม่ดึงดูดไม่มีข้อมูลที่บอกเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์อย่างชัดเจน ไม่มีสัญลักษณ์ที่รับรองมาตรฐานจากสำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา (อย.) เพราะแรงจูงใจในตัวสบู่ที่ทำให้ผู้บริโภคสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ยังไม่มากพอ ชาริณี (ทฤษฎีความพึงพอใจ, 2555) กล่าวว่า บุคคลพอใจจะกระทำการใดๆที่เกิดความสุขหรือสิ่งที่มี

ประโยชน์ให้แก่ตัวเอง คือ เมื่อผู้บริโภคเกิดความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์เพราะ มีข้อมูลเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์บ่งบอกอย่างชัดเจน ผู้บริโภคก็จะไม่ลังเลที่จะซื้อผลิตภัณฑ์ชิ้นนั้นมาบริโภค แต่เมื่อผู้บริโภคเกิดความไม่แน่ใจต่อผลิตภัณฑ์ ก็จะหลีกเลี่ยงสิ่งนั้น เพราะผู้บริโภคจะไม่กระทำในสิ่งที่จะได้รับความทุกข์หรือความยากลำบากในส่วนของการออกแบบตัวบรรจุภัณฑ์แบบเดิมนั้น ผู้ผลิตไม่ให้ความใส่ใจที่มากพอหรือเพราะอาจช่วงที่ผลิตนั้นเป็นเวลาที่เราเร่งรีบตามที่คุณผลิตได้กล่าวมา แต่ในครั้งต่อไปผู้ผลิตควรที่จะใส่ใจที่รายละเอียดในตัวบรรจุภัณฑ์ให้มากขึ้น เพราะผู้บริโภคจะเห็นตัวบรรจุภัณฑ์ก่อนตัวสบู่ที่อยู่ข้างใน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้น ควรที่จะมีลักษณะเด่นและสะดุดตาถึงจะได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายมีความแตกต่าง สิ่งที่มีเอกลักษณ์เป้าหมายสังเกตเห็นแล้วจูงใจให้กลุ่มนั้นๆ อ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ และสุดท้ายคือเทคนิคการออกแบบของบรรจุภัณฑ์นั้นจะต้องสามารถจับต้องได้ โดยทั่วไปแล้วควรจะเป็นรูปทรงเรขาคณิต และในส่วนของกรอกแบบกราฟิกนั้นได้รับความนิยมอย่างมากในการสร้างหรือออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีแก่กลุ่มเป้าหมายในปัจจุบัน

การที่จะทำให้สบู่ฟักข้าวเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้นควรที่จะมีการบรรจุตัวสบู่ลงในกล่องหรือห่อหุ้มด้วยโยไฟหรือโคมผสม ที่



สามารถนำไปใช้ได้เลย มีสัญลักษณ์ที่  
 รับรองมาตรฐานจากสำนักงาน  
 คณะกรรมการอาหารและยา (อย.)บอก  
 ส่วนผสมของตัวสบู่ฟักข้าว วันที่ผลิต วัน  
 หมดอายุ ป้ายแบรด์ควรมีตัวอักษรที่อ่านได้  
 ง่ายและเข้าใจได้ในทันที

**ข้อเสนอแนะ**

จากการศึกษาผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ  
 ว่า ในการทำผลิตภัณฑ์ที่มาจากวัตถุดิบที่มี  
 อยู่ตามท้องถิ่นนั้นถึงแม้ว่าจะมีสรรพคุณที่ดี  
 แต่ในปัจจุบันนี้ผู้บริโภคส่วนใหญ่นิยมที่จะใช้  
 ผลิตภัณฑ์ที่ปรุงแต่งมาจากสารเคมีมากกว่า  
 ผลิตภัณฑ์ที่ทำมาจากสมุนไพรหรือวัตถุดิบที่  
 มีอยู่ตามท้องถิ่น ดังนั้น ถ้าต้องการที่จะนำ  
 ตัวผลิตภัณฑ์สมุนไพรนี้ให้ขายได้เทียบเท่า  
 กับตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่ในตลาดใหญ่ระดับโลก  
 ก็ควรที่จะทำให้ดูน่าเชื่อถือ ใส่ใจกับ  
 รายละเอียดต่างๆ ของ โดยเฉพาะ  
 เครื่องหมายรับรองมาตรฐานจากสำนักงาน  
 คณะกรรมการอาหารและยา (อย.)เพราะ  
 ผู้บริโภคส่วนใหญ่ตัดสินใจเลือกซื้อ  
 ผลิตภัณฑ์ที่มีตราสัญลักษณ์นี้ประกอบด้วย

**บรรณานุกรม**

กันยา สุวรรณแสง. (2544). จิตวิทยาทั่วไป  
 = General psychology. (พิมพ์ครั้งที่  
 5). กรุงเทพฯ : รวมสาส์น.  
 คณะกรรมการอำนวยการหนึ่งตำบล หนึ่ง  
 ผลิตภัณฑ์แห่งชาติ พ.ศ. 2544.

(2554). วัตถุประสงค์ของหนึ่งตำบล  
 หนึ่งผลิตภัณฑ์. ค้นเมื่อ 21 เมษายน  
 2559, <https://sites.google.com>  
 นิตยา สุภาภรณ์. (2552). การศึกษาการ  
 รับรู้ต่อความอยู่ดีมีสุขของประชาชน  
 บางไผ่. ค้นเมื่อ 21 เมษายน 2559,  
<http://www.rpu.ac.th>  
 บรรยงค์ โตจินดา. (2543). องค์การและ  
 การจัดการ. กรุงเทพฯ:รวมสาส์น.  
 ประไพรัตน์ ไวทยกุล, วิชาวัลย์ ดอนรุ่งจันทร์,  
 สุพรรณษา ด้านเจริญกิจกุล, ธนวรรณ  
 ยอดบุรี, สุดารัตน์ สิงหนเดช และ ปราง  
 ทิพย์ แก้วประสิทธิ์. (2554). การรับรู้  
 และความคาดหวังในการปฏิบัติหน้าที่  
 ของสำนักงานสภามหาวิทยาลัยนครสวรรค์  
 ในมุมมองของประชาคมมหาวิทยาลัย  
 นครสวรรค์. ค้นเมื่อ 21 เมษายน 2559,  
<http://office.nu.ac.th>  
 รัชนี เจริญ, ไบศรี สร้อยสน, เสาวภาคย์  
 วัฒนพานุ, ศรีเวียง ทิพย์กานนท์  
 , กานต์ญาพันธ์ นันทะ  
 วิชัย, ชมภู ยิ้มโต และพิสิฏฐ์ ธรรมวิถี.  
 (ม.ป.ป.). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้  
 โดนใจผู้บริโภค. ค้นเมื่อ 21 เมษายน  
 2559, <http://www.rdi.ku.ac.th>  
 สตีเฟ่น พี. ร็อบบิ้นส์. (2548).  
 Organization Behavior. (พิมพ์ครั้งที่  
 2). กรุงเทพฯ : เพียร์สัน เอ็ดดูเคชั่น อิน  
 ไตไชน่า.



การประชุมวิชาการเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 1 การวิจัยเพื่อการพัฒนา เผยแพร่ และถ่ายทอดเทคโนโลยีที่ทันสมัยต่อสังคม  
The 1<sup>st</sup> National Conference on Research for Development, Dissemination and Modern Technology Relaying to Society

- วชิร วาสนาและกัญญา กำศิริพิมาน. (2555). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขนมกง ตำบลหนองแก อำเภอเมืองอุทัยธานี. ค้นเมื่อ 21 เมษายน 2559, <http://www.stou.ac.th>
- ลักษณะ สิริวัฒน์. (2549). จิตวิทยาในชีวิตประจำวัน. (พิมพ์ครั้งที่2). กรุงเทพฯ:โอเดียนสโตร์.
- วรรณวัฒน์ ปุตตานนท์. (ม.ป.ป.). ทฤษฎีสี่. ค้นเมื่อ 21 เมษายน 2559, <http://www.vattaka.com>
- สิทธิโชค วรานุสันติกุล. (2547). จิตวิทยาสังคม : ทฤษฎีและการประยุกต์. กรุงเทพฯ : สำนักงานพิมพ์ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- เสรี พงศ์พิศ. (2555). ปัญหา OTOP ปัญหาวิถีคิด. ค้นเมื่อ 21 เมษายน 2559, <http://www.phongphit.com>
- อาบีร์โตะลาลา, อรสา อาเวจี, AbirTohlala และ OrasaAweji. (2556). โครงการการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เรือกอกและจำลองของศูนย์ทำเรือกอกและจำลอง บ้านทอน อำเภอเมือง จังหวัดนราธิวาส. ค้นเมื่อ 21 เมษายน 2559, <http://mgt1.pnu.ac.th>
- Prasertrk.(2555). ทฤษฎีความพึงพอใจ. สืบค้นจาก <https://www.gotoknow.org>
- Schiffman; & Kanuk. (2000). Customer Behavior – Psychology Aspects.