

บทที่ 5

สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัย เรื่อง การพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม ได้สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์และผู้บริโภคความต้องการให้บรรจุภัณฑ์ ช่วยยืดอายุสินค้า และเมื่อเปิดแล้วสามารถเก็บรักษาในครั้งต่อไปได้ ปกป้องไม่ให้เกิดการแตกหักในระหว่างบรรจุ มีโลโก้ที่แสดงถึงเอกลักษณ์ของกลุ่ม มีสวยงามน่าสนใจ มีขนาดกะทัดรัดสามารถถือหิ้วได้ แสดงวิธีการรับประทานที่ถูกต้อง

บรรจุภัณฑ์สินค้าข้าวตังสดของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ จังหวัดนครปฐม มีค่าเฉลี่ยจากการประเมินของผู้เชี่ยวชาญทุกด้าน อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.24 และ ค่าเบนเบียงมาตรฐานอยู่ที่ 0.43 ด้านที่มากที่สุดเป็นมีความโดดเด่นและดึงดูดความสนใจ เมื่อวางบนชั้นสินค้า มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.60 และ ค่าเบนเบียงมาตรฐานอยู่ที่ 0.49 อยู่ในระดับมากที่สุด และน้อยสุดเป็นด้านให้ความสะดวกต่อการใช้งานและสี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.00 และ ค่าเบนเบียงมาตรฐานอยู่ที่ 0.00 อยู่ในระดับมาก

การทดสอบตลาดจากความพึงพอใจของผู้บริโภคในบรรจุภัณฑ์สินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ จากผู้บริโภคจำนวน 200 คน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 และ ค่าเบนเบียงมาตรฐานอยู่ที่ 0.55 ผลการเปรียบเทียบการทดสอบตลาดจากความพึงพอใจของผู้บริโภคในบรรจุภัณฑ์สินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ จำแนกตาม เพศและอายุ พบว่า ทุกด้านมีความแตกต่างกันอย่างไม่มีนัยสำคัญ

5.2 อภิปรายผล

ด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ข้าวตังสดมีความสวยงามโดดเด่นดึงดูดความสนใจเมื่อวางบนชั้นวาง ทำให้ผลจากการประเมินโดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์ อยู่ในระดับดี เนื่องจากการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ที่มีความโดดเด่นสวยงามและดึงดูดใจ เมื่อวางบนชั้นสินค้า ส่วนช่วยในการตัดสินใจซื้อข้าวตังสด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑามาศ เจริญพงษ์มาลา (2558: 28-42) ที่พบว่า การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สบู่อผสมสารสกัดจากเปลือกมังคุด ที่มีความสวยงามโดดเด่นสามารถดึงดูดความสนใจต่อผู้บริโภคได้

จากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค พบว่าปัจจัย ด้านการจัดเก็บรักษา ด้านความสะดวกในการพกพา มีความพึงพอใจมากที่สุด ทำให้ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ สอดคล้องกับงานวิจัยของสิริพรรณ ดาราพงษ์และทักษิญา สง่าโยธิน (2559) ที่วิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของ ผู้บริโภค พบว่า ปัจจัยลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค คือ การจัดเก็บ ความสะดวก

ในภาพรวมของการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ซ้ำของผู้บริโภคของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมเทศบาลตำบล จังหวัดนครปฐม มีผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญและความพึงพอใจอยู่ในระดับดี เนื่องจากมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยคำนึงถึงประโยชน์ที่จะได้จากบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบัน สอดคล้องกับ Herbert Schueneman and Bud Tollette (2010) ที่กล่าวว่าบรรจุภัณฑ์ที่ดีสามารถสร้างประโยชน์ได้ ดังนี้ ให้ความปลอดภัยและรักษาสินค้า เพิ่มมูลค่า มีความสะดวกสบายในการใช้งาน และเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับ Bo Rundh, (2009) ที่ทำวิจัยเรื่อง Packaging design: creating competitive advantage with product packaging พบว่าการศึกษาปัจจัยจากภายนอกและภายในของตัวสินค้ามีผลกระทบต่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อซ้ำ

5.3 ข้อเสนอแนะ

ในการทำการวิจัยครั้งต่อไปควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สามารถขนส่งได้โดยไม่เกิดความเสียหายร่วมกับผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง