บทที่ 4
ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP : กรณีศึกษาขนมถั่ว – งา อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา ได้ทำการสำรวจกลุ่มตัวอย่าง 4 กลุ่มรวมทั้งหมด 135 คน แบ่งเป็นผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา จำนวน 120 คน ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา จำนวน 5 คน ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา จำนวน 5 คน และผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ด้านบรรจุภัณฑ์จำนวน 5 คน ซึ่งนำเสนอผลการศึกษาตามลำดับ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา
2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิ

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา จากการสัมภาษณ์ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ในพื้นที่จังหวัดสงขลา จำนวน 120 คน ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับขนมถั่ว – งา และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ผลปรากฏดังตารางที่ 2 – 10

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ประกอบด้วย เพศ อายุ และอาชีพ ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์หาค่าจำนวน และร้อยละ ผลปรากฏดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา

สถานภาพ		จำนวน	ร้อยละ
เพศ			
	ชาย	35	29.17
	หญิง	85	70.83
	รวม	**120**	**100.00**
อายุ			
	น้อยกว่า 21 ปี	8	6.67
	21 – 30 ปี	58	48.33
	31 – 40 ปี	13	10.83
	41 – 50 ปี	18	15.00
	51 – 60 ปี	12	10.00
	มากกว่า 60 ปี	4	3.33
	ไม่ระบุคำตอบ	7	5.83
	รวม	**120**	**100.00**
อาชีพ			
	ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	14	11.67
	รับจ้าง	16	13.33
	รับราชการ	7	5.83
	นักศึกษา/นักเรียน	36	30.01
	เกษตรกรรม	22	18.33
	พนักงานของรัฐ	2	1.67
	พนักงานของบริษัทเอกชน	4	3.33
	ลูกจ้าง	6	5.00
	ผู้ช่วยวิจัย	6	5.00
	อื่น ๆ เช่น แม่บ้าน ฯลฯ	3	2.50
	ไม่ระบุคำตอบ	4	3.33
	รวม	**120**	**100.00**

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 70.83 และเป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 29.17

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มีอายุอยู่ในช่วง 21 – 30 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 48.33 รองลงมามีอายุอยู่ในช่วง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 15.00 และมีอายุอยู่ในช่วง 31 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 10.83 ส่วนอายุที่น้อยที่สุดคือ 60 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 3.33 นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างไม่ระบุคำตอบคิดเป็นร้อยละ 5.83

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มีอาชีพนักศึกษา/นักเรียน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.00 รองลงมามีอาชีพเกษตรกรรม คิดเป็นร้อยละ 18.33 และมีอาชีพรับจ้าง คิดเป็นร้อยละ 13.33 ส่วนอาชีพที่น้อยที่สุดคือ พนักงานของรัฐ คิดเป็นร้อยละ 1.67 นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างไม่ระบุคำตอบคิดเป็นร้อยละ 3.33

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ถั่ว – งา เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ การบริโภคหรือพบเห็นขนมถั่ว – งา แหล่งที่เคยรับประทาน หรือพบเห็นขนมถั่ว – งา วัสดุที่ใช้ในการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ปริมาณผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ที่ซื้อต่อครั้ง รายละเอียดบนฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา สถานที่ควรวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ความจำเป็นบรรจุภัณฑ์มีต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เหตุผลความจำเป็นของบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา บรรจุภัณฑ์มีความจำเป็นต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา สิ่งแรกที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นของฝากหรือของที่ระลึก และคุณสมบัติของที่ระลึกหรือของฝากอย่างถั่ว – งา ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์หาค่าจำนวน และร้อยละ ผลปรากฏดังตารางที่ 3 – 9

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของการบริโภคหรือพบเห็น แหล่งที่เคยรับประทาน และวัสดุที่ใช้ในการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ขนมถั่ว – งา

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
บริโภคหรือพบเห็นขนมถั่ว – งา		
เคย	115	95.83
ไม่เคย	5	4.17
รวม	**120**	**100.00**

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของการบริโภคหรือพบเห็น แหล่งที่เคยรับประทาน และวัสดุที่ใช้ในการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ขนมถั่ว – งา (ต่อ)

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
แหล่งที่เคยรับประทาน หรือพบเห็นขนมถั่ว – งา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
กลุ่มแม่บ้านทำขนม	40	17.86
ร้านขายของชำ	40	17.86
ตลาดนัด/ตลาดสด	35	15.63
ร้านสะดวกซื้อ	24	10.71
ร้านค้าต่าง ๆ ทั่วไป	15	6.70
ห้างสรรพสินค้า	12	5.36
งานแสดงสินค้า OTOP	10	4.46
ร้านขายของฝาก/ของที่ระลึก	10	4.46
ซุปเปอร์มาร์เก็ต	9	4.02
เปิดท้ายขายของ	8	3.57
ร้านค้าชุมชน	8	3.57
ร้านขายขนมทั่วไป	8	3.57
งานวัด/งานทอดกฐิน	5	2.23
รวม	**224**	**100.00**
วัสดุที่ใช้ในการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ถุงพลาสติก	92	74.80
ถุงกระดาษ	15	12.20
กล่องกระดาษ	7	5.69
กล่องโฟม	6	4.88

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนและร้อยละของการบริโภคหรือพบเห็น แหล่งที่เคยรับประทาน และวัสดุที่ใช้ในการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ขนมถั่ว – งา (ต่อ)

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
วัสดุที่ใช้ในการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ) (ต่อ)		
อื่น ๆ		
กระดาษขาว กาบหมาก	2	1.63
กระปุกพลาสติก	1	0.81
รวม	**123**	**100.00**

จากตารางที่ 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ส่วนใหญ่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา คิดเป็นร้อยละ 95.83 และไม่เคยบริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา คิดเป็นร้อยละ 4.17 แหล่งที่กลุ่มตัวอย่างเคยรับประทาน หรือพบเห็นผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ที่พบมากที่สุดคือ กลุ่มแม่บ้านทำขนม และร้านขายของชำ มากเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 17.86 รองลงมาพบที่ ตลาดนัด/ตลาดสด คิดเป็นร้อยละ 15.63 และพบที่ร้านสะดวกซื้อ คิดเป็นร้อยละ 10.71 ส่วนแหล่งที่กลุ่มตัวอย่างเคยรับประทาน หรือพบเห็นผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา น้อยที่สุด คือ งานวัด/งานทอดกฐิน คิดเป็นร้อยละ 2.23

วัสดุที่ใช้ในการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ที่กลุ่มตัวอย่างตอบมากที่สุดคือ ถุงพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 74.80 รองลงมาเป็นถุงกระดาษ คิดเป็นร้อยละ 12.20 และเป็นกล่องกระดาษ คิดเป็นร้อยละ 5.69 ส่วนวัสดุที่ใช้ในการบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ที่กลุ่มตัวอย่างตอบน้อยที่สุด คือ วัสดุอื่น ๆ ซึ่งประกอบด้วย กระดาษขาวกาบหมาก และกระปุกพลาสติก คิดเป็นร้อยละ 2.44

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนและร้อยละของปริมาณผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งาที่ซื้อต่อครั้ง

ปริมาณผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งาที่ซื้อต่อครั้ง	จำนวน	ร้อยละ
1 – 2 ชิ้น ราคา 10 – 30 บาท	4	3.33
5 – 9 ชิ้น ราคา 5 – 20 บาท	38	31.67
10 – 15 ชิ้น ราคา 10 – 25 บาท	25	20.83
15 – 20 ชิ้น ราคา 10 – 20 บาท	20	16.67
30 ชิ้น ราคา 20 – 30 บาท	2	1.67
ไม่ระบุคำตอบ	31	25.83
รวม	**120**	**100.00**

จากตารางที่ 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ซื้อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ที่ในปริมาณ 5 – 9 ชิ้น ราคา 5 – 20 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 31.67 รองลงมาซื้อในปริมาณ 10 – 15 ชิ้น ราคา 10 – 25 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.83 ส่วนปริมาณที่ซื้อน้อยที่สุดคือ 30 ชิ้น ราคา 20 – 30 บาท คิดเป็นร้อยละ 1.67 นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างไม่ระบุคำตอบคิดเป็นร้อยละ 25.38 อย่างไรก็ตามมีข้อสังเกตว่าจำนวนชิ้นกับราคามีข้อแตกต่างกันขึ้นอยู่กับขนาดของชิ้นไม่เท่ากัน

ตารางที่ 5 แสดงจำนวนและร้อยละของรายละเอียดบนฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา

รายละเอียดบนฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	**จำนวน**	**ร้อยละ**
ตราสินค้า	110	13.08
ชื่อและที่ตั้งกลุ่ม	103	12.25
ส่วนผสม	91	10.82
วันเดือนปีที่ผลิต	114	13.56
ราคาขาย	111	13.20
ปริมาณสุทธิ	89	10.58
วันเดือนปีที่หมดอายุ	111	13.20
มาตรฐานสินค้าต่าง ๆ	107	12.72
อื่น ๆ	5	0.59
ประโยชน์และคุณค่าอาหาร	4	0.47
เบอร์โทรศัพท์	1	0.12
รวม	**846**	**100.00**

จากตารางที่ 5 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ต้องการให้มีรายละเอียดบนฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มากที่สุด คือ วันเดือนปีที่ผลิต คิดเป็นร้อยละ 13.56 รองลงมาราคาขายและวันเดือนปีที่หมดอายุ มีเท่ากัน คิดเป็นร้อยละ 13.20 และ ตราสินค้า คิดเป็นร้อยละ 13.08 ส่วนรายละเอียดบนฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา กลุ่มตัวอย่างต้องการน้อยที่สุด คือ รายละเอียด อื่น ๆ ประกอบด้วย ประโยชน์และคุณค่าอาหาร และเบอร์โทรศัพท์ คิดเป็นร้อยละ 0.59

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและร้อยละของสถานที่วางจำหน่ายขนมถั่ว – งา

สถานที่ที่ควรวางจำหน่ายขนมถั่ว – งา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้า	51	18.28
ศูนย์จำหน่าย/งานนิทรรศการต่าง ๆ / งานแสดงสินค้า OTOP	32	11.47
ร้านขายของชำ	31	11.11
แหล่งท่องเที่ยว	27	9.68
ตลาดนัด	26	9.32
ร้านสะดวกซื้อ	25	8.96
ร้านค้าชุมชน	21	7.53
ร้านขายของฝาก/ของที่ระลึก	18	6.45
ร้านค้าทั่วไป	17	6.09
ซุปเปอร์มาร์เก็ต	17	6.09
กลุ่มแม่บ้าน	5	1.79
ร้านอาหาร และสถานที่ราชการ)	5	1.79
อื่น ๆ		
ปั๊มน้ำมัน	1	0.36
คิวรถ	1	0.36
งานวัด	1	0.36
สหกรณ์ร้านค้า	1	0.36
รวม	**279**	**100.00**

จากตารางที่ 6 พบว่า สถานที่ที่ควรวางจำหน่ายขนมถั่ว – งา ที่กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ตอบมากที่สุด คือ ห้างสรรพสินค้า คิดเป็นร้อยละ 18.28 รองลงมาเป็นศูนย์จำหน่าย/งานนิทรรศการต่าง ๆ งานแสดงสินค้า OTOP คิดเป็นร้อยละ 11.47 และร้านขายของชำ คิดเป็นร้อยละ 11.11 ส่วนสถานที่ที่ควรวางจำหน่ายขนมถั่ว – งา ที่กลุ่มตัวอย่างตอบน้อยที่สุด คือ ที่อื่น ๆ ประกอบด้วย ปั๊มน้ำมัน คิวรถ งานวัด สหกรณ์ร้านค้า คิดเป็นร้อยละ 1.43

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและร้อยละของความจำเป็นบรรจุภัณฑ์และเหตุผลความจำเป็นของบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
ความจำเป็นบรรจุภัณฑ์มีต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา		
มีความจำเป็น	113	94.17
ไม่มีความจำเป็น	5	4.17
ไม่ระบุคำตอบ	2	1.67
รวม	**120**	**100.00**
เหตุผลความจำเป็นของบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)		
ยืดอายุการเก็บรักษาได้นานไม่เหม็นหืน ไว้ในอุณหภูมิพอเหมาะ เพื่อไม่ให้เกิดความชื้น ต้องการความกรอบอยู่เสมอ	41	18.89
เป็นสิ่งจูงใจ/ดึงดูดใจ	40	18.43
สร้างยี่ห้อ และการจดจำง่าย สะดุดตาต่อผู้พบเห็น/ผู้ซื้อ	31	14.29
สะดวกในการขนส่ง/ถือสำหรับเดินทาง	16	7.37
ป้องกันแตกหัก/กระแทกของสินค้า ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ไม่ให้ สกปรกป้องกันฝุ่น	15	6.91
ทราบวันที่ผลิต หมดอายุ มาตรฐาน อย. ราคา ประโยชน์ที่จะได้รับ	15	6.91
ผลิตภัณฑ์มีมูลค่าเพิ่ม ส่งเสริมขาย	14	6.45
เพิ่มความสวยงาม	13	5.99
ความสะอาด ปลอดภัย	12	5.53
ทำให้น่ารับประทานมากยิ่งขึ้น	7	3.23
เหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวในการซื้อเป็นของฝาก	7	3.23
สามารถนำมาใช้ใหม่ได้	3	1.38
สร้างความน่าเชื่อถือ	3	1.38
รวม	**217**	**100.00**

จากตารางที่ 7 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ส่วนใหญ่เห็นถึงความจำเป็นบรรจุภัณฑ์มีต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา คิดเป็นร้อยละ 94.17 และไม่เห็นความจำเป็น คิดเป็นร้อยละ 4.17 นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างไม่ระบุคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.67

กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ให้เหตุผลความจำเป็นของบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นการยืดอายุการเก็บรักษาได้นานไม่เหม็นหืน ไว้ในอุณหภูมิพอเหมาะเพื่อไม่ให้เกิดความชื้น ต้องการความกรอบอยู่เสมอ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 18.89 รองลงมาเป็นสิ่งจูงใจ/ดึงดูดใจ คิดเป็นร้อยละ 18.43 และสร้างยี่ห้อ และการจดจำง่าย สะดุดตาต่อผู้พบเห็น/ผู้ซื้อ คิดเป็นร้อยละ 14.29 ส่วนเหตุผลความจำเป็นของบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ตอบน้อยที่สุด คือ เหตุผลอื่น ๆ ประกอบด้วย สามารถนำมาใช้ใหม่ได้ สร้างความน่าเชื่อถือ คิดเป็นร้อยละ 2.76

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของบรรจุภัณฑ์ช่วยให้สามารถจดจำผลิตภัณฑ์ สิ่งแรกที่ผู้บริโภคจะคำนึงถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นของฝากหรือของที่ระลึก

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
บรรจุภัณฑ์มีความจำเป็นต่อผลิตภัณฑ์		
มี	115	95.83
ไม่มี	3	2.50
ไม่ระบุคำตอบ	2	1.67
รวม	**120**	**100.00**
สิ่งแรกที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นของฝากหรือของที่ระลึก (ตอบได้มากว่า 1 ข้อ)		
รสชาด	110	35.26
บรรจุภัณฑ์	101	32.37
ราคา	85	27.24
อื่น ๆ		
สนับสนุนสินค้าพื้นบ้าน	10	3.21
สินค้าได้มาตรฐานของ อย.	4	1.28

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและร้อยละของบรรจุภัณฑ์ช่วยให้สามารถจดจำผลิตภัณฑ์ สิ่งแรกที่ผู้บริโภคจะคำนึงถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นของฝากหรือของที่ระลึก (ต่อ)

ประเด็น	จำนวน	ร้อยละ
สิ่งแรกที่คำนึงถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นของฝากหรือของที่ระลึก (ตอบได้มากว่า 1 ข้อ)		
อื่น ๆ (ต่อ)		
ปลอดสารพิษ	2	0.64
รวม	**312**	**100.00**

จากตารางที่ 8 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ส่วนใหญ่เชื่อว่าบรรจุภัณฑ์มีความจำเป็นต่อผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 95.83 ไม่มีความจำเป็นต่อผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 2.50 นอกจากนี้ยังมีกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ระบุคำตอบ คิดเป็นร้อยละ 1.67

สิ่งแรกที่กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา คำนึงถึงในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นของฝากหรือของที่ระลึก ที่กลุ่มตัวอย่างตอบมากที่สุด คือ รสชาด คิดเป็นร้อยละ 35.26 รองลงมาเป็นบรรจุภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 32.37 และราคา คิดเป็นร้อยละ 27.24 นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างยังคำนึงถึงสิ่งอื่น ๆ ในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นของฝากหรือของที่ระลึกที่ประกอบด้วย การสนับสนุนสินค้าพื้นบ้าน สินค้าได้มาตรฐานของ อย. ปลอดสารพิษ คิดเป็นร้อยละ 5.13

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและร้อยละของคุณสมบัติของที่ระลึกหรือของฝากอย่างขนมถั่ว – งา

คุณสมบัติของที่ระลึกหรือของฝากอย่างขนมถั่ว – งา (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)	จำนวน	ร้อยละ
รสชาดอร่อย	55	21.15
มีคุณค่าทางโภชนาการ มีประโยชน์ต่อเพื่อสุขภาพ	40	15.38
ราคาไม่แพง	36	13.85
บรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม	25	9.62
ความสะอาด	24	9.23
บอกรายละเอียดวันที่ผลิต กำหนดวันหมดอายุ	20	7.69
ถูกสุขลักษณะ คุณภาพดี ไม่หวานมาก ใหม่ สดเสมอ	16	6.15
เก็บรักษาได้นาน	9	3.46
ชิ้นเล็ก ๆ พกติดตัวเดินทาง สะดวก	3	1.15
รูปลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ ลักษณะเฉพาะที่เด่น ๆ	3	1.15
ผลิตภัณฑ์ไม่แข็งจนเกินไป และงาควรใส่ให้เหมาะสมกับขนาดของชิ้นผลิตภัณฑ์	2	0.77
หยิบจับง่าย พกพาสะดวก	14	5.38
รักษาสินค้าพื้นเมือง	2	0.77
ปริมาณเหมาะสม	5	1.92
ผลิตภัณฑ์มีความหลากหลาย	6	2.31
รวม	**260**	**100.00**

จากตารางที่ 9 พบว่า คุณสมบัติของที่ระลึกหรือของฝากอย่างขนมถั่ว – งา ที่กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ตอบมากที่สุด คือ รสชาดอร่อย คิดเป็นร้อยละ 21.15 รองลงมามีคุณค่าทางโภชนาการ มีประโยชน์ต่อเพื่อสุขภาพ คิดเป็นร้อยละ 15.38 และราคาไม่แพง 13.85 ส่วนคุณสมบัติของที่ระลึกหรือของฝากอย่างขนมถั่ว – งา ที่กลุ่มตัวอย่างตอบน้อยที่สุด คือ ผลิตภัณฑ์ไม่แข็งจนเกินไป และงาควรใส่ให้เหมาะสมกับขนาดของชิ้นผลิตภัณฑ์ คิดเป็นร้อยละ 0.77

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) หาค่าความถี่ แล้วบรรยายเป็นความเรียง ผลปรากฏดังตารางที่ 10

ตารางที่ 10 แสดงข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา

ข้อเสนอแนะ	ความถี่
1. ควรออกแบบขนมงาให้เด่นและแตกต่าง หรือเป็นรูปแบบน่ารัก เช่น รูปวงกลม สี่เหลี่ยม หัวใจ รูปสัตว์	24
2. บรรจุภัณฑ์ควรสะอาด มองเห็นสินค้า คงทนต่อสภาวะแวดล้อม ใช้วัสดุที่ป้องกันทั้งอากาศและความชื้น	18
3. บอกถึงคุณค่าทางอาหาร รายละเอียดของผลิตภัณฑ์	19
4. มีคุณภาพ ประโยชน์ต่อร่างกายและมีปลอดภัย	11
5. ปิดฉลากให้ชัดเจน สวยงามดึงดูดใจผู้พบเห็น	13
6. สะดวกในการเดินทางและเหมาะกับการเป็นของฝาก	7
7. สร้างเสริมให้มีเครื่องตัดขนมงาให้ได้ชิ้นมาตรฐาน	5
8. รูปแบบตามขนาดขนม เพื่อความสวยงาม ควรห่อถุงใส และใส่ในกล่องบรรจุ	5
9. ราคาเหมาะสม	4
10. ควรจัดทำผลิตภัณฑ์ให้มีดึงดูดความสนใจ รวมทั้งการจดจำได้	5
11. คำนึงถึงประโยชน์การใช้สอย	3
12. ควรมีฉลากเป็นภาษาอังกฤษ	3
รวม	**117**

จากตารางที่ 10 พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มีความถี่สูงตามลำดับ คือ 1) ควรออกแบบขนมงาให้เด่นและแตกต่าง หรือเป็นรูปแบบน่ารัก เช่น รูปวงกลม สี่เหลี่ยม หัวใจ รูปสัตว์ 2) บรรจุภัณฑ์ควรสะอาด มองเห็นสินค้า คงทนต่อสภาวะแวดล้อม ใช้วัสดุที่ป้องกันทั้งอากาศและความชื้น 3) บอกถึงคุณค่าทางอาหาร รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ 4) มีคุณภาพ ประโยชน์ต่อร่างกายและมีปลอดภัย 5) ปิดฉลากให้ชัดเจน สวยงามดึงดูดใจผู้พบเห็น 6) สะดวกในการเดินทางและเหมาะกับการเป็นของฝาก 7) สร้างเสริมให้มีเครื่องตัดขนมงาให้ได้ชิ้นมาตรฐาน 8) รูปแบบตามขนาดขนม เพื่อความสวยงาม ควรห่อถุงใส และใส่ในกล่องบรรจุ 9) ราคาเหมาะสม 10) ควรจัดทำผลิตภัณฑ์ให้มีดึงดูดความสนใจ รวมทั้งการจดจำได้ 11) คำนึงถึงประโยชน์การใช้สอย 12) ควรมีฉลากเป็นภาษาอังกฤษ

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ในพื้นที่จังหวัดสงขลา จำนวน 5 คน ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับขนมถั่ว – งา และตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) แล้วบรรยายเป็นความเรียง ผลปรากฏ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ประกอบด้วย เพศ ที่อยู่ ชื่อร้าน และที่ตั้งร้านค้า มีรายละเอียด ดังนี้

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นเพศหญิงทั้งหมด 5 คน อาศัยอยู่ในอำเภอสทิงพระ 2 คน อำเภอสะเดา 2 คน และอำเภอหาดใหญ่ 1 คน มีกลุ่มตัวอย่างระบุชื่อร้านค้า 1 คน ซึ่งเป็นกลุ่มทำขนมพื้นบ้านที่อาศัยอยู่ในอำเภอสทิงพระ ส่วนที่ตั้งร้าน กลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ตั้งร้านที่เดียวกับที่อยู่อาศัย ยกเว้นกลุ่มตัวอย่าง 1 คน ที่ตั้งร้านค้าอยู่ในตลาดสด ของอำเภอสะเดา

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ แหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มาจำหน่าย แหล่งที่เคยพบเห็นผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา วัสดุที่บรรจุผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ปริมาณผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งาที่ซื้อต่อครั้ง รายละเอียดบนฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา สถานที่ควรวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ความจำเป็นบรรจุภัณฑ์มีต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เหตุผลความจำเป็นของบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา บรรจุภัณฑ์สามารถช่วยจดจำผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มีรายละเอียด ดังนี้

ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งที่ซื้อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มาจำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ซื้อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา จากแหล่งผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งาโดยตรงมากที่สุด และ ซื้อจากผู้ค้าส่ง ศูนย์จำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP และร้านขายของเบ็ดเตล็ด

แหล่งที่เคยพบเห็นผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ส่วนใหญ่เคยพบเห็นผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ที่ตลาดนัดหรือตลาดสดมากที่สุด รองลงมาเป็นร้านขายหรือหมู่บ้านหรือร้านขายของชำ นอกจากนี้ยังมีแหล่งที่เคยพบผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ในสถานที่อื่น ๆ คือ ซุปเปอร์มาร์เก็ต ร้านขายของฝาก เมืองทองธานี ตามงานนิทรรศการต่าง ๆ และสถานี บ.ข.ส.

วัสดุที่บรรจุผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ส่วนใหญ่เคยซื้อหรือเคยเห็นบรรจุผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มาจากถุงพลาสติกใส รองลงมาเป็น กระดาษ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างเคยซื้อหรือเคยเห็นบรรจุผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มาจากกล่อง พลาสติก กล่องกระดาษ และกระดาษแก้ว

ปริมาณที่ซื้อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ต่อครั้ง พบว่า ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ซื้อใน ปริมาณ 5 ชิ้น ราคา 10 – 12 บาท 8 ชิ้น ราคา 10 บาท และ 10 ชิ้น ราคา 15 – 20 บาท

รายละเอียดบนฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เห็นตรงกันว่า บนฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ควรมีรายละเอียดเกี่ยวกับ ตราสินค้า ชื่อและที่ตั้งกลุ่ม ส่วนผสม วันเดือนปีที่ผลิต ราคาขาย ปริมาณสุทธิ วันเดือนปีที่หมดอายุ และ มาตรฐานสินค้าต่าง ๆ เช่น มาตรฐานของ อย. และมาตรฐานของฮาลาน นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่าง ยังเสนอแนะเพิ่มเติมถึงรายละเอียดบนฉลากสินค้าของผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ว่าควรระบุเครื่องหมาย การค้า ที่อยู่ผู้ผลิต และวิธีการเก็บรักษา

สถานที่ควรวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ให้ความเห็นตรงกันว่าควรวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ในห้างสรรพสินค้า รองลงมาศูนย์ จำหน่าย OTOP และร้านขายขนมไทย นอกจากนี้ยังมีสถานที่ควรวางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ที่กลุ่มตัวอย่างต้องการให้วางจำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา คือ ร้านสะดวกซื้อ ร้านขายของฝาก ซุปเปอร์มาร์เก็ต ปั๊มน้ำมัน และร้านขายขนมทั่วไป

ความจำเป็นบรรจุภัณฑ์มีต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ทั้งหมดเห็นตรงกันว่ามีความจำเป็นบรรจุภัณฑ์มีต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา

เหตุผลความจำเป็นของบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่าง ผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ให้เหตุผลความจำเป็นของบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เพื่อดึงดูดความสนใจให้สินค้าน่ารับประทาน เป็นของฝาก เพื่อเพิ่มมูลค่าการจำหน่าย มากที่สุด รองลงมาเพื่อประโยชน์ในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ให้สามารถเก็บไว้นาน เพิ่มความ ปลอดภัยในการรับประทาน นอกจากนี้ยังมีเหตุผลอื่น ๆ นั่นคือ เพื่อสร้างความมั่นใจในผลิตภัณฑ์ ขนมถั่ว – งา เพื่อให้ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา น่ารับประมานมากขึ้น

บรรจุภัณฑ์สามารถช่วยจดจำผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่าย ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ทั้งหมดเห็นตรงกันว่าบรรจุภัณฑ์มีความจำเป็นต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มีรายละเอียด ดังนี้

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เสนอแนะว่า ควรมีการผลิตเป็นชิ้นเล็ก 1 ชิ้น ต่อ 1 คำเพื่อสะดวกต่อการรับประทานและพกพา ควรจะเป็นบรรจุภัณฑ์แบบสุญญากาศเพื่อความคงกรอบและรสชาดคงเดิม ควรมีสีสันสดใส เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ไม่ควรบรรจุภัณฑ์ที่น้ำหนักมากกว่าครึ่งกิโล เพื่อสะดวกในการพกพาและรับประทาน

3. ผลจากการวิเคราะห์ของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ในพื้นที่จังหวัดสงขลา จำนวน 5 คน ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 4 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่ม ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ขนมถั่ว – งา และตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) แล้วบรรยายเป็นความเรียงผลปรากฏ ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มตัวอย่างของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ประกอบด้วย เพศ อายุ ที่อยู่ ระยะเวลาที่ประกอบอาชีพผลิตขนมถั่ว – งา ระยะเวลาในการเข้ารวมกลุ่ม การรวมกลุ่มทำขนมถั่ว – งา ประกอบอาชีพผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นอาชีพหลักหรืออาชีพเสริม รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนจากการทำผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มีรายละเอียด ดังนี้

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นเพศหญิงทั้งหมด 5 คน มีอายุตั้งแต่ 43 – 58 ปี มีค่าเฉลี่ยของอายุเท่ากับ 48 ปี ทั้งหมดอาศัยอยู่ในตำบลดีหลวง อำเภอสทิงพระ จังหวัดสงขลา กลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 คน ประกอบอาชีพผลิตขนมถั่ว – งา เป็นระยะเวลา 7 ปี มีระยะเวลาในการเข้ารวมกลุ่ม 8 ปีเท่ากันทุกคน ประกอบอาชีพผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นอาชีพหลักทั้งหมด มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 3,500 และมีรายได้เฉลี่ยจากการผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา โดยประมาณ 1,000 บาท เท่ากันทุกคน

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม กำลังการผลิต มูลค่าการผลิต ลักษณะการผลิต ลักษณะการค้าขาย ผู้บริโภคหลักของกลุ่ม ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย วิธีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ หน่วยงานที่ให้การสนับสนุนเงินทุนในการดำเนินกิจการ ปัญหาที่พบในกระบวนการผลิต การขนส่งต่อสินค้า การช่วยเหลือสนับสนุนที่ทางกลุ่มต้องการ มีรายละเอียด ดังนี้

ระยะเวลาในการจัดตั้งกลุ่ม พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา รวมตัวกันจัดตั้งกลุ่มด้วยกัน ซึ่งมีระยะเวลาในการรวมกลุ่มเท่ากัน คือ 8 ปี

กำลังการผลิตและมูลค่าการผลิต พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ให้ข้อมูลตรงกันทั้งหมดว่าในกลุ่มมีกำลังผลิต 13 คน และมีมูลค่าผลิตอยู่ที่ 4,500 บาทต่อเดือน

ลักษณะการผลิตและลักษณะการค้าขาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ทั้งหมดให้ข้อมูลตรงกันว่าลักษณะที่ทางกลุ่มกำลังผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ประกอบไปด้วย ตราสินค้า เน้นผลิตตามสั่ง และรับช่วงผลิต และมีลักษณะการค้าขายเป็นแบบทั้งค้าปลีกและค้าส่ง

ผู้บริโภคหลักของกลุ่มและผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มีผู้บริโภคหลักของกลุ่มเป็นลูกค้าที่มารับซื้อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา นอกจากนี้ยังมีผู้บริโภคทั่วไปไม่ว่าจะเป็นในท้องถิ่นหรือนอกท้องถิ่นอีกด้วย ส่วนผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายนั้นทางกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มีกลุ่มเป้าหมายการผลิตให้กับบุคคลทั่วไปทุกเพศ ทุกวัยในการบริโภค โดยมีช่วงอายุอยู่ระหว่าง 10 – 65 ปี

วิธีการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ให้ข้อมูลตรงกันว่ากลุ่มของตนมีวิธีการจัดจำหน่าย โดยลูกค้ามารับที่กลุ่ม ออกขายตามงานแสดงสินค้า นำไปขายส่งในตลาดหาดใหญ่ และนำไปส่งขายในงานพืชสวนโลก

หน่วยงานที่ให้การสนับสนุน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานพัฒนาชุมชนอำเภอสทิงพระ และศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนอำเภอสทิงพระ มากที่สุด รองลงมาได้รับการสนับสนุนจาก สหกรณ์อำเภอสทิงพระ เกษตรกรอำเภอสทิงพระ องค์การบริหารส่วนตำบลดีหลวง และยังได้รับการสนับสนุนจาก สมาชิกลงหุ้น และหน่วยงานราชการอื่น ๆ

เงินทุนในการดำเนินกิจการ ปัญหาที่พบในกระบวนการผลิต และการช่วยเหลือสนับสนุนที่ทางกลุ่มต้องการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ได้รับเงินทุนในการดำเนินกิจการจาก สมาชิกภายในกลุ่มมากที่สุด รองลงมาเป็น องค์การบริหารส่วนตำบลดีหลวง สหกรณ์และเกษตรกรในอำเภอสทิงพระ ปัญหาที่พบในกระบวนการผลิต กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ไม่มียานพาหนะเป็นของกลุ่มในการจัดส่งสินค้าผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา และทางกลุ่ม

ต้องการความช่วยเหลือสนับสนุนเกี่ยวกับเครื่องตัดขนมงาชิ้นเล็กเพื่อพัฒนาสิ้นค้าผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เพื่อให้เป็นที่ดึงดูดของลูกค้ามากขึ้น

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ บรรจุภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ต้นทุนในการผลิต ราคาขายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ มาตรฐานสินค้าในปัจจุบัน ขนาดของบรรจุภัณฑ์ เหตุผลของการเลือกขนาดบรรจุภัณฑ์ รายละเอียดบนฉลากสินค้า ขนาดของสินค้าที่ผลิต วิธีบริโภคหรือรับประทาน ชื่อของสินค้า ชื่อของสินค้าทางการค้า รางวัลที่เคยได้รับหรือมีตรารับรอง คำแนะนำในการเก็บรักษาสินค้า วัสดุที่ใช้ในการปรุงรสอาหาร ส่วนประกอบที่สำคัญโดยประมาณ งบประมาณในการทำบรรจุภัณฑ์ งบประมาณในการพิมพ์ฉลาก แหล่งงบประมาณในการสั่งทำบรรจุภัณฑ์ มีรายละเอียด ดังนี้

บรรจุภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ต้นทุนในการผลิต และราคาขายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ให้ข้อมูลตรงกันว่าทางกลุ่มใช้วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ในปัจจุบันคือถุงพลาสติก มีความพึงพอใจของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ในบรรจุภัณฑ์เดิมอยู่ในระดับปานกลาง โดยมีต้นทุนในการผลิต 100 บาท/ผลิตภัณฑ์ 1 กิโลกรัม ราคาขายผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา 120 บาท/ผลิตภัณฑ์ 1 กิโลกรัม

ความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มีความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์พลาสติก มากที่สุด รองลงมาคือมีตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์เยื่อและกระดาษ นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มีความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับบรรจุภัณฑ์โลหะ

มาตรฐานสินค้าในปัจจุบัน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ให้ข้อมูลว่ามีผลิตภัณฑ์ควรมีตราสินค้า จดทะเบียนการค้าเรียบร้อย และเคยมีบรรจุภัณฑ์/ฉลากอยู่แล้ว มากที่สุด รองลงมามีหนังสือรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) และมาตรฐานสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างตอบน้อยที่สุดคือ มีข้อมูลทางโภชนาการ และมีรหัสแท่งแล้ว (ไม่ได้ระบุหมายเลข)

ขนาดของบรรจุภัณฑ์ เหตุผลของการเลือกขนาดบรรจุภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ให้ข้อมูลขนาดของบรรจุภัณฑ์มี 4 ขนาด คือ 1 ถุง ต่อ 10 ชิ้น / 14 ชิ้น / 15 ชิ้น / 20 ชิ้น ส่วนเหตุผลที่ผลิตบรรจุภัณฑ์ขนาดดังกล่าวเนื่องจากผลิตตามคำสั่งลูกค้า และสามารถรับประทานได้พอดีกับการรับประทาน

รายละเอียดบนฉลากสินค้า พบว่า สินค้าของกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มีตราสินค้า ชื่อ – ที่ตั้งกลุ่ม ส่วนผสม และ รายคาขาย มากที่สุด รองลงมามีวันเดือนปีที่ผลิต และวันเดือนปีที่หมดอายุ และมาตรฐานสินค้าต่าง ๆ (อย. ฮาลาล) ส่วนรายละเอียดบนฉลากสินค้าที่กลุ่มตัวอย่างตอบน้อยที่สุดคือ ปริมาณสุทธิ

ขนาดของสินค้าที่ผลิต และวิธีบริโภคหรือรับประทาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ให้ข้อมูลตรงกันว่า ขนาดของสินค้าที่ผลิตมีน้ำหนัก/ปริมาตรคือ 1 ถุง ต่อ 1 กรัม ในราคา 10 บาท ส่วนวิธีบริโภค/รับประทาน กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ให้ข้อมูลว่าสามารถรับประทานได้เลย โดยไม่ต้องผ่านวิธีการใด ๆ

ชื่อของสินค้า ชื่อของสินค้าทางการค้า และรางวัลที่เคยได้รับหรือมีตารับรอง พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มีชื่อของสินค้าและชื่อของสินค้าทางการค้าเป็นช่อเดียวกันคือ ขนมถั่วงาดำ – ขาว ซึ่งผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ของกลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ไม่เคยได้รับรางวัลหรือมีตารับรองใด ๆ มาก่อน

คำแนะนำในการเก็บรักษาสินค้า วัสดุที่ใช้ในการปรุงรสอาหาร ส่วนประกอบที่สำคัญโดยประมาณ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ให้ข้อมูลตรงกันว่า มีคำแนะนำในการเก็บรักษาสินค้าโดยเก็บรักษาไว้ไม่ให้ถูกแสงแดด วัสดุที่ใช้ในการปรุงรสอาหารเป็นเครื่องใช้ครัวเรือนทั่วไป ประกอบไปด้วย กระทะ ตะหลิว เตาแก๊ส และขันตักน้ำ และส่วนประกอบที่สำคัญคือ งาดำ – ขาว น้ำ น้ำตาล เกลือ แปะแซ และถั่วลิสง

งบประมาณในการทำบรรจุ งบประมาณในการทำบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ราคาประมาณ 30,000 บาท ต่อการพิมพ์กล่องกระดาษสี 4 สี จำนวนประมาณ 3,500 – 5,000 ชิ้น/การพิมพ์ 1 ครั้ง หรือราคาประมาณ 10,000 – 30,000 บาท ต่อการพิมพ์บรรจุภัณฑ์บนถุงพลาสติกพิมพ์ 6 สี จำนวนประมาณ 5,000 ชิ้นขึ้นไป/การพิมพ์ 1 ครั้ง ภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ไม่มีงบประมาณในการทำบรรจุภัณฑ์

งบประมาณในการพิมพ์ฉลาก ได้แก่ ราคาประมาณ 8,000 บาท ต่อการพิมพ์ฉลากกระดาษสี 4 สี จำนวนประมาณ 5,000 ชิ้น/การพิมพ์ 1 ครั้ง หรือราคาประมาณ 15,000 – 25,000 บาท ต่อฉลากสติกเกอร์พิมพ์ 6 สี จำนวนประมาณ 5,000 ชิ้นขึ้นไป/การพิมพ์ 1 ครั้ง พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ส่วนใหญ่ไม่มีงบประมาณในการสั่งทำฉลาก และมีไม่เกินครึ่งที่มีงบประมาณในการสั่งทำฉลาก โดยได้งบประมาณมาจากของกลุ่มมากที่สุด รองลงมาเป็นหน่วยงานราชการอื่น ๆ ให้ความช่วยเหลือ ซึ่งได้แก่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมภาคที่ 11 จังหวัดสงขลา ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียนอำเภอสทิงพระ สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอสทิงพระ และองค์การบริหารส่วนตำบลดีหลวง

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เสนอแนะความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ตรงกันว่า อยากให้มีเครื่องรีดขนมถั่วงา โดยไม่ต้องใช้แรงงานคน มากที่สุด รองลงมา อยากให้มีบล็อกตัดขนมถั่ว – งา เป็นชิ้นพอดีเป็นคำ ๆ นอกจากยังต้องการให้มีกล่องบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามสะดุดตา เพื่อให้ผู้บริโภคมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา

4. ผลจากการวิเคราะห์ของผู้ทรงคุณวุฒิ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้ทรงคุณวุฒิที่คัดเลือกจากบุคคลผู้ที่มีประสบการณ์ด้านบรรจุภัณฑ์ไม่ต่ำกว่า 5 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน ได้แบ่งผลการวิเคราะห์ออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) นำเสนอบรรยายเป็นความเรียง มีรายเอียด ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับ สถานภาพของกลุ่มตัวอย่างของผู้ทรงคุณวุฒิประกอบด้วย เพศ สังกัดหน่วยงาน หน้าที่รับผิดชอบ ประสบการณ์เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ หรือประสบการณ์อื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง มีรายละเอียด ดังนี้

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิ เป็นเพศชายทั้งหมด 5 คน สังกัดภาควิชาเทคโนโลยีวัสดุภัณฑ์ คณะอุตสาหกรรมเกษตร มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตหาดใหญ่ 2 คน มีหน้าที่รับผิดชอบ เป็นอาจารย์สอนนักศึกษาระดับอุดมศึกษา บริการวิชาการ และงานวิจัย มีประสบการณ์เกี่ยวกับสอนรายวิชาบรรจุภัณฑ์อาหาร เป็นวิทยากรเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร และบรรจุภัณฑ์อื่น ๆ และออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ให้กับผู้ประกอบการ

สังกัดศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรม ภาคที่ 11 จังหวัดสงขลา 2 คน มีหน้าที่รับผิดชอบส่งเสริมและสนับสนุนการมีอาชีพของราษฎร และกลุ่มงานออกแบบผลิตภัณฑ์ มีประสบการณ์เกี่ยวกับให้คำปรึกษาแนะนำด้านออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ให้ผู้ประกอบการต่าง ๆ เช่น SMEs และ OTOP เป็นวิทยากรด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ศึกษาดูงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเทศอิตาลี

สังกัดและวิทยาลัยศิลปหัตถกรรมนครศรีธรรมราช 1 คน มีหน้าที่รับผิดชอบ หัวหน้าแผนกการออกแบบ มีประสบการณ์เกี่ยวกับ เป็นวิทยากรด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ สอนสาขาวิชาการออกแบบการฟิกบรรจุภัณฑ์ เป็นที่ปรึกษานักเรียนเข้าร่วมแข่งขันทักษะการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ เป็นข้อมูลเกี่ยวกับ ความจำเป็นบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ทั่วไป และผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัสดุที่นำมาใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ความคิดเห็นเกี่ยวกับสีของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา และรูปแบบที่เหมาะสมกับบรรจุผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ลักษณะเด่นหรือลักษณะจำเพาะของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา บทบาท ความสำคัญ รายละเอียดของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ความคิดเห็นทางด้านกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ รวมถึงต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา มีรายละเอียด ดังนี้

ความจำเป็นบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ทั่วไป พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิ ให้ข้อมูลเหตุผลความจำเป็นบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ทั่วไปทั้งในลักษณะรูปลักษณ์ภายนอกว่าบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ทั่วไป ต้องมีรูปแบบสวยงาม เพื่อสร้างแรงจูงใจ ให้ผู้ซื้อ เพิ่มมูลค่าให้สินค้า โดยยกระดับในด้านสถานที่จำหน่ายในระดับที่สูงขึ้น สร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า และเป็นตัวบอกคุณลักษณะ คุณสมบัติของตัวสินค้า นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิยังให้ข้อมูลด้านประโยชน์ใช้สอยว่าสามารถป้องกันให้สินค้าอยู่ในสภาพคงเดิม ไม่แตกหัก ก่อนถึงมือผู้บริโภค

ความจำเป็นบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิ ให้ข้อมูลเหตุผลความจำเป็นบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ในลักษณะเช่นเดียวกับบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ทั่วไป แต่ได้เน้นความจำเพาะเจาะจงถึงลักษณะรูปลักษณ์ภายนอกว่า สร้างแรงจูงใจในการเลือกซื้อสินค้า และสามารถใช้เป็นสื่อโฆษณาให้กับตัวสินค้า โดยบรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องสร้างความเชื่อถือ ความประทับใจ กับผู้บริโภค มีลักษณะเฉพาะที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิยังให้ข้อมูลด้านประโยชน์ใช้สอยว่าสามารถป้องกันให้สินค้าอยู่ในสภาพคงเดิม ไม่แตกหัก ก่อนถึงมือผู้บริโภค อีกทั้งส่งเสริมกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผู้ผลิตในตลาดหรือแหล่งจำหน่ายให้พัฒนาจนกระทั่งส่งออกในระดับต่างประเทศได้

ความคิดเห็นเกี่ยวกับวัสดุที่นำมาใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับวัสดุที่นำมาใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา โดยรวมวัสดุที่นำมาใช้ควรป้องกันอากาศ ความชื้น และแสงได้ดี สามารถรักษาคุณภาพสินค้า และเก็บสินค้าได้นาน เป็นวัสดุที่เหมาะสมราคาไม่แพง เช่น กระดาษสาที่สามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ ไม่ก่อให้เกิดมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม หรือบรรจุในกล่องพลาสติกใส ที่มีฝาปิดเพื่อสามารถนำใช้ใหม่ได้ และมีฉลากให้สวยงาม นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิยังให้ความเห็นถึงวัสดุที่ใช้กันในปัจจุบันว่าไม่มีแรงจูงใจในการเลือกซื้อ ไม่มีจุดเด่นที่จะแข่งขันกับสินค้าประเภทเดียวกัน

ความคิดเห็นเกี่ยวกับสีของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสีของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา โดยรวมในขณะนี้สีของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ยังขาดแรงจูงใจและการสร้างจุดสนใจ หรือไม่สามารถแยกแยะเมื่อเปรียบเทียบกับขนมประเภทเดียวกันจะทำให้จึงทำให้เกิดข้อด้อย สินค้าไม่เป็นที่สนใจของผู้บริโภค ทำให้ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ไม่ได้รับความสนใจเท่าที่ควร ทั้งที่เป็นอาหารที่คุณประโยชน์สูง นอกจากนี้กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิ ยังแนะนำสีของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ว่าสีของพื้นหลังควรเป็นสีเขียวฟ้า ส่วนตัวอักษรควรเป็นโทนร้อนและมีภาพถ่ายขนมถั่ว – งา เพื่อสร้างภาพให้เด่นชัด หรือสินค้ามีสีดำ สีที่นำมาใช้เป็นโทนสีส้มอ่อน ๆ เพื่อเน้นจุดเด่นให้ดูสดใส น่ารับประทาน ซึ่งควรใช้สีจำนวนไม่มาก และไม่ใช้โทนสีร้อนมากนัก

ความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา และรูปแบบที่เหมาะสมกับบรรจุผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา โดยรวมในขณะนี้รูปร่างของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ที่มีขายกันอยู่โดยทั่วไปดูเรียบง่าย ไม่มีจุดเด่นในด้านของรูปร่าง เหมือนกับผลิตภัณฑ์ชนิดอื่นๆ ที่วางขายกันทั่วไป สะท้อนถึงการออกแบบรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ที่ยังขาดทักษะ ความรู้ในการออกแบบรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิจึงเสนอรูปแบบที่เหมาะสมกับบรรจุผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ว่ารูปร่างที่เหมาะสมกับขนม ควรมีส่วนสูงขึ้นอยู่กับปริมาณขนมที่จะบรรจุ เช่น ทรงกลม วงรี สี่เหลี่ยม โดยมีการจัดเรียงในลักษณะการวางตั้งบนถาดรอง หรือบรรจุภัณฑ์ควรเป็นซองปิดสนิท ป้องกันอากาศภายนอกเพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าภายใน มีการตกแต่งกราฟิกให้ดูสวยงาม และควรมีการป้องกันการแตกหักของสินค้า เหมาะสำหรับการซื้อเป็นของฝาก ของที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว

ลักษณะเด่นหรือลักษณะจำเพาะของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับลักษณะเด่นหรือลักษณะจำเพาะของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา โดยรวมควรสร้างความแตกต่างกับสินค้าประเภทเดียวกันเพื่อให้สะดุดตาผู้บริโภค สร้างความเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ผลิต โดยผู้บริโภคสามารถรู้ได้เมื่อซื้อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา กล่องมีขนาดเหมาะสม น้ำหนักเบา เคลื่อนย้ายได้สะดวกสามารถพกพาได้ สามารถเปิดง่าย ให้มีกราฟิกและสีให้เหมาะกับวัยผู้บริโภค รวมทั้งควรป้องกันมดแมลง รักษาความกรอบ และมีการป้องกั้นการแตกง่าย

บทบาท ความสำคัญ รายละเอียดของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิ มีความคิดเห็นบทบาท ความสำคัญ บรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา เพื่อสร้างการจดจำสินค้าผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา สร้างความเชื่อถือความมั่นใจกับผู้บริโภค ช่วยในการโฆษณาสินค้า การตัดสินใจซื้อ ส่วนรายละเอียดของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ควรประกอบด้วย ชื่อสินค้า ปริมาณสุทธิ ส่วนประกอบ วันผลิต วันหมดอายุ ประวัติความเป็นมา เครื่องหมายรับรองต่าง ๆ เช่น OTOP อย. GMP เครื่องหมายฮาลาล เป็นต้น ข้อมูลทางโภชนาการ และคำแนะนำในการเก็บรักษา

ความคิดเห็นด้านกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ รวมถึงต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์ต่อผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิ มีความคิดเห็นในกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์รวมถึงต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ว่าการผลิตควรเป็นระบบอุตสาหกรรมจึงจะได้ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมและต้นทุนที่ถูกลง เพื่อความเป็นระบบในการจัดการและสามารถขยายงานได้เพื่อรองรับตลาดที่กว้างมากขึ้น แต่ต้องขึ้นอยู่กับจำนวนการผลิตสินค้าและยอดการจำหน่ายว่ามีมากน้อยเพียงใด ดังนั้นการผลิตสินค้าในระบบอุตสาหกรรมได้จะต้องศึกษาข้อมูลเชิงลึกของผลิตภัณฑ์ของขนมถั่ว – งา อย่างแท้จริง ซึ่งต้นทุนร้อยละ 10 ของราคาของผลิตภัณฑ์ ควรแยกแยะตลาดให้ชัดเจนว่าต้องการเจาะกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใด และพัฒนาให้เหมาะกับช่วงวัยนั้น เมื่อผลิตในจำนวนมากราคาก็ถูกลง ดังนั้นถ้าต้องการให้สินค้ามีราคาเพิ่มขึ้นต้องปรับให้บรรจุภัณฑ์มีหลากหลาย และเน้นสินค้าประเภทขนมว่างที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวแบบไทยที่เป็นที่ยอมรับ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์เป็นของฝาก หรือของที่ระลึกได้

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา พบว่า กลุ่มตัวอย่างผู้ทรงคุณวุฒิเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ขนมถั่ว – งา ในประเด็น ควรเน้นกราฟิกให้น่าสนใจเพื่อดึงดูดความสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ โดยมองที่ตลาดคู่แข่งและปรับทิศทางให้เข้าให้ผู้บริโภคมากที่สุด สร้างความพึงพอใจต่อผู้บริโภครวมทั้งสร้างความเชื่อถือ มั่นใจ และการตัดสินใจต่อการเลือกซื้อ สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวให้โดดเด่น ควรพัฒนารูปทรงใหม่ ๆ ให้กับขนม โดยเฉพาะถ้าสามารถผลิตในขนาดชิ้นให้พอดีกับการรับประทานได้ พัฒนาการเก็บรักษาไว้ให้นานขึ้นและบอกวิธีการเก็บรักษาด้วย ป้องกันความเสียหายของผลิตภัณฑ์โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันการกระแทก การแตกหักของขนมถั่ว – งา บรรจุภัณฑ์ควรสื่อให้เห็นเอกลักษณ์ของสถานที่ผลิตชัดเจน พิจารณาการจำหน่ายสินค้าช่องทางใหม่ ๆ ควรพัฒนาเพิ่มเติมโดยการบรรจุกล่องพลาสติกสี่เหลี่ยมเพื่อสร้างทางเลือกให้กับลูกค้าหรือควรออกแบบให้หลากหลายแบบ เจาะตลาดที่แตกต่างกัน สร้างเครือข่ายแลกเปลี่ยนหรือฝากจำหน่ายกับกลุ่มอื่นในภาคกลางหรือภาคอื่น ๆ เพื่อสร้างฐานด้านการตลาดให้กว้างเพื่อเป็นแนวทางในการยกระดับสินค้าต่อไป