

การศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ผู้สากล*

The Study of Entrepreneurs' Perception Regarding OTOP Packaging Design to International Recognition

ดารณี ธัญญสิริ

Daranee Thanyasiri

คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Faculty of Mass communication Technology,

Rajamangala University of Technology Phra Nakhon, Thailand.

Corresponding Author's Email: daranee.th@rmutp.ac.th



บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาถึงความต้องการของผู้ประกอบการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า เป็นการวิจัยแบบผสม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาค้นคว้าได้แก่ ผู้ประกอบการ OTOP จังหวัดสระบุรี จำนวน 120 คน กำหนดขนาดโดยใช้ตาราง Krejcie & Morgan และผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้า OTOP ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแอปพลิเคชันและเว็บ รวม 17 คน โดยเลือกพื้นที่ศึกษาแบบเจาะจง คือ ศูนย์โอท็อปคอมเพล็กซ์พุแค จังหวัดสระบุรี เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณด้วยการใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ และร้อยละ และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ต้องการให้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ คือ สวยงาม แข็งแรง สามารถปกป้องสินค้า สะดวกในการขนส่ง/พกพา เปิดปิดใช้งานง่าย อนุรักษ์ธรรมชาติ แปลกใหม่ ทันสมัย มองเห็นสินค้าภายใน โดยต้องการให้มีข้อมูลต่างๆ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ฉลากสินค้าให้ครบถ้วน และผู้ประกอบการมีความคิดเห็นว่า ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ส่งขายต่างประเทศ ควรมีเอกลักษณ์ความเป็นไทย แนวธรรมชาติดูสะอาด สดชื่น ทันสมัยเรียบง่าย หรูด และการ์ตูนน่ารัก ทั้งนี้ หากมีแอปพลิเคชันช่วยออกแบบจะมีประโยชน์ โดยต้องการแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือและเครื่องคอมพิวเตอร์ ผลการศึกษาแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า พบว่า แอปพลิเคชันต้องสามารถออกแบบได้หลากหลายรูปทรง เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ขนาดไฟล์ภาพของรูปทรงควรพอเหมาะ แสดงผลบนเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว จำนวนรูปแบบตัวอักษรและขนาดของตัวอักษร ควรมีหลากหลายรูปแบบและขนาด อ่านง่าย ทันสมัย ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ ควรมีหลากหลายรูปแบบ การเลือกขนาดและรูปแบบฉลากติดสินค้า ควรพิจารณาให้เหมาะสมกับรูปร่างและขนาดของบรรจุภัณฑ์และแอปพลิเคชันควรมีลักษณะใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน

คำสำคัญ: ผู้ประกอบการ; บรรจุภัณฑ์; สินค้า OTOP

Abstract

The research article consisted of the following objectives: 1) to investigate the entrepreneurs' demands for OTOP product packaging and 2) to explore the guidelines for developing an application and website in product packaging design. The study employed mixed-method research. The sample group included 120 OTOP entrepreneurs in Saraburi province who were chosen using Krejcie & Morgan table, as well as OTOP product experts, product packaging experts, and experts on application and website design, for a total of 17 persons. Purposive sampling was used to select the study area, which was the OTOP Center in the Phukhae Complex. The tools used for data collection were a questionnaire and interview form. The quantitative data were analyzed by descriptive statistics which were frequency and percentage. The qualitative data were analyzed by content analysis.

From the study, it is found that OTOP entrepreneurs require new packaging designs that are beautiful, strong, easy to transport/carry and use, unique, modern, able to protect and see the product inside while also preserving nature. There must also be product design information and a product label. According to entrepreneurs, products intended for export overseas should have a Thai identity and be produced in a natural, clean, modern, simple, luxurious design with lovely cartoons. It would be especially helpful to have a smartphone and computer application to help with design. From exploring the guidelines for developing an application and website in product packaging design, it is revealed that an application must be capable of designing in a variety of shapes that are appropriate for the product style. The image size of a shape should be suitable and fast enough to process on the website. Font styles and sizes that are easy to read and modern should be available. The packaging pattern should be varied. The size and shape of the packaging should be considered when selecting the size and style of the product label. Lastly, an application must be simple to use.

Keywords: Entrepreneurs; Packaging; OTOP Product

บทนำ

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (One Tambon One Product – OTOP) เป็นนโยบายของรัฐบาลในการเพิ่มอาชีพและรายได้ให้กับชุมชน หลังจากวิกฤตเศรษฐกิจ ในปี 2540 โดยได้รับแนวคิดการดำเนินการมาจากประเทศญี่ปุ่นและนำมาปรับใช้กับประเทศไทย ตั้งแต่ปี 2547 เป็นต้นมา เพื่อกำหนดมาตรฐานและหลักเกณฑ์การคัดเลือกและขึ้นบัญชีผลิตภัณฑ์ดีเด่นของตำบล รวมทั้งสนับสนุนให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบาย ยุทธศาสตร์และแผนแม่บทอย่างมีประสิทธิภาพ โดยภาครัฐได้ให้การสนับสนุนทั้งทางด้านงบประมาณและการให้ความรู้แก่ชุมชนอย่างต่อเนื่อง เพื่อส่งเสริมให้ชุมชนมีการจัดการกับทรัพยากรในท้องถิ่นโดยการพัฒนาสินค้าที่มีคุณภาพ เป็นที่ต้องการของตลาด มีเอกลักษณ์ และสอดคล้องกับวัฒนธรรมในท้องถิ่น การดำเนินงานโครงการโอท็อปของรัฐบาลที่สำคัญ เช่น การสร้างตำนานผลิตภัณฑ์ (Story of Product) โครงการ OTOP Tourism Village โครงการ OTOP Product Champion การจัดงาน OTOP City การส่งเสริมการท่องเที่ยวและจัดตั้งร้านค้าสินค้า OTOP ในสถานที่ท่องเที่ยว การส่งเสริมการ

ส่งออกผลิตภัณฑ์ OTOP การสนับสนุน ด้านเทคโนโลยีและความรู้จาก JETRO และองค์กรอื่นๆ และการจัดตั้งทีมงานด้านการตลาดจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง (Buddhapoompitak, 2015) ซึ่งสินค้า OTOP สามารถทำรายได้ให้แก่ชุมชนและประเทศได้เป็นจำนวนมาก

แต่ในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ OTOP มากกว่า 40% ของผลิตภัณฑ์ OTOP ทั้งหมด ไม่สามารถก้าวสู่ความเป็นมาตรฐานสากลหรือแข่งขันในตลาดโลกได้ (Ministry of Interior, Community Development Department, 2015) โดยภาพรวมปัญหาของ OTOP เกิดจากความไม่เอาใจใส่จริงจังในการพัฒนาของคนในกลุ่ม OTOP เอง และสินค้าหรือบริการที่มีความเป็นนวัตกรรมมีจำนวนน้อย ส่วนใหญ่มักจะเกิดจากการลอกเลียนแบบกัน และปัญหาที่สำคัญคือ ปัญหาด้านบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากรูปแบบบรรจุภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐานและไม่โดดเด่นพอที่จะดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ ซึ่งบรรจุภัณฑ์นับเป็นปัจจัยสำคัญอันดับแรกในการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคและภาคธุรกิจให้เริ่มหันมาให้ความสนใจกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์มากขึ้นโดยมองว่า การออกแบบและรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีผลต่อยอดขายอย่างมากเพราะเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคได้เห็นและมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ซื้อของผู้บริโภค เนื่องจากบรรจุภัณฑ์มีบทบาทสำคัญหลายประการ เช่น ช่วยรองรับและลดความเสียหายแก่ผลิตภัณฑ์ ช่วยดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายได้ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของผลิตภัณฑ์และช่วยเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ทำให้ยอดขายสูงขึ้น บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าชุมชนบางรายกลับขาดคุณสมบัติสำคัญที่บรรจุภัณฑ์ควรมี เช่น ไม่สามารถปกป้องสินค้าภายในได้ดีเท่าที่ควร ไม่สะดวกต่อการใช้งาน การขนส่งหรือเก็บรักษา หรือขาดการให้รายละเอียดข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไป ทำให้ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้อาจเป็นผลมาจากการที่ผู้ประกอบการให้ความสำคัญเรื่องบรรจุภัณฑ์น้อย ขาดความรู้ความเข้าใจในเรื่องการออกแบบ อีกทั้งยังไม่ได้รับการส่งเสริมของภาครัฐในเรื่องการตลาด คุณภาพ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ทันสมัย หากผู้ประกอบการยังมองข้ามความสำคัญของการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก็จะไม่สามารถดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้เท่าที่ควร ทำให้กลุ่มผู้ประกอบการดังกล่าวนี้เสียโอกาสทางการตลาดไปไม่น้อย (Klinkaewnarong, 2015) เพราะนักการตลาดจัดว่าบรรจุภัณฑ์หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นส่วนหนึ่งของการวางกลยุทธ์ผลิตภัณฑ์ (Product strategy) และเป็นปัจจัยที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์หนึ่งๆ ประสบความสำเร็จ (Russell and Lane, 1999) เนื่องจากบรรจุภัณฑ์จัดเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่เพิ่มขึ้นมาจากแนวคิดทางการด้านการตลาดเดิมที่มีองค์ประกอบหลัก 4 ส่วน หรือที่เรียกว่า 4Ps คือ สินค้า (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการขายและการสื่อสารตลาดไปยังผู้บริโภค (Promotion) และบรรจุภัณฑ์ (Packaging) มีความสำคัญในแง่การตลาดเป็นลำดับที่ 5 (Kotler, 2000) นับเป็นการสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Duncan, 2008)

ทั้งนี้การศึกษาของ Santijitpakdee (2009) พบว่า ปัญหาที่เกิดขึ้นในกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือ ผู้ประกอบการไม่สามารถแจ้งความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์ให้แก่ผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ได้ตามความต้องการของผู้ประกอบการ อีกทั้งนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม่มีความรู้เฉพาะด้านเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถเลือกวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าได้ ทำให้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เหมาะสมกับสินค้า หรือออกแบบเสร็จแล้ว แต่ไม่สามารถผลิตได้จริง หากผู้ประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ด้วยตนเองก็จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และตรงตามความต้องการของตนเองได้ แต่ในปัจจุบันแอปพลิเคชันช่วยออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการสามารถใช้ออกแบบด้วยตนเองได้ยังมีน้อย ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นในการพัฒนาเครื่องมือขึ้นเพื่อช่วยในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ผู้ผลิตสินค้า OTOP สามารถมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามในต้นทุนต่ำได้ ประกอบกับปัจจุบันแอปพลิเคชันบนมือถือได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย ทั้งจากความสะดวกในการ

ใช้งานที่แม้แต่ผู้ที่ไม่มีความชำนาญในการใช้คอมพิวเตอร์มากนักก็สามารถใช้งานได้อย่างประหยัด เนื่องจากแอปพลิเคชันจำนวนมากไม่เสียค่าใช้จ่ายในการใช้งานและสามารถใช้งานผ่านอุปกรณ์มือถือต่างๆ เช่น สมาร์ทโฟนหรือแท็บเล็ต รวมถึงการใช้งานผ่านเว็บ ทำให้สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีดังกล่าวได้ง่ายขึ้น

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการวิจัยเรื่อง การศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP สู่สากล เพื่อศึกษาถึงความต้องการของผู้ประกอบการ และศึกษาแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ให้สามารถนำไปพัฒนาเป็นแอปพลิเคชันช่วยเหลือผู้ประกอบการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP สู่สากลในระยะต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาถึงความต้องการของผู้ประกอบการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP
2. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสม (Mixed Method) โดยมีขั้นตอนในการดำเนินการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาด้านเนื้อหาเอกสารแนวคิดทฤษฎี

ทำการศึกษาริบท สภาพปัญหา แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (OTOP) แนวคิดเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาในภาคสนาม

ศึกษาเฉพาะศูนย์ OTOP คอมเพล็กซ์พุแค จังหวัดสระบุรี เนื่องจากเป็นต้นแบบศูนย์เรียนรู้ด้านการบริหารจัดการ OTOP ครอบคลุมใหญ่ที่สุดในประเทศไทย และได้รับการคัดเลือกเป็น Best Practice ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถีต้นแบบ โดยเป็นแหล่งขายสินค้าชุมชนและสินค้า OTOP สร้างรายได้ให้คนในชุมชนโดยการขายสินค้าและผลิตภัณฑ์ฯ ตลอดจนการขายบริการในรูปแบบอื่นๆ ให้แก่นักท่องเที่ยว ผู้มาเยี่ยมชม โดยเน้นสินค้าที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนและสินค้าที่ใช้วัตถุดิบในชุมชนเป็นหลัก

ขั้นตอนที่ 3 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

1. การวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ศูนย์ OTOP คอมเพล็กซ์พุแค จังหวัดสระบุรี จำนวน 120 คน โดยขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดโดยใช้ตาราง Krejcie and Morgan และใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรและผู้ให้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้า OTOP จำนวน 6 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 6 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแอปพลิเคชันและเว็บ จำนวน 5 คน รวมทั้งสิ้น 17 คน ใช้การคัดเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ มีประสบการณ์ด้านนั้นๆ ไม่น้อยกว่า 5 ปี

ขั้นตอนที่ 4 เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือและวิธีการที่ใช้ในการศึกษาของงานวิจัยนี้ มีดังนี้

1. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบสอบถามผู้ประกอบการ OTOP ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลของผู้ประกอบการ ตอนที่ 2 ความคิดเห็นที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าโอท็อป และ ตอนที่ 3 ความต้องการแอปพลิเคชันและเว็บในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า ซึ่งสร้างจากการรวบรวมเอกสาร แนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง กำหนดประเด็นคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และหาคุณภาพของเครื่องมือด้วยการตรวจสอบความเที่ยงตรงด้านเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้เชี่ยวชาญ



ตรวจเนื้อหา ความสอดคล้อง ความครอบคลุมของเนื้อหา ความถูกต้องและความเหมาะสมของข้อความถามและแบบสอบถาม และตรวจสอบความน่าเชื่อถือ (Reliability) ของแบบสอบถาม มีค่าเท่ากับ 0.85

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้า OTOP ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแอปพลิเคชันและเว็บ ในประเด็นที่เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับรูปทรงบรรจุภัณฑ์ การออกแบบฉลากสินค้า การออกแบบสไตล์ของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งแบบสัมภาษณ์เชิงลึกสร้างขึ้นจากการศึกษารวบรวมเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์เนื้อหาประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP และแนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า กำหนดประเด็นคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา ความสอดคล้อง ความครอบคลุมของเนื้อหา ความถูกต้องของภาษาที่ใช้ จากนั้นจึงทำการปรับแก้ข้อความตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน

ขั้นตอนที่ 5 การรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 120 คน ซึ่งเป็นผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในศูนย์ OTOP คอมเพล็กซ์พุแค และข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้า OTOP ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแอปพลิเคชันและเว็บ

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้อ้างอิงผลการวิเคราะห์ข้อมูล

โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังต่อไปนี้

1. การรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ได้แก่ผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในศูนย์ OTOP คอมเพล็กซ์พุแค จังหวัดสระบุรี จำนวน 120 คน โดยขอความอนุเคราะห์แจกแบบสอบถามในศูนย์ OTOP คอมเพล็กซ์พุแค โดยวิธีการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง แล้วนำแบบสอบถามมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลในลำดับต่อไป

2. การรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ได้แก่ผู้เชี่ยวชาญด้านสินค้า OTOP จำนวน 6 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 6 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบแอปพลิเคชันและเว็บ จำนวน 5 คน โดยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth Interview)

ขั้นตอนที่ 6 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามจากแบบสอบถามแล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาคัดเลือกจัดระบบ จัดกลุ่มข้อมูล แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผล ด้วยเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ใช้การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ และการร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก โดยวิธีถอดความจากบทสัมภาษณ์ นำมาประมวลผลและสังเคราะห์เพื่อจัดหมวดหมู่ให้ชัดเจนในการตีความ

ขั้นตอนที่ 7 สรุปผลการศึกษาวิจัยและการนำเสนอผลการศึกษาวิจัยตามประเด็น

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์ที่ 1 ความต้องการของผู้ประกอบการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย เป็นผู้ประกอบการสินค้า OTOP ประเภทอาหารเครื่องดื่ม ประเภทผ้าและเครื่องแต่งกาย ประเภทของใช้ประเภทเครื่องประดับ/ตกแต่ง และประเภทสมุนไพรที่ไม่ใช่อาหาร ตามลำดับ ความต้องการของผู้ประกอบการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP พบว่า

1. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ต้องการให้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยมีความคิดเห็นว่ารูปร่างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถขายได้ในตลาดสากลเรียงตามลำดับ ได้แก่ กล่อง ถุง และขวด
2. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการต้องการ คือ สวยงาม แข็งแรง สามารถปกป้องสินค้า สะดวกในการขนส่ง/พกพา เปิด/ปิด ใช้งาน อนุรักษ์ธรรมชาติจำนวน แพลกใหม่/ทันสมัย มองเห็นสินค้าภายใน และเป็นสากล
3. ข้อมูลต่างๆ บนบรรจุภัณฑ์/ฉลากสินค้าที่ผู้ประกอบการต้องการ คือ ชื่อสินค้า ตราสินค้า สัญลักษณ์ทางการค้าหรือโลโก้ รูปภาพ ชื่อผู้ผลิตและผู้จำหน่าย รายละเอียดตามข้อบังคับของกฎหมาย รายละเอียดของสินค้า ปริมาตรหรือปริมาณ ส่วนประกอบของสินค้า สีพื้น สีตัวอักษร และมีลวดลายเป็นลายเส้น รางวัลที่ผลิตภัณฑ์ได้รับ ตามลำดับ
4. ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ส่งขายต่างประเทศควรมีลักษณะ ดังนี้ มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย แนวธรรมชาติ ดูสะอาด/สดชื่น ทันสมัย เรียบง่ายจำนวน หูหრა และการดูน่ารัก
5. ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าแอปพลิเคชันช่วยออกแบบมีประโยชน์
6. ผู้ประกอบการมีความต้องการใช้งานแอปพลิเคชันช่วยออกแบบบรรจุภัณฑ์บนอุปกรณ์โทรศัพท์มือถือมากที่สุด

วัตถุประสงค์ที่ 2 แนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาแอปพลิเคชันให้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องสามารถออกแบบได้หลากหลายรูปร่าง เหมาะสมกับลักษณะสินค้า เพื่อให้ผู้ใช้สามารถเลือกรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลักษณะของสินค้าได้ง่าย ขนาดไฟล์ภาพของรูปทรงควรจะพอเหมาะ แสดงผลบนเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว โดยมีรายละเอียดดังนี้

1. รูปทรง ต้องสามารถออกแบบในรูปทรงต่างๆ ตามประเภทของสินค้า ได้แก่ ขวด กล่อง ถุง และฉลาก
2. สี ต้องออกแบบให้มีความเป็นสากล มีความหลากหลายให้ครอบคลุมประเภทของผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP ให้ได้มากที่สุด รูปแบบสีที่ควรออกแบบ คือ หมวดสีที่นำเสนอความเป็นไทยผสมกับความเป็นสากล หมวดสีที่นำเสนอความหรูหราในรูปแบบที่เรียบโก้ ทันสมัย เป็นผู้ใหญ่ เน้นความเป็นสากล หมวดสีที่นำเสนอความสดใสร่าเริง สนุกสนาน ความอ่อนเยาว์ สดชื่น หมวดสีที่เน้นความเรียบง่ายที่สุด และหมวดสีที่นำเสนอความเป็นธรรมชาติและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยเป็นสีที่มีแรงบันดาลใจมาจากธรรมชาติ สัตว์ พืชพรรณ ต้นไม้ ดอกไม้ สมุนไพรไทยท้องถิ่นต่างๆ เป็นต้น
3. ตัวอักษร ควรออกแบบฟอนต์ตัวอักษรที่ไม่ติดลิขสิทธิ์ โดยมีแบบตัวอักษรควรมีลักษณะที่เน้นความเป็นไทย แบบตัวอักษรทั้งเป็นทางการและแบบลายมือ หรือเป็นอักษรศิลป์ให้เลือกใช้ตาม ความเหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย
4. ภาษา ควรออกแบบแอปพลิเคชันให้ผู้ใช้สามารถเลือกพิมพ์ข้อความได้ทั้งภาษาไทยและอังกฤษ หรือภาษาอื่นๆ ตามที่ผู้ประกอบการต้องการส่งออกไปยังประเทศนั้นๆ

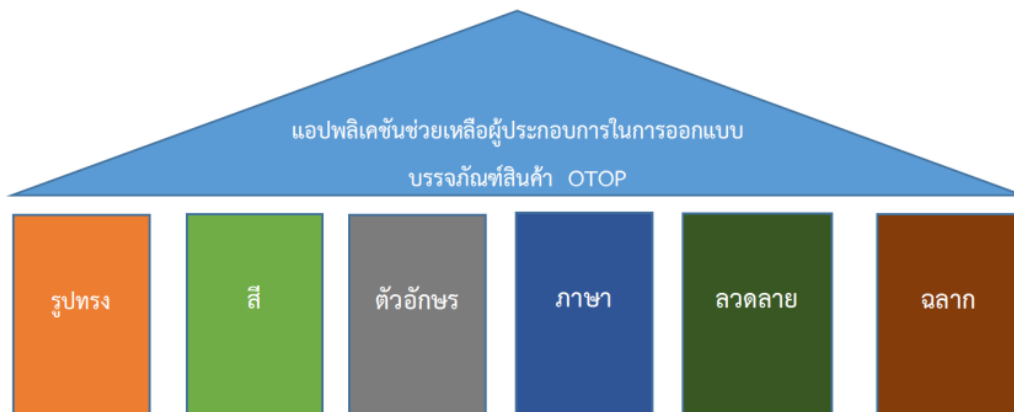
5. ลวดลาย ควรออกแบบลวดลายโดยกำหนดเป็นหมวดหมู่ ได้แก่ ลวดลายที่นำเสนอความเป็นไทย ผสมกับความเป็นสากล ลวดลายที่นำเสนอความหรูหราในรูปแบบที่เรียบโก้ ทันสมัย ลวดลายที่นำเสนอความสดใสร่าเริง สนุกสนาน ความอ่อนเยาว์ สดชื่น ลวดลายที่นำเสนอความเป็นธรรมชาติและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น พืชพรรณ ต้นไม้ ดอกไม้ โดยเฉพาะพืชที่มักใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิตสินค้า OTOP และควรมีลวดลายกราฟิกให้เลือกใช้

6. ฉลาก แอปพลิเคชันควรจัดบล็อกตำแหน่งเพื่อให้ผู้ใช้ได้ใช้ข้อมูลต่างๆ ได้แก่ ชื่อสินค้า ตราสินค้า (Brand) รายละเอียดของสินค้า รายละเอียดส่งเสริมการขาย ส่วนประกอบของสินค้า ปริมาตรหรือปริมาณ ชื่อผู้ผลิตและผู้จำหน่าย รายละเอียดตามข้อบังคับของกฎหมาย เช่น วันผลิต วันหมดอายุรวมถึงรูปภาพ เป็นรูปภาพสำเร็จรูปให้เลือกใช้ และแยกเป็นกราฟิก ภาพพื้นหลัง ภาพไอคอน และภาพจริง สามารถใส่รูปได้ทั้งในแนวตั้งและแนวนอน

ทั้งนี้แอปพลิเคชันควรออกแบบให้ใช้งานได้บนมือถือและคอมพิวเตอร์ ทั้งนี้ต้องระมัดระวังไม่ให้มีการละเมิดลิขสิทธิ์ หรือผิดข้อบังคับทางกฎหมาย

องค์ความรู้ใหม่

ผลจากการวิจัยครั้งนี้ ทำให้ได้ข้อมูลความต้องการแอปพลิเคชันออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ของผู้ประกอบการ ซึ่งจะนำไปเป็นหลักการในการพัฒนาแอปพลิเคชันออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ต่อไป โดยแอปพลิเคชันออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ที่ผู้ประกอบการต้องการต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบดังต่อไปนี้



รูปทรง แอปพลิเคชันออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ต้องสามารถออกแบบในรูปทรงของขวด กล่อง และถุง ซึ่งเป็นรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการ OTOP ส่วนใหญ่ใช้สำหรับบรรจุสินค้า และครอบคลุมสินค้าอุปโภค บริโภค

สี ในการออกแบบแอปพลิเคชันให้ง่ายต่อการใช้งานต้องจัดหมวดหมู่โทนสี โดยโทนสีที่จัดหมวดหมู่ไว้ควรเป็นโทนสีที่สามารถกระตุ้นประสาททั้ง 5 เพื่อทำให้เกิดความอยากซื้อ ง่าย ทำให้สินค้านั้นมีความโดดเด่นมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้สามารถจัดเป็นโทนสีได้ 5 โทนสี ได้แก่ โทนสีเขียว ส้ม ม่วง น้ำเงิน และอื่นๆ

ตัวอักษร เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่สำคัญที่ผู้ประกอบการต้องการให้มีในแอปพลิเคชัน ควรออกแบบให้สามารถเลือกขนาดของตัวอักษรได้ตามความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ และมีรูปแบบของตัวอักษร ควรมีแบบให้เลือกตามความเหมาะสมกับประเภทสินค้า แต่ต้องคำนึงถึงข้อบังคับของกฎหมายด้วย นอกจากนี้ตัวอักษรต้องสามารถใส่สีได้

ภาษา ผู้ประกอบการสินค้า OTOP มีความต้องการให้บรรจุภัณฑ์มีอย่างน้อย 2 ภาษา ได้แก่ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ เพื่อให้สินค้ามีมาตรฐานและเป็นสากล การออกแบบแอปพลิเคชันจึงต้องมีภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ผู้ประกอบการเลือกใช้ได้

ลวดลาย ในการออกแบบแอปพลิเคชันต้องคำนึงถึงลิขสิทธิ์ ควรมีความทันสมัย สะดุดตา ลวดลายควรเป็นอัตลักษณ์ตามท้องถิ่น และเหมาะสมกับสินค้า การออกแบบแอปพลิเคชัน จึงออกแบบ 5 สไตล์ ได้แก่ การ์ตูน อีโค ลักซ์ ชิมเปิ้ล และไทย

ฉลาก แอปพลิเคชันต้องสามารถใส่รายละเอียดต่างๆ บนฉลากได้ ดังนี้ ชื่อสินค้า ตราสินค้า สัญลักษณ์ทางการค้าหรือโลโก้ รายละเอียดตามข้อบังคับของกฎหมาย เช่น วันผลิต วันหมดอายุ เป็นต้น นอกจากนี้ต้องสามารถใส่รูปภาพ รายละเอียดของสินค้า ชื่อผู้ผลิตและผู้จำหน่าย ส่วนประกอบ ของสินค้า ปริมาตรหรือปริมาณ รางวัลที่ผลิตภัณฑ์ได้รับ เนื่องจากเป็นข้อกำหนดทางกฎหมาย

อภิปรายผลการวิจัย

ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการ OTOP ส่วนใหญ่มีความต้องการให้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยมีความคิดเห็นว่ารูปร่างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถขายได้ในตลาดสากลเรียงตามลำดับ ได้แก่ กล่อง ถุง ขวด แก้ว และถ้วย โดยลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการ OTOP ต้องการมากที่สุด คือ สวยงาม รองลงมาคือ แข็งแรง สามารถปกป้องสินค้า สะดวกในการขนส่ง/พกพา เปิด/ปิด ใช้งาน อนุรักษ์ ธรรมชาติจำนวน แพลกใหม่/ทันสมัย มองเห็นสินค้าภายใน เป็นสากล สอดคล้องกับการศึกษาของ Mukem (2017) ที่พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพหรือเสียหาย เปิด-ปิดได้สะดวก ง่ายต่อการใช้งาน รูปแบบหรือรูปร่างที่สวยงาม โดดเด่น บรรจุภัณฑ์ของสินค้าตรงตามมาตรฐานสากลเชิงการค้า สามารถจัดวางได้เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า ทำจากวัสดุที่เหมาะสมต่อการเก็บรักษา นอกจากนี้ ผู้ประกอบการต้องการให้มีรายละเอียดของข้อมูลต่างๆ บนบรรจุภัณฑ์/ฉลากสินค้า เรียงตามลำดับ ได้แก่ ชื่อสินค้า ตราสินค้า สัญลักษณ์ทางการค้าหรือโลโก้ ชื่อผู้ผลิตและผู้จำหน่าย รายละเอียดตามข้อบังคับของกฎหมาย รายละเอียดของสินค้า ปริมาตรหรือปริมาณส่วนประกอบของสินค้า สีพื้น สีตัวอักษร ลวดลายเป็นลายเส้น และรางวัลที่ผลิตภัณฑ์ได้รับ สอดคล้องกับการศึกษาของ Pakeechay and Tipanate (2016) องค์ประกอบที่สำคัญที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์ คือ ตราสินค้า (ชื่อ ชื่อความ หรือสัญลักษณ์ หรือรูปแบบเพื่อบ่งชี้ให้เห็นถึงสินค้า หรือบริการของผู้ค้า หรือกลุ่มผู้ขาย เครื่องหมายการค้า ลิขสิทธิ์ และโลโก้ ประเภทผลิตภัณฑ์ ส่วนประกอบหรือส่วนผสม วิธีใช้ การเก็บรักษา ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต ส่วนแนวคิดเกี่ยวกับสีพื้น สีตัวอักษร ลวดลายเป็นลายเส้น สอดคล้องกับแนวคิดของ Robertson (2013) ที่ว่าตัวอักษรหรือตัวพิมพ์จัดว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญอันดับแรกของการออกแบบ การใช้ตัวอักษรเป็นส่วนดึงดูดตา เพื่อต้องการตกแต่งหรือการเน้นข้อความข่าวสารให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ดู ผู้อ่าน ด้วยการใช้ขนาดรูปแบบ ตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ มีความเด่นเป็นพิเศษ และใช้ตัวอักษรเป็นส่วนบรรยายหรืออธิบายเนื้อหาที่มีขนาดเล็กในลักษณะของการเรียงพิมพ์ข้อความเพื่อการบรรยายหรืออธิบายส่วนประกอบปลีกย่อย และสอดคล้องกับ Thongrunroj (2012) ที่ได้กล่าวว่า ป้ายฉลากที่ดีต้องมีสีสัน สวยงาม สะดุดตา และจดจำง่าย ทั้งนี้ ผู้ประกอบการ OTOP มีความคิดเห็นว่าคุณลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งขายต่างประเทศควรมีลักษณะ ดังนี้ มีเอกลักษณ์ความเป็นไทย แนวธรรมชาติ ดูสะอาด/สดชื่น ทันสมัย เรียบง่าย หูหรรณการ์ตูนน่ารัก สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Tancharoen (2018) ที่พบว่า แนวทางการพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ต้องสื่อถึงจุดเด่นของความเป็นไทยหรือวัฒนธรรมท้องถิ่น และอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม



ผลจากการวิจัยวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า การพัฒนาแอปพลิเคชันให้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องสามารถออกแบบได้หลากหลายรูปทรง โดยจะต้องศึกษาลักษณะของสินค้า จัดหมวดหมู่สินค้า แล้วจึงนำมาจับคู่กับวัสดุและรูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ขนาดไฟล์ภาพของรูปทรงควรจะมีเหมาะสมแสดงผลบนเว็บไซต์ได้อย่างรวดเร็ว ผู้พัฒนาแอปพลิเคชันต้องศึกษาหลักการเกี่ยวกับสีและการใช้สี โดยสีที่ทำให้เกิดความอยากซื้อ จำง่าย เหมาะสมลักษณะของลูกค้า จำนวนรูปแบบตัวอักษรและขนาดของตัวอักษร ควรจะมีหลากหลายรูปแบบและขนาด อ่านง่าย ทันสมัย ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ ควรมีหลากหลายรูปแบบ ทั้งลายเส้นที่เป็นภาพวาด ลวดลายสำเร็จรูปไว้ให้ผู้เลือกใช้ได้ตามความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับการศึกษาของ Techakarnchanakit (2013) ที่พบว่า สีและวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์เพื่อสิ่งแวดล้อมดังกล่าวมีผลต่อการรับรู้และการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมากที่สุด การเลือกขนาดและรูปแบบฉลากติดสินค้า ควรพิจารณาให้เหมาะสมกับรูปร่างและขนาดของบรรจุภัณฑ์ การออกแบบแอปพลิเคชันต้องออกแบบเพื่อตอบโจทย์ความแตกต่างของตัวบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อน ในเรื่องของการป้อนข้อมูล ขนาดหน้าจอ และรูปทรง ผู้ใช้บางกลุ่มที่มีการใช้งานในแนวตั้ง บางคนอาจมีการใช้งานแนวนอน ดังนั้นในการออกแบบควรคำนึงถึงการวางตำแหน่งด้วย เพื่อที่จะสามารถต่อยอดและพัฒนาต่อไปได้ในอนาคต สอดคล้องกับการศึกษาของ Thee-asana (2018) ที่ทำการพัฒนาฉลากผลิตภัณฑ์อัจฉริยะเพื่อส่งเสริมการเพิ่มรายได้โดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริง พบว่า แอปพลิเคชันฉลากผลิตภัณฑ์อัจฉริยะโดยใช้เทคโนโลยีเสมือนจริงประกอบด้วยองค์ประกอบ 2 ส่วน คือ ส่วนจัดการข้อมูลฉลาก และส่วนผู้ใช้งาน โดยผู้ใช้งานรู้สึกตื่นเต้นในการใช้งานระบบ และมีความพึงพอใจ เพราะแอปพลิเคชันสามารถนำเสนอข้อมูลต่างๆ ของสินค้าเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

สรุป

จากความคิดเห็นของผู้ประกอบการสินค้า OTOP ที่มีความคิดเห็นว่า บรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ยังไม่มีความเป็นสากล ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความต้องการให้มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ซึ่งลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการต้องการ คือ สวยงาม แข็งแรง สะดวกในการขนส่ง/พกพา ใช้งานง่าย แปลกใหม่/ทันสมัย มองเห็นสินค้าภายใน และมีความเป็นสากล และมีความคิดเห็นว่าหากมีแอปพลิเคชันช่วยออกแบบที่สามารถใช้ผ่านโทรศัพท์มือถือและเว็บ ก็จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการสินค้า OTOP ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ด้วยตนเอง จากการศึกษาความต้องการของผู้ประกอบการเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ทำให้ได้แนวทางในการพัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ดังนั้น แอปพลิเคชันและเว็บในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP ต้องประกอบด้วยการออกแบบในองค์ประกอบต่างๆ ได้แก่ รูปทรง สี ตัวอักษร ภาษา ลวดลาย และฉลาก

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัยข้างต้นผู้วิจัยสามารถสรุปเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการสินค้า OTOP นำผลวิจัยไปเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด สร้างการจดจำและความแตกต่าง โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ ทันสมัย และสวยงาม เพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดสากลได้อย่างมีศักยภาพ ทั้งนี้ ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ประโยชน์แก่ผู้ประกอบการสินค้าโอท็อปศูนย์โอท็อปคอมเพล็กซ์พุดแก้ว จังหวัดสระบุรี โดยผู้วิจัยได้อบรมวิธีการใช้แอปพลิเคชันแก่ผู้ประกอบการเพื่อ

นำไปใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยตนเอง และผู้ประกอบการมีความพึงพอใจแอปพลิเคชันอยู่ในระดับดีมาก

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

สำหรับประเด็นในการวิจัยครั้งต่อไปควรดำเนินการดังนี้

2.1 ควรมีการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างและขยายพื้นที่ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยอื่นๆ เพิ่มเติม เช่น ทักษะของผู้บริโภคสินค้า OTOP ด้านคุณภาพของสินค้า ด้านภาพลักษณ์ของสินค้า ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ฯลฯ เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและโอกาสทางการตลาด สามารถยกระดับสินค้า OTOP ให้เป็นที่ยอมรับและนำไปสู่การจำหน่ายในตลาดสากล

2.3 ควรมีการศึกษากการพัฒนาและหาประสิทธิภาพแอปพลิเคชันที่สร้างขึ้นจากแนวคิดที่ได้จากการวิจัยนี้เพื่อให้ได้แอปพลิเคชันที่สามารถนำไปใช้ได้

References

- Buddhapoompitak, W. (2015). OTOP Product TO AEC. *Western University Research Journal of Humanities and Social Science*, 1(2), 100-112.
- Duncan, T. (2008). *Advertising & IMC*. 2nd ed. New York: McGraw-Hill/Irwin.
- Klinkaewnarong, S. (2015). Packaging Design to Drive OTOP Products. *Department of Science Service Journal*, 63(199), 19-21.
- Kotler, P. (2000). *Marketing Management*. 10th ed. New Jersey: Prentice – Hall.
- Ministry of Interior, Community Development Department. (2015). *Handbook for New OTOP Entrepreneurs*. Retrieved December 3, 2019, from <http://www.oic.go.th/FILEWEB/CABINFOCENTER2/DRAWER091/GENERAL/DATA0000/00000183.PDF>
- Mukem, D. (2017). Development of the Product Configuration of Dried Shrimp Paste Packaging in Baan Pring, Phangnga Province. *Journal of Humanities and Social Sciences, Rajapruk University*, 3(2), 69-79.
- Pakeechay, K. & Tipanate, A. (2016). An Approach for OTOP Product Development on Preparing to AEC in Case of Miniature Model Tambon Ban-Len Woman Group. *The 1st Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi National Conference: The 1st RUSCON* (pp.586-596). Phranakhon Si Ayutthaya. Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi (Huntra Campus).
- Russell, J. T. & Lane, W. R. (1999). *Kleppner's Advertising Procedure*. (14th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Santijitpakdee, J. (2009). *Web Application for Structural Packaging Design by Using Expert System*. (Master's Thesis). Chulalongkorn University. Bangkok.
- Tchiarakul, T. (2014). The Problems and the Adaptation of OTOP to AEC. *Executive Journal*, 34(1), 177-191.

- Thee-asana, P. (2018). Development Smart Label to Boost Revenue Using Augmented Reality Technology. *Journal of Project in Computer Science and Information Technology*, 4(2), 1-6.
- Thongrungrroj, S. (2012). *Packaging Design*. Bangkok: Chulalongkorn University.
- Tancharoen, S. (2018). Quality Development Guidelines for OTOP Product of Community Enterprise in Muang District, Samutsongkhram Province. *Lampang Rajabhat University Journal*, 7(2), 155-166.
- Techakarnchanakit, P. (2013). Effects of Drinking Water Packaging with Eco-Friendly Design on Consumer's Perception and Purchasing Decision. *Journal of Communication Arts*, 31(3), 46-6.