

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1.) เพื่อศึกษาความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับการจัดจำหน่ายของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน 2.) เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายในด้านโครงสร้างและด้านกราฟิกของไวน์เม่า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน 3.) เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้จำหน่าย และกลุ่มนักออกแบบ ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมา

กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ กลุ่มผู้บริโภค จำนวน 80 คน กลุ่มผู้จัดจำหน่าย จำนวน 40 คน กลุ่มผู้ผลิตจำนวน 10 คน กลุ่มนักออกแบบ จำนวน 10 คน รวมจำนวน 140 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูล ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยมีค่าความเชื่อมั่น 0.96

ผลการวิจัยพบว่า

กลุ่มผู้ผลิตมีความต้องการใช้ชื่อมาโอ (MA-O) เป็นเครื่องหมายการค้า การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายในด้านโครงสร้าง พบว่า วัสดุที่เหมาะสมในการทำบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ กระดาษมากที่สุด ด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า พบว่า ควรมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมากที่สุด ได้แก่ รูปผลมะเม่า เทือกเขาภูพาน เหยี่ยวรางวัล ลายผ้าไทย ความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนา พบว่า กลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มผู้จำหน่ายและกลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 4 แบบ ดังนี้ ด้านรูปแบบฉลากไวน์เม่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ รูปแบบที่ 4 ($\bar{x}=3.88$) รูปแบบที่ 3 ($\bar{x}=3.69$) รูปแบบที่ 2 ($\bar{x}=3.64$) รูปแบบที่ 1 ($\bar{x}=3.55$) ตามลำดับ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า จำนวน 3 แบบ พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากได้แก่ กล่องบรรจุ 2 ขวด ($\bar{x}=4.09$) ถุงบรรจุ 1 ขวด ($\bar{x}=3.91$) กล่องมาตรฐานบรรจุ 1 ขวด ($\bar{x}=3.83$) ตามลำดับ ด้านรูปแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า พบว่า มีความพึงพอใจในระดับมากประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด รูปแบบที่ 4 ($\bar{x}=4.07$) รูปแบบที่ 3 ($\bar{x}=3.87$) รูปแบบที่ 1 ($\bar{x}=3.83$) รูปแบบที่ 2 ($\bar{x}=3.81$) ตามลำดับ ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ รูปแบบที่ 4 ($\bar{x}=4.03$) รูปแบบที่ 3 ($\bar{x}=3.82$) รูปแบบที่ 2 ($\bar{x}=3.76$) รูปแบบที่ 1 ($\bar{x}=3.75$) ตามลำดับ ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ รูปแบบที่ 4 ($\bar{x}=3.91$) รูปแบบที่ 3 ($\bar{x}=3.62$) รูปแบบที่ 1 ($\bar{x}=3.60$) รูปแบบที่ 2 ($\bar{x}=3.58$) ตามลำดับ สรุปความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ที่เหมาะสมที่จะนำไปผลิตเพื่อการจำหน่าย พบว่า รูปแบบชุดที่ 4 มีความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 57.9

This research project had constructed by The Research and Training Centre for Agricultural, Sakonnakorn province, Rajamangala University of Technology Isan. The aims of this project are to research into the development of Moea Wines' packages for the basic and simple packages used in retail purposes, to research into the structures and graphic designs of packages for Moea Wine products and to estimate the impact that new packaging designs had on the manufacturers, the consumers, the retailers and the product designers of Moea Wine products.

The 140 participants of this research contain 80 consumers, 40 retailers, 10 manufacturers and 10 product designers. The research had constructed by interviews and questionnaires then analyzed by percentiles value (%), mean value (\bar{x}) and standard division value which has reliability value of 0.96.

The results concluded by this research project are firstly the manufacturers requested to use the name "Ma-O" as a trademark for this new development of packages, secondly the development of packages for retail purposes found that the best material use to create packages is paper (voted 45.38 %) and the label of Moea Wine products will present as much as possible of its origin (voted 95.38 %) and will have symbols of MaMoea fruits, Phuphan mountain, winning medals and traditional local textile and thirdly the preference of the manufacture group, consumer group, retailer group and designer group to four new package designs.

For Moea Wine's label the participants' preference are in mean value order the design No.4 ($\bar{x}= 3.88$), No.3 ($\bar{x}= 3.69$), No.2 ($\bar{x}= 3.64$) and No.1($\bar{x}= 3.55$).

For the structure of packaging designs, overall the participants preferred estimated by mean value from box set of two bottles ($\bar{x}=4.09$), carry bag for one bottle ($\bar{x}= 3.91$) and standard box for one bottle ($\bar{x}= 3.83$).

For the graphic designs on the packages overall the participants preferred the box set of two bottle, the preference in mean value by order from design No.4 ($\bar{x}= 4.07$), No.3 ($\bar{x}= 3.87$), No.1 ($\bar{x}= 3.83$) and No.2 ($\bar{x}=3.81$). The carry bag for one bottle, the preference in mean value by order from design No.4 ($\bar{x}= 4.03$), No.3 ($\bar{x}=3.82$), No.2 ($\bar{x}= 3.76$) and No.1($\bar{x}=3.75$). The standard box for one bottle, the preference in mean value by order from design No.4 ($\bar{x}=3.91$), No.3 ($\bar{x}= 3.62$), No.1 ($\bar{x}= 3.60$) and No.2 ($\bar{x}= 3.58$).

Therefore the result of this research project had concluded that the best suitable Moea Wine's packages design for manufacture to retail is the set design No.4 at preference of 57.9%