

ชื่อเรื่อง : การสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรด้วยบรรจุภัณฑ์เชิงปฏิสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคสูงอายุ

ชื่อผู้วิจัย : นางสาวธัญลักษณ์ ศุภพลธร และ นายภาณุพันธ์ จิตคำ

สาขาวิชา/คณะ : โปรแกรมวิชาการาพิกดืไซน์

ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยประจำปีงบประมาณ : 2667

ระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัยปี : มกราคม 2567 - มกราคม 2568

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับผู้สูงอายุ 2) เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพรด้วยแนวคิดการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล (Universal Design) 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคกลุ่มสูงอายุที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพร โดยมีวิสาหกิจชุมชนไม้ผลอะโวคาโดดอยแม่สลอง ตำบลดอยแม่สลองนอก อำเภอแม่ฟ้าหลวง จังหวัดเชียงรายเป็นพื้นที่วิจัย โดยผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารงานวิจัย แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องโดยกระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน มีขั้นตอนดำเนินการวิจัยประกอบด้วย การสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรสำหรับนักท่องเที่ยวสูงอายุในกิจกรรมสนทนากลุ่ม ร่วมกับวิสาหกิจชุมชนไม้ผลอะโวคาโดดอยแม่สลอง จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล 1) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง 2) แบบสอบถามความคิดเห็นด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยผู้เชี่ยวชาญ 3) แบบประเมินผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชาสมุนไพร ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักท่องเที่ยว ที่มีอายุ 60-69 ปี จำนวน 83 คน โดยการสุ่มแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ชาสมุนไพรในกลุ่มผู้บริโภคสูงอายุ แบ่งได้ 6 ข้อดังนี้ 1) วัตถุประสงค์ในการใช้ที่สอดคล้องกับสรรพคุณ 2) ส่วนผสมต้องมีความปลอดภัย 3) ปริมาณและวิธีการใช้ มีคำแนะนำและตัวหนังสือขนาดใหญ่ หรือภาพสัญลักษณ์ให้เข้าใจง่าย 4) การรับประทานร่วมกับยาบางชนิดได้ 5) คุณภาพและมาตรฐาน 6) ราคาและคุณค่า โดยพิจารณาราคาที่เหมาะสมกับคุณค่าของชาสมุนไพรและยอมจ่ายในราคา 300-800 บาทต่อครั้ง และกลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่อยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ : บรรจุภัณฑ์เชิงปฏิสัมพันธ์, ผู้สูงอายุ, การออกแบบเพื่อคนทั้งมวล

Research Title : The Value of Herbal Tea Products with Interactive Packaging to Stimulate Purchasing Decisions Among Elderly Consumers

Author : Tunyaluk Suphaphonthorn and Panuphan Jitkham

Faculty : graphic design , Digital Technology

Fiscal Year : 2024

Year of Research : January 2024 - January 2025

Abstrat

This qualitative research aims to: 1) investigate the factors influencing the purchasing decisions of herbal tea products among the elderly, 2) design herbal tea packaging based on the Universal Design concept, and 3) assess the satisfaction of elderly consumers with the newly designed packaging. The research was conducted in the community of the Mae Salong Avocado Orchard Enterprise, Mae Salong Nok Subdistrict, Mae Fah Luang District, Chiang Rai Province. Data were collected through document reviews, relevant theories, and participatory community processes. The study involved the development of a structured interview guide to explore factors influencing the purchasing decisions of elderly tourists during focus group discussions with 15 members of the Mae Salong Avocado Orchard Enterprise. The research tools included: 1) a structured interview guide, 2) a design evaluation questionnaire for packaging reviewed by experts, and 3) a consumer satisfaction assessment form for herbal tea packaging. The sample group comprised 100 male and female tourists aged 60–69, selected through purposive sampling. Data were analyzed using descriptive statistics, including mean and standard deviation.

The results revealed 6 factors influencing the purchasing decisions of herbal tea products among elderly consumers: 1) alignment of the product's purpose with the health benefits of herbal tea, 2) safety of the ingredients, 3) clear instructions on dosage and usage, including large fonts or visual symbols for better understanding, 4) compatibility with certain medications, 5) quality and compliance with standards, and 6) price and perceived value, with acceptable pricing between 300-800 THB per purchase. Furthermore, the target group expressed the highest level of satisfaction with the newly designed herbal tea packaging.

Keywords : Interactive packaging, The Eldery , Universal design