

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝาปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

DESIGN SOUVENIR PACKAGES FOR DEHYDRATED SQUID MAHACHAI



A032179



สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

๓๖

สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

๙

๑)

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เลขหมู่.....ไว้สำหรับการใช้งานพ.ศ. 2552 ยานเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้
เลขทะเบียน..... 32179ทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้ง
วัน,เดือน,ปี๒๕ 2...๑.๗...2553.!

b.....
i.....

DESIGN SOUVENIR PACKAGES FOR DEHYDRATED SQUID MAHACHAI



A THEMATIC PAPER SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT

OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF

MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL EDUCATION

PROGRAM IN INDUSTRIAL DESIGN TECHNOLOGY


FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ใบรับรองสารนิพนธ์

หัวข้อสารนิพนธ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝาปลาหมึกอบแห้งมหาชัย
Design Souvenir Packages for Dehydrated Squid Mahachai
ชื่อนักศึกษา นายสุรชัย คำคู่ย์
รหัสประจำตัว 49063619
ปริญญา ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์ รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร

คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์	ลายมือชื่อ
ดร.อภิศักดิ์ สินธุภักดิ์ รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร ดร.จตุรงค์ เกาหะเพ็ญแสง	

ค่าคะแนนรวมที่เป็นเอกฉันท์จากคณะกรรมการสอบ P
วัน / เดือน / ปี ที่สอบ 9 มีนาคม 2552 เวลา 09.00-10.00 น.
สถานที่สอบ ห้อง ค 407 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม


(อาจารย์สรวดี เจริญชาศรี)

หัวหน้าภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม


(รองศาสตราจารย์พีระวุฒิ สุวรรณจันทร์)

คณบดี

วันที่ ๙ เดือน มีนาคม พ.ศ. 2552

หัวข้อสารนิพนธ์	การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย
ชื่อนักศึกษา	สุรัชย์ คำด้อย
รหัสนักศึกษา	49063619
ปริญญา	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2552
อาจารย์ที่ปรึกษาสารนิพนธ์	รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สารินบุตร

บทคัดย่อ

การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย (2) เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย (3) เพื่อประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้จำหน่ายสินค้าของฝา จำนวน 3 คน และผู้สนใจผลิตภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย จำนวน 176 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม เกี่ยวกับการศึกษาและพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยสรุปว่า

1. ผลงานการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แนวทางที่ 2 เป็นผลงานที่นำไปผลิตจริง
2. ผลงานการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กลุ่มเป้าหมายและผู้จำหน่ายพึงพอใจด้านการปกป้องสินค้าภายในมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thematic Paper Title	Design Souvenir Packages for Dehydrated Squid Mahachai
Student	Surachai Kamtui
Student ID.	49063619
Year	2009
Degree	Master of Science in Industrial Education
Program	Industrial Design Technology
Thematic paper Advisor	Association Professor Udomsak Saributr

ABSTRACT

Design souvenir packages for dehydrated squid mahachai has the purpose to (1) Study of souvenir packaging for dehydrated squid mahachai. (2) Development of souvenir packaging for dehydrated squid mahachai. (3) Assess to be satisfaction of souvenir packaging for dehydrated squid mahachai.

There are three distributor and one hundred seventy six of customers sample tests group. The questionnaires were used for getting the information from the customers and distributor such as the requirement and desires of packaging, the satisfaction of target group. The results can be showed by using the percentage, average and standard deviation variance

The research results illustrate that:

1. The two Alternative used to prototype are choose.
2. Customers and distributor has the most Packaging to the protect.

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์จาก รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร อาจารย์ที่ปรึกษา
สารนิพนธ์ รศ.สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ, ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง และดร.อภิศักดิ์ สิ้นธุภัก
ที่กรุณาให้คำแนะนำ และให้ความช่วยเหลือในทุกๆ ด้าน จนสารนิพนธ์นี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์
ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ทุกท่านที่ให้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้แก่ผู้วิจัยตลอดจน
ข้อคิดเห็นที่เป็นประโยชน์ต่างๆ จนสารนิพนธ์นี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

ขอขอบพระคุณผู้กรอบแบบสอบถามทุกท่าน ที่ให้ความร่วมมือ จนสารนิพนธ์นี้สำเร็จได้
อย่างสมบูรณ์

และขอขอบคุณพี่ๆ เพื่อนๆ น้องๆ สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมรุ่นที่ 9 ทุกคน
ที่ให้การช่วยเหลือ และคำปรึกษาในด้านต่างๆ มาด้วยดีตลอด

สุรัชย์ คำดู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	3
1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย	4
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	6
1.5 คำนิยามศัพท์.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	8
2.1 เอกลักษ์ณ์ประจำท้องถิ่น จังหวัดสมุทรสาคร.....	8
2.2 ปลาหมึกกอบแห้ง.....	11
2.3 การบรรจุภัณฑ์.....	13
2.4 กราฟิคนบรรจุภัณฑ์.....	22
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	28
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	30
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง.....	30
3.2 เครื่องมือในการวิจัย.....	31
3.3 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์.....	34
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	36
3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	37

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	40
4.1 ผลการวิเคราะห์การศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณลักษณะ ของสินค้า และตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย.....	41
4.2 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย.....	48
4.3 ผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและผู้จัดจำหน่าย ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์หลังการพัฒนา.....	50
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายและข้อเสนอแนะ.....	53
5.1 สรุปผลการวิจัย	53
5.2 อภิปรายการวิจัย.....	59
5.3 ข้อเสนอแนะ	60
บรรณานุกรม.....	62
ภาคผนวก.....	63
ภาคผนวก ก.....	64
ภาคผนวก ข.....	73
ภาคผนวก ค.....	82
ประวัติผู้เขียน.....	84

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ประเภทของบรรจุกณฑ์ที่เหมาะสมกับประเภทของอาหารแปรรูป.....	17
3.1 ผลการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถาม.....	34
4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง).....	42
4.2 คุณลักษณะของบรรจุกณฑ์ที่ต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามสถานภาพ.....	43
4.3 คุณลักษณะของบรรจุกณฑ์ที่ต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามเพศ.....	43
4.4 คุณลักษณะของบรรจุกณฑ์ที่ต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามช่วงอายุ.....	44
4.5 คุณลักษณะของบรรจุกณฑ์ที่ต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามอาชีพ.....	44
4.6 คุณลักษณะของบรรจุกณฑ์ที่ต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามรายได้.....	45
4.7 คุณลักษณะของบรรจุกณฑ์ที่ต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามระดับการศึกษา.....	46
4.8 ความต้องการคุณลักษณะของบรรจุกณฑ์และสินค้าที่กลุ่มเป้าหมาย.....	47
4.9 การจัดลำดับความพึงพอใจ ด้านคุณลักษณะของบรรจุกณฑ์.....	49
4.10 การจัดลำดับความพึงพอใจในภาพรวมของผลงานการพัฒนาบรรจุกณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญ.....	49
4.11 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง).....	50
4.12 การประเมินระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายในแนวทางที่ 2.....	51
4.13 การประเมินระดับความพึงพอใจของผู้จำหน่ายในแนวทางที่ 2.....	52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ตราประจำจังหวัดสมุทรสาคร.....	9
2.2 การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค.....	22
2.3 การกราดสายตาของผู้บริโภค.....	23
2.4 ระยะการกราดสายตาของผู้บริโภค.....	24
2.5 การกราดสายตาบนบรรจุภัณฑ์.....	24
3.1 บรรจุภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย (แบบเดิม).....	35
3.2 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย.....	39
4.1 บรรจุภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย (แบบเดิม).....	41
4.2 ลักษณะการจำหน่ายสินค้าของฝาก และอาหารแห้ง.....	41
4.3 แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากปลาหมึกแห้งมหาชัย 3 แนวทาง.....	48
4.4 บรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่หลังการพัฒนา และผ่านการประเมินความพึงพอใจแล้ว.....	52
5.1 ร้านที่ 1 คุณธีรวิทย์ หญิงเมณฑา พนักงานขายและเจ้าของร้านเดือน.....	54
5.2 ร้านที่ 2 คุณสุมาลี ลักษณะสุข โสภณ พนักงานขายและเจ้าของร้านแม่ทองใบ.....	54
5.3 ร้านที่ 3 คุณกฤษณะ วิสุทธีวานนท์ พนักงานขายร้านชนันชัย อาหารทะเล.....	54
5.4 รศ.นพคุณ นิสามณี ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (นักวิชาการ).....	55
5.5 คุณกมลวรรณ สุนทรไพโรจน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (เทคโนโลยีบรรจุ).....	55
5.6 คุณสินเทพ ประภามานนท์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (กราฟฟิก).....	55

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

สมุทรสาคร หรือที่ชาวบ้านเรียกว่า “มหาชัย” เป็นจังหวัดเล็ก ๆ ตั้งอยู่บนปากน้ำท่าจีน ห่างจากทะเลเพียง 2 กิโลเมตร และห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 36 กิโลเมตร เป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่มีบันทึกไว้ในพงศาวดารกรุงศรีอยุธยา เมื่อคราวพระเจ้าเสือเสด็จประพาสทางชลมารคกำเนิดเป็นเรื่องราวของพันท้ายนรสิงห์ผู้จงรักภักดี

จังหวัดนี้เดิมเรียกว่า “ท่าจีน” เพราะแต่เดิมเป็นตำบลใหญ่อยู่ติดอ่าวไทยมีชาวต่างประเทศ โดยเฉพาะชาวจีนนำสำเภาเข้ามาจอดเทียบท่าค้าขายกันมากจึงเรียกติดปากกลายเป็นตำบล “ท่าจีน” ต่อมาในปี พ.ศ. 2091 ในสมัยสมเด็จพระมหาจักรพรรดิโปรดให้สร้างเมืองใหม่ขึ้นอีกหลายเมือง ด้วยมีพระราชประสงค์จะใช้เป็นที่ระดมพลสำหรับสู้รบกับพม่า บ้านท่าจีนจึงยกฐานะเป็นเมือง “สาครบุรี” เพื่อให้เป็นเมืองหน้าด่านป้องกันศัตรูที่จะมารุกรานทางทะเลตั้งแต่นั้นมาจนถึงสมัยของพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ได้โปรดให้เปลี่ยนชื่อเมืองสาครบุรีเป็นเมืองสมุทรสาคร

ครั้นถึงสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงปฏิรูปการปกครองมีการจัดระบบราชการส่วนภูมิภาคเป็นมณฑลเทศาภิบาล และประกาศจัดตั้งสุขาภิบาลแห่งแรกของประเทศไทยขึ้นที่ตำบลท่าฉลอมเมื่อปี พ.ศ. 2449

ต่อมา พ.ศ. 2456 พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงมีพระบรมราชโองการให้ทางราชการเปลี่ยนคำว่า “เมือง” เป็น “จังหวัด” ทั่วทุกแห่ง เมืองสมุทรสาครจึงได้เปลี่ยนเป็น “จังหวัดสมุทรสาคร” มาจนทุกวันนี้ ส่วนคำว่า “มหาชัย” ที่คนชอบเรียกกันนั้นเป็นชื่อของคลองที่ขุดขึ้นที่ตัดความคดเคี้ยวของคลองโคกขามอันเป็นสัญลักษณ์แห่งความซื่อสัตย์ของพันท้ายนรสิงห์ จังหวัดสมุทรสาครมีเนื้อที่ประมาณ 872 ตารางกิโลเมตร แบ่งการปกครองเป็น 3 อำเภอ คืออำเภอเมือง อำเภอกระทุ่มแบน และอำเภอบ้านแพ้ว [Online]

ภูมิประเทศเป็นที่ราบลุ่ม ประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรม การประมง และอุตสาหกรรม เป็นจังหวัดที่อุดมสมบูรณ์ด้วยทรัพยากรสัตว์น้ำ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสัตว์น้ำทะเล จึงมีการประกอบอาชีพด้านการประมงอย่างกว้างขวาง ปริมาณสัตว์น้ำที่จับได้ในแต่ละปี นับได้ว่าอยู่ในอันดับหนึ่งของประเทศ อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่มีนาเกลือมากที่สุดด้วย และในอดีตยังเป็นเมืองประวัติศาสตร์ที่สำคัญ มีศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนธรรมชาติประเพณีประจำท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ ถือได้ว่าเป็นมรดกที่ล้ำค่า [Online] สมดังคำขวัญที่ว่า “เมืองประมง ดงโรงงาน ลานเกษตร เขตประวัติศาสตร์”

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จังหวัดสมุทรสาครเป็นจังหวัดที่ขึ้นชื่อเรื่องอาหาร โดยเฉพาะอาหารทะเล นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อได้ทั้งแบบสด แบบตากแห้ง และแบบปรุงรส เช่น กุ้ง หอย ปูม้า ปูทะเล ปลา ปลาหมึก หรืออาหารทะเลแปรรูป เช่น กะปิ กุ้งแห้ง หอยพื้มแห้ง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีสินค้าอุตสาหกรรมทั้งที่ผลิตจำหน่ายกันภายในประเทศ และต่างประเทศ เช่น อาหารสำเร็จรูป อาหารกระป๋อง เซรามิก เบญจรงค์ และยังมีผลไม้ตามฤดูกาลต่าง ๆ อีกด้วย [Online]

โดยเฉพาะอาหารทะเลก็เป็นที่ยอมรับอย่างมากทุกชนิด ได้แก่ กุ้ง หอย ปู ปลา ปลาหมึก กุ้ง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมี อาหารทะเลแปรรูป ได้แก่ กะปิ กุ้งแห้ง หอยพื้มแห้ง ปลาเค็ม น้ำปลา ข้าวเกรียบกุ้ง ปลาหม้อแคะเคี้ยว หรือแม่แต่ปลาสด ซึ่งมีเพาะเลี้ยงกันในสมุทรสาคร นับแสนไร่ สำหรับศูนย์กลางการจำหน่ายอาหารทะเล ทั้งที่เป็นอาหารสด และอาหารแปรรูป ที่เป็นแหล่งใหญ่ที่สุดของจังหวัด อยู่ที่ตลาดมหาชัย ในเขตเทศบาลนครสมุทรสาคร นอกจากนี้ยังมีตลาดกลางค้ากุ้ง ซึ่งเป็นตลาดกลางในการซื้อขายกุ้งแห้งใหญ่ที่สุดของประเทศ และสะพานปลา ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าสัตว์น้ำทุกชนิด นอกจากนี้สินค้าของฝากยังมีสินค้าอุตสาหกรรม ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองสมุทรสาคร และอำเภอกระทุ่มแบน มีทั้งที่ผลิตจำหน่าย ภายในประเทศ และส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ ได้แก่ อาหารสำเร็จรูป อาหารกระป๋อง ของทะเลแช่แข็ง เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องถ้วยชาม ทั้งเซรามิก และเบญจรงค์ เครื่องทองเหลือง เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ ผลิตภัณฑ์พลาสติก ฯลฯ และยังมีสินค้าประเภทไม้ดอกไม้ประดับ และผลไม้ ในเขตอำเภอบ้านแพ้ว อำเภอกระทุ่มแบน นอรั้งกล้วยไม้ ซึ่งมีพันธุ์กล้วยไม้แปลก ๆ ขนาดใหญ่มากมาย ทั้งสกุลหวาย และสกุลแคททูลียา รวมทั้งกล้วยไม้ประเภทพุดแพลน ที่ส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ และในประเทศ แล้วยังเป็นแหล่งไม้ตัดดอก และไม้ผล อีกมากมายทุกฤดูกาล อาทิ ส้มโอ ส้มเขียวหวาน ชมพู่ มะม่วง ชมพู่ พุทรา ฝรั่ง ละมุด กล้วยหอม องุ่น มะขามเทศมัน มะขามหวาน มะละกอ มะนาว มะพร้าว น้ำหอม น้ำตาล มะพร้าว และลำใยเพชรสาคร ลำใยทะวาย ที่ให้ผลทั้งปี

แต่สินค้าของฝากส่วนใหญ่ยังเป็นอาหารทะเล โดยเฉพาะสินค้าของฝากประเภทปลาหมึก เพราะปลาหมึกเป็นสินค้าขึ้นชื่อมหาชัย สินค้าปลาหมึกแบ่งแยกออกเป็นหลายชนิด หลายประเภท หลายขนาด เช่น ปลาหมึกกระดอง ปลาหมึกกระดอย ปลาหมึกกล้วย ปลาหมึกสาย เป็นต้น สามารถมาแปรรูปได้หลายประเภทเช่น ตากแห้ง อบแห้ง ปรุงรส และปลาหมึกสด ที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อหาได้ตามสะดวก

ปัจจุบันนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวมหาชัยมักซื้อสินค้าของฝากกลับไป สินค้าของฝากที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่เหมาะสมที่จะเป็นของฝากได้เพราะคุณสมบัติของสินค้า และบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่สามารถตอบสนองต่อต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะสินค้าประเภทอบแห้งหรืออบกรอบซึ่งมักจะแตกหักง่าย โดยเฉพาะปลาหมึกอบแห้งชนิดต่าง (อบมัน, อบแผ่น, อบชิ้น) แตกหักก่อนจะถึงมือผู้รับของฝาก

ด้วยเหตุนี้บทบาทของบรรจุภัณฑ์ของฝากจึงมีความสำคัญในการแก้ไขปัญหาของสินค้าของฝากปลาหมึกอบแห้งได้

1. จุดแข็งของผลิตภัณฑ์ของฝากประเภทปลาหมึกอบแห้ง

- 1.1 มหาชัยเป็นแหล่งวัตถุดิบในการผลิตปลาหมึกชนิดต่างได้
- 1.2 ปลาหมึกแห้งในมหาชัยเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวและผู้ซื้อสินค้า
- 1.3 ผู้ผลิตและจำหน่ายสินค้าปลาหมึกมีความชำนาญในตัวสินค้าปลาหมึก

2. จุดด้อยของผลิตภัณฑ์ของฝากประเภทปลาหมึกอบแห้ง

2.1 บรรจุภัณฑ์สินค้าของฝากยังไม่ปกป้องสินค้าภายในได้ ทำให้สินค้าของฝากเมื่อถึงมือผู้รับไม่อยู่ในสภาพที่ไม่สมบูรณ์

2.2 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว หรือเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น

จากสภาพปัญหาข้างต้น โครงการวิจัย “การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย” นั้น ให้เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการแก้ไขปัญหาให้กับชาวบ้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านการตลาดและการใช้งานกับสินค้าประเภทอาหาร เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ของฝากปลาหมึกอบแห้งมหาชัยในปัจจุบันยังขาดคุณสมบัติที่เหมาะสมในการเป็นของฝาก ทั้งในด้านการตลาดและด้านการใช้งาน เช่น การปกป้องสินค้าภายใน การพกพาถือหิ้ว และความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น การวิจัยเรื่อง “การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย” ถือเป็นการยกระดับมาตรฐานบรรจุภัณฑ์อาหารทะเลหมึกปลาหมึกปรุงรส ประจำท้องถิ่นในด้านการใช้งานและการตลาด โดยมุ่งเน้นให้ชุมชนช่วยกันสร้างมาตรฐานสำหรับสินค้าของชุมชนที่ตนเองอาศัยอยู่ ถือเป็นการอนุรักษ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น และจะนำมาซึ่งรายได้ให้กับชาวบ้านในชุมชน สร้างให้เกิดความเข้มแข็ง และส่งเสริมการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่จะช่วยแก้ปัญหาของชาวบ้านด้านการตลาดและการใช้งานให้ชาวบ้านเพิ่มยอดขายของฝากจากอาหารทะเลแปรรูปได้มากยิ่งขึ้น ดังคำกล่าวที่ว่า บรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนพนักงานขาย ที่ทำหน้าที่ส่งเสริมการขายอยู่ทุกวันในห้างสรรพสินค้า และเป็นองค์ประกอบสำคัญที่มีผลอย่างยิ่งต่อความสำเร็จหรือล้มเหลวของธุรกิจ(ชัยวัฒน์ อิศวางกูร.

2548 : 9)

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาบรรจุภัณฑ์ของฝากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย
- 1.2.2 เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย
- 1.2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ของฝากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การออกแบบบรรจุกัญช์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย โดยมีแนวทางตามทฤษฎีและหลักการออกแบบบรรจุกัญช์ต่างๆ เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัยในขั้นตอนต่างๆ ดังต่อไปนี้ (ชัยรัตน์ อิศวาทกุล. 2548 ; ปุ่น คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541)

1.3.1 ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นของบรรจุกัญช์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

1.3.1.1 ศึกษาข้อมูลในด้านผลิตภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้ง

นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสำรวจ เกี่ยวกับสินค้าของฝาจากปลาหมึกมาเป็นกรณีศึกษาในด้านช่องทางการจำหน่าย การวางจำหน่าย รูปแบบบรรจุกัญช์ ข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุกัญช์ และการสอบถามความต้องการของผู้จัดจำหน่าย เกี่ยวกับสินค้าของฝา เพื่อนำผลสรุปที่ได้ไปใช้ในขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุง

1.3.1.2 ศึกษาเอกลักษณ์ท้องถิ่นประจำถิ่นของมหาชัย

ศึกษาเพื่อหาสิ่งที่สามารถสะท้อนถึงมหาชัย (จังหวัดสมุทรสาคร) ได้ดีที่สุด จากทางเลือกที่ได้มาจากคำขวัญประจำหัววัด และจากการอ้างอิงในเอกสาร ตำราต่างๆ เพื่อนำมาสรุปผล

1.3.1.3 ศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวต่างถิ่น และคนในท้องถิ่นที่สนใจซื้อสินค้าของฝา บุคคลที่ต้องการสินค้าไปฝากตลอดจนความต้องการให้พัฒนาปรับปรุงบรรจุกัญช์ของฝาที่วางจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน ทั้งในด้านการใช้งานและด้านการตลาด ดังนี้

1) ด้านการใช้งาน

1.1 การคุ้มครองสินค้าภายใน

1.2 การเป็นของฝาได้ไม่ต้องห่อซ้ำ

2) ด้านการตลาด

2.1 แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น

2.2 เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝา

2.3 มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม

1.3.2 กรอบแนวคิดในการพัฒนาบรรจุกัญช์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการประเมินผลงานการออกแบบบรรจุกัญช์ในแนวทางต่างๆ ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ โดยการประเมินความพึงพอใจผลงานการออกแบบตามคุณลักษณะด้านต่างๆ ดังนี้

1.3.2.1 ด้านการใช้งาน

- 1) การคุ้มครองสินค้าภายใน
- 2) การเป็นของฝากได้ไม่ต้องห่อซ้ำ

1.3.2.2 ด้านการตลาด

- 1) แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น
- 2) เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก
- 3) มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม

1.3.2.3 การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ (วรวงศ์ วรชาติอุดมพงศ์.2540:43-44)

- 1) รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถสื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจได้

ง่ายและชัดเจน

- 2) รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถสร้างภาพลักษณ์ของสินค้าให้

เกิดความน่าสนใจ ความสวยงามได้

1.3.2.4 องค์ประกอบในการออกแบบกราฟิก (ศุภกรณ์ ดิษฐพันธ์. 2548: 20)

- 1) ข้อความ (Texture Material)
- 2) ภาพหรือสัญลักษณ์ (Graphic Components)
- 3) ลวดลายตกแต่ง (Graphic Accessories)
- 4) พื้นที่สีขาว (White space)
- 5) โทรงสี (Color)

1.3.3 กรอบแนวคิดในการประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ของฝากจากปาล์มมีก

อบแห้งมหาชัย

เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการประเมินความพึงพอใจในผลงานการพัฒนาบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่พัฒนาแล้ว ตามความเห็นของกลุ่มเป้าหมายและผู้จำหน่าย ดังนี้

1.3.3.1 ด้านการใช้งาน

- 1) การคุ้มครองสินค้าภายใน
- 2) การเป็นของฝากได้ไม่ต้องห่อซ้ำ

1.3.3.2 ด้านการตลาด

- 1) แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น
- 2) เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก
- 3) มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง “การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย” ได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังนี้

1.4.1 ขอบเขตของชนิดสินค้า

ขอบเขตในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย เฉพาะผลิตภัณฑ์ที่ทำจากปลาหมึกปรุงรส และอบแห้งแล้วเท่านั้น

1.4.2 แหล่งข้อมูล

1.4.2.1 การศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

1) เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 88 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวต่างถิ่น 48 คน และคนในท้องถิ่น 40 คน เป็นผู้ให้ความสนใจซื้อสินค้าของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

2) เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าของฝา รวม 3 ร้าน 3 ท่าน

1.4.2.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

1) เป็นทรงคุณวุฒิด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นนักวิชาการ จำนวน 1 ท่าน

2) เป็นทรงคุณวุฒิด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นนักออกแบบ จำนวน 2 ท่าน

1.4.2.3 การประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

1) เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 88 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวต่างถิ่น 48 คน และคนในท้องถิ่น 40 คน เป็นผู้ให้ความสนใจซื้อสินค้าของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

2) เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าของฝา รวม 3 ร้าน 3 ท่าน

1.4.2 ตัวแปรในการวิจัย

1.4.2.1 ตัวแปรต้น คือ บรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัยหลังการพัฒนา

1.4.2.2 ตัวแปรตาม คือ ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัยหลังการพัฒนา

1.5 คำนิยามศัพท์

1.5.1 บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งห่อหุ้มหรือภาชนะที่ใช้ในการช่วยบรรจุผลิตภัณฑ์ ไม่ให้เกิดความเสียหายแก่ผลิตภัณฑ์ปลาหมึกแห้ง

1.5.2 ของฝา หมายถึง สิ่งที่ทำให้เกิดการคิดถึงเกี่ยวกับเรื่องราวหรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่ผ่านมา

1.5.3 ความพึงพอใจด้านการใช้งาน หมายถึง ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายและผู้จำหน่าย ที่มีต่อบรรจุกณ์ของฝาปลาหมึกอบแห้งมหาชัยในด้านต่างๆ ดังนี้ (1) การคุ้มครองสินค้าภายใน (2) การเป็นของฝากได้ไม่ต้องห่อซ้ำ

1.5.4 ความพึงพอใจด้านการตลาด หมายถึง ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายและผู้จำหน่าย ที่มีต่อบรรจุกณ์ของฝาปลาหมึกอบแห้งมหาชัยในด้านต่างๆ ดังนี้ (1) การแสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น (2) เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก (3) มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม

1.5.5 คนในท้องถิ่น หมายถึง บุคคลที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตจังหวัดสมุทรสาคร

1.5.6 นักท่องเที่ยวต่างถิ่น หมายถึง บุคคลที่มีภูมิลำเนาอยู่นอกเขตจังหวัดสมุทรสาคร



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การดำเนินงานวิจัยเรื่อง “การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝาอกปลาหมึกอบแห้งมหาชัย” เป็นการศึกษาที่ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ประเภทอาหารให้มีประสิทธิภาพในด้านการใช้งานและด้านการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

โดยทำการศึกษา ค้นคว้า เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมีดังนี้

- 2.1 เอกลักษณะประจำท้องถิ่นจังหวัดสมุทรสาคร
- 2.2 ปลาหมึกอบแห้ง
- 2.3 การบรรจุภัณฑ์
- 2.4 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และระบบพิมพ์
- 2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 เอกลักษณะประจำท้องถิ่น จังหวัดสมุทรสาคร

สมุทรสาครเป็นจังหวัดชายทะเล ตั้งอยู่ปากแม่น้ำท่าจีน หลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวไว้ว่าในอดีตมีชุมชนใหญ่ เรียกว่า "บ้านท่าจีน" ตั้งอยู่บริเวณปากอ่าวไทย ในสมัยแผ่นดินสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ แห่งกรุงศรีอยุธยา (พ.ศ.2099) ได้โปรดให้ยก "บ้านท่าจีน" ขึ้นเป็น "เมืองสาครบุรี" เพื่อเป็นหัวเมืองสำหรับเรียกกระคมพลเวลาเกิดสงคราม และเป็นเมืองด่านหน้าป้องกันผู้รุกรานทางทะเล ต่อมาในสมัยกรุงรัตนโกสินทร์ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 4 ทรงโปรดให้เปลี่ยนชื่อเมืองสาครบุรี เป็น "เมืองสมุทรสาคร" และในปี พ.ศ.2456 รัชกาลที่ 6 ได้ทรงโปรดให้ทางราชการเปลี่ยนคำว่า "เมือง" เป็น "จังหวัด" ทั่วทุกแห่งในพระราชอาณาจักร เมืองสมุทรสาคร จึงได้เปลี่ยนเป็น "จังหวัดสมุทรสาคร" ตั้งแต่นั้นเป็นมาจนถึงทุกวันนี้ผู้วิจัยได้แบ่งลักษณะที่แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์จังหวัดสมุทรสาคร ในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ตราสัญลักษณ์และคำขวัญ
2. เทศกาลงานประเพณี
3. โครงสร้างเศรษฐกิจ
4. ของฝาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.1 ตราสัญลักษณ์ประจำจังหวัดสมุทรสาคร

จังหวัดสมุทรสาคร ถือเป็นเมืองทองเที่ยวเมืองหนึ่งที่มีศิลปประจําท้องถิ่นด้านต่างๆ มากมาย ทั้งที่ยังคงอยู่และเปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา ลักษณะพิเศษหรือลักษณะเฉพาะเหล่านี้แฝง อยู่ในผลงานศิลปะ และการสร้างสรรค์ต่างๆ ที่สะท้อนให้เห็นเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งมีอยู่มาก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาลักษณะเฉพาะถิ่นของจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อนำมาสะท้อนภาพลักษณ์ที่มีลักษณะเฉพาะอย่างเป็นเอกลักษณ์นี้ไว้บนบรรจุภัณฑ์ของฝาก ที่ขึ้นชื่อของจังหวัดสมุทรสาคร

2.1.1.1 ตราประจำจังหวัดสมุทรสาครเป็นรูปเรือสำเภาเงินแล่นอยู่ในทะเล ด้านหลังเป็นโรงงาน หมายถึง ในสมัยกรุงศรีอยุธยา มีบรรดาเรือสินค้าของชาวจีนและมะละกามาค้าขายที่เมืองนี้มาก ทั้งยังเป็นที่พักพิงของสำเภาเงิน บริเวณนี้จึงเรียกว่า “บ้านท่าจีน”



ภาพที่ 2.1 ตราประจำจังหวัดสมุทรสาคร

2.1.1.2 คำขวัญประจำ จังหวัดสมุทรสาคร “เมืองประมง ดงโรงงาน ลานเกษตร เขตประวัติศาสตร์”

2.1.2 เทศกาลงานประเพณี

2.1.2.1 งานมหาชัยชูฟู้ดส์ จัดขึ้นในช่วงเดือนมีนาคมของทุกปี ณ บริเวณถนนท่าปรง ตำบลมหาชัย ช้างสถานีขนส่ง จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อเผยแพร่ชื่อเสียงด้านอาหารทะเล หลากหลายชนิด ผลิตผลจากเกษตรกรชาวสวนบ้านแพ้ว ผลไม้ ไม้ดอก ไม้ประดับ อุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร การออกร้านจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์จากทะเล สินค้าหัตถกรรม และของฝากของที่ระลึก

2.1.2.2 งานเกษตรบ้านแพ้ว จัดให้มีขึ้นในช่วง เดือนเมษายนของทุกปี ณ บริเวณศูนย์การค้าบ้านแพ้วพลาซ่า อ.บ้านแพ้ว เพื่อเผยแพร่ผลิตผลทางการเกษตรของชาวสวน อำเภอ บ้านแพ้ว ซึ่งเป็นแหล่งผลิตทางการเกษตร ผลไม้ ไม้ดอก ไม้ประดับ ที่มีชื่อเสียงที่สุดของจังหวัด และเป็นแหล่งผลิตแหล่งใหญ่ของประเทศ

2.1.2.3 งานแห่ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง จัดให้มีขึ้นในช่วง เดือนมิถุนายนของทุกปี ณ บริเวณริมเขื่อน ด้านหน้าศาลเจ้าพ่อ หลักเมือง ตำบลมหาชัย อำเภอเมืองสมุทรสาคร โดยจะทำพิธี เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อัญเชิญเจ้าพ่อหลักเมือง จากศาลหลักเมือง เพื่อแห่แห่นไปตามถนนสายต่าง ๆ ในจังหวัดด้วยริ้วขบวนอันสวยงาม แล้วอัญเชิญลงเรือประมง ซึ่งประดับธงทิวสวยงาม แห่ข้ามปากแม่น้ำท่าจีน จากฝั่งมหาชัย ไปฝั่งท่าฉลอม ให้ประชาชนสักการะบูชา เพื่อความเป็นสิริมงคล

2.1.2.4 วัดสุทธิวาตวราราม หรือวัดช่องลม จึงเป็นศาสนสถาน และเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ ของจังหวัด รวมทั้งเป็นสถานที่ตากอากาศได้เป็นอย่างดี ในยามเย็นผู้มาเที่ยวชมจะได้สัมผัสกับอากาศของเมืองชายทะเล ที่มีทัศนียภาพงดงามมาก เพราะตั้งอยู่บริเวณปากอ่าวเส้นทางเข้าสู่วัดช่องลม หากเดินทางโดยรถยนต์ จากทางแยก สมุทรสาคร ถึงปากทางเข้าวัด ระยะทางประมาณ 4 กิโลเมตร จากปากทางเข้าถึงวัดสุทธิวาตวราราม ระยะทางประมาณ 6 กิโลเมตร หากเดินทางโดยเรือ จะมีเรือรับจ้าง จากท่าเรือเทศบาล ถึงฝั่งท่าฉลอม ขึ้นที่วัดแหลมสุวรรณาราม และต่อรถรับจ้างก็จะถึง วัดสุทธิวาตวราราม

2.1.2.5 งานนมัสการพระมหาโพธิสัตว์กวนอิม จัดขึ้นในช่วง เดือนพฤศจิกายนของทุกปี ณ บริเวณวัดสุทธิวาตวราราม ตำบลท่าฉลอม อำเภอเมืองสมุทรสาคร เพื่อให้ประชาชน และนักท่องเที่ยว ได้นมัสการ พระมหาโพธิสัตว์กวนอิม และชมทัศนียภาพปากอ่าวไทยที่สวยงาม พระโพธิสัตว์กวนอิม กำลังหั่งน้ำจากคณ โท หล่อด้วยทองเหลืองปิดด้วยทองคำเปลว มีขนาดใหญ่ สวยงามนับเป็นพระ โพธิสัตว์กวนอิม ที่สูงที่สุดในประเทศไทย ด้วยความสูง 9.98 เมตร หน้า 15 ตัน มีลักษณะประทับยืนอยู่บนฐานมังกรและคอกบัวบนภูเขาจำลอง โดยฐานมังกรมีความสูง 88 เซนติเมตร ฐานภูเขาจำลอง 8 เมตร ภายในภูเขาจัดเป็นห้องสำหรับผู้มาปฏิบัติธรรม ใช้งบประมาณในการจัดสร้าง เป็นจำนวนเงินทั้งสิ้น 28 ล้านบาท มีการทำพิธีพุทธาภิเษก และเบิกเนตร โดยหลวงพ่อคุณ ปริสุทโธ เจ้าอาวาสวัดบ้านไร่ จังหวัดนครราชสีมา และได้รับพระมหากรุณาธิคุณ จากพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้ พล.อ.อ.สิทธิ เสวตศิลา เป็นผู้แทนพระองค์ เป็นประธานในพิธีเปิดเมื่อวันที่ 21 พฤศจิกายน พ.ศ. 2539

2.1.3 โครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัด

จังหวัดสมุทรสาครมีทรัพยากรที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาเศรษฐกิจเป็นอย่างมาก จากการวิเคราะห์ข้อมูลทางเศรษฐกิจ โดยสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ปรากฏจังหวัดสมุทรสาครมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวม ปี 2544 เท่ากับ 159,351 (ปี 2543 = 151,613 ล้านบาท) โดยเป็นสาขานอกภาคเกษตรสูงถึง 153,675 ล้านบาท ซึ่งประกอบด้วยภาคอุตสาหกรรมถึง 130,815 ล้านบาท หรือร้อยละ 96.4 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งหมด ส่วนสาขาเกษตรกรรม มีมูลค่า 5,677 ล้านบาท หรือร้อยละ 3.6 ในจำนวนนี้เป็นการประมงมีมูลค่าสูงถึง 5,100 ล้านบาท หรือร้อยละ 89.83 ของสาขาเกษตรกรรมทั้งหมด นอกจากนั้นเป็นสาขาการผลิตอื่น ๆ ดังนั้นจึงอาจกล่าวได้ว่าภาคอุตสาหกรรม เป็นโครงสร้างทางเศรษฐกิจหลักของจังหวัดสมุทรสาคร [Online]

2.1.4 ของฝากของจังหวัดสมุทรสาคร

2.1.4.1 อาหารทะเล เป็นอาหารสดจากทะเลทุกชนิด ได้แก่ กุ้ง หอย ปู ปลา ปลาหมึก กุ้ง เป็นต้น นอกจากนี้ยังมี อาหารทะเลแปรรูป ได้แก่ กะปิ กุ้งแห้ง หอยพิมแห้ง ปลาต้ม น้ำปลา ข้าวเกรียบกุ้ง ปลาหมอบแดดเดียว หรือแม่แต่ปลาสด ซึ่งมีเพาะเลี้ยงกันในสมุทรสาคร นับแสนไร่ สำหรับศูนย์กลางการจำหน่ายอาหารทะเล ทั้งที่เป็นอาหารสด และอาหารแปรรูป ที่เป็นแหล่งใหญ่ที่สุดของจังหวัด อยู่ที่ตลาดมหาชัย ในเขตเทศบาลนครสมุทรสาคร นอกจากนี้ยังมีตลาดกลางค้ากุ้ง ซึ่งเป็นตลาดกลางในการซื้อขายกุ้งแห่งใหญ่ที่สุดของประเทศ และสะพานปลา ซึ่งเป็นศูนย์กลางการค้าสัตว์น้ำทุกชนิด

2.1.4.2 สินค้าอุตสาหกรรม ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองสมุทรสาคร และอำเภอกระทุ่มแบน มีทั้งที่ผลิตจำหน่าย ภายในประเทศ และส่งออกจำหน่ายต่างประเทศ ได้แก่ อาหารสำเร็จรูป อาหารกระป๋อง ของทะเลแช่แข็ง เสื้อผ้าสำเร็จรูป เครื่องถ้วยชาม ทั้งเซรามิก และเบญจรงค์ เครื่องทองเหลือง เครื่องใช้ในครัวเรือน เครื่องใช้ไฟฟ้า คอมพิวเตอร์ ผลิตภัณฑ์พลาสติก ฯลฯ

2.1.4.3 ไม้ดอกไม้ประดับ และผลไม้ ในเขตอำเภอบ้านแพ้ว อำเภอกระทุ่มแบน นอกจากจะมีรังกล้วยไม้ ซึ่งมีพันธุ์กล้วยไม้แปลก ๆ ขนาดใหญ่มากมาย ทั้งสกุลหวาย และสกุลแคททริยา รวมทั้งกล้วยไม้ประเภทพุดซ้อน ที่ส่งไปจำหน่ายยังต่างประเทศ และในประเทศ แล้วยังเป็นแหล่งไม้ตัดดอก และไม้ผล อีกมากมายทุกฤดูกาล อาทิ ส้มโอ ส้มเขียวหวาน ชมพู่ มะม่วง ชมพู่ พุทรา ฝรั่ง ละมุด กล้วยหอม องุ่น มะขามเทศมัน มะขามหวาน มะละกอ มะนาว มะพร้าว น้ำหอม น้ำตาล มะพร้าว และลำใยเพชรสาคร ลำใยทะวาย ที่ให้ผลทั้งปี

2.2 ปลาหมึกอบแห้ง

2.2.1 ปลาหมึกอบแห้ง

เป็นการนำหมึกแห้งมาอบความร้อนนาน 5 นาที แล้วนำไปรีดด้วยเครื่องรีดหมึก เพื่อให้หมึกเป็นแผ่น ขาวสวยงาม และให้นำรับประทานแต่ถ้าบดแล้วนำไปชุบน้ำจิ้ม ซึ่งผสมจากน้ำผึ้ง น้ำตาลทราย น้ำส้ม เกลือ พริกขี้หนูเม็ดแดงเราจะเรียกว่า “หมึกอบน้ำผึ้ง” เมื่อชุบน้ำจิ้มแล้วอาจรับประทานได้เลย หรือนำไปอบความร้อนอีกครั้ง ให้นำน้ำจิ้มแห้ง จะได้เก็บไว้ได้นานก็ได้ [Online]

2.2.2 ปลาหมึกอบ

เป็นการนำหมึกแห้งมาอบความร้อนนาน 5 นาที แล้วนำไปรีดด้วยเครื่องรีดหมึก เพื่อให้หมึกเป็นแผ่น ขาวสวยงาม และให้นำรับประทานแต่ถ้าบดแล้วนำไปชุบน้ำจิ้ม ซึ่งผสมจากน้ำผึ้ง น้ำตาลทราย น้ำส้ม เกลือ พริกขี้หนูเม็ดแดงเราจะเรียกว่า “หมึกอบน้ำผึ้ง” เมื่อชุบน้ำจิ้มแล้ว อาจรับประทานได้เลย หรือนำไปอบความร้อนอีกครั้ง ให้นำน้ำจิ้มแห้ง จะได้เก็บไว้ได้นานก็ได้ [Online]

2.2.3 ลักษณะของปลาหมึกแห้งที่ต้องการ ดังนี้ (ปลาหมึกปรงรศ. มพข. 315-2547)

(1) ลักษณะทั่วไป

ในภาชนะบรรจุเดียวกันต้องเป็นปลาหมึกชนิดเดียวกัน มีขนาดใกล้เคียงกัน

(2) สี

ต้องมีสีที่คิดตามธรรมชาติของปลาหมึกแห้ง

(3) กลิ่น

ต้องมีกลิ่นที่คิดตามธรรมชาติของปลาหมึกปรงรศ ปราศจากกลิ่นอื่นที่ไม่พึงประสงค์

เช่น กลิ่นอับ กลิ่นหืน

(4) สิ่งแปลกปลอม

ต้องไม่พบสิ่งแปลกปลอมที่ไม่ใช่ส่วนประกอบที่ใช้ เช่น เส้นผม ขนสัตว์ ดินทราย กรวด ชิ้นส่วนหรือ สิ่งปฏิกูลสัตว์

(5) ความชื้น

ต้องไม่เกินร้อยละ 20 โดยน้ำหนัก

(6) สารปนเปื้อน

(6.1) ตะกั่ว ต้องไม่เกิน 1 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม

(6.2) ปรอท ต้องไม่เกิน 0.5 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม

(6.3) สารหนู ต้องไม่เกิน 2 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม

(7) วัตถุเจือปนอาหาร

(7.1) ห้ามใช้สีสังเคราะห์ทุกชนิด

(7.2) หากมีการใช้กรดเบนโซอิกหรือเกลือของกรดเบนโซอิก รวมกัน

แล้วต้องไม่เกิน 1,000 มิลลิกรัมต่อกิโลกรัม

(8) วอเตอร์แอกทิวิตี

ต้องไม่เกิน 0.70

หมายเหตุ : วอเตอร์แอกทิวิตี เป็นปัจจัยสำคัญในการคาดคะเนอายุการเก็บอาหาร และเป็นตัวบ่งชี้ถึงความปลอดภัยของอาหาร โดยทำหน้าที่ควบคุมการอยู่รอด การเจริญ และการสร้างสารพิษของจุลินทรีย์

(9) จุลินทรีย์

(9.1) จำนวนจุลินทรีย์ทั้งหมด ต้องไม่เกิน 1×10^6 โคโลนีต่อตัวอย่าง 1 กรัม

(9.2) ซาลโมเนลลา ต้องไม่พบต่อตัวอย่าง 25 กรัม

(9.3) สตาฟีโลค็อกคัส ออเรียส ต้องไม่เกิน 100 โคโลนีต่อตัวอย่าง 1 กรัม

(9.4) คลอสทริเดียม เพอร์ฟริงเจนส์ ต้องไม่พบในตัวอย่าง 0.01 กรัม

(9.5) เอสเชอริเชีย โคลิ โดยวิธีเอ็มพีเอ็น ต้องไม่เกิน 10 ต่อตัวอย่าง 1 กรัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการแข่งขันเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ในการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(9.6) รา ต้องไม่เกิน 500 โคลโลนี่ต่อตัวอย่าง 1 กรัม

2.3 การบรรจุภัณฑ์ (Packaging)

2.3.1 นิยามและบทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

2.3.1.1 นิยามของบรรจุภัณฑ์

คำรังสรรค์ ชัยสนธิ (2537: 3) ได้สรุปนิยามของคำว่าบรรจุภัณฑ์ไว้ดังนี้ “บรรจุภัณฑ์” หมายถึงสิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งภาชนะที่ใช้เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปยังแหล่งผู้บริโภค หรือแหล่งใช้ประโยชน์ หรือวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันหรือรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกันกับเมื่อแรกผลิตให้มากที่สุด ช่วยอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งการขนส่งและช่วยกระตุ้นการซื้อตลอดจนแจ้งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

2.3.1.2 บทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ล้วนมีบทบาทของตนเอง ตามแต่ประเภทของสินค้า แลประเภทของบรรจุภัณฑ์ ในสภาวะการณ์ปัจจุบัน บรรจุภัณฑ์เริ่มเข้ามามีบทบาทในด้านการตลาดมากขึ้น จึงได้รับความสนใจและมีบทบาทมากอย่างมาในด้านการส่งเสริมการขาย ดังนี้ (ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541: 8-9)

1) หน้าที่ด้านการใช้งาน

- 1.1 การทำหน้าที่บรรจุใส่-ห่อสินค้า
- 1.2 การทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองสินค้าไม่ให้เสียหาย
- 1.3 การทำหน้าที่รักษาคุณภาพอาหาร เช่น หากรักษาความชื้น ฝุ่นละออง
- 1.4 การทำหน้าที่ขนส่ง จากแหล่งผลิตไปยังแหล่งขาย การรวมหน่วย

สินค้าเพื่อสะดวกในการเคลื่อนย้าย

- 1.5 การวางจำหน่าย ที่เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า

2) หน้าที่ด้านการตลาด

- 2.1 ทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย เพราะบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสวยงามสามารถเป็นสื่อโฆษณาตัวเองได้ หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะกาล เป็นต้น
- 2.2 ทำหน้าที่เป็นฉลากแสดงข้อมูลของสินค้า เช่น ส่วนประกอบ วันผลิต ฯลฯ
- 2.3 ทำให้ตั้งราคาขายได้สูงขึ้นเนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าได้
- 2.4 การเพิ่มปริมาณขาย ด้วยการรวมหน่วยบรรจุภัณฑ์
- 2.5 ทำให้เกิดความถูกต้องรวดเร็วในการขาย โดยการใส่บาร์โค้ดบนบรรจุภัณฑ์
- 2.6 การร่วมมือบทบาทในการณรงค์เรื่องต่างๆ เช่น การกินของไทยใช้ของไทย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.3.2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถแบ่งตามประเภทต่างๆ ได้หลายลักษณะ แล้วแต่จุดมุ่งหมายในการแยกประเภท ดังนี้ (ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541:10-12)

2.3.2.1 แบ่งตามลักษณะการใช้งาน

1) **บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิ (Primary Packaging)** บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ซื้อจะได้สัมผัสเวลาที่บริโภค บรรจุภัณฑ์นี้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ชั้นในสุดติดกับตัวสินค้า

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นในมีปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณา 2 ประการ คือ อันดับแรกจะต้องมั่นใจว่าอาหารที่ผลิตและบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้จำเป็นต้องเข้ากันได้ หมายความว่า ตัวอาหารจะไม่ทำปฏิกิริยากับบรรจุภัณฑ์เข้าสู่อาหาร (Migration) ในบรรจุภัณฑ์ขณะที่อาหารยังร้อนอยู่ (Hot Filling) เมื่อเย็นตัวลงในสภาวะบรรยากาศห้อง จะทำให้รูปทรงของบรรจุภัณฑ์บิดเบี้ยวได้ เหตุการณ์นี้จะพบบ่อยมากในขวดพลาสติกทรงกระบอก ซึ่งแก้ไขได้โดยการเพิ่มร่องบนผิวทรงกระบอกหรือเปลี่ยนรูปทรงเป็นสี่เหลี่ยมมุมมน

นอกเหนือจากความเข้ากันได้ของอาหารและบรรจุภัณฑ์แล้ว ปัจจัยอันดับต่อมาที่ต้องพิจารณา คือ บรรจุภัณฑ์ชั้นในจะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่วางขายบนห้าง การออกแบบความสวยงาม การสื่อความหมายและภาพพจน์จะเริ่มเข้ามามีบทบาทในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2) **บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ (Secondary Packaging)** เป็นบรรจุภัณฑ์ที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าด้วยกัน เพื่อเหตุผลในการป้องกันหรือจัดจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น หรือด้วยเหตุผลในการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองที่เห็นได้ทั่วไป เช่น กล่องกระดาษแข็งของหลอดยาสีฟัน ถุงพลาสติกใส่ซองน้ำตาล 50 ซอง เป็นต้น

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองนี้มักจะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ต้องวางแสดงบนห้าง ณ จุดขาย ดังนั้น การเน้นความสวยงามและภาพพจน์ของบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองจึงจำเป็นอย่างยิ่ง ตัวอย่างเช่น กล่องยาสีฟัน การออกแบบของหลอดยาสีฟันที่อยู่ภายในก็ไม่จำเป็นต้องออกแบบให้สอดคล้องหลายสีในทางกลับกันถ้าบรรจุภัณฑ์ชั้นในได้รับการออกแบบอย่างสวยงามของบรรจุภัณฑ์ชั้นในที่ออกแบบอย่างสวยงาม ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองนี้อาจจะทำการเปิดเป็นหน้าต่างเพื่อให้เห็นถึงความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ชั้นในที่ออกแบบมาดีแล้ว ในกรณีของตัวอย่างถุงพลาสติกใส่ซองน้ำตาล 50 ซองนั้น ถุงพลาสติกที่เลือกใช้ไม่จำเป็นต้องช่วยรักษาคุณภาพของน้ำตาลมากเท่าของชั้นใน เนื่องจากทำหน้าที่รวมซองน้ำตาล 50 ซองเข้าด้วยกันเพื่อการจัดจำหน่ายแต่ตัวเองต้องพิมพ์สอดคล้องอย่างสวยงามเพราะเป็นถุงที่วางขายบนห้าง ณ จุดขาย

บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิ (Primary Packaging) และบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ (Secondary Packaging) มีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า บรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายปลีก (Commercial Packaging)

3) บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สาม (Tertiary Packaging) หน้าที่หลักการของบรรจุภัณฑ์นี้คือการป้องกันสินค้าระหว่างการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ขนส่งนี้ อาจแบ่งย่อยออกเป็น 3 ประเภท คือ

(1) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งผลิตถึงแหล่งขายปลีกเมื่อสินค้าได้รับการจัดเรียงวางบนหิ้งหรือคลังสินค้าของแหล่งขายปลีกแล้ว บรรจุภัณฑ์ขนส่งทั้งหมดหน้าที่ระหว่างการใช้งาน บรรจุภัณฑ์เหล่านี้ เช่น แคร่ และกะบะ เป็นต้น

(2) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ระหว่างโรงงาน เป็นบรรจุภัณฑ์ที่จัดส่งสินค้าระหว่างโรงงาน ตัวอย่าง เช่น ลังใส่ของพริกป่น ถุงน้ำจิ้ม เป็นผลผลิตจากโรงงานหนึ่งส่งไปยังโรงงาน ตัวอย่าง เช่น ลังใส่ของพริกป่น ถุงน้ำจิ้ม เป็นผลผลิตจากโรงงานหนึ่งส่งไปยังโรงงานอาหารสำเร็จรูปเพื่อทำการบรรจุไปกับอาหารหลัก เป็นต้น

(3) บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งขายปลีกไปยังมือผู้อุปโภคบริโภค เช่น ถุงต่างๆ ที่ร้านค้าใส่สินค้าให้ผู้ซื้อ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามนี้ เป็นการแบ่งประเภทตามลักษณะกรรมวิธีการบรรจุ และการขนถ่ายผลิตภัณฑ์ ที่ตั้งอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์หลักที่คล้ายคลึงกัน คือ การป้องกันผลิตภัณฑ์ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ และการโฆษณาประชาสัมพันธ์

2.3.3 บรรจุภัณฑ์อาหาร

2.3.3.1 บทบาทหน้าที่

บทบาทของบรรจุภัณฑ์อาหารว่าเป็นเครื่องมือในการเก็บรักษาคุณค่าของอาหาร และทำหน้าที่รักษาคุณภาพของอาหาร 2 ทางคือ การป้องกันเชิงรับหรือเชิงรุก แต่สิ่งสำคัญที่สุดไม่ว่าจะเป็นการป้องกันเชิงรับหรือเชิงรุกก็ตาม ตัวบรรจุภัณฑ์จะต้องไม่เป็นสาเหตุที่ทำให้ผลิตภัณฑ์อาหารเสื่อมหรือด้อยคุณภาพ กล่าวคือ ตัวบรรจุภัณฑ์เองไม่ไปทำปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์อาหาร

นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์อาหาร โดยเฉพาะพลาสติกยังต้องทำหน้าที่ ช่วยเก็บกลิ่นของผลิตภัณฑ์อาหารไว้ กลิ่นที่เปลี่ยนแปลงอาจจะเกิดจากสิ่งแปลกปลอมจากอากาศซึมผ่านผิวของบรรจุภัณฑ์ หรือกลิ่นซึมผ่านออกสู่บรรยากาศภายนอก (ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541: 20-22)

(1) การป้องกันเชิงรับ

การขึ้นกันเชิงรับ หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่ใส่อาหารเพียงอย่างเดียว เป็นตัวกันผลิตภัณฑ์ไม่ให้สัมผัสกับบรรยากาศภายนอก โดยจะทำหน้าที่เป็นกลไกในการป้องกันผลิตภัณฑ์

เช่นการรั่ว การซึมผ่านวัสดุ ป้องกันการเสื่อมสภาพจากสภาพแสงหรือความร้อน และ เชื้อจุลินทรีย์ เป็นต้น

(2) การป้องกันเชิงรุก

ขึ้นกับความเจริญทางเทคโนโลยี เช่นการฆ่าเชื้อ บรรจุภัณฑ์ปลอดเชื้อ เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อการถนอมรักษาอาหารจากปัจจัยแวดล้อม และช่วยยืดอายุในการเก็บรักษาได้ยาวนานยิ่งขึ้น แต่สิ่งสำคัญคือตัวบรรจุภัณฑ์นี้จะต้องไม่เป็นสาเหตุทำให้ผลิตภัณฑ์เสื่อมคุณค่าหรือด้อยคุณภาพลง

2.3.3.2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมประเภทอาหาร

การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับประเภทของอาหาร มีปัจจัยอันดับแรกคือ คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์อาหาร เช่น เป็นอาหารสด หรืออาหารแปรรูปแล้ว อันดับต่อมาคือ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่จะหาได้ด้วยต้นทุนที่เหมาะสมกับภาวะตลาด พร้อมทั้งสามารถรักษาคุณภาพของอาหารได้ตามอายุขัย (Shelf Life) ที่ต้องการ ปัจจัยภายนอกที่จะต้องคำนึง คือเทคนิคการบรรจุ สภาพการขนส่งและการจัดเก็บ ปัจจัยที่สำคัญประการสุดท้าย คือ ช่องทางการจัดจำหน่าย

1) บรรจุภัณฑ์แบ่งตามวัสดุ

1.1) กระดาษ เป็นวัสดุที่แพร่หลายและนิยมใช้กันมากที่สุดเพราะสามารถออกแบบสร้างสรรค์เป็นบรรจุภัณฑ์ได้มากมายหลายชนิดอย่างไม่สิ้นสุด ซึ่งอาจจะต้องอาศัยคุณสมบัติทางกายภาพของกระดาษที่สามารถ ตัด พับ งอ ได้ง่าย มากำหนดเป็นรูปร่าง รูปทรงต่างๆ ขึ้นมาเป็นถุง เป็นกล่อง พับเป็นซอง หรือกระป๋องได้หลายวิธี ดังนั้นคุณสมบัติของกระดาษที่ทำมาจากเยื่อไม้ธรรมชาติ จึงได้รับการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพมากขึ้น โดยการผึ่งหรือเคลือบเข้ากับวัสดุอื่นๆ เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์เป็นโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และทำหน้าที่บรรจุห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ได้หลายประเภทขึ้น เช่นกระดาษเคลือบฟิล์มพลาสติก, กระดาษเคลือบขี้ผึ้ง, กระดาษทนน้ำมัน เป็นต้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษที่ปรากฏอยู่ในท้องตลาดทั่วไป ได้แก่

1.1.1 กล่องกระดาษแข็งแบบพับ นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย มีราคาถูก ทั้งวัสดุและกรรมวิธีการผลิตสามารถพับเก็บแบนราบ ได้เมื่อไม่ต้องใช้ ทำให้ประหยัดเนื้อที่ในการเก็บและการขนส่ง สามารถพิมพ์ได้สีสันทน ลวดลาย ได้หลายวิธีการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้จึงสามารถกระทำให้สวยงามง่ายไม่จำกัดตามกรรมวิธีการพิมพ์มีแบบพับและขนาดมากมายหลายรูปแบบกล่องกระดาษแข็งแบบพับ อาจจะนิยมได้ว่าเป็นภาชนะบรรจุแบบปิดทำจากกระดาษประเภท Bending board ที่เหนียวและอัดเนื้อแน่น

1.1.2 กล่องกระดาษแข็งแบบตายตัว บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษแข็งโดยปกติมักทำจากกระดาษแข็งประเภท Non-Bending board ที่มีความหนาอยู่ระหว่าง 0.02 นิ้ว ถึง 0.12 นิ้ว กล่องประเภทนี้เป็นกล่องประกอบสำเร็จรูปที่นำสู่ผู้ใช้ในรูปแบบที่พร้อมสำหรับการใช้งานได้ทันที หรือเป็นชิ้นส่วนของกระดาษเปล่าที่ผู้ใช้ต้องนำมาประกอบก่อนการบรรจุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.1.3 ถุงหรือซอง วัสดุที่ใช้ทำถุงและซองกระดาษส่วนใหญ่ นิยมใช้กระดาษคราฟท์ ซึ่งมีความหนาบาง นำมาซ้อนเป็นผนังหลายชั้น หรือเคลือบผิวประกอบ แตกต่างกันไปตามหน้าที่ใช้สอยเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กันมากสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องอุปโภค บริโภค ในหน่วยขายแบบปลีกย่อยเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ ประเภทสิ่งพิมพ์ โฆษณาเคลื่อนที่แสดงเอกลักษณ์ ชื่อผลิตภัณฑ์หรือผู้ผลิต ได้ดีอีกด้วย

2) บรรจุภัณฑ์แบ่งตามผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้าน

ผลิตภัณฑ์อาหารพื้นบ้าน แบ่งได้เป็น 6 กลุ่ม ซึ่งแต่ละกลุ่มควรเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทใดนั้น ได้ระบุไว้ ดังนี้ (ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541: 25-28)

ตารางที่ 2.1 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับประเภทของอาหารแปรรูป

กลุ่มอาหาร	ประเภทบรรจุภัณฑ์	คำแนะนำและเหตุผล
1. อาหาร ถนอมด้วย น้ำตาล และ ทำแห้ง	1.1 ซองพลาสติก PE	มีราคาถูกและปิดผนึกด้วยความร้อนได้ง่าย
	1.2 ซองพลาสติก PP	สามารถป้องกันความชื้นได้ดีแต่ปิดผนึกยากกว่าฟิล์ม PE เนื้อพลาสติกมีความใสช่วยเพิ่มคุณค่าสินค้า
	1.3 เซลโลเฟลน	สามารถป้องกันความชื้นได้ระดับหนึ่งมักนิยมใช้ห่อปิดปลาย (Twist wrap)
	1.4 กระจงพลาสติกหรือ กระจงพลาสติกมีฝาปิด	เห็นสินค้าได้รอบตัวควรปิดฝาด้วยเทปให้สนิท
	1.5 กระจงพลาสติกหรือ กระจงพลาสติกใสชนิดมีฝา เป็น	ควรปิดฝาด้วยความร้อนแทนที่จะใช้ลวดตะเข็บหรือใช้เทป
	1.6 กระจงโลหะ	สามารถสร้างจุดเด่นที่ดีให้แก่สินค้าและแปลกใหม่แต่มีมูลค่าสูง
	1.7 กระจงกระดาษ	คล้ายคลึงกับกระจงโลหะแต่พิมพ์สวยงามได้ง่าย
	1.8 ถุงเคลือบหลายชั้นอาจใช้ แบบวางตั้งได้อาจมีซิปลิดด้วย	เป็นบรรจุภัณฑ์รูปลักษณะใหม่ก่อนให้เกิดความสะดวกในการบริโภคเปิด โอกาสให้ใช้เทคนิคระบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ เช่น MAP เป็นต้น ซึ่งช่วยยืดอายุอาหารเก็บได้นาน

ตารางที่ 2.1 (ต่อ)

กลุ่มอาหาร	ประเภทบรรจุภัณฑ์	คำแนะนำและเหตุผล
2.อาหารหมัก ดอง	2.1 กระป๋องโลหะ	เหมาะกับอาหารที่ต้องผ่านการฆ่าเชื้อ ทั้งนี้ต้องใช้ฝาปิดได้สนิท ความใสและคุณสมบัติของแก้วมีส่วนช่วยเพิ่มคุณค่าของสินค้า
	2.2 บรรจุภัณฑ์แก้ว	เหมาะกับอาหารที่ต้องผ่านการฆ่าเชื้อ ทั้งนี้ต้องใช้ฝาปิดสนิท ความใสและคุณสมบัติของแก้วมีส่วนช่วยเพิ่มคุณค่าของสินค้า
	2.3 ถุงพลาสติก PE	เหมาะกับการจำหน่ายวันต่อวัน
	2.4 ปี๊ป	ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ขนส่งถ้าใช้ปี๊ปเปล่าควรพิจารณาสารเคลือบที่เหมาะสมหรืออาจใช้ถุง PE อย่างหนาเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นใน
	2.5 ถุงดัดได้	โครงสร้างพื้นฐานเป็นฟิล์มเคลือบของ PET เคลือบกับเปลวอะลูมิเนียม และ CPP สามารถฆ่าเชื้อสินค้าพร้อมถุงได้ ถุงอาจมีราคาแพงแต่จะช่วยลดค่าขนส่งและถนอมคุณค่าอาหาร ได้ดีกว่าอาหารกระป๋อง
	2.6 ถุงพลาสติกในกล่อง กระดาษลูกฟูก (Bag in Box)	ถุงพลาสติกและกล่องกระดาษลูกฟูกสามารถแยกออกจากกันได้และพับเก็บได้ง่าย ตัวกล่องกระดาษลูกฟูกสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ เปลี่ยนเฉพาะแต่ถุงพลาสติกซึ่งวัสดุพลาสติก ซึ่งวัสดุนี้จึงความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
3. อาหาร ถนอมด้วย การฆ่าเชื้อที่มี ความร้อนสูง	3.1 ขวดแก้ว	มีขนาดมาตรฐานจากผู้ผลิต ควรเลือกฝาที่มีคุณภาพสูง ทนอุณหภูมิฆ่าเชื้อได้
	3.2 กระป๋อง หรือ Retort pouch	มีขนาดมาตรฐานจำเพาะของสินค้าแต่ละประเภทและฆ่าเชื้อได้ง่ายถุงเคลือบหลายชั้นมีศักยภาพสูงใช้ปริมาณวัสดุบรรจุภัณฑ์ต่อหน่วยสินค้าน้อยจึงเป็นการสนองตอบต่อการรณรงค์ลดปริมาณขยะ
	3.3 ถุงพลาสติกในกล่อง กระดาษลูกฟูก (Bag in Bax)	พิจารณาใช้พลาสติกที่ฆ่าเชื้อด้วยความร้อนได้ เช่น CPP สามารถลดต้นทุนการขนส่งได้
4. เครื่องเทศ	4.1 ขวดแก้ว	บรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บกลิ่นได้ดี ไม่ยอมให้อากาศเข้าไปทำปฏิกิริยากับเครื่องเทศ เว้นแต่การปิดผนึกไม่ดี สร้างภาพพจน์ของสินค้าให้ดูมีราคา
	4.2 ขวดพลาสติก	ควรพิจารณาเลือกพลาสติกที่มีความหนาแน่นสูง เช่น HDPE เพื่อป้องกันกลิ่นซึมผ่านวัสดุบรรจุภัณฑ์
	4.3 ซองเคลือบหลายชั้น	เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บริโภคครั้งเดียว ควรพิจารณาซองที่เคลือบด้วยเปลวอะลูมิเนียม ซึ่งสามารถเก็บกลิ่นได้ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สื่อความหมายเพื่อเป็นของฝากนี้ มักจะใช้สิ่งที่รู้จักกันดีในท้องถิ่นนั้น ในบางกรณีอาจนำวัสดุที่ผลิตได้ในท้องถิ่นมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ เพื่อความแปลกใหม่ รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ มักจะพบว่ามีการพิมพ์ประโยคที่ว่า “ของฝาก” เพื่อเน้นหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่อ่านพบเกิดความต้องการที่จะซื้อเป็นของฝาก

นอกจากเหนือจากรายละเอียดของงานกราฟิก การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อซื้อไปเป็นของฝากจำเป็นต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำกลับของผู้ซื้อ และความแข็งแรงทนทานของบรรจุภัณฑ์ในการนำไปมอบเป็นของฝาก

2.3.3.3.2 ผู้บริโภค

(1) ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค

สิ่งที่นักออกแบบและผู้ประกอบการจะต้องศึกษาเกี่ยวกับผู้บริโภคในเรื่องต่างๆ และจะต้องทำความเข้าใจให้ชัดเจนในสถานะระหว่างผู้ซื้อและผู้ใช้ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไรด้วย ยกตัวอย่างเช่น บรรจุภัณฑ์บางตัวผู้ซื้อ ซื้อเพื่อใช้กับตนเอง ดังนั้นผู้ซื้อกับผู้ใช้เป็นคนๆ เดียวกัน แต่บรรจุภัณฑ์ของฝาก ผู้ซื้อกับผู้ใช้หรือบริโภค คนละคนเดียวกัน เช่น พ่อแม่ซื้อสบู่สำหรับเด็กให้ลูก ผู้ซื้อจึงเป็นคนละคนกับคนบริโภค (ธนารักษ์ จันทระประสิทธิ์. 2543: 8-9)

โดยแยกทั้งผู้ซื้อและผู้บริโภคสินค้า ในหัวข้อต่างๆ ดังนี้

(1.1) เพศ (Sex) เพศของผู้บริโภคนั้นมีทั้งเพศชาย เพศหญิง ซึ่งมีความแตกต่างกันโดยสิ้นเชิงตามธรรมชาติการออกแบบบรรจุภัณฑ์บางชนิดจำเป็นต้องออกแบบให้ความเฉพาะเจาะจงลงไปว่าจะทำให้ใช้กับเพศใด หรือผลิตภัณฑ์บางชนิดก็สามารถใช้ได้ทั้งเพศชายและหญิงนักออกแบบก็จะต้องทำการออกแบบให้มีความเหมาะสมทั้ง 2 เพศด้วย แต่การลงทุนเพื่อทำการผลิตสินค้าให้เหมาะสมกันแต่ละเพศนั้นจะเป็นการลงทุนสูง อีกทั้งยังเกิดความไม่ชัดเจนด้วยว่าจะสามารถขายได้ดีทั้ง 2 แบบ กลุ่มบริโภคเฉพาะเพศของสินค้าบางชนิดมีจำนวนของความต้องการที่น้อยไม่คุ้มกับการลงทุนจำเป็นต้องตัดออกไปซึ่งนักออกแบบและผู้ประกอบการจะต้องทำการศึกษาวิจัยและสรุปผลกับฝ่ายการตลาดหรือฝ่ายอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องเพื่อตัดสินใจขั้นสุดท้ายก่อนที่จะผลิตและจำหน่ายสินค้านั้นๆ

(1.2) วิทยุติ (Age) เราจะพบเห็นอยู่เสมอว่าบรรจุภัณฑ์บางชนิดจะเจาะจงอายุของผู้บริโภคที่มีความเหมาะสมกับสินค้านั้น โดยตรง เพื่อประโยชน์ในการใช้งานให้มีประสิทธิภาพสูงสุด หรือเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอันตรายกับผู้ใช้นั้นๆ และในขณะที่เดียวกันอายุของผู้บริโภคที่มีอยู่หลายช่วงอายุก็จะเป็นตัวกำหนดเพื่อให้เกิดสินค้าและบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ หลายรูปแบบหลายชนิด ซึ่งก็เป็นข้อดีที่ผู้ประกอบการหรือนักออกแบบที่จะช่วยกันหาทางออกแบบและหาช่องทาง เพื่อผลิตสินค้าและบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ ได้ง่ายขึ้น

(1.3) การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นการเรียนรู้เพื่อเพิ่มภูมิและสติปัญญาผู้บริโภคจึงมีความรู้และความเข้าใจในสิ่งต่างๆ มากขึ้น ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ผู้ที่มีการศึกษาย่อมมีเหตุผลที่มากพอที่จะแยกแยะว่าบรรจุภัณฑ์หรือสินค้าตัวใดดีมีคุณภาพ หรือมีประโยชน์อย่างไรกับตนเอง มีการไตร่ตรองหรือวางแผนในการซื้อและส่วนมากจะใช้เหตุผลต่างๆ มาประกอบการตัดสินใจ แต่ก็เชื่อว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะตัดสินใจหรือเลือกซื้อสินค้าที่ไม่ดีไปบริโภค ผู้บริโภคทุกคนย่อมต้องการสินค้าที่ดีมีคุณภาพไปใช้เช่นกัน ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยและความเหมาะสมอื่นๆ ที่เป็นตัวช่วยตัดสินใจก่อนที่จะซื้อ

(1.4) รสนิยม (Test) เรื่องรสนิยมเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนมาก

จำเป็นต้องมีการศึกษาให้ละเอียดและลึกซึ้ง เพราะสภาพแวดล้อม ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ หรือความเจริญในแต่ละสังคมจะทำให้รสนิยมเกิดขึ้นต่างกันอย่างมาก การที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการและรสนิยมของแต่ละคนจะเป็นเรื่องยากมาก เพราะบรรจุภัณฑ์ เป็นกระบวนการผลิตทางอุตสาหกรรมที่เน้นจำนวนมาก โดยการผลิตให้เหมาะสมกับรสนิยมของผู้บริโภคในกลุ่มใหญ่ๆ เท่านั้น และควรเป็นกลุ่มของผู้บริโภคที่มีรสนิยมไปในทางที่ดีด้วยเพื่อเป็นการยกระดับของบรรจุภัณฑ์และสินค้าให้สูงขึ้น ไปอีกนักออกแบบและผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้าให้ตรงกับผู้บริโภคที่มีรสนิยมต่างจากกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ได้ถ้าผู้บริโภคกลุ่มเล็กนั้นมีกำลังซื้อมากพอ

(1.5) กำลังทรัพย์ (Budget) ถึงแม้ว่านักออกแบบและผู้ประกอบการจะทำการผลิตบรรจุภัณฑ์และสินค้าที่ดีมากแค่ไหน หากผู้บริโภคไม่มีกำลังทรัพย์มากพอที่จะซื้อหามาให้ได้ บรรจุภัณฑ์หรือสินค้านั้นก็อาจจะไม่มีประโยชน์แต่อย่างใด สินค้าบางชนิดที่ผู้บริโภคมีความต้องการเป็นอย่างมาก แต่เมื่อพิจารณาดูอย่างรอบคอบแล้วไม่สามารถทำการผลิตได้ เพราะต้นทุนในการผลิตสูงเกินไปถึงแม้จะมีผู้บริโภคส่วนหนึ่งหาซื้อมาใช้ได้ แต่ก็ยังไม่พอที่จะทำคุ้มทุน สินค้านั้นจึงไม่ควรผลิตเพื่อจัดจำหน่ายแต่อย่างใด หรือหาทางออกอื่นๆ ที่เหมาะสม เช่น ลดคุณสมบัติบางอย่างของสินค้าลง หรือลดประโยชน์ใช้สอยบางอย่างของบรรจุภัณฑ์ลง เพื่อให้ ราคาต้นทุนต่ำพอที่จะผลิตเพื่อผู้บริโภคหาซื้อมาใช้ได้

(1.6) ความเชื่อและศาสนา (Believing and Religion) เรื่องของความเชื่อและศาสนาเป็นเรื่องของความศรัทธาเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มคนยากที่จะวัด หรือวิเคราะห์ด้วยเหตุผล จึงเป็นการยากที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สินค้าที่ออกแบบเพื่อกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหญ่สามารถขายได้ในทุกๆ ประเทศ แต่ในบางภูมิภาคของประเทศเราเองกลับขายไม่ได้เลย เพราะความเชื่อทางศาสนาของผู้บริโภคในภูมิภาคนั้น ไม่ยอมรับรูปทรงหรือสีต้นของบรรจุภัณฑ์ เช่น ขวดเป็งเด็กที่ทำเป็นรูปหมูจะขายไม่ได้ในเขต 3 จังหวัดชายแดนภาคใต้ที่นับถือศาสนาอิสลาม เป็นต้น

2.4 กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เป็นการออกแบบรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อและสื่อความหมายให้แก่ผู้บริโภค พร้อมทั้งสามารถโน้มน้าวให้เกิดการสั่งซื้อ การออกแบบกราฟฟิกจะเน้นในเรื่องของการตกแต่งรูปลักษณ์ด้วยภาพพจน์ที่สร้างความประทับใจ (ปุ่น และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541: 71)

2.4.1 การบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคมีอยู่ 4 ขั้นตอน เรียกล้วนๆ ว่า AIDA



ภาพที่ 2.2 การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

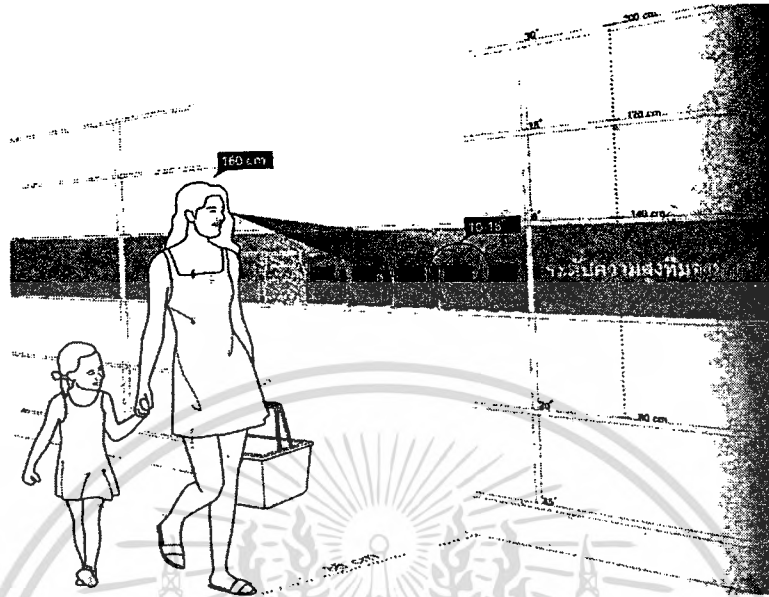
การทำความเข้าใจในกระบวนการตัดสินใจดังกล่าวนี้จะช่วยให้ทราบได้ว่ามีอะไรบ้างที่ควรและต้องทำ เพื่อนำไปสู่การตัดสินใจซื้อของลูกค้า ในขั้นแรกต้องให้ผู้บริโภคเห็นและสะดุดตาในผลิตภัณฑ์ของเรา ซึ่งเกี่ยวข้องกับตำแหน่งการวางสินค้า และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคมองเห็นสินค้าเพียงครึ่งหนึ่ง (50%) ของจำนวนทั้งหมดที่วางอยู่บนชั้นวางสินค้า และในบรรดาสินค้ากว่า 30,000 รายการในซูเปอร์มาร์เก็ตแห่งหนึ่งนั้น ผู้บริโภคมีเวลาในการจำแนกสินค้าเพียง 1/6 วินาที ในระยะการมอง 3-4 เมตร (Recognition Zone) ขั้นตอนมาเป็นหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ที่จะต้องสร้างความสนใจและให้รายละเอียดข้อมูลต่างๆ มากพอที่จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความอยากซื้ออยากลองผลิตภัณฑ์นั้นๆ จนนำมาสู่การตัดสินใจหยิบสินค้าใส่รถเข็นในที่สุด

2.4.2 การกราดสายตา

การมองเห็นในซูเปอร์มาร์เก็ตเป็นสถานที่ที่มีสิ่งแวดล้อมทางสายตาซับซ้อนที่สุดแห่งหนึ่ง เพราะเหตุที่มีผลิตภัณฑ์มากมายนับพันนับหมื่นชิ้น ละลานตาไปหมด โอกาสที่สินค้าจะขายได้ จึงขึ้นอยู่กับว่าผู้บริโภคเห็นสินค้าของเราเร็วแค่ไหน แบนด์ที่เห็นเป็นแบนด์แรกมักมีโอกาสดขายได้

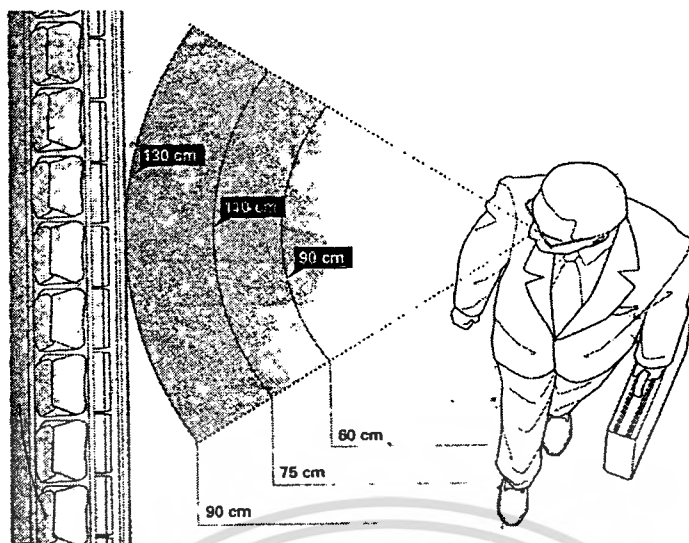
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพราะผู้บริโภคจำนวนไม่น้อยที่ไม่เคยใช้เวลาในการเปรียบเทียบสินค้า นอกจากนั้น สมองของมนุษย์ตอบสนองการกราดสายตาด้วยการจำเท่าที่จำได้ คือประมาณคราวละ 7 ชิ้นเท่านั้น



ภาพที่ 2.3 การกราดสายตาของผู้บริโภค

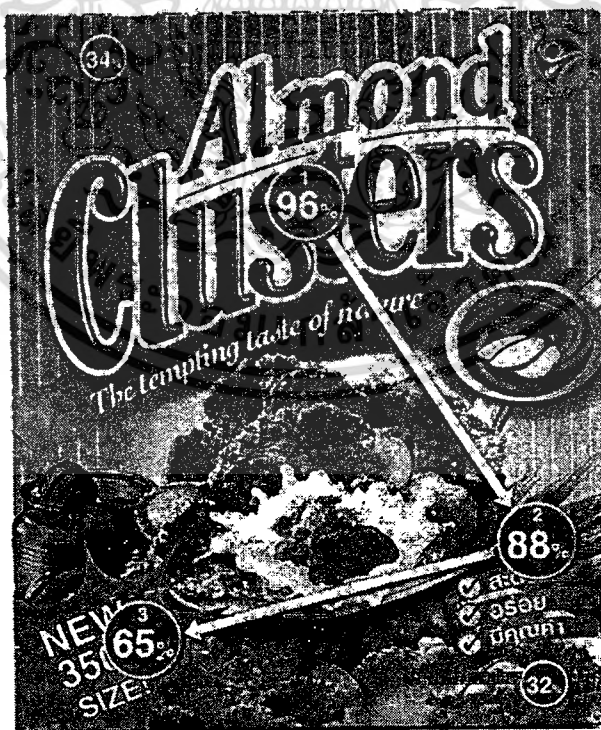
จากผู้การวิจัยพบว่า ตำแหน่งที่ผู้บริโภคให้ความสนใจมากที่สุดจำต่ำกว่าระดับสายตาราว 10-15 องศา คณะผู้วิจัยสรุปและเสนอแนะว่า ปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดความสนใจผู้บริโภคได้ดีคือ ตำแหน่งสินค้าที่วางบนชั้นและหน้าตาของบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้ผู้บริโภคมักเริ่มสำรวจที่บริเวณกลางกลุ่มสินค้าในระดับต่ำกว่าสายตาเล็กน้อย โดยจะมองแบรนด์ที่ดูโดดเด่นและแตกต่างจากแบรนด์ที่อยู่ข้างเคียง จากนั้นจะกวาดสายตาไปทางขวามือ หรือลดสายตาต่ำลงในลักษณะเดียวกับการอ่านหนังสือ (หากสนใจข้อมูลในเรื่องนี้ สามารถอ่านเพิ่มเติมใน www.prsresearch.com) นอกจากนั้นระดับความสูงที่สินค้านั้นมีโอกาสถูกหยิบมากที่สุดก็อยู่ในระดับเดียวกับความสูงที่ได้รับการมองเห็นมากที่สุดนั่นคือระดับต่ำกว่าสายตาเล็กน้อย เมื่อผู้บริโภคเห็นสินค้าแล้วก็จะเข้าไปหารายละเอียดก่อนตัดสินใจซื้อ โดยจะอ่านรายละเอียดที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์ในระยะไม่เกิน 90-100 เซนติเมตร สายตาที่กวาดอ่านในแนวราบจะกว้างประมาณ 130 เซนติเมตร แต่ระยะ 1 เมตรนี้คือ Buy Zone ที่ผู้บริโภคมีโอกาสตัดสินใจซื้อ



ภาพที่ 2.4 ระยะการกราดสายตาของผู้บริโภค

2.4.3 การมองกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

จากการวิจัยพบว่าผู้บริโภคร้อยละ 96 จะเริ่มที่จุดกึ่งกลางก่อน ไปทางซ้ายเล็กน้อย จากนั้น ร้อยละ 88 จะลากสายตามองลงมาด้านล่างทางขวามือ แล้วจึงเริ่มกวาดสายตาจากขวาไปซ้าย สิ้นสุด การอ่านที่ตำแหน่งซ้ายมือด้านล่าง ซึ่งกระบวนการกราดสายตาทั้งหมดใช้เวลาประมาณ 5.6 วินาที เท่านั้น



ภาพที่ 2.5 การกราดสายตาบนบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุกฎเกณฑ์ต้องสื่อสารเรื่องราวของผลิตภัณฑ์ให้ได้ในเวลาอันรวดเร็วเพราะผู้บริโภคใช้เวลาในการกราดสายตาเลือกแบรนด์ไม่เกิน 7 วินาทีเท่านั้น (ชัยวัฒน์ อิศวาทกุล, 2548: 72-76)

เครื่องหมายและฉลาก “ภาวะบรรจุกฎเกณฑ์ทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดต่อไปให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน

2.4.3.1 ชื่อเรียกผลิตภัณฑ์ เช่น ปลาหมึกแห้ง หมึกไข่แห้ง

2.4.3.2 น้ำหนักสุทธิ

2.4.3.3 วัน เดือน ปีที่ทำ และวัน เดือน ปีที่หมดอายุ หรือข้อความว่า “ควรบริโภคก่อน (วัน เดือน ปี)”

2.4.3.4 ข้อเสนอแนะในการเก็บรักษา

2.4.3.5 ชื่อผู้ทำ หรือสถานที่ทำ พร้อมสถานที่ตั้ง หรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น (ปลาหมึกแห้ง, มพช. 311/2547)

2.4.4 ระบบการพิมพ์ (The Printing Process)

ระบบพิมพ์ที่ใช้ในการสร้างสรรค์ ตกแต่ง ลักษณะ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในวงการอุตสาหกรรมทุกวันนี้ ส่วนใหญ่ จะเกี่ยวข้องกับหลักการพิมพ์ 4 กระบวนการใหญ่ๆ ตามลักษณะของการสร้างแม่พิมพ์ คือ

2.4.4.1 กระบวนการพิมพ์ผิวขน ได้แก่ การพิมพ์ระบบ Letter press, Flexo

2.4.4.2 กระบวนการพิมพ์ผิวลึก ได้แก่ การพิมพ์ระบบ Gravure

2.4.4.3 กระบวนการพิมพ์ผิวราบ ได้แก่ การพิมพ์ระบบออฟเซต

2.4.4.4 กระบวนการพิมพ์ฉลุลายหรือซิลค์สกรีน Silk Screen

2.4.5 ระบบการพิมพ์เลตเตอร์เพรส

การพิมพ์ระบบเลตเตอร์เพรส เป็นระบบการพิมพ์เก่าแก่ที่สุดมีอายุกว่า 500 ปีแล้ว โดยนักประดิษฐ์ชาวเยอรมัน ชื่อ กู เตนเบอร์ก เป็นผู้คิดค้นการเรียงพิมพ์โดยใช้ตัวอักษรแต่ละตัวมาผสมผสานกันเป็นคำขึ้นได้เป็นคนแรก ทำให้การพิมพ์หนังสือเป็นที่แพร่หลายตั้งแต่บัดนั้นมา

การเกิดภาพในการพิมพ์ของระบบนี้เกิดขึ้น โดยวิธีที่กระดาษถูกกดลงบนแม่พิมพ์ ที่ได้รับการคลึงหมึกแล้วโดยตรง การกดทับลงไปทำให้หมึกถ่ายทอดลงไปบนกระดาษเกิดเป็นภาพพิมพ์ขึ้น แม่พิมพ์ของระบบเลตเตอร์เพรสมีลักษณะนูนสูงขึ้นมาจากพื้นคือ ส่วนที่เป็นภาพจะสูงขึ้นมากว่าบริเวณที่ไม่ใช่ภาพ หมึกจะติดจับเฉพาะบริเวณที่เป็นภาพสูงขึ้นมาเท่านั้น แม่พิมพ์อาจเป็นตัวเรียงโลหะผสมของตะกั่วและดีบุกเป็นส่วนใหญ่ มีความสูงจากฐานจนถึงผิวตัวอักษร 0.918 นิ้ว ตัวอักษรที่ใช้มีขนาดต่างๆ กัน ทั้งความสูงและความหนาตามที่เห็นในหนังสือทั่วไป ตัวเรียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โลหะนี้จะใช้เรียงได้เฉพาะข้อความที่เป็นตัวอักษรเท่านั้น ส่วนพวกแผนภูมิ กราฟ ตาราง หรือภาพจะต้องใช้แม่พิมพ์ที่เป็นบล็อกแทน

การพิมพ์ในระบบนี้ เหมาะสำหรับใช้พิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่ทำมาจากวัสดุจำพวกกระดาษเป็นส่วนใหญ่ เช่น พิมพ์บนกล่องกระดาษแข็งแบบพับ ถุงกระดาษ หรือพิมพ์เป็นแผ่นตราฉลากสำหรับปิดผนึกบนบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น แต่ข้อเสียของคุณภาพการพิมพ์ก็มีอยู่ เช่น ทำให้เกิดรอยคูนูนขึ้นด้านหลังของกระดาษ ขอบภาพและตัวอักษรไม่เรียบร้อย เนื่องจากกระดาษและแม่พิมพ์โลหะถูกอัดให้สัมผัสและดึงกระดาษออกมาโดยตรง อีกทั้งแม่พิมพ์ทำด้วยโลหะแข็ง อาจทำให้กระดาษเกิดการทะลุฉีกขาดจากการกดอัดพิมพ์ได้

2.4.6 การพิมพ์ระบบกราเวียร์

กราเวียร์เป็นกรรมวิธีการพิมพ์แบบแม่พิมพ์ร่องลึก ซึ่งส่วนที่เป็นภาพหรือลายเส้นที่จะพิมพ์ถูกกัดเจาะเป็นบ่อเล็กๆ จำนวนนับล้านบ่อ เรียกว่า เซลล์ ซึ่งขึงหมึกสำหรับที่จะพิมพ์ลงบนวัสดุอะไรก็ตาม ส่วนบริเวณที่ไม่ใช่ภาพจะเป็นผิวเรียบและอยู่สูงกว่าบ่อหมึก บ่อหมึกแต่ละบ่อแยกออกจากกันโดยผนังซึ่งเรียกว่า Cell Wall หรือ Land บ่อเล็กๆ จะขึงหมึกไว้ด้วยปริมาณไม่เท่ากันแล้วแต่ขนาดของบ่อ ปริมาณถ้าหมึกมากจะทำให้สีเข้มมากกว่าบ่อที่มีหมึกน้อยกว่า ทำให้สามารถพิมพ์ภาพที่มีโทนต่อเนื่องได้

แม่พิมพ์กราเวียร์นี้ส่วนใหญ่ทำมาจากเหล็กรูปทรงกระบอก ซึ่งมีผิวชุบด้วยทองแดง และบ่อหมึกเล็กๆ จะถูกกดลงในชั้นของทองแดงนี้ หรือแม่พิมพ์อาจทำมาเป็นแผ่น แล้วนำมาหุ้มรอบลูกกลิ้งเหล็กอีกชั้นหนึ่งก็ได้

หลักการพิมพ์กราเวียร์ แม่พิมพ์ที่ถูกกัดเป็นภาพแล้ว จะหมุนอยู่ในอ่างหมึกเหลว เหมือนกับการพิมพ์แบบเฟลทโซ หมึกจะเกาะอยู่ในบ่อหมึกที่กัดไว้และจะมีมีดปาดหมึก เป็นเหล็กสปริงยาวๆ กดแนบสนิทอยู่กับผิวของแม่พิมพ์ ทำหน้าที่ปาดหมึกออกจากผิวหมึกก็จะติดอยู่เฉพาะในบ่อหมึก เมื่อผ่านวัสดุแผ่นเรียบเข้าไปจะมีลูกกลิ้งทำหน้าที่กดวัสดุติดกับแม่พิมพ์ หมึกเหลวเมื่อรับแรงอัดก็จะถ่ายหมึก จากแม่พิมพ์ลงบนผิวของวัสดุเป็นภาพ หรือลายเส้นทางกราฟิกออกมา

การพิมพ์ระบบกราเวียร์เป็นระบบการพิมพ์ที่สามารถผลิตภาพลายเส้น และภาพฮาร์ฟโทนได้อย่างมีคุณภาพและรวดเร็ว อีกทั้งยังพิมพ์ลงบนผิววัสดุต่างๆ ได้หลายประเภท โดยเฉพาะอย่างยิ่งบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุจำพวกพลาสติก และอลูมิเนียมฟอยล์ระบบการพิมพ์ในระบบนี้จึงเป็นที่นิยมใช้พิมพ์บรรจุภัณฑ์กันมาก เพราะมีคุณภาพการพิมพ์ที่ทัดเทียมกับระบบออฟเซต ได้เช่นกัน บรรจุภัณฑ์ที่ใช้การพิมพ์ในระบบกราเวียร์นี้ก็ได้แก่

- กล่องกระดาษพับ
- ห่อซองที่ยืดหยุ่นได้
- กระดาษห่อของขวัญ

- กระจกสะท้อนของ
- ฉลาก ครา ทั้งแผ่นและม้วน และสิ่งพิมพ์พิเศษอื่นๆ

2.4.7 การพิมพ์ระบบออฟเซต

การพิมพ์ด้วยระบบออฟเซต เป็นที่แพร่หลายนิยมใช้กันทั่วโลก จะสังเกตได้ว่าในปัจจุบันระบบนี้มีส่วนผูกพันกับชีวิตประจำวันอย่างแยกไม่ออก ไม่ว่าจะเป็นหนังสือพิมพ์ หนังสือตำรา นวนิยาย วารสารรายสัปดาห์ รายเดือน โปสเตอร์ โฆษณา แผ่นพับหรือโบรชัวร์ ทุกรายการนี้พิมพ์ด้วยระบบออฟเซตแทบทั้งสิ้นหรืออาจจะกล่าวได้ว่า การพิมพ์ด้วยระบบออฟเซตมีบทบาทเข้าแทนที่ระบบเลดเตอร์เพรสที่ล้าหลังไป งานออฟเซตสามารถให้คุณภาพของงานพิมพ์ได้สูง เนื่องจาก มีการผสมของเม็สกรีนได้อย่างละเอียด

หลักการพิมพ์ในระบบนี้ มีความแตกต่างจากการพิมพ์ระบบเลดเตอร์เพรสโดยสิ้นเชิงกล่าวคือ

2.4.7.1 แม่พิมพ์เป็นแบบฉิวระนาบ

2.4.7.2 แม่พิมพ์จะรับหมึก แล้วถ่ายทอดภาพไปยังตัวกลาง คือ ฝ้ายางเบลลงเกตแล้วจึงลงไปบนกระดาษ ไม่ใช่เป็นการสัมผัสโดยตรงเหมือนระบบเลดเตอร์เพรส

2.4.7.3 การที่แม่พิมพ์เป็นแบบฉิวระนาบ ทำให้ส่วนที่เป็นภาพ และส่วนที่ไม่ใช่ภาพอยู่ในระนาบเดียวกัน จึงต้องหาวิธีที่จะทำให้ส่วนที่เป็นภาพเท่านั้นรับหมึก และถ่ายทอดไปยังแบลงเกต ซึ่งทำได้โดยการใช้น้ำมาเคลือบผิวส่วนที่ไม่ใช่ภาพไว้แล้วปล่อยให้ส่วนที่เป็นภาพ รับหมึก ดังนั้นระบบออฟเซตจึงมีน้ำเข้ามาเกี่ยวข้องกับด้วย

2.4.8 การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน

การพิมพ์ซิลค์สกรีนก็คือ การใช้ผ้าไหมที่ผลิตขึ้นมาเพื่อการพิมพ์นี้โดยเฉพาะนำมาขึงให้ตึงบนกรอบไม้หรือกรอบโลหะ แล้วสร้างภาพขึ้นบนผ้าไหมซึ่งมีสภาพเป็นฉากพิมพ์ ปิดกั้นส่วนที่ไม่ต้องการให้เกิดเป็นภาพให้ทึบตัน และปล่อยให้ส่วนที่ต้องการให้เป็นภาพโปร่งไว้ การพิมพ์ปิดกั้นบนผ้าไหมนี้มีหลายวิธีการ เช่น ระบายด้วยสีน้ำมัน แชลแลค พิล์มคลอด จนถึงการใช้และน้ำยาไวแสงปิดกั้น และเมื่อนำแผ่นฟิล์มไปวางทาบบนสิ่งที่จะพิมพ์ทั้ง รูปทรง 3 มิติ หรือแผ่นเรียบที่มีพื้นผิวเรียบไม่ขรุขระมาก เช่น กระจก ฝา แก้ว พลาสติก โลหะ ไม้ ฯลฯ แล้วหยอดสีลงบนแม่พิมพ์ ใช้อย่างปาด ที่มีผิวหน้าตัดเรียบ ปาดคั้นสีให้ผ่านแม่พิมพ์ทะลุออกไปติดบนพื้นรองรับ ซึ่งก็ได้ภาพพิมพ์ตามที่ต้องการ

การพิมพ์ด้วยระบบซิลค์สกรีนนี้ มีบทบาทกับภาชนะบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก เพราะเป็นวิธีเดียวที่จะพิมพ์บนวัสดุหรือภาชนะผิว โคง์ เช่น ขวดแก้ว ขวดพลาสติก หรือกระป๋อง โลหะ ที่ผ่านการขึ้นรูปสำเร็จมาแล้ว

จากระบบการพิมพ์ต่างๆ ที่กล่าวมาแล้ว จะเห็นว่ามีระบบและเทคนิคการพิมพ์ที่จะนำมาใช้พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์มากมายหลายกรรมวิธี และมีใช้ว่าจะมีเพียงกรรมวิธีที่กล่าวมาข้างต้นเท่านั้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ระบบพิมพ์ในปัจจุบันนับว่ามีการพัฒนาที่ก้าวหน้าไปมาก ระบบการพิมพ์ต่างๆ ถูกคิดค้นมา มากมาย แต่ถึงอย่างไรก็เป็นการแยกย่อยออกไปในระบบนการพิมพ์หลัก 4 ประการ หรือ ประสานกันเทคนิคกรรมวิธีการกล่าวมาแล้วข้างต้น เช่นการพิมพ์ระบบอิงค์เจ็ท เป็นการพิมพ์ด้วย การยิงหมึกออกมาเป็นจุดประกอบ เป็นตัวอักษรและข้อความต่อเนื่องบนบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมา แทน ก็เป็นการประสานหลักการระหว่างการพิมพ์ระบบออฟเซทซิลค์สกรีนและแฟร็กโซ เพื่อให้ สามารถพิมพ์บนวัสดุที่มีพื้นผิวต่างระดับกันได้ เป็นต้น

2.4.9 หลักการเลือกกระบวนการพิมพ์ก่อน

ก่อนที่จะเลือกกระบวนการพิมพ์ ผู้เลือกจะต้องทราบว่า สิ่งตีพิมพ์นั้นมีลักษณะอย่างไร ต้องการคุณภาพแบบใด จำนวนเท่าไร เป็นลายเส้น หรือฮาร์ฟโทน ดังต่อไปนี้

- คุณภาพของการพิมพ์ที่ต้องการ
- จำนวนสิ่งตีพิมพ์ที่ต้องการ
- ชนิดของวัสดุที่จะนำมาพิมพ์ และคุณลักษณะของตัววัสดุนั้นๆ
- ความต้องการของฝ่ายการตลาด
- คุณลักษณะ และรูปร่างของสิ่งตีพิมพ์นั้นๆ
- ค่าใช้จ่าย
- ระยะเวลาที่ต้องการ

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เพื่อการศึกษาค้นคว้าเพิ่มเติมเพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจาก ปลายหมึกปรุรงสมหาชัย ผู้วิจัยได้ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

2.5.1 สินค้าของฝาก

จากผลการวิจัยของ สิทธิภูมิ ศรีโสภ (2548 : 179) เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ของฝากสำหรับผลิตภัณฑ์ปลาช่อนแปรรูปจังหวัดสิงห์บุรี” ได้สรุปแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ของฝาก ไว้ดังนี้

ผู้ประกอบการหรือนักออกแบบในกลุ่มสินค้าของฝากส่วนใหญ่ มักมีค่านิยมที่มุ่งเน้นให้ สินค้าของตนมีความโดดเด่นด้วยการใช้สีโทนที่ดูฉูดฉาด และใช้สีที่ตัดกันอย่างรุนแรงเพียงเพื่อ เรียกความสนใจของผู้ซื้อ และผลทำให้สินค้าของตนเองโดดเด่นกว่าสินค้านิตอื่นที่วางจำหน่าย ด้วยกัน

แต่ผลที่ได้รับกลับกลายเป็นความล้มเหลวในด้านยอดขาย เพราะสินค้าบางกลุ่ม เช่นสินค้า อาหาร การใช้สีรุนแรงมีผลต่อความรู้สึกว่าไม่ปลอดภัยในการนำมาบริโภค โดยเฉพาะการซื้อเพื่อน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ไปเป็นของฝากนั้น ผู้ซื้อไม่ได้ซื้อไปบริโภคเองดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงความสวยงาม อย่างมีรสนิยม ในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ที่คู่ควรรสนิยมของผู้ที่จะนำไปฝากด้วย จึงจะสามารถช่วยแก้ปัญหา โดยเฉพาะในด้านการตลาดให้กับสินค้าของฝากในทุกท้องถิ่น ได้อย่างยั่งยืนกว่าการแก้ปัญหาด้วย แก้วบรรจุภัณฑ์แบบลองผิดลองถูกไป อาจทำให้เสียค่าใช้จ่ายที่มาก แลลูกค้าสับสนอย่าง ที่ผู้ประกอบการจำหน่ายสินค้าประสบอยู่

2.5.2 สีนบรรจุภัณฑ์

จากการวิจัยของ ลิตติพร ลิตติพาณิชย์ (2544: 193) เรื่อง “การออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุ ภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย” ได้สรุปแนวทางการใช้สีเพื่อ ตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด และแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของไทย ดังต่อไปนี้

1. เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด ได้แก่ การใช้โทนสีแตกต่างจาก คู่แข่ง และใช้สีแตกต่างกันเพื่อบ่งแยกประเภทสินค้า (กรณีมีสินค้าหลากหลาย)
2. เพื่อการแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นของไทย ได้แก่ การใช้สีเบญจรงค์



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การออกแบบบรรจุกิจก์ของฝากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย ให้มีความพึงพอใจทั้งในด้านการใช้งานและด้านการตลาด มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุกิจก์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุกิจก์ทั้งในด้านการใช้งาน และในด้านการตลาด ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ตอนที่ 2 พัฒนารูปแบบบรรจุกิจก์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย ตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ทั้งในด้านการใช้งาน และการตลาด

ตอนที่ 3 ประเมินความพึงพอใจ ของบรรจุกิจก์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย รูปแบบใหม่ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น ทั้งในด้านการใช้งาน และการตลาด

โดยผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินงานวิจัยของแต่ละขั้นตอนในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3 การพัฒนาบรรจุกิจก์

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

โดยการกำหนดแหล่งที่มาของข้อมูลในการวิจัย เรื่อง “การออกแบบบรรจุกิจก์ของฝากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย” แบ่งตามขั้นตอนการศึกษาดังนี้

3.1.1 การศึกษาบรรจุกิจก์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

3.1.1.1 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายจำนวน 88 คน เป็นนักท่องเที่ยวต่างถิ่น จำนวน 48 คน เป็นคนในท้องถิ่น 40 คน ที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้ง จากร้านจำหน่ายสินค้าของฝากตลาดมหาชัย

3.1.1.2 ผู้จัดจำหน่ายสินค้าของฝาก

ผู้จำหน่ายสินค้าของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย จำนวน 3 ร้าน 3 ท่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.1.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ทั้งนักวิชาการและนักออกแบบ รวม 3 ท่าน ดังนี้

3.1.2.1 รองศาสตราจารย์นพคุณ นิสามณี

รองผู้อำนวยการฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ สำนักพัฒนาเทคโนโลยีอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

3.1.2.2 คุณกมลวรรณ สุนทรไพโรจน์

หัวหน้าแผนก 3 แผนกพัฒนาบรรจุภัณฑ์ บริษัท ยูเนี่ยน โฟรเซน โปรตักส์ จำกัด

3.1.2.3 คุณสินเทพ ปรกระมานนท์

ผู้จัดการส่วน 1 ส่วนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ บริษัท พรานทะเลกรุ๊ป จำกัด

3.1.3 การประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

3.1.3.1 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายจำนวน 88 คน เป็นนักท่องเที่ยวต่างชาติ จำนวน 48 คน เป็นคนไทยท้องถิ่น 40 คน ที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ปลาหมึกอบแห้ง จากร้านจำหน่ายสินค้าของฝากตลาดมหาชัย

3.1.3.2 ผู้จำหน่ายสินค้าของฝาก

ผู้จำหน่ายสินค้าของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย จำนวน 3 ร้าน 3 ท่าน

3.2 เครื่องมือในการวิจัย

ในการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาหมึกอบแห้งมหาชัยมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย ดังต่อไปนี้

3.2.1 การกำหนดลักษณะของเครื่องมือ

ลักษณะเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งตามขั้นตอน ดังนี้

3.2.1.1 การศึกษาบรรจุภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

1) แบบสอบถาม (กลุ่มเป้าหมาย)

เพื่อใช้สำหรับการศึกษาลักษณะทั่วไป และความต้องการในด้านต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย เป็นคำถามแบบตรวจสอบ (Check list)

ตอนที่ 2 สอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในการซื้อผลิตภัณฑ์ของฝากคุณลักษณะด้านต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์ของฝากที่ต้องการให้พัฒนาปรับปรุง เอกลักษณะท้องถิ่นมหาชัย ข้อมูลที่ต้องการลงบนบรรจุภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ ด้วยแบบประมาณ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้วยแบบประเมินค่า (Scale questions) คำถามแบบเรียงลำดับ (Rank questions) และแบบตรวจสอบ (Check list)

2) แบบสัมภาษณ์ (ผู้จำหน่าย)

เพื่อใช้สำหรับการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และความต้องการในด้านต่างๆ ของของผู้จำหน่าย โดยโดยใช้รูปแบบสัมภาษณ์แบบมาตรฐาน (Structured Interview) แบ่งเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นคำถามแบบเปิด (Open – ended items)

ตอนที่ 2 สอบถามข้อมูลด้านการตลาดของสินค้าของฝาก เป็นคำถามแบบเปิด (Open – ended items)

ตอนที่ 3 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของฝาก เป็นคำถามแบบเปิด (Open – ended items)

ตอนที่ 4 สอบถามความต้องการของผู้จำหน่ายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของฝาก เป็นคำถามแบบเปิด (Open – ended items)

3.2.1.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

แบบสอบถามประกอบแบบร่าง (สำหรับผู้เชี่ยวชาญ)

สอบถามความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ด้วยการพิจารณาประกอบแบบสเก็ต (Sketch Design) ของผลงานพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 ทางเลือก เพื่อใช้สรุปให้เหลือผลงาน 1 ทางเลือกโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 สอบถามความพึงพอใจของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งในด้านการใช้งานและในการตลาด ที่มีผลงานพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 ทางเลือก ตามแบบประเมินค่า

ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นเพื่อใช้ตัดสินใจเลือกผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหลือ 1 ทางเลือก ลักษณะคำถามเป็นแบบเรียงลำดับ และข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติมด้วยคำถามแบบเปิด

3.2.1.3 การประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

1) แบบสอบถาม (กลุ่มเป้าหมาย)

เครื่องมือในการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถามประกอบหุ่นจำลอง เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการพิจารณาประกอบหุ่นพิจารณา ของผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่หลังการพัฒนา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบตรวจ

ตอนที่ 2 สอบถามพึงพอใจทั้งในด้านการใช้งาน และในด้านการตลาด ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่หลังการพัฒนาปรับปรุงเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม ตามแบบประเมินค่า

2) แบบสอบถาม (ผู้จำหน่าย)

เครื่องมือในการประเมินความพึงพอใจใน คือ แบบสอบถามประกอบหุ่นจำลอง เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้จัดจำหน่าย ด้วยการพิจารณาประกอบหุ่นพิจารณา ของผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่หลังการพัฒนา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบตรวจ

ตอนที่ 2 สอบถามพึงพอใจทั้งในด้านการใช้งาน และในด้านการตลาด ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่หลังการพัฒนาปรับปรุงเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม ตามแบบประเมินค่า

3.2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือทั้งแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามก่อนการนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีวิธีการดำเนินงาน ดังนี้

3.2.2.1 หาคความเที่ยงตรง (Validity)

การหาความเที่ยงตรงของแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน

1) รองศาสตราจารย์สถาพร ตินุญมี ณ ชุมแพ

รองศาสตราจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2) ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง

อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3) ดร.อภิศักดิ์ สีนุรักษ์

หัวหน้าสาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

การหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถาม โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิเป็นผู้ตรวจแบบสอบถามพิจารณาความสอดคล้องของข้อความ โดยมีเกณฑ์ในการให้คะแนนดังนี้

- +1 คะแนน สำหรับข้อความที่สอดคล้องกับเนื้อหา
- 0 คะแนน สำหรับข้อความที่ไม่แน่ใจว่าสอดคล้องกับเนื้อหา
- 1 คะแนน สำหรับข้อความที่ไม่สอดคล้องกับเนื้อหา

การแปลผลข้อความ ข้อความที่มีค่ามากกว่า หรือเท่ากับ 0 คะแนน ($50\% \leq 0$) ถือว่าข้อความนั้นมีความตรงเชิงเนื้อหาสามารถนำไปใช้ได้

ผลของค่าความเที่ยงตรง ของเครื่องมือการวิจัย ดังนี้

ตารางที่ 3.1 ผลการหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ของแบบสอบถาม

ลำดับ	รายละเอียด	ระดับความเห็น			ผลคะแนน
		+1	0	-1	
1	การคุ้มครองสินค้าภายใน	///			1
2	การเป็นของฝากได้ไม่ต้องห่อซ้ำ	//	/		0.66
3	การถือหัว สะดวก		//	/	-0.33
4	แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	/	/	/	0
5	เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก	///			1
6	มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม	/	//		0.33
					0.532

3.2.2.2 การปรับปรุงแก้ไขเครื่องมือ

นำเครื่องมือมาปรับปรุงแก้ไขภายหลังการสอบถามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 ท่าน และอาจารย์ที่ปรึกษาสาหรณนิพนธ์ เพื่อแก้ไขปรับปรุงให้เหมาะสมกับงานวิจัยในครั้งนี้

3.3 การพัฒนาบรรจุกณ์ท์

3.3.1 การสร้างแนวคิดในการออกแบบ

นำผลสรุปของการศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุกณ์ท์ให้มีความพึงพอใจ ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายมาใช้ในการกำหนดแนวคิดในการออกแบบบรรจุกณ์ท์จำนวน 3 ทางเลือก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.1 บรรจุภัณฑ์ของฝักปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

โดยการกำหนดแนวทางการออกแบบของแต่ละทางเลือกให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย ว่าต้องการซื้อเพื่อนำไปฝากบุคคลกลุ่มใด และผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าเพื่อนำไปฝากบุคคลกลุ่มนั้น มีรสนิยมและความต้องการให้พัฒนาปรับปรุงคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ด้านต่างๆ ในระดับใด

3.3.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

โดยแบ่งงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. การออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์

เป็นการกำหนดลักษณะ รูปทรง ขนาด การเลือกใช้วัสดุ และรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นเพื่อสนองการใช้งานในด้านต่าง ได้แก่ ประสิทธิภาพในการคุ้มครองรักษาสินค้าภายใน, อำนวยความสะดวกในการหิ้วถือ นำพา, มอบเป็นของฝาก และสามารถตรวจสอบสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ได้

2. การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

เป็นการใช้รูปภาพ สี สัน ลวดลาย ตราสัญลักษณ์ และข้อมูลต่างๆ ที่เป็นตัวอักษร นำมาจัดองค์ประกอบ (Composition) โดยมุ่งเน้นเพื่อสนองประโยชน์ทางการตลาดในด้านต่างๆ ได้แก่ แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น, สร้างความทรงจำ น่าประทับใจ, สื่อถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัด, แสดงถึงการมีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม เช่น เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

3.3.3 การประเมินและพัฒนาผลงานบรรจุภัณฑ์

การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์สรุปผล นำผลที่ได้เป็นข้อมูลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้ประกอบการประเมินความพึงพอใจทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด จำนวน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3 แนวทาง เพื่อสรุปให้เหลือ 1 ทางเลือกแล้ว และการปรับปรุงแก้ไขตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ

3.3.4 สร้างบรรจุกณ์ต์ต้นแบบ

นำไปผลงานที่ผ่านการพัฒนาขั้นสุดท้าย ไปสร้างบรรจุกณ์ต์ต้นแบบ เพื่อใช้ในการประเมินความพึงพอใจการใช้งาน และการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย และผู้จำหน่ายทั้งในด้านการใช้งาน และในด้านการตลาด

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งวิธีดำเนินงานในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

3.4.1 ขั้นตอนในการศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุกณ์ต์

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินงานดังนี้

3.4.1.1 สอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายจำนวน 88 คน เป็นนักท่องเที่ยวดำรงถิ่น จำนวน 48 คน เป็นคนในท้องถิ่น 40 คน ที่สนใจซื้อผลิตภัณฑ์ปลาหมึกอบแห้ง จากร้านจำหน่ายสินค้าของฝากตลาดมหาชัย โดยการใช้แบบสอบถาม

3.4.1.2 สัมภาษณ์ผู้จำหน่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้ง จำนวน 3 ร้าน 3 ท่านบรรจุกณ์ต์โดยการใช้แบบสัมภาษณ์

3.4.2 ขั้นตอนในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบบรรจุกณ์ต์

ประเมินความพึงพอใจของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ด้วยการพิจารณาประกอบหุ่นจำลองของผลงานพัฒนาบรรจุกณ์ต์ทั้ง 3 ทางเลือก เพื่อใช้สรุปให้เหลือผลงาน 1 ทางเลือก โดยการใช้แบบสอบถามประกอบแบบร่าง (Sketch Design) ได้แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 สอบถามความพึงพอใจของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ที่มีผลงานพัฒนาบรรจุกณ์ต์ทั้งทั้ง 3 ทางเลือก ตามแบบประเมินค่า

ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นเพื่อใช้ตัดสินผลงานการออกแบบบรรจุกณ์ต์ให้เหลือ 1 ทางเลือก ลักษณะคำถามเป็นแบบเรียงลำดับ และข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติมด้วยคำถามแบบเปิด

3.4.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของบรรจุกณ์ต์

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการดำเนินงาน การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย และผู้จัดจำหน่าย แบบสอบถามประกอบหุ่นจำลอง

การประเมินความพึงพอใจของผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้ง มหาชัย จำนวน 3 ร้าน 3 คน และกลุ่มเป้าหมายจำนวน 88 คน โดยเป็นคนที่อยู่ในท้องถิ่น จำนวน 40 คน นอกท้องถิ่น จำนวน 48 คน ทั้งในด้านการใช้งาน และในด้านการตลาด

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย มีรูปแบบการใช้สถิติและการแปรผลข้อมูล แบ่งออกเป็นกลุ่มตามขั้นตอนการศึกษาวิจัยทั้ง 3 ขั้นตอน ดังนี้

3.5.1 ขั้นตอนศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์

วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

3.5.1.1 นำผลข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย รวมทั้งนักท้องถิ่น และคนในท้องถิ่น มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย แล้วนำมาแปรผล โดยการบรรยาย โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบจากระดับความต้องการ 5 ระดับ คือ มากที่สุด, มาก, ปานกลาง, น้อย และน้อยที่สุด ใช้การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้โดยให้

4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง มาก

2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง น้อย

1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

3.5.1.2 การนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายเกี่ยวกับสภาพทางการตลาดของสินค้าของฝาก ผลิตภัณฑ์ของฝาก บรรจุภัณฑ์ของฝาก และความต้องการของผู้จำหน่ายมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย สรุป และแปรผลโดยการบรรยาย

3.5.2 ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์

วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

การนำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญเพื่อการประเมินผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 ทางเลือกมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปรผลโดยการบรรยาย

โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบจากระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ใช้การแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ย ดังนี้

4.50-5.00 หมายถึง มากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง มาก

2.50-3.49 หมายถึง ปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง น้อย

1.00-1.49 หมายถึง น้อยที่สุด

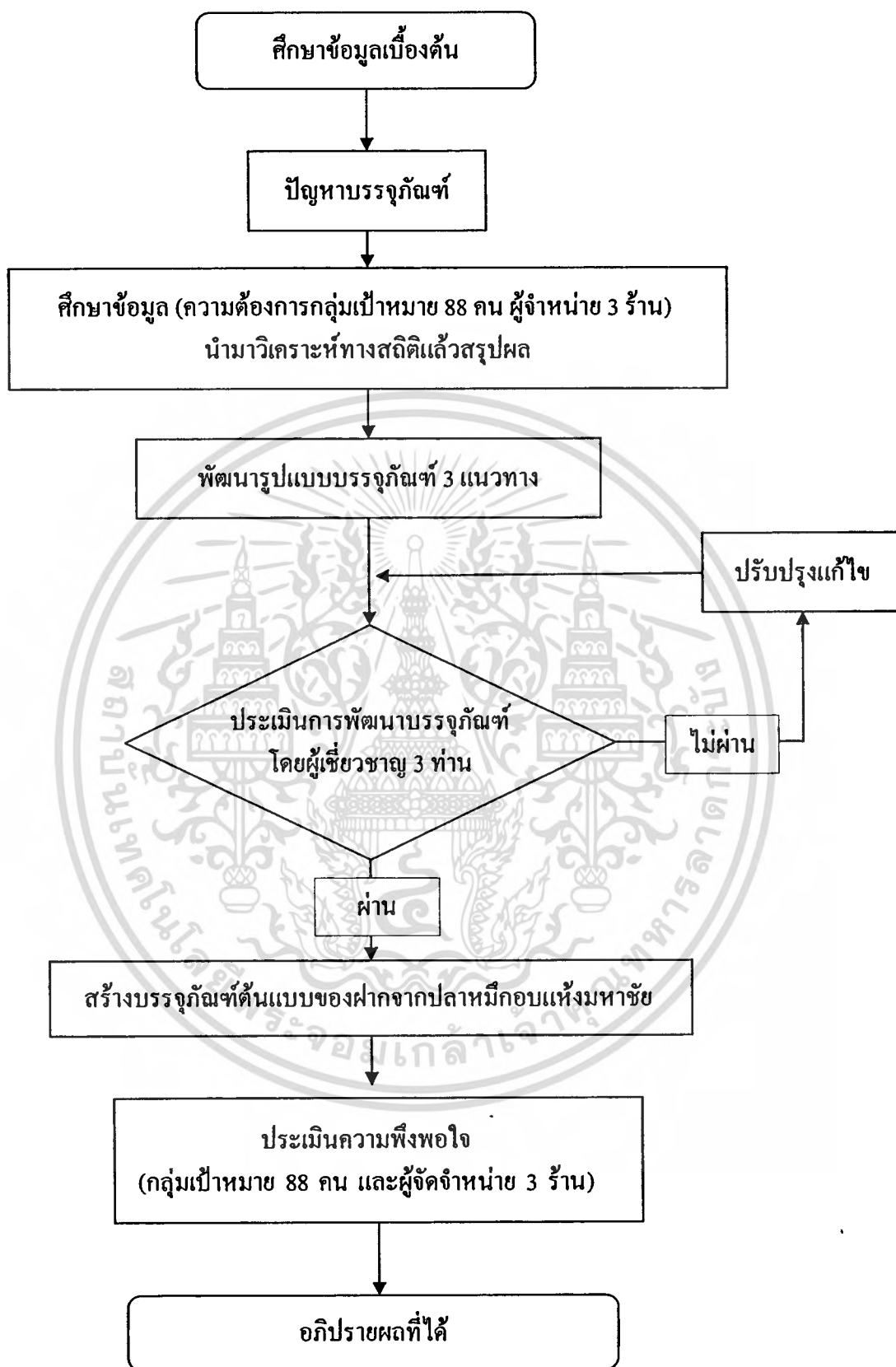
3.5.3 ขั้นตอนการประเมินบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่

วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่หลังการพัฒนาของกลุ่มเป้าหมายและผู้จำหน่าย มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปรผลโดยการบรรยาย



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.2 ขั้นตอนการออกแบบบรรทัดฐานของฝากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการดำเนินงานออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณลักษณะของสินค้า และตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ดำเนินงานดังนี้

1. สัมภาษณ์ผู้จัดจำหน่ายสินค้าของฝาก รวม 3 ร้าน 3 ท่าน
2. สอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 88 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวต่างถิ่น 48 คน และคนในท้องถิ่น 40 คน เป็นผู้ที่ให้ความสนใจซื้อสินค้าของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

ขั้นตอนที่ 2 การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย ดำเนินงานดังนี้

1. พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ 3 แนวทาง ให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และผู้จัดจำหน่าย ตามผลสรุปแนวทางการพัฒนา
2. สอบถามความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ทั้งที่เป็นนักออกแบบ และนักวิชาการ เพื่อประเมินผลงานหลังพัฒนา ใน 3 ทางเลือก โดยพิจารณาประกอบแบบร่าง (Sketch Design)

ขั้นตอนที่ 3 ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย และผู้จัดจำหน่าย ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์หลังการพัฒนา ดำเนินงานดังนี้

1. โดยการสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 88 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยว 48 คน เป็นคนท้องถิ่น 40 คน เพื่อประเมินประเมินผลบรรจุภัณฑ์หลังการพัฒนาแล้ว โดยพิจารณาประกอบแบบหุ่นจำลอง (Photo Type)
2. โดยการสอบถามความพึงพอใจผู้จัดจำหน่าย จำนวน 3 ร้าน 3 ท่าน เพื่อประเมินประเมินผลบรรจุภัณฑ์งานหลังการพัฒนาแล้ว โดยพิจารณาประกอบแบบหุ่นจำลอง (Photo Type)

4.1 ผลการวิเคราะห์การศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณลักษณะของสินค้า และตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ดำเนินงานดังนี้

4.1.1 สัมภาษณ์ผู้จัดจำหน่ายสินค้าของฝาก รวม 3 ร้าน 3 ท่าน เพื่อเก็บข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย (แบบเดิม)



ภาพที่ 4.2 ลักษณะการจำหน่ายสินค้าของฝาก และอาหารแห้ง

ผู้จัดจำหน่ายทั้ง 3 ร้านมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันคือ ต้องการบรรจุภัณฑ์ที่ปกป้องสินค้าภายในได้ และสินค้าของฝากไม่ได้ผลิตเอง

4.1.2 สอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 88 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวต่างถิ่น 48 คน และคนในท้องถิ่น 40 คน เป็นผู้ที่ให้ความสนใจซื้อสินค้าของฝาก

4.1.2.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 88 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวต่างถิ่น 48 คน และคนในท้องถิ่น 40 คน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง)

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม		สถานะภาพ				รวมทั้งหมด	
		คนในท้องถิ่น		นักท่องเที่ยว			
		ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	12	30%	14	29%	26	29.5%
	หญิง	28	70%	34	71%	62	70.5%
อายุ	น้อยกว่า 25 ปี	18	45%	16	33.3%	34	38.6%
	26-35 ปี	14	35%	32	66.6%	46	52.2%
	36-45 ปี	2	5%	4	8.3%	6	6.8%
	46-55 ปี	-	-	-	-	-	-
	มากกว่า 56 ปี	2	5%	-	-	2	2.2%
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	8	20%	2	4.1%	10	11.3%
	ราชการ / รัฐวิสาหกิจ	2	5%	2	4.1%	4	4.5%
	พนักงานบริษัท	22	55%	44	91.6%	66	75%
	ธุรกิจส่วนตัว	4	10%	-	-	4	4.5%
	อื่นๆ	4	10%	-	-	4	4.5%
รายได้ / เดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	18	45%	12	25%	30	34%
	10,001 – 20,000 บาท	14	35%	22	45.8%	36	40%
	20,001 – 30,000 บาท	8	20%	12	25%	20	18%
	มากกว่า 30,001 บาท	-	-	2	5%	2	6.8%
การศึกษา	ม.6 หรือต่ำกว่า	22	55%	12	29%	34	39%
	อนุปริญญา (ปวส.)	2	5%	-	-	2	2%
	ปริญญาตรี	16	40%	30	62%	46	52%
	สูงกว่าปริญญาตรี	-	-	6	%	6	7%

จากตารางที่ 4.1 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายคือ มีเพศหญิงมาก (70.5%) กว่าเพศชายกว่า (29.5%) อายุส่วนใหญ่ไม่เกิน 35 ปี (90.8%) มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนกว่า (75%) มีรายได้ระดับปานกลาง (10,000-20,000 บาท/เดือน) และส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (52%) (เป็นที่น่าสังเกตคนในพื้นที่ส่วนใหญ่จบการศึกษาต่ำกว่า ม.6 (55%) ส่วนนักท่องเที่ยวจบการศึกษา ระดับปริญญาตรี (62%))

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.2 คุณลักษณะของบรรจุกัญท์ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนามากที่สุด

แบ่งตามสถานภาพ

ตารางที่ 4.2 คุณลักษณะของบรรจุกัญท์ที่ต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามสถานภาพ

คุณลักษณะบรรจุกัญท์	สถานภาพ					
	คนในท้องถิ่น		นักท่องเที่ยว		รวมทั้งหมด	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ด้านการใช้งาน						
1. การคุ้มครองสินค้าภายใน	170	85%	220	91.66%	390	88.63%
2. การเป็นของฝากได้ไม่ต้องห่อซ้ำ	160	80%	212	88.33%	372	84.55%
ด้านการตลาด						
1. แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	160	80%	194	80.83%	354	80.45%
2. เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก	156	78%	200	83.33%	356	80.9%
3. มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม	144	72%	200	83.33%	344	78.18%
รวม	200	100%	240	100%	440	100%

จากตารางที่ 4.2 กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนาด้านการคุ้มครองสินค้าภายใน มากที่สุด (88.63%) ต้องการให้มีภาพลักษณ์รับผิดชอบต่อสังคมภายใน น้อยที่สุด (78.18%)

4.1.2.3 คุณลักษณะของบรรจุกัญท์ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามเพศ

ตารางที่ 4.3 คุณลักษณะของบรรจุกัญท์ที่ต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามเพศ

คุณลักษณะบรรจุกัญท์	เพศ					
	ชาย		หญิง		รวมทั้งหมด	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ด้านการใช้งาน						
1. การคุ้มครองสินค้าภายใน	116	89.2%	282	90.1%	398	90.4%
2. การเป็นของฝากได้ไม่ต้องห่อซ้ำ	110	84.6%	274	88.3%	285	64.7%
ด้านการตลาด						
1. แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	110	84.6%	264	85.1%	378	85.9%
2. เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก	112	86.1%	268	86.4%	380	86.3%
3. มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม	112	86.1%	260	83.8%	372	84.5%
รวม	130	100%	310	100%	440	100%

จากตารางที่ 4.3 กลุ่มเป้าหมายเพศชายและหญิง ต้องการให้พัฒนาด้านการคุ้มครองสินค้า

ภายใน มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 89.2% และ 90% ตามลำดับ) เท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.1.2.4 คุณลักษณะของบรรจุกิจที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนามากที่สุด

แบ่งตามอายุ

ตารางที่ 4.4 คุณลักษณะของบรรจุกิจที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามช่วงอายุ

คุณลักษณะบรรจุกิจ	ช่วงอายุ									
	น้อยกว่า 25 ปี		26-35 ปี		36-45 ปี		46-55 ปี		มากกว่า 55 ปี	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ด้านการใช้งาน										
1. การคุ้มครองสินค้าภายใน	152	89.4%	200	86.9%	28	93.3%	-	-	8	80%
2. การเป็นของฝากได้ไม่ต้องห่อหุ้ม	146	85.9%	194	84.3%	28	93.3%	-	-	8	80%
ด้านการตลาด										
1. แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	150	88.2%	178	77.3%	28	93.3%	-	-	6	80%
2. เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก	144	84.7%	182	79.1%	28	93.3%	-	-	6	80%
3. มีภาพลักษณ์รับผิดชอบต่อสังคม	134	78.8%	178	77.3%	28	93.3%	-	-	6	80%
รวม	170	100%	230	100%	30	100%	-	-	10	100%

จากตารางที่ 4.4 กลุ่มเป้าหมายที่มีช่วงอายุ 36-45 ปี ต้องการให้พัฒนาในทุกด้าน มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 93.3%) กลุ่มเป้าหมายที่มีช่วงอายุน้อยกว่า 25 ปี ต้องการให้มีภาพลักษณ์รับผิดชอบต่อสังคมภายใน น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 79.1%)

4.1.2.5 คุณลักษณะของบรรจุกิจที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนามากที่สุด

แบ่งตามอาชีพ

ตารางที่ 4.5 คุณลักษณะของบรรจุกิจที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามอาชีพ

คุณลักษณะบรรจุกิจ	อาชีพ									
	นักเรียน		รับราชการ		บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ด้านการใช้งาน										
1. การคุ้มครองสินค้าภายใน	44	88%	18	90%	298	90.3%	16	80%	12	60%
2. การเป็นของฝากได้ไม่ต้องห่อหุ้ม	38	76%	18	90%	286	86.6%	18	90%	14	70%

เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินของสำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ นครเชียงใหม่ ไม่อนุญาตให้เผยแพร่โดยไม่ขออนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

คุณลักษณะบรรจุกณฑ์	อาชีพ									
	นักเรียน		รับราชการ		บริษัทเอกชน		ธุรกิจส่วนตัว		อื่นๆ	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ด้านการตลาด										
1. แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	48	96%	18	90%	286	86.6%	14	70%	16	80%
2. เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก	42	84%	18	90%	278	84.2%	14	70%	14	70%
3. มีภาพลักษณ์รับผิดชอบต่อสังคม	38	76%	18	90%	270	81.8%	18	90%	12	60%
รวม	50	100%	20	100%	330	100%	20	100%	20	100%

จากตารางที่ 4.5 กลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพเป็นนักเรียนนักเรียน/นักศึกษา ต้องการให้พัฒนาด้านการแสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 96%) กลุ่มเป้าหมายที่มีอาชีพอื่นๆ (แม่บ้าน) ต้องการให้มีภาพลักษณ์รับผิดชอบต่อสังคมภายใน น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 60%)

4.1.2.6 คุณลักษณะของบรรจุกณฑ์ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามรายได้

ตารางที่ 4.6 คุณลักษณะของบรรจุกณฑ์ที่ต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามรายได้

คุณลักษณะบรรจุกณฑ์	รายได้							
	ต่ำกว่า 10,000 บาท		10,001-20,000 บาท		20,001-30,000 บาท		มากกว่า 30,001 บาท	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ด้านการใช้งาน								
1. การคุ้มครองสินค้าภายใน	122	81.3%	150	83.3%	96	96%	10	100%
2. การเป็นของฝากได้ไม่ต้องห่อหุ้ม	120	80%	152	84.4%	86	86%	10	100%
ด้านการตลาด								
1. แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	122	81.3%	144	80%	78	78%	10	100%
2. เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก	118	78.6%	146	81.1%	82	82%	10	100%
3. มีภาพลักษณ์รับผิดชอบต่อสังคม	114	96%	146	81.1%	80	80%	10	100%
รวม	150	100%	180	100%	100	100%	10	100%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.6 กลุ่มเป้าหมายที่มีรายได้มากกว่า 30,001 บาท/เดือน ต้องการให้พัฒนาในทุกคุณลักษณะ มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 100%)

4.1.2.7 คุณลักษณะของบรรจุกิจภัณฑ์ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามระดับการศึกษา

ตารางที่ 4.7 คุณลักษณะของบรรจุกิจภัณฑ์ที่ต้องการให้พัฒนามากที่สุด แบ่งตามระดับการศึกษา

คุณลักษณะบรรจุกิจภัณฑ์	ช่วงอายุ							
	ต่ำกว่า 6		อนุปริญญาหรือปวส.		ปริญญาตรี		สูงกว่าปริญญาตรี	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ด้านการใช้งาน								
1. การคุ้มครองสินค้าภายใน	150	88.2%	10	100%	212	88.3%	18	90%
2. การเป็นของฝากได้ ไม่ต้องห่อหุ้ม	144	84.7%	10	100%	202	84.1%	16	80%
ด้านการตลาด								
1. แสดงถึงเอกลักษณ์ ท้องถิ่น	144	84.7%	8	80%	196	81.6%	14	70%
2. เหมาะสำหรับเป็นสินค้า ของฝาก	144	84.7%	8	80%	198	82.5%	16	80%
3. มีภาพลักษณ์รับผิดชอบ ต่อสังคม	142	83.5%	8	80%	190	79.1%	14	70%
รวม	170	100%	10	100%	240	100%	20	100%

จากตารางที่ 4.7 กลุ่มเป้าหมายที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ต้องการให้พัฒนาด้านการคุ้มครองสินค้าภายใน มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 88.3%) กลุ่มเป้าหมายที่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี ต้องการให้มีภาพลักษณ์รับผิดชอบต่อสังคมภายใน น้อยที่สุด (ค่าเฉลี่ย 79.1%)

4.1.2.8 คุณลักษณะของบรรจุกิจภัณฑ์และสินค้าที่กลุ่มเป้าหมายต้องการมากที่สุด แบ่งตามเพศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 ความต้องการคุณลักษณะของบรรจุกฎเกณฑ์และสินค้าที่กลุ่มเป้าหมาย

ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย		กลุ่มเป้าหมาย	
		ความถี่	ร้อยละ
บุคคลที่จะซื้อของฝากไปฝาก	ฝากครอบครัว	58	65.9%
	ฝากญาติพี่น้อง	8	9%
	ฝากเพื่อนๆ	2	2.2%
	ฝากลูกน้อง	6	6.8%
	ฝากหัวหน้างาน	14	15.9%
ชนิดสินค้าที่ต้องการเป็นของฝาก	ปลาหมึกอบกรอบมัน	40	45.4%
	ปลาหมึกอบกรอบแผ่น	38	43%
	ปลาหมึกอบกรอบชิ้น	10	11.3%
สิ่งใดสื่อถึงความเป็นมหาชัยมากที่สุด	อาหารทะเล	50	56.8%
	ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง	6	6.8%
	เรือสำเภาจีน, ทำเงิน	18	20.4%
	มหาชัยเมืองใหม่	1	1.1%
	พันท้ายนรสิงห์	13	14.7%
ข้อมูลที่ต้องการปรากฏบนบรรจุกฎเกณฑ์	ข้อมูลเกี่ยวกับวิถีชีวิตปลาหมึก	30	34%
	เรื่องเล่าที่เป็นตำนานของมหาชัย เช่น เรือสำเภา, พันท้ายนรสิงห์	12	13.6%
	คำแนะนำการรับประทาน	6	6.8%
	ประวัติจังหวัดสมุทรสาคร	12	13.6%
	ข้อมูลโภชนาการ	28	31.8%

จากตารางที่ 4.8 แสดงความต้องการให้พัฒนาบรรจุกฎเกณฑ์ในด้านต่างๆ ดังนี้

- บุคคลที่จะซื้อของฝากไปฝาก ฝากครอบครัว กลุ่มเป้าหมายต้องการซื้อไปฝากมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 65.9%)
- ชนิดสินค้าที่ต้องการเป็นของฝาก ปลาหมึกอบมัน เป็นสินค้าที่กลุ่มเป้าหมายต้องการซื้อไปฝากมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 45.4%)
- สิ่งใดสื่อถึงความเป็นมหาชัยมากที่สุด อาหารทะเล เป็นสิ่งที่กลุ่มเป้าหมายนึกถึงมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 56.8%)
- ข้อมูลที่ต้องการปรากฏบนบรรจุกฎเกณฑ์ คำแนะนำในการรับประทาน เป็นข้อมูลที่กลุ่มเป้าหมายต้องการให้ปรากฏบนบรรจุกฎเกณฑ์มากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 34%)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

จากผลสรุปการวิเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใน ตอนที่ 1 มาใช้ในการสรุปเป็นแนวคิดเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้ง ให้มีความพึงพอใจตามขั้นตอนการทำงานดังนี้

4.2.1 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 3 แนวทางให้มีคุณลักษณะตามผลการวิเคราะห์ในตอนต้นที่ 1 ดังนี้



ภาพที่ 4.3 แนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาปลาหมึกอบแห้งมหาชัย 3 แนวทาง

ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ในแนวทางที่ 1

ออกแบบโครงสร้างให้มีรูปทรงเป็นรูปคล้ายเรือสำเภาจีน และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับปลาหมึกและแม่น้ำท่าจีน มีการปกป้องสินค้าภายใน เหมาะเป็นของฝาก

ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ในแนวทางที่ 2

ออกแบบให้มีการใช้ประโยชน์จากรูปแบบบรรจุภัณฑ์ได้อย่างคุ้มค่าและประหยัดที่สุด สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เป็นเรือสำเภาจีน และเรื่องราวเกี่ยวกับปลาหมึก มีการปกป้องสินค้าภายในไม่ให้แตกหักได้สมบูรณ์ เหมาะเป็นของฝาก

ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ในแนวทางที่ 3

ออกแบบให้มีการใช้ประโยชน์จากรูปแบบบรรจุภัณฑ์ได้อย่างคุ้มค่าและประหยัด สามารถแขวน และมองเห็นได้เด่นเมื่อวางบนชั้นวางสินค้า กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เป็นเรือสำเภาจีน และเรื่องราวเกี่ยวกับปลาหมึก มีการปกป้องสินค้าภายในไม่ให้แตกหักได้สมบูรณ์

4.2.2 การจัดลำดับความพึงพอใจ ด้านคุณลักษณะของบรรจุกณ์ท์ ทั้ง 3 ดังนี้

ตารางที่ 4.9 การจัดลำดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญ ด้านคุณลักษณะของบรรจุกณ์ท์

คุณลักษณะของบรรจุกณ์ท์	ระดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญ				
	แนวทางที่ 1 ความถี่	แนวทางที่ 2 ความถี่	แนวทางที่ 3 ความถี่	รวมข้อมูล	
				เฉลี่ย	ร้อยละ
ด้านการใช้งาน					
1. การคุ้มครองสินค้าภายใน	9	14	11	11.33	75.55%
2. การเป็นของฝากได้ไม่ต้องห่อซ้ำ	13	13	9	11.66	77.77%
ด้านการตลาด					
1. แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	13	13	7	11	73.33%
2. เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก	8	13	6	9	60%
3. มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม	7	9	8	8	53.33%
เฉลี่ย	10	12.4	8.2		
ร้อยละ	66.66%	82.66%	54.66%		

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่าผลงานการพัฒนาแนวทางที่ 2 ถูกเลือกเป็นลำดับแรกโดยผู้เชี่ยวชาญมากที่สุด คะแนนรวม 62 คะแนน (82.66%) รองลงมาคือแนวทางการพัฒนาที่ 1 (66.66%) และแนวทางการพัฒนาที่ 3 ตาม (54.66%)

คุณลักษณะที่พัฒนามากที่สุด คือ การเป็นของฝากได้ไม่ต้องห่อซ้ำ ได้คะแนนมากที่สุดคือ 35 (77.77%)

4.2.3 การประเมินภาพรวมของบรรจุกณ์ท์ สรุบบแบบเพื่อประเมินความพึงพอใจ

ตารางที่ 4.10 การจัดลำดับความพึงพอใจในภาพรวมของผลงานการพัฒนาบรรจุกณ์ท์ของผู้เชี่ยวชาญ

แนวทางการพัฒนา	ความพึงพอใจภาพรวมของผู้เชี่ยวชาญ		
	แนวทางที่ 1	แนวทางที่ 2	แนวทางที่ 3
ผู้เชี่ยวชาญ 1	1	2	3
ผู้เชี่ยวชาญ 2	2	3	1
ผู้เชี่ยวชาญ 3	2	3	1
รวม	5	8	5

จากตารางที่ 4.10 แสดงให้เห็นว่าผลงานการพัฒนาแนวทางที่ 2 ถูกเลือกเป็นลำดับแรกโดยผู้เชี่ยวชาญมากที่สุด คะแนนรวม 8 คะแนน รองลงมาคือแนวทางการพัฒนาที่ 1 และ 3 ได้คะแนนเท่ากัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้นจึงเลือกนำผลงานในแนวทางที่ 2 ไปพัฒนาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ก่อนนำไปพัฒนาให้กลุ่มเป้าหมายและผู้จัดจำหน่ายประเมินความพึงพอใจต่อไป

4.3 ผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย และผู้จัดจำหน่าย ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์หลังการพัฒนา ดำเนินงานดังนี้

4.3.1 ผลสรุประดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย หมายดังนี้

การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 88 คน เป็นคนในพื้นที่ 40 คน นักท่องเที่ยว 48 คน ปรากฏผลดังนี้

4.3.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ของกลุ่มเป้าหมาย

ตารางที่ 4.11 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง)

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม		สถานะภาพ				รวมทั้งหมด	
		คนในท้องถิ่น		นักท่องเที่ยว			
		ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	12	30%	15	31.25%	27	30.7%
	หญิง	28	70%	33	68.75%	61	69.3%
อายุ	น้อยกว่า 25 ปี	18	45%	15	31.25%	33	37.5%
	26-35 ปี	15	37.5%	26	54.16%	41	46.6%
	36-45 ปี	5	12.5%	6	12.5%	11	12.5%
	46-55 ปี	1	2.5%	1	2%	2	2.27%
	มากกว่า 56 ปี	1	2.5%	-	-	1	1.13%
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	7	17.5%	1	2%	8	9.1%
	ราชการ / รัฐวิสาหกิจ	2	5%	2	4%	4	4.54%
	พนักงานบริษัท	25	62.5%	42	87.5%	67	76.4%
	ธุรกิจส่วนตัว	4	10%	2	4%	6	6.8%
	อื่นๆ	2	5%	1	2%	3	3.4%
รายได้ / เดือน	ต่ำกว่า 10,000 บาท	15	37.5%	12	25%	27	30.68%
	10,001 – 20,000 บาท	18	45%	20	41.66%	38	43.18%
	20,001 – 30,000 บาท	4	10%	12	25%	16	18.18%
	มากกว่า 30,001 บาท	3	7.5%	4	8.33%	7	7.95%
การศึกษา	ม.6 หรือต่ำกว่า	26	65%	12	25%	38	43.2%
	อนุปริญญา (ปวส.)	1	2.5%	1	2.5%	2	2.27%
	ปริญญาตรี	12	30%	30	62.5%	42	47.7%
	สูงกว่าปริญญาตรี	1	2.5%	5	10%	6	6.8%

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของงานวิจัยของคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.11 ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายคือ มีเพศหญิงมาก (69%) กว่าเพศชายกว่า (31%) อายุส่วนใหญ่ไม่เกิน 35 ปี (84%) มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนกว่า (76%) มีรายได้ระดับปานกลาง (10,000-20,000 บาท/เดือน) และส่วนใหญ่จบการศึกษาในระดับปริญญาตรีซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวน (62%) (ส่วนคนในพื้นที่ส่วนใหญ่จบการศึกษาค่ากว่า ม.6 (65%))

4.3.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสอบถามความพึงพอใจในผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ในแนวทางที่ 2 ของกลุ่มเป้าหมาย ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ มีผลดังนี้

ตารางที่ 4.12 การประเมินระดับความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายในแนวทางที่ 2

คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจของผลงานการพัฒนาแนวทางที่ 2								
	คนในท้องถิ่น			นักท่องเที่ยว			รวมทั้งหมด		
	Mean	SD	แปรผล	Mean	SD	แปรผล	Mean	SD	แปรผล
ด้านการใช้งาน									
1. การคุ้มครองสินค้าภายใน	4.58	0.59	มากที่สุด	4	1.53	มากที่สุด	4.32	2.19	มากที่สุด
2. การเป็นของฝากได้ไม่ต้องห่อซ้ำ	4.37	0.17	มากที่สุด	4	0.51	มากที่สุด	4.20	0.74	มากที่สุด
ด้านการตลาด									
1. แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	2.7	1.32	ปานกลาง	3	0.51	มาก	2.84	2.70	ปานกลาง
2. เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก	2	0.80	ปานกลาง	2.5	2.76	ปานกลาง	2.27	3.07	ปานกลาง
3. มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม	1.87	0.56	น้อย	1.25	2.00	น้อย	1.59	1.06	น้อย

จากตาราง ที่ 4.12 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจในผลงานออกแบบในแนวทางที่ 2 ในด้านต่างๆ ดังนี้

4.3.1.2.1 ความคิดเห็นของคนในพื้นที่ เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย

การคุ้มครองสินค้าภายใน มีความพึงพอใจมากที่สุด การเป็นสินค้าของฝากได้โดยไม่ต้องห่อซ้ำ มีความพึงพอใจมากที่สุด, แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น มีความพึงพอใจปานกลาง, เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก มีความพึงพอใจปานกลาง, มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม มีความพึงพอใจน้อย

4.3.1.2.2 ความคิดเห็นของคนในพื้นที่ เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย

การคุ้มครองสินค้าภายใน มีความพึงพอใจมากที่สุด, การเป็นสินค้าของฝากได้โดยไม่ต้องห่อซ้ำ มีความพึงพอใจมากที่สุด, แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น มีความพึงพอใจมาก, เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก มีความพึงพอใจน้อย, มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม มีความพึงพอใจน้อย

4.3.1.2.3 ความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด เรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย

การคุ้มครองสินค้าภายใน มีความพึงพอใจมากที่สุด, การเป็นสินค้าของฝากได้โดยไม่ต้องห่อซ้ำ มีความพึงพอใจมากที่สุด, แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น มีความพึงพอใจปานกลาง, เหมาะ

สำหรับเป็นสินค้าของฝาก มีความพึงพอใจปานกลาง, มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม มีความพึงพอใจน้อย

4.3.2 ผลสรุประดับความพึงพอใจของผู้จัดจำหน่ายดังนี้

การประเมินความพึงพอใจของผู้จำหน่าย จำนวน 3 ท่าน 3 ร้านจำหน่าย

ตารางที่ 4.13 การประเมินระดับความพึงพอใจของผู้จำหน่ายในแนวทางที่ 2

คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจของผลงานการพัฒนาแนวทางที่ 2					
	ร้านที่ 1	ร้านที่ 2	ร้านที่ 3	รวมทั้งหมด		
				เฉลี่ย	ร้อยละ	แปรผล
ด้านการใช้งาน						
1. การคุ้มครองสินค้าภายใน	5	5	5	5	100%	มากที่สุด
2. การเป็นของฝากได้ไม่ต้องห่อซ้ำ	5	5	5	5	100%	มากที่สุด
ด้านการตลาด						
1. แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น	5	5	5	5	100%	มากที่สุด
2. เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก	5	5	5	5	100%	มากที่สุด
3. มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม	3	5	3	3.66	73.2%	มาก

จากตาราง ที่ 4.13 แสดงให้เห็นว่าผู้จำหน่ายมีความพึงพอใจในผลงานออกแบบในแนวทางที่ 2 ในด้านต่างๆ ดังนี้

การคุ้มครองสินค้าภายใน มีความพึงพอใจมากที่สุด (100%) การเป็นสินค้าของฝากได้โดยไม่ต้องห่อซ้ำ มีความพึงพอใจมากที่สุด (100%) แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น มีความพึงพอใจมากที่สุด (100%) เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก มีความพึงพอใจมากที่สุด (100%) มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม มีความพึงพอใจมาก (73.2%)



ภาพที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่หลังการพัฒนา และผ่านการประเมินความพึงพอใจแล้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย ผู้วิจัยได้นำเสนอ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์

5.1.2 แหล่งที่มาของข้อมูล

5.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1.6 ผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.1.1.1 เพื่อศึกษาบรรจุภัณฑ์ของฝาปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

5.1.1.2 เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

5.1.1.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ของฝาปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

5.1.2 แหล่งที่มาของข้อมูล

โดยกำหนดแหล่งที่มาของข้อมูลแบ่งตามขั้นตอนการวิจัยดังนี้

5.1.2.1 ขั้นตอนในการศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1) เป็นกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 88 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวดำรงถิ่น 48 คน และคนในท้องถิ่น 40 คน เป็นผู้ที่ให้ความสนใจซื้อสินค้าของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

2) เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าของฝา รวม 3 ร้าน 3 ท่าน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 5.1 ร้านที่ 1 คุณธีรวุฒิ หอึงเมนนาค พนักงานขายและเจ้าของร้านเดือน



ภาพที่ 5.2 ร้านที่ 2 คุณสุมาลี ลักษณะสุขโสภณ พนักงานขายและเจ้าของร้านแม่ทองใบ

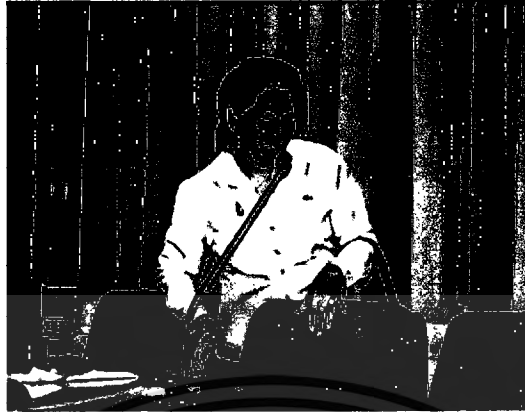


ภาพที่ 5.3 ร้านที่ 3 คุณกฤษณะ วิสุทธิวานนท์ พนักงานขายร้านชนันชัย อาหารทะเล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2.2 ขั้นตอนในการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์

- 1) เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นนักวิชาการ จำนวน 1 ท่าน



ภาพที่ 5.4 ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ รศ.นพคุณ นิตามณี (นักวิชาการ)

- 2) เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เป็นนักออกแบบ จำนวน 2 ท่าน



ภาพที่ 5.5 คุณกมลวรรณ สุนทร ไพโรจน์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (เทคโนโลยีการบรรจุ)



ภาพที่ 5.6 คุณสินเทพ ประกะมานนท์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ (การออกแบบกราฟิก)

เอกสารนี้เป็นเอกสารลิขสิทธิ์ของ บริษัท อีกรีน จำกัด หากท่านใดต้องการนำเอกสารนี้ไปใช้โดยไม่ได้รับอนุญาต
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.1.2.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจบรรณารักษ์ที่พัฒนาแล้ว

- 1) เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 88 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยวดำเนิน 48 คน และคนในท้องถิ่น 40 คน เป็นผู้ที่ให้ความสนใจสินค้าของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย
- 2) เป็นผู้จัดจำหน่ายสินค้าของฝาก รวม 3 ร้าน 3 ท่าน (ร้านเดิมในชั้นตอนศึกษา)

5.1.3 เครื่องมือในการวิจัย

5.1.3.1 เครื่องมือที่ใช้ในขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบบรรณารักษ์

1) แบบสอบถาม

เพื่อใช้สำหรับการศึกษาลักษณะทั่วไป และความต้องการในด้านต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย เป็นคำถามแบบตรวจสอบ (Check list)

ตอนที่ 2 สอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในการซื้อผลิตภัณฑ์ของฝาก คุณลักษณะด้านต่างๆ ของบรรณารักษ์ของฝากที่ต้องการให้พัฒนาปรับปรุง เอกลักษณ์ท้องถิ่น มหาชัย ข้อมูลที่ต้องการลงบนบรรณารักษ์ รูปแบบบรรณารักษ์ที่ต้องการ ด้วยแบบประมาณ คำถามแบบเรียงลำดับ (Rank questions) และแบบตรวจสอบ (Check list)

2) แบบสัมภาษณ์

เพื่อใช้สำหรับการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และความต้องการในด้านต่างๆ ของของผู้จำหน่าย โดยโดยใช้รูปแบบสัมภาษณ์แบบมาตรฐาน (Structured Interview) แบ่งเป็น 4 ตอน

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นคำถามแบบเปิด (Open – ended items)

ตอนที่ 2 สอบถามข้อมูลด้านการตลาดของสินค้าของฝาก เป็นคำถามแบบเปิด (Open – ended items)

ตอนที่ 3 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบรรณารักษ์ของฝาก เป็นคำถามแบบเปิด (Open – ended items)

ตอนที่ 4 สอบถามความต้องการของผู้จำหน่ายเกี่ยวกับบรรณารักษ์ของฝาก เป็นคำถามแบบเปิด (Open – ended items)

5.1.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในขั้นตอนการพัฒนาแบบบรรณารักษ์

แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ด้วยการพิจารณาประกอบแบบร่าง (Sketch Design) ของผลงานออกแบบบรรณารักษ์ทั้ง 3 ทางเลือก เพื่อใช้สรุปให้เหลือผลงาน 1 ทางเลือก โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอนคือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 สอบถามความพึงพอใจของผู้ทรงคุณวุฒิทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ที่มีผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งทั้ง 3 ทางเลือก ด้วยแบบประมาณ คำถามแบบเรียงลำดับ (Rank questions)

ตอนที่ 2 สอบถามความคิดเห็นในภาพรวม เพื่อใช้ตัดสินผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้เหลือ 1 ทางเลือก ลักษณะคำถามเป็นแบบเรียงลำดับ และข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติมด้วยคำถามแบบเปิด

5.1.3.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่หลังการพัฒนา
เครื่องมือในการศึกษาวิจัย คือ แบบสอบถามประกอบหุ่นจำลอง

เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและผู้จำหน่าย ด้วยการพิจารณาประกอบหุ่นพิจารณา ของผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่หลังการพัฒนาปรับปรุงเปรียบเทียบกับภาพบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบตรวจสอบ (Check list)

ตอนที่ 2 สอบถามพึงพอใจทั้งในด้านการใช้งาน และในด้านการตลาด ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่หลังการพัฒนา ด้วยแบบประมาณ คำถามแบบเรียงลำดับ (Rank questions)

5.1.4 การรวบรวมข้อมูล

1. ขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์
 - สัมภาษณ์ข้อมูลเบื้องต้น เกี่ยวกับสินค้า บรรจุภัณฑ์ และสภาพการจำหน่าย
 - สอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
2. ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์
 - การประเมินผลงาน โดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านบรรจุภัณฑ์ที่เป็นนักวิชาการ
 - การประเมินผลงาน โดยผู้ทรงคุณวุฒิด้านบรรจุภัณฑ์ที่เป็นนักออกแบบ
3. ขั้นตอนการประเมินผลงานบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่
 - การประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย
 - การประเมินความพึงพอใจของผู้จำหน่าย

5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1.5.1 ขั้นตอนการศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

- นำผลข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ทั้งที่เป็น นักท่องเที่ยวต่างถิ่น และคนในท้องถิ่น มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย แล้วนำมาแปลผลโดยการบรรยาย

- นำผลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ และความต้องการมาสรุป โดยการบรรยาย

5.1.5.2 ขั้นตอนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

- นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจของผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อประเมินผลงานพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ทั้ง 3 ทางเลือกมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปลผลโดยการบรรยาย

5.1.5.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์หลังการพัฒนา

- นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและผู้จำหน่ายมาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปลผล โดยการบรรยาย

5.1.6 ผลการวิจัย

5.1.6.1 ขั้นตอนการศึกษาบรรจุภัณฑ์

1) ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายคือ มีเพศหญิงมากกว่าเพศชายกว่า 70.5% อายุส่วนใหญ่ไม่เกิน 35 ปีกว่า 91.2% มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนกว่า 75% ส่วนใหญ่มีรายได้ระดับปานกลาง (10,000-20,000 บาท/เดือน) และส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว (ส่วนคนในพื้นที่จบการศึกษาต่ำกว่า ม.6 เป็นส่วนใหญ่)

2) ชนิดของสินค้าที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสนใจมากที่สุดคือ ปลาหมึกอบมันวุ้น ปลาหมึกอบแผ่น และปลาหมึกอบชิ้น ตามลำดับ

3) เกล็ดลักษณะที่กลุ่มเป้าหมายให้เป็นตัวแทนของมหาชัยได้ดี คือ อาหารทะเลสด , เรือดำน้ำเงิน ตามลำดับ

4) บุคคลที่กลุ่มเป้าหมายต้องการซื้อฝากมากที่สุด คือ บุคคลในครอบครัว, หัวหน้างาน ตามลำดับ

5) ผู้จำหน่ายต้องการให้บรรจุภัณฑ์ของฝากที่สามารถบรรจุได้หลายๆ ชนิด สินค้า, บรรจุได้ง่ายไม่ยุ่งยาก, ปกป้องสินค้าภายในได้ดี และต้นทุนบรรจุภัณฑ์ที่ต่ำ

5.1.6.2 ขั้นตอนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

5.1.6.2.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ในแนวทางที่ 1

ออกแบบโครงสร้างให้มีรูปทรงเป็นรูปคล้ายเรือสำเภากิน และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เป็นเรื่องราวเกี่ยวกับปลาหมึก และปากแม่น้ำท่าจีน

ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ในแนวทางที่ 2

ออกแบบให้มีการใช้ประโยชน์จากรูปแบบบรรจุภัณฑ์ได้อย่างคุ้มค่าและประหยัดที่สุด สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เป็นเรือสำเภากิน และเรื่องราวเกี่ยวกับปลาหมึกและแม่น้ำท่าจีน

ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ในแนวทางที่ 3

ออกแบบให้มีการใช้ประโยชน์จากรูปแบบบรรจุภัณฑ์ได้อย่างคุ้มค่าและประหยัดสามารถแขวน และมองเห็นได้เด่นเมื่อวางบนชั้นวางสินค้า กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เป็นแม่น้ำท่าจีน และเรื่องราวเกี่ยวกับวิถีชีวิตปลาหมึก

ผู้เชี่ยวชาญสรุปเลือกผลงานการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ตามแนวทางที่ 2 จำนวน 8 คะแนน เป็นลำดับที่ 1 , แนวทางที่ 1 เป็นลำดับที่ 2 จำนวน 5 คะแนน และแนวทางที่ 3 เป็นลำดับที่ 2 จำนวน 8 คะแนน สรุปเลือกทำหุ่นจำลองตามแนวทางที่ 2

5.1.6.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์

1) ลักษณะทั่วไปของกลุ่มเป้าหมายคือ มีเพศหญิงมากกว่าเพศชายกว่า 73% อายุส่วนใหญ่ไม่เกิน 35 ปีกว่า 90% มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนกว่า 73% มีรายได้ระดับปานกลาง (10,000-20,000 บาท/เดือน) และส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีซึ่งเป็นนักท่องเที่ยง (ส่วนคนในพื้นที่จบการศึกษาดำกว่า ม.6 เป็นส่วนใหญ่)

2) กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นทุกด้านของบรรจุภัณฑ์

3) กลุ่มผู้จำหน่ายมีความพึงพอใจเพิ่มขึ้นทุกด้านของบรรจุภัณฑ์

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายผล โดยแบ่งออกเป็น 2 ข้อ ดังนี้

5.2.1 ผลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

ผลการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของฝากปลาหมึกอบแห้งมหาชัยนั้น พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเป็นในภาพรวม ด้านการปกป้องสินค้าภายในมากที่สุด สอดคล้องกับทฤษฎีของ (ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541: 20-22) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรักษาคุณค่าของอาหาร และทำหน้าที่รักษาคุณภาพของอาหาร 2 ทางคือ การป้องกันเชิงรับหรือเชิงรุก

นอกจากนี้ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและเพิ่มโอกาสในการขายให้มากขึ้น เมื่อผู้บริโภคเห็นประโยชน์ของการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งยังมีให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.2 ผลประเมินความพึงพอใจการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

5.2.2.1 คุณลักษณะด้านการใช้งาน

- การป้องกันภายใน กลุ่มเป้าหมายเลือกเป็นอันดับ 1 สอดคล้องกับทฤษฎีของ (ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ, 2541: 20-22) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการเก็บรักษาคุณค่าของอาหาร และทำหน้าที่รักษาคุณภาพของอาหาร 2 ทางคือ การป้องกันเชิงรับหรือเชิงรุก

- การเป็นของฝากได้โดยไม่ห่อซ้ำ กลุ่มเป้าหมายเลือกเป็นอันดับ 2 สอดคล้องกับแนวคิดของ ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ กล่าวไว้ว่า นอกเหนือจากรายละเอียดของกราฟิก การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อซื้อไปเป็นของฝาก จำเป็นต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำกลับของผู้ซื้อ

5.2.2.2 คุณลักษณะด้านการตลาด

- เหมาะเป็นสินค้าของฝาก กลุ่มเป้าหมายเลือกเป็นอันดับ 1
- แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่นกลุ่มเป้าหมายเลือกเป็นอันดับ 2 ซึ่งสอดคล้องกับอธิบายของ คำรงค์คี ชัยสนิท กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องบ่งชี้ว่าผู้บริโภคเกี่ยวกับสินค้า ลักษณะ วิธีการใช้ แหล่งผลิตและเป็นตัวช่วยในการเพิ่มยอดขาย ช่วยสร้างภาพพจน์ และเอกลักษณ์ให้กับสินค้า

- ภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม กลุ่มเป้าหมายเลือกเป็นอันดับ 3 สอดคล้องกับผลการวิจัย ของจุฑาทิพย์ ชนินทร์ กล่าวไว้ว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่สนับสนุนแนวความคิดในการใช้บรรจุภัณฑ์ เพราะประชากรที่ศึกษา มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ผู้วิจัยยังพบว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ พบว่ากลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม อยู่ในระดับที่น้อยกว่าด้านอื่นๆ ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะผลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ยังไม่สื่อที่จะสื่อสารถึงสิ่งแวดล้อมมากเท่าที่ควร

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปลาหมึกอบแห้งของฝากจากมหาชัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้ เพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

5.3.1.1 การนำผลการวิจัยไปใช้การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับเป็นของฝากประจำท้องถิ่นในท้องถิ่นอื่นๆ ผู้ประกอบการหรือนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ ควรศึกษากลุ่มผู้ซื้อ (ประชากร) ของท้องถิ่นนั้นๆ เป็นหลัก เพราะกลุ่มผู้ซื้อต่างกัน ทำให้คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต่างๆ กันไปแต่ละท้องถิ่นนั้นๆ ไม่ควรนำผลการวิจัยทั้งหมดไปใช้เพราะกลุ่มผู้ซื้อแต่ละท้องถิ่นต่างกัน

5.3.1.2 การนำผลการวิจัยไปใช้การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับเป็นของฝากประจำจังหวัดสมุทรสาคร ต้องนำเสนอที่เป็นจุดเด่นของจังหวัดให้ชัดเจน เพราะชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างของสินค้าที่มาจากสินค้าที่มาจากที่อื่นอย่างชัดเจน เช่นการนำเสนอภาพลักษณ์ที่สะท้อนเอกลักษณ์เฉพาะของมหาชัย คือแม่น้ำท่าจีนและเรือสำเภาเป็นเรื่องราวของสายน้ำและวิถีชีวิตชาวจีนที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานบนปากแม่น้ำท่าจีน มีผลให้บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ และตกย้ำให้นักท่องเที่ยวจดจำ และเป็นความภูมิใจของคนท้องถิ่น (มหาชัย)

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

บทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามรสนิยม และยุคสมัยได้ตลอด

การใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นเครื่องมือในการจำหน่ายสินค้า จำเป็นที่จะต้องศึกษาการเปลี่ยนแปลงของความต้องการของผู้บริโภค เทคโนโลยีการผลิต และปัจจัยด้านการตลาดอยู่เสมอ ผลงานวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เฉพาะในพื้นที่ และในช่วงเวลาหนึ่งๆ เท่านั้น

ผลสรุปที่ได้ สามารถนำไปประยุกต์หรือปรับใช้กับผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ชุมชนต่างๆ ได้ เพื่อให้สินค้าของฝากจากทุกชุมชนมีบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ ตรงตามความต้องการที่แท้จริงของผู้บริโภค

โดยผู้สนใจสามารถนำรูปแบบในการวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าของฝากในหมวดอื่นๆ หรือท้องถิ่นอื่นๆ ต่อไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงอุตสาหกรรม. 2547. มผช. 315-2547 : ปลาหมึกปรุงรส. กรุงเทพฯ : สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กระทรวงอุตสาหกรรม.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. 2533. มอก. 972-2533 : ปลาหมึกแห้ง. กรุงเทพฯ: สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กระทรวงอุตสาหกรรม.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. 2534. มอก. 1027-2534 : ถูพลาสติกสำหรับบรรจุอาหาร. กรุงเทพฯ : สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กระทรวงอุตสาหกรรม.
- กระทรวงอุตสาหกรรม. 2528. มอก. 550-2528 : กุ้งกึ่งสุก. กรุงเทพฯ : สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กระทรวงอุตสาหกรรม.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2548. สินค้าพื้นเมืองและของที่ระลึก. [Online]. Available: <http://203.78.109.3/download/place/center/samutsakhon.pdf>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2548. ความเป็นมาของจังหวัดสมุทรสาคร. [Online]. Available: http://www.tat.or.th/province.asp?prov_id=74
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. 2548. ปลาหมึกอบ. [Online]. Available: <http://www.kanchanapisek.or.th/kp8/ray/ray5.html>
- ชัยวัฒน์ อิศวาทกุล. 2548. ออกแบบให้โดนใจ คู่มือการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้ประกอบการและนักออกแบบ. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- สยามกราฟท์อุตสาหกรรม. 2540. คู่มือผู้ซื้อ/ผู้ใช้กล่อง. กรุงเทพฯ: พาณิชพระนครการพิมพ์.
- ปุ่น และ สมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ: กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน. 2541. กำหนดอัตราขั้นต่ำที่นายจ้างทำงานได้. กรุงเทพฯ: พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน.
- สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. 2542. วารสารการบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สำนักงานประจำจังหวัดสมุทรสาคร. 2550. คำขวัญประจำจังหวัด. [Online]. Available: <http://www.samutsakhon.go.th/data/brand.htm>



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม หน่วยบัณฑิตศึกษา งานทะเบียน โทร.3692

ที่ ศร 0524.04 / 3911

วันที่ 4 พฤศจิกายน 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามและแบบประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง

ด้วย นายสุรชัย คำตุ้ย นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมาห้ำหัย” คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามและแบบประเมินดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นายสุรชัย คำตุ้ย มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสอบถามและแบบประเมินเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จระเสกข์ ศรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง รองคณบดี

(ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม หน่วยบัณฑิตศึกษา งานทะเบียน โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 3911

วันที่ 4 พฤศจิกายน 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามและแบบประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน .. ดร.อภิศักดิ์ สินธุภัก

ด้วย นายสุรชัย คำด้อย นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากพลาสติกหีบห่อแห้งมหาชัย” คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสอบถามและแบบประเมินดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่า มีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นายสุรชัย คำด้อย มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบทแบบสอบถามและแบบประเมินเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรัสเสกข์ - ศรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

ขอ เคารพ เป็น ผู้ ทรง คุณวุฒิ ตรวจ แบบ สอบถาม และ แบบ ประเมิน เพื่อ การ วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์ไว้เพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
(ดร. อภิศักดิ์ สินธุภัก)

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 3924

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

5 พฤศจิกายน 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คุณมาลี ลักษณะสุขโสภณ (ห้างหุ้นส่วน แม่ทองใบ จำกัด)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

ด้วย นายสุรชัย คำคู่ย์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากพลาสติกหุ้มห้าย” ในการทำวิจัยครั้งนี้ นักศึกษาจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กับท่าน คณะกรรมการอุดมศึกษา จึงขอความอนุเคราะห์จากท่าน โปรดอนุญาตให้ นายสุรชัย คำคู่ย์ เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยกับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยเลขาธิการ คณะกรรมการอุดมศึกษา สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง)

รองคณบดีกิจการพิเศษและสัมพันธ์กับหน่วยงานภายนอก

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามเผยแพร่ลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 3924

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๕ พฤศจิกายน ๒๕๕๑

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คุณธีรวิฑู หญิงเมนาท (ห้างหุ้นส่วน ร้านเค็มน จ้ากัก)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

ด้วย นายสุรชัย คำด้อย นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากพลาสติกหุ้มห้าย” ในการทำวิจัยครั้งนี้จำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กับท่าน คณะกรรมการอุดมศึกษาจึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นายสุรชัย คำด้อย เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยกับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ



ศาสตราจารย์ ดร. ตรีเมธยุทธ)

รองคณบดีฝ่ายคุณดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325

อนงค์ใจมงคล

วิภาณี (เสอ๖๖)

2/2/5๕

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 3924

คณะกรรมการ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

5 พฤศจิกายน 2551

เรื่อง ขอบความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน คุณกฤษณะ วิสุทธิวานนท์ (ห้างหุ้นส่วน ชนนชัย อาหารทะเล จำกัด)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

ด้วย นายสุรชัย คำคุ้ม นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากพลาสติกหีบหมากแห้งมหาชัย” ในการทำวิจัยครั้งนี้นักศึกษาจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์กับท่าน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นายสุรชัย คำคุ้ม เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยกับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จระเสกข์ ตรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 0458

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

(๗ กุมภาพันธ์ 2552)

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบร่างและเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการวิจัย

เรียน รองศาสตราจารย์ นพคุณ นิสามณี

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบร่าง (สเก็ตช์ไลน์) เพื่อการวิจัย

ด้วย นายสุรชัย คำคุ้ม นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย” คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบร่างนี้ว่ามีความถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด และเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการวิจัยของ นายสุรชัย คำคุ้ม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณ เป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรัสเสกข์ ตรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

25 กุมภาพันธ์ 2552.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปเผยแพร่ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 3911

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

4 พฤศจิกายน 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการวิจัย

เรียน คุณสินเทพ ประกะมานนท์

ด้วย นายสุรชัย คำคุ้ม นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากพลาสติกหุ้มกอบแห้งมหาชัย”

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการวิจัยของ นายสุรชัย คำคุ้ม

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จระเสกข์ ตรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 3911

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

4 พฤศจิกายน 2551

เรื่อง ขอบเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการวิจัย

เรียน คุณกมลวรรณ สุนทรไพโรจน์

ด้วย นายสุรชัย คำคุ้ม นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย”

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการวิจัยของ นายสุรชัย คำคุ้ม

จึงเรียนมาเพื่อ โปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรัสเสกข์ ศรีเมธสุนทร)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325

13-2-52

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

สำหรับกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง)

เรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรณกิจของฝากจากปลาหมึกอบมหาชัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

1.1 สถานะภาพของท่าน

- [] คนในพื้นที่ (มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตจังหวัดสมุทรสาคร)
 [] นักท่องเที่ยว (มีภูมิลำเนาอยู่นอกเขตจังหวัดสมุทรสาคร)

1.2 เพศ

- [] ชาย [] หญิง

1.3 อายุ

- [] น้อยกว่า 25 ปี [] 26 – 35 ปี
 [] 36 – 45 ปี [] 46 – 55 ปี
 [] 56 ขึ้นไป

1.4 อาชีพ

- [] นักเรียน / นักศึกษา [] รับราชการ
 [] พนักงานบริษัทเอกชน [] ธุรกิจส่วนตัว
 [] อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.5 รายได้ / เดือน

- [] ต่ำกว่า-10,000 บาท [] 10,001-20,000 บาท
 [] 20,001-30,000 บาท [] มากกว่า 30,001 บาท

1.6 การศึกษา

- [] ม.6 หรือ ต่ำกว่า [] อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า
 [] ปริญญาตรี [] สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

คำชี้แจง : โปรดใส่หมายเลข 1-5 ลงในช่อง [.....] ตามลำดับความสำคัญ (เช่นชอบมาก [5] ชอบน้อยมาก [1] เป็นต้น)

2.1 ท่านต้องการให้มีการพัฒนาปรับปรุงรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าของฝากจากมหาชัย ที่วางจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน ในด้านต่างๆ ในระดับใดบ้าง

คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ด้านต่างๆ ที่ต้องการให้พัฒนา	ระดับความต้องการ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการใช้งาน					
1. การคุ้มครองสินค้าภายใน					
2. การเป็นของฝากได้ไม่ต้องห่อซ้ำ					
ด้านการตลาด					
1. แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น					
2. เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก					
3. มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม					

2.2 บุคคลใดที่ท่านต้องการซื้อของฝาก ไปฝากมากที่สุด

- [.....] ครอบครัว
- [.....] เครือญาติ
- [.....] เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน
- [.....] ลูกน้อง หรือเด็กๆ
- [.....] หัวหน้างาน หรือผู้ใหญ่ที่นับถือ

2.3 สินค้าชนิดใด ที่ท่านต้องการซื้อเป็นของฝากมากที่สุด

- [.....] ปลาหมึกอบกรอบมัน
- [.....] ปลาหมึกอบกรอบแผ่น
- [.....] ปลาหมึกอบกรอบชิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ (มีหน้า 3) คำ
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ท่านคิดว่าสิ่งใด จะที่จะสื่อความเป็นมหาชัย ได้ดีที่สุด

- [.....] อาหารทะเลสด
- [.....] ศาลเจ้าพ่อหลักเมือง
- [.....] เรือสำเภาจีน, ท่าจีน
- [.....] มหาชัยเมืองใหม่
- [.....] พันท้ายนรสิงห์

2.5 ท่านคิดว่าข้อมูลใด ควรอยู่บนบรรจุภัณฑ์ปลาหมึกอบแห้งมากที่สุด

- [.....] ข้อมูลเกี่ยวกับปลาหมึก เช่น ความรู้เกี่ยวกับชีวิตของปลาหมึก
- [.....] เรื่องน่าสนใจของมหาชัย เช่นตำนานเรือสำเภา, พันท้ายนรสิงห์, มหาชัยเมืองใหม่
- [.....] คำแนะนำในการรับประทานสินค้า
- [.....] ประวัติศาสตร์ความเป็นมาของมหาชัย (จังหวัดสมุทรสาคร)
- [.....] ข้อมูลโภชนาการ

2.6 ปกติท่านมักจะซื้อ “สินค้าของฝากจากมหาชัย” ปริมาณโดยเฉลี่ย ครั้งละ ชิ้น

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ณ โอกาสนี้ด้วย



แบบสัมภาษณ์ ผู้จำหน่ายสินค้าของฝากมหาวิทยาลัย
เรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกแห้งมหาชัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ สกุล อายุ ปี

ประสบการณ์ด้านการขายสินค้า ปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านการตลาด และสภาพการจำหน่ายสินค้าของฝาก

2.1 ลักษณะการจัดวางสินค้า

2.2 จุดเด่นของสินค้า

2.3 วิธีการจัดวางสินค้า

2.4 ราคาสินค้า.....

ตอนที่ 3 ผลกระทบของฝากและบรรจุภัณฑ์

วิธีการกำหนดขนาดของผลิต

ระยะเวลาในการเก็บรักษาสินค้าหลังการผลิต วัน

วิธีการขนส่ง การเก็บรักษา สินค้าและบรรจุภัณฑ์

.....

แนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

.....

ราคาค่าต้นทุนการผลิตบรรจุภัณฑ์ บาท / ชิ้น

ปริมาณการผลิตบรรจุภัณฑ์ ชิ้น / ครั้ง

ตอนที่ 4 ความต้องการในด้านบรรจุภัณฑ์ของผู้จัดจำหน่าย

.....

.....



แบบสอบถามเพื่อประเมินผลงานพัฒนาบรรจุภัณฑ์
เรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

ตอนที่ 1 ประเมินผลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึก มหาชัย ทั้งในด้านการใช้งาน
และด้านการตลาด

คำชี้แจง : โปรดใส่หมายเลข / ลงในช่อง [....] ตามลำดับความสำคัญ (เช่น ชอบมาก [5] ชอบน้อยมาก [1] เป็นต้น)

คุณลักษณะของหีบห่อ ด้านต่างๆ	ระดับความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์														
	แนวทางที่ 1					แนวทางที่ 2					แนวทางที่ 3				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการใช้งาน															
1. การคุ้มครองสินค้าภายใน															
2. การเป็นของฝากได้ไม่ต้อง ห่อซ้ำ															
ด้านการตลาด															
1. แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น															
2. เหมาะสำหรับเป็นสินค้า ของฝาก															
3. มีภาพลักษณ์ที่รับคิดชอบ ต่อสังคม															

ตอนที่ 2 ประเมินภาพรวมของผลงานการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 แนวทาง

(ประเมินประกอบแบบร่างบรรจุภัณฑ์)

คำชี้แจง : จัดลำดับโดยใส่หมายเลข 1, 2 และ 3 ลงในช่อง, ให้ 3 มีค่ามากที่สุด, ให้ 1 มีค่าน้อยที่สุด

[....] แนวทางที่ 1 [....] แนวทางที่ 2 [....] แนวทางที่ 3

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ณ โอกาสนี้ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจผลงานพัฒนาบรรจุภัณฑ์

สำหรับกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง)

เรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

1.1 สถานะภาพของท่าน

- [] คนในพื้นที่ (มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตจังหวัดสมุทรสาคร)
 [] นักท่องเที่ยว (มีภูมิลำเนาอยู่นอกเขตจังหวัดสมุทรสาคร)

1.2 เพศ

- [] ชาย [] หญิง

1.3 อายุ

- [] น้อยกว่า 25 ปี [] 26 – 35 ปี
 [] 36 – 45 ปี [] 46 – 55 ปี
 [] 56 ขึ้นไป

1.4 อาชีพ

- [] นักเรียน / นักศึกษา [] รับราชการ
 [] พนักงานบริษัทฯ [] ธุรกิจส่วนตัว
 [] อื่นๆ โปรดระบุ.....

1.5 รายได้ / เดือน

- [] ต่ำกว่า-10,000 บาท [] 10,001-20,000 บาท
 [] 20,001-30,000 บาท [] มากกว่า 30,001 บาท

1.6 การศึกษา

- [] ม.6 หรือ ต่ำกว่า [] อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า
 [] ปริญญาตรี [] สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจในผลงานพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากปลาหมึกอบแห้งมหาชัย

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย / ลงในช่อง [.....] ตามลำดับความสำคัญ (เช่น ชอบมาก [5] ชอบน้อยมาก [1] เป็นต้น)

ระดับความพึงพอใจของคุณลักษณะด้านต่างๆ	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการใช้งาน					
1. การคุ้มครองสินค้าภายใน					
2. การเป็นของฝา ใช้งานได้ไม่ต้องห่อซ้ำ					
ด้านการตลาด					
1. แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น					
2. เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝา					
3. มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม					

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ณ โอกาสนี้ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



แบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจผลงานพัฒนาบรรจุภัณฑ์

(สำหรับผู้จัดจำหน่าย)

เรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากพลาสติกอบแห้งมหาชัย

วันที่ เดือน พ.ศ.

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ชื่อ สกุล อายุ ปี

ประสบการณ์ด้านการขายสินค้า ปี

ตอนที่ 2 ประเมินผลการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝาจากพลาสติกอบแห้งมหาชัย ทั้งในด้านการใช้

งาน และด้านการตลาด

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

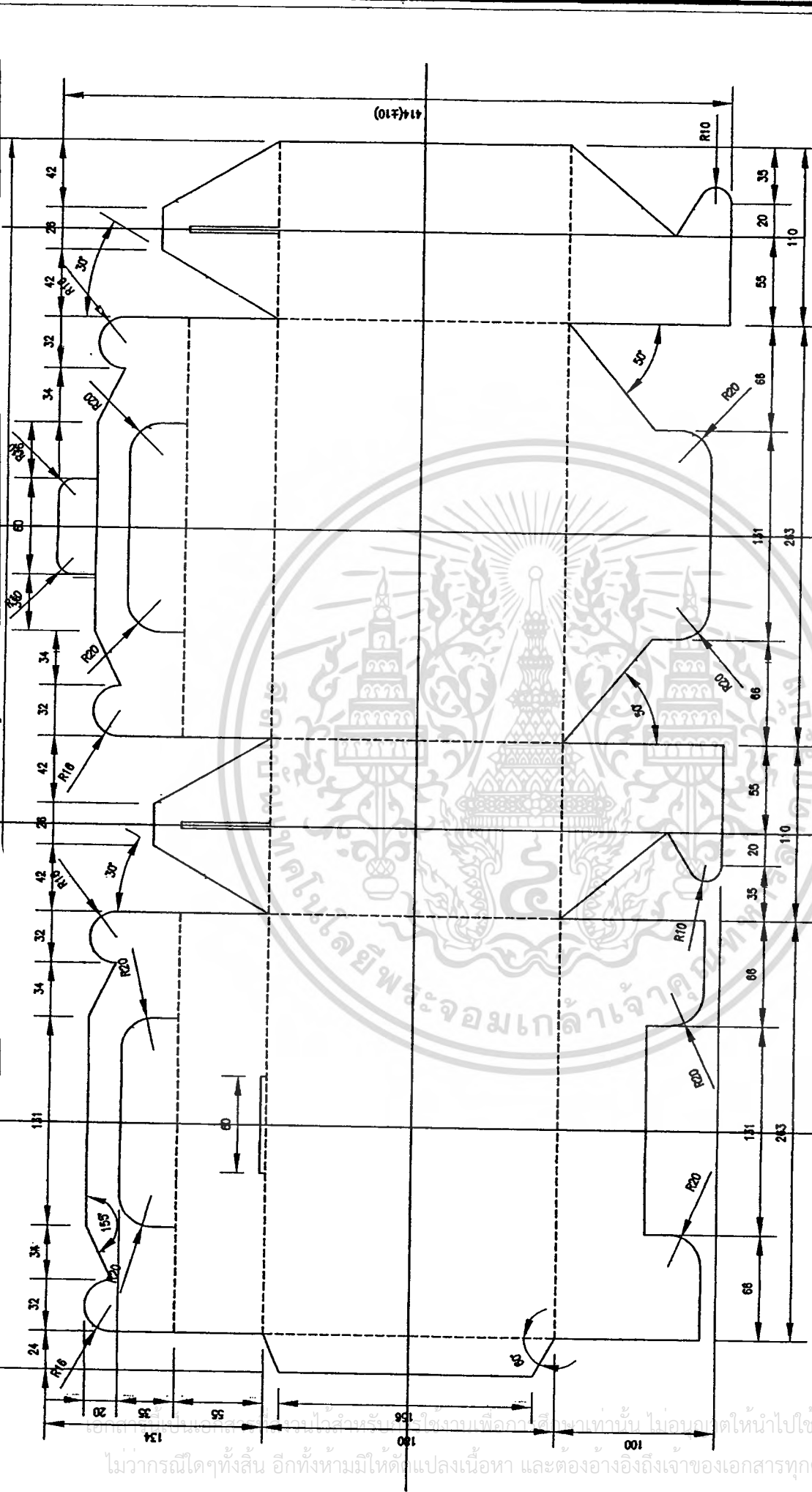
คุณลักษณะด้านต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจของผู้จัดจำหน่ายในบรรจุภัณฑ์ใหม่				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ด้านการใช้งาน					
1. การคุ้มครองสินค้าภายใน					
2. การเย็นของฝาได้ไม่ต้องห่อซ้ำ					
ด้านการตลาด					
1. แสดงถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่น					
2. เหมาะสำหรับเป็นสินค้าของฝาก					
3. มีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม					

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ณ โอกาสนี้ด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



414(±10)

Name of Goods		PACKAGING FOR DEHYDRATED SQUID MAHACHAI	
Name of Part		DIMENSION - STRUCTURE	
Number of Part		Number of Part	
SCALE		UNIT (mm)	
DRAWN		CHECKED	
APPROVED		APPROVED	
SURACHAI KAMTUI		SURACHAI KAMTUI	

NO	DATE	EDIT OF INFORMATION
2		
1		

เขตกู้ซิมเอ็กสโรวายไปส่วนหนึ่งไปขางแพคกาดึงหาแทนนั้น ไมออนอิตให้เข้าไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ – สกุล	สุรัชย์ คำคู่ย์
วัน เดือน ปีเกิด	30 มิถุนายน 2522
สถานที่เกิด	จังหวัดลำปาง
ที่อยู่	12/1 หมู่ 6 ตำบลนายาง อำเภอสบปราบ จังหวัดลำปาง 52170
ประวัติการศึกษา	ปี 2540 สำเร็จการศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาการออกแบบ คณะศิลปกรรม วิทยาลัยอาชีวศึกษาลำปาง ปี 2542 สำเร็จการศึกษา ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) สาขานិเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตภาคพายัพ เชียงใหม่ ปี 2547 สำเร็จการศึกษา ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต แขนงวิชาสารสนเทศศาสตร์ สาขาศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช ปี 2551 สำเร็จการศึกษา ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้