

การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง

มูลนิธิโครงการหลวง

STUDY AND DEVELOPMENT OF PACKAGING FOR
DRIED ORNAMENTAL PLANT PRODUCT FROM
THE ROYAL PROJECT

อติศักดิ์ ทรายคำ

ADISAK TRAIKARO

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยของมูลนิธิโครงการหลวงที่ศูนย์วิจัยและพัฒนาการเกษตรที่สูงของมูลนิธิโครงการหลวง

สาขาวิชาเทคโนโลยีบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

พิมพ์ที่เชียงใหม่

ตีพิมพ์โดยมูลนิธิโครงการหลวง

พ.ศ. 2549

ISBN 974-15-2351-9

การศึกษาและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง
มูลนิธิโครงการหลวง

STUDY AND DEVELOPMENT OF PACKAGING FOR
DRIED ORNAMENTAL PLANT PRODUCT FROM
THE ROYAL PROJECT

อดิศักดิ์ ไถจะโปะ
ADISAK THAIJAPO

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2549

ISBN 974-15-2351-3

**STUDY AND DEVELOPMENT OF PACKAGING FOR
DRIED ORNAMENTAL PLANT PRODUCT FROM
THE ROYAL PROJECT**

ADISAK THAIJAPO

**A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF INDUSTRIAL EDUCATION IN INDUSTRIAL DESIGN TECHNOLOGY
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG**

2006

ISBN 974-15-2351-3

COPYRIGHT 2006

SCHOOL OF GRADUATE STUDIES

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษาและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง
นักศึกษา	อดิศักดิ์ ไถจะโปะ
รหัสประจำตัว	44064818
ปริญญา	ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
สาขาวิชา	เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์	ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม
อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม	รองศาสตราจารย์นพคุณ นิสามณี

บทคัดย่อ

การศึกษาและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวงครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ (2) เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง (3) เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล คือ เจ้าหน้าที่ภายในโครงการผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง จำนวน 5 คน และผู้สนใจผลิตภัณฑ์ ที่เข้าเยี่ยมชมและซื้อสินค้าของมูลนิธิโครงการหลวง จำนวน 240 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์และแบบสอบถาม เกี่ยวกับการศึกษาและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่า t-test Dependent Sample

ผลการวิจัยสรุปว่า

1. ผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความสนใจ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ในแนวทางรูปแบบประยุกต์ร่วมสมัย รูปแบบเรียบง่าย ทันสมัย และรูปแบบพื้นบ้าน ดั้งเดิม
2. ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บุษหงา มีความเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์รูปแบบพื้นบ้าน ดั้งเดิม และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท ซ่อปู้เก้ในภาชนะ มีความเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์รูปแบบประยุกต์ร่วมสมัย
3. ผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจ ในส่วนใหญ่ของคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์ ประเภท บุษหงา และซ่อปู้เก้ในภาชนะ ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นใหม่สูงกว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม ทั้งในด้านการใช้งาน และด้านการตลาด อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ยกเว้นคุณลักษณะด้านการพิจารณาสินค้าภายใน ของบรรจุภัณฑ์ ประเภท ซ่อปู้เก้ในภาชนะ

Thesis	Study And Development Of Packaging For Dried Ornamental Plant Product From The Royal Project
Student	Mr. Adisak Thaijapo
Degree	Master Of Science Degree Industrial Education
Programme	Industrial Design Technology
Year	2006
Thesis Advisor	Assistant Professor Dr. Lertlak Klinhom
Thesis Co-Advisor	Associate Professor Noppakun Nisamanee

ABSTRACT

Study and development of packaging for dried ornamental plant product from the royal project for the first purpose is a study of packaging for dried ornamental plant product from the royal project . The second purpose is a development of packaging for dried ornamental pant product from the royal project . The third purpose compared the opinion of the person who interest the product and packaging for dried ornamental plant product from the royal project between the old package and the new package.

The persons who support the detail are the officials of dried ornamental plant project abouts 5 persons and the persons who interested the products and bought the products from the royal project about 240 persons. The things that support the research are the interview froms and the question froms about a study and development of packaging for dried ornamental plant product from the royal project, percentage, analysis, average, standard deviation and t-test dependen sample.

Conclusion

1. The people interested a contemporary of packaging for dried ornamental plant product, simple package, fashionable package and original package.
2. The dried ornamental plant product such as “Pot Pourri” is suitable with sample package and “Bouquet” is suitable with original and fashionable package.
3. Most of people satisfied the characteristics of packaging for dried ornamental plant product such as “Pot Pourri” and “Bouquet”. Researcher develop the new package which can use for marketing and work of level average about .05 except the characteristics of consider internal product of package such as “Bouquet”.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ รองศาสตราจารย์นพคุณ นิสามณี อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วมที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ให้ความช่วยเหลือ ให้กำลังใจ และช่วยตรวจสอบ ตลอดจนการปรับปรุงข้อบกพร่องต่างๆ จนวิทยานิพนธ์นี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์ ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอกราบขอบพระคุณอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์อุคมศักดิ์ สาริบุตร รองศาสตราจารย์สถาพร ศิบุญมี ณ ชุมแพ ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์ คณะกรรมการในการสอบวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดร.นิรัช สุกสังข์ อาจารย์สุชาติ ไบสมุทร ที่ช่วยในการตรวจเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย และให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่อง เพื่อให้วิทยานิพนธ์สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอกราบขอบพระคุณ อาจารย์ทุกท่านที่ได้ประสิทธิประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนข้อคิดต่างๆ อันก่อให้เกิดประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้า และเป็นแนวทางในการจัดทำวิทยานิพนธ์จนประสบความสำเร็จ

ขอกราบขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์ ดร.หม่อมหลวงจารุพันธุ์ ทองแถม คุณวันชัย สงประชา คุณเพ็ญศรี เชิญชมชื่น คุณบุษกร ประดิษฐานิชกุล ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิริพรณ์ ปิเตอร์ อาจารย์สีห์ภูมิ ศรีโสภา อาจารย์ขาม จาตุรงค์กุล ที่ช่วยให้คำแนะนำ และแนวทางในการออกแบบ เพื่อปรับปรุงให้วิทยานิพนธ์ สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

กราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ผู้เป็นที่เคารพรักอย่างยิ่ง พี่น้องทุกท่านที่ให้ความรัก ให้กำลังใจ ให้คำแนะนำ ตลอดจนให้การสนับสนุนแก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอขอบคุณเพื่อนๆ และบุคคลที่ผู้วิจัยไม่ได้กล่าวไว้ ณ ที่นี้ ที่ให้การสนับสนุน ตลอดจนให้ความช่วยเหลือในด้านต่างๆ และเป็นกำลังใจให้ผู้วิจัยมาโดยตลอด

คุณค่าและประโยชน์ใดๆที่เป็นผลจากวิทยานิพนธ์นี้ ผู้วิจัยขอบอบแต่ บิดา มารดา และอาจารย์ทุกท่าน ด้วยความเคารพอย่างสูง

อดิศักดิ์ ไถจะโปะ

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.....	4
1.3 สมมุติฐานของการวิจัย.....	4
1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	4
1.5 ขอบเขตของการวิจัย.....	5
1.6 นิยามศัพท์เฉพาะ.....	6
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	8
2.1 มุลนิธิโครงการหลวง.....	8
2.2 ผลกระทบที่ไม่ประคับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง.....	20
2.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	25
2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	47
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	51
3.1 ตอนที่ 1 ศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม่ประคับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์.....	51
3.2 ตอนที่ 2 พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม่ประคับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง.....	56
3.3 ตอนที่ 3- เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบ บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม่ประคับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง ระหว่าง รูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัย ได้พัฒนาขึ้นใหม่.....	60

สารบัญ (ต่อ)

หน้า

บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	63
4.1 ผลการวิเคราะห์การศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์.....	64
4.2 ผลการวิเคราะห์การพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง	68
4.3 ผลการวิเคราะห์การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบ ของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง ระหว่าง รูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมาใหม่.....	87
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	90
5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	90
5.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล.....	90
5.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	91
5.4 เก็บรวบรวมข้อมูล.....	92
5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	92
5.6 สรุปผลการวิจัย.....	93
5.7 อภิปรายผลการวิจัย.....	95
5.8 ข้อเสนอแนะ.....	97
บรรณานุกรม	98
ภาคผนวก	100
ภาคผนวก ก ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	101
ภาคผนวก ข เขียนแบบเพื่อการผลิต.....	120
ประวัติผู้เขียน	123

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สนใจผลิตภัณฑ์.....	65
4.2 ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ในการพัฒนาในด้านคุณลักษณะด้านต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้สนใจผลิตภัณฑ์ไม่ประดับแห้ง.....	66
4.3 ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ในด้านแนวทาง รูปแบบของบรรจุภัณฑ์.....	67
4.4 ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ในด้านสีสันทนบรรจุภัณฑ์.....	67
4.5 ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ในด้านลวดลายบนบรรจุภัณฑ์.....	68
4.6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความพึงพอใจ ของผู้เชี่ยวชาญ ในผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภท บูหงา	81
4.7 การจัดลำดับความพึงพอใจของผู้ทรงคุณวุฒิในภาพรวมของผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภท บูหงา.....	82
4.8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความพึงพอใจ ของผู้เชี่ยวชาญ ในผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภท ซ่อปู่เก๋ในภาชนะ	84
4.9 การจัดลำดับความพึงพอใจของผู้ทรงคุณวุฒิในภาพรวมของผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภท ซ่อปู่เก๋ในภาชนะ.....	85
4.10 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ ระหว่าง บรรจุภัณฑ์เดิมกับ บรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นใหม่ ผลิตภัณฑ์ประเภท บูหงา.....	87
4.11 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ ระหว่าง บรรจุภัณฑ์เดิมกับ บรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นใหม่ ผลิตภัณฑ์ประเภท ซ่อปู่เก๋ในภาชนะ	89

สารบัญญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 ตราสัญลักษณ์ มูลนิธิโครงการหลวง	9
2.2 ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ภายในร้านโครงการหลวง.....	20
2.3 ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท ช่อปลูกในภาชนะ.....	21
2.4 ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บุษงา.....	23
2.5 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ใบชาจากประเทศญี่ปุ่นที่แสดงลักษณะท้องถิ่น.....	41
2.6 การออกแบบบรรจุภัณฑ์สุราแช่ ที่แสดงลักษณะท้องถิ่นและการนำพา.....	42
3.1 แผนภูมิแสดงขั้นตอนการพัฒนา รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง	62
4.1 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บุษงา แนวทางที่ 1.....	69
4.2 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บุษงา แนวทางที่ 2.....	71
4.3 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บุษงา แนวทางที่ 3.....	72
4.4 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท ช่อปลูกในภาชนะ แนวทางที่ 1.....	74
4.5 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท ช่อปลูกในภาชนะ แนวทางที่ 2.....	76
4.6 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท ช่อปลูกในภาชนะ แนวทางที่ 3.....	78
4.7 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บุษงา แนวทางที่ 1, 2 และ 3	80
4.8 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท ช่อปลูกในภาชนะ แนวทางที่ 1, 2 และ 3	83
5.1 ผลงานบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภทบุษงา.....	94
5.2 ผลงานบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภทช่อปลูกในภาชนะ.....	94

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ไม้ดอกไม้ประดับนับวันยิ่งมีความสำคัญทางเศรษฐกิจประเทศชาติยิ่งเจริญก้าวหน้าขึ้นเพียงใด การใช้ไม้ดอกไม้ประดับจะยิ่งทวีปริมาณการใช้มากขึ้นเพียงนั้น อาทิกการใช้ดอกไม้ในงานประเพณีต่างๆ นับตั้งแต่เกิดจนกระทั่งเสียชีวิต ไม่ว่าจะเป็นการบายศรีสู่ขวัญ โขนผมไฟ งานแต่งงาน งานพิธีกรรมมงคลต่างๆ หรืออาจใช้สำหรับมอบเป็นสื่ออันแสดงออกถึงความเคารพ ความรัก ตลอดจนความโศกเศร้า เสียใจ ก็มักจะมีดอกไม้เข้ามาเกี่ยวข้องอยู่เสมอ คนไทยเป็นชาติหนึ่งที่รู้จักนำไม้ดอกไม้ประดับมาตกแต่งที่วัดจิตรพิสดารไม่น้อยกว่าชาติอื่น เป็นที่ยอมรับกันทั่วโลก ทำให้ความต้องการในการใช้ไม้ดอกไม้ประดับปริมาณสูงขึ้นตามลำดับ สอดคล้องกับ อารัมภ์ทรัพย์ (2542 : 1) กล่าวว่า มนุษย์มีความเจริญมากขึ้น ทำให้มนุษย์มีความรักสวยรักงาม ไม้ดอกไม้ประดับจึงเข้ามา มีบทบาทยิ่งขึ้น จะเห็นได้ว่าเกือบทุกบ้านมีการนำไม้ดอกไม้ประดับต่างๆ มาตกแต่งบรรยากาศภายในบ้าน เพื่อเพิ่มความสวยงามและสง่าราศี อีกทั้งสถานที่ทำงาน ไม่ว่าจะ เป็นหน่วยงานของรัฐหรือเอกชน ก็พยายามจัดหาไม้ดอกไม้ประดับนำมาตกแต่งไว้เพื่อความสวยงาม สดชื่น คลายความตึงเครียดในการดำรงชีวิตประจำวันในสังคมที่เร่งรีบ ซึ่งมนุษย์เองนั้นก็ เป็นส่วนหนึ่งของธรรมชาติ และไม้ดอกไม้ประดับยังเปรียบเสมือนหนึ่งยาชูกำลังใจขนานแท้ของมนุษย์ เมื่อคิดในแง่จิตวิทยาแล้ว ความงามของดอกไม้ นั้นให้ความรู้สึกทางจิตใจอย่างมาก

บทบาทสำคัญอีกอย่างหนึ่งของไม้ดอกไม้ประดับคือ สามารถสร้างงานทางธุรกิจและทำ รายได้ให้แก่ผู้ประกอบการอย่างงาม และนับวันที่จะขยายวงกว้างออกไปมากยิ่งขึ้น การผลิตไม้ดอกไม้ประดับเพื่อการค้า นับแต่จะมีความสำคัญทางเศรษฐกิจของประเทศมากขึ้น โดยทั่วไปแล้ว ประเทศไทยมีความเหมาะสมในการปลูกไม้ดอกไม้ประดับอย่างมาก เพราะมีความเหมาะสมหลายประการ ไม่ว่าจะเป็น น้ำ แสงสว่าง อุณหภูมิ ความชื้น ซึ่งล้วนแล้วแต่เพื่อการปลูกไม้ดอกไม้ประดับทั้งนั้น อีกทั้งในแง่ของการแปรรูปสินค้าไม้ดอกไม้ประดับรวมถึงช่างฝีมือในงานหัตถกรรมของไทย และถ้าหากว่าธุรกิจด้านไม้ดอกไม้ประดับนี้ ได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดี ก็จะช่วยพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศดีขึ้น (คะนิง จันท์ศิริ. 2540 : 3)

ปัจจุบันอาชีพเกษตรกรบนพื้นที่สูงของประเทศ มีการทำกิจกรรมการเกษตรอีกมากมาย ซึ่งทำให้เกษตรกรมีรายได้มาเสริมฐานะครอบครัวให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากในโครงการพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่ทรงห่วงใยราษฎร โครงการหลวงเป็นอีก

หนึ่งในโครงการส่วนพระองค์ ที่ก่อตั้งขึ้นหลังจากเสด็จพระราชดำเนินไปยังถิ่นทุรกันดาร และทรงทอดพระเนตรเห็นสภาพความเป็นอยู่ที่แล้งแค้นของชาวเขา ซึ่งส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพปลูกพืชเสพติด และทำไร่เลื่อนลอย อันส่งผลให้ทำลายป่าไม้ และต้นไม้อาหาร พระองค์ทรงพระราชทานทรัพย์สินส่วนพระองค์ สนับสนุนงานวิจัยทางการเกษตรเมืองหนาว เพื่อหาแนวทางส่งเสริมอาชีพใหม่ให้แก่ชาวเขา (สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2545) [Online]

มูลนิธิโครงการหลวงจึงเป็นโครงการวิจัย ที่หน่วยงานต่าง ๆ ของรัฐร่วมกันวิจัยให้ชาวเขาที่อาศัยอยู่บนดอยสูง ปลูกพืชที่มีเขตกำเนิดอยู่บนพื้นที่หนาวเย็นจากหลายประเทศ อาทิ พืชผักไม้ผล พืชสมุนไพร และไม้ดอกไม้ประดับ นอกจากนี้คณะผู้วิจัยจากหลายสถาบันยังได้ร่วมมือศึกษาค้นคว้าหาพันธุ์พืช และเทคโนโลยีการผลิตต่าง ๆ ให้สอดคล้องเข้ากันได้ กับภูมิอากาศบนภูเขาสูงทางภาคเหนือของประเทศ เพื่อนำผลงานวิจัยที่มีประสิทธิภาพ มาเผยแพร่ให้แก่ชาวเขาและเกษตรกร ส่งผลให้ปัจจุบัน พืชเมืองหนาวต่าง ๆ ของมูลนิธิโครงการหลวง มีจำหน่ายตลอดปี และเป็นที่ยู้งักกันอย่างแพร่หลาย ทั้งๆที่เมื่อไม่นานมานี้เองเราต้องสั่งซื้อมาจากต่างประเทศ และบัดนี้พื้นที่สูงกลับกลายเป็นพื้นที่พิเศษ เป็นพื้นที่ที่เป็นประโยชน์แก่ประเทศชาติ อย่างที่ไม่คาดคิดมาก่อน (มูลนิธิวิจัยเทคโนโลยี สารสนเทศ. 2546) [Online]

ปัจจุบันมูลนิธิโครงการหลวง มีสถานที่สำหรับเผยแพร่ผลงาน และผลผลิตของโครงการเองหลายแห่ง ทั้งที่เชียงใหม่ และกรุงเทพมหานคร ซึ่งผู้บริโภคมักจะไปซื้อหาผลผลิตและผลิตภัณฑ์ของโครงการหลวงได้โดยตรง สำหรับเอกลักษณ์ของผลิตผลมูลนิธิโครงการหลวงเป็นที่รู้จักโดยทั่วไป โดยมีตราประจำคือ “ คอยคำ ” (สำนักงานมูลนิธิโครงการหลวง. 2542 : 5) โดยมีผลิตภัณฑ์หลากหลายประเภททั้งสดและแห้ง ปัจจุบันเป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย

ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง นับเป็นผลผลิตรูปแบบหนึ่งในมูลนิธิโครงการหลวง ซึ่งเป็นผลิตภัณฑ์จากการส่งเสริมการปลูกพันธุ์ดอกไม้ประดับให้กับเกษตรกร นับว่าเป็นการสร้างอาชีพเสริมและรายได้ให้กับเกษตรกร พันธุ์ไม้ที่มีการส่งเสริม และมีศักยภาพที่จะนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ได้แก่ พันธุ์ไม้เมืองหนาว เฟิร์นต่างๆ ยังรวมพันธุ์ไม้ป่า และวัชพืชอีกหลายชนิด ที่สามารถนำมาเป็นส่วนประกอบได้อย่างดี ผลผลิตที่ได้จากเกษตรกรมูลนิธิโครงการหลวงจะเป็นผู้รับซื้อทั้งหมด เพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบหลักในการแปรรูป ซึ่งมูลนิธิโครงการหลวงได้นำแปรรูปหลากหลายรูปแบบด้วยกัน เช่น ดอกไม้แห้งในภาชนะ ซอปลูกดอกไม้แห้ง ดอกไม้แห้งแม่เหล็กติดตู้เย็น น้ำหอมสกัด และบุหงา เป็นต้น (สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 2544) [Online]

ทางมูลนิธิโครงการหลวง ได้ให้ความสำคัญในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้งหลากหลายประเภท อาทิเช่น บุหงา และดอกไม้แห้งในภาชนะ สวยงาม และมีศักยภาพสูงในการแปรรูป ซึ่งนับเป็นจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้งของมูลนิธิโครงการ

หลวงเป็นที่นิยมของแต่ยังไม่ได้ให้ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์เท่าที่ควร เพียงบรรจุลงในกล่องพลาสติกใส หรือถุงพลาสติกใส ซึ่งในส่วนนี้บรรจุภัณฑ์ยังไม่ทำหน้าที่ ทั้งในด้านความงาม ความ เป็นเอกลักษณ์ และความเหมาะสมของการบรรจุ พร้อมกับประโยชน์ใช้สอยที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการใช้ งาน ทำให้บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถทำหน้าที่ของการกระตุ้นความต้องการซื้อของกลุ่มผู้บริโภคได้

ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ ได้กลายมาเป็นส่วนประสมตัวหนึ่งทางการตลาดที่มีความสำคัญและ เพื่อช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค ในการตัดสินใจ และทราบถึงรายละเอียดต่างๆ ของสินค้านั้นๆ ทำให้สินค้าเกิดความแตกต่างและมีความน่าเชื่อถือ เป็นการแข่งขันและเป็นจุดที่นักการตลาด เห็นถึงคุณประโยชน์และความสำคัญยิ่งขึ้น ดังที่ กลุ่มงานเคหกิจการเกษตร(2542 : 6) ของกรม ส่งเสริมการเกษตร ได้กล่าวถึงสาเหตุที่ทำให้ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรไม่สามารถ แข่งขันกับคู่แข่งได้ เกิดจากปัญหาด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่สามารถดึงดูดความสนใจของ ผู้บริโภคเท่าที่ควร

นับว่าบรรจุภัณฑ์มีหน้าที่และบทบาทสำคัญอย่างยิ่ง ในการทำหน้าที่เพื่อการบรรจุ ป้องกัน และขนส่งสินค้า โดยเป็นเครื่องมือสำคัญทางการตลาดด้วย และบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะสะท้อนจินตภาพ ของร้านค้าและตราผลิตภัณฑ์ที่ดีได้ จะพบว่าบรรจุภัณฑ์ ได้กลายมาเป็นสื่อความหมายทาง วัฒนธรรมขึ้นในสังคมสมัยใหม่ อันแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างบรรจุภัณฑ์และสินค้า ที่มีต่อผู้บริโภค และวัฒนธรรม ขณะเดียวกันในปัจจุบันได้มีการพยายามสร้างภาพพจน์ของสินค้า เพื่อสร้างความเชื่อ และความเชื่อมั่นในตัวสินค้านั้นๆ (สิริพร สมบูรณ์บุรณะ. 2538 : 4)

จากประเด็นต่างๆ ที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้สนใจที่จะศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบ บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลินธิโครงการหลวง นี้ โดยมีความมุ่งหวังในการนำ หลักการศึกษาด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มาใช้ ผสานกับการศึกษาถึงความต้องการของ กลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบอย่างมีหลักการ เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ที่สอดคล้อง และเหมาะสมกับตัวสินค้า ให้ตรงกับ ความต้องการด้านรูปแบบ และการใช้งานของผู้บริโภค ซึ่งจะเสริมสร้างเศรษฐกิจชุมชนเพื่อการพึ่งตนเอง อย่างยั่งยืนได้ จากแนวพระราชดำริ “อุตสาหกรรมเกษตรเพื่อพัฒนาชนบท”

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์
2. เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง
3. เพื่อเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมาใหม่

1.3 สมมติฐานการวิจัย

ผู้สนใจผลิตภัณฑ์มุลนิธิโครงการหลวง มีความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมาสูงกว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง รูปแบบเดิม

1.4 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง โดยมีแนวทางตามทฤษฎีและหลักการการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต่างๆ เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัยในขั้นตอนต่างๆดังต่อไปนี้ (คำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิทธิ. 2537 : 42-45 ; ปูนคงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ 2541 : 8-9)

1.4.1 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์

ในขั้นตอนการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ ใช้กรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้

1. ศึกษาข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
 - ศึกษาข้อมูลในด้านผลิตภัณฑ์
 - ศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
2. ศึกษาคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์
 - คุณลักษณะด้านการใช้งาน
 - คุณลักษณะ ด้านการตลาด

1.4.2 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับ แห่ง มูลนิธิโครงการหลวง

ในขั้นตอนการพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง ใช้กรอบแนวคิดในการพัฒนาในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการใช้งาน
2. ด้านการตลาด

1.4.3 กรอบแนวคิดในขั้นตอนเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น

ในขั้นตอนเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น ใช้กรอบแนวคิดในการประเมินในด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการใช้งาน
2. ด้านการตลาด

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง ซึ่งมีขอบเขตการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง

ในการวิจัยผู้วิจัยได้กำหนดประเภทของผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวงที่จะนำมาศึกษาและพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ประเภท บุษงา
2. ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ประเภท ซ่อปู้เก้ในภาชนะ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

1. เจ้าหน้าที่ภายในโครงการผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง
จำนวน 5 คน

2. ผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง จำนวน 7 คน

3. ผู้สนใจผลิตภัณฑ์ ที่เข้าเยี่ยมชมและซื้อสินค้าของมูลนิธิโครงการหลวง

จำนวน 240 คน โดยแบ่งออกเป็น 2 ขั้นตอนดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ขั้นตอนการศึกษาารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ จำนวน 120 คน

ขั้นตอนที่ 2 ขั้นตอนการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นใหม่ จำนวน 120 คน

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1. ตัวแปร ได้แก่ ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์
2. ตัวแปรอิสระ ได้แก่ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ จำแนกเป็น
 - 2.1 บรรจุภัณฑ์ที่ได้จากการออกแบบ
 - 2.2 บรรจุภัณฑ์เดิม
3. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง

1.6 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

1. มุลนิธิโครงการหลวง หมายถึง หนึ่งในโครงการพระราชดำริของ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวฯ โดยโครงการหลวง ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมอาชีพ และให้ความรู้ทางการเกษตร พร้อมกับให้ความช่วยเหลือการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตร ของเกษตรกรไทย โดยได้จดทะเบียนเป็น มุลนิธิโครงการหลวง ในปี พ.ศ. 2535
2. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งห่อหุ้มรองรับผลิตภัณฑ์ ไม้ประดับแห้ง เพื่อทำหน้าที่ป้องกันสินค้า จากการเสียหายต่างๆ และเพื่อเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพให้ใกล้เคียงกับเมื่อแรกผลิตมากที่สุด และกระตุ้นการซื้อ
3. ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้มาจากการนำเอา ไม้ดอกไม้ประดับที่ผ่านกระบวนการอบ ตากแดด ทำให้แห้ง เพื่อนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆ ในแผนกไม้ประดับแห้ง ของมุลนิธิโครงการหลวง ได้แก่ บุษงา และช่อปู้เก๋ในภาชนะ
 - 3.1 บุษงา หมายถึง การนำดอกไม้ พรรณไม้ต่างๆ มาผ่านกระบวนการอบแห้งแล้วปรุงด้วยหัวน้ำหอม ใช้สำหรับปรับบรรยากาศให้หอมสดชื่น
 - 3.2 ช่อปู้เก๋ในภาชนะ หมายถึง การนำเอาดอกไม้ พรรณไม้ต่างๆ มาผ่านกระบวนการอบแห้ง นำมาประดิษฐ์เป็นช่อทรงกลม ตกแต่งลงบนในภาชนะกระดาษเครื่องปั้นดินเผา ใช้สำหรับประดับตกแต่ง
4. ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความต้องการของบุคคลที่เข้าเยี่ยมชมหรือบุคคลที่เข้ามาซื้อสินค้าของมุลนิธิโครงการหลวง เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ไม้ประดับแห้งด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ด้านสีสันทนบรรจุภัณฑ์ ด้านลวดลายบนบรรจุภัณฑ์

5. ความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ หมายถึง ความพึงพอใจของบุคคลที่เข้าเยี่ยมชมหรือบุคคลที่เข้ามาซื้อสินค้าของมูลนิธิโครงการหลวง ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ในด้านการใช้งาน และด้านการตลาด ดังนี้

5.1 ด้านการใช้งาน

- มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองรักษาสินค้าภายใน
- อำนวยความสะดวกในการใช้งาน
- มอบเป็นของฝากได้โดยไม่ต้องนำมาห่อซ้ำ
- การวางจำหน่าย ที่เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า
- สามารถตรวจพิจารณา สินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ได้

5.2 ด้านการตลาด

- ทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย สร้างความทรงจำ น่าประทับใจ
- สื่อถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัด
- แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์ และผู้ประกอบการ
- แสดงถึงการมีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม เช่นเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

6. ผู้สนใจผลิตภัณฑ์ หมายถึง บุคคลที่เข้าเยี่ยมชมหรือบุคคลที่เข้ามาซื้อสินค้าของทางมูลนิธิโครงการหลวง

7. เจ้าหน้าที่ภายในโครงการผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง หมายถึง เจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการตลาด และด้านการออกแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ในโครงการผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ของมูลนิธิโครงการหลวง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินงานวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่งในโครงการหลวง ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 มุลนิธิโครงการหลวง
- 2.2 ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง
- 2.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 มูลนิธิโครงการหลวง

มูลนิธิโครงการหลวง(ศูนย์สารสนเทศ มูลนิธิโครงการหลวง. 2546) [Online]ได้กล่าวถึงประวัติของมูลนิธิโครงการหลวงไว้ว่า ในการเสด็จพระราชดำเนินแปรพระราชฐานไปประทับแรม ณ พระตำหนักภูพิงศ์ราชนิเวศน์ จังหวัดเชียงใหม่ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2507 เป็นต้นมานั้น พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวได้เสด็จพระราชดำเนินไปทรงเยี่ยมราษฎรชาวเขาในพื้นที่ต่าง ๆ ในเขตจังหวัดภาคเหนือได้ทอดพระเนตรเห็นการทำลายป่าตามยอดเขาเพื่อปลูกฝิ่น และ ทำไร่เลื่อนลอยซึ่งนอกจากจะเป็นการละเมิดกฎหมายแล้วยังเป็นการทำลายป่าต้นน้ำ ลำธาร อันเป็นบ่อเกิดของแม่น้ำสายสำคัญ โดยรู้เท่าไม่ถึงการณ์ อีกด้วย

อนึ่งฝิ่นที่ผลิต ได้จะถูกลักลอบส่งออกไปนอกประเทศเพื่อผ่านกรรมวิธีแปรรูปเป็นยาเสพติดชนิดต่าง ๆ และส่วนหนึ่ง ส่งเข้ามาทำลายเยาวชนในประเทศไทยทำให้ภาพพจน์ ของประเทศเสียไปโดยปริยาย เพราะว่าเป็นที่ ทราบกัน อย่างแพร่หลายว่า ดินแดนที่ปลูกฝิ่น ในเอเชียอาคเนย์นั้นมีประเทศไทยรวมอยู่ด้วย อันอาจทำให้ต่างประเทศเข้าใจว่ารัฐบาลไทยมิได้สนใจดำเนินการอย่างหนึ่งอย่างใด กับปัญหานี้เลย

พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงเล็งเห็นถึงปัญหา ที่เกิดขึ้นและพยายาม จะแก้ไขปัญหาดังกล่าวจึงทรงมีพระราชดำริว่า “ถ้าจะให้ชาวเขา เลิกปลูกฝิ่นก็ต้อง หาพืชอื่น ที่ขายได้ราคาดีกว่า และมีความเหมาะสมที่จะปลูกในที่สูง มาให้ชาวเขาปลูกทดแทน เป็นรายได้เสียก่อน จึงจะสามารถเลิกปลูกฝิ่นได้” ในเบื้องต้นทรงมอบให้หม่อมเจ้าภีศเดช รัชนี เป็นผู้รับสนอง พระราชประสงค์ หม่อมเจ้าภีศเดช จึงได้ชักชวนให้ หม่อมราชวงศ์ ชวนิศนดากร วรวรรณ อาจารย์ประจำมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มาร่วมงานด้วย ต่อจากนั้น ก็ได้มีการชักชวน ให้อาจารย์ท่านอื่นๆ มาร่วมงานมากขึ้น ขณะเดียวกัน พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ตั้งโครงการ พระบรมราชานุเคราะห์

ชาวเขา ขึ้นในปี พ.ศ. 2512 เพื่อหาทางแก้ไข ปัญหาดังกล่าว การดำเนินงานต่างๆ ของโครงการฯ จึงดำเนินไป ในแนวทางเดียวกัน เพื่อสนองแนวพระราชดำริ พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ดังพระราชดำรัส ที่พระราชทาน

พ.ศ. 2512 ปีแห่งต้นกำเนิดโครงการหลวงซึ่งเป็นโครงการส่วนพระองค์ภาคเหนือ ภารกิจของโครงการจะเป็นการปฏิบัติตามพระราชปณิธานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โครงการนี้ได้รับความร่วมมือจากรัฐบาลไทย รัฐบาลต่างประเทศ มหาวิทยาลัย หน่วยงานจากภาครัฐ จากภาคเอกชน และอาสาสมัครต่างๆ โดยมีหม่อมเจ้าภีศเดช รัชนี เป็นผู้รับสนองพระบรมราชโองการ ในตำแหน่งผู้อำนวยการโครงการหลวง

ในช่วงสามทศวรรษที่ผ่านมา โครงการหลวงได้สนองพระราชปณิธานของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ได้เป็นอย่างดี โดยมุ่งเน้นงานวิจัยและพัฒนาเป็นหลักเพื่อให้ได้มาซึ่งพืชที่เหมาะสมกับพื้นที่สูงและทดแทนพืชเสพติดได้ มีการสร้างจิตสำนึกในการรักษาต้นน้ำลำธารและยกระดับความเป็นอยู่ของชาวไทยภูเขาในพื้นที่ปฏิบัติการอย่างเห็นได้ชัด และ

เมื่อต้นปี พ.ศ. 2535 พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว โปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนสถานะภาพของโครงการฯ มาเป็นมูลนิธิ เรียกว่า “มูลนิธิโครงการหลวง” และพระราชทานเงินกัณดูง เพื่อใช้เป็นทรัพย์สินเริ่มแรก จำนวน 500,000 บาท เพื่อจะได้เป็นองค์กรนิติบุคคล มีกฎหมายรองรับ และดำเนินงานด้วยความมั่นคง เป็นปึกแผ่นสืบไป



โครงการหลวง

ภาพที่ 2.1 ตราสัญลักษณ์ มูลนิธิโครงการหลวง

นับเป็นก้าวใหม่ของโครงการฯ ที่ก้าวขึ้นเป็นองค์กรเพื่อสาธารณะประโยชน์ ที่ถาวรมีระบบงานที่แน่นอน คล่องตัวและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพื่อความร่วมมือและการประสานงานกับส่วนราชการและเอกชนต่าง ๆ ในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ ของการริเริ่มงานวิจัยใหม่ ๆ ที่ไปสู่การพัฒนาและการผลิตที่แน่นอนมีตลาดรองรับ รวมทั้งโครงการนำร่องและการถ่ายทอดเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่สำคัญแก่การพัฒนาในที่สูง การสร้างมูลค่าเพิ่มกับผลิตผล และผลิตภัณฑ์ของโครงการฯ โดยมีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และรักษาสภาพต้นน้ำลำธาร ที่สำคัญ ๆ ของประเทศเอาไว้

การดำเนินงานของมูลนิธิโครงการหลวงถือเป็นโครงการส่วนพระองค์ที่ดำเนินงานสืบเนื่อง จากโครงการหลวง พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ผู้พระราชทานกำเนิดมูลนิธิโครงการหลวงทรงเป็นนายกิตติมศักดิ์ โดยมีคณะกรรมการมูลนิธิโครงการหลวง ประกอบด้วย

หม่อมเจ้ากฤษเดชะ รัชนี	ประธานกรรมการ
พลอากาศตรีกำธน สินธวานนท์	รองประธานกรรมการ
หม่อมหลวงพีระพงศ์ เกษมศรี	กรรมการ
นายแก้วขวัญ วัชโรทัย	กรรมการ
นายทวีศักดิ์ เสสสะเวช	กรรมการ
คุณหญิงนางเยาว์ ชัยเสรี	กรรมการ
นายสันทัต โรจนสุนทร	กรรมการ
นายสุทัศน์ ปัทมปัญญา	กรรมการ
คุณหญิงประจิตต์ กำภู ณ อยุธยา	กรรมการและเหรัญญิก
นายจิรายุ อิศรางกูร ณ อยุธยา	เลขาธิการ

โครงการหลวงวิปฏิบัติที่ยึดถือมาโดยตลอดก็คือ การเน้นการทำงานวิจัยด้านพืช และสัตว์ เพื่อให้ได้เป็นสิ่งทำกินของชาวเขา ดังนี้

ประการที่หนึ่ง “ **วิธีลดขั้นคอน** ” จึงมีความสำคัญอย่างสูงในการ ทำงานร่วมกันกับหลายหน่วยงาน ตามกระแสพระราชดำรัส เมื่อ 24 กุมภาพันธ์ 2537 ทำให้การทำงานกระชับและ รวดเร็วขึ้น ตลอดระยะเวลาของโครงการฯ

ประการที่สอง “ **วิธีการสร้างการประสานงาน และความร่วมมือ** ” เป็นหัวใจของงานโครงการหลวง ที่สำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ความร่วมมือ ดังกล่าวแล้ว ด้วยพระบารมีทำให้เกิดความร่วมมือ ประสานงานที่กลายเป็นความดีเด่น ที่สำคัญของโครงการหลวง โครงการต่าง ๆ ที่ปฏิบัติอยู่ในปัจจุบัน ในพื้นที่ล้วนแต่เป็นงานของ หน่วยราชการที่ปฏิบัติอยู่ทางภาคเหนือ ทั้งสิ้น อาทิ กรมวิชาการเกษตร (ซึ่งตั้งกองพัฒนาเกษตรที่สูง ขึ้นมาตามมติคณะรัฐมนตรี เพื่อประสานงานและปฏิบัติงาน เพื่อโครงการหลวง) กรมป่าไม้ กรมพัฒนาที่ดิน กรมส่งเสริมการเกษตร กรมประมง สบปราบศัตรูพืช มหาวิทยาลัยต่าง ๆ เช่น มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

มหาวิทยาลัยแม่โจ้ ตลอดจนหน่วยงานสนับสนุนอื่น ๆ อาทิ ตำรวจชายแดน กรมทางหลวง สำนักงานเร่งรัดพัฒนาชนบท กรมการปกครอง กรมพัฒนาชุมชน ฯลฯ ในปัจจุบันหน่วยงานหลักดังกล่าวก็สามารถตั้งงบประมาณ เพื่อปฏิบัติงานช่วยเหลือโครงการหลวง ได้ หน่วยงานหลักบนที่สูงเหล่านี้ จะ เป็นผู้ถ่ายโอนงานพัฒนา ที่สูงตามหมู่บ้านต่าง ๆ ไปจากโครงการหลวงในที่สุด

ประการที่สาม “ **วิธีสร้างการกำหนดทางเลือก** ” ในส่วนของการกำจัดการปลูกฝิ่น ม.จ. ภิศเดช รัชนี องค์กรประธานมูลนิธิโครงการหลวง ทรงเน้นตลอดเวลาถึงพระราชดำริ ว่าการเข้าทำลายไร่ฝิ่นใน เขต โครงการหลวงนั้นขอเวลา ให้ได้มีการวิจัย 1-2 ปี เพื่อมีทางเลือกให้แก่ ชาวเขา ว่าควรจะปลูกพืชอื่นใด ทดแทน ก่อนจะเริ่มเข้มงวดในการกำจัดไร่ฝิ่น ข้อปฏิบัติดังกล่าวได้รับการปฏิบัติค่อนข้างเคร่งครัด ด้วยวิธีนี้ ชาวเขาจึงมีความสวามิภักดิ์ ต่อพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว และต่อแผ่นดินไทย

ประการที่สี่ที่เป็นวิธีปฏิบัติที่เรา เน้นก็คือ “ **วิธีการบุกเบิกทดสอบสิ่งใหม่ ๆ** ” เพื่อให้ได้มาซึ่งความก้าวหน้า และความเหมาะสม ในพื้นที่นั้น ๆ ในการปลูกพืชเลี้ยงสัตว์ และการมีชีวิตอยู่ในบริเวณต้นน้ำลำธาร

ประการที่ห้า ก็คือ “ **วิธีการสร้างจิตสำนึกของชาวเขา** ” เมื่องานด้านวิชาการด้านไม้ผล ผัก และ ไม้ดอก ดำเนินไปด้วยดีงานที่ตามมาก็คือ การสร้างจิตสำนึกว่าพื้นที่ ที่บุคคลเหล่านี้ อาศัยอยู่นั้น เป็นเขต ต้นน้ำลำธาร การที่ร่วมอยู่ในโครงการหลวง ทำให้สามารถอยู่ในเขตนั้น ๆ ได้ ดังนั้นจึงควรมีจิตสำนึกต่อการ อนุรักษ์และดูแลรักษาพื้นที่นั้น ๆ ตลอดจนพื้นที่ป่าดังกล่าว จนสามารถเป็นผู้พิทักษ์ รักษาป่า ต้นน้ำลำธาร ได้ในที่สุด

2.1.1 วัตถุประสงค์ ของมูลนิธิโครงการหลวง

1. เพื่อป้องกัน การทำลายป่าต้นน้ำ โดยราษฎรชาวเขา และส่งเสริมการปลูกป่าทดแทน
2. เพื่อจัดให้ ราษฎรชาวเขาเลิก โยกย้ายที่ทำกินและ การทำลายป่าเพื่อปลูกฝิ่น ซึ่งเป็นการผิด กฎหมาย และให้รู้จักอยู่เป็นหลักแหล่ง โดยดำเนินการจัดหาพันธุ์พืชที่ทดลองแล้วว่า สามารถปลูกได้ ในสภาพภูมิประเทศและ สภาพภูมิอากาศที่เป็นถิ่นที่อยู่ของราษฎรชาวเขา อีกทั้ง เป็นพืชที่ สามารถทำรายได้สูงเท่ากับฝิ่นหรือมากกว่า
3. เพื่อดำเนินการ ฝึกอบรมราษฎรชาวเขา ให้เข้าใจหลักวิชาการเกษตรที่สูง รวมทั้งการเลี้ยงสัตว์
4. เพื่อดำเนินการ ทดลองวิจัยพันธุ์พืช และพันธุ์สัตว์ที่จะ สามารถขยายพันธุ์ให้แก่ ราษฎร เพื่อนำไปปลูกและเลี้ยง เพื่อเพิ่มพูนรายได้ โดยทำการศึกษาใน ด้านการขนส่งและ ภาวะตลาดด้วย

5. เพื่อส่งเสริมในด้านการศึกษา อนามัย และการวางแผนครอบครัวแก่ราษฎร
ชาวเขา

2.1.2 เป้าหมายของมูลนิธิโครงการหลวง

ช่วยชาวเขา เพื่อมนุษยธรรม

ช่วยชาวไทย โดยลดการทำลาย ทรัพยากรธรรมชาติ คือ ป่าไม้ และต้นน้ำลำธาร
กำจัด คือกำจัดกาฝากปลุกฝิ่น

รักษา คือรักษาดินและ ไร่พื้นที่ให้ถูกต้อง คือ ให้ป่าอยู่ในส่วน ที่เป็นป่า และทำไร
ทำสวน ในส่วนที่ควรเพาะปลูก อย่าให้ส่วนทั้งสอง นี้รุกร้าซึ่งกันและกัน

ผลิต คือการผลิตพืชเพื่อเพิ่มประ โยชน์ทางเศรษฐกิจ แก่ประเทศ

2.1.3 แนวทางปฏิบัติพระราชทาน

1. ลดขั้นตอน คือ จะทำอะไรก็อย่า ต้องให้มีการอนุมัติต่อ ๆ กัน ไปหลายชั้น อีก
น้อยหนึ่งให้กระจายอำนาจ
2. ปิดทองหลังพระ อย่าทำความดี เพื่อเอาไว้อวด
3. เร็วๆ เข้า
4. ช่วยเขาช่วยตัวเอง

2.1.4 การดำเนินงานของมูลนิธิโครงการหลวง

ทั้งนี้มูลนิธิโครงการหลวงได้ดำเนินการสนองตามพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้า
อยู่หัวที่ทรงมีพระราชประสงค์ที่จะ "ช่วยชาวเขาให้ช่วยตนเองในการปลูกพืชที่มีประโยชน์และมี
มาตรฐานความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น และได้แบ่งงานออกเป็น 3 ลักษณะดังนี้

1. งานวิจัย
2. งานพัฒนา
3. งานการตลาด

2.1.4.1 งานวิจัย

การวิจัย ประยุกต์ที่ปรับปรุงกระบวนการเลือกและวิธีวิจัยที่เหมาะสม มีการเลือก
โครงการวิจัย โดยเน้น ความจำเป็นก่อนหลัง มีการกำหนด วัตถุประสงค์ ที่ชัดเจน และมีการ
วิเคราะห์ กำไร-ขาดทุนของโครงการ และไม่จำเป็นต้องเป็นกำไรขาดทุน ทางการเงินแต่อย่างเดียว
คุณภาพในการส่งเสริมยังจำเป็น ต้องมีในกิจการของโครงการหลวง โครงการวิจัยต่าง ๆ จำเป็นต้อง
มีการติดตามผล อย่างใกล้ชิด เพื่อให้เป็น ไปตามวัตถุประสงค์ ที่วางไว้ เนื่องจากเราจะต้อง ทำ
กิจการนี้ให้เป็นรายได้กับเกษตรกร ดังนั้นจึงจำเป็นต้องมีสภาวะ ของด้านเศรษฐกิจ เข้ามาเกี่ยวข้อง

นั่น คือชาวเขา ควรจะดีขึ้น ในการ มีชีวิตอยู่ ดังนั้นการ ปฏิบัติตามแบบ อย่างของ โครงการหลวง สิ่งที่ทำเป็น ต้องเน้นคือ วิธีการตรวจสอบ โครงการวิจัย ให้ได้ผลคุ้มค่า

การวิจัยนำมา ซึ่งความรู้ใหม่ๆ ซึ่งต้องมีการถ่ายทอด และรับไปใช้ที่ชัดเจนและถูกต้อง ดังนั้นการตรวจสอบ เพื่อรับทราบถึงความรู้และ วิธีปฏิบัติว่า ไปถึงชาวเขามากน้อยเพียงใด จึงเป็นสิ่งจำเป็น

กลุ่มวิจัยต้องมีความชัดเจน ในการปฏิบัติ มีผู้ดูแลเต็มเวลา เป็นการสร้างผู้ดูแลประจำ และ หัวหน้าโครงการ ที่มีความสามารถในระดับต่าง ๆ กัน การวางแผนงานเพื่อ ทำวิจัยล่วงหน้า เป็นสิ่ง ที่สำคัญในการ ปฏิบัติงานบนพื้นที่สูง ผลกระทบทางด้านลบ จะมีอย่างต่อเนื่อง และทวีคูณ หากไม่มีการดูแลตั้งแต่ต้น

งานวิจัยในที่สูงของโครงการหลวง มีความแตกต่างกับงานอื่นใด ในโลกอย่างเห็นได้ชัด ดังนั้นงานวิจัยของเรา จึงจะเจาะลึกเข้าไปในแหล่งความรู้ ที่จะสามารถนำไปถ่ายทอดในที่สูงอื่น ๆ นอกประเทศไทย และจะเป็นศูนย์วิจัยในที่สูง ที่สามารถเป็นศูนย์ระดับนานาชาติไทย

2.1.4.2 งานพัฒนา

เพื่อจะพัฒนาอาชีพ ยกระดับความเป็นอยู่ของเกษตรกรในพื้นที่เป็นหมื่นทั้งเพื่อเป็นการหยุดยั้งการปลูกฝิ่น การทำไร่เลื่อนลอย และการตัดไม้ทำลายป่า โดยมุ่งหวังที่จะถ่ายทอด งานวิจัยต่างๆ ให้ถึงมือเกษตรกร ให้สามารถประกอบอาชีพการเกษตร ที่เหมาะสมกับสภาพ แวดล้อม และสนับสนุนการดำเนินการด้านการอนุรักษ์ดิน และน้ำที่เหมาะสม โครงการหลวงจึง ได้จัดตั้งศูนย์พัฒนาโครงการหลวงขึ้นรวม 34 แห่ง

ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงมีหน้าที่สำคัญคือ

1. ส่งเสริมให้เกษตรกรในหมู่บ้านใกล้เคียงมีรายได้ โดยการปลูกพืชชนิดต่างๆ ทั้งผักเมืองหนาว ไม้ดอกเมืองหนาว ไม้ผลเมืองหนาว พืชไร่ รวมไปถึงการเลี้ยงสัตว์และการประมง
2. พัฒนาปัจจัยพื้นฐานและคุณภาพชีวิตของชาวเขา ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้พวกเขาเหล่านั้นมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น
3. สนับสนุนงานทดสอบ สาธิต วิจัย และผลิตพันธุ์พืช – สัตว์
4. อนุรักษ์ ฟื้นฟู ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยการกำหนดขอบเขตอย่างแน่ชัดว่าที่ใดควรเป็นป่า และที่ใดควรใช้เพาะปลูก และการปลูกป่า ต้องนึกถึงผลประโยชน์ของไม้ด้วย สำหรับพื้นที่การเกษตรได้พิจารณาถึงความลาดชัน หน้าดิน และน้ำชลประทานเป็นสำคัญ และได้ดำเนินงานด้านการอนุรักษ์ที่ดิน เพื่อกันหน้าดินทลายโดยการ ทำขั้นบันได ทางระบายน้ำตามแนวระดับ หรือปลูกหญ้าแฝกตามแนวระดับ เป็นต้น

2.1.4.3 งานการตลาด

งานการตลาด เป็นสิ่งหนึ่งที่ โครงการหลวงจำเป็นต้องทำ หลังจากการส่งเสริมให้เกิดการผลิตขึ้นในโครงการหลวงในแง่ของการขาย โครงการหลวงจะต้องมองว่า กิจกรรมดังกล่าวนี้ ภาคเอกชน เหมาะที่สุดที่จะเป็นผู้ทำ เพียงแต่โครงการหลวงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการติดตามงาน และดูแลในแง่ของการตรวจสอบราคา และจะเข้าแทรกแซงราคาเมื่อ มีความไม่ยุติธรรมเกิดขึ้น ในแง่ของโครงการหลวงอาจจำเป็นต้องไปส่งเสริมในบริเวณที่ห่างไกล รวมทั้งการคัดแปลง และปรับปรุงงานด้านหลังเก็บเกี่ยว ให้ดีกว่าเดิมอีกประการหนึ่งที่จำเป็นก็คือการวิเคราะห์ตลาด และสร้างงานตลาด ให้เป็นงานขายส่งสำหรับโครงการหลวง โดยให้เป็นงานของเอกชนให้มากที่สุด ในที่สุดสิ่งที่สมควรเน้นให้มากที่สุดก็คือ ความมั่นคงของการผลิตทั้งในแง่คุณภาพและปริมาณ ทั้งนี้เพื่อให้ สามารถตอบสนอง ตลาดได้ตามความต้องการทั้งใน ระยะสั้นและระยะยาว และในที่สุดการผลิตทั้งปริมาณ และคุณภาพสมควรเป็นไป ตามความต้องการของตลาด และควรมีความสามารถในการ วางแผนระยะยาวในการผลิตได้ล่วงหน้า

เป็นที่ทราบกันแล้วว่า ในด้านการตลาดนั้นโครงการหลวงช่วยเหลือทำหน้าที่ด้านการตลาดให้แก่เกษตรกรชาวเขา ที่อยู่ในข่ายการส่งเสริมของโครงการหลวง ในหลักการที่ถือปฏิบัติคือโครงการหลวง มิได้ทำการซื้อผลิตผลจากเกษตรกรแล้วนำมาขายเอง เพียงแต่โครงการหลวงทำหน้าที่ด้านการตลาด ให้เท่านั้น

ความหมายของการตลาดนั้น หมายถึงการเคลื่อนย้ายสินค้า (ผลผลิต) หรือบริการจากผู้ผลิต (ในที่นี้คือเกษตรกร) ไปยังผู้บริโภคตามรูปแบบ เวลา และสถานที่ตามที่ผู้บริโภคต้องการ การที่จะทำงานดังกล่าวให้สมบูรณ์ และมีประสิทธิภาพ ฝ่ายการตลาดของโครงการหลวง จะต้องทำหน้าที่ดังต่อไปนี้

1. การวางแผนการตลาด

เนื่องจากการผลิตและการตลาด มีส่วนสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด ไม่สามารถแยกเป็นอิสระจากกันได้ จึงต้องมีการวางแผนการผลิต และการตลาดให้สอดคล้องกัน และร่วมกันตัดสินใจเกี่ยวกับผลิตผล ที่จะผลิตว่าจะผลิตอะไร จำนวนเท่าใด เพราะการเลือกผลิตสินค้า ต้องคำนึงถึงการตลาดด้วยว่า ผู้ซื้อเป็นใคร ต้องการผลิตผลประเภทใด เมื่อไร

2. การจัดการรักษาคุณภาพหลังเก็บเกี่ยว

ควรเริ่มตั้งแต่การเก็บเกี่ยว เมื่ออายุเหมาะสม วิธีการเก็บ ภาชนะที่เก็บเกี่ยวและบรรจุ ต้องมีความสะอาดและเหมาะสม

- การรวบรวมผลผลิต การรักษาอุณหภูมิก่อนการขนส่งและเก็บรักษา (Storing)
- การขนย้ายผลิตผลมาทำการคัดบรรจุ

- ทำความสะอาด การตัดแต่ง
 - ทำให้ผลิตผลสวยงาม ประหยัดเนื้อที่ขนส่ง
- การเสริมคุณภาพ (Pulshing)
 - ยืดอายุ
 - ทำให้รสดี
- การคัดเกรด คัดคุณภาพ (ขนาด น้ำหนัก พันธุ์ รูปร่าง สี สภาพตำหนิ) กำจัดสิ่งเจือปน
- การบรรจุหีบห่อ
- การเก็บรักษา (สำหรับผักต้องพิเศษมาก) รอการขนส่ง
 - รักษาความสะอาดของห้องเก็บรักษา
 - ควรมีห้องเย็น
- การขนส่งผลิตผลไปเพื่อขาย
 - ขานพาหนะ
 - ค่าขนส่ง
- การจำหน่าย

3. ด้านการแลกเปลี่ยน

โดยทั่วไปถ้าพูดถึงหน้าที่ทางด้านการตลาด ในส่วนที่เกี่ยวกับการแลกเปลี่ยนนั้น จะมีทั้งด้านการซื้อ การรวบรวม การขาย แต่เนื่องจากโครงการหลวงมิได้เป็นผู้ซื้อมาขาย แต่ช่วยเหลือทำหน้าที่การตลาดให้ ในที่นี้จึงทำหน้าที่เฉพาะการจำหน่ายให้เท่านั้น ด้านการจำหน่ายหรือการขาย มีงานต้องทำ คือ การวางแผนการขาย

- จะขายผลผลิตอย่างไร

โครงการหลวงได้ทำการขายหลายรูปแบบ คือการขายแก่ผู้ค้าปลีก ผู้ค้าส่งซูเปอร์มาร์เก็ต โรงแรม ผู้แปรรูป นอกจากนั้น โครงการหลวงได้มีสถานที่เผยแพร่ผลงาน และผลิตภัณฑ์ของโครงการเองหลายแห่ง ทั้งที่เชียงใหม่และกรุงเทพฯ ซึ่งผู้บริโภคจะไปซื้อหาผลิตภัณฑ์ ของโครงการหลวงได้โดยตรง

- จะขายเมื่อไร

ถ้าเป็นผลิตผลที่มีอายุสั้น มีการสูญเสียมาก ก็จะต้องรีบขายโดยเร็ว แต่ผลิตผลบางอย่างสามารถเก็บได้นาน จะเก็บไว้ขายในช่วงที่คาดว่าจะได้ราคาสูง โดยจะต้องคิดเปรียบเทียบต้นทุน การเก็บรักษากับราคาที่จะขายได้

อย่างไรก็ตามจะต้องเน้นนโยบายการตลาดข้อหนึ่ง ของโครงการหลวงก็คือ จะไม่ผลิตพืช ในฤดูที่พื้นราบปลูกได้หรือปลูกแต่น้อย และจะส่งเสริมการผลิตพืชนอกฤดู เพื่อผู้บริโภค ได้หาซื้อ ไปบริโภคตลอดปี สิ่งนี้จะต้องมีการร่วมมือกัน ระหว่างฝ่ายผลิตและฝ่ายการตลาดอย่างใกล้ชิดด้วย

- จะขายที่ไหน

ในสถานที่ต่างกัน ราคาสินค้าเกษตรจะแตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับระยะทางระหว่างสถานที่ผลิต กับสถานที่ขาย ผลผลิตของโครงการนั้นมีจำหน่ายทั้งที่เชียงใหม่ กรุงเทพฯ และจังหวัดอื่นๆ

นอกจากนั้น ผลผลิตสดเป็นสิ่งที่เน่าเสียง่าย มีการเปลี่ยนแปลงทางเคมีและสรีระสูง เช่น เปลี่ยนสี เหี่ยว หรือนิ่ม ซอกซ้าง่าย อายุการเก็บรักษาสั้น ต้องมีการควบคุมอุณหภูมิในระหว่างการวางขาย เพื่อรักษาสภาพให้สดอยู่เสมอ ผลผลิตสดของโครงการหลวง เป็นพืชเมืองหนาวเป็นส่วนใหญ่ ไม่คงทนเมื่ออยู่ในสภาพอากาศร้อน ดังนั้นสถานที่จำหน่ายผลผลิต จะต้องมีความเย็นที่เหมาะสมด้วย หรือมิฉะนั้นจะต้องมีตู้แช่ที่ให้ความเย็นได้ด้วย

4. ด้านการอำนวยความสะดวก

1. การจัดทำมาตรฐานและการจัดเกรด (Standardization) เพื่อควบคุมคุณภาพและลดการสูญเสีย

2. การบริการด้านข่าวสารการตลาด (Market Intelligence) การวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ข้อมูลเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของปัจจัยการผลิตและอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

5. ราคาและการกำหนดราคา

เนื่องจากผลผลิตสดของโครงการหลวง ไม่ใช่ผลผลิตสำหรับผู้มีรายได้อันสูง ดังที่บางท่านเข้าใจ แต่ผลิตภัณฑ์โครงการหลวง เป็นสิ่งที่ทุกคนทุกระดับสามารถซื้อหาไปบริโภค และอุปโภคได้ราคาจึงเป็นสิ่งที่ต้องคำนึงถึงหลักการ ผลผลิตสดของโครงการหลวงเป็นพืชเมืองหนาว พื้นที่เพาะปลูกมีจำกัด ปริมาณการผลิตยังมีไม่มากนัก ตลาดพืชผลสดจึงเป็นตลาดลักษณะกึ่งผูกขาด Monopolistic Competition การแข่งขันอย่างรุนแรงยังไม่มี การกำหนดราคา พิจารณาปัจจัยต่อไปนี้

- สินค้าสดเป็นสินค้าตามฤดูกาล การกำหนดราคาจึงต้องดูว่าอยู่ในต้นฤดู กลางฤดู หรือปลายฤดู ในเทศกาลต่าง ๆ หรือในช่วงส่งเสริมการขาย (Promotion)

- วิธีขายเป็นแบบไหน การขายปลีก ขายส่ง ขายตรง ขายโรงงาน เป็นต้น

- สถานที่ เช่น เป็นตลาดท้องถิ่น ตลาดกลาง ตลาดปลายทาง อยู่ใกล้หรือไกลจากแหล่งผลิต

- ต้นทุนของเกษตรกรผู้ปลูก ได้แก่ ค่าเมล็ดพันธุ์ ปุ๋ย วัสดุ อุปกรณ์ในการปลูก ค่าแรงงาน เป็นต้น

6. การคืนเงินแก่เกษตรกร

เนื่องจากโครงการหลวงทำหน้าที่การตลาด ให้แก่เกษตรกร ไม่ใช่ผู้ซื้อสินค้าจากเกษตรกร ดังนั้น เมื่อขายผลผลิตได้ ก็จะต้องคืนเงินแก่เกษตรกรไป การคืนเงินโดยหลักการแล้วควรคิดจาก “ส่วน เหลื่อมการตลาด” Marketing Margin หรือ “ค่าการตลาด” ซึ่งมีวิธีคิดดังนี้

- ราคาขาย
- หัก ส่วนเหลืออมการตลาด
- ราคาคืนเกษตรกร

ส่วนเหลืออมการตลาด หรือค่าการตลาด หรือโซหุ่ยการตลาด ประกอบด้วยค่าใช้จ่ายต่างๆ ในการจัดการตั้งแต่นำสินค้าจากเกษตรกรไปถึงมือผู้บริโภค ซึ่งได้แก่ ค่าขนส่ง ค่าน้ำมันเชื้อเพลิง ค่าจ้าง ค่าน้ำ ค่าไฟ โทรศัพท์ ค่าภาษีบรรจุกีบห่อ ค่าใช้จ่ายดำเนินงานอื่น ๆ ค่าเสื่อมราคา ฯลฯ เป็นต้น

ในกรณีของโครงการหลวงนั้น ใช้หลักการคืนเงินแก่เกษตรกร 80 % เป็นส่วนเหลืออมการตลาด 20% ขณะนี้กำลังศึกษาว่าค่าโซหุ่ยการตลาด ที่โครงการหลวงต้องจ่ายจริงนั้น เกินกว่าส่วนเหลืออมการตลาดที่หักไว้ 20% หรือไม่ หากเกินกว่า อาจจะต้องทำการปรับปรุง

7. การแปรรูป

ปัจจุบันผู้บริโภคนิยมอาหารที่แปรรูปกันมากขึ้น มีทั้งการแปรรูปเป็นเครื่องกระป๋องอบแห้ง แซ่แข็งอาหารสำเร็จรูป ที่นำไปรับประทานได้ทันที เช่น สลัดถาด

การแปรรูปผลิตผลโครงการหลวงนั้น เน้นวัตถุประสงค์ในการช่วยเหลือเกษตรกรชาวเขา ที่มีผลผลิตมาก เหลือจากความต้องการตลาดโครงการหลวง ก็จะต้องรับไว้ทำการแปรรูปในรูปแบบต่างๆ ดังกล่าวแล้ว เพื่อช่วยให้เกษตรกรมีรายได้ และไม่ต้องนำผลผลิตไปทิ้งเป็นการเสียเปล่า โครงการหลวงมีโรงงานวิจัยผลิตภัณฑ์ต้นแบบ เพื่อรับดำเนินการตามวัตถุประสงค์ดังกล่าว กล่าวอยู่ที่มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ที่อำเภอฝาง และที่อำเภอแม่จัน จังหวัดเชียงราย

ผักที่นำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์สำเร็จรูปได้แก่ น้ำมะเขือเทศ มะเขือเทศเข้มข้น มะเขือเทศปอกผิว มะเขือเทศเชื่อม ผักคองสามารถ แดงกวาดองเครื่องเทศ ข้าวโพดอ่อน ผักแห้งอนามัย ตั้งฉ่ำ อนามัย กะหล่ำหวาน กระเทียมอบแห้ง แคร้ร้อทอบแห้ง เป็นต้น

8. การสร้างเอกลักษณ์

หน้าที่ของการตลาดที่สำคัญอีกอย่างหนึ่ง คือการสร้างเอกลักษณ์ของผลิตผล ให้เป็นที่รู้จักโดยทั่วไป นั่นคือการใช้ตราสัญลักษณ์ ผลิตผลของโครงการหลวงมีตราประจำ คือ “ตราดอยคำ” ปัจจุบันเป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย โดยเฉพาะพืชผักนั้นผู้ซื้อให้ความไว้วางใจว่าเป็นผักที่ “สด สะอาดปลอดภัย” ในเรื่องนี้ ฝ่ายป้องกัน และกำจัดศัตรูพืชบนที่สูง ของโครงการหลวงดูแลอยู่ ด้วยคุณสมบัติสำคัญข้อนี้ ทำให้มีผู้นิยมบริโภคผักของโครงการหลวงเพิ่มมากขึ้น นอกจากนั้น พืชผลที่ผลิตบนที่สูง อากาศหนาว จะมีคุณภาพดีกว่าที่ปลูกในที่ราบซึ่งอากาศร้อนกว่า

9. การแพร่ผลงาน

ผลิตภัณฑ์ใด ๆ แม้จะมีคุณภาพดี ราคายุติธรรม แต่ถ้าไม่มีการเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ให้ผู้ซื้อรู้จักแล้ว ข่อมจะขายได้น้อย ดังนั้น เพื่อช่วยให้ผลิตผลของเกษตรกรชาวเขา เป็นที่รู้จักและ ผู้บริโภคไม่ลืม จึงต้องดำเนินการดังต่อไปนี้คือ

1. การจัดงานนิทรรศการ เผยแพร่ผลงานทางวิชาการและผลิตภัณฑ์ประจำปี ทั้งที่ กรุงเทพฯ และเชียงใหม่
2. ขยายสถานที่เผยแพร่ผลิตภัณฑ์ให้มากขึ้น
3. เพิ่มจำนวนสถาบันการตลาดซึ่งได้แก่ผู้ทำหน้าที่การตลาด คือผู้ขายส่ง ผู้ขายปลีก ผู้แปรรูป เป็นต้น
4. ทำให้เกิดความแตกต่างของผลิตผล ด้วยการบรรจุหีบห่อที่มีรูปแบบต่างๆ

10. การวิจัยตลาด

เพื่อให้ฝ่ายการตลาดทำหน้าที่อย่างครบถ้วน จึงต้องทำการวิจัยเกี่ยวกับการตลาด เพื่อให้ได้ ข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ว่ายังมีปัญหาอะไรบ้าง ซึ่งจะต้องทำการแก้ไข ควรวางแผนการตลาดและการผลิตอย่างไร เช่น การวิเคราะห์ห้อย่างต่อเนื่อง เกี่ยวกับตัวผู้บริโภคและพฤติกรรมของเขา การวิจัยเกี่ยวกับผลิตผลแต่ละชนิด เกี่ยวกับ โครงสร้างการตลาด และการแข่งขันสถานะเศรษฐกิจ และตลาดของผลิตผล ต้นทุนการตลาดและการบริการทางการตลาด ข้อสำคัญในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการผลิตก็คือ ฝ่ายผลิตควรวิจัยหาพันธุ์ใหม่ที่มีคุณภาพดี ที่มีการเปลี่ยนแปลงรูปร่างรสชาติ และขนาดที่แตกต่างไปจากเดิม ให้เป็นพันธุ์ที่ทนทานต่อการขนส่ง และต้องรักษาพันธุ์เดิมที่ดีอยู่แล้ว ให้คงคุณภาพดีอย่างสม่ำเสมอ

2.1.5 หลักการดำเนินงานด้านการตลาดของโครงการหลวง

โครงการหลวงมิได้ทำการซื้อผลิตผลจากเกษตรกรชาวเขา แล้วนำมาขายเอง เพียงแต่ทำหน้าที่ จัดการตลาดให้แก่เกษตรกรชาวเขา ที่อยู่ในข่ายส่งเสริม โดยโครงการหลวง ไม่ได้ประกันราคาและ ไม่ทำการซื้อขายล่วงหน้า ผลิตผลที่ทำการส่งเสริม ยกเว้นบางกรณีให้พิจารณาเป็นกรณีพิเศษไป

การผลิตพืชผลโดยเฉพาะอย่างยิ่ง ผักและดอกไม้ โครงการหลวง จะไม่ทำการปลูกพืชใน ถูคูที่ทางพื้นราบปลูกได้มาก แต่จะปลูกเพื่อสนองตลาดของโครงการหลวงเท่านั้น โครงการหลวง เน้นการส่งเสริมการผลิตพืชผลนอกถู่คู เพื่อให้ได้ราคาที่ดีและให้ผู้ที่ต้องการบริโภคซื้อหาไป บริโภคได้ตลอดปี

การรักษาคุณภาพของผลผลิต ก่อนและหลังการเก็บเกี่ยวเป็นสิ่งที่สำคัญมาก ต้องทำงาน อย่างมีประสิทธิภาพและมีมาตรฐาน เพื่อที่จะลดการสูญเสียผลิตผลของโครงการหลวง ไม่ใช่ ผลิตผลเฉพาะผู้ที่มีรายได้สูงเท่านั้น แต่ต้องการให้คนทุกระดับรายได้ สามารถซื้อ ไปอุปโภคบริโภค

ได้ ราคาพืชผลจะต้องไม่มีการกำหนดราคาที่เป็นราคาตายตัว แต่ให้ราคาลอยตัวเป็นไปตามกลไกของตลาด

การแปรรูปผลิตผลของโครงการหลวงนั้น เน้นวัตถุประสงค์ในการช่วยเหลือเกษตรกร ที่มีผลิตผลเหลือเกินความต้องการตลาด เพื่อให้เกษตรกรไม่ต้องทิ้งผลผลิตที่ผลิตได้ ซึ่งเป็นการเสียเปล่าโดยไม่มีประโยชน์ นอกจากนั้นจะส่งเสริมให้เกษตรกรชาวเขา ปลูกพืช ที่จะนำมาทำการแปรรูป ตามความต้องการของตลาดได้ เพื่อให้เกษตรกรมีรายได้อีกทางหนึ่งด้วย

ผลิตผลของโครงการหลวง มีเอกลักษณ์เป็นที่รู้จักแพร่หลายโดยทั่วไปคือ “ตราดอยคำ” และผู้บริหารได้ให้ความไว้วางใจว่า ผลิตผลของโครงการหลวงโดยเฉพาะของสด คือ “สด สะอาด ปลอดภัย” จึงต้องรักษาเอกลักษณ์นี้โดยเคร่งครัด เพื่อช่วยให้ผลผลิตของเกษตรกรชาวเขา เป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายโดยทั่วไป และผู้บริหารไม่ลืม จึงจำเป็นต้องมีการจัดงานเผยแพร่ และประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี

การวิจัยตลาด การรายงาน และการวิเคราะห์ข้อมูล เป็นสิ่งที่จำเป็น เพื่อให้ทราบปัญหาและอุปสรรค จะได้หาทางแก้ไขข้อบกพร่องต่างๆ ตลอดจนการวิจัยเพื่อพัฒนาด้านการตลาด ให้มีประสิทธิภาพต่อไป

ผลผลิตของ “ดอยคำ” โดยแยกออกเป็นหมวดต่างๆ คือ ผักปลอดสารพิษ สมุนไพร ถั่ว และธัญพืช ผลไม้ เห็ด ผลิตผลป่าไม้ ดอกไม้เมืองหนาว ผลิตผลปศุสัตว์ ผลิตผลประมง ผลิตภัณฑ์แปรรูป ไม้ประดับแห้ง ผลิตภัณฑ์จากแฝก ไม้กระถาง

การเผยแพร่ ผลงานและผลิตภัณฑ์ โครงการฯ ยังมีอีกวิธีหนึ่ง คือ การ เปิดร้านค้าจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ของโครงการ ในกรุงเทพมหานครเรียกชื่อว่า “ร้าน ศาลาโครงการหลวง” ปัจจุบันมีอยู่ 4 แห่ง คือ

1. ศาลาโครงการหลวง 1 ตลาด อ.ต.ก.
2. ศาลาโครงการหลวง 2 ในบริเวณมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
3. ศาลาโครงการหลวง 3 ศูนย์การค้า ดิไอสยาม
4. ศาลาโครงการหลวง 4 ในบริเวณการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค

อีกประการหนึ่งที่มีผู้นิยมกันมากก็คือ การเปิดให้ชมสถานที่ของโครงการฯ ซึ่งเป็นที่ปฏิบัติงานจริงของสถานีวิจัย และศูนย์ส่งเสริม สถานที่ที่เปิดให้เข้าชมได้ คือ สถานีเกษตรหลวงอ่างขาง อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ สถานีวิจัยโครงการหลวงอินทนนท์ อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงหนองหอย อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ ศูนย์พัฒนาโครงการหลวงห้วยลึก อำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่ และสวนกุหลาบโครงการหลวงห้วยผักไผ่ อำเภอหางดง จังหวัดเชียงใหม่

2.2 ผลผลิตต้นไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง

ผลผลิตต้นไม้ประดับแห่ง โครงการหลวง เกิดจากการที่โครงการหลวงค้นพบว่า ถ้าหากนำเอาสิ่งของจากธรรมชาติที่หาได้ราคาถูก นำมาปรับปรุงให้มีราคาสูงขึ้น ก็จะสร้างงานสร้างอาชีพให้กับชาวเขา ทางโครงการหลวงจึงมอบให้ หม่อมหลวง จารุพันธ์ ทองแถม เป็นหัวหน้าค้นคว้าและพัฒนา จนมีผลผลิตแห่งของโครงการหลวงเกือบ 100 ชนิด



ภาพที่ 2.2 ผลผลิตต้นไม้ประดับแห่ง ภายในร้านโครงการหลวง

ผลผลิตต้นไม้ประดับแห่ง นับเป็นผลผลิตรูปแบบหนึ่งในมูลนิธิโครงการหลวง ซึ่งเป็นผลผลิตจากการส่งเสริมการปลูกพันธุ์ประดับให้กับเกษตรกร นับว่าเป็นการสร้างอาชีพเสริมและรายได้ให้กับเกษตรกร พันธุ์ไม้ที่มีการส่งเสริม และมีศักยภาพที่จะนำมาแปรรูปเป็นผลผลิตไม้ประดับแห่ง ได้แก่ พันธุ์ไม้เมืองหนาว เฟรินต่างๆ ยังรวมพันธุ์ไม้ป่า และวัชพืชอีกหลายชนิดที่สามารถนำมาเป็นส่วนประกอบได้อย่างดี ผลผลิตที่ได้จากเกษตรกรมูลนิธิโครงการหลวงจะเป็นผู้รับซื้อทั้งหมด เพื่อนำมาเป็นวัตถุดิบหลักในการแปรรูปซึ่งมูลนิธิโครงการหลวงได้นำแปรรูปหลากหลายรูปแบบด้วยกัน เช่น ดอกไม้แห่งในภาชนะ ซอปลูกัดดอกไม้แห่ง ดอกไม้แห่งแม่เหล็กติดตู้เย็น น้ำหอมสกัด และบุหงา เป็นต้น (เกษตรศาสตร์นำไทย. 2544) [Online]



ภาพที่ 2.3 ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท ช่อปูก่ในภาชนะ

2.2.1 ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท ช่อปูก่ในภาชนะ

2.2.1.1 ลักษณะของไม้ดอก ไม้ประดับสำหรับอัดแห้ง

ประเทศไทยมีพันธุ์ไม้หลายชนิด แต่ละชนิดมีคุณสมบัติและลักษณะต่างกันไป ถ้าแบ่งตามลักษณะทั่วไปที่ได้พบเห็น (ชูศรี บุญญาสัย. 2530 : 12-14) แบ่งได้เป็น

1. ต้นไม้ที่ให้ดอก เช่น ดอกกุหลาบ ดอกทานตะวัน ดอกอัญชัน ดอกบานชื่น ดอกดาวเรือง ดอกคอคน้ำค้าง ดอกบัวดิน เป็นต้น
2. ต้นไม้ที่มีแต่ใบ เช่น เฟิร์น สนแผง ผักเป็ด
3. ต้นไม้ที่ให้ผล เช่น มะม่วง ลำไย น้อยหน่า

2.2.1.2 คุณสมบัติของไม้ดอกไม้ประดับ สำหรับอบแห้ง

ดอกไม้ที่ควรนำมาอบแห้งต้องมีสีสดใส กลีบดอกไม้บางหรือหนาจนเกินไป กลีบดอกชั้นเดียวจะสามารถนำมาอบแห้งได้ทั้งดอก แต่ถ้าเป็นชนิดที่มีกลีบดอกหลายชั้น ให้แยกเฉพาะกลีบดอกมาอบแห้ง ส่วนดอกไม้ที่เป็นพุ่มหรือช่อจะแยกเป็นดอก ๆ ออกจากช่อแล้วจึงนำมาอบแห้ง

สำหรับดอกไม้ที่มีลักษณะแปลก ๆ เช่น ดอกไม้ป่า ดอกหญ้าหลายชนิดสามารถนำมาอบแห้งได้ แต่ต้องมีลักษณะของกลีบดอกไม้หนา และไม้ใหญ่ อีกทั้งช่อหรือพุ่มต้องมีขนาดเหมาะสมกับการนำมาอบแห้ง

ใบไม้ที่เหมาะสมที่จะนำมาอบแห้งควรเป็นใบที่ไม่มีหนาม ไม้หนาหรือใหญ่มาก เพราะถ้าหนามากจะทำให้เกิดเชื้อราได้ ในกรณีที่ใบเดี่ยว ๆ สามารถนำมาอบแห้งได้เลย ถ้ามีหลายใบในกิ่งเดียวกัน ให้แยกออกจากกิ่ง หรือจะอัดพร้อมทั้งกิ่งก็ได้ ใบไม้บางชนิด เมื่ออบแห้งแล้วสีจะเปลี่ยนไป แต่บางชนิดสียังคงเดิม

2.2.1.3 การอบแห้ง ไม้ดอก ไม้ประดับ

ขั้นตอนการอบแห้งไม้ดอก ไม้ประดับ จำเป็นที่จะต้องใช้อุปกรณ์ช่วย ซึ่งอุปกรณ์เหล่านั้นได้แก่

1. สมุดโทรศัพท์ นิตยสาร กระดาษหนังสือพิมพ์
2. กรรไกร
3. ภาชนะสำหรับใส่ดอกไม้ – ใบไม้ เช่น ตะกร้า หรือถุงพลาสติก

เหตุผลที่ใช้สมุดโทรศัพท์ เพราะเนื้อกระดาษเป็นกระดาษบรีฟสามารถดูดซับความชื้นได้ดี เช่นเดียวกับกระดาษหนังสือพิมพ์ ส่วนนิตยสารต้องใช้ที่ไม่เป็นกระดาษมัน เพราะกระดาษมันจะไม่ซับความชื้น

ดอกไม้ที่มีกลีบดอกชั้นเดียวหรือหลายชั้น เช่น ดอกกุหลาบ ดอกทานตะวัน ดอกเยอบีร่า เป็นต้น ก่อนนำมาอัดแห้งต้องพักไว้ให้ความชื้นในดอกไม้ลดลง แล้วจึงเด็ดกลีบดอกออกจากดอกที่ละกลีบ อาจใช้กรรไกรตัดก็ได้ แต่ต้องไม่ให้กลีบช้ำนำไปวางเรียงลงในสมุดโทรศัพท์หรือกระดาษที่เตรียมไว้ การเรียงไม่ควรเรียงให้กลีบซ้อนกัน ประมาณ 2 – 3 แถว ปิดกระดาษทับชั้นหนึ่งประมาณ 30 แผ่น และเขียนชื่อดอกไม้และวันที่สอดใส่ไว้ด้วย ทำเช่นนี้จนหมดเท่าที่เตรียมไว้

ดอกไม้ชนิดพุ่มหรือช่อ เช่น ดอกเข็ม ดอกพวงคราม ดอกปีบ ดอกเล็บมือนาง การนำมาอัดแห้งต้องแยกดอกออกจากพุ่มหรือช่อ นำไปวางเรียงบนกระดาษที่เตรียมไว้โดยเรียงให้ได้เช่นเดียวกับตัวดอก

ดอกไม้ที่เป็นดอกเดี่ยวและมีขนาดไม่ใหญ่มาก เช่น ดอกอัญชัน ดอกคำลิง ดอกบัวดิน ให้ใช้ทั้งดอกมาอัดแห้ง โดยเด็ดดอกแยกออกจากก้านและใบโดยแยกเป็นดอก ๆ พักไว้สักครู่แล้วจึงนำไปเรียงลงในสมุดหรือกระดาษที่เตรียมไว้ โดยหงายหน้าดอกขึ้น ปลายยอดดอกอยู่ชิดด้านในของสันสมุดหรือกระดาษ

การอัดดอกหญ้าที่เป็นช่อ ๆ เช่น ดอกยิปโซ ให้ตัดแยกออกเป็นกิ่งให้พอเหมาะกับสมุดที่จะอัดแห้ง

การอัดใบไม้ที่มีขนาดปานกลาง เช่น ใบกระป๋อง ใบชมพูพันธุ์ทิพย์ ให้เด็ดมาเป็นใบ ๆ แล้วนำไปอัดแห้ง ใบไม้ที่มีใบเล็ก ๆ ติดกันเป็นช่อใบ เช่น ศรีตรัง ให้แบ่งก้านใบเป็นช่อ ๆ ไป

อัดแห้ง การอัดใบเฟิร์นหรือใบที่เป็นแผงใหญ่ต้องตัดให้เป็นขนาดเล็กหรือขนาดพอเหมาะ แล้วนำไปอัดแห้งก็ทำเช่นเดียวกันกับการอัดแห้งดอกไม้

เมื่อนำดอกไม้ – ใบไม้ แห้งลงในสมุดโทรศัพท์ นิตยสาร หรือกระดาษหนังสือพิมพ์ เรียบร้อยแล้ว จะต้องนำไปเก็บในที่แห้งมีความชื้นน้อย อากาศถ่ายเทได้ดี ในการวางควรวางซ้อนกันประมาณ 4–5 เล่ม ในกรณีที่หนังสือหรือสมุดมีขนาดใหญ่ แต่ถ้ามีขนาดเล็กอาจวางซ้อนกันมากกว่า 5 ชั้นก็ได้ ในการวางไม่ควรใช้ของหนักมาก เพราะน้ำในกลีบดอก น้ำในใบจะซึมออกมาหมด ซึ่งจะเป็นสาเหตุให้เกิดเชื้อราได้ง่าย

ระยะเวลาในการอบแห้ง ขึ้นอยู่กับความหนาของดอกไม้ – ใบไม้ หากมีขนาดบางจะใช้เวลาในการอบแห้งประมาณ 1 – 2 สัปดาห์ หากมีขนาดหนาจะต้องเพิ่มระยะเวลาเป็น 2 – 4 สัปดาห์ วิธีสังเกตว่าดอกไม้ที่อบแห้งไว้ใช้ได้อะไรหรือไม่ให้เปิดดู ถ้าพบว่ากลีบดอก หรือใบร่อนออกจากกระดาษแสดงว่าใช้ได้ แต่ถ้าเปิดดูแล้วพบว่ากลีบดอกหรือใบยังติดแน่นอยู่กับกระดาษ แสดงว่าการอบยังใช้ไม่ได้

2.2.2 ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บูหงา

บูหงาช่วยปรับบรรยากาศให้หอมสดชื่น อบอวลด้วยกลิ่นหอมของธรรมชาติ โดยบูหงาของทางมูลนิธิโครงการหลวง ประกอบไปด้วยพรรณไม้นานาชนิด จากบนยอดดอยที่ทางมูลนิธิโครงการหลวง ได้ให้การส่งเสริมให้การสนับสนุน มาปรุงแต่งซึ่งมีทั้งหมด 8 กลิ่น ได้แก่ กลิ่นกุหลาบ ดอกทานตะวัน พอททูลรี พีช มิโมซ่า ลาเวนเดอร์ ส้ม และแอปเปิ้ล



ภาพที่ 2.4 ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บูหงา

บุหงาของทางมูลนิธิโครงการหลวง เป็นที่นิยมของตลาดทั้งในส่วนการขายปลีก ภายใน
 ศาลาโครงการหลวง ตามสถานที่ต่างๆ หรือในส่วนของกาารส่งออกไปยังต่างประเทศ นอกจากนี้ยังมี
 มีขนาดและลักษณะบรรจุภัณฑ์หลากหลายแบบให้เลือกสามารถนำมาประดิษฐ์เป็นของประดับตกแต่ง
 ภายในบ้านได้

2.2.2.1 ลักษณะของไม้ประดับที่จะนำมาอบแห้ง สำหรับบุหงา

ดอกไม้ที่พบเห็นทั่วไปมีหลายลักษณะ บางชนิดมีกลีบดอกหนา เช่น กล้วยไม้ การเวก
 ซึ่งไม่เหมาะที่จะนำมาอัดแห้ง

บางชนิดมีกลีบบาง เช่น อัญชัน สายน้ำผึ้ง พุดสามสี

บางชนิดมีกลีบดอกหลายชั้น เช่น กุหลาบ พุดตาน

บางชนิดเป็นช่อ เช่น พวงคราม พวงทอง

บางชนิดเป็นพุ่ม เช่น เข็ม ยี่โถ

ดอกไม้ที่กลีบเป็นชั้นเดียวเป็นดอกไม้ที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะนำมาอบแห้ง ดอกไม้ที่
 กลีบบางแต่หลายชั้น ก็สามารถนำมาอัดแห้งได้เช่นกัน แต่ต้องแยกกลีบดอกออกจากกันในการอัด
 แห้งส่วนดอกไม้ที่เป็นช่อหรือเป็นพุ่ม ต้องแยกเป็นดอกเดี่ยว ๆ ในการอัดแห้ง

ใบไม้ที่พบเห็นโดยทั่วไปจะมีลักษณะแตกต่างกัน บางชนิดมีใบขนาดใหญ่บางชนิดมีใบ
 ขนาดเล็ก แต่ละชนิดก็เหมาะที่จะนำมาอบแห้ง ยกเว้นใบที่มีขนาดใหญ่และหนา

ดอกไม้ที่มีสีสดใสมื่อนำมาอบแห้งแล้วสีอาจเปลี่ยนไป บางชนิดสียังคงเดิม บางชนิดสี
 เข้มขึ้น บางชนิดสีอ่อนลง ส่วนใบให้จะมีบางชนิดเท่านั้นที่สีเปลี่ยนไป ส่วนมากสีจะยังคงเดิม
 เมื่อบแห้งเร็ว

2.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.3.1 นิยามและความสำคัญ

2.3.1.1 นิยาม

คำรังสรรค์ ชัยสนธิ (2537 : 3) ได้สรุปนิยามของคำว่าบรรจุภัณฑ์ไว้ดังนี้ “บรรจุภัณฑ์” หมายถึง สิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งภาชนะที่ใช้เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปยังแหล่งผู้บริโภค หรือแหล่งใช้ประโยชน์ หรือวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันหรือรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกันกับเมื่อแรกผลิตให้มากที่สุด ช่วยอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ทั้งการขนส่งและช่วยกระตุ้นการซื้อตลอดจนแจ้งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

2.3.1.2 บทบาทหน้าที่

ปุ่น กงเจริญเกียรติ และสมพร กงเจริญเกียรติ (2541 : 8-9) ได้กล่าวไว้ว่า บรรจุภัณฑ์ที่ล้วนมีบทบาทของตนเอง ตามแต่ประเภทของสินค้า และประเภทของบรรจุภัณฑ์ ในภาวะการณ์ปัจจุบัน บรรจุภัณฑ์เริ่มเข้ามามีบทบาทในด้านการตลาดมากขึ้น จึงได้รับความสนใจและมีบทบาทอย่างมากในด้านการส่งเสริมการขาย ดังนี้

(1) หน้าที่ด้านการใช้งาน

1. การทำหน้าที่บรรจุใส่-ห่อสินค้า
2. การทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองสินค้าไม่ให้เสียหาย
3. การทำหน้าที่รักษาคุณภาพของสินค้า เช่น การป้องกันความชื้น ฝุ่นละออง
4. การทำหน้าที่ขนส่ง จากแหล่งผลิตไปยังแหล่งขาย การรวมหน่วยสินค้าเพื่อสะดวกในการเคลื่อนย้าย
5. การวางจำหน่าย ที่เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า

(2) หน้าที่ด้านการตลาด

1. ทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย เพราะบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสวยงามสามารถเป็นสื่อโฆษณาตัวเองได้ หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะกาล เป็นต้น
2. ทำหน้าที่เป็นฉลากแสดงข้อมูลของสินค้า เช่น ส่วนประกอบ วันผลิต ฯลฯ
3. ทำให้ตั้งราคาขายได้สูงขึ้น เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าได้
4. การเพิ่มปริมาณขาย ด้วยการรวมหน่วยบรรจุภัณฑ์
5. ทำให้เกิดความถูกต้องรวดเร็วในการขาย โดยการใช้บาร์โค้ดบนบรรจุภัณฑ์
6. การร่วมมีบทบาทในการรณรงค์เรื่องต่างๆ เช่น การท่องเที่ยว การกินของไทย ใจของไทย เป็นต้น

2.3.2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ประเภทของบรรจุภัณฑ์สามารถแบ่งตามประเภทต่างๆ ได้หลายลักษณะ แล้วแต่จุดมุ่งหมายในการแยกประเภท ดังนี้

2.3.2.1 แบ่งตามลักษณะการใช้งาน

(1) บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิ (Primary Packaging)

บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ซื้อจะได้สัมผัสเวลาที่บริโภค บรรจุภัณฑ์นี้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ชั้นในสุดติดกับตัวสินค้า

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นในมีปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณา 2 ประการ คือ อันดับแรกจะต้องมั่นใจว่าอาหารที่ผลิตและบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้จำเป็นต้องเข้ากันได้ (Compatibility) หมายความว่า ตัวอาหารจะไม่ทำปฏิกิริยากับบรรจุภัณฑ์

นอกเหนือจากความเข้ากันได้ของอาหารและบรรจุภัณฑ์แล้ว ปัจจัยอันดับต่อมาที่ต้องพิจารณา คือ บรรจุภัณฑ์ชั้นในจะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่วางขายบนชั้นหรือไม่ ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์ชั้นในจำเป็นต้องวางขายแสดงตัวบนชั้น การออกแบบความสวยงาม การสื่อความหมาย และภาพพจน์จะเริ่มเข้ามามีบทบาทในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

(2) บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ (Secondary Packaging)

บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิเป็นบรรจุภัณฑ์ที่รวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเข้าด้วยกันเพื่อเหตุผลในการป้องกันหรือจัดจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น หรือด้วยเหตุผลในการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองที่เห็นได้ทั่วไป เช่น กล่องกระดาษแข็งของหลอดยาสีฟัน ถุงพลาสติกใส่ซองสีน้ำตาล 50 ซอง เป็นต้น

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองนี้ส่วนมากเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ต้องวางแสดงบนชั้น วัตถุประสงค์ ดังนั้น การเน้นความสวยงามและภาพพจน์ของบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เช่น กล่องยาสีฟัน การออกแบบของหลอดยาสีฟันที่อยู่ภายในก็ไม่จำเป็นต้องออกแบบให้มีสีหลายสี ในทางกลับกันหากบรรจุภัณฑ์ชั้นในได้รับการออกแบบอย่างสวยงาม ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองนี้อาจใช้วิธีการเปิดเป็นช่องหน้าต่างเพื่อให้เห็นความงามของบรรจุภัณฑ์ชั้นในแทน เป็นต้น

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

(3) บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามหรือตติยภูมิ (Tertiary Packaging)

หน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามหรือตติยภูมินี้คือการป้องกันสินค้าระหว่างการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ชั้นนี้ อาจแบ่งย่อยเป็น 3 ประเภท คือ

1. บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งผลิตถึงแหล่งขายปลีกเมื่อสินค้าได้รับการจัดเรียงวางบนหิ้งหรือคลังสินค้าของแหล่งขายปลีกแล้ว บรรจุภัณฑ์ชั้นนี้ทั้งหมดหน้าที่การใช้งาน บรรจุภัณฑ์เหล่านี้ เช่น แคร่และกะบะ (Pallet) เป็นต้น

2. บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ระหว่างโรงงานเป็นบรรจุภัณฑ์ที่จัดส่งสินค้าระหว่างโรงงาน ตัวอย่าง เช่น ถังใส่ของพริกป่น ถูน้ำจิ้ม เป็นผลผลิตจากโรงงานหนึ่งส่งไปยังโรงงานอาหารสำเร็จรูปเพื่อทำการบรรจุไปพร้อมกับอาหารหลัก เป็นต้น

3. บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งขายปลีกไปยังมือผู้อุปโภคบริโภค เช่น ถูต่างๆ ที่ร้านค้าใส่สินค้าให้ผู้ซื้อ

ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่กล่าวมาทั้ง 3 ลักษณะที่กล่าวมา เป็นการแบ่งประเภทตามลักษณะกรรมวิธีการบรรจุ และการขนถ่ายผลิตภัณฑ์ ที่ตั้งอยู่ภายใต้วัตถุประสงค์หลักที่คล้ายคลึงกัน คือ การป้องกันผลิตภัณฑ์ (To Protect Products) การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (To Distribute Products) และการโฆษณาประชาสัมพันธ์ (To Promote Products)

2.3.2.2 แบ่งตามวัสดุ

ประเภทของบรรจุภัณฑ์ แยกตามวัสดุหลักที่ใช้ในการผลิตได้ 4 ประเภท คือ (ประชิด ทัศนุตร. 2531 : 36-75)

(1) กระดาษ กระดาษ เป็นวัสดุที่แพร่หลายและนิยมใช้กันมากที่สุด เพราะสามารถออกแบบสร้างสรรค์เป็น บรรจุภัณฑ์ได้มากมายหลายชนิดอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งอาจจะต้องอาศัยคุณสมบัติทางกายภาพของกระดาษที่สามารถ ตัด ตัด พับ งอ ได้ง่าย มากำหนดสร้างเป็นรูปร่าง รูปทรงต่างๆ ขึ้นมาเป็นถู เป็นกล่อง พับเป็นซอง หรือกระป๋องได้หลายวิธี ดังนั้น คุณสมบัติของกระดาษที่ทำจากเยื่อไม้ธรรมชาติ จึงได้รับการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพมากขึ้น โดยการผนึกหรือเคลือบเข้ากับวัสดุอื่นๆ เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์เป็น โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และกระทำหน้าที่บรรจุห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ได้หลายประเภทขึ้น เช่น กระดาษเคลือบฟิล์มพลาสติก (Plastic Coated Paper) กระดาษเคลือบขี้ผึ้ง (Wax Laminated Paper) กระดาษทนน้ำมัน (Greaseproof Paper) เป็นต้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษที่ปรากฏอยู่ในท้องตลาดต่างๆ ไป ได้แก่

1. กล่องกระดาษแข็งแบบพับ (Folding Cartons) นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย มีราคาถูก ทั้งวัสดุและกรรมวิธีการผลิตสามารถพับเก็บแบนราบได้เมื่อไม่ต้องใช้ ทำให้ประหยัดเนื้อที่ในการเก็บและการขนส่ง สามารถพิมพ์สี สัน ลวดลาย ได้หลายวิธีการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้จึงสามารถกระทำให้สวยงามง่ายไม่จำกัดตามกรรมวิธีการพิมพ์มีแบบพับและขนาด

มากมายหลายรูปแบบกล่องกระดาษแข็งแบบพับ อาจจะให้คำนิยามได้ว่าเป็นภาชนะบรรจุแบบปิด ทำจากกระดาษประเภท Bending Board ที่เหนียวและอัดแน่น สามารถตัดและทำรอยพับได้ หลายขนาดหลายรูปร่าง พับ ทากาว โดยผู้ผลิต นำมาประกอบเป็นรูปทรง (Set Up) เพื่อการบรรจุ และปิดโดยผู้ใช้ กระดาษทำกล่องชนิดนี้ส่วนใหญ่เป็นกระดาษแข็งชนิดบาง แต่มีความเหนียว ทนทานต่อการพับไปมา สามารถพับได้ถึง 180 องศา โดยไม่ปริ ขาด ผิวด้านหน้าของกระดาษมัก ปรับปรุงคุณภาพ เช่น เคลือบหรือฟอกสีให้เหมาะสมกับคุณภาพการพิมพ์ เช่น กระดาษ Clay Coated Board หรือเพื่อให้เหมาะสมกับหน้าที่การป้องกันความเปียกชื้นสามารถบรรจุของเหลวได้ด้วยเช่น กระดาษ Solid Bleached Sulfate Paperboard ดังนั้นกล่องกระดาษแข็งแบบพับเราจึงมัก พบเห็นในท้องตลาดในรูปบรรจุภัณฑ์ภายนอกของผลิตภัณฑ์ประเภท ยา อาหาร เครื่องสำอาง เป็นต้น

2. กล่องกระดาษแข็งแบบตายตัว (Rigid Boxes) บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษแข็งโดยปกติมักทำจากกระดาษแข็งประเภท Non-Bending Board ที่มีความหนาอยู่ระหว่าง 0.020 นิ้ว ถึง 0.120 นิ้ว กล่องประเภทนี้เป็นกล่องประกอบสำเร็จรูปที่นำสู่ผู้ใช้ในรูปทรงที่พร้อมสำหรับการใช้งานได้ทันที (Ready-to-Use) หรือเป็นชิ้นส่วนของกระดาษเปล่าที่ผู้ใช้ต้องนำมาประกอบก่อนการบรรจุ

รูปทรงอย่างง่าย ๆ ทั่ว ๆ ไป ของกล่องกระดาษแข็งแบบตายตัวคือ รูปทรงสี่เหลี่ยมมุมฉาก ประกอบด้วยโครงสร้าง 2 ชั้นทำให้แข็งแรงด้วยขอบมุมในแนวตั้ง เนื้อกระดาษทำกล่องชนิดนี้เป็นกระดาษแข็ง-หนา ที่พับแล้วอาจเกิดการปริหรือฉีกขาดได้ง่าย โดยเฉพาะบริเวณรอยพับและรอยต่อของมุมกล่องขนาดใหญ่ซึ่งอาจต้องใช้วัสดุอื่นๆ เช่น ผ้าเทป พลาสติก โลหะ ฯลฯ มาประกอบเพื่อยึดเหนี่ยว รั้ง (Stay) เพิ่มความแข็งแรง ในกรณีที่ต้องการตกแต่งกล่องด้านในก็มักจะปิดผนึกด้วยกระดาษเนื้อละเอียดอีกชั้นหนึ่ง ส่วนด้านนอกก็จะห่อหุ้ม (Over Wrapped) ด้วยวัสดุตกแต่งต่างๆ ปิดบนกล่องกระดาษแข็งอีกก็ได้

3. ถุงและซอง (Bags and Envelopes) วัสดุที่ใช้ทำถุงและซองกระดาษส่วนใหญ่ นิยมใช้กระดาษคราฟท์ (Kraft) ซึ่งมีความหนาบาง นำมาซ้อนเป็นผนังหลายชั้น (Multiwall Bag) หรือเคลือบผิวประกอบ แตกต่างกันไปตามหน้าที่ใช้สอย เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้กันมากสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทเครื่องอุปโภค บริโภค ในหน่วยขายแบบปลีกย่อยซึ่งจัดได้ว่าเป็น Individual Package อีกแบบหนึ่ง ที่มีความใกล้ชิดกับวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อีกทั้งยังเป็นสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ โฆษณาเคลื่อนที่แสดงเอกลักษณ์ ชื่อผลิตภัณฑ์ หรือผู้ผลิตได้ดีอีกด้วย

บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุอ่อนตัว เช่น กระดาษ และเปิด-ปิดได้ด้านเดียว ส่วนใหญ่แล้วมักเรียกว่า “ถุง” (Bag) แต่ถ้ามีขนาดใหญ่ที่ใช้บรรจุของตั้งแต่น้ำหนัก 50 ปอนด์ขึ้นไปเราเรียกว่า “กระสอบ” (Sack) ส่วนซอง (Envelope) นั้นจะมีขนาดเล็กกว่า และมีรูปร่างลักษณะที่แตกต่างไป

จากถุงทั่วไป คือซองจะเป็นแผ่นกระดาษตัดพับสำเร็จรูป (Die-Cut and Folded) ที่มีลักษณะแบนราบ และหลายขนาด เช่น ซองแบบ Monarch Pay Commercial Baronial Drug Coin และแบบ Catalog

ส่วนถุงนั้นโดยทั่วไปมักมีอยู่ 4 รูปแบบ ด้วยกันคือ

1. แบบ Automatic Bottom or Seal-Opening (SOS) ก้นถุง มีลักษณะเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยม เมื่อกางถุงออกสามารถวางตั้งตรงได้ เพราะมีการพับความกว้างของ ด้านข้าง (Gusset) ที่สามารถพับเก็บและขยายออกเป็นรูปทรงกระบอก สี่เหลี่ยมได้ หรือที่เรียกกันทั่วไปว่า เป็นถุงแบบขยายข้างใช้เป็นถุงสำหรับบรรจุของชำทั่วไป

2. แบบ Square Bottom หรือ Pinch Bottom มีลักษณะ Gusset คล้ายแบบ SOS แต่ก้นถุงพับเป็นตะเข็บแนวตรง

3. แบบ Flat Bag เป็นถุงแบบแบน เนื่องจากก้นถุงพับเป็นตะเข็บแนวตรง

4. แบบ Satchel Bottom มีลักษณะก้นถุงคล้ายแบบ SOS แต่ไม่มี Gusset ด้านข้าง ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่สร้างขึ้นมาจากกระดาษที่กล่าวมาแล้ว จะเห็นว่า มีหลายรูปแบบ แต่ถึงอย่างไรก็ตามการสร้างบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษ ก็ยังต้องสร้างสรรค์ขึ้นมาภายใต้ข้อกำหนดของกรรมวิธีการผลิต คุณสมบัติของกระดาษตลอดจนบุคลิกส่วนตัวของกระดาษที่มีคุณภาพ และความเหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอยที่แตกต่างกันไป ซึ่งโดยสรุปแล้วกระดาษที่นำมาเป็นวัสดุภัณฑ์สามารถแบ่งประเภทได้คือ

1. กระดาษธรรมดา (Papers) ได้แก่ กระดาษประเภทต่างๆ คือ

1.1 Tissue เป็นกระดาษที่มีน้ำหนักเบา ทำได้จากเยื่อไม้หลายชนิด ในอัตราระหว่าง 7-18 ปอนด์ต่อรีม อาจเป็นกระดาษแข็งหรือนุ่มก็ได้ นอกจากนี้ยังอาจปรับปรุงคุณภาพให้สามารถต้านแรงดึงขาดเมื่อเปียก (Wet Strength) ใช้เป็นกระดาษสำหรับ ปิด ห่อหุ้ม (Twist Wrap) หรือเป็นผิวหน้า (Liner) ที่อาจจะเคลือบขี้ผึ้งหรือเคลือบกับวัสดุอื่นๆ เช่น อลูมิเนียม ฟอยล์อีกก็ได้

1.2 Bleached or Natural Laminating Paper เป็นกระดาษที่ผลิตมาจากเยื่อซัลเฟต (Sulfate or Sulfite Pulp) ในระดับ 10-90ปอนด์ต่อรีมที่อาจมีผิวหยาบหรือละเอียด โดยทั่วไปจะมีผิวที่ซึมซับ ได้ดี (Fairly Porous) ถ้าทำมาจากเยื่อกระดาษคราฟท์จะมีความแข็งแรง ถ้าทำจากเยื่อไม้เนื้อดีจะได้ผิวที่เรียบกว่าซึ่งส่วนใหญ่เป็นกระดาษฟอกสีด้วยเกลือของกรดกำมะถัน (Sulfite)

1.3 Blech or Nayual Printing Paper คล้ายกับกระดาษประเภทที่ 2 แต่มีหน้ากระดาษที่เรียบและละเอียดกว่าอย่างน้อย 1 ด้าน ซึ่งต้องนำเอาดิน Clay เข้ามาผสมเพื่อให้ได้คุณสมบัติตามที่ต้องการ มีการควบคุมคุณภาพของเนื้อกระดาษให้ทึบและสามารถดูดซับ (Porosity

and Opacity) หมึกพิมพ์หรือก้นการซึมผ่านของหมึกพิมพ์ที่เหมาะสมกับเทคนิควิธีการพิมพ์ในแต่ละประเภทอีกด้วย

1.4 Pouch Paper ทำจากเยื่อกระดาษคราฟท์ใหม่ (Virgin Kraft Pulp) อัดแรงโดยปกคิมักฟอกสีเป็นกระดาษที่มีคุณภาพดีสำหรับการนำไปเคลือบหรือเหมาะสำหรับงานพิมพ์

1.5 Greaseproof ทำจากเยื่อไฮเดรตที่มีคุณภาพ (Hydrated Pulp) มีความหนาแน่นสูง เนื้อละเอียดเป็นกระดาษกันน้ำ น้ำมัน และกันกลิ่นได้ดี

1.6 Glassine ทำจากเยื่อไฮเดรตเช่นกัน ผิวเรียบเป็นมัน เป็นกระดาษไข โปร่งใส (Transparency) หลายระดับ ซึ่งมักจะผสมสารประกอบพลาสติกเข้าไปด้วย เพื่อลดการกรอบและเปราะแตกได้ง่าย

1.7 Parchment เป็นกระดาษผิวเรียบที่เคลือบผิวหน้าด้วยกรรมวิธีทางเคมี เพื่อป้องกันการซึมผ่านของน้ำ เช่นเดียวกับกับกระดาษ Greaseproof แต่กระดาษ Parchment จะมีคุณสมบัติในการต้านแรงดึงขาดเมื่อเปียก (Wetstrength) ได้ดีกว่า ถึงแม้ว่าจะนำไปต้มในน้ำก็ตาม

2. กระดาษแข็ง (Paperboard) กระดาษแข็งที่ใช้สำหรับผลิตบรรจุภัณฑ์โดยทั่วไป ได้แก่ประเภท

2.1 Chipboards เป็นกระดาษที่ทำจากเยื่อกระดาษที่ใช้แล้วนำมาย่อยสลายเนื้อเยื่อใหม่ (Reclaimad Fibers) มีคุณภาพหยาบ ละเอียด และความเหนียวของกระดาษแตกต่างกันหลายระดับ เช่น Bending Boards สามารถโค้งงอได้ถึง 180° Semi-Bending Board โค้งงอได้ 90° ฯลฯ กระดาษประเภทนี้ประกอบด้วยกระดาษลูกฟูก หรือกระดาษอัด เป็นต้น

2.2 Solid Manilla Boards เป็นกระดาษแข็งที่ทำมาจากกระดาษที่ใช้แล้ว ส่วนมากมักจะมีผิวกระดาษสีขาว (White Liner) มีความแข็งแรงและดัดโค้งงอได้ดี

2.3 Kraft Cylinder Boards ผลิตจากเยื่อกระดาษคราฟท์เก่าและใหม่ด้วยเครื่อง Cylinder Machine เป็นกระดาษที่มีคุณภาพทนต่อการโค้ง งอ พับ ได้ดีเยี่ยม

2.4 Kraft Fourdrinier Boards ผลิตจากเยื่อกระดาษคราฟท์ใหม่ 100% มีความทนต่อการพับ โค้งงอได้ดีมาก ซึ่งสามารถที่จะเคลือบผิวด้วยวัสดุต่างๆ เช่น พลาสติก ฟิล์มได้ในกรณีที่ต้องการป้องกันความเปียกชื้น

(2) พลาสติก บรรจุภัณฑ์พลาสติก เป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่มีอัตราการเจริญเติบโตสูงมาก คุณสมบัติของพลาสติกคือ มีน้ำหนักเบา ป้องกันการซึมผ่านของอากาศและก๊าซได้ระดับหนึ่ง สามารถต่อต้านการทำลายของแบคทีเรียและเชื้อรา มีคุณสมบัติหลายอย่างที่สามารถเลือกใช้ในงานที่เหมาะสม พลาสติกบางชนิดยังเป็นฉนวนกันความร้อนอีกด้วย พลาสติกที่

ใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มีอยู่หลากหลายประเภทการศึกษาคุณสมบัติของพลาสติกแต่ละประเภทมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้บรรจุภัณฑ์พลาสติกที่เลือกใช้สามารถทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์

ปัจจุบันความนิยมในการใช้พลาสติกเป็นวัสดุในการผลิตภาชนะบรรจุหรือหีบห่อในรูปแบบต่างๆ ตลอดจนสิ่งประดิษฐ์อื่นๆ สำหรับใช้เป็นส่วนประกอบในการบรรจุผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้นตามลำดับการนำมาใช้เป็นส่วนประกอบในการบรรจุผลิตภัณฑ์ เพิ่มขึ้นตามลำดับการนำมาใช้ประโยชน์มีให้เห็นได้ในรูปต่างๆ เช่น ถุง ขวด ก่อ่ง ฯลฯ และลักษณะพิเศษอื่นๆ อีกเป็นจำนวนมาก ซึ่งอาจจัดเป็นประเภทได้หลายๆ ประเภท โดยปกติแล้วได้มีการจัดแบ่งประเภทของพลาสติกออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ

1. ประเภท Thermosetting พลาสติกประเภทนี้สามารถให้ความร้อนแล้วพิมพ์เป็นผลิตภัณฑ์ในรูปของหีบห่อได้เพียงครั้งเดียวเมื่อแข็งตัวแล้วอาจแตกได้ ไม่สามารถทำให้หลอมตัวด้วยความร้อนหรือพิมพ์ใหม่ได้ เช่น ภาชนะพลาสติกของมาลาพลาสติก

2. ประเภท Thermoplastic พลาสติกประเภทนี้สามารถให้ความร้อนทำให้หลอมตัวแล้วพิมพ์ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลายๆ ครั้งตามความต้องการ เช่น ภาชนะพลาสติกของทัฟเพอร์แวร์ ถุงพลาสติกใส่ใส่ขนม ขวดน้ำโพลาลิส ฯลฯ

ในการแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ในการบรรจุหรือหีบห่อที่ทำจากพลาสติก สามารถจัดแยกออกเป็นประเภท ได้โดยย่อคือ

1. ถุงและกระสอบพลาสติก มีขนาด ลักษณะ และความแข็งแรงต่างกันตาม ขนาดแบบ ลักษณะ และน้ำหนักของผลิตภัณฑ์ที่นำมาบรรจุตลอดจนประเภทของงานที่ใช้ อาจแบ่งเป็นตามลักษณะงาน ได้แก่

1.1 ประเภทใช้งานเบา ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำหนักไม่เกิน 1 กิโลกรัม

1.2 ประเภทใช้งานปานกลาง ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำหนัก 1 กิโลกรัม ถึง 10 กิโลกรัม

1.3 ประเภทใช้งานหนักมาก ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำหนัก 10 กิโลกรัม ถึง 50 กิโลกรัม

ในการผลิตภาชนะหรือหีบห่อประเภทถุงนี้ นิยมใช้โพลีเอทิลีน (Polyethylene) เป็นวัสดุผลิตถุงได้รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

2. ขวดพลาสติก นิยมใช้แทนขวดแก้วเพราะผลิตเร็วคงาม ราคาถูก แต่ต้องระวังในเรื่องการเลือกวัสดุ เพื่อใช้ในการบรรจุมีประโยชน์ในด้านการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ทั้งทางด้านความแข็งแรงและคุณภาพทางเคมีและชีววิทยา ปกตินิยมใช้ Polyvinylchloride เป็นวัสดุในการผลิตขวดโดยเฉพาะเมื่อใช้กับอาหารและเครื่องดื่ม เพราะว่าโปร่งแสง รูปทรงแข็งแรงยอมให้อากาศผ่าน

ไปได้เล็กน้อย เหมาะสำหรับการบรรจุอาหาร เพราะไม่ต้องการให้แสงผ่านมากหรือไม่ต้องการให้กลิ่นระเหย

3. หลอดพลาสติกนิยมใช้สำหรับผลิตภัณฑ์สามประเภท คือ ยารักษาโรค เครื่องสำอาง และอาหาร เพราะแข็งแรงไม่แตกง่าย ไม้ร้าว รักษารูปร่าง น้ำหนักเบา นิยมใช้โพลีเอทิลีน ทั้งชนิดความหนาแน่นมากและน้อย เป็นวัสดุในการผลิต ปลอดภัยเมื่อใช้และสะดวกในการเดินทางขนส่ง

4. ถังพลาสติก นิยมใช้แทนถังไม้ในการบรรจุขวดทนทาน แข็งแรง ผลิตได้รวดเร็วโดยเครื่องจักร นิยมใช้ Injection Moulding ซึ่งผลิตได้ในประเทศไทย

5. ชริงค์ แพคเกจจ (Shrink Package) นิยมเนื่องจากสามารถหุ้มคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้อย่างรัดกุมไม่ว่าผลิตภัณฑ์จะมีรูปร่างขนาดไหน โดยไม่หย่อนย่น แสดงให้เห็นผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน ป้องกันฝุ่นละอองความเสียหายขณะขนส่ง สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้หลายๆ เช่น ในการบรรจุเครื่องดื่มที่ละ ½ โหล

ฟิล์มพลาสติกที่นิยมใช้ทำชริงค์ แพคเกจจ ได้แก่ โพลีเอทิลีน (Polyethylene) พี.วี.ซี. (Polyvinylchloride) โพลีไอลิเฟน (Polyolefin) โพลีโพรพิลีน (Polypropylene) และโพลีเอสเตอร์ (Polyester) สามารถป้องกันความชื้นได้ดี

6. บลิสเตอร์ แพคเกจจ (Blister Package) เป็นการบรรจุแผ่นพลาสติกบาง ซึ่งพิมพ์จากแม่พิมพ์แบบ โดยวิธี Thermoforming ให้มีรูปลักษณะเป็นถาด มีเข้าหลุม หรือเป็นที่สำหรับบรรจุ ยา ของเล่น อาหารบางชนิด ในช่อง แล้วปิดด้วยกระดาษ ส่วนมากนิยมผนึกด้วยความร้อน (Heat Sealed) นิยมใช้ P.V.C.และสไตลีน (Styrene) เป็นวัสดุในการผลิต สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้ดี ชัดเจน ประหยัด และรวดเร็ว

7. โฟมพลาสติก (Foamed Plastic) ช่วยคุ้มครองกันการกระทบกระเทือนระหว่างขนส่งนิยมใช้ Polyethylene ในการทำให้เป็นโฟม อาจทำโดยการพิมพ์จากแม่พิมพ์เป็นรูปที่ต้องการ หรือตัด ตกแต่งให้เป็นรูปที่ต้องการ หรือวิธีอื่นๆ ผลิตได้ด้วยต้นทุนต่ำเป็นฉนวนความร้อนได้ดี ทนอุณหภูมิต่ำความชื้น

8. แอร์แคป (Air Cap) เป็นวัสดุใหม่ในการบรรจุผลิตจากพลาสติก โดยการทำฟองอากาศให้เกิดขึ้นตลอดแผ่นฟิล์มพลาสติกที่ติดกันมีประโยชน์ในการใช้เป็นวัสดุรองรับในการบรรจุ เพื่อบรรเทา การกระทบกระเทือนเสียหายของสินค้า นิยมใช้กับสินค้าที่บอบบางมากๆ ราคาสูง

(3) แก้ว บรรจุภัณฑ์แก้ว นับเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีความเฉื่อยต่อการทำปฏิกิริยากับสารเคมีชีวภาพต่างๆ เมื่อเทียบกับวัสดุบรรจุภัณฑ์อื่นๆ และรักษาคุณภาพสินค้าได้ดีมาก ข้อดีของแก้วคือมีความใสและทำเป็นสีต่างๆ ได้ สามารถทนต่อแรงกดได้สูงแต่เปราะแตกง่าย ใน

ด้านสิ่งแวดล้อม แก้วสามารถนำกลับมาใช้ได้หลายครั้ง อาจได้ถึง 100 ครั้ง และสามารถหมุนเวียนนำกลับมาหลอมใช้ใหม่ได้ สิ่งที่น่าพึงระวังในเรื่องการบรรจุคือ ฝาขวดแก้วจะต้องเลือกใช้ฝาที่ได้นขนาด และต้องสามารถปิดได้สนิทแน่น เพื่อช่วยรักษาคุณภาพและยืดอายุของสินค้า

ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม วิธีทดสอบความทนทานทางเคมีของภาชนะแก้วบรรจุยา มอก.501-2527 ได้แบ่งภาชนะแก้วออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1. แก้วประเภท 1 หมายถึง แก้วบอโรซิลิเกต (แก้วที่มีโบรอนไตรออกไซด์ ไม่น้อยกว่าร้อยละ 5 โดยน้ำหนัก) ซึ่งเป็นแก้วที่มีคุณภาพสูง โดยทั่วไปใช้ทำภาชนะบรรจุยาสำหรับฉีด

2. แก้วประเภท 2 หมายถึง แก้วโซดาไลม์ (แก้วที่ทำจากไลม์ โซดา และทรายเป็นส่วนผสมหลัก) ที่ผ่านกรรมวิธีทางผิว โดยวิธีอัลคาไลส้อย่างเหมาะสม โดยทั่วไปใช้ภาชนะบรรจุยาสำหรับฉีดที่มีความเป็นกรดหรือความเป็นกลาง แต่อาจใช้ทำภาชนะบรรจุยาสำหรับฉีดที่มีความเป็นด่างได้ ถ้าผ่านการทดสอบว่ามีความคงตัวเหมาะสม

3. แก้วประเภท 3 หมายถึง แก้วโซดาไลม์ซึ่งโดยทั่วไปไม่ใช้ทำภาชนะบรรจุยาสำหรับฉีด ยกเว้นยาฉีดที่ทดสอบแล้วว่า ไม่มีการเปลี่ยนแปลงเมื่อบรรจุในภาชนะที่ทำจากแก้วประเภทนี้

4. แก้วประเภท NP หมายถึงแก้วโซดาไลม์ที่ใช้ทำภาชนะบรรจุยาที่ใช้รับประทาน แก้วทั้ง 4 ประเภทนี้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแก้วประเภทที่ 3 ได้ถูกนำมาใช้เป็นภาชนะบรรจุในอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ มากมาย เช่น อุตสาหกรรมเบียร์ น้ำอัดลม สุรา ยา อาหาร เครื่องสำอาง เครื่องดื่มบำรุงกำลัง และเครื่องแก้ว (จาน ชาม แก้วต่างๆ) เป็นต้น นอกจากนี้เรายังแบ่งขวดแก้วออกเป็นขวดปากกว้างและขวดปากแคบ ซึ่งใช้ขบวนการผลิตที่ต่างกันคือ

1. ขบวนการผลิตเป่าและเป่า ใช้ผลิตขวดปากแคบ
2. ขบวนการผลิตอัดและเป่า ใช้ผลิตขวดปากกว้าง (ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลางของปากตั้งแต่ 48 มิลลิเมตรขึ้นไป)

(4) โลหะ โลหะมีคุณสมบัติแข็งแรง ทนทาน การเคลือบผิวภายในจะช่วยลดการสึกกร่อน ซึ่งเกิดจากปฏิกิริยาระหว่างโลหะกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ ไม่มีการซึมผ่านของไอน้ำและก๊าซ แต่มีจุดอ่อนอยู่ตามรอยต่อหรือฝา อาจนำโลหะไปทำภาชนะบรรจุต่างๆ ดังนี้

1. กระป๋อง (Can) หมายถึงกระป๋องรูปแบบต่างๆ เช่นกระบอกรูปเหลี่ยม รูปไข่ เป็นต้น อาจจะทำจากโลหะต่างๆ ชนิด เช่น แผ่นเหล็ก แผ่นเหล็กอาบดีบุก อลูมิเนียมและอื่นๆ ใช้บรรจุ อาหาร ยา น้ำมันหล่อลื่นและเครื่องใช้อื่นๆ

คุณสมบัติเด่นของกระป๋องโลหะ คือมีขนาดที่ค่อนข้างจะเป็นมาตรฐานเดียวกันทั้งโลก การเรียกมิติ จะเรียกตัวเลขชุดแรกเป็นเส้นผ่าศูนย์กลางของกระป๋องภายนอกตรงบริเวณตระเข็บคู่ และตัวเลขชุดต่อไปเป็นความสูงทั้งหมดของตัวกระป๋องที่วัดจากขอบหนึ่งถึงขอบอีกด้านหนึ่ง ในกรณีที่วัดเป็นนิ้ว กระป๋องขนาด 307 x 113 คือ กระป๋องที่มี เส้นผ่าศูนย์กลางเป็น $3 \frac{7}{16}$ นิ้ว และมี

ความสูงเป็น 11 3/16 นิ้ว เมื่อวัดเป็นมิลลิเมตรตามมาตรฐานขององค์การมาตรฐานระหว่างประเทศ (ISO) จะปัดเศษตัวเลขเป็นหน่วยมิลลิเมตรเต็ม 2 หน่วย โดยจะได้เป็น 84 x 46 มิลลิเมตรนั่นเอง

2. ถัง (Drum, Pail, Keg) มีความจุ และมีขนาดใหญ่กว่ากระป๋องมาก ใช้บรรจุสารเคมี น้ำมันหล่อลื่นและอื่นๆ

3. กระป๋องฉีด (Aerosols or Pressurized Containers) ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลวและมีสารที่ใช้ขับ (Propellant) ซึ่งเป็นทั้งของเหลวและก๊าซผสมกันอยู่ ใช้บรรจุยาฆ่าแมลงต่างๆ เครื่องสำอาง อาหาร ยาบางชนิด

4. หลอดบีบ (Collapsible Tubes) บรรจุสินค้าที่มีลักษณะหนืด เช่น เครื่องสำอาง ยา อาหารกาว

5. อะลูมิเนียมแผ่นเปลว (Aluminum Foil) ใช้ห่อทำซอง หรือทำเป็นรูปร่างต่างๆ เพื่อบรรจุอาหาร ยา และอื่นๆ

2.3.3 กระบวนการจัดการออกแบบบรรจุภัณฑ์

คำรังสรรค์ ชัยสนิท (2537 : 42-45) ได้กล่าวถึง การวางแผนการดำเนินงานอย่างมีประสิทธิภาพ ที่จะช่วยในการตัดสินใจเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมได้ ดังนั้นทางเลือกในการใช้บรรจุภัณฑ์จึงต้องดำเนินการอย่างมีแบบแผนทางการตลาดด้วย โดยใช้วิธีการดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

2.3.3.1 การวิเคราะห์สถานการณ์

การวิเคราะห์สถานการณ์ (Situation Analysis) เป็นการวิเคราะห์ปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอกซึ่งประกอบด้วย

(1) การวิเคราะห์การแข่งขัน

การวิเคราะห์การแข่งขัน เป็นการวิเคราะห์สถานการณ์โดยพยายามตอบคำถามต่างๆ ที่เกี่ยวกับคู่แข่งให้มากที่สุดเท่าที่จะมากได้ รวมทั้งศึกษาจุดอ่อนจุดแข็งของคู่แข่ง เพื่อหาโอกาสในการได้เปรียบคู่แข่ง เช่น ใครมุ่งเข้าสู่ตลาดเดียวกับเรา คู่แข่งรายไหนเป็นคู่แข่งสำคัญที่มีผลกระทบต่อยอดขายหรือการขยายตลาดของเรา จุดเด่นและจุดด้อยของคู่แข่งเมื่อเปรียบเทียบกับของเรา เช่น คุณภาพ สินค้า บุคลากร เงินทุน ความสามารถในการกระจายสินค้า ภาพพจน์ ฯลฯ คู่แข่งกำลังทำอะไรหรือเคยทำอะไรหรือจะทำอะไรในอนาคต แนวโน้มการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของคู่แข่งเป็นอย่างไร การตอบโต้ของคู่แข่งจากความเคลื่อนไหวของเรจะเป็นแบบใด คู่แข่งรายใหม่ที่อาจเกิดขึ้นคือใคร

(2) การวิเคราะห์สถานะบริษัท

การวิเคราะห์สถานะบริษัท โดยจะทำการวิเคราะห์ถึงเรื่องเงินทุนของบริษัทที่จะใช้ในการดำเนินการ เช่น กำลังคน ความพร้อมของกำลังการผลิต การเคลียร์การดำเนินงานของเดิมก่อนทำการเปลี่ยนแปลง นโยบายหลักของบริษัท วิเคราะห์ผลตอบแทนที่จะได้รับจากการลงทุน จุดแข็งจุดอ่อนของบริษัท ฯลฯ

(3) การวิเคราะห์บริบททางสังคม

การวิเคราะห์บริบททางสังคม ได้แก่ กฎหมาย การเมือง สภาพเศรษฐกิจ การเจริญเติบโตของตลาด วิเคราะห์สังคมวัฒนธรรม ฯลฯ

(4) การวิเคราะห์ผู้บริโภค

การวิเคราะห์ผู้บริโภค ได้แก่ ลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้การซื้อสินค้า ใคร คือ กลุ่มเป้าหมาย สิ่งที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย ทักษะที่มีต่อสินค้า แบบแผนการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ฯลฯ

2.3.3.2 การกำหนดแนวความคิดในการออกแบบ

หลังจากการวิเคราะห์สถานการณ์อย่างละเอียดแล้ว เราจะทราบความต้องการขององค์กรว่าเราต้องการบรรลุเกณฑ์ในลักษณะใดหรือต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลงอย่างไร ทั้งนี้ย่อมขึ้นอยู่กับปัญหาหรือความต้องการหลักขององค์กรเป็นสำคัญ โดยจะต้องพิจารณาแก้ไขปัญหาคriticalที่สุด เช่น จากการวิเคราะห์สถานการณ์พบว่าบริษัทควรจะขยายตลาดไปสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ ทำให้เราทราบความต้องการว่าควรเปลี่ยนหรือใช้กลยุทธ์การบรรลุเกณฑ์ซึ่งต้องมีคุณสมบัติพิเศษที่แตกต่างจากคู่แข่งขั้นเพื่อมุ่งไปสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ สิ่งต่างๆ เหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดและเป็นที่มาของ “แนวความคิด” บางครั้งแนวความคิดที่ได้ อาจมีมากกว่าหนึ่งอย่าง ซึ่งจะต้องคัดเลือกเอาแนวความคิดที่ดีที่สุดมาใช้เพื่อเตรียมดำเนินการในขั้นต่อไป

2.3.3.3 การประเมินแนวความคิด

การประเมินแนวความคิดนี้เป็นการประเมินในขั้นแรก อาจจะเป็นการประเมินในที่ประชุมเพื่อคัดเลือกแนวความคิดบรรลุเกณฑ์ ที่สอดคล้องกับความต้องการมากที่สุด หรือทำการปรับปรุงเพื่อให้ได้แนวความคิดที่สมบูรณ์ที่สุดก่อน ที่จะทำการทดสอบในเชิงปฏิบัติจริงอีกครั้ง การปรับปรุงแนวความคิดอาจเกิดขึ้นโดยครั้งแรก เรากำหนดแนวความคิดว่าต้องการหีบห่อที่แสดงภาพพจน์แต่จากการประเมินแล้วเราอาจต้องการหีบห่อที่สามารถนำมาใช้ส่งเสริมการขายด้วย นอกเหนือจากภาพพจน์จากการกำหนดแนวคิดใหม่จะส่งผลทำให้การออกแบบในขั้นต่อไปแตกต่างกัน

2.3.3.4 การออกแบบ

ในขั้นตอนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การออกแบบถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญอย่างยิ่ง ที่ทางบริษัทจำเป็นต้องมีการกำหนดแผนงานเพื่อใช้เป็นแนวทางในการนำข้อมูลต่างๆ ไปใช้ในการออกแบบที่จะเป็นการกำหนดรูปแบบ ชนิดของวัสดุตามวัตถุประสงค์และตามแนวทางที่วางไว้นั้น ซึ่งอาจต้องอาศัยผู้เชี่ยวชาญจากที่อื่นเป็นผู้รับดำเนินการ โดยบริษัทมีหน้าที่ประสานงาน ควบคุมและตัดสินใจเพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ ในส่วนของการออกแบบจะเกี่ยวข้องกับการออกแบบขนาด สี โลโก้ Brand Name รูปทรง พื้นผิว วัสดุที่ใช้ในการผลิต คำพูดบนฉลาก รวมทั้งหีบห่ออื่นที่เข้าร่วมกับ Packaging ที่ออกแบบไว้ ฯลฯ

การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ (ปุ่น คงเจริญเกียรติ. 2541 : 71)

1. การออกแบบโครงสร้าง เป็นการออกแบบทางด้านเทคนิคและทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ โดยเน้นกระบวนการบรรจุใส่ การรักษาคุณภาพด้วยการประเมินอายุของอาหาร การปกป้องที่เหมาะสมต่อการขนส่งและการกระจายสินค้า

เป็นการกำหนดลักษณะ รูปร่าง ขนาด ปริมาตร น้ำหนัก ประเภทของวัสดุที่จะนำมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์ กิจกรรมขั้นตอนนี้เป็นส่วนสำคัญควรอาศัยความรู้และคำแนะนำจากผู้ชำนาญการ โดยเป็นการสร้างภาพพจน์จากข้อมูลต่างๆ ให้ปรากฏเป็นรูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์ โดยมีลำดับขั้นตอนดังนี้

- 1.1 กำหนดนโยบายหรือวางแผนยุทธศาสตร์ต่างๆ
- 1.2 การศึกษาและวิจัยเบื้องต้น ได้แก่ข้อมูลทางด้านเทคโนโลยีต่างๆ
- 1.3 การศึกษาถึงความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์
- 1.4 การพัฒนาและแก้ไขแบบ
- 1.5 การพัฒนาต้นแบบจริง
- 1.6 การผลิตจริง

2. การออกแบบกราฟิก เป็นการออกแบบรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการจูงใจในการซื้อและสื่อความหมายให้แก่ผู้บริโภค พร้อมทั้งสามารถโน้มน้าวให้เกิดการสั่งซื้อการออกแบบกราฟิกจะเน้นในเรื่องของการตกแต่งรูปลักษณะด้วยภาพพจน์ที่สร้างความประทับใจ โดยที่ลักษณะกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์จะแสดงบทบาทหน้าที่สำคัญ อันได้แก่

- 2.1 การสร้างทัศนคติที่ดีงามต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิต
- 2.2 การชี้แจงและบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึง ชนิด ประเภทของผลิตภัณฑ์
- 2.3 การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ
- 2.4 การแสดงสรรพคุณและวิธีการใช้ผลิตภัณฑ์

โดยการออกแบบมีลำดับขั้นตอนดังนี้

1. กำหนดขอบเขตของปัญหา เพื่อได้ผลและข้อสรุปที่จะเป็นข้อมูลสำหรับการวางแผนการออกแบบในลำดับต่อไป ข้อมูลพื้นฐานต่างๆ เกี่ยวกับ แนวโน้มทางการตลาด พื้นฐานทางเทคนิค
2. การเสนอแนวความคิดเบื้องต้น โดยอาศัยข้อมูลที่สรุปได้จากข้อที่ 1 เพื่อให้ได้แนวคิดและจินตภาพที่สัมพันธ์กับ โครงสร้างของผลิตภัณฑ์และ โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ที่ได้ ออกแบบ มีการกำหนดรูปร่าง สี สัน การจัดวางตำแหน่งข้อความ ภาพประกอบ เป็นต้น
3. การพัฒนาและแก้ไขแบบ เป็นการพัฒนาแบบร่างให้มีรายละเอียดส่วนประกอบต่างๆ ชัดเจน
4. การวิเคราะห์ผลงานออกแบบ โดยการจัดทำบรรจุภัณฑ์จำลองรูปทรง 3 มิติเท่าของจริงเพื่อวิเคราะห์ถึงปัญหาก่อนการตัดสินใจสร้างแบบจริง
5. การสร้างต้นแบบเพื่อการพิมพ์ ได้แก่การจัดเตรียมต้นฉบับที่สมบูรณ์ด้วยการเขียนแบบและการจัดวางองค์ประกอบต่างๆ
6. การผลิต

2.3.3.5 การทดสอบ

เมื่อได้แบบบรรจุภัณฑ์ตามที่ออกแบบไว้แล้ว ขั้นตอนต่อไปคือ นำแนวความคิดการออกแบบนั้นมาทดสอบ โดยการนำเสนอรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ออกมาในลักษณะของรูปภาพหรือแบบจำลอง เพื่อทดสอบกับผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมาย ร้านค้า ฯลฯ ประเด็นหลักของการทดสอบคือการค้นหาโอกาสและความเป็นไปได้ของการผลิตภัณฑ์ชนิดนั้นออกมานั้นเอง ทั้งนี้สามารถแบ่งระดับการทดสอบออกได้ 4 ระดับด้วยกันคือ

1. การทดสอบทางวิศวกรรม ก็เพื่อค้นหาว่าวัสดุประเภทนี้สามารถนำมาผลิตได้หรือไม่ หรือนำมาใช้บรรจุสินค้าแล้วจะส่งผลกระทบต่อสินค้ามีคุณภาพด้อยลงหรือไม่ เป็นต้น
2. การทดสอบลักษณะทางกายภาพของตัวบรรจุภัณฑ์ เช่น ตัวบรรจุภัณฑ์นั้นมีรูปร่างอย่างไร มีลักษณะและประโยชน์ใช้สอยอย่างไร มีความสวยงามเมื่อเทียบกับคู่แข่งแล้วเป็นอย่างไร คุณสมบัติเด่นหรือประโยชน์ใช้สอยของตัวบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้จริงหรือไม่ เป็นต้น
3. การทดสอบกับร้านค้า เช่น สะดวกต่อการที่ร้านค้าที่จะเก็บรักษาสินค้าคงคลังหรือไม่สร้างความสับสนหรือเป็นภาระแก่ร้านค้าในการจดจำชื่อยี่ห้อหรือลักษณะของสินค้าหรือไม่ เป็นต้น
4. การทดสอบกับผู้บริโภค ซึ่งอาจจะเป็นการทดสอบที่สำคัญที่สุดที่ผู้ผลิตสินค้าแต่ละรายจำเป็นต้องกระทำ เพราะในบางครั้งเราเคยเห็นบรรจุภัณฑ์ดีและเป็นที่ยอมรับในประเทศอื่น

มาแล้ว แต่ในความเป็นจริงอาจจะไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้ของผู้บริโภคในประเทศเราก็เป็นได้

แต่ทั้งนี้ทั้งนั้น การทดสอบอาจไม่จำเป็นต้องกระทำครบทุกขั้นตอน เพราะบางครั้งอาจประสบกับปัญหามากมายทำให้ไม่สามารถทำการทดสอบได้อย่างละเอียดถี่ถ้วนอย่างที่ควรจะเป็น หรือต้องรีบเร่งสินค้าให้ออกทันกับฤดูกาลขาย ต้องมีการเปลี่ยนแปลงอย่างกระทันหันเนื่องมาจากคู่แข่ง โดยเฉพาะในประเทศไทยนั้น การวิจัยตลาดมักไม่สามารถทำได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากคนไม่ให้ความร่วมมือ เป็นต้น

2.3.3.6 การผลิต

หลังจากทำการทดสอบจนได้มาซึ่งแนวคิดและรูปแบบในการผลิตแล้ว ก็จะมาสู่ขั้นตอนต่อไป คือการผลิตภายหลังจากที่ผลิตออกมาแล้วอาจมีการตรวจสอบหรือทดสอบอีกครั้งก็ได้

2.3.3.7 การพิมพ์ในงานบรรจุภัณฑ์

การพิมพ์เป็นหัวใจหลักที่จะถ่ายทอดงานออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด จึงจำเป็นต้องศึกษาเพื่อให้สามารถเลือกวิธีการพิมพ์ที่เหมาะสมทั้งในด้านคุณภาพและราคากับการนำไปใช้งานกับวัสดุประเภทต่างๆ โดยในปัจจุบันมีระบบการพิมพ์ที่นิยมใช้กับการพิมพ์บรรจุภัณฑ์เฉพาะหน่วยเพื่อการค้าปลีก ที่มีต้นทุนการผลิตไม่สูงนัก และสามารถหาโรงพิมพ์งานได้ทั่วไปมีอยู่ด้วยกัน 2 วิธีที่เหมาะสมจะมาใช้ในการพิมพ์บรรจุภัณฑ์คือ (ประชิด ทิณบุตร. 2538 : 156-169)

(1) ระบบออฟเซต

เป็นระบบการพิมพ์ที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายมากที่สุดเพราะต้นทุนต่ำ ในขณะที่ประสิทธิภาพสูงสามารถพิมพ์ได้ 4 สีเหมือนจริงด้วยระบบแยกเม็ดสีเป็นสีฟ้า ชมพู เหลือง และดำ ระบบการพิมพ์เป็นแบบแม่พิมพ์เรียบที่รับหมึกแล้วถ่ายทอดลงบนแผ่นยางก่อน ที่จะพิมพ์ลงบนกระดาษทำให้ได้ภาพที่คมชัดและสามารถผลิตได้อย่างรวดเร็ว แต่ข้อเสียของระบบนี้คือสามารถพิมพ์ได้เฉพาะบนวัสดุกระดาษเท่านั้น

(2) ระบบซิลค์สกรีน

การพิมพ์ระบบซิลค์สกรีน เป็นการพิมพ์แบบใช้ผ้าเว็ร่องเพื่อให้หมึกผ่านลงไปยังวัสดุพิมพ์เป็นรูปตามต้องการ สามารถพิมพ์ได้ทีละหนึ่งสีทับซ้อนกันไปเรื่อยๆ สีที่พิมพ์ออกมาเป็นสีทึบและแบน ไม่มีการไล่น้ำหนักของสี ให้คุณภาพการพิมพ์ในระดับปานกลาง แต่ข้อดีของการพิมพ์ระบบนี้คือสามารถพิมพ์ได้กับวัสดุทุกชนิดไม่ว่าจะเป็นกระดาษ พลาสติก หรือแก้ว รวมทั้งยังพิมพ์บนพื้นผิวโค้ง เช่น ด้านข้างของขวดพลาสติก การพิมพ์ซิลค์สกรีนเป็นวิธีที่ง่าย และประหยัด โดย

ปัจจุบันมีการเปิดฝึกอบรมการพิมพ์ซิลค์สกรีน ลงบนบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มเกษตรกรเพื่อช่วยลดต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์ได้ในระดับหนึ่ง

สำหรับการพิมพ์ลงบนบรรจุภัณฑ์พลาสติก หรือวัสดุอื่นที่ไม่ใช่กระดาษโดยมากจะไม่นิยมทำกัน เนื่องจากมีขั้นตอนยุ่งยากในการผลิต ทำให้ผลิตได้ช้าและต้นทุนการผลิตสูงกว่าการพิมพ์ลงบนกระดาษหลายเท่า ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ประเภทถุงหรือกระปุกพลาสติก จึงนิยมใช้ฉลากหรือกล่องกระดาษที่พิมพ์ด้วยระบบออฟเซตเพื่อการตกแต่ง มากกว่าการตกแต่งด้วยการพิมพ์ลงบนพื้นผิวพลาสติกโดยตรง

กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม ที่ได้ดำเนินการออกแบบและจัดทำบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มเกษตรกรรายย่อยมาเป็นเวลานาน ได้เลือกใช้รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้จริงด้วยรูปแบบงานพิมพ์ที่มีระดับราคาที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ขึ้นกับงบประมาณที่กลุ่มเกษตรกรรายย่อยมี

2.3.4 ข้อพิจารณาในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (คำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิทธิ. 2537 : 45-49)

เพื่อให้เกิดความสอดคล้องและเป็นแนวทางเดียวกันในการพิจารณางานออกแบบก็จะพิจารณา และวิเคราะห์เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ได้ทำหน้าที่ของตนอย่างสมบูรณ์ จึงแยกการพิจารณาออกเป็น 2 ส่วนคือ

2.3.4.1 การพิจารณาในด้านการใช้งาน ได้แก่

1. ธรรมชาติและลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์
2. คุณสมบัติทางกายภาพ เช่น ของแข็ง ของเหลว ก๊าซ เป็นเม็ด แท่ง แคลปซูล ฯลฯ
3. ลักษณะทั่วไป เช่น ง่ายหรือไม้ง่าย มีพิษ หรือระเหยได้ เป็นต้น
4. ลักษณะที่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อผลิตภัณฑ์ เช่น การกระทบแตก การเหม็นหืน เพราะก๊าซออกซิเจน สีซีดเพราะถูกแสง ฯลฯ
5. ลักษณะการขนส่งและเก็บรักษา เป็นอย่างไร
6. วิธีการบรรจุผลิตภัณฑ์

การพิจารณาการทำหน้าที่ในด้านการใช้งานเป็นการพิจารณาความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์กับสินค้าภายใน เป็นการศึกษาเพื่อชี้ให้เห็นประเด็นในการพิจารณาเพื่อการออกแบบ ให้บรรจุภัณฑ์ได้ทำหน้าที่ด้านการปกป้อง ซึ่งเป็นหน้าที่หลักประการหนึ่งของบรรจุภัณฑ์อย่างสมบูรณ์ และเป็นการชี้ให้เห็นประเด็นในการเลือกสินค้าเพื่อนำมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ให้เกิดความสัมพันธ์กันระหว่างสินค้า

ดังนั้นก่อนการออกแบบจึงต้องมีการตั้งคำถามเพื่อพิจารณาในสภาพที่เป็นอยู่เป็นอย่างไร สามารถปรับปรุงให้ดีขึ้นได้อย่างไร และปัจจัยพิจารณาข้างต้นมาใช้ในการออกแบบ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับสินค้าซึ่งเป็นการศึกษาเพื่อชี้ให้เห็นความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ที่เริ่มมีบทบาทต่อ

การตลาด เนื่องด้วยการเปลี่ยนแปลงต่างๆ ที่ทำให้บรรจุกิจต้องมีการเปลี่ยนแปลงตัวเองเพื่อให้สามารถทำหน้าที่ได้อย่างสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.3.4.2 การพิจารณาด้านการตลาด

การพิจารณาด้านการตลาดเป็นการใช้บรรจุกิจเป็นกลยุทธ์ทางการตลาด หมายถึง การที่บรรจุกิจทำหน้าที่และบทบาทในการบ่งชี้หรือแจ้งข้อมูลรายละเอียดของสินค้า ทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจ และชักจูงให้เกิดการซื้อขาย อันมีผลทำให้ช่วยเพิ่มยอดขายและกำไร และยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าภายในด้วย นั่นคือ บรรจุกิจเป็นปัจจัยหนึ่งในการส่งเสริมการตลาด

ปัจจัยในการพิจารณาด้านการตลาด ได้แก่

1. ตลาดเป้าหมาย ประเภทร้านค้า
2. สถานการณ์ตลาดเปรียบเทียบกับคู่แข่ง
3. ความสะดวกต่อการจัดจำหน่าย
4. การเอื้ออำนวยความสะดวกต่อผู้บริโภค
5. ความเหมาะสมด้านราคา

จรรยาพร บุญเหลือ (2539 : 107) ได้สรุปผลการวิจัยเรื่อง “ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อขนมหวานเมืองเพชรของผู้บริโภค” เกี่ยวกับการตลาดของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่มีองค์ประกอบอยู่ด้วยกันหลายด้าน จะพบว่าบรรจุกิจหรือการบรรจุหีบห่อเป็นองค์ประกอบหนึ่งของผลิตภัณฑ์ ที่มีผลทางด้านการตลาดเพื่อพิจารณาถึงการศึกษาในครั้งนี้ จะพบว่าลักษณะของฝากที่แปรรูปจากผลผลิตทางการเกษตร และพฤติกรรมความต้องการซื้อสินค้านั้น มักจะพิจารณาที่ตัวผลิตภัณฑ์เป็นอันดับแรก ซึ่งโดยมากมักมีคุณภาพที่ดี และมีการพัฒนาอยู่เสมอ ในด้านของตราสินค้าที่มักเป็นที่รู้จักกัน โดยทั่วไป แต่มีลักษณะของการบรรจุที่เหมือนกัน ทำให้ไม่สามารถบ่งบอกได้ว่าสินค้านั้นมาจากที่ใด ในขณะที่ความต้องการในการซื้อขนมมักซื้อเพื่อเป็นของฝาก หากรูปลักษณะของฝากมีความน่าสนใจ ก็จะก่อให้เกิดความประทับใจครั้งแรกที่เห็นได้ นั่นคือหากบรรจุกิจมีความพิเศษก็ช่วยให้เกิดความน่าสนใจได้มากขึ้น

มูลเหตุของการเลือกศึกษาและพัฒนาบรรจุกิจ เพื่อเป็นกลยุทธ์ด้านการตลาดกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดนั้นมีด้วยกันมากมายหลายวิธี หากจะพิจารณาเปรียบเทียบองค์ประกอบของผลิตภัณฑ์เพื่อเลือกพัฒนานั้นจะพบว่า

1. ปัจจัยด้านตัวผลิตภัณฑ์เป็นประเด็นแรกในการตัดสินใจเลือกซื้อ ในขณะที่ตัวผลิตภัณฑ์ที่กล่าวถึงนั้นมีความสำคัญและมุ่งเน้นในการขายเพื่อเป็นของฝากที่มีเหมือนๆ กันอยู่แล้ว
2. สำหรับตราสินค้าซึ่งหมายถึง ยี่ห้อ หรือร้านที่ผลิต

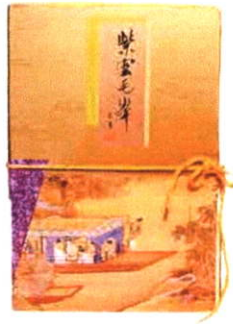
หน้าที่ในด้านการปกป้องสินค้าเท่านั้น หากได้มีการพัฒนาจะทำให้บรรจุกัณฑ์ได้ทำหน้าที่ของตนอย่างครบถ้วน และสอดคล้องกับสภาพการขายในปัจจุบันยิ่งขึ้น

2.3.5 บรรจุกัณฑ์ของฝาก

2.3.5.1 ที่มาและความสำคัญ

ในการออกแบบบรรจุกัณฑ์ของฝากมีจุดมุ่งหมายอันดับแรก คือ การส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่นเพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยวให้ซื้อกลับไปเป็นของฝาก ถ้าสินค้านี้ได้รับความนิยมในวงกว้างก็สามารถนำออกขายในตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้น หรืออาจส่งขายไปยังต่างประเทศได้ ถ้าสามารถควบคุมคุณภาพการผลิตและมีวัตถุดิบมากพอ พร้อมทั้งกระบวนการผลิตแบบอัตโนมัติที่สามารถวางแผนงานผลิตได้ (ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541 : 205)

รายละเอียดบนบรรจุกัณฑ์ที่ใช้สื่อความหมายเพื่อเป็นของฝากนี้ มักจะใช้สิ่งที่รู้จักกันดีในท้องถิ่นนั้น ในบางกรณีอาจนำวัสดุที่ผลิตได้ในท้องถิ่นมาใช้เป็นบรรจุกัณฑ์ เพื่อความแปลกใหม่ ยกตัวอย่าง เช่น บรรจุกัณฑ์ใบชาของประเทศญี่ปุ่น รายละเอียดบนบรรจุกัณฑ์ประเภทนี้ มักจะพบว่ามีภาพพิมพ์ประโยคที่ว่า “ ของฝากจาก ” เพื่อเน้นหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่อ่านพบเกิดความต้องการที่จะซื้อเป็นของฝากไปให้ที่บ้านหรือญาติมิตร



ภาพที่ 2.5 การออกแบบบรรจุกัณฑ์ใบชาจากประเทศญี่ปุ่นที่แสดงลักษณะท้องถิ่น

นอกเหนือจากรายละเอียดของงานกราฟิก การออกแบบบรรจุกัณฑ์เพื่อซื้อไปเป็นของฝากจำเป็นต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำกลับของผู้ซื้อและความแข็งแรงของบรรจุกัณฑ์ในการนำไปมอบเป็นของขวัญ ตัวอย่างเช่น บรรจุกัณฑ์ที่ได้รับรางวัลชนะเลิศ จากการประกวดบรรจุกัณฑ์สุราแช่ ประจำปี 2545 ที่มีการออกแบบหุ้มหิ้วเพื่อความสะดวกในการนำกลับ เป็นต้น



ภาพที่ 2.6 การออกแบบบรรจุภัณฑ์สุราแช่ ที่แสดงลักษณะท้องถิ่นและการนำพา

2.3.5.2 ผู้บริโภค

(1) ลักษณะทั่วไปของผู้บริโภค

ธนารักษ์ จันทรประสิทธิ์ (2543 : 8-9) ได้กล่าวถึง สิ่งที่นักออกแบบและผู้ประกอบการ จะต้องศึกษาเกี่ยวกับผู้บริโภคในเรื่องต่างๆและจะต้องทำความเข้าใจให้ชัดเจนในสถานะระหว่างผู้ซื้อและผู้ใช่ว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างไรด้วย ยกตัวอย่างเช่น บรรจุภัณฑ์บางตัวผู้ซื้อ ซื้อเพื่อใช้กับตนเอง ดังนั้นผู้ซื้อและผู้ใช้จะเป็นผู้บริโภคคนเดียวกัน แต่บรรจุภัณฑ์บางอย่างผู้ซื้อ ซื้อให้บุคคลอื่นใช้ เช่น พ่อแม่ซื้อสบู่สำหรับเด็กให้ลูกผู้ซื้อจึงเป็นคนละคนกับผู้บริโภค

โดยแยกทั้งผู้ซื้อและผู้บริโภคสินค้า ในหัวข้อต่างๆ ดังนี้

1. เพศ (Sex) เพศของผู้บริโภคนั้นมีทั้งเพศชายและเพศหญิง ซึ่งมีความแตกต่างกัน โดยสิ้นเชิงตามธรรมชาติการออกแบบบรรจุภัณฑ์บางชนิดจำเป็นต้องออกแบบให้มีความเฉพาะเจาะจงลงไปว่าจะให้ใช้กับเพศใด หรือผลิตภัณฑ์บางชนิดก็สามารใช้ได้ทั้งเพศชายและเพศหญิงนักออกแบบก็จะต้องทำการออกแบบให้มีความเหมาะสมทั้ง 2 เพศด้วย แต่การลงทุนเพื่อทำการผลิตสินค้าให้เหมาะสมกับแต่ละเพศนั้นจะเป็นการลงทุนที่สูง อีกทั้งยังเกิดความไม่ชัดเจนด้วยว่าจะสามารถขายได้ดีทั้ง 2 แบบ กลุ่มผู้บริโภคเฉพาะเพศของสินค้าบางชนิดมีจำนวนของความต้องการที่น้อยไม่คุ้มกับการลงทุนจำเป็นต้องตัดออกไปซึ่งนักออกแบบและผู้ประกอบการจะต้องทำการศึกษาวิจัยและสรุปผลกับฝ่ายการตลาดหรือฝ่ายอื่นๆที่เกี่ยวข้องเพื่อตัดสินใจขั้นสุดท้ายก่อนที่จะผลิตและจำหน่ายสินค้านั้นๆ

2. วัยวุฒิ (Age) เราจะพบเห็นอยู่เสมอว่าบรรจุภัณฑ์บางชนิดจะเจาะจงอายุของผู้บริโภคที่มีความเหมาะสมกับสินค้านั้นๆ โดยตรง เพื่อประโยชน์ในการใช้งานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดหรือเพื่อป้องกัน ไม่ให้เกิดอันตรายกับผู้ใช้ที่มีอายุไม่เหมาะสมกับสินค้านั้นๆ และใน

2. วัยวุฒิ (Age) เราจะพบเห็นอยู่เสมอว่าบรรจุกิจภัณฑ์บางชนิดจะเจาะจงอายุของผู้บริโภคที่มีความเหมาะสมกับสินค้านั้นๆ โดยตรง เพื่อประโยชน์ในการใช้งานให้มีประสิทธิภาพสูงสุดหรือเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดอันตรายกับผู้ใช้นั้นๆ และในขณะเดียวกันอายุของผู้บริโภคที่มีอยู่หลายช่วงอายุก็จะเป็นตัวกำหนดเพื่อให้เกิดสินค้าและบรรจุกิจภัณฑ์ใหม่ๆ หลายรูปแบบหลายชนิด ซึ่งก็เป็นข้อดีที่ผู้ประกอบการหรือนักออกแบบที่จะช่วยกันหาทางออกและหาช่องทาง เพื่อผลิตสินค้าและบรรจุกิจภัณฑ์ใหม่ๆ ได้ง่ายขึ้น

3. การศึกษา (Education) การศึกษาเป็นการเรียนรู้เพื่อเพิ่มภูมิและสติปัญญา ผู้บริโภคจึงมีความรู้และความเข้าใจในสิ่งต่างๆ มากขึ้น ถือได้ว่าเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า ผู้ที่มีการศึกษาดีข้อมมีเหตุผลที่มากพอที่จะแยกแยะว่าบรรจุกิจภัณฑ์หรือสินค้านั้นๆ ใดดีมีคุณภาพ หรือมีประโยชน์อย่างไรกับตนเอง มีการไตร่ตรองหรือวางแผนในการซื้อ และส่วนมากจะใช้เหตุผลต่างๆ มาประกอบการตัดสินใจ แต่ก็เชื่อว่าผู้ที่มีการศึกษาน้อยจะตัดสินใจหรือเลือกซื้อสินค้าที่ไม่ดีไปบริโภค ผู้บริโภคทุกคนย่อมต้องการสินค้าที่ดีมีคุณภาพไปใช้เช่นกัน ซึ่งก็ขึ้นอยู่กับปัจจัยและความเหมาะสมอื่นๆ ที่เป็นตัวช่วยตัดสินใจก่อนที่จะซื้อ

4. รสนิยม (Taste) เรื่องรสนิยมเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อนมาก จำเป็นต้องมีการศึกษาให้ละเอียดและลึกซึ้ง เพราะสภาพแวดล้อม ภูมิประเทศ ภูมิอากาศ หรือความเจริญในแต่ละสังคมจะทำให้รสนิยมเกิดขึ้นต่างกันอย่างมาก การที่จะออกแบบบรรจุกิจภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการและรสนิยมของแต่ละคนจะเป็นเรื่องยากมาก เพราะบรรจุกิจภัณฑ์ (สินค้า) เป็นกระบวนการผลิตทางอุตสาหกรรมที่เน้นจำนวนมากโดยการเลือกผลิตให้เหมาะสมกับรสนิยมของผู้บริโภคในกลุ่มใหญ่ๆ เท่านั้น และควรเป็นกลุ่มของผู้บริโภคที่มีรสนิยมไปในทางที่ดีช่วยเป็นการยกระดับของบรรจุกิจภัณฑ์และสินค้าให้สูงขึ้น ไปอีกนักออกแบบและผู้ประกอบการสามารถผลิตสินค้าให้ตรงกับผู้บริโภคที่มีรสนิยมต่างจากกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ได้ถ้าผู้บริโภคกลุ่มเล็กนั้นมีกำลังซื้อเพียงพอ

5. กำลังทรัพย์ (Budget) ถึงแม้ว่านักออกแบบและผู้ประกอบการจะทำการผลิตบรรจุกิจภัณฑ์และสินค้าที่ดีมากแค่ไหน หากผู้บริโภคไม่มีกำลังทรัพย์มากพอที่จะซื้อหามาใช้ได้ บรรจุกิจภัณฑ์หรือสินค้านั้นๆ ก็จะไม่มีความหมายแต่อย่างใด สินค้าบางชนิดที่ผู้บริโภคมีความต้องการเป็นอย่างมาก แต่เมื่อพิจารณาอย่างรอบคอบแล้วไม่สามารถทำการผลิตได้ เพราะต้นทุนในการผลิตสูงเกินไปถึงแม้จะมีผู้บริโภคส่วนหนึ่งหาซื้อมาใช้ได้ แต่ก็ยังไม่พอก็จะทำให้คุ้มทุน สินค้าจึงไม่ควรผลิตเพื่อจัดจำหน่ายแต่อย่างใด หรือหาทางออกทางอื่นๆ ที่เหมาะสม เช่น ลดคุณสมบัติบางอย่างของสินค้านั้นๆ หรือลดประโยชน์ใช้สอยบางอย่างของบรรจุกิจภัณฑ์ลง เพื่อให้ราคาค้นทุนต่ำพอที่จะผลิตเพื่อให้ผู้บริโภคหาซื้อมาใช้ได้

6. ความเชื่อและศาสนา (Believing and Religion) เรื่องของความเชื่อและศาสนาเป็นเรื่องของความศรัทธาเฉพาะบุคคลหรือกลุ่มคนยากที่จะวัด หรือวิเคราะห์ด้วยเหตุผล จึงเป็นการยากที่จะออกแบบบรรจุกิจภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค สินค้าที่ออกแบบเพื่อกลุ่ม

ผู้บริโภครวมใหญ่สามารถขายได้ในทุกๆประเทศ แต่ในบางภูมิภาคของประเทศเราเองกลับขายไม่ได้เลย เพราะความเชื่อทางศาสนาของผู้บริโภคในภูมิภาคนั้น ไม่ยอมรับรูปทรงหรือสีสันทนของบรรจุภัณฑ์ เช่น ขวดแปรงเด็กที่ทำเป็นรูปหมีจะไม่สามารถขายได้ในเขตจังหวัดภาคใต้ที่นับถือศาสนาอิสลาม เป็นต้น

(2) พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค

จุฑาทิพย์ ชนินทร์อาร์ักษ์ (2540 : 57) ได้สรุปผลของการวิจัยเรื่อง “การใช้บรรจุภัณฑ์อาหารในหมู่ข้าราชการสตรีสังกัดกระทรวงสาธารณสุข ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่” เกี่ยวกับสิ่งกระตุ้นทางการตลาดในการซื้อผลิตภัณฑ์อาหาร พบว่าหี้อผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลในการตัดสินใจมากที่สุด

อย่างไรก็ตาม จากข้อมูลการศึกษาพบว่ามีผู้ดูแลหีบห่อบรรจุภัณฑ์ ประกอบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์จำนวนมากใกล้เคียงกับการดูหี้อผลิตภัณฑ์ แสดงว่าลักษณะบรรจุภัณฑ์ก็เป็นปัจจัยที่สำคัญมากตัวหนึ่งในระดับต้นๆ ที่นำมาใช้ตัดสินใจในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เช่นเดียวกัน

สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุทธิพันธ์ บงสุนันท์ (2537 : 123-126) เรื่อง “การวิเคราะห์การผลิตและการตลาดผลไม้แปรรูปของไทย” เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารผลไม้แปรรูปที่เป็นกลุ่มคนในเมืองว่า กลุ่มที่บริโภคผลไม้แปรรูปมากที่สุดคือ กลุ่มเพศหญิง ที่ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท ลำดับรองลงมาคือกลุ่มนิสิต นักศึกษา ข้าราชการ และอาชีพอื่นๆ โดยจากผลสรุปของการวิจัยในด้านของพฤติกรรมการซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นสตรีนั้น พบว่าปัจจัยที่กลุ่มเป้าหมายใช้ในการพิจารณาตัดสินใจซื้อผลไม้แปรรูปมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านคุณภาพของสินค้านำรองลงมาคือ ราคาตราสินค้า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ และการโฆษณา ตามลำดับ ซึ่งผลสรุปจากการวิจัยนี้บ่งชี้ว่าพฤติกรรมผู้บริโภคดังกล่าวไม่มีผลต่อผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปทางการเกษตรจากชุมชน เนื่องจากปัจจุบันคุณภาพและราคาของสินค้าอาหารแปรรูปทางการเกษตรจากชุมชน มีความใกล้เคียงกับสินค้าจากผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม อยู่แล้ว

ปัจจุบันเกี่ยวกับตราสินค้าและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ จึงน่าจะเป็นตัวแปรหลักในการแข่งขัน ซึ่งจากการศึกษาลักษณะทางจิตวิทยาของผู้บริโภคพบว่า การเน้นย้ำตราสินค้า เป็นสิ่งจำเป็นอย่างมากที่จะทำให้สินค้าเป็นที่ยอมรับจากผู้บริโภค ส่วนการพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ก็ควรจะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางการตลาด และแสดงภาพลักษณ์เฉพาะตัวของพื้นถิ่นชนบทไทยนั่นเอง

2.3.5.3 ตลาดจำหน่ายสินค้า

(1) ตลาดจำหน่ายสินค้าในปัจจุบัน

ตลาดที่จำหน่ายสินค้าอาหารเกษตรแปรรูปจากชุมชนในปัจจุบันยังคงค่อนข้างแคบ และไม่เพียงพอต่อปริมาณผลผลิตที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี โดยกลุ่มชุมชนต่างๆมักประสบปัญหาไม่สามารถ

กระจายสินค้าออกไปไกลจากท้องถิ่นของตนเองได้มาก เนื่องจากขาดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและบรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถเก็บรักษาอาหารได้เป็นเวลานาน

ตลาดที่จัดจำหน่ายอาหารเกษตรแปรรูปจากชุมชนแบบค้าปลีกในปัจจุบัน ส่วนใหญ่เป็นตลาดภายในท้องถิ่นในเขตหมู่บ้าน ตำบล อำเภอ และจังหวัดใกล้เคียง ซึ่งแต่ละแห่งจะมีกลุ่มผู้บริโภคแตกต่างกันไปดังต่อไปนี้ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538 : 367-369)

1. ร้านจำหน่ายของที่ระลึกตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ปัจจุบันร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าประเภทของที่ระลึกตามแหล่งท่องเที่ยวสำคัญต่างๆ ถือเป็นตลาดหลักของอาหารเกษตรแปรรูป เนื่องจากมีการสั่งซื้อสินค้าจำนวนมากและสม่ำเสมอตลอดปี โดยจะมีปริมาณการซื้อเพิ่มขึ้นเป็นพิเศษในช่วงเทศกาลวันหยุดพักผ่อนต่างๆ กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่คือกลุ่มนักท่องเที่ยวที่แวะเวียนกันมาไม่ใช่ลูกค้าประจำ และส่วนใหญ่ซื้อสินค้ากลับไปเพื่อเป็นของฝาก

2. ร้านสหกรณ์และร้านค้าขนาดเล็กในท้องถิ่น ตลาดขนาดเล็กภายในท้องถิ่นถือเป็นตลาดสำคัญที่ช่วยระบายสินค้าของกลุ่มชุมชนได้ เป็นตลาดที่กลุ่มชุมชนสามารถนำสินค้าไปวางจำหน่ายได้ง่ายและรวดเร็วที่สุด ได้แก่ ร้านสหกรณ์ประจำอำเภอ ร้านขายของชำ และรถเร่ขายของ รวมไปถึงการที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรกรนำสินค้าออกวางขายด้วยตนเองภายในท้องถิ่น โดยกลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นกลุ่มคนในท้องถิ่นซึ่งเป็นชาวชนบทซึ่งกำลังซื้อต่ำ เลือกซื้อสินค้าเฉพาะที่จำเป็นแก่การครองชีพ ราคาถูก และคุณภาพปานกลางเท่านั้น ส่งผลให้ต้องจำหน่ายสินค้าในราคาถูก และได้ผลตอบแทนต่ำกว่าที่ควรจะเป็น

3. ศูนย์แสดงสินค้าประจำจังหวัด ปัจจุบันกรมส่งเสริมการเกษตรได้ส่งเสริมให้มีศูนย์สำหรับจัดแสดงและจำหน่ายสินค้าจากกลุ่มเกษตรกรต่างๆ ในท้องถิ่นขึ้น โดยให้มีประจำทุกจังหวัดแบบถาวร เพื่อประชาสัมพันธ์และขยายตลาดสินค้าให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น

ศูนย์แสดงสินค้าประจำจังหวัดส่วนมากมักตั้งอยู่ที่ศาลากลางจังหวัด ภายในมีการวางสินค้าจำแนกหมวดหมู่อย่างเป็นระเบียบ และจำหน่ายสินค้าในราคาถูก แต่พบว่าการนำสินค้าจากชุมชนมาจำหน่ายในศูนย์แสดงสินค้าต่างๆ เหล่านี้ยังไม่ประสบความสำเร็จมากนัก เนื่องจากมีผู้สนใจเข้าไปเยี่ยมชมจำนวนน้อยมาก กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่ของตลาดประเภทนี้คือ กลุ่มข้าราชการ คนในท้องถิ่น และกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างถิ่นจำนวนหนึ่ง

4. งานแสดงสินค้าของหน่วยงานราชการต่างๆ การจัดงานแสดงและจำหน่ายสินค้าจากกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรของหน่วยงานราชการต่างๆ ถือเป็นอีกความสนับสนุนหนึ่งที่รัฐบาลพยายามผลักดันให้สินค้าเหล่านี้เป็นที่รู้จักแพร่หลายในกลุ่มคนทั่วไปมากขึ้น โดยการจัดงานดังกล่าวเป็นแบบชั่วคราวและกระจายไปยังจังหวัดต่างๆ ทั่วประเทศเช่น งานเกษตรแฟร์ งานกาชาดจังหวัด ฯลฯ

การจัดจำหน่ายอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มชุมชนในตลาดประเภทนี้ค่อนข้างจะได้รับความสนใจจากผู้บริโภคที่เป็นประชาชนทั่วไปมากกว่าตลาดประเภทอื่นๆ แต่เนื่องจากการจัดงานแบบชั่วคราว จึงไม่สามารถสร้างความต้องการที่ต่อเนื่องจากผู้บริโภคให้เป็นลูกค้าระยะยาวได้

จากการศึกษาสถานที่จัดจำหน่ายอาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มชุมชนในปัจจุบันพบว่ามีการกระจายสินค้าอยู่ในวงแคบและมีกลุ่มผู้บริโภคไม่แน่นอน ทั้งยังกำลังซื้อต่ำ ส่งผลให้ไม่ได้รับผลกำไรอย่างที่ควรจะเป็น เมื่อเปรียบเทียบกับตลาดของผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันจากผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมซึ่งสามารถหาซื้อได้ง่ายในร้านค้าทั้งขนาดเล็ก กลาง และใหญ่ที่ตั้งอยู่ในเมืองใหญ่ ซึ่งมีกลุ่มผู้บริโภคที่มาซื้อสินค้าเป็นประจำ และมีกำลังซื้อสูงกว่า

ปัจจุบันกลุ่มชุมชนต่างๆ ประสบปัญหาไม่สามารถขยายตลาดไปยังกลุ่มร้านค้าและกลุ่มผู้บริโภคในเมืองใหญ่ หนทางแก้ไขทำได้โดยการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าเชื่อถือ สามารถแข่งขันกับสินค้าจากกลุ่มผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรมได้ซึ่งจะช่วยสร้างโอกาสในการขยายตลาดไปสู่เมืองใหญ่ที่จะให้ผลกำไรที่มากกว่า

(2) ตลาดจำหน่ายสินค้าในอนาคต

ตลาดหรือสถานที่จัดจำหน่ายสินค้าผลผลิตทางการเกษตรได้เปลี่ยนแปลงไปตามกลุ่มเป้าหมายใหม่ซึ่งเป็นสตรีในเมือง ดังนั้นรูปแบบตลาดใหม่จึงเป็นกลุ่มร้านค้าปลีกในเมือง จากการศึกษารวบรวมประเภทร้านค้าปลีกในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลที่จัดจำหน่ายสินค้าอาหารเกษตรแปรรูป พบว่ามีร้านค้าปลีกที่จำหน่ายสินค้าเหล่านี้อยู่ 4 ประเภทด้วยกัน คือ

1. ซูเปอร์มาร์เก็ต (Supermarket) เป็นร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ที่จะจำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวัน โดยให้ความสำคัญกับความสดใหม่และความหลากหลายของสินค้า เน้นการขายแบบบริการตนเองสินค้าส่วนใหญ่ที่จัดจำหน่ายได้แก่สินค้าประเภทอาหาร

2. ซูเปอร์สโตร์ (Super Store) เป็นรูปแบบของร้านค้าปลีกที่พัฒนามาจากซูเปอร์มาร์เก็ตเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการซื้อสินค้าได้ครบทุกประเภทภายในร้านค้าแห่งเดียว ดังนั้นซูเปอร์สโตร์จึงประกอบด้วยซูเปอร์มาร์เก็ตส่วนหนึ่ง และอีก 20-25% จะขายสินค้าในครัวเรือน เครื่องใช้ไฟฟ้า และเสื้อผ้า ซึ่งโดยมากมักจำหน่ายสินค้าในราคาถูกลงกว่าซูเปอร์มาร์เก็ต จึงตอบสนองต่อกลุ่มชนชั้นกลางได้มากกว่า

3. ร้านสะดวกซื้อ (Convenient Store) เป็นร้านค้าที่จำหน่ายสินค้าอุปโภคบริโภคที่จำเป็นต่อชีวิตประจำวันรวมทั้งเครื่องดื่มและอาหารแบบจานด่วน โดยเน้นการอำนวยความสะดวกนับตั้งแต่ทำเลที่ตั้ง เวลาในการให้บริการ และสินค้าที่ให้บริการ ลูกค้าส่วนใหญ่เป็นลูกค้าประจำที่มีพักอาศัยหรือที่ทำงานไม่ไกลไปจากร้าน แต่สินค้าที่จำหน่ายไม่หลากหลายเหมือนซูเปอร์มาร์เก็ต พฤติกรรมการซื้อจะเป็นในลักษณะเพราะขาดเหลือหรือถึงยามจำเป็น ร้านค้าแบบนี้แตกต่างจากมินิ

มาร์ทหรือร้านชำทั่วไป คือมีสินค้าที่หลากหลายครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายได้หลายกลุ่มมากกว่า ตัวอย่างเช่น ร้านไทเกอร์มาร์ท ร้านเลมอนกรีน ร้านเซเว่นอีเลเว่น และร้านเอเอ็ม-พีเอ็ม เป็นต้น

4. มินิมาร์ท (Minimart) หรือซูเปอร์มาร์เก็ตขนาดเล็ก เป็นการค้าส่วนของซูเปอร์มาร์เก็ต ทั้งด้านพื้นที่ชนิด และปริมาณของสินค้า เช่น ร้านวิลล่าซูเปอร์มาร์เก็ต เป็นต้น

2.3.6 บรรลุภัณฑ์กับการรักษาสิ่งแวดล้อม

เป็นการศึกษาเพื่อชี้ให้เห็นถึงวิธีการหรือหนทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม หรืออยู่ในลักษณะที่เป็นอันตรายต่อสภาพแวดล้อมที่น้อยกว่าสภาพปัจจุบันที่เป็นอยู่ อีกทั้งเป็นการศึกษาข้อมูลเพื่อสนับสนุนการเลือกวัสดุ และการออกแบบในการทำบรรจุภัณฑ์ได้สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม

ช่วยในการตลาดยุคปัจจุบันนอกจากจะต้องคำนึงถึงหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ในด้านเทคนิคและการตลาดแล้ว ยังต้องคำนึงถึงการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ทำให้เกิดการเลือกวัสดุที่จะมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์อย่างพิถีพิถันมากขึ้น เมื่อบรรจุภัณฑ์ถูกมองว่าเป็นตัวการในการก่อให้เกิดปัญหาขยะ จึงมีการนำกระบวนการจัดการขยะ 3R ไปปฏิบัติ ดังนี้

1. การลดการใช้บรรจุภัณฑ์ (Reduce) หมายถึง การลดปริมาณวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ หลีกเลี่ยงการใช้บรรจุภัณฑ์เกินพอดี คือการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงพอดีสินค้า หลีกเลี่ยงการใช้สารในบรรจุภัณฑ์ที่ทำลายสิ่งแวดล้อม เช่น หลีกเลี่ยงการใช้สาร CFCs
2. การนำกลับมาใช้ซ้ำ (Reuse) โดยส่วนใหญ่จะนำกลไกการมัดจามาใช้เพื่อกระตุ้นให้มีการนำกลับมาใช้ใหม่ หรือนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้
3. การแปลงใช้ใหม่ (Recycle) หมายถึง การนำวัสดุหรือพลังงานจากวัสดุที่ใช้แล้ว กลับเข้าสู่กระบวนการผลิตเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ การนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วกลับเข้าสู่กระบวนการผลิตทำบรรจุภัณฑ์ใหม่

2.4 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นฤมล ทองเจริญชัยกิจ (2543) [Online] ได้ทำการวิจัยเรื่อง “กลยุทธ์การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดของขนมขบเคี้ยว” โดยใช้บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดของขนมขบเคี้ยว เพื่อศึกษากลยุทธ์และวิธีการดำเนินการของผู้ประกอบการในการนำบรรจุภัณฑ์ มาใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดของสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว

การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด พบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้า ที่สำคัญคือสถานที่ประกอบการหรือที่พักอาศัยและงานนิทรรศการ การประชุม สัมมนาต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 90.91 โดยมีประธานและสมาชิกกลุ่มเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดจำหน่ายให้กับ ลูกค้าซึ่งเป็นทุกคนในท้องถิ่น และนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าต่างถิ่น พบว่าปัจจัย 3 ประการที่เป็นตัวกำหนดกลยุทธ์การใช้

บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาด คือ 1. กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร 2. ช่องทางการจัดจำหน่าย 3. ลักษณะของกลุ่มลูกค้า ซึ่งมีการนำเอา กลยุทธ์ต่างๆ ดังต่อไปนี้มาใช้ในการสื่อสารการตลาดกับกลุ่มผู้บริโภค

- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ เพื่อสร้างความดึงดูดใจ ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า ด้วยการใช้สีสันทันต่างๆ ทั้งสีของบรรจุภัณฑ์ สีของฉลากและการใช้ภาพ ประกอบต่างๆ ซึ่งมีบทบาทอย่างมากต่อการสื่อสารเรื่องความรู้สึกและทัศนคติต่อกลุ่ม เป้าหมาย

- การใช้ชื่อ/สัญลักษณ์ของหน่วยงานราชการมาอ้างอิงเพื่อสร้างความเชื่อมั่น ให้กับผู้บริโภค ซึ่งพบว่าร้อยละ 9.09 เป็นการอ้างอิงชื่อเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 13.64 เป็นการใช้นิยมนามเพียงอย่างเดียว และร้อยละ 45.45 เป็นการอ้างอิงทั้งชื่อและสัญลักษณ์

- การให้ข้อมูลและรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับตัวสินค้าให้กับผู้บริโภคได้รับทราบ กล่าวคือ ร้อยละ 86.36 ระบุชื่อสินค้า ทุกกลุ่มระบุชื่อผู้ผลิต ร้อยละ 22.73 ระบุวัน เดือนปีที่ผลิต ร้อยละ 9.09 ระบุวันหมดอายุ ร้อยละ 9.09 ระบุส่วนประกอบ ร้อยละ 40.91 ระบุน้ำหนักสินค้า ร้อยละ 36.36 ระบุราคา ร้อยละ 9.09 ระบุข้อความภาษาต่างประเทศ

- การใช้สโลแกนหรือคำโฆษณาสินค้าซึ่งมุ่งเน้นไปที่การแสดงสรรพคุณของสินค้าประเภทสินค้าบริโภค คือเน้นที่ความอร่อย สะอาด ถูกหลักอนามัย ซึ่งพบถึงร้อยละ 63.64

- การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อบอกแหล่งที่มาของสินค้าโดยระบุลักษณะเด่นในท้องถิ่น ซึ่งพบร้อยละ 22.73 และการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นของขวัญของฝาก ซึ่งพบ ร้อยละ 27.27 แต่อย่างไรก็ตามพบว่า การสร้างตราสินค้าเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า สร้างความจดจำให้กับผู้บริโภคและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรยังมีอยู่ น้อยมากคือมีเพียงร้อยละ 9.09 เท่านั้น นอกจากนี้ยังพบว่าไม่มีบรรจุภัณฑ์ใดเลยที่ระบุคำ แนะนำในการรับประทาน วิธีการผลิตเครื่องหมาย ออ. สัญลักษณ์รหัสแท่งหรือบาร์โค้ด และข้อควรระวัง ซึ่งเป็นเรื่องที่สมควรแก่การ ได้รับการปรับปรุงพัฒนาเพื่อให้สินค้าของกลุ่ม แม่บ้านเกษตรกรสามารถขยายเข้าสู่ระบบการค้าสมัยใหม่ได้ (Modern Trade)

อรอนงค์ โฆษิตพิพัฒน์ (2541) [Online] ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกในการสร้างงานโฆษณาสิ่งพิมพ์” การนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้ในการสร้างสรรค์งานด้านโฆษณา เพื่อให้งานนั้น สนองต่อจินตนาการการสร้างสรรค์งานที่แปลกใหม่ โดยเฉพาะการนำเทคนิคของคอมพิวเตอร์ กราฟิกมาประยุกต์ใช้ในส่วนของรูปภาพ ซึ่งช่วยทำให้ภาพมีมิติ มีสีสัน มีชีวิตชีวา รวมทั้งยัง การลดต้นทุนการผลิต ลดขั้นตอนการผลิต แล้วยังสามารถสร้างความจดจำให้แก่ผู้บริโภคได้ ซึ่งภาพเป็นเครื่องมือสื่อสารได้รวดเร็วกว่าคำพูดหรือภาษาด้วย และภาพนั้นยัง

สามารถที่จะ วาดภาพจินตนาการของผู้รับสารได้ รวมทั้งการใช้ภาพประกอบจะช่วยให้ผู้อ่านจดจำ
คุณลักษณะ ของสินค้าที่โฆษณาได้ดียิ่งขึ้น เพื่อจะสามารถโน้มน้าวใจของผู้รับสาร

ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นที่น่าสนใจว่าการนำคอมพิวเตอร์กราฟิกมาสร้างงานสื่อสิ่งพิมพ์ต่างๆ ใน
ลักษณะการสร้างสรรค์งาน ซึ่งข้อมูลที่ได้สามารถนำมาสรุปผลการวิเคราะห์ได้ดังนี้ คือ

1. การใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกในการสร้างงาน โฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ ประกอบด้วย

1.1 การ Input-ภาพ แบ่งเป็นการสร้างภาพ มีการใช้การเขียนภาพ โดยใช้ Mouse ด้วย
โปรแกรม Illustrator, การใช้กล้องถ่ายโดยใช้กล้องถ่ายภาพที่ใช้ฟิล์ม, การสแกนโดยเครื่องครัม
สแกน, การตกแต่งภาพ ด้วยโปรแกรม Photoshop, และการใช้ภาพจาก CD-ROM มากที่สุด ใน
กระบวนการสร้างภาพที่ ให้ประสิทธิภาพและใช้งานได้ดีต่อการสร้างงาน ซึ่งเป็นที่นิยมในหมู่นัก
คอมพิวเตอร์กราฟิก ดีไซน์เนอร์การแสดงผลในการจัดการประกอบหน้า ด้วยโปรแกรม Page
Maker มากที่สุด เนื่องจากเป็น โปรแกรมที่จัดอยู่ในประเภทการประกอบหน้าทางด้านงานสิ่งพิมพ์
และเป็นที่ นิยมใช้ในการจัดหน้าสิ่งพิมพ์ เป็นโปรแกรมที่รวมทั้งภาพประกอบ และข้อความให้อยู่
ในหน้า ที่ต้องการ

1.2 การ Output-ภาพ มีการ Output ออกมาเป็นทั้ง Film และ Film ซึ่งเป็น กระบวนการใน
การตรวจสอบความถูกต้องก่อนจะส่งเป็นงานพิมพ์จริง เพื่อให้งานออกมาเป็นงาน พิมพ์ที่มี
มาตรฐาน

2. ลักษณะการสร้างสรรค์งาน โฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์ แบ่งเป็น

2.1 ด้านการจัดวางรูปแบบโฆษณา มีการใช้การจัดวางรูปแบบโปสเตอร์มากที่สุด

2.2 ด้านการสร้างความหมายด้วยภาพ มีการใช้การสร้างความหมายด้วยภาพที่ต้องการ
โฆษณาภาพของสินค้า โดยการใชรูปร่างประกอบอื่นรวมอยู่ด้วยมากที่สุดเนื่องจากการจัดวางรูปแบบ
โปสเตอร์ และการสร้างความหมายด้วยภาพที่ต้องการโฆษณา ภาพของสินค้าโดยการใชรูปร่าง
ประกอบอื่นรวมอยู่ด้วย เป็นลักษณะการแสดงผลออกที่ต้องการความเด่นชัด ดึงดูดความสนใจ และ
ความชัดเจนของตัวสินค้าเป็นหลัก ซึ่งถือได้เป็นลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้

3.บทบาทของคอมพิวเตอร์กราฟิกดีไซน์เนอร์มีส่วนในการตัดสินใจในการออกแบบชิ้นงาน
โฆษณา ทั้งนี้ยังขึ้นอยู่กับกระบวนการสร้างงานของฝ่ายสร้างสรรค์

4.แนวโน้มของการใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกมีมากขึ้น ทั้งนี้เนื่องจากการเจริญก้าวหน้า ของเทคโนโลยี
สมัยใหม่ จึงเกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อเป็นการตอบสนองต่อจินตนาการในการสร้าง สรรค์โฆษณา
ให้มีประสิทธิภาพดียิ่งขึ้น

ทรงเกียรติ สังคมณี (2538) [Online] ได้ทำการวิจัยเรื่อง “พฤติกรรมกรซื้อผลิตภัณฑ์ตรา
คอกา ของโครงการหลวงในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่” ได้ผลการศึกษาดังต่อไปนี้ พฤติกรรม

การซื้อของผู้ซื้อสินค้าตราดอยคำของโครงการหลวง ในด้านการตอบสนองของผู้ซื้อสินค้า พบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่นิยมซื้อผักสด ความถี่ในการซื้อ และวันที่ไปซื้อ สินค้าไม่แน่นอน แล้วแต่ความสะดวก จำนวนเงินที่ซื้อต่อ ครั้งมากกว่า 100 บาท โดยนิยมไปซื้อที่ร้านค้าของโครงการหลวงโดยตรง

ในด้านสิ่งกระตุ้นทางการตลาดที่สำคัญต่อการซื้อสินค้าพบว่า ในด้านผลิตภัณฑ์ ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ สะอาด ปราศจากสารพิษ ด้านราคา ควรมีราคาปานกลางเมื่อเทียบกับคุณภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย โครงการหลวงควรมีร้านค้าของตนเองโดยตรงเพิ่มขึ้น และในด้านการส่งเสริมการตลาด ควรจะเน้นที่การจัดงานดอยคำโครงการหลวงเป็นประจำ ทุกปีอย่างต่อเนื่อง สำหรับในด้านกระบวนการตัดสินใจซื้อ นั้น พบว่า ผู้ซื้อสินค้าเพื่อใช้ส่วนตัวและครอบครัว ได้รับข้อมูลของสินค้าจากร้านจำหน่ายในซูเปอร์มาร์เกต และห้างสรรพสินค้า ผู้มีส่วนร่วมในการไปซื้อสินค้าคือ ญาติ พี่น้อง และคู่สมรส

เหตุผลสำคัญที่ซื้อสินค้าเพราะ ว่าคุณภาพดี มีความพอใจจากการซื้อ และจะซื้ออีก ทักษะคติของผู้ซื้อต่อสินค้าตราดอยคำของโครงการหลวงพบว่า ผู้ซื้อส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าสินค้าตราดอยคำมีความปลอดภัยต่อการบริโภค และการนำไปใช้ และพบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่ไม่เห็นว่าเป็นสินค้าตราดอยคำมีราคาแพงเกินไปต่อการซื้อมาบริโภค

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยโดยแบ่งเป็น 3 ขั้นตอนคือ

ตอนที่ 1 ขั้นตอนการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 2 ขั้นตอนการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง

ตอนที่ 3 ขั้นตอนการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นใหม่

3.1 ตอนที่ 1 ขั้นตอนการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์

การศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นที่ 1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง

ขั้นที่ 2 ศึกษาความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง

3.1.1 ขั้นที่ 1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง

การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง โดยแบ่งเป็น

- 3.1.1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล
- 3.1.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.1.1.3 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.1.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1.1.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง คือ เจ้าหน้าที่ภายใน โครงการผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง จำนวน 5 คน

3.1.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

(1) ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาเกี่ยวกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ได้แก่ กล้องถ่ายภาพและแบบสัมภาษณ์การศึกษา ลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิดเกี่ยวกับขั้นตอนในการผลิต การบรรจุหีบห่อ การจัดจำหน่าย ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ และคุณสมบัติต่างๆของผลิตภัณฑ์

(2) การสร้างและหาคุณภาพของแบบสัมภาษณ์

แบบสัมภาษณ์เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง มีขั้นตอนการสร้าง ดังนี้

- ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

- ศึกษารูปแบบการสัมภาษณ์

- สร้างแบบสัมภาษณ์

- นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จแล้วเสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และ

อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วมเพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข

- นำแบบสัมภาษณ์ที่ผ่านการตรวจสอบความตรงเพื่อปรับปรุงแก้ไขแล้วนำมา

เสนอผู้ทรงคุณวุฒิ เพื่อปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม และนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลต่อไป ดังมีรายนามผู้ทรงคุณวุฒิ ดังต่อไปนี้

- | | |
|--------------------------|---|
| 1. ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์ | ประธานหลักสูตร ค.อ.ม.
สาขาวิชาหลักสูตรและการสอนอาชีวศึกษา
ภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 2. ผศ. ดร.นิรัช สุกสังข์ | อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม
ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |

3. อาจารย์สุชล ไบสมุท อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบ
 คณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยรังสิต

3.1.1.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

มีขั้นตอนการดำเนินการตามกระบวนการดังนี้

(1) ขอนหนังสือจากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขอความร่วมมือสำนักงานมูลนิธิโครงการหลวงเพื่ออนุญาตเก็บข้อมูลจากเจ้าหน้าที่ภายในโครงการผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง เกี่ยวกับการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง

(2) ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภายใน โครงการผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ด้วยตนเอง

(3) ผู้วิจัยทำการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ภายในมูลนิธิโครงการหลวง เพื่อนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.1.1.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากที่ได้จากแบบสัมภาษณ์มาทำการสังเคราะห์สรุปตามประเด็นต่างๆ โดยผู้วิจัยเป็นผู้พิจารณาและเลือกนำข้อมูลต่างๆจากการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์ นำมาสรุปเป็นแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง

3.1.2 ศึกษาความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง

การศึกษาความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง โดยแบ่งเป็น

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูล
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1.2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง คือ

ผู้สนใจผลิตภัณฑ์ ที่เข้าเยี่ยมชมและซื้อสินค้าของมูลนิธิโครงการหลวง จำนวน 120 คน (เดือนธันวาคม พ.ศ. 2547)

3.1.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

(1) ลักษณะของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง เป็นคำถามแบบตรวจสอบ (Check List)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามแบบปลายเปิด

(2) การสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ

ในการดำเนินการสร้างแบบสอบถามเกี่ยวกับการศึกษาความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอนในการสร้างและหาคุณภาพของเครื่องมือ เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษารูปแบบการสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถาม
4. โดยนำแบบสอบถามฉบับร่าง เสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ และอาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข
5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแก้ไขปรับปรุง เสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการวิเคราะห์หาดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามแต่ละข้อตรงกับวัตถุประสงค์และนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัยหรือไม่ แบบ IOC (Index of Item Objective Congruence) เพื่อปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม และนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลต่อไป

นำวัตถุประสงค์การวิจัยและแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์ ประธานหลักสูตร ค.อ.ม.
สาขาวิชาหลักสูตรและการสอนอาชีวศึกษา
ภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. ผศ. ดร.นิรัช สุกสังข์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม
ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
3. อาจารย์สุชล ไบสมุทร อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบ
คณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยรังสิต

เพื่อพิจารณาหาความเห็นว่าเป็นแบบสอบถามแต่ละข้อตรงกับวัตถุประสงค์และนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัยที่ต้องการวัดหรือไม่

3.1.2.3 วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเพื่อสอบถามของความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยนำแบบสอบถามเพื่อสอบถามผู้สนใจผลิตภัณฑ์ภายในศูนย์จำหน่ายสินค้ามูลนิธิโครงการหลวง ณ ศาลาโครงการหลวง พร้อมทำการอธิบายถึงวัตถุประสงค์ ตลอดจนวิธีการตอบแบบสอบถาม เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องก่อนลงมือตอบ และทำการเก็บรวบรวมพร้อมตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากผู้สนใจผลิตภัณฑ์ด้วยตนเอง

3.1.2.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง เพื่อนำมาใช้เป็นข้อมูลในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง โดยแบ่งได้ดังนี้

1. ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง โดยนำผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูล มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล โดยการหาค่าความถี่ และร้อยละ

2. ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะอื่นๆ โดยผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ พิจารณาและคัดเลือก ข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ เพื่อนำมาใช้ประกอบการดำเนินการวิจัยและพัฒนารูปแบบ บรรจุกิจกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง

นำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ผลหาแนวทางความต้องการเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบ และทำการสร้างภาพต้นแบบในขั้นตอนการพัฒนาแบบบรรจุกิจกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง

3.2 ตอนที่ 2 ขั้นตอนการพัฒนาแบบบรรจุกิจกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง

โดยวิธีการดำเนินการวิจัยในขั้นตอนต่างๆ ต่อไปนี้

- 3.2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล
- 3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.2.3 ขั้นตอนการออกแบบ
- 3.2.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการพัฒนาแบบบรรจุกิจกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง คือ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง จำนวน 7 ท่าน ดังต่อไปนี้

1. รศ. ดร.หม่อมหลวงจารุพันธุ์ ทองแถม ผู้อำนวยการ โครงการผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง
2. คุณวันชัย สงประชา เจ้าหน้าที่ฝ่ายออกแบบผลิตภัณฑ์ โครงการผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง
3. คุณเพ็ญศรี เชิญชมชื่น เจ้าหน้าที่ฝ่ายการตลาด โครงการผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง
4. คุณบุษกร ประดิษฐานิยกุล เจ้าหน้าที่ให้คำปรึกษาทางด้านออกแบบบรรจุกิจกรรม ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย

- | | |
|----------------------------|--|
| 5. ผศ. ศิริพรรณ ปิเตอร์ | อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 6. อาจารย์สีห์ภูมิ ศรีโสภา | อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์
คณะมัณฑนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร |
| 7. อาจารย์ขาม จาตุรงค์กุล | อาจารย์ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์
คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น |

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.2.2.1 แบบสอบถาม โดยเป็นแบบสอบถามประกอบหุ่นจำลอง (Model Study) เกี่ยวกับความคิดเห็นที่มีต่อรูปแบบแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภทหูหิ้ว และ ประเภทช่อปู้เก๋ในภาชนะ โดยทำการสอบถามความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ทั้ง 2 ประเภท ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับ ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภทหูหิ้ว และ ประเภทช่อปู้เก๋ในภาชนะ ในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์ แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 2 แบบสอบถาม ภาพรวมของผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภทหูหิ้ว และ ประเภทช่อปู้เก๋ในภาชนะ ทั้ง 3 แนวทาง และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

3.2.2.2 การสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. ศึกษารูปแบบการสร้างแบบสอบถาม
 3. สร้างแบบสอบถาม
 4. โดยนำแบบสอบถามฉบับร่าง เสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์, ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข
 5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแก้ไขปรับปรุง เสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการวิเคราะห์หาดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถามแต่ละข้อตรงกับวัตถุประสงค์และนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัยหรือไม่ แบบ IOC (Index of Item Objective Congruence) เพื่อปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม และนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลต่อไป
- รายนามผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1. ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์ ประธานหลักสูตร ค.อ.ม.
สาขาวิชาหลักสูตรและการสอนอาชีวศึกษา
ภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
2. ผศ. ดร.นิรัช สุกสังข์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม
ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
3. อาจารย์สุชล ไบสมุทร อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบ
คณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยรังสิต

เพื่อพิจารณาหาความเห็นว่าแบบสอบถามแต่ละข้อตรงกับวัตถุประสงค์และนิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัยที่ต้องการวัดหรือไม่

3.2.3 ขั้นตอนการออกแบบ

ในส่วนของการดำเนินการของขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง ดังนี้

นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลการศึกษาความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ประเภทหูหิ้ว และ ประเภทช่อปู่เก๋ในภาชนะ จากการตอบแบบสอบถาม นำมาสรุปและพัฒนาเป็นแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ออกเป็นประเภทละ 3 รูปแบบ โดยผู้วิจัยนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญทางด้านผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง และบรรจุภัณฑ์ ทำการประเมินรูปแบบแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 รูปแบบ เพื่อสรุปหารูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม้ประดับแห่งที่ดีที่สุดเพียงประเภทละ 1 รูปแบบ นำมาสร้างเป็นต้นแบบเพื่อนำไป สอบถามความพึงพอใจแก่ผู้สนใจผลิตภัณฑ์ต่อไป

นำแบบสอบถามเพื่อประเมินความพึงพอใจ รูปแบบแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภทหูหิ้ว และประเภทข่อยปักในภาชนะ โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง จำนวน 7 ท่าน

3.2.4 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

นำแบบสอบถามประกอบหุ่นจำลอง (Model Study) เพื่อสอบถามความพึงพอใจ โดยพิจารณาจากภาพประกอบหุ่นจำลอง แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ทั้ง 3 แนวทาง เพื่อทำการเก็บข้อมูลและทำแบบประเมิน โดยใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยมีเกณฑ์ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับมาก
- 3 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความพึงพอใจระดับน้อยที่สุด

3.2.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามประกอบหุ่นจำลอง (Model Study) แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง “ค้อยคำ” ทั้ง 3 รูปแบบ จากผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ทั้ง 7 ท่าน วิเคราะห์แบบประเมิน โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean : \bar{X}) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D) ของระดับความพึงพอใจของรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง โดยแบ่งเป็นเกณฑ์การแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

- 4.50-5.00 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด
- 3.50-4.49 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจมาก
- 2.50-3.49 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจปานกลาง
- 1.50-2.49 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อย
- 1.00-1.49 หมายถึง มีระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

3.3 ตอนที่ 3 ขั้นตอนเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุณินิโครงการหลวง ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนา

โดยวิธีการดำเนินการวิจัยในขั้นตอนต่างๆ ดังนี้

- 3.3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล
- 3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3.3 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.3.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล การเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุณินิโครงการหลวง ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนา คือ

ผู้สนใจผลิตภัณฑ์ ที่เข้าเยี่ยมชมและซื้อสินค้าของมุณินิโครงการหลวง จำนวน 120 คน (เดือนมกราคม พ.ศ. 2549)

3.3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.3.2.1 แบบสอบถาม โดยเป็นแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ระหว่าง บรรจุภัณฑ์เดิมเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนา ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับ ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ที่พัฒนาขึ้นใหม่ กับรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม ในคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์

3.3.2.2 การสร้างเครื่องมือ

ในการสร้างเครื่องมือในการวิจัย ผู้วิจัยมีลำดับขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูลดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี เอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ศึกษารูปแบบการสร้างแบบสอบถาม
3. สร้างแบบสอบถาม

4. โดยนำแบบสอบถามฉบับร่าง เสนออาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์, ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ร่วม เพื่อตรวจสอบและปรับปรุงแก้ไข

5. นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแก้ไขปรับปรุง เสนอผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อทำการวิเคราะห์หาคุณภาพของแบบสอบถาม แบบ IOC (Index of Item Congruence) เพื่อปรับปรุงแก้ไขเพิ่มเติม และนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้ให้ข้อมูลต่อไป
รายชื่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านได้แก่

- | | |
|--------------------------|---|
| 1. ดร.ผดุงชัย ภูพัฒน์ | ประธานหลักสูตร ค.อ.ม.
สาขาวิชาหลักสูตรและการสอนอาชีวศึกษา
ภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 2. ผศ. ดร.นิรัช สุตสังข์ | อาจารย์ประจำสาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม
ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง |
| 3. อาจารย์สุชล ใบสมุทร | อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบ
คณะศิลปกรรม มหาวิทยาลัยรังสิต |

เพื่อพิจารณาหาความเห็นว่าเป็นแบบสอบถามแต่ละข้อตรงกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่ต้องการวัดหรือไม่

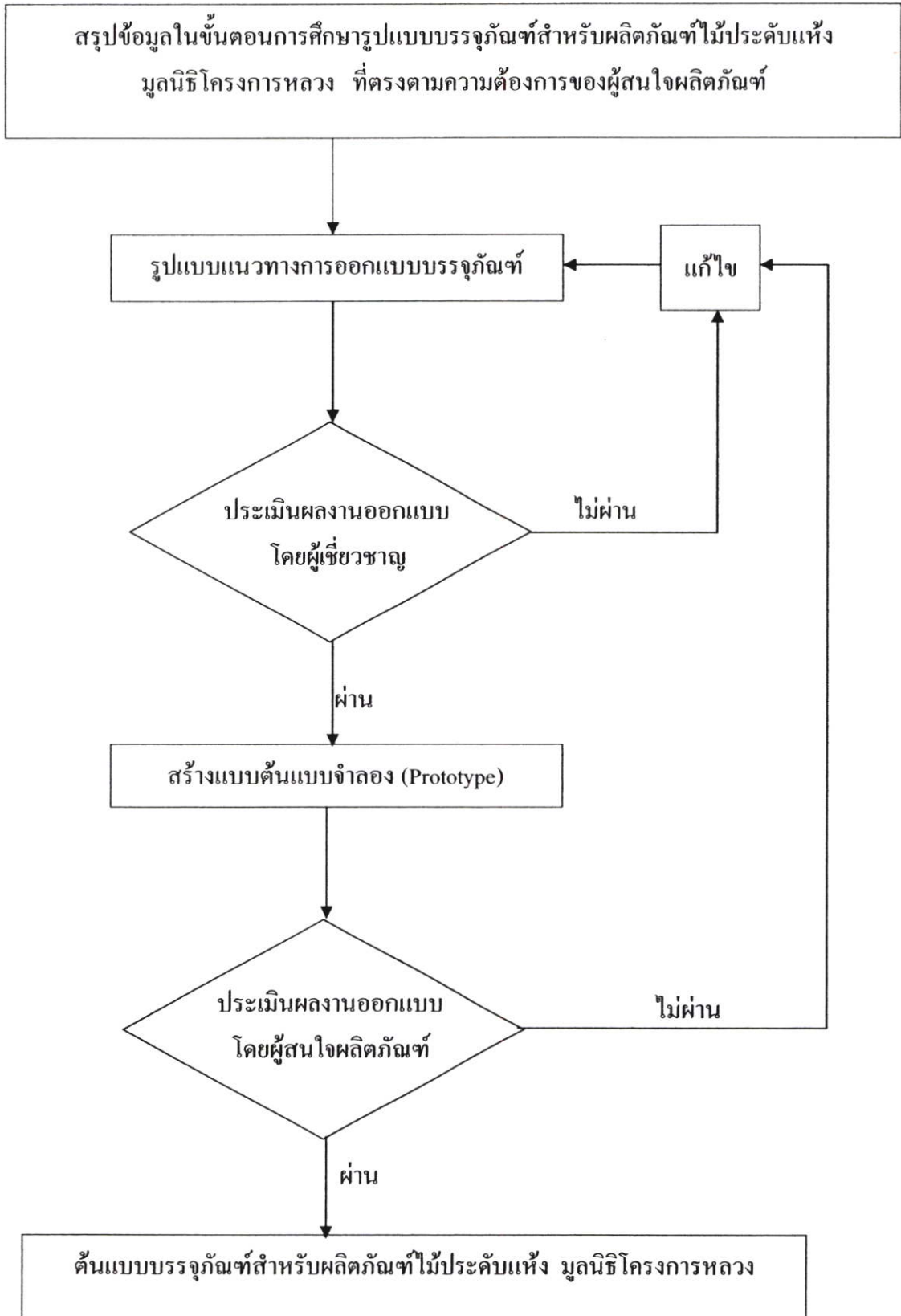
3.3.3 วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

นำแบบสอบถาม ภาพประกอบหุ่นจำลอง เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ระหว่าง ภาพบรรจุภัณฑ์เดิมเปรียบเทียบกับภาพบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้นมาใหม่

- นำแบบสอบถามประกอบภาพจำลอง เพื่อสอบถามความพึงพอใจโดยพิจารณาจากภาพประกอบ ระหว่าง ภาพบรรจุภัณฑ์เดิมเปรียบเทียบกับภาพบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ เพื่อทำการเก็บข้อมูลจากผู้สนใจผลิตภัณฑ์
- ทำการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จากผู้สนใจผลิตภัณฑ์พร้อมตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามเพื่อนำข้อมูลที่ได้นำไปวิเคราะห์ค่าทางสถิติต่อไป

3.3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลจากแบบสอบถามประกอบภาพจำลอง เพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ระหว่างบรรจุภัณฑ์เดิมเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย อธิบายเปรียบเทียบด้วย t-test Dependent Sample และแปลผลโดยการบรรยาย



ภาพที่ 3.1 แผนภูมิแสดงขั้นตอนการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์
ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลินธิโครงการหลวง ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์, พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลินธิโครงการหลวง และเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลินธิโครงการหลวง ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนา

โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผล การวิเคราะห์ข้อมูล ในแต่ละขั้นตอนการศึกษาวิจัยออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่1 ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลินธิโครงการหลวง ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง จากการสัมภาษณ์

2. ศึกษาความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง

- ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้สนใจผลิตภัณฑ์
- ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้สนใจ

ตอนที่2 ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนการพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลินธิโครงการหลวง

1. ผลสรุปแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง
2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง
3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการประเมินผลการออกแบบจากผู้เชี่ยวชาญ
4. สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

ตอนที่3 ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลินธิโครงการหลวง ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัย ได้พัฒนา

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของผู้สนใจผลิตภัณฑ์

4.1 ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับ แห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง จากผลการสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์สำหรับไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง นำมาสรุปเป็นข้อ ๆ ดังนี้

1. จุดแข็ง / ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง

การนำพรรณพืชที่มีคุณภาพจากพันธุ์ไม้เมืองหนาว เฟรินต่างๆ ยังรวมพันธุ์ไม้ป่า และ วัชพืชอีกหลายชนิด ทำให้มีความหลากหลาย และจุดเด่นอีกอย่างคือ เป็นการส่งเสริมการปลูกพันธุ์ ไม้ประดับให้กับเกษตรกร นับว่าเป็นการสร้างอาชีพเสริมและรายได้ให้กับเกษตรกร

2. ขั้นตอนการผลิต และการบรรจุสินค้า

เริ่มจากนำพรรณพืชต่างๆ ที่มีคุณภาพจากสถานีวิจัย และศูนย์ส่งเสริม ของมูลนิธิโครงการ หลวง จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อนำมาอบแห้งสำหรับแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้งต่างๆ กว่า 100 ประเภท โดยมีสถานที่สำหรับผลิต และการบรรจุสินค้า อยู่ที่โครงการไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง อยู่ที่ตึ่มมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

3. แนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง

สำหรับแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ทางมูลนิธิโครงการหลวงส่วนใหญ่ได้ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐานที่มีจำหน่ายตามท้องตลาด เช่น ถุงพลาสติกแก้ว กล่องพลาสติกใสทรงกระบอก โดยมีการพิมพ์เป็นสติ๊กเกอร์สำหรับติดทับบนกล่อง เพื่อบ่งบอก ประเภทของสินค้านั้นๆ

4. การกระจายสินค้า/สถานที่การจัดจำหน่าย

ปัจจุบันมูลนิธิโครงการหลวง ได้มีสถานที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้งให้แก่ผู้สนใจ อย่างแพร่หลาย โดยมีจำหน่ายภายในร้าน ศาลาโครงการหลวง “คอยคำ” และร้านโครงการหลวง ที่มีมากกว่า 20 ร้านค้าภายในกรุงเทพมหานคร

5. การจัดวางสินค้า ณ จุดขาย

การจัดวางผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มีการจัดวางเรียงบนชั้นจำหน่าย โดยแบ่งตามประเภท ของสินค้า แต่ส่วนใหญ่จะบรรจุในกล่องพลาสติกใสทรงกระบอก ส่วนประเภทหูหงาจะจัดวาง ภายในตะกร้าเพื่อความเป็นระเบียบเนื่องจากไม่สามารถตั้งบนชั้นวางได้

4.1.2 ศึกษาความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุฉินิโครงการหลวง

ตารางที่ 4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้สนใจผลิตภัณฑ์

รายการ		ความถี่	ร้อยละ
เพศ	ชาย	43	36
	หญิง	77	64
รวม		120	100
อายุ	น้อยกว่า 25 ปี	16	13
	25 – 34 ปี	34	28
	35 – 44 ปี	50	42
	45 – 54 ปี	13	11
	มากกว่า 55 ปี	7	6
รวม		120	100
อาชีพ	นักเรียน / นักศึกษา	11	9
	รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ	37	31
	ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท	23	19
	ธุรกิจส่วนตัว	49	41
รวม		120	100
รายได้	ต่ำกว่า 10,000 บาท	18	15
	10,000 – 20,000 บาท	64	53
	20,001 – 30,000 บาท	31	26
	มากกว่า 30,001 บาท	7	6
รวม		120	100
ระดับการศึกษา	ม. 6 หรือ ต่ำกว่า	32	27
	อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า	19	16
	ปริญญาตรี	58	48
	ปริญญาตรีขึ้นไป	11	9
รวม		120	100

จากตารางที่ 4.1 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้สนใจผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นกลุ่มของเพศหญิง (ร้อยละ 64) ช่วงอายุที่เข้าเยี่ยมชมอันดับแรกคือ ช่วงอายุ 35 – 44 ปี (ร้อยละ 42) ส่วนกลุ่มอาชีพ อันดับแรกคือ ประกอบอาชีพส่วนตัว (ร้อยละ 41) รองลงมาคือ รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 31) กลุ่มของผู้มีรายได้อันดับแรกคือ รายได้ตั้งแต่ 10,000 – 20,000 บาท (ร้อยละ 53) และระดับกลุ่ม การศึกษาอันดับแรกคือ ระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 48)

4.1.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์

1. ความต้องการให้มีการปรับปรุงและพัฒนาในด้านคุณลักษณะต่างๆของบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 4.2 ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ในการพัฒนาในด้านคุณลักษณะด้านต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แตกหัก หรือเสียหาย	87	73
ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน	63	53
เหมาะสำหรับมอบเป็นของขวัญ ของที่ระลึก	97	81
การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า	67	56
มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน	22	18
รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น	113	94
แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน	70	58
มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้ามูลนิธิโครงการหลวง	92	77
มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	58	48

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้สนใจผลิตภัณฑ์ มีความต้องการให้ปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มาเป็นอันดับแรกคือ พัฒนาในด้านของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงาม โดดเด่น (ร้อยละ 94) รองลงมาคือ พัฒนาในด้านของเหมาะสำหรับมอบเป็นของขวัญ ของที่ระลึก (ร้อยละ 81) และอันดับที่สามคือ พัฒนาในด้านมีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้ามูลนิธิโครงการหลวง (ร้อยละ 77)

2. ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ในด้านแนวทาง รูปแบบของบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 4.3 ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ในด้านแนวทาง รูปแบบของบรรจุภัณฑ์

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
รูปแบบเรียบง่าย ทันสมัย	25	21
รูปแบบประยุกต์ ร่วมสมัย	44	37
รูปแบบพื้นบ้าน คั้งเดิม	21	17
รูปแบบหรูหรา	19	16
รูปแบบแปลกใหม่ แตกต่าง ไม่เหมือนใคร	11	9
รวม	120	100

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้สนใจผลิตภัณฑ์ มีความต้องการรูปแบบแนวทางของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มาเป็นอันดับแรกคือ รูปแบบประยุกต์ ร่วมสมัย (ร้อยละ 37) รองลงมาคือ รูปแบบเรียบง่าย ทันสมัย (ร้อยละ 21) และอันดับที่สามคือ รูปแบบพื้นบ้าน คั้งเดิม (ร้อยละ 17)

3. ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ในด้านสีสันทนบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 4.4 ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ในด้านสีสันทนบรรจุภัณฑ์

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
สีโทนร้อน	0	0
สีโทนเย็น	18	15
สีโทนสดใส	13	11
สีโทนหวาน อ่อนนุ่ม	5	4
สีโทนคลาสสิก	31	26
สีโทนธรรมชาติ	53	44
รวม	120	100

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้สนใจผลิตภัณฑ์ มีความต้องการด้านของสีสันทนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มาเป็นอันดับแรกคือ สีโทนธรรมชาติ (ร้อยละ 44) รองลงมาคือ โทนสีคลาสสิก (ร้อยละ 26) และอันดับที่สามคือ สีโทนเย็น (ร้อยละ 15)

4. ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ในด้านลวดลายบนบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 4.5 ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ในด้านลวดลายบนบรรจุภัณฑ์

รายการ	ความถี่	ร้อยละ
ลวดลายดอกไม้ พรรณไม้ต่างๆ	75	<u>62</u>
ลวดลายทัศนียภาพ สถานที่ท่องเที่ยวภาคเหนือ	8	7
ลวดลายวิถีการดำเนินชีวิต ชาวเขา	5	4
ลวดลายภาพวาดจิตรกรรม	2	2
ลวดลายหัตถกรรม เช่น ผ้าทอมือ เครื่องจักสาน	17	<u>14</u>
ลวดลายกราฟิก เรียบง่าย	12	<u>10</u>
ลวดลายไทย เช่น ลายกนก	1	1
รวม	120	100

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้สนใจผลิตภัณฑ์ มีความต้องการด้านของลวดลายบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มาเป็นอันดับแรกคือ ลวดลายดอกไม้ พรรณไม้ต่างๆ (ร้อยละ 62) รองลงมาคือ ลวดลายหัตถกรรม เช่น ผ้าทอมือ เครื่องจักสาน (ร้อยละ 14) และอันดับที่สามคือ ลวดลายกราฟิก เรียบง่าย(ร้อยละ 10)

4.2 ผลการวิเคราะห์ขั้นตอนการพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่งมูลนิธิโครงการหลวง

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ผสานกับผลการสัมภาษณ์ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์สำหรับไม้ประดับแห่งในตอนที 1 มาใช้ในการสรุปเป็นแนวคิดเพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ทั้งในด้านการใช้งาน และด้านการตลาด ดังนี้

4.2.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง

4.2.1.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้งประเภท นูหงา

- ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภท นูหงา (แนวทางที่ 1)

จากผลการศึกษาข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง โดยออกแบบในแนวทาง ประยุกต์ร่วมสมัย ร่วมกับการใช้ลวดลายของดอกไม้ และใช้สีโทนธรรมชาติ สีโทนเย็น เช่น สีเขียว น้ำตาลอ่อนให้ดูสบายตา



ภาพที่ 4.1 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท นูหงา แนวทางที่ 1

ในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวงตามลำดับความสำคัญ ที่ได้ผลมาจากความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้งมาใช้ในผลงานออกแบบ ดังนี้

คุณลักษณะด้านการใช้งาน

- ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แตกหัก หรือเสียหาย

วัสดุของบรรจุภัณฑ์ผลิตจากกระดาษ รูปทรงสี่เหลี่ยม สามารถควบคุมทิศทางของสินค้าภายในเคลื่อนไหว กระทบกัน สืบเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์เดิมบรรจุลงในถุงพลาสติกสินค้าภายในสามารถเคลื่อนไหวได้ตามรูปทรงของถุงพลาสติก

- ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน

สามารถเปิด - ปิด ได้ง่ายออกแบบให้ถอดฝาได้ในตัว โดยการขัดของปาเปิด-ปิด

- เหมาะสำหรับมอบเป็นของฝาก ของที่ระลึก

ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับมอบสำหรับเป็นของฝาก โดยการนำเอา ลักษณะของกระถางดอกไม้ มาใช้เป็นแนวความคิดในการออกแบบ

- การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า

ออกแบบให้มีความน่าสนใจเมื่อจัดวางเรียงโชว์บนชั้นวางสินค้า ทำให้ผู้มีชีวิตชีวา

- มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน

ได้ทำการเจาะช่องให้สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้ ชัดเจนสองทางทั้งด้านหน้าและ ด้านหลัง

คุณลักษณะด้านการตลาด

- รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น

ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่สวยงาม ผู้มีชีวิตชีวา โดยใช้แนวคิดมาจากกระถาง ดอกไม้ สีที่ใช้เป็นสีโทนธรรมชาติ สีโทนเย็น ในส่วนพุ่มดอกไม้ส่วนบนสามารถเปิด - ปิดได้

- แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน

จัดแสดงข้อมูล และรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ลงในบรรจุภัณฑ์

- มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้าจาก มูลนิธิโครงการหลวง

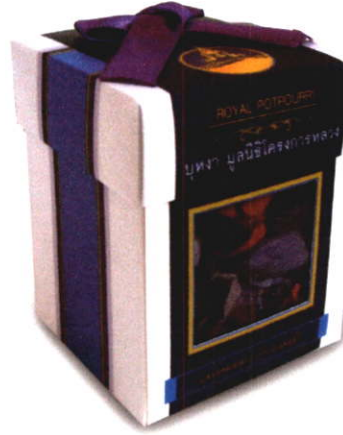
ออกแบบให้มีเอกลักษณ์เฉพาะเกี่ยวกับโครงการไม้ประดับแห้ง โดยนำรูปทรงของกระถาง ดอกไม้มาสื่อให้สอดคล้องกับสินค้าภายใน

- มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เลือกใช้กระดาษมาเป็นวัสดุหลัก บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์อื่นต่อได้ และยังสามารถวนกลับหมุนเวียนมาใช้ซ้ำได้ และโทนสีที่ใช้ทำให้ดูสบายตาใกล้ชิดธรรมชาติ

ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภท บูหงา (แนวทางที่ 2)

จากผลการศึกษาข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง โดยออกแบบในแนวทาง เรียบง่าย ทันสมัย ร่วมกับการใช้วัสดุลายกราฟิก เรียบง่าย และใช้สีโทนคลาสสิก เช่น น้ำตาลเข้ม, ม่วง เทา, ทอง เป็นต้น



ภาพที่ 4.2 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บุษงา
แนวทางที่ 2

ในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวงตามลำดับความสำคัญ ที่ได้ผลมาจากความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้งมาใช้ในผลงานออกแบบ ดังนี้

คุณลักษณะด้านการใช้งาน

- ป้องกัน ไม้ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แดงหัก หรือเสียหาย

วัสดุของบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผลิตรักษา รูปทรงกล่องสี่เหลี่ยม ฝาปิด แบบ 2 ชั้น สามารถควบคุมสินค้าภายใน ไม้ให้เคลื่อนที่ สืบเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์เดิมบรรจุลงในถุงพลาสติกสินค้าภายในสามารถเคลื่อนไหวได้ตามรูปทรงของถุงพลาสติก

- ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน

สามารถเปิด – ปิด ใช้งานได้สะดวกมีฝาปิด แยกชั้น

- เหมาะสำหรับมอบเป็นของฝาก ของที่ระลึก

ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับมอบสำหรับเป็นของฝาก ออกแบบรูปทรงคล้ายกล่องของขวัญ มีการใช้ผ้าผูกโบว์ร่วมในการออกแบบเพื่อลดความแข็งของรูปทรงทำให้ดูเหมาะสำหรับการมอบเป็นของฝาก อ่อนหวานเรียบง่าย

- การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า

ออกแบบให้มีความน่าสนใจเมื่อจัดวางเรียงโชว์บนชั้นวางสินค้า ดูเป็นระเบียบ

- มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน

ออกแบบให้สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้ ชัดเจน โดยเจาะช่องส่วนของด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์

คุณลักษณะด้านการตลาด

- รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น

ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงเรียบง่าย เด่นที่มีสีส้ม เปิดโล่งโดยเน้นพื้นที่สีขาว ตัดกับสีม่วง คาดกลางเฉียบแบบลักษณะการผูกโบว์ รวมถึงการใช้กราฟิกที่เรียบง่าย สีส้มสะอาดตา

- แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน

จัดแสดงข้อมูล และรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ลงในบรรจุภัณฑ์ เช่น ปริมาณประเภทของสินค้า กลิ่น ประโยชน์ของสินค้า เป็นต้น

- มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้าจาก มูลนิธิโครงการหลวง

ออกแบบให้มีเอกลักษณ์เฉพาะทั้งในรูปทรง และสี สีสันลวดลายที่เรียบง่าย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

- มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เลือกใช้กระดาษมาเป็นวัสดุหลัก บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์อื่นต่อได้ และยังสามารถวนกลับหมุนเวียนมาใช้อีกได้ และโทนสีที่ใช้ทำให้ดูสบายตาใกล้ชิดธรรมชาติ

ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภท บูหงา (แนวทางที่3)

จากผลการศึกษาข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง โดยออกแบบในแนวทาง พื้นบ้านดั้งเดิม ร่วมกับการใช้ลวดลายหัตถกรรม และใช้สีโทนธรรมชาติ เช่น น้ำตาลเข้ม น้ำตาลอ่อน สีทอง เป็นต้น



ภาพที่ 4.3 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บูหงา แนวทางที่ 3

ในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ตามลำดับความสำคัญ ที่ได้ผลมาจากความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้งมาใช้ในผลงานออกแบบ ดังนี้

คุณลักษณะด้านการใช้งาน

- ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แดงหัก หรือเสียหาย

วัสดุของบรรจุภัณฑ์ผลิตจากกระดาษ และพลาสติก รูปทรง ภาชนะกระเช้าดอกไม้ ในส่วน การบรรจุ ใช้พลาสติกทรงกระบอก สามารถควบคุมสินค้าภายในไม่ให้ได้รับความเสียหาย และ ปกป้องกลิ่น เนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์เดิมใช้การบรรจุลงในถุงพลาสติก ทำให้สินค้าสามารถ เคลื่อนไหวได้ตามรูปทรงของถุงพลาสติกอาจทำให้สินค้าเสียรูปได้

- ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน

ออกแบบให้สามารถเปิด – ปิด ได้ง่ายและยังสามารถนำวนกลับมาใช้อีกได้ ส่วนในขั้นตอนการเก็บสินค้าสามารถเก็บซ้อนได้หลายชุดโดยการแยกส่วนมาซ้อนกัน

- เหมาะสำหรับมอบเป็นของขวัญ ของที่ระลึก

ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับมอบสำหรับเป็นของฝาก โดยการนำเอา ลักษณะของกระเช้าดอกไม้ มาใช้เป็นแนวความคิดในการออกแบบ เป็นรูปทรงที่เหมาะสมแก่การมอบ เป็นของฝากได้อย่างดี

- การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า

ออกแบบให้มีความน่าสนใจเมื่อจัดวางเรียง โชว์บนชั้นวางสินค้า ทำให้ดูแปลกตาน่าสนใจ

- มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน

ออกแบบให้สามารถมองเห็นสินค้าภายในอย่างชัดเจนได้รอบด้านบรรจุภัณฑ์

คุณลักษณะด้านการตลาด

- รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น

ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่สวยงาม โดดเด่นแปลกตา โดยใช้แนวคิดมาจากกระเช้า ดอกไม้ สีที่ใช้เป็นสีโทนธรรมชาติ สีอ่อน ลวดลาย ใช้ลายของหัตถกรรมเครื่องจักสานทำให้ดูกลมกลืนกับรูปทรงตะกร้า

- แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน

จัดแสดงข้อมูล และรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ลงภายในบรรจุภัณฑ์มองเห็นได้ ชัดเจน

- มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสมสำหรับสินค้าจาก มูลนิธิโครงการหลวง

ออกแบบให้มีเอกลักษณ์เฉพาะเกี่ยวกับโครงการไม้ประดับแห้ง โดยนำรูปทรงของกระเช้า ดอกไม้มาสื่อให้สอดคล้องกับสินค้าภายใน และยังมีจุดเด่นคือ ออกแบบใช้ประโยชน์อื่นได้คือ

เมื่อแยกชิ้นระหว่กักระเช้ากับกล่องดอกได้ออก สามารถนำบุหงามาวางเพื่อให้กลิ่นหอม นำมาวางวางตามสถานที่ต่างๆ ได้อย่างกลมกลืน

- มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เลือกใช้กระดาษมาเป็นวัสดุหลัก บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์อื่นต่อ และโพนีสี่ที่ใช้ทำให้ดูสบายตาใกล้ชิดธรรมชาติ และในส่วนพลาสติกทรงกระบอกทำมาจากโพลีเอทิลีนความหนาแน่นสูงHDPE (High Density Polyethylene) ซึ่งสามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้ โพนีสี่ที่ใช้โพนีสี่ธรรมชาติ

4.2.1.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท

ช่อปลูกในภาชนะ

ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภท ช่อปลูกในภาชนะ (แนวทางที่ 1)

จากผลการศึกษาข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง โดยออกแบบในรูปแบบแนวทางประยุกต์ร่วมสมัย ร่วมกับการใช้ลวดลายของดอกไม้ และใช้สีโทนธรรมชาติ สีโทนเย็น เช่น สีเขียว น้ำตาลอ่อนให้ดูสบายตา



ภาพที่ 4.4 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท ช่อปลูกในภาชนะ แนวทางที่ 1

ในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลินธิโครงการหลวง ตามลำดับความสำคัญ ที่ได้ผลมาจากความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้งมาใช้ในผลงานออกแบบ ดังนี้

คุณลักษณะด้านการใช้งาน

- ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แตกหัก หรือเสียหาย

วัสดุของบรรจุภัณฑ์ผลิตจากกระดาษ รูปทรงสี่เหลี่ยมทรงป้าน คล้ายกระดาษต้นไม้ ภายในมีฐานรองรับกระดาษ โดยยึดไม่ให้ตัวกระดาษเคลื่อนที่ ซึ่งอาจเกิดการชำรุดได้หากมีการเคลื่อน

- ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน

ออกแบบให้สามารถสามารถเปิด - ปิด ได้ง่าย โดยให้ส่วนบนของบรรจุภัณฑ์สามารถปิดแน่นด้วยตัวของบรรจุภัณฑ์เองได้ไม่จำเป็นต้องใช้กาว

- เหมาะสำหรับมอบเป็นของฝาก ของที่ระลึก

ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับมอบสำหรับเป็นของฝาก โดยการนำเอาลักษณะของกระดาษต้นไม้มานำเป็นแนวคิดในการออกแบบ ลวดลายสีสันท่านนำมาใช้ร่วมประกอบ ทำให้สินค้า คุณีคุณค่า เหมาะสำหรับนำเป็นของฝากของที่ระลึก

- การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า

ออกแบบให้มีความน่าสนใจเมื่อจัดวางเรียงโชว์บนชั้นวางสินค้า ดูสะอาดตาเรียบร้อย และยังสามารถวางเรียงได้ในแนวตั้ง และวางเรียงในแนวนอน

- มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน

ได้ทำการเจาะช่องให้สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้ ชัดเจนจากด้านหน้าและด้านข้างของตัวบรรจุภัณฑ์

คุณลักษณะด้านการตลาด

- รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น

ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่สวยงาม แปลกตาด้วยรูปทรงสี่เหลี่ยมทรงป้าน คล้ายกระดาษต้นไม้ ในส่วนบนของบรรจุภัณฑ์ที่สำหรับนำไปใช้งาน และบรรจุใส่ ออกแบบให้มีลักษณะคล้ายกลีบของดอกไม้ ส่วนลวดลาย ได้นำเอาลักษณะของลวดลายของดอกไม้ โทนสีที่ใช้เป็นโทนสีธรรมชาติ โทนสีเย็น ทำให้ดูสบายตา เหมาะกับสินค้าที่ผลิตมาจากธรรมชาติ มีคุณค่า

- แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน

จัดแสดงข้อมูล และรายละเอียดต่างๆที่เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ลงบนบรรจุภัณฑ์ และจัดวางให้เหมาะสมกับรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ให้อ่านได้ชัดเจน

- มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้าจาก มุลินธิโครงการหลวง

ออกแบบให้มีเอกลักษณ์เฉพาะเกี่ยวกับโครงการไม้ประดับแห่ง โดยนำรูปทรงของกระถาง ต้นไม้มาสื่อให้สอดคล้องกับสินค้าภายใน คุณมีคุณค่าเหมาะสำหรับสินค้าจาก มูลนิธิโครงการหลวง - มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เลือกใช้กระดาษมาเป็นวัสดุหลัก บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์อื่นต่อได้ และยังสามารถวนกลับหมุนเวียนมาใช้อีกได้ และโทนสีที่ใช้ทำให้ดูสบายตาใกล้ชิดธรรมชาติ

ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภท ซ่อปุ้เก้ในภาชนะ(แนวทางที่ 2)

จากผลการศึกษาข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง โดยออกแบบในรูปแบบแนวทาง เรียบง่าย ร่วมกับการใช้ลวดลายกราฟิก เรียบง่าย และใช้สีโทนคลาสสิก เช่น น้ำตาลเข้ม, ม่วง เทา, ทอง เป็นต้น



ภาพที่ 4.5 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ประเภท ซ่อปุ้เก้ในภาชนะ แนวทางที่ 2

ในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง ที่ได้ผลมาจากความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่งมาใช้ในผลงานออกแบบ ดังนี้

คุณลักษณะด้านการใช้งาน

- ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แตกหัก หรือเสียหาย

วัสดุของบรรจุภัณฑ์ผลิตจากกระดาษ และพลาสติก รูปทรงกระบอกสี่เหลี่ยม สามารถควบคุมสินค้าภายในไม่ให้เคลื่อนที่ โดยออกแบบให้มีฐานรองรับในส่วนของกระดาษ เครื่องปั้นดินเผา สามารถยึดติดกับตัวบรรจุภัณฑ์

- ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน

ออกแบบให้สามารถเปิด - ปิด ใช้งาน หรือบรรจุสินค้าได้สะดวกจากด้านบนของบรรจุภัณฑ์ และออกแบบให้มีตัวล็อกฝากล่องพลาสติกอีกชั้น

- เหมาะสำหรับมอบเป็นของฝาก ของที่ระลึก

ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับมอบสำหรับเป็นของฝาก ออกแบบรูปทรงสี่เหลี่ยม มีสีสันลวดลายที่เรียบง่าย มีคุณค่า สามารถนำไปวางสำหรับโชว์หรือสำหรับมอบนำเป็นของฝาก ของที่ระลึกได้ดี

- การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า

ออกแบบให้มีความน่าสนใจเมื่อจัดวางเรียงโชว์บนชั้นวางสินค้า ดูเป็นระเบียบเรียบร้อย สามารถวางเรียงซ้อนทั้งในแนวตั้งและแนวราบและสามารถมองเห็นสินค้าได้ชัดเจน

- มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน

ออกแบบให้สามารถมองเห็นสินค้าภายในได้ ชัดเจนจากด้านหน้า ด้านข้าง และด้านบนของบรรจุภัณฑ์

คุณลักษณะด้านการตลาด

- รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น

ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบเรียบง่าย จากรูปทรงสี่เหลี่ยม โดยเน้นพื้นที่ว่างสีขาวตัดกับสีน้ำเงินอมม่วง เพื่อเน้นสีส้มของสินค้าภายในให้ดูเด่นชัดในซึ่ง สีของสินค้าภายในจะเป็นสีครีม น้ำตาล, น้ำตาลอ่อน, และสีม่วงอ่อน ส่วนของข้อมูลรายละเอียดต่างๆ มีการจัดเรียงให้มีความน่าสนใจ เรียบง่าย เพิ่มจุดเด่นของบรรจุภัณฑ์โคนนำโลโก้มูลนิธิโครงการหลวง พาดจากด้านหลังมาปิดที่ด้านหน้าและยังเป็นการยึดฝากล่องพลาสติกอีกชั้นหนึ่ง

- แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน

จัดแสดงข้อมูล และรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ลงในบรรจุภัณฑ์ เช่น ปริมาณประเภทของสินค้า ประโยชน์ของสินค้า เป็นต้น

- มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้าจาก มูลนิธิโครงการหลวง

ออกแบบให้มีเอกลักษณ์เฉพาะทั้งในรูปทรง สี สัน ลวดลายที่เรียบง่าย มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว เพิ่มสีสันทำให้สินค้ามีความน่าสนใจมากขึ้น

- มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ในส่วนที่เป็นกล่องพลาสติกได้เลือกใช้พลาสติกที่ผลิตมาจากโพลีเอทิลีนความหนาแน่นสูง HDPE (High Density Polyethylene) ซึ่งสามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้

ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภท ซ่อปุ๋ยในภาชนะ (แนวทางที่ 3)

จากผลการศึกษาข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง โดยออกแบบในรูปแบบแนวทางพื้นบ้าน ดั้งเดิม ร่วมกับการใช้วัสดุหลายหัตถกรรม และใช้สีโทนธรรมชาติ เช่น น้ำตาลเข้ม น้ำตาลอ่อน ทอง เป็นต้น



ภาพที่ 4.6 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง
ประเภท ซ่อปุ๋ยในภาชนะ แนวทางที่ 3

ในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ตามลำดับความสำคัญ ที่ได้ผลมาจากความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้งมาใช้ในผลงานออกแบบ ดังนี้

คุณลักษณะด้านการใช้งาน

- ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แตกหัก หรือเสียหาย

เลือกวัสดุหลักของบรรจุภัณฑ์ผลิตจากกระดาษ รูปทรง หกเหลี่ยมทรงกระบอก ขนาด ความสูงสมส่วนกับสินค้าภายใน ภายในมีฐานสำหรับรองรับสินค้าโดยมีตัวยึดกับกระดาษของ สินค้าเพื่อไม่ให้สินค้าภายในเคลื่อนที่ ซึ่งอาจทำให้เกิดการชำรุดได้

- ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน

ออกแบบให้สามารถเปิด – ปิด ได้สะดวกจากด้านบนของบรรจุภัณฑ์ โดยใช้ลักษณะการ ซักกันของฝาปิดเลียนแบบลักษณะของการจกसान

- เหมาะสำหรับมอบเป็นของฝาก ของที่ระลึก

ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบที่เหมาะสมกับมอบสำหรับเป็นของฝาก โดยการนำเอา ลักษณะรูปทรงและลวดลายของเครื่องจกसानมาใช้เป็นแนวความคิดในการออกแบบ มีคุณค่า เหมาะแก่การมอบเป็นของฝากได้อย่างดี

- การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า

ออกแบบให้มีความน่าสนใจเมื่อจัดวางเรียงโชว์บนชั้นวางสินค้า รูปทรงเรียบง่าย ไม่ ซัดแย้งกับสินค้าภายใน ดูกลมกลืน

- มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน

ออกแบบให้สามารถมองเห็นสินค้าภายในอย่างชัดเจนจากคั่นหน้าด้านบรรจุภัณฑ์

คุณลักษณะด้านการตลาด

- รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น

ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่สวยงาม โดดเด่นแปลกตา โดยใช้แนวคิดมาจากงาน ทัศนกรรมเครื่องจกसान ซึ่งนำลวดลายของเครื่องจกसानมาใช้เป็นภาพประกอบ พร้อมด้วย ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นแปลกตา โดยนำลักษณะของการสานมาใช้สำหรับเป็นฝา เปิด-ปิด โดยใช้การขัดซ้อนเป็นรูปดอกไม้ ซึ่งจะสื่อถึงสินค้าภายในได้ทำมาจากดอกไม้ สีที่ใช้ เป็นสีโทนธรรมชาติ ทำให้ไม่ขัดแย้งกับสินค้าภายใน และยังเป็นการเพิ่มความน่าสนใจให้กับ สินค้า

- แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน

จัดแสดงข้อมูล และรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ลงภายในบรรจุภัณฑ์มองเห็นได้ ชัดเจน

- มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้าจาก มูลนิธิโครงการหลวง

ออกแบบให้มีเอกลักษณ์เฉพาะ เกี่ยวกับโครงการไม้ประดับแห่ง โดยใช้ลวดลายสีสังคอง
หัตถกรรมเครื่องจักสาน มาใช้เป็นแนวคิดเพื่อให้สอดคล้องกับสินค้า เน้นสื่อให้เห็นถึงคุณค่างาน
งานหัตถกรรม เช่นเดียวกับสินค้าของทางมูลนิธิโครงการหลวง

- มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เลือกใช้กระดาษมาเป็นวัสดุหลัก ซึ่งสามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ได้ โทนสี
ธรรมชาติ ทำให้ดูสบายตา

4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนการประเมินผลงานการออกแบบ

4.2.2.1 การประเมินผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ประเภท บุษงา โดยผู้เชี่ยวชาญ

เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้ในการประเมินผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ
ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ประเภท บุษงา ทั้ง 3 แนวทาง โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และ
ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด เพื่อสรุปหารูปแบบบรรจุ
ภัณฑ์ไม้ประดับแห่งที่เหมาะสมที่สุดเพียง 1 แนวทาง เพื่อนำมาพัฒนาสร้างเป็นต้นแบบเพื่อนำไป
สอบถามความคิดเห็นกับผู้สนใจผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนต่อไป



ภาพที่ 4.7 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ประเภท บุษงา
แนวทางที่ 1, 2 และ 3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสอบถามระดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญในผลงาน
ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภท บูหงา ทั้ง 3 แนวทาง ทั้งด้านการใช้งานและในด้านการตลาด

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความพึงพอใจ ของผู้เชี่ยวชาญในผลงาน
ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภท บูหงา

คุณลักษณะของ บรรจุภัณฑ์ด้านต่างๆ	ความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญ								
	แนวทางที่ 1			แนวทางที่ 2			แนวทางที่ 3		
	— X	SD	ระดับ ความ พึงพอใจ	— X	SD	ระดับ ความ พึงพอใจ	— X	SD	ระดับ ความ พึงพอใจ
ด้านการใช้งาน									
ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ	3.50	.55	มาก	4.33	.52	มาก	4.50	.55	มากที่สุด
ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน	3.67	.52	มาก	4.33	.82	มาก	4.33	.52	มาก
เหมาะสมสำหรับเป็นของฝาก ของที่ระลึก	4.67	.52	มากที่สุด	4.50	.55	มากที่สุด	4.67	.52	มากที่สุด
การวางจำหน่ายเหมาะสมกับชั้นวางสินค้า	4.33	.82	มาก	4.67	.52	มากที่สุด	4.67	.52	มากที่สุด
สะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน	4.33	.82	มาก	4.00	.63	มาก	4.83	.41	มากที่สุด
รวม ด้านการใช้งาน	4.10	.64	มาก	4.37	.63	มาก	4.6	.64	มากที่สุด
ด้านการตลาด									
บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น	4.50	.55	มากที่สุด	4.33	.82	มากที่สุด	4.67	.52	มากที่สุด
แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน	4.67	.52	มากที่สุด	4.17	.75	มาก	4.33	.82	มาก
มีเอกลักษณ์เฉพาะ มุลนิธิ โครงการหลวง	3.67	.82	มาก	4.00	.89	มาก	4.50	.55	มากที่สุด
มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.00	.63	มาก	3.50	1.32	มาก	4.67	.52	มากที่สุด
รวม ด้านการตลาด	4.21	.61	มาก	4.00	.96	มาก	4.45	.76	มากที่สุด
รวม	4.15	.50	มาก	4.2	.60	มาก	4.57	.54	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.6 แสดงให้เห็นว่าระดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญในผลงานออกแบบ
บรรจุภัณฑ์ ประเภท บูหงา ทั้ง 3 แนวทาง พบว่าในภาพรวมรูปแบบแนวทางที่ 3 มีระดับความพึง
พอใจมากที่สุด โดยแบ่งออกเป็นด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ดังนี้

1. ด้านการใช้งาน

โดยเรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้ มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน ใน
ระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.83) เหมาะสำหรับมอบเป็นของฝาก ของที่ระลึกในระดับมาก
ที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.67) การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า ในระดับ

มากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.67) ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แดกหัก หรือเสียหาย ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.50) ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.33)

2. ด้านการตลาด

โดยเรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้ รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.67) มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.50) มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้ามูลนิธิโครงการหลวงในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.50) แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.33)

3. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญ

- รูปแบบมีความน่าสนใจ ควรปรับให้บรรจุภัณฑ์สามารถใช้ได้กับทุกถิ่น เพื่อลดต้นทุนในการผลิต
- ปรับตำแหน่งของโลโก้ มูลนิธิโครงการหลวง ให้อยู่ในตำแหน่งที่เหมาะสม
- เพิ่มช่องสำหรับใช้งานโดยให้กลิ่นหอมได้โดยไม่ต้องแกะกล่อง
- ควรคำนึงถึงการจัดวาง การขนส่ง การวางซ้อน รวมไปถึงการนำไปใช้ ควรง่ายต่อการใช้งาน และใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย

ตารางที่ 4.7 การจัดลำดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญในภาพรวมของผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภท บุหงา

ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์	จำนวนการจัดลำดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญ		
	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3
แนวทางที่ 1	1	4	2
แนวทางที่ 2	0	2	5
แนวทางที่ 3	6	1	0

จากตารางที่ 4.7 แสดงให้เห็นว่าการประเมินผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 แนวทางในภาพรวม โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง จำนวน 7 ท่าน พิจารณาถึงความเหมาะสมในการนำผลงานออกแบบมาผลิตเป็นต้นแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ประเภท บุหงา มูลนิธิโครงการหลวง เพียง 1 แนวทาง พบว่าผลงานออกแบบแนวทางที่ 3 ถูกเลือกเป็นลำดับแรกโดยผู้เชี่ยวชาญมากที่สุดคือจำนวน 6 ท่าน รองลงมาคือผลงานออกแบบแนวทางที่ 1 และ แนวทางที่ 2 ตามลำดับ

ดังนั้นจึงเลือกนำผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภท บูหงา ในแนวทางที่ 3 ไปพัฒนาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ก่อนนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อนำไปใช้ประเมินผลงานออกแบบใหม่เปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม ในขั้นตอนต่อไป

4.2.2.2 การประเมินผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่งประเภท ช่อปู้เก๋ในภาชนะ โดยผู้เชี่ยวชาญ

เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้ในการประเมินผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่งประเภท ช่อปู้เก๋ในภาชนะ ทั้ง 3 แนวทาง โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด เพื่อสรุปหารูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม้ประดับแห่งที่เหมาะสมที่สุดเพียง 1 แนวทาง เพื่อนำมาพัฒนาสร้างเป็นต้นแบบเพื่อนำไป สอบถามความคิดเห็นกับผู้สนใจผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนต่อไป



ภาพที่ 4.8 ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่งประเภท ช่อปู้เก๋ในภาชนะ แนวทางที่ 1, 2 และ 3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสอบถามระดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญในผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภท บูหงา แนวทางที่ 3 ทั้งด้านการใช้งานและในด้านการตลาด

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความพึงพอใจ ของผู้เชี่ยวชาญในผลงาน
ออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภท ซ่อปุ้เก้ในภาชนะ

คุณลักษณะของ บรรจุภัณฑ์ด้านต่างๆ	ความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญ								
	แนวทางที่ 1			แนวทางที่ 2			แนวทางที่ 3		
	— X	SD	ระดับ ความ พึงพอใจ	— X	SD	ระดับ ความ พึงพอใจ	— X	SD	ระดับ ความ พึงพอใจ
ด้านการใช้งาน									
ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ	4.17	.41	มาก	4.17	.75	มาก	4.33	.52	มาก
ความสะดวกง่ายต่อการใช้งาน	3.83	.41	มาก	4.67	.52	มากที่สุด	4.67	.52	มากที่สุด
เหมาะสมสำหรับเป็นของฝาก ของที่ระลึก	4.50	.55	มากที่สุด	4.5	.84	มากที่สุด	4.33	.52	มาก
การวางจำหน่ายเหมาะสมกับชั้นวางสินค้า	4.67	.52	มากที่สุด	4.5	.55	มากที่สุด	4.33	.82	มาก
สะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน	4.50	.55	มากที่สุด	4.67	.52	มากที่สุด	3.83	.98	มาก
รวม ด้านการใช้งาน	4.33	.48	มาก	4.50	.63	มากที่สุด	4.29	.67	มาก
ด้านการตลาด									
บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น	4.33	.52	มาก	4.00	.63	มาก	4.00	.63	มาก
แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน	4.50	.55	มากที่สุด	3.83	.75	มาก	4.33	.52	มาก
มีเอกลักษณ์เฉพาะ มุลนิธิโครงการหลวง	4.17	.75	มาก	4.00	1.26	มาก	3.83	.75	มาก
มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.17	.75	มาก	3.50	1.05	มาก	4.33	.52	มาก
รวม ด้านการตลาด	4.29	.64	มาก	3.83	.92	มาก	4.12	.60	มาก
รวม	4.31	.55	มาก	4.20	.76	มาก	4.22	.64	มาก

จากตารางที่ 4.8 แสดงให้เห็นว่าระดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญในผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภท ซ่อปุ้เก้ในภาชนะ ทั้ง 3 แนวทาง พบว่าในภาพรวมรูปแบบแนวทางที่ 1 มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด โดยแบ่งออกเป็นด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ดังนี้

1. ด้านการใช้งาน

โดยเรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้ การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้าในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.67) เหมาะสำหรับมอบเป็นของฝาก ของที่ระลึกมีในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.50) ความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน ในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.50) ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แดกหัก หรือเสียหายในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.17) ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งานในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.83)

2. ด้านการตลาด

โดยเรียงตามลำดับคะแนนเฉลี่ย ดังนี้ แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วนในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.50) รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่นในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.33) มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้ามูลนิธิโครงการหลวงในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.17) มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในระดับมาก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.17)

3. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้เชี่ยวชาญ

- ปรับรายละเอียดข้อมูลต่างๆ ด้านหลังกล่อง ลองปรับให้สามารถอ่านได้ง่าย ชัดเจน
- เทียบตราสัญลักษณ์มูลนิธิโครงการหลวง เดิมให้มีความเหมาะสม ถ้ามีบรรจุภัณฑ์หลากหลายขนาดจะดีมาก โดยรวมมีความสมบูรณ์
- ศึกษาการยึดกระดาษกับบรรจุภัณฑ์ให้สามารถ ยึดติดให้มั่นคง

ตารางที่ 4.9 การจัดลำดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญในภาพรวมของผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภท ซ่อปุ๋ยไก่ในภาชนะ

ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์	จำนวนการจัดลำดับความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญ		
	ลำดับที่ 1	ลำดับที่ 2	ลำดับที่ 3
แนวทางที่ 1	3	4	0
แนวทางที่ 2	3	1	3
แนวทางที่ 3	1	2	4

จากตารางที่ 4.9 แสดงให้เห็นว่าการประเมินผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 แนวทางในภาพรวม โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง จำนวน 7 ท่าน พิจารณาถึงความเหมาะสมในการนำผลงานออกแบบมาผลิตเป็นต้นแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท ซ่อปุ๋ยไก่ในภาชนะ มูลนิธิโครงการหลวง เพียง 1 แนวทางพบว่าผลงานออกแบบแนวทางที่ 1 และแนวทางที่ 2 ถูกเลือกเป็นลำดับแรกโดยมีผู้เชี่ยวชาญเลือกจำนวนเท่ากันคือ แนวทางละ 3 ท่าน ส่วนลำดับที่ 2 เมื่อเทียบระหว่างแนวทางที่ 1 และแนวทางที่ 2 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญได้เลือกแนวทางที่ 1 จำนวน 4 ท่านส่วนแนวทางที่ 2 ผู้เชี่ยวชาญเลือกเพียง 1 ท่าน

ดังนั้นจึงเลือกนำผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประเภท ซ่อปุ๋ยไก่ในภาชนะ ในแนวทางที่ 1 ไปพัฒนาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ก่อนนำไปพัฒนาปรับปรุงเพื่อนำไปใช้ประเมินผลงานออกแบบใหม่เปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม ในขั้นตอนต่อไป

4.2.3 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อสร้างบรรจุกณ์ที่ต้นแบบ

4.2.4.1 บรรจุกณ์ที่สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บุษงา

จากผลสรุปการวิเคราะห์ผลงานออกแบบบรรจุกณ์ที่ทั้ง 3 แนวทางในภาพรวม โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุกณ์ที่และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง จำนวน 7 ท่าน ลงความเห็นให้แนวทางการออกแบบที่ 3 มีความเหมาะสมในการนำผลงานออกแบบมาผลิตเป็นต้นแบบบรรจุกณ์ที่สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บุษงา มุลนิธิโครงการหลวง โดยนำผลการประเมินและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในด้านต่างๆมาปรับปรุงและพัฒนาบรรจุกณ์ที่ได้คัดเลือก เพื่อนำไปใช้ประเมินผลงานออกแบบใหม่เปรียบเทียบกับบรรจุกณ์รูปแบบเดิมในขั้นตอนต่อไป

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้ทราบว่าปัญหาสำคัญของผลงานออกแบบในแนวทางนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำผลงานนี้มาพัฒนาปรับปรุง ตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงบรรจุกณ์ในด้านต่างๆ เป็นข้อๆ ดังนี้

1. ปรับตราสัญลักษณ์มุลนิธิโครงการหลวง ให้จัดวางอยู่ตำแหน่งที่ชัดเจนไม่ตกขอบ
2. ตัดข้อความในส่วนของการระบุกลิ่นของบุษงา เพื่อให้บรรจุกณ์สามารถบรรจุบุษงาได้ทุกกลิ่น และยังเป็นการลดต้นทุนในการผลิตบรรจุกณ์
3. เพิ่มการเจาะช่องสำหรับระบายกลิ่นของบุษงา เพื่อง่ายต่อการใช้งานและยังเป็นการเพิ่มประโยชน์ใช้สอยให้กับบรรจุกณ์
4. ปรับข้อความและข้อมูลรายละเอียดต่างๆ ให้กระชับ

4.2.4.2 บรรจุกณ์ที่สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท ช่อปู่เก๋ในภาชนะ

จากผลสรุปการวิเคราะห์ผลงานออกแบบบรรจุกณ์ที่ทั้ง 3 แนวทางในภาพรวม โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุกณ์ที่และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง จำนวน 7 ท่าน ลงความเห็นให้แนวทางการออกแบบที่ 1 มีความเหมาะสมในการนำผลงานออกแบบมาผลิตเป็นต้นแบบบรรจุกณ์ที่สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท ช่อปู่เก๋ในภาชนะ มุลนิธิโครงการหลวง โดยนำผลการประเมินและข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในด้านต่างๆมาปรับปรุงและพัฒนาบรรจุกณ์ที่ได้คัดเลือก เพื่อนำไปใช้ประเมินผลงานออกแบบใหม่เปรียบเทียบกับบรรจุกณ์รูปแบบเดิมในขั้นตอนต่อไป

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ทำให้ทราบว่าปัญหาสำคัญของผลงานออกแบบในแนวทางนี้ ผู้วิจัยจึงได้นำผลงานนี้มาพัฒนาปรับปรุง ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงบรรจุกณ์ในด้านต่างๆ ดังนี้

- สร้างตัวยึดกระดาษกับบรรจุกณ์ เพื่อให้มีความมั่นคง ลดความเสียหายต่อการขนส่ง
- ปรับการใช้ตัวอักษร และข้อความให้อ่านง่าย และชัดเจนยิ่งขึ้น
- เพิ่มรายละเอียดในส่วนข้อมูลของสินค้า เช่น ชื่อสินค้า
- ปรับระดับโทนสีให้มีความชัดเจน

4.3 ผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุณินิโครงการหลวง ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนา

4.3.1 ผลสรุปเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ระหว่าง บรรจุภัณฑ์เดิมกับบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นใหม่ ในผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บุษงา

ตารางที่ 4.10 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ ระหว่าง บรรจุภัณฑ์เดิมกับบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นใหม่ ผลิตภัณฑ์ประเภท บุษงา

คุณลักษณะของ บรรจุภัณฑ์ด้านต่างๆ	ความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์						t	Sig.
	รูปแบบเดิม			รูปแบบใหม่				
	— X	SD	ระดับความ พึงพอใจ	— X	SD	ระดับความ พึงพอใจ		
ด้านการใช้งาน								
ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ	3.17	.49	ปานกลาง	4.27	.62	มาก	-15.85	.000
ความสะดวกง่ายต่อการใช้งาน	3.08	.40	ปานกลาง	4.23	.56	มาก	-18.48	.000
เหมาะสมของฝากของขวัญที่ระลึก	2.68	.47	ปานกลาง	4.81	.40	มากที่สุด	-38.49	.000
การจำหน่ายเหมาะสมกับชั้นวางสินค้า	2.80	.62	น้อย	4.43	.60	มาก	-21.07	.000
สะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน	3.89	.62	มาก	4.18	.62	มาก	-3.56	.001
รวม ด้านการใช้งาน	3.12	.52	ปานกลาง	4.38	.56	มาก	-19.49	.000
ด้านการตลาด								
บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามโดดเด่น	2.57	.68	น้อย	4.82	.39	มากที่สุด	-32.49	.000
แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน	1.77	.56	น้อย	4.43	.50	มาก	-36.68	.000
เอกลักษณ์เฉพาะมุณินิโครงการหลวง	1.94	.63	น้อย	3.95	.78	มาก	-20.36	.000
มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1.7	.54	น้อยที่สุด	3.78	.54	มาก	-27.98	.000
รวม ด้านการตลาด	1.99	.60	น้อย	4.24	.55	มาก	-29.38	.000
รวม	2.62	.56	ปานกลาง	4.32	.56	มาก	-24.43	.000

จากตารางที่ 4.10 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจในภาพรวมของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สูงกว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยรูปแบบใหม่ค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 4.32 และรูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 2.62 แบ่งออกตามข้อพิจารณา ดังนี้

1. ด้านการใช้งาน

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น ในด้านการใช้งาน พบว่าผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจของบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สูงกว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแบ่งตามข้อพิจารณาคูณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

คุณลักษณะด้านการป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แดกหัก หรือเสียหาย รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.27รูปแบบเดิมมีค่าเฉลี่ย 3.17 คุณลักษณะด้านความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.23 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.08 คุณลักษณะด้านเหมาะสมสำหรับเป็นของฝาก ของที่ระลึกรูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.81 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.68 คุณลักษณะด้านการจัดจำหน่ายแสดงสินค้า เหมาะสมกับชั้นวางสินค้ารูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.43 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.80 และคุณลักษณะด้านความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายในรูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.18 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.89

2. ด้านการตลาด

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น ในด้านการตลาด พบว่าผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจของบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สูงกว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแบ่งตามข้อพิจารณาคูณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

คุณลักษณะด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.82 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.57 คุณลักษณะด้านการแสดงข้อมูล และรายละเอียดของสินค้าได้ครบถ้วนรูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.43 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.77 คุณลักษณะด้านความมีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้ามูลนิธิโครงการหลวง รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.95 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.94 และคุณลักษณะด้านการมีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.78 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.7

4.3.2 ผลสรุปเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ระหว่าง บรรจุกัญชาเดิมกับ บรรจุกัญชาที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นใหม่ ในผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท ช่อปลูกในภาชนะ

ตารางที่ 4.11 เปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ ระหว่าง บรรจุกัญชาเดิมกับ บรรจุกัญชาที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นใหม่ ผลิตภัณฑ์ประเภท ช่อปลูกในภาชนะ

คุณลักษณะของ บรรจุกัญชาด้านต่างๆ	ความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุกัญชา						t	Sig.
	รูปแบบเดิม			รูปแบบใหม่				
	— X	SD	ระดับความ พึงพอใจ	— X	SD	ระดับความ พึงพอใจ		
ด้านการใช้งาน								
ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ	2.97	.52	ปานกลาง	3.83	.63	มาก	-12.05	.000
ความสะดวกง่ายต่อการใช้งาน	3.06	.52	ปานกลาง	3.33	.57	ปานกลาง	-3.99	.000
เหมาะสมของฝาอกของที่ระลึก	3.08	.41	ปานกลาง	3.76	.77	มาก	-8.40	.000
การจำหน่ายเหมาะสมกับชั้นวางสินค้า	3.23	.66	ปานกลาง	3.89	.79	มาก	-6.87	.000
สะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน	4.73	.56	มากที่สุด	3.84	.55	มาก	13.59	.000
รวม ด้านการใช้งาน	3.41	.53	ปานกลาง	3.73	.66	มาก	-3.54	.000
ด้านการตลาด								
บรรจุกัญชาที่มีความสวยงามโดดเด่น	2.05	.63	น้อย	4.40	.49	มากที่สุด	-31.20	.000
แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน	1.23	.42	น้อยที่สุด	4.18	.59	มาก	-49.03	.000
เอกลักษณ์เฉพาะมูลนิธิโครงการหลวง	1.26	.44	น้อยที่สุด	3.87	.59	มาก	-38.78	.000
มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	1.27	.44	น้อยที่สุด	2.87	.63	ปานกลาง	-23.75	.000
รวม ด้านการตลาด	1.45	.48	น้อยที่สุด	3.83	.58	มาก	-35.69	.000
รวม	2.54	.51	ปานกลาง	3.77	.62	มาก	-19.62	.000

จากตารางที่ 4.11 แสดงผลการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ พบว่า ผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจในภาพรวมของบรรจุกัญชาที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สูงกว่าบรรจุกัญชา รูปแบบเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยรูปแบบใหม่ค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 3.77 และรูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ยที่ 2.54 แบ่งออกตามข้อพิจารณาดังนี้

1. ด้านการใช้งาน

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น ในด้านการใช้งาน พบว่าผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจในภาพรวมของบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สูงกว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นคุณลักษณะด้านความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน ที่รูปแบบเดิมมีความพึงพอใจสูงกว่ารูปแบบใหม่ โดยแบ่งตามข้อพิจารณาคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

คุณลักษณะด้านการป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แดงหัก หรือเสียหาย รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.83 รูปแบบเดิมมีค่าเฉลี่ย 2.97 คุณลักษณะด้านความสะดวกง่ายต่อการใช้งาน รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.33 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.06 คุณลักษณะด้านเหมาะสมสำหรับเป็นของฝาก ของที่ระลึกรูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.76 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.08 คุณลักษณะด้านการจัดจำหน่ายแสดงสินค้า เหมาะสมกับชั้นวางสินค้ารูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.89 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.23 และคุณลักษณะด้านความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายในรูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.84 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.73

2. ด้านการตลาด

การเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น ในด้านการตลาด พบว่าผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจของบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สูงกว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยแบ่งตามข้อพิจารณาคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

คุณลักษณะด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.40 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.05 คุณลักษณะด้านการแสดงข้อมูล และรายละเอียดของสินค้าได้ครบถ้วนรูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 4.18 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.23 คุณลักษณะด้านความมีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้ามูลนิธิโครงการหลวง รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 3.87 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.26 และคุณลักษณะด้านการมีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รูปแบบใหม่มีค่าคะแนนเฉลี่ย 2.87 รูปแบบเดิมมีค่าคะแนนเฉลี่ย 1.27

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษาและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง มีวัตถุประสงค์ของการศึกษาดังนี้

1. เพื่อศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์
2. เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง
3. เพื่อเปรียบเทียบความคิดเห็นของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมา

5.2 แหล่งที่มาของข้อมูล

กำหนดแหล่งที่มาของข้อมูล โดยแบ่งตามขั้นตอนการศึกษาดังนี้

1. ขั้นตอนการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์
 - เจ้าหน้าที่ภายในโครงการผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง จำนวน 5 คน
 - ผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่เข้าเยี่ยมชม และซื้อสินค้าของมูลนิธิโครงการหลวง จำนวน 120 คน
2. ขั้นตอนพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้งมูลนิธิโครงการหลวง
 - ผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง จำนวน 7 คน
3. ขั้นตอนเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนา
 - ผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่เข้าเยี่ยมชม และซื้อสินค้าของมูลนิธิโครงการหลวง จำนวน 120 คน

5.3 เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่งมูลนิธิโครงการหลวง แบ่งตามขั้นตอนของการศึกษาวิจัยดังนี้

1. ขั้นตอนการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์

- **แบบสัมภาษณ์** เพื่อใช้สำหรับศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง ซึ่งเป็นแบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิดเกี่ยวกับขั้นตอนในการผลิต การบรรจุหีบห่อ การจัดจำหน่าย ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ และคุณสมบัติต่างๆของผลิตภัณฑ์

- **แบบสอบถาม** เพื่อใช้สำหรับสอบถามความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามเป็นคำถามแบบตรวจสอบ (Check List)

ตอนที่ 2 ความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง เป็นคำถามแบบตรวจสอบ (Check List) และคำถามที่เลือกตอบได้หลายคำตอบ (Multiple Responses)

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-end items)

2. ขั้นตอนพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง

- **แบบสอบถาม** เป็นแบบสอบถามประกอบชิ้นงานค้นแบบ เพื่อใช้สอบถามความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ประเภทบุหงา และ ประเภทช่อปู้เก๋ในภาชนะ โดยทำการสอบถามความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ทั้ง 2 ประเภท ซึ่งแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับ ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ประเภทบุหงา และ ประเภทช่อปู้เก๋ในภาชนะ ประเภทละ 3 แนวทางในคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์ สอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็น ในภาพรวมของผลงานผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ประเภทบุหงา และประเภทช่อปู้เก๋ในภาชนะ ประเภทละ 3 แนวทาง เพื่อใช้ตัดสินผลงานออกแบบทั้ง 2 ประเภทให้เหลือเพียงประเภทละ 1 แนวทาง เป็นลักษณะคำถามแบบเรียงลำดับ และข้อเสนอแนะเพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงเพิ่มเติม ด้วยคำถามแบบปลายเปิด (Open-end items)

3. ขั้นตอนเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนา

- **แบบสอบถาม** เป็นแบบสอบถามประกอบชิ้นงานต้นแบบเพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ระหว่าง บรรจุภัณฑ์เดิมเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนา โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามแบบตรวจสอบ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับ ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ที่พัฒนาขึ้นใหม่ กับรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม ในคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์ สอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า

5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ขออนุญาตจากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้สนใจผลิตภัณฑ์ ภายในร้านมูลนิธิโครงการหลวง และขออนุญาตสำหรับเชิญผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง เพื่อเก็บข้อมูลในผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทั้งในส่วนของการสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยเป็นผู้เก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดด้วยตนเอง

5.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ขั้นตอนการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์

- นำข้อมูลจากที่ได้จากแบบสัมภาษณ์มาสรุปตามประเด็นต่างๆ เกี่ยวกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ในส่วนของขั้นตอนในการผลิต การบรรจุหีบห่อ การจัดจำหน่าย ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ และคุณสมบัติต่างๆของผลิตภัณฑ์ มาสรุปและแปลผลโดยการบรรยาย

- นำข้อมูลจากการสอบถามความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง นำมาวิเคราะห์หาร้อยละ และค่าเฉลี่ย แล้วนำมาแปลผลโดยการบรรยาย

2. ขั้นตอนพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง

- นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจของผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง เกี่ยวกับผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภท บูหงา และช่อปู้เก๋ในภาชนะ มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแปลผลโดยการบรรยาย

3. ขั้นตอนเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนา

- นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ระหว่าง บรรจุภัณฑ์เดิมเปรียบเทียบกับบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นมาใหม่ มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย อธิบายเปรียบเทียบด้วยค่าสถิติ t-test Dependen Sample และแปลผลโดยการบรรยาย

5.6 ผลการวิจัย

1. ขั้นตอนการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์

ผลการศึกษารูปแบบแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ตรงตามความต้องการกลุ่มผู้สนใจผลิตภัณฑ์ มีความต้องการรูปแบบแนวทางในการออกแบบ 3 แนวทางคือ แนวทางรูปแบบประยุกต์ ร่วมสมัย แนวทางรูปแบบเรียบง่าย ทันสมัย และแนวทางรูปแบบพื้นบ้านดั้งเดิม ในส่วนกลุ่มสีของบรรจุภัณฑ์ ที่ผู้สนใจต้องการ คือ กลุ่มสีธรรมชาติ กลุ่มสีคลาสสิก กลุ่มสีเย็น และในส่วนของภาพประกอบ หรือลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ที่ผู้สนใจต้องการ ได้แก่ ลวดลายดอกไม้ พรรณไม้ต่าง ๆ ลวดลายหัตถกรรม และ ลวดลายกราฟิก เรียบง่าย

2. ขั้นตอนพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ผลการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลนิธิโครงการหลวง ประเภทบูหงา และประเภทช่อปู้เก๋ในภาชนะ จากการประเมินผลงานออกแบบโดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง เพื่อนำไปสอบถามความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนต่อไป ดังนี้



ภาพที่ 5.1 ผลงานบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภทบุหงา

2.1 บรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภทบุหงา ได้รูปแบบแนวทางในการออกแบบแบบพื้นบ้านดั้งเดิม กลุ่มสีที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์เป็นกลุ่มสีโทนธรรมชาติ และลวดลายที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์เป็นลวดลายหัตถกรรมเครื่องจักสาน



ภาพที่ 5.2 ผลงานบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภทช่อปุ๊กในภาชนะ

2.2 บรรจุกิจกรรมต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภทช่อปูกี้ในภาษาชะ ได้รูปแบบแนวทางในการออกแบบ แบบประยุกต์ร่วมสมัย กลุ่มสีที่ใช้บนบรรจุกิจกรรมเป็นกลุ่มสีโทนเย็น และลวดลายที่ใช้บนบรรจุกิจกรรมเป็นลวดลายดอกไม้ พรรณไม้ต่างๆ

3. ขั้นตอนเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุกิจกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลินธิโครงการหลวง ระหว่างรูปแบบบรรจุกิจกรรมเดิมกับรูปแบบบรรจุกิจกรรมที่ผู้วิจัยได้พัฒนา

3.1 ผลการเปรียบเทียบบรรจุกิจกรรม ประเภทบุหงา ด้วยค่าสถิติ t-test Dependent Sample พบว่าผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจรูปแบบบรรจุกิจกรรมที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สูงกว่าบรรจุกิจกรรมเดิม ทั้งในด้านการใช้งาน และด้านการตลาด อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.2 ผลการเปรียบเทียบบรรจุกิจกรรม ประเภทช่อปูกี้ในภาษาชะ ด้วยค่าสถิติ t-test Dependent Sample พบว่าผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจรูปแบบบรรจุกิจกรรมที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้น สูงกว่าบรรจุกิจกรรมเดิม ทั้งในด้านการใช้งาน และด้านการตลาด อย่างนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ยกเว้นคุณลักษณะในด้านการพิจารณาสินค้าภายใน ที่ผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจต่ำกว่ารูปแบบบรรจุกิจกรรมเดิม

5.7 อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้นำมาอภิปรายโดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอนดังนี้

1. ขั้นตอนการศึกษารูปแบบบรรจุกิจกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มุลินธิโครงการหลวง “คอยคำ” ตรงความต้องการของผู้สนใจผลิตภัณฑ์
 - ผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความต้องการพัฒนารูปแบบบรรจุกิจกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มากที่สุดใน 3 คุณลักษณะคือ พัฒนาเรื่องรูปแบบของบรรจุกิจกรรมให้มีความสวยงาม โดดเด่น น่าสนใจ พัฒนาเรื่องบรรจุกิจกรรมสามารถมอบสำหรับเป็นของขวัญ ของฝาก ของที่ระลึกได้โดยไม่ต้องนำมาห่อหุ้ม และพัฒนาในเรื่องความมีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับเป็นสินค้าของมุลินธิโครงการหลวง ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ ดำรงค์ศักดิ์ ชัยสนธิ (2537 : 42-45) ซึ่งกล่าวไว้ว่าการวิเคราะห์สถานการณ์พบว่าบริษัทควรขยายตลาดไปสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ ทำให้เราทราบความต้องการว่าควรเปลี่ยนหรือใช้กลยุทธ์การบรรจุกิจกรรมซึ่งต้องมีคุณสมบัติพิเศษที่แตกต่างจากคู่แข่งขั้นเพื่อมุ่งไปสู่กลุ่มเป้าหมายใหม่ที่สามารถดึงดูดความสนใจของกลุ่มเป้าหมายใหม่ให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้

2. ขั้นตอนพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่งมูลนิธิโครงการหลวง จากการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง พบว่า องค์ประกอบหลักที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์คือ องค์ประกอบด้านการใช้งาน และองค์ประกอบด้านการตลาด ซึ่งทั้ง 2 องค์ประกอบหลักนี้ ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์ได้ทำหน้าที่ของตนได้อย่างสมบูรณ์มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าวของ นฤมล ทองเจริญชัยกิจ (2543) [Online] ในขั้นตอนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การออกแบบถือเป็นขั้นตอนที่สำคัญอย่างยิ่ง ไม่ว่าจะ เป็นองค์ประกอบด้านการใช้งาน และองค์ประกอบด้านการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ เพื่อสร้างความดึงดูดใจ ทำให้ผู้บริโภค ตัดสินใจซื้อสินค้า ด้วยการใช้สีสรรต่างๆ ทั้ง สีของบรรจุภัณฑ์ สีของฉลากและการใช้ภาพ ประกอบต่างๆ ซึ่งมีบทบาทอย่างมากต่อการสื่อสาร เรื่องความรู้สึกรักและทัศนคติต่อกลุ่ม เป้าหมาย

3. ขั้นตอนเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนา

จากการเปรียบเทียบความพึงพอใจของผู้สนใจผลิตภัณฑ์ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ประเภทหูหิ้ว และประเภทช่อปลูกในภาชนะ ระหว่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นตามข้อพิจารณาด้านการใช้งาน และในด้านการตลาด โดยแบ่งข้อพิจารณา ออกเป็น 9 คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

- คุณลักษณะด้านป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แดกหัก หรือเสียหาย
- คุณลักษณะด้านความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน
- คุณลักษณะด้านเหมาะสำหรับมอบเป็นของขวัญ ของที่ระลึก
- คุณลักษณะด้านการวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า
- คุณลักษณะด้านความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน
- คุณลักษณะด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น
- คุณลักษณะด้านแสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน
- คุณลักษณะด้านมีเอกลักษณ์ เหมาะสำหรับสินค้าจาก มูลนิธิโครงการหลวง
- คุณลักษณะด้านมีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

พบว่าผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจคุณลักษณะด้านต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นในภาพรวมสูงกว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมที่ระดับนัยสำคัญ .05 ซึ่งสอดคล้องกับคำกล่าว ของ คำรงค์คีร์ ชัยสนธิ (2537 : 45-49) ซึ่งกล่าวไว้ว่า ข้อพิจารณาในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความสอดคล้องและเป็นแนวทางเดียวกันในการพิจารณางานออกแบบก็จะพิจารณา และ

วิเคราะห์เพื่อให้บรรจุกฎเกณฑ์ได้ทำหน้าที่ของตนอย่างสมบูรณ์ โดยแยกการพิจารณาออกเป็น 2 ส่วน คือ พิจารณาในด้านการใช้งาน และพิจารณาในด้านการตลาด

เมื่อพิจารณาผลเปรียบเทียบบรรจุกฎเกณฑ์ ประเภทหูหงา พบว่าผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจในภาพรวมของบรรจุกฎเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นสูงกว่ารูปแบบบรรจุกฎเกณฑ์เดิมที่ระดับนัยสำคัญ .05 จะเห็นได้ว่าคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุกฎเกณฑ์เป็นองค์ประกอบสำคัญทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ อีกทั้งมีผลทางด้านการตัดสินใจในการเลือกซื้อสินค้า เมื่อพิจารณารูปแบบบรรจุกฎเกณฑ์เดิมนั้นยังไม่ได้ทำหน้าที่ของตนได้อย่างครบถ้วน ทั้งด้านการใช้งาน และด้านการตลาด เป็นแค่เพียงการทำหน้าที่ในด้านการปกป้องสินค้าเป็นหลัก เมื่อเทียบกับบรรจุกฎเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นได้ให้ความสำคัญในการออกแบบทั้งด้านการใช้งาน และด้านการตลาดในทุกคุณลักษณะ ส่งผลให้บรรจุกฎเกณฑ์มีความน่าสนใจ ทั้งในแง่สำหรับมอบเป็นของฝาก ของที่ระลึก ความมีเอกลักษณ์เฉพาะ การปกป้องสินค้า แสดงข้อมูลของสินค้า การจัดจำหน่าย การใช้งาน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการพิจารณาสินค้าภายใน

สำหรับผลเปรียบเทียบบรรจุกฎเกณฑ์ ประเภทช่อปูก่ในภาชนะ พบว่าผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจในภาพรวมของรูปแบบบรรจุกฎเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นสูงกว่ารูปแบบบรรจุกฎเกณฑ์เดิมที่ระดับนัยสำคัญ .05 โดยแบ่งออกตามข้อพิจารณาคูณลักษณะของบรรจุกฎเกณฑ์ พบว่ามีเพียง 1 ใน 9 คุณลักษณะของบรรจุกฎเกณฑ์ คือคุณลักษณะด้านความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายในที่รูปแบบบรรจุกฎเกณฑ์เดิมมีความพึงพอใจสูงกว่ารูปแบบบรรจุกฎเกณฑ์ใหม่เนื่องจาก บรรจุกฎเกณฑ์เดิมได้เน้นการปกป้องสินค้าเป็นหลัก โดยเลือกนำเอาบรรจุกฎเกณฑ์กล่องพลาสติกใสนำมาบรรจุสินค้า ซึ่งมีผลดีในแง่การบรรจุสินค้า การปกป้องสินค้า การพิจารณาสินค้าภายใน แต่ส่งผลให้บรรจุกฎเกณฑ์ไม่สามารถทำหน้าที่ได้อย่างครบถ้วนทั้งด้านการใช้งาน และด้านการตลาด แต่ในขณะเดียวกัน บรรจุกฎเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นได้ให้ความสำคัญในทุกคุณลักษณะของบรรจุกฎเกณฑ์ ทั้งในด้านความสวยงาม เหมาะสำหรับมอบเป็นของฝาก ของที่ระลึก ความมีเอกลักษณ์เฉพาะ การปกป้องสินค้า แสดงข้อมูลของสินค้า การจัดจำหน่าย การใช้งาน เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ตลอดจนการพิจารณาสินค้าภายใน ส่งผลให้ผู้สนใจผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจรูปแบบบรรจุกฎเกณฑ์ที่ผู้วิจัยได้พัฒนาขึ้นสูงกว่ารูปแบบบรรจุกฎเกณฑ์เดิม

5.8 ข้อเสนอแนะ

5.8.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้

จากการศึกษาพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ครั้งนี้ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ดังนี้

1. เพื่อนำผลการวิจัยใช้เป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง สำหรับโครงการผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง
2. เพื่อนำผลการวิจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ไปประยุกต์ใช้สำหรับออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ ได้

5.8.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

1. ควรศึกษาถึงบทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ทั้งในด้านการใช้งานและด้านการตลาดที่สามารถปรับเปลี่ยน ตามความต้องการของผู้บริโภค และกระแสนิยม ตามยุคสมัย
2. ควรมีการศึกษาถึงรูปแบบการจัดจำหน่ายแบบรวมหน่วย เพื่อเพิ่มปริมาณการขาย เช่น ออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้ารวมหน่วย
3. ควรมีการศึกษาความต้องการของผู้บริโภคสินค้าอื่นๆ ที่มีลักษณะทั้งใกล้เคียง และแตกต่างกัน เพื่อเพิ่มทางเลือกให้กับผู้บริโภคและเป็นแนวทางให้ผู้วิจัยต่อไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ กรมการศึกษานอกโรงเรียน. 2542. **สร้างสรรค์งานดอกไม้อัดแห้ง**.
กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- เกษตรศาสตร์นำไทย. 2545. **งานวิจัยส่งเสริมไม้ประดับแห้ง ของโครงการหลวง**. [Online].
Available : www.ku-numthai.rdi.ku.ac.th/index2545.htm
- เกษตรศาสตร์นำไทย. 2544. **ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง**. [Online]. Available : www.ku-numthai.rdi.ku.ac.th/index2544.htm
- กลุ่มงานเลขาธิการเกษตร. 2542. **ผลิตภัณฑ์แม่บ้านเกษตรกร**. กรุงเทพฯ : กรมส่งเสริมการเกษตร.
ละนิง จันทร์ศิริ. 2540. **หลักการจัดดอกไม้**. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรินติ้งเฮ้าส์.
- จุฑาทิพย์ ชนินทร์อาร์กย์. 2540. “การใช้บรรจุภัณฑ์อาหารในหมู่ราชการสตรีสังกัดกระทรวง
สาธารณสุขในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่.” วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การจัดการมนุษย์กับสิ่งแวดล้อม บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- ดำรงศักดิ์ ชัยสนิท. 2537. **การบรรจุภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : วังอักษร.
- ชูศรี บุญญาสัย. 2530. **บุหงาของข้าวสวย**. กรุงเทพฯ : ไทยวัฒนาพานิช.
- ทรงเกียรติ สังฆมณี. 2538. **พฤติกรรมกรซื้อผลิตภัณฑ์ตราดอยคำของโครงการหลวง ในเขตเทศบาลนครเชียงใหม่**. [Online]. Available : www.thesis.tiac.or.th/
- ธนารักษ์ จันท์ประสิทธิ์. 2543. “อิทธิพลของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์.” **ข่าวสารบรรจุภัณฑ์ไทย**.
10(38) : 8-9
- บริษัท แพคเมทส์ จำกัด. 2528. **PACKAGING INFORMATION SOURCES IN THAILAND 1985**. กรุงเทพฯ : แพคเมทส์.
- ประชิด ทิณบุตร. 2530. **การออกแบบกราฟฟิค**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- ประชิด ทิณบุตร. 2531. **การออกแบบบรรจุภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : โอ.เอส.พรินติ้งเฮ้าส์.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. **บรรจุภัณฑ์อาหาร**. กรุงเทพฯ : แพคเมทส์
- นฤมล ทองเจริญชัยกิจ. 2543. **กลยุทธ์การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดของ
ขนมขบเคี้ยว**. [Online]. Available : www.thesis.tiac.or.th/
- มูลนิธิวิจัยเทคโนโลยีสารสนเทศ. 2545. **โครงการหลวง**. [Online]. Available :
www.kanchannapisek.or.th/kp/12.
- วรพงษ์ วรชาติอุดมพงษ์. 2540. **ออกแบบกราฟฟิค**. กรุงเทพฯ : โสภณการพิมพ์.
- วิลาวัลย์ พิมพ์สิน. 2533. **การจัดดอกไม้**. กรุงเทพฯ : โชคชัยการพิมพ์.

- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. 2538. พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ : พัฒนาการศึกษาศรีพร สมบูรณ์บุรณะ. 2538. วัฒนธรรมการบริโภค แนวคิดและการวิเคราะห์. กรุงเทพฯ : ศูนย์วิจัยและพัฒนาคำรามมหาวิทยาลัยเกริก.
- สุทธิพันธุ์ บงสุนันท์. 2537. การวิเคราะห์การผลิตและการตลาดผลไม้แปรรูปของไทย. กรุงเทพฯ : คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- สำนักงานมูลนิธิโครงการหลวง. 2542. มูลนิธิโครงการหลวง. กรุงเทพฯ : อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง .
- อรอนงค์ โนมิตพิพัฒน์. 2541. การใช้คอมพิวเตอร์กราฟิกในการสร้างงานโฆษณาสื่อสิ่งพิมพ์. [Online]. Available : www.thesis.tiac.or.th/
- อร่าม คุ้มทรัพย์. 2542. ไม้ประดับเชิงธุรกิจ. กรุงเทพฯ : อักษรไทย.

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ตัวอย่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ภาคผนวก ข เขียนแบบเพื่อการผลิต

ภาคผนวก ก

แบบสัมภาษณ์ สำหรับเจ้าหน้าที่ภายใน มูลนิธิโครงการหลวง

แบบสอบถามความต้องการผู้สนใจผลิตภัณฑ์ มูลนิธิโครงการหลวง

แบบสอบถาม สำหรับผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง

ฉบับ ผลิตภัณฑ์ประเภท บุษหงา

แบบสอบถาม สำหรับผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง

ฉบับ ผลิตภัณฑ์ประเภท ซอปลู่ไก่ในภาชนะ

และ

แบบสอบถามความพึงพอใจ สำหรับผู้สนใจผลิตภัณฑ์

แบบสัมภาษณ์ สำหรับเจ้าหน้าที่ภายใน มูลนิธิโครงการหลวง
เรื่อง การศึกษาและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง
มูลนิธิโครงการหลวง

ผู้สัมภาษณ์ นายอดิศักดิ์ ไถจะโปะ

นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

วัน / เดือน / ปี ที่สัมภาษณ์.....

ผู้ให้สัมภาษณ์

หัวข้อในการสัมภาษณ์ ข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง
มูลนิธิโครงการหลวง

1. จุดแข็ง / ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง

.....

2. ขั้นตอนการผลิต และการบรรจุสินค้า

.....

3. แนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง

.....

4. การกระจายสินค้า / สถานที่การจัดจำหน่าย

.....

5. การจัดวางสินค้า ณ จุดขาย

.....

6. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง
 มูลนิธิโครงการหลวง อย่างไรบ้าง

.....

แบบสอบถามความต้องการผู้สนใจผลิตภัณฑ์ มุลนิธิโครงการหลวง

เรื่อง การศึกษาและพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็น มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความต้องการของผู้สนใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

1.1 เพศ

[] ชาย

[] หญิง

1.2 อายุ

[] น้อยกว่า 25 ปี

[] 25 – 34 ปี

[] 35 – 44 ปี

[] 45 – 54 ปี

[] มากกว่า 55 ปี

1.3 อาชีพ

[] นักเรียน / นักศึกษา

[] รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ

[] ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท

[] ธุรกิจส่วนตัว

[] อื่น ๆ โปรดระบุ.....

1.4 รายได้ / เดือน

[] ต่ำกว่า 10,000 บาท

[] 10,000 – 20,000 บาท

[] 20,001 – 30,000 บาท

[] มากกว่า 30,001 บาท

1.5 ระดับวุฒิการศึกษา

[] ม. 6 หรือ ต่ำกว่า

[] อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า

[] ปริญญาตรี

[] ปริญญาตรีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง เลือกคำตอบโดยการทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความคิดเห็นของท่าน ที่เกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง

2.1 ท่านต้องการให้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง ที่มีการจำหน่ายในปัจจุบัน ในด้านใดบ้างดังต่อไปนี้ (เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

- ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แตกหัก หรือเสียหาย
- ความสะดวกต่อการใช้งาน
- เหมาะสำหรับมอบเป็นของขวัญ ของที่ระลึก
- การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า
- มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน
- รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น
- แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน
- มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้ามูลนิธิโครงการหลวง
- มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

อื่นๆโปรดระบุ.....

2.2 ท่านคิดว่าแนวทาง รูปแบบบรรจุภัณฑ์ใดต่อไปนี้มีความน่าสนใจมากที่สุด สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง

- รูปแบบเรียบง่าย ทันสมัย
- รูปแบบประยุกต์ร่วมสมัย
- รูปแบบพื้นบ้าน ดั้งเดิม
- รูปแบบหรูหรา
- รูปแบบแปลกใหม่ แตกต่าง ไม่เหมือนใคร

อื่นๆโปรดระบุ.....

2.3 ท่านคิดว่าการใช้กลุ่มสีโทนใด ต่อไปนี้มีความน่าสนใจมากที่สุด สำหรับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง

- สีโทนร้อน
- สีโทนเย็น
- สีโทนสดใส
- สีโทนหวาน อ่อนนุ่ม
- สีโทนคลาสสิก
- สีโทนธรรมชาติ

อื่นๆโปรดระบุ.....

2.4 ท่านคิดว่าลวดลายลักษณะใดต่อไปนี้มีควมน่าสนใจมากที่สุด สำหรับใช้เป็นภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง

- ลวดลายดอกไม้ พรรณไม้ต่างๆ
- ลวดลายทัศนียภาพ สถานที่ท่องเที่ยวภาคเหนือ
- ลวดลายวิถีการดำเนินชีวิต ชาวเขา
- ลวดลายภาพวาดจิตรกรรม
- ลวดลายหัตถกรรม เช่น ผ้าทอมือ เครื่องจักสาน
- ลวดลายกราฟิก เรียบง่าย
- ลวดลายไทย เช่น ลายกนก
- อื่นๆ โปรดระบุ.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ท่านมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง อย่างไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ณ โอกาสนี้ด้วย
ที่มีส่วนพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง

แบบสอบถาม สำหรับผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง

เรื่อง การศึกษาและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง

มูลนิธิโครงการหลวง

นายอดิศักดิ์ ไถจะโปะ

นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

- ตอนที่ 1** แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับ ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บูหงา ในคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์
- คำชี้แจง** พิจารณาภาพประกอบหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่พัฒนาขึ้น แล้วทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง ตามความคิดเห็นของท่านในประเด็นต่างๆ

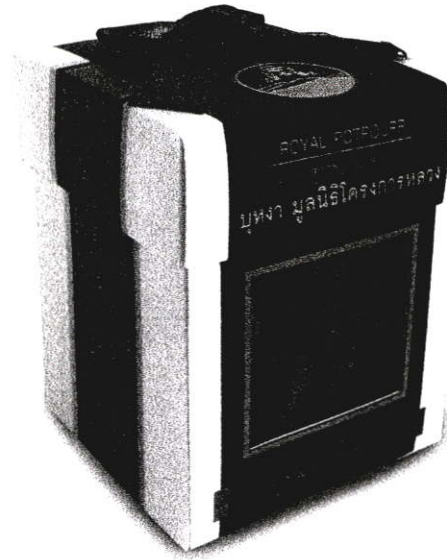
- | | |
|---|------------------------------------|
| 5 | หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก |
| 3 | หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง |
| 2 | หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย |
| 1 | หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด |



ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ : แนวทางที่ 1

ข้อพิจารณาความเหมาะสมในคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจในแนวทางที่ 1				
	5	4	3	2	1
1. ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แตกหัก หรือเสียหาย					
2. ความสะดวกง่ายต่อการใช้งาน					
3. เหมาะสำหรับมอบเป็นของขวัญ ของที่ระลึก					
4. การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า					
5. มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน					
6. รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น					
7. แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน					
8. มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้าจาก มูลนิธิโครงการหลวง					
9. มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					

ข้อเสนอแนะ.....



ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ : แนวทางที่ 2

ข้อพิจารณาความเหมาะสมในคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจในแนวทางที่ 2				
	5	4	3	2	1
1. ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แตกหัก หรือเสียหาย					
2. ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน					
3. เหมาะสำหรับมอบเป็นของขวัญ ของที่ระลึก					
4. การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า					
5. มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน					
6. รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น					
7. แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน					
8. มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้าจาก มูลนิธิ โครงการหลวง					
9. มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					

ข้อเสนอแนะ.....



ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ : แนวทางที่ 3

ข้อพิจารณาความเหมาะสมในคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจในแนวทางที่ 3				
	5	4	3	2	1
1. ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แตกหัก หรือเสียหาย					
2. ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน					
3. เหมาะสำหรับมอบเป็นของขวัญ ของที่ระลึก					
4. การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า					
5. มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน					
6. รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น					
7. แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน					
8. มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสมสำหรับสินค้าจาก มูลนิธิโครงการหลวง					
9. มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					

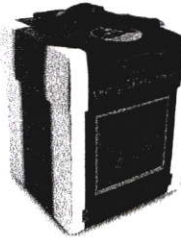
ข้อเสนอแนะ.....

ตอนที่ 2 แบบสอบถาม ภาพรวมของผลงานผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บูหงา ทั้ง 3 แนวทาง และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

2.1 รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในแนวทางใด ที่ท่านคิดว่าจะมีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตเพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวงมากที่สุด
(จัดเรียงลำดับหมายเลข 1, 2 และ 3 ลงในช่องว่าง โดยให้หมายเลข 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด)



[.....]
แนวทางที่ 1



[.....]
แนวทางที่ 2



[.....]
แนวทางที่ 3

2.2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง ประเภท บูหงา

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ณ โอกาสนี้ด้วย
ที่มีส่วนพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง

แบบสอบถาม สำหรับผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุกณ์ท์และผลิตภัณ์ท์ไม้ประดับแห่ง

เรื่อง การศึกษาและพัฒนาารูปแบบบรรจุกณ์ท์สำหรับผลิตภัณ์ท์ไม้ประดับแห่ง

มูลนิธิโครงการหลวง

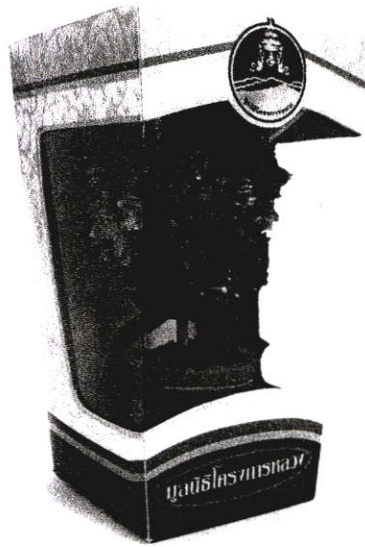
นายอดิศักดิ์ ไถจะโปะ

นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณ์ท์อุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

- ตอนที่ 1** แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับ ผลงานการออกแบบบรรจุกณ์ท์สำหรับผลิตภัณ์ท์ไม้ประดับแห่ง
ประเภท ซ่อปุ้เก้ในภาชนะ ในคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุกณ์ท์
- คำชี้แจง** พิจารณาภาพประกอบหุ่นจำลองบรรจุกณ์ท์รูปแบบที่พัฒนาขึ้น แล้วทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่าง
ตามความคิดเห็นของท่านในประเด็นต่างๆ

- | | |
|---|------------------------------------|
| 5 | หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด |
| 4 | หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก |
| 3 | หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง |
| 2 | หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย |
| 1 | หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด |



ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ : แนวทางที่ 1

ข้อพิจารณาความเหมาะสมในคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจในแนวทางที่ 1				
	5	4	3	2	1
1. ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แตกหัก หรือเสียหาย					
2. ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน					
3. เหมาะสำหรับมอบเป็นของฝาก ของที่ระลึก					
4. การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า					
5. มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน					
6. รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น					
7. แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน					
8. มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้าจาก มูลนิธิโครงการหลวง					
9. มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					

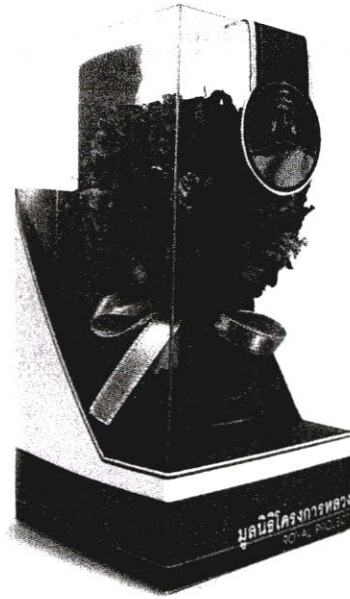
ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

.....

.....



ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ : แนวทางที่ 2

ข้อพิจารณาความเหมาะสมในคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจในแนวทางที่ 2				
	5	4	3	2	1
1. ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แตกหัก หรือเสียหาย					
2. ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน					
3. เหมาะสำหรับมอบเป็นของขวัญ ของที่ระลึก					
4. การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า					
5. มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน					
6. รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น					
7. แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน					
8. มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้าจาก มูลนิธิ โครงการหลวง					
9. มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					

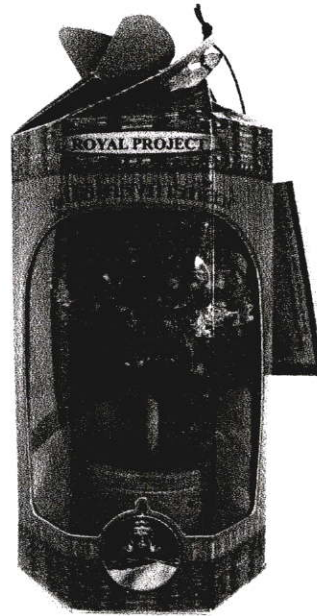
ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

.....

.....



ผลงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ : แนวทางที่ 3

ข้อพิจารณาความเหมาะสมในคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจในแนวทางที่ 3				
	5	4	3	2	1
1. ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แตกหัก หรือเสียหาย					
2. ความสะดวกง่ายต่อการใช้งาน					
3. เหมาะสำหรับมอบเป็นของขวัญ ของที่ระลึก					
4. การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า					
5. มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน					
6. รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น					
7. แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน					
8. มีเอกลักษณ์เฉพาะเหมาะสำหรับสินค้าจาก มูลนิธิโครงการหลวง					
9. มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม					

ข้อเสนอแนะ.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 2 แบบสอบถาม ภาพรวมของผลงานผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง
ประเภท ช่อปู่เก๋ในภาชนะ ทั้ง 3 แนวทาง และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

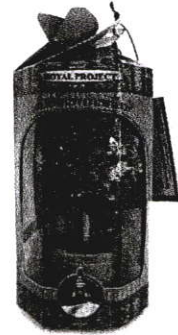
2.1 รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในแนวทางใด ที่ท่านคิดว่าจะมีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตเพื่อ
เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง ประเภท ช่อปู่เก๋ในภาชนะ มุลนิธิโครงการหลวงมากที่สุด
(จัดเรียงลำดับหมายเลข 1, 2 และ 3 ลงในช่องว่าง โดยให้หมายเลข 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด)



[.....]
แนวทางที่ 1



[.....]
แนวทางที่ 2



[.....]
แนวทางที่ 3

2.2 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง
ประเภท ช่อปู่เก๋ในภาชนะ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ณ โอกาสนี้ด้วย
ที่มีส่วนพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง

แบบสอบถามความพึงพอใจ สำหรับผู้สนใจผลิตภัณฑ์

เรื่อง การศึกษาและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง

โดย นายอดิศักดิ์ ไถจะโปะ

นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง

แบบสอบถามฉบับนี้เป็น มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาความต้องการของผู้สนใจเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปใช้ในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห้ง มูลนิธิโครงการหลวง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงในช่อง [] ที่ตรงตามความเป็นจริงของท่าน

1.1 เพศ

[] ชาย

[] หญิง

1.2 อายุ

[] น้อยกว่า 25 ปี

[] 25 – 34 ปี

[] 35 – 44 ปี

[] 45 – 54 ปี

[] มากกว่า 55 ปี

1.3 อาชีพ

[] นักเรียน / นักศึกษา

[] รับราชการ / รัฐวิสาหกิจ

[] ลูกจ้าง / พนักงานบริษัท

[] ธุรกิจส่วนตัว

[] อื่น ๆ โปรดระบุ.....

1.4 รายได้ / เดือน

[] ต่ำกว่า 10,000 บาท

[] 10,000 – 20,000 บาท

[] 20,001 – 30,000 บาท

[] มากกว่า 30,001 บาท

1.5 ระดับวุฒิการศึกษา

[] ม. 6 หรือ ต่ำกว่า

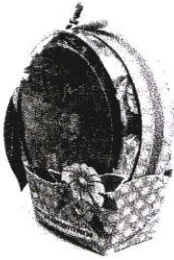

[] อนุปริญญา หรือ เทียบเท่า

[] ปริญญาตรี

[] ปริญญาตรีขึ้นไป

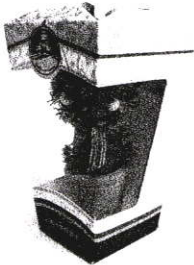
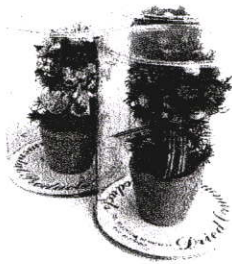
- ตอนที่ 2** แบบสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับ ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง
ประเภทบุหงา ที่พัฒนาขึ้นใหม่ กับรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม ในคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์
- คำชี้แจง** พิจารณาภาพประกอบหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่พัฒนาขึ้นใหม่ กับรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม
แล้วทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในประเด็นต่างๆ

- 5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก
3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย
1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความพึงพอใจ									
	 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่					 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แตกหัก หรือเสียหาย										
2. ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน										
3. เหมาะสำหรับมอบเป็นของขวัญ ของที่ระลึก										
4. การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า										
5. มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน										
6. รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น										
7. แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน										
8. มีเอกลักษณ์ เหมาะสำหรับสินค้าจาก มูลนิธิโครงการหลวง										
9. มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม										

- ตอนที่ 3** แบบสอบถามความพึงพอใจเกี่ยวกับ ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง
ประเภทช่อปู่เก๋ในภาชนะ ที่พัฒนาขึ้นใหม่ กับรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม ในคุณลักษณะด้านต่างๆ
- คำชี้แจง** พิจารณาภาพประกอบหุ่นจำลองบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่พัฒนาขึ้นใหม่ กับรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม
แล้วทำเครื่องหมาย / ลงในช่องว่างตามความคิดเห็นของท่านในประเด็นต่างๆ

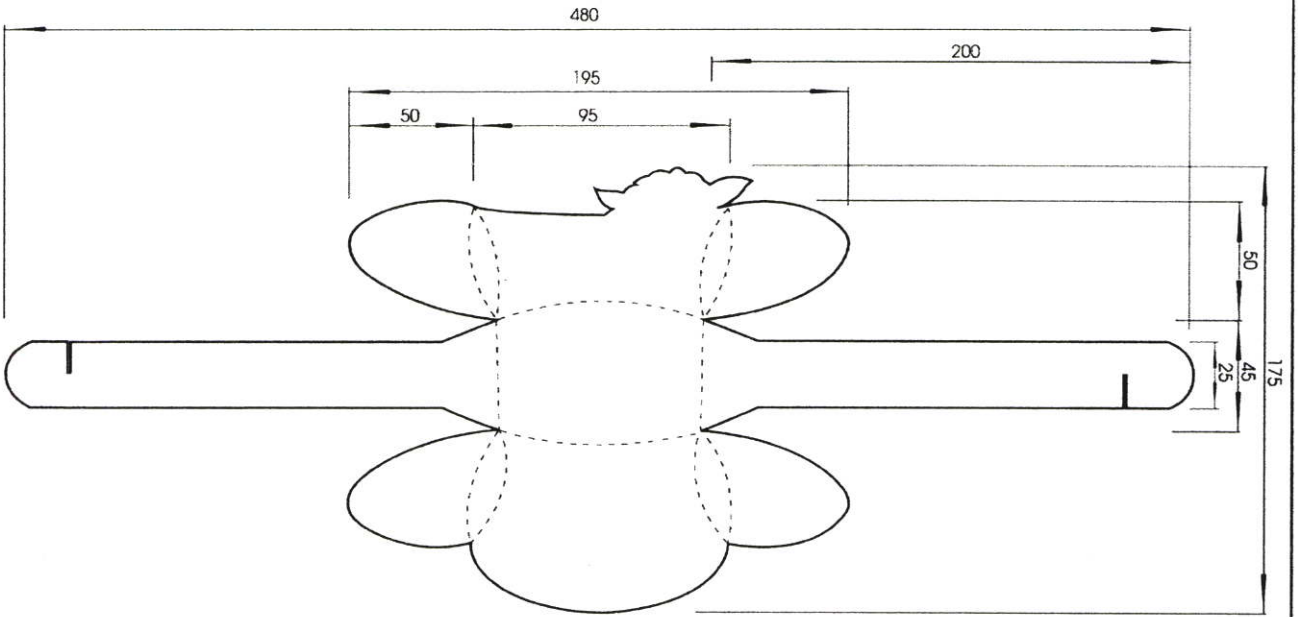
- 5 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมากที่สุด
4 หมายถึง ระดับความพึงพอใจมาก
3 หมายถึง ระดับความพึงพอใจปานกลาง
2 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อย
1 หมายถึง ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความพึงพอใจ									
	 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่					 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมสภาพ แตกหัก หรือเสียหาย										
2. ความสะดวก ง่ายต่อการใช้งาน										
3. เหมาะสำหรับมอบเป็นของขวัญ ของที่ระลึก										
4. การวางจำหน่าย และการนำเสนอ เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า										
5. มีความสะดวกในการพิจารณาสินค้าภายใน										
6. รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม โดดเด่น										
7. แสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน										
8. มีเอกลักษณ์ เหมาะสำหรับสินค้าจาก มูลนิธิ โครงการหลวง										
9. มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม										

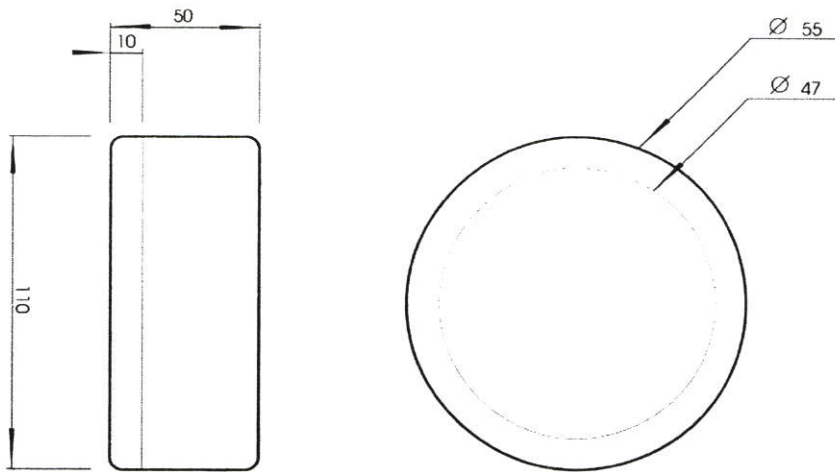
ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี ณ โอกาสนี้ด้วย
ที่มีส่วนพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิ โครงการหลวง “คอยคำ”

ภาคผนวก ข

เขียนแบบเพื่อการผลิต

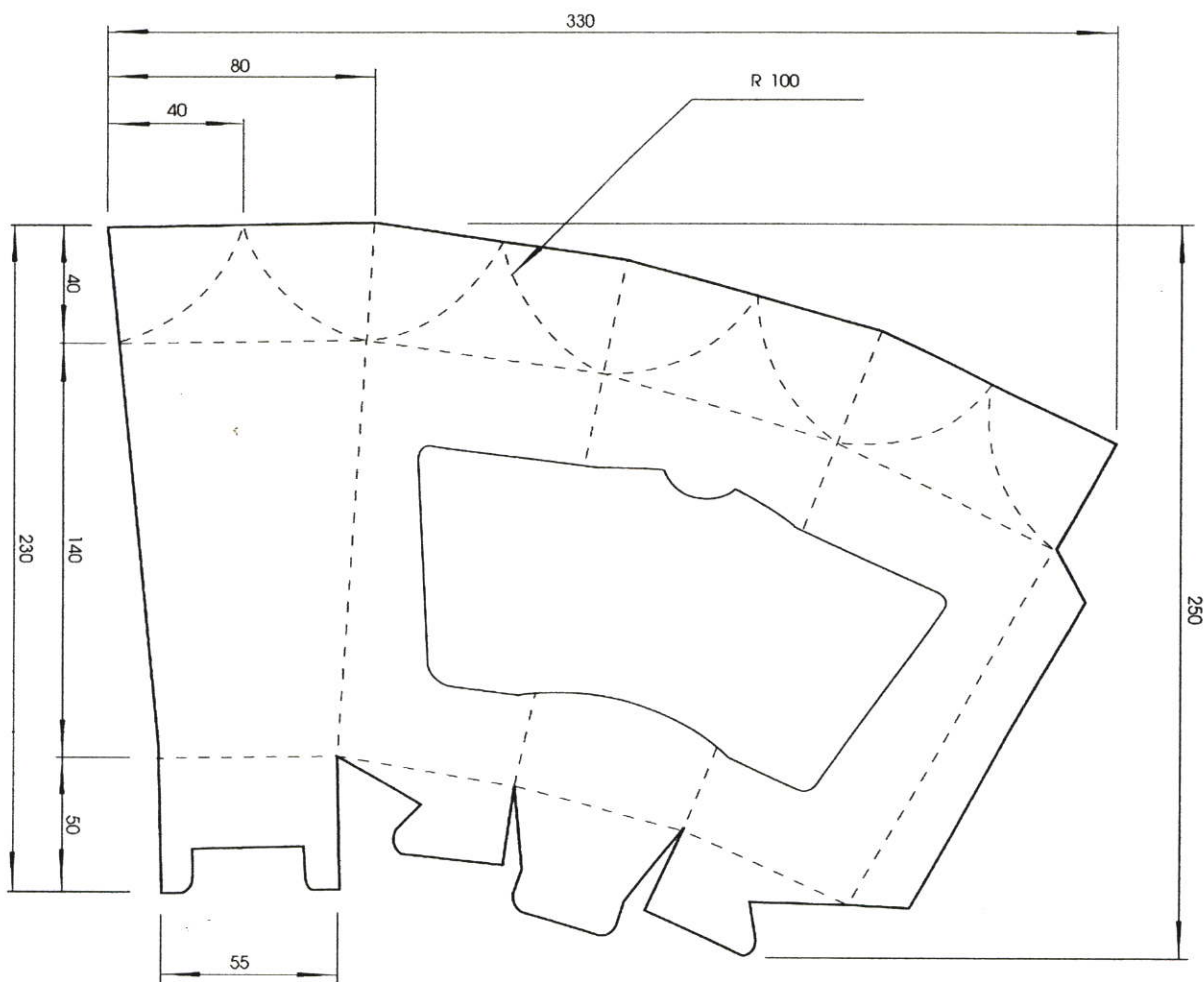


PATTERN 1



PART 2

วัน เดือน ปี	ชื่อ - สกุล	รหัสนักศึกษา	หน่วย
4 ก.พ. 49	นายอดิศักดิ์ ไถจะโปะ	44064818	ม.ม.
การศึกษาและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแห่ง มูลนิธิโครงการหลวง			
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง	อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม รองศาสตราจารย์รณพคุณ นิตามณี	บรรจุภัณฑ์ บุหงา	



PATTERN

วัน เดือน ปี	ชื่อ - สกุล	รหัสนักศึกษา	หน่วย
4 ก.พ. 49	นายอดิศักดิ์ ไถจะโปะ	44064818	ม.ม.
การศึกษาและพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ไม้ประดับแท่ง มูลนิธิโครงการหลวง			
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า เจ้าคุณทหารลาดกระบัง	อาจารย์ผู้ควบคุมวิทยานิพนธ์ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม รองศาสตราจารย์นพคุณ นิตามณี	บรรจุภัณฑ์ ชอปปูเกในภาชนะ	

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นายอดิศักดิ์ ไถจะโปะ
วัน เดือน ปีเกิด	4 กุมภาพันธ์ 2522
สถานที่เกิด	นครราชสีมา
ที่อยู่	505 หมู่ที่1 ตำบลเมืองปัก อำเภอปักธงชัย จังหวัดนครราชสีมา 30150
ประวัติการศึกษา	ปี 2537 สำเร็จการศึกษา ระดับมัธยมศึกษาตอนต้น โรงเรียนอัสสัมชัญ นครราชสีมา ปี 2540 สำเร็จการศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ แผนกออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2542 สำเร็จการศึกษา ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง แผนกออกแบบผลิตภัณฑ์ คณะออกแบบ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคลวิทยาเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ปี 2544 สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมบัณฑิต สาขาศิลปอุตสาหกรรม ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ปี 2549 สำเร็จการศึกษา ระดับปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ผลงาน / เกียรติประวัติ	รางวัลชนะเลิศ THAILAND WEDDING DESIGNER AWARD 2002 รางวัลดีเด่น THAILAND LEATHER DESIGN CONTEST 2004 รางวัลชนะเลิศ THAI SILK YOUNG DESIGNER CONTEST 2004 รางวัลรองชนะเลิศ THAI SILK YOUNG DESIGNER CONTEST 2004