



## รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว  
จังหวัดนครปฐม

Development of Agro Product Packaging for Tourism  
in Nakhon Pathom

โดย ผศ.สุภาวดี พนัสอิพน และคณะ

มีนาคม 2552

## รายงานວິຈัยฉบับສມບູຮົນ

### ການພັດທະນາບຮຈຸກັນທີສິນຄ້າທາງການເກະຊາດເພື່ອການທ່ອງເທິ່ງວ ຈັງຫວັດນຄຣປຸ່ມ

ຄະນະຜູ້ວິຈີຍ

ສັງກັດ

- ຜ.ສ.ສຸກາວົດ ພນັສອຳພນ ມາວິທາລ້າຍເທກໂນໂລຢີຮາຊມຄລຣັຕນໂກສິນທີ
- ນາງຄຣີສຸດາ ລືລາສຸວັດນ ມາວິທາລ້າຍເທກໂນໂລຢີຮາຊມຄລຣັຕນໂກສິນທີ

ຊຸດໂຄຮງກາສ

“ກາຣົວເຄະຫັບຮັບທີ່ເຊື່ອມໂຍງການພັດທະນາຕາສິນຄ້າຂອງຜລິຕກັນທີ່  
ທາງການເກະຊາດກັບການສັງເສົມການທ່ອງເທິ່ງວໃນຈັງຫວັດນຄຣປຸ່ມ”

ສັນບສູນໂດຍສໍານັກງານກອງທຸນສັນບສູນກາຣົວເຄະຫັບຮັບ  
(ຄວາມເຫັນໃນຮາຍງານນີ້ເປັນຂອງຜູ້ວິຈີຍ ສກວ.ໄມ່ຈໍາເປັນຕ້ອງເຫັນດ້ວຍເສມອໄປ)

## กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้ สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของรองศาสตราจารย์สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ อาจารย์มณฑัญช์ ทองใหญ่ และคุณสัญญา พูลทรัพย์ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการให้คำแนะนำการกำหนดกรอบแนวคิดของการทำวิจัยและตรวจสอบเครื่องมือในการเก็บข้อมูล พร้อมทั้งเสนอแนะการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อให้มีความเหมาะสม

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครปฐมทุกท่าน ในความอนุเคราะห์ข้อมูลสินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐม แนะนำผู้ประกอบการผลิตสินค้าชุมชนที่มีคุณภาพมาตรฐานครั้งนี้รับรองเป็นที่ยอมรับของจังหวัด และผู้ประกอบการที่คัดเลือกเข้าร่วมโครงการทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี จนสามารถทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วง

ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ดร.อิสสารีย์ ระหว่างจูณโรจน์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์และอาจารย์มงคล ไชยวงศ์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ด้วยแบบประกอบการทำวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายนี้หวังว่าคุณประโภชน์ได้อ่านพึงเกิดจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอขอบคุณให้เดี๋ยวกันที่เกี่ยวข้องด้วยความเคารพยิ่ง

สุภาวดี พนัสคำพนและคณะ

1 มีนาคม 2552

## บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดที่มีสินค้าทางการเกษตรหลากหลายชนิดที่มีชื่อเสียงติดตลาดและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ได้แก่ หมู ส้มโอ กล้วยไม้ มะพร้าวและผลไม้อื่นๆ เช่น ฝรั่ง ชมพู่ มะม่วง แก้วมังกร เป็นต้น อีกทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายทั้งด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณีและวิถีชีวิตที่หลากหลายของประชากร ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่งตั้งอยู่ไม่ห่างไกลกันมากนัก การเดินทางไปมาสะดวกพร้อมทุกด้าน นักท่องเที่ยวจะสามารถเดินทางไปเยือนและได้รับความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ เช่น วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรวิหาร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระปฐมเจดีย์ พระราชวังสนามจันทร์ พระตำหนักทับขวัญ วัดพระปะโโนเจดีย์ วัดดอนยายหอม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีตลาดน้ำอีกหลายแห่ง เช่น ตลาดน้ำวัดกลางบางแก้ว ตลาดน้ำวัดกลางคูเกียง ตลาดดอนหวาย ตลาดน้ำลำพูน ล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์ ลานแสดงซังและฟาร์มจะเข้าชมพวน วัดไกรจิ้ง สวนสามพวน สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ พุทธมณฑล พิพิธภัณฑ์หุ่นเชืองไทย พิพิธภัณฑ์วิถีชีวิตชาวนาไทย สวนป่าสมุนไพรวัดปักไม้ลาย สวนพฤกษาสตร์และสวนแสนป่าล้ม เป็นต้น

นักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดนครปฐมในระยะเวลาสั้นๆ ยังไม่เกิดการประทับใจในการเลือกซื้อสินค้าเนื่องจากนักท่องเที่ยวขาดความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพของสินค้าที่ยังไม่มีการรับรองคุณภาพ อีกทั้งสินค้ายังขาดการสร้างการเชื่อมโยงตรวจสอบมาตรฐานคุณภาพของสินค้าที่ยังไม่มีการรับรอง จังหวัด ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในฐานะเมืองผ่านยังไม่มีคุณภาพ การศึกษาถึงปัญหา การใช้ประโยชน์ แนวทางและยุทธศาสตร์ในการสร้าง ส่งเสริมและรักษาตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เกษตรที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมจะส่งผลให้สินค้าการเกษตรมีความต้องการและปริมาณเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้นการพัฒนาบริการที่สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้าและความสนใจในรูปแบบของบริการที่สวยงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น การพัฒนารูปแบบบริการที่เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครปฐมจะเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยจะพัฒนาบริการที่สำหรับสินค้าที่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มช.)หรือมาตรฐานอาหารปลอดภัย ซึ่งบริการที่พัฒนาแล้วจะต้องสามารถคุ้มครองสินค้าให้มีอายุยืนยาวและป้องกันการชำรุดเสียหาย ตลอดจนการพัฒnarูปแบบบริการที่ให้มีความสวยงามน่าสนใจและมีเอกลักษณ์ของชุมชนสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค อันจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ของจังหวัดนครปฐมและเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น เนื่องจากบริการที่เป็น salesman ไม่เสียงซึ่งเป็นด่านแรกในการ

เพิ่มยอดจำนวนผู้นำสินค้าของที่ระลึกมากขึ้น สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมที่มีชื่อเสียงติดตลาดและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม โดยศึกษาศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรจังหวัดนครปฐมในปัจจุบัน และความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าแต่ละประเภท การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเกิดขึ้นจากความต้องการเชื่อมโยงตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรกับการส่งเสริม การท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร ในปัจจุบัน พฤติกรรมของผู้บริโภคและความต้องการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าแต่ละประเภทของผู้บริโภค แล้วนำผลมาเป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้ายอดนิยมและมีปริมาณการจำหน่ายสูง การวิจัยเริ่มจากการศึกษาและรับรวมข้อมูลเอกสารต่างๆมาสร้างแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็น นักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มัคคุเทศก์และผู้เกี่ยวข้อง ด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนรวมทั้งสิ้น 30 คน พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้า ได้แก่ หมูแผ่น หมูหยอง หมูแห้งกรอบ กุนเชียงหมูเพื่อสุขภาพ ขนมเปี๊ยะอบเทียน ปลา แฉดเดี่ยว ข้าวหลาม สมอ ไข่เค็ม ฝรั่งสอด น้ำพริกคลุกข้าว กล้วยม้วนกล้วยกรอบ ข้าวตังหมูหยอง มะเขือเทศอบแห้ง มะพร้าวแก้ว นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์เพื่อออกแบบและพัฒnarูปแบบบรรจุภัณฑ์ จากนั้นทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 15 ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดอีกหนึ่งรูปแบบ นำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบไปทดลองใช้งานจริง และประเมินผลความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ซึ่งผลจากการสำรวจพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์และการใช้งาน สวยงาม มีเอกลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม สามารถสร้างความมั่นใจในคุณภาพสินค้าให้กับนักท่องเที่ยว และบรรจุภัณฑ์กลางมีประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวพร้อมสั่นทางคุณภาพได้เป็นอย่างดี

## บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : ABTC/NKP/0004

ชื่อโครงการ : การพัฒนาบริจุณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

ชื่อนักวิจัย : สรุภาวดี พนัสคำพน ศรีสุดา ลีลาสุวัฒน์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail Address : supavadee\_tech@yahoo.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 ตุลาคม 2551 ถึง 30 กันยายน 2552

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบริจุณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม โดยศึกษาศักยภาพของบริจุณฑ์สินค้าทางการเกษตรจังหวัดนครปฐมในปัจจุบัน และความต้องการของรูปแบบบริจุณฑ์สินค้าแต่ละประเภท การพัฒนาบริจุณฑ์สินค้าทางการเกษตรเกิดขึ้นจากการเชื่อมโยงตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะบริจุณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบัน พฤติกรรมของผู้บริโภคและความต้องการบริจุณฑ์ของสินค้าแต่ละประเภทของผู้บริโภค แล้วนำผลมาเป็นแนวทางในการพัฒนาบริจุณฑ์สินค้าอย่างต่อเนื่อง และมีบริษัทการจำหน่ายสูง การวิจัยเริ่มจากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเอกสารต่างๆมาสร้างแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ มัคคุเทศก์ และผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนรวมทั้งสิ้น 30 คน นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์เพื่อออกแบบและพัฒนารูปแบบบริจุณฑ์ จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์และบริจุณฑ์กลางของจังหวัดอีกหนึ่งรูปแบบ นำบริจุณฑ์ดังแบบไปทดสอบใช้งานจริง แล้วประเมินผลความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภค มีความพึงพอใจในบริจุณฑ์รูปแบบใหม่ทั้งด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ยืดอายุสินค้าให้เก็บได้นานขึ้น ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งาน สร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้า บริจุณฑ์ มีความสวยงามเหมาะสมจะซื้อเป็นของฝาก ในขณะเดียวกันสามารถเผยแพร่ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมได้เป็นอย่างดี เท่ากับเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมไปพร้อมๆกัน

คำหลัก : การพัฒนาบริจุณฑ์ สินค้าทางการเกษตร

## Abstract

**Project Code :** ABTC/NKP/0004

**Project Title :** Developing Agro Product Packages for Tourism Nakhon Pathom

**Investigators :** Panasampon Supawadee , Leelasuwat Srisuda

Rajamangala University of Technology Rattanakosin

**E-mail Address :** supavadee\_tech@yahoo.com

**Project Duration :** 1 October 2008 – 30 September 2009

The purpose of this research was to develop packaging of agro products for tourism in Nakhon Pathom. The research investigated the efficiency of current packages used in the province. It also studied the needs of each packaging type for different products. The new packaging would support agro product logos to Nakhon Pathom tourism promotion. The researchers had studied and analyzed current packaging forms as well as consumers' behavior and desire of each package. They made use of all the details concluded to develop and design new packaging for well-known and favorite products with higher purchasing.

Methods of investigation started from collecting information and then building questionnaires. With the questionnaires, the researchers surveyed 400 Thai tourists' opinions about the current product packaging. After that 30 people from foreign tourists, guides and some others from public and private sectors were interviewed. Next analyzed all data. Then designed and developed new packaging prototypes of 15 agro products and 1 prototype for all-purpose packaging. After developing, produced a number of packaging and used them. Finally, evaluated 400 tourists' satisfactory.

The investigation showed that consumers were satisfied with new agro product packaging either in its beauty and function. The new packages could identify the unique of Nakhon Pathom products. They preserved the products' quality longer without damaging and were easily used. They supported the consumers' confidence in agro product standardization and were suitable for souvenirs, too. They were absolutely tourists' guide to interesting places in Nakhon Pathom. They promoted the products and the province tourism at the same time.

**Keywords :** packaging development , agro products

## สารบัญ

หน้า

### กิตติกรรมประกาศ (Acknowledgement) (Cordia New 16 ทีบ)

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

บทคัดย่อภาษาไทย

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ

สารบัญ

สารบัญตาราง

สารบัญภาพ

### บทที่ 1 บทนำ (Cordia New 16 ทีบ)

1

หลักการและเหตุผล (Cordia New 16)

1

วัตถุประสงค์ของโครงการ

3

คำถามการวิจัย (Research Question)

3

นิยามศัพท์เฉพาะ

3

ขอบเขตของการวิจัย

5

ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ (Output)

5

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ (Outcomes)

5

แนวทางในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

5

### บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

59

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

60

การเก็บรวบรวมข้อมูล

61

การวิเคราะห์ข้อมูล

62

### บทที่ 4 ผลการศึกษา และการอภิปรายผล

66

### บทที่ 5 บทสรุป

135

บรรณานุกรม

140

ภาคผนวก

143

## สารบัญตาราง

|   | หน้า |
|---|------|
| ตารางที่ 1 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับประเภทของอาหารและปรุง  | 35   |
| ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละข้อมูลส่วนตัวนักท่องเที่ยว  | 67   |
| ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ .) การเปลี่ยนแปลง<br>การจัดอันดับ ของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าเกษตร                | 70   |
| ตารางที่ 4 ลักษณะบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรในปัจจุบัน  | 71   |
| ตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละของสินค้าเกษตรที่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 15 อันดับ  | 72   |
| ตารางที่ 6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ต้องการ  | 75   |
| ตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว  | 115  |
| ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ .) การเปลี่ยนแปลง<br>ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์หมูแผ่นตราผู้ใหญ่ริม                      | 118  |
| ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ .) การเปลี่ยนแปลง<br>ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์หมูหยองตราว้านบ้านเทศ                     | 119  |
| ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ .) การเปลี่ยนแปลง<br>ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์หมูแห้งกรอบตราริ่นพอร์ค                  | 120  |
| ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ .) การเปลี่ยนแปลง<br>ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์กุนเชียงหมูผสานแป้งกล้วยตราเจงงาม        | 121  |
| ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ .) การเปลี่ยนแปลง<br>ในความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ขันนมเปียะอบเทียนสูตรชาววัง ตราสุภาวดี | 122  |
| ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ .) การเปลี่ยนแปลง<br>ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ปลาแเดดเดียวตราคุณแดง                    | 123  |
| ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ .) การเปลี่ยนแปลง<br>ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ข้าวหลามตราป้าแย็ดหน้าวัดพระราม          | 124  |
| ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ .) การเปลี่ยนแปลง<br>ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ส้มโอขาวน้ำผึ้งตราเร่พรทิพย์             | 125  |
| ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ( $SD$ .) การเปลี่ยนแปลง<br>ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์เข้มโกรกีดีนตราศากาดิน                   | 126  |

## สารบัญตาราง(ต่อ)

|  | หน้า |
|--|------|
| ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การเปลี่ยนความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ฝรั่งเศสเป็นสีทองตราไวน์พรีพาร์     | 127  |
| ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การเปลี่ยนความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์น้ำพริกคลุกข้าวตราแม่พยอม           | 128  |
| ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การเปลี่ยนความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบคุณเจ้า                    | 129  |
| ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การเปลี่ยนความพึงพอใจ บรรจุภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูของตราขวัญตา         | 130  |
| ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การเปลี่ยนความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์มะเขือเทศราชินีอบแห้งตราแม่ฉุย      | 131  |
| ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การเปลี่ยนความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์มะพร้าวแก้วกลิ่นพิพิพ               | 132  |
| ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การเปลี่ยนความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์กลางเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม | 133  |

## สารบัญภาพ

|  | หน้า |
|--|------|
| ภาพที่ 1 แสดงตราสัญลักษณ์ที่คัดเลือกเพื่อสื่อถึงจังหวัดนครปฐม            | 81   |
| ภาพที่ 2 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมหมูแผ่น                                       | 83   |
| ภาพที่ 3 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ตันแบบหมูแผ่นที่พัฒนาออกแบบใหม่             | 84   |
| ภาพที่ 4 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมหมูหยอง                                       | 85   |
| ภาพที่ 5 แสดงบรรจุภัณฑ์ตันแบบหมูหยองที่พัฒนาออกแบบใหม่                   | 86   |
| ภาพที่ 6 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมหมูแห่งกรอบ                                   | 87   |
| ภาพที่ 7 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ตันแบบหมูแห่งกรอบที่พัฒนาออกแบบใหม่         | 88   |
| ภาพที่ 8 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมกุนเชียง                                      | 89   |
| ภาพที่ 9 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ตันแบบกุนเชียงที่พัฒนาออกแบบใหม่            | 90   |
| ภาพที่ 10 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมขันมเปี้ยะอบเที่ยน                     | 91   |
| ภาพที่ 11 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ตันแบบขันมเปี้ยะอบเที่ยนที่พัฒนาออกแบบใหม่ | 92   |
| ภาพที่ 12 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมของปลาడเดดเดียวน                       | 93   |
| ภาพที่ 13 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ตันแบบปลาడเดดเดียวนที่พัฒนาออกแบบใหม่      | 94   |
| ภาพที่ 14 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมข้าวหลาม                               | 95   |
| ภาพที่ 15 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ข้าวหลามที่พัฒนาออกแบบใหม่                 | 96   |
| ภาพที่ 16 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมส้มโอ                                  | 97   |
| ภาพที่ 17 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ตันแบบส้มโอที่พัฒนาออกแบบใหม่              | 98   |
| ภาพที่ 18 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมไข่เค็ม                                      | 99   |
| ภาพที่ 19 แสดงบรรจุภัณฑ์ตันแบบไข่เค็มที่พัฒนาออกแบบใหม่                  | 100  |
| ภาพที่ 20 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมฝรั่งสุด                               | 101  |
| ภาพที่ 21 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ตันแบบฝรั่งสุดที่พัฒนาออกแบบใหม่           | 102  |
| ภาพที่ 22 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมน้ำพริกคลุกข้าว                        | 103  |
| ภาพที่ 23 แสดงบรรจุภัณฑ์ตันแบบน้ำพริกคลุกข้าวที่พัฒนาออกแบบใหม่          | 104  |
| ภาพที่ 24 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมกล้วยกรอบ กล้วยม้วน                    | 105  |
| ภาพที่ 25 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ตันแบบกล้วยห้อมที่พัฒนาออกแบบใหม่          | 106  |
| ภาพที่ 26 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมของข้าวตังหมูหยอง                      | 107  |
| ภาพที่ 27 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ตันแบบข้าวตังหมูหยองที่พัฒนาออกแบบใหม่     | 108  |

## สารบัญภาพ (ต่อ)

|   | หน้า |
|---|------|
| ภาพที่ 28 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมมะเขือเทศอบแห้ง                     | 109  |
| ภาพที่ 29 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ตันแบบมะเขือเทศอบแห้งที่พัฒนาออกแบบใหม่ | 110  |
| ภาพที่ 30 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมมะพร้าวแก้ว                         | 111  |
| ภาพที่ 31 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ตันแบบมะพร้าวแก้วที่พัฒนาออกแบบใหม่     | 112  |
| ภาพที่ 32 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดนครปฐมแบบที่ 1            | 113  |
| ภาพที่ 33 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดนครปฐมแบบที่ 2            | 114  |

## บทที่ 1 บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลให้ความสำคัญ เนื่องจากในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้กลายเป็นอุตสาหกรรมหลักที่นำรายได้เข้าประเทศสูงสุด และนโยบายของรัฐบาลได้มุ่งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นคู่มือสำคัญในการแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจ การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม โดยเน้นการส่งเสริมสินค้าเกษตรเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งในบทนี้จะกล่าวถึงหลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ของโครงการ คำถาวรวิจัย นิยามศัพท์เฉพาะ ขอบเขตของการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ และแนวทางการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

### 1.1 หลักการและเหตุผล

จังหวัดนครปฐมอยู่ในเขตภาคกลางตะวันตกตอนล่าง ตั้งอยู่บริเวณแม่น้ำท่าจีนซึ่งเป็นพื้นที่รับลุ่มภาคกลาง อยู่ห่างจากกรุงเทพฯ 56 กิโลเมตร เป็นพื้นที่เป้าหมายของการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติเพื่อรองรับการขยายตัวของกรุงเทพฯ ส่งผลให้จังหวัดนครปฐมเป็นศูนย์กลางของภาคตะวันตก สภาพทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดนครปฐมมีดินและน้ำมีความอุดมสมบูรณ์ ในแผนยุทธศาสตร์ของจังหวัดนครปฐมในปี พ.ศ. 2549-2551 ได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์และการตลาด ดังวิสัยทัศน์ของจังหวัดนครปฐม “เป็นแหล่งผลิตอาหารปลอดภัย สินค้าเกษตรอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกและการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และเชิงศุลกาพ”

จังหวัดนครปฐมมีสินค้าทางการเกษตรหลากหลายชนิดที่มีชื่อเสียงติดตลาดและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ได้แก่ หมู ส้มโอ กล้วยไม้ มะพร้าวและผลไม้อื่นๆ เช่น ฝรั่ง ชมพู่ แก้วมังกร เป็นต้น หากได้มีการศึกษาถึงปัญหา การใช้ประโยชน์ แนวทางและยุทธศาสตร์ในการสร้าง ส่งเสริมและรักษาตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เกษตรที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมจะส่งผลให้สินค้าการเกษตรมีความต้องการและปริมาณเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดนครปฐมมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายทั้งด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณีและวิถีชีวิตริ่งที่หลากหลายของประชากรซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่งตั้งอยู่ไม่ห่างไกลกันมากนัก การเดินทางไปมาสะดวกพร้อมทุกด้านนักท่องเที่ยวจะสามารถเดินทางไปเยือนและได้รับความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ เช่น วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรวิหาร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระปฐมเจดีย์ พระราชวังสนามจันทร์ พระตำหนักทับช้วัญ วัดพระประทินเจดีย์ วัดดอนยายหอม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีตลาดน้ำอีกหลายแห่ง เช่น ตลาดน้ำวัดกลางบางแก้ว ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ตลาดดอนหวาย ตลาดน้ำลำพูฯ

ล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์ ลานแสดงซังและฟาร์มจะเข้าสู่สามพราน วัดไกรชิง สวนสามพราน สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ พุทธมณฑล พิพิธภัณฑ์หุ่นเชิดไทย พิพิธภัณฑ์วิถีชีวิตชาวนาไทย สวนป่าสมุนไพรวัดปักไม้ลาย สวนพฤกษาสตอร์และสวนแสตนปาร์ก เป็นต้น นักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดนครปฐมในระยะเวลาสั้นๆยังไม่เกิดการประทับใจในการเลือกซื้อสินค้าเนื่องจากสินค้าขาดความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพของสินค้าที่ยังไม่มีการรับรองคุณภาพ อีกทั้งสินค้ายังขาดการสร้างการเชื่อมโยงตราสินค้าและพื้นที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในจังหวัด ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในฐานะเมืองผ่านยังไม่มีคุณภาพ

ดังนั้นการพัฒนาบริการจัดการสินค้าทางการเกษตรจะสามารถเชื่อมโยงตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมได้เป็นอย่างดี โดยจะพัฒนาบริการจัดการสินค้าที่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.)หรือมาตรฐานอาหารปลอดภัย ซึ่งบริการจัดการที่พัฒนาแล้วจะต้องสามารถคุ้มครองสินค้าให้มีอายุยืนยาวและป้องกันการชำรุดเสียหายตลอดจนการพัฒนาฐานรูปแบบบริการจัดการสินค้าที่มีความสวยงามน่าสนใจและมีเอกลักษณ์ของชุมชนสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค อันจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ของจังหวัดนครปฐมและเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น เนื่องจากบริการจัดการสินค้าของ Salesman ไว้เดียวกับเป็นด้านแรกในการเพิ่มยอดจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกมากขึ้น สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมที่มีชื่อเดียวกับติดตลาดและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภคแล้ว เช่น หมู ส้มโอ กล้วยไม้และมะพร้าว เป็นต้น ซึ่งสินค้าทางการเกษตรเหล่านี้สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลายรูปแบบ เช่น กุนเชียง หมูแผ่น หมูหยอง หมูเส้นฝอย หมูทุบ เป็นต้น ส้มโอ สินค้าประเภทกล้วยไม้ จัดจำหน่ายแบบตัดออกหรือจำหน่ายหั้งตันและดอกกล้วยไม้อบแห้งเคลือบเรซิ่น เป็นที่ระลึก สินค้าจากมะพร้าวจำหน่ายเป็นผลมะพร้าวสด มะพร้าวเผา วุ้นในผลมะพร้าว น้ำมะพร้าวน้ำห้อมบริจุ่นหรือแก้วจำหน่าย มะพร้าวแก้ว เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีผลไม้สดอื่นๆ เช่น ชมพู่ ฝรั่ง ขมุน แก้วมังกรและผักสดปลอดสาร เช่น ผักกาด คะน้า ผักชี ตันหอม เป็นต้น

การพัฒนาบริการจัดการสินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวครั้นนี้จะเป็นการจัดทำบริการจัดการสินค้าทางการเกษตรที่จำหน่ายในจังหวัดนครปฐม ซึ่งเป็นที่ยอมรับและมีปริมาณการจำหน่ายมาก โดยการใช้ตราชามาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัด(มผช.) และตราชามาตรฐานอาหารปลอดภัยซึ่งหน่วยงานของจังหวัดเป็นผู้ตรวจสอบและรับรองคุณภาพ พร้อมทั้งสัญลักษณ์ของสินค้าเกษตรจังหวัดนครปฐม อันจะเป็นการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค อีกทั้งจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและจำหน่ายสินค้าของจังหวัดนครปฐม ได้เป็นอย่างดี

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยจึงดำเนินโครงการ “การวิเคราะห์บริบท เชื่อมโยงตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม” โดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างการเชื่อมโยงตราสินค้าเกษตรและพื้นที่ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในจังหวัด ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการพัฒนาบูรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม เนื่องจากพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้าแต่ยังขาดรูปแบบของบูรจุภัณฑ์ที่สวยงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น การพัฒนารูปแบบของบูรจุภัณฑ์เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครปฐมจะเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

## 1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาบูรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมให้มีรูปแบบที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ของจังหวัด สามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม อันจะเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดได้เป็นอย่างดี
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของบูรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของจังหวัดนครปฐม และความต้องการรูปแบบบูรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาบูรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

## 1.3 คำถามการวิจัย

1. ศักยภาพของบูรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างไร
2. ความต้องการของรูปแบบบูรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภทในจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างไร
3. รูปแบบบูรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างไร

## 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

**บูรจุภัณฑ์** หมายถึง สิ่งที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์หรือสินค้าสำหรับป้องกันความชำรุดเสียหายจากการขนส่งและจัดจำหน่าย

**การท่องเที่ยว** หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปเพื่อไปพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการเดินทางชั่วคราวด้วยความสมัครใจที่มิใช่เพื่อการประกอบอาชีพหรือการทำงานหารายได้

**พฤติกรรมของผู้บริโภค** หมายถึง การกระทำหรือแสดงออกของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรทางการตลาดทั้งหลาย เป็นกระบวนการของบุคคลที่จะตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าหรือบริการหรือไม่ ถ้าซื้อจะซื้อที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไรและซื้อจากใคร ซึ่งการตัดสินใจดังกล่าวจะประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆ ทั้งทางกายและใจ

สินค้าเกษตรไม่แปรรูป หมายถึง สินค้าที่ผลิตขึ้นมาจากการพืชและสัตว์ที่ยังไม่ได้ผ่านกระบวนการถนอมอาหาร เช่น ทอต ต้ม ลวก นึ่ง พาสเจอร์ไรซ์(Pasteurization) สเตอโรไรซ์(Sterilization) เช่น เนื้อสัตว์ ผลไม้สด พืชผักสด เป็นต้น

สินค้าเกษตรแปรรูป หมายถึง สินค้าที่ผลิตขึ้นมาจากการพืชและสัตว์ที่ได้ผ่านกระบวนการถนอมอาหาร เช่น ทอต ต้ม ลวก นึ่ง พาสเจอเริ่ลิซ(Pasteurization) สเตอริลิซ(sterilization) เช่น ลูกชิ้น ผลไม้แช่อิ่ม ยาสมุนไพรบรรจุขวด เป็นต้น

## 1.5 ขอบเขตของการวิจัย

## การวิจัยในครั้งนี้จะมีขอบเขตในการศึกษาดังนี้

- 1.5.1 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าทางการเกษตรของนักท่องเที่ยวในสินค้าแต่ละประเภท

1.5.2 ศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบัน

1.5.3 พัฒนาฐานแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่นักท่องเที่ยวนิยมบริโภค จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์

1.5.4 ออกแบบบรรจุภัณฑ์กลางสำหรับสินค้าจังหวัดนครปฐมที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวและมีเอกลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม

## กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

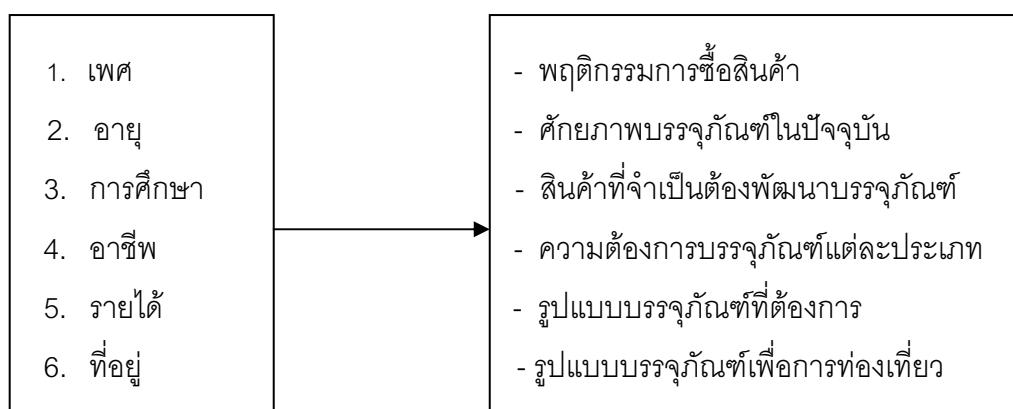
แนวคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร ในเรื่องของปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้อง กับการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ศึกษาค้นคว้ามานั้น คงจะผูกพันอยู่ ได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ព័ត៌ម្រេចរួម

### ตัวแปรตาม

(independent variables)

(independent variables)



## 1.6 ผลการวิจัยที่คาดว่าจะได้รับ(Output)

### 6 เดือนที่ 1

1. ทราบศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของจังหวัดนครปฐม
2. ทราบความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท
3. ได้บรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าเกษตรของแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 8 ชิ้น

### 6 เดือนที่ 2

1. ได้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าเกษตรของแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 7 ชิ้น
2. ได้บรรจุภัณฑ์กลางต้นแบบสำหรับสินค้าเกษตรของแหล่งท่องเที่ยวจำนวน 1 ชิ้น
3. ได้ผลการประเมินความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว

## 1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ(Outcomes)

บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าทางการเกษตรที่สามารถป้องกันและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพสร้างความมั่นใจในการเลือกซื้อสินค้า สะดวกในการบริโภคและการจัดจำหน่าย สินค้า รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและดูตามอิเล็กทรอนิกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม โดยทางจังหวัดสามารถนำรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไปเผยแพร่ให้กับผู้ประกอบการสินค้า ในจังหวัดนครปฐม

## 1.8 แนวทางในการนำผลงานผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

บรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภทที่ผ่านการประเมินความพึงพอใจของการใช้งานสามารถนำไปผลิตเพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าของจังหวัดนครปฐมต่อไป โดยทางจังหวัดสามารถนำไปเผยแพร่ให้ผู้ประกอบการสินค้าและรูปทางการเกษตรแต่ละประเภท ชื่อบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนารูปแบบใหม่จะมีความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ยึดอยู่สินค้าให้เก็บได้นานขึ้น ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งาน สร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้า บรรจุภัณฑ์ มีความสวยงามเหมาะสมจะชื่อเป็นของฝาก ในขณะเดียวกันสามารถเผยแพร่ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมได้เป็นอย่างดี เท่ากับเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมไปพร้อมกัน

## 1.9 สรุป

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐม เป็นการจัดทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางการเกษตรรายอุดนิยมที่จำหน่ายในจังหวัดนครปฐม จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัด(มพช.) และมาตรฐานอาหารปลอดภัย(อย.)

จากจังหวัด และจัดทำบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดหนึ่งรูปแบบ เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้า จังหวัดนครปฐม นำบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ไปทดลองการใช้งานและประเมินผลความพึงพอใจจาก นักท่องเที่ยวถึงความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย การรักษาคุณภาพสินค้าให้เก็บได้นานขึ้น ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งาน เพื่อสร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้าและ บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามเหมาะสมจะซื้อเป็นของฝาก สามารถเผยแพร่ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของ จังหวัดนครปฐมได้เป็นอย่างดี

## บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเพื่อพัฒนาบริการที่สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบริการที่สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท เพื่อหาศักยภาพของบริการที่ในปัจจุบันตลอดจนความต้องการของรูปแบบบริการที่สำหรับสินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท โดยการรวมรวมแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเนื้อหาดังนี้

### 2.1 การทบทวนวรรณกรรม

#### 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.3 สรุป

### 2.1 การทบทวนวรรณกรรม

#### 2.1.1 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดนครปฐม

##### 2.1.1.1 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดนครปฐม

"นครปฐม" เป็นชื่ออาชญากรรมสำคัญที่มีประวัติความเป็นมาอย่างยาวนานในแผ่นดินสุวรรณภูมิ จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวว่า เมืองนครปฐมแต่เดิมนั้นตั้งอยู่ริมทะเลเป็นเมืองเก่าแก่ มีความเจริญรุ่งเรืองนานับตั้งแต่สมัยสุวรรณภูมิและเป็นราชธานีสำคัญในสมัยทวารวดี ในยุคหนึ่น นครปฐมเป็นแหล่งเผยแพร่องค์ความเจริญมีชนชาติต่างๆอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่เป็นจำนวนมากต่อมาได้เกิดความแห้งแล้งขึ้นในเมืองนครปฐม เพราะกระแสน้ำที่ไหลผ่านตัวเมืองเปลี่ยนเส้นทางประชาชัชนจึงอพยพไปตั้งหลักแหล่งอยู่ริมน้ำและสร้างเมืองใหม่ขึ้นชื่อ "นครชัยศรี" หรือ "ศรีวิชัย" นครปฐมจึงกลายเป็นเมืองร้างมาเป็นเวลาหลายร้อยปี จนกระทั่งพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ขณะที่ยังทรงผนวชอยู่ได้ทรงคืบไปพบพระปฐมเจดีย์ ทรงเห็นว่าเป็นเจดีย์องค์ใหญ่ไม่มีที่ไหนเทียบเท่าครั้งเมื่อพระองค์ได้ทรงครองราชย์จึงโปรดฯ ให้เจดีย์แบบลังกาครอบเจดีย์เดิมไว้ ทรงปฏิสังขรณ์สิ่งต่างๆในบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ให้มีสภาพดีและโปรดฯ ให้ขุดคลองเจดีย์บูชาเพื่อให้การคงน้ำตามสภาพดีขึ้น ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้เริ่มก่อสร้างทางรถไฟลายใต้ไปยังเมืองนครปฐม พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงโปรดเกล้าฯ ให้ย้ายเมืองจากตำบลท่าน้ำมาอยู่บนยอดเขาชื่อว่า "วัดท่าทิพ" ต่อมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมังกูส์เกล้าเจ้าอยู่หัวได้โปรดฯ ให้สร้างพระราชวังสนามจันทร์สำหรับเป็นที่เสด็จแปรพระราชฐานและโปรดฯ ให้ตัดถนนเพิ่มขึ้นอีกหลายสายรวมทั้งสร้างสะพานใหญ่ข้างคลองเจดีย์บูชาและได้โปรดฯ ให้เปลี่ยนชื่อจากเมือง "นครชัยศรี" เป็น "นครปฐม"

## ສัญลักษณ์ຈังหวัดนครปฐม



ตราประจำจังหวัดนครปฐม ลักษณะเป็นวงกลม มีพระพุทธรูปใน中心 ล้อมรอบด้วยเศษเสมาและสัญลักษณ์ทางศาสนา เช่น ดอกบัว ลูกประคำ ฯลฯ ล้อมรอบด้วยรั้วอุณาโลม

- เจดีย์องค์ใหญ่ คือ องค์พระปฐมเจดีย์ที่พระสิริโณหงส์และพระอุตตരาได้สร้างขึ้น
- มองค์ หมายถึง พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ผู้ทรงอุปถัมภ์สร้างองค์พระปฐมเจดีย์ ต่อเติมให้สูงใหญ่สูงง่ามตามประวัติในปัจจุบัน
- จังหวัดนครปฐม ใช้อักษรย่อว่า "นปช"



ธงประจำจังหวัดนครปฐม

## คำขวัญจังหวัดนครปฐม

" สำมโขหวาน ข้าวสารข้าว ลูกสาวงาม ข้าวหลามหวานมัน สนามจันทร์งามลั่น พุทธมณฑลคู่ร้าน พระปฐมเจดีย์เสียดฟ้า "

## ต้นไม้ประจำจังหวัดนครปฐม



ชื่อพราณไม้ จัน *Diospyros decandra Lour.*

### 2.1.1.2 ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางด้านตะวันตก ตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำท่าจีน ซึ่งเป็นพื้นที่บริเวณที่ราบลุ่มภาคกลาง โดยอยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ 13 องศา 45 ลิบเดก 10 พิลิปดา เส้นแบงที่ 100 องศา 4 ลิบเดก 28 พิลิปดา มีพื้นที่ 2,168.327 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,355,204 ไร่ท่ากับร้อยละ 0.42 ของประเทศไทย มีพื้นที่เป็นอันดับที่ 62 ของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปตามเส้นทาง

ถนนเพชรเกษม 56 กิโลเมตร หรือตามเส้นทางถนนบรมราชชนนี (ถนนปีนเกล้า – นครชัยศรี) 51 กิโลเมตรและตามเส้นทางรถไฟ 62 กิโลเมตร โดยมีอาณาเขตติดต่อดังนี้

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

ทิศใต้ ติดต่อกับ อำเภอกระหุ่ม อำเภอป่าบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร และอำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอไทรน้อย อำเภอบางใหญ่ อำเภอกรวย จังหวัดนonthaburi และเขตทวีวัฒนา เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร อำเภอป่าบ้านแพ้ว จังหวัด พระนครศรีอยุธยา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ อำเภอป่าบ้านโปง อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรีและอำเภอท่ามะกา

อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี

#### 2.1.1.3 สภาพภูมิประเทศ

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบไม่มีภูเขาและป่าไม้ ระดับความสูงของพื้นที่แตกต่างกัน 2-10 เมตร เนื่องจากพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่ม มีแม่น้ำท่าจีนไหลผ่านจากทิศเหนือสู่ทิศใต้พื้นที่ทางตอนเหนือ และตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่เป็นที่ดอนมีระดับความสูง 6-10 เมตร ส่วนพื้นที่ตอนกลางของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่มมีที่ดอนกระจาดเป็นแห่ง ๆ มีแหล่งน้ำกระจาดอยู่ทั่วไป พื้นที่ด้านตะวันออกและทิศใต้เป็นที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำท่าจีน มีคลองธรรมชาติ และคลองชลประทานที่ชุกชื้น เพื่อการเกษตรและคมนาคมมากมาย

#### 2.1.1.4 สภาพภูมิอากาศ

ปริมาณน้ำฝน จากสถิติข้อมูลปริมาณน้ำฝนของจังหวัดนครปฐม โดยใช้ข้อมูลของสถานีอุตุนิยมวิทยานครปฐม ปี (พ.ศ.2547 -2551) ปริมาณน้ำฝนจะอยู่ในช่วง 700 -1,200 มิลลิเมตร ฝนตกมากที่สุดในปี 2550 วัดได้ 1,192.9 มิลลิเมตร จำนวนวันที่ฝนตก 107 วัน ส่วนวันที่ฝนตกน้อยที่สุด ในปี พ.ศ. 2547 วัดได้ 712.8 มิลลิเมตร จำนวนวันที่ฝนตก 78 วัน (ที่มา : สถานีอุตุนิยมวิทยานครปฐม) จังหวัดนครปฐมสภาพภูมิอากาศมีฝนตกชุกในฤดูฝน ในฤดูหนาวอากาศไม่หนาวจัด ส่วนในฤดูร้อนอากาศค่อนข้างร้อน

อุณหภูมิ จากสถิติข้อมูลอุณหภูมิของจังหวัดนครปฐม โดยสถานีอุตุนิยมวิทยานครปฐม ปี (พ.ศ.2547 -2551) ปรากฏว่าอุณหภูมิโดยทั่วไปอยู่ในเกณฑ์ปกติ สำหรับอุณหภูมิสูงสุดที่วัดได้ 39.4 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2547 และอุณหภูมิต่ำสุดที่วัดได้ 11.1 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2549 (ที่มา : สถานีอุตุนิยมวิทยานครปฐม)

โดยเฉลี่ยจังหวัดนครปฐมมีอุณหภูมิในฤดูกาลต่างๆดังนี้

ดูผ่านจะตากซุกมากในเดือนกรกฎาคมถึงตุลาคม อุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปีประมาณ 26.9 องศาเซลเซียส ดูร้อนเริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงมิถุนายน โดยมีอุณหภูมิสูงสุด 37.5 องศาเซลเซียส ดูหน้าจะเริ่มตั้งแต่เดือนพฤษจิกายนถึงกุมภาพันธ์ โดยจะมีอากาศหนาวเย็นเป็นช่วงๆ มีอุณหภูมิต่ำสุด 16.2 องศาเซลเซียส และความชื้นสัมพัทธ์ เฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 70

### 2.1.1.5 สภาพสังคม

ความเป็นราชธานีที่เก่าแก่มาแต่โบราณของจังหวัดนครปฐม จึงเป็นเมืองที่มีประชาชน หลากหลายเชื้อชาติที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานทำมาหากินจนกลายเป็นชาวจังหวัดนครปฐม ปัจจุบันสามารถ จำแนกได้ 5 เชื้อชาติหลัก คือ เชื้อชาติเขมร ต่อมาเป็นชาวลาว เรียกว่าชาวเวียงจันทร์ ชาวอูมเป็น ประชากรอีกกลุ่มหนึ่งที่อพยพเข้ามา เนื่องจากเกิดสงครามกลางเมืองกับพม่า เช่นกันกับคนจีนที่ อพยพมาตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดโดยอพยพมาจากจีนแผ่นดินใหญ่ในสมัยรัชกาลที่ 2 และ 3 มักจะ ประกอบอาชีพฟื้นฟูค้าวานิชเป็นหลัก นอกจากนั้นยังมีไทยโถงเป็นอีกเชื้อชาติหนึ่ง ซึ่งไทยโถงนั้น เดิมเรียกว่าชาวเชิง โดยได้อพยพเข้ามาในสมัยรัชกาลที่ 3 นอกจากเชื้อชาติตั้งกล่าวมาแล้ว ยังมีแขก อีกเชื้อชาติหนึ่งซึ่งได้อพยพเข้ามาอาศัยในจังหวัดนครปฐม โดยมีชุมชนใหญ่อยู่ในบ่อเวณวัดประสา นาถหรือที่ชาวบ้านเรียกทั่วไป คือ วัดโคงแขก

### 2.1.1.6 ข้อมูลเศรษฐกิจ

สภาพทางเศรษฐกิจของจังหวัดนครปฐมในปี 2549 พบว่าประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อหัว 132,856 บาท ต่อปี เป็นอันดับ 13 ของประเทศ และเป็นอันดับที่ 5 ของภาคกลาง โดยทั้งจังหวัดมี ผลิตภัณฑ์มวลรวม 132,409 ล้านบาท รายได้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับสาขาวัตถุสหกรรมมากที่สุด คิด เป็นมูลค่า 15,702 ล้านบาท รองลงมาเป็นสาขาวัสดุคงทน ขยายปลีก คิดเป็นมูลค่า 10,962 ล้าน บาท สาขานิตกรรม เป็นอันดับ 3 คิดเป็นมูลค่า 10,313 ล้านบาท สาขาวัสดุคงทน คิดเป็นมูลค่า 4,347 ล้านบาท สาขาระบบสื่อสาร คิดเป็นมูลค่า 3,180 ล้านบาท สาขาระบบสื่อสาร คิดเป็นมูลค่า 3,253 ล้านบาท สาขาระบบสื่อสาร คิดเป็นมูลค่า 4,128 ล้านบาท สาขาระบบสื่อสาร คิดเป็น มูลค่า 3,925 ล้านบาท สาขาระบบสื่อสาร คิดเป็นมูลค่า 3,244 ล้านบาท สาขาระบบสื่อสาร คิดเป็น มูลค่า 2,364 ล้านบาท สาขาระบบสื่อสาร คิดเป็นมูลค่า 2,410 ล้านบาท สาขาระบบสื่อสาร คิดเป็น มูลค่า 1,098 ล้านบาท สาขาระบบสื่อสาร คิดเป็นมูลค่า 1,244 ล้านบาท และสาขาระบบสื่อสาร คิดเป็นมูลค่า 120 ล้านบาท (ที่มา : สนง. สถิติจังหวัด, สนง.คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

### 2.1.1.7 ข้อมูลเกษตรกรรม

จังหวัดนครปฐม มีพื้นที่เกษตรกรรม ทั้งสิ้น 760,337.75 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 56.1 ของพื้นที่ทั้งหมดการเกษตรรวม เป็นสาขางานผลิตที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 23.43 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีพื้นที่การเกษตรประมาณร้อยละ 56.1 ของพื้นที่จังหวัดอาชีพเกษตรกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การทำนา ทำไร่ ทำสวนผลไม้ และการเลี้ยงสัตว์ ระบบการเกษตรในจังหวัดนครปฐม จัดเป็นเขตเกษตรกรก้าวหน้าเพรำมีระบบชลประทานที่ดี โดยอาศัยแหล่งน้ำจากลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีนและแม่น้ำแม่กลอง ประกอบกับเกษตรกรจังหวัดนครปฐมมีศักยภาพสูงสามารถเรียนรู้วิทยาการแบบใหม่ๆ และมีการใช้เทคโนโลยีในการเกษตรที่พัฒนาพืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้ให้จังหวัด ได้แก่ ข้าว อ้อย ไม้ผล พืชผักต่างๆและไม้ดอกไม้ประดับ การเกษตรกรรมของจังหวัดนครปฐมมีความเป็นไปได้สูงต่อการวางแผนจัดระบบการผลิต เพื่อเชื่อมโยงการส่งออก

ในปี 2550-2551 จังหวัดนครปฐม ใช้พื้นที่เพาะปลูกแยกเป็นพื้นที่ใช้ทำนา 412,079.5 ไร่ พืชไร่ 79,545.5 ไร่ ไม้ผลไม้ยืนต้น 64,138.75 ไร่ พืชผัก 74,949 ไร่ ไม้ดอกไม้ประดับ 13,225.25 ไร่ เกษตรกรรมที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ดังนี้

การปลูกสัตว์ ปี 2550 จังหวัดนครปฐม มีการเลี้ยงสัตว์เพื่อการบริโภคและการค้าสัตว์ที่นิยมเลี้ยง 3 ลำดับแรก ได้แก่ ไก มีจำนวน 7,697,099 ตัว เปิด มีจำนวน 2,726,231 ตัว และ สุกร มีจำนวน 922,167 ตัว เป็นต้น (ที่มา : สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดนครปฐม)

การประมง จังหวัดนครปฐมมีการประกอบอาชีพประมงน้ำจืดเป็นส่วนใหญ่ ซึ่งเป็นอาชีพสำคัญอาชีพหนึ่งเนื่องจากทำการประมงมีจำนวนทั้งสิ้น 144,441 ไร่ และเกษตรกรเพาะเลี้ยงสัตว์น้ำจืดมีทั้งสิ้น 12,151 รายทั้งนี้ ในปี 2551 มีผลผลิตจากการเพาะเลี้ยง 36,691.46 ตัน มูลค่า 4,274,577,520 บาท (ที่มา : สำนักงานประมงจังหวัดนครปฐม)

การพาณิชยกรรม จังหวัดนครปฐมเป็นศูนย์กลางทางการค้าของภูมิภาคตะวันตกและเป็นชุมทางการขนส่ง การขนถ่ายสินค้ามายานาน โดยทางรถไฟ รถยนต์ และการขนส่งสินค้าเกษตรทางน้ำเพื่อเข้าสู่ตลาดกรุงเทพฯ รวมทั้งมีความได้เปรียบทางด้านทำเลที่ตั้งประกอบกับโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัดมีการพัฒนาการเกษตรในทุกด้าน ก่อให้เกิดการลงทุนอุตสาหกรรมต่อเนื่องจาก การเกษตรได้อย่างดี และรวดเร็ว ทำให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดกระจายไปสู่สาขาต่างๆ และมีความมั่นคง จนกลายเป็นศูนย์กลางทางพาณิชยกรรมขนาดใหญ่ ในปี 2550 มีผู้ประกอบธุรกิจซึ่งจดทะเบียนธุรกิจใหม่ รวมทั้งสิ้น 455 ราย จำนวนทุนจดทะเบียนรวม 1,020,685,000 บาท (ที่มา : สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัด)

สินค้าเกษตรในจังหวัดนครปฐม ได้แก่

ก. ลินค์เกชต์ไม่แปรรูป หมายถึง ลินค์ที่ผลิตขึ้นมาจากพืชและสัตว์ที่ยังไม่ผ่านกระบวนการถนอมอาหาร เช่น หอห ต้ม ลวก นึ่ง พาสเจอร์ไวซ์ (Pasteurization) สเตอโรไวร์ไวซ์ (Sterilization) ตัวอย่างเช่น เนื้อสัตว์ ผลไม้สด พืชผักสด สมุนไพรสด เป็นต้น เช่น

**ข้าว** จังหวัดนครปฐมมีการทำนาปีละ 2 ครั้ง คือ ข้าวนาปีแลและข้าวนาปรัง โดยข้าวนาปีจะเพาะปลูกในช่วงเดือนพฤษภาคม- ตุลาคม และจะเก็บเกี่ยวในช่วงเดือนสิงหาคม- มกราคม ส่วนข้าวนาปรังจะเป็นข้าวที่เพาะปลูกในช่วงเดือนพฤษจิกายน - เมษายน และจะเก็บเกี่ยวในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - สิงหาคม เนื่องจากจังหวัดนครปฐมมีระบบชลประทานที่สมบูรณ์ จึงสามารถปลูกข้าวได้ต่อเนื่องเกือบตลอดปี คือ สามารถปลูกได้ 2 ปี 5 ครั้ง

**อ้อยโรงงาน** พืชไร่ที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม คือ อ้อยโรงงานที่ใช้ผลิตน้ำตาลทรายในปี 2550/2551 จังหวัดนครปฐมมีผลผลิตอ้อยโรงงาน 893,266.5 ตัน ลดลงจากปี 2549/2550 จำนวน 5,793.5 ตัน หรือลดลงร้อยละ 0.64 โดยมีเนื้อที่เพาะปลูกในปี 2550/2551 จำนวน 75,474.5 ไร่ ลดลงจากปี 2549/2550 เป็นจำนวน 1,834.5 ไร่ หรือคิดเป็นร้อยละ 2.37 อ้อยเป็นพืชที่เพาะปลูกในช่วงเดือนพฤษภาคม - สิงหาคมและเก็บเกี่ยวในช่วงเดือนมกราคม - เมษายน ปลูกมากในเขตอำเภอกำแพงแสน

**ผลไม้** การทำสวนผลไม้นับเป็นอาชีพหนึ่งที่ราชภูมิทำการเพาะปลูกมากประกอบด้วยส้มโอ มะม่วง ชมพู่ ฝรั่ง มะพร้าวน้ำหอม มะนาว กล้วยน้ำว้า ขนุน องุ่น กระท้อน กล้วยหอม ลำไย และส้มเขียวหวาน เป็นต้น สำหรับผลไม้ที่มีเชื้อเดียวกันจังหวัดนครปฐมเป็นที่รู้จักทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ ส้มโคนครชัยศรี และมะพร้าวน้ำหอมสามพราน ปี 2550/2551 จังหวัดมีผลผลิตผลไม้รวมประมาณ 130,105 ตัน มูลค่าประมาณ 1,626.69 ล้านบาท

**พืชผัก** มีการปลูกกันทั่วไป นอกจากจะใช้บริโภคภายในจังหวัดแล้ว ยังส่งไปจำหน่ายยังจังหวัดข้างเคียงและกรุงเทพฯ เช่น หน่อไม้ฝรั่ง สามารถส่งไปจำหน่ายต่างประเทศด้วย พืชผักที่ปลูกกันมาก ได้แก่ ข้าวโพดผักอ่อน ข้าวโพดหวาน ผักคะน้า แตงกวา ถั่วฝักยาว ผักกวางตุ้ง ผักคึ่นไช่ ผักชี ผักบุ้งจีน ผักบุ้งน้ำ พริกชี้หนูสวน พริกใหญ่ มะเขือเทศ ชะอม ผักกะเฉด กระชาย ตันหอม ฯลฯ ในปี 2550/2551 มีผลผลิตผักรวมประมาณ 202,211.42 ตัน มูลค่าประมาณ 1,577.13 ล้านบาท

**ไม้ดอกไม้ประดับ** จังหวัดนครปฐมเป็นแหล่งเพาะปลูกกล้วยไม้ที่สำคัญและมีไม้ดอกไม้ประดับอื่นๆ เช่น กุหลาบ มะลิ บัวจตุร รัก ดาวเรือง ซึ่งได้รับความนิยมทั่วโลกในประเทศ และตลาดต่างประเทศ ในแต่ละปีจังหวัดนครปฐมมีรายได้จากการจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับประมาณ 1,375 ล้านบาท พื้นที่เพาะปลูกส่วนใหญ่อยู่ในเขตอำเภอสามพราน นครชัยศรี พุทธมณฑล และอำเภอบางเลน

๗. สินค้าเกษตรแปรรูป หมายถึง สินค้าที่ผลิตขึ้นมาจากการพืชและสัตว์ที่ได้ผ่านกระบวนการถนอมอาหาร เช่น ทอค ต้ม ลวก นึ่ง พาสเจอร์ไวซ์ (Pasteurization) สเตอริไวซ์ (Sterilization) ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะของอาหารไปแล้ว หรืออาหารที่ผสมกับส่วนผสมอื่นๆ ตัวอย่าง เช่น ไข่เค็ม ลูกชิ้น กุนเชียง ผลไม้แช่อิ่ม น้ำพริก ขنمต่างๆ เป็นต้น เช่น

**ข้าวหลาม** สันนิษฐานว่ากำเนิดจากบรรพบุรุษชาวลาวซึ่งที่อยู่พื้นฐานมาตั้งแต่โบราณ แต่วัดพระราม ซึ่งต้องเดินทางมาตามป่าจึงใช้ข้าวหลามเป็นอาหารสำหรับการเดินทาง เมื่อมาถึงได้ประกอบอาหารชีพทำงาน สำรวจทำข้าวหลามนั้นจะทำทุกครัวเรือนในช่วงเทศกาล ข้าวหลามนครปฐม เริ่มเป็นที่รู้จักอย่างมากของคนทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมานครปฐมเพื่อซื้อกลับบ้าน ในช่วงภัยหลังที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเสด็จฯ มาท่องเที่ยวทรงทำข้าวหลามจากแม่ทราย ทำให้ข้าวหลามแม่ทรายขายได้มากกว่าผู้ขายรายอื่นๆ ในยุคนั้น เช่น แม่จิตต์ แม่หนู ภัยหลังเมื่อผู้บริโภคมีจำนวนมากขึ้น ผู้ผลิตจึงได้เร่งเพิ่มจำนวนการผลิตทำให้ข้าวหลามสูกไม่ทั่วถึง ประกอบกับการจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง พบว่ามีการนำข้าวหลามเหลือจำหน่ายซึ่งบุกไปจำหน่ายต่อ ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ข้าวหลามนครปฐมเริ่มประสบปัญหา ผนวกกับมีการตัดถนนพระรามที่ 2 ทำให้รถที่เคยวิ่งระหว่างกรุงเทพฯ กับภาคใต้ไม่ผ่านตัวเมืองนครปฐมและขาดจุดจำหน่ายสินค้าประจำจังหวัด รวมทั้งต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ทำให้ข้าวหลามจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้บริโภคจำนวนน้อยลง ดังนั้น สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐมได้หารือกับผู้ประกอบการข้าวหลามนครปฐม เพื่อกำหนดเกณฑ์การพัฒนาการผลิตข้าวหลามให้ได้มาตรฐานเครื่องหมาย ออย. เป็นจังหวัดแรกในประเทศไทย

**หมูแปรรูป** นครปฐมเป็นแหล่งเลี้ยงสุกรพันธุ์ที่มากที่สุดของประเทศไทย อันเป็นอาชีพส่วนใหญ่ของประชากร แต่ปรากฏว่าอาชีพเลี้ยงหมูเกิดการขาดทุน รายได้ไม่เพียงพอ กับรายจ่าย จึงได้มีการนำเนื้อสุกรมาแปรรูปเป็นอาหารหลักหลายชนิด เช่น หมูแผ่น หมูหยอง กุนเชียง ซึ่งเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงและขายดีที่สุด เนื่องจากคุณภาพความอร่อย กรรมวิธีการผลิตที่สะอาด ปราศจากสีสังเคราะห์และวัตถุกันเสีย ทำให้สินค้ามีคุณภาพและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม นอกจากนี้ได้มีการผลิตอาหารแปรรูปอื่นๆ อีกหลายชนิด เช่น หมูย่าง ลูกชิ้นหมู หมูยอ หมูสันฝอย หมูหวาน หมูทับ เป็นต้น สินค้าเหล่านี้ได้มีการผลิตจำหน่ายในลักษณะสินค้าชุมชน โดยการรวมกลุ่มสมาชิกในชุมชนและสร้างมาตรฐานด้านคุณภาพความปลอดภัย จากหน่วยงานของจังหวัด เช่น มาตรฐานอาหารปลอดภัยเครื่องหมาย ออย. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้ซื้อ

#### 2.1.1.8 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

อำเภอเมือง สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเมืองได้แก่

1. วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรวิหาร เป็นพระอารามหลวงชั้นเอกชนิดราชวรมหาวิหารเป็นที่

ประดิษฐ์สานองค์พระปฐมเจดีย์ที่ใหญ่และสูงที่สุดของไทย จังหวัดนครปฐมได้ให้พระปฐมเจดีย์เป็นตราประจำจังหวัด พระปฐมเจดีย์ที่เห็นอยู่ในปัจจุบันนี้เป็นองค์ที่สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 4 เมื่อ พ.ศ. 2396 โดยโปรดเกล้าฯ ให้สร้างครอบองค์เดิมที่ชำรุดหักพังลง การก่อสร้างเสร็จเรียบร้อยในสมัยรัชกาลที่ 5 เมื่อ พ.ศ. 2413 มีความสูง 3 เส้น 1 คืบ 10 นิ้ว ฐานวัดโดยรอบได้ 5 เส้น 17 วา 3 ศอก ภายในบรรจุพระบรมสารีริกธาตุไว้ ต่อมานในสมัยรัชกาลที่ 6 ได้ทรงบูรณવัดพระปฐมเจดีย์ให้สูงขึ้น มากกว่าเดิม และถือว่าเป็นวัดประจำจังหวัดที่สำคัญที่สุดแห่งหนึ่งในประเทศไทย

2. พิพิธภัณฑ์พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าฯเจ้าอยู่หัว (พระราชนวัสดุนามจันทร์) พระราชนวัสดุแห่งนี้พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้สร้างขึ้น ตั้งแต่ ยังทรงดำรงพระยศเป็นสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชสยามมกุฎราชกุมาร เริ่มก่อสร้างในปี พ.ศ. 2450

3. พระราชวังเดิม นครปฐมเคยเป็นเมืองที่มีพระมหากษัตริย์ครอบครองมาแต่โบราณ แต่ปราสาทราชวังจึงผุพังเหลือแต่ซาก จนกระทั่งพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชวังขึ้นใหม่เมื่อ พ.ศ. 2454 ร่องรอยพ่อจะสันนิษฐานได้ คือ ตรงบ้านเนินปราสาทอันเป็นที่ตั้งพระราชวังสนามจันทร์ ปัจจุบันนี้มีในดิน ซากโบราณเกี่ยวกับโบสถ์พราหมณ์และลายกนก ปูนปั้นเหลืออยู่จนกระทั่งทุกวันนี้ ลักษณะลวดลายใช้ศิลปะแบบเป็นแกนและปูนประกอบอีกชั้นหนึ่ง มีสรระใหญ่ที่ขังน้ำจีดคล้ายกันกับน้ำในทะเลทรายเมืองลบบุรี ปัจจุบันนี้สร่าน้ำตื้นขึ้นเสียหมดแล้ว พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชวังขึ้นจึงได้ทรงเปลี่ยนชื่อใหม่เรียกตามพระราชวังว่า "ดับลสนามจันทร์" จากเรื่องราวดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นว่า เมืองนครปฐมเดิมคงจะใหญ่โตมาก เพราะบวิเวณพระราชวัง อยู่ห่างจากพระเจดีย์องค์เดิม ซึ่งเป็นศูนย์กลางของตัวเมืองเกือบ 2 กม

4. พระราชวังนครปฐม อยู่ทางทิศตะวันออกติดกับบริเวณพระปฐมเจดีย์ พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดฯ ให้สร้างพระราชวังขึ้น เพื่อใช้เป็นที่ประทับค้างคืนในการมาบูชาพระมหาเจดีย์ซึ่งเป็นสถานที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ซึ่งพระสูปเจดีย์นั้นร้างเป็นป่าเปลี่ยว ดังนั้นจึงทรงให้ชุดคลองมหาสวัสดิ์ คลองเจดีย์บูชา เพื่อให้การคมนาคมระหว่างกรุงเทพฯ และนครปฐมสะดวกขึ้นและทรงพระราชทานนามว่า "พระราชวังปฐม"

5. เนินพระ หรือเนินยายห้อม ออยู่ที่ตำบลดอนยายห้อม อำเภอเมืองนครปฐม ตั้งอยู่ที่ถนนเพชรเกษมระหว่างกรุงเทพฯกับนครปฐม จะมีแยกเลี้ยวขวาเข้าถนนเศรษฐกิจ 2 (บ้านแพ้วดอนยายห้อม) ประมาณ 9 กม. จะถึงเนินพระหรือเนินยายห้อมซึ่งอยู่ทางฝั่งซ้ายของถนนลึกเข้าไปประมาณ 150 เมตร กลางทุ่งนาใกล้กับถนนสายนครปฐม อำเภอบ้านแพ้ว เป็นโบราณสถานที่เก่าแก่มากเมื่อ พ.ศ.2479 พระครรมาภิคณอาจารย์ (หลวงพ่อเงิน) เจ้าอาวาสวัดดอนยายห้อม ได้ชุดເອົາອູ້ທີ່หักพังແກວຫานเนินไปสวางพระอุโบสถ เมื่อชุดลึกลงไปเล็กน้อยก็พบศิลาเหลี่ยมเขียวสองตัน ลงประมาณ

4 เมตร มีลายจำหลักที่ปลายเสา คล้ายกับเสาประดิษฐ์สัญเจดีย์ของพระเจ้าอโศกมหาราชกับการหมอบทำด้วยศิลา 1 ตัว พระพุทธชูปีริยาสมัยทวาราวดี 1 องค์ พระเสมอรวมจักรทำด้วยหินแต่หักพังเส้าศิลามีตัวอนบนก่อสำหรับวางพระเสมอรวมจักร เป็นแบบเดียวกับที่พบในบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ วัดพระราม วัดพระประโคน และแบบพระราชวังสนามจันทร์ เสาศิลามี เวลานี้อยู่ที่วัดดอนยายหอม ส่วนความหมอบกับพระพุทธชูปส่งไปเก็บไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจากโบราณ วัดถุที่พบเหล่านี้เป็นหลักฐานยืนยันว่าเดิมบริเวณนี้เป็นวัดเก่า และตัวเนินคงจะเป็นฐานเจดีย์ขนาดใหญ่อยู่ภายใต้บริเวณวัด ตั้งแต่สมัยทวาราวดีหรือก่อนนั้นมีอายุกว่า 1,000 ปีมาแล้ว ถือว่าเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และสำคัญ

6. เนินวัดพระราม เนินนี้อยู่ที่วัดพระรามตำบลนครปฐม ห่างจากพระปฐมเจดีย์ไปเล็กน้อย เป็นซากพระเจดีย์ที่มีขนาดใหญ่กวัดหนึ่งในสมัยทวาราวดี เช่นเดียวกับองค์พระปฐมเจดีย์ เพราะโบราณวัตถุที่ขุดค้นพบในบริเวณนี้ล้วนแต่เป็นของเก่าแก่ มีอิฐหินที่มีลักษณะคล้ายกับที่ขุดได้ในบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ มีพระพุทธชูปีริสาหกัพัง พระเศนาธรรมจักร หวานหมอบพระพุทธชูปัลส์มุทธ์ พระพิมพ์ดินเผา เฉพาะที่ขุดได้ในบริเวณนี้มีอิฐหินที่มีลักษณะคล้ายกับที่ขุดได้ในบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ เป็นปัจจุบันเก็บไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหิมายองค์ และที่แท้หักเก็บไว้ท่องค์พระปฐมเจดีย์เป็นอันมาก ที่เรียกว่าวัดพระรามนั้น สมเด็จฯ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ทรงอธิบายว่า เพราะพระพุทธชูปัลส์มุทธ์ที่ขุดได้จากบริเวณวัดนี้งามเป็นเลิศนั้นเอง

7. เนินธรรมศาลา ออยที่วัดธรรมศาลา ตำบลธรรมศาลา ห่างจากองค์พระปฐมเจดีย์ไปทางตะวันออกประมาณ 6 กม. ออยทางด้านใต้ของถนนสายเพชรเกษม เป็นโบราณสถานที่เก่าแก่อีกแห่งหนึ่ง มีลักษณะคล้ายกับ วัดพระเมรุก่อนทำการขุดคันน์ เนินี้ยังมิได้ทำการขุดคันน์เช่นเดียวกับเนินวัดพระราม เพราะมีสิ่งสร้างอยู่หน้าเนิน และปูจจบันที่ตั้งธรรมศาลา

8. พระปะโภณเจดีย์ เป็นปูชนียสถานที่เก่าแก่และใหญ่โตเป็นอันดับสองรองจากพระปุสุमเจดีย์ ตั้งอยู่ที่วัดปะโภณ วิมานนเพชรบก ถือกันว่าเป็นที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุของพระพุทธเจ้า เดิมเป็นเจดีย์เก่าแก่และได้ปฏิสังขรณ์ใหม่ในรัชกาลที่ 4 โบราณวัตถุที่ขุดพบในบริเวณนี้มีหลายอย่าง เช่น พระพุทธรูป ลูกประคำ พระพิมพ์ดินเผาสมัยทวาราวดี

อำเภอกำแพงแสน สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอกำแพงแสนได้แก่

- เมืองกำแพงแสน เป็นเมืองโบราณเก่าแก่อยู่ทางทิศเหนือห่างจากตัวเมืองปะรุง 20 กม. มีถนนตัดไปปัจจุบันกำแพงดิน คูเมืองยังอยู่ชัดเจนมีผู้ชุดพบพระพุทธรูปและสิ่งก่อสร้างหลายชิ้นเป็นแบบทวาราวดีทั้งสิ้น แต่ฝีมือไม่ประณีตเหมือนที่ขุดได้ที่เมืองนครปฐม
  - มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ตั้งอยู่ที่ถนนมาลัยแมน ห่างจากตัวเมืองไปปะรุง 21 กิโลเมตร ภายในมหาวิทยาลัยมีโครงการต่าง ๆ ที่ให้ความรู้แก่เกษตรกร

3. **สวนป่าสมุนไพรวัดปลักไม้ลาย** ตั้งอยู่ที่ตำบลทุ่งขวาง ห่างจากตัวเมืองนครปฐมไป ตามถนนสายมาลัยแม่น ประมาณ 20 กิโลเมตร เป็นสวนป่าที่มีสมุนไพรไทยประมาณ 500 ชนิด เนื้อที่ประมาณ 92 ไร่ บรรยายกาศภายในร่มรื่นเหมาะสมสำหรับพักผ่อนกับธรรมชาติ ในป่าสมุนไพร ภายในวัดมีการนวดไทยแผนโบราณ การอบสมุนไพร การรับประทานอาหารประเภทสมุนไพร ตลอดจน การอบรมจิตและการปฏิบัติธรรม

4. **อุทยานแมลงเฉลิมพระเกียรติ** อยู่ในความดูแลของศูนย์วิจัยและพัฒนาศึกษาอุตสาหกรรม สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินงานด้านการวิจัย ค้นคว้าและพัฒนาด้านศึกษาอุตสาหกรรม จัดเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 และ 2 เป็นนิทรรศการและ พิพิธภัณฑ์ จัดอยู่ภายในอาคารชั้นเดียวประกอบด้วยการจัดแสดงแมลงสตัฟฟ์ แมลงหายาก ส่วนที่ 3 เป็นอาคารรูปโถม มีพื้นที่มากกว่า 1000 ตารางเมตร สูง 15 เมตร จัดแสดงระบบบินเวศวิทยา ของแมลงวิจัยพุทธิกรรมแมลง การเพาะเลี้ยงแมลงเชิงพาณิชย์ รวมรวมพันธุ์ฝรั่งเศื้อและแมลงหายากใกล้สูญพันธุ์ เช่น จิงหรีด จักจัน ตึกเตน ดัวง ส่วนที่ 4 เป็นงานพัฒนาศึกษาผลิตภัณฑ์ปรับปรุง ผลิตผลที่เกี่ยวข้องกับแมลงในเชิงพาณิชย์ อาทิ แมลงช่อน แมลงทับ แมลงตับเต่า ภายใต้ พบเห็นฝรั่งเศื้อและแมลงในภูมิภาคตะวันตกและได้เรียนรู้วิธีการวิจัยของฝรั่งเศื้อและแมลง

**อำเภอบางเลน** สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอบางเลนได้แก่

1. **หมู่บ้านไทยโช่ง** ตั้งอยู่ที่บ้านเก่าและ ตำบลบางปลา อำเภอบางเลน อยู่ห่างจาก อำเภอบางเลนมาทิศใต้ ตามถนนสายบางเลน-ดอนตูม ประมาณ 9 กม. เชื้อสายไทยโช่ง หรือไทย ทรงดำ (เนื่องจากชาวไทยโช่งชอบใช้เครื่องแต่งกายสีดำ) หรือลาวโช่ง อพยพมาจากบ้านหนองปรง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบูรี มีวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง นอกจากนั้นภายในหมู่บ้าน มีหัตถกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ การทอผ้า และเครื่องจักสานต่าง ๆ

2. **ตลาดน้ำลำพญา** ตั้งอยู่บริเวณหน้าวัดลำพญา ริมแม่น้ำนครชัยศรี(ท่าจีน) วัดลำพญา ตั้งต้นกำเนิดตลาดน้ำแห่งนี้เป็นศาสนสถานที่เก่าแก่มากกว่า 100 ปี นับตั้งแต่พ.ศ.2400 เป็นที่ประดิษฐาน พระพุทธธูปอันศักดิ์สิทธิ์ คือ หลวงพ่อองค์มาลานิมิต พระพุทธธูปปางมารวิชัย สร้างด้วยศิลาแลง พอกปูนและปิดทองทับไว้อย่างสวยงาม ซึ่งเป็นที่สักการบูชาและเครื่องบูชาที่ของพุทธศาสนา จำนวนมาก ภายในบริเวณวัดที่เต็มไปด้วยต้นไม้นานาพันธุ์และสมุนไพรหลากหลาย เป็นแหล่ง รวมพืชผักผลไม้ ผลิตผลทางการเกษตร เช่น เครื่องจักสาน ผ้าทอ ผ้าข้อม และอาหารราชาถูก มี อาหารไทยจำหน่าย อาทิ กวยเตี๋ยวเรือ ขนหม่วน ขนມเปี๊ยะ ห้อมก ผัก และผลไม้ บริเวณหน้าวัด นีปลานานาชนิด เช่น ปลาสาย ปลากระเหง ปลาแรด ปลาเทโพ เป็นต้น นอกจากนี้มีบริการเรือล่อง แม่น้ำท่าจีนโดยมีเรือบริการหลายประเภท เช่น เรือเจ้าโบราณ ล่องลำน้ำท่าจีน ออกจากหน้าวัด ลำพญาไปแม่น้ำสกาลเจ้าแม่ทับทิมซึ่งเป็นศาสนศักดิ์สิทธิ์ประจำตำบลลำพญา เรือลากล่องแม่น้ำท่า

จีนไป-กลับ จากหน้าวัดลำพญาไปวัดสุขวัฒนาราม ที่บิเวนหน้าวัดลำพญาเมืองปลาซุกชุมชีง สามารถให้อาหารปลาได้ เนื่องจากออกจากหน้าวัดลำพญาไปวัดบางพระ (วัดหลวงพ่อเป็น)

3. **แอร์ออร์คิด** สวนกล้วยไม้หลากหลายพันธุ์บันพื้นที่ 120 ไร่ ที่นี่มีห้องเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อกล้วยไม้ที่อนุบาลกล้วยไม้ พันธุ์กล้วยไม้ที่นี่หั้งส่องออกต่างประเทศและจำหน่ายในประเทศไทยในราคาย่อมเยา

4. **ตลาดบางหลวง** เป็นตลาดเก่าสมัยรศ.122 ตั้งอยู่ที่อำเภอบางเลน ตลาดบางหลวง เป็นชุมชนเก่าแก่ริมแม่น้ำท่าจีนอายุกว่า 100 ปี เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2446 ในปัจจุบันตลาดยังคงสภาพความสวยงามและบรรยายกาศของสถาปัตยกรรมตลาดเก่าในอดีตไว้อย่างสมบูรณ์ ทั้งรูปแบบวิถีชีวิตที่เรียบง่ายการค้าขายของคนในชุมชนรวมทั้งประเพณีและวัฒนธรรม ที่ผสมกลมลืนระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีนที่สืบทอดกันมาเป็นเวลากว่า 100 ปี เช่น ร้านขายยาจีนสมุนไพร ร้านทำฟันปลอม ร้านทำทอง ร้านบัดกรีให้หงาย ร้านทำเส้นกวยเตี๋ยว ทุกวันเสาร์-อาทิตย์จะมีการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร ผัก ผลไม้สด ปลา กุ้ง อาหารขึ้นชื่อทั้งหวาน-เค็ม

5. **ตลาดโนราณ 100 ปี รังกระทุม** ตลาดโนราณ 100 ปีรังกระทุม ตั้งอยู่ที่ตำบลบางภาษี ริมแม่น้ำคลองพระพิมลและคลองบางภาษี ชื่นไหลงสู่แม่น้ำท่าจีน ห่างจากอำเภอบางเลนประมาณ 5 กิโลเมตร เป็นตลาดริมน้ำแบบดั้งเดิมที่มีบรรยายกาศของบ้านเรือนไม้เก่า หรือวิถีชีวิตที่เรียบง่าย มีการค้าขายสินค้าท้องถิ่นแบบดั้งเดิม เช่น ร้านขายกาแฟโนราณ เปิดพะโล้ ขันมครกโนราณ หมีกรอบโนราณ ขันมทองม้วนนิม แม่น้ำบ้านโนราณ (ร้านบังเอยพานิชย์) อยู่ในตลาดรังกระทุม มีอุปกรณ์การค้าขายของแบบโนราณที่ยังคงเก็บรักษาไว้อย่างดี เช่น การขายกาแฟโนราณ การทำขันม แต่งงาน เครื่องพิมพ์ขันมโก เครื่องพิมพ์ขันมกว้างตุ้งเครื่องพิมพ์ถัว และเครื่องเล่นเพลง เป็นต้น

อำเภอครชัยศรี มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่

1. **พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย** ตั้งอยู่เลขที่ 43/2 หมู่ 1 ถนนปืนเกล้า-นครชัยศรี กม.ที่ 31 ตำบลขุนแก้ว อำเภอครชัยศรี เป็นสถานที่จัดแสดงหุ่นขี้ผึ้งไฟเบอร์กลาส ซึ่งเป็นผลงานสร้างสรรค์ของกลุ่มศิลปินไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในอันที่จะส่งเสริมเผยแพร่และอนุรักษ์ไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรมประเพณีของไทยประกอบด้วยหุ่นชุดต่างๆ ได้แก่ ชุดพระอิริยสังฆ์ ชุดพระบรมรูป พระมหาภัตติรัตน์ ราชวงศ์จักรี และชุดมุนหนึ่งของชีวิต เป็นต้น

2. **อุทยานปลา** ตั้งอยู่หมู่ที่ 1 ตำบลห้วยพลูจะมีป่ามากอยู่ร่วมกันโดยธรรมชาติได้แก่ ปลาสวยงาม ปลาเทโพ ปลาตะเพียน ปลาทางเดง ซึ่งอยู่ในแม่น้ำท่าจีน อุทยานปลาอยู่ห่างจากทางแยกเข้าที่ทำการอำเภอครชัยศรีประมาณ 11 กม.

3. วัดศรีมหาโพธิ์ (หลวงพ่อแดง) อยู่ห่างจากทางแยกของทางหลวงหมายเลข 4 เลี้ยวขวาเข้ามาเกอนครชัยศรีไป 15 กม. สถานที่น่าสนใจอันดับแรกคือ วิหารหลวงพ่อแดง มีพระนอนนอกจากนี้บริเวณวัดยังมีรูปปั้นขนาดใหญ่เจ้าแม่กวนอิมและวิหารเก่าตั้งอยู่ด้านหน้าวิหารหลวงพ่อแดง

4. พิพิธภัณฑ์รถโบราณ (เจษฎาเทคโนโลยี) ตั้งอยู่เลขที่ 100 หมู่ 2 ตำบลลังวิวราย อำเภอนครชัยศรี เป็นพิพิธภัณฑ์ที่รวมรวมและจัดแสดงยานยนต์ เครื่องกล ยานพาหนะหลากหลายชนิดจากทั่วทุกมุมโลก ก่อตั้งโดยนายเจษฎา เดชสกุลฤทธิ์ นักธุรกิจชาวไทยที่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวไปทั่วโลก เมื่อมีโอกาสเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ในต่างแดนทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการสะสมขึ้น โดยรวมรวมยานพาหนะทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ เช่น รถเล็ก รถการค้า เรือสำราญ สัญชาติรัสเซีย เครื่องบินโบอิ้ง 747 เครื่องบินไทรสตาร์ฯ ฯ เปิดให้ชมวันอังคาร-วันอาทิตย์

5. **วัดศรีษะทอง** เป็นวัดที่สร้างจากการร่วมใจของชาวบ้านที่เป็นชาวลาวที่อพยพมาจากการเดียงจันทน์ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ในขณะที่มีการขุดดินสำหรับสร้างวัดได้พบเศียรพระทองคำอยู่ในดิน จึงตั้งชื่อวัดนี้ว่า “วัดหัวทอง” ตั้งแต่นั้นมาจวัดเล็กๆ กล้ายมาเป็นวัดที่เจริญรุ่งเรืองและเปลี่ยนชื่อเป็น “วัดศรีษะทอง” ต่อมาทางราชการได้ยกขึ้นเป็นตำบลศรีษะทองสืบมาจนถึงทุกวันนี้ ที่วัดศรีษะทองนี้มีประชาชนเป็นจำนวนมากที่นับถือและนิยมมานมัสการพระราหู ที่มีความศักดิ์สิทธิ์และเพื่อความเป็นศิริมงคล

6. วัดกลางบางแก้วและพิพิธภัณฑ์พระพุทธวิถีนัยก เป็นวัดโบราณริมแม่น้ำท่าเจ้าตั้งอยู่ที่ตำบลลนเครือข่ายศรี ภายในมีโบราณสถานวิหารและพระประทานเก่าแก่ สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา ภายในมีพิพิธภัณฑ์พระพุทธวิถีนัยกซึ่งก่อตั้งขึ้นโดยพระครูสิริชัยคณารักษ์เจ้าคณะอำเภอเครือข่ายศรีและเป็นเจ้าอาวาสวัดกลางบางแก้วคนปัจจุบัน เพื่อเก็บรักษาโบราณวัตถุและศิลปะวัดถูล้ำค่าต่างๆของอดีตเจ้าอาวาส 2 รูป คือ หลวงปู่บุญหรือท่านเจ้าคุณพุทธวิถีนัยก (บุญขันธ์โชติ) ซึ่งปกครองวัดตั้งแต่ปีพ.ศ. 2429-2478 และหลวงปู่เพิ่ม พระพุทธวิถีนัยก(เพิ่ม บุญญาสโน) ซึ่งเป็นลูกศิษย์ของหลวงปู่บุญและสืบต่ำแหน่งเป็นเจ้าอาวาสวัดต่อมา ภายในจัดแสดงประวัติและข้าวของเครื่องใช้ของหลวงปู่บุญและหลวงปู่เพิ่ม เครื่องรางของขลัง วัตถุมงคลและพระบูชาของหลวงปู่เรื่องราวตัวยาไทย สมุนไพร ยาภัคชาโโรค ปฏิทินไหรากาสตอร์เรียนด้วยลายมือหลวงปู่ รูปปั้นและรูปถ่ายของหลวงปู่ คัมภีรีเบลาน สมุดข้อมูล ตำราไหรากาสตอร์ ตำรายาไทย สมุดภาพพระมาลัย เครื่องถ่ายของหลวงปู่ แก้วเจียระไน เครื่องทองเหลืองชุบกัมมาสันมุกของหลวงปู่บุญ และจัดแสดงพระบูฐินพระบูชาไม้แกะ ธรรมานสันบุษบกเก่าสักไม้ลังรักปิดทอง ถูกใจมากของหลวงปู่ที่นำมาประกอบในลักษณะเดิม เพื่อประดิษฐานรุ่นที่แล้วของหลวงปู่เหมือนกับสมัยที่ท่านยังมีชีวิตอยู่

7. ตลาดท่านา หรือตลาดนครชัยศรี อยู่ในตำบลนครชัยศรี เป็นตลาดโบราณย่านชุมชน ริมน้ำที่น่าท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดนครปฐม เปิดค้าขายมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 นับเป็นพื้นที่

ประวัติศาสตร์ที่มีสถาปัตยกรรมการก่อสร้างที่เก่าแก่และหาดูได้ยาก อยู่ในความดูแลของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จึงทำให้ตลาดแห่งนี้มีการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ ด้วยรูปแบบอาคารร้านตลาดสร้างด้วยไม้ซึ่งยังคงกลิ่นอายแบบดั้งเดิมเหมือนเมื่อ 70 ปีที่ผ่านมา เป็นแหล่งร้านอาหารริมน้ำและผลไม้มากมายโดยเฉพาะส้มโอนคราชัยศรี นอกจากบรรยายกาศตลาดแล้วยังสามารถเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น วัดบางพระที่มีพระดังอย่างหลวงพ่อเป็น วัดกลางบางแก้วกราบไหว้หลวงพ่อบุญ ตลาดต้นสนซึ่งเป็นตลาดเก่าแก่อีกแห่งหนึ่ง

8. พิพิธภัณฑ์วิถีชีวิตริมแม่น้ำไทย ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 4 บ้านลานแหลม ถนนคราชัยศรี-ดอนตูม กิโลเมตรที่ 14-15 ตำบลวัดละมุด ในบริเวณบ้านของอาจารย์เริงชัยและคุณป้าพยอม แจ่มนิยม ซึ่งใช้บ้านของท่านเป็นที่เก็บรวบรวมและจัดแสดงเครื่องมือ เครื่องใช้ของชาวนาไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เพื่อสนองพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงและเล่าขานตำนานวิถีชาวนาไทย ตัวอาคารเป็นริมแม่น้ำไทยเครื่องผูก 2 ห้อง จัดแสดงวิถีชีวิตริมแม่น้ำอยู่ในปีก่อน เครื่องมือเครื่องใช้การเกษตร เครื่องมือจับปลา เครื่องมือก่อสร้างบ้านเรือนผู้สูงอายุสามารถชมการเกษตรแบบดั้งเดิม การเกษตรแบบพอเพียง สาธิตการผลิตข้าวกล้องข้าวห้องมือ การหุงข้าวด้วยหม้อดิน การผลิตหัตถกรรมจักสานผักตบชวาของคำเกอนคราชัยศรี

อำเภอสามพวน สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอสามพวนได้แก่

1. วัดไธสง ตั้งอยู่ที่อำเภอสามพวน วัดไธสงเป็นวัดราษฎร์ สร้างเมื่อ พ.ศ. 2334 โดยสมเด็จพระพุฒาจารย์ (พุก) เรียกชื่อวัดตามชื่อตำบล เมื่อสร้างเสร็จแล้วได้อัญเชิญพระพุทธชูปจากวัดศาลาปูนมาประดิษฐานไว้ที่วัดไธสง ปัจจุบันชาวบ้านเรียกกันว่า หลวงพ่อวัดไธสง เป็นพระพุทธชูปปางมารวิชัย หน้าตักกว้าง 4 ศอก 2 นิ้วเศษ สูง 4 ศอก 16 นิ้วเศษ พุทธลักษณะเป็นสมัยเชียงแสน สันนิษฐานว่าเป็นฝีมือช่างสมัยไทยล้านนา และล้านช้าง ตามตำนานเล่าว่าลอยน้ำมา และอัญเชิญขึ้นไว้ที่วัดศาลาปูนวัดไธสงนี้ สมเด็จพระมหาสมณเจ้ากรรณพระยาชิรญาณวโรส ทรงพระราชนานมให้ไว้วัดมงคลจินดามรา (ไธสง) แต่ชาวบ้านเรียกันว่าวัดมงคลจินดามราไธสง จนกระทั้งเหลือแต่ชื่อวัดไธสงไปในที่สุดวัดไธสง เป็นวัดที่พุทธศาสนาชนรัชจักร นิยมเดินทางไปนมัสการหลวงพ่อวัดไธสงกันอยู่เสมอ ทุกวันอาทิตย์จะมีตลาดนัดอาหารและผลไม้จำหน่ายหน้าวัด และที่บริเวณริมแม่น้ำหน้าโนบส์จะมีชาวสวนพายเรือนนำผลไม้มาขาย และบริเวณริมแม่น้ำหน้าโนบส์เป็นเขตอภัยทาน ริมรื่น มีปลาสวยงามตัวโตนับพันตัวอาศัยอยู่ นักท่องเที่ยวสามารถซื้อขนมปังเลี้ยงปลาได้ และยังมีกิจกรรมเดี่ยวเรือ (หมู) รัสเลิศชายทุกวัน นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์ของเก่า รวมรวมของเก่า เช่น ชีวบ้านนำมกษาวยวัดจัดแสดงไว้ ในระหว่างวันขึ้น 13 ค่ำ ถึงแม่ 3 ค่ำเดือน 5 ของทุกปีทางวัดไธสงจะจัดงานนมัสการหลวงพ่อวัดไธสงขึ้น มีการอกร้านและมหรสพมากมาย

2. **สวนสามพวน** เป็นสถานที่พักผ่อนตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษมห่างจากกรุงเทพฯประมาณ 32 กม. อยู่ติดแม่น้ำนนนครชั้ยศรี ภายในจัดแต่งเป็นสวนดอกไม้นานาชนิด หมู่บ้านไทย และบางส่วน เป็นโรงเรือน ที่พักและสนามกอล์ฟ นอกจากนี้ยังมีการแสดงพื้นบ้านให้ชมในช่วงป่ายเป็นประจำทุกวัน

3. **ลานแสดงช้างและฟาร์มจะระเข้าสามพวน** ตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษมกิโลเมตรที่ 30 ห่างจากสวนสามพวน 1 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 130 ไร่ เป็นสวนสัตว์นานาชนิด

4. **ตลาดดอน hairy** ตั้งอยู่ที่ตำบลบางกระทึก หลังวัดดอน hairy เป็นตลาดที่ยังเหลือสภาพตลาดเก่าในอดีตสมัยรัชกาลที่ 6 ให้เห็นลักษณะตัวอาคารเป็นอาคารไม้เก่าๆ

5. **พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัดท่าพูด** ตั้งอยู่ในวัดท่าพูด ตำบลไทรเจริญ ริมแม่น้ำท่าจีน เป็นวัดเก่าแก่อายุกว่า 200 ปี จากหลักฐานจารึกบนแผ่นอิฐมอญบนผนังพระอุโบสถ สันนิษฐานว่าสร้างสมัยอยุธยาตอนปลายประมาณสมัยพระเจ้าอยุหัวบรมโกศ โดยกลุ่มคนที่อพยพโยกย้ายมาจากกรุงศรีอยุธยาเพื่อหลบภัยสงครามหลังเสียกรุงศรีอยุธยาพ.ศ. 2310 และมาตั้งหลักแหล่งอยู่ริมแม่น้ำท่าจีน หลวงพ่อรอดเจ้าอาวสุคนแกร เป็นอดีตพระราชาคนแรกของกรุงศรีอยุธยา แม้ในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชจะนิมนต์ท่านให้เข้าไปประจำในเมืองหลวง เนื่องจากทรงพื้นพูนบารมเนียมประเพณีสมัยกรุงศรีอยุธยา และท่านบารุ่งพระพุทธศาสนาโดยสืบทอดพระภิกขุสงฆ์ที่มาจากกรุงเก่าเพื่อนมนต์เข้าไปประจำในกรุงธนบุรี แต่หลวงพ่อรอดก็ประ升ตั้งประจำที่วัดนี้ สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงมีขัดข้องและทรงพระราชนักริบสิ่งของหล่ายลิ้ง เช่น พระยานมาศ(คานหาม) กระโนนกระปั่ม กาน้ำชาและเรือกบัญชาจำนวนอีก 2 ลำ ในสมัยรัชกาลที่ 5 วัดท่าพูดเป็นที่รู้จักของเชื้อพระวงศ์ ได้แก่ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ เนื่องจากในขณะนั้นมีเจ้าอาวสุไหญ์และรองที่มีเชื้อเสียง คือ หลวงพ่อแก้วและหลวงพ่อชื่น ในปี พ.ศ.2540 ได้จัดสร้างพิพิธภัณฑ์ประจำวัดขึ้นเพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1. หอพระไตรปิฎกสมัยรัชกาลที่ 3 จัดแสดงโบราณวัตถุ เช่น สิ่งของที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงพระราชนักริบให้แก่พระอาจารย์รด 2. ภูมิอดีตเจ้าอาวสุหังเก่าพ.ศ. 2502 จัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้ของเจ้าอาวสุ เครื่องบิชารต่างๆ สมบัติของวัด เช่น เครื่องแก้ว เครื่องกรองน้ำ เครื่องปั้นดินเผาที่มีได้จากแม่น้ำหน้า 3. อาคารเรียนพระปริยัติธรรมสมัยรัชกาลที่ 5-6 เป็นอาคารไม้สักประดับลายไม้ฉลุ (ขน�ปังชิง) หน้าจั่วเป็นรูปเครื่องหมาย "มหามหาภูราชนิเวศวิหาร" วัดบวรนิเวศวิหาร ขันบนมุ่มหนึ่งรวมกับหนังสือพิมพ์ย้อนยุคสมัยต่างๆ และยังมีหนังสือและเอกสารต่างๆ ที่ทางวัดเก็บไว้ ขันล่างใต้ถุนอาคารเก็บเครื่องวิเคราะห์ดันน้ำเข้านา

อำเภอพุทธมณฑล มีสถานที่ท่องเที่ยวได้แก่

1. **พุทธมณฑล** เป็นสถานที่สำคัญทางพุทธศาสนา ตั้งอยู่ที่ตำบลศาลายา มีพื้นที่ 2,500 ไร่ จากกรุงเทพฯไปตามถนนเพชรเกษมถึงกม.ที่ 22 เลี้ยวขวาตามถนนพุทธมณฑลสาย 4 ประมาณ 8 กม. หรือเดินทางไปตามถนนสายปืนเกล้า-พุทธมณฑล ระยะทาง 19 กม. พุทธมณฑล เป็นสถานที่ซึ่งรัฐบาลและประชาชนชาวไทยร่วมใจกันจัดสร้างขึ้นในปีพ.ศ. 2500 เนื่องในโอกาสที่พุทธศาสนาเจริญรุ่งเรืองมาได้ถึง 2,500 ปี บริเวณจุดศูนย์กลางของพุทธมณฑลเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปปางลีลา ซึ่งเป็นพระประธานของพุทธมณฑล มีความสูง 2,500 กระเบียด (ประมาณ 13.75 เมตร) พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระราชนานม-naว่า "พระศรีศาภายศพลดัญญ ประทานพุทธมณฑลสุทธิมนต์" รอบองค์พระประธาน เป็นสถานที่จำลองของสังเวชนียสถาน 4 ตำบล คือ ตำบลอันเป็นที่ประสูติ ตรัสรู้ แสดงปฐมเทศนาและแสดงจดับขันธ์ปัจฉนิพพาน นอกจากนี้ยังมีศาสนสถานที่สำคัญอื่นๆ ได้แก่ พระวิหารพุทธมณฑล ตำหนักสมเด็จพระสังฆราช และที่พำนักสงฆ์ อาศัณฑุก หอสมุด พิพิธภัณฑ์พุทธศาสนา หอกลอง และสวนพันธุ์ไม้ต่างๆ

2. **สวนสมุนไพรสิริรุกขชาติ** มีพื้นที่ 38 ไร่ รวบรวมพันธุ์สมุนไพรกว่า 1,200 ชนิด พร้อมแสดงป้ายชื่อและสรุปคุณที่ชัดเจน จึงเหมาะสมที่จะเป็นห้องเรียนธรรมชาติสำหรับนักเรียน นักศึกษา นักวิชาการรวมทั้งผู้สนใจทั่วไป

3. **ล่องเรือเที่ยวคลองมหาสวัสดิ์** ตำบลศาลายา ชุมชนรวมชาติและวิถีชุมชนริมคลองมหาสวัสดิ์ ชุมชนผลไม้ สวนกล้วยไม้ และนาบัว

4. **ศูนย์การศึกษาอกร่องเรียน (วิทยาลัยในวัง)** ตั้งอยู่ริมถนนศาลายา-บางจาก ตำบลศาลายา เป็นงานศิลปะไทยโบราณ "ช่างสิบหมู่" เป็นศิลปะไทยที่ล้วนถูกสร้างสรรค์มาจากภูมิปัญญา

#### 2.1.1.9 ข้อมูลเทศบาลสำคัญของจังหวัด

จังหวัดนครปฐมมีงานเทศบาลสำคัญหลายรายการและมีชื่อเดิมเป็นที่รู้จักกันทั่วไป ได้แก่

1. งานประเพณีมัสการองค์พระปฐมเจดีย์ จัดขึ้นระหว่างวันขึ้น 12 ค่ำ ถึงแรม 4 ค่ำ เดือน 12 ของทุกปี บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์มีการอกร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองต่างๆ และมีมหรสพในตอนกลางคืน

2. งานมัสการปิดทองหลวงพ่อวัดไธสง จัดขึ้นที่วัดไธสง อำเภอสามพราน ระหว่างวันขึ้น 13 ค่ำ เดือน 5 ถึงวันแรม 4 ค่ำ เดือน 5 ของทุกปี มีการจำหน่ายสินค้าจากหน่วยงานต่างๆ และเกษตรกรผู้ผลิต มีการประกวดผลไม้ และมีมหรสพในตอนกลางคืน

3. งานลี้ยงบุฟเฟ่ช้างและประกวดราชินีช้าง จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันแรงงานแห่งชาติ วันที่ 1 พฤษภาคมของทุกปี ที่ลานแสดงช้างและฟาร์มจะเข้ามาร่วม มีการประกวดราชินีช้าง ของสาวหุ่นอวบที่มีความน่ารักอ่อนยิ่น นุ่มนวลแบบช้าง

4. งานเทศบาลอาหารและผลไม้นครปฐม จัดขึ้นในช่วงเทศบาลตุขจีน ประมาณเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ของทุกปี บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ เพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรกรรม และ อุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงของจังหวัด ได้แก่ สมอ มะพร้าวน้ำหอม ฝรั่ง กล้วย เป็นต้น ผลิตภัณฑ์อาหาร ต่างๆได้แก่ กุนเชียง หมูแห่น หมูหยอง เป็นต้น ซึ่งในงานมีการประกวดตัวจีนและผลไม้ต่างๆ

5. งานประเพณีสงกรานต์ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 13-17 เมษาคมของทุกปี บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์มีกิจกรรม ได้แก่ การจัดตกแต่งขบวนแห่สงกรานต์ ขบวนมังกรและสิงห์โต การทำบุญสรงน้ำพระพุทธชูปะร่วง โขนกุธี ก่อพระเจดีย์ทราย มีมหรสพ และการละเล่นพื้นเมือง

6. งานประเพณีลอยกระทง จัดขึ้นในช่วงวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12 เดือนพฤษจิกายนของทุกปี บริเวณพระราชนิเวศน์ จังหวัดสุโขทัย กิจกรรมที่จัด ได้แก่ การประกวดนางพม่าศ การประกวดกระทง การประกวดโคมแขวน และมีการละเล่นพื้นเมือง

## 2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

### 2.1.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานดื่นเต้น หรือเพื่อหาความรู้ องค์กรการท่องเที่ยวของสหประชาชาติ (องค์กร: World Tourism Organization) กำหนดได้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางจากบ้านเพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักชนิดหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งนำรายได้จากประชาชนชาวไทยและ ชาวต่างชาติเข้าสู่ประเทศไทย การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมประเภทของการให้บริการอีกทั้ง การท่องเที่ยวยังมีความ เกี่ยวเนื่องทำให้เกิดอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ เช่น ร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรม ร้านขายของที่ระลึก ซึ่งก่อให้เกิดการจ้างงานในระดับต่างๆก่อให้เกิดการลงทุน ดังนั้นอุตสาหกรรมที่ ท่องเที่ยวจึงถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยเป็นอันดับหนึ่งและเป็นอุตสาหกรรมที่ ผลักดันให้เศรษฐกิจของ ประเทศไทยดีขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่ประชาชนเป็นจำนวนมาก

รูปแบบการท่องเที่ยว(นัตราเนลิม องอาจฐานศala) มีดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่ง ทรัพยากรธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ทำการ เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร พาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเร็จและเพลิดเพลินในสวนเกษตร

3. การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อ ไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ

4. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวและเยี่ยมชม โบราณสถานที่คงเอกลักษณ์วัฒนธรรมเฉพาะถิ่น รวมถึงประเพณีและวิถีการดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ประเพณีต่างๆที่คนในท้องถิ่นนั้นๆจัดขึ้นตามความเชื่อ การเคารพนับถือ และพิธีกรรมต่างๆ

5. การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (Historical tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวสถานที่ทางโบราณคดีและประวัติศาสตร์ เช่น โบราณสถาน โบราณวัดๆ ปราสาท พระราชวัง วัด

6. การท่องเที่ยวชนบท (Village tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบท ที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น

7. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) คือการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้ถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อย หรือชนเผ่าต่างๆ

8. การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาและเปลี่ยนรูปจากปรัชญาทางศาสนาความรู้สัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิ เพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้น มีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น

### 2.1.2.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

ในปัจจุบัน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลายมาเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อระบบเศรษฐกิจของโลกและเป็นที่ยอมรับกันว่าเกือบจะทุกประเทศในโลกนี้ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้เจริญเติบโตจนกลายมาเป็นสินค้าหลักในระบบการค้าระหว่างประเทศอย่างรวดเร็ว และในหลายประเทศ อุตสาหกรรมท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอยู่ในระดับที่ 1-3 ของ 10 อันดับแรกในอุตสาหกรรมสำคัญของประเทศนั้นๆ อีกด้วย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า เศรษฐกิจทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก และเป็นที่เชื่อกันว่าความสำคัญของการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากธุรกิจบริการมีนโยบายส่งเสริมอย่างต่อเนื่องและการท่องเที่ยวภายในประเทศเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญที่สุด การเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวที่มีมาแต่โบราณกาลและได้พัฒนาการมาเป็นลำดับ ยิ่งมีความเจริญก้าวหน้า ด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะการคมนาคมขนส่งก็ยิ่งทำให้การเดินทางท่องเที่ยวขยายวงกว้างออกไป โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆหลากหลายกันไม่ว่าเพื่อธุรกิจ เพื่อนันทนาการ และเพื่อศึกษาหาความรู้ในสิ่งที่ไม่เคยรู้เดย์เห็น การเดินทางท่องเที่ยวซึ่งเป็นกิจกรรมอันเป็นส่วนบุคคลเหล่านี้ได้

เติบโตรวมกันเป็นกลุ่มก้อนขึ้น จน ต้องอาศัยการวางแผน การจัดองค์การและการตลาด ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของนานาประเทศในปัจจุบัน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงถือได้ว่าเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่แสดงบทบาทเด่นชัดในแต่ละปีที่ผ่านมา ความสำเร็จโดยรวมหรือบางส่วนนั้น ย่อมมาจากพลังของพื้นที่ของหรือ พลังขับเคลื่อนทั้งส่วนเล็กและส่วนน้อยที่ช่วยกันผลักช่วยกันดันให้อุตสาหกรรมนี้เคลื่อนไหวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง และแสดงบทบาทหน้าในการเป็นตัวกรรต์ให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ซึ่งนำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้และการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวเนื่องมากราย หลายร้อยสาขา เป็นการสร้างความมั่งคั่งให้กับประชาชนและประเทศชาติ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จ ในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนชาวไทย การท่องเที่ยวได้ส่งผลต่อผู้ประกอบการทางธุรกิจ หลายประเภท ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจบริการอื่นๆ ทั้งโดยตรง และโดยอ้อม เช่น การผลิตสินค้าเกษตร กรรมและหัตถกรรม การก่อสร้าง รวมทั้งกิจการ สาธารณูปโภคของรัฐ นอกจานนี้ยังขยายผลถึงระดับ ประเทศและโลกด้วย

จากการศึกษาถึงผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทยใน ระยะเวลาที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่า มีทั้งผลกระทบในทางบวก และผลกระทบในทางลบ ซึ่งผลกระทบ ในทางบวก คือ ทำให้เกิดรายได้จากการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะทำให้ประเทศไทยมีรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเพิ่มขึ้นอีกด้วย หนึ่ง นอกเหนือ ไปจากการส่งสินค้าออก นอกจานนี้ เงินที่นักท่องเที่ยวนำไปจับจ่ายใช้สอยย่อม กระจายไปสู่ท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ ทำให้เศรษฐกิจของท้องถิ่นดีขึ้น นอกจานผลิตด้าน เศรษฐกิจแล้วยังก่อให้

เกิดผลดีทางด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยมีการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้วัฒนธรรมซึ่งกันและกันระหว่าง นักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น

### 2.1.2.3 ทฤษฎีพัฒน์ผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว

#### ความหมายของพัฒน์ผู้บริโภค

พัฒน์ผู้บริโภค หมายถึง พัฒน์กรรมการซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้าย ไม่ว่าจะเป็น บุคคลหรือครัวเรือนที่ซื้อสินค้าและบริการสำหรับการบริโภคส่วนตัว (Kotler and Armstrong 2005: 143)

พัฒน์กรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำที่ผู้บริโภคแสดงออก ได้แก่ การค้นหา การ เลือกซื้อ การเลือกใช้ การประเมินผลในการใช้สอยผลิตภัณฑ์นั้นๆ รวมถึงการบริการที่ผู้บริโภค พึงได้หรือพึงจะได้รับ ซึ่งการกระทำดังกล่าวเป็นที่คาดว่าจะสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค นั้นๆ ได้ (พรพิมล ศรีวิกร 2542: 6)

พฤษติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุทั้งปวงที่มีอิทธิพลเนื่องจากผู้บริโภคทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งโดยการเข้าใจถึงสาเหตุต่างๆที่มีผลในการจูงใจหรือการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะทำให้นักการตลาดสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ (อดุลย์ ชาตุรังค์กุล 2543 : 50)

พฤษติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการในการตัดสินใจจะเกี่ยวข้องโดยตรงในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ ซึ่งประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาพฤษติกรรมจะนำไปสู่การโอกาสในการทำการตลาดใหม่ๆและนำไปสู่การสร้างโอกาสทางกลยุทธ์

จากความหมายและแนวคิดของพฤษติกรรมผู้บริโภค สรุปได้ว่า พฤษติกรรมผู้บริโภคเป็นการกระทำที่ผู้บริโภคแสดงออกมาในรูปแบบของกระบวนการตัดสินใจเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆซึ่งมีผลในการตัดสินใจของผู้บริโภค

แนวคิดพฤษติกรรมผู้บริโภคตามแนวคิดของคอดเลอร์(Kotler 2006:180) ซึ่งนักการตลาดยอมรับถึงแนวทางที่ต้องคำนึงถึงดังต่อไปนี้

1. ใครเป็นผู้ซื้อผลิตภัณฑ์
2. ใครทำการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
3. ใครมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์
4. ทำการตัดสินใจซื้ออย่างไร ใช้หลักเกณฑ์อย่างไร
5. ผู้บริโภคซื้ออะไร
6. ทำไมผู้บริโภคเจาะจงซื้อตราสินค้า
7. สถานที่ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ
8. ไปซื้อเมื่อไร ปัจจัยที่เป็นเหตุผล
9. ผู้บริโภคคุ้จัดผลิตภัณฑ์อะไร
10. ท่าทางของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์
11. ปัจจัยใดทางสังคมที่มีอิทธิพลต่อการซื้อ
12. รูปแบบการดำเนินชีวิตมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่
13. ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อการซื้ออย่างไร

พิชณุ จงสถิตย์วัฒนา (2548: 54) ได้กล่าวถึง พฤษติกรรมผู้บริโภคและการบริการที่นักการตลาดจะต้องวิเคราะห์ถึงพฤษติกรรมของผู้บริโภคในเรื่องเหล่านี้ เช่น ใครคือผู้ซื้อ ซื้ออะไร ทำไมถึงซื้อ ใครเกี่ยวข้องกับการซื้อ ซื้ออย่างไร ซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าไม่ว่าสถานการณ์การซื้อจะเป็นอย่างไร การตัดสินใจซื้อต้องมีการตัดสินใจเป็นขั้นๆซึ่งประกอบด้วยปัจจัย ดังนี้

1. การตัดสินใจเกี่ยวกับประเภทสินค้า
2. การตัดสินใจเกี่ยวกับแบบของสินค้า
3. การตัดสินใจเลือกตราสินค้า
4. การตัดสินใจด้านผู้ขาย
5. การตัดสินใจในปริมาณการซื้อ
6. การตัดสินใจช่วงจังหวะเวลา
7. การตัดสินใจเรื่องการจ่ายเงินหรือค่าใช้จ่ายในการซื้อ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและ การใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ซึ่ง คำตอบที่ได้จะช่วยให้นักการตลาดสามารถจัดหากลยุทธ์ (Market Strategies) ที่สามารถสนอง ความ ความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

แนวทางการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปคือ

1. ใครคือผู้ซื้อ ใครอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is the target market?)
2. ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์อะไร (What does the consumer buy?)
3. เหตุผลในการซื้อ ทำไมผู้บริโภคจึงซื้อ (Why does the consumer buy?)
4. ใครมีส่วนร่วมในการซื้อ (Who is the target market?)
5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the consumer buy?)
6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the consumer buy?)
7. ผู้บริโภคซื้อย่างไร (How does the consumer buy?)

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะเป็นแนวทางการหาความต้องการในการซื้อสินค้าแต่ละ ประเภท เพื่อใช้เป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค มีแนวทางดังนี้

1. ลักษณะกลุ่มเป้าหมายด้านประชากร จิตวิทยา ภูมิประเทศ พฤติกรรมศาสตร์
2. กลยุทธ์การตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริม

การตลาดและการสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย

3. สิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
4. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ รูปแบบ ลักษณะนวัตกรรม ความแตกต่างจากคู่แข่ง

### 2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า (Brand)

#### 2.1.3.1 ความหมายของตราสินค้า (Branding)

ตราสินค้า (Brand) หมายถึง ตราสัญลักษณ์ที่เป็นตัวอักษรที่ตั้งขึ้นมาสำหรับสินค้า สินค้า โดยเฉพาะรูปแบบเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้าหรือเครื่องหมายที่แสดงความเป็นเจ้าของ ซึ่งอาจ ออกมากในรูปของชื่อ คำเฉพาะ รูปแบบหรือสัญลักษณ์ ตราสินค้าที่มีพลังสามารถนำสินค้าไปสู่ ความสำเร็จทางการแข่งขันในตลาด และอาจเป็นทรัพย์สินที่มีค่าที่สุดขององค์กร

คุณทเลอร์ (Kotler, 2006: 256-258) กล่าวว่า การสร้างตราสินค้าเป็นศิลปะและเป็นพื้นฐาน ของการตลาด สมาคมการตลาดแห่งสหราชอาณาจักร ตราสินค้า หมายถึง ชื่อ วิสิทธิ์ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ หรือการออกแบบ หรือสิ่งเหล่านี้รวมกัน เพื่อใช้ระบุว่าสินค้าหรือบริการเป็นของผู้ขาย หรือกลุ่มผู้ขายรายใดเพื่อแสดงความแตกต่างจากคู่แข่ง ดังนั้นตราสินค้าจึงบอกถึงตัวผู้ขายหรือ ผู้ผลิต ภายใต้กฎหมายเครื่องหมายการค้า ผู้ขายได้รับสิทธิ์กฎหมายให้เป็นผู้ใช้ตราสินค้าแต่ผู้เดียว ตลอดกาล ตราสินค้าแตกต่างจากสิทธิบัตร (Patent) และลิขสิทธิ์ (copyright) ที่มีกำหนดหมดอายุ ตราสินค้าเป็นสัญลักษณ์ที่มีความลับซึ่งข้อนสามารถสื่อสารด้วยตัวอักษร 6 ระดับ ดังนี้

1. คุณสมบัติ (Attribute) ตราสินค้าทำให้เกิดคุณสมบัติหรือคุณลักษณะที่แบ่งชัดของผลิตภัณฑ์
2. คุณประโยชน์ (Benefit) คุณสมบัติต้องแปลงออกมารูปคุณประโยชน์ตามหน้าที่และคุณ ประโยชน์ทางอารมณ์ เช่น ความทันทัน แสดงให้เห็นคุณประโยชน์ตามหน้าที่การใช้งาน
3. คุณค่า (Value) ตราสินค้าบ่งบอกถึงบางอย่างเกี่ยวกับคุณค่าของผู้ผลิต
4. วัฒนธรรม (Culture) ตราสินค้าอาจเป็นตัวแทนของวัฒนธรรม
5. บุคลิกภาพ (Personality) ตราสินค้าบ่งชี้ถึงบุคลิกภาพของสินค้า
6. ผู้ใช้ (User) ตราสินค้าชี้ให้เห็นถึงประเภทของผู้บริโภคที่ซื้อหรือใช้

ตราสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จทางการตลาด ตราสินค้าช่วยให้นักการตลาดแยก แยะสินค้าหรือบริการของตนออกจากผู้อื่น ช่วยให้ผู้บริโภคประทับใจสินค้าหรือบริการได้ ซึ่งจะมีผล ต่อการซื้อขาย

ศาสตราจารย์ สตีเว่น คิง ได้กล่าวไว้ว่า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ตราสินค้า คือสิ่งที่ผู้บริโภค เลือกซื้อ สินค้าคือสิ่งที่ผู้บริโภคใช้แสดงให้เห็นว่าตราสินค้ามีความสำคัญอย่างมาก สินค้าที่ผลิตจาก โรงงานเดียวกัน แต่มีตราสินค้าต่างกัน ความนิยมชมชอบของผู้บริโภคย่อมแตกต่างกันด้วย เวลาที่ เปลี่ยนไปปัจจัยทางการตลาดย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย และส่งผลต่อการให้ความสำคัญในตรา สินค้าของผู้บริโภค

คุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) หมายถึง ตราหรือยี่ห้อของสินค้าที่ผู้บริโภคมองเห็นว่า มีคุณค่า เป็นตราที่ผู้บริโภคนิยมทัศนคติที่ดีต่อคุณสมบัติของสินค้า และชื่นชอบตราสินค้านั้น การสร้าง ตราสินค้าให้มีคุณค่าทำได้ โดยสร้างความประทับใจในคุณภาพของตราสินค้า (Appreciation of Quality) หมายถึง การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพทุกประการของสินค้าหรือบริการ แล้วเกิดความ

ประทับใจในสินค้าหรือบริการนั้น การสร้างความประทับใจ (Appreciation) มีความแตกต่างจากการสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ผู้บริโภครับรู้ถึงมูลค่าเพิ่มที่ส่งมอบได้เน้นจะทำให้สินค้าได้รับประโยชน์ประโยชน์ของตราสินค้า มีความสำคัญหรือประโยชน์ต่อผู้ซื้อ ดังนี้

- ใช้แสดงความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ เมื่อตราสินค้าเป็นที่ยอมรับรู้จักทั่ว ๆ ไป เป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นความต้องการของผู้ซื้อโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการขายสินค้า ระบบช่วยตัวเอง (self-service) ผู้ซื้อจะตัดสินใจ โดยอาศัยความเชื่อถือที่มีต่อตราของสินค้า
- แสดงถึงความสามารถในการควบคุมตลาดสินค้า ตราสินค้าใดที่เป็นที่รู้จักมาก ๆ เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปย่อมแสดงถึงการมีส่วนแบ่งในตลาดสินค้ามากกว่าตราสินค้าอื่น ๆ
- ช่วยเพิ่มยอดขาย ลูกค้าซื้อสินค้าโดยจำราได้แม่นยำเมื่อมีการส่งเสริมการจำหน่ายได้ฯ จะกระตุ้นหรือเร่งการซื้อของลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น
- ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขาย เนื่องจากลูกค้าตัดสินใจได้รวดเร็วจากตราสินค้า
- ลดการเปรียบเทียบด้านราคาสินค้า ผู้ซื้อจะยอมรับราคาสินค้าที่สูงกว่าสำหรับตราสินค้าที่เป็นที่นิยมแพร่หลาย ด้วยความเชื่อว่ามีคุณภาพแน่นอนหรือดีกว่าสินค้าที่ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก
- ช่วยให้แนะนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดง่ายขึ้น ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายที่สร้างตราให้เป็นที่ยอมรับในตลาดสินค้าได้ เมื่อมีการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดภายใต้ตราสินค้าที่เป็นที่ยอมรับนั้นฯ

ประโยชน์ของตราสินค้าต่อผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

- ผู้ซื้อสามารถจำแนกประเภท ชนิด ของสินค้าในระดับคุณภาพแตกต่างกันของผู้ผลิต
- ผู้ซื้อทราบว่า “ ใคร ” คือผู้ผลิตสินค้านั้น ๆ หรือสินค้าเป็นของผู้ใด
- ช่วยลดเวลาและความพยายามในการตรวจสอบสินค้าไม่มีตราสินค้า
- เป็นตัวที่ทำให้ผู้บริโภค ตัดสินใจซื้อและเป็นหลักประกันคุณภาพ ของสินค้า ต่อผู้บริโภค ความสำคัญของตราสินค้าที่มีต่อผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ได้แก
  - สร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้กับสินค้า
  - ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย จากผู้ที่จะเดินแบบ
  - ทำให้ผู้ซื้อที่ซื้อสินค้าไม่สับสน อันจะเป็นการป้องกันจากคู่แข่งขันได้ การสร้างตราสินค้าให้มีพลัง มีแนวทางดังนี้
- ออกแบบตราสินค้าให้มีความเหมาะสมสมกับบรรจุภัณฑ์และตัวสินค้า
- ต้องทำให้เกิดความแตกต่างกับตราสินค้า รายอื่น หรือของคู่แข่ง
- ต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค โดยออกแบบลากหรือภาพพิกบันบรรจุภัณฑ์ ฉลากที่ดีต้องส่งเสริมชื่อสินค้าให้เป็นที่จดจำได้ง่าย ดึงดูดใจผู้บริโภคและให้ความรู้ สึกที่ดีต่อผู้บริโภค ในการออกแบบลากต้องแสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างสินค้าประเภทเดียวกัน

การบริหารจัดการตราสินค้าเป็นการดำเนินการเพื่อให้เกิดความสอดคล้อง และเป็นการดูแลรักษาบุคลิกภาพให้กับตราสินค้า การบริหารตราสินค้านั้นเป็นงานที่ค่อนข้างจะซับซ้อน เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการตัดสินใจตั้งแต่ในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลให้เกิดการกระทำในปัจจุบัน และสิ่งที่กระทำนี้ยังส่งผลไปถึงอนาคตข้างหน้าอีกด้วย ทั้งหมดนี้มาจากผลของการวางแผนงาน การทำเนินงาน ซึ่งในขั้นตอนของการปฏิบัตินั้นจะต้องมีการตัดสินใจที่ดี มีการดำเนินงานให้ตรงกับแนวทางและภาพลักษณ์ของสินค้า รวมทั้งยังต้องเป็นการยึดมั่นในวิสัยทัศน์ของผู้บริหารองค์กรและวางแผนปฏิบัติงาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่กำหนดไว้และต้องมองถึงระดับที่จะเกิดการเพิ่มขึ้นของผลกำไร

กลยุทธ์ในการสร้างตราสินค้านั้น หรือพัฒน์ โลห์ทองคำ ได้เสนอแนะวิธีการดังนี้

1. กลยุทธ์ด้านความแตกต่าง (Differentiation) โดยการนำตราสินค้าไปเปรียบเทียบกับของคู่แข่ง เพื่อสร้างจุดยืนที่แตกต่างของตราสินค้าในใจผู้บริโภค
2. กลยุทธ์ด้านคุณค่าเพิ่ม (Added Value) เป็นการเน้นทั้งการสร้างคุณค่าเพิ่ม (added value) และคุณค่าพิเศษ (extra value) ที่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้รับจากตราสินค้า
3. กลยุทธ์ด้านการผสมผสาน (Integration) คือ การบูรณาการหรือการผสมผสานเครื่องมือต่างๆเข้าด้วยกันอย่างกลมกลืน เพื่อหวังผลให้บรรลุเป้าหมายของตราสินค้าที่ได้กำหนดไว้

กลยุทธ์การรักษาตราสินค้า ดังนี้

1. หน้าที่การสร้างการตระหนักรู้ในตราสินค้านั้นจะทำผ่านการโฆษณา (Advertising : Brand Awareness Builder) โดยการโฆษณาจะทำหน้าที่ในการสร้างการตระหนักรู้ในตราสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความแตกต่างหรือคุณค่าเพิ่มของตราสินค้า เพื่อต้องการนำเสนอให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้รับทราบและจดจำในตราสินค้า

2. หน้าที่ในการสร้างความน่าเชื่อถือในตราสินค้าจะทำผ่านการประชาสัมพันธ์ (Credibility Builder: Public Relations) เมื่อโฆษณาทำหน้าที่สร้างการตระหนักรู้ในตราสินค้า ในช่วงเวลาเดียวกัน การประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่ในการสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าให้ปรากฏ ต่อสายตา ความรู้สึกของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและประชาชนโดยทั่วไป เพื่อให้เข้าเหล่านั้นเกิดความนิยมชื่นชมในองค์กรและตราสินค้า

3. หน้าที่ในการติดต่อด้วยบุคคล (Personal Connection : Personal Selling and Direct Sales) การจะสื่อสารและติดต่อกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายด้วยบุคคลจะต้องใช้เครื่องมือที่เรียกว่า "การขายโดยพนักงานขาย" เป็นเครื่องมือหลักที่ช่วยทำหน้าที่ในการติดต่อสื่อสาร เพราะสามารถซ่อมเพิ่มเติมข้อมูลในส่วนที่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ไม่สามารถบรรจุเนื้อหาสาระได้ครบถ้วน นอกจากรูปแบบนี้ยังทำหน้าที่ชักจูงและโน้มน้าวใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดพฤติกรรมการซื้อและทดลองใช้สินค้า

4. หน้าที่ในการซักจูงให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหันมาพิจารณาตราสินค้ามากขึ้น (Intensifying Consideration : Sales Promotion) เมื่อสร้างการรับรู้ ความน่าเชื่อถือและใช้บุคคลในการซักจูงใจ ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือการส่งเสริมการขายจะทำหน้าที่ในการให้เหตุผลเพื่อการโน้มน้าวให้ลูกค้า หันมาพิจารณาตราสินค้านั้นมากขึ้น เนื่องจากการส่งเสริมการขายมีคุณสมบัติสำคัญในการนำ ข้อเสนอพิเศษ (extra value) ที่ตราสินค้ามีให้มากกว่ามาเป็นสิ่งล่อใจ ในขณะที่ตราสินค้าอื่นไม่มี จึง ทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต้องหันมาพิจารณาซื้อสินค้าจากตราสินค้านั้นฯ มากขึ้น

5. หน้าที่ในการสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยการจัดกิจกรรมทางการ ตลาดและการให้บริการลูกค้า

6. หน้าที่ในการติดต่อกับลูกค้าในลักษณะที่เป็นส่วนตัวหรือเป็นการสื่อสารตรงกับลูกค้ากลุ่ม เป้าหมาย โดยใช้โทรศัพท์หรือส่งจดหมายตรงในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป้าหมาย เพราะเป็นวิธี การที่สามารถเจาะจงและเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ

## 2.1.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

### 2.1.4.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หีบห่อ ห่อของ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Package มีความหมาย ว่า สิ่งที่ทำหน้าที่รองรับหรือหุ้มห่อผลิตภัณฑ์ เพื่อทำหน้าที่ป้องกันความเสียหายของผลิตภัณฑ์ ช่วย อำนวยความสะดวกต่างๆ ในการเก็บรักษาและการขนส่ง ช่วยกระตุ้นการซื้อและบอกรายละเอียด ของผลิตภัณฑ์ที่ห่อหุ้ม (มยุรี ภาคลำเจียก : <http://www.mew6.com> )

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง รูปแบบวัสดุภายนอกที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวก ต่อการขนส่ง เนื้อความหมายให้เกิดประโยชน์ทางการค้าของผู้ผลิต ผู้จำหน่ายและการนำไปใช้ของ ผู้บริโภค (วารสารสมาคมบรรจุภัณฑ์ไทย : 1)

บรรจุภัณฑ์ หรือ หีบห่อ Packing หมายถึง สิ่งที่ปิดป้อง ห่อหุ้ม คุ้มครองสินค้า เช่น กระปุก ตัลบ กระป่อง กล่อง ถุง เป็นต้น (ปุ่น คงเกียรติเจริญ, สมพร คงเจริญเกียรติเจริญ : 7 )

การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึงกระบวนการที่ทำให้เกิดบรรจุภัณฑ์ ด้วยวิธีการนำ วัสดุต่างๆ เช่น กระดาษ แก้ว โลหะ ไม้ พลาสติก มาประกอบเป็นภาชนะห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า เพื่อประโยชน์ในการใช้สอย มีความทนทาน แข็งแรง สวยงาม มีภาษาใช้สื่อสารบอกรายละเอียดของ สินค้าและสามารถดูดผู้ซื้อสินค้าด้วย (ปุ่น คงเกียรติเจริญ, สมพร คงเจริญเกียรติเจริญ : 7)

บรรจุภัณฑ์ (Package) หมายถึง ภาชนะหรือวัสดุที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ ให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการ

สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป หากเลือกบรรจุภัณฑ์และการขนส่งที่เหมาะสมจะมีส่วนที่ช่วยลดความเสียหายก่อนถึงมือผู้บริโภคและสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูง ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผลผลิต ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. รักษาคุณภาพและปกป้องตัวสินค้า ตั้งแต่การขนส่งการเก็บผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์มิให้เสียหายจากการปนเปื้อนจากฝุ่นละออง แมลง ความชื้น ความร้อน แสงแดดและการปลอมปน เป็นต้น

2. ให้ความสะดวกในเรื่องการขนส่งการจัดเก็บและความรวดเร็วในการขนส่ง เพราะสามารถรวมหน่วยของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเป็นหน่วยเดียวได้ เช่น ผลไม้หลายผลนำลงบรรจุในลังเดียว หรือเครื่องดื่มที่เป็นของเหลวสามารถบรรจุลงในกระป๋องหรือขวดได้ เป็นต้น

3. สงเสริมทางด้านการตลาด บรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคเห็น ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จะต้องจะทำหน้าที่บอกกล่าวสิ่งต่างๆ ของตัวผลิตภัณฑ์โดยการบอกข้อมูลที่จำเป็น ทั้งหมดของตัวสินค้า นอกจานนี้จะต้องมีรูปลักษณ์ที่สวยงามสอดคล้องกับชื่อ ให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งการทำหน้าที่ดังกล่าวของบรรจุภัณฑ์นั้นเป็น เสมือนพนักงานขายที่ไร้เสียง (Silent Salesman)

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์อาหารแปรรูป มีความสอดคล้องกับวิทยาการ 2 ด้าน คือ ด้านเทคนิค และด้านการตลาด จำแนกได้ดังนี้

#### ด้านเทคนิค

- การบรรจุใส่
- การปกป้องคุ้มครอง
- การรักษาคุณภาพอาหาร
- การขนส่ง
- การวางแผนจัดการ
- การรักษาสิ่งแวดล้อม

#### ด้านการตลาด

- การสงเสริมการขาย
- การแสดงข้อมูลอาหาร
- การตั้งราคาขายได้สูงขึ้น
- การเพิ่มปริมาณขาย
- ให้ความถูกต้องรวดเร็ว
- การรณรงค์

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิดของ บุน คงเกียรติเจริญ ดังนี้

- 1 การทำหน้าที่บรรจุใส่ ได้แก่ การใส่ การห่อ ด้วยการซั่ง ตวง วัด นับ
- 2 การทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง ได้แก่ ป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหาย แตกหัก แหลกซึม
- 3 การทำหน้าที่รักษาคุณภาพอาหาร ได้แก่ การใช้วัสดุที่ป้องกันการซึมผ่าน ป้องกันแสง ป้องกันก้าชเชื้อยื่นเข้าไปฉะลوبภูมิริยาชีวภาพ ป้องกันความชื้นจากภายนอก
- 4 ทำหน้าที่การขนส่ง ได้แก่ กล่องลูกฟูก ลังพลาสติก ซึ่งบรรจุสินค้าห้ามถูกห่อหรือหน่วย เพื่อความสะดวกในการเคลื่อนย้ายและขนส่งสินค้าไปยังแหล่งผลิตหรือแหล่งขาย

5 การวางแผนจ้างน่วย คือ การนำบรรจุภัณฑ์ที่มีสินค้าอาหารแพร็ปอยู่ภายในวางแผนจ้างน่วย ได้โดยที่ไม่จำเป็นต้องให้เห็นสินค้าเลย สามารถวางแผนอนหรือวางแผนตั้งได้โดยที่สินค้าไม่ได้รับความเสียหาย ซึ่งควรคำนึงถึงขนาดที่เหมาะสมกับชั้นวางสินค้าด้วย

### 6 การรักษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่

- ใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ให้ปริมาณขยะน้อยเป็นวัสดุที่ย่อยสลายได้ง่าย ในกระบวนการผลิตจะไม่ใช้สารที่ลายชั้นบรรยายกาศ เป็นต้น
- นำบรรจุภัณฑ์เรียนใช้ใหม่หรือใช้ประโยชน์อื่นได้ เช่น ขวดเหล้า แก้วไส้แรม เป็นต้น
- หมุนเวียนนำกลับมาผลิตใหม่ คือ นำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วไปหลอมหรือย่อยสลาย เป็นวัตถุดิบกลับใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์หรือสินค้าอื่นได้
- ทำหน้าที่ส่งเสริมการขายเพรำบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสวยงามสามารถใช้เป็นสื่อโฆษณาได้ด้วยตัวเอง รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะกาล เช่น แบบของแรมไปกับตัวบรรจุภัณฑ์
- ทำหน้าที่เป็นฉลากแสดงข้อมูลของอาหารแพร็ป ได้แก่ ข้อมูลด้านโภชนาการ ส่วนประกอบของอาหาร วันที่ผลิต วันที่หมดอายุ คำแนะนำ และเครื่องหมายเลขทะเบียนหรือเลขอนุญาต จากคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
- ทำให้ตั้งราคาขายได้สูงขึ้นเนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า สร้างความนิยมในสินค้า จากตราและเครื่องหมายการค้าทำให้เกิดความภักดี(Loyalty) ในตัวสินค้าส่งผลให้ขายในราคากันสูงขึ้นได้ หรือเรียกว่าสินค้าแบรนด์เนม(Brandname)
- การเพิ่มปริมาณขายด้วยการรวมหน่วยขายปลีกในบรรจุภัณฑ์อีกชั้นหนึ่ง เช่น นมกล่อง 1 หลิตรกล่องกระดาษลูกฟูกที่มีหูหิ้ว เป็นต้น
- ให้ความถูกต้องราคาวันละวัน โดยการพิมพ์บาร์โค้ดบนบรรจุภัณฑ์ทำให้คนคิดเห็นไม่จำเป็นต้องอ่านป้ายราคางบบรรจุภัณฑ์แล้วกดเงินที่ต้องจ่าย แต่ใช้เตือนอ่านบาร์โค้ดทำหน้าที่แทนทำให้รวดเร็วขึ้นและถูกต้อง

#### 2.1.4.2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

การจำแนกประเภทบรรจุภัณฑ์ตามลักษณะการใช้งานได้ 2 ประเภท คือ

1. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับตัวสินค้าโดยตรงที่ผู้บริโภคซื้อไปใช้ ต้องทำจากวัสดุที่แข็งแรงคงสภาพเดิมเมื่อถึงตลาดเป็น 많이และต้องทำหน้าที่พื้นฐานของบรรจุภัณฑ์
2. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ส่บบรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก เพื่อความสะดวกในการขนส่ง โดยวัสดุที่นิยมใช้ทำบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งเป็นกล่องกระดาษลูกฟูกมากที่สุด บรรจุภัณฑ์แบ่งตามการออกแบบ คือ (ปุ่น คงเจริญทรัพย์ และสมพร คงเจริญทรัพย์ : 10)

1. บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือป้อมภูมิ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ชั้นในสุดติดกับตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง ผู้ซื้อจะได้สัมผัสเวลาที่จะบริโภค บรรจุภัณฑ์นี้จะได้รับการยินติทั้งเมื่อมีการเปิดและบริโภคสินค้า ภายในจนหมด จึงมีความสำคัญในการคุ้มครองป้องกันสินค้า รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และยืดอายุของผลิตภัณฑ์อาหารให้ยาวนาน การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นในจะต้องเลือกวัสดุที่ไม่มีปฏิกิริยาทางเคมีกับผลิตภัณฑ์อาหาร ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์ชั้นในจำเป็นต้องวางแผนตัวบันทึกร่องรอย ความสวยงาม การสื่อความหมายและภาพพจน์จะเริ่มเข้ามามีบทบาทในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติภูมิ (Secondary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่รวมชั้นแรกเข้าด้วยกัน เพื่อเหตุผลในการป้องหรือจัดจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้นหรือเพื่อการขนส่ง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นนี้มักจะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ต้องวางแผนบนพื้นฐาน จุดขาย ดังนั้นการเน้นความสวยงามจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์และจุดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้างความเข้าใจและไม่ซ้ำกับรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือสินค้า บรรจุภัณฑ์นี้เรียกว่าบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายปลีก เพื่อให้เห็นความงามของบรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือสินค้า บรรจุภัณฑ์นี้เรียกว่าบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายปลีก

3. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามหรือตติภูมิ (Tertiary Packaging) หน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์คือ การป้องกันสินค้าระหว่างการขนส่ง

บรรจุภัณฑ์ขนส่งนี้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

- บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งผลิตถึงแหล่งขายปลีก เมื่อสินค้าได้รับการจัดเรียงวางบนพื้นที่แล้ว บรรจุภัณฑ์ขนส่งก็หมดหน้าที่การใช้งาน เช่น แคร์ แลคกะบะ(Pallet) เป็นต้น
- บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ระหว่างโรงงาน ในการจัดส่งสินค้าระหว่างโรงงาน จากโรงงานหนึ่งไปโรงงานหนึ่ง เช่น ลัง เป็นต้น
- บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งขายปลีกไปยังผู้บริโภค เช่น ถุงต่างๆที่ร้านใส่สินค้าให้ผู้ซื้อ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ในชั้นนี้ จึงต้องคำนึงถึงความสามารถในการป้องกันสินค้าระหว่างการขนส่ง ส่วนข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ชั้นส่งจะช่วยในการจัดส่งเป็นไปอย่างสะดวกและถูกต้อง บรรจุภัณฑ์ชั้นนี้เรียกว่าบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง

ประเภทบรรจุภัณฑ์ตามชนิดของวัสดุได้ 6 ประเภท คือ

1. บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ ผลิตได้หลายรูปแบบ เช่น ถุง ซอง กล่อง เป็นต้น พิมพ์ลายและสีสันได้ง่าย นำกลับเข้ากระบวนการผลิตได้ง่ายจึงไม่ก่อให้เกิดปัญหาจากบรรจุภัณฑ์ แต่จะสูญเสียความแข็งแรงเมื่อถูกความชื้น

2. บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากแก้ว มีความเป็นกลางไม่ทำปฏิกิริยากับอาหาร ทนทานต่อความร้อน ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซและไอน้ำได้ดี มีความใสช่วยแสดงตัวสินค้าได้ดี สามารถออกแบบฝาปิดแล้วให้เปิดกลับได้อีก นำกลับมาหมุนเรียนใช้ใหม่หรือหลomเป็นแก้วใหม่ได้ แต่จะมีข้อเสียใน

ด้านน้ำหนักมากทำให้เปลี่ยงค่าขนส่ง ไม่ทันทันต่อการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิอย่างรวดเร็ว มีรูปแบบ จำกัด ไม่มีความยืดหยุ่นในการผลิต แม้ใช้วัสดุกับวัสดุอื่นๆ เช่นฝาโลหะในการปิดผนึก

3. บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากโลหะ เช่น กระป๋องเหล็กและอลูมิเนียม ซึ่งกระป๋องเหล็กจะต้องมีการนำไปเคลือบดินสูหรือแอลูมิเนียมเพื่อป้องกันการทำปฏิกิริยา กับอาหาร ต้องอาศัยเครื่องบรรจุที่มีราคาสูง แต่มีข้อดีในการป้องกันการซึมผ่านของก้าช โอน้ำและแสงได้ดี ผ่านการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนสูงได้มีความแข็งแรงรับน้ำหนักเรียงชั้นกันได้ดี

4. บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติก มีทั้งแบบอ่อนตัว เช่น ถุง ซองและแบบคงรูป เช่น กล่อง ถ้วย ขวด มีน้ำหนักเบา มีความเหนียว ทนต่อความชื้นและการเปลี่ยนแปลงของสภาพอากาศ ได้ดี มีความยืดหยุ่นในการผลิตสูง (สูญญ์ ประทีปกลินทอง)

5. บรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ วัสดุธรรมชาติที่มีการใช้งานในปัจจุบัน เช่น ไม้ ไม้ไผ่ หวย คล้ำ คลุ่ม ย่านลิเพา กก เตยปานหนัน ปานศรนารายณ์ ปอสา ใบกะพ้อ ก้านธูปฤาษี หญ้าแฟก เทือกกล้วย ผักตบชวา ใบมะพร้าว ใบatal ใบตอง ผ้าจากวัสดุต่างๆ ดินเผาเป็นวัสดุเชรามิค ในสมัยโบราณใช้วัสดุธรรมชาตินำมาแปรรูปเป็นภาชนะประเภทเครื่องจักสาน เช่น เชิง กระถุง ปุ๋ง กี กระจาด กระเช้า ตะกร้า หมุก หีบ ลัง ไม้ บรรจุภัณฑ์สิ่งทอประเภทถุงผ้า กระเปาผ้า ไถ ย่าม เป็นต้น จัดเป็นบรรจุภัณฑ์พื้นบ้านจากภูมิปัญญาของไทยที่เก่าแก่ที่สุด มีอิทธิพลต่อความเป็นมา ทางวัฒนธรรมซึ่งได้รับการสร้างสรรค์และมีวัฒนาการจนกล้ายเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์ เฉพาะตัวไม่เหมือนชนชาติใดๆ ยังจะเป็นจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้เป็นอย่างดี

6. บรรจุภัณฑ์ร่วมสมัยจากวัสดุธรรมชาติและวัสดุสมัยใหม่ เป็นการนำงานศิลปหัตถกรรม จากบรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องจักสาน เครื่องไม้ เครื่องโลหะ เชรามิคและเครื่องถักหิน มาใช้วัสดุกับบรรจุภัณฑ์จากวัสดุอุตสาหกรรมปัจจุบัน ได้แก่ กระดาษชนิดต่างๆ พลาสติก แก้ว โลหะ อันจะ เป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยอาศัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่นำเสนอเจเพื่อ สร้างความแตกต่างจากสินค้าอุตสาหกรรมและเป็นการสร้างจุดแข็งให้กับสินค้าชุมชน

#### 2.1.4.3 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหาร

ผลิตภัณฑ์อาหารจากการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรจะประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับ ของตลาดจำเป็นต้องมีการควบคุมคุณภาพ ตั้งแต่วัตถุดิบ ขั้นตอนระหว่างการแปรรูปและการบรรจุถ้าควบคุมคุณภาพอาหารได้และสม่ำเสมอแล้วโอกาสที่บรรจุภัณฑ์จะช่วยส่งเสริมทางด้านการตลาด จะมีประสิทธิภาพสูง บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถเพิ่มคุณภาพของสินค้าแต่สามารถเพิ่มคุณค่าของสินค้าได้

ดังนั้นการพัฒนาระบบบรรจุภัณฑ์และการปรับปรุงระบบการขนส่งให้เหมาะสมจะเป็นการลดความเสียหายและสร้างความมั่นใจให้สินค้าอยู่ในสภาพเดิมมากที่สุด ขณะเดียวกันยังประโยชน์ในการขนส่งสินค้า ลดปริมาณพื้นที่ในการเก็บสินค้า ก่อให้เกิดความสะดวกในการเรียงชั้น การ

เพิ่มต้นทุนของบรรจุภัณฑ์จะช่วยให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ยังผลให้ต้นทุนรวมของสินค้ามีมูลค่าถูกลง

### ตารางที่ 1 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับประเภทของอาหารและ

| กลุ่มอาหาร                             | ประเภทบรรจุภัณฑ์   | คำแนะนำและเหตุผล  |
|--|--|---|
| 1.อาหารถนอม<br>ด้วยน้ำตาล<br>และทำแห้ง | 1.1 ซองพลาสติก PE  | มีราคาถูกและปิดผนึกด้วยความร้อนได้ง่าย  |
|  | 1.2 ซองพลาสติก PP  | สามารถป้องกันความชื้นได้ดีแต่ปิดผนึกได้ยากกว่าพีวีซี PE เนื้อพลาสติกมีความใสช่วยเพิ่มคุณค่าสินค้า   |
|  | 1.3 เชลโลฟ์ฟัน<br>หรือกระดาษแก้ว                             | สามารถป้องกันความชื้นได้ระดับหนึ่งมักนิยมใช้ห่อปิดปลาย(Twist Wrap)  |
|  | 1.4 กระป๋องพลาสติกหรือ<br>กระป๋องพลาสติกมีฝาปิด              | เห็นสินค้าได้รอบด้าน ควรปิดฝาด้วยเทปให้สนิท   |
|  | 1.5 ถุงพลาสติกไส้ชนิด<br>มีฝาเป็นแบบกางหอย                   | ควรปิดฝาด้วยความร้อนแทนที่จะใช้ลวดหรือใช้เทป  |
|  | 1.6 กระป๋องพลาสติก   | สามารถสร้างจุดเด่นที่ดีแก่สินค้าและเปลกใหม่แต่มีมูลค่าสูง   |
|  | 1.7 กระป๋องกระดาษ  | คล้ายคลึงกับกระป๋องโลหะแต่พิมพ์สวยงามได้มากกว่า   |
|  | 1.8 ถุงเคลือบหดลายขัน<br>อาจใช้แบบบางตั้งได้<br>อาจมีชิปด้วย | เป็นบรรจุภัณฑ์รูปลักษณะใหม่ก่อให้เกิดความสนใจในการบริโภคเปิดโอกาสให้ใช้เทคนิคระบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ เช่นระบบสูญญากาศ ระบบการปรับสภาพ ซึ่งช่วยยืดอายุอาหารเก็บได้นาน |
| 2.อาหารมักดอง                          | 2.1 กระป๋องโลหะ  | เหมาะสมกับอาหารที่ต้องผ่านการฆ่าเชื้อ มีขนาดมาตรฐานจัดหาได้ง่าย   |
|  | 2.2 บรรจุภัณฑ์แก้ว   | เหมาะสมกับอาหารที่ต้องผ่านการฆ่าเชื้อ หั้งน้ำจะต้องใช้ฝาปิดได้สนิท ความใสและคุณสมบัติของแก้วมีส่วนช่วยเพิ่มคุณค่าของสินค้า                                      |
|  | 2.3 ถุงพลาสติก PE  | เหมาะสมกับการจำหน่ายวันต่อวัน   |

|  |   |   |
|--|---|---|
|  | 2.4 ปีบ   | ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ขันส่ง ถ้าใช้ปีบเปล่าควรพิจารณาสารเคลือบที่เหมาะสม หรืออาจใช้ถุงPE อย่างหนาเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นใน  |
| กลุ่มอาหาร   | ประเภทบรรจุภัณฑ์                                      | คำแนะนำและเหตุผล  |
|  | 2.5 ถุงต้มได้<br>หรือ Retort Pouch                    | โครงสร้างพื้นฐานเป็นพิล์มเคลือบของPETเคลือบกับเปลวอะลูมิเนียมและCPPสามารถห่ำเข้าสินค้าพร้อมถุงได้ ถุงอาจมีราคาแพงแต่จะช่วยลดค่าขนส่งและช่วยถนอมคุณค่าอาหารได้ดีกว่าอาหารกระป๋อง |
|  | 2.6 ถุงพลาสติกในกล่อง<br>กระดาษลูกฟูก<br>(Bag-In-Box) | ถุงพลาสติกและกล่องกระดาษลูกฟูกสามารถแยกออกจากกันได้และพับเก็บได้ง่าย ตัวกล่องกระดาษลูกฟูกสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม   |
| 3. อาหารถนอม<br>ด้วยการห่ำเข้าที่<br>มีความร้อนสูง | 3.1 ขวดแก้ว   | มีขนาดขวดมาตรฐานจากผู้ผลิต ควรเลือกฝาที่มีคุณภาพสูง ทนอุณหภูมิห่ำเข้าได้  |
|  | 3.2 กระป๋อง<br>หรือ Retort Pouch                      | มีขนาดมาตรฐานจำเพาะของสินค้าแต่ละประเภท และห่ำเข้าได้ง่าย ถุงเคลือบหลายชั้นมีศักยภาพสูงใช้ปริมาณวัสดุบรรจุภัณฑ์ต่อบน่วยสินค้าน้อยจึงเป็นการสนองตอบต่อการรณรงค์ลดปริมาณขยะ       |
|  | 3.3 ถุงพลาสติกในกล่อง<br>กระดาษลูกฟูก (Bag-In-Box)    | พิจารณาใช้พลาสติกที่ห่ำเข้าด้วยความร้อนได้ เช่น CPP สามารถลดต้นทุนขนส่งได้  |
| 4. เครื่องเทศ                                      | 4.1 ขวดแก้ว   | บรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บกลิ่นได้ดีไม่ยอมให้อากาศเข้าไปทำปฏิกิริยากับเครื่องเทศ เว้นแต่การปิดผนึกไม่ดี สร้างภัยพจน์ของสินค้าให้ดูมีราคา   |
|  | 4.2 ขวดพลาสติก  | ควรพิจารณาเลือกพลาสติกที่มีความหนาแน่นสูง เช่นHDPE เพื่อป้องกันกลิ่นซึ่งผ่านวัสดุบรรจุภัณฑ์   |

|                        |   |  |
|------------------------|---|--|
|                        | 4.3 ซองเคลือบหลายชั้น (Laminated Film)                          | เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บริโภคครั้งเดียว ซองที่เคลือบด้วยเปลวอะลูมิเนียมซึ่งสามารถเก็บรักษากลิ่นได้ดี  |
| 5. เบเกอรี่และ ขนมหวาน | 5.1 กล่องกระดาษแข็ง   | บรรจุภัณฑ์ที่สามารถพิมพ์ตัวอักษรได้อย่างสวยงาม ราคาถูก   |
| กลุ่มอาหาร             | ประเภทบรรจุภัณฑ์  | คำแนะนำและเหตุผล   |
|                        | 5.2 ถุงพลาสติกใสแบบ กากกหอย(Clam Shell)                         | สามารถมองเห็นสินค้า เพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้า ถ้าใช้พลาสติกที่มีอัตราการซึมผ่านของก๊าซน้อย สามารถใช้เทคนิคระบบบรรจุภัณฑ์สมัยใหม่ เช่น การปรับสภาวะโดยการฉีดก๊าซเชื่อม(ไนโตรเจน หรือคาร์บอนไดออกไซด์) เพื่อยืดอายุอาหาร แต่ตัวถุงต้องปิดสนิทด้วยความร้อนได้ |
|                        | 5.3 ถุงพลาสติกหรือ กระดาษปิดผึ้งด้วย ความร้อนบนแผ่นฟิล์ม        | ราคาถูกกว่า แต่ต้องคัดเลือกประเภทของพลาสติก ให้เหมาะสมกับสินค้าและสามารถใช้เทคนิคการปรับสภาวะได้   |
|                        | 5.4 ถุงอะลูมิเนียมพร้อมผ่า ทำด้วยกระดาษแข็ง                     | มีราคาสูงแต่สามารถปิดปุ่มรักษาคุณภาพสินค้า ได้ดีนาน เหมาะสมสำหรับเช้ย์เย็นหรือเช้ย์แข็ง  |
| 6. นม ไอศครีม          | 6.1 ถุงหรือขวดพลาสติก ปิดฝาด้วยกระดาษ หรือเปลวอะลูมิเนียม       | เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาถูกแต่เก็บไว้ได้ไม่เกิน 1 สัปดาห์   |
|                        | 6.2 ซองเคลือบหลายชั้น (Laminate Film)                           | สิ่งสำคัญจะต้องมีชั้นพลาสติกที่ป้องกันแสงUV อาจจะมีพลาสติกที่เคลือบด้วยเมทัลชีฟิล์มเพื่อยืดอายุสินค้า  |
|                        | 6.3 กล่องเคลือบหลายชั้น ด้วยกระดาษแข็งที่ใช้กับ ระบบผ่าเชื้อUHT | เป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตสูง มีราคาสูงมาก แต่สามารถถนอมรักษาอาหารได้นาน  |
|                        | 6.4 ถุงหรือถ้วยกระดาษ   | เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการสร้างภาระยอมรับได้มากโดยเฉพาะสินค้าส่งออก เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วถือว่ากระดาษเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม   |

จากตารางที่ 1 พบว่ามีบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุใส่อาหารอยู่เป็นจำนวนมาก บรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทมีคุณลักษณะและความเหมาะสมในการบรรจุอาหารแต่ละประเภทแตกต่างกัน การแข่งขันทางการตลาดในการใช้บรรจุภัณฑ์ใหม่ๆมาแทนบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาด เช่น บรรจุภัณฑ์ผลิตจากเยื่อและกระดาษ บรรจุภัณฑ์โลหะ บรรจุภัณฑ์โลหะ และบรรจุภัณฑ์พลาสติก

#### 2.1.4.3 บรรจุภัณฑ์อาหารที่ผลิตจากเยื่อและกระดาษ

ประโยชน์ของการใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษมีอยู่มากมาย คุณลักษณะเด่น คือ ความสามารถที่จะพับได้หรือการทับเส้นบนกระดาษมาขึ้นรูปเป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ เช่น ถุงและกล่อง เป็นต้น นอกเหนือนี้กระดาษเนี้ยบสีน้ำตาลที่เรียกว่ากระดาษคราฟท์นั้น ยังสามารถหดและหดตัวได้ ทำให้สามารถนำมาผลิตเป็นถุงขนาด 20 และ 50 กิโลกรัมเพื่อใช้บรรจุแป้ง น้ำตาล เป็นต้น

ข้อเสียเบรียบของบรรจุภัณฑ์กระดาษเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ คือ ไม่สามารถทนต่อความชื้น น้ำ และเก็บกลิ่นได้เนื่องจากพูนของกระดาษ อย่างไรก็ตามวิธีการสมัยใหม่ได้ช่วยแก้ไขดูดอ่อนนี้ด้วยการนำกระดาษไปเคลือบกับพลาสติกชนิดต่างๆ หรือแม้กระทั่งไปเคลือบกับเปลวอะลูมิเนียมซึ่งเป็นโลหะ โดยใช้พลาสติกเป็นตัวเชื่อมระหว่างกล่องทำให้ช่วยแก้ปัญหานี้ได้

ประเภทบรรจุภัณฑ์กระดาษ ที่นิยมใช้ในปัจจุบัน ได้แก่

- กล่องกระดาษแข็งพับได้ เวลาขนส่งจะพับแบนราบเพื่อประหยัดค่าขนส่ง
- กล่องกระดาษแบบคงรูป จะเป็นกล่องขึ้นรูปเรียบร้อยทำให้มีค่าขนส่งต่ำ
- บรรจุภัณฑ์การ์ด ประกอบด้วยแผ่นกระดาษและพลาสติกขึ้นรูปสินค้าแทรกอยู่กลาง
- บรรจุภัณฑ์กระดาษแบบเคลือบหดยืดขึ้นด้วยพลาสติกและเปลวอะลูมิเนียม นิยมใช้บรรจุอาหารและเครื่องดื่ม
- กล่องกระดาษลูกฟูก มีความแข็งแรงเหมาะสมกับราคา ขนาดและรูปลักษณะ

#### 2.1.4.4 บรรจุภัณฑ์อาหารกระป๋อง

โดยสามารถป้องกันการซึมผ่านของน้ำ ความชื้นและแสงได้ 100% กระป๋องโลหะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรักษาอนุภูมิอาหารได้นาน 2 ปี และมีคุณลักษณะพิเศษในด้านความแข็งแรง ความทนทานต่อการพับงอ สามารถพับขึ้นรูปได้ตามต้องการ อีกทั้งสามารถออกแบบกราฟฟิกให้ดึงดูดความสนใจได้ แต่มีข้อเสียคือน้ำหนักมาก กระป๋องโลหะที่นิยมใช้ประกอบด้วยฝากระป๋อง และตัวกระป๋องเชื่อมติดกันเป็นกระป๋องด้วยการบัดกรีเชื่อมด้วยไฟฟ้า บรรจุภัณฑ์กระป๋องมีหลายรูปแบบ เหมาะสมกับการใช้บรรจุอาหารลักษณะต่างๆได้แก่ ผัก ผลไม้ เนื้อ น้ำมัน เป็นต้น มีคุณลักษณะพิเศษที่แข็งแรงเรียบง่ายได้ดี

#### 2.1.4.5 บรรจุภัณฑ์แก้ว

แก้วเป็นวัสดุที่เนื้อยืดต่อการทำปฏิกิริยาเคมีมากที่สุด และทนต่อการกัดกร่อนหรือปราศจากปฏิกิริยาเคมีของอาหารจึงทำให้สชาติของอาหารไม่เปลี่ยนแปลง ความใสและความเป็นประกายของแก้วช่วยทำให้เนื้อของเห็นผลิตภัณฑ์ และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ความแข็งของแก้วจะไม่ทำให้รูปทรงและปริมาตรเปลี่ยนแปลงแม้จะบรรจุด้วยระบบความดันหรือสูญญากาศ แต่มีข้อด้อย คือ มีน้ำหนักมากและแตกง่าย แก้วนำมาทำบรรจุภัณฑ์ในรูปขวดรูปทรงต่างๆ เช่น ทรงกลม ทรงรี ทรงเหลี่ยม ส่วนฝาขวดจะทำหน้าที่รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารจึงต้องเลือกฝาที่เหมาะสมสมมาตรฐานสีของขวดแก้วมี 3 สีคือ สีใสซึ่งเป็นสีที่นิยมใช้มากที่สุด สีอ่อน สีขาว ขวดแก้วประเภทนี้จะสามารถรองแสงอุลต์ร่าไวโอลีตได้ดี จึงนิยมใช้เป็นขวดเบียร์และขวดยานบางประเภท สีเข้มมีคุณสมบัติคล้ายกับสีอ่อนมากจะใช้กับอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม

#### 2.1.4.6 บรรจุภัณฑ์พลาสติก

ในปัจจุบันมีการนำพลาสติกมาทำบรรจุภัณฑ์เป็นจำนวนมาก และมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันตามการใช้งาน เช่น

- โพลีเอทิลีน (Polyethylene)PE

เป็นพลาสติกที่ใช้มากที่สุดและราคาถูก มีคุณสมบัติกันความชื้นได้ดีพอสมควร นิยมนำมาใช้ทำถุงร้อน(จะมีสีขาวๆ)และถุงเย็น ใช้ห่อหรือบรรจุอาหารที่ไม่เข้มข้นสูง ทำถุงบรรจุผักและผลไม้

- โพลีไพริลีน (Polypropylene)PP

PP มักใช้ในถุงร้อน มีคุณสมบัติเด่นซึ่งมีความใสและป้องกันความชื้นได้ดี มีจุดหลอมเหลวสูงทำให้สามารถใช้เป็นบรรจุภัณฑ์อาหารในขณะร้อน เช่น ถุงร้อนชนิดใส บรรจุอาหารที่ต้องผ่านความร้อนในการทำ เช่น ใช้ทำถุงผ้าและผลไม้ ใช้ทำซองบรรจุอาหารแห้ง ประเภทนี้มีรูปทรงที่หลากหลาย ใช้ทำกล่องอาหาร ถัง ถุงและตะกร้า

- โพลีเอทิลีน เทเรฟทาเลต (Polyethylene Terephthalate) PET

PET เป็นบรรจุภัณฑ์ที่คิดขึ้นมาเพื่อบรรจุน้ำมันดีม ทนแรงยีดและแรงกระแทกได้ดี มีจุดหลอมเหลวสูง แต่ข้อด้อย คือ ไม่สามารถปิดผนึกด้วยความร้อนและเปิดฉีกยาก จึงมักใช้เคลือบกับพลาสติกอื่น การใช้งานนิยมนำพลาสติกประเภทนี้มาใช้เป็นขวด ฟิล์ม ถุงบรรจุภัณฑ์ เป็นพลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อผลิตสินค้าอย่างอื่น

- โพลีไวนิลคลอไรด์ (Polyvinylchloride)PVC

PVC เป็นพลาสติกที่สามารถเปลี่ยนคุณสมบัติได้ โดยการเติมสารเคมีปุ่งแต่ง (Additives) ต่างๆ เช่น Plasticizer, Modifier และ Fillers เคยมีการจะยกเลิกใช้ PVC ในบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากมีสารตกค้างของไนโตรเจนออกไซด์ซึ่งอาจก่อให้เกิดมะเร็งในตับ แต่ปัจจุบันได้วิวัฒนาการด้านการผลิตทำ

ให้สามารถผลิต PVC ที่มีไนลคลอไร์ดตกค้างน้อย นิยมใช้ PVC ทำฟิล์มยึดสำหรับห่อเนื้อสด ผัก และผลไม้สด เนื่องจากความใสและมีน้ำวาวทำให้เห็นผลิตภัณฑ์ได้ และมีอัตราการซึมผ่านของก๊าซ และไอน้ำอยู่ในช่วงที่เหมาะสม ใช้ทำถุงบรรจุอาหารแห้ง เช่น ข้ามปังกรอบ คุกเก้ เพื่อแบ่งเป็นสัดส่วน และป้องกันการแตกหัก ใช้ทำถุงหรือถุงบรรจุอาหารสด ใช้ทำขวดบรรจุน้ำมันพืชปุ่งอาหาร

- โพลีส్泰ลีน (Polystyrene)PS

PS เป็นพลาสติกที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์โดยการอัดขึ้นรูปด้วยความร้อนเป็นรูปถ้วย ถ้วย ถ้วยเติมสารพองตัว (Blowing Agent) ลงไปจะสามารถผลิตออกมารูปเป็นโฟมที่เรียกว่า EPS ซึ่งใช้เป็นสัดส่วน กันการระเบิด นิยมใช้ทำช่องหัวต่างของกล่องกระดาษ ใช้ห่อผักผลไม้สดและดอกไม้สด เนื่องจากความใสและยอมให้ก๊าซซึมผ่านได้ง่าย ใช้ทำโฟมหังเป็นภาชนะบรรจุและแผ่นอนวันกันความร้อน ใช้ทำถุง ถ้วยหรือแก้วน้ำสำหรับใช้ครั้งเดียว ใช้ทำถุงหดลมสำหรับรองข้ามปังกรอบ คุกเก้ ก่อนบรรจุกล่อง

บรรจุภัณฑ์อาหารจากพลาสติก จะต้องระมัดระวังในเรื่องความปลอดภัยในการใช้ต้องเลือกชนิดที่ไม่ทำปฏิกิริยา กับอาหารและเหมาะสมสมกับการใช้งาน บรรจุภัณฑ์ต้องผ่านการอุ่นด้วยการนึ่ง หรืออุ่นด้วยไมโครเวฟจะต้องทนต่ออุณหภูมิสูงได้ดี ถ้าเกิดการอุ่นตัวหรือเสียรูปหรือหลอมละลายไม่ควรนำมาทำบรรจุภัณฑ์อาหาร เพราะอาจเกิดสารปนเปื้อนแพร่กระจายมาจากการบรรจุภัณฑ์ได้

### 2.1.5 การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การออกแบบ หมายถึง วิธีคิดค้นหาการสร้างสิ่งแผลกใหม่ เพื่อสนองความต้องการ ความสะดวกสบาย เพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาวิธีชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม (ประชิด ทิมนุตร 19)

การออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์ทางศิลปะอย่างหนึ่งของมนุษย์ในอันที่จะนำทรัพยากรต่างๆ ในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มาดัดแปลงขึ้นเป็นสิ่งที่จะเอื้ออำนวย ความสะดวกสบาย และเกิดคุณประโยชน์เกิดคุณค่าต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี)

การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่ไม่ผ้าพอใจ พัฒนาที่ละเอียดที่ลับน้อยที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า ทำให้มีความเจริญขึ้นและมีความก้าวหน้าทันสมัย สร้างให้สะดวกสบายยิ่งขึ้น (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จะเป็นการนำเอาองค์ประกอบต่างๆ ขึ้นมาได้แก่ กลยุทธ์ การตลาด ซ่องทางการจัดจำหน่ายและสภาวะคู่แข่งขึ้นมาเป็นแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สนองกับจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถเขียนเป็นสมการอย่างง่ายๆ ได้ดังนี้

$$\text{การออกแบบ} = \text{คำบรรยาย} + \text{สัญลักษณ์} + \text{ภาพพจน์}$$

$$\text{Design} = \text{Words} + \text{Symbols} + \text{Image}$$

ในสมการนี้ คำบรรยายและสัญลักษณ์มีความเข้าใจตามความหมายของคำ ส่วนภาพพจน์นั้นจะเป็นนามธรรม เนื่องจากการออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่งซึ่งแสดงออกได้ด้วย จุดเส้น สี รูปภาพ ผสมผสานกันออกมาเป็นพานิชย์บนบรรจุภัณฑ์ ด้วยหลักการ 4 ประการคือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

|               |                                |
|---------------|--------------------------------|
| S = Simple    | เข้าใจง่ายสบายตา               |
| A = Aesthetic | มีความสวยงามชวนมอง             |
| F = Function  | ใช้งานได้ง่าย สะดวก            |
| E = Economic  | ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม |

บรรจุภัณฑ์มีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ในเวลาเดียวกันสามารถลดต้นทุนสินค้าอันจะนำไปสู่ยอดกำไรสูงซึ่งเป็นเป้าหมายของการค้า

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการคิดประดิษฐ์สิ่งต่างๆให้เปลี่ยนใหม่ สะดวก สวยงามและสอดคล้องกับลักษณะรูปแบบ คุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์เพื่อใช้ห่อหุ้มป้องกันและรักษาคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในสภาพดี ไม่เสียหายหรือบูดเน่า หรือผลิตภัณฑ์ ให้คงสภาพเดิมมากที่สุดและช่วยส่งเสริมการขายอย่างมีประสิทธิภาพ (สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย : 1)

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์จากสภาพที่ไม่น่าพึงใจ ให้มีความสวยงามทันสมัย และสะดวกสบายในการใช้งานและการขนส่ง (สุวารรณ์ ไสววรรณี: 1)

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงเป็นการจัดทำหีบห่อเพื่อห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ให้คงอยู่และ มีอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อบอกคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นบนบรรจุภัณฑ์และความโดดเด่น สวยงาม การเก็บรักษาที่สะดวก มีสิ่งยืดหยุ่นความปลดภัยตลอดจนรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่ว่าเป็นการออกแบบเพื่อบรรจุภัณฑ์ชั้นใด ลิ้งที่นักออกแบบจะต้องคำนึงถึง คือ

1. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน เป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นในสุดที่อยู่ติดกับตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง จึงมีความสำคัญในการคุ้มครองป้องสินค้า รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และยืดอายุของผลิตภัณฑ์อาหารให้ยาวนาน การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นในจะต้องเลือกวัสดุที่ไม่มีปฏิกิริยาทางเคมีกับผลิตภัณฑ์อาหาร
2. บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก อยู่ติดจากบรรจุภัณฑ์ชั้นในมีหน้าที่ป้องคุ้มครองคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายนอกไม่ให้ชำรุดเสียหาย สร้างความเป็นเอกลักษณ์และจุดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้างความเข้าใจและโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้ซื้อสินค้า ณ จุดขาย เปรียบประดุจพนักงานไร้เสียง

3. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง เพื่อใช้ในการขนส่งสินค้า ซึ่งข้อมูลที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์จะเป็นข้อมูลเพื่อให้ถึงจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัย

การวางแผนออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อาจวางแผนได้ 2 วิธี คือ

1. ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งขันโดยตรงได้ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่าหรือด้วยบрутที่ถูกกว่า การตั้งเป้าหมายและวางแผนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะต้องศึกษาสถานภาพบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งและรู้ถึงกลยุทธ์การตลาด และนโยบายของตัวเอง

2. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เฉพาะแนวสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขันโดยทั่วไปความสามารถวิเคราะห์การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยใช้หลัก  $5W + 2H$  ได้ดังนี้

- WHY ทำไมต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำไมต้องพัฒนากราฟฟิกของบรรจุภัณฑ์
- WHO ใครเป็นผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ แผนกใดเกี่ยวข้อง มีบุคคลใดบ้าง
- WHAT อะไร จุดมุ่งหมายการพัฒนาบรรจุภัณฑ์คืออะไร ข้อจำกัดในการออกแบบมีอะไรบ้าง จุดขายของสินค้าคืออะไร การใช้งานของบรรจุภัณฑ์คืออะไร

• WHERE ที่ไหน สถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะวางขายสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน ถ้าไม่ศึกษาให้ดีพ่อนำบรรจุภัณฑ์ไปวางอาจใหญ่เกินไป วางไม่สวยงาม มองเห็นบรรจุภัณฑ์แล้วไม่เด่นพอก ทำให้จะเปลี่ยนแปลงอะไรตอนนั้นคงเสียต้นทุนสูงมาก เพราะต้องเริ่มใหม่หมด

- HOW อย่างไร จะใช้เทคโนโลยีอย่างไหนที่เหมาะสมสมดี
- HOW MUCH งบค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีเท่าไร
- WHEN เมื่อไร เมื่อไรจะพัฒนาเสร็จ วางแผนเมื่อไร ต้องมีการวางแผนจะได้เสร็จทัน

#### 2.1.5.1 การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ปุ่น คงเจริญทรัพย์ และสมพร คงเจริญทรัพย์) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. โครงสร้าง เป็นการออกแบบทางด้านเทคนิคและทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ โดยเน้นกระบวนการใส่ การรักษาคุณภาพด้วยการประเมินอายุของอาหารและการป้องกันที่เหมาะสมต่อการขนส่งและการกระจายสินค้า ประกอบด้วย รูปทรง หรือรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ และวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์รูปทรง มีหลายลักษณะ เช่น รูปทรงสี่เหลี่ยม ทรงกลม สามเหลี่ยม หลายเหลี่ยม รูปไข่ ฯลฯ ขึ้นอยู่กับรูปทรง และลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า ที่เราจะบรรจุและวัตถุประสงค์ของการบรรจุภัณฑ์ เช่น เพื่อการขนส่ง เพื่อการเก็บรักษา หรือเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์มีมากหลายชนิด ได้แก่ กระดาษ พลาสติก โลหะ แก้ว ไม้ การเลือกวัสดุทำบรรจุภัณฑ์โดยวิเคราะห์ด้วยความเหมาะสมระหว่างบรรจุภัณฑ์กับผลิตภัณฑ์ และหน้าที่การใช้งานของบรรจุภัณฑ์

2. กราฟฟิก เป็นการออกแบบรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อและสื่อความหมายให้เข้าใจ ด้วยความรู้สึกประทับใจ การออกแบบกราฟฟิกจะเน้นในเรื่องของการตกแต่งรูปลักษณะด้วยภาพพจน์ที่สร้างความประทับใจทั้งในด้านรูปภาพและการออกแบบคำพูด ภาษาสื่อสาร ให้มีความสัมพันธ์กับรูปทรงของวัสดุและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีความจำเป็นที่ต้องทำอยู่เรื่อยๆ เนื่องจากไม่มีบรรจุภัณฑ์ใดที่จะสามารถใช้ได้ตลอดกาล สาเหตุเพรากการเปลี่ยนแปลงทางด้านการตลาดไปตามสมัยนิยมของผู้บริโภค รวมทั้งระบบการจัดจำหน่ายและเทคโนโลยีใหม่ๆ

วัภจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

1. ขั้นแนะนำผลิตภัณฑ์
2. ขั้นตลาดเจริญเติบโต
3. ขั้นตลาดอิ่มตัว
4. ขั้นตลาดตกต่ำ

ตารางที่ 2.2 สถานะของส่วนผสมทางการตลาดในแต่ละขั้นตอนวัภจักรชีวิตผลิตภัณฑ์

| ส่วนผสมทางการตลาด | ขั้นตอนวัภจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์ |            |            |               |
|-------------------|---------------------------------|------------|------------|---------------|
|                   | 1. แนะนำ                        | 2. เติบโต  | 3. อิ่มตัว | 4. ตกต่ำ      |
| ก. ผลิตภัณฑ์      | ชนิดเดียว                       | หลายชนิด   | แข่งขัน    | เหลื่อนอุปทาน |
| ข. การจัดส่ง      | เลือกรอบ                        | ที่เหมาะสม | หลายระบบ   | ระบบที่จำเป็น |
| ค. การส่งเสริม    | แนะนำ                           | เร่งร้า    | ทุกรูปแบบ  | แยกประเภท     |
| ง. ราคา           | เจาะตลาด                        | สูงสุด     | ตัดราคา    | ลดสุดๆ        |

ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลเบื้องต้นที่ต้องคำนึงในการออกแบบ คือ

1. สินค้านั้นคืออะไร

การออกแบบต้องเริ่มต้นด้วยข้อมูลทางด้านสินค้าอย่างเพียงพอ ได้แก่ ประเภทของสินค้า คุณสมบัติทางกายภาพ เช่น ขนาด รูปทรง ปริมาตร และคุณสมบัติทางเคมี คือสาเหตุที่ทำให้สินค้าเน่าเสียหรือเสื่อมคุณภาพจนไม่เป็นที่ยอมรับ ส่วนประกอบหรือส่วนผสม คุณค่าทางโภชนาการ กระบวนการผลิตหรือการแปรรูปอาหาร การตรวจสอบคุณภาพ ข้อแนะนำในการบริโภคและสินค้าจะเสื่อมคุณภาพจากปฏิกริยาอะไร เพื่อจะได้นำมาออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้คลายสีสัน อย่างเหมาะสม สร้างการยอมรับจากผู้ซื้อและที่สำคัญที่สุด คือ การสร้างจุดขายของสินค้า

2. ประโยชน์และความต้องการของผู้บริโภค

การกำหนดเป้าหมายของผู้บริโภค ปริมาณการบริโภคแต่ละครั้ง การนำไปปรุงร่วมกับอาหารอื่น และโอกาสในการบริโภคหรืออุดมในการเลือกซื้อ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์และลดลายได้สอดคล้องกับเทศกาล การออกแบบให้เป็นของกำนัล เป็นต้น เพื่อเป็นการสนองความต้องการของผู้ซื้อ และทำให้สินค้ามีความแตกต่างหรือสร้างคุณประโยชน์มากกว่าคู่แข่งไม่ว่าในด้านคุณค่าอาหารหรือความสะดวกในการบริโภค

### 3. บรรจุภัณฑ์ ข้อมูลที่เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ที่ต้องพิจารณาดังนี้

3.1 พิจารณาตามหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ การป้องกัน การรักษาคุณภาพ ความสะดวกในการใช้งาน ความประยัดในการขนส่ง การออกแบบภาพพิมพ์ให้สอดคล้องกับความต้องการ การใช้ชลากและส่วนประกอบของฉลากตามลักษณะของบรรจุภัณฑ์ เช่น

- บรรจุภัณฑ์ชั้นใน พิจารณาความเข้ากันได้ระหว่างสินค้าและบรรจุภัณฑ์ ความสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ
- บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง ความจำเป็นในการรวมกลุ่มบรรจุภัณฑ์ชั้นในเข้าด้วยกัน ความจำเป็นในการนำบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองวางขาย ณ จุดขาย
- บรรจุภัณฑ์ชั้นส่ง ความสามารถในการป้องกันสินค้า ข้อมูลที่พิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ที่จะช่วยให้ถึงจุดหมายปลายทางด้วยความปลอดภัย

3.2 พิจารณาถึงคุณสมบัติทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

- บรรจุภัณฑ์แข็งตัว (Rigid Packaging) เช่น แก้ว กระป๋องโลหะ และขวดพลาสติก แบบนี้ บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้มีความแข็งแรง คงรูปได้ดี ลำเลียงบนสายพานได้สะดวก จึงเหมาะสมกับการใช้งานกับเครื่องบรรจุของเหลวด้วยระบบสูญญากาศและระบบที่ใช้ความดัน
- บรรจุภัณฑ์กึ่งแข็ง (Semi-Rigid Packaging) เช่น ขวดพลาสติกแบบขึ้นรูป ด้วยการเป่า ถอดฟิล์ม ถ่ายไอศครีม ขึ้นรูปด้วยความร้อนและสูญญากาศ บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้มีข้อจำกัดในการรับแรงอัดและแรงดันจึงบรรจุภัณฑ์ของเหลวแบบสูญญากาศไม่ได้
- บรรจุภัณฑ์อ่อนนุ่ม (Flexible Packaging) เช่น ช่องและถุง บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ไม่สามารถรักษาอิฐหรือรูปทรงได้ จึงต้องมีอุปกรณ์ช่วยในระหว่างทำการบรรจุของเหลว และมักใช้การบรรจุแบบกรวยแบบสูบอัดใส่ในถุงบรรจุภัณฑ์

4. การตลาด การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย จัดตั้งวิเคราะห์จุดเด่นของสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่ยับกับคู่แข่งที่มีกัน จึงต้องมีอุปกรณ์ช่วยในระหว่างทำการบรรจุของเหลว ขนาด จำนวนบรรจุภัณฑ์ต่อหน่วยขนส่ง สถานะเขตของการตลาด เป็นต้น

5. ระบบขนส่งและคลังสินค้า วิธีและอุปกรณ์การขนย้าย การเก็บคงคลัง เช่น การใช้รถกะบะเป็นพาหนะสำหรับใช้ในระบบขนย้าย การใช้ลักษณะรถแท่งบนบรรจุภัณฑ์ชั้นส่ง เป็นต้น

6. กฎหมาย การออกแบบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นไปตามข้อบังคับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องสอดคล้องกับข้อบังคับของสำนักงานอาหารและยา(อย.) นอกจากนี้ยังต้องศึกษาการใช้สัญลักษณ์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

7. ปัจจัยอื่นๆ เช่น สภาพวัสดุและรวมกระหั่งถึงการเคลื่อนไหวของคู่แข่ง สถานะของผลิตภัณฑ์ตามวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

### 2.1.5.2 ขั้นตอนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มี (ปุน คงเจริญทรัพย์และสมพร คงเจริญทรัพย์:78-82)ดังนี้

#### 1. กำหนดจุดมุ่งหมายของการใช้บรรจุภัณฑ์

กระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เริ่มต้นด้วยการตั้งจุดมุ่งหมาย ความมีจุดมุ่งหมายหลักเพียงอย่างเดียว เช่น ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่ม 10% หรือจะเป็นการลดต้นทุนลงอีก 5% ซึ่งจุด มุ่งหมายที่ตั้งไว้จะต้องเฉพาะเจาะจงและเข้าใจง่าย

#### 2. การวางแผนการบรรจุภัณฑ์

ในการวางแผนการบรรจุภัณฑ์จะเริ่มจากขั้นตอนดังต่อไปนี้

- การหาข้อมูลสินค้าที่จะพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ เช่น ข้อมูลทางเทคนิค ทางด้านการตลาด การจัดส่ง ค่าใช้จ่าย

- ความต้องการของบรรจุภัณฑ์ ทั้งด้านเทคนิคและการใช้งาน
- รายละเอียดของรูปแบบบรรจุภัณฑ์
- ข้อกำหนดบังคับตามกฎหมาย
- รวบรวมรายละเอียดระบบบรรจุภัณฑ์และวัสดุที่เหมาะสม
- ประเมินงบประมาณที่ต้องใช้ในการพัฒนา
- กำหนดมาตรฐานที่จะต้องดำเนินการทดสอบตลาดหรือทดสอบภายในสถานที่จำลอง

#### 3. ปฏิบัติการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เริ่มต้นจากการเก็บข้อมูลของสินค้า ดังนี้

- คุณสมบัติของสินค้าทางกายภาพ เช่น ของแข็ง ของเหลว การแตกหักง่ายหรือยาก
- คุณสมบัติทางเคมี สินค้าจะเน่าเสียหรือเสื่อมคุณภาพจากปฏิกิริยาอะไร เช่น การทำปฏิกิริยากับออกซิเจนหรือความชื้น เพื่อจะได้ประเมินอายุของอาหารได้ และเพื่อเป็นแนวทางในการสรุหาวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม สามารถคุ้มครองคุณภาพอาหารได้ตามกำหนดอายุที่ต้องการ

- คุณสมบัติเด่นของสินค้าที่จะสร้างเป็นจุดขายเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค สร้างจุดเด่นที่เห็นชัดและจัดทำได้ง่าย

- บรรจุภัณฑ์ เมื่อทราบคุณลักษณะของสินค้าและความต้องการของตลาดที่จะสนองจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ จะเริ่มเห็นแนวทางของบรรจุภัณฑ์ที่จะใช้และเตรียมร่างต้นแบบขึ้นมาได้ หรือความต้องการบรรจุภัณฑ์คุณสมบัติพิเศษ
- เครื่องจักร สีบเนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่ได้เลือกไว้แล้ว การสร้างเครื่องจักรบรรจุที่เหมาะสมกับการใช้งาน ซึ่งต้องเปรียบเทียบประสิทธิผล ค่าใช้จ่ายและต้นทุน

#### 4. การประเมินรอบแรก

จากร่างต้นแบบบรรจุภัณฑ์หลายแบบที่ได้พัฒนาขึ้นมา ขั้นตอนนี้จะทำการเปรียบเทียบ และคัดบางแบบออก มาตรการที่ใช้ในการเปรียบเทียบเพื่อคัดออกนี้ คือ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมายและต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ ตัวเลขของต้นทุนที่ได้จากผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์แหล่งต่างๆ ที่นำมาเปรียบเทียบ และการทดสอบความเข้ากันได้ระหว่างสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นการทดสอบว่าทั้งสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีการทำปฏิกริยา กันในเวลาใช้งานจริง โดยการทดสอบในห้องปฏิบัติการ ภายใต้สภาวะอุณหภูมิสูงและความชื้นสัมพัทธ์สูง เพื่อศึกษาสภาวะการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติ เช่น ความเปราะแตกหักสำหรับสินค้าที่เป็นของแข็ง หรือของเหลวที่อาจเปลี่ยนความชื้นจนเป็นของเหลว ขั้นมาก หรือจับตัวเป็นก้อนแข็งเท่าไหร่ ก็เป็นต้น การประเมินรอบนี้จะจบลงเมื่อสามารถคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายด้วยค่าใช้จ่ายที่ประเมินแล้วเป็นที่ยอมรับได้

#### 5. การพัฒนาขั้นที่สอง

การพัฒนาขั้นต่อมา คือ การเริ่มพิจารณารายละเอียดปลีกย่อยของบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก และบรรจุภัณฑ์ชั้นในของบรรจุภัณฑ์ชั้นในที่ได้รับการคัดเลือกไว้แล้ว ทดสอบความสามารถในการเรียงชั้อนกันของกล่องลูกฟูก เป็นต้น

#### 6. การทดสอบการใช้งาน

เป็นการทดสอบการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบในแผนกต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น ทดสอบการบรรจุ การเดินเครื่อง ความเข้ากันได้กับบรรจุภัณฑ์และเครื่องจักร การทดสอบจะมีมาก หรือน้อย ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมาย ขอบเขตในการพัฒนาและงบประมาณของการพัฒนานี้ การทดสอบที่สำคัญที่สุดคือการทดสอบทางการตลาด โดยอาจมีการทดสอบการวางจำหน่าย สรุปผล การยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายในสภาวะจุดขายจริง ทดสอบการยอมรับในตัวสินค้า การประเมินว่า กลุ่มเป้าหมาย พอดีหรือสินค้าพร้อมบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนามาอย่างดีแล้วนี้ในราคาน่าท่าไห พร้อมทั้งการประเมินยอดขายเพื่อที่จะนำไปกำหนดดูยุทธศาสตร์ทางด้านการตลาด ในทางกลับกันสามารถทราบถึงจุดบกพร่องของบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อนำไปทำการแก้ไขก่อนวางแผนตลาดจริง

#### 7. การประเมินขั้นสุดท้าย

การประเมินขั้นสุดท้ายเป็นการประเมินว่าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนี้ตรงตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้

หรือไม่และสมควรที่จะวางแผนตามเวลาที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ยังเป็นการตัดสินใจจะวางแผนหรือไม่ ถ้าไม่วางกำหนดน้ำยสินค้าสิ่งที่สูญเสีย คือ ค่าพัฒนาที่ได้เกิดขึ้นแล้ว แต่ถ้าตัดสินใจวางแผนน้ำยสินค้าไม่ประสบความสำเร็จ ความสูญเสียจะมากกว่าค่าพัฒนาที่ได้ทำไปอีกมาก many

### อายุของผลิตภัณฑ์อาหาร

ในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร การกำหนดอายุของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นหัวใจสำคัญที่ผู้ประกอบการจำต้องกำหนด เพื่อช่วยชี้แนวทางการลงทุนเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต แนวทางการพัฒนาวัตถุดิบและการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ห่อหุ้มเพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าให้ได้ตามอายุที่กำหนด

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับอายุผลิตภัณฑ์อาหาร ได้แก่

- สินค้า การเสื่อมคุณภาพของสินค้าด้วยปฏิกิริยาต่างๆ กัน สินค้าบางอย่างเมื่อได้รับความชื้นจะไม่เป็นที่ยอมรับ เช่น ข้าวเกรียบ สินค้าบางอย่างเมื่อทิ้งไว้นานจะเกิดกลิ่นเหม็นหืน เช่น อาหารขบเขี้ยว เมื่อสามารถหาสาเหตุการเสื่อมคุณภาพของอาหารแล้ว จะต้องกำหนดมาตรฐานหรือระดับคุณภาพขนาดไหนที่เป็นที่ยอมรับได้ กำหนดระดับคุณภาพที่ยอมรับไม่ได้ จะเป็นต้องให้ชิมและสัมภាលณ์จากกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้านี้เมื่อวางแผนน้ำย

- บรรจุภัณฑ์ ทำหน้าที่ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมคุณภาพเร็วจนเกินไป วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้จะต้องมีความสามารถป้องกันความชื้นได้ อาหารบางชนิดที่มีไขมันมากจะทำปฏิกิริยากับออกซิเจนในอากาศแล้วเกิดกลิ่นเหม็นหืนและการซึมผ่านของกลิ่นหรือกลิ่นของอาหาร เช่น ตั้งน้ำสตูบรรจุภัณฑ์ที่จะใช้ทดลองหาอายุของอาหาร จำต้องกำหนดรายละเอียดให้ชัดเจน ตั้งแต่โครงสร้างรวมทั้งแหล่งผลิต รายละเอียดที่จำเป็นต้องทราบ เช่น อัตราการซึมผ่านของสารที่มีโอกาสทำปฏิกิริยาส่งผลให้สินค้าเสื่อมคุณภาพ พื้นที่ผิวบรรจุภัณฑ์ น้ำหนักสินค้าและวิธีการปิดผนึกของบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

- สิ่งแวดล้อม การขยับย้ายอาหารจากแหล่งผลิตย่อมมีโอกาสทำให้อาหารอบอุ่นและอาจเสียหายจนหายไปได้ ในทางปฏิบัติสินค้าจำพวกอาหารจะยินยอมให้เกิดความเสียหายได้ประมาณ 3%-10% ประมาณมูลค่าของอาหาร อายุของอาหารแปรผันกับประสิทธิภาพการขนส่ง เช่น การใช้เครื่องบินในการขนผักผลไม้สด เป็นต้น

#### 2.1.5.3 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

บุญ คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2542:71-83) ได้เสนอกระบวนการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1. กำหนดนโยบายหรือวางแผนยุทธศาสตร์ เช่น วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการผลิตเงินทุนงบประมาณ การจัดการ และการกำหนดสถานะของบรรจุภัณฑ์ ในส่วนนี้เจ้าของเป็นผู้กำหนด

2. การศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเบื้องต้น ได้แก่ ข้อมูลหลักการทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และวิศวกรรมทางการผลิต ตลอดจนการค้นพบสิ่งใหม่ๆที่เกิดขึ้นและเกี่ยวข้องสอดคล้องกันกับการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

3. การศึกษาถึงความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ เมื่อได้ศึกษาข้อมูลต่างๆแล้วก็เริ่มศึกษาความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ด้วยการสเก็ตภาพ แสดงถึงรูปร่างลักษณะและส่วนประกอบของโครงสร้างเป็นลักษณะ 3 มิติ เพื่อเป็นการแสดงออกความคิดสร้างสรรค์ โดยศึกษาความเป็นไปได้ในเทคนิควิธีการบรรจุและการคำนวณเบื้องต้น ตลอดจนเงินทุนงบประมาณดำเนินการ เพื่อการพิจารณาคัดเลือกแบบร่างไว้เพื่อพัฒนาให้สมบูรณ์ในขั้นตอนต่อไป

4. การพัฒนาและแก้ไขแบบ ผู้ออกแบบจะต้องขยายรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆของแบบร่างอย่างละเอียด โดยเตรียมข้อมูลประกอบ มีการกำหนดเทคนิคและวิธีการผลิต การบรรจุ วัสดุ การประมาณราคา ตลอดจนการทดสอบทดลองบรรจุ เพื่อหารูปทรงหรือส่วนประกอบต่างๆ ที่เหมาะสมกับหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการด้วยการสร้างรูปจำลองง่ายๆขึ้นมา เพื่อการนำเสนอต่อผู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจ เมื่อพิจารณาให้ความคิดเห็นสนับสนุนยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขเพิ่มเติมในรายละเอียดที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น การทำแบบจำลองโครงสร้างเพื่อศึกษาถึงวิธีการบรรจุและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ก่อนการสร้างแบบเหมือนจริง

5. การพัฒนาต้นแบบจริง โดยกำหนดขนาด รูปร่างและสัดส่วนจริง ภาพประกอบแสดงรายละเอียดส่วนประกอบต่างๆ จัดสร้างต้นแบบจำลองที่สมบูรณ์ เพื่อนำไปวิเคราะห์โครงสร้างและจำแนกแยกแยะส่วนประกอบต่างๆออกมาระบบ ซึ่งต้นแบบที่จัดทำขึ้นต้องสร้างด้วยวัสดุที่สามารถให้ลักษณะและรายละเอียดใกล้เคียงกับบรรจุภัณฑ์ของจริงให้มากที่สุด เพื่อสามารถนำลงงานในขั้นนี้มาคัดเลือกพิจารณาความมีประสิทธิภาพของรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์

6. การผลิตจริง ในโรงงานที่จะต้องดำเนินการตามแบบแปลนที่นักออกแบบให้ไว ซึ่งทางฝ่ายผลิตจะต้องจัดเตรียมแบบแม่พิมพ์ของบรรจุภัณฑ์ให้เป็นไปตามกำหนด และจะต้องสร้างบรรจุภัณฑ์จริงจำนวนหนึ่ง เพื่อเป็นตัวอย่างสำหรับการทดสอบทดลองและวิเคราะห์เป็นครั้งสุดท้าย เพื่อหาข้อบกพร่องและแก้ไขก่อน จึงดำเนินการผลิตปริมาณมากเพื่อนำไปบรรจุจำหน่ายต่อไป

#### 2.1.5.4 ออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

รายละเอียดหรือส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์จะประกอบด้วยข้อมูลของสินค้า ซึ่งนำมาออกแบบเป็นกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยมีจุดมุ่งหมายในการออกแบบมีดังนี้

1. ภูปทรงบรรจุภัณฑ์เด่นสะดุดตาจึงจะได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย ภูปทรงและขนาดที่เด่นแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง
2. ตราภาพพจน์และความแตกต่าง (Brand Image Differentiate) เป็นความรู้สึกที่จะต้องก่อให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายเมื่อมีการสังเกตเห็น แล้วจึงใจให้อ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์
3. ความรู้สึกว่ามีติดต่อบรรจุภัณฑ์ เปรียบเทียบรายละเอียดต่างๆเพื่อจูงใจให้ตัดสินใจซื้อและอยากรดลองสินค้าพร้อมบรรจุภัณฑ์นั้น

ความสำคัญของการออกแบบภาพพิกัดบนบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1. เพื่อแสดงตัวผลิตภัณฑ์ ในท้องตลาด
2. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์
3. ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดของผลิตภัณฑ์ ที่อยู่ภายใน
4. แสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์และวิธีใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อด้วยการออกแบบต้องอาศัยตัวอักษรและภาพเป็นสื่อโฆษณา สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เห็นความแตกต่างจากคู่แข่งขั้น ทั้งด้านคุณภาพ ปริมาณ ราคา พร้อมทั้งมีข้อมูลวิธีการใช้ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อาหาร ข้อแนะนำและข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับประโยชน์ของผลิตภัณฑ์
5. แสดงถึงลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตสินค้า การออกแบบภาพพิกัดบทบาทหน้าที่แสดงถึงลักษณะพิเศษเฉพาะของ Brand ผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตให้เกิดความเด่นชัดกว่าคู่แข่ง
6. รักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในชุดของผู้ผลิตเดียวกัน เช่น การผลิตสินค้าหลายชนิด หลายขนาด หลายรส หลายกลิ่น ต้องออกแบบกราฟฟิกให้มีลักษณะคล้ายกันทั้งหมด โดยกำหนดตำแหน่งองค์ประกอบต่างๆ ไว้ในตำแหน่งเดียวกัน ใช้แบบอักษรชุดเดียวกัน ลวดลายหรือเทคนิคในการตกแต่งที่ให้ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน จะแตกต่างกันก็ตรงชื่อของผลิตภัณฑ์ ภาพและสีของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความแตกต่างของสินค้านิดเดียวกัน เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ถูกต้อง
7. เพื่อความโดดเด่น เมื่อวางจำหน่ายสินค้า ต้องออกแบบกราฟฟิก ให้ลวดลายบันกล่องหนึ่งสัมพันธ์กับลวดลายอีกล่องหนึ่งที่วางเดียงข้างกัน
8. การออกแบบบรรจุภัณฑ์กับการโฆษณาได้สะท้อน จดจำง่ายรวดเร็ว จากผลการวิจัยพบว่า งานกราฟฟิกที่มีลักษณะตรงไปตรงมาใช้ภาพชัดเจน มีองค์ประกอบในการออกแบบไม่สับสน ผู้บริโภคจะจำได้ง่ายกว่า

2.1.5.5 ฉลากบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ภูปกรณ์ประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือข้อความใดๆ ที่แสดงไว้บนบรรจุภัณฑ์อาหาร ภาชนะบรรจุอาหาร หรือหีบห่อของภาชนะที่บรรจุอาหาร รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช้อาหาร

### ความสำคัญของฉลาก

1. ทำหน้าที่เป็นสื่อกลางระหว่างผู้บริโภคกับผู้จำหน่าย
2. ทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์ เป็นตัวแทนของเจ้าของสินค้า พนักงานขายไว้สื่อสาร
3. ช่วยให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น
4. เป็นการแสดงรายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ และให้ความรู้เกี่ยวกับโภชนาการ
5. สร้างความเชื่อมั่นในสินค้าให้แก่ผู้บริโภค
6. เป็นหลักฐานดำเนินคดีตามกฎหมาย

ประเภทของฉลากโดยทั่วไปมี 2 ประเภท คือ

1. ฉลากทั่วไป จะทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภค มีความเข้าใจที่ถูกต้อง สินค้าที่ต้องมีฉลากทั่วไปมีทั้งผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จ เช่น อาหาร
2. ฉลากโภชนาการ มีความสำคัญอย่างยิ่งกับทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค จะแสดงรายละเอียด ของข้อมูลโภชนาการของอาหารนั้นๆ บนฉลาก ในรูปของชนิด และปริมาณของสารอาหารอยู่ภายใน เพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้บริโภค

ฉลากบรรจุภัณฑ์ (Label) เป็นส่วนแสดงรายละเอียดต่างๆ เกี่ยวกับสินค้าและผู้ขาย โดยเฉพาะ ฉลากสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ทุกหน่วยแสดงรายละเอียดที่ชัดเจน ประกอบด้วย

- ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า เช่น ชื่ออาหาร ชื่อและที่ตั้งของแหล่งผลิต การบรรจุและ ขนาดบรรจุ ส่วนประกอบที่สำคัญ
- ต้องแสดงเครื่องหมายและรายละเอียดที่กฎหมายกำหนด เช่น เครื่องหมาย อย. พร้อมเลขสารบบอาหาร ข้อความ “ใช้วัตถุกันเสีย” “เจือสีรวมชาติ” “แต่งกลิ่นเดียนแบบรวมชาติ” ถ้ามี
- ต้องแสดงวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน
- ควรแสดงภาพประกอบให้มีสีสันสดุดตา ดึงดูดใจผู้บริโภค
- ข้อมูลอื่นที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค เช่น คำแนะนำในการเก็บรักษา เป็นต้น

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้ก่อตั้งถึงรายละเอียดที่ต้องแสดงไว้บน ฉลากผลิตภัณฑ์อาหาร ดังนี้

- ชื่อเฉพาะของอาหาร ชื่อสารัญหรือชื่อที่ใช้เรียกตามปกติ
- ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต กรณีนำเข้าให้แจ้งชื่อประเทศผู้ผลิตด้วย
- เลขที่เบียนอาหาร หรือเลขที่อนุญาตให้ใช้ฉลากอาหาร(ถ้ามี)ให้ทราบว่าสินค้าผ่าน การรับอนุญาตจากผู้อนุญาตแล้ว

- ต้องแสดง ปริมาณสุทธิ เป็นระบบเมตริก ของแข็งให้ใช้เป็นน้ำหนักสุทธิ ของเหลว แจ้งเป็นปริมาตรสุทธิ
  - แสดงส่วนประกอบสำคัญคิดเป็น ร้อยละ หรือ ปริมาณต่อหน่วย ด้วย
  - วัน-เดือน-ปี ที่ผลิตหรือ หมดอยู่บนฉลาก
  - กรณีมีการแต่งสี แต่งกลิ่นต้องระบุได้บนฉลากเสมอ
  - รายละเอียดเหล่านี้ถือเป็น ข้อบังคับ บนฉลากที่จำเป็น และต้องพิมพ์หรือแสดงให้ชัดเจน เช่น ใจง่าย เพราะสิ่งเหล่านี้ถือเป็นการ เพิ่มความเชื่อมั่น ให้กับตรายี่ห้อของสินค้า แนวคิดในการออกแบบฉลากกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

1. ตราสินค้า Brand คือ การออกแบบชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์จะแสดงด้วยตัวอักษรและ หรือสัญลักษณ์ของภาพ ที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิต มีลักษณะโดดเด่น ชัดเจนเหมาะสมสมดุจดีง่าย
2. ผลิตภัณฑ์ Product คือ การนำเสนอข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่า ผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ และเน้นข้อดีที่พิเศษของผลิตภัณฑ์แตกต่างจากตราสินค้าชนิดอื่น
3. เป้าหมาย Target หมายถึง กลุ่มคนที่ซื้อผลิตภัณฑ์คือใคร พิจารณาจากเพศ วัย การศึกษา การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะต้องประกอบด้วยสองลักษณะ คือ การออกแบบโครงสร้าง และการออกแบบกราฟฟิกจะต้องคิดพร้อมๆกัน แต่ในทางปฏิบัติต้องออกแบบโครงสร้างก่อนหนึ่ง รูปแบบ การออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ คือ ฉลาก ซึ่งทำหน้าที่เป็นจุดขายสินค้า การออกแบบฉลาก มีหลักเกณฑ์ดังนี้
  1. น่าสนใจ มีความดึงดูดความสนใจ
  2. ต้องผลิตให้มีราคาถูก
  3. มีคุณภาพในการพิมพ์ที่ดี
  4. ต้องมีการพัฒนา หรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบของฉลาก สำหรับผลิตภัณฑ์ แต่ละชนิด ตลอดเวลา เพราะจะช่วยส่งเสริมให้สินค้าโดดเด่นมีคุณค่า ให้ดูทันสมัย ส่งเสริมบุคลิกภาพและ ความมีส่วนร่วมของผู้ซื้อ จูงใจให้น่าซื้อ สินค้า ([นกส. วารสารวิชาการปริทัศน์](#))

#### 2.1.5.6 เครื่องหมายสัญลักษณ์และกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

- การออกแบบสัญลักษณ์จะต้องใช้การวิเคราะห์เนื้อหาสาระที่ต้องการสื่อความหมายและ สังเคราะห์ให้เป็นรูปลักษณ์ที่เป็นลิ้งแणเพื่อสื่อถึงความหมายได้อย่างถูกต้องชัดเจน การออกแบบสัญลักษณ์ให้บรรลุเป้าหมาย ต้องคำนึงถึงหลักสำคัญ 3 ประการ คือ
1. ความหมายของสัญลักษณ์ จะต้องเกี่ยวโยงกับความคงดงของรูปแบบสัญลักษณ์นั้น ๆ
  2. ต้องเหมาะสมกับกาลเวลาทุกยุคทุกสมัย หลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นความนิยมชั่วคราว

3. ต้องนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายประการและสามารถอstrarหรือขยายได้ง่าย เพื่อนำไปสื่อ เป็นให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายโดยภาพเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ ซึ่งอาจแยกประเภทได้ดังนี้

3.1 ภาพเครื่องหมายจราจร เป็นกติกาสากลซึ่งเข้าใจร่วมกันทั่วไป การออกแบบจะเน้น ความชัดเจนของการสื่อความหมาย เข้าใจง่าย สีสันสดุดตา

3.2 เครื่องหมายสถาบันสมาคมและกลุ่มต่างๆซึ่งกำหนดรูปแบบเพื่อแทนหรือเป็น สัญลักษณ์ของหน่วยงานนั้นๆ

3.3 เครื่องหมายบริษัท สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อการสร้างเชื่อมั่นกระตุ้นความน่าสนใจ ในบริษัทการค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่างๆ

3.4 ภาพเครื่องหมายสถานที่ เป็นเครื่องหมายที่แสดงสัญลักษณ์สถานที่ต่างๆที่แสดง ให้เข้าใจร่วมกันได้โดยไม่ต้องใช้ตัวหนังสือ ข้อความ ซึ่งบางครั้งอาจสื่อได้ยากกว่าการใช้สัญลักษณ์

3.5 ภาพเครื่องหมายกิจกรรมต่างๆ เช่น การกีฬา การก่อสร้าง การประชุม ฯลฯ

3.6 เครื่องหมายที่ใช้ในการออกแบบเขียนแบบ เป็นเครื่องหมายภาพที่ใช้สื่อความ หมายร่วม กันระหว่างผู้ออกแบบ เขียนแบบแปลนและผู้อ่านแบบหรือบุคคลทั่วไปที่เกี่ยวข้อง

ในการออกแบบภาพเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ ควรยึดหลักแนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความงาม
2. แนวคิดเกี่ยวกับความหมาย
3. แนวคิดในการสร้างความเด่นและน่าสนใจ
4. ความเหมาะสมใน การออกแบบและ การใช้งาน

#### 2.1.5.7 จิตวิทยาของสีบนบรรจุภัณฑ์

สีบนบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เหมาะสมกับ กลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม การใช้สีตกแต่งพิวด้านนอกของบรรจุภัณฑ์เพื่อก่อให้เกิดความสวยงามและ ช่วยให้การดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เกิดความสดุดตา บ่งบอกถึงความหมายและประโยชน์ใช้สอย ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ การกำหนดความหมายจากความรู้สึกและกำหนดจากมาตรฐานสากลใช้ ช่วยบอกถึงลักษณะการใช้งานตามประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ การใช้สีเพื่อตกแต่งผลิตภัณฑ์ซึ่ง เป็นการกำหนดโดยผู้ออกแบบและความนิยมของสภาวะตลาดในปัจจุบัน

สีบนบรรจุภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความรู้สึก มีส่วนช่วยกระตุ้นและส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ให้สามารถสร้างแบรนด์ได้ เป็นความรู้สึกที่ช่วยให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายยานานที่จะลืมเลือน

ดังนั้นสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงได้รับรวมทั้งการ ใช้สีบนบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ในคู่มือบรรจุภัณฑ์ (20 คำถ้ามบรรจุภัณฑ์) ดังนี้

สีอุ่น นิยมใช้กับบรรจุภัณฑ์อาหารทั่วไป เพราะดึงดูดสายตา

|                |   |
|----------------|---|
| สีเย็น         | ใช้ให้เกิดความรู้สึกความหวานและความรู้สึกลึกซึ้ง  |
| สีสว่าง(Light) | นิยมใช้กับบรรจุภัณฑ์อาหาร เพราะเหมาะสมกับการวางแผนบนชั้น  |
| สีเข้ม(Deep)   | ไม่แนะนำให้ใช้ นอกจากจะต้องการสร้างจุดน่าสนใจ ความมั่นคง  |
| สีม่วง         | ให้ความผิดหวัง เศร้า และแสดงความภักดี เป็นสีที่ควรหลีกเลี่ยงในการทำบรรจุภัณฑ์อาหาร ยกเว้นขนมหวานที่มีรสอุ่น หรือส่วนผสมของอุ่น ซึ่งมักนิยมใช้สีม่วงอ่อนเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มและรสอุ่น   |
| น้ำเงิน        | โดยทั่วไปสีน้ำเงินเป็นสีที่ไม่มีความสัมพันธ์กับอาหารที่จะบรรจุโดยตรง เหมาะสมสำหรับให้ความรู้สึกสะอาด เป็นสีที่เหมาะสมกับอาหารทะเล ผลิตภัณฑ์จากนม แต่ไม่เหมาะสมสำหรับอาหารประเภท(Bakery)หรือขนมปัง ควรใช้กับอาหารที่รสอ่อน สีน้ำเงินอ่อนเหมาะสมกับอาหารที่มั่นคง |
| สีน้ำเงินเขียว | เป็นสีที่ไม่สัมพันธ์กับอาหารโดยตรงแต่เหมาะสมที่จะใช้กับบรรจุภัณฑ์ประเภทเนื้อสัตว์ เนื้อสัตว์ให้ความรู้สึกสบาย เพราะเป็นสีตรงข้ามกับเนื้อสัตว์ ทำให้เนื้อสัตว์ดูดีเด่น น่ากิน ใช้กับบรรจุภัณฑ์ประเภทเนื้อคุณภาพสูง   |
| เขียว          | เป็นสีที่ตรงกับอาหารประเภทพืชผักต่างๆ ควรหลีกเลี่ยงการใช้กับเนื้อสัตว์ เพราะจะทำให้ขัดกับความรู้สึกของการบูดเน่า และไม่ควรใช้กับขนมปัง เขียวอมเหลืองเป็นสีที่บ่งบอกถึงความไม่สด จึงไม่ควรใช้สีเขียวมันava เป็นสีรวมชาติ แต่มีผลในเรื่องความดึงดูดสายตาดี        |
| เหลือง         | เหมาะสมที่จะใช้ในเรื่องอาหารประเภทเนย สีเนยแข็ง สีเหลืองทองทำให้รู้สึกมีระดับดึงดูดสายตาดี ทำให้เกิดการอยากอาหาร ควรหลีกเลี่ยงสีเหลือง มัสตาร์ด สีเหลืองเป็นสีที่ดึงดูดความสนใจของเด็ก ใช้กับบรรจุภัณฑ์อาหารเด็ก และข้าวโพด                                     |
| ส้ม            | สีส้ม ให้ความสนุกสนานร่าเริง เหมาะกับบรรจุภัณฑ์อาหารประเภทส้ม เนื้อขนมปัง แป้ง ทำให้รู้สึกว่าสดใหม่   |
| น้ำตาล         | เป็นสีรวมชาติของอาหารหลายประเภท เช่น ช็อกโกแลต ใช้เป็นสีบรรจุภัณฑ์ประเภทกาแฟ ถั่ว บีเกอรี่ ช็อกโกแลต ข้าวโพด ใช้ได้หลายระดับความอ่อนเข้ม แต่ควรหลีกเลี่ยงสีดิน เพราะทำให้รู้สึกสกปรก  |
| แดง            | สีแดงเป็นสีที่ชวนให้เกิดความอยกรับประทานอาหาร เป็นสีที่เหมาะสมกับอาหารเกือบทุกประเภท เป็นสีของเนื้อสัตว์ เป็นสีที่เป็นมิตร มีคุณสมบัติในการดึงดูดสายตาสูง เหมาะใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทเนื้อสัตว์ ขนมปัง อาหารเด็ก  |

|               |   |
|---------------|---|
| ชมพู          | เป็นสีหมายความกับอาหารประเภทของหวาน ผลไม้ ใช้เป็นสีพื้นหลังได้ดีกับอาหารหลายชนิด แต่เป็นสีที่ขาดการดึงดูดสายตา  |
| ขาว           | ให้ความบิริสุทธิ์ ใหม่ สดใสและให้ความรู้สึกว้าวเว่อ หมายความกับการใช้เป็นสีพื้นทั่วไป ทำให้เกิดความรู้สึกสะอาดแต่ขาดการดึงดูดความสนใจใช้กับสีอื่นได้ทุกสี |
| สีขาวอมสีเข้ม | เช่น สีครีมช่วยทำให้ความรู้สึกนุ่มและมีคุณภาพ   |
| สีเทาและดำ    | ไม่ควรใช้กับบรรจุภัณฑ์อาหาร   |

### อิทธิพลของสีที่มีต่อผลิตภัณฑ์

#### ทางด้านขนาด

- สีอ่อน (Light Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์แลดูใหญ่ขึ้น
- สีเข้ม (Dark Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์แลดูเล็กลง

#### ทางด้านน้ำหนัก

- สีอ่อนหรือสีร้อน (Worm Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูเบา
- สีเข้มหรือสีเย็น (Cool Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูหนัก

#### ทางด้านความแข็งแรง

- สีร้อน ทำให้เกิดความรู้สึกว่าแข็งแรงมาก
- สีเย็น ทำให้เกิดความรู้สึกว่าบอบบางกว่า

### 2.1.5.8 การเลือกใช้สีในการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ทั่วไป

องค์ประกอบที่สำคัญในการเลือกใช้สีที่ควรคำนึงถึงสำหรับการตกแต่งหีบห่อบรรจุภัณฑ์ คือ

1. สีต่างๆที่ใช้บนเนื้อที่ของหีบห่อบรรจุภัณฑ์ควรติดต่อกันอย่างได้เรื่องราวทั้งหมดไม่ขัดกัน
2. ขอบเขตของสีที่ใช้บนหีบห่อบรรจุภัณฑ์ แต่ละสีควรจะประกอบกันแล้วเข้าใจกันได้ หรือเป็นสีคู่กันได้
3. สีที่ใช้ควรเป็นสีที่ยอมรับของผู้บริโภคในตลาด ถูกต้องตามรสนิยมของผู้บริโภค
4. ขอบเขตของสีที่จะทำให้หีบห่อบรรจุขัดแย้งหรือไม่เด่น เมื่อเปรียบเทียบกับหีบห่อบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์คู่แข่งขัน
5. การใช้สีต้องดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคที่สุด ในกรณีที่จำหน่ายในสถานที่ต่าง ๆ กัน เช่น ร้านบริการของ Supermarket ตู้แช่ หรืออื่น ๆ
6. การใช้สีที่ให้ความดึงดูดสูงสุด ภายใต้แสงสว่างมาก ๆ ซึ่งเป็นสภาวะปกติในร้านค้า
7. การใช้สีที่หมายความกับค่านิยมของผู้บริโภค โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์

8. ขอบเขตของสีที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในตราสินค้า และขอบเขตการใช้สีนี้ซ้ำๆ กันในการจัดจำหน่ายและการโฆษณา

9. ขอบเขตของสีที่ใช้บนหีบห่อบรรจุที่เข้ากันได้กับสีของสินค้าและการเปลี่ยนแปลงต่างๆ เพื่อให้เกิดความประทับใจขึ้นมาก

10. ขอบเขตของสีที่มีผลต่อราคาของหีบห่อบรรจุ

11. การยอมรับของหีบห่อบรรจุภัณฑ์ต่อผู้บริโภคและผู้ขายปลีก

12. ขอบเขตของหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่อาจจะก้าวร้าวและข่มบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจำหน่ายที่เด่นๆ อาจจะดูแล้วน่าเบื่อ ทำให้ส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

กลุ่มสีนุ่ม (Soft colors) ใช้เป็นสีพื้นหลังของสิ่งพิมพ์ทุกประเภทโดยเฉพาะฉลาก (Label) เพราะจะทำให้อ่านได้ง่ายกับตัวหนังสือสีดำ หรือสีเข้มอื่นๆ

กลุ่มสีสว่างสดใส (Bright colors) สีกุ่มนี้ทำให้บรรจุภัณฑ์ดูใหม่ชื่นและดูโกลาหลมาก กับผลิตภัณฑ์สำหรับวัยรุ่น เช่น เหลือง แดง น้ำเงิน หมายเหตุการใช้งานบรรจุภัณฑ์เกือบทุกชนิด การใช้สีสว่างจะช่วยให้เกิดความสนใจเป็นพิเศษแต่ต้องระวังไม่ใช้มากเกินไป

กลุ่มสีมุ่น (Multi colors) ใช้ในบรรจุภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกของแฟชั่น เป็นกลุ่มสีที่ไม่มีผลทางการดึงดูดความสนใจหรือสะดุตตามากนัก หมายเหตุการกุ่มที่มีการศึกษาสูงและผู้สูงอายุ

กลุ่มสีอ่อน (Multi colors) ใช้ในบรรจุภัณฑ์ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นกันเองของหวาน (มีความสว่างมาก) ในสิ่งพิมพ์ทั่วไปจะนิยมใช้สีอ่อนเป็นสีพื้นหลัง

กลุ่มสีที่มีน้ำหนักสีกลาง (Medium colors) เป็นสีที่มีค่าความสะท้อนแสงในช่วง 25 – 30% เป็นกลุ่มสีที่ใช้มากที่สุดในบรรจุภัณฑ์ทั่วไป แม้จะไม่มีความสดใสเหมือนสีสดใสสว่างแต่ก็ไม่มีข้อด้อย ของสีมีค่ากลางบรรจุภัณฑ์ และสิ่งพิมพ์ทั่วไปนิยมใช้สีน้ำหนักกลางนี้กับพื้นหลังที่มีค่าสะท้อนแสงสูงกว่า

กลุ่มสีมืด (Dark colors) เป็นกลุ่มสีที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์ค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะด้านอาหาร ยกเว้นต้องการเน้นในส่วนสิ่งพิมพ์ทั่วไปเพื่อเบรียบเทียบค่าที่ต่างกันสูง

กลุ่มแม่สี (Primaries colors) เป็นกลุ่มสีหลัก ได้แก่ ม่วง น้ำเงิน เหลือง ส้ม แดง เป็นสีที่ไม่ผสมสีขาว หรือเทา หรือดำ เป็นสีที่ใช้มากในสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ เพราะได้ผลดีในการดึงดูดสายตา สะดุตตา โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์สำหรับผู้มีอายุน้อย การใช้นิยมใช้ในระดับน้ำหนักสีกลาง

กลุ่มสีผสม สีตัดเปล่ง (Modified colors) หมายถึงสีผสมของสีหลักที่ผสมกับสีที่อยู่ต่องาน กันในวงจรสีทำให้เกิดความมีค่าล้ำ เช่น สีมาสเตอร์ด สีกรมท่า ใช้ในกรณีที่ต้องการลดความดูดดูด ลดความแข็งหรือลดความแรงของสี

กลุ่มสีพาสเทล( Pastel colors) เป็นสีที่มีส่วนผสมของสีขาวในสัดส่วนสูง เป็นสีที่ให้ความรู้สึกเปาบูนนวลเป็นมิตร หมายความว่าที่จะใช้กับบรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอางค์ สินค้าที่ต้องการให้มีคุณค่าสูงแสดงถึงความหวานใช้กับขนมหวานได้ดี ใช้กับสิ่งพิมพ์ฉลากของเครื่องสำอางค์และสินค้าแพชั่น

## 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากผลการวิจัยของรศ.สุภาวดี วิรชรรมากร(2546) เรื่อง “โครงการวิจัยเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์กลั่ว yayเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้า สร้างเสริมโอกาสทางเศรษฐกิจชุมชนและการสนับสนุนการส่งออกในอนาคต ” การวิจัยของ ร.ต.อ. อนุชา แพ่งเงชร เรื่อง “โครงการพัฒนาชุมชนแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องจักสาน กลุ่มชุมชนบ้านคลองนกกระทุง ตำบลบางเลน จังหวัดนครปฐม ” และการวิจัยของผศ.เอกชาติ จันทกุลไรวัตโน เรื่อง “การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องจักสานในบ้าน ” ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการนำวัสดุธรรมชาติมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย(2546) “ได้ศึกษาวิจัยและพัฒนาต้านบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรต่างๆได้แก่เรื่อง “การวิจัยการบรรจุหีบห่อผลผลิตการเกษตร” เรื่อง “วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ผักและผลไม้สด” เรื่อง “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขายน้ำปลีกสำหรับส้มโอเพื่อการส่งออก” เรื่อง “การพัฒนาภาชนะบรรจุส้มโอ”ของอัญชลี ภมลรัตนกุลและคณะ “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดอกกลั่ว yay ให้เพื่อการวางแผนขายให้เหมาะสมต่อการตลาดอุตสาหกรรม” เรื่อง “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลลัพธ์และผลลัพธ์แห้ง” เรื่อง “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มจากข้าว” เรื่อง “การประเมินคุณสมบัติของภาชนะบรรจุผักและผลไม้” ซึ่งพบว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งและการจัดจำหน่ายในต่างประเทศใช้บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษลูกฟูกและมีช่องระบายอากาศด้านข้างสามารถวางขอนกันเพื่อประยุกต์เนื้อที่ในการขนส่ง

อภิสิทธิ์ ไลศัตถรุไกล และคณะ(2546) “หีบห่อจากวัสดุธรรมชาติ : การศึกษางานออกแบบเพื่อการอนุรักษ์” พบร่างการใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้เป็นวัสดุในการทำหีบห่ออาหารของคนไทยในภาคใต้มีนานาและได้สืบทอดไปยังลูกหลาน โดยเลือกวัสดุที่มีอยู่ในธรรมชาติ เช่น ใบและกาบกลั่ว ใบกะพ้อ ใบไผ่ ใบจาก ใบคลุ่ม ใบลาน ใบชิง ใบหัง ใบยางพารา กาบหมาก หม้อข้าว หม้อแกงลิง เป็นต้น มาทำบรรจุภัณฑ์ห่ออาหาร โดยวิธีการห่อ การม้วน การพันหรือการเย็บ เป็นรูปทรงสามเหลี่ยมหรือสี่เหลี่ยม การพับมุมเป็นกรวย การมัดร้อยเป็นพวง ซึ่งสามารถทำได้หลายรูปแบบ อีกทั้งยังเอื้อต่อประโยชน์ใช้สอย การขนส่ง การจำหน่าย และมีกระบวนการวิธีที่ส่งผลถึงความปลอดภัยในการบริโภค การเก็บรักษาและกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมสมกับคุณลักษณะของอาหารในวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่ม

ลงคดีนุช นทีพายัพทิศ และทองเพียร ศรีสว่าง (2547) ได้วิจัยเรื่อง “การพัฒนาบริจูงันท์ ผลิตภัณฑ์อาหาร ชุมชนบ้านแคร อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ “ พบว่าบริจูงันท์ที่ได้รับการพัฒนาสามารถแสดงเอกลักษณ์ของชุมชนผู้ผลิตและทำให้รายได้เพิ่มขึ้น ”

จุไรรัตน์ ดวงเดือน (2547) ได้วิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบริจูงันท์จากวัสดุธรรมชาติ โดยใช้ภูมิปัญญาไทย” พบว่ารูปแบบบริจูงันท์จากวัสดุธรรมชาติสามารถสร้างคุณค่าและเอกลักษณ์ให้กับสินค้าได้ในระดับดี

วรดิษ กาญจนอัครเดช และคณะ(2550) ได้ทำการวิจัย “ต้นแบบบริจูงันท์ใหม่สำหรับขอนมไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาขอนมไทยเพชรบูรี” พบว่าแนวทางการออกแบบบริจูงันท์ขอนมไทยเพชรบูรี ประกอบด้วย 1) การออกแบบโครงสร้างรูปทรงของบริจูงันท์ขอนมไทย จะตอบสนองเรื่องความเหมาะสมกับขั้นตอนการบริจูงันโดยพิจารณาจากลักษณะของร้านค้าที่ผลิตขอนมเอง ส่วนใหญ่จะเป็นบริจูงันท์ที่พิมพ์เสร็จแล้ว หรือชิ้นส่วนบางชิ้นเท่านั้น การออกแบบจึงมุ่งเน้นงานโครงสร้าง สามารถรักษารูปทรงทางกายภาพของขอนมได้คงเดิมจากการขันสูตร และป้องกันความเสียหายต่อรูปทรงขอนมที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการกระจายสินค้าเพื่อจำหน่าย 2) การออกแบบในส่วนกราฟฟิก เป็นการสร้างยี่ห้อให้เห็นภาพลักษณ์ของสินค้าขอนมไทยเพชรบูรี การออกแบบส่วนนี้เน้นการแสดงเอกลักษณ์ของจังหวัดเพชรบูรีให้ได้เด่น โดยนำกราฟฟิกแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทั้งสถานที่และวัฒนธรรมเพชรบูรีมาเป็นร่วนประกอบของงานออกแบบ นอกจานนี้ยังได้นำเสนอการสร้างงานกราฟฟิกให้เป็นชุดบริจูงันท์ โดยรวมขอนมประเภทเดียวกันหลายชนิดและสร้างเอกลักษณ์ให้กับชุดขอนมนั้น เพื่อบอกให้รู้ว่าขอนมชุดนั้นมาจากแหล่งผลิตที่มีเอกลักษณ์เดียวกัน คือจังหวัดเพชรบูรี และยังออกแบบขอนมให้ดูสะอาดตาหวานเชี่ยวให้ผู้บริโภคซื้อ รวมถึงการจัดระดับการออกแบบกราฟฟิกตามการวางแผนจำหน่ายของสินค้าในตลาดและวัตถุประสงค์ในการซื้อของลูกค้าเป้าหมายด้วย

### 2.3 สรุป

การพัฒนาบริจูงันท์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้อมูลของจังหวัดนครปฐมทั้งด้านประวัติศาสตร์ สัญลักษณ์ คำขวัญของจังหวัด สภาพภูมิประเทศ สังคม เศรษฐกิจ เกษตรกรรม พานิชยกรรม สินค้าเกษตรในจังหวัดนครปฐม สินค้าเกษตรแปลงรูป แหล่งท่องเที่ยวและประเพณีของจังหวัด เพื่อเป็นแนวทางการสร้างเอกลักษณ์ของจังหวัด การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แนวคิดการสร้างตราสินค้า ทฤษฎีเกี่ยวกับบริจูงันท์และหลักการออกแบบบริจูงันท์ เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบพัฒนาบริจูงันท์สินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าการพัฒนาบริจูงันท์รูปแบบต่างๆสำหรับสินค้าแต่ละประเภทจะส่งผลต่อ

การขันส่งและการรักษาคุณภาพสินค้า อีกทั้งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดในการจำหน่ายสินค้าได้อย่างเหมาะสมซึ่งสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้านั้นๆ อันจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านคุณภาพสู่ความเป็นสากล

### บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษาเรื่องการพัฒนาบริจูดัลท์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม คณะกรรมการวิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อพัฒนาบริจูดัลท์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมให้มีรูปแบบที่สวยงามมีเอกลักษณ์ของจังหวัด สามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม อันจะเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดได้เป็นอย่างดี
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของบริจูดัลท์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของจังหวัดนครปฐม ความต้องการบริจูดัลท์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท และรูปแบบบริจูดัลท์สินค้าทางการเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

จากวัตถุประสงค์การวิจัยดังกล่าวคณะกรรมการวิจัยได้ดำเนินการวิจัยแต่ละขั้นตอนตามลำดับ ตามที่ตั้งไว้ดังนี้

**ค่าถูกการวิจัยข้อที่ 1 ศักยภาพของบริจูดัลท์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของนครปฐมเป็นอย่างไร**

การศึกษาศักยภาพบริจูดัลท์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบัน คณะกรรมการวิจัยได้ดำเนินการวิจัยดังนี้

#### 3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการวิจัยนี้ จำแนกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นผู้ซื้อสินค้าทางการเกษตรและมาเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นผู้ซื้อสินค้าทางการเกษตรและมาเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน
3. กลุ่มผู้เกี่ยวข้องด้านท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น เจ้าหน้าที่ของจังหวัดนครปฐม มัคคุเทศก์ของบริษัทนำเที่ยวที่นักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่จังหวัดนครปฐม

กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่าง จำแนกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นผู้ซื้อสินค้าทางการเกษตรและมาเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ในการวิจัยนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน
2. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นผู้ซื้อสินค้าทางการเกษตรและมาเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ในการวิจัยนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน

3. ผู้เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวในครบทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น การท่องเที่ยว พานิชย์จังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด เกษตรจังหวัด พัฒนาชุมชน นายอำเภอและมัคคุเทศก์ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 15 คน

#### วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่ม ดังนี้

การสุ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดแบบ quota (Quota sampling) รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างที่จะครอบคลุมในแต่ละจุด โดยมีเกณฑ์คือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสินค้าเกษตร วางแผนรายชื่อแหล่งท่องเที่ยวดังนี้

|  |                           |
|--|---------------------------|
| 1. องค์พระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง             | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 60 ราย |
| 2. พระราชวังสนามจันทร์ อำเภอเมือง          | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 20 ราย |
| 3. ตลาดดอนหวาย อำเภอสามพราน                | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 60 ราย |
| 4. วัดไชยวัฒนาราม อำเภอสามพราน             | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 40 ราย |
| 5. ลานแสดงข้างและฟาร์มจะระเข้สามพราน       | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 40 ราย |
| 6. ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน             | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 60 ราย |
| 7. ตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน                 | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 40 ราย |
| 8. พุทธมณฑล อำเภอพุทธมณฑล                  | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 20 ราย |
| 9. พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ปั้นไทย อำเภอนครชัยศรี | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 40 ราย |
| 10. วัดศรีษะทอง อำเภอนครชัยศรี             | จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 20 ราย |

### 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่นักวิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยศึกษาพูดิกรุ่นการบริโภคของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าทางการเกษตรแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด นครปฐม มีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้

3.2.1.1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องพูดิกรุ่นการเลือกซื้อ สินค้าของนักท่องเที่ยว และการบริโภคแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

3.2.1.2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประมวลเพื่อกำหนดเป็นพูดิกรุ่นบ่งชี้และโครงสร้างของแบบสอบถาม ขอบเขตของเนื้อหา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ โดยมีรายละเอียดดังนี้

แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน และที่อยู่ปัจจุบัน

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยว เกี่ยวกับลักษณะสินค้าที่ซื้อและสถานที่ซื้อสินค้า ศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรของจังหวัดนครปฐม ความต้องการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท รูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ต้องการ และข้อเสนอแนะสำหรับบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัด เป็นคำอามป์ลายเปิดจำนวน 1 ข้อ

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกใช้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยอ้างอิงจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยและให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อยืนยันผลจากการพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าทางการเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

3. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกใช้เก็บข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมทั้งภาครัฐและเอกชน โดยแบบสัมภาษณ์ฉบับนี้ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นหลังการเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวผู้ซื้อสินค้าทางการเกษตรจากแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ซึ่งนำประเด็นมาสัมภาษณ์ความคิดเห็นของสัญลักษณ์สินค้านครปฐมและความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว

3.2.2 การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ในการทดสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลวิจัยครั้งนี้ ได้นำเอาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมาตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ดังนี้

3.2.2.1 นำแบบสอบถามที่ได้ออกแบบให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและสถิติจำนวน 2 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงของวัตถุประสงค์ เนื้อหาและภาษาที่ใช้ จากนั้นนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงเนื้อหาของคำถามแต่ละข้อของแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์ของคำถามการวิจัย

3.2.2.2 การทดสอบหาความเชื่อมั่น โดยคณะผู้วิจัยได้นำเอาแบบสอบถามที่ผ่านการตราชจากผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบัคได้ค่าแอลฟ่าเท่ากับ 0.50 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

3.2.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

3.2.3.1 สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ

3.2.3.2 ค่าเฉลี่ยและความเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้ขอความร่วมมือกับนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย ที่ครอบคลุม ในแต่ละจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมและมีการจำหน่ายสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่ง มีการสุ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวภาครัฐและเอกชน

2.1 คณะกรรมการได้สร้างแบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ โดยอ้างอิงจากแบบสอบถามชาวไทยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อยืนยันศักยภาพของบรรจุภัณฑ์ สินค้าการเกษตรและรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ต้องการของชาวต่างชาติ

2.2 แบบสัมภาษณ์มัคคุเทศก์และผู้เกี่ยวข้องด้านท่องเที่ยว เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึก ใช้เก็บข้อมูลจากมัคคุเทศก์และเจ้าหน้าที่ด้านท่องเที่ยว โดยสัมภาษณ์ถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า ทางการเกษตรที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในความคิดของมัคคุเทศก์และผู้เกี่ยวข้องด้านท่องเที่ยว

### 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลและวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่อยู่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่และร้อยละ

2. ข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค เกี่ยวกับลักษณะสินค้าที่ซื้อและสถานที่ซื้อสินค้า วิเคราะห์ ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)

3. ข้อมูลศักยภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของจังหวัดนครปฐม การ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)

4. ข้อมูลความต้องการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท วิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้สถิติค่าความถี่และร้อยละ

5. ข้อมูลรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรที่ต้องการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)

6. ข้อมูลเสนอแนะรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม วิเคราะห์ ข้อมูลโดยการรวมความคิดเห็นเสนอแนะและระดับความถี่ของข้อเสนอแนะ

คำถามการวิจัย 2 ความต้องการบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภทในจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างไร

คณะกรรมการได้นำผลจากการวิเคราะห์คำถามการวิจัยที่ 1 ศักยภาพบรรจุภัณฑ์และประเภทสินค้า ยอดนิยมของจังหวัด ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ 15 ผลิตภัณฑ์มาหาความต้องการรูป แบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าแต่ละประเภท โดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

## ประชาราและกลุ่มตัวอย่าง

ประชาราในการวิจัยนี้ประกอบด้วย

- เจ้าหน้าที่ภาครัฐได้แก่ พัฒนาชุมชนจังหวัด พัฒนาชุมชนอำเภอ นายอำเภอ
- ผู้ประกอบการเจ้าของสินค้าทางการเกษตร 15 ผลิตภัณฑ์

## เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าแต่ละประเภทนี้ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ดังนี้

- เจ้าหน้าที่ภาครัฐได้แก่ พัฒนาชุมชนจังหวัด พัฒนาชุมชนอำเภอและนายอำเภอ เพื่อคัดเลือกผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้ายอดนิยมตามประเภทของสินค้าที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นสินค้าที่ผ่านการรับรองมาตรฐานคุณภาพจากจังหวัดนครปฐม മผช. หรือ อย. หรือ การรับรองคุณภาพอื่น เช่น เซลล์ชานเชิม
- การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสินค้าทั้ง 15 ราย เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

## การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมความต้องการบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆนั้น คณะผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ 2 ส่วน คือ

- สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เพื่อคัดเลือกผู้ประกอบการจำนวน 15 ราย ที่ผลิตสินค้าทางการเกษตรโดยอนุนิยมตามที่นักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีมาตรฐานรับรองคุณภาพของจังหวัดจากการคัดสรรคุณภาพสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ปี 2552
- สัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้ง 15 ราย เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง มีการกำหนดคำถามไว้ล่วงหน้าและเป็นการสัมภาษณ์เป็นผู้ประกอบการแต่ละราย เพื่อหาข้อมูลของสินค้าแต่ละประเภท

## การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลจากการสัมภาษณ์หากความต้องการบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร ดังนี้

- การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน จะได้รายชื่อผู้ประกอบการสินค้าทั้ง 15 ราย
- การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสินค้าทางการเกษตรโดยอนุนิยมของจังหวัดนครปฐมทั้ง 15 รายเกี่ยวกับข้อมูลของสินค้าแต่ละประเภทถึง ลักษณะของสินค้า ระดับการรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า การจัดจำหน่าย จุดเด่นของสินค้า ภาพพิมพ์และความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมสำหรับสินค้าแต่ละประเภท
- การออกแบบและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าแต่ละประเภทภายใต้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการออกแบบกราฟฟิก จำนวน 3 ท่าน ได้แก่
  - รองศาสตราจารย์สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ  
นักวิชาการด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

### 3.2. อาจารย์มณฑน์สุ ทองไหญ์

หัวหน้าสาขาวิชาออกแบบแบบสิ่งพิมพ์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพฯ

### 3.3. นางสาวสัญญา พุฒิพัทย์

ผู้จัดการฝ่ายออกแบบบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ บริษัท แปลนโนทีฟ จำกัด  
การพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ทั้ง 15 ผลิตภัณฑ์นั้น เป็นการนำผลการวิเคราะห์รูปแบบสินค้าทาง  
การเกษตรแต่ละประเภทมาพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ให้มากยิ่งขึ้น ได้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

**คำถament การวิจัย3 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างไร**  
คณะผู้วิจัยได้ดำเนินงานวิจัยเพื่อประเมินผลรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว ดังนี้

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร นักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมไม่ทราบจำนวนแน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การรวบรวมข้อมูลการประเมินผลรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว โดยใช้  
แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ชั้นคณะ  
ผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรที่ออกแบบเพื่อส่งเสริมการท่อง  
เที่ยวจังหวัดนครปฐม ในด้านรูปแบบมีความเหมาะสมกับประเภทสินค้า รูปแบบมีความโดยเด่นสะดุดตา  
เชิญชวนให้น่าซื้อ สีสันเหมาะสมสมกับลักษณะสินค้า ภาพประกอบชัดเจนและภาพพิ๊กซีล์ความหมาย  
ได้เหมาะสม สะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย สื่อถึงแหล่งท่องเที่ยวและเอกลักษณ์ของสินค้า  
เกษตรจังหวัดนครปฐม โดยใช้แบบสอบถามระดับมาตราด 5 ระดับ คือ เหมาะสมมากที่สุด เหมาะสม  
มาก เหมาะสมปานกลาง เหมาะสมน้อย เหมาะสมน้อยที่สุด

โดยเกณฑ์กำหนดในการแปลผล ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00 หมายถึง

มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง

มีความคิดเห็นในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง

มีความคิดเห็นในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง

มีความคิดเห็นในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.75 หมายถึง

มีความคิดเห็นในระดับน้อยที่สุด

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

2. นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปตรวจสอบเนื้อหาของแบบสอบถามว่าครอบคลุมวัตถุประสงค์หรือไม่ จากนั้นนำไปปรึกษาผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความเหมาะสม ความชัดเจนใน การใช้ภาษาและขอบเขตของเนื้อหา นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มประชากร ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาค่า reliability ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่า Cronbach's alpha ได้ค่า reliability ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.8 ซึ่งถือว่า แบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลวิจัยได้

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้สำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ในแต่ละจุดที่ ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม ซึ่งมีการสุ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

- |   |              |
|---|--------------|
| 1. องค์พระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง            | จำนวน 70 ราย |
| 2. พระราชวังสมเด็จพระปิ่นเกล้า อำเภอเมือง | จำนวน 20 ราย |
| 3. ตลาดดอนหวาย อำเภอสามพวน                | จำนวน 60 ราย |
| 4. วัดไเรชิ อำเภอสามพวน                   | จำนวน 40 ราย |
| 5. ลานแสดงซังและฟาร์มจระเข้สามพวน         | จำนวน 40 ราย |
| 6. ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน            | จำนวน 60 ราย |
| 7. ตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน                | จำนวน 30 ราย |
| 8. พุทธมณฑล อำเภอพุทธมณฑล                 | จำนวน 40 ราย |
| 9. พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย อำเภอครชัยศรี | จำนวน 40 ราย |

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัด นครปฐม ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลและวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่อยู่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่และร้อยละ
2. ข้อมูลความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมที่ออกแบบใหม่ จากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)
3. ข้อมูลเสนอแนะจากนักท่องเที่ยว แปลผลโดยการบรรยาย

### 3.5 สรุป

การพัฒนาบริจูงกันที่สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม เป็นการวิจัยเพื่อการออกแบบบริจูงกันที่ จากการศึกษาศักยภาพบริจูงกันที่สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบัน และความต้องการบริจูงกันที่สำหรับสินค้าแต่ละประเภทที่นักท่องเที่ยวคาดเลือกสินค้ายอดนิยม 15 ผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 15 คน ผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวภาครัฐและเอกชนจำนวน 15 คน ซึ่งผลการวิเคราะห์มาเป็นแนวทางการออกแบบบริจูงกันที่ให้มีความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย ภายใต้การแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบริจูงกันที่และภาพฟิก และทำแบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ที่มีต่อบริจูงกันที่ได้ออกแบบพัฒนาบริจูงกันใหม่ เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพของบริจูงกันที่ในการรักษาคุณภาพสินค้า ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งานและการสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ตลอดจนความสวยงามของบริจูงกันที่เหมาะสมกับการซื้อเป็นของฝากและสามารถเผยแพร่ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมได้เท่ากับเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรและการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมไปพร้อมกัน

#### บทที่ 4 ผลการศึกษา และการอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมให้มีรูปแบบที่สวยงาม มีเอกลักษณ์ของจังหวัด สามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม อันจะเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดได้เป็นอย่างดี โดยมีผลการศึกษาวิจัยตามค่าตามการวิจัยที่กำหนดได้

#### 4.1 ผลการศึกษา

## คำถามการวิจัยข้อที่ 1 ศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของประเทศไทย

ผลการศึกษาตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูล คือ ใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เก็บรวบรวมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่จังหวัดนครปฐม แบบสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 15 ราย แบบสัมภาษณ์เชิงลึกมัคคุเทศก์ของบริษัทนำเที่ยวจำนวน 4 คน และเจ้าหน้าที่ของจังหวัดนครปฐม คือ พานิชย์จังหวัด พัฒนาชุมชนจังหวัด เจ้าหน้าที่พัฒนาการ เกษตรจังหวัด นายอำเภอบางเฉลน เจ้าหน้าที่สำนักท่องเที่ยวนครปฐม รวม 15 คน ผู้วิจัยขอนำเสนอผลการวิเคราะห์แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

## ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทย นำเสนอด้วย 6 ตอน ในรูปตาราง

### ประกอบความเรียง

## ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าเกษตรฯ

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ศักยภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของประเทศไทย

ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาบริจูเก้นท์สินค้าทางการเกษตรเพื่อคัดเลือก  
สินค้าที่มีคุณภาพมาตรฐานรับรองมาพัฒนาจัดทำบริจูเก้นท์ของจังหวัด

ตอนที่ 5 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ต้องการ

ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ผลการศึกษาข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

## ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ในส่วนของมัคคุเทศก์ของบริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดครปสุມและเจ้าหน้าที่ของจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรในครปสุມ

### สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยนำเสนอด้วยตนเองในรูปตารางประกอบความเรียง

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 2 จำนวนร้อยละข้อมูลส่วนตัวนักท่องเที่ยว

| ข้อมูลทั่วไป               | จำนวน (n=400 คน) | ร้อยละ |
|----------------------------|------------------|--------|
| เพศ                        |                  |        |
| ชาย                        | 154              | 38.50  |
| หญิง                       | 246              | 61.50  |
| อายุ                       |                  |        |
| ต่ำกว่า 21 ปี              | 34               | 8.50   |
| 21- 30 ปี                  | 102              | 25.50  |
| 31- 40 ปี                  | 93               | 23.25  |
| 41- 50 ปี                  | 90               | 22.50  |
| 51- 60 ปี                  | 54               | 13.50  |
| 61 ปีขึ้นไป                | 27               | 6.75   |
| ระดับการศึกษา              |                  |        |
| ประถมศึกษา                 | 16               | 4.00   |
| มัธยมศึกษา                 | 67               | 16.75  |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี           | 104              | 26.00  |
| ปริญญาตรี                  | 123              | 30.75  |
| ปริญญาโท                   | 76               | 19.00  |
| ปริญญาเอก                  | 14               | 3.50   |
| อาชีพ                      |                  |        |
| นักเรียน/นักศึกษา          | 67               | 16.75  |
| รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ      | 94               | 23.50  |
| รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน | 102              | 25.50  |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว       | 64               | 16.00  |
| พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณ     | 54               | 13.50  |
| อื่นๆ                      | 19               | 4.75   |

**ตารางที่ 2 (ต่อ) จำนวนร้อยละข้อมูลส่วนตัวนักท่องเที่ยว**

| ข้อมูลทั่วไป           | จำนวน (n=400 คน) | ร้อยละ |
|------------------------|------------------|--------|
| <b>รายได้ต่อเดือน</b>  |                  |        |
| ต่ำกว่า 5,001 บาท      | 17               | 4.25   |
| 5,001 – 10,000 บาท     | 92               | 23.00  |
| 10,001 – 20,000 บาท    | 112              | 28.00  |
| 20,001 – 30,000 บาท    | 81               | 20.25  |
| 30,001 – 40,000 บาท    | 68               | 17.00  |
| 40,001 – 50,000 บาท    | 18               | 4.50   |
| มากกว่า 50,000 บาท     | 12               | 3.00   |
| <b>ที่อยู่ปัจจุบัน</b> |                  |        |
| กรุงเทพมหานคร          | 134              | 33.50  |
| นนทบุรี                | 38               | 9.50   |
| นครปฐม                 | 56               | 14.00  |
| ราชบุรี                | 47               | 11.75  |
| เพชรบุรี               | 25               | 6.25   |
| สมุทรปราการ            | 29               | 7.25   |
| กาญจนบุรี              | 24               | 6.00   |
| สุพรรณบุรี             | 15               | 3.75   |
| อุทัยธานี              | 12               | 3.00   |
| ประจวบคีรีขันธ์        | 8                | 2.00   |
| อ่างทอง                | 5                | 1.25   |
| เชียงใหม่              | 4                | 1.00   |
| ภูเก็ต                 | 3                | 0.75   |

จากตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว พบร่วมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง 246 คน คิดเป็นร้อยละ 61.50 และเป็นเพศชาย 154 คน คิดเป็นร้อยละ 38.50 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 21- 30 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 รองลงมาอายุระหว่าง 31- 40 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 23.25 อายุระหว่าง 41- 50 ปี จำนวน 90 คน คิดเป็นร้อยละ 22.50 อายุระหว่าง 51- 60 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 อายุต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 8.50 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 ตามลำดับ

นอกจานี้ในด้านการศึกษาส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ระดับปริญญาโทจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ระดับมัธยมศึกษาจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ระดับปวช.จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และระดับปริญญาเอกจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

รวมทั้งเมื่อจำแนกตามอาชีพ พบร่วมกันในส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 25.50 รองลงมาคืออาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 นักเรียน/นักศึกษาจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.00 พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกย์ยวนจำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 13.50 และอาชีพอื่นๆอีก จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 4.75

ส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 รองลงมาคือรายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 40,000 บาทจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 40,001 – 50,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 รายได้มากกว่า 50,000 บาทจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,001 บาทจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 4.25

ในส่วนของที่อยู่ในปัจจุบัน พบร่วมกันท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 134 คน คิดเป็นร้อยละ 33.50 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวอยู่ในนครปฐมจำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 14.00 นักท่องเที่ยวจากราชบุรี จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 11.75 จากนนทบุรี จำนวน 38 คน คิดเป็นร้อยละ 9.50 จากสมุทรปราการ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.25 จากเพชรบุรี จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.25 จากกาญจนบุรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 6.00 จากสุพรรณบุรี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.75 จากอยุธยาจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 จากอยุธยาจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 จากประจวบคีรีขันธ์จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.00 จากอ่างทอง จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 จากเชียงใหม่จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00 จากภูเก็ต จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

## ตอนที่ 2 พฤติกรรมการซื้อของนักท่องเที่ยว

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD.) การแปลความและการจัดอันดับของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าเกษตร

| พฤติกรรมของผู้บริโภค               | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ   |
|------------------------------------|-----------|------|-----------|
| <u>ลักษณะสินค้าที่ซื้อ</u>         |           |      |           |
| 1 สินค้ามีคุณภาพ                   | 4.54      | 0.65 | มากที่สุด |
| 2 ราคาสินค้าเหมาะสม                | 4.01      | 0.69 | มาก       |
| 3 สินค้ามีชื่อเสียงได้รับการยอมรับ | 3.87      | 0.75 | มาก       |
| 4 รสชาติสินค้าอร่อยถูกใจ           | 3.84      | 0.80 | มาก       |
| 5 บรรจุภัณฑ์สวยงามมีมาตรฐาน        | 3.67      | 0.78 | มาก       |
| <u>สถานที่ซื้อสินค้า</u>           |           |      |           |
| 6 จากแหล่งท่องเที่ยว               | 4.07      | 0.80 | มาก       |
| 7 จากร้านค้าหรือศูนย์จำหน่ายสินค้า | 3.75      | 0.75 | มาก       |
| 8 จากร้านค้าข้างทางริมถนน          | 3.40      | 0.92 | ปานกลาง   |

จากตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD.) การแปลความและการจัดอันดับของพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าเกษตร พ布ว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสินค้ามีคุณภาพในระดับมากที่สุด ( $\bar{X} = 4.54, SD = 0.65$ ) นอกจากนี้ให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากได้แก่ ราคาสินค้าเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.01, SD = 0.69$ ) สินค้ามีชื่อเสียงได้รับการยอมรับ ( $\bar{X} = 3.87, SD = 0.75$ ) รสชาติสินค้าอร่อยถูกใจ ( $\bar{X} = 3.84, SD = 0.80$ ) และบรรจุภัณฑ์สวยงามมีมาตรฐาน ( $\bar{X} = 3.27, SD = 0.78$ )

ส่วนด้านสถานที่ซื้อสินค้านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสถานที่ซื้ออันดับแรกคือ จากแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก ( $\bar{X} = 4.07, SD = 0.80$ ) รองลงมาคือ จากร้านค้าหรือศูนย์จำหน่ายสินค้าอยู่ในระดับมาก ( $\bar{X} = 3.75, SD = 0.75$ ) และจากร้านค้าข้างทางริมถนนในระดับปานกลาง ( $\bar{X} = 3.40, SD = 0.92$ )

### ตอนที่ 3. ศักยภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมในปัจจุบัน

#### ตารางที่ 4 ตารางแสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรในปัจจุบัน

(เสนอเป็นตอนในรูปของตารางประกอบความเรียง)

| ลักษณะบรรจุภัณฑ์                                      | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ    | อันดับ |
|---|-----------|------|------------|--------|
| <u>ด้านประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์</u>                   |           |      |            |        |
| 1 ปกป่องสิ่งสกปรกและอันตรายจากมด แมลง                 | 2.07      | 0.85 | มาก        | 1      |
| 2 ป่องกันการซึมผ่านของก๊าซทำให้อาหารเหม็นหืน          | 1.84      | 0.84 | น้อย       | 3      |
| 3 ป่องกันการระแทกเสียหายระหว่างขนส่ง                  | 2.03      | 0.91 | มาก        | 2      |
| 4 บรรจุภัณฑ์แบบปลดเชือเพื่อป้องกันอาหารเป็นพิษ        | 1.64      | 0.84 | น้อยที่สุด | 4      |
| <u>ด้านรูปทรงของบรรจุภัณฑ์</u>                        |           |      |            |        |
| 5 สวยงามเหมาะสมกับประเภทอาหาร                         | 1.93      | 0.87 | น้อย       | 1      |
| 6 มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า              | 1.83      | 0.85 | น้อย       | 2      |
| 7 มีรายละเอียดสินค้าและข้อมูลทางโภชนาการ              | 1.71      | 0.85 | น้อยที่สุด | 3      |
| 8 มีเอกสารชี้แจงสินค้าสำหรับผู้บริโภค                 | 1.47      | 0.84 | น้อยที่สุด | 4      |
| <u>ด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์</u>                            |           |      |            |        |
| 9 บรรจุภัณฑ์จากภูมิปัญญาพื้นบ้าน เช่น ผลิตภัณฑ์จักรสา | 1.87      | 0.87 | น้อย       | 2      |
| 10 ผลิตจากวัสดุอุตสาหกรรมที่ย่อยสลายได้ เช่น กระดาษ   | 1.89      | 0.89 | น้อย       | 1      |

จากการที่ 4 พบร่วมกับศักยภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวเห็นว่าลักษณะบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตร ส่วนใหญ่จะมีประสิทธิภาพในการปกป่องสิ่งสกปรกและอันตรายจากมดและแมลงในระดับมาก ( $\bar{X} = 2.07$ ,  $S.D. = 0.85$ ) รองลงมา คือ การป่องกันการระแทกเสียหายระหว่างขนส่งในระดับมาก ( $\bar{X} = 2.03$ ,  $S.D. = 0.91$ ) ส่วนการป่องกันการซึมผ่านของก๊าซทำให้อาหารเหม็นหืนอยู่ในระดับน้อย ( $\bar{X} = 1.84$ ,  $S.D. = 0.84$ ) และบรรจุภัณฑ์เป็นแบบปลดเชือเพื่อป้องกันอาหารเป็นพิษในระดับน้อยที่สุด ( $\bar{X} = 1.64$ ,  $S.D. = 0.84$ )

ส่วนรูปทรงของบรรจุภัณฑ์มีระดับน้อยในด้านความสวยงามเหมาะสมกับประเภทอาหาร ( $\bar{X} = 1.93$ ,  $S.D. = 0.87$ ) รองลงมาคือ มีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า ( $\bar{X} = 1.83$ ,  $S.D. = 0.85$ ) ส่วนที่มีระดับน้อยที่สุด คือการมีรายละเอียดสินค้าและข้อมูลทางโภชนาการ ( $\bar{X} = 1.71$ ,  $S.D. = 0.85$ ) การมีเอกสารชี้แจงสินค้าสำหรับผู้บริโภค ( $\bar{X} = 1.47$ ,  $S.D. = 0.84$ ) และ ด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตมีระดับน้อยที่สุดในด้านการนำบรรจุภัณฑ์จากภูมิปัญญาพื้นบ้าน เช่น ผลิตภัณฑ์จักรสา ( $\bar{X} = 1.87$ ,  $S.D. = 0.87$ ) และบรรจุภัณฑ์จากวัสดุอุตสาหกรรมที่ย่อยสลายได้ เช่น กระดาษ ( $\bar{X} = 1.89$ ,  $S.D. = 0.89$ )

ตอนที่ 4 ความต้องการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าทางการเกษตร

ตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละของสินค้าเกษตรที่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 15 อันดับ

| สินค้าที่ต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์                             | จำนวนที่เลือก | ร้อยละ | อันดับ |
|--|---------------|--------|--------|
| <b><u>สินค้าเกษตรไม่แปรรูปจากสัตว์ พืช ผัก ผลไม้</u></b> |               |        |        |
| 1 หมู  | -             | -      | -      |
| 2 ไก่  | -             | -      | -      |
| 3 เป็ด   | -             | -      | -      |
| 4 ปลา  | -             | -      | -      |
| 5 วัว  | -             | -      | -      |
| 6 กุ้งก้ามกราม   | -             | -      | -      |
| 7 ไข่ไก่สด   | 160           | 40.00  | -      |
| 8 ไข่เป็ดสด  | 120           | 30.00  | -      |
| 9 น้ำผึ้งป่า   | 72            | 18.00  | -      |
| <b><u>สินค้าเกษตรไม่แปรรูปจากพืช ผัก ผลไม้</u></b>       |               |        |        |
| 10 กล้วยไม้  | 127           | 31.75  | -      |
| 11 ส้มโอ   | 282           | 70.50  | -      |
| 12 มะพร้าวน้ำหอม   | 153           | 38.25  | 26     |
| 13 ข้าวสาร   | 160           | 40.00  | -      |
| 14 ข้าวโพดฝักอ่อน  | -             | -      | -      |
| 15 หน่อไม้ฝรั่ง  | -             | -      | -      |
| 16 กระเจี๊ยบเขียว  | -             | -      | -      |
| 17 ผักปลอดสาร  | -             | -      | -      |
| 18 มะเขือเทศหวาน   | -             | -      | -      |
| 19 เห็ด  | -             | -      | -      |
| 20 ฝรั่ง   | 262           | 65.50  | 10     |
| 21 ชมพุ  | -             | -      | -      |
| 22 มะม่วง  | 107           | 26.75  | -      |
| 23 ขมุน  | -             | -      | -      |
| 24 แก้วมังกร   | -             | -      | -      |

| สินค้าที่ต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์   | จำนวนที่เลือก | ร้อยละ | อันดับ |
|--------------------------------|---------------|--------|--------|
| <u>สินค้าเกษตรแปลงจากสัตว์</u> |               |        |        |
| 25 หมูแผ่น                     | 341           | 85.25  | 1      |
| 26 หมูหยอง                     | 337           | 84.25  | 2      |
| 27 หมูแท่งกรอบ                 | 321           | 80.25  | 3      |
| 28 หมูเส้นฝอย                  | 215           | 53.75  | -      |
| 29 หมูเด้ง                     | 157           | 39.25  | -      |
| 30 หมูยอ                       | 180           | 45.00  | -      |
| 31 แหนม                        | 180           | 45.00  | -      |
| 32 กุนเชียงหมู                 | 315           | 78.75  | 4      |
| 33 กุนเชียงไก่                 | 190           | 47.50  | -      |
| 34 กุนเชียงเป็ด                | 176           | 44.00  | -      |
| 35 ลูกชิ้นหมู                  | 120           | 30.00  | -      |
| 36 ไส้กรอกหมู                  | 120           | 30.00  | -      |
| 37 หมูย่าง                     | 215           | 53.75  | -      |
| 38 ข้าวหมูแดง                  | 215           | 53.75  | -      |
| 39 ข้าวขาหมู                   | 215           | 53.75  | -      |
| 40 ข้าวหมูกรอบ                 | 215           | 53.75  | -      |
| 41 เป็ดพระโล้                  | 220           | 54.00  | -      |
| 42 ปลาต้มเค็ม                  | 157           | 39.25  | -      |
| 43 ปลาเดดเดี่ยว                | 297           | 74.25  | 6      |
| 44 เนื้อเดดเดี่ยว              | -             | -      | -      |
| 45 ไช่เค็ม                     | 276           | 69.00  | 9      |
| 46 น้ำพริกคุกข้าว              | 254           | 63.50  | 11     |
| 47 น้ำพริกแกง                  | 157           | 39.25  | -      |
| 48 ห่อหมกปลา                   | -             | -      | -      |
| 49 ไส้กรอกปลา                  | -             | -      | -      |
| 50 ขันมปังไส้หมูหยอง           | -             | -      | -      |
| 51 ข้าวตังหมูหยอง              | -             | -      | -      |

| สินค้าที่ต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์            | จำนวนที่เลือก | ร้อยละ | อันดับ |
|---|---------------|--------|--------|
| <u>สินค้าเกษตรแปลงจาก พืช ผัก ผลไม้</u> |               |        |        |
| 52 ข้าวหลาม                             | 288           | 72.00  | 7      |
| 53 ขนມเปียะ                             | 305           | 76.25  | 5      |
| 54 กล้วยม้วน กล้วยกรอบ                  | 250           | 62.50  | 12     |
| 55 มะพร้าวแก้ว                          | 225           | 56.25  | 15     |
| 56 ถั่นมะพร้าว                          | 218           | 54.50  | 16     |
| 57 มะเขือเทศอบแห้ง                      | 230           | 57.50  | 14     |
| 58 ผลไม้ดอง ผลไม้แข็ง                   | -             | -      | -      |
| 59 กากะแม                               | 168           | 42.00  | -      |
| 60 กระเจี๊ยบเขียว                       | -             | -      | -      |
| 61 ข้าวตังชัญฟีชหน้าต่างๆ               | -             | -      | -      |
| 62 ขنمตala                              | -             | -      | -      |
| 63 ขnmไทยโบราณ                          | -             | -      | -      |
| 64 ข้าวเกรียบ                           | -             | -      | -      |
| 65 ขnmทองม้วน                           | -             | -      | -      |
| 66 ขnmเด็ก ขnmคุกคิว                    | -             | -      | -      |
| 67 น้ำสมุนไพรแปลง                       | -             | -      | -      |
| 68 น้ำมะพร้าว                           | 180           | 45.00  |        |
| 69 กากะโบราณ                            | -             | -      | -      |
| 70 น้ำตาลสด                             | -             | -      | -      |
| 71 ชาสมุนไพร                            | -             | -      | -      |
| 72 น้ำผลไม้                             | -             | -      | -      |

ตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละของสินค้าเกษตรที่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 15 อันดับ พบว่า สินค้าที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เรียงตามลำดับดังนี้

|                      |                     |
|----------------------|---------------------|
| อันดับ 1 หมูແเน      | คิดเป็นร้อยละ 85.25 |
| อันดับ 2 หมูหยอง     | คิดเป็นร้อยละ 84.25 |
| อันดับ 3 หมูแท่งกรอบ | คิดเป็นร้อยละ 80.25 |
| อันดับ 4 กุนเชียงหมู | คิดเป็นร้อยละ 78.25 |
| อันดับ 5 ขnmเปียะ    | คิดเป็นร้อยละ 76.25 |

|           |                       |               |       |
|-----------|-----------------------|---------------|-------|
| อันดับ 6  | ปลาเดดเดียวน          | คิดเป็นร้อยละ | 74.25 |
| อันดับ 7  | ข้าวหลาม              | คิดเป็นร้อยละ | 72.00 |
| อันดับ 8  | ส้มโอ                 | คิดเป็นร้อยละ | 70.50 |
| อันดับ 9  | ไก่คึ่ม               | คิดเป็นร้อยละ | 69.00 |
| อันดับ 10 | ผั้ง                  | คิดเป็นร้อยละ | 65.50 |
| อันดับ 11 | น้ำพริกคลุกข้าว       | คิดเป็นร้อยละ | 63.50 |
| อันดับ 12 | กล้วยม้วน กล้วยกรอบ   | คิดเป็นร้อยละ | 62.50 |
| อันดับ 13 | ข้าวตังหมูหยอง        | คิดเป็นร้อยละ | 58.75 |
| อันดับ 14 | มะเขือเทศราชนิอุบแห้ง | คิดเป็นร้อยละ | 57.50 |
| อันดับ 15 | มะพร้าวแก้ว           | คิดเป็นร้อยละ | 56.25 |

#### ตารางที่ 6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ต้องการ

| ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ                       | $\bar{X}$ | S.D. | แปลผล     |
|--|-----------|------|-----------|
| 1 รูปทรงสวยงาม โดยเด่น สะดุดตา                   | 3.96      | 0.63 | มาก       |
| 2 บรรจุภัณฑ์มีมาตรฐานในการรักษาคุณภาพสินค้า      | 4.75      | 0.81 | มากที่สุด |
| 3 มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพและรายละเอียดโภชนาการ | 4.51      | 0.80 | มากที่สุด |
| 4 บรรจุภัณฑ์พื้นบ้านมาประยุกต์ใช้                | 3.25      | 0.63 | ปานกลาง   |
| 5 วัสดุบรรจุภัณฑ์ช่วยรักษาสภาพแวดล้อม            | 3.76      | 0.47 | ปานกลาง   |
| 6 มีเรื่องราวประวัติของชุมชนหรือแหล่งผลิต        | 4.32      | 0.53 | มาก       |
| 7 มีสัญลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม                    | 4.28      | 0.68 | มาก       |
| 10 ข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางคมนาคม    | 4.16      | 0.80 | มาก       |

จากตารางที่ 6 พบร่วnakท่งท่องเที่ยวต้องการลักษณะของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในระดับมากที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์มีมาตรฐานในการรักษาคุณภาพสินค้า ( $\bar{X} = 4.75$ , SD.= 0.81) รองลงมาคือ มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพและรายละเอียดโภชนาการ ( $\bar{X} = 4.51$ , SD.= 0.80) ส่วนความต้องการในระดับมากคือรูปทรงสวยงามโดยเด่นสะดุดตา ( $\bar{X} = 3.96$ , SD.= 0.63) มีเรื่องราวประวัติของชุมชนหรือแหล่งผลิต ( $\bar{X} = 4.32$ , SD.= 0.53) มีสัญลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.28$ , SD.= 0.68) ข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางคมนาคม ( $\bar{X} = 4.16$ , SD.= 0.80) ส่วนความต้องการในระดับปานกลางคือการนำบรรจุภัณฑ์พื้นบ้านมาประยุกต์ใช้ ( $\bar{X} = 3.25$ , SD.= 0.63) และวัสดุบรรจุภัณฑ์ช่วยรักษาสภาพแวดล้อม ( $\bar{X} = 3.76$ , SD.= 0.47)

จากผลการวิจัยจากแบบสอบถามเบื้องต้นทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับลักษณะสินค้ามีคุณภาพมากที่สุด รองลงมาในระดับมากคือ ราคาสินค้าเหมาะสม สินค้ามีชื่อเสียงได้รับการยอมรับ รสชาติสินค้าอร่อยถูกใจ และบรรจุภัณฑ์สวยงามมีมาตรฐาน ส่วนด้านสถานที่ซื้อสินค้านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสถานที่ซื้ออันดับแรกคือจากแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก รองลงมาคือจากร้านค้าหรือศูนย์จำหน่ายสินค้าอยู่ในระดับมาก และจากร้านค้าข้างทางริมถนนในระดับปานกลาง

ด้านศักยภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรของจังหวัดนครปฐมในปัจจุบัน พบร่วมกับบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่จะมีประสิทธิภาพเพียงด้านการปักป้ายสิ่งสักปักและอันตรายจากมดแมลง การป้องกันกระแทกเสียหายระหว่างขนส่ง ส่วนการป้องกันการซึมผ่านของก๊าซทำให้อาหารเหม็นหืนอยู่ในระดับน้อย และบรรจุภัณฑ์เป็นแบบปลดเชือกเพื่อป้องกันอาหารเป็นพิษในระดับน้อยที่สุด

ด้านรูปทรงของบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและการมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานคุณภาพ สินค้าระดับน้อย และระดับน้อยมากในรายละเอียดสินค้าและข้อมูลทางโภชนาการ การมีเอกลักษณ์ของสินค้าสัมพันธ์กับท้องถิ่น และมีการนำวัสดุบรรจุภัณฑ์จากภูมิปัญญาพื้นบ้าน เช่น ผลิตภัณฑ์จักสาน และบรรจุภัณฑ์จากวัสดุอุดสานหกรณ์ที่ยอดลายได้ เช่นกระดาษมาใช้น้อยที่สุด

ความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรรายเดือน 15 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หมูแผ่น หมูหยอง หมูแห้งกรอบ กุนเชียงหมู ขันมเปีຍะ ปลาเดดเดียวย ข้าวหลาม สำมโอ ไก่คั่ม ผั่งสด น้ำพริกคุกข้าว กล้วยม้วนกล้วยกรอบ ข้าวตังหมูหยอง มะเขือเทศราชนีอุบแห้งและมะพร้าวแก้ว

ส่วนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการมากที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์มีมาตรฐานในการรักษาคุณภาพ สินค้า รองลงมาคือ มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพและรายละเอียดโภชนาการ รูปทรงสวยงามโดยเด่น สะดุกดتا มีเรื่องราวประวัติของชุมชนหรือแหล่งผลิต มีสัญลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม มีข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางคมนาคม ส่วนการนำบรรจุภัณฑ์พื้นบ้านมาประยุกต์ใช้และวัสดุบรรจุภัณฑ์ช่วยรักษาสภาพแวดล้อมในระดับปานกลาง

## คำถามการวิจัย 2 ความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภทในจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างไร

คณะผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยจากคำถามข้อที่ 1 การศึกษาศักยภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร จะได้ทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม เพื่อเป็นข้อมูลในการการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางการเกษตรและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น พานิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด พัฒนาชุมชนและนายอำเภอ นายกเทศบาล เพื่อคัดเลือกผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าเป็นที่ยอมรับของจังหวัดและมีมาตรฐานรับรองคุณภาพสินค้า(มพช.)ระดับ 4-5 ดาวหรือมาตรฐานอาหารปลอดภัย (อย.)ของกระทรวงสาธารณสุข

### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ การท่องเที่ยว พานิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด พัฒนาชุมชนและนายอำเภอ นายกเทศบาลจำนวน 10 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางการเกษตรและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมทั้งทางตรงและทางอ้อมร่วมกันวิเคราะห์ เพื่อคัดเลือกผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าเป็นที่ยอมรับของจังหวัดและมีมาตรฐานรับรองคุณภาพสินค้า (มพช.) ระดับ 4-5 ดาวหรือมาตรฐานอาหารปลอดภัย (อย.)ของกระทรวงสาธารณสุข

### ผลการวิเคราะห์ผู้เกี่ยวข้องสินค้าทางการเกษตรและการท่องเที่ยวของนครปฐม

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมจากสำนักงานท่องเที่ยวพานิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด พัฒนาชุมชนและนายอำเภอ จำนวน 10 คน สรุปดังนี้ได้

1. ประเทศไทยสินค้าทางการเกษตรที่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีปริมาณการจำหน่ายมาก เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่เอกลักษณ์ของจังหวัด เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อ ได้แก่ สินค้าแปรรูปจากหมู สำลุก ข้าวหลาม มะพร้าว ขันมีปีะ มะพร้าวแก้ว ปลาเดดเดี่ยง

2. รูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ต้องการ ควรมีความสวยงามมีมาตรฐานในการรักษาคุณภาพสินค้า สามารถป้องกันการชำรุดเสียหายแตกหักหรือความสกปรกให้กับผลิตภัณฑ์ ช่วยถนอมคุณภาพของสินค้าและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อ โดยใช้ตราสักรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มพช.) จากหน่วยงานของจังหวัดและตรวจสอบลักษณ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐม และบรรจุภัณฑ์จะต้องช่วยรักษาสภาพแวดล้อม มีการนำทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบในการทำบรรจุภัณฑ์

3. การสร้างแบรนด์ของสินค้านครปฐม โดยการใช้ตราสัญลักษณ์ของสินค้าทางการเกษตร จังหวัดนครปฐมรับรองมาตรฐานสินค้าบันบรรจุภัณฑ์ โดยนำแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้าเกษตรจังหวัดนครปฐมจากตราสัญลักษณ์ประจำจังหวัดรูปเจดีย์องค์ใหญ่และมีมงกุฎิดอยุทีพระปฐมเจดีย์มาประยุกต์เพื่อให้จดจำได้ง่าย

4. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องมีเอกลักษณ์ของจังหวัด มีเรื่องราวของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว มีแผนที่แน่นำสถานที่ท่องเที่ยว มีคำขวัญของจังหวัดและประวัตินครปฐมทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

5. คัดเลือกผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าตามประเภทสินค้าที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์จำนวน 15 ราย จากการประชุมผู้เกี่ยวข้องสินค้าทางการเกษตรและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม ซึ่งผลิตสินค้าเป็นที่ยอมรับของจังหวัดและมีมาตรฐานรับรองคุณภาพสินค้า (มพช.) ระดับ 4-5 ดาว หรือมาตรฐานอาหารปลอดภัย (อย.) ของกระทรวงสาธารณสุข และเป็นสินค้าที่หน่วยงานของจังหวัดเห็นสมควรสนับสนุนเพื่อเพิ่มศักยภาพในการขยายตลาด โดยการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมสวยงามมากขึ้น

รายชื่อสินค้าและผู้ประกอบการที่คัดเลือกเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 15 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

1 หมูแผ่นกลุ่มสต็อฟแม่บ้านต้าบลสรวะเกรเทียม

10 หมู่ 13 ต้าบลสรวะเกรเทียม อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

สินค้าสุดยอดหนึ่งต้าบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : 

2 หมูหยอง ร้านบ้านเทศ

139 หมู่ที่ 3 ต้าบลธรรมศาลา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

สินค้าสุดยอดหนึ่งต้าบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : 

3 หมูแท่งกรีนพอร์ค

3/2 หมู่ที่ 3 ต้าบลหนองปากโลง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม

สินค้าคุณภาพของเครือข่ายผู้เลี้ยงสุกรคุณภาพจังหวัดนครปฐม

ชื่องทางจังหวัดรับรองคุณภาพและสนับสนุนให้เป็นสินค้าเอกลักษณ์ของจังหวัด

4 กุนเชียงหมูแบ่งกล้วย กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปเนื้อสัตว์ต้าบลหัวยพระ

46/1 แจงงาม หมู่ 4 ต้าบลหัวยพระ อำเภอต้นตูม จังหวัดนครปฐม

สินค้าสุดยอดหนึ่งต้าบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : 

5 ขันมเปี้ยงกลุ่มแม่บ้านบึงลาดสวยงาม

21/1 หมู่ 10 บ้านคลองหมื่น้อมแขม์ต้าบลบางภาษี อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

สินค้าสุดยอดหนึ่งต้าบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : 

## 6 ปลาเดดเดียวกางเลน

5 หมู่ 2 ตำบลบัวปากท่า อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม

สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : 

## 7 ข้าวหลามหน้าวัดพระราม

378 ทางรถไฟตะวันตก ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : 

## 8 ส้มโอ ไบร์ทพิพิ

37 หมู่ 3 ตำบลหมู่เก็ต อำเภอสามพวน จังหวัดนครปฐม 73110

สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : 

## 9 ไก่เด็มกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์

58 หมู่ 3 ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73130

สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : 

## 10 ฝรั่งไบร์ทพิพิ

37 หมู่ 3 ตำบลหมู่เก็ต อำเภอสามพวน จังหวัดนครปฐม 73110

สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : 

## 11 น้ำพริกคลุกข้าวตราแม่พยอม

1/5 หมู่ 3 ถนนท่าราบก ตำบลบ่อพลับ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม

สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : 

## 12 กล้วยกรอบกลุ่มแม่บ้านเกษตรชุมชนวัดสุวรรณ

97 หมู่ 1 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170

สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : 

## 13 ข้าวตัง ตราขวัญตา

6/59 อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 73000

สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : 

## 14 มะเขือเทศอบแห้ง ตราแม่ลุย กลุ่มสวนกรรณ (มะเขือเทศ)

65 หมู่ 5 ตำบลอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 73130

สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : 

## 15 มะพร้าวแก้วกมลพิพิ

37/5 หมู่ 3 ตำบลหมู่เก็ต อำเภอสามพวน จังหวัดนครปฐม 73110

สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : 

## การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรจังหวัดนครปฐม

การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรจังหวัดนครปฐม มีขั้นตอนการออกแบบดังนี้

1. ออกแบบสัญลักษณ์ที่สื่อถึงจังหวัดนครปฐม
2. ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเด่นชนิดตามผลการวิจัย 15 ผลิตภัณฑ์

## การออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับสื่อถึงจังหวัดนครปฐม

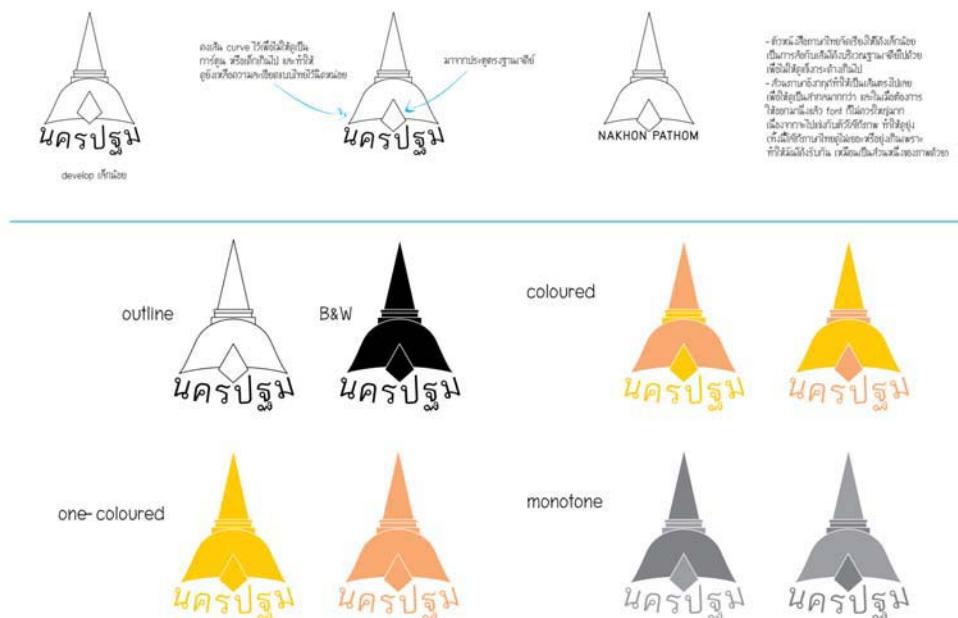
จากผลการวิจัยสัญลักษณ์ที่สื่อถึงจังหวัดนครปฐม คือ องค์พระปฐมเจดีย์ ซึ่งสอดคล้องกับตราสัญลักษณ์ประจำจังหวัดนครปฐมดังภาพ นำมาลดทอนออกแบบสัญลักษณ์ใหม่เพื่อให้มีความสวยงามทันสมัยและคัดเลือกรูปแบบที่เหมาะสมตามคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์จากสำนักพัฒนาสิ่งพิมพ์และบรรจุภัณฑ์ กองบริการอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม



ภาพพระปฐมเจดีย์

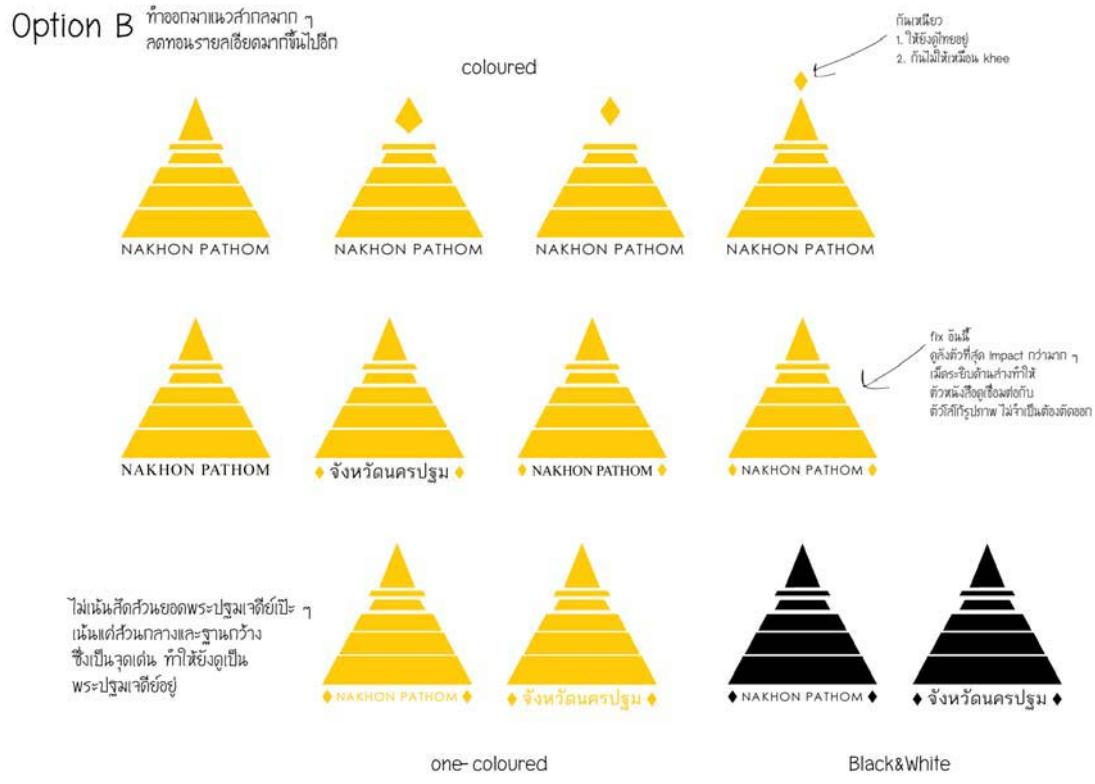
ตราประจำจังหวัดนครปฐม

### แบบที่ 1 การออกแบบโดยเน้นรูปทรงองค์พระปฐมเจดีย์เป็นหลัก



แบบที่ 1 รูปสัญลักษณ์ที่สื่อถึงจังหวัดนครปฐม

## แบบที่ 2 การออกแบบโดยใช้รูปแบบการลดลั่นของเจดีย์



## แบบที่ 2 รูปสัญลักษณ์ที่สื่อถึงจังหวัดนนทบุรี

ผลการคัดเลือกสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนนทบุรี



ภาพที่ 1 แสดงตราสัญลักษณ์ที่คัดเลือกเพื่อสื่อถึงจังหวัดนนทบุรี

## การออกแบบและพัฒนาบริการสินค้าแต่ละชนิด

การออกแบบและพัฒนาบริการสินค้าแต่ละชนิด มีขั้นตอนการออกแบบดังนี้

1. สำรวจและประเมินค่าทางการเกษตรแต่ละประเภทถึงความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า การวางแผนสินค้าและสถานที่จัดจำหน่าย การขนส่ง
2. ศึกษาคุณสมบัติทางกายภาพของสินค้าประกอบด้วย ขนาด รูปทรง ปริมาณ จำนวนส่วนของแข็ง ของเหลว คุณสมบัติทางเคมี หรือสารเคมีที่ทำให้สินค้าเน่าเสีย หรือเสื่อมคุณภาพจนไม่เป็นที่ยอมรับได้ เช่น กลิ่น การแยกตัว ลักษณะการจำหน่าย เพื่อจะได้เลือกวัสดุในการทำงานที่ป้องกันรักษาได้ดี
3. วิเคราะห์เงื่อนไขทางการตลาดและความต้องการในการออกแบบบริการสินค้า แต่ละชนิด ประกอบด้วย ชื่อสินค้า ตราสินค้า ประเภทสินค้า ระดับคุณภาพสินค้าและมาตรฐาน การรับรอง ผู้ผลิต ผู้ประสานงาน ขนาดบรรจุ ราคainการจำหน่าย จุดเด่นของสินค้า รายละเอียดของสินค้า ส่วนประกอบ เรื่องราวดังต่อไปนี้ สถานที่จำหน่าย ลักษณะบริการสินค้า วัสดุที่ใช้ ลักษณะภาพพิมพ์ ความต้องการออกแบบบริการสินค้า รูปแบบบริการสินค้าที่ต้องคล้องกับสินค้า
4. ออกแบบโครงสร้างบริการสินค้าให้เหมาะสม โดยเลือกใช้วัสดุเป็นโครงสร้างบริการสินค้า เพื่อรักษาคุณภาพสินค้าและป้องกันคุ้มครองสินค้าระหว่างการขนส่ง เคลื่อนย้ายและการส่งเสริมการขาย
5. ออกแบบกราฟฟิกบนบริการสินค้า โดยใช้รูปภาพและการออกแบบคำพูด ภาษาสื่อสาร รายละเอียดบนโครงสร้างบริการสินค้าให้สมพันธ์กับรูปทรงของวัสดุและโครงสร้างบริการสินค้า เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์และสื่อความหมายให้ผู้ซื้อเข้าใจ เกิดความรู้สึกประทับใจ จดจำง่ายยิ่งๆ
6. พัฒนาแบบบริการสินค้าโดยได้คำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ ท่านคือ
  1. รองศาสตราจารย์สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ  
นักวิชาการด้านการออกแบบบริการสินค้า สาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม  
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
  2. นางมณฑนฐ์ ทองไหญ์  
หัวหน้าสาขาวิชาออกแบบสิ่งพิมพ์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
  3. นางสาวสัญญา พูลทรัพย์  
ผู้จัดการฝ่ายออกแบบบริการสินค้าและสิ่งพิมพ์ บริษัท แปลนโนทีฟ จำกัด
7. ทำบริการต้นแบบสำหรับบริการสินค้าแต่ละชนิดเพื่อทดสอบการใช้งานและประเมินประสิทธิภาพในการรักษาและป้องกันคุณภาพสินค้า

## การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละชนิด

### 1. บรรจุภัณฑ์หมูแผ่น



|                   |  |
|-------------------|--|
| ตราสินค้า         | ตราผู้ให้บริการ  |
| ประเภทสินค้า      | ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อหมู  |
| ระดับคุณภาพ       | มาตรฐาน อย:73-2-04047-2-0011 OTOP 2552 ระดับดาว :  |
| ผู้ผลิต           | กลุ่มสตรีแม่บ้านตำบลสารภาระเทียม<br>10 หมู่ 13 ตำบลสารภาระเทียม อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม |
| ผู้ประสานงาน      | นางอารีย์ วงศ์ศรี โทร : 089 91664301, 034 286741   |
| ขนาดบรรจุ         | 200 กรัม และ 500 กรัม  |
| ราคาในการจำหน่าย  | 80 บาท 200 บาท   |
| จุดเด่นของสินค้า  | รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบไม่มีมีกัลิ้น  |
| สถานที่จำหน่าย    | งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยวของนครปฐม                                   |
| ลักษณะภาพพิมพ์    | รูปตัวหมูและผลิตภัณฑ์หมูแผ่นโคนสีน้ำตาล  |
| ความต้องการออกแบบ | บรรจุภัณฑ์ชั้นในครัวเป็นถุงพลาสติกที่มีการปิดผนึกป้องกันความชื้นและ                            |
| บรรจุภัณฑ์        | สิ่งสกปรกจากภายนอก ชั้นนอกมีลักษณะเป็นกล่องกระดาษมีช่องเปิดให้สามารถองเห็นหมูแผ่นด้านใน        |

### บรรจุภัณฑ์เดิมหมูฉีก/หมูแผ่น



ภาพที่ 2 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมหมูแผ่น

## บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



บรรจุภัณฑ์ตันแบบหมูแห้งบรรจุขนาด 200 กรัม



ภาพที่ 3 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ตันแบบหมูแห้งที่พัฒนาออกแบบใหม่

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบจะใช้สำหรับบรรจุขนาด 500 กรัมและ 1,000 กรัม โดยลีน้ำตาลจะเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับหมูแห้ง ส่วนสีเหลืองจะเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับหมูฉีกเส้นฝอยตราผู้ใจดี ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนามาจากรูปแบบและขนาดของบรรจุภัณฑ์เดิมแต่ได้มีการออกแบบกราฟฟิคเพื่อให้เหมาะสมสมสวยงามมากขึ้น

## 2. บรรจุภัณฑ์หมูหยอง



มผช.99/2546

|                  |  |
|------------------|--|
| ตราสินค้า        | ตราร้านบ้านเทศ   |
| ประเภทสินค้า     | ผลิตภัณฑ์อาหารแพร็คจากเนื้อหมู   |
| ระดับคุณภาพ      | มาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน (มผช.) : 99/2546<br>สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว :   |
| ผู้ผลิต          | 139 หมู่ 3 ตำบลธรรมศาลา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม   |
| ผู้ประสานงาน     | นายชัยฤทธิ์ โทร : 9081-7634798   |
| ขนาดบรรจุ        | บรรจุภัณฑ์กลางสำหรับ 1 กิโลกรัม  |
| ราคาในการจำหน่าย | -  |
| จุดเด่นของสินค้า | ผลิตจากเนื้อหมูคุณภาพ ไม่ใส่สารกันบูด  |
| สถานที่จำหน่าย   | งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยวของนครปฐม   |
| ลักษณะกราฟฟิก    | สัญลักษณ์หมูน่ารัก   |
| ความต้องการ      | บรรจุภัณฑ์รวมของร้านบ้านเทศที่สามารถหีบหีบได้สะดวก สำหรับบรรจุ   |
| ออกแบบบรรจุภัณฑ์ | ผลิตภัณฑ์หมูหยองที่บรรจุถุงพลาสติกใส่ปิดผนึกกันซึ้งหรือบรรจุกล่องพลาสติกใส ซึ่งผู้ประกอบการต้องการใช้บรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมที่มีเอกลักษณ์ของทางร้านและสามารถใส่ผลิตภัณฑ์สินค้าของร้านบ้านเทศอื่นๆ เช่น กุนเชียงหมู กุนเชียงไก่ กุนเชียงเป็ด หมูแผ่น หมูเด่น หมูทุบ |

## บรรจุภัณฑ์เดิมหมูหยอง



ภาพที่ 4 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมหมูหยอง

### บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 5 แสดงบรรจุภัณฑ์ต้นแบบใหม่ของที่พัฒนาออกแบบใหม่

### 3. บรรจุภัณฑ์หมูแห้งกรอบ



|                   |   |
|-------------------|---|
| ตราสินค้า         | กรีนพอร์ค   |
| ประเภทสินค้า      | ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อหมู ได้แก่ หมูแท่งกรอบ  |
| ระดับคุณภาพ       | ได้รับการรับรองจากเซลล์ชั้นชั้ม   |
| ผู้ผลิต           | เครือข่ายผู้เลี้ยงสุกรคุณภาพจังหวัดนครปฐม   |
| ผู้ประกอบการ      | 3/2 หมู่ 3 ตำบลหนองปากโลง อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม  |
| ผู้ประสานงาน      | คุณօภา  สุวรรณนที  โทร : 034-285235   |
| ขนาดบรรจุ         | 200 กรัม  |
| ราคาในการจำหน่าย  | 100 บาท   |
| จุดเด่นของสินค้า  | รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบไม่มีกลิ่น  |
| สถานที่จำหน่าย    | งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยวของนครปฐม  |
| ลักษณะภาพพิก      | ตัวหนังสือสีเขียว   |
| ความต้องการออกแบบ | บรรจุภัณฑ์สำหรับหมูแท่งกรอบกรีนพอร์คที่บรรจุขนาด 200 กรัม   |
| บรรจุภัณฑ์        | บรรจุภัณฑ์รวมสำหรับสินค้ากรีนพอร์คอื่นๆ เช่น กุนเชียง หมูหยอง หมูแผ่น หมูหยองกรอบ หมูทูน หมูหวาน หมูสวาร์ค หมูฝอยทรงเครื่อง หมูฝอยสมุนไพร |

## บรรจุภัณฑ์เดิมหมาแห่งกรอบ



## บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 7 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบหมูแห้งกรอบที่พัฒนาออกแบบใหม่

#### 4. บรรจุภัณฑ์กุนเชียงหมู



|                  |  |
|------------------|--|
| ชื่อสินค้า       | กุนเชียงเพื่อสุขภาพ  |
| ตราสินค้า        | กุนเชียงแจงงาม   |
| สินค้าที่ผลิต    | ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อหมู ได้แก่ กุนเชียงหมู หมูเดดเดี้ยວ ลูกชิ้นหมู แหنหมูซีโครงอ่อน ไส้ข้าว ไส้กรอกอีสาน                                     |
| ระดับคุณภาพ      | มาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน (มพช.) : 99/2546<br>มาตรฐาน อย : 73-31430-2-0001 OTOP 2552 ระดับดาว: ★★★★  |
| ผู้ผลิต          | กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปเนื้อสัตว์ตำบลห้วยพระ 46/1 แจงงาม หมู่ 4 ตำบลห้วยพระ อำเภอdonตุม จังหวัดนราธิวาส  |
| ผู้ประสานงาน     | นางสาวสุพามาตร์ สุริยะวงศ์ โทร : 08-6128-5000  |
| ขนาดบรรจุ        | 500 กรัม และ 1,000 กรัม  |
| ราคาจำหน่าย      | 90 บาท และ 180 บาท   |
| จุดเด่นของสินค้า | กุนเชียงหมูผสมแป้งกล้วย ไขมันต่ำ รสชาติเข้มข้น สร้างด้วยเดิม   |
| สถานที่จำหน่าย   | ที่ทำการกลุ่มและงานแสดงสินค้าของจังหวัด  |
| ลักษณะภาพพิก     | ตราผลิตภัณฑ์แจงงาม   |
| ความต้องการ      | บรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายบรรจุกุนเชียง 500 กรัม 2 ถุงสามารถหิวถือได้ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ สะดวก และถุงพลาสติกใส่ปิดผนึกกันความชื้น ช่วยรักษาคุณภาพสินค้า |

#### บรรจุภัณฑ์เดิมกุนเชียงที่จำหน่าย



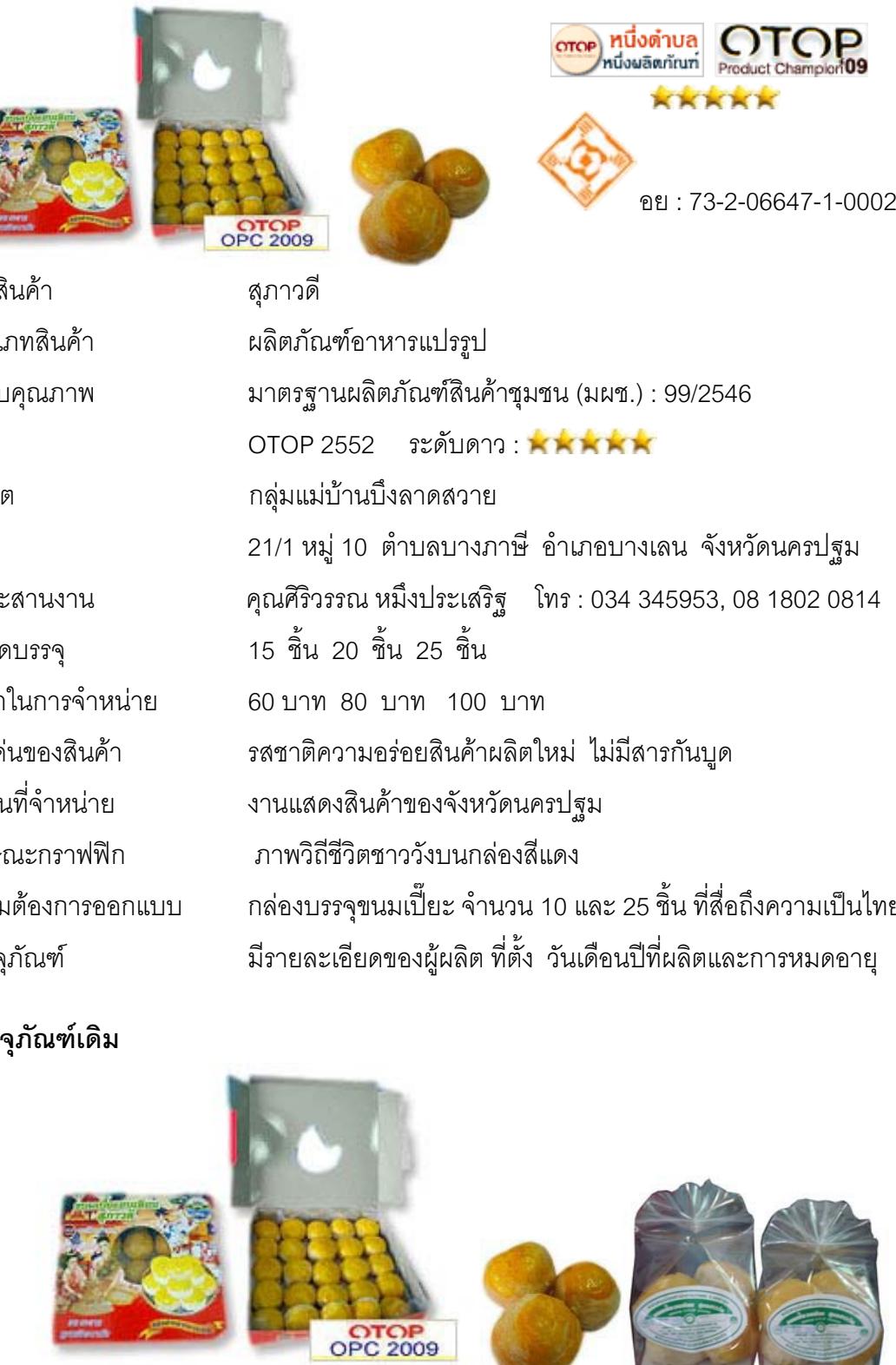
ภาพที่ 8 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมกุนเชียง

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 9 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบกุนเชียงที่พัฒนาออกแบบใหม่

## 5. บรรจุภัณฑ์ขนมเปี๊ยะอบเทียน



|                   |   |
|-------------------|---|
| ตราสินค้า         | สุภาวดี   |
| ประเภทสินค้า      | ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป  |
| ระดับคุณภาพ       | มาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน (มพช.) : 99/2546  |
| ผู้ผลิต           | OTOP 2552 ระดับดาว :  |
| ผู้ประสานงาน      | กลุ่มแม่บ้านบึงลาดสวาย  |
| ขนาดบรรจุ         | 21/1 หมู่ 10 ตำบลบางภาษี อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม  |
| ราคาในการจำหน่าย  | 60 บาท 80 บาท 100 บาท   |
| จุดเด่นของสินค้า  | รสชาติความอร่อยสินค้าผลิตใหม่ ไม่มีสารกันบูด  |
| สถานที่จำหน่าย    | งานแสดงสินค้าของจังหวัดนครปฐม   |
| ลักษณะภาพพิมพ์    | ภาพพิมพ์ชีวิตชาววังบันกล่องสีแดง  |
| ความต้องการออกแบบ | กล่องบรรจุขันมเปี๊ยะ จำนวน 10 และ 25 ชิ้น ที่สื่อถึงความเป็นไทย   |
| บรรจุภัณฑ์        | มีรายละเอียดของผู้ผลิต ที่ตั้ง วันเดือนปีที่ผลิตและกำหนดอายุ  |

### บรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 10 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมขนมเปี๊ยะอบเทียน

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 11 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบขึ้นมาเป็นอย่างเทียนที่พัฒนาออกแบบใหม่

## 6. บรรจุภัณฑ์ปลาแเดดเดี่ยวคุณแดง



|                   |  |
|-------------------|--|
| ตราสินค้า         | ปลาแเดดเดี่ยวคุณแดง  |
| ประเภทสินค้า      | ผลิตภัณฑ์อาหารจากปลาani ล ปลาดุก                                     |
| ระดับคุณภาพ       | สินค้าสุดยอดบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว :                        |
| ผู้ผลิต           | กลุ่มแม่บ้านบัวปากท่า  |
| ผู้ประสานงาน      | 5 หมู่ 2 ตำบลบัวปากท่า อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 73130               |
| ขนาดบรรจุ         | นายแดง เฟือกบัวขาว โทร : 089-8366904                                 |
| ราคาในการจำหน่าย  | 1000 กรัม  |
| จุดเด่นของสินค้า  | รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบไม่มีกลิ่น                         |
| สถานที่จำหน่าย    | งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยวของนครปฐม         |
| ลักษณะภาพพิก      | ตัวหนังสือเชือกเป็นพื้นสีฟ้า   |
| ความต้องการออกแบบ | บรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติกใสปิดผนึกกันความชื้น และแข็ง ทนกล่องมีช่อง       |
| บรรจุภัณฑ์        | สินค้าบอกรายละเอียดของผู้ผลิต ที่ตั้ง วันเดือนปีที่ผลิตและการหมดอายุ |

### บรรจุภัณฑ์เดิมปลาแเดดเดี่ยว



ภาพที่ 12 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมของปลาแเดดเดี่ยว

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 13 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบปลาเดดดีเยวที่พัฒนาออกแบบใหม่

## 7. บรรจุภัณฑ์ข้าวหลาม



มพช.746/2548

|                       |   |
|-----------------------|---|
| ชื่อสินค้า            | ข้าวหลามข้าวเหนียวข้าวไส้เผือก  |
| ตราสินค้า             | ตราแม่แอ๊ด  |
| ประเภทสินค้า          | ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากข้าว   |
| ระดับคุณภาพ           | มาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน (มพช.) : 746/2548                               |
|                       | สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★                    |
| ผู้ผลิต               | 378 ทางรถไฟตะวันตก ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม<br>จังหวัดนครปฐม 73000 |
| ผู้ประสานงาน          | นายองอาจ ไตรดิเทพ โทร : 086-7575272   |
| ราคาจำหน่าย           | 20 บาท 35 บาท 60 บาท  |
| จุดเด่นของสินค้า      | รสชาติความอร่อยหวานมัน สินค้าผลิตใหม่ทุกวัน                                 |
| สถานที่จำหน่าย        | งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยวของนครปฐม                |
| ลักษณะภาพพิมพ์        | ตัวหนังสือสีแดง   |
| ความต้องการอุปกรณ์    | ป้ายชื่อสินค้าบอกรายละเอียดของผู้ผลิต ที่ตั้ง วันเดือนปีที่ผลิต             |
| บรรจุภัณฑ์            | ถุงกระดาษสำหรับใส่ข้าวหลามที่หิวได้สะดวก                                    |
| <b>บรรจุภัณฑ์เดิม</b> |   |



OPC 2009

## บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 15 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ข้าวหลามที่พัฒนาออกแบบใหม่

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวหลาม โดยออกแบบเป็นข่ายคลากแขวนบนกรอบข้าวหลามและใช้ถุงกระดาษพิมพ์สี มีตราสัญลักษณ์ลินค์จั่งหวัดครปสูมเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อ เรื่องราวประวัติของสินค้าและผู้ผลิต

## 8. บรรจุภัณฑ์ส้มโอ



|                   |  |
|-------------------|--|
| ชื่อสินค้า        | ส้มโอขวนนำผึ้ง   |
| ตราสินค้า         | ไบร์พรทิพย์  |
| ประเภทสินค้า      | ผลิตภัณฑ์ผลไม้   |
| ระดับคุณภาพ       | สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว: ★★★★★           |
| ผู้ผลิต           | ไบร์พรทิพย์<br>37 หมู่ 3 ตำบลหอเมเกร์ด อำเภอสามพราวน จังหวัดนครปฐม |
| ผู้ประสานงาน      | คุณพรทิพย์ จิรโภพารวัฒน์ โทร : 034-321771                          |
| ขนาดบรรจุ         | 2 ผล   |
| ราคานิการจำหน่าย  | ผลละ 70 - 80 บาท   |
| จุดเด่นของสินค้า  | รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบไม่มีกัดกิน                      |
| สถานที่จำหน่าย    | งานแสดงสินค้าของจังหวัดนครปฐม                                      |
| ลักษณะกราฟฟิก     | ผลส้มโอบนฉลากสีส้ม   |
| ความต้องการออกแบบ | บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุส้มโอ 2 ผล เป็นกล่องกระดาษที่สามารถหิ้วได้    |
| บรรจุภัณฑ์        | สะเด็กสำหรับเป็นของฝาก และแต่ละผลบรรจุถุงตาปิดฉลากแขวน             |
|                   | ตราสินค้าไบร์พรทิพย์   |

### บรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 16 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมของส้มโอ

## บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 17 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสัมโภท์พัฒนาออกแบบใหม่

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบเป็นกล่องกระดาษลูกฟูกที่สามารถบรรจุผลสัมโภท์ขนาดใหญ่ที่มีเส้นรอบวงประมาณ 18 นิ้ว น้ำหนักผลละประมาณ 2.5 กิโลกรัมได้ 2 ผล บรรจุภัณฑ์ที่ใช้เป็นกระดาษลูกฟูกสีเขียวเข้มพับเป็นกล่องเพื่อช่วยในการรับน้ำหนักสัมโภประมาณ 5-6 กิโลกรัม และเจาะช่องสำหรับหัวเพื่อสะดวกในการใช้งาน ติดป้ายแขวนสินค้าตราช่องผู้ผลิตเพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้ซื้อ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนี้สามารถนำไปใช้ร่วมกันได้ เพียงแต่ติดตราสัญลักษณ์หรือป้ายแขวนของผู้ผลิตแต่ละรายบนผลสัมโภ ส่วนป้ายสินค้าได้ออกแบบเป็นฉลากแขวนโดยใช้สัญลักษณ์ผลสัมโภบนแผ่นสีสัมเพื่อให้เกิดความโดดเด่นของรูปทรงและสี บนฉลากจะมีตราสินค้าของจังหวัดนครปฐมซึ่งแหล่งที่ผลิตและตรวจสอบคุณภาพสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว ส่วนด้านหลังประกอบด้วยที่ตั้งของผู้ผลิตและได้ออกแบบให้สามารถใช้เป็นการ์ดอวยพรเพื่อสุขภาพที่ดีจากผลไม้สดที่นำมาเป็นของฝากจากนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย

## 9. บรรจุภัณฑ์ไข่เค็ม



มาตรฐาน อย : 73-2-05646-2-  
0001

|                          |   |
|--------------------------|---|
| ชื่อสินค้า               | ไข่เค็มเสริมไอก่อคิน  |
| ตราสินค้า                | ศalaดิน   |
| ประเภทสินค้า             | ผลิตภัณฑ์อาหารแพร็ค   |
| ระดับคุณภาพ              | สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★                                |
| ผู้ผลิต                  | กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมมหาสวัสดิ์<br>58/2 หมู่ 3 ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม |
| ผู้ประสานงาน             | นางปราณี สวัสดิ์แดง โทร : 034 -297099   |
| ขนาดบรรจุ                | 4 ฟอง หรือ 6 ฟอง  |
| ราคาในการจำหน่าย         | 20 - 25 บาท   |
| จุดเด่นของสินค้า         | รสชาติความอร่อย ไข่แดงสีสวยมีคุณค่าไอก่อคินสูง  |
| สถานที่จำหน่าย           | งานแสดงสินค้าของจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวคลองมหาสวัสดิ์                                   |
| ลักษณะกราฟฟิก            | สีแดงสื่อถึงคุณภาพของไข่แดง   |
| ความต้องการแบบบรรจุภัณฑ์ | กล่องกระดาษขาวๆ ไข่เค็ม 4 ฟอง หรือสติกเกอร์ปิดบันกล่องพลาสติกใส                           |

## บรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 18 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมไข่เค็ม

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 19 แสดงบรรจุภัณฑ์ต้นแบบไปใช้คัมที่พัฒนาออกแบบใหม่

## 10. บรรจุภัณฑ์ฟรั่งสุด



|                   |   |
|-------------------|---|
| ชื่อสินค้า        | ฟรั่งสุดกิมจูและเป็นสีทอง   |
| ตราสินค้า         | ไบร์ททิพย์  |
| ประเภทสินค้า      | ผลิตภัณฑ์ผลไม้  |
| ระดับคุณภาพ       | ลินค้าสุดยอดหนึ่ง ตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว: ★★★★★  |
| ผู้ผลิต           | ไบร์ททิพย์ 37 หมู่ 3 ตำบลห้อมเกร็ด อำเภอสามพราน นครปฐม  |
| ผู้ประสานงาน      | คุณพิพิพย์ จิรโอล้ำรัตน์ โทร : 034 -321771  |
| ขนาดบรรจุ         | 6 ผล  |
| ราคาในการจำหน่าย  | กิโลกรัมละ 35 - 40 บาท  |
| จุดเด่นของสินค้า  | รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบไม่มีกลิ่น  |
| สถานที่จำหน่าย    | งานแสดงสินค้าของจังหวัด   |
| ลักษณะกราฟฟิก     | ผลฟรั่งสีเขียวอ่อน  |
| ความต้องการออกแบบ | บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษลูกฟูกสำหรับบรรจุฟรั่ง ปริมาณ 6 ผล   |
| บรรจุภัณฑ์        | ที่ผู้ซื้อสามารถหีบได้สะดวกสำหรับเป็นของฝาก มีสติกเกอร์ปิดบัน<br>บรรจุภัณฑ์ และป้ายแขวนบอกชื่อผู้ผลิต |

### บรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 20 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมฟรั่งสุด

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 21 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่นิยมแบบผู้ผลิตที่พัฒนาออกแบบใหม่

## 11. บรรจุภัณฑ์น้ำพริกคุณลูกช้า



มาตราฐาน อย : 73-2-02548-2-0011

|                   |  |
|-------------------|--|
| ชื่อสินค้า        | น้ำพริกคุณลูกช้า   |
| ตราสินค้า         | แม่พยอม  |
| ประเภทสินค้า      | ผลิตภัณฑ์อาหารແປງງູນ   |
| ระดับคุณภาพ       | สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว: ★★★★★                             |
| ผู้ผลิต           | 1/5 หมู่ 3 ถนนท่าหารบก ตำบลบ่อพลับ อำเภอเมืองนครปฐม<br>จังหวัดนครปฐม                 |
| ผู้ประสานงาน      | ติดต่อ : คุณพลกฤต ศรีกັກເຈົ້າ<br>โทร : 08 1311 3401 08 6370 7765 โทรสาร : 034 242383 |
| ขนาดบรรจุ         | 100 กรัม/ กระปุก   |
| ราคาในการจำหน่าย  | 35 บาท   |
| จุดเด่นของสินค้า  | รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่   |
| สถานที่จำหน่าย    | งานแสดงสินค้าของจังหวัดແລະຮ້ານແມ່ພຍອມຕລາດເທິງບາລັນຄຣປູນ                              |
| ลักษณะกราฟฟิก     | ตัวหนังสือແມ່ພຍອມສື່ເຂົ້າວ   |
| ความต้องการออกแบบ | บรรจุภัณฑ์รวมชุดน้ำพริกรสต่างๆ 3 กระปุก สามารถหັ້ງຄືໄດ້ສະດວກ                         |
| บรรจุภัณฑ์        | ແລະบรรจุภัณฑ์รวมชุดน้ำพริกກັ່ງເສີຍບ 3 กระปຸກ   |

### บรรจุภัณฑ์เดิมน้ำพริก



ภาพที่ 22 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมน้ำพริกคุณลูกช้า

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพแสดงฉลากน้ำพริกประเภทต่างๆ



ภาพที่ 23 แสดงบรรจุภัณฑ์ต้นแบบน้ำพริกคุณภาพชั้นนำที่พัฒนาออกแบบใหม่

## 12. บรรจุภัณฑ์กล้วยม้วน กล้วยกรอบ



มผช.111/2546



|                   |   |                    |
|-------------------|---|--------------------|
| ชื่อสินค้า        | กล้วยหอมกรอบ  |                    |
| ตราสินค้า         | ตราคุณเจ้ว  |                    |
| ประเภทสินค้า      | ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป  |                    |
| ระดับคุณภาพ       | สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว :  |                    |
| ผู้ผลิต           | กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนวัดสุวรรณ   |                    |
|                   | 97 หมู่ 1 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม  |                    |
| ผู้ประสานงาน      | คุณจงดี เศรษฐ์อำนวย   | โทร : 089-057 1432 |
| ขนาดบรรจุ         | 250 กรัม  |                    |
| ราคาในการจำหน่าย  | 40 บาท  |                    |
| จุดเด่นของสินค้า  | รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบไม่มีกลิ่น  |                    |
| สถานที่จำหน่าย    | งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยวของนครปฐม  |                    |
| ลักษณะกราฟฟิก     | ผลกล้วยหอมทอง   |                    |
| ความต้องการออกแบบ | บรรจุภัณฑ์สำหรับกล้วยหอมอบกรอบ บรรจุถุงพลาสติกใสปิดผนึกกัน  |                    |
| บรรจุภัณฑ์        | ชิ้นและบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกเป็นกล่องกระดาษที่สีอ่อนถึงกล้วยหอม   |                    |

### บรรจุภัณฑ์เดิมกล้วยกรอบ



ภาพที่ 24 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมกล้วยกรอบ กล้วยม้วน

## บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 25 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบกล้วยหอมที่พัฒนาออกแบบใหม่

บรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์จากวัตถุดิบกล้วยหอมทองของกลุ่มแม่บ้านชุมชนวัดสุวรรณ ตั้งอยู่ริมคลองมหาสวัสดิ์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง อีกทั้งมีประวัติเรื่องราวของคลองมหาสวัสดิ์และวิถีชุมชนที่น่าสนใจที่ได้ถ่ายทอดลงบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชนและเผยแพร่ข้อมูลให้กับผู้ท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

### 13. บรรจุภัณฑ์ข้าวตังหมูหยอง



|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| ชื่อสินค้า                       | ข้าวตังหลากรส  |
| ตราสินค้า                        | ข้าวตังขวัญตา  |
| ประเภทสินค้า                     | ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป   |
| ระดับคุณภาพ                      | สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว: ★★★★★     |
| มาตราฐาน อย. : 73-2-02143-2-0012 |  |
| ผู้ผลิต                          | 6/59 อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม                          |
| ผู้ประสานงาน                     | นางจุฑากัญจน์ สุขมา โทร : 085-9814275                        |
| ขนาดบรรจุและราคา                 | 100 กรัม ราคา 35 บาท ขนาด 500 กรัม ราคา 170 บาท              |
| จุดเด่นของสินค้า                 | ข้าวตังสมุนไพรมีหลากรส                                       |
| สถานที่จำหน่าย                   | งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยวของนครปฐม |
| ลักษณะกราฟฟิก                    | ตัวหนังสือข้าวตังขวัญตา                                      |
| ความต้องการบรรจุภัณฑ์            | บรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันการแตกหักของข้าวและกันความชื้น           |

#### บรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 26 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมของข้าวตังหมูหยอง

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 27 แสดงถ้วยและบรรจุภัณฑ์ต้นแบบข้าวตังหมูหยองที่พัฒนาออกแบบใหม่

## 14 บรรจุภัณฑ์มะเขือเทศอบแห้ง



อย : 73-2-04249-2-0001

|                    |  |   |  |
|--------------------|--|---|--|
| ชื่อสินค้า         | มะเขือเทศราชนิลอบแห้ง                              |   |  |
| ตราสินค้า          | แม่จุย   |   |  |
| ประเภทสินค้า       | ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป                               |   |  |
| ระดับคุณภาพ        | สินค้าสุดยอดแห่ง ตำบลหนึ่ง ประจำปี 2552 ระดับดาว : |   |  |
| ผู้ผลิต            | กลุ่มสหกรณ์ (มะเขือเทศ)                            | 65 หมู่ 5 ตำบลอนตุม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม |  |
| ผู้ประสานงาน       | คุณประยงค์ วงศ์สกุล                                | โทร : 034-275665, 08631601393                 |  |
| ขนาดบรรจุ          | 40 กรัม 100 กรัม                                   |   |  |
| ราคาในการจำหน่าย   | 15 บาท 25 บาท                                      |   |  |
| จุดเด่นของสินค้า   | รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบไม่มีกัลิน       |   |  |
| สถานที่จำหน่าย     | งานแสดงสินค้าของจังหวัดและห้างสรรพสินค้า           |   |  |
| ลักษณะกราฟฟิก      | ตัวหนังสือเคชีอิฟบันพื้นสีฟ้า                      |   |  |
| ความต้องบบราชภัณฑ์ | บรรจุภัณฑ์รวมที่บรรจุมะเขือเทศอบแห้งทั้งสี่รุ่น    |   |  |

### บรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 28 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมมะเขือเทศอบแห้ง

### บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 29 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบมะเขือเทศอบแห้งที่พัฒนาใหม่

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์มะเขือเทศอบแห้งตราแม่จุยเพื่อการจำหน่ายแบบรวมสแพ็คเป็นของฝาก ดังนั้นการออกแบบจึงนำแนวคิดนี้มาจัดทำบรรจุภัณฑ์ลักษณะเป็นกล่องสามเหลี่ยมบรรจุถุงมะเขือเทศ 3 ถุงฯลฯ 100 กรัม และกล่องบรรจุถุงมะเขือเทศ 4 ถุงฯลฯ 250 กรัม จำนวน 4 ถุง ซึ่งแต่ละถุงจะมีสชาติที่แตกต่างกัน เช่น รสดังเดิม รสบ๊วย รสเค็ม รสหวาน เป็นต้น

## 15. บรรจุภัณฑ์มะพร้าวแก้ว



|                  |  |
|------------------|--|
| ชื่อสินค้า       | มะพร้าวแก้วสมุนไพร   |
| ตราสินค้า        | มะพร้าวแก้วกลิ่นพิพิพ  |
| ประเภทสินค้า     | ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป   |
| ระดับคุณภาพ      | สินค้าสุดยอดห้องต่ำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★                        |
| ผู้ผลิต          | กลุ่มแม่บ้านต่ำบลหออมเกร็ด 37/5 หมู่ 3 ตำบลหออมเกร็ด อำเภอสามพราวน จังหวัดนครปฐม |
| ผู้ประสานงาน     | นางกมลพิพิพ จิรโโคฟาร์พัฒน์ โทร : 081-7639673                                    |
| ขนาดบรรจุ        | 100 กรัม   |
| ราคาในการจำหน่าย | 35 บาท   |
| จุดเด่นของสินค้า | รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบ   |
| สถานที่จำหน่าย   | งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยวของนครปฐม                     |
| ลักษณะกราฟฟิก    | ตัวหนังสือมะพร้าวแก้วกลิ่นพิพิพ  |
| ความต้องการ      | บรรจุภัณฑ์สำหรับมะพร้าวแก้วกล่องกระดาษพิมพ์กราฟฟิกสื่อถึงความอร่อย               |
| ออกแบบบรรจุภัณฑ์ | ของมะพร้าวนครปฐมและบรรจุภัณฑ์ชั้นในถุงพลาสติกใส่ปิดผนึกกันความชื้น               |

### บรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 30 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมมะพร้าวแก้ว

## บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



บรรจุภัณฑ์เบี้งตันที่พัฒนาออกแบบสำหรับมะพร้าวแก้ว บรรจุภัณฑ์ชั้นในบรรจุถุงพลาสติกใสซีลปิดผนึกป้องกันอากาศและความชื้น



ภาพที่ 31 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบมะพร้าวแก้วที่พัฒนาใหม่

## 16. บรรจุภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

คณะกรรมการวิเคราะห์ความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมมาสังเคราะห์เพื่อจัดทำบรรจุภัณฑ์กลางเป็นถุงกระดาษขนาดต่างๆ มีภาพกราฟฟิกที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดประกอบด้วย ประวัติของจังหวัดนครปฐม คำขวัญของจังหวัด ตราสินค้าของจังหวัดนครปฐม ภาคสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัด แผนที่แนะนำแหล่งท่องเที่ยว ของจังหวัดและเส้นทางการเดินทาง หน่วยงานที่ให้รายละเอียดข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และที่ตั้งพร้อมหมายเลขโทรศัพท์

ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์กลางเป็นถุงกระดาษขนาดต่างๆ ได้ 2 รูปแบบ คือ



ภาพที่ 32 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดนครปฐมแบบที่ 1



ภาพที่ 33 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดนครปฐมแบบที่ 2

บรรจุภัณฑ์กลางนครปฐมที่ออกแบบเป็นถุงกระดาษ 2 รูปแบบที่สื่อถึงจังหวัดนครปฐมโดยใช้ภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมีชื่อเสียงของนครปฐมและภาพแผนที่การเดินทางของแหล่งท่องเที่ยว สำคัญที่มีชื่อเสียงและสถานที่แนะนำของจังหวัดนครปฐม

ผลการศึกษาความต้องการพัฒนาบริการที่สินค้าทางการเกษตรของนิยม 15 ผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบริการที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่ได้จากการวิเคราะห์ในคำถามการวิจัยที่ 1 มาใช้เป็นแนวทางการคัดเลือกผู้ประกอบการสินค้ายอดนิยมทั้ง 15 ราย โดยการประชุมร่วมกับหน่วยงานพัฒนาชุมชนของจังหวัดนครปฐม และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแต่ละรายเพื่อรับรวมนำข้อมูลของสินค้าที่คัดเลือกแต่ละผลิตภัณฑ์ถึงลักษณะของสินค้า ระดับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ จุดเด่นของสินค้า การจัดจำหน่าย ลักษณะกราฟฟิกและความต้องการออกแบบรูปแบบบริการที่ใหม่ ซึ่งผลการรวมจะเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาบริการที่ใหม่ภายใต้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบรูปแบบและออกแบบกราฟฟิก จัดทำบริการที่ตั้นแบบสำหรับสินค้าทางการเกษตรทั้ง 15 ผลิตภัณฑ์และบริการที่กลางของจังหวัดจำนวน 2 รูปแบบเพื่อนำไปทดสอบการใช้งานต่อไป

### คำถามการวิจัย 3 รูปแบบบริการที่สินค้าเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม เป็นอย่างไร

คณะกรรมการวิจัยได้นำผลการสำรวจความต้องการของรูปแบบบริการที่สินค้าทางการเกษตรจากผู้เกี่ยวข้องด้านท่องเที่ยวและพัฒนาชุมชนมาจัดทำบริการที่กลางตั้นแบบสำหรับสินค้าของจังหวัดที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม ภายใต้คำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบรูปแบบบริการที่กลางจากการศึกษาและผู้ประกอบการด้านการออกแบบรูปแบบบริการที่ใหม่ นับบริการที่ตั้นแบบไปทดสอบความเหมาะสม ประสิทธิภาพในการใช้งานและความคิดเห็นจากผู้ประกอบการ และทำแบบสอบถามความพึงพอใจตอรูปแบบบริการที่สินค้าทางการเกษตรที่ออกแบบเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม จากนักท่องเที่ยว

#### ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน

#### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบบประเมินผลความพึงพอใจต่อบริการที่สินค้าทางการเกษตรผู้วิจัยได้สร้างแบบสำรวจสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถึงความพึงพอใจบริการที่สินค้าทางการเกษตรที่ออกแบบใหม่ ซึ่งประกอบด้วย

#### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจบริการที่สินค้าทางการเกษตรที่ออกแบบเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ในด้านรูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า รูปแบบมีความโดดเด่น สะดวกด้วยชีวิต เช่นช้อนให้น้ำซื้อ สีสันเหมาะสมกับลักษณะสินค้า ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิกสื่อความหมาย

ได้หมายความ องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ขนาดของบรรจุภัณฑ์เหมาะสม สะดวก ในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย สื่อถึงแหล่งท่องเที่ยวและเอกลักษณ์ของสินค้าเกษตรท้องถิ่น นគរបჟុំ โดยใช้แบบสอบถามระดับมาตราวัด 5 ระดับ คือ เหมาะสมมากที่สุด เหมาะสมมาก เหมาะสมปานกลาง เหมาะสมน้อย เหมาะสมน้อยที่สุด

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

#### วิธีการวิเคราะห์

การประเมินผลความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวในครปჟុំ ใช้การวิเคราะห์หาระดับความพึงพอใจโดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ร้อยละและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำมาแปลผลด้วยตารางและความเรียง ดังนี้

#### ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

#### ตารางที่ 7 จำนวน ร้อยละข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยว

|                  | ข้อมูลทั่วไป | จำนวน (n=400 คน) | ร้อยละ |
|------------------|--------------|------------------|--------|
| เพศ              |              |                  |        |
| ชาย              | 172          | 44.50            |        |
| หญิง             | 228          | 55.50            |        |
| อายุ             |              |                  |        |
| ต่ำกว่า 21 ปี    | 42           | 10.50            |        |
| 21- 30 ปี        | 117          | 29.25            |        |
| 31- 40 ปี        | 113          | 28.25            |        |
| 41- 50 ปี        | 82           | 20.50            |        |
| 51- 60 ปี        | 41           | 10.25            |        |
| 61 ปีขึ้นไป      | 5            | 1.25             |        |
| ระดับการศึกษา    |              |                  |        |
| ประถมศึกษา       | 12           | 3.00             |        |
| มัธยมศึกษา       | 57           | 14.25            |        |
| ต่ำกว่าปริญญาตรี | 130          | 32.50            |        |
| ปริญญาตรี        | 136          | 34.00            |        |
| ปริญญาโท         | 58           | 14.50            |        |
| ปริญญาเอก        | 7            | 1.75             |        |

ตารางที่ 7 (ต่อ) จำนวนร้อยละข้อมูลส่วนตัวนักท่องเที่ยว

| ข้อมูลทั่วไป               | จำนวน (n=400 คน) | ร้อยละ |
|----------------------------|------------------|--------|
| อาชีพ                      |                  |        |
| นักเรียน/นักศึกษา          | 84               | 21.00  |
| รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ      | 97               | 24.25  |
| รับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชน | 100              | 25.00  |
| ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว       | 67               | 16.75  |
| พ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษตร      | 48               | 12.00  |
| อื่นๆ                      | 4                | 1.00   |
| รายได้ต่อเดือน             |                  |        |
| ต่ำกว่า 5,001 บาท          | 17               | 4.25   |
| 5,001 – 10,000 บาท         | 72               | 18.00  |
| 10,001 – 20,000 บาท        | 132              | 33.00  |
| 20,001 – 30,000 บาท        | 81               | 20.25  |
| 30,001 – 40,000 บาท        | 68               | 17.00  |
| 40,001 – 50,000 บาท        | 18               | 4.50   |
| มากกว่า 50,000 บาท         | 12               | 3.00   |
| ที่อยู่ปัจจุบัน            |                  |        |
| กรุงเทพมหานคร              | 207              | 51.75  |
| นนทบุรี                    | 11               | 2.75   |
| นครปฐม                     | 139              | 34.75  |
| ราชบุรี                    | 27               | 6.75   |
| เพชรบุรี                   | 13               | 3.25   |
| อื่นๆ                      | 3                | 0.75   |

จากตารางที่ 7 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว พบร่วมนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง 228 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 และเป็นเพศชาย 172 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 ส่วนใหญ่ อายุระหว่าง 21- 30 ปี จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 29.25 รองลงมาอายุระหว่าง 31- 40 ปี จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 อายุระหว่าง 41- 50 ปี จำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.50 อายุระหว่าง 51- 60 ปี จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 10.25 อายุต่ำกว่า 21 ปี จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 10.50 และอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.25 ตามลำดับ

นอกจานนี้ในด้านการศึกษาส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ระดับปริญญาโทจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ระดับมัธยมศึกษาจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ระดับปวชมศึกษาจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00 และระดับปริญญาเอกจำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75

เมื่อจำแนกตามอาชีพพบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 100 คน คิดเป็นร้อยละ 25.00 รองลงมาคืออาชีพรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.25 อาชีพนักเรียน/นักศึกษาจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษตรกรจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และอาชีพอื่นๆอีก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ส่วนใหญ่มีรายได้ต่่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมาคือ รายได้ต่่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 รายได้ต่่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 รายได้ต่่อเดือนระหว่าง 30,001 – 40,000 บาทจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 รายได้ต่่อเดือนต่ำกว่า 5,001 บาทจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 และรายได้มากกว่า 50,000 บาทจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.00

ในส่วนของที่อยู่ในปัจจุบัน พบว่าบ้านท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 รองลงมาคือบ้านท่องเที่ยวอยู่ในนครปฐมจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 บ้านท่องเที่ยวจากราชบุรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 จางนนทบุรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 จากเพชรบุรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 จางจังหวัดอื่นๆจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อบรรจุภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยว  
 ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การเปลี่ยนความ  
 ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์หมูแผ่น

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                       | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ   |
|---|-----------|------|-----------|
| 1. บรรจุภัณฑ์หมูแผ่น                              |           |      |           |
| 1.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า                  | 4.63      | 0.57 | มากที่สุด |
| 1.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เซิร์ฟชานให้น่าชื่อ     | 4.81      | 0.53 | มากที่สุด |
| 1.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมสมกับลักษณะสินค้า    | 4.57      | 0.69 | มากที่สุด |
| 1.4 ภาพประกอบชัดเจนและภาพพิ๊กสีอ่อนหมายได้เหมาะสม | 4.61      | 0.71 | มากที่สุด |
| 1.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน            | 4.59      | 0.73 | มากที่สุด |
| 1.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม                | 4.56      | 0.63 | มากที่สุด |
| 1.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย         | 4.54      | 0.75 | มากที่สุด |
| 1.8 สีอ่อนถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม      | 4.58      | 0.67 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การเปลี่ยนความของความพึง  
 พอด้วยบรรจุภัณฑ์หมูแผ่น พบร่วมนักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ ระดับมากที่สุด คือ รูปแบบ  
 โดดเด่นสะดุดตาเซิร์ฟชานให้น่าชื่อ ( $\bar{X} = 4.81$ , SD. = 0.57) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.63$ ,  
 SD. = 0.57) ภาพประกอบชัดเจนและภาพพิ๊กสีอ่อนหมายได้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.61$ , SD. = 0.71)  
 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ( $\bar{X} = 4.59$ , SD. = 0.73) สีอ่อนถึงเอกลักษณ์และแหล่ง  
 ท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.58$ , SD. = 0.67) สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมสมกับลักษณะ  
 สินค้า ( $\bar{X} = 4.57$ , SD. = 0.69) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.56$ , SD. = 0.63) และ  
 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.54$ , SD. = 0.75)

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ  
ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์หมูหยอง

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                         | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ   |
|---|-----------|------|-----------|
| 2. บรรจุภัณฑ์หมูหยอง                                |           |      |           |
| 2.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า                    | 4.35      | 0.57 | มาก       |
| 2.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าชื่อ         | 4.47      | 0.83 | มาก       |
| 2.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า        | 4.57      | 0.69 | มากที่สุด |
| 2.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิกสื่อความหมายได้เหมาะสม | 4.41      | 0.71 | มาก       |
| 2.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน              | 4.53      | 0.73 | มากที่สุด |
| 2.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม                  | 4.32      | 0.63 | มาก       |
| 2.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย           | 4.24      | 0.85 | มาก       |
| 2.8 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม          | 4.52      | 0.67 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์หมูหยอง พบร่วมนักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ระดับมากที่สุด คือ สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ( $\bar{X} = 4.57, SD = 0.69$ ) รองลงมา คือ องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ( $\bar{X} = 4.53, SD = 0.73$ ) สื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.52, SD = 0.67$ ) ส่วนความพึงพอใจในระดับมาก คือ รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าชื่อ ( $\bar{X} = 4.47, SD = 0.83$ ) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิกสื่อความหมายได้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.41, SD = 0.71$ ) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.35, SD = 0.57$ ) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.32, SD = 0.63$ ) และความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.24, SD = 0.85$ )

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การเปลี่ยนความ  
ความพึงพอใจบนบรรจุภัณฑ์หมูแท่งกรอบ

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                         | $\bar{X}$ | S.D. | เปลี่ยน   |
|---|-----------|------|-----------|
| 3. บรรจุภัณฑ์หมูแท่งกรอบ                            |           |      |           |
| 3.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า                    | 4.67      | 0.87 | มากที่สุด |
| 3.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุกดتا เชิญชวนให้น่าซื้อ        | 4.65      | 0.53 | มากที่สุด |
| 3.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า        | 4.62      | 0.72 | มากที่สุด |
| 3.4 ภาพประกอบขัดเจนและกราฟฟิกสื่อความหมายได้เหมาะสม | 4.61      | 0.69 | มากที่สุด |
| 3.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน              | 4.32      | 0.73 | มาก       |
| 3.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม                  | 4.56      | 0.63 | มากที่สุด |
| 3.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย           | 4.54      | 0.75 | มากที่สุด |
| 3.8 สีอ่อนๆ เอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม         | 4.83      | 0.79 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การเปลี่ยนความของความ  
พึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์หมูแท่งกรอบกรีนพอร์ค พบร่วมนักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ ระดับ  
มากที่สุด คือ สีอ่อนๆ เอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.83$ , SD. = 0.79) รูปแบบโดดเด่น  
สะดุกดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ ( $\bar{X} = 4.67$ , SD. = 0.87) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.65$ , SD. = 0.53)  
สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ( $\bar{X} = 4.62$ , SD. = 0.72) ภาพประกอบขัดเจนและ  
กราฟฟิกสื่อความหมายได้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.61$ , SD. = 0.69) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม  
( $\bar{X} = 4.56$ , SD. = 0.63) ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.54$ , SD. = 0.75) ส่วน  
ความพึงพอใจในระดับมาก คือ องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ( $\bar{X} = 4.32$ , SD. = 0.73)

ตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ  
ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์กุนเชียงหมู

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                      | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ   |
|--|-----------|------|-----------|
| 4. บรรจุภัณฑ์กุนเชียงหมู                         |           |      |           |
| 4.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า                 | 4.73      | 0.78 | มากที่สุด |
| 4.2 รูปแบบโดดเด่น สดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ       | 4.81      | 0.53 | มากที่สุด |
| 4.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า     | 4.68      | 0.69 | มากที่สุด |
| 4.4 ภาพประกอบขัดเจนและภาพพิกัดความหมายได้เหมาะสม | 4.70      | 0.76 | มากที่สุด |
| 4.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน           | 4.69      | 0.73 | มากที่สุด |
| 4.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม               | 4.67      | 0.63 | มากที่สุด |
| 4.7 สะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย            | 4.65      | 0.87 | มากที่สุด |
| 4.8 สีอ้างถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม     | 4.84      | 0.67 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์กุนเชียงหมู พบร่วมนักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ ระดับมากที่สุด คือ สีอ้างถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.84$ , SD. = 0.63) รูปแบบโดดเด่น สดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ ( $\bar{X} = 4.81$ , SD. = 0.67) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.73$ , SD. = 0.78) ภาพประกอบขัดเจนและภาพพิกัดความหมายได้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.70$ , SD. = 0.76) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ( $\bar{X} = 4.69$ , SD. = 0.73) สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ( $\bar{X} = 4.68$ , SD. = 0.69) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.67$ , SD. = 0.63) ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.65$ , SD. = 0.87)

ตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ  
ในความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                          | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ   |
|--|-----------|------|-----------|
| 5. บรรจุภัณฑ์ขั้นเมเบี่ยงอบเที่ยน                    |           |      |           |
| 5.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า                     | 4.75      | 0.87 | มากที่สุด |
| 5.2 รูปแบบโดดเด่น สะดูดตา เซิร์ฟชวนให้น่าชื่อ        | 4.79      | 0.83 | มากที่สุด |
| 5.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า         | 4.61      | 0.69 | มากที่สุด |
| 5.4 ภาพประกอบขั้ดเจนและกราฟฟิกสื่อความหมายได้เหมาะสม | 4.64      | 0.76 | มากที่สุด |
| 5.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน               | 4.59      | 0.73 | มากที่สุด |
| 5.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม                   | 4.56      | 0.63 | มากที่สุด |
| 5.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย            | 4.54      | 0.75 | มากที่สุด |
| 5.8 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม           | 4.52      | 0.76 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 12 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ขั้นเมเบี่ยงอบเที่ยน พบร่วมกันที่องค์ประกอบที่มีความสำคัญที่สุด คือ รูปแบบโดดเด่นสะดูดตาเซิร์ฟชวนให้น่าชื่อ ( $\bar{X} = 4.79$ , SD.= 0.83) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.75$ , SD.= 0.87) ภาพประกอบขั้ดเจนและกราฟฟิกสื่อความหมายได้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.64$ , SD.= 0.76) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ( $\bar{X} = 4.59$ , SD.= 0.73) สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ( $\bar{X} = 4.61$ , SD.= 0.69) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.55$ , SD.= 0.73) ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.54$ , SD.= 0.75) และสื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.52$ , SD.= 0.76)

ตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ  
ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ปลาแಡดเดียว (ปลาดุกและปลานิล)

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                         | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ   |
|---|-----------|------|-----------|
| 6. บรรจุภัณฑ์ปลาแಡดเดียว (ปลาดุกและปลานิล)          |           |      |           |
| 6.1 รูปทรงเหมาะสมสมกับประเภทสินค้า                  | 4.64      | 0.67 | มากที่สุด |
| 6.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุกดتا เซียงชวนให้น่าซื้อ       | 4.83      | 0.53 | มากที่สุด |
| 6.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมสมกับลักษณะสินค้า      | 4.59      | 0.69 | มากที่สุด |
| 6.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิกสื่อความหมายได้เหมาะสม | 4.63      | 0.71 | มากที่สุด |
| 6.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน              | 4.61      | 0.79 | มากที่สุด |
| 6.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม                  | 4.58      | 0.73 | มากที่สุด |
| 6.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย           | 4.57      | 0.79 | มากที่สุด |
| 6.8 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม          | 4.52      | 0.87 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 13 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ปลาแಡดเดียวคุณแดง พบร่วมกับนักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ระดับมากที่สุด คือ รูปแบบโดดเด่น สะดุกดتا เซียงชวนให้น่าซื้อ ( $\bar{X} = 4.83$ , SD. = 0.53) รูปทรงเหมาะสมสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.64$ , SD. = 0.67) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิกสื่อความหมายได้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.63$ , SD. = 0.71) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ( $\bar{X} = 4.61$ , SD. = 0.79) สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมสมกับลักษณะสินค้า ( $\bar{X} = 4.59$ , SD. = 0.69) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.58$ , SD. = 0.73) ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.57$ , SD. = 0.79) และสื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.52$ , SD. = 0.87)

ตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ  
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                        | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ   |
|--|-----------|------|-----------|
| 7. บรรจุภัณฑ์ข้าวหลาม                              |           |      |           |
| 7.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า                   | 4.63      | 0.87 | มากที่สุด |
| 7.2 รูปแบบโดดเด่น สะอาดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ        | 4.64      | 0.53 | มากที่สุด |
| 7.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า       | 4.55      | 0.69 | มากที่สุด |
| 7.4 ภาพประกอบชัดเจนและภาพพิ基สื่อความหมายได้เหมาะสม | 4.61      | 0.76 | มากที่สุด |
| 7.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน             | 4.57      | 0.89 | มากที่สุด |
| 7.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม                 | 4.56      | 0.63 | มากที่สุด |
| 7.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย          | 4.54      | 0.75 | มากที่สุด |
| 7.8 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม         | 4.76      | 0.67 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 14 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ข้าวหลามป้าแย็ดหน้าวัดพระราม พบร้านนักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ระดับมากที่สุด คือ สื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.76$ , SD.= 0.67) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.63$ , SD.= 0.87) รูปแบบโดดเด่นสะอาดตาเชิญชวนให้น่าซื้อ ( $\bar{X} = 4.64$ , SD.= 0.53) ภาพประกอบชัดเจนและภาพพิ基สื่อความหมายได้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.61$ , SD.= 0.76) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ( $\bar{X} = 4.57$ , SD.= 0.89) สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ( $\bar{X} = 4.55$ , SD.= 0.69) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.56$ , SD.= 0.63) ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.54$ , SD.= 0.75)

ตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ  
ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ส้มโอ

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                         | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ   |
|---|-----------|------|-----------|
| 8. บรรจุภัณฑ์ส้มโอ                                  |           |      |           |
| 8.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า                    | 4.54      | 0.67 | มากที่สุด |
| 8.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เซิร์ฟเวอร์ให้น่าซื้อ     | 4.53      | 0.53 | มากที่สุด |
| 8.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า        | 4.52      | 0.69 | มากที่สุด |
| 8.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิกสื่อความหมายได้เหมาะสม | 4.41      | 0.71 | มาก       |
| 8.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน              | 4.50      | 0.73 | มาก       |
| 8.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม                  | 4.36      | 0.69 | มาก       |
| 8.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย           | 4.34      | 0.75 | มาก       |
| 8.8 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม          | 4.38      | 0.67 | มาก       |

จากตารางที่ 15 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ส้มโอ พบร่วมกับท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ระดับมากที่สุด คือ รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.54$ , SD. = 0.67) รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เซิร์ฟเวอร์ให้น่าซื้อ ( $\bar{X} = 4.53$ , SD. = 0.53) สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ( $\bar{X} = 4.52$ , SD. = 0.69) ส่วนความพอใจในระดับมาก คือ องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ( $\bar{X} = 4.50$ , SD. = 0.73) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิกสื่อความหมายได้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.41$ , SD. = 0.71) สื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.38$ , SD. = 0.67) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.36$ , SD. = 0.69) ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.34$ , SD. = 0.75)

ตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ  
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                          | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ   |
|--|-----------|------|-----------|
| 9. บรรจุภัณฑ์ใช้คุ้ม                                 |           |      |           |
| 9.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า                     | 4.69      | 0.77 | มากที่สุด |
| 9.2 รูปแบบโดดเด่น สะอาดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ          | 4.74      | 0.83 | มากที่สุด |
| 9.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า         | 4.68      | 0.79 | มากที่สุด |
| 9.4 ภาพประกอบชัดเจนและภาพพิกัดสื่อความหมายได้เหมาะสม | 4.67      | 0.71 | มากที่สุด |
| 9.5 องค์ประกอบของภาพและสี มีความกลมกลืน              | 4.56      | 0.76 | มากที่สุด |
| 9.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม                   | 4.55      | 0.63 | มากที่สุด |
| 9.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย            | 4.54      | 0.74 | มากที่สุด |
| 9.8 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม           | 4.60      | 0.67 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 16 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ใช้คุ้ม พบร่วnakท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ ระดับมากที่สุด คือ รูปแบบโดดเด่นสะอาดตาเชิญชวนให้น่าซื้อ ( $\bar{X} = 4.74$ , SD. = 0.83) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.69$ , SD. = 0.77) สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ( $\bar{X} = 4.68$ , SD. = 0.79) ภาพประกอบชัดเจนและภาพพิกัดสื่อความหมายได้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.67$ , SD. = 0.71) สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.60$ , SD. = 0.67) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.55$ , SD. = 0.63) และความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.54$ , SD. = 0.74)

ตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน( SD.) การแปลความ  
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                              | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ   |
|--|-----------|------|-----------|
| 10. บรรจุภัณฑ์ฟรี  |           |      |           |
| 10.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า                        | 4.48      | 0.57 | มาก       |
| 10.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ             | 4.31      | 0.53 | มาก       |
| 10.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า            | 4.36      | 0.69 | มาก       |
| 10.4 ภาพประกอบชัดเจนและภาพพิກสีอุปกรณ์ความหมายได้เหมาะสม | 4.11      | 0.71 | มาก       |
| 10.5 องค์ประกอบของภาพและสี มีความกลมกลืน                 | 4.19      | 0.73 | มาก       |
| 10.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม                      | 4.56      | 0.73 | มากที่สุด |
| 10.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย               | 4.52      | 0.85 | มากที่สุด |
| 10.8 สีอ้างอิงเอกสารลักษณะสินค้าของจังหวัดนครปฐม         | 4.23      | 0.72 | มาก       |

จากตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ฟรี พบร่วมนักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ ระดับมากที่สุด คือ ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.56$ , SD.= 0.63) ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.52$ , SD.= 0.75) ส่วนความพึงพอใจระดับมาก คือ สีอ้างอิงเอกสารลักษณะสินค้าของจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.23$ , SD.= 0.72) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.63$ , SD.= 0.57) สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ( $\bar{X} = 4.36$ , SD.= 0.69) รูปแบบโดดเด่นสะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ ( $\bar{X} = 4.31$ , SD.= 0.53) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ( $\bar{X} = 4.19$ , SD.= 0.73) และภาพประกอบชัดเจนและภาพพิກสีอุปกรณ์ความหมายได้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.11$ , SD.= 0.71)

ตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ  
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                         | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ   |
|---|-----------|------|-----------|
| 11. บรรจุภัณฑ์น้ำพริกคลุกข้าว                       |           |      |           |
| 11.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า                   | 4.73      | 0.57 | มากที่สุด |
| 11.2 รูปแบบโดดเด่น สดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ         | 4.72      | 0.63 | มากที่สุด |
| 11.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า       | 4.67      | 0.71 | มากที่สุด |
| 11.4 ภาพประกอบขั้นตอนและภาพพิ๊กสีอ่อนหวานให้เหมาะสม | 4.66      | 0.71 | มากที่สุด |
| 11.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน             | 4.64      | 0.81 | มากที่สุด |
| 11.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม                 | 4.56      | 0.63 | มากที่สุด |
| 11.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย          | 4.55      | 0.75 | มากที่สุด |
| 11.8 สีอ่อนสีขาวน้ำใสสะอาดของจังหวัดนครปฐม          | 4.57      | 0.67 | มากที่สุด |

จากการที่ 18 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์น้ำพริกคลุกข้าว พบร่วมนักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ ระดับมากที่สุดคือ รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.73$ , SD. = 0.57) รูปแบบโดดเด่นสดุดตาเชิญชวนให้น่าซื้อ ( $\bar{X} = 4.72$ , SD. = 0.63) สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ( $\bar{X} = 4.67$ , SD. = 0.71) ภาพประกอบขั้นตอนและภาพพิ๊กสีอ่อนหวานให้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.66$ , SD. = 0.71) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ( $\bar{X} = 4.64$ , SD. = 0.81) สีอ่อนสีขาวน้ำใสสะอาดของจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.57$ , SD. = 0.71) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.56$ , SD. = 0.63) และความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.55$ , SD. = 0.75)

ตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ  
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                        | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ   |
|--|-----------|------|-----------|
| 12. บรรจุภัณฑ์กลั่ยกรอบ                            |           |      |           |
| 12.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า                  | 4.80      | 0.59 | มากที่สุด |
| 12.2 รูปแบบโดดเด่น สดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ        | 4.81      | 0.63 | มากที่สุด |
| 12.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า      | 4.76      | 0.66 | มากที่สุด |
| 12.4 ภาพประกอบชัดเจนและภาพพิ๊กสีอ่อนช่วยให้เหมาะสม | 4.79      | 0.71 | มากที่สุด |
| 13.5 องค์ประกอบของภาพและสี มีความกลมกลืน           | 4.75      | 0.72 | มากที่สุด |
| 12.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม                | 4.66      | 0.73 | มากที่สุด |
| 12.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย         | 4.64      | 0.75 | มากที่สุด |
| 12.8 สีอ่อนถึงเอกสารลักษณะสินค้าของจังหวัดนครปฐม   | 4.78      | 0.67 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์กลั่ยกรอบ พบร่วมนักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ ระดับมากที่สุด คือ รูปแบบโดดเด่น สดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ ( $\bar{X} = 4.81$ , SD.= 0.63) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.80$ , SD.= 0.57) ภาพประกอบชัดเจนและภาพพิ๊กสีอ่อนช่วยให้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.79$ , SD.= 0.71) สีอ่อนถึงเอกสารลักษณะสินค้าของจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.78$ , SD.= 0.67) สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ( $\bar{X} = 4.76$ , SD.= 0.69) องค์ประกอบของภาพและสี มีความกลมกลืน ( $\bar{X} = 4.75$ , SD.= 0.72) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.66$ , SD.= 0.73) และความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.64$ , SD.= 0.75)

ตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ  
ความพึงพอใจ บรรจุภัณฑ์ข้าวตัง

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                          | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ |
|--|-----------|------|---------|
| 13. บรรจุภัณฑ์ข้าวตัง                                |           |      |         |
| 13.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า                    | 4.32      | 0.71 | มาก     |
| 13.2 รูปแบบโดดเด่น สดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ          | 4.31      | 0.53 | มาก     |
| 13.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า        | 4.27      | 0.72 | มาก     |
| 13.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิกสื่อความหมายได้เหมาะสม | 4.21      | 0.81 | มาก     |
| 13.5 องค์ประกอบของภาพและสี มีความกลมกลืน             | 4.19      | 0.76 | มาก     |
| 13.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม                  | 4.16      | 0.83 | มาก     |
| 13.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย           | 4.24      | 0.73 | มาก     |
| 13.8 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม          | 4.18      | 0.85 | มาก     |

จากตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ข้าวตัง พบร่วมนักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ระดับมาก คือ รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.32$ , SD. = 0.57) รูปแบบโดดเด่น สดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ ( $\bar{X} = 4.31$ , SD. = 0.53) สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ( $\bar{X} = 4.27$ , SD. = 0.72) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิกสื่อความหมายได้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.21$ , SD. = 0.81) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ( $\bar{X} = 4.19$ , SD. = 0.75) สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.18$ , SD. = 0.85) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.16$ , SD. = 0.83) และความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.24$ , SD. = 0.73)

ตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ  
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                          | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ   |
|--|-----------|------|-----------|
| 14. บรรจุภัณฑ์มีเชือเทศราชินี kob แห้ง               |           |      |           |
| 14.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า                    | 4.83      | 0.67 | มากที่สุด |
| 14.2 รูปแบบโดยเด่น สดุดตา เชิญชวนให้น่าช้อป          | 4.87      | 0.53 | มากที่สุด |
| 14.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า        | 4.77      | 0.65 | มากที่สุด |
| 14.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิกสื่อความหมายได้เหมาะสม | 4.71      | 0.75 | มากที่สุด |
| 14.5 องค์ประกอบของภาพและสี มีความกลมกลืน             | 4.65      | 0.73 | มากที่สุด |
| 14.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม                  | 4.68      | 0.63 | มากที่สุด |
| 14.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย           | 4.64      | 0.59 | มากที่สุด |
| 14.8 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม          | 4.75      | 0.76 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 21 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์มีเชือเทศราชินี kob แห้ง ตราแม่ชู พบวันนักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ระดับมากที่สุด คือ รูปแบบโดยเด่นสดุดตา เชิญชวนให้น่าช้อป ( $\bar{X} = 4.87$ , SD. = 0.53) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.83$ , SD. = 0.67) สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ( $\bar{X} = 4.77$ , SD. = 0.65) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิกสื่อความหมายได้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.71$ , SD. = 0.75) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ( $\bar{X} = 4.65$ , SD. = 0.73) สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.75$ , SD. = 0.76) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.68$ , SD. = 0.63) และความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.64$ , SD. = 0.59)

ตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ  
ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                       | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ   |
|---|-----------|------|-----------|
| 15. บรรจุภัณฑ์มีพร้าวแก้ว                         |           |      |           |
| 15.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า                 | 4.64      | 0.74 | มากที่สุด |
| 15.2 รูปแบบโดดเด่น สดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ       | 4.63      | 0.71 | มากที่สุด |
| 15.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า     | 4.62      | 0.67 | มากที่สุด |
| 15.4 ภาพประกอบชัดเจนและภาพพิกสีอ่อนหวานให้เหมาะสม | 4.61      | 0.65 | มากที่สุด |
| 15.5 องค์ประกอบของภาพและสี มีความกลมกลืน          | 4.58      | 0.76 | มากที่สุด |
| 15.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม               | 4.53      | 0.83 | มากที่สุด |
| 15.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย        | 4.51      | 0.74 | มากที่สุด |
| 15.8 สีอ่อนสีขาวลักษณะสินค้าของจังหวัดนครปฐม      | 4.60      | 0.65 | มากที่สุด |

จากการที่ 22 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์มีพร้าวแก้ว พบร่วมกันท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ ระดับมากที่สุด คือ รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.63$ , SD. = 0.71) รูปแบบโดดเด่นสดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ ( $\bar{X} = 4.63$ , SD. = 0.71) สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ( $\bar{X} = 4.62$ , SD. = 0.67) ภาพประกอบชัดเจนและภาพพิกสีอ่อนหวานให้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.61$ , SD. = 0.65) สีอ่อนสีขาวลักษณะสินค้าของจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.60$ , SD. = 0.65) องค์ประกอบของภาพและสี มีความกลมกลืน ( $\bar{X} = 4.58$ , SD. = 0.76) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.53$ , SD. = 0.83) และความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.51$ , SD. = 0.74)

ตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ  
ความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์กลางเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

| ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว                          | $\bar{X}$ | S.D. | แปลความ   |
|--|-----------|------|-----------|
| 16. บรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดนครปฐม                   |           |      |           |
| 16.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า                    | 4.54      | 0.53 | มากที่สุด |
| 16.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุกดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ        | 4.84      | 0.53 | มากที่สุด |
| 16.3 สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า        | 4.67      | 0.69 | มากที่สุด |
| 16.4 ภาพประกอบขัดเจนและภาพฟิกส์ความหมายได้เหมาะสม    | 4.53      | 0.71 | มากที่สุด |
| 16.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน              | 4.81      | 0.73 | มากที่สุด |
| 16.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม                  | 4.51      | 0.63 | มากที่สุด |
| 16.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย           | 4.53      | 0.59 | มากที่สุด |
| 16.8 สื่อถึงเอกลักษณ์และแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม | 4.59      | 0.61 | มากที่สุด |

จากตารางที่ 23 ค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์กลางเพื่อการท่องเที่ยว พบร่วมนักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์กลางระดับมากที่สุดคือ รูปแบบโดดเด่นสะดุกดตาเชิญชวนให้น่าซื้อ ( $\bar{X} = 4.84$ , SD.= 0.71) ภาพประกอบขัดเจนและภาพฟิกส์ความหมายได้เหมาะสม ( $\bar{X} = 4.83$ , SD.= 0.71) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ( $\bar{X} = 4.81$ , SD.= 0.73) สีสันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ( $\bar{X} = 4.67$ , SD.= 0.69) สื่อถึงเอกลักษณ์และแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ( $\bar{X} = 4.59$ , SD.= 0.61) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ( $\bar{X} = 4.54$ , SD.= 0.71) ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ( $\bar{X} = 4.53$ , SD.= 0.59) และขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ( $\bar{X} = 4.51$ , SD.= 0.63)

ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่ออกแบบทั้ง 15 ผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดทั้งด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย อีกทั้งสามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ยืดอายุสินค้าให้เก็บได้นานขึ้น ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งาน สร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้า บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามเหมาะสมจะซื้อเป็นของฝาก ในขณะเดียวกันสามารถเผยแพร่ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมได้เป็นอย่างดี เท่ากับเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมไปพร้อมกัน

## 4.2 สรุปภาพรวมการตอบค้ำทางการวิจัยทั้งหมด

การศึกษาเรื่องการพัฒนาบริจุณัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม คณะผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อพัฒนาบริจุณัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมให้มีรูปแบบที่สวยงามมีเอกลักษณ์ของจังหวัด สามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม อันจะเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดได้เป็นอย่างดี

จากวัตถุประสงค์การวิจัยดังกล่าวคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยเริ่มจากการศึกษาศักยภาพของบริจุณัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของจังหวัดนครปฐม ความต้องการบริจุณัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท และรูปแบบบริจุณัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม จากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คนและสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจำนวน 15 คน ผู้เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมทั้งทางตรงและทางอ้อมภาครัฐและเอกชนจำนวน 15 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า

- ศักยภาพของบริจุณัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบัน มีประสิทธิภาพในการป้องกันสิ่งสกปรกและอันตรายจากมดแมลง การป้องกันการกระแทกเสียหายระหว่างการขนส่ง ซึ่งยังไม่สามารถป้องกันการซึมผ่านของก้าชทำให้อาหารเหม็นหืนและบริจุณัณฑ์แบบปลดอดเชื้อเพื่อป้องกันอาหารเป็นพิษ
- ความต้องการบริจุณัณฑ์ของผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรรายอุดนิยมที่ต้องการพัฒนาบริจุณัณฑ์ 15 ผลิตภัณฑ์ได้แก่ หมูแผ่น หมูหยอง หมูแห้งกรอบ กุนเชียงหมู ขنمเปียะ ปลาแดเดดเดี้ยว ข้าวหลาม สำมิล ไก่เค็ม ผิงส์สด น้ำพริกคลุกข้าว กล้วยม้วนกล้วยกรอบ ข้าวตังหมูหยอง มะเขือเทศราชนีอบแห้งและมะพร้าวแก้ว
- รูปแบบบริจุณัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวที่ต้องการมาก คือ บริจุณัณฑ์มีมาตรฐานในการรักษาคุณภาพสินค้า มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพและรายละเอียดโภชนาการ รูปทรงสวยงามโดดเด่นสอดคล้องกับความต้องการของชุมชนหรือแหล่งผลิต มีสัญลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม มีข้อมูลแนะนำสำหรับผู้ซื้อ
- จัดทำบริจุณัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางการเกษตร 15 ผลิตภัณฑ์ และบริจุณัณฑ์กลางของจังหวัดนครปฐม 2 รูปแบบ เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์สินค้านครปฐม
- นำบริจุณัณฑ์ต้นแบบไปทดลองใช้งานและประเมินผลความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว 400 คน ผลการวิจัยพบว่ามีความพึงพอใจในบริจุณัณฑ์รูปแบบใหม่ทั้งด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ยืดอายุสินค้าให้เก็บได้นานขึ้น ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งาน สร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้าบริจุณัณฑ์ มีความสวยงามเหมาะสมจะชื่อเป็นของฝาก ในขณะเดียวกันสามารถเผยแพร่ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมได้เป็นอย่างดี

## บทที่ 5 บทสรุป

การศึกษาเรื่อง "การพัฒนาบริจูดีนค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม" มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อพัฒนาบริจูดีนค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมให้มีรูปแบบที่สวยงามมีเอกลักษณ์ของจังหวัด สามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม อันจะเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดได้เป็นอย่างดี จากวัตถุประสงค์ดังกล่าวคณะกรรมการผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามคำตามการวิจัยที่ตั้งไว้ ซึ่งได้ผลการวิจัยดังบทสรุป

### 5.1 บทสรุป

การพัฒนาบริจูดีนค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม เป็นการวิจัยเพื่อการออกแบบและพัฒนาบริจูดีนค้าทางการเกษตรตามวัตถุประสงค์ มีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยดังนี้

5.1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องพัฒนาระบบการเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว และการบริโภคแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

5.1.2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประมวลเพื่อกำหนดเป็นพัฒนาระบบปัจจุบัน สร้างขั้นแบบสอบถาม ขอบเขตของเนื้อหา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

5.1.3 นำแบบสอบถามที่ได้ออกแบบให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและสถิติจำนวน 2 ท่าน ตรวจความเที่ยงตรงของวัตถุประสงค์ เนื้อหาและภาษาที่ใช้ จากนั้นนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงเนื้อหาของคำถามแต่ละข้อของแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมสมตรงตามวัตถุประสงค์ของคำถามการวิจัย การทดสอบหาความเชื่อมั่น โดยคณะกรรมการวิจัยได้นำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลfa ของ cronbach ได้ค่าแอลfa เท่ากับ 0.50 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

5.1.4 การศึกษาศักยภาพของบริจูดีนค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของจังหวัดนครปฐม ความต้องการของรูปแบบสินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภทและรูปแบบบริจูดีนค้าที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม จากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ ผู้เกี่ยวข้องด้านท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมทั้งทางตรงและทางอ้อมในภาครัฐและเอกชน ในการวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน นักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 15 คน และผู้เกี่ยวข้องด้านท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนในนครปฐม เช่น พานิชย์จังหวัดเจ้าหน้าที่สำนักงานท่องเที่ยว อุตสาหกรรมจังหวัด พัฒนาชุมชนและมัคคุเทศก์ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 15 คน เพื่อยืนยันผลการสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและความต้องการของรูปแบบ

บรรจุภัณฑ์ ผลการวิจัยได้ทราบประเภทสินค้าทางการเกษตรโดยอนิยมที่ต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 15 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หมูแผ่น หมูหยอง หมูแห้งกรอบ กุนเชียงหมู ขันมเปี้ยะ ปลาแดดเดี่ยว ข้าวหลามส้มโโค ไข่เค็ม ผั่งสุด น้ำพริกคลุกข้าว กล้วยม้วน กล้วยกรอบ ข้าวตังหมูหยองมะเขือเทศราซินีอบแห้ง มะพร้าวแก้ว และทราบความต้องการลักษณะบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม เพื่อเป็นแนวทางในการคัดเลือกตัวอย่างสินค้ามาออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้เหมาะสมกับประเภทสินค้าและการจัดจำหน่าย

5.1.5 ส้มภาษณ์เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนจังหวัดนครปฐม เพื่อคัดเลือกผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้ายอดนิยมตามประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ จำนวน 15 ราย ซึ่งสินค้าผ่านการรับรองมาตรฐานคุณภาพของจังหวัด เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน (มพช.) จากการคัดสรรคุณภาพสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน (มพช.) ปี 2552 หรือมาตรฐานอาหารปลอดภัย(อย.) หรือมาตรฐานการรับรองอื่น เช่น เชลล์ชวนซิม เป็นต้น

5.1.6 ส้มภาษณ์ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้ายอดนิยมตามประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ทั้ง 15 ราย เป็นการส้มภาษณ์แบบมีโครงสร้าง มีการกำหนดคำถามไว้ล่วงหน้าและเป็นการส้มภาษณ์เป็นผู้ประกอบการแต่ละราย เพื่อหาข้อมูลของสินค้าแต่ละประเภท เกี่ยวกับลักษณะของสินค้า ระดับการรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า การจัดจำหน่าย จุดเด่นของสินค้า ภาพพิมพ์และความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท

5.1.7 พัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์และออกแบบตราสัญลักษณ์สินค้านครปฐม โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาเป็นแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ภายใต้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก เพื่อจัดทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางการเกษตร 15 ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัด 2 รูปแบบ

5.1.8 นำบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมาทดลองใช้งานและประเมินผลความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ออกแบบเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม กับนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน พบว่าผู้บริโภค มีความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ทั้งด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ยืดอายุสินค้าให้เก็บได้นานขึ้น ป้องกันการชำรุดเสียหาย ลดภาระต่อการใช้งาน สร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้า บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม เหมาะสมซึ่งเป็นของฝาก ในขณะเดียวกันสามารถเผยแพร่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมได้เป็นอย่างดี เท่ากับเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมไปพร้อมกัน

## 5.2 ข้อเสนอแนะ

### 5.2.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

5.2.1.1. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภทเพื่อจัดทำเป็นบรรจุภัณฑ์กลางสำหรับผู้ประกอบการสินค้าแต่ละประเภทนั้น พบว่าสินค้าจากผู้ประกอบการแต่ละรายมีระดับคุณภาพที่แตกต่างกัน บางรายไม่มีการรับรองคุณภาพมาตรฐานจากจังหวัด ดังนั้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กลางสำหรับสินค้าแต่ละประเภทของจังหวัดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้านั้นๆ แต่จาก การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐของจังหวัด เห็นว่าการใช้บรรจุภัณฑ์กลางสำหรับสินค้าแต่ละประเภท หากไม่สามารถรักษามาตรฐานสินค้าได้ทุกรายจะทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าของจังหวัดน Crowley ได้

5.2.1.2. การคัดเลือกสินค้าเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ ผลจากการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้ายอดนิยมจำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการพัฒนาฐานรูปแบบบรรจุภัณฑ์จึงสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่จากการวิจัยครั้งนี้พบว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมีลักษณะที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทย เช่น ประเภทสินค้า ภาพกราฟฟิก สีสันของบรรจุภัณฑ์ ประวัติเรื่องราวของสินค้าที่สัมพันธ์กับชุมชน ตลอดจนตัวหนังสือบนบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวแต่ละชาติมีความต้องการสินค้าที่แตกต่างกัน

5.2.1.3. หน่วยงานของรัฐ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน พัฒนาระบบจังหวัด ต่างเห็นความสำคัญของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนให้มีคุณภาพและรูปแบบที่สวยงามมากขึ้น โดยการอบรมด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ผู้ประกอบการระดับชุมชน เพื่อต้องการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง แต่จากผลการดำเนินการของผู้เข้าอบรมพบว่าไม่สามารถจัดทำบรรจุภัณฑ์ได้เอง เนื่องจากต้องอาศัยทักษะและความรู้ด้านการออกแบบเป็นอย่างดี อีกทั้งอุปกรณ์ช่วยในการออกแบบชั้นสูง จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่ได้พัฒนาฐานรูปแบบบรรจุภัณฑ์อย่างจริงจัง แม้ทางจังหวัดได้มีการช่วยเหลือผู้ประกอบการ โดยจัดทำบรรจุภัณฑ์ของสินค้าแต่ละประเภทของชุมชนที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงของจังหวัด แต่รูปแบบยังไม่เหมาะสมกับประเภทสินค้าอย่างแท้จริง และขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งชุมชนไม่มีศักยภาพในการลงทุนผลิตบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรครั้งนี้จะเป็นการนำร่องของการพัฒนาฐานรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนของจังหวัด Crowley ซึ่งสินค้าประเภทอื่นๆสามารถใช้สัญลักษณ์ที่ออกแบบร่วมได้ เช่น สินค้าประเภทของใช้ของประดับตกแต่ง ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมต่างๆที่ผลิตในจังหวัด Crowley เพื่อสร้างแบรนด์เอกลักษณ์ของสินค้านครปฐมอย่างต่อเนื่อง

5.2.1.4. ผลงานการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรครั้งนี้จะสัมฤทธิ์ผลอย่าง