



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐม

Development of Agro Product Packaging for Tourism in Nakhon Pathom

โดย ผศ.สุภาวดี พันธ์อำพน และคณะ

ธันวาคม 2552

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว

จังหวัดนครปฐม

คณะผู้วิจัย

สังกัด

1. ผศ.สุภาวดี พันธ์อำพน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
2. นางศรีสุตา ลีลาสุวัฒน์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

ชุดโครงการ

“การวิเคราะห์บริบทเชื่อมโยงการพัฒนาศักยภาพของผลิตภัณฑ์

ทางการเกษตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม”

สนับสนุนโดยสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)

(ความเห็นในรายงานนี้เป็นของผู้วิจัย สกว.ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยเสมอไป)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยความอนุเคราะห์ของรองศาสตราจารย์สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ อาจารย์มณฑลรัฐ ทองใหญ่และคุณสัจใจ พูลทรัพย์ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิในการให้คำแนะนำการกำหนดกรอบแนวคิดของการทำวิจัยและตรวจสอบเครื่องมือในการเก็บข้อมูล พร้อมทั้งเสนอแนะการออกแบบและพัฒนาบรรจุกณ์เพื่อให้มีความเหมาะสม

ขอขอบคุณเจ้าหน้าที่สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดนครปฐมทุกท่าน ในความอนุเคราะห์ข้อมูลสินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐม แนะนำผู้ประกอบการผลิตสินค้าชุมชนที่มีคุณภาพมาตรฐานครั้งนี้รับรองเป็นที่ยอมรับของจังหวัด และผู้ประกอบการที่คัดเลือกเข้าร่วมโครงการทุกท่านทุกท่านที่ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดี จนสามารถทำให้งานวิจัยสำเร็จลุล่วง

ขอขอบคุณรองศาสตราจารย์ดร.อิสสระีย์ พระราชครูบุญโรจน์ อธิการบดีมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์และอาจารย์มงคล ไชยวงศ์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ในการพิมพ์บรรจุกณ์ต้นแบบประกอบการทำวิจัยครั้งนี้

สุดท้ายนี้หวังว่าคุณประโยชน์ใดๆอันพึงเกิดจากการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยขอมอบให้แก่ทุกท่านที่เกี่ยวข้องด้วยความเคารพยิ่ง

สุภาวดี พันธ์อำพนและคณะ

1 ธันวาคม 2552

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดที่มีสินค้าทางการเกษตรหลากหลายชนิดที่มีชื่อเสียงติดตลาดและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ได้แก่ หนุ่ ส้มโอ กล้วยไม้ มะพร้าวและผลไม้อื่นๆเช่น ฝรั่ง ชมพู มะม่วง แก้วมังกร เป็นต้น อีกทั้งมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายทั้งด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณีและวิถีชีวิตที่หลากหลายของประชากร ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่งตั้งอยู่ไม่ห่างไกลกันมากนัก การเดินทางไปมาสะดวกพร้อมทุกด้าน นักท่องเที่ยวจะสามารถเดินทางไปเยือนและได้รับความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ เช่น วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระปฐมเจดีย์ พระราชวังสนามจันทร์ พระตำหนักทักษิณ วัดพระประโทนเจดีย์ วัดดอนยายหอม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีตลาดน้ำอีกหลายแห่ง เช่น ตลาดน้ำวัดกลางบางแก้ว ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ตลาดดอนหวาย ตลาดน้ำลำพญา ล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์ ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน วัดไร่ขิง สวนสามพราน สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ พุทธมณฑล พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย พิพิธภัณฑ์วิถีชีวิตชาวนาไทย สวนปาล์มไพร่อดปักษ์ไม้ลาย สวนพฤกษศาสตร์และสวนแสนปาล์ม เป็นต้น

นักท่องเที่ยวที่มาจังหวัดนครปฐมในระยะเวลาสั้นๆยังไม่เกิดการประทับใจในการเลือกซื้อสินค้าเนื่องจากนักท่องเที่ยวขาดความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพของสินค้าที่ยังไม่มีการรับรองคุณภาพ อีกทั้งสินค้ายังขาดการสร้างการเชื่อมโยงตราสินค้าและพื้นที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในจังหวัด ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมในฐานะเมืองผ่านยังไม่มีคุณภาพ การศึกษาถึงปัญหา การใช้ประโยชน์ แนวทางและยุทธศาสตร์ในการสร้าง ส่งเสริมและรักษาตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เกษตรที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมจะส่งผลให้สินค้าการเกษตรมีความต้องการและปริมาณเพิ่มมากขึ้น

ดังนั้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมจะทำให้นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้าและความสนใจในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครปฐมจะเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยจะพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.)หรือมาตรฐานอาหารปลอดภัย ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วจะต้องสามารถคุ้มครองสินค้าให้มีอายุยืนยาวและป้องกันการชำรุดเสียหาย ตลอดจนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามน่าสนใจและมีเอกลักษณ์ของชุมชนสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค อันจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ของจังหวัดนครปฐมและเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เป็น salesman ไร้เสียงซึ่งเป็นด่านแรกในการ

เพิ่มยอดจำหน่ายสินค้าของที่ระลึกมากขึ้น สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมที่มีชื่อเสียงติดตลาดและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม โดยศึกษาศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรจังหวัดนครปฐมในปัจจุบันและความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าแต่ละประเภท การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเกิดขึ้นจากความต้องการเชื่อมโยงตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบัน พฤติกรรมของผู้บริโภคและความต้องการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าแต่ละประเภทของผู้บริโภค แล้วนำผลมาเป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้านิยามและมีปริมาณการจำหน่ายสูง การวิจัยเริ่มจากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเอกสารต่างๆมาสร้างแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ มัคคุเทศก์และผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนรวมทั้งสิ้น 30 คน พบว่านักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้า ได้แก่ หมูแผ่น หมูหยอง หมูแท่งกรอบ กุนเชียงหมูเพื่อสุขภาพ ขนมเปี๊ยะอบเทียน ปลาแดดเดียว ข้าวหลาม ส้มโอ ไข่เค็ม ฝรั่งสด น้ำพริกคั่วข้าว ก๋วยเตี๋ยวหลอด ข้าวต้มหมูหยอง มะเขือเทศอบแห้ง มะพร้าวแก้ว นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์เพื่อออกแบบและพัฒนาารูปแบบบรรจุภัณฑ์ จากนั้นทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 15 ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดอีกหนึ่งรูปแบบ นำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบไปทดลองใช้งานจริง แล้วประเมินผลความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ซึ่งผลจากการสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์และการใช้งานสวยงามมีเอกลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม สามารถสร้างความมั่นใจในคุณภาพสินค้าให้กับนักท่องเที่ยว และบรรจุภัณฑ์กลางมีประสิทธิภาพในการให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวพร้อมเส้นทางคมนาคมได้เป็นอย่างดี

บทคัดย่อ

รหัสโครงการ : ABTC/NKP/0004

ชื่อโครงการ : การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

ชื่อนักวิจัย : สุภาวดี พันธ์อำพน ศรีสุตา ลีลาสุวัฒน์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

E-mail Address : supavadee_tech@yahoo.com

ระยะเวลาโครงการ : 1 ตุลาคม 2551 ถึง 30 กันยายน 2552

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม โดยศึกษาศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรจังหวัดนครปฐมในปัจจุบันและความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าแต่ละประเภท การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเกิดขึ้นจากความต้องการเชื่อมโยงตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ลักษณะบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบัน พฤติกรรมของผู้บริโภคและความต้องการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าแต่ละประเภทของผู้บริโภค แล้วนำผลมาเป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าของตนเอง และมีปริมาณการจำหน่ายสูง การวิจัยเริ่มจากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลเอกสารต่างๆมาสร้างแบบสอบถาม เพื่อสำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน สัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ มัคคุเทศก์ และผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนรวมทั้งสิ้น 30 คน นำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์เพื่อออกแบบและพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ จากนั้นทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 15 ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดอีกหนึ่งรูปแบบ นำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบไปทดลองใช้งานจริง แล้วประเมินผลความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน

ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ทั้งด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ยืดอายุสินค้าให้เก็บได้นานขึ้น ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งาน สร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามเหมาะสมจะซื้อเป็นของฝาก ในขณะที่เดียวกันสามารถเผยแพร่ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมได้เป็นอย่างดี เท่ากับเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมไปพร้อมๆกัน

คำหลัก : การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 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 ทึบ)

บทสรุปสำหรับผู้บริหาร

บทคัดย่อภาษาไทย

บทคัดย่อภาษาอังกฤษ

สารบัญ

สารบัญตาราง

สารบัญภาพ

บทที่ 1 บทนำ (Cordia New 16 ทึบ)	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	35
ตารางที่ 2	67
ตารางที่ 3	70
ตารางที่ 4	71
ตารางที่ 5	72
ตารางที่ 6	75
ตารางที่ 7	115
ตารางที่ 8	118
ตารางที่ 9	119
ตารางที่ 10	120
ตารางที่ 11	121
ตารางที่ 12	122
ตารางที่ 13	123
ตารางที่ 14	124
ตารางที่ 15	125
ตารางที่ 16	126

สารบัญตาราง(ต่อ)

		หน้า
ตารางที่ 17	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ฝรั่งสดแปรรูปของตราไฉ่พรทิพย์	127
ตารางที่ 18	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์น้ำพริกคลุกข้าวตราแม่พยอม	128
ตารางที่ 19	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบคุณแจ้ว	129
ตารางที่ 20	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ ความพึงพอใจ บรรจุภัณฑ์ข้าวตังหน้าหมูหยองตราขวัญตา	130
ตารางที่ 21	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์มะเขือเทศราชินีอบแห้งตราแม่จอย	131
ตารางที่ 22	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์มะพร้าวแก้วกมลทิพย์	132
ตารางที่ 23	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์กลางเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม	133

สารบัญภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แสดงตราสัญลักษณ์ที่คัดเลือกเพื่อสื่อถึงจังหวัดนครปฐม	81
ภาพที่ 2 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมหมูแผ่น	83
ภาพที่ 3 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบหมูแผ่นที่พัฒนาออกแบบใหม่	84
ภาพที่ 4 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมหมูหยอง	85
ภาพที่ 5 แสดงบรรจุภัณฑ์ต้นแบบหมูหยองที่พัฒนาออกแบบใหม่	86
ภาพที่ 6 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมหมูแท่งกรอบ	87
ภาพที่ 7 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบหมูแท่งกรอบที่พัฒนาออกแบบใหม่	88
ภาพที่ 8 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมกุนเชียง	89
ภาพที่ 9 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบกุนเชียงที่พัฒนาออกแบบใหม่	90
ภาพที่ 10 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมขนมเปี๊ยะอบเทียน	91
ภาพที่ 11 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบขนมเปี๊ยะอบเทียนที่พัฒนาออกแบบใหม่	92
ภาพที่ 12 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมของปลาแดดเดียว	93
ภาพที่ 13 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบปลาแดดเดียวที่พัฒนาออกแบบใหม่	94
ภาพที่ 14 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมข้าวหลาม	95
ภาพที่ 15 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ข้าวหลามที่พัฒนาออกแบบใหม่	96
ภาพที่ 16 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมส้มโอ	97
ภาพที่ 17 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบส้มโอที่พัฒนาออกแบบใหม่	98
ภาพที่ 18 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมไข่เค็ม	99
ภาพที่ 19 แสดงบรรจุภัณฑ์ต้นแบบไข่เค็มที่พัฒนาออกแบบใหม่	100
ภาพที่ 20 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมฝรั่งสด	101
ภาพที่ 21 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบฝรั่งสดที่พัฒนาออกแบบใหม่	102
ภาพที่ 22 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมน้ำพริกคลุกข้าว	103
ภาพที่ 23 แสดงบรรจุภัณฑ์ต้นแบบน้ำพริกคลุกข้าวที่พัฒนาออกแบบใหม่	104
ภาพที่ 24 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมกล้วยกรอบ กล้วยม้วน	105
ภาพที่ 25 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบกล้วยหอมที่พัฒนาออกแบบใหม่	106
ภาพที่ 26 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมของข้าวตังหมูหยอง	107
ภาพที่ 27 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบข้าวตังหมูหยองที่พัฒนาออกแบบใหม่	108

สารบัญภาพ (ต่อ)

	หน้า
ภาพที่ 28 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมมะเขือเทศอบแห้ง	109
ภาพที่ 29 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบมะเขือเทศอบแห้งที่พัฒนาออกแบบใหม่	110
ภาพที่ 30 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมมะพร้าวแก้ว	111
ภาพที่ 31 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบมะพร้าวแก้วที่พัฒนาออกแบบใหม่	112
ภาพที่ 32 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดนครปฐมแบบที่ 1	113
ภาพที่ 33 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดนครปฐมแบบที่ 2	114

บทที่ 1 บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นอีกหนึ่งยุทธศาสตร์ที่รัฐบาลให้ความสำคัญ เนื่องจากในปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวได้กลายเป็นอุตสาหกรรมหลักที่นำรายได้เข้าประเทศสูงสุด และนโยบายของรัฐบาลได้มุ่งส่งเสริมให้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการแก้ปัญหาทางเศรษฐกิจ การพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม โดยเน้นการส่งเสริมสินค้าเกษตรเชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด ซึ่งในบทนี้จะกล่าวถึงหลักการและเหตุผล วัตถุประสงค์ของโครงการ คำถามการวิจัย นิยามศัพท์เฉพาะ ขอบเขตของการวิจัย ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับจากโครงการ และแนวทางการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์

1.1 หลักการและเหตุผล

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

จังหวัดนครปฐมมีสินค้าทางการเกษตรหลากหลายชนิดที่มีชื่อเสียงติดตลาดและเป็นที่รู้จักของผู้บริโภค ได้แก่ หนุ่ย ส้มโอ กล้วยไม้ มะพร้าวและผลไม้อื่นๆ เช่น ฝรั่ง ชมพู แก้วมังกร เป็นต้น หากได้มีการศึกษาถึงปัญหา การใช้ประโยชน์ แนวทางและยุทธศาสตร์ในการสร้าง ส่งเสริมและรักษาตราสินค้าของผลิตภัณฑ์เกษตรที่เชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมจะส่งผลให้สินค้าการเกษตรมีความต้องการและปริมาณเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะจังหวัดนครปฐมมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายทั้งด้านโบราณสถาน โบราณวัตถุ ประเพณีและวิถีชีวิตที่หลากหลายของประชากร ซึ่งสถานที่ท่องเที่ยวในแต่ละแห่งตั้งอยู่ไม่ห่างไกลกันมากนัก การเดินทางไปมาสะดวกพร้อมทุกด้าน นักท่องเที่ยวจะสามารถเดินทางไปเยือนและได้รับความเพลิดเพลินในการท่องเที่ยวอย่างเต็มที่ เช่น วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร พิพิธภัณฑ์สถานแห่งชาติพระปฐมเจดีย์ พระราชวังสนามจันทร์ พระตำหนักทับขวัญ วัดพระประโทนเจดีย์ วัดดอนยายหอม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีตลาดน้ำอีกหลายแห่ง เช่น ตลาดน้ำวัดกลางบางแก้ว ตลาดน้ำวัดกลางคูเวียง ตลาดดอนหวาย ตลาดน้ำลำพญา

ล่องเรือชมสวนเลียบคลองมหาสวัสดิ์ ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน วัดไร่ขิง สวนสามพราน สวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ พุทธมณฑล พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย พิพิธภัณฑ์วิถีชีวิตชาวนาไทย สวน ป่าสมุนไพรวัดป่าไม้ลาย สวนพฤกษศาสตร์และสวนแสนปาล์ม เป็นต้น นักท่องเที่ยวที่มาจังหวัด นครปฐมในระยะเวลาสั้นๆยังไม่เกิดการประทับใจในการเลือกซื้อสินค้าเนื่องจากสินค้าขาดความ มั่นใจในมาตรฐานคุณภาพของสินค้าที่ยังไม่มีการรับรองคุณภาพ อีกทั้งสินค้ายังขาดการสร้าง การเชื่อมโยงตราสินค้าและพื้นที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในจังหวัด ทำให้การพัฒนาการท่องเที่ยว จังหวัดนครปฐมในฐานะเมืองผ่านยังไม่มีคุณภาพ

ดังนั้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรจะสามารถเชื่อมโยงตราสินค้าของ ผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมได้เป็นอย่างดี โดยจะพัฒนา บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่ได้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน(มผช.)หรือมาตรฐานอาหารปลอดภัย ซึ่ง บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วจะต้องสามารถคุ้มครองสินค้าให้มีอายุยืนยาวและป้องกันการชำรุดเสียหาย ตลอดจนการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามน่าสนใจและมีเอกลักษณ์ของชุมชน สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค อันจะเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับผลิตภัณฑ์ของจังหวัด นครปฐมและเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้เป็นที่รู้จักเพิ่มขึ้น เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เป็น Salesmanไร้เสียงซึ่งเป็นด่านแรกในการเพิ่มยอดขายสินค้าของที่ระลึกมากขึ้น สินค้าทาง การเกษตรของจังหวัดนครปฐมที่มีชื่อเสียงติดตลาดและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภคแล้ว เช่น ทุเรียน กล้วยไม้และมะพร้าว เป็นต้น ซึ่งสินค้าทางการเกษตรเหล่านี้สามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้ หลายรูปแบบ เช่น กุนเชียง ทุเรียนแผ่น ทุเรียนหยอง ทุเรียนฝอย ทุเรียนทุบ เป็นต้น ส้มโอ สินค้า ประเภทกล้วยไม้ จัดจำหน่ายแบบตัดดอกหรือจำหน่ายทั้งต้นและดอกกล้วยไม้อบแห้งเคลือบเรซิน เป็นที่ระลึก สินค้าจากมะพร้าวจำหน่ายเป็นผลมะพร้าวสด มะพร้าวเผา วุ้นในผลมะพร้าว น้ำ มะพร้าวหอมบรรจุใส่ถุงหรือแก้วจำหน่าย มะพร้าวแก้ว เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีผลไม้สดอื่นๆ เช่น ชมพู ฝรั่ง ขนุน แก้วมังกรและผักสดปลอดสาร เช่น ผักกาด คะน้า ผักชี ต้นหอม เป็นต้น

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวครั้งนี้จะเป็นการจัดทำบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าทางการเกษตรที่จำหน่ายในจังหวัด นครปฐม ซึ่งเป็นที่ยอมรับและมีปริมาณการจำหน่ายมาก โดยการใช้ตรามาตรฐานผลิตภัณฑ์ ชุมชนของจังหวัด(มผช.) และตรามาตรฐานอาหารปลอดภัยซึ่งหน่วยงานของจังหวัดเป็นผู้ตรวจสอบ และรับรองคุณภาพ พร้อมทั้งสัญลักษณ์ของสินค้าเกษตรจังหวัดนครปฐม อันจะเป็นการสร้าง ความมั่นใจให้กับผู้บริโภค อีกทั้งจะเป็นการส่งเสริมการท่องเที่ยวและจำหน่ายสินค้าของจังหวัดนครปฐม ได้เป็นอย่างดี

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวไทยจึงดำเนินโครงการ “การวิเคราะห์บริบทเชื่อมโยงตราสินค้าของผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม” โดยมีวัตถุประสงค์ในการสร้างการเชื่อมโยงตราสินค้าเกษตรและพื้นที่ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในจังหวัด ดังนั้นคณะผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม เนื่องจากพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในคุณภาพของสินค้าแต่ยังขาดรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น การพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครปฐมจะเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

1.2 วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมให้มีรูปแบบที่สวยงามมีเอกลักษณ์ของจังหวัด สามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม อันจะเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดได้เป็นอย่างดี
2. เพื่อศึกษาศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของจังหวัดนครปฐม และความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

1.3 คำถามการวิจัย

1. ศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างไร
2. ความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภทในจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างไร
3. รูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างไร

1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่ทำหุ้มผลิตภัณฑ์หรือสินค้าสำหรับป้องกันความชำรุดเสียหายจากการขนส่งและจัดจำหน่าย

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปเพื่อไปพักผ่อนหย่อนใจ เป็นการเดินทางชั่วคราวด้วยความสมัครใจที่มีค่าใช้จ่ายเพื่อการประกอบอาชีพหรือการทำงานหารายได้

พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง การกระทำหรือแสดงออกของบุคคลใดบุคคลหนึ่งที่เกี่ยวข้องกับการซื้อสินค้าและบริการจากองค์กรทางการตลาดทั้งหลาย เป็นกระบวนการของบุคคลที่จะตัดสินใจว่าจะซื้อสินค้าหรือบริการหรือไม่ ถ้าซื้อจะซื้อที่ไหน เมื่อไหร่ อย่างไรและซื้อจากใคร ซึ่งการตัดสินใจดังกล่าวจะประกอบไปด้วยกิจกรรมต่างๆทั้งทางกายและใจ

สินค้าเกษตรไม่แปรรูป หมายถึง สินค้าที่ผลิตขึ้นมาจากพืชและสัตว์ที่ยังไม่ได้ผ่านกระบวนการถนอมอาหาร เช่น ทอด ต้ม ลวก นึ่ง พาสเจอร์ไรซ์(Pasteurization) สเตอริไรซ์ (Sterilization) เช่น เนื้อสัตว์ ผลไม้สด พืชผักสด เป็นต้น

สินค้าเกษตรแปรรูป หมายถึง สินค้าที่ผลิตขึ้นมาจากพืชและสัตว์ที่ได้ผ่านกระบวนการถนอมอาหาร เช่น ทอด ต้ม ลวก นึ่ง พาสเจอร์ไรซ์(Pasteurization) สเตอริไรซ์ (Sterilization) เช่น ลูกชิ้น ผลไม้แช่อิ่ม ยาสมุนไพรบรรจุขวด เป็นต้น

1.5 ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้จะมีขอบเขตในการศึกษาดังนี้

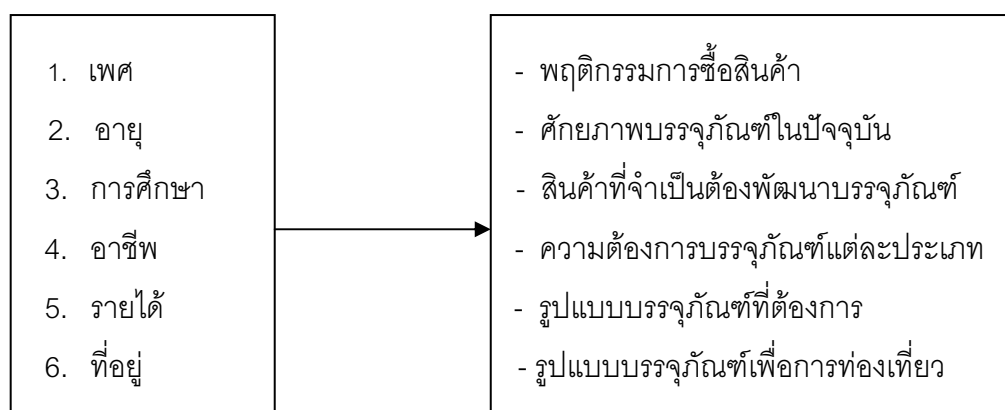
- 1.5.1 พฤติกรรมการบริโภคสินค้าทางการเกษตรของนักท่องเที่ยวในสินค้าแต่ละประเภท
- 1.5.2 ศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบัน
- 1.5.3 พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่นักท่องเที่ยวนิยมบริโภค จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์
- 1.5.4 ออกแบบบรรจุภัณฑ์กลางสำหรับสินค้าจังหวัดนครปฐมที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวและมีเอกลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม

กรอบแนวความคิดของโครงการวิจัย

แนวคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร ในเรื่องของปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม รวมทั้งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ได้ศึกษาค้นคว้ามานั้น คณะผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้

ตัวแปรอิสระ
(independent variables)

ตัวแปรตาม
(dependent 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 สะดวกในการบริโภคและการจัดจำหน่ายสินค้า รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามสอดคล้องตามเอกลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม โดยทางจังหวัดสามารถนำรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ไปเผยแพร่ให้กับผู้ประกอบการสินค้าในจังหวัดนครปฐม

1.8 แนวทางในการนำผลงานผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

บรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภทที่ผ่านการประเมินความพึงพอใจของการใช้งานสามารถนำไปผลิตเพื่อเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าของจังหวัดนครปฐมต่อไป โดยทางจังหวัดสามารถนำไปเผยแพร่ให้ผู้ประกอบการสินค้าแปรรูปทางการเกษตรแต่ละประเภท ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนารูปแบบใหม่จะมีความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ยืดอายุสินค้าให้เก็บได้นานขึ้น ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งาน สร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้า บรรจุภัณฑ์ มีความสวยงามเหมาะสมจะซื้อเป็นของฝาก ในขณะเดียวกันสามารถเผยแพร่ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมได้เป็นอย่างดี เท่ากับเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมไปพร้อมๆกัน

1.9 สรุป

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐม เป็นการจัดทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางการเกษตรยอดนิยมที่จำหน่ายในจังหวัดนครปฐม จำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ ที่ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัด(มผช.) และมาตรฐานอาหารปลอดภัย(อย.)

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

บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์และพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท เพื่อหาศักยภาพของบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันตลอดจนความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท โดยการรวบรวมแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเนื้อหา ดังนี้

2.1 การทบทวนวรรณกรรม

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.3 สรุป

2.1 การทบทวนวรรณกรรม

2.1.1 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดนครปฐม

2.1.1.1 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดนครปฐม

"นครปฐม" เป็นอู่อารยธรรมสำคัญที่มีประวัติความเป็นมายาวนานในแผ่นดินสุวรรณภูมิ จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวว่า เมืองนครปฐมแต่เดิมนั้นตั้งอยู่ริมทะเลเป็นเมืองเก่าแก่ มีความเจริญรุ่งเรืองมานับตั้งแต่สมัยสุวรรณภูมิและเป็นราชธานีสำคัญในสมัยทวารวดี ในยุคนั้น นครปฐมเป็นแหล่งเผยแพร่อารยธรรมจากประเทศอินเดีย ซึ่งรวมทั้งพุทธศาสนา นครปฐมจึงเป็น ศูนย์กลางของความเจริญมีชนชาติต่างๆอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่เป็นจำนวนมากต่อมาได้เกิดความแห้งแล้งขึ้นในเมืองนครปฐม เพราะกระแสน้ำที่ไหลผ่านตัวเมืองเปลี่ยนเส้นทางประชาชนจึงอพยพไปตั้งหลักแหล่งอยู่ริมน้ำและสร้างเมืองใหม่ขึ้นชื่อ " นครชัยศรี " หรือ " ศรีวิชัย " นครปฐมจึงกลายเป็นเมืองร้างมาเป็นเวลาหลายร้อยปี จนกระทั่งพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ขณะที่ยังทรงผนวชอยู่ได้ถูกดลใจไปพบพระปฐมเจดีย์ ทรงเห็นว่าเป็นเจดีย์องค์ใหญ่ไม่มีที่ไหนเทียบเท่าครั้งเมื่อพระองค์ได้ทรงครองราชย์จึงโปรดฯให้ก่อเจดีย์แบบลังกาครอบเจดีย์เดิมไว้ ทรงปฏิสังขรณ์สิ่งต่างๆในบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ให้มีสภาพดีและโปรดฯให้ขุดคลองเจดีย์บูชาเพื่อให้การคมนาคมสะดวกขึ้น ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้เริ่มก่อสร้างทางรถไฟสายใต้ไปยังเมืองนครปฐม พระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงโปรดเกล้าฯให้ย้ายเมืองจากตำบลท่งน้ำอ้อมนครชัยศรีมาตั้งที่บริเวณพระปฐมเจดีย์ ต่อมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวได้โปรดฯให้สร้างพระราชวังสนามจันทร์สำหรับเป็นที่เสด็จแปรพระราชฐานและโปรดฯให้ตัดถนนเพิ่มขึ้นอีกหลายสายรวมทั้งสร้างสะพานใหญ่ข้ามคลองเจดีย์บูชาและได้โปรดฯให้เปลี่ยนชื่อจากเมือง " นครชัยศรี " เป็น " นครปฐม "

สัญลักษณ์จังหวัดนครปฐม



ตราประจำจังหวัดนครปฐม รูปเจดีย์องค์ใหญ่และมีมงกุฎติดอยู่ที่พระปฐมเจดีย์

- เจดีย์องค์ใหญ่ คือ องค์พระปฐมเจดีย์ที่พระโศภนและพระอูตระได้สร้างขึ้น
- มงกุฎ หมายถึง พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ผู้ทรงอุปถัมภ์สร้างองค์พระปฐมเจดีย์ ต่อเติมให้สูงใหญ่สง่างามตามปรากฏในปัจจุบัน
- จังหวัดนครปฐม ใช้ตัวย่อว่า "นฐ"



ธงประจำจังหวัดนครปฐม

คำขวัญจังหวัดนครปฐม

" ส้มโอหวาน ข้าวสารขาว ลูกสาวงาม ข้าวหลามหวานมัน สนามจันทร์งามล้น พุทธมณฑลคู่ธานี พระปฐมเจดีย์เสียดฟ้า "

ต้นไม้ประจำจังหวัดนครปฐม



ชื่อพรรณไม้ จัน *Diospyros decandra* Lour

2.1.1.2 ที่ตั้งและอาณาเขต

จังหวัดนครปฐมเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางด้านตะวันตก ตั้งอยู่บริเวณลุ่มแม่น้ำท่าจีน ซึ่งเป็นพื้นที่บริเวณที่ราบลุ่มภาคกลาง โดยอยู่ระหว่างเส้นรุ้งที่ 13 องศา 45 ลิปดา 10 พิลิปดา เส้นแวงที่ 100 องศา 4 ลิปดา 28 พิลิปดา มีพื้นที่ 2,168.327 ตารางกิโลเมตร หรือ 1,355,204 ไร่เท่ากับร้อยละ 0.42 ของประเทศ มีพื้นที่เป็นอันดับที่ 62 ของประเทศ อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครไปตามเส้นทาง

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

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

ทิศใต้ ติดต่อกับ อำเภอกระทุ่มแบน อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร และอำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอไทรน้อย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีและเขตทวีวัฒนา เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร อำเภอบางไทร จังหวัด พระนครศรีอยุธยา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ อำเภอบ้านโป่ง อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรีและอำเภอท่ามะกา อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี

2.1.1.3 สภาพภูมิประเทศ

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบไม่มีภูเขาและป่าไม้ ระดับความสูงของพื้นที่แตกต่างกัน 2-10 เมตร เหนือระดับน้ำทะเลปานกลาง สภาพพื้นที่โดยทั่วไปสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 6 เมตรลาดเอียงจากทิศเหนือสู่ทิศใต้และทิศตะวันตกสู่ทิศตะวันออก มีแม่น้ำท่าจีนไหลผ่านจากทิศเหนือสู่ทิศใต้พื้นที่ทางตอนเหนือ และตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่เป็นที่ดอนมีระดับความสูง 6-10 เมตร ส่วนพื้นที่ตอนกลางของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่มมีที่ดอนกระจ่ายเป็นแห่ง ๆ มีแหล่งน้ำกระจายอยู่ทั่วไป พื้นที่ด้านตะวันออกและทิศใต้เป็นที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนมีคลองธรรมชาติ และคลองข่อยที่ขุดขึ้นเพื่อการเกษตรและคมนาคมมากมาย

2.1.1.4 สภาพภูมิอากาศ

ปริมาณน้ำฝน จากสถิติข้อมูลปริมาณน้ำฝนของจังหวัดนครปฐม โดยใช้ข้อมูลของสถานีอุตุนิยมวิทยานครปฐม ย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2547 -2551) ปริมาณน้ำฝนจะอยู่ในช่วง 700 -1,200 มิลลิเมตร ฝนตกมากที่สุดในปี 2550 วัดได้ 1,192.9 มิลลิเมตร จำนวนวันที่ฝนตก 107 วัน ส่วนวันที่ฝนตกน้อยที่สุดในปี พ.ศ. 2547 วัดได้ 712.8 มิลลิเมตร จำนวนวันที่ฝนตก 78 วัน (ที่มา : สถานีอุตุนิยมวิทยานครปฐม) จังหวัดนครปฐมสภาพภูมิอากาศมีฝนตกชุกในฤดูฝน ในฤดูหนาวอากาศไม่หนาวจัด ส่วนในฤดูร้อนอากาศค่อนข้างร้อน

อุณหภูมิ จากสถิติข้อมูลอุณหภูมิของจังหวัดนครปฐม โดยสถานีอุตุนิยมวิทยานครปฐม ย้อนหลัง 5 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

ฤดูฝนจะตกชุกมากในเดือนกรกฎาคมถึงตุลาคม อุณหภูมิเฉลี่ยทั้งปีประมาณ 26.9 องศาเซลเซียส ฤดูร้อนเริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคมถึงมิถุนายน โดยมีอุณหภูมิสูงสุด 37.5 องศาเซลเซียส ฤดูหนาวจะเริ่มตั้งแต่เดือนพฤศจิกายนถึงกุมภาพันธ์ โดยจะมีอากาศหนาวเย็นเป็นช่วงๆ มีอุณหภูมิต่ำสุด 16.2 องศาเซลเซียส และความชื้นสัมพัทธ์ เฉลี่ยประมาณ ร้อยละ 70

2.1.1.5 สภาพสังคม

ความเป็นราชธานีที่เก่าแก่มาแต่โบราณของจังหวัดนครปฐม จึงเป็นเมืองที่มีประชาชนหลากหลายเชื้อชาติที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานทำมาหากินจนกลายเป็นชาวจังหวัดนครปฐม ปัจจุบันสามารถจำแนกได้ 5 เชื้อชาติหลัก คือ เชื้อชาติเขมร ต่อมาเป็นชาวลาว เรียกว่าลาวเวียงจันทร์ ชาวมอญเป็นประชากรอีกกลุ่มหนึ่งที่อพยพเข้ามา เนื่องจากเกิดสงครามกลางเมืองกับพม่า เช่นกันกับคนจีนที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดโดยอพยพมาจากจีนแผ่นดินใหญ่ในสมัยรัชกาลที่ 2 และ 3 มักจะประกอบอาชีพพ่อค้าวานิชเป็นหลัก นอกจากนั้นยังมีไทยไซ่ง์เป็นอีกเชื้อชาติหนึ่ง ซึ่งไทยไซ่ง์นั้นเดิมเรียกว่าลาวไซ่ง์ โดยได้อพยพเข้ามาในสมัยรัชกาลที่ 3 นอกจากเชื้อชาติดังกล่าวมาแล้ว ยังมีแขกอีกเชื้อชาติหนึ่งซึ่งได้อพยพเข้ามาอาศัยในจังหวัดนครปฐม โดยมีชุมชนใหญ่อยู่ในบริเวณวัดพระชนาถหรือที่ชาวบ้านเรียกทั่วไป คือ วัดโคกแขก

2.1.1.6 ข้อมูลเศรษฐกิจ

สภาพทางเศรษฐกิจของจังหวัดนครปฐมในปี 2549 พบว่าประชากรมีรายได้เฉลี่ยต่อหัว 132,856 บาท ต่อปี เป็นอันดับ 13 ของประเทศ และเป็นอันดับที่ 5 ของภาคกลาง โดยทั้งจังหวัดมีผลิตภัณฑ์มวลรวม 132,409 ล้านบาท รายได้ส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับสาขาอุตสาหกรรมมากที่สุด คิดเป็นมูลค่า 15,702 ล้านบาท รองลงมาเป็นสาขาการขนส่ง ขยายปลีก คิดเป็นมูลค่า 10,962 ล้านบาท สาขาเกษตรกรรม เป็นอันดับ 3 คิดเป็นมูลค่า 10,313 ล้านบาท สาขาการขนส่ง สถานที่เก็บสินค้าและการคมนาคม คิดเป็นมูลค่า 5,239 ล้านบาท สาขาการก่อสร้าง คิดเป็นมูลค่า 4,347 ล้านบาท สาขาบริหารราชการ คิดเป็นมูลค่า 3,180 ล้านบาท สาขาตัวกลางทางการเงิน คิดเป็นมูลค่า 3,253 ล้านบาท สาขาการศึกษา คิดเป็นมูลค่า 4,128 ล้านบาท สาขาการไฟฟ้า ก๊าซและการประปา คิดเป็นมูลค่า 3,925 ล้านบาท สาขาการประมง คิดเป็นมูลค่า 3,244 ล้านบาท สาขาบริการด้านอสังหาริมทรัพย์ คิดเป็นมูลค่า 2,478 ล้านบาท การให้เช่าและบริการทางธุรกิจ คิดเป็นมูลค่า 2,364 ล้านบาท สาขาโรงแรมและภัตตาคาร 2,410 ล้านบาท สาขาการบริการด้านสุขภาพ และงานสังคมสงเคราะห์ คิดเป็นมูลค่า 2,122 ล้านบาท สาขาการบริการชุมชน สังคมและการบริการส่วนบุคคลอื่นๆ คิดเป็นมูลค่า 1,098 ล้านบาท สาขาการทำเหมืองแร่และเหมืองหิน คิดเป็นมูลค่า 1,244 ล้านบาท และสาขาถูกจ้างในครัวเรือนส่วนบุคคล คิดเป็นมูลค่า 120 ล้านบาท (ที่มา : สทนง. สถิติจังหวัด, สทนง.คณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ)

2.1.1.7 ข้อมูลเกษตรกรรม

จังหวัดนครปฐม มีพื้นที่เกษตรกรรม ทั้งสิ้น 760,337.75 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 56.1 ของพื้นที่ทั้งหมดการเกษตรกรรม เป็นสาขาการผลิตที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ประชากรส่วนใหญ่ ร้อยละ 23.43 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีพื้นที่การเกษตรประมาณร้อยละ 56.1 ของพื้นที่จังหวัด อาชีพเกษตรกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การทำนา ทำไร่ ทำสวนผลไม้ และการเลี้ยงสัตว์ ระบบการเกษตร ในจังหวัดนครปฐม จัดเป็นเขตเกษตรก้าวหน้าเพราะมีระบบชลประทานที่ดี โดยอาศัยแหล่งน้ำจาก กลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีนและแม่น้ำแม่กลอง ประกอบกับเกษตรกรจังหวัดนครปฐมมี ศักยภาพสูงสามารถเรียนรู้วิทยาการแบบใหม่ๆ และมีการใช้เทคโนโลยีในภาคการเกษตรที่พัฒนา พืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้ให้จังหวัด ได้แก่ ข้าว อ้อย ไม้ผล พืชผักต่างๆและไม้ดอกไม้ประดับ การ เกษตรกรรมของจังหวัดนครปฐมมีความเป็นไปได้สูงต่อการวางแผนจัดระบบการผลิต เพื่อเชื่อมโยงการ ส่งออก

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

การปศุสัตว์ ปี 2550 จังหวัดนครปฐม มีการเลี้ยงสัตว์เพื่อการบริโภคและการค้าสัตว์ที่ นิยมเลี้ยง 3 ลำดับแรก ได้แก่ ไก่ มีจำนวน 7,697,099 ตัว เป็ด มีจำนวน 2,726,231 ตัว และ สุกร มี จำนวน 922,167 ตัว เป็นต้น (ที่มา : สำนักงานปศุสัตว์จังหวัดนครปฐม)

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

การพาณิชยกรรม จังหวัดนครปฐมเป็นศูนย์กลางทางการค้าของภูมิภาคตะวันตกและ เป็นชุมทางการขนส่ง การขนถ่ายสินค้ามายาวนาน โดยทางรถไฟ รถยนต์ และการขนส่งสินค้าเกษตร ทางน้ำเพื่อเข้าสู่ตลาดกรุงเทพฯ รวมทั้งมีความได้เปรียบทางด้านทำเลที่ตั้งประกอบกับโครงสร้าง พื้นฐานของจังหวัดมีการพัฒนาการเกษตรในทุกด้าน ก่อให้เกิดการลงทุนอุตสาหกรรมต่อเนื่องจาก การเกษตรได้อย่างดี และรวดเร็ว ทำให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดกระจายไปสู่สาขาต่างๆ และมีความมั่นคง จนกลายเป็นศูนย์กลางทางพาณิชยกรรมขนาดใหญ่ ในปี 2550 มีผู้ประกอบการ ธุรกิจซึ่งจดทะเบียนธุรกิจใหม่ รวมทั้งสิ้น 455 ราย จำนวนทุนจดทะเบียนรวม 1,020,685,000 บาท (ที่มา : สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัด)

สินค้าเกษตรในจังหวัดนครปฐม ได้แก่

ก. สินค้าเกษตรไม่แปรรูป หมายถึง สินค้าที่ผลิตขึ้นมาจากพืชและสัตว์ที่ยังไม่ผ่านกระบวนการถนอมอาหาร เช่น ทอด ต้ม ลวก นึ่ง พาสเจอร์ไรซ์ (Pasteurization) สเตอริไรซ์ (Sterilization) ตัวอย่างเช่น เนื้อสัตว์ ผลไม้สด พืชผักสด สมุนไพรสด เป็นต้น เช่น

ข้าว จังหวัดนครปฐมมีการทำนาปีละ 2 ครั้ง คือ ข้าวนาปีและข้าวนาปรัง โดยข้าวนาปีจะเพาะปลูกในช่วงเดือนพฤษภาคม- ตุลาคม และจะเก็บเกี่ยวในช่วงเดือนสิงหาคม- มกราคม ส่วนข้าวนาปรังจะเป็นข้าวที่เพาะปลูกในช่วงเดือนพฤศจิกายน - เมษายน และจะเก็บเกี่ยวในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ - สิงหาคม เนื่องจากจังหวัดนครปฐมมีระบบชลประทานที่สมบูรณ์ จึงสามารถปลูกข้าวได้ต่อเนื่องเกือบตลอดปี คือ สามารถปลูกได้ 2 ปี 5 ครั้ง

อ้อยโรงงาน พืชไร่ที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม คือ อ้อยโรงงานที่ใช้ผลิตน้ำตาลทราย ในปี 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 การทำสวนผลไม้ นับเป็นอาชีพหนึ่งที่ราษฎรทำการเพาะปลูกมากประกอบ ด้วย ส้มโอ มะม่วง ชมพู่ ฝรั่ง มะพร้าว น้ำหอม มะนาว กล้วยน้ำว่า ขนุน องุ่น กระท้อน กล้วยหอม ลำไย และส้มเขียวหวาน เป็นต้น สำหรับผลไม้ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนครปฐมเป็นที่รู้จักทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ ส้มโอนครชัยศรี และมะพร้าว น้ำหอมสามพราน ปี 2550/2551 จังหวัดมีผลผลิตผลไม้รวมประมาณ 130,105 ตัน มูลค่าประมาณ 1,626.69 ล้านบาท

พืชผัก มีการปลูกกันทั่วไป นอกจากจะใช้บริโภคภายในจังหวัดแล้ว ยังส่งไปจำหน่ายยังจังหวัดข้างเคียงและกรุงเทพฯ เช่น หน่อไม้ฝรั่ง สามารถส่งไปจำหน่ายต่าง ประเทศด้วย พืชผักที่ปลูกกันมาก ได้แก่ ข้าวโพดฝักอ่อน ข้าวโพดหวาน ผักคะน้า แตงกวา ถั่วฝักยาว ผักกวางตุ้ง ผักคื่นไฉ ผักชี ผักบุ้งจีน ผักบุ้งน้ำ พริกขี้หนูสวน พริกใหญ่ มะเขือเทศ ชะอม ผักกะเฉด กระชาย ต้นหอม ฯลฯ ในปี 2550/2551 มีผลผลิตผักรวมประมาณ 202,211.42 ตัน มูลค่าประมาณ 1,577.13 ล้านบาท

ไม้ดอกไม้ประดับ จังหวัดนครปฐมเป็นแหล่งเพาะปลูกกล้วยไม้ที่สำคัญและมีไม้ดอกไม้ประดับอื่นๆ เช่น กุหลาบ มะลิ บัวฉัตร รัก ดาวเรือง ซึ่งได้รับความนิยมทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศ ในแต่ละปีจังหวัดนครปฐมมีรายได้จากการจำหน่ายไม้ดอกไม้ประดับประมาณ 1,375 ล้านบาท พื้นที่เพาะปลูกส่วนใหญ่อยู่ในเขตอำเภอสองพี่น้อง นครชัยศรี พุทธมณฑล และอำเภอบางเลน

ข. สินค้าเกษตรแปรรูป หมายถึง สินค้าที่ผลิตขึ้นมาจากพืชและสัตว์ที่ได้ผ่านกระบวนการถนอมอาหาร เช่น ทอด ต้ม ลวก นึ่ง พาสเจอร์ไรซ์ (Pasteurization) สเตอริไรซ์ (Sterilization) ซึ่งทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะของอาหารไปแล้ว หรืออาหารที่ผสมกับส่วนผสมอื่นๆ ตัวอย่างเช่น ไข่เค็ม ลูกชิ้น กุนเชียง ผลไม้แช่อิ่ม น้ำพริก ขนมต่างๆ เป็นต้น เช่น

ข้าวหลาม สันนิษฐานว่ากำเนิดจากบรรพบุรุษชาวลาวซึ่งอพยพถิ่นฐานมาตั้งถิ่นฐานแถววัดพระงาม ซึ่งต้องเดินทางมาตามป่าจึงใช้ข้าวหลามเป็นอาหารสำหรับการเดินทาง เมื่อมาถึงได้ประกอบอาชีพทำนา ส่วนการทำข้าวหลามนั้นจะทำทุกครัวเรือนในช่วงเทศกาล ข้าวหลามนครปฐมเริ่มเป็นที่รู้จักอย่างมากของคนทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมานครปฐมเพื่อซื้อกลับบ้าน ในช่วงภายหลังที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเสด็จมาทอดพระเนตรการทำข้าวหลามจากแม่ทรัพย์ ทำให้ข้าวหลามแม่ทรัพย์ขายได้มากกว่าผู้ขายรายอื่นๆ ในยุคนั้น เช่น แม่จิตต์ แม่หนู ภายหลังเมื่อผู้บริโภคมีจำนวนมากขึ้น ผู้ผลิตจึงได้เร่งเพิ่มจำนวนการผลิตทำให้ข้าวหลามสุกไม่ทั่วถึง ประกอบกับการจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง พบว่ามีการนำข้าวหลามเหลือจำหน่ายซึ่งบูดไปจำหน่ายต่อ ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ข้าวหลามนครปฐมเริ่มประสบปัญหา ผนวกกับมีการตัดถนนพระรามที่2 ทำให้รถที่เคยวิ่งระหว่างกรุงเทพฯ กับภาคใต้ไม่ผ่านตัวเมืองนครปฐมและขาดจุดจำหน่ายสินค้าประจำจังหวัด รวมทั้งต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ทำให้ข้าวหลามจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้บริโภคจำนวนน้อยลง ดังนั้นสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐมได้หารือกับผู้ประกอบการข้าวหลามนครปฐม เพื่อกำหนดเกณฑ์การพัฒนาการผลิตข้าวหลามให้ได้มาตรฐานเครื่องหมาย ออย. เป็นจังหวัดแรกในประเทศไทย

หมูแปรรูป นครปฐมเป็นแหล่งเลี้ยงสุกรพันธุ์ที่มากที่สุดของประเทศ อันเป็นอาชีพส่วนใหญ่ของประชากร แต่ปรากฏว่าอาชีพเลี้ยงหมูเกิดการขาดทุน รายได้ไม่เพียงพอจากรายจ่าย จึงได้มีการนำเนื้อสุกรมาแปรรูปเป็นอาหารหลากหลายชนิดเช่น หมูแผ่น หมูหยอง กุนเชียง ซึ่งเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงและขายดีที่สุด เนื่องจากคุณภาพความอร่อย กรรมวิธีการผลิตที่สะอาด ปราศจากสีสังเคราะห์และวัตถุกันเสีย ทำให้สินค้ามีคุณภาพและรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม นอกจากนี้ได้มีการผลิตอาหารแปรรูปอื่นๆ อีกหลายชนิด เช่น หมูย่าง ลูกชิ้นหมู หมูยอ หมูเส้นฝอย หมูหวาน หมูทุบ เป็นต้น สินค้าเหล่านี้ได้มีการผลิตจำหน่ายในลักษณะสินค้าชุมชน โดยการรวมกลุ่มสมาชิกในชุมชนและสร้างมาตรฐานด้านคุณภาพความปลอดภัย จากหน่วยงานของจังหวัด เช่น มาตรฐานอาหารปลอดภัยเครื่องหมาย ออย. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้ซื้อ

2.1.1.8 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

อำเภอเมือง สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเมืองได้แก่

1. **วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรมหาวิหาร** เป็นพระอารามหลวงชั้นเอกชนิดราชวรมหาวิหารเป็นที่

ประดิษฐานองค์พระปฐมเจดีย์ที่ใหญ่และสูงที่สุดของไทย จังหวัดนครปฐมได้ใช้พระปฐมเจดีย์เป็น ตราประจำจังหวัด พระปฐมเจดีย์ที่เห็นอยู่ในปัจจุบันนี้เป็นองค์ที่สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 4 เมื่อ พ.ศ. 2396 โดยโปรดเกล้าฯให้สร้างครอบองค์เดิมที่ชำรุดหักพังลง การก่อสร้างเสร็จเรียบร้อยในสมัย รัชกาลที่ 5 เมื่อ พ.ศ.2413 มีความสูง 3 เส้น 1 คืบ 10 นิ้ว ฐานวัดโดยรอบได้ 5 เส้น 17 วา 3 ศอก ภายในบรรจุพระบรมสารีริกธาตุไว้ ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 6 ได้ทรงบูรณะวัดพระปฐมเจดีย์ให้สง่า งามมากขึ้น และถือว่าวัดพระปฐมเจดีย์เป็นวัดประจำรัชกาลที่ 6

2. พิพิธภัณฑพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (พระราชวังสนามจันทร์)

พระราชวังแห่งนี้พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯให้สร้างขึ้น ตั้งแต่ ยังทรงดำรงพระยศเป็นสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชสยามมกุฎราชกุมาร เริ่มก่อสร้างในปี พ.ศ. 2450

3. **พระราชวังเดิม** นครปฐมเคยเป็นเมืองที่มีพระมหากษัตริย์ครองมาแต่โบราณ แต่ ปราสาทราชวังจึงผุพังเหลือแต่ซาก จนกระทั่งพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้สร้างพระราชวังขึ้นใหม่เมื่อ พ.ศ. 2454 ร่องรอยพอจะสันนิษฐานได้ คือ ตรงบ้านเนินปราสาทอัน เป็นที่ตั้งพระราชวังสนามจันทร์ ปัจจุบันนี้มีเนินดิน ซากโบราณเกี่ยวกับโบสถ์พราหมณ์และลายกนก ปูนปั้นเหลืออยู่จนกระทั่งทุกวันนี้ ลักษณะลดลยใช้ศิลาแลงเป็นแกนและปูนประกอบอีกชั้นหนึ่ง มี สระใหญ่ที่ขังน้ำจืดคล้ายกันกับน้ำในทะเลชุบศรเมืองลพบุรี ปัจจุบันนี้สระน้ำตื้นเขินเสียหมดแล้ว พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯให้สร้างพระราชวังขึ้นจึงได้ทรงเปลี่ยนชื่อใหม่ เรียกตามพระราชวังว่า "ตำบลดอนนามจันทร์" จากเรื่องราวดังกล่าวนี้แสดงให้เห็นว่า เมืองนครปฐม เดิมคงจะใหญ่โตมาก เพราะบริเวณพระราชวัง อยู่ห่างจากพระเจดีย์องค์เดิม ซึ่งเป็นศูนย์กลางของ ตัวเมืองเกือบ 2 กม.

4. **พระราชวังนครปฐม** อยู่ทางทิศตะวันออกติดกับบริเวณพระปฐมเจดีย์ พระบาท สมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดฯให้สร้างพระราชวังขึ้น เพื่อใช้เป็นที่ประทับค้างคืนในการ มาบูชาพระมหาเจดีย์ซึ่งเป็นสถานที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ซึ่งพระสถูปเจดีย์นั้นสร้างเป็นป่าเปลี่ยว ดังนั้นจึงทรงให้ขุดคลองมหาสวัสดิ์ คลองเจดีย์บูชา เพื่อให้การคมนาคมระหว่างกรุงเทพฯและ นครปฐมสะดวกขึ้นและทรงพระราชทานนามว่า "พระนครปฐม"

5. **เนินพระ หรือเนินยายหอม** อยู่ที่ตำบลดอนยายหอม อำเภอเมืองนครปฐม ตั้งอยู่ที่ ถนนเพชรเกษมระหว่างกรุงเทพฯกับนครปฐม จะมีแยกเลี้ยวขวาเข้าถนนเศรษฐกิจ 2 (บ้านแพ้วดอน- ยายหอม)ประมาณ 9 กม. จะถึงเนินพระหรือเนินยายหอมซึ่งอยู่ทางฝั่งซ้ายของถนนลึกเข้าไปประมาณ 150 เมตร กลางทุ่งนาใกล้กับถนนสายนครปฐม อำเภอบ้านแพ้ว เป็นโบราณสถานที่เก่าแก่มาเมื่อ พ.ศ.2479 พระธรรมวาทิตคณาจารย์ (หลวงพ่ोजิน) เจ้าอาวาสวัดดอนยายหอม ได้ขุดเอาอิฐที่หักพัง แกะขานเนินไปสร้างพระอุโบสถ เมื่อขุดลึกลงไปเล็กน้อยก็พบศิลาเหลี่ยมเขียวสองต้น สูงประมาณ

4 เมตร มีลายจำหลักที่ปลายเสา คล้ายกับเสาประตูสัญลักษณ์เจดีย์ของพระเจ้าอโศกมหาราชกับทวารวดี 1 ตัว พระพุทธรูปศิลาสมัยทวารวดี 1 องค์ พระเสมาธรรมจักรทำด้วยหินแต่หักพัง เสาศิลานี้ตอนบนง่ามสำหรับวางพระเสมาธรรมจักร เป็นแบบเดียวกับที่พบในบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ วัดพระงาม วัดพระประโทน และแบบพระราชวังสนามจันทร์ เสาศิลานี้ เวลาที่อยู่วัดดอนยายหอม ส่วนทวารวดีกับพระพุทธรูปลงไปเก็บไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจากโบราณวัตถุที่พบเหล่านี้เป็นหลักฐานยืนยันว่าเดิมบริเวณนี้เป็นวัดเก่า และตัวเนินคงจะเป็นฐานเจดีย์ขนาดใหญ่ อยู่ภายในบริเวณวัด ตั้งแต่สมัยทวารวดีหรือก่อนนั้นมีอายุกว่า 1,000 ปีมาแล้ว ถือว่าเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และสำคัญ

6. **เนินวัดพระงาม** เนินนี้อยู่ที่วัดพระงามตำบลนครปฐม ห่างจากพระปฐมเจดีย์ไปเล็กน้อย เป็นซากพระเจดีย์ที่มีขนาดใหญ่วัดหนึ่งในสมัยทวารวดีเช่นเดียวกับองค์พระปฐมเจดีย์เพราะโบราณวัตถุที่ขุดค้นพบในบริเวณนี้ล้วนแต่เป็นของเก่าแก่ฝีมือสมัยทวารวดีทั้งสิ้น เช่นเดียวกันกับที่ขุดได้ในบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ มีพระพุทธรูปศิลาหักพัง พระเสมาธรรมจักร ทวารวดี พระพุทธรูปสัมฤทธิ์ พระพิมพ์ดินเผา เฉพาะที่ขุดได้ในบริเวณนี้มีฝีมือมากมายยากจะหาที่อื่นเทียบได้ ปัจจุบันเก็บไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหลายองค์ และที่แตกหักเก็บไว้ที่องค์พระปฐมเจดีย์เป็นอันมาก ที่เรียกว่าวัดพระงามนั้น สมเด็จฯ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ทรงอธิบายว่า เพราะพระพุทธรูปดินเผาที่ขุดได้จากบริเวณวัดนี้งามเป็นเลิศนั่นเอง

7. **เนินธรรมศาลา** อยู่ที่วัดธรรมศาลา ตำบลธรรมศาลา ห่างจากองค์พระปฐมเจดีย์ไปทางตะวันออกประมาณ 6 กม. อยู่ทางด้านใต้ของถนนสายเพชรเกษม เป็นโบราณสถานที่เก่าแก่อีกแห่งหนึ่ง มีลักษณะคล้ายกับ วัดพระเมรุก่อนทำการขุดค้น เนินนี้ยังมีได้ทำการขุดค้นเช่นเดียวกับเนินวัดพระงาม เพราะมีสิ่งสร้างอยู่บนเนิน และปัจจุบันที่ตั้งธรรมศาลา

8. **พระประโทนเจดีย์** เป็นปูชนียสถานที่เก่าแก่และใหญ่โตเป็นอันดับสองรองจากพระปฐมเจดีย์ ตั้งอยู่ที่วัดประโทน ริมถนนเพชรเกษม ถือกันว่าเป็นที่บรรจุพระบรมธาตุของพระพุทธเจ้า เดิมเป็นเจดีย์เก่าแก่และได้ปฏิสังขรณ์ใหม่ในรัชกาลที่ 4 โบราณวัตถุที่ขุดพบในบริเวณนี้มีหลายอย่าง เช่น พระพุทธรูป ลูกประคำ พระพิมพ์ดินเผาสมัยทวารวดี

อำเภอกำแพงแสน สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอกำแพงแสนได้แก่

1. **เมืองกำแพงแสน** เป็นเมืองโบราณเก่าแก่อยู่ทางทิศเหนือห่างจากตัวเมืองประมาณ 20 กม. มีถนนตัดไปถึงซากกำแพงดิน คูเมืองยังอยู่ชัดเจนมีผู้ขุดพบพระพุทธรูปและสิ่งก่อสร้างหลายชิ้นเป็นแบบทวารวดีทั้งสิ้น แต่ฝีมือไม่ประณีตเหมือนที่ขุดได้ที่เมืองนครปฐม

2. **มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน** ตั้งอยู่ที่ถนนมาลัยแมน ห่างจากตัวเมืองไปประมาณ 21 กิโลเมตร ภายในมหาวิทยาลัยมีโครงการต่าง ๆ ที่ให้ความรู้แก่เกษตรกร

3. **สวนป่าสมุนไพรวัดปลักไม้ลาย** ตั้งอยู่ที่ตำบลทุ่งขวาง ห่างจากตัวเมืองนครปฐมไปตามถนนสายมาลัยแมน ประมาณ 20 กิโลเมตร เป็นสวนป่าที่มีสมุนไพรไทยประมาณ 500 ชนิด เนื้อที่ประมาณ 92 ไร่ บรรยากาศภายในร่มรื่นเหมาะสำหรับพักผ่อนกับธรรมชาติ ในป่าสมุนไพรภายในวัดมีการนวดไทยแผนโบราณ การอบสมุนไพร การรับประทานอาหารประเภทสมุนไพร ตลอดจนการอบรมจิตและการปฏิบัติธรรม

4. **อุทยานแมลงเฉลิมพระเกียรติ** อยู่ในความดูแลของศูนย์วิจัยและพัฒนากีฏวิทยาอุตสาหกรรม สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินงานด้านการวิจัย ค้นคว้าและพัฒนางานด้านกีฏวิทยา จัดเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 และ 2 เป็นนิทรรศการและพิพิธภัณฑ์ จัดอยู่ภายในอาคารชั้นเดียวประกอบด้วยการจัดแสดงแมลงสดฟัฟ แมลงหายาก ส่วนที่ 3 เป็นอาคารรูปโดม มีพื้นที่มากกว่า 1000 ตารางเมตร สูง 15 เมตร จัดแสดงระบบนิเวศวิทยาของแมลงวิจัยพฤติกรรมแมลง การเพาะเลี้ยงแมลงเชิงพาณิชย์ รวบรวมพันธุ์ผีเสื้อและแมลงหายากใกล้สูญพันธุ์เช่น จิ้งหรีด จักจั่น ตั๊กแตน ดั้ว ส่วนที่ 4 เป็นงานพัฒนาภูมิทัศน์ผลิตภัณ์ปรับปรุงผลิตผลที่เกี่ยวข้องกับแมลงในเชิงพาณิชย์ อาทิ แมงกระซอน แมลงทับ แมลงตับเต่า ภายในจะได้พบเห็นผีเสื้อและแมลงในภูมิภาคตะวันตกและได้เรียนรู้วงจรชีวิตของผีเสื้อและแมลง

อำเภอบางเลน สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอบางเลนได้แก่

1. **หมู่บ้านไทยโซ่ง** ตั้งอยู่ที่บ้านเกาะแรด ตำบลบางปลา อำเภอบางเลน อยู่ห่างจากอำเภอบางเลนมาทิศใต้ ตามถนนสายบางเลน-ดอนตูม ประมาณ 9 กม. เชื้อสายไทยโซ่ง หรือไทยทรงดำ (เนื่องจากชาวไทยโซ่งชอบใช้เครื่องแต่งกายสีดำ)หรือลาวโซ่ง อพยพมาจากบ้านหนองปรัง อำเภอยะโฮ่ย จังหวัดเพชรบุรี มีวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง นอกจากนั้นภายในหมู่บ้านมีหัตถกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ การทอผ้า และเครื่องจักสานต่าง ๆ

2. **ตลาดน้ำลำพญา** ตั้งอยู่บริเวณหน้าวัดลำพญา ริมแม่น้ำนครชัยศรี(ท่าจีน) วัดลำพญา ต้นกำเนิดตลาดน้ำแห่งนี้เป็นศาสนสถานที่เก่าแก่กว่า 100 ปี นับตั้งแต่พ.ศ.2400 เป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปอันศักดิ์สิทธิ์ คือ หลวงพ่อมงคลมัลลานิคมิต พระพุทธรูปปางมารวิชัย สร้างด้วยศิลาแลงพอกปูนและปิดทองทับไว้อย่างสวยงาม ซึ่งเป็นที่สักการบูชาและเคารพนับถือของพุทธศาสนิกชนจำนวนมาก ภายในบริเวณวัดที่เต็มไปด้วยต้นไม้นานาพันธุ์และสมุนไพรหลากหลาย เป็นแหล่งรวมพืชผักผลไม้ ผลิตผลทางการเกษตร เช่น เครื่องจักสาน ผ้าทอ ผ้าอ้อม และอาหารราคาถูก มีอาหารไทยจำหน่าย อาทิ ก๋วยเตี๋ยวเรือ ขนมหวาน ขนมเปียะ ห่อหมก ผัก และผลไม้ บริเวณหน้าวัดมีปลานานาชนิด เช่น ปลาสวาย ปลากระแห ปลาแรด ปลาเทโพ เป็นต้น นอกจากนี้มีบริการเรือล่องแม่น้ำท่าจีนโดยมีเรือบริการหลายประเภท เช่น เรือแจวโบราณ ล่องลำน้ำท่าจีน ออกจากหน้าวัดลำพญาไปนมัสการศาลเจ้าแม่ทับทิมซึ่งเป็นศาลศักดิ์สิทธิ์ประจำตำบลลำพญา เรือลากล่องแม่น้ำท่า

จีนไป-กลับ จากหน้าวัดลำพญาไปวัดสุขวัฒนาราม ที่บริเวณหน้าวัดลำพญามีวังปลาชุกชุมซึ่งสามารถให้อาหารปลาได้ เรือกระแซงออกจากหน้าวัดลำพญาไปวัดบางพระ (วัดหลวงพ่เป็น)

3. **แอร์ออร์คิด** สวนกล้วยไม้หลากหลายพันธุ์บนพื้นที่ 120 ไร่ ที่นี่มีห้องเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อกล้วยไม้ที่อนุบาลกล้วยไม้ พันธุ์กล้วยไม้ที่นี้ทั้งส่งออกต่างประเทศและจำหน่ายในประเทศในราคาย่อมเยา

4. **ตลาดบางหลวง** เป็นตลาดเก่าสมัยรศ.122 ตั้งอยู่ที่อำเภอบางเลน ตลาดบางหลวงเป็นชุมชนเก่าแก่มากมีน้ำท่าจีนอายุกว่า 100 ปี เริ่มตั้งแต่ปี พ.ศ. 2446 ในปัจจุบันตลาดยังคงสภาพความสวยงามและบรรยากาศของสถาปัตยกรรมตลาดเก่าในอดีตได้อย่างสมบูรณ์ ทั้งรูปแบบวิถีชีวิตที่เรียบง่ายการค้าขายของคนในชุมชนรวมทั้งประเพณีและวัฒนธรรม ที่ผสมกลมกลืนระหว่างวัฒนธรรมไทย-จีนที่สืบทอดกันมาเป็นเวลากว่า 100 ปี เช่น ร้านขายยาจีนสมุนไพร ร้านทำฟันปลอม ร้านทำทอง ร้านบัดกรีโลหะ ร้านทำเส้นก๋วยเตี๋ยว ทุกวันเสาร์-อาทิตย์จะมีการจำหน่ายสินค้าทางการเกษตร ผัก ผลไม้สด ปลา กุ้ง อาหารขึ้นชื่อทั้งหวาน-คาว

5. **ตลาดโบราณ 100 ปี รางกระทุ่ม** ตลาดโบราณ 100 ปีรางกระทุ่ม ตั้งอยู่ที่ตำบลบางภาษีริมแนวคลองพระพิมลและคลองบางภาษี ซึ่งไหลลงสู่แม่น้ำท่าจีน ห่างจากอำเภอบางเลนประมาณ 5 กิโลเมตร เป็นตลาดริมน้ำแบบดั้งเดิมที่มีบรรยากาศของบ้านเรือนไม้เก่า หรือวิถีชีวิตที่เรียบง่ายมีการค้าขายสินค้าท้องถิ่นแบบดั้งเดิม เช่น ร้านขายกาแฟโบราณ เปิดพะไล ขนมครกโบราณ หมี่กรอบโบราณ ขนมทองม้วนมี และบ้านโบราณ (ร้านบังเอิญพานิชย์) อยู่ในตลาดรางกระทุ่ม มีอุปกรณ์การค้าขายของแบบโบราณที่ยังคงเก็บรักษาไว้อย่างดี เช่น การขายกาแฟโบราณ การทำขนมแต่งงาน เครื่องพิมพ์ขนมโก๋ เครื่องพิมพ์ขนมกวาดตุงเครื่องพิมพ์ถั่ว และเครื่องเล่นเพลง เป็นต้น

อำเภอนครชัยศรี มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่

1. **พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย** ตั้งอยู่เลขที่ 43/2 หมู่ 1 ถนนปิ่นเกล้า-นครชัยศรี กม.ที่ 31 ตำบลขุนแก้ว อำเภอนครชัยศรี เป็นสถานที่จัดแสดงหุ่นขี้ผึ้งไฟเบอร์กลาส ซึ่งเป็นผลงานสร้าง-สรรค์ของกลุ่มศิลปินไทย โดยมีวัตถุประสงค์ในอันที่จะส่งเสริมเผยแพร่และอนุรักษ์ไว้ซึ่งศิลปวัฒนธรรม ประเพณีของไทยประกอบด้วยหุ่นชุดต่างๆ ได้แก่ ชุดพระอริยสงฆ์ ชุดพระบรมรูป พระมหากษัตริย์ราชวงศ์จักรี และชุดมุมนึงของชีวิต เป็นต้น

2. **อุทยานปลา** ตั้งอยู่หมู่ที่ 1 ตำบลห้วยพลูจะมีปลามาอยู่รวมกันโดยธรรมชาติได้แก่ ปลาสร้อย ปลาเทโพ ปลาตะเพียน ปลาหางแดง ซึ่งอยู่ในแม่น้ำท่าจีน อุทยานปลาอยู่ห่างจากทางแยกเข้าที่ทำการอำเภอ นครชัยศรีประมาณ 11 กม.

3. **วัดศรีมหาโพธิ์ (หลวงพ่อด่าง)** อยู่ห่างจากทางแยกของทางหลวงหมายเลข 4 เลี้ยวขวาเข้าอำเภอนครชัยศรีไป 15 กม. สถานที่ที่น่าสนใจอันดับแรกคือ วิหารหลวงพ่อด่าง มีพระนอนนอกจากนี้บริเวณวัดยังมีรูปปั้นขนาดใหญ่เจ้าแม่กวนอิมและวิหารเก่าตั้งอยู่ด้านหน้าวิหารหลวงพ่อด่าง

4. **พิพิธภัณฑ์รถโบราณ** (เจษฎาเทคนิคมิวเซียม) ตั้งอยู่เลขที่ 100 หมู่ 2 ตำบลจักรวาล อำเภอ นครชัยศรี เป็นพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมและจัดแสดงยานยนต์ เครื่องกล ยานพาหนะหลากหลายชนิดจากทั่วทุกมุมโลก ก่อตั้งโดยนายเจษฎา เดชสกุลฤทธิ์ นักธุรกิจชาวไทยที่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวไปทั่วโลก เมื่อมีโอกาสเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ต่างๆ ในต่างแดนทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการสะสมขึ้น โดยรวบรวมยานพาหนะทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ เช่น รถเล็ก รถการ์ตูน เรือดำน้ำ สัญชาติรัสเซีย เครื่องบินโบอิง 747 เครื่องบินไทรสตาร์ ฯลฯ เปิดให้ชมวันอังคาร-วันอาทิตย์

5. **วัดศรีชะทอง** เป็นวัดที่สร้างจากการรวมใจของชาวบ้านที่เป็นชาวลาวที่อพยพมาจากเวียงจันทน์ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ในขณะที่มีการขุดดินสำหรับสร้างวัดได้พบเศียรพระทองจมอยู่ในดิน จึงตั้งชื่อวัดนี้ว่า “วัดหัวทอง” ตั้งแต่นั้นมาจากวัดเล็กๆ กลายมาเป็นวัดที่เจริญรุ่งเรืองและเปลี่ยนชื่อเป็น “วัดศรีชะทอง” ต่อมาทางราชการได้ยกขึ้นเป็นตำบลศรีชะทองสืบมาจนถึงทุกวันนี้ที่วัดศรีชะทองนี้มีประชาชนเป็นจำนวนมากที่นับถือและนิยมนามัสการพระราหู ที่มีความศักดิ์สิทธิ์และเพื่อความเป็นสิริมงคล

6. **วัดกลางบางแก้วและพิพิธภัณฑ์พระพุทธวิถีนายก** เป็นวัดโบราณริมแม่น้ำท่าจีน ตั้งอยู่ที่ตำบลนครชัยศรี ภายในมีโบสถ์วิหารและพระประธานเก่าแก่ สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา ภายในมีพิพิธภัณฑ์พระพุทธวิถีนายกซึ่งก่อตั้งขึ้นโดยพระครูสิทธิชัยคณาภิรักษ์เจ้าคณะอำเภอ นครชัยศรีและเป็นเจ้าอาวาสวัดกลางบางแก้วคนปัจจุบัน เพื่อเก็บรักษาโบราณวัตถุและศิลปะ วัตถุล้ำค่าต่างๆ ของอดีตเจ้าอาวาส 2 รูป คือ หลวงปู่บุญหรือท่านเจ้าคุณพระพุทธวิถีนายก (บุญขันธโชติ) ซึ่งปกครองวัดตั้งแต่ปีพ.ศ. 2429-2478 และหลวงปู่เพิ่ม พระพุทธวิถีนายก(เพิ่ม ปุณฺณวสโน) ซึ่งเป็นลูกศิษย์ของหลวงปู่บุญและสืบตำแหน่งเป็นเจ้าอาวาสวัดต่อมา ภายในจัดแสดงประวัติและข้าวของเครื่องใช้ของหลวงปู่บุญและหลวงปู่เพิ่ม เครื่องรางของขลัง วัตถุมงคลและพระบูชาของหลวงปู่เรื่องราวตัวยาไทย สมุนไพร ยารักษาโรค ปฏิทินโหราศาสตร์เขียนด้วยลายมือหลวงปู่ รูปปั้นและรูปถ่ายของหลวงปู่ คัมภีร์โหราศาสตร์ สมุดข่อย ตำราโหราศาสตร์ ตำรายาไทย สมุดภาพพระมาลัย เครื่องถ้วยชามของใช้ แก้วเจียรไน เครื่องทองเหลืองธรรมาสันมุขของหลวงปู่บุญ และจัดแสดงพระพุทธรูปพระบูชาไม้แกะ ธรรมาสันมุขบกเก่าสลักไม้ลงรักปิดทอง กุฏิเก่าของหลวงปู่ที่นำมาประกอบในลักษณะเดิม เพื่อประดิษฐานหุ่นขี้ผึ้งของหลวงปู่เหมือนกับสมัยที่ท่านยังมีชีวิตอยู่

7. **ตลาดท่านา หรือตลาดนครชัยศรี** อยู่ในตำบลนครชัยศรี เป็นตลาดโบราณย่านชุมชนริมแม่น้ำท่าทองอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดนครปฐม เปิดค้าขายมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 นับเป็นพื้นที่

ประวัติศาสตร์ที่มีสถาปัตยกรรมการก่อสร้างที่เก่าแก่และหาดูได้ยาก อยู่ในความดูแลของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จึงทำให้ตลาดแห่งนี้มีการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ ด้วยรูปแบบอาคารร้านตลาดสร้างด้วยไม้ซึ่งยังคงกลิ่นอายแบบดั้งเดิมเหมือนเมื่อ 70 กว่าปีที่ผ่านมา เป็นแหล่งร้านอาหารริมน้ำและผลไม้มากมายโดยเฉพาะส้มโอนครชัยศรี นอกจากบรรยากาศตลาดแล้วยังสามารถแวะเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น วัดบางพระที่มีพระดังอย่างหลวงพ่อบึง วัดกลางบางแก้วกราบไหว้หลวงพ่อบุญ ตลาดต้นสนซึ่งเป็นตลาดเก่าแก่อีกแห่งหนึ่ง

8. **พิพิธภัณฑ์วิถีชีวิตชาวนาไทย** ตั้งอยู่เลขที่ 9/1 หมู่ 4 บ้านลานแหลม ถนนนครชัยศรี-ดอนตูม กิโลเมตรที่ 14-15 ตำบลวัดละมุด ในบริเวณบ้านของอาจารย์เรียงชัยและคุณป้าพยอม แจ่มนิยม ซึ่งใช้บ้านของท่านเป็นที่เก็บรวบรวมและจัดแสดงเครื่องมือ เครื่องใช้ของชาวนาไทยตั้งแต่ปี พ.ศ. 2542 เพื่อสนองพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเรื่องเศรษฐกิจพอเพียงและเล่าขานตำนานวิถีชาวนาไทย ตัวอาคารเป็นเรือนไทยเครื่องผูก 2 ห้อง จัดแสดงวิถีชีวิตชาวนาย้อนไปเมื่อประมาณ 40 ปีก่อน เครื่องมือเครื่องใช้การเกษตร เครื่องมือจับปลา เครื่องมือก่อสร้างบ้านเรือน ผู้สนใจสามารถชมการเกษตรแบบดั้งเดิม การเกษตรแบบพอเพียง สาธิตการผลิตข้าวกล้องข้าวซ้อมมือ การหุงข้าวด้วยหม้อดิน การผลิตหัตถกรรมจักสานผักตบชวาของอำเภอนครชัยศรี

อำเภอสามพราน สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอสามพรานได้แก่

1. **วัดไร่ขิง** ตั้งอยู่ที่อำเภอสามพราน วัดไร่ขิงเป็นวัดราษฎร์ สร้างเมื่อ พ.ศ.2334 โดยสมเด็จพระพุฒาจารย์ (พุก) เรียกชื่อวัดตามชื่อตำบล เมื่อสร้างเสร็จแล้วได้อัญเชิญพระพุทธรูปจากวัดศาลาปูนมาประดิษฐานไว้ที่วัดไร่ขิง ปัจจุบันชาวบ้านเรียกกันว่า หลวงพ่อวัดไร่ขิง เป็นพระพุทธรูปปางมารวิชัย หน้าตักกว้าง 4 ศอก 2 นิ้วเศษ สูง 4 ศอก 16 นิ้วเศษ พุทธลักษณะเป็นสมัยเชียงแสน สันนิษฐานว่าเป็นฝีมือช่างสมัยไทยล้านนา และล้านช้าง ตามตำนานเล่าว่าลอยน้ำมา และอัญเชิญขึ้นไว้ที่วัดศาลาปูนวัดไร่ขิงนี้ สมเด็จพระมหาสมณเจ้ากรมพระยาวชิรญาณวโรรส ทรงพระราชทานนามให้ว่า วัดมงคลจินดาราม(ไร่ขิง) แต่ชาวบ้านเรียกกันว่าวัดมงคลจินดารามไร่ขิง จนกระทั่งเหลือแต่ชื่อวัดไร่ขิงไปในที่สุดวัดไร่ขิง เป็นวัดที่พุทธศาสนิกชนรู้จัก นิยมเดินทางไปนมัสการหลวงพ่อดำวัดไร่ขิงกันอยู่เสมอ ทุกวันอาทิตย์จะมีตลาดนัดอาหารและผลไม้จำหน่ายหน้าวัด และที่บริเวณริมแม่น้ำหน้าโบสถ์จะมีชาวสวนพายเรือนำผลไม้มาขาย และบริเวณริมแม่น้ำหน้าโบสถ์นี้เป็นเขตอภัยทาน ร่มรื่น มีปลาสร้อยตัวโตนับพันอาศัยอยู่ นักท่องเที่ยวสามารถซื้อขนมปังเลี้ยงปลาได้ และยังมีกัวยเตี่ยวเรือ (หมี) รสเลิศขายทุกวัน นอกจากนี้ยังมีพิพิธภัณฑ์ของเก่า รวบรวมของเก่าเช่นถ้วยชาม หนังสือเก่า ซึ่งชาวบ้านนำมาถวายวัดจัดแสดงไว้ ในระหว่างวันขึ้น 13 ค่ำ ถึงแรม 3 ค่ำเดือน 5 ของทุกปีทางวัดไร่ขิงจะจัดงานนมัสการหลวงพ่อดำวัดไร่ขิงขึ้นมีการออกร้านและมหรสพมากมาย

2. **สวนสามพราน** เป็นสถานที่พักผ่อนตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษมห่างจากกรุงเทพฯ ประมาณ 32 กม. อยู่ติดแม่น้ำนครชัยศรี ภายในจัดแต่งเป็นสวนดอกไม้ นานาชนิด หมู่บ้านไทย และบางส่วนเป็นโรงแรม ที่พักและสนามกอล์ฟ นอกจากนี้ยังมีการแสดงพื้นบ้านให้ชมในช่วงบ่ายเป็นประจำทุกวัน

3. **ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน** ตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษมกิโลเมตรที่ 30 ห่างจากสวนสามพราน 1 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 130 ไร่ เป็นสวนสัตว์นานาชนิด

4. **ตลาดดอนหวาย** ตั้งอยู่ที่ตำบลบางกระทีก หลังวัดดอนหวายเป็นตลาดที่ยังเหลือสภาพตลาดเก่าในอดีตสมัยรัชกาลที่ 6 ให้เห็นลักษณะตัวอาคารเป็นอาคารไม้เก่าๆ

5. **พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัดท่าพูด** ตั้งอยู่ในวัดท่าพูด ตำบลไร่ขิง ริมแม่น้ำท่าจีน เป็นวัดเก่าแก่อายุกว่า 200 ปี จากหลักฐานจารึกบนแผ่นอิฐมอญบนผนังพระอุโบสถ สันนิษฐานว่าสร้างสมัยอยุธยาตอนปลายประมาณสมัยพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ โดยกลุ่มคนที่อพยพโยกย้ายมาจากกรุงศรีอยุธยาเพื่อหลบภัยสงครามหลังเสียกรุงศรีอยุธยาพ.ศ. 2310 และมาตั้งหลักแหล่งอยู่ริมแม่น้ำท่าจีน หลวงพ่อรอดเจ้าอาวาสคนแรกเป็นอดีตพระราชอาคันตุกะกรุงศรีอยุธยา แม้ในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชจะนิมนต์ท่านให้เข้าไปจำพรรษาในเมืองหลวง เนื่องจากทรงฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีสมัยกรุงศรีอยุธยา และทะนุบำรุงพระพุทธศาสนาโดยสืบหาพระภิกษุสงฆ์ที่มาจากกรุงเก่าเพื่อนิมนต์เข้าไปจำพรรษาในกรุงธนบุรี แต่หลวงพ่อก็ประสงค์จะจำพรรษาที่วัดนี้ สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงมีขัดข้องและทรงพระราชทานสิ่งของหลายสิ่ง เช่น พระยานมาศ(คานหาม) กระโถนถมปัทม กาน้ำชาและเรือกัญญาจำนวนอีก 2 ลำ ในสมัยรัชกาลที่ 5 วัดท่าพูดเป็นที่รู้จักของเชื้อพระวงศ์ ได้แก่ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ เนื่องจากในขณะนั้นมีเจ้าอาวาสใหญ่และรองที่มีชื่อเสียง คือ หลวงพ่อแก้วและหลวงพ่อดิ่ง ในปี พ.ศ.2540 ได้จัดสร้างพิพิธภัณฑ์ประจำวัดขึ้นเพื่อประโยชน์ต่อการศึกษารวมทั้งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1. หอพระไตรปิฎกสมัยรัชกาลที่ 3 จัดแสดงโบราณวัตถุ เช่น สิ่งของที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงพระราชทานให้แก่พระอาจารย์รอด 2. ภูมิอดีตเจ้าอาวาสหลังเก่าพ.ศ. 2502 จัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้ของเจ้าอาวาส เครื่องบริวารต่างๆสมบัติของวัด เช่น เครื่องแก้ว เครื่องกรองน้ำ เครื่องปั้นดินเผาที่มได้จากแม่น้ำหน้า 3. อาคารเรียนพระปริยัติธรรมสมัยรัชกาลที่ 5-6 เป็นอาคารไม้สักประดับลายไม้ฉลุ (ขนมปังขิง) หน้าจั่วเป็นรูปเครื่องหมาย "มหามกุฏราชวิทยาลัย" วัดบวรนิเวศวิหาร ชั้นบนมุมหนึ่งรวบรวมเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ย้อนยุคสมัยต่างๆ และยังมีหนังสือและเอกสารต่างๆที่ทางวัดเก็บไว้ ชั้นล่างได้ถนอมอาคารเก็บเครื่องวิระหัตถ์น้ำเข้านา

อำเภอพุทธมณฑล มีสถานที่ท่องเที่ยวได้แก่

1. **พุทธมณฑล** เป็นสถานที่สำคัญทางพุทธศาสนา ตั้งอยู่ที่ตำบลศาลายา มีพื้นที่ 2,500 ไร่ จากกรุงเทพฯ ไปตามถนนเพชรเกษมถึงกม.ที่ 22 เลี้ยวขวาตามถนนพุทธมณฑลสาย 4 ประมาณ 8 กม. หรือเดินทางไปตามถนนสายปิ่นเกล้า-พุทธมณฑล ระยะทาง 19 กม. พุทธมณฑล เป็นสถานที่ซึ่งรัฐบาลและประชาชนชาวไทยร่วมกันจัดสร้างขึ้นในปีพ.ศ. 2500 เนื่องในโอกาสที่ พุทธศาสนาเจริญรุ่งเรืองมาได้ถึง 2,500 ปี บริเวณจุดศูนย์กลางของพุทธมณฑลเป็นที่ประดิษฐาน พระพุทธรูปปางลีลา ซึ่งเป็นพระประธานของพุทธมณฑลมีความสูง 2,500 กระเบียด (ประมาณ 13.75 เมตร) พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระราชทานนามว่า "พระศรีศากยทศพลญาณ ประธานพุทธมณฑลสุทรรศน์" รอบองค์พระประธาน เป็นสถานที่จำลองของสังเวชนียสถาน 4 ตำบล คือ ตำบลอันเป็นที่ประสูติ ตรัสรู้ แสดงปฐมเทศนาและเสด็จดับขันธปรินิพพาน นอกจากนี้ยังมีศาสนสถานที่สำคัญอื่นๆ ได้แก่ พระวิหารพุทธมณฑล ตำหนักสมเด็จพระสังฆราช และที่พำนักสงฆ์ อาคันตุกะ หอสมุด พิพิธภัณฑ์พุทธศาสนา หอกลอง และสวนพันธุ์ไม้ต่างๆ

2. **สวนสมุนไพรสิริรุกษชาติ** มีพื้นที่ 38 ไร่ รวบรวมพันธุ์สมุนไพรกว่า 1,200 ชนิด พร้อมแสดงป้ายชื่อและสรรพคุณที่ชัดเจน จึงเหมาะที่จะเป็นห้องเรียนธรรมชาติสำหรับนักเรียน นักศึกษา นักวิชาการรวมทั้งผู้สนใจทั่วไป

3. **ล่องเรือเที่ยวคลองมหาสวัสดิ์** ตำบลศาลายา ชมธรรมชาติและวิถีชุมชนริมคลอง มหาสวัสดิ์ ชมสวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ และนาบัว

4. **ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน (วิทยาลัยในวัง)** ตั้งอยู่ริมถนนศาลายา-บางภาษี ตำบล ศาลายา เป็นงานศิลปะไทยโบราณ "ช่างสิบหมู่" เป็นศิลปะไทยที่ล้วนถูกสร้างสรรค์มาจากภูมิปัญญา

2.1.1.9 ข้อมูลเทศกาลสำคัญของจังหวัด

จังหวัดนครปฐมมีงานเทศกาลสำคัญหลายเทศกาลและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป ได้แก่

1. งานประเพณีนมัสการองค์พระปฐมเจดีย์ จัดขึ้นระหว่างวันขึ้น 12 ค่ำ ถึงแรม 4 ค่ำ เดือน 12 ของทุกปี บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์มีการออกร้านจำหน่ายสินค้าพื้นเมืองต่างๆ และมีมหรสพในตอนกลางคืน

2. งานนมัสการปิดทองหลวงพ่อวัดไร่ขิง จัดขึ้นที่วัดไร่ขิง อำเภอสามพราน ระหว่างวันขึ้น 13 ค่ำ เดือน 5 ถึงวันแรม 4 ค่ำ เดือน 5 ของทุกปี มีการจำหน่ายสินค้าจากหน่วยงานต่างๆ และเกษตรกรผู้ผลิต มีการประกวดผลไม้ และมีมหรสพในตอนกลางคืน

3. งานเลี้ยงบุฟเฟต์ช้างและประกวดราชินีช้าง จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันแรงงานแห่งชาติ วันที่ 1 พฤษภาคมของทุกปี ที่ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน มีการประกวดราชินีช้างของสาวหุ่นวบที่มีความน่ารักอ่อนโยน นุ่มนวลแบบช้าง

4. งานเทศกาลอาหารและผลไม้ไม้ครปฐุม จัดขึ้นในช่วงเทศกาลตรุษจีน ประมาณเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ของทุกปี บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ เพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรกรรม และ อุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงของจังหวัด ได้แก่ ส้มโอ มะพร้าว น้ำหอม ฝรั่ง กัลย เป็นต้น ผลิตภัณฑ์อาหาร ต่างๆ ได้แก่ กุนเชียง หมูแผ่น หมูหยอง เป็นต้น ซึ่งในงานมีการประกวดโต๊ะจีนและผลไม้ต่างๆ

5. งานประเพณีสงกรานต์ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 13-17 เมษายนของทุกปี บริเวณองค์พระ ปฐมเจดีย์มีกิจกรรม ได้แก่ การจัดตกแต่งขบวนแห่สงกรานต์ ขบวนมังกรและสิงห์โต การทำบุญสง รน้ำพระพุทธรูปพระร่วง โรจนฤทธิ์ ก่อพระเจดีย์ทราย มีมหรสพ และการละเล่นพื้นเมือง

6. งานประเพณีลอยกระทง จัดขึ้นในช่วงวันขึ้น 15 ค่ำ เดือน 12 เดือนพฤศจิกายนของทุก ปี บริเวณพระราชวังสนามจันทร์ กิจกรรมที่จัด ได้แก่ การประกวดนางนพมาศ การประกวดกระทง การประกวดโคมแขวน และมีการละเล่นพื้นเมือง

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2.1.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจหรือเพื่อความสนุกสนานตื่นเต้น หรือเพื่อหาความรู้ องค์การการท่องเที่ยวของสหประชาชาติ (อังกฤษ: World Tourism Organization) กำหนดไว้ว่า การท่องเที่ยวหมายถึงการเดินทางจากบ้านเพื่อจุดประสงค์ในการพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมหลักชนิดหนึ่งของประเทศไทย ซึ่งนำรายได้จากประชาชนชาวไทยและ ชาวต่างชาติเข้าสู่ประเทศไทย การท่องเที่ยวถือเป็นอุตสาหกรรมประเภทของการให้บริการอีกทั้ง การท่องเที่ยวยังมีความ เกี่ยวเนื่องทำให้เกิดอุตสาหกรรมประเภทต่างๆ เช่น ร้านอาหาร ธุรกิจโรงแรม ร้านขายของที่ระลึก ซึ่งก่อให้เกิดการจ้างงานในระดับต่างๆก่อให้เกิดการลงทุน ดังนั้นอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวจึงถือว่าเป็นอุตสาหกรรมที่สร้างรายได้ให้กับประเทศเป็นอันดับหนึ่งและเป็นอุตสาหกรรมที่ ผลักดันให้เศรษฐกิจของ ประเทศดีขึ้นทั้งทางตรงและทางอ้อมแก่ประชาชนเป็นจำนวนมาก

รูปแบบการท่องเที่ยว(จัดรถเฉลิม องค์อาชานศาล) มีดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่ง ทรัพยากรธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ทำการ เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ 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 โบราณวัตถุ ปราสาท พระราชวัง วัด

6. การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Village tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบท ที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น

7. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) คือการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อย หรือชนเผ่าต่างๆ

8. การท่องเที่ยวเชิงทัศนศึกษาและศาสนา (Edu-Meditation tourism) หมายถึง การเดินทางเพื่อทัศนศึกษาแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากปรัชญาทางศาสนาหาความรู้สัจธรรมแห่งชีวิต มีการฝึกทำสมาธิเพื่อมีประสบการณ์และความรู้ใหม่เพิ่มขึ้นมีคุณค่าและคุณภาพชีวิตที่ดีเพิ่มขึ้น

2.1.2.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

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

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า เสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก และเป็นที่เชื่อกันว่าความสำคัญของการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมอย่างต่อเนื่องและการท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุด การเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมธรรมชาติของมนุษย์ที่มีมาแต่โบราณกาลและได้พัฒนาการมาเป็นลำดับ ยิ่งมีความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะการคมนาคมขนส่งก็ยิ่งทำให้การเดินทางท่องเที่ยวขยายวงกว้างออกไป โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆหลากหลายกันไม่ว่าเพื่อธุรกิจ เพื่อนันทนาการ และเพื่อศึกษาหาความรู้ในสิ่งที่ไม่เคยรู้เคยเห็น การเดินทางท่องเที่ยวซึ่งเป็นกิจกรรมอันเป็นส่วนบุคคลเหล่านี้ได้

เติบโตรวมกันเป็นกลุ่มก้อนขึ้น จน ต้องอาศัยการวางแผน การจัดองค์การและการตลาด ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของนานาประเทศในปัจจุบัน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงถือได้ว่าเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่แสดงบทบาทเด่นชัดในแต่ละปีที่ผ่านมา ความสำเร็จโดยรวมหรือบางส่วนนั้น ย่อมมาจากพลังของฟันเฟืองหรือพลังขับเคลื่อนทั้งส่วนเล็กและส่วนน้อยที่ช่วยกันผลักดันช่วยกันดันให้อุตสาหกรรมนี้เคลื่อนไหวไปข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง และแสดงบทบาทนำในการเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจซึ่งนำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้และการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากมายหลายร้อยสาขา เป็นการสร้างความมั่งคั่งให้กับประชาชนและประเทศชาติ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนชาวไทย การท่องเที่ยวได้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการทางธุรกิจหลายประเภท ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจบริการอื่นๆ ทั้งโดยตรงและโดยอ้อม เช่น การผลิตสินค้าเกษตร กรรมและหัตถกรรม การก่อสร้าง รวมทั้งกิจการสาธารณูปโภคของรัฐ นอกจากนี้ยังขยายผลถึงระดับ ประเทศและโลกด้วย

จากการศึกษาถึงผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทยในระยะเวลาที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่า มีทั้งผลกระทบในทางบวก และผลกระทบในทางลบ ซึ่งผลกระทบในทางบวก คือ ทำให้เกิดรายได้จากการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็นนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะทำให้ประเทศไทยมีรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเพิ่มขึ้นอีกทางหนึ่ง นอกเหนือ ไปจากการส่งสินค้าออก นอกจากนี้ เงินที่นักท่องเที่ยวนำไปจับจ่ายใช้สอยย่อมกระจายไปสู่ท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ ทำให้เศรษฐกิจของท้องถิ่นดีขึ้น นอกจากผลดีทางด้านเศรษฐกิจแล้วยังก่อให้เกิด

เกิดผลดีทางด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยมีการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้วัฒนธรรมซึ่งกันและกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น

2.1.2.3 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้าย ไม่ว่าจะเป็นบุคคลหรือครัวเรือนที่ซื้อสินค้าและบริการสำหรับการบริโภคส่วนตัว (Kotler and Armstrong 2005: 143)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำที่ผู้บริโภคแสดงออก ได้แก่ การค้นหา การเลือกซื้อ การเลือกใช้ การประเมินผลในการใช้สอยผลิตภัณฑ์นั้นๆ รวมถึงการบริการที่ผู้บริโภคพึงได้หรือพึงจะได้รับ ซึ่งการกระทำดังกล่าวเป็นที่คาดว่าจะสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคนั้นๆได้ (พรพิมล ศรีวิกร 2542: 6)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุทั้งปวงที่มีอิทธิพลเหนือผู้บริโภคทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งโดยการเข้าใจถึงสาเหตุต่างๆที่มีผลในการจูงใจหรือการตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะทำให้นักการตลาดสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล 2543 : 50)

พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการในการตัดสินใจจะเกี่ยวข้องโดยตรงในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ ซึ่งประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมจะนำไปสู่การโอกาสในการทำตลาดใหม่ๆและนำไปสู่การสร้างโอกาสทางกลยุทธ์

จากความหมายและแนวคิดของพฤติกรรมผู้บริโภค สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการกระทำที่ผู้บริโภคแสดงออกมาในรูปแบบของกระบวนการตัดสินใจเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆซึ่งมีผลในการตัดสินใจของผู้บริโภค

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคตามแนวคิดของคอตเลอร์(Kotler 2006:180) ซึ่งนักการตลาดยอมรับถึงแนวทางที่ต้องคำนึงถึงดังต่อไปนี้

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

พิชญ จงสถิตยวัฒนา (2548: 54) ได้กล่าวถึง พฤติกรรมผู้บริโภคและการบริการที่นักการตลาดจะต้องวิเคราะห์ถึงพฤติกรรมของผู้บริโภคในเรื่องเหล่านี้ เช่น ใครคือผู้ซื้อ ซื้ออะไร ทำไมถึงซื้อ ใครเกี่ยวข้องกับการซื้อ ซื้ออย่างไร ซื้อเมื่อใด ซื้อที่ไหน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าไม่ว่าสถานการณ์การซื้อจะเป็นอย่างไร การตัดสินใจซื้อต้องมีการตัดสินใจเป็นขั้นๆซึ่งประกอบด้วยปัจจัย ดังนี้

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

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ซึ่ง คำตอบที่ได้จะช่วยให้การตลาดสามารถจัดหากลยุทธ์ (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. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะเป็นแนวทางการหาความต้องการในการซื้อสินค้าแต่ละประเภท เพื่อใช้เป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค มีแนวทางดังนี้

1. ลักษณะกลุ่มเป้าหมายด้านประชากร จิตวิทยา ภูมิประเทศ พฤติกรรมศาสตร์
2. กลยุทธ์การตลาดประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาดและการสนองความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย
3. สิ่ง que ผู้บริโภคต้องการซื้อ คุณสมบัติของผลิตภัณฑ์
4. กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ รูปลักษณะของผลิตภัณฑ์ด้านบรรจุภัณฑ์ รูปแบบคุณภาพ ตราสินค้า ลักษณะนวัตกรรม ความแตกต่างจากคู่แข่ง

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า (Brand)

2.1.3.1 ความหมายของตราสินค้า (Branding)

ตราสินค้า (Brand) หมายถึง ตราที่ยี่ห้อของผลิตภัณฑ์เป็นตัวอักษรที่ตั้งขึ้นมาสำหรับสินค้า สินค้า โดยเฉพาะรูปแบบเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้าหรือเครื่องหมายที่แสดงความเป็นเจ้าของ ซึ่งอาจออกมาในรูปของชื่อ คำเฉพาะ รูปแบบหรือสัญลักษณ์ ตราสินค้าที่มีพลังสามารถนำสินค้าไปสู่ความสำเร็จทางการแข่งขันในตลาด และอาจเป็นทรัพย์สินที่มีค่าที่สุดขององค์กร

คอตเลอร์ (Kotler, 2006: 256-258) กล่าวว่า การสร้างตราสินค้าเป็นศิลปะและเป็นพื้นฐานของการตลาด สมาคมการตลาดแห่งสหรัฐให้คำนิยาม ตราสินค้า หมายถึง ชื่อ วลี เครื่องหมาย สัญลักษณ์ หรือการออกแบบ หรือสิ่งเหล่านี้รวมกัน เพื่อใช้ระบุสินค้าหรือบริการเป็นของผู้ขายหรือกลุ่มผู้ขายรายใดเพื่อแสดงความแตกต่างจากคู่แข่ง ดังนั้นตราสินค้าจึงบอกถึงตัวผู้ขายหรือผู้ผลิต ภายใต้กฎหมายเครื่องหมายการค้า ผู้ขายได้รับสิทธิผูกขาดให้เป็นผู้ใช้ตราสินค้าแต่ผู้เดียวตลอดกาล ตราสินค้าแตกต่างจากสิทธิบัตร(Patent)และลิขสิทธิ์ (copyright) ที่มีกำหนดหมดอายุ ตราสินค้าเป็นสัญลักษณ์ที่มีความสลับซับซ้อนสามารถสื่อระดับได้ 6 ระดับ ดังนี้

1. คุณสมบัติ (Attribute) ตราสินค้าทำให้นึกถึงคุณสมบัติหรือคุณลักษณะที่แน่ชัดของผลิตภัณฑ์
2. คุณประโยชน์(Benefit) คุณสมบัติต้องแปลออกมาเป็นคุณประโยชน์ตามหน้าที่และคุณประโยชน์ทางอารมณ์ เช่น ความทนทาน แสดงให้เห็นคุณประโยชน์ตามหน้าที่การใช้งาน
3. คุณค่า (Value) ตราสินค้าบ่งบอกถึงบางสิ่งบางอย่างเกี่ยวกับคุณค่าของผู้ผลิต
4. วัฒนธรรม (Culture) ตราสินค้าอาจเป็นตัวแทนของวัฒนธรรม
5. บุคลิกภาพ (Personality) ตราสินค้าบ่งชี้ถึงบุคลิกภาพของสินค้า
6. ผู้ใช้(User) ตราสินค้าชี้ให้เห็นถึงประเภทของผู้บริโภคที่ซื้อหรือใช้

ตราสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จทางการตลาด ตราสินค้าช่วยให้นักการตลาดแยกแยะสินค้าหรือบริการของตนออกจากผู้อื่น ช่วยให้ผู้บริโภคประทับใจสินค้าหรือบริการได้ ซึ่งจะมีผลต่อการซื้อซ้ำ

ศาสตราจารย์ สตีเวน คิง ได้กล่าวไว้ว่า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ตราสินค้า คือสิ่งที่ผู้บริโภคเลือกซื้อ สินค้าคือสิ่งที่ผู้บริโภคใช้แสดงให้เห็นว่าตราสินค้ามีความสำคัญอย่างมาก สินค้าที่ผลิตจากโรงงานเดียวกัน แต่มีตราสินค้าต่างกัน ความนิยมชมชอบของผู้บริโภคย่อมแตกต่างกันด้วย เวลาที่เปลี่ยนไปปัจจัยทางการตลาดย่อมเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย และส่งผลต่อการให้ความสำคัญในตราสินค้าของผู้บริโภค

คุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) หมายถึง ตราหรือยี่ห้อของสินค้าที่ผู้บริโภคมองเห็นว่ามีคุณค่า เป็นตราที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อคุณสมบัติของสินค้า และชื่นชอบตราสินค้านั้น การสร้างตราสินค้าให้มีคุณค่าทำได้ โดยสร้างความประทับใจในคุณภาพของตราสินค้า (Appreciation of Quality) หมายถึง การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพทุกประการของสินค้าหรือบริการ แล้วเกิดความ

ประทับใจในสินค้าหรือบริการนั้น การสร้างความประทับใจ (Appreciation) มีความแตกต่างจากการสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ผู้บริโภครับรู้ถึงมูลค่าเพิ่มที่ส่งมอบได้นั้นจะทำให้สินค้าได้รับประโยชน์

ประโยชน์ของตราสินค้า มีความสำคัญหรือประโยชน์ต่อผู้ซื้อ ดังนี้

1. ใช้แสดงความเป็นเจ้าของผลิตภัณฑ์ เมื่อตราสินค้าเป็นที่ยอมรับรู้จักทั่ว ๆ ไป เป็นสิ่งที่ช่วยกระตุ้นความต้องการของผู้ซื้อโดยเฉพาะอย่างยิ่งในการขายสินค้า ระบบช่วยตัวเอง (self-service) ผู้ซื้อจะตัดสินใจ โดยอาศัยความเชื่อถือที่มีต่อตราของสินค้า

2. แสดงถึงความสามารถในการควบคุมตลาดสินค้า ตราสินค้าใดที่เป็นที่รู้จักมาก ๆ เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปย่อมแสดงถึงการมีส่วนแบ่งในตลาดสินค้ามากกว่าตราสินค้าอื่น ๆ

3. ช่วยเพิ่มยอดขาย ลูกค้านำสินค้าโดยจำตราได้แม่นยำเมื่อมีการส่งเสริมการขายใด ๆ จะกระตุ้นหรือเร่งการซื้อของลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น

4. ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขาย เนื่องจากลูกค้าตัดสินใจได้รวดเร็วจากตราสินค้า

5. ลดการเปรียบเทียบด้านราคาสินค้า ผู้ซื้อจะยอมรับราคาสินค้าที่สูงกว่าสำหรับตราสินค้าที่เป็นที่นิยมแพร่หลาย ด้วยความเชื่อว่ามีคุณภาพแน่นอนหรือดีกว่าสินค้าที่ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก

6. ช่วยให้แนะนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดง่ายขึ้น ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายที่สร้างตราให้เป็นที่ยอมรับในตลาดสินค้าได้ เมื่อมีการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดภายใต้ตราสินค้าที่เป็นที่ยอมรับนั้นๆ

ประโยชน์ของตราสินค้าต่อผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

1. ผู้ซื้อสามารถจำแนกประเภท ชนิด ของสินค้าในระดับคุณภาพแตกต่างกันของผู้ผลิต

2. ผู้ซื้อทราบว่า “ ใคร ” คือผู้ผลิตสินค้านั้น ๆ หรือสินค้าเป็นของผู้ใด

3. ช่วยลดเวลาและความพยายามในการแสวงหาซื้อสินค้าไม่มีตราสินค้า

4. เป็นตัวที่ทำให้ผู้บริโภค ตัดสินใจซื้อและเป็นหลักประกันคุณภาพ ของสินค้า ต่อผู้บริโภค

ความสำคัญของตราสินค้าที่มีต่อผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ได้แก่

1. สร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้กับสินค้า

2. ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย จากผู้ที่จะเลียนแบบ

3. ทำให้ผู้ซื้อที่ชื่นชอบสินค้าไม่สับสน อันจะเป็นการป้องกันจากคู่แข่งได้

การสร้างตราสินค้าให้มีพลัง มีแนวทางดังนี้

1. ออกแบบตราสินค้าให้มีความเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์และตัวสินค้า

2. ต้องทำให้เกิดความแตกต่างกับตราสินค้า รายอื่น หรือของคู่แข่ง

3. ต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค โดยออกแบบฉลากหรือกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ฉลากที่ดีต้องส่งเสริมซื้อสินค้าให้เป็นที่จดจำได้ง่าย ดึงดูดใจผู้บริโภคและให้ความรู้ สักที่ดีต่อผู้บริโภค

ในการออกแบบฉลากต้องแสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างสินค้าประเภทเดียวกัน

การบริหารจัดการตราสินค้าเป็นการดำเนินการเพื่อให้เกิดความสอดคล้อง และเป็นการดูแลรักษาบุคลิกภาพให้กับตราสินค้า การบริหารตราสินค้านั้นเป็นงานที่ค่อนข้างจะซับซ้อน เพราะเป็นเรื่องที่เกี่ยวกับการตัดสินใจตั้งแต่ในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลให้เกิดการกระทำในปัจจุบัน และสิ่งที่ยังส่งผลไปถึงอนาคตข้างหน้าอีกด้วย ทั้งหมดนี้มาจากผลของการวางแผนงาน การดำเนินงาน ซึ่งในขั้นตอนของการปฏิบัติงานนั้นจะต้องมีการตัดสินใจที่ดี มีการดำเนินงานให้ตรงกับแนวทางและภาพลักษณ์ของสินค้า รวมทั้งยังต้องเป็นการยึดมั่นในวิสัยทัศน์ของผู้บริหารองค์กรและวางแผนปฏิบัติงาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่กำหนดไว้และต้องมองถึงระดับที่จะเกิดการเพิ่มขึ้นของผลกำไร

กลยุทธ์ในการสร้างตราสินค้านั้น อีริคสัน โลห์ทงค์ ได้เสนอแนะวิธีการดังนี้

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

กลยุทธ์การรักษาตราสินค้า ดังนี้

1. หน้าที่การสร้างการตระหนักรู้ในตราสินค้านั้นจะทำการโฆษณา (Advertising : Brand Awareness Builder) โดยการโฆษณาจะทำหน้าที่ ในการสร้างการตระหนักรู้ในตราสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการสร้าง ความแตกต่างหรือคุณค่าเพิ่มของตราสินค้า เพื่อต้องการนำเสนอให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้รับทราบและจดจำในตราสินค้า
2. หน้าที่ในการสร้างความน่าเชื่อถือในตราสินค้าจะทำการประชาสัมพันธ์ (Credibility Builder: Public Relations) เมื่อโฆษณาทำหน้าที่สร้างการตระหนักรู้ในตราสินค้า ในช่วงเวลาเดียวกัน การประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่ในการสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าให้ปรากฏต่อสายตา ความรู้สึกของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและประชาชนโดยทั่วไป เพื่อให้เขาเหล่านั้นเกิดความนิยมชื่นชมในองค์กรและตราสินค้า
3. หน้าที่ในการติดต่อด้วยบุคคล (Personal Connection : Personal Selling and Direct Sales) การจะสื่อสารและติดต่อกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายด้วยบุคคลจะต้องใช้เครื่องมือที่เรียกว่า " การขายโดยพนักงานขาย " เป็นเครื่องมือหลักที่ช่วยทำหน้าที่ในการติดต่อสื่อสาร เพราะสามารถช่วยเพิ่มเติมข้อมูลในส่วนที่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ไม่สามารถบรรจุเนื้อหาสาระได้ครบถ้วน นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ชักจูงและโน้มน้าวใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดพฤติกรรมการซื้อและทดลองใช้สินค้า

4. หน้าที่ในการชักจูงให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหันมาพิจารณาตราสินค้ามากขึ้น(Intensifying Consideration : Sales Promotion) เมื่อสร้างการรับรู้ ความน่าเชื่อถือและใช้บุคคลในการชักจูงใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือการส่งเสริมการขายจะทำหน้าที่ในการให้เหตุผลเพื่อการโน้มน้าวให้ลูกค้าหันมาพิจารณาตราสินค้านั้นๆมากขึ้น เนื่องจากการส่งเสริมการขายมีคุณสมบัติสำคัญในการนำข้อเสนอพิเศษ (extra value) ที่ตราสินค้ามีให้มากกว่ามาเป็นสิ่งล่อใจ ในขณะที่ตราสินค้าอื่นไม่มี จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต้องหันมาพิจารณาซื้อสินค้าจากตราสินค้านั้นๆ มากขึ้น

5. หน้าที่ในการสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการให้บริการลูกค้า

6. หน้าที่ในการติดต่อกับลูกค้าในลักษณะที่เป็นส่วนตัวหรือเป็นการสื่อสารตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยใช้โทรศัพท์หรือส่งจดหมายตรงในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป้าหมาย เพราะเป็นวิธีการที่สามารถเจาะจงและเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ

2.1.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

2.1.4.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง หีบห่อ ห่อของ ตรงกับภาษาอังกฤษว่า Package มีความหมายว่า สิ่งที่ทำหน้าที่รองรับหรือหุ้มห่อผลิตภัณฑ์ เพื่อทำหน้าที่ป้องกันความเสียหายของผลิตภัณฑ์ ช่วยอำนวยความสะดวกต่างๆในการเก็บรักษาและการขนส่ง ช่วยกระตุ้นการซื้อและบอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ที่ห่อหุ้ม (มยุรี ภาคกล้าเจียก : <http://www.mew6.com>)

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง รูปแบบวัสดุภายนอกที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกทางการค้าของผู้ผลิต ผู้จำหน่ายและการนำไปใช้ของผู้บริโภค (วารสารสมาคมบรรจุภัณฑ์ไทย :1)

บรรจุภัณฑ์ หรือ หีบห่อ Packing หมายถึง สิ่งที่ปกป้อง ห่อหุ้ม คุ้มครองสินค้า เช่น กระปุก ตลับ กระป๋อง กล่อง ถัง เป็นต้น (ปุ่น คงเกียรติเจริญ, สมพร คงเจริญเกียรติเจริญ :7)

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

บรรจุภัณฑ์ (Package) หมายถึง ภาชนะหรือวัสดุที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการ

สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป หากเลือกบรรจุภัณฑ์และการขนส่งที่เหมาะสมจะมีส่วนที่ช่วยลดความเสียหายก่อนถึงมือผู้บริโภคและสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูง ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผลผลิต ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

1. รักษาคุณภาพและปกป้องตัวสินค้า ตั้งแต่การขนส่งการเก็บผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์ให้เสียหายจากการปนเปื้อนจากฝุ่นละออง แมลง ความชื้น ความร้อน แสงแดดและการปลอมปน เป็นต้น
2. ให้ความสะดวกในเรื่องการขนส่งการจัดเก็บและความรวดเร็วในการขนส่ง เพราะสามารถรวมหน่วยของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเป็นหน่วยเดียวได้ เช่น ผลไม้หลายผลนำลงบรรจุในลังเดียว หรือเครื่องมือที่เป็นของเหลวสามารถบรรจุลงในกระป๋องหรือขวดได้ เป็นต้น
3. ส่งเสริมทางการตลาด บรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายเป็นสิ่งแรกที่ผู้บริโภคเห็น ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จะต้องทำหน้าที่บอกกล่าวสิ่งต่างๆของตัวผลิตภัณฑ์โดยการบอกข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดของตัวสินค้า นอกจากนั้นจะต้องมีรูปลักษณะที่สวยงามสะดุดตาเชิญชวนให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งการทำหน้าที่ดังกล่าวของบรรจุภัณฑ์นั้นเป็น เสมือนพนักงานขายที่ไร้เสียง (Silent Salesman)

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์อาหารแปรรูปมีความสอดคล้องกับวิทยาการ 2 ด้าน คือ ด้านเทคนิค และด้านการตลาด จำแนกได้ดังนี้

ด้านเทคนิค	ด้านการตลาด
การบรรจุใส่	การส่งเสริมการขาย
การปกป้องคุ้มครอง	การแสดงข้อมูลอาหาร
การรักษาคุณภาพอาหาร	การตั้งราคาขายได้สูงขึ้น
การขนส่ง	การเพิ่มปริมาณขาย
การวางจำหน่าย	ให้ความถูกต้องรวดเร็ว
การรักษาสิ่งแวดล้อม	การรณรงค์

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิดของ ปูน คงเกียรติเจริญ ดังนี้

1. การทำหน้าที่บรรจุใส่ ได้แก่ การใส่ การห่อ ด้วยการชั่ง ตวง วัด นับ
2. การทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง ได้แก่ ป้องกันไม่ให้สินค้าเสียรูป แตกหัก ไหลซึม
3. การทำหน้าที่รักษาคุณภาพอาหาร ได้แก่ การใช้วัสดุที่ป้องกันอากาศซึมผ่าน ป้องกันแสง ป้องกันก๊าซเฉื่อยที่ฉีดเข้าไปชะลอปฏิกิริยาชีวภาพ ป้องกันความชื้นจากภายนอก
4. ทำหน้าที่การขนส่ง ได้แก่ กล่องลูกฟูก ลังพลาสติก ซึ่งบรรจุสินค้าหลายห่อหรือหน่วย เพื่อความสะดวกในการเคลื่อนย้ายและขนส่งสินค้าไปยังแหล่งผลิตหรือแหล่งขาย

5 การวางจำหน่าย คือ การนำบรรจุภัณฑ์ที่มีสินค้าอาหารแปรรูปอยู่ภายในวางจำหน่ายได้โดยที่ไม่จำเป็นต้องให้เห็นสินค้าเลย สามารถวางนอนหรือวางตั้งได้โดยที่สินค้าไม่ได้รับความเสียหาย ซึ่งควรคำนึงถึงขนาดที่เหมาะสมกับชั้นวางสินค้าด้วย

6 การรักษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่

- ใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ให้ปริมาณขยะน้อยเป็นวัสดุที่ย่อยสลายได้ง่าย ในกระบวนการผลิตจะไม่ใช้สารที่ลายชั้นบรรยากาศ เป็นต้น
- นำบรรจุภัณฑ์เวียนใช้ใหม่หรือใช้ประโยชน์อื่นได้ เช่น ขวดเหล้า แก้วใส่แย้ม เป็นต้น
- หมุนเวียนนำกลับมาผลิตใหม่ คือ นำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วไปหลอมหรือย่อยสลายเป็นวัตถุดิบสลับใช้ผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์หรือสินค้าอื่นได้
- ทำหน้าที่ส่งเสริมการขายเพราะบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสวยงามสามารถใช้เป็นสื่อโฆษณาได้ด้วยตัวเอง รวมถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะกาล เช่น แบนของแถมไปกับตัวบรรจุภัณฑ์
- ทำหน้าที่เป็นฉลากแสดงข้อมูลของอาหารแปรรูป ได้แก่ ข้อมูลด้านโภชนาการ ส่วนประกอบของอาหาร วันที่ผลิต วันที่หมดอายุ คำแนะนำ และเครื่องหมายเลขทะเบียนหรือเลขอนุญาตจากคณะกรรมการอาหารและยา (อย.)
- ทำให้ตั้งราคาขายได้สูงขึ้นเนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามจะสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า สร้างความนิยมในสินค้า จากตราและเครื่องหมายการค้าทำให้เกิดความภักดี(Loyalty) ในตัวสินค้าส่งผลให้ขายในราคาที่สูงขึ้นได้ หรือเรียกว่าสินค้าแบรนด์เนม(Brandname)
- การเพิ่มปริมาณขายด้วยการรวมหน่วยขายปลีกในบรรจุภัณฑ์อีกชั้นหนึ่ง เช่น นมกล่อง 1 โหลในกล่องกระดาษลูกฟูกที่มีหูหิ้ว เป็นต้น
- ให้ความถูกต้องรวดเร็วในการขาย โดยการพิมพ์บาร์โค้ดบนบรรจุภัณฑ์ทำให้คนคิดเห็นไม่จำเป็นต้องอ่านป้ายราคาบนบรรจุภัณฑ์แล้วกดเงินที่ต้องจ่าย แต่ใช้เครื่องอ่านบาร์โค้ดทำหน้าที่แทนทำให้รวดเร็วขึ้นและถูกต้อง

2.1.4.2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

การจำแนกประเภทบรรจุภัณฑ์ตามลักษณะการใช้งานได้ 2 ประเภท คือ

1. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับตัวสินค้าโดยตรงที่ผู้บริโภคซื้อไปใช้ ต้องทำจากวัสดุที่แข็งแรงคงสภาพเดิมเมื่อถึงตลาดเป้าหมายและต้องทำหน้าที่พื้นฐานของบรรจุภัณฑ์
 2. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ใส่บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก เพื่อความสะดวกในการขนส่ง โดยวัสดุที่นิยมใช้ทำบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งเป็นกล่องกระดาษลูกฟูกมากที่สุด
- บรรจุภัณฑ์แบ่งตามการออกแบบ คือ (ปุ่น คงเจริญทรัพย์ และสมพร คงเจริญทรัพย์ : 10)

1. บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ชั้นในสุดติดกับตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง ผู้ซื้อจะได้สัมผัสเวลาที่บริโภค บรรจุภัณฑ์นี้จะได้รับการโยนทิ้งเมื่อมีการเปิดและบริโภคสินค้า ภายในจนหมด จึงมีความสำคัญในการคุ้มครองปกป้องสินค้า รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และยืดอายุของผลิตภัณฑ์อาหารให้ยาวนาน การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นในจะต้องเลือกวัสดุที่ไม่มีปฏิกิริยาทางเคมีกับผลิตภัณฑ์อาหาร ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์ชั้นในจำเป็นต้องวางแสดงตัวบนหีบการออกแบบความสวยงาม การสื่อความหมายและภาพพจน์จะเริ่มเข้ามามีบทบาทในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ (Secondary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่รวบรวมชั้นแรกเข้าด้วยกัน เพื่อเหตุผลในการปกป้องหรือจัดจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้นหรือเพื่อการขนส่ง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นนี้มักจะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ต้องวางแสดงบนหีบ ญ จุดขาย ดังนั้นการเน้นความสวยงามจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์และจุดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้างความเข้าใจและโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้ซื้อสินค้า ญ จุดขาย การออกแบบอาจจะมีการเปิดเป็นหน้าต่างเพื่อให้เห็นความงามของบรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือสินค้า บรรจุภัณฑ์นี้เรียกว่าบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายปลีก

3. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามหรือตติยภูมิ (Tertiary Packaging) หน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์นี้คือการป้องกันสินค้าระหว่างการขนส่ง

บรรจุภัณฑ์ขนส่งนี้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

- บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งผลิตถึงแหล่งขายปลีก เมื่อสินค้าได้รับการจัดเรียงวางบนหีบแล้ว บรรจุภัณฑ์ขนส่งก็หมดหน้าที่การใช้งาน เช่น แคร่ และกะบะ(Pallet) เป็นต้น
- บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ระหว่างโรงงาน ในการจัดส่งสินค้าระหว่างโรงงาน จากโรงงานหนึ่งไปโรงงานหนึ่ง เช่น ลัง เป็นต้น
- บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งขายปลีกไปยังผู้บริโภค เช่น ถุงต่างๆที่ร้านใส่สินค้าให้ผู้ซื้อ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ในชั้นนี้ จึงต้องคำนึงถึงความสามารถในการป้องกันสินค้าระหว่างการขนส่ง ส่วนข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ขนส่งจะช่วยให้การจัดส่งเป็นไปอย่างสะดวกและถูกต้อง บรรจุภัณฑ์ชั้นนี้เรียกว่าบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง

ประเภทบรรจุภัณฑ์ตามชนิดของวัสดุได้ 6 ประเภท คือ

1. บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษ ผลิตได้หลายรูปแบบ เช่น ถุง ของ กล่อง เป็นต้น พิมพ์ลวดลายและสีฉูดฉาดง่าย นำกลับเข้ากระบวนการผลิตได้ง่ายจึงไม่ก่อให้เกิดปัญหาจากบรรจุภัณฑ์แต่จะสูญเสียความแข็งแรงเมื่อถูกความชื้น

2. บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากแก้ว มีความเป็นกลางไม่ทำปฏิกิริยากับอาหาร ทนทานต่อความร้อน ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซและไอน้ำได้ดี มีความใสช่วยแสดงตัวสินค้าได้ดี สามารถออกแบบฝาปิดแล้วให้เปิดกลับได้อีก นำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่หรือหลอมเป็นแก้วใหม่ได้ แต่จะมีข้อเสียใน

ด้านน้ำหนักมากทำให้เปลืองค่าขนส่ง ไม่ทนทานต่อการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิอย่างรวดเร็ว มีรูปแบบจำกัด ไม่มีความยืดหยุ่นในการผลิต มักใช้ร่วมกับวัสดุอื่นๆ เช่นฝาโลหะในการปิดผนึก

3. บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากโลหะ เช่น กระป๋องเหล็กและอลูมิเนียม ซึ่งกระป๋องเหล็กจะต้องมีการนำไปเคลือบดินบุกหรือแลคเกอร์เพื่อป้องกันการทำปฏิกิริยากับอาหาร ต้องอาศัยเครื่องบรรจุที่มีราคาสูง แต่มีข้อดีในการป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ ไอน้ำและแสงได้ดี ผ่านการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนสูงได้ มีความแข็งแรงรับน้ำหนักเรียงซ้อนกันได้ดี

4. บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติก มีทั้งแบบอ่อนตัว เช่น ถุง ซองและแบบคงรูป เช่น กล่อง ถ้วย ขวด มีน้ำหนักเบา มีความเหนียว ทนต่อความชื้นและการเปลี่ยนแปลงของสภาวะอากาศได้ดี มีความยืดหยุ่นในการผลิตสูง (สุพจน์ ประทีปกลิ่นทอง)

5. บรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ วัสดุธรรมชาติที่มีการใช้งานในปัจจุบัน เช่น ไม้ ไม้ไผ่ หวาย คล้า คลุ้ม ย่านลิเภา กก เตยปาดหนัน ป่านศรนารายณ์ ปอสา ใบกะพ้อ ก้านธูปฤาษี หญ้าแฝก เชือกกล้วย ผักตบชวา ใบมะพร้าว ใบตาล ใบตอง ฝ้ายจากวัสดุต่างๆ ดินเผาเป็นวัสดุเซรามิก ในสมัยโบราณใช้วัสดุธรรมชาตินำมาแปรรูปเป็นภาชนะประเภทเครื่องจักสาน เช่น เข่ง กระบุง บุง กี๋ กระจาด กระเช้า ตะกร้า หมวก หีบ ลังไม้ บรรจุภัณฑ์สิ่งทอประเภทถุงผ้า กระเป๋ผ้า ไถ่ ยาม เป็นต้น จัดเป็นบรรจุภัณฑ์พื้นบ้านจากภูมิปัญญาของไทยที่เก่าแก่ที่สุด มีอดีตประวัติความเป็นมาทางวัฒนธรรมซึ่งได้รับการสร้างสรรค์และมีวิวัฒนาการจนกลายเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่เหมือนชนชาติใดๆ อันจะเป็นจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้เป็นอย่างดี

6. บรรจุภัณฑ์ร่วมสมัยจากวัสดุธรรมชาติและวัสดุสมัยใหม่ เป็นการนำงานศิลปหัตถกรรมจากบรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องจักสาน ไม้ ไม้ไผ่ เครื่องโลหะ เซรามิกและเครื่องถักทอ มาใช้ร่วมกับบรรจุภัณฑ์จากวัสดุอุตสาหกรรมปัจจุบัน ได้แก่ กระดาษชนิดต่างๆ พลาสติก แก้ว โลหะ อันจะเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยอาศัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่น่าสนใจเพื่อสร้างความแตกต่างจากสินค้าอุตสาหกรรมและเป็นการสร้างจุดแข็งให้กับสินค้าชุมชน

2.1.4.3 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์อาหาร

ผลิตภัณฑ์อาหารจากการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรจะประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับของตลาดจำเป็นต้องมีการควบคุมคุณภาพ ตั้งแต่วัตถุดิบ ขั้นตอนระหว่างการผลิตและการบรรจุ ถ้าควบคุมคุณภาพอาหารได้และสม่ำเสมอแล้วโอกาสที่บรรจุภัณฑ์จะช่วยส่งเสริมทางการตลาดจะมีประสิทธิภาพสูง บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถเพิ่มคุณภาพของสินค้าแต่สามารถเพิ่มคุณค่าของสินค้าได้

ดังนั้นการพัฒนากระบวนการบรรจุภัณฑ์และการปรับปรุงระบบการขนส่งให้เหมาะสมจะเป็นการลดความเสียหายและสร้างความมั่นใจให้สินค้าอยู่ในสภาพเดิมมากที่สุด ขณะเดียวกันยังประโยชน์ในการขนส่งสินค้า ลดปริมาณพื้นที่ในการเก็บสินค้า ก่อให้เกิดความสะดวกในการเรียงซ้อน การ

เพิ่มต้นทุนของบรรจุภัณฑ์จะช่วยให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ยังผลให้ต้นทุนรวมของสินค้ามีมูลค่าถูกลง

ตารางที่ 1 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับประเภทของอาหารแปรรูป

กลุ่มอาหาร	ประเภทบรรจุภัณฑ์	คำแนะนำและเหตุผล
1.อาหารถนอมด้วยน้ำตาลและทำแห้ง	1.1 ซองพลาสติก PE	มีราคาถูกและปิดผนึกด้วยความร้อนได้ง่าย
	1.2 ซองพลาสติก PP	สามารถป้องกันความชื้นได้ดีแต่ปิดผนึกได้ยากกว่าฟิล์มPE เนื้อพลาสติกมีความใสช่วยเพิ่มคุณค่าสินค้า
	1.3 เซลโลเฟนหรือกระดาษแก้ว	สามารถป้องกันความชื้นได้ระดับหนึ่งมักนิยมใช้ห่อปิดปลาย(Twist Wrap)
	1.4 กระป๋องพลาสติกหรือกระป๋องพลาสติกมีฝาปิด	เห็นสินค้าได้รอบตัว ควรปิดฝาด้วยเทปให้สนิท
	1.5 ถาดพลาสติกใสชนิดมีฝาเป็นแบบกาบหอย	ควรปิดฝาด้วยความร้อนแทนที่จะใช้ลวดหรือใช้เทป
	1.6 กระป๋องพลาสติก	สามารถสร้างจุดเด่นที่ดีแก่สินค้าและแปลกใหม่แต่มีมูลค่าสูง
	1.7 กระป๋องกระดาษ	คล้ายคลึงกับกระป๋องโลหะแต่พิมพ์สวยงามได้มากกว่า
	1.8 ถุงเคลือบหลายชั้นอาจใช้แบบวางตั้งได้ อาจมีซิปลิดด้วย	เป็นบรรจุภัณฑ์รูปลักษณะใหม่ก่อให้เกิดความสะดวกในการบริโภคเปิดโอกาสให้ใช้เทคนิคระบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ เช่นระบบสุญญากาศ ระบบการปรับสภาวะ ซึ่งช่วยยืดอายุอาหารเก็บได้นาน
2.อาหารหมักดอง	2.1 กระป๋องโลหะ	เหมาะสำหรับอาหารที่ต้องผ่านการฆ่าเชื้อ มีขนาดมาตรฐานจัดหาได้ง่าย
	2.2 บรรจุภัณฑ์แก้ว	เหมาะสำหรับอาหารที่ต้องผ่านการฆ่าเชื้อ ทั้งนี้จะต้องใช้ฝาปิดได้สนิท ความใสและคุณสมบัติของแก้วมีส่วนช่วยเพิ่มคุณค่าของสินค้า
	2.3 ถุงพลาสติก PE	เหมาะกับการจำหน่ายวันต่อวัน

	2.4 ปีบ	ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ขนส่ง ถ้าใช้ปีบเปล่าควรพิจารณาสารเคลือบที่เหมาะสม หรืออาจใช้ถุงPE อย่างหนาเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นใน
กลุ่มอาหาร	ประเภทบรรจุภัณฑ์	คำแนะนำและเหตุผล
	2.5 ถุงต้มได้ หรือ Retort Pouch	โครงสร้างพื้นฐานเป็นฟิล์มเคลือบของPETเคลือบกับเปลวอะลูมิเนียมและCPPสามารถฆ่าเชื้อสินค้าพร้อมถุงได้ ถุงอาจมีราคาแพงแต่จะช่วยลดค่าขนส่งและช่วยถนอมคุณค่าอาหารได้ดีกว่าอาหารกระป๋อง
	2.6 ถุงพลาสติกในกล่อง กระดาศูฟฟูก (Bag-In-Box)	ถุงพลาสติกและกล่องกระดาศูฟฟูกสามารถแยกออกจากกันได้และพับเก็บได้ง่าย ตัวกล่องกระดาศูฟฟูกสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ เปลี่ยนเฉพาะแต่ถุงพลาสติก ซึ่งวัสดุนี้จัดว่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
3. อาหารถนอมด้วยการฆ่าเชื้อที่มีความร้อนสูง	3.1 ขวดแก้ว	มีขนาดขวดมาตรฐานจากผู้ผลิต ควรเลือกฝาที่มีคุณภาพสูง ทนอุณหภูมิฆ่าเชื้อได้
	3.2 กระป๋อง หรือ Retort Pouch	มีขนาดมาตรฐานจำเพาะของสินค้าแต่ละประเภท และฆ่าเชื้อได้ง่าย ถุงเคลือบหลายชั้นมีศักยภาพสูง ใช้ปริมาณวัสดุบรรจุภัณฑ์ต่อหน่วยสินค้าน้อยจึงเป็นการสนองต่อการบรรจุนึ่งลดปริมาณขยะ
	3.3 ถุงพลาสติกในกล่อง กระดาศูฟฟูก (Bag-In-Box)	พิจารณาใช้พลาสติกที่ฆ่าเชื้อด้วยความร้อนได้ เช่น CPP สามารถลดต้นทุนขนส่งได้
4. เครื่องเทศ	4.1 ขวดแก้ว	บรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บกลิ่นได้ดีไม่ยอมให้อากาศเข้าไปทำปฏิกิริยากับเครื่องเทศ เว้นแต่การปิดผนึกไม่ดี สร้างภาพพจน์ของสินค้าให้ดูมีราคา
	4.2 ขวดพลาสติก	ควรพิจารณาเลือกพลาสติกที่มีความหนาแน่นสูง เช่นHDPE เพื่อป้องกันกลิ่นซึมผ่านวัสดุบรรจุภัณฑ์

	4.3 ซองเคลือบหลายชั้น (Laminated Film)	เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บริโภคครั้งเดียว ซองที่เคลือบด้วยพลาสติกโพลีเอทิลีนซึ่งสามารถเก็บรักษากลิ่นได้ดี
5. เบเกอรี่และขนมหวาน	5.1 กล่องกระดาษแข็ง	บรรจุภัณฑ์ที่สามารถพิมพ์ตกแต่งได้อย่างสวยงาม ราคาถูก
กลุ่มอาหาร	ประเภทบรรจุภัณฑ์	คำแนะนำและเหตุผล
	5.2 ถาดพลาสติกใสแบบกาบหอย(Clam Shell)	สามารถมองเห็นสินค้า เพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้า ถ้าใช้พลาสติกที่มีอัตราการซึมผ่านของก๊าซน้อยสามารถใช้เทคนิคระบบบรรจุภัณฑ์สมัยใหม่ เช่น การปรับสภาวะโดยการฉีดก๊าซเฉื่อย(ไนโตรเจนหรือคาร์บอนไดออกไซด์) เพื่อยืดอายุอาหาร แต่ตัวฝาต้องปิดสนิทด้วยความร้อนได้
	5.3 ถาดพลาสติกหรือกระดาษปิดผนึกด้วยความร้อนบนแผ่นฟิล์ม	ราคาถูกกว่า แต่ต้องคัดเลือกประเภทของพลาสติกให้เหมาะสมกับสินค้าและสามารถใช้เทคนิคการปรับสภาวะได้
	5.4 ถาดอะลูมิเนียมพร้อมฝาทำด้วยกระดาษแข็ง	มีราคาสูงแต่สามารถปกป้องรักษาคุณภาพสินค้าไว้ได้นาน เหมาะสำหรับแช่เย็นหรือแช่แข็ง
6. นม ไอศกรีม	6.1 ถ้วยหรือขวดพลาสติกปิดฝาด้วยกระดาษหรือพลาสติกโพลีเอทิลีน	เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาถูกแต่เก็บไว้ได้ไม่เกิน 1 สัปดาห์
	6.2 ซองเคลือบหลายชั้น (Laminate Film)	สิ่งสำคัญจะต้องมีชั้นพลาสติกที่ป้องกันแสงUV อาจจะมีพลาสติกที่เคลือบด้วยเมทาไลซ์ฟิล์มเพื่อยืดอายุสินค้า
	6.3 กล่องเคลือบหลายชั้นด้วยกระดาษแข็งที่ใช้กับระบบฆ่าเชื้อUHT	เป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตสูง มีราคาสูงมาก แต่สามารถถนอมรักษาอาหารได้นาน
	6.4 ถ้วยหรือถ้วยกระดาษ	เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการสร้างการยอมรับได้มากโดยเฉพาะสินค้าส่งออก เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วถือว่ากระดาษเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากตารางที่ 1 พบว่ามีบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุใส่อาหารอยู่เป็นจำนวนมาก บรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทมีคุณลักษณะและความเหมาะสมในการบรรจุอาหารแต่ละประเภทแตกต่างกัน การแข่งขันทางการตลาดในการในการใช้บรรจุภัณฑ์ใหม่ๆมาแทนบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาด เช่น บรรจุภัณฑ์ผลิตจากเยื่อและกระดาษ บรรจุภัณฑ์โลหะ บรรจุภัณฑ์โลหะ และบรรจุภัณฑ์พลาสติก

2.1.4.3 บรรจุภัณฑ์อาหารที่ผลิตจากเยื่อและกระดาษ

ประโยชน์ของการใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษมีอยู่มากมาย คุณลักษณะเด่น คือ ความสามารถที่จะพับได้หรือการพับเส้นบนกระดาษมาขึ้นรูปเป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ เช่น ถังและกล่อง เป็นต้น นอกจากนี้กระดาษเหนียวสีน้ำตาลที่เรียกว่ากระดาษคราฟท์นั้น ยังสามารถทนแรงที่มทุ่ได้ดี ทำให้สามารถนำมาผลิตเป็นถังขนาด 20 และ 50 กิโลกรัมเพื่อใช้บรรจุแป้ง น้ำตาล เป็นต้น

ข้อเสียเปรียบของบรรจุภัณฑ์กระดาษเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ คือ ไม่สามารถทนต่อความชื้น ก๊าซ และเก็บกลิ่นได้เนื่องจากรูพรุนของกระดาษ อย่างไรก็ตามวิวัฒนาการสมัยใหม่ได้ช่วยแก้ไขจุดอ่อนนี้ด้วยการนำกระดาษไปเคลือบกับพลาสติกชนิดต่างๆ หรือแม้กระทั่งไปเคลือบกับเปลวอะลูมิเนียมซึ่งเป็นโลหะ โดยใช้พลาสติกเป็นตัวเชื่อมระหว่างกลางทำให้ช่วยแก้ปัญหานี้ได้

ประเภทบรรจุภัณฑ์กระดาษ ที่นิยมใช้ในปัจจุบัน ได้แก่

- กล่องกระดาษแข็งพับได้ เวลาขนส่งจะพับแบนราบเพื่อประหยัดค่าขนส่ง
- กล่องกระดาษแบบคงรูป จะเป็นกล่องขึ้นรูปเรียบร้อยทำให้มีค่าขนส่งสูง
- บรรจุภัณฑ์การ์ด ประกอบด้วยแผ่นกระดาษและพลาสติกขึ้นรูปสินค้าแทรกอยู่กลาง
- บรรจุภัณฑ์กระดาษแบบเคลือบหลายชั้นด้วยพลาสติกและเปลวอะลูมิเนียม นิยมใช้บรรจุอาหารและเครื่องดื่ม
- กล่องกระดาษลูกฟูก มีความแข็งแรงเหมาะสมกับราคา ขนาดและรูปลักษณะ

2.1.4.4 บรรจุภัณฑ์อาหารกระป๋อง

โลหะสามารถป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ ความชื้นและแสงได้ 100% กระป๋องโลหะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรักษานอมอาหารได้นาน 2 ปี และมีคุณลักษณะพิเศษในด้านความแข็งแรง ความทนทานต่อการพังอ สามารถพับขึ้นรูปได้ตามต้องการ อีกทั้งสามารถออกแบบกราฟฟิกให้ดึงดูดความสนใจได้ แต่มีข้อเสียคือน้ำหนักมาก กระป๋องโลหะที่นิยมใช้ประกอบด้วยฝากระป๋องและตัวกระป๋องเชื่อมติดกันเป็นกระป๋องด้วยการบัดกรีเชื่อมด้วยไฟฟ้า บรรจุภัณฑ์กระป๋องมีหลายรูปแบบ เหมาะกับการใช้บรรจุอาหารลักษณะต่างๆได้แก่ ผัก ผลไม้ เนื้อ น้ำมัน เป็นต้น มีคุณลักษณะพิเศษที่แข็งแรงเรียงซ้อนได้ดี

2.1.4.5 บรรจุภัณฑ์แก้ว

แก้วเป็นวัสดุที่เฉื่อยต่อการทำปฏิกิริยาเคมีมากที่สุด และทนต่อการกัดกร่อนหรือปราศจากปฏิกิริยาเคมีของอาหารจึงทำให้รสชาติของอาหารไม่เปลี่ยนแปลง ความใสและความเป็นประกายของแก้วช่วยให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ความแข็งแรงของแก้วจะไม่ทำให้รูปทรงและปริมาตรเปลี่ยนแปลงแม้จะบรรจุด้วยระบบความดันหรือสุญญากาศ แต่มีข้อด้อย คือ มีน้ำหนักมากและแตกง่าย แก้วนำมาทำบรรจุภัณฑ์ในรูปขวดรูปทรงต่างๆ เช่น ทรงกลม ทรงรี ทรงเหลี่ยม ส่วนฝาขวดจะทำหน้าที่รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารจึงต้องเลือกฝาที่เหมาะสมมาตรฐานสีของขวดแก้วมี 3 สีคือ สีใสซึ่งเป็นสีที่นิยมใช้มากที่สุด สีอำพัน ขวดแก้วประเภทนี้จะสามารถรองแสงอุลตราไวโอเลตได้ดี จึงนิยมใช้เป็นขวดเบียร์และขวดยาบางประเภท สีเขียวมีคุณสมบัติคล้ายกับสีอำพันมักจะใช้กับอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม

2.1.4.6 บรรจุภัณฑ์พลาสติก

ในปัจจุบันมีการนำพลาสติกมาทำบรรจุภัณฑ์เป็นจำนวนมาก และมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันตามการใช้งาน เช่น

- โพลีเอทิลีน (Polyethylene) PE

เป็นพลาสติกที่ใช้มากที่สุดและราคาถูก มีคุณสมบัติกันความชื้นได้ดีพอสมควร นิยมนำมาใช้ทำถุงร้อน(จะมีสีขาวขุ่น)และถุงเย็น ใช้ห่อหรือบรรจุอาหารที่ไม่มีไขมันสูง ทำถุงบรรจุผักและผลไม้

- โพลีโพรพิลีน (Polypropylene) PP

PP มักรู้จักในนามถุงร้อน มีคุณสมบัติเด่นซึ่งมีความใสและป้องกันความชื้นได้ดี มีจุดหลอมเหลวสูงทำให้สามารถใช้เป็นบรรจุภัณฑ์อาหารในขณะร้อน เช่น ถุงร้อนชนิดใส บรรจุอาหารที่ต้องผ่านความร้อนในการฆ่าเชื้อ ใช้ทำถุงผักและผลไม้ ใช้ทำซองบรรจุอาหารแห้ง ประเภทบะหมี่สำเร็จรูป ใช้ทำกล่องอาหาร ลัง ถาดและตะกร้า

- โพลีเอทิลีน เทเรฟทาเลต (Polyethylene Terephthalate) PET

PETเป็นบรรจุภัณฑ์ที่คิดขึ้นมาเพื่อบรรจุน้ำอัดลม มีคุณสมบัติเด่นทางด้านความใสแวววาวเป็นประกาย นิยมนำมาใช้บรรจุน้ำมันพืชและน้ำดื่ม ทนแรงยืดและแรงกระแทกได้ดี มีจุดหลอมเหลวสูง แต่ข้อด้อย คือ ไม่สามารถปิดผนึกด้วยความร้อนและเปิดฉีกยาก จึงมักใช้เคลือบกับพลาสติกอื่น การใช้งานนิยมนำพลาสติกประเภทนี้มาใช้เป็นขวด ฟิล์ม ถาดบรรจุภัณฑ์ เป็นพลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อผลิตสินค้าอย่างอื่น

- โพลีไวนิลคลอไรด์ (Polyvinylchloride) PVC

PVCเป็นพลาสติกที่สามารถแปรเปลี่ยนคุณสมบัติได้ โดยการเติมสารเคมีปรุงแต่ง (Additives) ต่างๆ เช่น Plasticizer, Modifier และ Fillers เคยมีการจะยกเลิกใช้ PVCในบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากมีสารตกค้างของไวนิลคลอไรด์ซึ่งอาจก่อให้เกิดมะเร็งในตับ แต่ปัจจุบันได้วิวัฒนาการด้านการผลิตทำ

ให้สามารถผลิต PVC ที่มีไวนิลคลอไรด์ตกค้างน้อย นิยมใช้ PVC ทำฟิล์มยืดสำหรับห่อเนื้อสด ผัก และผลไม้สด เนื่องจากความใสและมันวาวทำให้เห็นผลิตภัณฑ์ได้ดี และมีอัตราการซึมผ่านของก๊าซและไอน้ำอยู่ในช่วงที่เหมาะสม ใช้ทำถาดบรรจุอาหารแห้งเช่น ขนมปังกรอบ คุกกี้ เพื่อแบ่งเป็นสัดส่วน และป้องกันการแตกหัก ใช้ทำถาดหรือกล่องบรรจุอาหารสด ใช้ทำขวดบรรจุน้ำมันพืชปรุงอาหาร

- โพลีสไตรีน (Polystyrene) PS

PSเป็นพลาสติกที่ใช้ผลิตบรรจุภัณฑ์โดยการอัดขึ้นรูปด้วยความร้อนเป็นรูปถ้วย ถาด ถ้าเติมสารพองตัว (Blowing Agent)ลงไปจะสามารถผลิตออกมาเป็นโฟมที่เรียกว่า EPS ซึ่งใช้เป็นวัสดุป้องกันการกระแทก นิยมใช้ทำช่องหน้าต่างของกล่องกระดาษ ใช้ห่อผักผลไม้สดและดอกไม้สด เนื่องจากความใสและยอมให้ก๊าซซึมผ่านได้ง่าย ใช้ทำโฟมทั้งเป็นภาชนะบรรจุและแผ่นฉนวนกันความร้อน ใช้ทำถาด ถ้วยหรือแก้วน้ำสำหรับใช้ครั้งเดียว ใช้ทำถาดหลุมสำหรับรองขนมปังกรอบ คุกกี้ก่อนบรรจุกล่อง

บรรจุภัณฑ์อาหารจากพลาสติก จะต้องระมัดระวังในเรื่องความปลอดภัยในการใช้ต้องเลือกชนิดที่ไม่ทำปฏิกิริยากับอาหารและเหมาะสมกับการใช้งาน บรรจุภัณฑ์ต้องผ่านการอุ่นด้วยการนึ่งหรืออุ่นด้วยไมโครเวฟจะต้องทนต่ออุณหภูมิสูงได้ดี ถ้าเกิดการอ่อนตัวหรือเสียรูปหรือหลอมละลายไม่ควรนำมาทำบรรจุภัณฑ์อาหาร เพราะอาจเกิดสารปนเปื้อนแพร่กระจายมาจากบรรจุภัณฑ์ได้

2.1.5 การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การออกแบบ หมายถึง วิธีคิดค้นหาการสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ เพื่อสนองความต้องการความสะดวกสบาย เพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาวิถีชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม(ประชิด ทิณบุตร19)

การออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์ทางศิลปะอย่างหนึ่งของมนุษย์ในอันที่จะนำทรัพยากรต่างๆในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มาดัดแปลงขึ้นเป็นสิ่งที่จะเอื้ออำนวย ความสะดวกสบาย และเกิดคุณประโยชน์เกิดคุณค่าต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี)

การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่ไม่น่าพอใจ พัฒนาที่ละเล็กที่ละน้อยที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า ทำให้มีความเจริญขึ้นและมีความก้าวหน้าทันสมัย ส่งผลให้สะดวกสบายที่ดีขึ้น (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จะเป็นการนำเอาองค์ประกอบต่างๆอันได้แก่ กลยุทธ์การตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายและสภาวะคู่แข่งเข้ามาเป็นแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สนองกับจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถเขียนเป็นสมการอย่างง่ายได้ดังนี้

การออกแบบ = คำบรรยาย + สัญลักษณ์ + ภาพพจน์

Design = Words + Symbols + Image

ในสมการนี้ คำบรรยายและสัญลักษณ์มีความเข้าใจตามความหมายของคำ ส่วนภาพพจน์นั้นจะเป็นนามธรรม เนื่องจากการออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่งซึ่งแสดงออกได้ด้วย จุด เส้น สี รูปภาพ ผสมผสานกันออกมาเป็นพาณิชย์บนบรรจุภัณฑ์ ด้วยหลักการ 4 ประการคือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

S	=	Simple	เข้าใจง่ายสบายตา
A	=	Aesthetic	มีความสวยงามชวนมอง
F	=	Funtion	ใช้งานได้ง่าย สะดวก
E	=	Economic	ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

บรรจุภัณฑ์มีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ในเวลาเดียวกันสามารถลดต้นทุนสินค้าอันจะนำไปสู่ยอดกำไรสูงซึ่งเป็นเป้าหมายของการค้า

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ หมายถึง กระบวนการคิดประดิษฐ์สิ่งต่างๆ ให้แปลกใหม่ สะดวก สบายและสอดคล้องกับลักษณะรูปแบบ คุณสมบัติของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์เพื่อใช้ห่อหุ้มป้องกันและรักษาคุณภาพของสินค้าให้อยู่ในสภาพดี ไม่เสียหายหรือบูดเน่าหรือผลิตภัณฑ์ ให้คงสภาพเดิมมากที่สุดและช่วยส่งเสริมการขายอย่างมีประสิทธิภาพ(สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย : 1)

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์จากสภาพที่ไม่น่าพอใจ ให้มีความสวยงามทันสมัย และสะดวกสบายในการใช้งานและการขนส่ง(สุภวัฒน์ ไสววรรณ: 1)

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงเป็นการจัดทำหีบห่อเพื่อห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ให้คงอยู่และ มีอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อบอกคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นบนบรรจุภัณฑ์และความโดดเด่น สวยงาม การเก็บรักษาที่สะดวก มีสิ่งยืนยันความปลอดภัยตลอดจนรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับว่าเป็นการออกแบบเพื่อบรรจุภัณฑ์ชนิดใด สิ่งที่นักออกแบบจะต้องคำนึงถึง คือ

1. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน เป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นในสุดที่อยู่ติดกับตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง จึงมีความสำคัญในการคุ้มครองปกป้องสินค้า รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และยืดอายุของผลิตภัณฑ์อาหารให้ยาวนาน การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นในจะต้องเลือกวัสดุที่ไม่มีปฏิกิริยาทางเคมีกับผลิตภัณฑ์อาหาร
2. บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก อยู่ถัดจากบรรจุภัณฑ์ชั้นในมีหน้าที่ปกป้องคุ้มครองคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายนอกไม่ให้อายุเสียหาย สร้างความเป็นเอกลักษณ์และจุดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้างความเข้าใจและโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้ซื้อสินค้า ณ จุดขาย เปรียบประดุจพนักงานไร้เสียง

3. บรรจุกฎบัตรเพื่อการขนส่ง เพื่อใช้ในการขนส่งสินค้า ซึ่งข้อมูลที่อยู่บนบรรจุกฎบัตรจึงเป็นข้อมูลเพื่อให้ถึงจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัย

การวางแผนออกแบบและพัฒนาบรรจุกฎบัตร อาจวางแผนได้ 2 วิธี คือ

1. ปรับปรุงพัฒนาบรรจุกฎบัตรให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งชั้นโดยตรงได้ด้วยบรรจุกฎบัตรที่ดีกว่าหรือด้วยสิ่งที่ถูกกว่า การตั้งเป้าหมายและวางแผนการพัฒนาบรรจุกฎบัตรจึงต้องศึกษาสถานภาพบรรจุกฎบัตรของคู่แข่งและรู้ถึงกลยุทธ์การตลาด และนโยบายของตัวเอง

2. พัฒนาบรรจุกฎบัตรให้แหวกแนวสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งชั้นโดยทั่วไปเราสามารถวิเคราะห์การวางแผนพัฒนาบรรจุกฎบัตร โดยใช้หลัก 5W + 2H ได้ดังนี้

- WHY ทำไมต้องออกแบบบรรจุกฎบัตรใหม่ ทำไมต้องพัฒนากฎบัตรฟิกของบรรจุกฎบัตร
- WHO ใครเป็นผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุกฎบัตรนี้ แผนกใดเกี่ยวข้อง มีบุคคลใดบ้าง
- WHAT อะไร จุดมุ่งหมายการพัฒนาบรรจุกฎบัตรคืออะไร ข้อจำกัดในการออกแบบมีอะไรบ้าง จุดขายของสินค้าคืออะไร การใช้งานของบรรจุกฎบัตรคืออะไร
- WHERE ที่ไหน สถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะวางขายสินค้า บรรจุกฎบัตรที่ออกแบบครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน ถ้าไม่ศึกษาให้ดีพอนำบรรจุกฎบัตรไปวางอาจใหญ่เกินไป วางไม่สวย มองเห็นบรรจุกฎบัตรแล้วไม่เด่นพอ ทำให้จะเปลี่ยนแปลงอะไรตอนนั้นคงเสียต้นทุนสูงมากเพราะต้องเริ่มใหม่หมด
- HOW อย่างไร จะใช้เทคโนโลยีอย่างไรที่เหมาะสมดี
- HOW MUCH งบประมาณที่จะใช้ในการพัฒนาบรรจุกฎบัตรมีเท่าไร
- WHEN เมื่อไร เมื่อไรจะพัฒนาเสร็จ วางตลาดเมื่อไร ต้องมีการวางแผนจะได้เสร็จทัน

2.1.5.1 การพัฒนาการออกแบบบรรจุกฎบัตร

การพัฒนาการออกแบบบรรจุกฎบัตร (ปูน คงเจริญทรัพย์ และสมพร คงเจริญทรัพย์) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. โครงสร้าง เป็นการออกแบบทางด้านเทคนิคและทางกายภาพของบรรจุกฎบัตร โดยเน้นกระบวนการใส่ การรักษาคุณภาพด้วยการประเมินอายุของอาหารและการป้องกันที่เหมาะสมต่อการขนส่งและการกระจายสินค้า ประกอบด้วย รูปร่าง หรือรูปทรงของบรรจุกฎบัตร และวัสดุที่ใช้ทำบรรจุกฎบัตรรูปร่าง มีหลายลักษณะ เช่น รูปทรงสี่เหลี่ยม ทรงกลม สามเหลี่ยม หลายเหลี่ยม รูปไข่ ฯลฯ ขึ้นอยู่กับรูปทรง และลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า ที่เราจะบรรจุและวัตถุประสงค์ของการบรรจุกฎบัตร เช่น เพื่อการขนส่ง เพื่อการเก็บรักษา หรือเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย วัสดุที่ใช้ทำบรรจุกฎบัตรมีมากมายหลายชนิด ได้แก่ กระดาษ พลาสติก โลหะ แก้ว ไม้ การเลือกวัสดุทำบรรจุกฎบัตรโดยวิเคราะห์ดูความเหมาะสมระหว่างบรรจุกฎบัตรกับผลิตภัณฑ์ และหน้าที่การใช้งานของบรรจุกฎบัตร

2. กราฟฟิก เป็นการออกแบบรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อและสื่อความหมายให้เข้าใจ จดจำง่าย เกิดความรู้สึกประทับใจ การออกแบบกราฟฟิกจะเน้นในเรื่องของการตกแต่งรูปลักษณะด้วยภาพพจน์ที่สร้างความประทับใจทั้งในด้านรูปภาพและการออกแบบคำพูด ภาษาสื่อสาร ให้มีความสัมพันธ์กับรูปทรงของวัสดุและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีความจำเป็นที่ต้องทำอยู่เรื่อยๆ เนื่องจากไม่มีบรรจุภัณฑ์ใดที่จะสามารถใช้ได้ตลอดกาล สาเหตุเพราะการเปลี่ยนแปลงทางด้านการตลาดไปตามสมัยนิยมของผู้บริโภค รวมทั้งระบบการจัดจำหน่ายและเทคโนโลยีใหม่ๆ

วัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

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

ตารางที่ 2.2 สถานะของส่วนผสมทางการตลาดในแต่ละขั้นตอนวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์

ส่วนผสมทางการตลาด	ขั้นตอนวัฏจักรชีวิตของผลิตภัณฑ์			
	1. แนะนำ	2. เติบโต	3. อิ่มตัว	4. ตกต่ำ
ก. ผลิตภัณฑ์	ชนิดเดียว	หลายชนิด	แข่งขัน	เหลือน้อยราย
ข. การจัดส่ง	เลือกระบบ	ที่เหมาะสม	หลายระบบ	ระบบที่จำเป็น
ค. การส่งเสริม	แนะนำ	เร่งเร็ว	ทุกรูปแบบ	แยกประเภท
ง. ราคา	เจาะตลาด	สูงสุด	ตัดราคา	ลดสุดๆ

ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลเบื้องต้นที่ต้องคำนึงในการออกแบบ คือ

1. สินค้าคืออะไร

การออกแบบต้องเริ่มต้นด้วยข้อมูลทางด้านสินค้าอย่างเพียงพอ ได้แก่ ประเภทของสินค้า คุณสมบัติทางกายภาพเช่น ขนาด รูปทรง ปริมาตร และคุณสมบัติทางเคมี คือสาเหตุที่ทำให้สินค้าเน่าเสียหรือเสื่อมคุณภาพจนไม่เป็นที่ยอมรับ ส่วนประกอบหรือส่วนผสม คุณค่าทางโภชนาการ กระบวนการผลิตหรือการแปรรูปอาหาร การตรวจสอบคุณภาพ ข้อเสนอแนะในการบริโภคและสินค้าจะเสื่อมคุณภาพจากปฏิกิริยาอะไร เพื่อจะได้นำมาออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้ลดทอนเสียสลายอย่างเหมาะสม สร้างการยอมรับจากผู้ซื้อและที่สำคัญที่สุด คือ การสร้างจุดขายของสินค้า

2. ประโยชน์และความต้องการของผู้บริโภค

การกำหนดเป้าหมายของผู้บริโภค ปริมาณการบริโภคแต่ละครั้ง การนำไปปรุ่ร่วมกับอาหารอื่น และโอกาสในการบริโภคหรือฤดูในการเลือกซื้อ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์และลดลยได้สอดคล้องกับเทศกาล การออกแบบให้เป็นของกำนัล เป็นต้น เพื่อเป็นการสนองความต้องการของผู้ซื้อ และทำให้สินค้ามีความแตกต่างหรือสร้างคุณประโยชน์มากกว่าคู่แข่งไม่ว่าในด้านคุณค่าอาหารหรือความสะดวกในการบริโภค

3. บรรจุภัณฑ์ ข้อมูลที่เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ ที่ต้องพิจารณาดังนี้

3.1 พิจารณาตามหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ การป้องกัน การรักษาคุณภาพ ความสะดวกในการใช้งาน ความประหยัดในการขนส่ง การออกแบบกราฟฟิคให้สอดคล้องกับความต้องการ การใช้ฉลากและส่วนประกอบของฉลากตามลักษณะของบรรจุภัณฑ์ เช่น

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

3.2 พิจารณาถึงคุณสมบัติทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

- บรรจุภัณฑ์แข็งตัว (Rigid Packaging) เช่น แก้ว กระจ่องโลหะ และขวดพลาสติก แบบฉีด บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้มีความแข็งแรง คงรูปได้ดี ลำเลียงบนสายพานได้สะดวก จึงเหมาะกับการ ใช้งานกับเครื่องบรรจุของเหลวด้วยระบบสุญญากาศและระบบที่ใช้ความดัน
- บรรจุภัณฑ์กึ่งแข็ง (Semi-Rigid Packaging) เช่น ขวดพลาสติกแบบขึ้นรูปด้วยการเป่า ถาดโฟม ถ้วยไอศกรีม ขึ้นรูปด้วยความร้อนและสุญญากาศ บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้มีข้อจำกัดในการรับแรงอัดและแรงดันจึงบรรจุภัณฑ์ของเหลวแบบสุญญากาศไม่ได้
- บรรจุภัณฑ์อ่อนนุ่ม (Flexible Packaging) เช่น ซองและถุง บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ไม่สามารถรักษามิติหรือรูปทรงได้ จึงต้องมีอุปกรณ์ช่วยในระหว่างทำการบรรจุของเหลว และมักใช้การบรรจุแบบกระบอกสูบอัดใส่ในถุงบรรจุภัณฑ์

4. การตลาด การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย จำต้องวิเคราะห์จุดยืนของสินค้าและบรรจุภัณฑ์เทียบกับคู่แข่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน เช่น ข้อมูลปริมาณสินค้าที่จะบรรจุ ขนาด จำนวนบรรจุภัณฑ์ต่อหน่วยขนส่ง อาณาเขตของการตลาด เป็นต้น

5. ระบบขนส่งและคลังสินค้า วิธีและอุปกรณ์การขนย้าย การเก็บคงคลัง เช่น การใช้รถกระบะเป็นพาหนะสำหรับใช้ในระบบขนย้าย การใช้สัญลักษณ์รหัสแท่งบนบรรจุภัณฑ์ขนส่ง เป็นต้น

6. กฎหมาย การออกแบบกราฟฟิกของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นไปตามข้อบังคับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องสอดคล้องกับข้อบังคับของสำนักงานอาหารและยา(อย.) นอกจากนี้ยังต้องศึกษาการใช้สัญลักษณ์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

7. ปัจจัยอื่นๆ เช่น สภาวะคู่แข่งรวมทั้งถึงการเคลื่อนไหวของคู่แข่ง สถานะของผลิตภัณฑ์ ตามวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

2.1.5.2 ขั้นตอนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มี (ปุ่น คงเจริญทรัพย์และสมพร คงเจริญทรัพย์ :78-82)ดังนี้

1. กำหนดจุดมุ่งหมายของการใช้บรรจุภัณฑ์

กระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เริ่มต้นด้วยการตั้งจุดมุ่งหมาย ควรมีจุดมุ่งหมายหลักเพียงอย่างเดียว เช่น ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่ม 10% หรือจะเป็นการลดต้นทุนลงอีก 5% ซึ่งจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้จะต้องเฉพาะเจาะจงและเข้าใจง่าย

2. การวางแผนการบรรจุภัณฑ์

ในการวางแผนการบรรจุภัณฑ์จะเริ่มจากขั้นตอนดังต่อไปนี้

- การหาข้อมูลสินค้าที่จะพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ เช่น ข้อมูลทางเทคนิค ทางด้านการตลาด การจัดส่ง ค่าใช้จ่าย

- ความต้องการของบรรจุภัณฑ์ ทั้งด้านเทคนิคและการใช้งาน
- รายละเอียดของรูปแบบบรรจุภัณฑ์
- ข้อกำหนดบังคับตามกฎหมาย
- รวบรวมรายละเอียดระบบบรรจุภัณฑ์และวัสดุที่เหมาะสม
- ประเมินงบประมาณที่ต้องใช้ในการพัฒนา
- กำหนดมาตรการที่จะต้องดำเนินการทดสอบตลาดหรือทดสอบภายในสถานที่จำลอง

3. ปฏิบัติการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เริ่มต้นจากการเก็บข้อมูลของสินค้า ดังนี้

- คุณสมบัติของสินค้าทางกายภาพ เช่น ของแข็ง ของเหลว การแตกหักง่ายหรือยาก
- คุณสมบัติทางเคมี สินค้าจะเน่าเสียหรือเสื่อมคุณภาพจากปฏิกิริยาอะไร เช่นการทำปฏิกิริยากับออกซิเจนหรือความชื้น เพื่อจะได้ประเมินอายุของอาหารได้ และเพื่อเป็นแนวทางในการสรรหาวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม สามารถคุ้มครองคุณภาพอาหารได้ตามกำหนดอายุที่ต้องการ
- คุณสมบัติเด่นของสินค้าที่จะสร้างเป็นจุดขายเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค สร้างจุดเด่นที่เห็นชัดและจดจำได้ง่าย

- บรรจุกัณฑ์ เมื่อทราบคุณลักษณะของสินค้าและความต้องการของตลาดที่จะสนองจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ จะเริ่มเห็นแนวทางของบรรจุกัณฑ์ที่จะใช้และเตรียมร่างต้นแบบขึ้นมาได้ หรือความต้องการบรรจุกัณฑ์คุณสมบัติพิเศษ

- เครื่องจักร สืบเนื่องจากบรรจุกัณฑ์ที่ได้เลือกไว้แล้ว การสรรหาเครื่องจักรบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับการใช้งาน ซึ่งต้องเปรียบเทียบประสิทธิภาพ ค่าใช้จ่ายและต้นทุน

4. การประเมินรอบแรก

จากร่างต้นแบบบรรจุกัณฑ์หลายแบบที่ได้พัฒนาขึ้นมา ขั้นตอนนี้จะทำการเปรียบเทียบและ คัดบางแบบออก มาตรการที่ใช้ในการเปรียบเทียบเพื่อคัดออกนี้ คือ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายและต้นทุนของบรรจุกัณฑ์ ตัวเลขของต้นทุนที่ได้จากผู้ผลิตบรรจุกัณฑ์แหล่งต่างๆที่นำมาเปรียบเทียบ และการทดสอบความเข้ากันได้ระหว่างสินค้ากับบรรจุกัณฑ์ ซึ่งเป็นการทดสอบว่าทั้งสินค้าและบรรจุกัณฑ์มีการทำปฏิกิริยากันในเวลาใช้งานจริง โดยการทดสอบในห้องปฏิบัติการภายใต้สภาวะอุณหภูมิสูงและความชื้นสัมพัทธ์สูง เพื่อศึกษาสภาวะการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติ เช่น ความเปราะแตกหักสำหรับสินค้าที่เป็นของแข็ง หรือของเหลวที่อาจเปลี่ยนความข้นจนเป็นของเหลวข้นมาก หรือจับตัวเป็นก้อนแข็งเทไม่ออก เป็นต้น การประเมินรอบนี้จะจบลงเมื่สามารถคัดเลือกบรรจุกัณฑ์ที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายด้วยค่าใช้จ่ายที่ประเมินแล้วเป็นที่ยอมรับได้

5. การพัฒนาขั้นที่สอง

การพัฒนาขั้นต่อมา คือ การเริ่มพิจารณารายละเอียดปลีกย่อยของบรรจุกัณฑ์ชั้นนอกและบรรจุกัณฑ์ชั้นในของบรรจุกัณฑ์ชั้นในที่ได้รับการคัดเลือกไว้แล้ว ทดสอบความสามารถในการเรียงซ้อนกันของกล่องลูกฟูก เป็นต้น

6. การทดสอบการใช้งาน

เป็นการทดสอบการใช้งานของบรรจุกัณฑ์ที่ออกแบบในแผนกต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ทดสอบการบรรจุ การเดินเครื่อง ความเข้ากันได้กับบรรจุกัณฑ์และเครื่องจักร การทดสอบจะมีมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมาย ขอบเขตในการพัฒนาและงบประมาณของการพัฒนานั้น การทดสอบที่สำคัญที่สุดคือการทดสอบทางการตลาด โดยอาจมีการทดสอบการวางจำหน่าย สรุปผลการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายในสภาวะจุดขายจริง ทดสอบการยอมรับในตัวสินค้า การประเมินว่ากลุ่มเป้าหมายพอใจซื้อสินค้าพร้อมบรรจุกัณฑ์ที่พัฒนามาอย่างดีแล้วนี้ในราคาเท่าไร พร้อมทั้งการประเมินยอด ขายเพื่อที่จะไปกำหนดยุทธศาสตร์ทางการตลาด ในทางกลับกันสามารถทราบถึงจุดบกพร่องของบรรจุกัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อนำไปทำการแก้ไขก่อนวางตลาดจริง

7. การประเมินขั้นสุดท้าย

การประเมินขั้นสุดท้ายเป็นการประเมินว่าบรรจุกัณฑ์ที่ออกแบบนี้ตรงตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้

หรือไม่และสมควรที่จะวางตลาดตามเวลาที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ยังเป็นการตัดสินใจจะวางตลาดหรือไม่ ถ้าไม่วางจำหน่ายสินค้าสิ่งสูญเสีย คือ ค่าพัฒนาที่เกิดขึ้นแล้ว แต่ถ้าตัดสินใจวางจำหน่ายและสินค้าไม่ประสบความสำเร็จ ความสูญเสียจะมีมากกว่าค่าพัฒนาที่ได้ทำไปอีกมากมาย

อายุของผลิตภัณฑ์อาหาร

ในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร การกำหนดอายุของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นหัวใจสำคัญที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องกำหนด เพื่อช่วยชี้แนวทางการลงทุนเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต แนวทางการพัฒนาวัตถุดิบและการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ห่อหุ้มเพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าให้ได้ตามอายุที่กำหนด

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับอายุผลิตภัณฑ์อาหาร ได้แก่

- **สินค้า** การเสื่อมคุณภาพของสินค้าด้วยปฏิกิริยาต่างๆกัน สินค้าบางอย่างเมื่อได้รับความชื้นจะไม่เป็นที่ยอมรับ เช่น ข้าวเกรียบ สินค้าบางอย่างเมื่อทิ้งไว้นานจะเกิดกลิ่นเหม็นหืน เช่น อาหารขบเคี้ยว เมื่อสามารถหาสาเหตุการเสื่อมคุณภาพของอาหารแล้ว จะต้องกำหนดมาตรฐานหรือระดับคุณภาพขนาดไหนที่เป็นที่ยอมรับได้ กำหนดระดับคุณภาพที่ยอมรับไม่ได้ จำเป็นต้องให้ชิมและสัมผัสจากกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้านี้เมื่อวางจำหน่าย
- **บรรจุภัณฑ์** ทำหน้าที่ป้องกันไม่ให้อายุเสื่อมคุณภาพเร็วเกินไป วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้จะต้องมีความสามารถป้องกันความชื้นได้ อาหารบางชนิดที่มีไขมันมากจะทำปฏิกิริยากับออกซิเจนในอากาศแล้วเกิดกลิ่นเหม็นหืนและการซึมผ่านของกลิ่นหรือก๊าซอื่นๆ ดังนั้นวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่จะใช้ทดลองหาอายุของอาหาร จำต้องกำหนดรายละเอียดให้ชัดเจน ตั้งแต่โครงสร้างรวมกระทั่งแหล่งผลิต รายละเอียดที่จำเป็นต้องทราบ เช่น อัตราการซึมผ่านของสารที่มีโอกาสทำปฏิกิริยาส่งผลให้สินค้าเสื่อมคุณภาพ พื้นที่ผิวบรรจุภัณฑ์ น้ำหนักสินค้าและวิธีการปิดผนึกของบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น
- **สิ่งแวดล้อม** การขนย้ายอาหารจากแหล่งผลิตย่อมมีโอกาสทำให้อาหารอบชื้นและอาจเสียหายจนขายไม่ได้ ในทางปฏิบัติสินค้าจำพวกอาหารจะยินยอมให้เกิดความเสียหายได้ประมาณ 3%-10% แปรตามมูลค่าของอาหาร อายุของอาหารแปรผันกับประสิทธิภาพการขนส่ง เช่น การใช้เครื่องบินในการขนส่งผลไม้สด เป็นต้น

2.1.5.3 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

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

1. กำหนดนโยบายหรือวางแผนยุทธศาสตร์ เช่น วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการผลิตเงินทุนงบประมาณ การจัดการ และการกำหนดสถานะของบรรจุภัณฑ์ ในส่วนนี้เจ้าของเป็นผู้กำหนด

2. การศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเบื้องต้น ได้แก่ ข้อมูลหลักการทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และวิศวกรรมทางการผลิต ตลอดจนการค้นพบสิ่งใหม่ๆที่เกิดขึ้นและเกี่ยวข้องสอดคล้องกันกับการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

3. การศึกษาถึงความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ เมื่อได้ศึกษาข้อมูลต่างๆแล้วก็เริ่มศึกษาความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ด้วยการสังเกตภาพ แสดงถึงรูปร่างลักษณะและส่วนประกอบของโครงสร้างเป็นลักษณะ 3 มิติ เพื่อเป็นการเสนอแนวความคิดสร้างสรรค์ โดยศึกษาความเป็นไปได้ในเทคนิควิธีการบรรจุและการคำนวณเบื้องต้น ตลอดจนเงินทุนงบประมาณดำเนินการ เพื่อการพิจารณาคัดเลือกแบบร่างไว้เพื่อพัฒนาให้สมบูรณ์ในขั้นตอนต่อไป

4. การพัฒนาและแก้ไขแบบ ผู้ออกแบบจะต้องขยายรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆของแบบร่างอย่างละเอียด โดยเตรียมข้อมูลประกอบ มีการกำหนดเทคนิคและวิธีการผลิต การบรรจุ วัสดุ การประมาณราคา ตลอดจนการทดสอบทดลองบรรจุ เพื่อหารูปทรงหรือส่วนประกอบต่างๆ ที่เหมาะสมกับหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการด้วยการสร้างรูปจำลองง่าย ๆ ขึ้นมา เพื่อการนำเสนอต่อผู้ที่เกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจ เมื่อพิจารณาให้ความคิดเห็นสนับสนุนยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขเพิ่มเติมในรายละเอียดที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น การทำแบบจำลองโครงสร้างเพื่อศึกษาถึงวิธีการบรรจุและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ก่อนการสร้างแบบเหมือนจริง

5. การพัฒนาต้นแบบจริง โดยกำหนดขนาด รูปร่างและสัดส่วนจริง ภาพประกอบแสดงรายละเอียดส่วนประกอบต่างๆ จัดสร้างต้นแบบจำลองที่สมบูรณ์ เพื่อนำไปวิเคราะห์โครงสร้างและจำแนกแยกแยะส่วนประกอบต่างๆออกมาศึกษา ซึ่งต้นแบบที่จัดทำขึ้นต้องสร้างด้วยวัสดุที่สามารถให้ลักษณะและรายละเอียดใกล้เคียงกับบรรจุภัณฑ์ของจริงให้มากที่สุด เพื่อสามารถนำผลงานในขั้นนี้มาคัดเลือกพิจารณาความมีประสิทธิภาพของรูปลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์

6. การผลิตจริง ในโรงงานที่จะต้องดำเนินการตามแบบแปลนที่นักออกแบบให้ไว้ ซึ่งทางฝ่ายผลิตจะต้องจัดเตรียมแบบแม่พิมพ์ของบรรจุภัณฑ์ให้เป็นไปตามกำหนด และจะต้องสร้างบรรจุภัณฑ์จริงจำนวนหนึ่ง เพื่อเป็นตัวอย่างสำหรับการทดสอบทดลองและวิเคราะห์เป็นครั้งสุดท้าย เพื่อหาข้อบกพร่องและแก้ไขก่อน จึงดำเนินการผลิตปริมาณมากเพื่อนำไปบรรจุจำหน่ายต่อไป

2.1.5.4 ออกแบบกราฟฟิบบนบรรจุภัณฑ์

รายละเอียดหรือส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์จะประกอบด้วยข้อมูลของสินค้า ซึ่งนำมาออกแบบเป็นกราฟฟิบบนบรรจุภัณฑ์ โดยมีจุดมุ่งหมายในการออกแบบมีดังนี้

1. รูปทรงบรรจุภัณฑ์เด่นสะดุดตาจึงจะได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย รูปทรงและขนาดที่เด่นแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง
2. ตราภาพพจน์และความแตกต่าง (Brand Image Differentiate) เป็นความรู้สึกที่จะต้องก่อให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายเมื่อมีการสังเกตเห็น แล้วจงใจให้อ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์
3. ความรู้สึกร่วมที่ดีต่อบรรจุภัณฑ์ เปรียบเทียบรายละเอียดต่างๆ เพื่อจงใจให้ตัดสินใจซื้อและอยากทดลองสินค้าพร้อมบรรจุภัณฑ์นั้น

ความสำคัญของการออกแบบกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1. เพื่อแสดงตัวผลิตภัณฑ์ ในท้องตลาด
2. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์
3. ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดของผลิตภัณฑ์ ที่อยู่ภายใน
4. แสดงให้เห็นถึงคุณสมบัติและวิธีใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อกกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ โดยการออกแบบต้องอาศัยตัวอักษรและภาพเป็นสื่อโฆษณา สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เห็นความแตกต่างจากคู่แข่ง ทั้งด้านคุณภาพ ปริมาณ ราคา พร้อมทั้งมีข้อมูลวิธีการใช้ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อาหาร ข้อแนะนำและข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับประโยชน์ของผลิตภัณฑ์
5. แสดงลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตสินค้า การออกแบบกราฟฟิคมีบทบาทหน้าที่แสดงถึงลักษณะพิเศษเฉพาะของ Brand ผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตให้เกิดความเด่นชัดกว่าคู่แข่ง
6. รักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในชุดของผู้ผลิตเดียวกัน เช่น การผลิตสินค้าหลายชนิด หลายขนาด หลายรส หลายกลิ่น ต้องออกแบบกราฟฟิคให้มีลักษณะคล้ายกันทั้งหมด โดยกำหนดตำแหน่งองค์ประกอบต่างๆ ไว้ในตำแหน่งเดียวกัน ใช้แบบอักษรชุดเดียวกัน ลวดลายหรือเทคนิคในการตกแต่งที่ให้ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน จะแตกต่างกันก็ตรงชื่อของผลิตภัณฑ์ ภาพและสีของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความแตกต่างของสินค้าชนิดเดียวกัน เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ถูกต้อง
7. เพื่อความโดดเด่น เมื่อวางจำหน่ายสินค้า ต้องออกแบบกราฟฟิค ให้ลวดลายบนกล่องหนึ่งสัมพันธ์กับลวดลายอีกกล่องหนึ่งที่วางเคียงข้างกัน
8. การออกแบบบรรจุภัณฑ์กับการโฆษณาได้สะดวก จดจำง่ายรวดเร็ว จากผลการวิจัยพบว่า งานกราฟฟิคที่มีลักษณะตรงไปตรงมาใช้ภาพชัดเจนมีองค์ประกอบในการออกแบบไม่สับสน ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายกว่า

2.1.5.5 ฉลากบรรจุภัณฑ์ หมายถึง รูปรอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือข้อความใดๆ ที่แสดงไว้บนบรรจุภัณฑ์อาหาร ภาชนะบรรจุอาหาร หรือหีบห่อของภาชนะที่บรรจุอาหาร รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร

ความสำคัญของฉลาก

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

ประเภทของฉลากโดยทั่วไปมี 2 ประเภท คือ

1. ฉลากทั่วไป จะทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจที่ถูกต้อง สินค้าที่ต้องมีฉลากทั่วไปมีทั้งผลิตภัณฑ์อาหารล้ามีใช้อาหาร

2. ฉลากโภชนาการ มีความสำคัญอย่างยิ่งกับทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค จะแสดงรายละเอียดของข้อมูลโภชนาการของอาหารนั้นๆบนฉลาก ในรูปของชนิด และปริมาณของสารอาหารอยู่ภายใน เพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้บริโภค

ฉลากบรรจุภัณฑ์ (Label) เป็นส่วนแสดงรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับสินค้าและผู้ขาย โดยเฉพาะฉลากสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ทุกหน่วยแสดงรายละเอียดที่ชัดเจนประกอบด้วย

- ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า เช่น ชื่ออาหาร ชื่อและที่ตั้งของแหล่งผลิต การบรรจุและขนาดบรรจุ ส่วนประกอบที่สำคัญ
- ต้องแสดงเครื่องหมายและรายละเอียดที่กฎหมายกำหนด เช่น เครื่องหมาย อย. พร้อมเลขสารบบอาหาร ข้อความ “ใช้วัตถุดิบเสีย” “เจือสีธรรมชาติ” “แต่งกลิ่นเลียนแบบธรรมชาติ” ถ้ามี
- ต้องแสดงวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน
- ควรแสดงภาพประกอบให้มีสีสันสะดุดตา ดึงดูดใจผู้บริโภค
- ข้อมูลอื่นที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค เช่น คำแนะนำในการเก็บรักษา เป็นต้น

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้กล่าวถึงรายละเอียดที่ต้องแสดงไว้บนฉลากผลิตภัณฑ์อาหาร ดังนี้

- ชื่อเฉพาะของอาหาร ชื่อสามัญหรือชื่อที่ใช้เรียกตามปกติ
- ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต กรณีนำเข้าให้แจ้งชื่อประเทศผู้ผลิตด้วย
- เลขทะเบียนอาหาร หรือเลขที่อนุญาตให้ใช้ฉลากอาหาร(ถ้ามี)ให้ทราบว่าเป็นสินค้าผ่านการรับรองจากผู้อนุญาตแล้ว

- ต้องแสดง ปริมาณสุทธิ เป็นระบบเมตริก ของแข็งให้ใช้เป็นน้ำหนักสุทธิ ของเหลว
แจ้งเป็นปริมาตรสุทธิ

- แสดงส่วนประกอบสำคัญคิดเป็น ร้อยละ หรือ ปริมาณต่อหน่วย ด้วย
- วัน-เดือน-ปี ที่ผลิตหรือ หมดยุบนฉลาก
- กรณีมีการแต่งสี แต่งกลิ่นต้องระบุไว้บนฉลากเสมอ
- รายละเอียดเหล่านี้ถือเป็น ข้อบังคับ บนฉลากที่จำเป็น และต้องพิมพ์หรือแสดงให้
ชัดเจน เข้าใจง่าย เพราะสิ่งเหล่านี้ถือเป็นการ เพิ่มความเชื่อมั่น ให้กับตรายี่ห้อของสินค้า

แนวคิดในการออกแบบฉลากกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

1. ตราสินค้า Brand คือ การออกแบบชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์จะแสดงด้วยตัวอักษรและ
หรือสัญลักษณ์ของภาพ ที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิต มีลักษณะโดดเด่น ชัดเจนเหมาะสมจดจำง่าย

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
ความมีสง่าราศีของผู้ซื้อ จูงใจให้นำซื้อ สินค้า (ธกส. วารสาร/วิชาการปริทัศน์)

2.1.5.6 เครื่องหมายสัญลักษณ์และกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบสัญลักษณ์จะต้องใช้การวิเคราะห์เนื้อหาสาระที่ต้องการสื่อความหมายและ
สังเคราะห์ให้เป็นรูปสัญลักษณ์ที่เป็นสิ่งแทนเพื่อสื่อถึงความหมายได้อย่างถูกต้องชัดเจน

การออกแบบสัญลักษณ์ให้บรรลุเป้าหมาย ต้องคำนึงถึงหลักสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความหมายของสัญลักษณ์ จะต้องเกี่ยวข้องกับความมั่งคั่งของรูปแบบสัญลักษณ์นั้น ๆ
2. ต้องเหมาะสมกับกาลเวลาทุกยุคทุกสมัย หลีกเลียงสิ่งที่เป็นความนิยมชั่วคราว

3. ต้องนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายประการและสามารถย่อหรือขยายได้ง่าย เพื่อนำไปสื่อ เป็นให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายโดยภาพเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ ซึ่งอาจแยกประเภทได้ดังนี้

3.1 ภาพเครื่องหมายจราจร เป็นกติกาสากลซึ่งเข้าใจร่วมกันทั่วไป การออกแบบจะเน้น ความชัดเจนของการสื่อความหมาย เข้าใจง่าย สีสันสะดุดตา

3.2 เครื่องหมายสถาบันสมาคมและกลุ่มต่างๆซึ่งกำหนดรูปแบบเพื่อแทนหรือเป็น สัญลักษณ์ ของหน่วยงานนั้น ๆ

3.3 เครื่องหมายบริษัท สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อการสร้างเชื่อมั่นกระตุ้นความน่าสนใจ ในบริษัทการค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

3.4 ภาพเครื่องหมายสถานที่ที่เป็นเครื่องหมายที่แสดงสัญลักษณ์สถานที่ต่างๆที่แสดง ให้เข้าใจร่วมกันได้โดยไม่ต้องใช้ตัวหนังสือ ข้อความ ซึ่งบางครั้งอาจสื่อได้ยากกว่าการใช้สัญลักษณ์

3.5 ภาพเครื่องหมายกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การกีฬา การก่อสร้าง การประชุม ฯลฯ

3.6 เครื่องหมายที่ใช้ในการออกแบบเขียนแบบ เป็นเครื่องหมายภาพที่ใช้สื่อความ หมายร่วม กันระหว่างผู้ออกแบบ เขียนแบบแปลนและผู้อ่านแบบหรือบุคคลทั่วไปที่เกี่ยวข้อง

ในการออกแบบภาพเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ ควรยึดหลักแนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับความงาม
2. แนวคิดเกี่ยวกับความหมาย
3. แนวคิดในการสร้างความเด่นและน่าสนใจ
4. ความเหมาะสมในการออกแบบและการใช้งาน

2.1.5.7 จิตวิทยาของสีบนบรรจุภัณฑ์

สีบนบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เหมาะสมกับ กลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม การใช้สีตกแต่งผิวด้านนอกของบรรจุภัณฑ์เพื่อก่อให้เกิดความสวยงามและ ช่วยให้การดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เกิดความสะดุดตา บ่งบอกถึงความหมายและประโยชน์ใช้สอย ของผลิตภัณฑ์นั้นๆ การกำหนดความหมายจากสีจากความรู้สึกและกำหนดจากมาตรฐานสากลใช้ ช่วยบอกถึงลักษณะการใช้งานตามประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ การใช้สีเพื่อตกแต่งผลิตภัณฑ์ซึ่ง เป็นการกำหนดโดยผู้ออกแบบและความนิยมของสภาวะตลาดในปัจจุบัน

สีบนบรรจุภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความรู้สึก มีส่วนช่วยกระตุ้นและส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สีสามารถสร้างแบรนด์ได้ เป็นความรู้สึกที่ช่วยให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายยาวนานที่จะลืมเลือน

ดังนั้นสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงได้รวบรวมทางการ ใช้สีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ในคู่มือบรรจุภัณฑ์ (20 คำถามบรรจุภัณฑ์) ดังนี้

สีอ่อน นิยมใช้กับบรรจุภัณฑ์อาหารทั่วไป เพราะดึงดูดสายตา

สีเย็น	ใช้ให้เกิดความรู้สึกความหวานและความรู้สึกลิ้มขี้ผึ้ง
สีสว่าง(Light)	นิยมใช้กับบรรจุภัณฑ์อาหาร เพราะเหมาะกับการวางแสดงบนชั้น
สีเข้ม(Deep)	ไม่แนะนำให้ใช้ นอกจากจะต้องการรสจัด น้ำหนัก ความมั่นคง
สีม่วง	ให้ความผิดหวัง เศร้า และแสดงความภักดี เป็นสีที่ควรหลีกเลี่ยงในการทำบรรจุภัณฑ์อาหาร ยกเว้นขนมหวานที่มีรสอู่น หรือส่วนผสมของอู่น ซึ่งมักนิยมใช้สีม่วงอ่อนเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มและรสอู่น
น้ำเงิน	โดยทั่วไปสีน้ำเงินเป็นสีที่ไม่มีความสัมพันธ์กับอาหารที่จะบรรจุโดยตรง เหมาะสำหรับให้ความรู้สึกสะอาด เป็นสีที่เหมาะสมกับอาหารทะเล ผลิตภัณฑ์จากนม แต่ไม่เหมาะสำหรับอาหารประเภทอบ(Bakery)หรือขนมปัง ควรใช้กับอาหารที่รสอ่อน สีน้ำเงินอ่อนเหมาะสำหรับอาหารที่มันมาก
สีน้ำเงินเขียว	เป็นสีที่ไม่สัมพันธ์กับอาหารโดยตรงแต่เหมาะที่จะใช้กับบรรจุภัณฑ์ประเภทเนื้อสัตว์ให้ความรู้สึกสบาย เพราะเป็นสีตรงข้ามกับเนื้อสัตว์ ทำให้เนื้อสัตว์ดูโดดเด่น น่ากิน ใช้กับบรรจุภัณฑ์ประเภทเนื้อคุณภาพสูง
เขียว	เป็นสีที่ตรงกับอาหารประเภทพืชผักต่างๆ ควรหลีกเลี่ยงการใช้กับเนื้อสัตว์ เพราะจะทำให้ขัดกับความรู้สึกของการบูดเน่า และไม่ควรรีใช้กับขนมปังเขียวอมเหลืองเป็นสีที่บ่งบอกถึงความไม่สบาย จึงไม่ควรใช้สีเขียวมะนาวเป็นสีธรรมชาติ แต่มีผลในแง่ความดึงดูดสายตาดี
เหลือง	เหมาะที่จะใช้ในเรื่องอาหารประเภทเนย สีเนยแข็ง สีเหลืองทองทำให้รู้สึกมีระดับดึงดูดสายตาดี ทำให้เกิดการอยากอาหาร ควรหลีกเลี่ยงสีเหลืองมัสตาร์ด สีเหลืองเป็นสีที่ดึงดูดความสนใจของเด็ก ใช้กับบรรจุภัณฑ์อาหารเด็กและข้าวโพด
ส้ม	สีส้ม ให้ความสนุกสนานร่าเริง เหมาะกับบรรจุภัณฑ์อาหารประเภทส้ม เนื้อขนมปัง แป้ง ทำให้รู้สึกว่างสบาย
น้ำตาล	เป็นสีธรรมชาติของอาหารหลายประเภท เช่น ช็อคโกแลต ใช้เป็นสีบรรจุภัณฑ์ประเภทกาแฟ ถั่ว เบเกอรี่ ช็อคโกแลต ข้าวโพด ใช้ได้หลายระดับความอ่อนเข้ม แต่ควรหลีกเลี่ยงสีดินเพราะทำให้รู้สึกสกปรก
แดง	สีแดงเป็นสีที่ชวนให้เกิดความอยากรับประทานอาหาร เป็นสีที่เหมาะสมกับอาหารเกือบทุกประเภท เป็นสีของเนื้อสัตว์ เป็นสีที่เป็นมิตร มีคุณสมบัติในการดึงดูดสายตาสูง เหมาะใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทเนื้อสัตว์ ขนมปัง อาหารเด็ก

ชมพู	เป็นสีเหมาะกับอาหารประเภทของหวาน ผลไม้ ใช้เป็นสีพื้นหลังได้ดีกับอาหารหลายชนิด แต่เป็นสีที่ขาดการดึงดูดสายตา
ขาว	ให้ความบริสุทธิ์ ใหม่ สดใสและให้ความรู้สึกกว้างขวาง เหมาะกับการใช้เป็นสีพื้นทั่วไป ทำให้เกิดความรู้สึกสะอาดแต่ขาดการดึงดูดความสนใจใช้กับสีอื่นได้ทุกสี เหมาะกับผลิตภัณฑ์ประเภทเน้นสุขภาพอนามัย
สีขาวอมสีชุน	เช่น สีครีมช่วยทำให้ความรู้สึกนุ่มและมีคุณภาพ
สีเทาและดำ	ไม่ควรใช้กับบรรจุภัณฑ์อาหาร

อิทธิพลของสีที่มีต่อผลิตภัณฑ์

ทางด้านขนาด

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

ทางด้านน้ำหนัก

- สีอ่อนหรือสีร้อน (Warm 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. ขอบเขตของสีที่จะทำให้หีบห่อบรรจุภัณฑ์ดูขัดแย้งหรือไม่เด่น เมื่อเปรียบเทียบกับหีบห่อบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง
5. การใช้สีต้องดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคที่สุด ในกรณีที่จำหน่ายในสถานที่ต่าง ๆ กัน เช่น ร้านบริการเอง Supermarket ตู้แช่ หรืออื่น ๆ
6. การใช้สีที่ให้ความดึงดูดสูงสุด ภายใต้แสงสว่างมาก ๆ ซึ่งเป็นสภาวะปกติในร้านค้า
7. การใช้สีที่เหมาะสมกับค่านิยมของผู้บริโภค โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์

8. ขอบเขตของสีที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในตราสินค้า และขอบเขตการใช้สีนี้ซ้ำๆ กันในการจัดจำหน่ายและการโฆษณา

9. ขอบเขตของสีที่ใช้บนหีบห่อบรรจุที่เข้ากันได้กับสีของสินค้าและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความประทับใจขึ้นมาก

10. ขอบเขตของสีที่มีผลต่อราคาของหีบห่อบรรจุ

11. การยอมรับของหีบห่อบรรจุภัณฑ์ต่อผู้บริโภคและผู้ขายปลีก

12. ขอบเขตของหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่อาจจะก้าวร้าวและข่มบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจำหน่ายที่เด่นๆ อาจจะดูแล้วน่าเบื่อ ทำให้ส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

กลุ่มสีนุ่ม (Soft colors) ใช้เป็นสีพื้นหลังของสิ่งพิมพ์ทุกประเภทโดยเฉพาะฉลาก (Label) เพราะจะทำให้อ่านได้ง่ายกับตัวหนังสือสีดำ หรือสีเข้มอื่นๆ

กลุ่มสีสว่างสดใส (Bright colors) สีกลุ่มนี้ทำให้บรรจุภัณฑ์ดูใหม่ขึ้นและดูใกล้เข้ามา เหมาะกับผลิตภัณฑ์สำหรับวัยรุ่น เช่น เหลือง แดง น้ำเงิน เหมาะกับการใช้งานบรรจุภัณฑ์เกือบทุกชนิด การใช้สีสว่างจะช่วยให้เกิดความสนใจเป็นพิเศษแต่ต้องระวังไม่ใช้มากเกินไป

กลุ่มสีหม่น (Multi colors) ใช้ในบรรจุภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกของแพชั่น เป็นกลุ่มสีที่ไม่มีผลทางการดึงดูดความสนใจหรือสะดุดตามากนัก เหมาะกับกลุ่มที่มีการศึกษาสูงและผู้สูงอายุ

กลุ่มสีอ่อน (Multi colors) ใช้ในบรรจุภัณฑ์ทำให้เกิดความรู้สึกเบาใช้กับพวกของหวาน (มีความสว่างมาก) ในสิ่งพิมพ์ทั่วไปจะนิยมใช้สีอ่อนเป็นสีพื้นหลัง

กลุ่มสีที่มีน้ำหนักสีกลาง (Medium colors) เป็นสีที่มีค่าความสะท้อนแสงในช่วง 25 – 30% เป็นกลุ่มสีที่ใช้มากที่สุดในการบรรจุภัณฑ์ทั้งหลาย แม้จะไม่มีสีสันเหมือนสีสดใสสว่างแต่ก็ไม่มีข้อด้อยของสีมืดคล้ำบนบรรจุภัณฑ์ และสิ่งพิมพ์ทั่วไปนิยมใช้สีน้ำหนักกลางนี้กับพื้นหลังที่มีค่าสะท้อนแสงสูงกว่า

กลุ่มสีมืด (Dark colors) เป็นกลุ่มสีที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์ค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะด้านอาหาร ยกเว้นต้องการเน้นในส่วนสิ่งพิมพ์ทั่วไปเพื่อเปรียบเทียบค่าที่ต่างกันสูง

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

กลุ่มสีผสม สีดัดแปลง (Modified colors) หมายถึงสีผสมของสีหลักที่ผสมกับสีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงจรสีทำให้เกิดความมืดคล้ำ เช่น สีมาสตาร์ด สีกรมท่า ใช้ในกรณีที่ต้องการลดความฉูดฉาด ลดความแข็งหรือลดความแรงของสี

กลุ่มสีพาสเทล (Pastel colors) เป็นสีที่มีส่วนผสมของสีขาวในสัดส่วนสูง เป็นสีที่ให้ความรู้สึกเบา นุ่มนวล เป็นมิตร เหมาะที่จะใช้กับบรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอางค์ สินค้าที่ต้องการให้มีคุณค่าสูง แสดงถึงความหวานใช้กับขนมหวานได้ดี ใช้กับสิ่งพิมพ์หลากหลายของเครื่องสำอางค์และสินค้าแฟชั่น

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากผลการวิจัยของรศ.สุภาวดี ธีรธรรมากร(2546) เรื่อง “โครงการวิจัยเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์กล้วยเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้า ส่งเสริมโอกาสทางเศรษฐกิจชุมชน และการสนับสนุนการส่งออกในอนาคต ” การวิจัยของ ร.ต.อ. อนุชา แฝงเกษร เรื่อง “โครงการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องจักสาน กลุ่มชุมชนบ้านคลองนกกระทุง ตำบลบางเลน จังหวัดนครปฐม ” และการวิจัยของผศ.เอกชาติ จันทอุไรรัตน์ เรื่อง “การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องจักสานโบราณ ” ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการนำวัสดุธรรมชาติมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย(2546) ได้ศึกษาวิจัยและพัฒนา ด้านบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรประเภทต่างๆได้แก่เรื่อง “การวิจัยการบรรจุหีบห่อผลผลิตการเกษตร” เรื่อง “วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ผักและผลไม้สด” เรื่อง “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขายปลีกสำหรับส้มโอเพื่อการส่งออก” เรื่อง “การพัฒนาภาชนะบรรจุส้มโอ”ของอัญชลี กมลรัตนกุลและคณะ “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดอกกล้วยไม้เพื่อการวางขายให้เหมาะสมต่อการลดอุณหภูมิ” เรื่อง “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์กล้วยไม้สดและกล้วยแห้ง” เรื่อง “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องดื่มจากข้าว” เรื่อง “การประเมินคุณสมบัติของภาชนะบรรจุผักและผลไม้” ซึ่งพบว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งและการจัดจำหน่ายในต่างประเทศใช้บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษลูกฟูกและมีช่องระบายอากาศด้านข้างสามารถวางซ้อนกันเพื่อประหยัดเนื้อที่ในการขนส่ง

อภิสิทธิ์ ไส้คำตรูไกล และคณะ(2546) ได้วิจัยเรื่อง “หีบห่อจากวัสดุธรรมชาติ : การศึกษา งานออกแบบเพื่อการอนุรักษ์” พบว่าการใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้เป็นวัสดุในการทำหีบห่ออาหารของคนไทยในภาคใต้มีมานาน และได้สืบทอดไปยังลูกหลาน โดยเลือกวัสดุที่มีอยู่ในธรรมชาติ เช่น ใบและ กาบกล้วย ใบกะพ้อ ใบไผ่ ใบจาก ใบคลุ้ม ใบลาน ใบชิง ใบทัง ใบยางพารา กาบหมาก หม้อ ข้าว หม้อแกงลิง เป็นต้น มาทำบรรจุภัณฑ์ห่ออาหาร โดยวิธีการห่อ การมัด การพันหรือการเย็บเป็นรูปทรงสามเหลี่ยมหรือสี่เหลี่ยม การพับม้วนเป็นกระพวง การมัดร้อยเป็นพวง ซึ่งสามารถทำได้หลายรูปแบบ อีกทั้งยังเอื้อต่อประโยชน์ใช้สอย การขนส่ง การจำหน่าย และมีกรรมวิธีที่ส่งผลถึงความปลอดภัยในการบริโภค การเก็บรักษาและกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับคุณลักษณะของอาหารในวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่ม

ณงค์นุช นทีพ่ายพิทิต และทองเพียร ศรีสว่าง (2547) ได้วิจัยเรื่อง “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร ชุมชนบ้านแคว อำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ “ พบว่าบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาสามารถแสดงเอกลักษณ์ของชุมชนผู้ผลิตและทำให้รายได้เพิ่มขึ้น

จุไรรัตน์ ดวงเดือน (2547) ได้วิจัยเรื่อง “การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ โดยใช้ภูมิปัญญาไทย” พบว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติสามารถสร้างคุณค่าและเอกลักษณ์ให้กับสินค้าได้ในระดับดี

วรดิษ กาญจนอัครเดช และคณะ(2550) ได้ทำการวิจัย “ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่สำหรับขนมไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาขนมไทย จังหวัดเพชรบุรี” พบว่าแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไทยเพชรบุรี ประกอบด้วย 1) การออกแบบโครงสร้างรูปร่าง รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ขนมไทย จะตอบสนองเรื่องความเหมาะสมกับขั้นตอนการบรรจุใส่ โดยพบว่าการบรรจุขนมโดยร้านค้าที่ผลิตตนเอง ส่วนใหญ่จะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่พิมพ์เสร็จแล้ว หรือขึ้นส่วนบางชิ้นเท่านั้น การออกแบบจึงมุ่งเน้นงานโครงสร้าง สามารถรักษารูปทรงทางกายภาพของขนมได้คงเดิมจากการขนส่ง และป้องกันความเสียหายต่อรูปทรงขนมที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการกระจายสินค้าเพื่อจำหน่าย 2) การออกแบบในส่วนกราฟฟิก เป็นการสร้างยี่ห้อให้เห็นภาพลักษณ์ของสินค้าขนมไทยเพชรบุรี การออกแบบส่วนนี้เน้นการแสดงเอกลักษณ์ของจังหวัดเพชรบุรีให้โดดเด่น โดยนำกราฟฟิกแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทั้งสถานที่และวัฒนธรรมเพชรบุรีมาเป็นวนประกอบของงานออกแบบ นอกจากนี้ยังได้นำเสนอการสร้างงานกราฟฟิกให้เป็นชุดบรรจุภัณฑ์ โดยรวมขนมประเภทเดียวกันหลายชนิดและสร้างเอกลักษณ์ให้กับชุดขนมนั้น เพื่อบอกให้รู้ว่าขนมชุดนั้นมาจากแหล่งผลิตที่มีเอกลักษณ์เดียวกัน คือจังหวัดเพชรบุรี และยังออกแบบขนมให้ดูสะดุดตาชวนเชิญให้ผู้บริโภคซื้อ รวมถึงการจัดระดับการออกแบบกราฟฟิกตามการวางจำหน่ายของสินค้าในตลาดและวัตถุประสงค์ในการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วย

2.3 สรุป

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ข้อมูลของจังหวัดนครปฐมทั้งด้านประวัติศาสตร์ สัญลักษณ์ คำขวัญของจังหวัด สภาพภูมิประเทศ สังคม เศรษฐกิจ เกษตรกรรม พาณิชยกรรม สินค้าเกษตรในจังหวัดนครปฐม สินค้าเกษตรแปรรูป แหล่งท่องเที่ยวและประเพณีของจังหวัด เพื่อเป็นแนวทางการสร้างเอกลักษณ์ของจังหวัด การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว แนวคิดการสร้างตราสินค้า ทฤษฎีเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์และหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์รูปแบบต่างๆสำหรับสินค้าแต่ละประเภทจะส่งผลต่อ

การขนส่งและการรักษาคุณภาพสินค้า อีกทั้งเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดในการจำหน่ายสินค้าได้อย่างเหมาะสมช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้านั้นๆ อันจะเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันด้านคุณภาพสู่ความเป็นสากล

บทที่ 3 วิธีดำเนินงานวิจัย

การศึกษาเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม คณะผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมให้มีรูปแบบที่สวยงามมีเอกลักษณ์ของจังหวัด สามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม อันจะเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดได้เป็นอย่างดี

2. เพื่อศึกษาศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของจังหวัดนครปฐม ความต้องการบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท และรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

จากวัตถุประสงค์การวิจัยดังกล่าวคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยแต่ละขั้นตอนตามคำถามการวิจัยที่ตั้งไว้ดังนี้

คำถามการวิจัยข้อที่ 1 ศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของนครปฐมเป็นอย่างไร

การศึกษาศักยภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบัน คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ทำการวิจัยนี้ จำแนกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นผู้ซื้อสินค้าทางการเกษตรและมาเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นผู้ซื้อสินค้าทางการเกษตรและมาเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ซึ่งไม่ทราบจำนวนแน่นอน

3. กลุ่มผู้เกี่ยวข้องด้านท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น เจ้าหน้าที่ของจังหวัดนครปฐม มัคคุเทศก์ของบริษัทนำเที่ยวที่นำนักท่องเที่ยวมาเที่ยวที่จังหวัดนครปฐม

กลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยครั้งนี้กลุ่มตัวอย่าง จำแนกเป็น 3 กลุ่ม ดังนี้

1. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เป็นผู้ซื้อสินค้าทางการเกษตรและมาเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ในการวิจัยนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

2. กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่เป็นผู้ซื้อสินค้าทางการเกษตรและมาเที่ยวตามแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ในการวิจัยนี้ได้กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15 คน

3. ผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในนครปฐมทั้งภาครัฐและเอกชน เช่น การท่องเที่ยว พานิชย์จังหวัด อุสาหกรรมจังหวัด เกษตรจังหวัด พัฒนาชุมชน นายอำเภอและมัคคุเทศก์ในจังหวัดนครปฐม จำนวน 15 คน

วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่ม ดังนี้

การสุ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างกำหนดแบบโควตา(Quota sampling) รวมจำนวนทั้งสิ้น 400 ราย เพื่อให้ได้จำนวนตัวอย่างที่จะครอบคลุมในแต่ละจุด โดยมีเกณฑ์คือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีสินค้าเกษตร วางจำหน่าย โดยกำหนดรายชื่อแหล่งท่องเที่ยวดังนี้

1. องค์พระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 60 ราย
2. พระราชวังสนามจันทร์ อำเภอเมือง	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 20 ราย
3. ตลาดดอนหวาย อำเภอสามพราน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 60 ราย
4. วัดไร่ขิง อำเภอสามพราน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 40 ราย
5. ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 40 ราย
6. ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 60 ราย
7. ตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 40 ราย
8. พุทธมณฑล อำเภอพุทธมณฑล	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 20 ราย
9. พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย อำเภอนครชัยศรี	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 40 ราย
10. วัดศรีชะทอง อำเภอนครชัยศรี	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 20 ราย

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่นักวิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ โดยศึกษาพฤติกรรมกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าทางการเกษตรแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด นครปฐม มีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือดังนี้

3.2.1.1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องพฤติกรรมกรรมการเลือกซื้อ สินค้าของนักท่องเที่ยว และการบริโภคแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

3.2.1.2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประมวลเพื่อกำหนดเป็นพฤติกรรมบ่งชี้และโครงสร้างของแบบสอบถาม 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 และข้อ เสนอแนะสำหรับบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัด เป็นคำถามปลายเปิดจำนวน 1 ข้อ

2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกใช้เก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยอ้างอิงจากแบบสอบถามของนักท่องเที่ยวชาวไทยและให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ใช้ในการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อยืนยันผลจากพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าทางการเกษตรและแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

3. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกใช้เก็บข้อมูลจากผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรงและทางอ้อมทั้งภาครัฐและเอกชน 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 โดยคณะผู้วิจัยได้นำเอาแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคได้ค่าแอลฟาเท่ากับ 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 ที่ครอบคลุมในแต่ละจุดที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมและมีการจำหน่ายสินค้าสำหรับนักท่องเที่ยว ซึ่งมีการสุ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

2. การสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวภาครัฐและเอกชน

2.1 คณะผู้วิจัยได้สร้างแบบสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยอ้างอิงจากแบบสอบถามชาวไทยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ใช้ในการสัมภาษณ์เพื่อยืนยันศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าการเกษตรและรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ต้องการของชาวต่างชาติ

2.2 แบบสัมภาษณ์ภาคเอกชนและผู้เกี่ยวข้องด้านท่องเที่ยว เป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกใช้เก็บข้อมูลจากภาคเอกชนและเจ้าหน้าที่ด้านท่องเที่ยว โดยสัมภาษณ์ถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวในความคิดของภาคเอกชนและผู้เกี่ยวข้องด้านท่องเที่ยว

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลและวัตถุประสงค์ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ ที่อยู่ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่และร้อยละ
2. ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภค เกี่ยวกับลักษณะสินค้าที่ซื้อและสถานที่ซื้อสินค้า วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)
3. ข้อมูลศักยภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของจังหวัดนครปฐม การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)
4. ข้อมูลความต้องการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่และร้อยละ
5. ข้อมูลรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรที่ต้องการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.)
6. ข้อมูลเสนอแนะรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม วิเคราะห์ข้อมูลโดยการรวบรวมความคิดเห็นเสนอแนะและระดับความถี่ของข้อเสนอแนะ

คำถามการวิจัย 2 ความต้องการบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภทในจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างไร

คณะผู้วิจัยได้นำผลจากการวิเคราะห์คำถามการวิจัยที่ 1 ศักยภาพบรรจุภัณฑ์และประเภทสินค้านิคมของจังหวัด ซึ่งนักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ 15 ผลิตภัณฑ์มาหาความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าแต่ละประเภท โดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยนี้ประกอบด้วย

1. เจ้าหน้าที่ภาครัฐได้แก่ พัฒนาชุมชนจังหวัด พัฒนาชุมชนอำเภอ นายอำเภอ
2. ผู้ประกอบการเจ้าของสินค้าทางการเกษตร 15 ผลิตภัณฑ์

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าแต่ละประเภทนี้ ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์ดังนี้

1. เจ้าหน้าที่ภาครัฐได้แก่ พัฒนาชุมชนจังหวัด พัฒนาชุมชนอำเภอและนายอำเภอ เพื่อคัดเลือกผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าขอยอดนิยามตามประเภทของสินค้าที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นสินค้าที่ผ่านการรับรองมาตรฐานคุณภาพจากจังหวัดนครปฐม มผช.หรือ อย. หรือ การรับรองคุณภาพอื่น เช่น เซลล์ชวนชิม
2. การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสินค้าทั้ง 15 ราย เป็นการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมความต้องการบรรจุภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ นั้น คณะผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ 2 ส่วน คือ

1. สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน เพื่อคัดเลือกผู้ประกอบการจำนวน 15 ราย ที่ผลิตสินค้าทางการเกษตรขอยอดนิยามตามที่นักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีมาตรฐานรับรองคุณภาพของจังหวัดจากการคัดสรรคุณภาพสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ปี 2552
2. สัมภาษณ์ผู้ประกอบการทั้ง 15 ราย เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง มีการกำหนดคำถามไว้ล่วงหน้าและเป็นการสัมภาษณ์เป็นผู้ประกอบการแต่ละราย เพื่อหาข้อมูลของสินค้าแต่ละประเภท

การวิเคราะห์ข้อมูล

การประมวลผลจากการสัมภาษณ์หาความต้องการบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร ดังนี้

1. การสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชน จะได้รายชื่อผู้ประกอบการสินค้าทั้ง 15 ราย
2. การสัมภาษณ์ผู้ประกอบการสินค้าทางการเกษตรขอยอดนิยามของจังหวัดนครปฐมทั้ง 15 รายเกี่ยวกับข้อมูลของสินค้าแต่ละประเภทถึง ลักษณะของสินค้า ระดับการรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า การจัดจำหน่าย จุดเด่นของสินค้า กราฟฟิกและความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมสำหรับสินค้าแต่ละประเภท
3. การออกแบบและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าแต่ละประเภทภายใต้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการออกแบบกราฟฟิก จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

- 3.1. รองศาสตราจารย์สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ

นักวิชาการด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3.2. อาจารย์มณฑนัฐ ทองใหญ่

หัวหน้าสาขาวิชาออกแบบสิ่งพิมพ์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพฯ

3.3. นางสาวสัจฉา พูลทรัพย์

ผู้จัดการฝ่ายออกแบบบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ บริษัท แพลนโมทีฟ จำกัด

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทั้ง 15 ผลิตภัณฑ์นั้น เป็นการนำผลการวิเคราะห์รูปแบบสินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภทมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ภายใต้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญ

คำถามการวิจัย3 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างไร
คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยเพื่อประเมินผลรูปแบบของบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร นักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมไม่ทราบจำนวนแน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. การรวบรวมข้อมูลการประเมินผลรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว โดยใช้แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ซึ่งคณะผู้วิจัยสร้างขึ้น ซึ่งประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรที่ออกแบบเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ในด้านรูปแบบมีความเหมาะสมกับประเภทสินค้า รูปแบบมีความโดดเด่นสะดุดตาเชิญชวนให้น่าซื้อ สีสันเหมาะสมกับลักษณะสินค้า ภาพประกอบชัดเจนและกราฟิกสื่อความหมายได้เหมาะสม สะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย สื่อถึงแหล่งท่องเที่ยวและเอกลักษณ์ของสินค้าเกษตรจังหวัดนครปฐม โดยใช้แบบสอบถามระดับมาตราวัด 5 ระดับ คือ เหมาะสมมากที่สุด เหมาะสมมาก 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 ความชัดเจนในการใช้ภาษาและขอบเขตของเนื้อหา นำแบบสอบถามที่ได้ไปทดลองใช้ (try out) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาคุณภาพของเครื่องมือโดยการหาค่า reliability ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่า Cronbach's alpha ได้ค่า reliability ของแบบสอบถามเท่ากับ 0.8 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามนี้มีความน่าเชื่อถือ สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลวิจัยได้

3. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม โดยใช้การวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้สำรวจความคิดเห็นนักท่องเที่ยวที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย ในแต่ละจุดที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม ซึ่งมีการสุ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่างดังนี้

- | | |
|--|--------------|
| 1. องค์พระปฐมเจดีย์ อำเภอเมือง | จำนวน 70 ราย |
| 2. พระราชวังสนามจันทร์ อำเภอเมือง | จำนวน 20 ราย |
| 3. ตลาดดอนหวาย อำเภอสามพราน | จำนวน 60 ราย |
| 4. วัดไร่ขิง อำเภอสามพราน | จำนวน 40 ราย |
| 5. ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน | จำนวน 40 ราย |
| 6. ตลาดน้ำวัดลำพญา อำเภอบางเลน | จำนวน 60 ราย |
| 7. ตลาดบางหลวง อำเภอบางเลน | จำนวน 30 ราย |
| 8. พุทธมณฑล อำเภอพุทธมณฑล | จำนวน 40 ราย |
| 9. พิพิธภัณฑ์หุ่นขี้ผึ้งไทย อำเภอนครชัยศรี | จำนวน 40 ราย |

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะข้อมูลและวัตถุประสงค์ดังนี้

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

3.5 สรุป

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม เป็นการวิจัยเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จากผลการศึกษาศักยภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบัน และความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าแต่ละประเภทที่นักท่องเที่ยวคัดเลือกสินค้าอดนิยม 15 ผลิตภัณฑ์ โดยใช้แบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 15 คน ผู้เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวภาครัฐและเอกชนจำนวน 15 คน ซึ่งผลการวิเคราะห์มาเป็นแนวทางการออกแบบพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย ภายใต้การแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก และทำแบบประเมินผลความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่ได้ออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ในการรักษาคุณภาพสินค้า ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งานและการสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ตลอดจนความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการซื้อเป็นของฝากและสามารถเผยแพร่ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมได้เท่ากับเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรและการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมไปพร้อมๆกัน

บทที่ 4 ผลการศึกษา และการอภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมให้มีรูปแบบที่สวยงามมีเอกลักษณ์ของจังหวัด สามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม อันจะเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดได้เป็นอย่างดี โดยมีผลการศึกษาวิจัยตามคำถามการวิจัยที่กำหนดไว้

4.1 ผลการศึกษา

คำถามการวิจัยข้อที่ 1 ศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของนครปฐมเป็นอย่างไร

ผลการศึกษาตอบคำถามการวิจัยข้อที่ 1 ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูล คือ ใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด เก็บรวบรวมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่จังหวัดนครปฐม แบบสัมภาษณ์เชิงลึกนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 15 ราย แบบสัมภาษณ์เชิงลึกภาคเอกชนของบริษัทนำเที่ยวจำนวน 4 คนและเจ้าหน้าที่ของจังหวัดนครปฐม คือ พาณิชยจังหวัด พัฒนาชุมชนจังหวัด เจ้าหน้าที่พัฒนากร เกษตรจังหวัด นายอำเภอบางเลน เจ้าหน้าที่สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครปฐม รวม 15 คน ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ในส่วนของนักท่องเที่ยวชาวไทย นำเสนอเป็น 6 ตอน ในรูปตารางประกอบความเรียง

- ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว
- ตอนที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าเกษตร
- ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ศักยภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของนครปฐม
- ตอนที่ 4 การวิเคราะห์ความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อคัดเลือกลักษณะที่มีคุณภาพมาตรฐานรับรองมาพัฒนาจัดทำบรรจุภัณฑ์ของจังหวัด
- ตอนที่ 5 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ต้องการ
- ตอนที่ 6 การวิเคราะห์ผลการศึกษาข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ในส่วนของนักท่องเที่ยวต่างชาติ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ในส่วนของบริษัทนำเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมและเจ้าหน้าที่ของจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับสินค้าเกษตรในนครปฐม

สัญลักษณ์ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

\bar{X} แทน ค่าคะแนนเฉลี่ย

S.D. แทน ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

n แทน ขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่1 การวิเคราะห์ข้อมูลนักท่องเที่ยวชาวไทยนำเสนอเป็นตอนในรูปตารางประกอบความเรียง

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
รายได้ต่อเดือน		
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
ที่อยู่ปัจจุบัน		
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
อยุธยา	12	3.00
ประจวบคีรีขันธ์	8	2.00
อ่างทอง	5	1.25
เชียงใหม่	4	1.00
ภูเก็ต	3	0.75

จากตารางที่ 2 จำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 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

นอกจากนี้ในด้านการศึกษาล้วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.75 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 104 คน คิดเป็นร้อยละ 26.00 ระดับปริญญาโทจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 19.00 ระดับมัธยมศึกษาจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 ระดับประถมศึกษาจำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 4.00 และระดับปริญญาเอกจำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.50

รวมทั้งเมื่อจำแนกตามอาชีพ พบว่าส่วนใหญ่มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัทเอกชนจำนวน 102 คนคิดเป็นร้อยละ 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/เกษียณจำนวน 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 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 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 พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสินค้ามีคุณภาพในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54, SD. = 0.65$) นอกนั้นให้ความสำคัญอยู่ในระดับมากได้แก่ราคาสินค้าเหมาะสม ($\bar{X} = 4.01, SD. = 0.69$) สินค้ามีชื่อเสียงได้รับการยอมรับ ($\bar{X} = 3.87, SD. = 0.75$) รสชาติสินค้าอร่อยถูกใจ ($\bar{X} = 3.84, SD. = 0.80$) และบรรจุภัณฑ์สวยงามมีมาตรฐาน ($\bar{X} = 3.67, SD. = 0.78$)

ส่วนด้านสถานที่ซื้อสินค้านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสถานที่ซื้ออันดับแรกคือจากแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07, SD. = 0.80$) รองลงมาคือจากร้านค้าหรือศูนย์จำหน่ายสินค้าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.75, SD. = 0.75$) และจากร้านค้าข้างทางริมถนนในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40, SD. = 0.92$)

ตอนที่ 3. ศักยภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมในปัจจุบัน

ตารางที่ 4 ตารางแสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรในปัจจุบัน

(เสนอเป็นตอนในรูปของตารางประกอบความเรียง)

ลักษณะบรรจุภัณฑ์	\bar{X}	S.D.	แปลความ	อันดับ
ด้านประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์				
1 ปกป้องสิ่งสกปรกและอันตรายจากมด แมลง	2.07	0.85	มาก	1
2 ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซทำให้อาหารเหม็นหืน	1.84	0.84	น้อย	3
3 ป้องกันการกระแทกเสียหายระหว่างขนส่ง	2.03	0.91	มาก	2
4 บรรจุภัณฑ์แบบปลอดเชื้อเพื่อป้องกันอาหารเป็นพิษ	1.64	0.84	น้อยที่สุด	4
ด้านรูปทรงของบรรจุภัณฑ์				
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 มีเอกลักษณ์ของสินค้าสัมพันธ์กับท้องถิ่น	1.47	0.84	น้อยที่สุด	4
ด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์				
9 บรรจุภัณฑ์จากภูมิปัญญาพื้นบ้าน เช่น ผลิตภัณฑ์จักสาน	1.87	0.87	น้อย	2
10 ผลิตภัณฑ์จากวัสดุอุตสาหกรรมที่ย่อยสลายได้เช่นกระดาษ	1.89	0.89	น้อย	1

จากตารางที่ 4 พบว่าศักยภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมในปัจจุบัน นักท่องเที่ยวเห็นว่าลักษณะบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตร ส่วนใหญ่จะมีประสิทธิภาพในการปกป้องสิ่งสกปรกและอันตรายจากมดแมลงในระดับมาก ($\bar{X} = 2.07$, $S.D. = 0.85$) รองลงมา คือ การป้องกันกระแทกเสียหายระหว่างขนส่งในระดับมาก ($\bar{X} = 2.03$, $S.D. = 0.91$) ส่วนการป้องกันการซึมผ่านของก๊าซทำให้อาหารเหม็นหืนอยู่ในระดับน้อย ($\bar{X} = 1.84$, $S.D. = 0.84$) และบรรจุภัณฑ์เป็นแบบปลอดเชื้อเพื่อป้องกันอาหารเป็นพิษในระดับน้อยที่สุด ($\bar{X} = 1.64$, $S.D. = 0.84$)

ส่วนรูปทรงของบรรจุภัณฑ์มีระดับน้อยในด้านความสวยงามเหมาะสมกับประเภทอาหาร ($\bar{X} = 1.93$, $S.D. = 0.87$) รองลงมาคือมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า ($\bar{X} = 1.83$, $S.D. = 0.85$) ส่วนที่มีระดับน้อยที่สุด คือการมีรายละเอียดสินค้าและข้อมูลทางโภชนาการ ($\bar{X} = 1.71$, $S.D. = 0.85$) การมีเอกลักษณ์ของสินค้าสัมพันธ์กับท้องถิ่น ($\bar{X} = 1.47$, $S.D. = 0.84$) และ ด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ในการผลิตมีระดับน้อยที่สุดในด้านการนำบรรจุภัณฑ์จากภูมิปัญญาพื้นบ้าน เช่น ผลิตภัณฑ์จักสาน ($\bar{X} = 1.87$, $S.D. = 0.87$) และบรรจุภัณฑ์จากวัสดุอุตสาหกรรมที่ย่อยสลายได้เช่นกระดาษ ($\bar{X} = 1.89$, $S.D. = 0.89$)

ตอนที่ 4 ความต้องการบรรจุภัณฑ์ของสินค้าทางการเกษตร

ตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละของสินค้าเกษตรที่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 15 อันดับ

สินค้าที่ต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์	จำนวนที่เลือก	ร้อยละ	อันดับ
<u>สินค้าเกษตรไม่แปรรูปจากสัตว์ พืช ผัก ผลไม้</u>			
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	-
<u>สินค้าเกษตรไม่แปรรูปจากพืช ผัก ผลไม้</u>			
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 มะเขือเทศราชินี	-	-	-
19 เห็ด	-	-	-
20 ฝรั่ง	262	65.50	10
21 ชมพู่	-	-	-
22 มะม่วง	107	26.75	-
23 ขนุน	-	-	-
24 แก้วมังกร	-	-	-

สินค้าที่ต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์	จำนวนที่เลือก	ร้อยละ	อันดับ
<u>สินค้าเกษตรแปรรูปจากสัตว์</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 หมูแดง	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 เป็ดพะโล้	220	54.00	-
42 ปลาต้มเค็ม	157	39.25	-
43 ปลาแดดเดียว	297	74.25	6
44 เนื้อแดดเดียว	-	-	-
45 ไข่เค็ม	276	69.00	9
46 น้ำพริกคั่วข้าว	254	63.50	11
47 น้ำพริกแกง	157	39.25	-
48 ห่อหมกปลา	-	-	-
49 ไส้กรอกปลา	-	-	-
50 ขนมปังไส้หมูหยอง	-	-	-
51 ข้าวตังหมูหยอง	-	-	-

สินค้าที่ต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์	จำนวนที่เลือก	ร้อยละ	อันดับ
<u>สินค้าเกษตรแปรรูปจาก พืช ผัก ผลไม้</u>			
52 ข้าวหลาม	288	72.00	7
53 ขนมเปี๊ยะ	305	76.25	5
54 กล้วยม้วน กล้วยกรอบ	250	62.50	12
55 มะพร้าวแก้ว	225	56.25	15
56 คุกกี้มะพร้าว	218	54.50	16
57 มะเขือเทศอบแห้ง	230	57.50	14
58 ผลไม้ดอง ผลไม้แช่อิ่ม	-	-	-
59 กาละแม	168	42.00	-
60 กระเจี๊ยบเขียว	-	-	-
61 ข้าวตังธัญพืชหน้าต่างๆ	-	-	-
62 ขนมตาล	-	-	-
63 ขนมไทยโบราณ	-	-	-
64 ข้าวเกรียบ	-	-	-
65 ขนมทองม้วน	-	-	-
66 ขนมเค้ก ขนมคุกกี้	-	-	-
67 น้ำสมุนไพรแปรรูป	-	-	-
68 น้ำมะพร้าว	180	45.00	
69 กาแฟโบราณ	-	-	-
70 น้ำตาลสด	-	-	-
71 ชาสมุนไพร	-	-	-
72 น้ำผลไม้	-	-	-

ตารางที่ 5 จำนวน ร้อยละของสินค้าเกษตรที่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 15 อันดับ พบว่า
สินค้าที่นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เรียงตามลำดับดังนี้

อันดับ 1	หมูแผ่น	คิดเป็นร้อยละ	85.25
อันดับ 2	หมูหยอง	คิดเป็นร้อยละ	84.25
อันดับ 3	หมูแท่งกรอบ	คิดเป็นร้อยละ	80.25
อันดับ 4	กุนเชียงหมู	คิดเป็นร้อยละ	78.25
อันดับ 5	ขนมเปี๊ยะ	คิดเป็นร้อยละ	76.25

อันดับ 6	ปลาแดดเดียว	คิดเป็นร้อยละ	74.25
อันดับ 7	ข้าวหลาม	คิดเป็นร้อยละ	72.00
อันดับ 8	ส้มโอ	คิดเป็นร้อยละ	70.50
อันดับ 9	ไข่เค็ม	คิดเป็นร้อยละ	69.00
อันดับ 10	ฝรั่ง	คิดเป็นร้อยละ	65.50
อันดับ 11	น้ำพริกคอกข้าว	คิดเป็นร้อยละ	63.50
อันดับ 12	กล้วยม้วน กล้วยกรอบ	คิดเป็นร้อยละ	62.50
อันดับ 13	ข้าวตังหมูหยอง	คิดเป็นร้อยละ	58.75
อันดับ 14	มะเขือเทศราชินีอบแห้ง	คิดเป็นร้อยละ	57.50
อันดับ 15	มะพร้าวแก้ว	คิดเป็นร้อยละ	56.25

ตารางที่ 6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ต้องการ

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ	\bar{X}	S.D.	แปลผล
1 รูปทรงสวยงาม โดดเด่น สะดุดตา	3.96	0.63	มาก
2 บรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานในการรักษาคุณภาพสินค้า	4.75	0.81	มากที่สุด
3 มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพและรายละเอียดโภชนาการ	4.51	0.80	มากที่สุด
4 บรรจุภัณฑ์ที่พื้นบ้านมาประยุกต์ใช้	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 พบว่านักท่องเที่ยวต้องการลักษณะของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในระดับมากที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานในการรักษาคุณภาพสินค้า ($\bar{X} = 4.75$, $SD. = 0.81$) รองลงมาคือ มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพและรายละเอียดโภชนาการ ($\bar{X} = 4.51$, $SD. = 0.80$) ส่วนความต้องการในระดับมากคือรูปทรงสวยงามโดดเด่นสะดุดตา ($\bar{X} = 3.96$, $SD. = 0.63$) 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 ($\bar{X} = 3.76$, $SD. = 0.47$)

จากผลการวิจัยจากแบบสอบถามเบื้องต้นทำให้ทราบข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของนักท่องเที่ยวพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับลักษณะสินค้ามีคุณภาพมากที่สุด รองลงมาในระดับมากคือ ราคาสินค้าเหมาะสม สินค้ามีชื่อเสียงได้รับการยอมรับ รสชาติสินค้าอร่อยถูกใจ และบรรจุภัณฑ์สวยงามมีมาตรฐาน ส่วนด้านสถานที่ซื้อสินค้านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับสถานที่ซื้ออันดับแรกคือจากแหล่งท่องเที่ยวในระดับมาก รองลงมาคือจากร้านค้าหรือศูนย์จำหน่ายสินค้าอยู่ในระดับมาก และจากร้านค้าข้างทางริมถนนในระดับปานกลาง

ด้านศักยภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรของจังหวัดนครปฐมในปัจจุบัน พบว่าบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่จะมีประสิทธิภาพเพียงด้านการปกป้องสิ่งสกปรกและอันตรายจากมดแมลง การป้องกันกระแทกเสียหายระหว่างขนส่ง ส่วนการป้องกันการซึมผ่านของก๊าซทำให้อาหารเหม็นหืนอยู่ในระดับน้อย และบรรจุภัณฑ์เป็นแบบปลอดเชื้อเพื่อป้องกันอาหารเป็นพิษในระดับน้อยที่สุด

ด้านรูปทรงของบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและการมีเครื่องหมายรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้าระดับน้อย และระดับน้อยมากในรายละเอียดสินค้าและข้อมูลทางโภชนาการ การมีเอกลักษณ์ของสินค้าสัมพันธ์กับท้องถิ่น และมีการนำวัสดุบรรจุภัณฑ์จากภูมิปัญญาพื้นบ้าน เช่น ผลิตภัณฑ์จากสาน และบรรจุภัณฑ์จากวัสดุอุตสาหกรรมที่ย่อยสลายได้เช่นกระดาษมาใช้น้อยที่สุด

ความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรยอดนิยม 15 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หมูแผ่น หมูหยอง หมูแท่งกรอบ กุนเชียงหมู ขนมหั้ว ปลาแดดเดียว ข้าวหลาม ส้มโอ ไข่เค็ม ฟรุ้งสด น้ำพริกคลุกข้าว ก๋วยเตี๋ยวหลอดกรอบ ข้าวตังหมูหยอง มะเขือเทศราชินีอบแห้งและมะพร้าวแก้ว

ส่วนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการมากที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์มีมาตรฐานในการรักษาคุณภาพสินค้า รองลงมาคือ มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพและรายละเอียดโภชนาการ รูปทรงสวยงามโดดเด่น สะดุดตา มีเรื่องราวประวัติของชุมชนหรือแหล่งผลิต มีสัญลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม มีข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางคมนาคม ส่วนการนำบรรจุภัณฑ์พื้นบ้านมาประยุกต์ใช้และวัสดุบรรจุภัณฑ์ช่วยรักษาสภาพแวดล้อมในระดับปานกลาง

คำถามการวิจัย 2 ความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภทในจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างไร

คณะผู้วิจัยได้นำผลการวิจัยจากคำถามข้อที่ 1 การศึกษาศักยภาพบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร จะได้ทราบความต้องการของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับสินค้าที่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม เพื่อเป็นข้อมูลในการการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าทางการเกษตรและการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น พาณิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด พัฒนาชุมชนและนายอำเภอ นายกเทศบาล เพื่อคัดเลือกผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าเป็นที่ยอมรับของจังหวัดและมีมาตรฐานรับรองคุณภาพสินค้า(มผช.)ระดับ 4-5 ดาวหรือมาตรฐานอาหารปลอดภัย (อย.)ของกระทรวงสาธารณสุข

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม ได้แก่ การท่องเที่ยว พาณิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด พัฒนาชุมชนและนายอำเภอ นายกเทศบาลจำนวน 10 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

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

ผลการวิเคราะห์ผู้เกี่ยวข้องสินค้าทางการเกษตรและการท่องเที่ยวของนครปฐม

ผลการสัมภาษณ์กลุ่มผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมจากสำนักงานท่องเที่ยว พาณิชย์จังหวัด เกษตรจังหวัด พัฒนาชุมชนและนายอำเภอ จำนวน 10 คน สรุปดังนี้ได้

1. ประเภทสินค้าทางการเกษตรที่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะต้องเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ มีปริมาณการจำหน่ายมาก เป็นที่ชื่นชอบของนักท่องเที่ยวเป็นสินค้าที่เอกลักษณ์ของจังหวัด เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อ ได้แก่ สินค้าแปรรูปจากหมู ส้มโอ ข้าวหลาม มะพร้าว ขนมะพร้าว มะพร้าวแก้ว ปลาแดดเดียว

2. รูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ต้องการ ควรมีความสวยงามมีมาตรฐานในการรักษาคุณภาพสินค้า สามารถป้องกันการชำรุดเสียหายแตกหักหรือความสกปรกให้กับผลิตภัณฑ์ ช่วยถนอมคุณภาพของสินค้าและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อ โดยใช้ตรารับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จากหน่วยงานของจังหวัดและตราสัญลักษณ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐม และบรรจุภัณฑ์จะต้องช่วยรักษาสภาพแวดล้อม มีการนำทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นเป็นวัตถุดิบในการทำบรรจุภัณฑ์

3. การสร้างแบรนด์ของสินค้านครปฐม โดยการใช้ตราสัญลักษณ์ของสินค้าทางการเกษตร จังหวัดนครปฐมรับรองมาตรฐานสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ โดยนำแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์ของสินค้าเกษตรจังหวัดนครปฐมจากตราสัญลักษณ์ประจำจังหวัดรูปเจดีย์องค์ใหญ่และมีมงกุฎติดอยู่ที่พระปฐมเจดีย์มาประยุกต์เพื่อให้จดจำได้ง่าย

4. ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวจะต้องมีเอกลักษณ์ของจังหวัด มีเรื่องราวของชุมชนและแหล่งท่องเที่ยว มีแผนที่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยว มีคำขวัญของจังหวัดและประวัติ นครปฐมทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

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

รายชื่อสินค้าและผู้ประกอบการที่คัดเลือกเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 15 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- 1 หมูแผ่นกลุ่มสตรีแม่บ้านตำบลสระกระเทียม
10 หมู่ 13 ตำบลสระกระเทียม อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
- 2 หมูหยอง ร้านบ้านเทศ
139 หมู่ที่ 3 ตำบลธรรมศาลา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★★
- 3 หมูแท่งกรีนพอร์ค
3/2 หมู่ที่ 3 ตำบลหนองปากโลง อำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม
สินค้าคุณภาพของเครือข่ายผู้เลี้ยงสุกรคุณภาพจังหวัดนครปฐม
ซึ่งทางจังหวัดรับรองคุณภาพและสนับสนุนให้เป็นสินค้าเอกลักษณ์ของจังหวัด
- 4 กุนเชียงหมูแป้งกล้วย กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปเนื้อสัตว์ตำบลห้วยพระ
46/1 แจงงาม หมู่ 4 ตำบลห้วยพระ อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม
สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★★
- 5 ขนมเปี๊ยะกลุ่มแม่บ้านบึงลาดสวาย
21/1 หมู่ 10 บ้านคลองหม่อมแถมตำบลบางภาษี อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★★

- 6 ปลาแดดเดียวบางเลน
5 หมู่ 2 ตำบลบัวปากท่า อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
- 7 ข้าวหลามหน้าวัดพระงาม
378 ทางรถไฟตะวันตก ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
- 8 ส้มโอ ไร่พรทิพย์
37 หมู่ 3 ตำบลหอมเกร็ด อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 73110
สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
- 9 ไข่เค็มกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์
58 หมู่ 3 ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73130
สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
- 10 ฝรั่งไร่พรทิพย์
37 หมู่ 3 ตำบลหอมเกร็ด อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 73110
สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
- 11 น้ำพริกคลุกข้าวตราแม่พยอม
1/5 หมู่ 3 ถนนทหารบก ตำบลบ่อพลับ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
- 12 กล้วยกรอบกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมชุมชนวัดสุวรรณ
97 หมู่ 1 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม 73170
สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
- 13 ข้าวตัง ตราชวิญดา
6/59 อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 73000
สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
- 14 มะเขือเทศอบแห้ง ตราแม่จ้อย กลุ่มสหกรณ์ (มะเขือเทศ)
65 หมู่ 5 ตำบลดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 73130
สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
- 15 มะพร้าวแก้วกมลทิพย์
37/5 หมู่ 3 ตำบลหอมเกร็ด อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม 73110
สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★

การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรจังหวัดนครปฐม

การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรจังหวัดนครปฐม มีขั้นตอนการออกแบบดังนี้

1. ออกแบบสัญลักษณ์ที่สื่อถึงจังหวัดนครปฐม
2. ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าแต่ละชนิดตามผลการวิจัย 15 ผลิตภัณฑ์

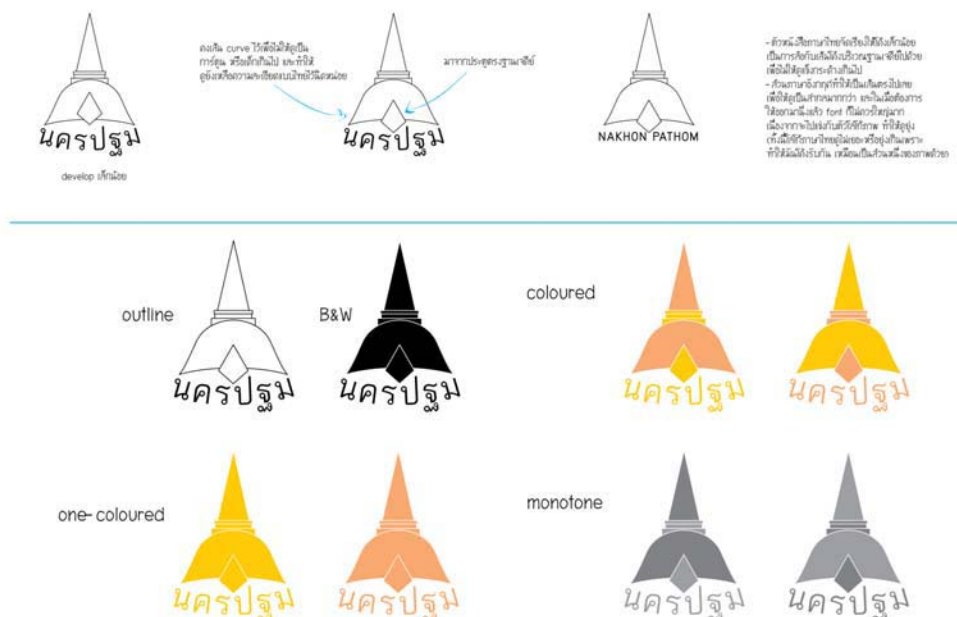
การออกแบบตราสัญลักษณ์สำหรับสื่อถึงจังหวัดนครปฐม

จากผลการวิจัยสัญลักษณ์ที่สื่อถึงจังหวัดนครปฐม คือ องค์พระปฐมเจดีย์ ซึ่งสอดคล้องกับตราสัญลักษณ์ประจำจังหวัดนครปฐมดังภาพ นำมาลดทอนออกแบบสัญลักษณ์ใหม่เพื่อให้ความสวยงามทันสมัยและคัดเลือกรูปแบบที่เหมาะสมตามคำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบกราฟฟิกและบรรจุนวัตกรรมจากสำนักพัฒนาสิ่งพิมพ์และบรรจุนวัตกรรม กองบริการอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม



ภาพพระปฐมเจดีย์ ตราประจำจังหวัดนครปฐม

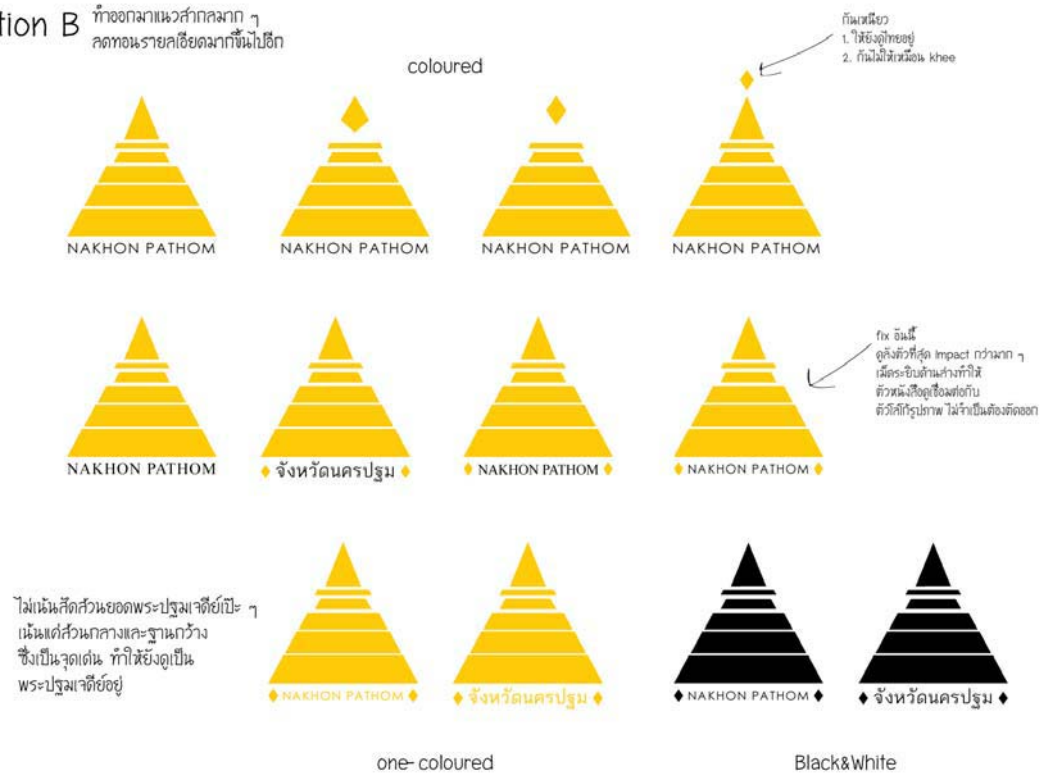
แบบที่ 1 การออกแบบโดยเน้นรูปทรงองค์พระปฐมเจดีย์เป็นหลัก



แบบที่ 1 รูปสัญลักษณ์ที่สื่อถึงจังหวัดนครปฐม

แบบที่ 2 การออกแบบโดยใช้รูปแบบการลดชั้นของเจดีย์

Option B ทำออกมาแนวสากลมก ๆ
ลดทอนรายละเอียดมากขึ้นไปอีก



แบบที่ 2 รูปสัญลักษณ์ที่สื่อถึงจังหวัดนครปฐม

ผลการคัดเลือกสัญลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม



ภาพที่ 1 แสดงตราสัญลักษณ์ที่คัดเลือกเพื่อสื่อถึงจังหวัดนครปฐม

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าแต่ละชนิด

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าแต่ละชนิด มีขั้นตอนการออกแบบดังนี้

1. สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภทถึงความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้า การวางขายสินค้าและสถานที่จัดจำหน่าย การขนส่ง
2. ศึกษาคุณสมบัติทางกายภาพของสินค้าประกอบด้วย ขนาด รูปทรง ปริมาตร ส่วนผสมของแข็ง ของเหลว คุณสมบัติทางเคมีหรือสาเหตุที่ทำให้สินค้าเน่าเสียหรือเสื่อมคุณภาพจนไม่เป็นที่ยอมรับได้ เช่น กลิ่น การแยกตัว ลักษณะการจำหน่าย เพื่อจะได้เลือกวัสดุในการทำบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันรักษาได้ดี
3. วิเคราะห์เงื่อนไขทางการตลาดและความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าแต่ละชนิด ประกอบด้วย ชื่อสินค้า ตราสินค้า ประเภทสินค้า ระดับคุณภาพสินค้าและมาตรฐานการรับรอง ผู้ผลิต ผู้ประสานงาน ขนาดบรรจุ ราคาในการจำหน่าย จุดเด่นของสินค้า รายละเอียดของสินค้า ส่วนประกอบ เรื่องราวและประวัติของสินค้า สถานที่จำหน่าย ลักษณะบรรจุภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ ลักษณะกราฟฟิก ความต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับสินค้า
4. ออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสม โดยเลือกใช้วัสดุเป็นโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาคุณภาพสินค้าและป้องกันคุ้มครองสินค้าระหว่างการขนส่งเคลื่อนย้ายและการส่งเสริมการขาย
5. ออกแบบกราฟฟิคบนบรรจุภัณฑ์ โดยใช้รูปภาพและการออกแบบคำพูด ภาษาสื่อสาร รายละเอียดบนโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สัมพันธ์กับรูปทรงของวัสดุและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อผลิตภัณฑ์และสื่อความหมายให้ผู้ซื้อเข้าใจ เกิดความรู้สึกประทับใจจดจำง่าย
6. พัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ภายใต้คำแนะนำของผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ 3 ท่าน คือ
 1. รองศาสตราจารย์สถาพร ดีบุญมี ณ ชุมแพ
นักวิชาการด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สาขาวิชาศิลปอุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 2. นางมณฑนาฐ ทองใหญ่
หัวหน้าสาขาวิชาออกแบบสิ่งพิมพ์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
 3. นางสาวสัณญา พูลทรัพย์
ผู้จัดการฝ่ายออกแบบบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ บริษัท แพลนโมทีฟ จำกัด
7. ทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับบรรจุภัณฑ์สินค้าแต่ละชนิดเพื่อทดสอบการใช้งานและประเมินประสิทธิภาพในการรักษาและป้องกันคุณภาพสินค้า

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละชนิด

1. บรรจุภัณฑ์หมูแผ่น



ตราสินค้า	ตราผู้ใหญ่วิทย์
ประเภทสินค้า	ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อหมู
ระดับคุณภาพ	มาตรฐาน อย:73-2-04047-2-0011 OTOP 2552 ระดับดาว : ★★★★★
ผู้ผลิต	กลุ่มสตรีแม่บ้านตำบลสระกระเทียม 10 หมู่ 13 ตำบลสระกระเทียม อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
ผู้ประสานงาน	นางอารีย์ วงศ์ศรี โทร : 089 91664301, 034 286741
ขนาดบรรจุ	200 กรัม และ 500 กรัม
ราคาในการจำหน่าย	80 บาท 200 บาท
จุดเด่นของสินค้า	รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบไม่มีกลิ่น
สถานที่จำหน่าย	งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยวของนครปฐม
ลักษณะกราฟฟิก	รูปตัวหมูและผลิตภัณฑ์หมูแผ่นโทนสีน้ำตาล
ความต้องการออกแบบ	บรรจุภัณฑ์ชั้นในควรเป็นถุงพลาสติกที่มีการปิดผนึกป้องกันความชื้นและ
บรรจุภัณฑ์	สิ่งสกปรกจากภายนอก ซึ่งมีขนาดบรรจุ 3 ขนาด คือ 200 กรัม 500 กรัม และ 1,000 กรัม และบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกมีลักษณะเป็นกล่องกระดาษมีช่องเปิดให้สามารถมองเห็นหมูแผ่นด้านใน

บรรจุภัณฑ์เดิมหมูฉีก/หมูแผ่น



ภาพที่ 2 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมหมูแผ่น

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



บรรจุภัณฑ์ต้นแบบหมูแผ่นบรรจุขนาด 200 กรัม



ภาพที่ 3 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบหมูแผ่นที่พัฒนาออกแบบใหม่

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบจะใช้สำหรับบรรจุขนาด 500 กรัมและ 1,000 กรัม โดยสีน้ำตาลจะเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับหมูแผ่น ส่วนสีเหลืองจะเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับหมูฉีกเส้นฝอยตราผู้ใหญ่วัย ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนามาจากรูปแบบและขนาดของบรรจุภัณฑ์เดิมแต่ได้มีการออกแบบกราฟฟิกเพื่อให้เหมาะสมสวยงามมากขึ้น

2. บรรจุภัณฑ์หมูหยอง



ตราสินค้า	ตราบ้านไทย
ประเภทสินค้า	ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อหมู
ระดับคุณภาพ	มาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน (มผช.) : 99/2546 สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
ผู้ผลิต	139 หมู่ 3 ตำบลธรรมศาลา อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
ผู้ประสานงาน	นายชัยวุฒิ โทร : 9081-7634798
ขนาดบรรจุ	บรรจุภัณฑ์กลางสำหรับ 1 กิโลกรัม
ราคาในการจำหน่าย	-
จุดเด่นของสินค้า	ผลิตจากเนื้อหมูคุณภาพ ไม่ใส่สารกันบูด
สถานที่จำหน่าย	งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยวของนครปฐม
ลักษณะกราฟฟิก	สัญลักษณ์หมูน่ารัก
ความต้องการ	บรรจุภัณฑ์รวมของบ้านไทยที่สามารถหิ้วถือได้สะดวก สำหรับบรรจุ
ออกแบบบรรจุภัณฑ์	ผลิตภัณฑ์หมูหยองที่บรรจุลงพลาสติกใสปิดผนึกกันชื้นหรือบรรจุกล่อง พลาสติกใส ซึ่งผู้ประกอบการต้องการใช้บรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมที่มี เอกลักษณ์ของทางร้านและสามารถใส่ผลิตภัณฑ์สินค้าของบ้านไทย อื่นๆ เช่น กุนเชียงหมู กุนเชียงไก่ กุนเชียงเป็ด หมูแผ่น หมูเส้น หมูทุบ

บรรจุภัณฑ์เดิมหมูหยอง



ภาพที่ 4 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมหมูหยอง

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 5 แสดงบรรจุภัณฑ์ต้นแบบหมูหยองที่พัฒนาออกแบบใหม่

3. บรรจุภัณฑ์หมูแท่งกรอบ



ตราสินค้า	กรีนพอร์ค
ประเภทสินค้า	ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อหมู ได้แก่ หมูแท่งกรอบ
ระดับคุณภาพ	ได้รับการรับรองจากเชลล์ชวนชิม
ผู้ผลิต	เครือข่ายผู้เลี้ยงสุกรคุณภาพจังหวัดนครปฐม 3/2 หมู่ 3 ตำบลหนองปากโลง อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
ผู้ประกอบการ	คุณองอาจ สุวรรณนที โทร : 034-285235
ขนาดบรรจุ	200 กรัม
ราคาในการจำหน่าย	100 บาท
จุดเด่นของสินค้า	รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบไม่มีกลิ่น
สถานที่จำหน่าย	งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยวของนครปฐม
ลักษณะกราฟฟิก	ตัวหนังสือสีเขียว
ความต้องการออกแบบ	บรรจุภัณฑ์สำหรับหมูแท่งกรอบกรีนพอร์คที่บรรจุขนาด 200 กรัม
บรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์รวมสำหรับสินค้ากรีนพอร์คอื่นๆ เช่น กุนเชียง หมูหยอง หมูแผ่น หมูหยองกรอบ หมูทุบ หมูหวาน หมูสวรรค์ หมูฝอยทรงเครื่อง หมูฝอยสมุนไพร

บรรจุภัณฑ์เดิมหมูแท่งกรอบ



ภาพที่ 6 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมหมูแท่งกรอบ

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 7 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบหมูแพ่งกรอบที่พัฒนาออกแบบใหม่

4. บรรจุภัณฑ์กุนเชียงหมู



ชื่อสินค้า	กุนเชียงเพื่อสุขภาพ
ตราสินค้า	กุนเชียงแจ่งงาม
สินค้าที่ผลิต	ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากเนื้อหมู ได้แก่ กุนเชียงหมู หมูแดดเดียว ลูกชิ้นหมู แหนมหมูซี่โครงอ่อน ไส้อั่ว ไส้กรอกอีสาน
ระดับคุณภาพ	มาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน (มผช.) : 99/2546 มาตรฐาน อย : 73-31430-2-0001 Otop 2552 ระดับดาว: ★★★★★
ผู้ผลิต	กลุ่มวิสาหกิจแปรรูปเนื้อสัตว์ตำบลห้วยพระ 46/1 แจ่งงาม หมู่ 4 ตำบลห้วยพระ อำเภอดอนตูม จังหวัดนครปฐม
ผู้ประสานงาน	นางสาวสุพามาตร์ สุริยาวงษ์ โทร : 08-6128-5000
ขนาดบรรจุ	500 กรัมและ 1,000 กรัม
ราคาจำหน่าย	90 บาท และ 180 บาท
จุดเด่นของสินค้า	กุนเชียงหมูผสมแป้งกล้วย ไขมันต่ำ รสชาติเข้มข้น สูตรดั้งเดิม
สถานที่จำหน่าย	ที่ทำการกลุ่มและงานแสดงสินค้าของจังหวัด
ลักษณะกราฟฟิก	ตราผลิตภัณฑ์แจ่งงาม
ความต้องการ	บรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายบรรจุกุนเชียง 500 กรัม 2 ถุงสามารถหิ้วถือได้
ออกแบบบรรจุภัณฑ์	สะดวก และถูกพลาสติกใส่ปิดผนึกกันความชื้น ช่วยรักษาคุณภาพสินค้า

บรรจุภัณฑ์เดิมกุนเชียงที่จำหน่าย



ภาพที่ 8 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมกุนเชียง

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 9 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบกุนเชียงที่พัฒนาออกแบบใหม่

5. บรรจุภัณฑ์ขนมเปี๊ยะอบเทียน



อย : 73-2-06647-1-0002

ตราสินค้า	สุภาวดี
ประเภทสินค้า	ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป
ระดับคุณภาพ	มาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน (มผช.) : 99/2546 OTOP 2552 ระดับดาว : ★★★★★
ผู้ผลิต	กลุ่มแม่บ้านบึงลาดสวาย 21/1 หมู่ 10 ตำบลบางภาชี อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
ผู้ประกอบการ	คุณศิริวรรณ หนึ่งประเสริฐ โทร : 034 345953, 08 1802 0814
ขนาดบรรจุ	15 ชิ้น 20 ชิ้น 25 ชิ้น
ราคาในการจำหน่าย	60 บาท 80 บาท 100 บาท
จุดเด่นของสินค้า	รสชาติความอร่อยสินค้าผลิตใหม่ ไม่มีสารกันบูด
สถานที่จำหน่าย	งานแสดงสินค้าของจังหวัดนครปฐม
ลักษณะกราฟฟิก	ภาพวิถีชีวิตชาววังบนกล่องสีแดง
ความต้องการออกแบบ	กล่องบรรจุขนมเปี๊ยะ จำนวน 10 และ 25 ชิ้น ที่สื่อถึงความเป็นไทย
บรรจุภัณฑ์	มีรายละเอียดของผู้ผลิต ที่ตั้ง วันเดือนปีที่ผลิตและการหมดอายุ

บรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 10 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมขนมเปี๊ยะอบเทียน

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 11 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบขนมเปียะอบเทียนที่พัฒนาออกแบบใหม่

6. บรรจุภัณฑ์ปลาแดดเดียวคุณแดง



ตราสินค้า	ปลาแดดเดียวคุณแดง
ประเภทสินค้า	ผลิตภัณฑ์อาหารจากปลานิล ปลาตาก
ระดับคุณภาพ	สินค้าสุดยอดบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
ผู้ผลิต	กลุ่มแม่บ้านบัวปากท่า 5 หมู่ 2 ตำบลบัวปากท่า อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม 73130
ผู้ประสานงาน	นายแดง เผือกบัวขาว โทร : 089-8366904
ขนาดบรรจุ	1000 กรัม
ราคาในการจำหน่าย	100 บาท บาท
จุดเด่นของสินค้า	รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบไม่มีกลิ่น
สถานที่จำหน่าย	งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยวของนครปฐม
ลักษณะกราฟฟิก	ตัวหนังสือเคซีเอฟบนพื้นสีฟ้า
ความต้องการออกแบบ	บรรจุภัณฑ์ถุงพลาสติกใสปิดผนึกกันความชื้น และแช่แข็ง บนกล่องมีชื่อ
บรรจุภัณฑ์	สินค้าบอกรายละเอียดของผู้ผลิต ที่ตั้ง วันเดือนปีที่ผลิตและการหมดอายุ

บรรจุภัณฑ์เดิมปลาแดดเดียว



ภาพที่ 12 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมของปลาแดดเดียว

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 13 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบปลาแดดเดียวที่พัฒนาออกแบบใหม่

7. บรรจุภัณฑ์ข้าวหลาม



มผช.746/2548

ชื่อสินค้า	ข้าวหลามข้าวเหนียวขาวใส่เผือก
ตราสินค้า	ตราแม่แอ๊ด
ประเภทสินค้า	ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปจากข้าว
ระดับคุณภาพ	มาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน (มผช.) : 746/2548 สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
ผู้ผลิต	378 ทางรถไฟตะวันตก ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 73000
ผู้ประสานงาน	นายองอาจ โตดิเทพ โทร : 086-7575272
ราคาจำหน่าย	20 บาท 35 บาท 60 บาท
จุดเด่นของสินค้า	รสชาติความอร่อยหวานมัน สินค้าผลิตใหม่ทุกวัน
สถานที่จำหน่าย	งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยวของนครปฐม
ลักษณะกราฟฟิก	ตัวหนังสือสีแดง
ความต้องการออกแบบ	ป้ายชื่อสินค้าบอกรายละเอียดของผู้ผลิต ที่ตั้ง วันเดือนปีที่ผลิต
บรรจุภัณฑ์	ถุงกระดาษสำหรับใส่ข้าวหลามที่หิ้วได้สะดวก

บรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 14 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมข้าวหลาม

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 15 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ข้าวหลามที่พัฒนาออกแบบใหม่

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวหลาม โดยออกแบบป้ายฉลากแขวนบนกระบอกข้าวหลามและใช้ถุงกระดาษพิมพ์สี มีตราสัญลักษณ์สินค้าจังหวัดนครปฐมเพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อ เรื่องราวประวัติของสินค้าและผู้ผลิต

8. บรรจุภัณฑ์ส้มโอ



ชื่อสินค้า	ส้มโอขาวน้ำผึ้ง
ตราสินค้า	ไร่พรทิพย์
ประเภทสินค้า	ผลิตภัณฑ์ผลไม้
ระดับคุณภาพ	สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์2552 ระดับดาว: ★★★★★
ผู้ผลิต	ไร่พรทิพย์ 37 หมู่ 3 ตำบลหอมเกร็ด อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม
ผู้ประกอบการ	คุณพรทิพย์ จิโรฬีฟารวัฒน์ โทร : 034 -321771
ขนาดบรรจุ	2 ผล
ราคาในการจำหน่าย	ผลละ 70 - 80 บาท
จุดเด่นของสินค้า	รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบไม่มีกลิ่น
สถานที่จำหน่าย	งานแสดงสินค้าของจังหวัดนครปฐม
ลักษณะกราฟฟิก	ผลส้มโอบนฉลากสีส้ม
ความต้องการออกแบบ	บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุส้มโอ 2 ผลเป็นกล่องกระดาษที่สามารถหิ้วได้
บรรจุภัณฑ์	สะดวกสำหรับเป็นของฝาก และแต่ละผลบรรจุถุงตาปิดฉลากแขวน ตราสินค้าไร่พรทิพย์

บรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 16 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมของส้มโอ

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 17 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบส้มโอที่พัฒนาออกแบบใหม่

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบเป็นกล่องกระดาษลูกฟูกที่สามารถบรรจุผลส้มโอขนาดใหญ่ที่มีเส้นรอบวงประมาณ 18 นิ้ว น้ำหนักผลละประมาณ 2.5 กิโลกรัมได้ 2 ผล บรรจุภัณฑ์ที่ใช้เป็นกระดาษลูกฟูกสีเขียวเข้มพับเป็นกล่องเพื่อช่วยในการรับน้ำหนักส้มโอประมาณ 5-6 กิโลกรัม และเจาะช่องสำหรับหิ้วเพื่อสะดวกในการใช้งาน ติดป้ายแขวนสินค้าตราของผู้ผลิตเพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้ซื้อ ซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนี้สามารถนำไปใช้ร่วมกันได้ เพียงแต่ติดตราสัญลักษณ์หรือป้ายแขวนของผู้ผลิตแต่ละรายบนผลส้มโอ ส่วนป้ายสินค้าได้ออกแบบเป็นฉลากแขวนโดยใช้สัญลักษณ์ผลส้มโอบนแผ่นสีส้มเพื่อให้เกิดความโดดเด่นของรูปทรงและสี บนฉลากจะมีตราสินค้าของจังหวัดนครปฐม ชื่อแหล่งที่ผลิตและตรารับรองคุณภาพสินค้า OTOP ระดับ 5 ดาว ส่วนด้านหลังประกอบด้วยที่ตั้งของผู้ผลิตและได้ออกแบบให้สามารถใช้เป็นการดอวยพรเพื่อสุขภาพที่ดีจากผลไม้สดที่นำมาเป็นของฝากจากนักท่องเที่ยวได้อีกด้วย

9. บรรจุภัณฑ์ไข่เค็ม



มาตรฐาน อย : 73-2-05646-2-

0001

ชื่อสินค้า	ไข่เค็มเสริมไอโอดีน
ตราสินค้า	ศาลาดิน
ประเภทสินค้า	ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป
ระดับคุณภาพ	สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
ผู้ผลิต	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรรมหาสวัสดิ์ 58/2 หมู่ 3 ตำบลมหาสวัสดิ์ อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม
ผู้ประสานงาน	นางปราณี สวัสดิ์แดง โทร : 034 -297099
ขนาดบรรจุ	4 ฟอง หรือ 6 ฟอง
ราคาในการจำหน่าย	20 - 25 บาท
จุดเด่นของสินค้า	รสชาติความอร่อย ไข่แดงสีสวยมีคุณค่าไอโอดีนสูง
สถานที่จำหน่าย	งานแสดงสินค้าของจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวคลองมหาสวัสดิ์
ลักษณะกราฟฟิก	สีแดงสื่อถึงคุณภาพของไข่แดง
ความต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์	กล่องกระดาษบรรจุไข่เค็ม 4 ฟอง หรือสติ๊กเกอร์ปิดบนกล่องพลาสติกใส

บรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 18 แสดงบรรจุภัณฑ์เดิมไข่เค็ม

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 19 แสดงบรรจุภัณฑ์ต้นแบบไข่เค็มที่พัฒนาออกแบบใหม่

10. บรรจุภัณฑ์ฝรั่งสด



ชื่อสินค้า	ฝรั่งสดกิมจูและแป้นสีทอง
ตราสินค้า	ไร่พรทิพย์
ประเภทสินค้า	ผลิตภัณฑ์ผลไม้
ระดับคุณภาพ	สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์2552 ระดับดาว: ★★★★★
ผู้ผลิต	ไร่พรทิพย์ 37 หมู่ 3 ตำบลหอมเกร็ด อำเภอสามพราน นครปฐม
ผู้ประสานงาน	คุณพรทิพย์ จิรโอฬารวัฒน์ โทร : 034 -321771
ขนาดบรรจุ	6 ผล
ราคาในการจำหน่าย	กิโลกรัมละ 35 - 40 บาท
จุดเด่นของสินค้า	รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบไม่มีกลิ่น
สถานที่จำหน่าย	งานแสดงสินค้าของจังหวัด
ลักษณะกราฟฟิก	ผลฝรั่งสีเขียวอ่อน
ความต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษลูกฟูกสำหรับบรรจุฝรั่ง ปริมาณ 6 ผล ที่ผู้ซื้อสามารถหิ้วได้สะดวกสำหรับเป็นของฝาก มีสติ๊กเกอร์ปิดบนบรรจุภัณฑ์ และป้ายแขวนบอกชื่อผู้ผลิต

บรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 20 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมฝรั่งสด

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 21 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบฝรั่งสดที่พัฒนาออกแบบใหม่

11. บรรจุภัณฑ์น้ำพริกคลุกข้าว



มาตรฐาน ออย : 73-2-02548-2-0011

ชื่อสินค้า	น้ำพริกคลุกข้าว
ตราสินค้า	แม่พยอม
ประเภทสินค้า	ผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป
ระดับคุณภาพ	สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์2552 ระดับดาว: ★★★★★
ผู้ผลิต	1/5 หมู่ 3 ถนนทหารบก ตำบลปอพลับ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม
ผู้ประกอบการ	ติดต่อ : คุณพลกฤต ศรีก๊กเจริญ โทร : 08 1311 3401 08 6370 7765 โทรสาร : 034 242383
ขนาดบรรจุ	100 กรัม/ กระปุก
ราคาในการจำหน่าย	35 บาท
จุดเด่นของสินค้า	รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่
สถานที่จำหน่าย	งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านแม่พยอมตลาดเทศบาลนครปฐม
ลักษณะกราฟฟิก	ตัวหนังสือแม่พยอมสีเขียว
ความต้องการออกแบบ	บรรจุภัณฑ์รวมชุดน้ำพริกต่างๆ 3 กระปุก สามารถหิ้วถือได้สะดวก
บรรจุภัณฑ์	และบรรจุภัณฑ์รวมชุดน้ำพริกกุ้งเสียบ 3 กระปุก

บรรจุภัณฑ์เดิมน้ำพริก



ภาพที่ 22 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมน้ำพริกคลุกข้าว

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพแสดงฉลากน้ำพริกประเภทต่างๆ



ภาพที่ 23 แสดงบรรจุภัณฑ์ต้นแบบน้ำพริกคั่วข้าวที่พัฒนาออกแบบใหม่

12. บรรจุภัณฑ์กล้วยม้วน กล้วยกรอบ



ชื่อสินค้า	กล้วยหอมทอดกรอบ
ตราสินค้า	ตราคุณแจ้ว
ประเภทสินค้า	ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป
ระดับคุณภาพ	สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
ผู้ผลิต	กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชุมชนวัดสุวรรณ 97 หมู่ 1 ตำบลศาลายา อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม
ผู้ประสานงาน	คุณจงดี้ เศรษฐอำนาจ โทร : 089-057 1432
ขนาดบรรจุ	250 กรัม
ราคาในการจำหน่าย	40 บาท
จุดเด่นของสินค้า	รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบไม่มีกลิ่น
สถานที่จำหน่าย	งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยวของนครปฐม
ลักษณะกราฟฟิก	ผลกล้วยหอมทอง
ความต้องการออกแบบ	บรรจุภัณฑ์สำหรับกล้วยหอมอบกรอบ บรรจุถุงพลาสติกใสปิดผนึกกัน
บรรจุภัณฑ์	ชั้นและบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกเป็นกล่องกระดาษที่สื่อถึงกล้วยหอม

บรรจุภัณฑ์เดิมกล้วยกรอบ



ภาพที่ 24 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมกล้วยกรอบ กล้วยม้วน

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 25 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบกล้วยหอมที่พัฒนาออกแบบใหม่

บรรจุภัณฑ์กล้วยกรอบเพื่อสร้างรูปทรงที่เป็นเอกลักษณ์จากวัตถุดิบกล้วยหอมทองของกลุ่มแม่บ้านชุมชนวัดสุวรรณ ตั้งอยู่ริมคลองมหาสวัสดิ์ ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางการเกษตรที่ได้รับความนิยมและมีชื่อเสียง อีกทั้งมีประวัติเรื่องราวของคลองมหาสวัสดิ์และวิถีชุมชนที่น่าสนใจที่ได้ถ่ายทอดลงบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของชุมชนและเผยแพร่ข้อมูลให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

13. บรรจุภัณฑ์ข้าวตังหมูหยอง



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

บรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 26 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมของข้าวตังหมูหยอง

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 27 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบข้าวตังหมูหยองที่พัฒนาออกแบบใหม่

14 บรรจุภัณฑ์มะเขือเทศอบแห้ง



อย : 73-2-04249-2-0001

ชื่อสินค้า	มะเขือเทศราชินีอบแห้ง
ตราสินค้า	แม่จูน
ประเภทสินค้า	ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป
ระดับคุณภาพ	สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
ผู้ผลิต	กลุ่มสหกรณ์ (มะเขือเทศ) 65 หมู่ 5 ตำบลดอนตูม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม
ผู้ประกอบการ	คุณประยงค์ วงษ์สกุล โทร : 034-275665, 08631601393
ขนาดบรรจุ	40 กรัม 100 กรัม
ราคาในการจำหน่าย	15 บาท 25 บาท
จุดเด่นของสินค้า	รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบไม่มีกลิ่น
สถานที่จำหน่าย	งานแสดงสินค้าของจังหวัดและห้างสรรพสินค้า
ลักษณะกราฟฟิก	ตัวหนังสือเคซีเอฟบนพื้นสีฟ้า
ความต้องการบรรจุภัณฑ์	บรรจุภัณฑ์รวมทั้งบรรจุมะเขือเทศอบแห้งทั้งสี่รส

บรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 28 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมมะเขือเทศอบแห้ง

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



ภาพที่ 29 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบมะเขือเทศอบแห้งที่พัฒนาใหม่

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์มะเขือเทศอบแห้งตราแม่จูนเพื่อการจำหน่ายแบบรวมรสเพื่อเป็นของฝาก ดังนั้นการออกแบบจึงนำแนวคิดนี้มาจัดทำบรรจุภัณฑ์ลักษณะเป็นกล่องสามเหลี่ยมบรรจุถุงมะเขือเทศ 3 ถุงๆละ 100 กรัม และกล่องบรรจุมะเขือเทศ 4 ถุงๆละ 250 กรัม จำนวน 4 ถุง ซึ่งแต่ละถุงจะมีรสชาติที่แตกต่างกัน เช่น รสดั้งเดิม รสบ๊วย รสเค็ม รสหวาน เป็นต้น

15. บรรจุภัณฑ์มะพร้าวแก้ว



ชื่อสินค้า	มะพร้าวแก้วสมุนไพร
ตราสินค้า	มะพร้าวแก้วกมลทิพย์
ประเภทสินค้า	ผลิตภัณฑ์ผลไม้แปรรูป
ระดับคุณภาพ	สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ 2552 ระดับดาว : ★★★★★
ผู้ผลิต	กลุ่มแม่บ้านตำบลหอมเกร็ด 37/5 หมู่ 3 ตำบลหอมเกร็ด อำเภอสามพราณ จังหวัดนครปฐม
ผู้ประกอบการ	นางกมลทิพย์ จิรโอฬารพัฒน์ โทร : 081-7639673
ขนาดบรรจุ	100 กรัม
ราคาในการจำหน่าย	35 บาท
จุดเด่นของสินค้า	รสชาติความอร่อย สินค้าผลิตใหม่กรอบ
สถานที่จำหน่าย	งานแสดงสินค้าของจังหวัดและร้านค้าตามแหล่งท่องเที่ยวของนครปฐม
ลักษณะกราฟฟิก	ตัวหนังสือมะพร้าวแก้วกมลทิพย์
ความต้องการ	บรรจุภัณฑ์สำหรับมะพร้าวแก้วกล่องกระดาษพิมพ์กราฟฟิกสื่อถึงความอร่อย
ออกแบบบรรจุภัณฑ์	ของมะพร้าววนครปฐมและบรรจุภัณฑ์ชั้นในถุงพลาสติกใสปิดผนึกกันความชื้น

บรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 30 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์เดิมมะพร้าวแก้ว

บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาออกแบบใหม่



บรรจุภัณฑ์เบื้องต้นที่พัฒนาออกแบบสำหรับมะพร้าวแก้ว บรรจุภัณฑ์ชั้นในบรรจุถุงพลาสติกใสซีลปิดผนึกป้องกันอากาศและความชื้น



ภาพที่ 31 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์ต้นแบบมะพร้าวแก้วที่พัฒนาใหม่

16. บรรจุภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม

คณะผู้วิจัยได้นำผลการวิเคราะห์ความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมมาสังเคราะห์เพื่อจัดทำบรรจุภัณฑ์กลางเป็นถุงกระดาษขนาดต่างๆ มีภาพกราฟฟิกที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดประกอบด้วย ประวัติของจังหวัดนครปฐม คำขวัญของจังหวัด ตราสินค้าของจังหวัดนครปฐม ภาพสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของจังหวัด แผนที่แนะนำแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดและเส้นทางเดินทาง หน่วยงานที่ให้รายละเอียดข้อมูลด้านการท่องเที่ยว และที่ตั้งพร้อมหมายเลขโทรศัพท์

ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์กลางเป็นถุงกระดาษขนาดต่างๆ ได้ 2 รูปแบบ คือ



ภาพที่ 32 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดนครปฐมแบบที่ 1



ภาพที่ 33 แสดงลักษณะบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดนครปฐมแบบที่ 2

บรรจุภัณฑ์กลางนครปฐมที่ออกแบบเป็นถุงกระดาษ 2 รูปแบบที่สื่อถึงจังหวัดนครปฐมโดยใช้ภาพแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญมีชื่อเสียงของนครปฐมและภาพแผนที่การเดินทางของแหล่งท่องเที่ยวสำคัญที่มีชื่อเสียงและสถานที่แนะนำของจังหวัดนครปฐม

ผลการศึกษาความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรชนิดนม 15 ผลิตภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยว ที่ได้จากการวิเคราะห์ในคำถามการวิจัยที่ 1 มาใช้เป็นแนวทางการคัดเลือกผู้ประกอบการสินค้าชนิดนมทั้ง 15 ราย โดยการประชุมร่วมกับหน่วยงานพัฒนาชุมชนของจังหวัดนครปฐม และสัมภาษณ์ผู้ประกอบการแต่ละรายเพื่อรวบรวมนำข้อมูลของสินค้าที่คัดเลือกแต่ละผลิตภัณฑ์ถึงลักษณะของสินค้า ระดับการรับรองมาตรฐานคุณภาพ จุดเด่นของสินค้า การจัดจำหน่าย ลักษณะกราฟฟิกและความต้องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ซึ่งผลการรวบรวมจะเป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ภายใต้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการออกแบบกราฟฟิก จัดทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางการเกษตรทั้ง 15 ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดจำนวน 2 รูปแบบเพื่อนำไปทดสอบการใช้งานต่อไป

คำถามการวิจัย 3 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมเป็นอย่างไร

คณะผู้วิจัยได้นำผลการสำรวจความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรจากผู้เกี่ยวข้องด้านท่องเที่ยวและพัฒนาชุมชนมาจัดทำบรรจุภัณฑ์กลางต้นแบบสำหรับสินค้าของจังหวัดที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม ภายใต้คำแนะนำจากผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์จากสถาบันการศึกษาและผู้ประกอบการด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ นำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบไปทดสอบความเหมาะสม ประสิทธิภาพในการใช้งานและความคิดเห็นจากผู้ประกอบการ และทำแบบสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ออกแบบเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม จากนักท่องเที่ยว

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยแบบประเมินผลความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตร ผู้วิจัยได้สร้างแบบสำรวจสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวถึงความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ออกแบบใหม่ ซึ่งประกอบด้วย

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ 2 ข้อมูลความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ออกแบบเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ในด้านรูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า รูปแบบมีความโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ สีสันเหมาะสมกับลักษณะสินค้า ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิกสื่อความหมาย

ได้เหมาะสม องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ขนาดของบรรจุภัณฑ์เหมาะสม สะดวก
ในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย สู่ถึงแหล่งท่องเที่ยวและเอกลักษณ์ของสินค้าเกษตรจังหวัด
นครปฐม โดยใช้แบบสอบถามระดับมาตราวัด 5 ระดับ คือ เหมาะสมมากที่สุด เหมาะสมมาก
เหมาะสมปานกลาง เหมาะสมน้อย เหมาะสมน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

วิธีการวิเคราะห์

การประเมินผลความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยว นครปฐม
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/เกษียณ	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 พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 228 คน คิดเป็นร้อยละ 55.50 และเป็นเพศชาย 172 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 ส่วนใหญ่อายุระหว่าง 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

นอกจากนี้ในด้านการศึกษาล้วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 136 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รองลงมาคือ ระดับต่ำกว่าปริญญาตรีจำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.50 ระดับปริญญาโทจำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 14.50 ระดับมัธยมศึกษาจำนวน 57 คน คิดเป็นร้อยละ 14.25 ระดับประถมศึกษาจำนวน 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 อาชีพพนักงาน/นักศึกษาจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัวจำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.75 อาชีพพ่อบ้าน/แม่บ้าน/เกษียณจำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 12.00 และอาชีพอื่นๆอีก จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 1.00

ส่วนใหญ่มียรายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมาคือ รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.25 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 5,001 – 10,000 บาท จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.00 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 30,001 – 40,000 บาทจำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.00 รายได้ต่อเดือนระหว่าง 40,001 – 50,000 บาทจำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 4.50 รายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,001 บาทจำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75และรายได้มากกว่า 50,000 บาทจำนวน 12 คนคิดเป็นร้อยละ 3.00

ในส่วนของที่อยู่ในปัจจุบัน พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่อยู่ในกรุงเทพมหานครจำนวน 207 คน คิดเป็นร้อยละ 51.75 รองลงมาคือนักท่องเที่ยวอยู่ในนครปฐมจำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 34.75 นักท่องเที่ยวจากราชบุรี จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 6.75 จากนนทบุรี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 2.75 จากเพชรบุรี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 3.25 จากจังหวัดอื่นๆจำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.75

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

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลความ
1. บรรจุภัณฑ์หมูแผ่น			
1.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า	4.63	0.57	มากที่สุด
1.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.81	0.53	มากที่สุด
1.3 สีล้นของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.57	0.69	มากที่สุด
1.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	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 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม	4.58	0.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์หมูแผ่น พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ ระดับมากที่สุด คือ รูปแบบโดดเด่นสะดุดตาเชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X} = 4.81$, SD.= 0.57) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ($\bar{X} = 4.63$, SD.= 0.57) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.61$, SD.= 0.71) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ($\bar{X} = 4.59$, SD.= 0.73) สื่อถึงเอกลักษณ์และแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.58$, SD.= 0.67) สีล้นของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ($\bar{X} = 4.57$, SD.= 0.69) ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.56$, SD.= 0.63) และความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ($\bar{X} = 4.54$, SD.= 0.75)

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

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลความ
2. บรรจุกัณฑ์หมู่ของ			
2.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า	4.35	0.57	มาก
2.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.47	0.83	มาก
2.3 สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.57	0.69	มากที่สุด
2.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	4.41	0.71	มาก
2.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน	4.53	0.73	มากที่สุด
2.6 ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม	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.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุกัณฑ์หมู่ของ พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุกัณฑ์ระดับมากที่สุด คือ สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ($\bar{X}=4.57, SD.=0.69$) รองลงมา คือ องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ($\bar{X}=4.53, SD.=0.73$) สื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ($\bar{X}=4.52, SD.=0.67$) ส่วนความพึงพอใจในระดับมาก คือ รูปแบบโดดเด่น สะดุดตาเชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X}=4.47, SD.=0.83$) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X}=4.41, SD.=0.71$) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ($\bar{X}=4.35, SD.=0.57$) ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม ($\bar{X}=4.32, SD.=0.63$) และความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ($\bar{X}=4.24, SD.=0.85$)

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความ
ความพึงพอใจบรรจุกัณฑ์หมู่แห่งกรอบ

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลความ
3. บรรจุกัณฑ์หมู่แห่งกรอบ			
3.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า	4.67	0.87	มากที่สุด
3.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.65	0.53	มากที่สุด
3.3 สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.62	0.72	มากที่สุด
3.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	4.61	0.69	มากที่สุด
3.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน	4.32	0.73	มาก
3.6 ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม	4.56	0.63	มากที่สุด
3.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย	4.54	0.75	มากที่สุด
3.8 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม	4.83	0.79	มากที่สุด

จากตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุกัณฑ์หมู่แห่งกรอบกรีนพอร์ด พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุกัณฑ์ ระดับมากที่สุด คือ สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.83$, SD.= 0.79) รูปแบบโดดเด่นสะดุดตาเชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X}=4.67$, SD.= 0.87) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ($\bar{X}=4.65$, SD.=0.53) สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ($\bar{X} = 4.61$, SD.= 0.72) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.61$, SD.= 0.69) ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.56$, SD.= 0.63) ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ($\bar{X} = 4.54$, SD.= 0.75) ส่วนความพึงพอใจในระดับมาก คือ องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ($\bar{X} = 4.32$, SD.= 0.73)

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

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวน	\bar{X}	S.D.	แปลความ
4. บรรจุกณฑ์ทุนเชียงใหม่			
4.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า	4.73	0.78	มากที่สุด
4.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.81	0.53	มากที่สุด
4.3 สีล้นของบรรจุกณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.68	0.69	มากที่สุด
4.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	4.70	0.76	มากที่สุด
4.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน	4.69	0.73	มากที่สุด
4.6 ขนาดของบรรจุกณฑ์มีความเหมาะสม	4.67	0.63	มากที่สุด
4.7 สะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย	4.65	0.87	มากที่สุด
4.8 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม	4.84	0.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 11 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุกณฑ์ทุนเชียงใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวนพึงพอใจในบรรจุกณฑ์ ระดับมากที่สุด คือ สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.84$, SD.= 0.63) รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X} = 4.81$, SD.= 0.67) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ($\bar{X} = 4.73$, SD.= 0.78) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.70$, SD.= 0.76) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ($\bar{X} = 4.69$, SD.= 0.73) สีล้นของบรรจุกณฑ์เหมาะสมกับ ลักษณะสินค้า ($\bar{X} = 4.68$, SD.= 0.69) ขนาดของบรรจุกณฑ์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.67$, SD.= 0.63) ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ($\bar{X} = 4.65$, SD.= 0.87)

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

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลความ
5. บรรจุกัณฑ์ขนมเปียะอบเทียน			
5.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า	4.75	0.87	มากที่สุด
5.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.79	0.83	มากที่สุด
5.3 สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.61	0.69	มากที่สุด
5.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	4.64	0.76	มากที่สุด
5.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน	4.59	0.73	มากที่สุด
5.6 ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม	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.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุกัณฑ์ขนมเปียะอบเทียน พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุกัณฑ์ระดับมากที่สุด คือ รูปแบบโดดเด่นสะดุดตาเชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X} = 4.79$, SD.= 0.83) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ($\bar{X} = 4.75$, SD.= 0.87) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.64$, SD.= 0.76) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ($\bar{X} = 4.59$, SD.= 0.73) สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ($\bar{X} = 4.61$, SD.= 0.69) ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.56$, SD.= 0.63) ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ($\bar{X} = 4.54$, SD.= 0.75) และสื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.52$, SD.= 0.76)

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

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลความ
6. บรรจุกัณฑ์ปลาแคตเตีย (ปลาดุกและปลานิล)			
6.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า	4.64	0.67	มากที่สุด
6.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.83	0.53	มากที่สุด
6.3 สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.59	0.69	มากที่สุด
6.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	4.63	0.71	มากที่สุด
6.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน	4.61	0.79	มากที่สุด
6.6 ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม	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.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุกัณฑ์ปลาแคตเตียคุณแดง พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุกัณฑ์ระดับมากที่สุด คือ รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X} = 4.83$, SD.= 0.53) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ($\bar{X} = 4.64$, SD.= 0.67) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.63$, SD.= 0.71) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ($\bar{X} = 4.61$, SD.= 0.79) สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ($\bar{X} = 4.59$, SD.= 0.69) ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.58$, 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
ความพึงพอใจบรรจุกัณฑ์ข้าวหลาม

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลความ
7. บรรจุกัณฑ์ข้าวหลาม			
7.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า	4.63	0.87	มากที่สุด
7.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.64	0.53	มากที่สุด
7.3 สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.55	0.69	มากที่สุด
7.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	4.61	0.76	มากที่สุด
7.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน	4.57	0.89	มากที่สุด
7.6 ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม	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.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุกัณฑ์ข้าวหลามป่าแอ็ดหน้าวัดพระงาม พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุกัณฑ์ระดับมากที่สุด คือ สื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.76$, SD.= 0.67) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ($\bar{X} = 4.63$, SD.= 0.87) รูปแบบโดดเด่นสะดุดตาเชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X} = 4.64$, SD.= 0.53) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.61$, SD.= 0.76) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ($\bar{X} = 4.57$, SD.= 0.89) สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ($\bar{X} = 4.55$, SD.= 0.69) ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.56$, SD.= 0.63) ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ($\bar{X} = 4.54$, SD.= 0.75)

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

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลความ
8. บรรจุกฎบัตรส้มโอ			
8.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า	4.54	0.67	มากที่สุด
8.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.53	0.53	มากที่สุด
8.3 สีล้นของบรรจุกฎบัตรเหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.52	0.69	มากที่สุด
8.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	4.41	0.71	มาก
8.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน	4.50	0.73	มาก
8.6 ขนาดของบรรจุกฎบัตรมีความเหมาะสม	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.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุกฎบัตรส้มโอ พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุกฎบัตรระดับมากที่สุด คือ รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ($\bar{X} = 4.54$, SD.= 0.67) รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X} = 4.53$, SD.= 0.53) สีล้นของบรรจุกฎบัตรเหมาะสมกับลักษณะสินค้า ($\bar{X} = 4.52$, SD.= 0.69) ส่วนความพอใจในระดับมาก คือ องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ($\bar{X} = 4.50$, SD.= 0.73) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.41$, SD.= 0.71) สื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.38$, SD.= 0.67) ขนาดของบรรจุกฎบัตรมีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.36$, SD.= 0.69) ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ($\bar{X} = 4.34$, SD.= 0.75)

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

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลความ
9. บรรจุกัณฑ์ไข่เค็ม			
9.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า	4.69	0.77	มากที่สุด
9.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.74	0.83	มากที่สุด
9.3 สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.68	0.79	มากที่สุด
9.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	4.67	0.71	มากที่สุด
9.5 องค์ประกอบของภาพและสี มีความกลมกลืน	4.56	0.76	มากที่สุด
9.6 ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม	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.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุกัณฑ์ไข่เค็ม พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุกัณฑ์ ระดับมากที่สุด คือ รูปแบบโดดเด่นสะดุดตาเชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X} = 4.74$, SD.= 0.83) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ($\bar{X} = 4.69$, SD.= 0.77) สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ($\bar{X} = 4.68$, SD.= 0.79) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.67$, SD.= 0.71) สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.60$, SD.= 0.67) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ($\bar{X} = 4.56$, SD.= 0.76) ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.55$, SD.= 0.63) และความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ($\bar{X} = 4.54$, SD.= 0.74)

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

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลความ
10. บรรจุกัณฑ์ฝรั่ง			
10.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า	4.48	0.57	มาก
10.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.31	0.53	มาก
10.3 สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.36	0.69	มาก
10.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	4.11	0.71	มาก
10.5 องค์ประกอบของภาพและสี มีความกลมกลืน	4.19	0.73	มาก
10.6 ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม	4.56	0.73	มากที่สุด
10.7 ความสะดวกในใช้งานและการเคลื่อนย้าย	4.52	0.85	มากที่สุด
10.8 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม	4.23	0.72	มาก

จากตารางที่ 17 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุกัณฑ์ฝรั่ง พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุกัณฑ์ ระดับมากที่สุด คือ ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.56$, SD.= 0.63) ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ($\bar{X} = 4.52$, SD.= 0.75) ส่วนความพอใจในระดับมาก คือ สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.23$, SD.= 0.72) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ($\bar{X} = 4.48$, SD.= 0.57) สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ($\bar{X} = 4.36$, SD.= 0.69) รูปแบบโดดเด่นสะดุดตาเชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X} = 4.31$, SD.= 0.53) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ($\bar{X} = 4.19$, SD.= 0.73) และภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.11$, SD.= 0.71)

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

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลความ
11. บรรจุกัณฑ์น้ำพริกคลุกข้าว			
11.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า	4.73	0.57	มากที่สุด
11.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.72	0.63	มากที่สุด
11.3 สีสันทของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.67	0.71	มากที่สุด
11.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	4.66	0.71	มากที่สุด
11.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน	4.64	0.81	มากที่สุด
11.6 ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม	4.56	0.63	มากที่สุด
11.7 ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย	4.55	0.75	มากที่สุด
11.8 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม	4.57	0.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 18 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุกัณฑ์น้ำพริกคลุกข้าว พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุกัณฑ์ ระดับมากที่สุด คือ รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ($\bar{X} = 4.73$, SD.= 0.57) รูปแบบโดดเด่นสะดุดตาเชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X} = 4.72$, SD.= 0.63) สีสันทของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ($\bar{X} = 4.67$, SD.= 0.71) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.66$, SD.= 0.71) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ($\bar{X} = 4.64$, SD.= 0.81) สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.57$, SD.= 0.71) ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.56$, SD.= 0.63) และความสะดวกในใช้งานและการเคลื่อนย้าย ($\bar{X} = 4.55$, SD.= 0.75)

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

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลความ
12. บรรจุกัณฑ์กล้วยกรอบ			
12.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า	4.80	0.59	มากที่สุด
12.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.81	0.63	มากที่สุด
12.3 สีสันทของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.76	0.66	มากที่สุด
12.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	4.79	0.71	มากที่สุด
13.5 องค์ประกอบของภาพและสี มีความกลมกลืน	4.75	0.72	มากที่สุด
12.6 ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม	4.66	0.73	มากที่สุด
12.7 ความสะดวกในใช้งานและการเคลื่อนย้าย	4.64	0.75	มากที่สุด
12.8 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม	4.78	0.67	มากที่สุด

จากตารางที่ 19 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุกัณฑ์กล้วยกรอบ พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุกัณฑ์ ระดับมากที่สุด คือ รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X} = 4.81$, SD.= 0.63) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ($\bar{X} = 4.80$, SD.= 0.57) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.79$, SD.= 0.71) สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.78$, SD.= 0.67) สีสันทของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ($\bar{X} = 4.76$, SD.= 0.69) องค์ประกอบของภาพและสี มีความกลมกลืน($\bar{X} = 4.75$,SD.= 0.72) ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม($\bar{X} = 4.66$, 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 สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.31	0.53	มาก
13.3 สีสันทันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.27	0.72	มาก
13.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	4.21	0.81	มาก
13.5 องค์ประกอบของภาพและสี มีความกลมกลืน	4.19	0.76	มาก
13.6 ขนาดของบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.16	0.83	มาก
13.7 ความสะดวกในใช้งานและการเคลื่อนย้าย	4.24	0.73	มาก
13.8 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม	4.18	0.85	มาก

จากตารางที่ 20 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ข้าวตัง พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ระดับมาก คือ รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ($\bar{X} = 4.32$, SD. = 0.57) รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X} = 4.31$, SD. = 0.53) สีสันทันของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ($\bar{X} = 4.27$, SD. = 0.72) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.21$, 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
ความพึงพอใจบรรจุกัณฑ์มะเขือเทศราชินีอบแห้ง

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลความ
14. บรรจุกัณฑ์มะเขือเทศราชินีอบแห้ง			
14.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า	4.83	0.67	มากที่สุด
14.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.87	0.53	มากที่สุด
14.3 สีสันทของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.77	0.65	มากที่สุด
14.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	4.71	0.75	มากที่สุด
14.5 องค์ประกอบของภาพและสี มีความกลมกลืน	4.65	0.73	มากที่สุด
14.6 ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม	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.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุกัณฑ์มะเขือเทศราชินีอบแห้งตราแม่จ๋อย พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุกัณฑ์ระดับมากที่สุด คือ รูปแบบโดดเด่นสะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X} = 4.87$, SD.= 0.53) รูปทรงเหมาะสมกับประเภทสินค้า ($\bar{X} = 4.83$, SD.= 0.67) สีสันทของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ($\bar{X} = 4.77$, SD.= 0.65) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.71$, SD.= 0.75) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ($\bar{X} = 4.65$, SD.= 0.73) สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.75$, SD.= 0.76) ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.68$, SD.= 0.63) และความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ($\bar{X} = 4.64$, SD.= 0.59)

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

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลความ
15. บรรจุกัณฑ์มะพร้าวแก้ว			
15.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภตสินค้า	4.64	0.74	มากที่สุด
15.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.63	0.71	มากที่สุด
15.3 สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.62	0.67	มากที่สุด
15.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	4.61	0.65	มากที่สุด
15.5 องค์ประกอบของภาพและสี มีความกลมกลืน	4.58	0.76	มากที่สุด
15.6 ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม	4.53	0.83	มากที่สุด
15.7 ความสะดวกในใช้งานและการเคลื่อนย้าย	4.51	0.74	มากที่สุด
15.8 สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม	4.60	0.65	มากที่สุด

จากตารางที่ 22 ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุกัณฑ์มะพร้าวแก้ว พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุกัณฑ์ ระดับมากที่สุด คือ รูปทรงเหมาะสมกับประเภตสินค้า ($\bar{X} = 4.64$, SD. = 0.74) รูปแบบโดดเด่นสะดุดตาเชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X} = 4.63$, SD.= 0.71) สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ($\bar{X} = 4.62$, SD.= 0.67) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.61$, SD.= 0.65) สื่อถึงเอกลักษณ์สินค้าของจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.60$, SD.= 0.65) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ($\bar{X} = 4.58$, SD.= 0.76) ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.53$, SD.= 0.83) และความสะดวกในใช้งานและการเคลื่อนย้าย ($\bar{X} = 4.51$, SD.= 0.74)

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

ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	S.D.	แปลความ
16. บรรจุกัณฑ์กลางของจังหวัดนครปฐม			
16.1 รูปทรงเหมาะสมกับประเภตสินค้า	4.54	0.53	มากที่สุด
16.2 รูปแบบโดดเด่น สะดุดตา เชิญชวนให้น่าซื้อ	4.84	0.53	มากที่สุด
16.3 สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า	4.67	0.69	มากที่สุด
16.4 ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม	4.53	0.71	มากที่สุด
16.5 องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน	4.81	0.73	มากที่สุด
16.6 ขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม	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.) การแปลความของความพึงพอใจต่อบรรจุกัณฑ์กลางเพื่อการท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวพึงพอใจในบรรจุกัณฑ์กลางระดับมากที่สุดคือ รูปแบบโดดเด่นสะดุดตาเชิญชวนให้น่าซื้อ ($\bar{X} = 4.84$, SD.= 0.71) ภาพประกอบชัดเจนและกราฟฟิคสื่อความหมายได้เหมาะสม ($\bar{X} = 4.83$, SD.= 0.71) องค์ประกอบของภาพและสีมีความกลมกลืน ($\bar{X} = 4.81$, SD.= 0.73) สีล้นของบรรจุกัณฑ์เหมาะสมกับลักษณะสินค้า ($\bar{X} = 4.67$, SD.= 0.69) สื่อถึงเอกลักษณ์และแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม ($\bar{X} = 4.59$, SD.= 0.61) รูปทรงเหมาะสมกับประเภตสินค้า ($\bar{X} = 4.54$, SD.= 0.71) ความสะดวกในการใช้งานและการเคลื่อนย้าย ($\bar{X} = 4.53$, SD.= 0.59) และขนาดของบรรจุกัณฑ์มีความเหมาะสม ($\bar{X} = 4.51$, SD.= 0.63)

ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรจุกัณฑ์รูปแบบใหม่ที่ออกแบบทั้ง 15 ผลิตภัณฑ์และรูปแบบบรรจุกัณฑ์กลางของจังหวัดทั้งด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย อีกทั้งสามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ยึดอายุสินค้าให้เก็บได้นานขึ้น ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งาน สร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้า บรรจุกัณฑ์ที่สวยงามเหมาะสมจะซื้อเป็นของขวัญ ในขณะเดียวกันสามารถเผยแพร่ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมได้เป็นอย่างดี เท่ากับเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมไปพร้อมๆกัน

4.2 สรุปภาพรวมการตอบคำถามการวิจัยทั้งหมด

การศึกษาเรื่องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม คณะผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ของการวิจัย เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมให้มีรูปแบบที่สวยงามมีเอกลักษณ์ของจังหวัด สามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม อันจะเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดได้เป็นอย่างดี

จากวัตถุประสงค์การวิจัยดังกล่าวคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย โดยเริ่มจากการศึกษาศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของจังหวัดนครปฐม ความต้องการบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท และรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม จากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดนครปฐม จำนวน 400 คนและสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 15 คน ผู้เกี่ยวข้องการท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐมทั้งทางตรงและทางอ้อมภาครัฐและเอกชนจำนวน 15 คน ซึ่งผลการศึกษาพบว่า

1. ศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบัน มีประสิทธิภาพในการป้องกันสิ่งสกปรกและอันตรายจากมดแมลง การป้องกันการกระแทกเสียหายระหว่างการขนส่ง ซึ่งยังไม่สามารถป้องกันการซึมผ่านของก๊าซทำให้อาหารเหม็นหืนและบรรจุภัณฑ์แบบปลอดเชื้อเพื่อป้องกันอาหารเป็นพิษ
2. ความต้องการบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรยอดนิยมที่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 15 ผลิตภัณฑ์ได้แก่ หมูแผ่น หมูหยอง หมูแท่งกรอบ กุนเชียงหมู ขนมหูเปื้อย ปลาแดดเดียว ข้าวหลาม ส้มโอ ไข่เค็ม ฝรั่งสด น้ำพริกคลุกข้าว ก๋วยเตี๋ยวหมูกรอบ ข้าวต้มหมูหยอง มะเขือเทศราชินีอบแห้งและมะพร้าวแก้ว
3. รูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวที่ต้องการมาก คือ บรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐานในการรักษาคุณภาพสินค้า มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพและรายละเอียดโภชนาการ รูปทรงสวยงามโดดเด่นสะดุดตา มีเรื่องราวประวัติของชุมชนหรือแหล่งผลิต มีสัญลักษณ์ของจังหวัดนครปฐม มีข้อมูลแนะนำแหล่งท่องเที่ยวและเส้นทางคมนาคม
4. จัดทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าทางการเกษตร 15 ผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัดนครปฐม 2 รูปแบบ เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์สินค้านครปฐม
5. นำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบไปทดลองใช้งานและประเมินผลความพึงพอใจจากนักท่องเที่ยว 400 คน ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ทั้งด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอย สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ยืดอายุสินค้าให้เก็บได้นานขึ้น ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งาน สร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้าบรรจุภัณฑ์ มีความสวยงามเหมาะสมจะซื้อเป็นของฝาก ในขณะที่เดียวกันสามารถเผยแพร่ แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมได้เป็นอย่างดี

บทที่ 5 บทสรุป

การศึกษาเรื่อง "การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม" มีวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรของจังหวัดนครปฐมให้มีรูปแบบที่สวยงามมีเอกลักษณ์ของจังหวัด สามารถเชื่อมโยงกับพื้นที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐม อันจะเป็นการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการท่องเที่ยวของจังหวัดได้เป็นอย่างดี จากวัตถุประสงค์ดังกล่าวคณะผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัยตามคำถามการวิจัยที่ตั้งไว้ ซึ่งได้ผลการวิจัยดังบทสรุป

5.1 บทสรุป

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม เป็นการวิจัยเพื่อการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามวัตถุประสงค์ มีขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยดังนี้

5.1.1 ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในเรื่องพฤติกรรม การเลือกซื้อสินค้าของนักท่องเที่ยว และการบริโภคแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

5.1.2 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประมวลเพื่อกำหนดเป็นพฤติกรรมบ่งชี้และโครงสร้างของแบบสอบถาม ขอบเขตของเนื้อหา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่แบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์

5.1.3 นำแบบสอบถามที่ได้ออกแบบให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยวและสถิติจำนวน 2 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงของวัตถุประสงค์ เนื้อหาและภาษาที่ใช้ จากนั้นนำข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงเนื้อหาของคำถามแต่ละข้อของแบบสอบถามให้มีความเหมาะสมตรงตามวัตถุประสงค์ของคำถามการวิจัย การทดสอบหาความเชื่อมั่น โดยคณะผู้วิจัยได้นำเอาแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจจากผู้เชี่ยวชาญไปทำการทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 30 ราย แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคได้ค่าแอลฟาเท่ากับ 0.50 แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่ยอมรับได้

5.1.4 การศึกษาศักยภาพของบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรในปัจจุบันของจังหวัดนครปฐม ความต้องการของรูปแบบสินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภทและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม จากการสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน และการสัมภาษณ์นักท่องเที่ยวต่างชาติ ผู้เกี่ยวข้องด้านท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมทั้งทางตรงและทางอ้อมในภาครัฐและเอกชน ในการวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 400 คน นักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวน 15 คน และผู้เกี่ยวข้องด้านท่องเที่ยวทั้งภาครัฐและเอกชนในนครปฐม เช่น พาณิชยจังหวัด เจ้าหน้าที่สำนักงานท่องเที่ยว อุทยานธรรมชาติ พัฒนชุมชนและมัคคุเทศก์ในจังหวัดนครปฐมจำนวน 15 คน เพื่อยืนยันผลการสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวไทยและความต้องการของรูปแบบ

บรรจุภัณฑ์ ผลการวิจัยได้ทราบประเภทสินค้าทางการเกษตรยอดนิยมที่ต้องพัฒนาบรรจุภัณฑ์ 15 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หมูแผ่น หมูหยอง หมูแท่งกรอบ กุนเชียงหมู ขนมหั้ว ปลาแดดเดียว ข้าวหลาม ส้มโอ ไข่เค็ม ฝรั่งเศส น้ำพริกคลุกข้าว ก๋วยเตี๋ยว ก๋วยกรอบ ข้าวต้มหมูหยองมะเขือเทศราชินีอบแห้ง มะพร้าวแก้ว และทราบความต้องการลักษณะบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม เพื่อเป็นแนวทางในการคัดเลือกตัวอย่างสินค้ามาออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ใหม่ให้เหมาะสมกับประเภทสินค้าและการจัดจำหน่าย

5.1.5 สัมภาษณ์เจ้าหน้าที่พัฒนาชุมชนจังหวัดนครปฐม เพื่อคัดเลือกผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้ายอดนิยมตามประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ จำนวน 15 ราย ซึ่งสินค้าผ่านการรับรองมาตรฐานคุณภาพของจังหวัด เช่น มาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน (มผช.) จากการคัดสรรคุณภาพสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) ปี 2552 หรือมาตรฐานอาหารปลอดภัย (อย.) หรือมาตรฐานการรับรองอื่น เช่น เซลล์ชวนชิม เป็นต้น

5.1.6 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการที่ผลิตสินค้านายอดนิยมตามประเภทสินค้าที่นักท่องเที่ยวต้องการให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ ทั้ง 15 ราย เป็นการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง มีการกำหนดคำถามไว้ล่วงหน้าและเป็นการสัมภาษณ์เป็นผู้ประกอบการแต่ละราย เพื่อหาข้อมูลของสินค้าแต่ละประเภท เกี่ยวกับลักษณะของสินค้า ระดับการรับรองมาตรฐานคุณภาพสินค้า การจัดจำหน่าย จุดเด่นของสินค้า กราฟฟิกและความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท

5.1.7 พัฒนาแบบร่างบรรจุภัณฑ์และออกแบบตราสัญลักษณ์สินค้านครปฐม โดยใช้ข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์มาเป็นแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ภายใต้คำแนะนำจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟฟิก เพื่อจัดทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับสินค้าการเกษตร 15 ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์กลางของจังหวัด 2 รูปแบบ

5.1.8 นำบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมาทดลองใช้งานและประเมินผลความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรที่ออกแบบเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม กับนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน พบว่าผู้บริโภคมีความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ทั้งด้านความสวยงามและประโยชน์ใช้สอยสามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของสินค้าจังหวัดนครปฐม ยืดอายุสินค้าให้เก็บได้นานขึ้น ป้องกันการชำรุดเสียหาย สะดวกต่อการใช้งาน สร้างความมั่นใจในมาตรฐานคุณภาพสินค้า บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามเหมาะสมจะซื้อเป็นของฝาก ในขณะที่เดียวกันสามารถเผยแพร่แนะนำสถานที่ท่องเที่ยวของจังหวัดนครปฐมได้เป็นอย่างดี เท่ากับเป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐมไปพร้อมๆกัน

5.2 ข้อเสนอแนะ

5.2.1 ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้

5.2.1.1. การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภทเพื่อจัดทำเป็นบรรจุภัณฑ์กลางสำหรับผู้ประกอบการสินค้าแต่ละประเภะนั้น พบว่าสินค้าจากผู้ประกอบการแต่ละรายมีระดับคุณภาพที่แตกต่างกัน บางรายไม่มีการรับรองคุณภาพมาตรฐานจากจังหวัด ดังนั้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์กลางสำหรับสินค้าแต่ละประเภทของจังหวัดเพื่อสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้านั้นๆ แต่จากการสัมภาษณ์เจ้าหน้าที่ภาครัฐของจังหวัด เห็นว่าการใช้บรรจุภัณฑ์กลางสำหรับสินค้าแต่ละประเภทหากไม่สามารถรักษามาตรฐานสินค้าได้ทุกรายจะทำให้นักท่องเที่ยวขาดความเชื่อมั่นในคุณภาพสินค้าของจังหวัดนครปฐมได้

5.2.1.2. การคัดเลือกสินค้าเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ ผลจากการสำรวจนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้ายอดนิยมนับจำนวน 15 ผลิตภัณฑ์ ดังนั้นการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์จึงสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย แต่จากการวิจัยครั้งนี้พบว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติมีลักษณะที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวชาวไทย เช่น ประเภทสินค้า ภาพกราฟฟิก สีส้นของบรรจุภัณฑ์ ประวัติเรื่องราวของสินค้าที่สัมพันธ์กับชุมชน ตลอดจนตัวหนังสือบนบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากนักท่องเที่ยวแต่ละชาติมีความต้องการสินค้าที่แตกต่างกัน

5.2.1.3. หน่วยงานของรัฐ เช่น สำนักงานพัฒนาชุมชน พาณิชย์จังหวัด ต่างเห็นความสำคัญของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนให้มีคุณภาพและรูปแบบที่สวยงามมากขึ้น โดยการอบรมด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ผู้ประกอบการระดับชุมชน เพื่อต้องการกระตุ้นให้ผู้ประกอบการสามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ด้วยตนเอง แต่จากผลการดำเนินการของผู้เข้าอบรมพบว่าไม่สามารถจัดทำบรรจุภัณฑ์ได้เอง เนื่องจากต้องอาศัยทักษะและความรู้ด้านการออกแบบเป็นอย่างดี อีกทั้งอุปกรณ์ช่วยในการออกแบบขั้นสูง จึงทำให้ผู้ประกอบการไม่ได้พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์อย่างจริงจัง แม้ทางจังหวัดได้มีการช่วยเหลือผู้ประกอบการ โดยจัดทำบรรจุภัณฑ์ของสินค้าแต่ละประเภทของชุมชนที่มีคุณภาพและมีชื่อเสียงของจังหวัด แต่รูปแบบยังไม่เหมาะสมกับประเภทสินค้าอย่างแท้จริง และขาดการสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งชุมชนไม่มีศักยภาพในการลงทุนผลิตบรรจุภัณฑ์ ดังนั้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรครั้งนี้จะเป็นการนำร่องการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนของจังหวัดนครปฐมต่อไป ซึ่งสินค้าประเภทอื่นๆสามารถใช้สัญลักษณ์ที่ออกแบบร่วมได้ เช่น สินค้าประเภทของใช้ของประดับตกแต่ง ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมต่างๆที่ผลิตในจังหวัดนครปฐม เพื่อสร้างแบรนด์เอกลักษณ์ของสินค้านครปฐมอย่างต่อเนื่อง

5.2.1.4. ผลงานการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าทางการเกษตรครั้งนี้จะสัมฤทธิ์ผลอย่าง