



การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร
PACKAGING DESIGN AND DEVELOPMENT
FOR KHAO LEUANG PATEW CHUMPON



ทัศนพล พึ่งผล

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร



ปริญญานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ
วิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

ปีการศึกษา 2565

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

PACKAGING DESIGN AND DEVELOPMENT
FOR KHAO LEUANG PATEW CHUMPON



TASSAPHOL PHUENGPOL

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of MASTER OF ARTS
(Master of Arts (Design for Business))
College of Social Communication Innovation, Srinakharinwirot University
2022
Copyright of Srinakharinwirot University

ปริญญาานิพนธ์

เรื่อง

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร

ของ

ทัศนพล พึ่งผล

ได้รับอนุมัติจากบัณฑิตวิทยาลัยให้นับเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร

ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบเพื่อธุรกิจ

ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

(รองศาสตราจารย์ นายแพทย์ฉัตรชัย เอกปัญญาสกุล)

คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย

คณะกรรมการสอบปากเปล่าปริญญาานิพนธ์

ที่ปรึกษาหลัก

(อาจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ พันธบุตร)

ประธาน

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรียาภรณ์ เจริญบุตร)

กรรมการ

(อาจารย์ ดร.ปิลันลน์ ปุณณูประภา)

ชื่อเรื่อง	การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร
ผู้วิจัย	ทัศนีย์ พิงผล
ปริญญา	ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต
ปีการศึกษา	2565
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์ ดร. เสาวลักษณ์ พันธบุตร

ผลงานวิจัยเรื่องการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบต่างๆที่ควรใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร และเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร โดยวิธีดำเนินการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอนคือ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาปัญหาและเก็บข้อมูลแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร จากการลงพื้นที่และเก็บข้อมูลพบว่าปัญหาหลักของบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพรคือเรื่องกลุ่มลูกค้าที่สามารถขายได้เพียงกลุ่มเดียวคือคนในชุมชน การแก้ปัญหาจึงนำไปสู่ ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว โดยใช้แนวทางการออกแบบจากการแก้ปัญหาของบรรจุภัณฑ์แบบเดิม คือการขยายกลุ่มเป้าหมาย ขยายเป็นกลุ่มคนวัยทำงานอายุ 20-55 โดยมีรูปแบบที่พัฒนามา 4 แบบเพื่อนำไปทดสอบความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนามาขึ้นต้นกับกลุ่มเป้าหมายใน ขั้นตอนที่ 3 จากผลวิจัยในขั้นตอนที่ 3 พบว่า แบบที่ได้คะแนนจากแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมายสูงสุดคือแบบที่ 2 โดยกลุ่มเป้าหมายให้เหตุผลไปในแนวทางเดียวกันว่ามีวดลายและสีที่ดึงดูดสายตาและการจัดองค์ประกอบดูน่าสนใจมีเรื่องราวสอดคล้องกับความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ที่เลือกแบบที่ 2 โดยให้เหตุผลไปในแนวทางเดียวกันว่า รูปแบบที่ 2 สามารถเข้ากับกลุ่มเป้าหมายได้ และควรใช้เรื่องราวของชุมพรเป็นจุดขาย ผู้วิจัยจึงได้เลือกนำบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2 มาแก้ไขและพัฒนาต่ออีกขั้นจากข้อเสนอแนะของกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่เสนอว่าควรใส่ข้อมูลให้ชัดเจนครบถ้วนและปรับให้ทันสมัยเข้ากับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นในขั้นตอนที่ 4 และนำไปประเมินผลกับผู้เชี่ยวชาญหลังการปรับปรุงและพัฒนา ในขั้นตอนที่ 5 ผลการประเมินพบว่า ผู้เชี่ยวชาญเห็นตรงกันว่าบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีขึ้น ตรงตามวัตถุประสงค์และสามารถแก้ไขปัญหาของบรรจุภัณฑ์แบบเดิมได้

คำสำคัญ : บรรจุภัณฑ์, ข้าวเหลืองปะทิว, ชุมพร

Title	PACKAGING DESIGN AND DEVELOPMENT FOR KHAO LEUANG PATEW CHUMPON
Author	TASSAPHOL PHUENGPHOL
Degree	MASTER OF ARTS
Academic Year	2022
Thesis Advisor	Dr. Saowaluck Phanthabutr

The objective of this research is the packaging design and development for Khao Leuang Patew Chumpon and aims to identify the factors that may be of use for improving currently used packages for the product. First and foremost, the researcher divided the procedure into five different sections. Step One was to collect the issues and recommendations from the surveys and the results concluded that Khao Leuang Patew Chumpon is usually sold only to the locals, suggesting how narrow the market for this product is. Step Two describes the development of the packaging by solving the problem of old packaging. In order to collect the data from a group of working people whose age is between 20 and 55, the researcher provided four different types of packaging for them to choose which they preferred. Step Three is an evaluation of Step Two. The results of the survey gave rise to the second, which is one with colorful decorations, contrary to the other three. It could be seen as people believe that the main contribution to their decision was mostly based on the application on the labelling, that each decoration and product description would allow them to choose the product deliberately. They also suggested that the story of Chumphon Province as being the origin of Khao Leuang Patew be mentioned briefly on the product. Therefore, the researcher conducted Step Four; by picking the aforementioned package and adding the recommended details. Step Five, the last step, is a final evaluation. Several experts agreed that new packaging that exhibits its factors that will lead to it being sold to a larger group of people, as well as being more persuasive within the same group of products on the market.

Keyword : packaging, Khao leuang patew Chumpon, design

กิตติกรรมประกาศ

ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้ สำเร็จลุล่วงได้ด้วยความช่วยเหลือจาก ดร.เสาวลักษณ์ พันธบุตร อาจารย์ที่ปรึกษาหลักปริญญาานิพนธ์ ผู้เป็นแรงผลักดันและเสียสละเวลาอันมีค่าเพื่อแนะแนวทาง ช่วยเหลือตรวจสอบ ทำให้ปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้มีความสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรียาภรณ์ เจริญบุตร ที่สละเวลาเข้าร่วมเป็น ประธานสอบ รวมถึงช่วยตรวจสอบและให้คำแนะนำอย่างละเอียดในการเขียนวิจัย

ขอบพระคุณ ดร.ปิลันต์ ปุณฺณประกา ที่สละเข้าร่วมเป็นกรรมการสอบ ให้คำแนะนำและ ติดตามผลความคืบหน้า

ขอขอบพระคุณ อ.ชูเกียรติ อ่อนชื่น ผู้ช่วยประธานหลักสูตรสาขาวิชามีเดียอาตส์ คุณ ภพ บุญญทลิ่ง คุณ จิรพงษ์ ดีประเสริฐ ที่เสียสละเวลาให้ความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญ พิจารณา ผลงาน และให้คำแนะนำในทุกประเด็นอย่างละเอียด จนสามารถพัฒนาเป็นผลงานสำเร็จได้

ขอขอบพระคุณ ครอบครัวและคณาจารย์ในวิทยาลัยนวัตกรรมการสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒที่ให้ความรู้ประสบการณ์ที่ดี ที่สามารถนำไปใช้ได้ในชีวิตการทำงาน จริง เจ้าหน้าที่วิทยาลัย และบัณฑิตวิทยาลัย ที่ช่วยประสานงาน อำนวยความสะดวกให้คำปรึกษา รวมถึงเพื่อนนิสิต ปริญญาโท สาขาออกแบบเพื่อธุรกิจ รุ่นที่ 2 ทุกคนที่ช่วยผลักดันและเป็นกำลังใจ ให้กันเสมอมา

สุดท้ายนี้ผู้วิจัยหวังว่าปริญญาานิพนธ์ฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่สนใจศึกษาค้นคว้าเป็น อย่างยิ่ง หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ทัศนพล พึ่งผล

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ	ช
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญรูปภาพ	ฎ
บทที่ 1 บทนำ.....	1
ที่มาและความสำคัญ	1
วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	2
ประโยชน์ของการวิจัย	2
ขอบเขตของการวิจัย	2
ขอบเขตด้านประชากร.....	3
ขอบเขตของเนื้อหา.....	4
ขอบเขตพื้นที่	4
ขอบเขตระยะเวลา.....	4
นิยามศัพท์เฉพาะ	4
กรอบแนวคิดของการวิจัย	4
ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย	5
บทที่ 2 เอกสารและงานที่เกี่ยวข้อง	7
1. องค์ความรู้เรื่องข้าว	7
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักการออกแบบ	10

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบรรจุกัญท์.....	14
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	36
ชั้นตอนที่ 1 ศึกษาปัญหาและเก็บข้อมูลแนวทางการพัฒนาบรรจุกัญท์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าว เหลืองประทิวจังหวัดชุมพร.....	36
ชั้นตอนที่ 2 พัฒนาบรรจุกัญท์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร	37
ชั้นตอนที่ 3 ทดสอบความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาในขั้นต้น	37
ชั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงและพัฒนาบรรจุกัญท์ผลิตภัณฑ์.....	38
ชั้นตอนที่ 5 นำไปประเมินผลหลังปรับปรุงและพัฒนากับผู้เชี่ยวชาญ	39
บทที่ 4 ผลการดำเนินงานวิจัย	40
ชั้นตอนที่ 1 ศึกษาปัญหาและเก็บข้อมูลแนวทางการพัฒนาบรรจุกัญท์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าว เหลืองประทิวจังหวัดชุมพร.....	40
ชั้นตอนที่ 2 พัฒนาบรรจุกัญท์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร	43
ชั้นตอนที่ 3 ทดสอบความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาในขั้นต้น	47
ข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย 100 คน.....	48
ข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ.....	58
ชั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงและพัฒนาบรรจุกัญท์ผลิตภัณฑ์.....	63
สรุปข้อมูลการพัฒนาต้นแบบบรรจุกัญท์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร.....	63
ผลการพัฒนาต้นแบบบรรจุกัญท์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร	64
ชั้นตอนที่ 5 นำไปประเมินผลหลังปรับปรุงและพัฒนากับผู้เชี่ยวชาญ	74
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	75
สรุปผลการวิจัย.....	75
อภิปรายผลการวิจัย	77
ข้อเสนอแนะ	79
บรรณานุกรม	80



สารบัญตาราง

	หน้า
ตาราง 1 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามเพศของกลุ่มเป้าหมาย	48
ตาราง 2 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามอายุของกลุ่มเป้าหมาย	49
ตาราง 3 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของกลุ่มเป้าหมาย	49
ตาราง 4 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามรูปแบบที่พักอาศัยของกลุ่มเป้าหมาย	49
ตาราง 5 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามจำนวนผู้พักอาศัยร่วมกันของกลุ่มเป้าหมาย	50
ตาราง 6 แสดงข้อมูลการเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเองของกลุ่มเป้าหมาย	51
ตาราง 7 แสดงข้อมูลปริมาณการซื้อข้าวสารในแต่ละครั้ง	51
ตาราง 8 แสดงข้อมูลด้านปัจจัยในการเลือกซื้อ	51
ตาราง 9 แสดงข้อมูลช่องทางในการซื้อข้าวสารของกลุ่มเป้าหมาย	52
ตาราง 10 แสดงข้อมูลสาเหตุที่ไม่เคยเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเอง	53
ตาราง 11 แสดงข้อมูลปัจจัยในการเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเองหากมีเหตุจำเป็น	53
ตาราง 12 แสดงข้อมูลขนาดของบรรจุภัณฑ์ข้าวสารที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมาย	54
ตาราง 13 แสดงข้อมูลการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบในบรรจุภัณฑ์ประเภทข้าวสารของ กลุ่มเป้าหมาย	54
ตาราง 14 แสดงข้อมูลด้านส่วนประกอบข้อแรกในกลุ่มเป้าหมายเลือกสังเกตบนบรรจุภัณฑ์ประเภท ข้าวสาร	55
ตาราง 15 แสดงข้อมูลด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารที่กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจที่สุด	55
ตาราง 16 แสดงข้อมูลผลการประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร แบบที่ 1-4 ด้านความเหมาะสมในด้านต่าง ๆ	56
ตาราง 17 แสดงข้อมูลผลการประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร แบบที่ 1-4 ด้านการสื่อสารและการให้ความรู้ลึกในแต่ละด้าน	57

ตาราง 18 แสดงข้อมูลการเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพรที่กลุ่มเป้าหมายชอบมากที่สุดและคิดว่าจะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก	58
ตาราง 19 แสดงข้อมูลการเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพรของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำมาพัฒนาต่อ.....	61



สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพประกอบ 1 แสดงสูตรการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง	4
ภาพประกอบ 2 แสดงกรอบแนวความคิด	5
ภาพประกอบ 3 แสดงข้อเสียของวัสดุบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท	20
ภาพประกอบ 4 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบเดิม	42
ภาพประกอบ 5 แสดงต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิว แบบที่1	44
ภาพประกอบ 6 แสดงต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิว แบบที่2	45
ภาพประกอบ 7 แสดงต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิว แบบที่ 3	46
ภาพประกอบ 8 แสดงต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิว แบบที่4	47
ภาพประกอบ 9 แสดงผลการพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์.....	64
ภาพประกอบ 10 แสดงผลการพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์.....	65
ภาพประกอบ 11 แสดงผลการแก้ไขปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์	66
ภาพประกอบ 12 แสดงผลการแก้ไขปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์	67
ภาพประกอบ 13 แสดงรายละเอียดการแก้ไขปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์.....	68
ภาพประกอบ 14แสดงรายละเอียดการแก้ไขปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์.....	69
ภาพประกอบ 15 แสดงการออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิว	70
ภาพประกอบ 16 แสดงรายละเอียดการแก้ไขปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์.....	71
ภาพประกอบ 17 แสดงรายละเอียดการแก้ไขปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์.....	72
ภาพประกอบ 18 แสดงรายละเอียดการแก้ไขปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์.....	73

บทที่ 1

บทนำ

ที่มาและความสำคัญ

การศึกษาและวิจัยการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร เนื่องมาจากผู้วิจัยได้มีโอกาสลงพื้นที่ไปจังหวัดชุมพรแล้วเกิดความสนใจในสิ่งที่เราต้องรับประทานในทุกวัน ไม่ว่าจะภาคไหนในประเทศไทย อย่างเช่นข้าว อันเป็นวัตถุดิบสำคัญที่มนุษย์เราใช้ในการดำรงชีวิตโดยเฉพาะคนไทย ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีผู้คนประกอบอาชีพเป็นเกษตรกรเป็นจำนวนมาก ปลูกข้าว ทำนา ทำไร่ ทำสวนเพื่อดำรงชีพ จึงทำให้มีผลผลิตทางการเกษตรอย่างมากมาย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้มองเห็นผลผลิตที่เป็นจุดเด่น หรือเป็นที่รู้จักกันในจังหวัดชุมพรคือ ข้าวเหลืองปะทิวชุมพร (Khao Leuang Patew Chumpon) เป็นข้าวที่มีลักษณะพิเศษและมีเอกลักษณ์เฉพาะ ทั้งในด้านคุณลักษณะ ที่มีน้ำหนักเมล็ดที่ดี รูปทรงเรียวยาวและมีขนาดยาวเมื่อหุงสุกจะร่วมเป็นตัวและมีกลิ่นหอม อีกทั้งในด้านคุณประโยชน์ ที่มีประโยชน์มากมายจากวิตามินบี 3 ซึ่งมีปริมาณที่มากในเมล็ดพันธุ์ข้าวเหลืองปะทิว อีกทั้งสารอื่นๆที่ช่วยในเรื่องของระบบประสาทและการไหลเวียนของโลหิต ทั้งหมดนี้จึงทำให้ข้าวเหลืองปะทิวเป็นข้าวที่มีเอกลักษณ์เฉพาะและมีความน่าสนใจที่จะผลักดันสินค้าตัวนี้ให้เป็นที่รับรู้และเป็นที่สนใจให้มากยิ่งขึ้น

ผู้วิจัยเล็งเห็นว่า ข้าวเหลืองปะทิวชุมพรนี้มีจุดเด่นและเอกลักษณ์ในด้านภูมิประเทศ และภูมิอากาศที่เหมาะสม อีกทั้งยังถือเป็นข้าวที่ถูกขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication ย่อว่า GI) เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของคนภายในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับภูมิศาสตร์นั้นมีเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของคนในชุมชนในการผลิตสินค้า รวมถึงเป็นการปลูกข้าวที่ชาวนาชุมพรส่วนใหญ่นิยมกัน จึงทำให้ข้าวเหลืองปะทิวชุมพรเป็นที่รู้จักกันเป็นอย่างดีในจังหวัดชุมพร และยังเป็นข้าวที่มีผลผลิตที่เดียวคือที่จังหวัดชุมพรเท่านั้น

ซึ่งหลังจากที่ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูล และลงพื้นที่จริงแล้วนั้นจะเห็นได้ว่า บรรจุภัณฑ์ หรือการบรรจุหีบห่อ ของชาวบ้านนั้นอาจยังไม่เป็นที่สะดุดตา หรือเป็นที่สนใจแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมาก อีกทั้งกลุ่มลูกค้าที่ยังมีเพียงกลุ่มคนในจังหวัดชุมพรและในระแวกรอบข้างเท่านั้น และเนื่องจากผู้วิจัยสนใจในด้านที่ข้าวเหลืองปะทิวชุมพรนี้เป็นที่นิยมในหมู่ชาวบ้านเกษตรกร จังหวัดชุมพร และคิดว่าหากมีกลุ่มชาวบ้าน หรือกลุ่มเกษตรกรที่ทำการค้าเพื่อการส่งออกข้าวเหลืองปะทิว มีการบรรจุภัณฑ์ข้าวที่ดี และสร้างสรรค์ ทันสมัย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวชุมพร อาจเป็นโอกาสที่ดีในการที่จะพัฒนาภาพลักษณ์ให้ดีขึ้น เพื่อสร้าง

มูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ และทำให้คนรู้จักหรือสนใจในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น และอาจยังสามารถเพิ่มกลุ่มลูกค้าใหม่ได้อีก และส่งผลให้เกษตรกรมีรายได้จากหลายทาง หรือเอามาพัฒนาชุมชน เพื่อการพัฒนาในส่วนอื่นต่อไปอีกด้วย

การศึกษาวิจัยการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพรนั้นเพื่อช่วยให้ข้อมูลสินค้า นำเสนอสินค้าให้สวยงามเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค มีความสวยงามโดดเด่น เป็นที่แตกต่างจากสินค้าอื่นๆ หรือเป็นเอกลักษณ์ที่ใครเห็นก็ต้องรู้สึกสนใจ รวมถึงความสะดวกในการจัดเรียงเพื่อเป็นการเชิญชวนผู้บริโภค โดยต้องคำนึงถึงโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรง รูปทรงที่เหมาะสม มีความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงอุตสาหกรรมระดับย่อย หรือขนาดเล็กในชุมชนเกษตรกรได้ และระบุข้อมูลสินค้า และกราฟิกที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์ให้คนจำได้บนบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร ทั้งนี้เพื่อศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร และพัฒนาบรรจุภัณฑ์และเป็นแนวทางการสร้างสรรคบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มชาวเกษตรกร หรือผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าประเภทเหล่านี้

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบต่างๆที่ควรใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร
2. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร

ประโยชน์ของการวิจัย

การศึกษาวิจัยการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร ครั้งนี้มีประโยชน์ดังนี้

1. นำเสนอการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร ให้น่าสนใจและเป็นสื่อที่สามารถแพร่กระจายทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น
2. นำเสนอเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร ให้มีรูปแบบและคุณภาพที่สวยงาม ทันสมัย เหมาะสม และมีคุณภาพ

ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัยดังต่อไปนี้

ขอบเขตด้านประชากร

การวิจัยขอบเขตด้านประชากรในครั้งนี้ คือ กลุ่มประชากรในวัยทำงานอายุ 20-60 ปี ที่พักอาศัยในเขตกรุงเทพมหานคร ด้วยรายงานจากสถิติประชากรศาสตร์ ของจำนวนประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร 3,267,218 คน ซึ่งเป็นรายงานสถิติในปี พ.ศ. 2561 กลุ่มตัวอย่างสำหรับตอบแบบสอบถามความคิดเห็นและปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทข้าวสารบรรจุถุงของกลุ่มเป้าหมายเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร โดยใช้ขั้นตอนการกำหนดกลุ่มตัวอย่าง จากการคำนวณจากสูตร ทาโรยามาเน่ (Taro Yamane: 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 90 ดังนั้นจึง ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการคำนวณจากจำนวนของประชากรซึ่งมีทั้งหมด 3,267,218 คน โดยคำนวณขนาดตัวอย่างจากสูตร ทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1967) โดยกำหนดให้

n = จำนวนตัวอย่างที่ต้องการ

N = ขนาดประชากรจำนวน 3,267,218 คน

e = ค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า (0.10)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{3,267,218}{1 + 3,267,218(0.10)^2}$$

$$n = \frac{3,267,218}{1 + 3,267,218 (0.01)}$$

$$n = \frac{3,267,218}{32,672.18}$$

$$n = 99.9 \approx 100$$

ภาพประกอบ 1 แสดงสูตรการคำนวณหากลุ่มตัวอย่าง

จากสูตร ทาโร่ ยามาเน่ (Taro Yamane) จะได้ตัวอย่างจำนวน 100 คน เพื่อตอบแบบสอบถาม และทำการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Random Sampling) ตามจำนวนตัวอย่าง

ขอบเขตของเนื้อหา

การศึกษาการวิจัยการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร เป็นการศึกษา

2.1 นำเสนอการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร ให้น่าสนใจและเป็นสื่อที่สามารถแพร่กระจายทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น

2.2 นำเสนอเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร ให้มีรูปแบบ และคุณภาพที่สวยงาม ทันสมัย เหมาะสม และมีคุณภาพ

ขอบเขตพื้นที่

พื้นที่ในการดำเนินการวิจัยการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้คือ ศึกษาผลิตภัณฑ์และวิถีชีวิตของชุมชนและการผลิตภายใน จังหวัดชุมพร ศึกษาเรื่องของการวางแผนการตลาดและการจัดจำหน่ายภายในห้างสรรพสินค้าและภายในเมือง

ขอบเขตระยะเวลา

ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัยการศึกษา ตั้งแต่เดือนตุลาคม 2562 ถึงเดือนพฤษภาคม 2563

นิยามศัพท์เฉพาะ

บรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร คือ การออกแบบ ดีไซน์บรรจุภัณฑ์ข้าว เพื่อให้ ออกมาดูสวยงาม สร้างสรรค์ และดึงดูดสายตาความสนใจของผู้ซื้อ รวมถึงมีคุณภาพที่ดีและเหมาะสมอีกด้วย

กรอบแนวคิดของการวิจัย

องค์ประกอบของการศึกษาการวิจัยการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร เพื่อออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร และเป็นแนวทางการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ สำหรับชาวบ้านเกษตรกรในจังหวัดชุมพร พบว่า

1 ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าว

2 พัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร

สามารถแพร่กระจายทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น และมีรูปแบบที่มีความสวยงาม ทันสมัย เหมาะสมและมีคุณภาพ และทำให้ชาวบ้านเรียนรู้และเข้าใจคุณค่าของบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามจะ ส่งผลต่อเศรษฐกิจการค้าขายมากขึ้น แม้จะเป็นเพียงส่วนประกอบเพียงส่วนหนึ่งของสินค้าก็ตาม



ภาพประกอบ 2 แสดงกรอบแนวความคิด

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาการวิจัยการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร มีตัวแปร ดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ หรือตัวแปรต้น (Independent Variables)

- ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าว
- พัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพร

2. ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ออกแบบบรรจุภัณฑ์ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร อีกทั้งยังเป็นแนวทางการสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์สำหรับชาวบ้านเกษตรกรในจังหวัดชุมพร เพื่อให้บรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพรนั้นเป็นที่น่าสนใจ สามารถแพร่กระจายทำให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น และมีรูปแบบที่มีความสวยงาม ทันสมัย เหมาะสมและมีคุณภาพ และทำให้ชาวบ้านเรียนรู้และเข้าใจคุณค่าของบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามจะส่งผลต่อเศรษฐกิจการค้าขายมากขึ้น แม้จะเป็นเพียงส่วนประกอบเพียงส่วนหนึ่งของสินค้าก็ตาม



บทที่ 2

เอกสารและงานที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และได้นำเสนอตามหัวข้อต่อไปนี้

1. องค์ความรู้เรื่องข้าว
2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักการออกแบบ
3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบรรจุกัญท์

1. องค์ความรู้เรื่องข้าว

ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับข้าวเหลืองประทิวชุมพร

1.1 คุณภาพ ชื่อเสียง คุณสมบัติอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสินค้า

ข้าวเหลืองประทิวชุมพร (Khaoleuang Patew Chumphon) หมายถึงข้าวเจ้าพันธุ์เหลืองประทิว 123 เป็นข้าวเจ้าพันธุ์พื้นเมืองดั้งเดิมในอำเภอลำทะเมนชัย จังหวัดชุมพร วัตถุประสงค์ เป็นข้าวที่สามารถปลูกได้เฉพาะฤดูนาปี (ช่วงเดือนกรกฎาคมถึงสิงหาคม) ตามระบบการผลิตข้าวอินทรีย์ในเขตพื้นที่ของจังหวัดชุมพร ลักษณะ ของข้าวเหลืองประทิว 123 จะแยกเป็นสองประเภทคือ ข้าวกล้องและข้าวสาร ข้าวกล้องจะมีสีเหลืองอ่อน ลักษณะเรียวยาว ส่วนข้าวสารจะมีสีขาวเหมือนข้าวทั่วไป ในตัวข้าวจะมีปริมาณ อะมิโลส ประมาณร้อยละ 29-32 เปอร์เซนต์ มีโปรตีนในข้าวกล้องร้อยละ 8.4 มีปริมาณในอะซินสูงประมาณ 9.3 มิลลิกรัม / 100 กรัม เมล็ดข้าวจะไปในทางแข็งเวลาหุงสุกจะร่วน ไม่เกาะกันเป็นก้อนและหุงขึ้นหอมได้ดีถ้าเอาไปแปรรูปเป็นเส้นชนิดต่างๆ ก็จะได้เส้นที่เหนียวไม่ยุ่ยหรือขาดง่ายส่วนมากคนมักนำข้าวเหลืองประทิวไปทานคู่กับข้าวราดแกงและนำไปทำเส้นขนมจีนเส้นสด เป็นต้น

1.2 กระบวนการผลิต

การปลูกข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร จะอยู่ในพื้นที่ของจังหวัดชุมพร ที่อำเภอลำทะเมนชัยและอำเภอบ้านนา แต่ถูกปลูกขึ้นจากกลุ่มชาวบ้าน เกษตรกรและโรงสีหรือผู้ประกอบการโดยที่กล่าวมาข้างต้นก่อนจะเริ่มทำการปลูกได้จะต้องผ่านการขึ้นทะเบียน เป็นสมาชิกผู้ปลูกก่อน การปลูกจะเริ่มในช่วงฤดูนา (เดือนกรกฎาคมหรือสิงหาคม) และเก็บเกี่ยวในระยะพลับพลึง (ระหว่างเดือนธันวาคมถึงมกราคม) การปลูกข้าวเหลืองประทิวจะจัดอยู่ในระบบ การผลิตข้าวอินทรีย์ไม่มีการใช้ปุ๋ยหรือวัสดุปรับปรุงดินจะใช้แค่ปุ๋ยและวัสดุอินทรีย์เท่านั้นหลังจากเก็บเกี่ยวข้าวจะมีการเก็บรักษาผลผลิตข้าวให้มีความชื้นที่เหมาะสมประมาณร้อยละ 14-15 และกลุ่ม เกษตรกรหรือผู้ประกอบการโรงสีต้องจดบันทึกข้อมูลการจัดการต่างๆที่สามารถตรวจสอบได้ตั้งแต่เมล็ดพันธุ์

ข้าวระบบการปลูก และคุณภาพของข้าวเปลือกข้าวสารเป็นสิ่งที่ต้องจับบันทึกไว้ทุกครั้ง การแปรรูปของข้าวเหลืองปะทิวชุมพร จะเริ่มจากผลผลิตของข้าวเปลือกนำมาแปรสภาพให้เป็นข้าวกล้องและข้าวสารโดยแปรรูปในโรงสีที่อยู่ในพื้นที่เขตจังหวัดชุมพรเท่านั้น และผู้แปรรูปจะต้องอยู่ในกลุ่มเกษตรกรและผู้ผลิตที่มา ขอขึ้นทะเบียนคำการผลิตและแปรสภาพในพื้นที่จังหวัดชุมพร

1.3 การแปรรูป

กระบวนการแปรรูปของข้าวเหลืองปะทิวจะมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ การแปรรูปข้าวเหลืองปะทิวต้องมาจากกลุ่มเกษตรกรที่ได้ขึ้นทะเบียนสมาชิกและปฏิบัติตามคู่มือวิธีการปลูกข้าวเหลืองปะทิวชุมพรโดยจะปลูกตามระบบอินทรีย์ ในทุกครั้งที่มีการตรวจสอบคุณภาพของข้าวเปลือกข้าวเหลืองปะทิวที่จุดรับซื้อข้าวเปลือก จะมีการวัดความชื้นตรวจหาสิ่งเจือปนต่างๆในข้าวและตรวจสอบการเจือปนของเมล็ดข้าวอื่นๆ ในขั้นตอนต่อไปจะเป็นการสีข้าว ข้าวเปลือกจะทำการสีในโรงสีที่อยู่ภายในพื้นที่จังหวัดชุมพรและต้องเป็นโรงสีที่ได้ขึ้นทะเบียนร่วมเป็นสมาชิกในการผลิตข้าวเหลืองปะทิวชุมพรในปีนั้นด้วยโดยจะต้องมีการบันทึกข้อมูลต่างๆในการสีข้าวไว้ จะได้ทราบถึงแหล่งที่มาของข้าวเปลือก ปริมาณข้าวเปลือก ปริมาณข้าวสารและข้อมูลต่างๆถ้ามีการสีข้าวชนิดอื่นที่ไม่ใช่ข้าวเหลืองปะทิวชุมพรจะต้องมีการล้างทำสะอาดให้ถูกต้องตามกรรมวิธีเพื่อป้องกันการเจือปนของข้าวชนิดอื่นที่จะมารวมกันในตัวข้าวเหลืองปะทิว

1.4 การบรรจุหีบห่อ

การบรรจุหีบห่อจะต้องระบุบนหน้าบรรจุภัณฑ์ให้ชัดเจนประกอบด้วยคำว่า “ข้าวเหลืองปะทิวชุมพร หรือ” “ Khao Lueang Patew Chumphon” และต้อง ระบุน้ำหนัก วันที่บรรจุ รายละเอียดต่างๆในชัดเจนบนห่อบรรจุภัณฑ์

1.5 การเคลื่อนย้าย กองเก็บ การรักษาสภาพ และการส่งมอบ

การมีการจัดทำระบบบัญชี ในส่วนของการเคลื่อนย้ายกองเก็บบรรจุหีบห่อรักษาสภาพตั้งแต่ขั้นตอนแรกจนถึงขั้นตอนสุดท้ายเช่น การรับเข้าโรงสีวันที่สีข้าวเปลือกข้าวสารและการส่งมอบสินค้า มีขั้นตอน การควบคุมกองแก่การควบคุมการเบิกจ่ายและดูแลรักษาสินค้าให้มีการจัดเก็บสินค้าที่เหมาะสมเพื่อรักษาคุณภาพสินค้าให้ดีที่สุด

1.6 ความสอดคล้องระหว่างผลิตภัณฑ์และแหล่งพื้นที่ภูมิศาสตร์

ลักษณะภูมิศาสตร์ของจังหวัดชุมพร จังหวัดชุมพรนั้น ได้ตั้งอยู่ในภาคใต้ตอนบนบริเวณ คอคอดกระ ลักษณะพื้นที่ของจังหวัดชุมพรจะเป็นรูปสี่เหลี่ยมผืนผ้าภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบ ทางตะวันตกเป็นพื้นที่สูงของเทือกเขาตะนาวศรีและเทือกเขาภูเก็ตเป็นต้นน้ำของแม่น้ำชาติเฝ้าแม่น้ำสวีและแม่น้ำหลังสวน ทางตะวันออกเป็นพื้นที่ราบมีความอุดมสมบูรณ์เป็นพื้นที่ที่

เหมาะสมกับข้าวพันธุ์เหลืองประทิว 123 ซึ่งปลูกได้ดีในพื้นที่ลุ่มน้ำขังพื้นที่ที่มีดินเค็มน้ำกร่อยหรือพื้นที่ที่ใกล้ทะเลลักษณะภูมิอากาศของจังหวัดชุมพรจะได้รับลมมรสุมตะวันตกเฉียงใต้ตั้งแต่เดือนพฤษภาคมถึงเดือนตุลาคมและลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือตั้งแต่เดือนตุลาคมจนถึงเดือนกุมภาพันธ์ จะมีฝนตกชุกเกือบตลอดทั้งปี ประวัติความเป็นมา เมืองประทิวหรือปากทิวสมัยก่อนเป็นทางผ่านไป ท่ามาหากินของชนพื้นเมืองจากปากตะวันตกซึ่งเป็นพื้นที่สูงแนวภูเขาไฟทางตะวันออกเฉียงใต้ปัจจุบันอำเภอประทิวจังหวัดชุมพร ซึ่งเป็นเมืองที่มีการทำนาเพื่อปลูกข้าวเป็นอาหารมานานแล้วในพื้นที่มีการปลูกข้าวพื้นเมืองเหลืองประทิว ซึ่งต่อมาได้มีการปรับปรุงพันธุ์ข้าวให้บริสุทธิ์ได้ชื่อพันธุ์เป็นพันธุ์เนื้อประทิว 123 มีลักษณะพิเศษ เมล็ดจะเรียวยาวให้ผลผลิตสูง หุงขึ้นหอมและสุกเร็วไม่เกาะกันเป็นก้อน รสชาติดี

1.7 ขอบเขตที่ตั้งแหล่งภูมิศาสตร์

ขอบเขตการผลิตข้าวเหลืองประทิวชุมพร อยู่ในพื้นที่จังหวัดชุมพร มีที่ตั้งอยู่ในภาคใต้ตอนบนของประเทศ บริเวณคอคอดกระทางภาคใต้ของประเทศไทย

1.8 การพิสูจน์แหล่งกำเนิด

ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร ต้องมีกระบวนการปลูก ผลิต และเก็บเกี่ยวภายในจังหวัดชุมพรเท่านั้น และทุกกระบวนการต้องถูกควบคุมการผลิตและได้รับการตรวจสอบอย่างมีมาตรฐาน รวมถึงต้องขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ผลิตข้าวเหลืองประทิวชุมพร และต้องมีเอกสารกำกับเพื่อตรวจสอบได้

1.9 เงื่อนไขที่นายทะเบียนกำหนดตามมาตรา 15

มีระบบการตรวจสอบและควบคุม กระบวนการผลิตในระดับผู้ผลิตและระดับจังหวัด และมีการขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ผลิตข้าวเหลืองประทิวชุมพร และผู้จำหน่ายที่ประสงค์จะใช้สิ่งที่บ่งบอกถึงสภาพทางภูมิศาสตร์ของ ข้าวเหลืองประทิวชุมพร และผู้ขอขึ้นทะเบียนจะต้องจัดทำคู่มือการปฏิบัติงานด้วย

1.10 คุณภาพข้าว

คุณภาพของเมล็ดข้าวขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ในการใช้ประโยชน์ เมล็ดข้าวสามารถนำไปแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ หากแต่คนส่วนใหญ่นิยมบริโภคและค้าขายกันในรูปแบบของเมล็ดข้าว เพื่อการหุงต้ม ดังนั้นการวัดคุณภาพและมาตรฐานของเมล็ดข้าว อาจวัดได้จากคุณลักษณะทางกายภาพของเมล็ดข้าว และจากสิ่งที่ปรากฏเห็นชัด โดยหลักอาจแบ่งการวัดคุณภาพข้าวได้เป็น 4 ประเภท คือ 1) การวัดคุณภาพทางกายภาพ 2) การวัดคุณภาพด้วยการ

สังเกตสี 3)การวัดคุณภาพจากการซื้อขาย 4)การวัดคุณภาพทางเคมี และ 5)การวัดคุณภาพทางโภชนาการของอาหาร (กรมการข้าว, 2559)

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับหลักการออกแบบ

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์ (2553)การออกแบบโดยรวมที่มีความสอดคล้องและสามารถจัดเรียงความสำคัญได้ถูกต้องโดยมีองค์ประกอบในการออกแบบ ได้แก่ สี ตัวอักษร สัญลักษณ์ รูปภาพ ต้องอาศัยทฤษฎีในการจัดองค์ประกอบมาช่วย การออกแบบมีหลากหลายประเภทและแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์คือหนึ่งในการออกแบบที่มีหลักการในการจัดองค์ประกอบที่แตกต่างจากการจัดองค์ประกอบเรขศิลป์ทั่วไปมาก เนื่องจากพื้นที่บนบรรจุภัณฑ์มีจำกัด แต่องค์ประกอบทางเรขศิลป์มีหลากหลาย และมีข้อมูลเยอะ จึงยากที่จะนำมาอยู่บนบรรจุภัณฑ์เพียงหนึ่งชิ้น ดังนั้นหลักสำคัญในการออกแบบและจัดวางองค์ประกอบเรขศิลป์ของบรรจุภัณฑ์จำเป็นที่จะต้องคำนึงถึง “สรีระการอ่านบรรจุภัณฑ์” เป็นสิ่งสำคัญ ดังนี้

1. ส่วนซ้ายจะเป็นส่วนที่สายตาเริ่มอ่าน เป็นจุดเริ่มต้นขึ้นไปด้านบน
2. สายตาจะเริ่มประมวลผลจากทางฝั่งซ้ายไปทางขวาตามเข็มนาฬิกา
3. ส่วนขวามือข้างล่างมักจะเป็นส่วนที่สายตาสิ้นสุดการอ่าน

ทำให้เกิดเป็นข้อสรุปได้ว่า องค์ประกอบในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น ส่วนซ้ายเป็นส่วนที่สายตาจะเริ่มสังเกตก่อนส่วนขวา และส่วนบนเป็นส่วนที่ถูกให้ความสำคัญมากกว่าส่วนล่าง การออกแบบและจัดวางองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์จึงต้องเป็นไปตามลำดับความสำคัญของสัดส่วนที่เป็นจุดสำคัญของตำแหน่งการมองด้วยสายตา โดยแบ่งออกเป็น 5 จุด ดังนี้

ตำแหน่งแรกที่ได้รับความสะดวกและเป็นตำแหน่งที่สำคัญที่สุด คือส่วนซ้ายด้านบน เป็นจุดแรก และเลื่อนไปยังส่วนด้านขวาซึ่งเป็นจุดที่ 2 และ 3 หากกลุ่มเป้าหมายมีความสนใจที่จะอ่านต่อ จะดึงดูดยุติสายตาไปในจุดที่ 4 คือส่วนด้านล่างซ้ายมือ ซึ่งเป็นจุดที่แสวงหาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภค (Point of Pleasure) และจบที่จุดที่มีความสำคัญน้อยที่สุดคือจุดที่ 5 ทางด้านขวาล่าง ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรจัดองค์ประกอบโดยการเรียงลำดับความสำคัญของเนื้อหาตามตำแหน่งที่เหมาะสม เริ่มจากชื่อผลิตภัณฑ์ ตราสินค้า รายละเอียด และสิ้นสุดด้วยการให้ข้อมูลวิธีการใช้และข้อแนะนำปริมาณน้ำหนักของสินค้า องค์ประกอบศิลป์ที่ใช้ในการแจกแจงรูปแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ จึงประกอบด้วยองค์ประกอบเหล่านี้

1. ภาพ ได้แก่ ภาพที่ใช้เป็นพื้นหน้า (Foreground) และพื้นหลัง (Background)
2. สี ได้แก่ สีส่วนรวม (Tonality) ของบรรจุภัณฑ์

3. สัญลักษณ์ ได้แก่ ตราสินค้า (Brand) ที่เป็นภาพ และสัญลักษณ์ภาพ (Pictographs)

4. ตัวอักษร ได้แก่ ตัวอักษร (Letter) และกลุ่มคำโฆษณาชวนเชื่อ (Slogan)

5. การจัดวางองค์ประกอบบนสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์

คุณสมบัติเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์

คุณสมบัติของการจัดวางองค์ประกอบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการและเป้าหมายทางการตลาด มีดังนี้

1. การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ (Identification) เป็นคุณสมบัติที่จำเป็นมากที่สุดที่มีบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาด และเพื่อให้ผู้ซื้อสามารถตัดสินใจเลือกซื้อได้อย่างถูกต้อง และสามารถแยกประเภทสินค้าได้อย่างรวดเร็ว บรรจุภัณฑ์จำเป็นที่จะต้องบ่งชี้ได้ว่าสิ่งที่อยู่ภายในผลิตภัณฑ์นั้นคืออะไร ลักษณะการบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ขั้นพื้นฐานที่บรรจุภัณฑ์อาหารทุกชนิดพึงมี คือการแสดงชื่อสินค้าเป็นภาษาไทย (ชื่อตามกฎหมายกำหนดให้เรียกผลิตภัณฑ์นั้นๆ เช่น ทองหยอด) โดยมีหลักเกณฑ์ในการแสดงชื่อผลิตภัณฑ์ควรที่จะใช้สีและอักษรแบบเดียวกันทั้งหมด และการบ่งชี้สามารถที่จะทำโดยใช้อุปกรณ์ศิลป์ต่างๆ เช่น เครื่องหมาย การใช้สีภาพ เพื่อบ่งชี้ถึงประเภทของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้โดยไม่มีข้อจำกัด

2. การบ่งชี้ผู้ผลิต หรือตราสินค้า เป็นคุณสมบัติพื้นฐานที่จำเป็นอย่างยิ่งบนบรรจุภัณฑ์ทุกชนิดที่ควรมี จะต้องระบุชื่อผู้ผลิต ผู้จำหน่าย ผู้นำเข้าพร้อมที่อยู่ลงบนบรรจุภัณฑ์ประเภทอาหารทุกชิ้น โดยการบ่งชี้ตราสัญลักษณ์ทางการค้า (Brand name) มีข้อกำหนดสำคัญตามประมวลกฎหมายโดยกล่าวว่าจำเป็นต้องแสดงเป็นภาษาไทยด้วยตัวอักษรสีเดียวกันกับการแสดงชื่อสินค้า และองค์ประกอบศิลป์อื่นๆที่สามารถใช้ได้ เช่น การใช้รูปภาพ สี สัญลักษณ์หรือการใช้สัญลักษณ์เพื่อการแสดงความหมายได้อย่างไม่มีจำกัด

3. การแสดงตัวตนของผลิตภัณฑ์ หรือตราสัญลักษณ์ของสินค้า ไม่เพียงแต่การจัดวางองค์ประกอบบนผลิตภัณฑ์ที่ควรบ่งชี้ถึงประเภทของสินค้า ผู้ผลิต และตราสินค้า แต่ ควรที่จะแสดงออกถึงความรู้สึกที่เป็นไปในแนวทางเดียวกันกับประเภทของสินค้า หรือตราสัญลักษณ์อย่างสอดคล้องและกลมกลืนกัน ตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ผลิตต้องการให้เป็น ซึ่งเป็นการแสดงออกโดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกอย่างใดอย่างหนึ่งต่อสินค้า หรือตราสินค้านั้นๆ

4. การแสดงคุณประโยชน์ของสินค้า เป็นสิ่งจำเป็นที่ต้องระบุอยู่บนผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ตามพระราชบัญญัติอาหาร พ.ศ.2522 ที่กำหนดให้บรรจุภัณฑ์ประเภทอาหารทุกชิ้นแสดงหน่วยหรือกลุ่มของข้อเท็จจริงเกี่ยวกับคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ รวมทั้งข้อมูลที่เป็น

ต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ 1. ต้องระบุปริมาณสุทธิ โดยน้ำหนักที่ระบุเป็นปริมาตรของอาหารที่ไม่รวมบรรจุภัณฑ์หรือภาชนะที่บรรจุ 2. ระบุส่วนประกอบสำคัญโดยประมาณ โดยระบุเป็นปริมาณร้อยละของน้ำหนัก โดยเรียงลำดับจากปริมาณร้อยละที่มากที่สุดไปหาน้อย 3. ต้องระบุข้อมูลส่วนที่ใช้ในการประกอบอาหารหรือวัตถุดิบที่ใช้เพื่อการปรุงในอาหารนั้นๆ ที่อาจเป็นอันตรายต่อผู้บริโภคบางกลุ่ม เช่น การใช้ผงปรุงแต่งอาหาร วัตถุกันเสีย การใช้สีผสมอาหาร ส่วนผสมในการปรุงแต่งรสชาติและกลิ่นของอาหารนั้น ๆ 4. ระบุวันเดือนปีที่ผลิต วันหมดอายุของสินค้า วันที่ควรบริโภคก่อน 5. คำแนะนำในการเก็บบำรุงรักษา หรือคำแนะนำในการเตรียมอาหารเพื่อบริโภค 6. ข้อควรระวัง หรือคำเตือนและวิธีป้องกันอันตรายที่เกิดขึ้น(ถ้ามี) ปัจจุบันยังมีการแสดงคุณประโยชน์ของสินค้าในรูปแบบที่กระชับ ข้อความโฆษณาชวนเชื่อต่างๆ กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น กล่าวถึงข้อดี และคุณประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ

5. การสร้างความสนใจของผู้บริโภค ตลาดค้าปลีกส่วนใหญ่ในทุกวันนี้เป็นการบริการแบบบริการตัวเอง (Self-Service) บนชั้นจัดจำหน่ายจะมีผลิตภัณฑ์หลากหลายรูปแบบจัดวางอยู่บนชั้นหรือจุดจำหน่ายสินค้าให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อด้วยตัวเอง บรรจุภัณฑ์จึงจำเป็นต้องมีความโดดเด่น ดึงดูดสายตา และสร้างแรงจูงใจให้ผู้บริโภคสนใจ จนกระทั่งตัดสินใจซื้อ

6. การส่งเสริมการโฆษณาหรือรณรงค์ การเพิ่มปริมาณ การลดราคา การเพิ่มของแถม รวมทั้งการรณรงค์ต่างๆ เช่น การแยกขยะหรือการทิ้งให้ถูกที่ การนำมาใช้ซ้ำเพื่อนลดปริมาณขยะ เพื่อส่งเสริมยอดการขายให้ได้ผล มากขึ้น และสร้างทัศนคติที่ดีของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้า

7. การอำนวยความสะดวก (Convenience) ทั้งแก่ผู้ซื้อและผู้ขาย มีระดับความสำคัญ 33% ซึ่งการอำนวยความสะดวกในที่นี้หมายถึงการอำนวยความสะดวกเฉพาะที่แสดงอยู่บนเว็บไซต์บนบรรจุภัณฑ์เท่านั้น เช่น การใช้บาร์โค้ดหรือรหัสแท่ง เพื่อส่งเสริมความสะดวกสบายให้แก่ผู้ขายในการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือสินค้าให้มีความสะดวกรวดเร็วในการคำนวณราคาหรือปริมาณของสินค้าในร้าน การอำนวยความสะดวกในการแสดงข้อมูลที่ไม่เกี่ยวข้องกับการใช้สินค้า แต่อาจเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคได้ เช่น การแสดงสูตรอาหารหรือตารางโภชนาการ (Nutrition Fact) เป็นต้น

8. การคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์ในเครือผู้ผลิต ต้องคำนึงถึงสินค้าที่หลากหลายประเภท และชนิดของสินค้าที่แตกต่างกันไปจากผู้ผลิตหรือองค์กรเดียวกัน เช่น ลูกอมเยื่อเดียวกัน แต่มี

หลายรสนชาติ บรรจุภัณฑ์จะต้องแสดงเอกลักษณ์ที่เหมือนกันของผู้ผลิตเดียวกัน และสามารถแยกความต่างของแต่ละรสนชาติได้ด้วย

องค์ประกอบของการออกแบบกราฟิก

การออกแบบกราฟิก มีส่วนย่อยที่เรียกว่าองค์ประกอบ แล้วนำมาจัดวางโดยการใชหลักการออกแบบ ดังต่อไปนี้

1. ตัวอักษร (Alphabets or Letters and Typefaces) คือการสื่อความหมาย ความรู้สึกนึกคิด ในการออกแบบกราฟิกที่นำตัวอักษรมาใช้มีอยู่สองรูปแบบคือ 1.1 ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนนำสายตาเพื่อจูงใจ เป็นตัวอักษรแบบ Display face เพื่อตกแต่ง หรือเน้นข้อความ ด้วยการใช้นาขนาด รูปแบบที่มีลักษณะเด่นเป็นพิเศษเช่น การพาดหัวเรื่อง จะทำให้ดึงดูดความสนใจของผู้ดูได้ 1.2 ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนบรรยาย อธิบายเนื้อหา คือการใช้ตัวอักษรเป็น Book face หรือ ตัว Text ที่มีขนาดเล็กเพื่อพิมพ์ข้อความหรืออธิบายส่วนประกอบปลีกย่อย

2. ภาพประกอบ (Illustration) ภาพมีความสำคัญในการออกแบบกราฟิกไม่น้อยไปกว่าตัวอักษร เพราะอาจเป็นการแสดงความหมายหรือการรับรู้ข้อมูลได้ดี หรือชัดเจนกว่าเป็นข้อความก็เป็นได้ เพราะผู้บริโภคบางคนอาจชอบดูภาพมากกว่า ซึ่งภาพประกอบในการออกแบบกราฟิกแบ่งออกเป็น 3 รูปแบบ คือ 2.1 ภาพเหมือนจริง (Realistic) จะแสดงรายละเอียดเหมือนของจริงมากที่สุด ด้วยวิธีการวาด เขียน หรือถ่ายก็ได้ 2.2 ภาพการ์ตูน (Cartoon) ออกแบบเพื่อให้รูปแบบภาพมีความน่าสนใจมากขึ้น เช่น ล้อเลียน การ์ตูนประติษฐ์ ตลกขบขัน เป็นต้น 2.3 ภาพนามธรรม (Abstract) จะสื่อความหมายได้ยากหน่อย เนื่องจากค่อนข้างแสดงสาระในตัวภาพเหมาะสำหรับการตกแต่ง อาจนำมาแก้ไขปัญหาพื้นที่ว่าง ช่วยสร้างความสมดุลในการจัดหน้าได้

3. สี (Color) ถือเป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบเลยก็ว่าได้ เพราะสีจากภาชนะและกราฟิกจะต้องถูกนำไปพิจารณาในสภาพการขายจริงเพื่อให้ทราบถึงการแข่งขัน รวมถึงอิทธิพลของแสงและสีของสิ่งแวดล้อมที่จะนำสินค้าไปวางจำหน่ายด้วย

การออกแบบฉลากและป้ายสินค้าบนบรรจุภัณฑ์

(ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์, 2553) ฉลาก (Label) และป้าย (Tag) คือ สิ่งพิมพ์ที่บ่งชี้ผลิตภัณฑ์ที่สัมผัสผลิตภัณฑ์โดยตรง หรือปิดลงบนบรรจุภัณฑ์เพื่อแสดงชื่อ สถานภาพ ความเป็นเจ้าของ คุณลักษณะ เอกลักษณ์ คุณประโยชน์ การใช้งาน รายละเอียดข้อมูลต่างๆ รูปภาพหรือตราสินค้าที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ โดยคุณลักษณะของฉลากและป้ายอาจเหมือนกันด้านประโยชน์ใช้สอย แต่มีความต่างกัน คือ ฉลากจะเป็นสิ่งที่พิมพ์ติดอยู่บนบรรจุภัณฑ์ตลอดเวลา ส่วนป้าย จะเป็น

สิ่งพิมพ์เสริมที่คล้องอยู่กับผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงความเด่นและแตกต่างจากแบรนด์อื่น และสามารถ
ใช้ช่วยพรในโอกาสพิเศษได้ด้วย

การออกแบบฉลากและป้าย มีหน้าที่หลักคือ ให้ข้อมูลสินค้า และยังมีหน้าที่ส่งเสริมสินค้าให้เป็น
สินค้าที่มีชื่อเสียง หรือแบรนด์ที่สร้างภาพลักษณ์ ความน่าสนใจ การจดจำสินค้า ดังนั้นการออกแบบ
ฉลากและป้ายควรสร้างจุดเด่นให้แตกต่างกับสินค้าลักษณะเดียวกัน และต้องคำนึงถึงต้นทุนการ
ผลิต คุณภาพการพิมพ์ที่เหมาะสมกับราคาสินค้า กลุ่มเป้าหมาย และตำแหน่งสินค้าด้วย การ
ออกแบบฉลากหรือป้ายต้องมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ ควรคำนึงถึงเทศกาลหรือระยะเวลาที่
เหมาะสมในการเปลี่ยนฉลากและป้ายใหม่ตามช่วงนั้นๆ เพื่อสร้างภาพลักษณ์สินค้าให้ใหม่และ
น่าสนใจอยู่เสมอ

การออกแบบฉลากและป้ายสินค้าควรคำนึงถึงองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. ชื่อและตราสินค้า (Brand) ควรออกแบบให้ตัวอักษรมีลักษณะเฉพาะที่เหมาะสม
สัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ มีความโดดเด่น ชัดเจน เหมาะสม และสะดวกต่อการอ่าน

2. ข้อมูล (Information) ระบุรายละเอียดต่างๆที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่มีให้ครบถ้วน
เช่น ประเภทของผลิตภัณฑ์ วิธีการใช้ คุณประโยชน์และข้อดีของผลิตภัณฑ์ การดูแลรักษาหรือข้อ
ควรระวังของผลิตภัณฑ์ และองค์ประกอบต่างๆในผลิตภัณฑ์ กลุ่มผู้ใช้ที่เหมาะสม ภูมิภาค ประวัติ
สินค้า และการใช้ภาษาในการนำเสนออาจสามารถระบุเป็นภาษาสากลหรือภาษาอื่นๆเพื่อให้
สอดคล้องต่อกลุ่มเป้าหมายและความต้องการของตลาด

3. ลวดลายหรือรูปภาพที่ใช้ประกอบ เช่น ลวดลายต่างๆ รูปภาพผู้ผลิต วัตถุดิบหรือ
เครื่องปรุงต่างๆที่ใช้เป็นส่วนผสม วิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ลายเส้นยังถือเป็นอีกหนึ่ง
ส่วนขององค์ประกอบนี้ที่สามารถสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคได้

4. เครื่องหมาย สัญลักษณ์การค้าองค์กร เครื่องหมายรับรองการค้าอาหารและยา
รหัสแท่ง รวมถึงรหัสของสินค้าและผลิตภัณฑ์ ควรจัดวางองค์ประกอบในตำแหน่งที่เหมาะสม ไม่
รบกวนส่วนสำคัญของข้อมูลสินค้าและมีขนาดที่เหมาะสม

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นการเชื่อมโยงระหว่างรูปแบบ โครงสร้าง วัสดุ สี ภาพ
การพิมพ์ และข้อมูลด้านกฎระเบียบกับองค์ประกอบการออกแบบส่งเสริมเพื่อให้ผลิตภัณฑ์เหมาะ
สำหรับการตลาด วัตถุประสงค์หลักคือการสร้างยานพาหนะที่ทำหน้าที่บรรจุ ปกป้อง ขนส่ง
จำหน่าย จัดเก็บ ระบุ และแยกแยะผลิตภัณฑ์ในตลาด ทำหน้าที่สุด เป้าหมายของการออกแบบบรรจุ

ภัณฑ์ คือการบรรลุนิติภาวะทางการตลาดโดยการสื่อสารบุคลิกหรือการทำงานของสินค้าอุปโภคบริโภคให้ชัดเจน และสร้างยอดขาย มีผลิตภัณฑ์มากมายหลายหมื่นรายการวางเรียงรายตามชั้นวางในซูเปอร์มาร์เก็ตทั่วไป ห้างสรรพสินค้า ผู้ค้าสินค้าจำนวนมาก ร้านค้าเฉพาะทางร้านค้า และร้านค้าทางอินเทอร์เน็ตล้วนเป็นไซต์การตลาดค้าปลีกที่ผลิตภัณฑ์ถูกทำให้สวยงามและดึงดูดผู้บริโภคผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทางเลือกที่หลากหลายของผู้บริภคนำมาซึ่งการแข่งขันด้านผลิตภัณฑ์ ซึ่งในทางกลับกัน การส่งเสริมความต้องการและความแตกต่างของตลาดในสังคมผู้บริโภค ผลิตภัณฑ์และการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเกี่ยวพันกันมากจนไม่ถูกมองว่าเป็นวัตถุที่แยกจากกันอีกต่อไป กล่าวคือบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์อาจกลายเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน หรือทำที่สุดแล้วบรรจุภัณฑ์จะกลายเป็นวัตถุที่จำเป็น

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีจึงต้องคำนึงถึงโครงสร้าง รูปทรงบรรจุภัณฑ์ เพื่อความแข็งแรงในการปกป้องรักษาสินค้าภายใน รวมไปถึงการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ต้องสามารถสื่อสารแสดงข้อมูลของสินค้าเพื่อการตัดสินใจต่อผู้บริโภคได้ และเพื่อการแสดงภาพลักษณ์ และตัวตนขององค์กรหรือแบรนด์นั้นๆ (ศักดิ์ชัย เกียรติธนาสินทร์, 2553; 31-33) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรคำนึงถึงองค์ประกอบ ดังต่อไปนี้

1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ หมายถึง รูปแบบหรือรูปทรงที่ใช้ห่อหุ้ม มัด คลุม ปกป้องสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆไม่ให้เกิดการเสียหาย โดยการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงความสะดวกในการเคลื่อนย้าย ขนส่ง สินค้า และยังคงต้องเหมาะสมต่อการวางขายบนชั้นวาง เพื่อให้เกิดการดึงดูดผู้บริโภค แต่ยังคงต้องคำนึงถึงการจัดเก็บในการ และการส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ

2. เรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ลวดลาย รูปภาพ ภาพประกอบ หรือแม้กระทั่งตัวหนังสือที่ใช้ในการสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความสวยงามและการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค รวมไปถึงเพื่อให้ข้อมูลต่างๆเพื่อการตัดสินใจของผู้บริโภค

บรรจุภัณฑ์จำแนกตามลักษณะการใช้งานเป็น 3 ประเภท ดังนี้

1. บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ หมายถึง บรรจุภัณฑ์ชิ้นที่อยู่ภายในสุดเป็นชิ้นที่สัมผัสกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์โดยตรง โดยตัวเองมีคุณสมบัติเพื่อการปกป้อง ป้องกัน สินค้าไม่ให้เกิดการเสียหายและไม่ให้เกิดการเจือปนของสารหรือสิ่งแปลกปลอมอื่นเข้าไปในสินค้า เพื่อให้สามารถคงคุณภาพและคุณสมบัติของสินค้าให้ได้มากที่สุด เพราะฉะนั้นวัสดุที่ใช้ ต้องทนความร้อน และไม่ทำปฏิกิริยาต่อสินค้านั้นๆ

2. บรรจุกฎบัตรทุติยภูมิ หมายถึง บรรจุกฎบัตรชั้นที่สองที่ห่อหุ้มปกป้องบรรจุกฎบัตรชั้นแรกที่อยู่ภายใน โดยบรรจุกฎบัตรชั้นนี้จะไม่สัมผัสต่อสินค้าโดยตรง เป็นชั้นที่ต้องการออกแบบให้ดูสวยงามเพื่อดึงดูดลูกค้า เพราะเป็นชั้นที่ใช้ในการสื่อสารและเชื่อมโยงระหว่างลูกค้ากับผลิตภัณฑ์โดยตรง เพราะฉะนั้นควรที่จะมีข้อมูลที่ครบถ้วนพร้อมทั้งความสวยงามสามารถดึงดูดสายตาเมื่อวางอยู่บนชั้นวาง อีกทั้งยังเป็นชั้นที่ปกป้องสินค้าให้ดูแข็งแรงยิ่งขึ้น

3. บรรจุกฎบัตรตติยภูมิ หมายถึง บรรจุกฎบัตรชั้นที่อยู่ภายนอกสุดของสินค้า มีหน้าที่ห่อหุ้มสินค้าเป็นกลุ่มเพื่อการขนส่งหรือเคลื่อนย้าย จึงเป็นบรรจุกฎบัตรชั้นที่ควรที่ความแข็งแรงที่สุดเพื่อปกป้องและป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหายจากการขนส่งทั้งทางระยะไกลและใกล้ โดยบรรจุกฎบัตรตติยภูมิสามารถแบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลักๆดังนี้

3.1 บรรจุกฎบัตรจากโรงงานถึงโรงงาน เป็นบรรจุกฎบัตรที่ใช้เคลื่อนย้ายสินค้าระหว่างโรงงานผลิตด้วยตนเอง ยกตัวอย่างเช่น ลังบรรจุปลาที่เป็นวัสดุดิบนำส่งโรงงานผลิตปลากระป๋อง

3.2 บรรจุกฎบัตรจากแหล่งผลิตถึงแหล่งขายปลีก เป็นบรรจุกฎบัตรที่เคลื่อนย้ายจากโรงงานผลิตสู่ร้านค้าโดยตรง จึงต้องการการป้องกันที่แข็งแรงเพื่อไม่ให้สินค้าเสียหาย ส่วนใหญ่มักใช้เป็นกระดาษลูกฟูก หรือกระดาษลัง โดยต้องมีขนาดที่เหมาะสมต่อยานพาหนะที่ใช้ขนส่ง

3.3 บรรจุกฎบัตรจากแหล่งขายปลีกถึงผู้บริโภค เป็นบรรจุกฎบัตรที่ขนส่งสินค้านำออกจากร้านค้าสู่ผู้ซื้อ ต้องส่งเสริมความสะดวกในการถือหรือนำกลับต่อผู้บริโภคเป็นหลัก ในขณะที่เดียวกันก็สามารถช่วย ประชาสัมพันธ์ร้านค้า การรณรงค์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมไปด้วย

บทบาทการบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่าย

1. บทบาทของการบรรจุภัณฑ์ในทุกวันนี้ผู้ผลิต ผู้ค้าส่ง ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภค ให้ความสำคัญกับการบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างมาก จึงเป็นเรื่องที่สำคัญต่อสินค้าหลากหลายชนิด เช่น ขวด กล่อง และอื่นๆ สำหรับหน้าที่ของการบรรจุภัณฑ์ เครื่องจักรที่ใช้ในการบรรจุภัณฑ์ถูกพัฒนาอย่างต่อเนื่องตามยุคสมัยและเทคโนโลยีที่ก้าวหน้า และมีการแข่งขันกันอย่างจริงจังสำหรับการคิดค้นวิธีการ หรือความทันสมัย อุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก (ประชิด ทิณบุตร, 2531)

การบรรจุภัณฑ์นั้นมีความสำคัญต่ออุตสาหกรรมเป็นอย่างมาก จึงทำให้การบรรจุภัณฑ์กลายเป็นกิจการที่สำคัญทางธุรกิจชนิดหนึ่ง เพราะในปัจจุบันผลิตภัณฑ์ต่างๆ มีคู่แข่งสูงมากในทุกด้าน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งที่พัฒนาและเจริญเติบโตได้อย่างรวดเร็ว และไม่หยุดยั้ง ดังนั้นผู้ประกอบการธุรกิจผลิตภัณฑ์ต่างๆ ต้องมีการคำนึงถึงการเสนอออกแบบรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ที่ดี มีวัตถุประสงค์ใหม่หรือคุณภาพดีที่สามารถนำมาแทนวัตถุประสงค์เก่า เพื่อความสะดวกสบายแก่ผู้บริโภค ซึ่งการบรรจุภัณฑ์ไม่เพียงแต่มีความสำคัญในด้านการรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้คงทน ไม่เสื่อม และมีคุณภาพที่ดี แต่ยังคงคอยค้นคว้า หาข้อมูล ตามเทคโนโลยีแล้วนำมาพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สร้างสรรค์ด้วย (ค่านาย อภิปรัชญาสกุล, 2557)

ผลิตภัณฑ์จำเป็นต้องมีการบรรจุลงห่อ หรือบรรจุภัณฑ์ก่อนทำการเคลื่อนย้ายสินค้า ดังนั้นวัตถุประสงค์โดยทั่วไปของการบรรจุภัณฑ์มี ดังนี้

1. เพื่อการง่ายต่อการเก็บรักษา และเพื่อคัดแยกสินค้าหรือเคลื่อนย้าย
2. เพื่อการง่ายต่อการใช้เครื่องมือเพื่อการขนส่ง
3. เพื่อเป็นการป้องกันสินค้า
4. เพื่อเป็นการส่งเสริมและกระตุ้นยอดขาย
5. เพื่อจัดรูปทรงและขนาดที่เหมาะสมต่อการจัดเก็บและขนส่ง
6. เพื่อการง่ายต่อการใช้งานของทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิต
7. เพื่อสามารถนำกลับมาใช้งานได้ใหม่ในครั้งต่อไป

การบรรจุภัณฑ์ที่มีความสำคัญมากในเรื่องการป้องกันสินค้าเพื่อการจัดจำหน่าย และสินค้าเป็นสิ่งรองลงมา บางครั้งบรรจุภัณฑ์ใช้แสดงรูปร่าง ขนาด และน้ำหนักของสินค้า ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ควรเน้นที่การบรรจุ ขนาดและวิธีการที่เหมาะสมและสะดวกในการเคลื่อนย้ายขนส่ง เพื่อจัดจำหน่าย

2. บทบาทของการบรรจุภัณฑ์ในช่องทางกระจายสินค้า มีความสำคัญต่อการจัดจำหน่าย และเพื่อการจัดจำหน่ายที่มีคุณภาพ บรรจุภัณฑ์จึงมีหน้าที่เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดจำหน่ายดังนี้

2.1 เพื่อเพิ่มความสะดวกและความพอใจของผู้บริโภค สินค้าต่างๆที่มีบรรจุภัณฑ์ที่สีสันสดใสสวยงาม สามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ และยังสามารถทำให้สินค้าสื่อได้ในด้านราคา หรือสรรพคุณของสินค้า และเมื่อนำบรรจุภัณฑ์ไปวางบนชั้นสินค้าจะสามารถจูงใจและสร้างความสนใจให้แก่ผู้บริโภคได้ นอกจากนี้ควรสามารถจัดวางได้อย่างสะดวกและใช้พื้นที่ไม่มาก

2.2 เพื่อการป้องกันสินค้า เพื่อไม่ให้เกิดความเสียหาย กันขโมย และกันการสลับที่ ป้องกันตำหนิหรือชำรุด บรรจุภัณฑ์จะต้องทำให้ดีมีประสิทธิภาพในการป้องกัน สิ่งนี้จึงส่งผลให้ค่าใช้จ่ายในการป้องกันราคาสูง และทำให้ผลิตภัณฑ์ราคาแพงขึ้น และในการบรรจุสินค้า ควรที่จะพิจารณาวัสดุที่ป้องกันการกระแทก หรือกันความชื้น ผู้ผลิตบางรายได้ส่งภาชนะไปทดสอบ เพื่อให้ต้นทุนต่ำสุด ดังนั้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ขึ้นเล็ก อาจมีราคาที่สูงแต่เป็นสิ่งจำเป็นเพื่อป้องกันการเสียหายไม่ให้เกิดมากยิ่งขึ้น เช่น อัญมณี บุหรี่ เหล้า เป็นต้น

2.3 เพื่อประสิทธิภาพสำหรับการจัดจำหน่าย สามารถขนย้าย และเก็บรักษาได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดต้นทุนการผลิต ซึ่งบางประเภทสามารถเก็บกองวางตั้งเรียงซ้อนกันโดยไม่ต้องมีชั้นเพื่อเก็บผลิตภัณฑ์ เช่น ปูนซีเมนต์ เม็ดพลาสติกที่บรรจุเป็นถุง เป็นต้น และยังสามารถจัดเก็บในคลังสินค้าได้อย่างเหมาะสม ใช้พื้นที่น้อยลง เพราะวางซ้อนกันสูงขึ้นไปได้ (ธนกร อุไรรัตน์, 2559)

3. การบรรจุภัณฑ์เพื่อทำหน้าที่ทางการตลาด ประกอบด้วยความเข้าใจในแนวคิดของบรรจุภัณฑ์ โดยกำหนดรูปแบบการบรรจุภัณฑ์ได้อย่างแม่นยำและเป็นไปในแนวทางที่ถูกต้อง ควร การวิเคราะห์ PPDPP หรือ Presentation Protection Distribution Promotion Packaging: ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญของการบรรจุภัณฑ์เพื่อทำหน้าที่ทางการตลาด ประกอบด้วย

3.1 การแสดงตัวตน (Presentation) เพื่อสื่อความหมาย แสดงบุคลิก บริบทของสินค้า วิเคราะห์ว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์นี้คุ้มค่าต่อผู้บริโภคไหม ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชัดเจนใหม่ สร้างความมั่นใจให้ผู้บริโภคมากยิ่งขึ้นเพียงใด ดังนั้นจึงต้องวิเคราะห์และพิจารณาเป็นพิเศษเพื่อสร้างความพอใจให้ผู้บริโภคซื้อสินค้า

3.2 การป้องกัน (Protection) มีการวิเคราะห์ว่าผลิตภัณฑ์ควรป้องกันตามลักษณะไหนบ้าง เช่น กันน้ำ กันชื้น กันแสงแดด กันวัตถุไวไฟ อุณหภูมิที่เหมาะสมไม่ควรไม่ทำให้

สินค้าเปลี่ยนสภาพ ไม่แตก หรือฉีกขาดง่าย และปกป้องให้สินค้าอยู่ในสภาพสดใหม่ อยู่ในสภาพแวดล้อมของตลาดได้ระยะยาว โดยไม่เปลี่ยนสภาพจากเดิม

3.3 การจัดจำหน่าย (Distribution) ความเหมาะสมในพฤติกรรมการซื้อขาย ความสะดวก ใช้อำนวยในการแยกขาย หรือสะดวกต่อการตั้งโชว์ การกระจายการขาย หรือความง่ายต่อการเคลื่อนย้าย การขนส่งและการคลังสินค้าด้วยต้นทุนที่สมเหตุสมผล ทนทานต่อการรักษา เมื่อถึงมือผู้บริโภค บรรจุกฎภัณฑ์จะต้องไม่มีตำหนิหรือชำรุด

3.4 การส่งเสริมการจำหน่าย (Promotion) ผลิตภัณฑ์ต่างๆจะมีจุดเด่นที่ทำให้สะดุดตา มากหรือน้อย ก็เพื่ออำนวยความสะดวกในการถือกลับบ้าน และการใช้งาน บรรจุกฎภัณฑ์ได้ตามอัตราความเร็วที่ต้องการ ต้นทุนการบรรจุต่ำ สมเหตุสมผล ส่งเสริมจรรยาบรรณและรับผิดชอบต่อสังคม (ณธกร อุไรรัตน์, 2559)

วัสดุบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท จะมีความต่างกันตามความต้องการของผู้ใช้ เช่น บรรจุกฎภัณฑ์กระดาษ บรรจุกฎภัณฑ์พลาสติก บรรจุกฎภัณฑ์โลหะ โดยมีข้อดี และข้อเสีย ดังต่อไปนี้

วัสดุบรรจุภัณฑ์	ข้อดี	ข้อเสีย
กระดาษ	<ol style="list-style-type: none"> 1. ทำเป็นรูปร่าง รูปทรงต่างๆ ได้ง่าย 2. น้ำหนักเบา พับเก็บประหยัดพื้นที่ 3. พิมพ์สีลวดลายได้ง่าย 3. นำมาแปรรูปหมุนเวียน (Recycle) ไม่ก่อให้เกิดปัญหามลภาวะ 4. ราคาถูก 4. ประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง 5. นำมาใช้ร่วมกับวัสดุอื่นๆ ได้ดี เช่น เคลือบฟิล์ม เคลือบพลาสติก เคลือบซีดี แผ่น กระดาษทนน้ำมัน เป็นต้น 	<ol style="list-style-type: none"> 1. ไม่ป้องกันความชื้น เสี่ยงรูปทรงเมื่อถูกน้ำ 2. แข็งแรงน้อยกว่าบรรจุภัณฑ์อื่น 3. เมื่อนำมาประกบวัสดุอื่นจะยากแก่การทำลาย เช่น อลูมิเนียมและพลาสติก
พลาสติก	<ol style="list-style-type: none"> 1. น้ำหนักเบา มีความเหนียว 2. ทนต่อความร้อน เย็น กรด ต่าง 3. แปรรูปได้ง่าย 3. ขึ้นรูปเป็นภาชนะต่างๆ 4. ป้องกันการซึมของอากาศ น้ำ ไชมัน ไม่เป็นสนิม 5. พิมพ์สี ลวดลายต่างๆ ได้สวยงาม 6. นำมาแปรรูปใช้ใหม่ (Recycle) ได้ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีความแข็งแรงน้อย ใช้ได้ขนาดจำกัด 2. ยากต่อการทำลาย เกิดปัญหาขยะ 3. มีการปนเปื้อนของสารเคมีต่างๆ 4. ต้องผลิตโดยอุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องจักร ไม่ส่งเสริมระบบผลิตแบบครัวเรือน
โลหะ	<ol style="list-style-type: none"> 1. แข็งแรง ทนทาน 2. ป้องกันไอน้ำและก๊าซได้ดี 3. ทนความร้อน 4. นำไปหลอม 4. แปรรูปมาใช้ใหม่ได้อีก 5. ทำได้หลายลักษณะรูปแบบ 	<ol style="list-style-type: none"> 1. มีน้ำหนักมาก 2. ราคาสูงและหายากขึ้นในปัจจุบัน 3. เกิดสนิม การกัดกร่อน 4. ฝาโลหะบางชนิดทำปฏิกิริยากับสินค้า

ภาพประกอบ 3 แสดงข้อเสียของวัสดุบรรจุภัณฑ์แต่ละประเภท

บทบาทของบรรจุภัณฑ์ต่อผู้บริโภค

1. บรรจุภัณฑ์ส่งเสริมให้ผู้บริโภคสามารถเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ได้อย่างสะดวก และทำให้สามารถซื้อสินค้าได้หลากหลายตามแหล่งต่างๆ แต่หากไม่มีบรรจุภัณฑ์จะทำให้ขอบเขตในการเลือกซื้อเกิดขึ้น ผู้บริโภคจะได้บริโภคเฉพาะสินค้าที่มีในท้องถิ่น

2. บรรจุภัณฑ์สร้างความสะดวกสบายต่อการดำรงชีวิตของผู้บริโภค เช่น ผลิตภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป กึ่งสำเร็จรูป อาหารแปรรูป ล้วนแต่มีบรรจุภัณฑ์ในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์จนกว่าผู้บริโภคต้องการจะบริโภค และมีความสะดวกในการใช้งานสินค้าต่างๆ เช่น การเปิด ปิด การเท

การเก็บไว้เมื่อยังใช้ผลิตภัณฑ์ไม่หมด การนำกลับมาใช้ใหม่ รวมถึงการแบ่งบรรจุผลิตภัณฑ์เป็นส่วนเล็กส่วนย่อย เพื่อง่ายต่อการพกพา

3. บรรจุภัณฑ์ช่วยในเรื่องความปลอดภัยต่อผู้บริโภคที่ต้องการจะใช้สินค้านั้นๆ กล่าวคือ การป้องกันไม่ให้สินค้าหมดสภาพ ป้องกันเชื้อโรค ป้องกันความปลอดภัยจากผลิตภัณฑ์ประเภทเคมี เช่น ยาฆ่าแมลง ผลิตภัณฑ์ที่มีสารเคมีต่างๆ ผลิตภัณฑ์ทำความสะอาด ตัวอย่างเช่นการออกแบบโดยใช้ฝาขวดขนาดเล็กไม่สามารถเปิดได้ บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบพิเศษว่าปลอดภัย จึงจะใช้ขนส่งสินค้าที่มีความอันตราย

4. บรรจุภัณฑ์ช่วยลดค่าใช้จ่ายให้แก่ผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์ที่สามารถช่วยลดค่าใช้จ่าย มีหลากหลายรูปแบบ เช่นบรรจุภัณฑ์ประเภทที่สามารถรีฟิลได้ เมื่อใช้ผลิตภัณฑ์หมด ผลิตภัณฑ์หลากหลายขนาดเพื่อการตัดสินใจเลือกซื้อตามความเหมาะสมของการใช้งานของผู้บริโภค ดังนั้นการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จึงขึ้นอยู่กับผู้บริโภคด้วย หากเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่มีรูปแบบที่สามารถรีฟิลได้ ค่าใช้จ่ายก็จะลดลงตามไปด้วย ทั้งนี้ยังสามารถนำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้หมดแล้ว ไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นเพื่อลดค่าใช้จ่ายในด้านอื่นๆได้อีกด้วย (สมพงษ์ เพ็ญอารมย์ 2550)

บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญต่อธุรกิจ

1. บรรจุภัณฑ์ช่วยเป็นตัวกลางการสื่อสารทางการตลาด จะช่วยสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจ และตัดสินใจซื้อได้อย่างถูกต้อง โดยมีการพิมพ์ข้อมูลต่างๆลงบนบรรจุภัณฑ์ เช่น การบ่งบอกตราสินค้า ประเภทของสินค้า คุณสมบัติประโยชน์ ปริมาณที่บรรจุ และผู้ผลิตยังสามารถพิมพ์เป็นสีฉลนสวยงามสร้างการดึงดูดสายตาได้อีกด้วย

2. บรรจุภัณฑ์ช่วยในการส่งเสริมจำหน่าย จะเป็นสิ่งที่ทำให้สินค้าแตกต่างกันจากสินค้าอื่นๆ ดังนั้นหากมีหีบห่อสวยงาม สะดุดตาผู้ซื้อจะได้เปรียบสินค้าชนิดเดียวกันที่มีการบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เด่นและไม่สวยงามเท่าที่ควร

3. บรรจุภัณฑ์ช่วยให้ธุรกิจมีโอกาสได้รับกำไรเพิ่มขึ้น เนื่องจากหากบรรจุภัณฑ์มีการออกแบบที่สวยงามพิเศษ จะเป็นสิ่งจูงใจสำคัญในการทำให้ผู้ซื้อพร้อมที่จะจ่ายเงินมากขึ้น เพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่สวยงามเป็นพิเศษ

4. บรรจุภัณฑ์ช่วยให้เกิดการสูญเสียของการผลิตที่น้อยลงและเป็นการช่วยประหยัดค่าใช้จ่าย เนื่องจากช่วยลดความเสียหายด้านต่างๆ เช่น การระเหย แดงหัก เสื่อมสภาพ และถูกแมลงหรือสัตว์อื่นที่อาจสร้างความเสียหายได้ เป็นต้น ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะช่วยรักษาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความเสียหายที่น้อยการผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีการบรรจุภัณฑ์ จึงเป็นการประหยัดค่าใช้จ่ายในการเสียค่ารักษาและการดูแลที่ต่ำลง (สมพงษ์ เพ็ญอารมย์ 2550)

บรรจุภัณฑ์มีบทบาทต่อสังคมและเศรษฐกิจ

1. การบรรจุภัณฑ์ช่วยให้ค่าใช้จ่ายในการขนส่งและผลิตลดลง กล่าวคือ โรงงานอุตสาหกรรมสามารถบรรจุสินค้าโดยใช้เครื่องจักรอัตโนมัติ จึงสามารถลดค่าใช้จ่ายด้านแรงงานได้
2. บรรจุภัณฑ์ที่มีน้ำหนักเบา และรูปแบบกะทัดรัดจะช่วยลดค่าขนส่ง บรรจุภัณฑ์ที่ดีช่วยลดความเสียหายในการขนส่ง จึงช่วยประหยัดค่าใช้จ่ายและทรัพยากร
3. บรรจุภัณฑ์ช่วยลดราคาขายปลีกของสินค้า ซึ่งระบบการจำหน่ายสินค้าเป็นแบบลูกค้าบริการตนเองนั้น สินค้าแทบทุกชนิดจะบรรจุปริมาณคงที่โดยใช้หีบห่อ จึงไม่จำเป็นต้องใช้แรงงานคนในการชั่งและบรรจุขาย สามารถลดค่าใช้จ่ายในเรื่องแรงงานคนและสามารถขายสินค้าในราคาต่ำลงได้
4. โรงงานอุตสาหกรรมขนาดใหญ่มีระบบการผลิตและบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยนำทรัพยากรที่เหลือใช้มาทำให้มีประโยชน์ได้ ยกตัวอย่างเช่น การแปรรูปผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารในโรงงานผลิตอาหารกระป๋อง จะมีส่วนเหลือทิ้งซึ่งมากพอจะนำไปใช้ประโยชน์ในการทำวัตถุพลอยได้อื่นๆ เช่น ปุ๋ย อาหารสัตว์
5. บรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันความเสียหายของผลผลิต เช่น ผลผลิตทางการเกษตร เนื่องจากเชื้อจุลินทรีย์และการขนส่ง ตลอดจนจากสภาพแวดล้อม
6. บรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มเงินตราของประเทศจากการส่งออก การส่งออกผลิตภัณฑ์จำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการรักษาสุขภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มและเพื่อให้สามารถขนส่งสินค้าได้ในปริมาณที่มากที่สุด บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมาอย่างดีจะช่วยลดพื้นที่ในการบรรจุและสามารถเพิ่มปริมาณสินค้าได้ ทำให้เกิดการประหยัดต้นทุนในการขนส่ง และยังสามารถลดต้นทุนราคาสินค้าเพื่อการแข่งขันทางการตลาดตามความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคในต่างประเทศได้ และได้รับการยอมรับ บรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทที่ช่วยในการนำเงินตราจากต่างประเทศอีกด้วย (สมพงษ์ เฟื่องอารมย์ 2550)

บรรจุภัณฑ์ที่มีปัญหาต่อสิ่งแวดล้อม

สมพงษ์ เฟื่องอารมย์ (2550) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ที่ใช้แล้วเป็นส่วนที่สำคัญของขยะมูลฝอย วัสดุบรรจุภัณฑ์หลายชนิดย่อยสลายได้ยากตามธรรมชาติ รวมถึงกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์บางชนิดและวัสดุบางประเภทหรือแม้กระทั่งการทำลายบรรจุภัณฑ์ล้วนมีผลกระทบต่อระบบนิเวศทางธรรมชาติไม่ทางตรงก็ทางอ้อม เช่น การผลิตบรรจุภัณฑ์โดยการใช้น้ำมันดิบที่สกัดจากปิโตรเลียมในชั้นบรรยากาศของโลก กระบวนการทำลายบรรจุภัณฑ์ประเภทโฟมโดยการเผาไหม้ ก่อให้เกิดมลพิษทางอากาศ หรือแม้กระทั่งมลพิษทางน้ำ เช่น ทะเล แม่น้ำ น้ำในคลอง และน้ำใต้ดิน ล้วนมีส่วนจากกระบวนการผลิตและการทำลายบรรจุภัณฑ์ทั้งสิ้น รวมถึงพฤติกรรม

ทิ้งไม่เลือกที่ของผู้บริโภคก็มีส่วนทำให้เกิดปัญหาด้านสิ่งแวดล้อม ขยะบรรจุภัณฑ์ที่ถูกทิ้งลงในทะเลส่งผลร้ายต่อสัตว์ทะเลเป็นอย่างมาก

ปัญหาเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมแก่ประเทศไทยนั้น ได้มีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นทุกปี คนส่วนมากเริ่มให้ความสำคัญแก่เรื่องนี้ และส่งผลต่อผู้ผลิตและผู้ประกอบธุรกิจโดยเฉพาะในโรงงานขนาดใหญ่ มีการเรียกร้องจากประชาชนให้มีการรับผิดชอบต่อสังคมจากกระบวนการผลิตที่ก่อให้เกิดมลพิษต่างๆ นี่จึงเรื่องใหญ่และเรื่องสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์ขององค์กรที่ดีควรมีความรับผิดชอบต่อสังคม กิจกรรมขนาดใหญ่มากมายจึงเริ่มหันมาใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและไม่สามารถเพิกเฉยต่อวิกฤตครั้งนี้ได้ และเริ่มให้มาใช้กลยุทธ์ทางการตลาดต่างๆ ที่เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น

บทบาทของผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์และสินค้า

ผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ควรคำนึงถึงการผลิตที่ส่งผลต่อสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติให้มากขึ้น ความเหมาะสมในการใช้วัสดุและการผลิตบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญเป็นอย่างมาก กระบวนการผลิตและวัสดุที่เหมาะสมควรเป็นไปดังนี้ (สมพงษ์ เพ็ญอารมย์ 2550)

1. บรรจุภัณฑ์ต้องมีมาตรฐานและถูกต้องตามกระบวนการทางกฎหมาย
2. ควรออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ประหยัด ส่งเสริมต่อการรักษาและคงสภาพของผลิตภัณฑ์เพื่อการขนส่งและการกระจายสินค้า
3. ในระหว่างการขนส่งหรือเคลื่อนย้ายสินค้า วัสดุที่ใช้ในการบรรจุภัณฑ์จะต้องไม่ส่งผลหรือทำปฏิกิริยาต่อสินค้า รวมถึงไม่ทำปฏิกิริยาต่อสินค้าภายในระยะเวลาของการขายที่กำหนดไว้
4. การแจ้งข้อมูลที่สำคัญเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งสำคัญที่ควรระบุไว้ได้อย่างชัดเจนบนฉลากของบรรจุภัณฑ์
5. บรรจุภัณฑ์จะต้องออกแบบโดยแจ้งถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การทิ้งโอกาสในการหมุนเวียนนำไปใช้ประโยชน์และใช้ซ้ำตามความเหมาะสม
6. ขนาดของบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ควรสอดคล้องกันเพื่อไม่ให้ไม่ให้เกิดความเข้าใจผิดต่อผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่เกินขนาดของผลิตภัณฑ์จะสร้างความเข้าใจผิดในเรื่องของปริมาณต่อผู้บริโภค
7. บรรจุภัณฑ์ควรมีความสะดวกต่อการขนส่งและเคลื่อนย้าย แตกต่างไปตามประเภทของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

บรรจุภัณฑ์อาหาร

ปัญหาของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมแปรรูปอาหารพื้นเมืองทั้งขนาดเล็กและครัวเรือน รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของรัฐที่ให้การส่งเสริมและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูปต่างๆ (สมพงษ์ เพื่ออารมย์ 2550) คือ ผลิตได้ แต่ไม่สามารถขายได้ แม้จะมีรสชาติที่ดี รูปลักษณะที่สวยงาม ผลิตได้ แต่ไม่สามารถเก็บได้นาน แม้อาหารแปรรูปจะมีคุณภาพที่ดี ผลิตได้ แต่ขายได้เฉพาะกลุ่ม แม้จะมีความสามารถและกำลังในการผลิต

ปัญหาเหล่านี้เกิดขึ้นจากความไม่เหมาะสมในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ ทั้งรูปแบบชนิดของบรรจุภัณฑ์ รูปทรง รวมไปถึงวัสดุที่เลือกใช้ การออกแบบที่ไม่ส่งเสริมการดึงดูดสายตาขาดความสวยงาม และบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ได้คุณภาพ ขาดการบ่งบอกถึงข้อมูลคุณประโยชน์และโภชนาการ ทั้งนี้ ผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีตราสินค้าและรหัสแท่งก็ไม่สามารถสร้างความมั่นใจและความน่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภคได้

อีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เกิดปัญหาในการส่งเสริมการขายสินค้าประเภทอาหารแห้งที่แปรรูปจากธัญพืช ได้แก่ อาหารที่ผลิตจากข้าว ถั่ว มีลักษณะแห้ง เช่น วุ้นเส้น เส้นหมี่ ก๋วยเตี๋ยวตากแห้ง เป็นต้น อาหารพวกนี้จะมีคาร์โบไฮเดรตอยู่ 70-80% ส่วนโปรตีน ไขมัน และวิตามินจะอยู่เล็กน้อย องค์ประกอบสำคัญที่จะทำให้อาหารเสื่อมสภาพหรือเสีย ได้แก่ ความชื้น อุณหภูมิ เชื้อรา แมลงและหนู ดังนั้นกระบวนการผลิตและบรรจุจึงจำเป็นต้องให้ความสำคัญในการอบและเก็บรักษาในอุณหภูมิที่เหมาะสม

สำหรับบรรจุภัณฑ์ที่ควรเลือกใช้จะต้องมีคุณสมบัติต่อไปนี้

1. ป้องกันความชื้นได้ดี เช่น HDPE OPP หรือ OPP เคลือบด้วย PVDC
2. ตัวบรรจุภัณฑ์ควรพิมพ์เป็นสีทึบเพื่อป้องกันแสงแดด

มีปัจจัยหลายอย่างที่ทำให้สินค้าประเภทอาหารแปรรูปที่ทำจากธัญพืชเกิดการเหม็นหืนหรือเน่าเสียได้ เพราะสินค้าประเภทนี้จะมีคาร์โบไฮเดรตเป็นส่วนใหญ่และมักเคลือบด้วยน้ำมัน ถ้าตัวสินค้าไม่ผ่านกระบวนการอบที่ดีหรือไม่ได้มาตรฐานจะทำให้เกิดการเหม็นหืน และสภาพอากาศก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ทำให้เกิดปัญหา บรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าประเภทนี้จึงต้องการการป้องกันการเป็นอย่างดี ในกรณีที่ต้องการส่งขายในรูปแบบที่สด เช่น ขนมไหว้พระจันทร์ จำเป็นต้องพิจารณาในการใช้สารดูดออกซิเจนและสารดูดความชื้นภายในบรรจุภัณฑ์เพื่อการรักษาคุณภาพของสินค้า

การบรรจุภัณฑ์มีหลากหลายประเภท หนึ่งในนั้นคือการบรรจุภัณฑ์รูปแบบ Modified Atmosphere Packaging เป็นการยืดอายุของสินค้าหรืออาหารนั้นๆ ด้วยการปรับปริมาตรและอัตราส่วนของอากาศภายในเพื่อความเหมาะสมต่อสินค้าภายในนั้น

“บรรจุก๊าซสูญญากาศ” คือรูปแบบหนึ่งของการบรรจุก๊าซด้วยกระบวนการดูดอากาศที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์นั้นๆออก เป็นการดูดออกซิเจนที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์ออกให้หมด เพื่อลดการทำปฏิกิริยาของออกซิเจนกับอาหารซึ่งจะนำไปสู่การความเสียหายการเน่าบูดของสินค้าหรือการเสียคุณภาพของสินค้า โดยปกติสภาพบรรยากาศโดยประมาณจะประกอบไปด้วยออกซิเจนประมาณ 20% และไนโตรเจน 80% โดยประมาณ พร้อมทั้งมีคาร์บอนไดออกไซด์อยู่เล็กน้อย การปรับสมดุลของสภาพบรรยากาศภายในสินค้าหรือบรรจุภัณฑ์นั้นๆสามารถส่งผลต่อผลิตภัณฑ์หรืออาหารภายใน ผลจากสภาพบรรยากาศภายในที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรืออาหารแตกต่างกันไปตามประเภทของก๊าซต่างๆและปรพเภทของสินค้านั้นๆ โดยบทบาทของก๊าซต่างๆที่เป็นปัจจัยส่งผลต่ออาหารมีดังนี้

1. ออกซิเจน คือหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้เกิดปฏิกิริยาที่เรียกว่าออกซิเดชัน การลดปริมาณของออกซิเจนลงช่วยให้ปริมาณการเติบโตของแบคทีเรียลดลงตามไปด้วย เนื่องออกซิเจนเป็นตัวการที่ส่งเสริมให้แบคทีเรียบางชนิดเติบโตได้เป็นอย่างดี การลดปริมาณออกซิเจนก็เท่ากับการหยุดการเจริญเติบโตของแบคทีเรีย และส่งผลให้อาหารนั้นๆไม่เน่าเสียหรือบูด

2. คาร์บอนไดออกไซด์ เป็นก๊าซที่ส่งผลต่อแบคทีเรียเช่นการทำหน้าที่ในการยับยั้งหรือหยุดการเติบโตของแบคทีเรีย โดยจะนำมาใช้บรรจุภายในบรรจุภัณฑ์ให้มีปริมาณของคาร์บอนไดออกไซด์ในปริมาณที่มากกว่า 20 % แต่การใช้คาร์บอนไดออกไซด์ก็มีข้อเสีย เพราะก๊าซชนิดนี้สามารถละลายกับน้ำและทำให้เกิดสภาพของความเป็นกรดได้

3. ไนโตรเจน เป็นก๊าซเฉื่อยทางชีวภาพและไม่ละลายกับน้ำ พร้อมทั้งไม่มีกลิ่นจึงมักใช้เข้าไปแทนที่อากาศในบรรจุภัณฑ์ (ปุ่น คงเจริญเกียรติและ สมพร คงเจริญเกียรติ, 2541)

การเลือกใช้วัสดุของบรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่ในการปรับสภาพอากาศภายใน มีสิ่งที่จะต้องระวังอย่างมากในเรื่องของระบบ จำเป็นอย่างที่จะต้องป้องกันการซึมเข้าหรือซึมออกของก๊าซเพื่อที่จะคงรักษาคุณภาพหรือสภาพของสินค้านั้นๆเอาไว้ รวมไปถึงรอยผิวดมึนของบรรจุภัณฑ์ต้องแข็งแรงเพราะเป็นอีกปัจจัยหนึ่งในการรั่วซึมได้ หากบรรจุภัณฑ์มีการผนึกที่ดี จะสามารถยืดอายุการใช้งานของสินค้าได้เป็นหลายเท่าตัว โดยข้อพิเศชอีกอย่างหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ที่มีการใช้ระบบการปรับสภาวะอากาศแบบนี้คือ ไม่จำเป็นที่จะต้องแช่แข็ง แต่การแช่เย็นสินค้าก็เพียงพอที่จะทำให้สินค้าอาหารสดจำพวก เนื้อสด หรือ ผลไม้ คงสภาพไม่เน่าเสียได้ในระยะเวลาที่ยาวนานมากขึ้น

การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุหรือภาชนะที่ใช้ในการรองรับบรรจุ หรือหีบห่อของสำหรับเก็บ การใช้งาน การขนส่ง การกระจายสินค้า การตลาด และการจำหน่าย บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นสิ่งที่ นำพาสินค้าจากแหล่งผลิตไปยังจุดขาย บรรจุภัณฑ์จึงจัดเป็นส่วนหนึ่งของวงจรการค้า การ เลือกลงใช้บรรจุภัณฑ์และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะต้องประมวลความรู้ ความเข้าใจทางด้านศิลปะ และเทคโนโลยีต่างๆเข้าด้วยกัน (สมพงษ์ เพ็องอารมย์ 2550)

1. วัตถุประสงค์ของบรรจุภัณฑ์

1.1 เพื่อการบรรจุและรักษาสภาพหรือคุณภาพของสินค้า รวมถึงการยืดอายุ อายุเวลาของสินค้าอาหารให้มีความสดสะอาดนานขึ้น อีกทั้งเพื่อการรักษาความปลอดภัยของ สินค้าชนิดนั้นๆ โดยต้องคำนึงถึงวัสดุให้มีความสอดคล้องกับสินค้าและมีขนาดที่พอดีพอเหมาะ ต่อการจัดเก็บและการขนส่งเคลื่อนย้ายสินค้าเพื่อการจำหน่าย ให้เป็นไปตามข้อกำหนด กฎหมายและมาตรฐานขององค์กรตรวจสอบมาตรฐานสำหรับอาหารและสุขอนามัยรวมถึงเรื่อง ของการส่งผลต่อสิ่งแวดล้อมต่างๆอีกด้วย

1.2 เพื่อเป็นสื่อทางการตลาดและส่งเสริมการขาย บรรจุภัณฑ์หลายรูปแบบถูก ออกแบบเพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ และเพื่อการสร้างความมั่นใจความ น่าเชื่อถือให้แก่ผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์นั้นจำเป็นต้องมีการออกแบบที่สวยงามและแสดงข้อมูลให้ ครบถ้วน เช่น การแสดงข้อมูลโภชนาการ คุณประโยชน์ ฉลาก ตราสินค้า รหัสแท่ง ราคา วันผลิต วันหมดอายุ และอื่นๆ โดยออกแบบให้มีความสอดคล้องต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย สถานที่ ช่วงเวลาและวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน เพื่อความง่ายต่อการตัดสินใจของกลุ่มผู้บริโภค

2. หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

2.1 การทำหน้าที่ในทางเทคนิค คือการสวมใส่ ห่อคลุม ปกป้องผลิตภัณฑ์ ไม่ให้ เกิดการเสียหาย เสียรูปทรง การป้องกันก๊าซต่างๆและควบคุมอุณหภูมิหรือความชื้นการใช้วัสดุที่ สามารถป้องกันแสงแดด เพื่อลดหรือชะลอการทำปฏิกิริยาต่อสินค้า เพื่อไม่ให้เป็นการลดคุณค่าหรือ คุณภาพของสินค้านั้นๆ อีกทั้งยังเป็นการช่วยแบ่งปริมาณแทนการชั่งตวง เพื่อการสะดวกในการ จัดแบ่งสัดส่วนตามการค้าปลีก และง่ายต่อการขนส่งเคลื่อนย้าย โดยต้องคำนึงถึงสถานที่ในการ วางขาย ต้องมีความสอดคล้องในการจัดวาง ไม่ว่าจะเป็นการจัดวางในรูปแบบวางตั้งหรือวางนอน ขนาดของบรรจุภัณฑ์จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ควรคำนึงถึง การทำหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์เป็นเพียง กระบวนการหนึ่งในช่วงเวลาหนึ่ง บรรจุภัณฑ์จะกลายเป็นขยะหลังจากการเปิดใช้ ดังนั้นการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อธรรมชาติและทำให้เกิดมลพิษทางธรรมชาติให้น้อย ที่สุด หรือสามารถที่จะนำกลับมาใช้ซ้ำได้ ยกตัวอย่างเช่นการใช้ ขวดแก้ว แทนการใช้พลาสติก ขวดแก้วสามารถนำกลับมาใช้ซ้ำ หรือเข้ากระบวนการรีไซเคิลเพื่อนำกลับมาใช้ใหม่ได้โดยไม่สร้าง

มลพิษเท่ากับการผลิตขวดพลาสติกที่ใช้แล้วทิ้งอีกทั้งยังย่อยสลายได้ยากตามธรรมชาติกลายเป็นมลพิษทางทะเลหรืออื่นๆ

2.2 การทำหน้าที่ทางการตลาด บรรจุกฎภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบเป็นอย่างดีย่อมส่งผลต่อการตลาดและการส่งเสริมการขาย บรรจุกฎภัณฑ์ที่สวยงามและดึงดูดสายตาทำหน้าที่โฆษณาด้วยตัวของมันเอง การให้ข้อมูลที่ครบถ้วนและรายละเอียดต่างๆส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ในทางการตลาดการออกแบบบรรจุกฎภัณฑ์มีความหลากหลายรูปแบบแตกต่างกันไป ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบตามฤดูกาลเทศกาล หรือการออกแบบตามช่วงโปรโมชันของการวางแผนการตลาดของสินค้านั้นๆ บรรจุกฎภัณฑ์ที่ดียังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้า สร้างความน่าเชื่อถือและง่ายต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค ยกตัวอย่างเช่น การให้ข้อมูลที่ครบถ้วน เช่น วันเดือนปีที่ผลิต วันที่หมดอายุ แหล่งที่มา สามารถทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อได้อย่างถูกต้อง แต่หากไม่มีวันที่ผลิตหรือวันหมดอายุ อาจทำให้ผู้บริโภคไม่กล้าที่จะตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้การสร้างความเร็วในการขายด้วยรหัสแท่งหรือบาร์โค้ดบนบรรจุกฎภัณฑ์ ย่อมส่งผลทางการตลาดและเป็นการเพิ่มความสะดวกสบายให้แก่ทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย ดังนั้นบรรจุกฎภัณฑ์จึงทำหน้าที่ทางการตลาดได้ไม่มากนักน้อย

3. ประเภทของบรรจุกฎภัณฑ์

3.1 บรรจุกฎภัณฑ์เพื่อการอุปโภคบริโภค คือบรรจุกฎภัณฑ์ที่ใช้บรรจุสินค้าเพื่อการอุปโภคบริโภคตามร้านค้าที่เราเห็นโดยทั่วไป เป็นบรรจุกฎภัณฑ์ที่เข้าถึงตัวผู้บริโภคเป็นขั้นสุดท้าย โดยสามารถแบ่งออกเป็นหลายชั้น เช่น บรรจุกฎภัณฑ์ชั้นนอก บรรจุกฎภัณฑ์ชั้นใน บรรจุกฎภัณฑ์หลัก บรรจุกฎภัณฑ์รอง โดยบรรจุกฎภัณฑ์หลักจะบรรจุกฎภัณฑ์ที่สัมผัสกับสินค้าหรือผลิตภัณฑ์นั้นๆ โดยตรง ยกตัวอย่างเช่น กล่องนม ขวดแก้ว ขวดพลาสติก फिल्मหรือกระดาษห่อ เป็นต้น ส่วนบรรจุกฎภัณฑ์รองหมายถึงบรรจุกฎภัณฑ์ที่อยู่นอกใช้ปกป้องสินค้าและบรรจุกฎภัณฑ์หลักที่อยู่ภายในอีกที ยกตัวอย่างเช่น กล่องกระดาษ फिल्मห่อสินค้า เป็นต้น

3.2 บรรจุกฎภัณฑ์สำหรับการขนส่ง คือประเภทของบรรจุกฎภัณฑ์ที่บรรจุสินค้าเพื่อใช้ในการขนส่งหรือเคลื่อนย้ายจากแหล่งผลิตกระจายไปสู่แหล่งขาย หรือการเคลื่อนย้ายจากจุดหนึ่งไปสู่อีกจุดหนึ่ง

4. คุณสมบัติของวัสดุบรรจุกฎภัณฑ์เพื่อบรรจุอาหาร

วัสดุหลากหลายชนิดที่นำมาผลิตเป็นบรรจุกฎภัณฑ์ต่างก็มีคุณสมบัติที่แตกต่างกันออกไป โดยวัสดุหลักๆส่วนใหญ่ที่นำมาใช้ผลิตเป็นบรรจุกฎภัณฑ์ สามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้ แก้ว โลหะ กระดาษ และ พลาสติก วัสดุที่กล่าวมานี้สามารถนำไปใช้เป็นบรรจุกฎภัณฑ์สำหรับอาหารหรือบรรจุกฎภัณฑ์ชนิดอื่นๆก็ได้ ในส่วนของบรรจุกฎภัณฑ์สำหรับอาหาร วัสดุที่นำมาผลิตควรมีคุณสมบัติดังต่อไปนี้

4.1 วัสดุที่ใช้ต้องมีความสะอาด ตั้งแต่ขั้นตอนของการผลิต ขั้นตอนการบรรจุ รวมไปถึงขั้นตอนการขนส่ง การผลิตบรรจุภัณฑ์จะต้องมีความสะอาดในทุกขั้นตอนและทุกส่วนของการผลิตไม่ว่าแม้กระทั่งเครื่องจักรในการผลิต โรงงานที่ผลิตจะต้องใช้เครื่องจักรที่มีมาตรฐาน และมีความสะอาดในการผลิต สถานที่ผลิตควรปราศจากฝุ่นและไอน้ำมัน วัสดุบางชนิดต้องมีขั้นตอนในการทำความสะอาดอีกครั้งหลังจากการผลิต ก่อนที่จะนำไปบรรจุอาหาร อย่างเช่นวัสดุประเภท พลาสติก เพราะถุงพลาสติกที่ผลิตใหม่จะมีไฟฟ้าสถิตสูง ซึ่งทำให้ฝุ่นหรือสิ่งสกปรกและไอน้ำมันเกาะติดบรรจุภัณฑ์ได้ง่าย วัสดุประเภทโลหะหรือประป่องหลังจากการบวมนผลิตออกมาแล้วต้องมีการเก็บรักษาให้สะอาดก่อนนำไปบรรจุอาหาร เมื่อผ่านกระบวนการบรรจุอาหารเรียบร้อยแล้วจะต้องผ่านกระบวนการฆ่าเชื้ออีกรอบตามมาตรฐาน เช่นเดียวกันกับขวดแก้ว หรือขวดแก้วประเภทใช้แล้ว ต้องผ่านกระบวนการฆ่าเชื้อด้วยวิธีการต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นการต้มน้ำเดือดเพื่อฆ่าเชื้อ หรือการใช้วิธีการต่างๆในการฆ่าเชื้อ ทุกกระบวนการต้องคำนึงถึงความสะอาดอยู่เสมอ

4.2 วัสดุที่ใช้ต้องไม่มีสิ่งเจือปนหรือสารชนิดต่างๆที่ทำให้ผลิตภัณฑ์หรืออาหารภายในเกิดการปนเปื้อนได้ กระบวนการบรรจุหรือแม้กระทั่งวัสดุของบรรจุภัณฑ์สามารถก่อให้เกิดการปนเปื้อนในอาหารที่บรรจุได้ ซึ่งการปนเปื้อนนี้เกิดได้จากหลากหลายปัจจัย ยกตัวอย่างเช่น การใช้วัสดุประเภทพลาสติกเป็นหนึ่งในปัจจัยที่อาจก่อให้เกิดสารปนเปื้อนในอาหาร เพราะวัสดุประเภทนี้มีสารพินอคลโรไรด์เป็นส่วนประกอบ หากการบรรจุอาหารในวัสดุชนิดโดยตรงอาจทำให้สารพินอคลโรไรด์แพร่เข้าสู่อาหาร ซึ่งสารชนิดนี้สามารถทำให้ผู้ที่รับประทานอาหารที่มีสารปนเปื้อนเข้าไปเกิดมะเร็งได้ การใช้หมึกพิมพ์ในการสกรีนข้อมูลต่างๆบนบรรจุภัณฑ์เป็นอีกสาเหตุหนึ่งที่น่าจะทำให้เกิดการปนเปื้อนจากสารตะกั่วที่อยู่ในสีและจากสารเคมีต่างๆอย่างเช่นปรอท กาวที่ใช้ในการปิดบรรจุภัณฑ์ก็สามารถก่อให้เกิดสารปนเปื้อนที่เป็นอันตรายต่ออาหารได้ เพราะฉะนั้นการปิดผนึกบรรจุภัณฑ์ด้วยกาวจะต้องใช้กาวชนิดที่สามารถสัมผัสกับอาหารหรือผลิตภัณฑ์ได้ รวมไปถึงการใช้วัสดุประเภทกระดาษที่ดูเหมือนจะไม่ใช่เป็นอันตราย แต่ก็ยังเป็นวัสดุที่มีสารประกอบที่สามารถปนเปื้อนในอาหารได้ เช่น กระดาษรีไซเคิล มักจะมีสารเคมีฟอกกระดาษปนเปื้อนอยู่ ดังนั้นไม่ว่าจะเป็นกระบวนการขั้นตอนในการบรรจุ วัสดุที่ใช้ ส่วนประกอบในการบรรจุ ล้วนแล้วแต่เป็นสาเหตุที่อาจทำให้เกิดการปนเปื้อนของสารชนิดต่างๆหรือสิ่งสกปรกได้ ดังนั้นจึงจำเป็นต้องใช้บรรจุภัณฑ์จากวัสดุที่เหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆด้วย เพื่อความปลอดภัยต่อผู้บริโภค

4.3 วัสดุที่ใช้ต้องส่งเสริมและมีความเหมาะสมต่อผลิตภัณฑ์นั้น ในการเลือกใช้วัสดุต่างๆเพื่อการบรรจุภัณฑ์สินค้าต่างๆ ควรส่งเสริมให้เกิดการทำหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เช่น ควรรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้ ปกป้องไม่ให้เกิดการเสียหาย วัสดุแต่ละอย่างมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันไป ควรเลือกใช้ให้สอดคล้องและเกิดประโยชน์ต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ให้ได้มากที่สุด

ประเภทของบรรจุภัณฑ์

ถุงและห่อ

1. บรรจุภัณฑ์ประเภทห่อ การใช้บรรจุภัณฑ์ในการห่อคลุมผลิตภัณฑ์ ส่วนใหญ่มักใช้วัสดุที่เป็นกระดาษ โดยสามารถจำแนกได้ดังนี้

กระดาษแก้ว เป็นวัสดุที่มีความโปร่งใส อาจมีหลากหลายสีส้น มีน้ำหนักที่เบา กระดาษแก้วที่มีการเคลือบแบบพิเศษจะสามารถป้องกันน้ำมัน วัสดุชนิดนี้จะพบเป็นส่วนมากในโรงงานขนาดเล็กหรือธุรกิจจำพวกลูกอมที่ใช้การห่อด้วยการบิดเป็นเกลียว โดยน้ำหนักของวัสดุจะอยู่ที่ 20-40 กรัมต่อตารางเมตร

กระดาษอาร์ต เป็นวัสดุที่มีความแข็งแรงขึ้นมาระดับหนึ่ง ส่วนใหญ่จะนำวัสดุชนิดนี้มาใช้ในการห่อคลุมสินค้าที่เป็นกลุ่มหลายชั้น เพราะสามารถปกป้องสินค้าได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังไม่สามารถปกป้องได้ดีมาก เกลียว โดยน้ำหนักของวัสดุจะอยู่ที่ 40-75 กรัมต่อตารางเมตร

กระดาษเหนียวสีน้ำตาล เป็นวัสดุที่มีความเหนียวมากที่สุด และมีความแข็งแรงกว่ากระดาษสองชนิดข้างต้น เป็นวัสดุที่สามารถป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์จากการฉีกขาดได้ดี เหมาะสำหรับการขนส่งระยะไกลที่มักมีการเคลื่อนย้ายตลอดเวลา โดยน้ำหนักของวัสดุจะอยู่ที่ 70-180 กรัมต่อตารางเมตร

กระดาษกลาสซิ่น เป็นวัสดุที่โปร่งใส กึ่งขุ่น เนื้อกระดาษบางเหมาะสำหรับห่อผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารจำพวก แสมเบอร์เกอร์ แซนวิช ขนมต่างๆ โดยน้ำหนักของวัสดุจะอยู่ที่ 20-30 กรัมต่อตารางเมตร โดยประมาณ

2. ถุงหรือซอง อาจแยกเป็น 2 กลุ่มใหญ่ คือ ถุงหรือซองที่ได้รับการขึ้นรูปสำเร็จมาแล้วจากโรงงานผลิต และถุงที่สามารถขึ้นรูปในขณะที่บรรจุใส่โดยใช้เครื่องจักรในการขึ้นรูป เครื่องจักรประเภทขึ้นรูป - บรรจุ - ปิดผนึก หรือที่เรียก Form - Fill - Seal (FFS) ซองและถุงจัดได้ว่าใช้มากในอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เนื่องจากสะดวกและราคาถูก วัสดุที่ใช้อาจเป็นโพลิเอทิลีน (PE) หรือโพลิพรอพิลีน (PP) หรือกระดาษโดยเป็นถุงขึ้นรูปมาก่อนจากโรงงานผู้ผลิต การใช้ถุงขึ้นรูปมาเสร็จเรียบร้อยแล้วเป็นวิธีการที่เสียค่าใช้จ่ายน้อยและสามารถปรับปริมาณสินค้าให้ได้อย่างพอเหมาะก็บราคาขาย รายละเอียดของถุงหรือซองที่ใช้กันมาก มีดังนี้

ถุงเย็นหรือถุง PE เป็นถุงพลาสติกที่ใช้กันอย่างกว้างขวางมากที่สุด ราคาถูกและหาซื้อได้ทั่วไป สามารถใช้บรรจุสินค้าที่มีอุณหภูมิตั้งแต่ - 70 องศาเซลเซียส ถึง 70 องศาเซลเซียส ส่วนใหญ่จะเชื่อมกันถุงแบบเรียบ เรียกว่า ถุงแบบแบนราบ (Flat Pouch)

ถุงร้อนหรือถุง PP เป็นวัสดุที่ทนความร้อนได้สูง มีความทนทานและสามารถปกป้องสินค้าจากความชื้นได้มีประสิทธิภาพมากกว่าพลาสติกประเภท PE ส่วนมากมักใช้ในการบรรจุอาหาร เช่น ข้าว แกง ฯลฯ โดยอุณหภูมิที่ถุงพลาสติกชนิด PP นี้สามารถทนความร้อนได้สูงที่สุด อยู่ที่ 120 องศาเซลเซียส

นอกจากนี้พลาสติกที่นำมาผลิตบรรจุภัณฑ์ประเภท ขวด โหล ถัง สามารถที่จะจำแนกเป็นประเภทได้ดังนี้

1. PE และ PP เป็นวัสดุที่ส่วนใหญ่จะนำมาใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์จำพวกขวด หรือ กระปุก พลาสติก PE จะมีราคาที่ไม่สูงมากนักแต่ความเหนียวหรือความทนทานจะไม่เท่ากับพลาสติกประเภท PP ที่จะมีคุณสมบัติและคุณภาพที่ดีกว่า

2. PVC เป็นวัสดุที่มีคุณสมบัติด้านการป้องกันการซึมผ่านได้เป็นอย่างดี วัสดุจำพวกนี้มีความทนทานต่อผลิตภัณฑ์ประเภทกรด ต่าง แอลกอฮอล์ น้ำมัน และยังมีความแข็งแรงทนทาน สามารถทนต่ออุณหภูมิที่สูงถึง 60 องศาเซลเซียสได้

3. PET เป็นวัสดุที่โปร่งใสเหมือนกับแก้ว มีความแข็งแรงและทนทาน สามารถป้องกันการซึมผ่านของก๊าซได้เป็นอย่างดี จึงนิยมนำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทขวดน้ำอัดลมเช่นเดียวกับพลาสติกประเภท PVC นอกจากนี้ยังสามารถทนทานต่อผลิตภัณฑ์หรือสารเคมีประเภทกรด แอลกอฮอล์ น้ำมัน แต่ไม่เหมาะสำหรับสารประเภทต่าง สามารถทนต่ออุณหภูมิที่สูงถึง 40-65 องศาเซลเซียสได้

4. ถุงกระดาษขึ้นรูป โดยวัสดุอาจทำจากกระดาษเหนียวน้ำตาล หรือกระดาษที่เป็นกระดาษคราฟท์ นอกจากนี้ยังมีกระดาษกลาสซิ่ง และกระดาษที่ผ่านกระบวนการเคลือบด้วยฟิล์มพลาสติกหรืออลูมิเนียม หรือเคลือบทั้ง2ชนิด

กล่องกระดาษแข็ง

บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องกระดาษเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถผลิตได้ง่ายตามโรงงานผลิตหรือโรงพิมพ์ทั่วไป กระดาษแข็งที่ผ่านการพิมพ์มักนำไปเคลือบไขหรือฟิล์มพลาสติกก่อนจะนำไปสู่กระบวนการตัดหรือพับ แตกต่างกันไปตามความต้องการของลูกค้า

การใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องกระดาษแข็งสามารถใช้บรรจุสินค้าโดยตรงได้เลยหรืออาจใช้เพื่อการห่อหุ้มรวมกลุ่มของสินค้าหลายๆชิ้นอีกทีหนึ่งเพื่อการขนย้ายหรือขนส่ง โดย

กล่องกระดาษแข็งประเภทเคลือบยังส่งผลต่อการขยายทางการตลาดและช่องทางการขายของอุตสาหกรรมประเภทอาหารได้มากขึ้น ยกตัวอย่างเช่นผลิตภัณฑ์ประเภทขนม ขนมเค้ก อาหารแช่แข็งหรือแช่เย็น

ข้อมูลประกอบการจัดหากกล่องกระดาษแข็ง

1. รายละเอียดสินค้าที่บรรจุ เช่น ขนาด รูปทรง และน้ำหนักต่อกล่อง
2. วิธีขึ้นรูปกล่อง การบรรจุและการปิดกล่อง
3. ประเภทของกล่องกระดาษแข็งและความเหนียวของกล่องที่ต้องการ โดยขนาดของกล่องจะวัดเป็นมิลลิเมตร
4. การพิมพ์รายละเอียดหรือการเคลือบ บรรจุภัณฑ์อาจพิมพ์รายละเอียดด้วยภาพ สี หรือข้อความ และเคลือบทับ
5. การเก็บบรรจุภัณฑ์และปริมาณที่สั่งทำ การสั่งทำบรรจุภัณฑ์ในแต่ละครั้งควรสอดคล้องต่อจำนวนการส่งออกผลิตภัณฑ์ เนื่องจากระยะเวลาการเก็บบรรจุภัณฑ์ควรเก็บไม่น้อยเกิน 3 เดือนและเก็บในอุณหภูมิที่เหมาะสม
6. รูปแบบวิธีการบรรจุสำหรับการขนย้ายเพื่อจัดจำหน่าย การบรรจุเพื่อการจัดส่งควรคำนึงถึงพื้นที่และรูปทรงในการจัดเรียงเพื่อให้ได้พื้นที่ที่ประหยัดที่สุด และต้องคำนวณพื้นที่และคำนึงถึงตำแหน่งที่จะบรรจุและรัดคลุมผลิตภัณฑ์ย่อยภายในกล่องใหญ่ เพราะการรัดคลุม ห่อหุ้ม หรือปิดผนึกรวมสินค้าด้วยกล่องใหญ่อาจทำให้สินค้าเกิดการเสียหายได้ ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์อาจเสียรูปทรงและทำการเปิดใช้ได้อย่างไม่สะดวก การจัดวางและการเรียงเพื่อการขนส่งจึงจำเป็นจะต้องกระทำอย่างระมัดระวัง

ฉลากผลิตภัณฑ์อาหาร

ฉลากอาหารมีบทบาทสำคัญในการดึงดูดลูกค้า ฉลากสินค้าที่ดีจะต้องดึงดูดสายตาและติดป้ายกำกับอย่างถูกต้อง ส่วนใหญ่มักทำจากกระดาษกึ่งเงาหรือกระดาษมัน แต่สามารถทำจากวัสดุฉลากมาตรฐานประเภทใดก็ได้ เช่น พลาสติก PET วนิล โพลีโพรพิลีน อะคริลิก ฯลฯ ในการออกแบบหรือการผลิตฉลากสินค้าประเภทอาหารควรคำนึงถึงปัจจัยต่อไปนี้

1. สินค้าจะถูกเก็บไว้ในช่องแช่แข็งหรือไม่
2. ผลิตภัณฑ์จะถูกเก็บไว้ในสภาวะที่ร้อนจัดหรือไม่
3. สินค้าจะถูกขนส่ง/การจัดการที่หยาบหรือไม่
4. สินค้าจะถูกเก็บไว้ในคลังสินค้าเป็นระยะเวลาสั้น (นานกว่าหลายเดือน) หรือไม่
5. ต้นทุนเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกสติ๊กเกอร์ฉลากอาหารหรือไม่

ปัจจัยเหล่านี้จะเป็นตัวกำหนดทางเลือกในการออกแบบและการผลิตสำหรับฉลากผลิตภัณฑ์ในแต่ละประเภท การสื่อสารและการแสดงรายละเอียดทั้งหมดเหล่านี้กับผู้เชี่ยวชาญด้านการพิมพ์เป็นสิ่งสำคัญมาก เนื่องจากการขาดข้อมูลที่ถูกต้องอาจทำให้ฉลากบรรจุภัณฑ์อาหารไม่ได้คุณภาพและไม่สามารถทำหน้าที่ได้

สินค้าอุปโภคบริโภคทั้งหมดต้องติดฉลาก ฉลากประกอบด้วยข้อมูลที่จำเป็นสำหรับสินค้าเพื่อแสดงข้อมูลต่างๆให้แก่ผู้บริโภค ข้อมูลบังคับตามระเบียบสากลและกฎหมายของแต่ละประเทศ ขึ้นอยู่กับภาคการผลิตที่เป็นของประเทศนั้นๆ นอกจากนี้ยังสามารถมีข้อมูลที่ผู้ผลิตเห็นว่าน่าสนใจที่จะเพิ่ม โดยหน้าที่ของฉลากสามารถแบ่งออกเป็น 4 ประเภทหลักๆได้แก่

1. เพื่อแสดงข้อมูล ประกอบด้วยข้อมูลที่จำเป็นสำหรับผู้บริโภคและข้อมูลตามกฎหมายกำหนด
2. เพื่อการส่งเสริมการขาย มีเป้าหมายเพื่อดึงดูดความสนใจผ่านการออกแบบและข้อความที่สะดุดตา
3. เพื่อการระบุตราสินค้าหรือแบรนด์
4. เพื่อการระบุหมวดหมู่

การออกแบบฉลากเป็นการผสมผสานระหว่างรายละเอียดและความคิดสร้างสรรค์ ควรคำนึงถึงส่วนประกอบทั้งหมดที่จำเป็นบนฉลากก่อนที่จะเริ่มออกแบบฉลาก พิจารณารูปแบบและขนาดบรรจุภัณฑ์ด้วย รวมถึงความสำคัญในการพิจารณาว่าสินค้าจะไปที่ไหนจัดจำหน่ายรูปแบบใดและมีพื้นที่เท่าไรสำหรับการออกแบบ จากนั้นใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการทำให้บรรจุภัณฑ์โดดเด่นบนชั้นวางของในร้านขายของชำหรือจุดจำหน่ายสินค้า

ฉลากผลิตภัณฑ์เป็นมากกว่าสติ๊กเกอร์ กระดาษแข็งพับ หรือวัสดุพื้นผิวอื่นๆ ที่พิมพ์โลโก้และชื่อแบรนด์นั้นๆ เมื่อผลิตภัณฑ์วางจำหน่ายบนชั้นวางในร้านค้าปลีก ก็เป็นโอกาสที่ฉลากจะทำหน้าที่ให้ความรู้กับผู้ซื้อว่ามีอะไรอยู่ในนั้น เพื่อการตัดสินใจได้ง่าย นั่นคือเหตุผลที่ฉลากผลิตภัณฑ์ที่ดีจำเป็นที่จะต้องมามีข้อมูลมากที่สุดเท่าที่ผู้บริโภคต้องการที่จะรู้ ในขณะที่ยังคงความน่าดึงดูดใจของผลิตภัณฑ์ไว้ ยิ่งแบรนด์สื่อสารผ่านฉลากได้ดีเท่าใด ความเชื่อมั่นจากกลุ่มเป้าหมายและหน่วยงานกำกับดูแลก็จะยิ่งสูงขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารหรือยา ซึ่งต้องปฏิบัติตามข้อบังคับด้านฉลากหลายฉบับ

ข้อความที่พึงแสดงบนฉลาก

การติดฉลากผลิตภัณฑ์อาหาร ผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ใดๆ ที่มีไว้เพื่อการบริโภคของมนุษย์นั้น ต้องถูกควบคุมโดยกฎระเบียบด้านสุขอนามัยและสุขภาพที่เข้มงวด การติดฉลากต้องมีข้อมูลโดยละเอียดเกี่ยวกับคุณลักษณะ การเก็บรักษา และคุณสมบัติทางโภชนาการ ตามรายละเอียดดังต่อไปนี้

ข้อมูลบังคับบนบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดต้องรวมถึง

1. ชื่อตามกฎหมายของอาหาร
2. รายการส่วนผสม ยกเว้นผลิตภัณฑ์ที่มาจากส่วนผสมเดียว
3. สารก่อภูมิแพ้
4. ระยะเวลาหรือวันหมดอายุ
5. เงื่อนไขการอนุรักษ์และ/หรือการใช้งาน
6. ข้อมูลการติดต่อบริษัทอาหาร
7. สถานที่ผลิต
8. วิธีใช้
9. ปริมาณแอลกอฮอล์ (ในเครื่องดื่มที่มีมากกว่า 1.2%)
10. ข้อมูลทางโภชนาการ

นอกจากนี้การแสดงผลหรือข้อความต่างๆบนฉลากบรรจุภัณฑ์หรือผลิตภัณฑ์ ยังมีส่วนประกอบอื่นๆอีกมากมายที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภค และยังส่งผลในด้านต่างๆเช่น ความสะดวกสบายต่อทั้งผู้ซื้อและผู้ขาย โดยสามารถจำแนกได้ดังนี้

ชื่อแบรนด์ เป็นหนึ่งในสิ่งที่มีสำหรับฉลากผลิตภัณฑ์ เป็นชื่อที่แสดงถึงตัวตนองค์กรหรือผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภค หากเป็นไปได้ ชื่อแบรนด์ของคุณควรอยู่ในพื้นที่ที่โดดเด่นทั้งด้านหน้าและด้านหลังของผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ยังเป็นไปได้ว่าชื่อแบรนด์อาจแตกต่างจากชื่อบริษัทหรือองค์กร และควรตรวจสอบให้แน่ใจว่าทั้งสองไม่ขัดแย้งกัน

ชื่อผลิตภัณฑ์ เช่นเดียวกับชื่อแบรนด์ ชื่อผลิตภัณฑ์ต้องมีจุดที่โดดเด่นบนฉลากบรรจุภัณฑ์ นอกเหนือจากตำแหน่งที่มองเห็นได้ง่ายแล้ว ข้อความอธิบายยังสามารถช่วยให้ผู้ซื้อที่รู้ว่าจะคาดหวังอะไรจากผลิตภัณฑ์ที่พวกเขาได้รับ เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับเด็กผู้ใหญ่หรือทั้งสองอย่าง ตรวจสอบให้แน่ใจว่าชื่อผลิตภัณฑ์หรือคำอธิบายสื่อถึงประเด็นนี้อย่างชัดเจน

ขนาดหรือปริมาณ ลูกค้าน่าต้องการข้อมูลนี้เพื่อช่วยให้พวกเขาทราบจำนวนสินค้าในบรรจุภัณฑ์และปริมาณที่พวกเขาต้องได้รับสำหรับความต้องการของพวกเขา สำหรับสินค้าอุปโภคบริโภคที่มีการวัดน้ำหนักและปริมาตร ผู้ผลิตอาจต้องให้ข้อมูลด้านขนาดของผลิตภัณฑ์โดยใช้

หน่วยเมตริก (SI) ขนาดของผลิตภัณฑ์ยังสามารถใช้เพื่อระบุจำนวนหน่วยหรือชั้นที่แน่นอนหรือโดยประมาณที่รวมอยู่ในบรรจุภัณฑ์ของสินค้าบางรายการ เช่น แท่งลูกกวาด เครื่องใช้บนโต๊ะอาหาร ฯลฯ

ข้อมูลองค์กรหรือบริษัท สมมติว่าผู้บริโภคต้องการชมเชยหรือมีข้อติเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ควรมีช่องทางให้ผู้บริโภคสามารถติดต่อได้ ผ่านข้อมูลบริษัทที่ระบุไว้บนบรรจุภัณฑ์ รวมถึงชื่อบริษัท เมือง จังหวัด รหัสไปรษณีย์ หมายเลขโทรศัพท์ และช่องทางการสื่อสารใดๆ ที่ผู้บริโภคจะสามารถใช้ติดต่อได้ ข้อมูลนี้ยังมีประโยชน์ในกรณีที่ผู้บริโภคมีปัญหากับผลิตภัณฑ์นั้นๆ

บาร์โค้ดหรือรหัสแท่ง บาร์โค้ดเรียกอีกอย่างว่ารหัสผลิตภัณฑ์สากล (UPC) ซึ่งจัดเก็บการสแกนเพื่อระบุหรือแยกแยะผลิตภัณฑ์ออกจากส่วนที่เหลือ บาร์โค้ดสองมิติ (2D) เหมาะอย่างยิ่งสำหรับการจัดเก็บและติดตามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าในสินค้าคงคลังหรือสำหรับการตรวจสอบการควบคุมคุณภาพ โค้ด 2D ยังสามารถใช้งานได้มากขึ้น เช่น วิธีที่รหัส QR ช่วยให้สามารถส่งข้อมูลบริษัทหรือผลิตภัณฑ์ หรือแม้กระทั่งข้อความส่งเสริมการขายตรงไปยังอุปกรณ์เคลื่อนที่ของลูกค้าโดยตรง

ข้อมูลการรีไซเคิล การเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมถือเป็นข้อพิจารณาที่สำคัญในปัจจุบัน วิธีหนึ่งที่จะส่งเสริมให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในเป้าหมายนี้คือการให้ข้อมูลเกี่ยวกับวิธีการรีไซเคิลบรรจุภัณฑ์และฉลากผลิตภัณฑ์

การติดตามฉลากผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพมีประโยชน์มากมาย แบรรณต์สามารถใช้เพื่อให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ สร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง และปรับปรุงการจดจำแบรนด์ การจะบรรลุเป้าหมายทางความสำเร็จด้วยฉลาก จำเป็นที่จะต้องได้รับการออกแบบที่ดี หากมีการวางแผนและคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ในการออกแบบ ย่อมส่งผลต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ ไม่น้อย

กลยุทธ์การเข้าสู่ตลาดต่างประเทศที่มีศักยภาพจำแนกตามผลิตภัณฑ์ของไทย

ตลาดบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษ จากการศึกษาที่ยังมีการนำเข้ากล่องกระดาษด้วยมูลค่าที่มากกว่าการส่งออก ดังนั้น การส่งออกของไทยมีแนวโน้มที่ไม่เปลี่ยนแปลงมากนัก ตลาดประเทศเพื่อนบ้านของไทยคือ ลาว กัมพูชา จีน เวียดนาม และพม่า มีแนวโน้มการนำเข้ากล่องกระดาษจากไทยเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับการขยายตัวทางเศรษฐกิจของประเทศเหล่านั้น จึงนับได้ว่าเป็นตลาดที่น่าสนใจโดยที่ไทยสามารถส่งกล่องกระดาษไปยังประเทศเหล่านี้ด้วยราคาค่าขนส่งที่ถูกลงกว่าประเทศคู่แข่งอื่นๆ ลักษณะการจำหน่ายกล่องกระดาษสำหรับตลาดต่างประเทศ สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1. การจัดจำหน่ายในรูปแบบประเภทการขายตรง (Direct Sales) การติดต่อจะเป็นรูปแบบผู้ผลิตติดต่อผู้ซื้อเอง หรือโรงงานผู้ผลิตสินค้าต่างๆในต่างประเทศเป็นคนมาติดต่อผู้ผลิตในไทยให้ดำเนินการผลิตสินค้าตามความต้องการ

2. การจัดจำหน่ายโดยการผ่านบริษัทการค้า (Trading Firm) ไปยังผู้ซื้อในต่างประเทศซึ่งอาจเป็นการจำหน่ายผ่านบริษัทการค้าในต่างประเทศแล้วจึงจำหน่ายต่อไปยังโรงงานผู้ผลิตอีกทอดหนึ่ง หรือเป็นการจำหน่ายจากบริษัทการค้าในประเทศไปสู่โรงงานผู้ผลิตในต่างประเทศ จากการสอบถามผู้ประกอบการ พบว่า ช่องทางการจำหน่ายแบบขายตรงเป็นช่องทางที่ผู้ประกอบการนิยมใช้กันมากที่สุด



บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินงานวิจัย การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพรโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าว เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพรและเพื่อการดึงดูดนักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติเพื่อเพิ่มความสนใจและการบอกต่อเพื่อให้เป็นที่รู้จัก และสามารถสร้างกลุ่มลูกค้าใหม่ได้ผู้วิจัยจึงได้วางแผนที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาปัญหาและเก็บข้อมูลแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร

ขั้นตอนที่ 3 ทดสอบความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาในขั้นต้น

ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 5 นำไปประเมินผลหลังปรับปรุงและพัฒนากับผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาปัญหาและเก็บข้อมูลแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร และวางแผนที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ประกอบการค้าและผู้บริโภคข้าวเหลืองประทิว รวมถึงนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดชุมพร

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) โดยเกณฑ์ในการเลือก คือ กลุ่มผู้ประกอบการค้า จำนวน 5 คน ผู้บริโภคข้าวเหลืองประทิว จำนวน 5 คน

ผู้วิจัยได้ลงพื้นที่จังหวัดชุมพร เพื่อสอบถามและสำรวจบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิว แบบเดิม และศึกษาว่าเดิมแล้วผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์บรรจุข้าวเป็นแบบไหน มีกี่กิโลกรัม เป็นข้าวเหลืองประทิวของจังหวัดชุมพรล้วนเลย

หรือไม่ หรือต้องนำไปผสมกับข่าวชนิดอื่น และขนาดของไซส์สูงที่ต่างกัน กากอื่น เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์และพัฒนาบรรจุกฎบัตรข่าวเหลืองประทิวในรูปแบบต่างๆจำนวน 4 แบบ โดยผู้วิจัยได้ทำการสัมภาษณ์แบบเชิงลึก (In-depth interview) โดยใช้เกณฑ์ในการเลือกคือ กลุ่มผู้ประกอบการค้า จำนวน 5 คน และผู้บริโภคข่าวเหลืองประทิวจำนวน 5 คน โดยมีโครงสร้างแบบสัมภาษณ์ดังนี้

1. ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุรายได้อาชีพ
2. ข้อมูลทั่วไปและขั้นตอนกรรมวิธีการผลิตบรรจุกฎบัตรข่าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร แบบเจาะลึก
3. ปัญหาของบรรจุกฎบัตรข่าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร
4. ปัจจัยที่มีผลต่อการค้าขาย การเลือกซื้อ และบริการ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ หัวข้อคำถาม และ ประเด็นที่สำคัญและตรงประเด็น เพื่อให้ผู้ร่วมสัมภาษณ์ (In-dept interview) แสดงความเห็นและข้อเสนอแนะได้อย่างตรงประเด็น

การวิเคราะห์ข้อมูล

บันทึกข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) ด้วยเครื่องบันทึกเสียงและจดบันทึกเนื้อหาที่เป็นประเด็นหลัก และมีผลต่อการปรับปรุงและพัฒนาผลิตภัณฑ์ต่อลงในอนาคต หลังจากนั้นนำมา เรียบเรียง จดประเด็นหลักสำคัญที่เป็นประโยชน์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์แล้วจากนั้นนำเนื้อหาที่ได้มาวิเคราะห์เนื้อหา

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาบรรจุกฎบัตรผลิตภัณฑ์สำหรับข่าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลทั้งหมดที่ได้มาจากกลุ่มตัวอย่าง ทั้งข้อมูลทั่วไปของผลิตภัณฑ์ และข้อมูลปัญหาของผลิตภัณฑ์และบรรจุกฎบัตร หลังจากนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์แล้วผู้วิจัยได้พัฒนาบรรจุกฎบัตรข่าวเหลืองประทิวในรูปแบบต่างๆออกมาเป็นต้นแบบจำนวน 4 แบบ โดยใช้ข้อมูลจากปัญหาของบรรจุกฎบัตรแบบเดิม เป็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนา โดยใช้ข้อมูลทางด้านการออกแบบร่วมด้วย

ขั้นตอนที่ 3 ทดสอบความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาในขั้นต้น

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 คน

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถามความพึงพอใจ และข้อเสนอแนะ โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ รายได้อาศัยเป็นต้น

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจหลังการสัมผัสและเห็นถึงประโยชน์ของ การวิจัยและพัฒนา บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร โดยเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่า คะแนนออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- 5 หมายถึง ระดับการประเมินที่อยู่ในระดับความเหมาะสมมากที่สุด
- 4 หมายถึง ระดับการประเมินที่อยู่ในระดับความเหมาะสมมาก
- 3 หมายถึง ระดับการประเมินที่อยู่ในระดับความเหมาะสมพอใช้
- 2 หมายถึง ระดับการประเมินที่อยู่ในระดับความเหมาะสมน้อย
- 1 หมายถึง ระดับการประเมินที่อยู่ในระดับความเหมาะสมน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลจากการประเมินความพึงพอใจหลังจากทำแบบสอบถาม นำข้อมูลที่ได้มาทำการ ตรวจสอบ ข้อมูลความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่กลุ่มตัวอย่างทำการตอบ และ แยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก หลังจากนั้นทำการลงรหัสเลข นำแบบสอบถามที่ถูกต้อง เรียบร้อยแล้ว นำมาลงรหัสเลขตามที่ กำหนดไว้ นำข้อมูลที่ลงรหัสเลขแล้วมาบันทึกลงใน คอมพิวเตอร์เพื่อทำการประมวลผลข้อมูลโดยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS Version 24.00 (Statistical Package for Social Science) เพื่อแจกแจงข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม

ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์

นำข้อมูลจากการทดสอบความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ แล้วนำกลับไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินความพึงพอใจ และวิเคราะห์เกี่ยวกับการปรับปรุง และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามที่สำรวจความพึงพอใจอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้แน่ใจว่าบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร สามารถเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ดี สวยงาม เหมาะสม และ ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ขั้นตอนที่ 5 นำไปประเมินผลหลังปรับปรุงและพัฒนากับผู้เชี่ยวชาญ

ผู้วิจัยนำบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร ที่ได้ปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ในขั้นตอนที่ 4 ไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน โดยวิธีสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 3 ท่าน ประกอบด้วย

ผู้เชี่ยวชาญทางด้านบรรจุภัณฑ์ จำนวน 1 ท่าน

ผู้เชี่ยวชาญทางการสื่อสารและการวางแผนกลยุทธ์ จำนวน 1 ท่าน

ผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญด้านข้าวสารในภาคใต้ จำนวน 1 ท่าน

แบบสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร ที่ได้นำไปปรับปรุงและพัฒนา



บทที่ 4 ผลการดำเนินงานวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและค้นคว้าข้อมูลและทฤษฎีเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าว โดยการเก็บข้อมูลจากผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และชาวบ้านที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญทางด้าน การออกแบบ และ รวบรวมข้อมูลเอกสาร บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อศึกษาองค์ประกอบต่างๆ ที่ควรใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยสามารถสรุปองค์ประกอบต่างๆ ที่ควรใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร โดยผู้วิจัยขอ นำเสนอผลที่ได้จากการดำเนินงาน ตามขั้นตอนดังต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาปัญหาและเก็บข้อมูลแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ สำหรับข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร

ขั้นตอนที่ 3 ทดสอบความพึงพอใจผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาในขั้นต้น

ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 5 นำไปประเมินหลังปรับปรุงและพัฒนากับผู้เชี่ยวชาญ

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาปัญหาและเก็บข้อมูลแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ สำหรับข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร

จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการลงพื้นที่เพื่อศึกษาปัญหาและเก็บข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพรมาทั้งหมด ผู้วิจัยได้แบ่งข้อมูลในการวิเคราะห์ข้อมูล ออกเป็นสองส่วนใหญ่ๆ ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลจากวิเคราะห์ปัญหาของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ส่วนที่ 2 ข้อดีและข้อเสียของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ส่วนที่ 1 ข้อมูลจากการวิเคราะห์ปัญหาของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เดิม

จากการลงพื้นที่ และการสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับข้าวเหลืองประทิว จากผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และชาวบ้านในพื้นที่ ผู้วิจัยพบว่า ปัญหาของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิว สามารถจำแนกออกเป็น 4 ข้อหลักๆ ได้ดังนี้

1) มีกลุ่มลูกค้าเพียงกลุ่มเดียว ผลิตภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร ในปัจจุบัน มีกลุ่มลูกค้าเพียงกลุ่มเดียว ซึ่งเป็นกลุ่มลูกค้าเดิมๆ และไม่หลากหลาย นั่นคือ กลุ่มคนในพื้นที่ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นชาวบ้านและผู้สูงอายุเท่านั้น

2) มีช่องทางในการขายน้อยและไม่หลากหลาย ผู้วิจัยพบว่า ช่องทางการขายผลิตภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร ในปัจจุบัน มีเพียงการติดต่อสั่งซื้อที่หมู่บ้านโดยตรง และภายในจังหวัดชุมพร ส่วนช่องทางในการขายออนไลน์ พบว่ามีช่องทางในการขายแบบออนไลน์ทาง แอปพลิเคชัน Facebook และ แอปพลิเคชัน Line แต่ยังมีข้อมูลที่ไม่ชัดเจนพอ และสร้างความสับสนให้กับลูกค้าในการสั่งซื้อ

3) ยังไม่เป็นที่รู้จัก ผลิตภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร ยังถือเป็นผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักของคนส่วนมาก

4) ยังไม่สามารถสร้างความดึงดูดและความน่าสนใจต่อกลุ่มลูกค้าใหม่ๆได้ ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร ด้วยตัวผลิตภัณฑ์(พันธุ์ข้าว)ทั้งทางด้านคุณภาพ และ ด้านรสชาติ นั้นยังไม่มีแตกต่างหรือโดดเด่นจากข้าวพันธุ์อื่นๆ หรือข้าวยี่ห้ออื่นๆสักเท่าไร อีกทั้งบรรจุภัณฑ์ยังไม่สามารถสร้างความดึงดูด และยังไม่เป็นที่สนใจให้กับกลุ่มลูกค้าใหม่ๆ ทั้งในพื้นที่ และ นอกพื้นที่

ส่วนที่ 2 ข้อดีและลักษณะที่พบในผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร จากการศึกษาวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์แบบเดิมของข้าวเหลืองประทิว นั้น ผู้วิจัยพบข้อดี และลักษณะเด่นในตัวผลิตภัณฑ์ จึงสามารถวิเคราะห์ข้อมูลและแบ่งออกเป็น 5 ข้อหลักๆ ได้ดังนี้

1) ด้านสุขภาพ ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร มีคุณสมบัติคือ ข้าวเหลืองประทิวเป็นข้าวเจ้าที่มีเปอร์เซ็นต์อมิโลสสูง ข้าวขาวพื้นแข็ง ข้าวหุงสุกแข็ง-ร่วน ข้าวกล้องของข้าวเหลืองประทิวมีสารอาหารในอะซินหรือวิตามินบี3ปริมาณ 9.32% ซึ่งสูงกว่าข้าวกล้องจากข้าวพันธุ์อื่นๆ ช่วยในการหมุนเวียนของเลือดและลดระดับ คอลอ-เลสเตอรอลในเลือด นั้นหมายความว่าข้าวที่เหมาะสมสำหรับผู้ป่วยเบาหวาน อีกทั้งยังเป็นข้าวที่ทุกคนสามารถทานได้ เพราะนอกจากเรื่องของน้ำตาลในข้าวแล้ว คุณประโยชน์อีกด้านของข้าวเหลืองประทิว คือ เสริมสร้างส่วนที่สึกหรอของร่างกาย ป้องกันโรคเหน็บชา ช่วยในการทำงานของระบบประสาทของร่างกาย

2) สามารถแปรรูปได้ นอกจากข้าวเหลืองประทิว จะนำมาบริโภคในรูปแบบข้าวเจ้าหรือข้าวกล้องแล้ว ยังสามารถนำมาแปรรูปเป็นแป้งเพื่อทำอย่างอื่นได้อีกมากมาย เช่น เส้นขนมจีน หรือ ขนมต่างๆ

3) เป็นพันธุ์ข้าวที่อนุรักษ์ ข้าวเหลืองประทิวเป็นสายพันธุ์ข้าวนาปี หมายความว่า จะสามารถเก็บเกี่ยวได้แค่ปีละครั้ง จึงทำให้ในยุคนั้นชาวบ้านหันไปเพาะปลูกข้าวพันธุ์อื่นๆ หรือเพาะปลูกอย่างอื่นไปเลย ไม่ค่อยมีคนปลูกข้าวเหลืองประทิวสักเท่าไร ทำให้เป็นพันธุ์ข้าวที่เหลือ

น้อยไปตามกาลเวลา ผู้ใหญ่ในหลายๆฝ่ายเห็นถึงปัญหาในข้อนี้ จึงได้ทำการอนุรักษ์พันธุ์ข้าวนี้ เอาไว้ให้ได้มากที่สุด รวมถึงยังเป็นพันธุ์ข้าวที่อยู่ในหลวงรัชการที่ 9 ทรงตรัสไว้ว่าให้รักษาพันธุ์ข้าวนี้ เอาไว้ให้ลูกหลาน เพราะอาจจะเป็นพันธุ์ข้าวที่ใกล้สูญพันธุ์แล้ว ที่สำคัญคือ ข้าวเหลืองปะทิวเป็น พันธุ์ข้าวที่ได้รับการรับรอง ข้าวสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์(GI) เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2551 ข้าวสิ่งบ่งชี้ ทางภูมิศาสตร์หรือข้าวจีไอ (Geographical Indication ย่อว่า GI) ถือเป็นข้าวที่ถูกต้องขึ้นทะเบียนสิ่ง บ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์พ.ศ. 2546 เป็นทรัพย์สิน ทางปัญญาของคนในชุมชนที่เกี่ยวข้องกับภูมิตำนั้น มีเอกลักษณ์และภูมิปัญญาของคนใน ชุมชนในการผลิตสินค้า โดยชื่อที่ใช้เรียกสินค้าข้าวนั้น ต้องได้รับการขึ้นทะเบียน GI เรียบร้อยแล้ว

4) เป็นข้าว Organic ปลอดภัย ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร กลุ่มหมู่บ้าน เกาะเสม็ด เป็นข้าวกลุ่มชาวบ้านปลูกกันเองขายกันเองในชุมชน จึงทำให้เป็นข้าวที่มีความใส่ใจ พิถีพิถันในการปลูกและเก็บเกี่ยว โดยปราศจากการใช้สารพิษ ถึงแม้จะได้ข้าวในจำนวนไม่มาก แต่ปลอดภัยต่อผู้บริโภค

5) เป็นการสร้างรายได้และอาชีพให้คนในชุมชน เนื่องจากข้าวเหลืองปะทิว เป็น ข้าวที่ปลูกกันเองภายในชุมชน และหมู่บ้าน นี่จึงเป็นทางสร้างรายได้ทางหนึ่งให้แก่ชาวบ้านใน ชุมชน



ภาพประกอบ 4 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบเดิม

ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร

จากปัญหาของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิว ทั้งหมด ที่ผู้วิจัยได้ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลออกมา จึงทำให้เกิดเป็นแนวทางในการออกแบบของผู้วิจัย โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 แนวทางหลักๆ ได้ดังนี้

ออกแบบโดยการเน้นการสื่อสารเรื่อง Organic ในปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ล้วนทำออกมาในรูปแบบ Organic ด้วยความสนใจของผู้บริโภคในยุคสมัยนี้ มีความสนใจในเรื่องของความเป็น Organic หรือ trend รักโลกที่มากขึ้นในทุกวันนี้ จึงไม่แปลกที่เราจะเห็นผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์ในยี่ห้อต่างๆ ทำออกมาในรูปแบบ Organic เพื่อเอาใจกลุ่มลูกค้าประเภทนี้ที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ ในทุกวันนี้ ผู้วิจัยพบว่าบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร ในแบบเดิมนั้น ยังไม่สามารถสื่อสารไปในทางข้อดีของตัวผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นข้าวที่เป็น Organic ได้ จึงเกิดเป็นแนวทางในการออกแบบ โดยใช้ mood&tone และรูปทรงต่างๆ ในการออกแบบเพื่อให้ผลิตภัณฑ์สามารถสื่อสารไปในทางนี้ต่อผู้บริโภคได้

ออกแบบโดยการสื่อสารเรื่องสุขภาพ (Healthy) นอกจากเทรนด์ Organic ที่มาแรงแล้ว เทรนด์คนรักสุขภาพเอง ก็มาแรงในยุคสมัยนี้เหมือนกัน ผู้คนหันมาสนใจใส่ใจในสุขภาพกันมากขึ้น ให้ความสำคัญกับสิ่งที่บริโภคและนำไปในร่างกายของตนเอง ซึ่งผลิตภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวเองก็มีข้อดีในจุดนี้ แต่ยังไม่สามารถสื่อสารออกมาได้อย่างชัดเจนในรูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิม ผู้วิจัยจึงเห็นแนวทางในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในด้านนี้ ให้สามารถสื่อสารให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ชัดเจนมากขึ้น ในเรื่องของสุขภาพ

ออกแบบโดยการสร้างเรื่องราวที่เป็นเอกลักษณ์ (Story) เนื่องจากข้าวเหลืองประทิว เป็นพันธุ์ข้าวอนุรักษ์ มีจำนวนที่น้อยลงเรื่อยๆ สามารถเก็บเกี่ยวได้แค่ปีละครั้ง จึงทำให้ในยุคสมัยนี้ชาวบ้านหันไปเพาะปลูกข้าวพันธุ์อื่นๆ ทำให้เป็นพันธุ์ข้าวที่เหลือน้อยไปตามกาลเวลา และยังเป็นพันธุ์ข้าวที่ ในหลวงรัชการที่ 9 ทรงตรัสไว้ว่าให้รักษาพันธุ์ข้าวนี้เอาไว้ให้ลูกหลาน เพราะอาจจะเป็นพันธุ์ข้าวที่ใกล้สูญพันธุ์แล้ว ที่สำคัญคือ ข้าวเหลืองประทิวเป็นพันธุ์ข้าวที่ ได้รับการรับรอง ข้าวสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์(GI) เมื่อวันที่ 30 ธันวาคม 2551 ด้วยความที่มีจำนวนน้อยลงเรื่อยๆ และมีเรื่องราวที่มาที่น่าสนใจ เพราะเป็นพันธุ์ข้าวพืชผลที่ชาวบ้านช่วยกันปลูกกันเอง ขายกันเองในชุมชน เป็นรายได้ของชาวบ้าน สร้างให้เห็นคุณค่าของผลิตภัณฑ์ นี่จึงอาจเป็นสิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคบางกลุ่มมองเห็นความสำคัญของเรื่องราวนี้

หลังจากได้แนวทางในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ขึ้นมาเป็น 4 รูปแบบ และมีconcept ในการออกแบบแต่ละแบบ ดังนี้



ภาพประกอบ 5 แสดงต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิว แบบที่ 1

แบบที่ 1 ผู้วิจัยเลือกจัดวางองค์ประกอบให้ดูเป็นสัดส่วน เพื่อสะดวกต่อการอ่าน และมีความชัดเจนเข้าใจได้ง่าย โดยใช้หลักแนวคิดและทฤษฎีการออกแบบ เรื่องการจัดองค์ประกอบศิลป์ ที่ให้ข้อมูลไว้ว่าตำแหน่งบนจะได้รับความสนใจกว่าตำแหน่งล่าง ผู้วิจัยจึงจัดองค์ประกอบโดยให้ส่วนสำคัญที่สุดคือตราผลิตภัณฑ์ (logo) อยู่ส่วนบน ข้อมูลคุณสมบัติประโยชน์ที่อยู่ส่วนกลาง และข้อมูลผู้ผลิตอยู่ส่วนล่าง ตามการกวาดสายตาของคนส่วนใหญ่จากส่วนบนลงล่าง ส่วนวัสดุใช้เป็นกระดาษน้ำตาลเหนียวที่รับน้ำหนักได้ดี ตามทฤษฎีการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ ชื่อผลิตภัณฑ์หลัก ผู้วิจัยเลือกใช้ตัวหนังสือลายมือแบบสบายๆ เพื่อให้ความรู้สึกที่ปลอดภัย Friendly และเป็นกันเอง รวมถึงได้ออกแบบตราสัญลักษณ์ข้าวขึ้นมาใหม่จากเดิมที่ไม่มี เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและความ

ไว้วางใจให้กับผลิตภัณฑ์ mood&tone ผู้วิจัยเลือกใช้ สีขาวนวลของเม็ดข้าวเป็นหลัก เพื่อให้รู้สึก สะอาดและปลอดภัยด้วยความเป็นข้าวเพื่อสุขภาพ แต่เพิ่มลวดลายพื้นหลังด้วยเส้นโค้งของคลื่น น้ำและภูเขา เพื่อสื่อถึงความเป็นธรรมชาติที่หลากหลายของภาคใต้และจังหวัดชุมพร



ภาพประกอบ 6 แสดงต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิว แบบที่2

แบบที่2 ผู้วิจัยเลือกใช้โทนสีที่หลากหลายของสีเขียวเป็นหลัก เพื่อสื่อถึงความเป็นธรรมชาติและ ความเป็นสินค้า Organic โดยมีทั้งเฉดเขียวเข้มของป่าไม้พืชพรรณ และเฉดเขียวฟ้าของน้ำทะเล รวมกัน และได้ออกแบบลวดลายกราฟิกเป็นส่วนโค้งจากภูเขาและคลื่นทะเล เพื่อให้เห็นถึงความ หลากหลายทางธรรมชาติของจังหวัดชุมพรที่สามารถปลูกและพัฒนาข้าวจนได้มาเป็นข้าว คุณภาพภายในพื้นที่ ตามแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ เรื่องการบรรจุภัณฑ์เพื่อทำหน้าที่ การตลาด เป็นการแสดงตัว สื่อความหมาย และแสดงบุคลิกของชุมพร ด้วยการใช้โทนสีและลวด ลายเพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างเรื่องราวใช้ผลิตภัณฑ์ โดยเลือกใช้รูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบเปิด ข้างเพื่อให้เห็นตัวเม็ดข้าว วัสดุที่ใช้เลือกเป็นกระดาษอาร์ตที่รับน้ำหนักได้ดีและป้องกันสินค้าได้ ตามทฤษฎีการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์



ภาพประกอบ 7 แสดงต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิว แบบที่ 3

แบบที่ 3 ผู้วิจัยเลือกจัดวางองค์ประกอบให้เรียบง่ายและชัดเจนที่สุด โดยเน้นที่ตัวแบรนด์และชื่อผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยจัดวางองค์ประกอบให้เป็นสัดส่วน เพื่อให้อ่านง่ายและเข้าใจได้ง่าย โดยเลือกใช้สีขาวนวลของเม็ดข้าวเป็นหลัก และแทรกด้วยสีเขียวน้ำตาลทะเลเพื่อเน้นแนะนำสายตาในบางส่วน รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยเลือกใช้รูปแบบที่ง่ายและน้อยที่สุด เพื่อเน้นให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์เม็ดข้าว



ภาพประกอบ 8 แสดงต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิว แบบที่4

แบบที่4 ผู้วิจัยเลือกใช้การออกแบบกราฟิกในการสื่อสารถึงความเป็นข้าวเพื่อสุขภาพ และจัดวางองค์ประกอบอย่างเรียบง่าย ส่วนบรรจุภัณฑ์ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์แบบปิดรูปทรงสูงยาวโทนสีขาวตัดกับองค์ประกอบและตัวหนังสือสีเข้มเพื่อความชัดเจน ผู้วิจัยเลือกใช้รูปทรงบรรจุภัณฑ์ที่คล้ายกับกล่องนมเพื่อให้ความรู้สึกที่บริโภคแล้วแข็งแรง สุขภาพดี

ขั้นตอนที่ 3 ทดสอบความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่พัฒนามาในขั้นต้น

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์มาทั้งหมด 4 แบบ ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยวิธีการทำแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ (Questionnaire) โดยแบ่งการเก็บข้อมูลเป็น 2 กลุ่มคือ กลุ่มที่ 1 กลุ่มเป้าหมายที่มีช่วงอายุ 20-55 ปี เป็นผู้ทำแบบสอบถาม และเลือกแบบที่เหมาะสมที่สุดเพียงแบบเดียวเพื่อนำมาพัฒนาต่อ โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ผ่านทาง Google Forms และแบ่งการเก็บข้อมูลออกเป็น 2 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคข่าวสาร และ ความคิดเห็นต่อบรรจุกณ์ท์ข่าวสาร
บรรจุกณ์ท์

และกลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยวิธีการทำแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ (Questionnaire) ผ่านทาง Google Forms ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทำการตรวจสอบต้นแบบ โดยผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้งหมดรวม 3 ท่าน มีรายละเอียดดังนี้

ท่านที่ 1 อ.ชูเกียรติ อ่อนชื่น ผู้ช่วยประธานหลักสูตรสาขาวิชามีเดียอาตส์ เอกการ
ออกกราฟิก คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ท่านที่ 2 คุณ ภพ บุญญทล้ง ผู้เชี่ยวชาญด้านการวางแผนกลยุทธ์ ทำงานด้าน
creative ตำแหน่ง creative grouphead บริษัท VDA BANGKOK

ท่านที่ 3 จิรพงษ์ ดีประเสริฐ ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ข่าวสาร ผู้ประกอบการค้า
ข่าวสารในภาคใต้ เจ้าของธุรกิจ ร้าน roiroi ร้อยหรือย selected ผลิตภัณฑ์ข่าวสารและผลิตภัณฑ์
ชุมชนอื่นๆ

ข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมาย 100 คน

จากการทำแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามเพศของกลุ่มเป้าหมาย
ผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 1 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามเพศของกลุ่มเป้าหมาย

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	53	53
หญิง	37	37
LGBTQ+	10	10

จากตารางที่ 1 พบว่าผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชายจำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 53
เพศหญิง 37 คน คิดเป็นร้อยละ 37 และ เพศทางเลือก (LGBTQ+) 10 คน คิดเป็นร้อยละ 10

จากการทำแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามอายุของกลุ่มเป้าหมาย
ผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 2 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามอายุของกลุ่มเป้าหมาย

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
20-30	54	54
31-40	30	30
41-50	13	13
51-55	3	3

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ที่อายุระหว่าง 20 – 30 ปี จำนวน 54 คน คิดเป็นร้อยละ 54 อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 30 อายุ 41 – 50 ปี จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13 และ 51 – 55 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3

จากการทำแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามรายได้ต่อเดือนของกลุ่มเป้าหมายผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 3 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามรายได้ต่อเดือนของกลุ่มเป้าหมาย

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
10,000-15,000	5	5
15,001-25,000	39	39
20,001-50,000	45	45
50,001 บาทขึ้นไป	11	11

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 25,001 – 50,000 บาท จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือ 15,001 - 25,000 บาท จำนวน 39 คน รองลงมาคือ 50,001 บาทขึ้นไป จำนวน 11 คน และ 10,000 – 15,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5

จากการทำแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกตามรูปแบบที่พักอาศัยผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 4 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามรูปแบบที่พักอาศัยของกลุ่มเป้าหมาย

รูปแบบที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
บ้าน	36	36
คอนโด	48	48

ตาราง 4 (ต่อ)

รูปแบบที่พักอาศัย	จำนวน	ร้อยละ
อพาร์ทเมนท์ /ห้องเช่า	15	15
บ้านและคอนโด	1	1

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่พักอาศัยประเภทคอนโด จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 48 รองลงมาคือ ที่พักอาศัยประเภท บ้าน จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 36 รองลงมาคือ ที่พักอาศัยประเภท อพาร์ทเมนท์ หรือ ห้องเช่า จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 และ ที่พักอาศัยแบบบ้านและคอนโด จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 1

จากการทำแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล จำแนกจำนวนผู้พักอาศัยร่วมกันผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 5 แสดงข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามจำนวนผู้พักอาศัยร่วมกันของกลุ่มเป้าหมาย

จำนวนผู้พักอาศัยร่วมกัน	จำนวน	ร้อยละ
1-2	72	72
2-4	21	21
4 คนขึ้นไป	7	7

จากตารางที่ 5 พบว่าผู้ทำแบบสอบถามมีจำนวนผู้พักอาศัยร่วมกัน 1 – 2 คน จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 72 รองลงมาคือ มีจำนวนผู้พักอาศัยร่วมกัน 3 – 4 คน จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 21 และมีจำนวนผู้พักอาศัยร่วมกัน 4 คนขึ้นไป จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 7

จากการทำแบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่าผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 53 อายุ 20 – 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 54 มีรายได้ 25,001 – 50,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 45 พักอาศัยรูปแบบประเภทคอนโด คิดเป็นร้อยละ 48 และมีผู้ร่วมพักอาศัย(รวมตนเอง) 1-2 คน คิดเป็นร้อยละ 72

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคข่าวสาร และ ความคิดเห็นต่อบรรษัทที่ข่าวสารบรรจุง เพื่อนำไปพัฒนางานออกแบบ

จากการทำแบบสอบถามข้อมูลการเลือกซื้อข่าวสารด้วยตนเอง จำแนกเป็นผู้ที่เคยและไม่เคย ผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 6 แสดงข้อมูลการเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเองของกลุ่มเป้าหมาย

การเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเอง	จำนวน	ร้อยละ
เคย	72	72
ไม่เคย	28	28

จากตารางที่ 6 พบว่าผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่เคยเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเอง จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 72 และไม่เคยเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเอง จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28

จากการทำแบบสอบถามข้อมูลปริมาณการซื้อข้าวสารในแต่ละครั้ง(ในกรณีผู้ทำแบบสอบถามที่เคยเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเอง) จำแนกตามปริมาณกิโลกรัม ผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 7 แสดงข้อมูลปริมาณการซื้อข้าวสารในแต่ละครั้ง

ปริมาณข้าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ครึ่งกิโลกรัม	3	4.2
1 กิโลกรัม	34	47.2
3 กิโลกรัม	7	9.7
5 กิโลกรัม	28	38.9

จากตารางที่ 7 พบว่าผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่เลือกซื้อข้าวสารปริมาณ 1กิโลกรัม ในแต่ละครั้ง จำนวน 34 คน คิดเป็นร้อยละ 47.2 รองลงมาคือ ปริมาณ 5กิโลกรัม จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 38.9 ปริมาณ 3กิโลกรัม จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 9.7 และ ปริมาณครึ่งกิโลกรัม จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 4.2

จากการทำแบบสอบถามข้อมูลด้านปัจจัยในการเลือกซื้อข้าวสารของกลุ่มเป้าหมาย(ในกรณีผู้ทำแบบสอบถามที่เคยเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเอง) ผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ตาราง 8 แสดงข้อมูลด้านปัจจัยในการเลือกซื้อ

ปัจจัยในการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	17	23.6
ปริมาณ	19	26.4

ตาราง 8 (ต่อ)

ปัจจัยในการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
คุณประโยชน์	44	61.1
คุณภาพ	50	69.4
เรื่องราวสินค้า	31	43.1
ความอร่อย	41	56.9

จากตารางที่ 8 พบว่าปัจจัยในการเลือกซื้อของผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ คุณภาพจำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 69.4 รองลงมาคือ คุณประโยชน์ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 61.1 ความอร่อย จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 56.9 เรื่องราวสินค้า จำนวน 31 คน คิดเป็นร้อยละ 43.1 ปริมาณ จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 26.4 และ ราคา จำนวน 17 คิดเป็นร้อยละ 23.6

จากการทำแบบสอบถามข้อมูลช่องทางในการซื้อข้าวสารของกลุ่มเป้าหมาย(ในกรณีผู้ทำแบบสอบถามที่เคยเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเอง) ผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 9 แสดงข้อมูลช่องทางในการซื้อข้าวสารของกลุ่มเป้าหมาย

ช่องทางในการซื้อข้าวสาร	จำนวน	ร้อยละ
ห้างสรรพสินค้า(ซูเปอร์มาร์เก็ต)	50	69.4
ร้านสะดวกซื้อ	14	19.4
ตลาด	4	5.6
ช่องทางออนไลน์	4	5.6

จากตารางที่ 9 พบว่าช่องทางในการซื้อข้าวสารของผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ห้างสรรพสินค้าหรือซูเปอร์มาร์เก็ต จำนวน 50 คน คิดเป็นร้อยละ 69.4 รองลงมาคือ ร้านสะดวกซื้อ จำนวน 14 คนคิดเป็น ร้อยละ 19.4 ตลาด จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 5.6 และ ช่องทางออนไลน์ จำนวน 4 คนคิดเป็นร้อยละ 5.6

จากการทำแบบสอบถามข้อมูลถึงสาเหตุที่ไม่เคยเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเอง(ในกรณีผู้ทำแบบสอบถามที่ไม่เคยเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเอง) ผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 10 แสดงข้อมูลสาเหตุที่ไม่เคยเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเอง

สาเหตุ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีความรู้ (เลือกซื้อไม่เป็น)	15	53.6
ไม่มีเวลา	13	46.4
บริโภคอย่างอื่น	4	14.3
บริโภคในรูปแบบสำเร็จ (ร้านอาหาร/ข้าวกล่อง)	1	3.6
บุคคลอื่นเป็นคนเลือกซื้อ	1	3.6

จากตารางที่ 10 พบว่าสาเหตุที่ไม่เคยเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเองของผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ ไม่มีความรู้ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 53.6 รองลงมาคือ ไม่มีเวลา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 46.4 บริโภคอย่างอื่น จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 14.3 บริโภคในรูปแบบสำเร็จ(ทานที่ร้านอาหาร หรือ ทานข้าวกล่อง) จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 และ บุคคลอื่นเป็นคนเลือกซื้อ จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

จากการทำแบบสอบถามข้อมูลด้านปัจจัยในการเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเองหากมีเหตุจำเป็น(ในกรณีผู้ทำแบบสอบถามที่ไม่เคยเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเอง) ผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 11 แสดงข้อมูลปัจจัยในการเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเองหากมีเหตุจำเป็น

ปัจจัยในการเลือกซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	1	3.6
ปริมาณ	2	7.1
คุณประโยชน์	11	39.3
คุณภาพ	5	17.9
เรื่องราวสินค้า	3	10.7
ความอร่อย	6	21.4

จากตารางที่ 11 พบว่าปัจจัยในการเลือกซื้อข้าวสารด้วยตนเองหากมีเหตุจำเป็นของผู้ทำแบบสอบถามส่วนใหญ่คือ คุณประโยชน์ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 รองลงมาคือ ความอร่อย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 21.4 คุณภาพ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 17.9 เรื่องราว

สินค้า จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.7 ปริมาณ จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 7.1 และ ราคา จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6

จากการทำแบบสอบถามข้อมูลขนาดของบรรจุภัณฑ์ข้าวสารที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมาย จำแนกตามปริมาณกิโลกรัม ผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 12 แสดงข้อมูลขนาดของบรรจุภัณฑ์ข้าวสารที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมาย

ขนาดของบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
เล็ก (500กรัม)	28	28
กลาง (1-3กิโลกรัม)	44	44
ใหญ่ (5กิโลกรัม)	25	25
ใหญ่พิเศษ(มากกว่า5กิโลกรัม)	3	3

จากตารางที่ 12 พบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เลือกบรรจุภัณฑ์ข้าวสารขนาดกลาง จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาคือ ขนาดเล็ก จำนวน 28 คน คิดเป็นร้อยละ 28 ขนาดใหญ่ จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 25 และ ขนาดใหญ่พิเศษ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 3

จากการทำแบบสอบถามข้อมูลการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบต่าง ๆ ในบรรจุภัณฑ์ประเภทข้าวสาร ของกลุ่มเป้าหมาย ผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 13 แสดงข้อมูลการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบในบรรจุภัณฑ์ประเภทข้าวสารของกลุ่มเป้าหมาย

องค์ประกอบต่างๆของบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
หน้าตาความสวยงาม	13	13
ข้อมูลทางโภชนาการ	44	44
เรื่องราวที่มาที่ไป	27	27
ฟังก์ชันการใช้งาน	16	16

จากตารางที่ 13 พบว่ากลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ประเภทข้าวสาร ในส่วนของ ข้อมูลทางโภชนาการ จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 44 รองลงมาคือ

เรื่องราวที่มาที่ไป จำนวน 27 คน คิดเป็นร้อยละ 27 ฟังก์ชันการใช้งาน จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16 และ หน้าตาความสวยงาม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 13

จากการทำแบบสอบถามด้านส่วนประกอบข้อแรกของกลุ่มเป้าหมายเลือกสังเกตุนบนบรรจุภัณฑ์ประเภทข้าวสาร ผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 14 แสดงข้อมูลด้านส่วนประกอบข้อแรกของกลุ่มเป้าหมายเลือกสังเกตุนบนบรรจุภัณฑ์ประเภทข้าวสาร

ส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	12	12
ปริมาณ	9	9
คุณประโยชน์	33	33
ข้อมูลทางโภชนาการ	15	15
คำโปรย	16	16
ภาพประกอบ	15	15

จากตารางที่ 14 พบว่าสิ่งแรกที่ถูกกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เลือกสังเกต คือ คุณประโยชน์ จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาคือ คำโปรย จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 16 ข้อมูลทางโภชนาการ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ภาพประกอบ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 15 ราคา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และ ปริมาณ จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 9

จากการทำแบบสอบถามด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารที่กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจที่สุด โดยจำแนกเป็น แบบเห็นเมล็ดข้าวและแบบปิดทึบ(ไม่เห็นเมล็ดข้าว) ผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 15 แสดงข้อมูลด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารที่กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจที่สุด

รูปแบบบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
แบบเห็นเมล็ดข้าว	92	92
แบบปิดทึบ(ไม่เห็นเมล็ดข้าว)	8	8

จากตารางที่ 15 พบว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวสารที่กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจที่สุดส่วนใหญ่ คือ แบบเห็นเม็ดข้าว จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 92 และ แบบปิดทึบ จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 8

จากการทำแบบสอบถามการประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร แบบที่ 1-4 ด้านความเหมาะสมในด้านต่าง ๆ จากความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นการประเมิน แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่าคะแนน (Weight) ออกเป็น 5 ระดับ 1-5 จากน้อยไปมาก ผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 16 แสดงข้อมูลผลการประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร แบบที่ 1-4 ด้านความเหมาะสมในด้านต่าง ๆ

การประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์	อันดับ (ค่าเฉลี่ย)			
	แบบที่1	แบบที่2	แบบที่3	แบบที่4
ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร				
ความเหมาะสมด้านการสื่อสาร	อันดับ3 3.35	อันดับ1 3.88	อันดับ2 3.64	อันดับ4 3.06
ความเหมาะสมด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	อันดับ3 3.52	อันดับ1 4.05	อันดับ2 3.68	อันดับ4 3.11
ความเหมาะสมด้านการออกแบบ	อันดับ3 3.67	อันดับ1 4.06	อันดับ2 3.95	อันดับ4 3.02
ความเหมาะสมในการแข่งขัน	อันดับ3	อันดับ1	อันดับ2	อันดับ4
ทางธุรกิจ	3.51	4.06	3.71	2.88
ความเหมาะสมทางด้าน	อันดับ3	อันดับ1	อันดับ2	อันดับ4
การรับรู้	3.51	4.15	3.72	2.82

จากตารางที่16 การประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร แบบที่ 1-4 ตามความเหมาะสมในด้านต่าง ๆ พบว่า บรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิว แบบที่ 2 มีความเหมาะสมด้านการสื่อสาร ความเหมาะสมด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ความเหมาะสมด้านการออกแบบ ความเหมาะสมในการแข่งขันทางธุรกิจ และความเหมาะสมทางการรับรู้ เป็นอันดับ 1 ทั้งหมด

จากการทำแบบสอบถามการประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร แบบที่ 1-4 ด้านการสื่อสารและการให้ความรู้สึกในแต่ละด้าน จากความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมาย ผ่าน Google forms จำนวน 100 คน ดังนี้

ตาราง 17 แสดงข้อมูลผลการประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร แบบที่ 1-4 ด้านการสื่อสารและการให้ความรู้สึกในแต่ละด้าน

การประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์	อันดับค่าเฉลี่ย			
	แบบที่1	แบบที่2	แบบที่3	แบบที่4
ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร				
ให้ความรู้สึกถึงความแตกต่างและแปลกใหม่มากที่สุด	อันดับ1 41	อันดับ2 28	อันดับ4 10	อันดับ3 21
ให้ความรู้สึกถึงความธรรมชาติและออกแฉิมมากที่สุด	อันดับ3 19	อันดับ1 49	อันดับ2 32	อันดับ4 0
ให้ความรู้สึกถึงความมีคุณภาพมากที่สุด	อันดับ3 13	อันดับ2 35	อันดับ1 47	อันดับ4 5
ให้ความรู้สึกถึงความคุ้มค่ามากที่สุด	อันดับ2 33	อันดับ3 21	อันดับ1 43	อันดับ4 3
ให้ความรู้สึกถึงเรื่องราวที่มากที่สุด	อันดับ3 11	อันดับ1 73	อันดับ2 13	อันดับ4 3

จากตารางที่17 การประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร แบบที่ 1-4 ด้านการสื่อสารและการให้ความรู้สึกในแต่ละด้าน พบว่า บรรจุภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกถึงความแตกต่างและแปลกใหม่มากที่สุด ที่กลุ่มเป้าหมายเลือกเป็นอันดับ1 คือ แบบที่ 1 จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 41 บรรจุภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกถึงความธรรมชาติและออกแฉิมมากที่สุด ที่กลุ่มเป้าหมายเลือกเป็นอันดับ1 คือ แบบที่ 2 จำนวน 49 คน คิดเป็นร้อยละ 49 บรรจุภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกถึงความมีคุณภาพมากที่สุด ที่กลุ่มเป้าหมายเลือกเป็นอันดับ1 คือ แบบที่ 3 จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 47 บรรจุภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกถึงความคุ้มค่ามากที่สุด ที่กลุ่มเป้าหมายเลือกเป็นอันดับ1 คือ แบบที่ 3 จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43 และบรรจุภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกถึงเรื่องราวที่มากที่สุด ที่กลุ่มเป้าหมายเลือกเป็นอันดับ1 คือ แบบที่ 2 จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ

จากการทำแบบสอบถามด้านการเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิว จังหวัดชุมพรที่กลุ่มเป้าหมายชอบมากที่สุดและคิดว่าจะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก ผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 18 แสดงข้อมูลการเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพรที่กลุ่มเป้าหมายชอบมากที่สุดและคิดว่าจะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก

รูปแบบบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
แบบที่ 1	17	17
แบบที่ 2	43	43
แบบที่ 3	35	35
แบบที่ 4	5	5

จากตารางที่ 18 พบว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพรอันดับแรกที่กลุ่มเป้าหมายชอบมากที่สุดและคิดว่าจะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก คือ แบบที่ 2 จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 43 รองลงมาคือ แบบที่ 3 จำนวน 35 คิดเป็นร้อยละ 35 แบบที่ 1 จำนวน 17 คิดเป็นร้อยละ 17 และแบบที่ 4 จำนวน 5 คิดเป็นร้อยละ 5

ข้อมูลจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ

หลังจากได้ต้นแบบข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร ทั้งหมด 4 รูปแบบ เพื่อหารูปแบบที่ถูกต้อง และเหมาะสมที่สุด ผู้วิจัยจึงได้ทำการเก็บข้อมูลเพิ่มเติมจากการวิจัย โดยวิธีการทำแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ (Questionnaire) ด้วยการส่งข้อมูลทาง Google Forms ให้ผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย ทำการตรวจสอบแบบ โดยผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบทั้งหมดรวม 3 ท่าน มีรายละเอียดดังนี้

ท่านที่ 1 อ.ชูเกียรติ อ่อนชื่น ผู้ช่วยประธานหลักสูตรสาขาวิชามีเดียอาตส์ เอกการ ออกกราฟิก คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

ท่านที่ 2 คุณ ภพ บุญญทัง ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและการวางแผนกลยุทธ์ ทำงานด้าน creative ตำแหน่ง creative grouphead บริษัท VDA BANGKOK

ท่านที่ 3 คุณ จิรพงษ์ ดีประเสริฐ ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ข้าวสาร ผู้ประกอบการค้าข้าวสารในภาคใต้ เจ้าของธุรกิจ ร้าน roiroi ร้อยหรือย selected ผลิตภัณฑ์ข้าวสารและผลิตภัณฑ์ชุมชนอื่นๆ

โดยแบ่งคำถามออกเป็น 2 ส่วน

ส่วนที่1 แบบสอบถามความคิดเห็นและคำแนะนำต่อบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวที่พัฒนาเป็นต้นแบบใหม่ 4รูปแบบ

ส่วนที่2 แบบสอบถามความพึงพอใจและการเลือกรูปแบบที่เหมาะสมที่สุดเพื่อนำมาพัฒนาต่อ

แบบสอบถามความคิดเห็นและคำแนะนำต่อบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวที่พัฒนาเป็นต้นแบบใหม่ 4รูปแบบ

จากการพิจารณาผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นและให้คำแนะนำต่อบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่1 ดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 แสดงความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่1 ว่า รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์เหมาะกับการมอบให้ในโอกาสพิเศษ อาจจะมีกราฟิกหรือ เน้นพื้นที่ของแหล่งที่มาให้ชัดเจนเพื่อความน่าสนใจ

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 แสดงความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่1 ว่า สวย เหมาะกับทุก segment แต่กลุ่มชาวบ้านจะบรรจุได้ค่อนข้างยาก ข้อมูลยังค่อนข้างน้อย การเก็บรักษา และการขนส่งจะมีปัญหาเนื่องจากทำมาจากกระดาษ ซึ่งกระดาษอาจจะขาดแน่นอน ทำให้ value ของ packaging ลดลงไปพอสมควร

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 แสดงความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่1 ว่า สะกดตาให้ความรู้สึกถึงความออแกนิก แตกต่าง และมีมูลค่า แต่แอบเสียดายที่สินค้าเป็นแบบที่ปิดสนิทไม่เห็นเมล็ดข้าว

จากการพิจารณาผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นและให้คำแนะนำต่อบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่2 ดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 แสดงความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่2 ว่า รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์เหมาะกับการจัดจำหน่ายในแหล่งท่องเที่ยวและซูเปอร์มาร์เกต เนื่องจากรูปแบบและการใช้สีสะดุดตาและเน้นการสื่อสารของแหล่งผลิต

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 แสดงความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่2 ว่า สวย เหมาะกับทุก segment แต่ข้อมูลยังค่อนข้างน้อย สามารถเพิ่มได้มากกว่านี้ มีความมั่นใจในคุณภาพมากขึ้นพอสมควร

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 แสดงความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่2 ว่า ให้ความรู้สึกเหมือนปลูกขึ้นมาจากดินชุ่มพรจริงๆ ดูมีสตอรี่ที่สุดในทุกๆอัน แต่ให้ความรู้สึกเหมือนข้าวของฝากมากกว่า ข้าวที่ใช้บริโภคประจำวัน

จากการพิจารณาผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นและให้คำแนะนำต่อบรรจุกภัณฑ์รูปแบบที่3 ดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 แสดงความคิดเห็นต่อบรรจุกภัณฑ์รูปแบบที่3 ว่า รูปแบบการออกแบบ บรรจุกภัณฑ์เหมาะกับการจัดจำหน่ายในท้องถิ่น สามารถสื่อสารความเป็น organic ได้ดี ดูจริงใจ และ เรียบง่ายในการสื่อสาร

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 แสดงความคิดเห็นต่อบรรจุกภัณฑ์รูปแบบที่3 สวย เหมาะกับทุก segment แต่อาจจะมีปัญหาเรื่องของการขนส่งจำนวนมาก เพราะหากข้าวทับกัน กระดาษที่เป็น packaging ยับ หรือหลุดไป จะส่งผลต่อ intention to purchase ทั้งนี้ ต้องเปลี่ยน material และ วัสดุที่ใช้ยึดเกาะเพื่อให้คงทนต่อการขนส่ง และข้อมูลยังคงค่อนข้างน้อย

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 แสดงความคิดเห็นต่อบรรจุกภัณฑ์รูปแบบที่3 ว่า สื่อง่ายแต่ดูเป็นสินค้าที่เฟรนด์ลี่ แต่ในขณะที่เดียวกันอาจจะโดนสินค้าอื่นๆ บดบัง หรือ สินค้าอื่นกลืนเนื่องจากโดดเด่นไม่พบบนชั้นเชลฟ์

จากการพิจารณาผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นและให้คำแนะนำต่อบรรจุกภัณฑ์รูปแบบที่4 ดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 แสดงความคิดเห็นต่อบรรจุกภัณฑ์รูปแบบที่4 ว่า รูปแบบการออกแบบ บรรจุกภัณฑ์สื่อสารถึงสุขภาพชัดเจน เรียบง่าย ป้องกันสินค้าได้ดีในการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 แสดงความคิดเห็นต่อบรรจุกภัณฑ์รูปแบบที่4 ว่า สวย แต่ packaging ให้ความรู้สึกว่าเป็นสินค้าสำหรับคนเมือง ขายตาม villa market / ร้านออกแบบโดยเฉพาะ กลายเป็น niche product ทั้งนี้ มีปัญหาเรื่องของการที่ทำให้คนรู้ทันที่ตั้งแต่เว็บแรกว่าเป็นข้าว อาจจะต้องทำไฮตรงกลางเพื่อให้คนเห็นมากขึ้น และข้อมูลยังคงค่อนข้างน้อย

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 แสดงความคิดเห็นต่อบรรจุกภัณฑ์รูปแบบที่4 ว่า สตอรี่ดีมากแต่รู้สึกไม่สื่อถึงข้าว หรือความแข็งแรงจากนม แต่ความรู้สึกแรกสื่อถึงเมล็ดกาแฟมากกว่า แล้วรู้สึกสินค้าไม่ปลอดภัยเนื่องจากดูเหมือนกระดาษมากกว่าซีล ในเรื่องของการจัดเก็บระยะยาว / ถุงแตก / หรือสินค้าเสียหาย

แบบสอบถามความพึงพอใจและการเลือกรูปแบบที่เหมาะสมที่สุดเพื่อนำมาพัฒนาต่อ

จากการทำแบบสอบถามด้านความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุกภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิว และการเลือกต้นแบบบรรจุกภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการนำมาพัฒนาต่อ ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ผ่าน Google Forms จำนวน 100 คน ได้ดังนี้

ตาราง 19 แสดงข้อมูลการเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพรของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ เพื่อนำมาพัฒนาต่อ

ผู้เชี่ยวชาญ	การเลือกรูปแบบเพื่อนำมาพัฒนา			
	แบบที่ 1	แบบที่ 2	แบบที่ 3	แบบที่ 4
ท่านที่ 1	✓	✓		
ท่านที่ 2		✓		
ท่านที่ 3		✓		

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 เลือกบรรจุภัณฑ์แบบที่ 1 และ แบบที่ 2 โดยให้เหตุผลว่าแบบที่ 1 สามารถนำอัตลักษณ์ท้องถิ่นเข้ามาสื่อสารผ่านงานกราฟิกได้ และเหมาะกับการมอบให้ในโอกาส สำหรับกลุ่มเป้าหมาย 35-50 ปี ส่วนในแบบที่ 2 สามารถสื่อสารได้กับกลุ่มวัยทำงานในเมืองที่ต้องการอวยการองผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น สะดุดตาและดึงดูดเนื่องจากรูปแบบกราฟิกและการสื่อสาร

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 เลือกบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 โดยให้เหตุผลว่า ข้าวชุมพรจะมีโอกาสการขายมากที่สุดจากการดึงดูดขายของ ความเป็นชุมพร เนื่องจากในจุดยืนด้านคุณประโยชน์ ความคุ้มค่า หรือคุณภาพนั้น คู่แข่งค่อนข้างหนาแน่น การดึงดูดหรือเสน่ห์ของข้าวเหลืองมา อาจจะเป็นจุดต่างที่สุดในทุกๆแบบ

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 เลือกบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 โดยให้เหตุผลว่า เพราะวัสดุที่ใช้เป็นกระดาษแข็งคงรูป มีความคงทน รูปแบบมีความง่ายในการเก็บรักษาและขนส่ง ทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าข้าวผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในภาพรวมของบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่เลือกมาพัฒนาต่อ โดยแบ่งเป็น 3 ข้อ คือ

ผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในภาพรวมของบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่เลือกมาพัฒนาต่อโดยแบ่งเป็น 3 ข้อ คือ

1. สิ่งที่ควรตัดออกและสิ่งที่ควรเพิ่ม

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในข้อที่ 1 ว่า แบบที่ 1 เน้น story, อัตลักษณ์ ของ brand และสัญลักษณ์ Gi ส่วนแบบที่ 2 ความเป็น organic หรือโทนที่เป็นธรรมชาติเพื่อการสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายที่รักษาสุขภาพเพิ่มขึ้น

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในข้อที่ 1 ว่า ทำช่องขึ้นมาสำหรับการถือ และการฉีกเพื่อเปิดบรรจุภัณฑ์ product ยังให้ความรู้สึกค่อนข้าง local อยู่ แต่เข้าถึงคนจำนวนมากได้ ควร

เพิ่มข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับจุดเด่น ข้อดีของข้าวชนิดนี้ และ ทำให้มีความทันสมัยมากขึ้น เพราะ target group ที่ตั้งไว้ ซึ่ง key message สำหรับกลุ่มนี้ยังไม่ชัด

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในข้อที่1ว่า การรีซีล/ ให้ความรู้สู่ความเป็นของฝาก น้อยลง และเป็นข้าวที่บริโภคในชีวิตประจำวันได้มากขึ้น

2. ความสอดคล้องต่อกลุ่มเป้าหมาย

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในข้อที่2ว่า แบบที่ 1 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สื่อถึงความ เฉพาะและโอกาสพิเศษ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายช่วง 35-50ปี ส่วนแบบที่ 2 รูปแบบบรรจุ ภัณฑ์เน้นการสื่อสารแบรนด์ สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายช่วง 25-35 ปี

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในข้อที่2ว่า โดยปกติคนกลุ่มนี้จะมีรายได้ค่อนข้างสูง และมีการศึกษา ส่วนมากจะเป็นคนเมือง อาจจะต้องปรับให้มีความสอดคล้องมากขึ้น และต้องมี key message ที่ชัดเจนในเรื่องที่คนกลุ่มนี้ให้ความสำคัญ

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในข้อที่2ว่า คิดว่าตรงในกลุ่มผู้บริโภค แต่อาจจะเป็น ในเชิงกลุ่มเป้าหมายทางอ้อม เพราะกลุ่มเป้าหมายไม่ได้เป็นคนซื้อข้าวเอง โดยเฉพาะในกลุ่ม คนทำงานที่เป็นวัยรุ่น

3. คำแนะนำอื่นๆ

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 1 ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในข้อที่3ว่า ลองเพิ่มเติมในส่วนของการสื่อสารอัต ลักษณ์ท้องถิ่นหรือความเฉพาะของพื้นที่ผ่านงานกราฟิกหรือบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจดจำ และความ เป็นตัวตนของแบรนด์ที่ดีขึ้น

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 2 ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในข้อที่3ว่า Target group สามารถขยายออกไปได้ มากกว่านี้ และไม่จำเป็นต้องเป็นครอบครัวเล็ก ปกติแม่บ้านจะเป็นคนซื้อของ และนำมาใช้ ประกอบอาหารในครอบครัว ดังนั้นควรให้ความสำคัญกับความคิดเห็นของ decision maker มาก ขึ้น ควรขยายช่องทางจำหน่าย ตัว packaging ต้องเด่นเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตอนแรก เนื่องจากข้าวมีหลายยี่ห้อและคนเลือกซื้อตามความเคยชิน และต้องดึงจุดเด่นของข้าวชนิดนี้ ออกมาตั้งแต่เว็บแรกที่เห็น

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่ 3 ให้ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในข้อที่3ว่า อยากให้คำนึงถึงในเรื่องการเก็บ เรื่องจาก ข้าวไม่ใช่สินค้าที่กินหมดจดในครั้งเดียว สินค้าจึงต้องสามารถ reseal ได้ง่ายๆ ไม่ ต้องพึ่งอุปกรณ์อื่นเพื่อความสะดวก และ ภายในอาจจะมีวิธีหรือภาชนะตวงข้าว จากตัวสินค้าเอง เป็นกิมมิก

ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์

สรุปข้อมูลการพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร

ผู้วิจัยทำการสรุปการพัฒนา และปรับปรุงต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร โดยการนำข้อมูลประเด็นหลักจากการทำแบบสอบถามของทั้ง 2 กลุ่มมาใช้

จากการเก็บข้อมูลทำแบบสอบถามกลุ่มเป้าหมาย พบว่าการให้คำตอบในหลายๆข้อเป็นไปในแนวทางเดียวกัน จึงทำให้ง่ายต่อการวิเคราะห์และคัดเลือกรูปแบบที่จะนำมาพัฒนาต่อ โดยวิธีการคัดเลือก ผู้วิจัยเลือกรูปแบบที่จะนำมาพัฒนาต่อ จากคะแนนการทำแบบสอบถามด้านการเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพรที่กลุ่มเป้าหมายชอบมากที่สุดและคิดว่าจะเลือกซื้อเป็นอันดับแรก ตามตารางที่ 18 ซึ่งผลพบว่า แบบที่ 2 เป็นรูปแบบที่กลุ่มเป้าหมายเลือกมากที่สุด และสอดคล้องกับข้อมูลจากการทำแบบสอบถามด้านความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิว และการเลือกต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวที่เหมาะสมที่สุดสำหรับการนำมาพัฒนาต่อ ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ซึ่งเลือกแบบที่ 2 มากที่สุดเช่นกัน ตามตารางที่ 19

การพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองแบบที่ 2 จากการเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายจำนวน 100 คน พบว่าขนาดของบรรจุภัณฑ์ข้าวสารที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มเป้าหมาย คือ ขนาดกลาง (1 กิโลกรัม) รองลงมาคือ ขนาดเล็ก (ครึ่งกิโลกรัม)

และองค์ประกอบสำคัญที่ต้องเน้นคือเรื่องของ ข้อมูลโภชนาการ รองลงมาคือ เรื่องราวของสินค้า จากตารางที่ 13 และจากตารางที่ 14 ข้อมูลพบว่า สามสิ่งแรกที่กลุ่มเป้าหมายสังเกตบนบรรจุภัณฑ์ คือ คุณประโยชน์ คำโปรย และ ข้อมูล และจากการให้เหตุผลในการเลือกต้นแบบ แบบที่ 2 ของกลุ่มเป้าหมาย พบว่า เหตุผลจำนวนมากเกี่ยวข้องกับเรื่อง สีและลวดลายกราฟิก ที่ดึงดูดสายตา และสร้างความสนใจให้กลุ่มเป้าหมาย ผู้วิจัยจึงนำข้อดีข้อนี้มาพัฒนาใช้ด้วย

ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญและข้อเสนอแนะ พบว่า ประเด็นสำคัญหลัก คือเรื่องการสื่อสารที่ควรเน้นไปในทาง เรื่องราวของชุมพร เพราะนี่คือจุดขายของผลิตภัณฑ์ แต่ควรปรับรูปแบบให้ทันสมัยเพื่อให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมาย

ผลการพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร



ภาพประกอบ 9 แสดงผลการพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพประกอบ 10 แสดงผลการพัฒนาต้นแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพประกอบ 11 แสดงผลการแก้ไขปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์

ด้านข้อมูลที่เพิ่มไปในส่วนของการแก้ไขปรับปรุง คือเรื่องข้อมูล น้ำหนัก ปริมาณของสินค้า และเรื่องคุณประโยชน์ต่างๆที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญเป็นอันดับต้นๆ จากต้นแบบแรกที่ยังขาดข้อมูลส่วนนี้ไป



ภาพประกอบ 12 แสดงผลการแก้ไขปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์

ด้านข้อมูลโภชนาการได้เพิ่มเข้าไปในส่วนของการแก้ไขปรับปรุง ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และเพิ่มเรื่องราวของชุมชนด้วยการเน้นคำ และเปลี่ยนรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ ให้เป็นการเปิดบรรจุภัณฑ์ที่เหมือนกับการเปิดประตู เพื่อสื่อสารถึงจังหวัดชุมพร ที่เป็นประตูสู่ภาคใต้



ภาพประกอบ 13 แสดงรายละเอียดการแก้ไขปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพประกอบ 14 แสดงรายละเอียดการแก้ไขปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์

จากการเก็บข้อมูลด้านปัจจัยในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ประเภทข้าวสารบรรจุถุงของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญในเรื่องคุณภาพและคุณประโยชน์เป็นอย่างแรก

ผู้วิจัยจึงเลือกจัดองค์ประกอบใหม่ โดยใส่ข้อมูลคุณประโยชน์ต่างๆไว้ในองค์ประกอบด้านหน้าโดยเน้นจัดวางสิ่งสำคัญไปทางฝั่งซ้ายของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นจุดพ่วงสายตาที่คนส่วนมากกวาดสายตามาก่อนฝั่งด้านขวาตามหลักแนวคิดและทฤษฎีการออกแบบ เรื่องการจัดองค์ประกอบศิลป์ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายเรื่องข้อมูลด้านส่วนประกอบข้อแรกที่กลุ่มเป้าหมายเลือกสังเกตบนบรรจุภัณฑ์ประเภทข้าวสาร คือ คุณประโยชน์ ตามตารางที่ 14 เช่นเดียวกับคำโปรย ที่เป็นจุดรองลงมาที่กลุ่มเป้าหมายเลือกสังเกต ผู้วิจัยได้คิดคำโปรยที่ส่งเสริมต่อการขายและเพื่อเป็นการแสดงคุณภาพและคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ โดยใช้ข้อเด่นของผลิตภัณฑ์ ที่มีประโยชน์และยังหุงขึ้นหม้อ ส่วนจุดสำคัญที่สุดที่ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือและทำให้ผู้บริโภคเชื่อมั่นในคุณภาพคือชื่อผลิตภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ซึ่งบรรจุภัณฑ์เดิมไม่มีตราสัญลักษณ์ ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบให้สอดคล้องกับความเป็นชุมชน โดยจะอภิปรายในข้อต่อไป และจุดสุดท้ายคือตราสัญลักษณ์OTOP และ ตราสัญลักษณ์GI(สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์) ที่ผู้วิจัยได้ใส่เข้าไปในส่วนขวากลางซึ่งเป็นส่วนที่สายตาจะกวาดลงมาจบตรงจุดนี้ เพื่อสนับสนุนความน่าเชื่อถือจากข้อมูลในองค์ประกอบทั้งหมดที่ผ่านมา

ตราสัญลักษณ์สินค้า

แผนที่จังหวัดชุมพร



ภาพประกอบ 15 แสดงการออกแบบตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิว

จากการเก็บข้อมูลข้อเสนอแนะของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่ให้คำแนะนำว่าควรมีตราสัญลักษณ์สินค้า(LOGO) ผู้วิจัยจึงได้ออกแบบตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ใช้

รูปทรงของแผนที่ภูมิประเทศของจังหวัดชุมพรที่เอียงขึ้นไปทางขวาเป็นรูปทรงในการออกแบบ และตัดทอนกราฟิกออกมาเป็นรวงข้าว ทางซ้ายแบ่งเป็นเม็ดข้าว 4 เม็ด เพื่อสอดคล้องต่อแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอันโดดเด่นของจังหวัดชุมพรที่ใช้ชื่อว่า ชุมพร 4 มิติ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วนหลักๆ และเพื่อสื่อถึงความหลากหลายทางชาติพันธุ์ของชุมพร ที่มีคนหลากหลายมากมายอยู่รวมกันที่นี่ ส่วนข้างใต้ตราสัญลักษณ์บ่งบอกถึงชื่อกลุ่มหมู่บ้านผู้ผลิตข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร โดยใช้ฟอนต์ลายมือ เพื่อให้ดูเป็นมิตรและเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้ง่าย



ภาพประกอบ 16 แสดงรายละเอียดการแก้ไขปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพประกอบ 17 แสดงรายละเอียดการแก้ไขปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์

จากข้อมูลการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบในบรรจุภัณฑ์ประเภทข้าวสารของกลุ่มเป้าหมายตามตารางที่ 13 พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญที่สุดของกลุ่มเป้าหมาย คือเรื่องข้อมูลโภชนาการ จากบรรจุภัณฑ์แบบเดิมที่ไม่แสดงข้อมูลทางโภชนาการ ผู้วิจัยได้ค้นหาข้อมูลและจัดวางองค์ประกอบข้อมูลทางโภชนาการลงไปในทางด้านข้างของบรรจุภัณฑ์ รวมถึงข้อมูลจากข้อเสนอแนะของกลุ่มเป้าหมาย ต้องการให้เพิ่มข้อมูลด้านปริมาณและราคาอย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงได้ใส่ข้อมูลลงไปในด้านข้างให้ชัดเจน โดยเลือกขนาดกลาง (1 กิโลกรัม) และขนาดเล็ก (500 กรัม) จาก

เดิมที่มีเพียงขนาด 3 กิโลกรัม ตามข้อมูลความเหมาะสมของขนาดบรรจุภัณฑ์ข้าวสาร สำหรับกลุ่มเป้าหมายในตารางที่ 12 ที่เลือกขนาดกลางเป็นอันแรกและรองลงมาคือขนาดเล็ก ซึ่งสอดคล้องต่อข้อมูลส่วนบุคคลด้านที่พักอาศัยและจำนวนผู้อยู่อาศัยซึ่งส่วนใหญ่อาศัยอยู่แค่ 1-2 คน และอาศัยอยู่คอนโด จึงสัมพันธ์กับปริมาณข้าวสารที่กลุ่มเป้าหมายจะเลือกซื้อ



ภาพประกอบ 18 แสดงรายละเอียดการแก้ไขปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์

จากข้อมูลผลการให้ความสำคัญกับองค์ประกอบในบรรจุภัณฑ์ประเภทข้าวสารของกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญด้านเรื่องราวเป็นอันดับที่ 2 ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ ที่เห็นตรงกันว่าควรเน้นเรื่องราวของชุมพร เพราะเป็นจุดที่สามารถสร้างความแตกต่างจากแบรนด์อื่นได้ ผู้วิจัยจึงออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ใหม่ เป็นรูปแบบ

คลุมสินค้า(JACKET) โดยใช้วิธีการเปิดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นรูปแบบเหมือนการเปิดประตูเพื่อเปรียบเทียบเหมือนการเปิดประตูสู่ภาคใต้ เนื่องด้วยจังหวัดชุมพรที่เป็นประตูสู่ภาคใต้ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีนี้ในการสื่อสารถึงเรื่องราวของชุมพร โดยได้ใช้ประโยคเชิญชวนให้ผู้บริโภคได้เปิดออกดูความเป็นชุมพร และได้ช่วยสนับสนุนกลุ่มชาวบ้านจากการเปิดผลิตภัณฑ์และลงบริโภค

ขั้นตอนที่5 นำไปประเมินผลหลังปรับปรุงและพัฒนากับผู้เชี่ยวชาญ

หลังจากที่ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ตามข้อมูลที่ได้เก็บมาแล้ว ผู้วิจัยได้นำรูปแบบที่พัฒนามาแล้วนี้ ให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านประเมินผล และให้คำแนะนำ ด้วยวิธีการสัมภาษณ์ และจดบันทึก ได้ข้อมูลดังนี้

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่1 ให้ความเห็นว่า รูปแบบที่พัฒนามานี้ ถือว่าสามารถปรับและแก้ไขข้อผิดพลาดของแบบเก่าได้ค่อนข้างดี นอกจากนี้ยังทำให้ดูร่วมสมัยได้มากกว่าแบบแรก ซึ่งถือเป็นข้อดี แต่ควรระวังเรื่องของการผลิต เกรดสีในคอมพิวเตอร์ กับเกรดสีหลังการพิมพ์อาจต่างกัน ทำให้สีของบรรจุภัณฑ์อาจเปลี่ยนไปได้ เรื่องของรูปแบบ ถือว่าสามารถใส่เรื่องราวของชุมพรเข้าไปผ่านโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ได้ และไม่จำเป็นต้องเป็นรูปแบบที่ยุ่งยากอะไร เหมาะกับการทำภายในธุรกิจชุมชนเล็ก ๆ ได้ดี

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่2 ให้ความเห็นว่า รูปแบบที่พัฒนามานี้ เหมาะและตรงกับกลุ่มเป้าหมายมากขึ้น สามารถทำให้ทันสมัยและเข้าถึงคนเมืองได้ง่ายขึ้นอีกด้วย รวมถึงเรื่องการขนส่ง รูปแบบที่พัฒนามานี้ อาจเหมาะสมมากกว่าแบบก่อน สามารถขนส่งแฉจัดเรียงได้ง่ายกว่า ไม่เปลืองพื้นที่ ในขณะที่เดียวกัน การตัดรูปออกไปแม้จะทำให้ดูเรียบง่ายทันสมัยขึ้น แต่อาจตัดความเป็นเรื่องราวของตัวข้าวและชุมพรไปได้ การทำโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็นรูปแบบเปิดเพื่อสื่อถึงการเปิดประตูสู่ภาคใต้ ถือเป็นวิธีที่ดี และเชื่อมโยงตัวผลิตภัณฑ์ไปถึงความเป็นชุมพรได้

ผู้เชี่ยวชาญท่านที่3 ให้ความเห็นว่า รูปแบบที่พัฒนามานี้ ถือว่าตรงตามความต้องการ ที่จะขยายกลุ่มลูกค้า ไปเป็นกลุ่มคนวัยทำงานอายุ20-50ปี คิดว่าเป็นรูปแบบที่สวยงาม และอาจทำให้คนสนใจในจังหวัดชุมพรและผลิตภัณฑ์ของภาคใต้มากขึ้น

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ในการวิจัยเรื่องการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาค้นคว้าแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าว และ เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยและพัฒนา (The Research and Development) เพื่อยกระดับคุณภาพสินค้าข้าวเหลืองประทิวของหมู่บ้านเกาะเสม็ด และเพื่อเป็นตัวอย่างแก่ผลิตภัณฑ์อื่นๆของชุมชนในเรื่องของการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยบรรจุภัณฑ์ การวิจัยครั้งนี้มีระยะเวลาในการดำเนินการวิจัย ตั้งแต่เดือนธันวาคม พ.ศ. 2561 ถึง พฤษภาคม พ.ศ. 2565 โดยผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและตำรางานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ งานวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วยวิธีการดำเนินงานวิจัยทั้งหมด 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาปัญหาและเก็บข้อมูลแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร ขั้นตอนที่ 2 พัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร ขั้นตอนที่ 3 ทดสอบความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นมาในขั้นต้น ขั้นตอนที่ 4 ปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ขั้นตอนที่ 5นำไปประเมินผลหลังปรับปรุงและพัฒนากับผู้เชี่ยวชาญ หลังจากได้ผลการดำเนินงานแล้ว สามารถสรุปผลการดำเนินงานโดยแบ่งหัวข้อการสรุปผลได้ดังนี้

- 1.สรุปผลการวิจัย
- 2.อภิปรายผลการวิจัย
- 3.ข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาองค์ประกอบต่างๆที่ควรใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิวจังหวัดชุมพร และเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองประทิว จังหวัดชุมพร เพื่อให้เกิดการยกระดับคุณภาพสินค้าข้าวเหลืองประทิวของหมู่บ้านเกาะเสม็ด นอกจากนี้ยังสามารถเป็นตัวอย่งและแนวทางแก่ผลิตภัณฑ์อื่นๆของชุมชนในเรื่องของการสร้างมูลค่าเพิ่มด้วยบรรจุภัณฑ์ และเพื่อสำรวจความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคข้าวสารบรรจุถุงเพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ผลิตและชุมชน โดยมีเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อให้บรรลุจุดประสงค์ดังกล่าว ด้วยการทำแบบสอบถามเพื่อหาข้อมูลในด้านต่างๆ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่มดังนี้

1. กลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มคนในวัยทำงานตั้งแต่อายุ 20-55) จำนวน 100 คน
2. กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆ (ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านการสื่อสารและการวางแผนกลยุทธ์ และผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ข้าวสาร) จำนวน 3 ท่าน

แนวทางในการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็น 2 ส่วนหลักๆคือ การแก้ปัญหาจากผลิตภัณฑ์เก่า และการขยายกลุ่มเป้าหมายสำหรับผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่

ส่วนที่1 การแก้ปัญหาจากผลิตภัณฑ์เก่า จากการได้ลงพื้นที่และสอบถามถึงปัญหาสามารถสรุปผลได้ว่า บรรจุภัณฑ์เก่ามีปัญหาในเรื่องของกลุ่มลูกค้าเป็นหลัก เนื่องจากมีเพียงกลุ่มลูกค้าเดียวซึ่งเป็นลูกค้าเดิม บรรจุภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จัก และรูปแบบยังไม่สามารถสร้างความน่าสนใจให้กลุ่มลูกค้าใหม่ๆได้ นี่จึงเป็นสาเหตุหลักที่ทำให้มีแค่เพียงลูกค้าเดิมๆที่บริโภคผลิตภัณฑ์ การแก้ปัญหาจึงต้องปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ให้เข้ากับกลุ่มลูกค้าเป้าหมายใหม่ และสร้างภาพจำให้กับสินค้าให้ได้ ซึ่งนำไปสู่ส่วนที่2

ส่วนที่2 การขยายกลุ่มเป้าหมายสำหรับผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ โดยผู้วิจัยได้ทำแบบสอบถามเพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายรวมถึงสอบถามปัจจัยและองค์ประกอบต่างๆในการเลือกซื้อสินค้าประเภทข้าวสารบรรจุถุง เพื่อนำข้อมูลมาใช้ในการพัฒนารูปแบบ การจัดองค์ประกอบที่เหมาะสมต่อกลุ่มเป้าหมาย จากการนำเสนอต้นแบบที่ได้ออกแบบมา4แบบ เพื่อให้กลุ่มเป้าหมายได้เลือกแบบที่พึงพอใจมากที่สุด และนำมาพัฒนาต่อ

ผลจากแบบสอบถามในส่วนความคิดเห็นต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทข้าวสารพบว่า องค์ประกอบที่สำคัญที่สุดที่มีผลต่อกลุ่มเป้าหมาย และเป็นปัจจัยในการเลือกสินค้าคือ องค์ประกอบด้านข้อมูลโภชนาการ ที่กลุ่มเป้าหมายต้องการข้อมูลที่ชัดเจน และองค์ประกอบด้านเรื่องราวที่มาที่ไปของสินค้า และผลพบว่าส่วนประกอบแรกที่กลุ่มเป้าหมายจะเลือกอ่านหรือสังเกต คือ คุณประโยชน์ที่จะได้รับ ส่วนในเรื่องโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ กลุ่มเป้าหมายเลือกบรรจุภัณฑ์แบบเห็นเม็ดข้าว และมีขนาดที่เหมาะสมกับไลฟ์สไตล์คือขนาดกลางและเล็ก

ผลจากการนำเสนอต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวชุมพร 4 รูปแบบ ต่อกลุ่มเป้าหมาย

การประเมินผลของแบบที่ 1 พบว่า มีความเหมาะสมด้านการสื่อสารเป็นอันดับที่ 3 ความเหมาะสมด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เป็นอันดับที่3 ความเหมาะสมด้านการออกแบบเป็นอันดับที่3 ความเหมาะสมด้านการแข่งขันทางธุรกิจเป็นอันดับ3 และความเหมาะสมด้านการรับรู้เป็นอันดับ3

การประเมินผลของแบบที่ 2 พบว่า มีความเหมาะสมด้านการสื่อสารเป็นอันดับที่ 1 ความเหมาะสมด้านโครงสร้างบรรจุกฎเกณฑ์เป็นอันดับที่ 1 ความเหมาะสมด้านการออกแบบเป็นอันดับที่ 1 ความเหมาะสมด้านการแข่งขันทางธุรกิจเป็นอันดับ 1 และความเหมาะสมด้านการรับรู้เป็นอันดับ 1

การประเมินผลของแบบที่ 3 พบว่า มีความเหมาะสมด้านการสื่อสารเป็นอันดับที่ 2 ความเหมาะสมด้านโครงสร้างบรรจุกฎเกณฑ์เป็นอันดับที่ 2 ความเหมาะสมด้านการออกแบบเป็นอันดับที่ 2 ความเหมาะสมด้านการแข่งขันทางธุรกิจเป็นอันดับ 2 และความเหมาะสมด้านการรับรู้เป็นอันดับ 2

การประเมินผลของแบบที่ 4 พบว่า มีความเหมาะสมด้านการสื่อสารเป็นอันดับที่ 4 ความเหมาะสมด้านโครงสร้างบรรจุกฎเกณฑ์เป็นอันดับที่ 4 ความเหมาะสมด้านการออกแบบเป็นอันดับที่ 4 ความเหมาะสมด้านการแข่งขันทางธุรกิจเป็นอันดับ 4 และความเหมาะสมด้านการรับรู้เป็นอันดับ 4

จากการสรุปข้อมูลจะเห็นได้ว่าการประเมินผลงานและการให้คะแนนของกลุ่มเป้าหมาย ล้วนไปในทางเดียวกัน และสรุปผลได้ว่า กลุ่มเป้าหมายมีความพึงพอใจรูปแบบบรรจุกฎเกณฑ์แบบที่ 2 และให้คะแนนเป็นอันดับ 1 ในทุกๆ ด้าน

นอกจากนี้ผู้วิจัยยังได้สอบถาม กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ และได้นำเสนอต้นแบบบรรจุกฎเกณฑ์ 4 รูปแบบ เช่นกัน ซึ่งผลการประเมินพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความพึงพอใจในแบบที่ 2 และคิดว่าเป็นรูปแบบที่เหมาะสมในการนำมาพัฒนาต่อมากที่สุด พร้อมได้เสนอแนะส่วนที่ควรเพิ่มและแก้ไข โดยสรุปเป็นประเด็นหลักได้ดังนี้ เพิ่มข้อมูลโภชนาการ เน้นเรื่องของคุณประโยชน์ให้ชัด และนำเสนอผ่านเรื่องราวของชุมพร

หลังจากได้แก้ไขตามข้อมูลของกลุ่มเป้าหมาย และข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ จึงนำมาประเมินผลอีกครั้งกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยสรุปผลได้ว่า รูปแบบที่พัฒนามาแล้วนี้ มีความเหมาะสมและ ตรงไปตามเป้าหมายของวัตถุประสงค์ที่ต้องการจะขยายกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบบรรจุกฎเกณฑ์สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าได้ และยังนำเสนอเรื่องราวของชุมพรผ่านรูปแบบบรรจุกฎเกณฑ์ได้ดี

อภิปรายผลการวิจัย

การออกแบบและพัฒนาบรรจุกฎเกณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร เป็นการออกแบบและพัฒนาจากการศึกษาและแก้ไขปัญหาของบรรจุกฎเกณฑ์ในรูปแบบเดิม โดยพบว่าบรรจุกฎเกณฑ์แบบเดิมยังมีปัญหาทางด้านการสื่อสาร และการใช้เป็นสื่อการตลาดการขาย ตามแนวคิดและทฤษฎีการออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ เรื่องวัตถุประสงค์ของบรรจุกฎเกณฑ์ ที่ใช้เป็นสื่อการตลาด

ชาย เพื่อช่วยสร้างคุณค่าความน่าเชื่อถือและความนิยมให้แก่ผู้บริโภค โดยการออกแบบรูปทรงและกราฟิก พร้อมแสดงข้อความ ฉลาก ตราเครื่องหมายการค้า และสัญลักษณ์อื่นๆ ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค (สมพงษ์ เฟื่องอารมย์, 2007) อีกทั้งยังขาดคุณสมบัติเลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ในเรื่องการแสดงบุคลิกของสินค้า ที่ควรแสดงออกทางความรู้สึกที่สอดคล้องกลมกลืนกับประเภทสินค้า หรือตราสินค้าตามวัตถุประสงค์ที่ผู้ผลิตต้องการให้เป็นด้วย (ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์, 2010) การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร เป็นนวัตกรรมที่ช่วยส่งเสริมการขายและการใช้เป็นการตลาด เนื่องจากผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจแนวทางในการออกแบบเพื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายคนวัยทำงานอายุ 20-55 ปี ที่อาศัยอยู่ในเมือง โดยผลการประเมินที่ได้รับจากกลุ่มเป้าหมายและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญพบว่า บรรจุภัณฑ์ แบบที่2 ที่พัฒนามาในขั้นต้น ได้รับการลงคะแนนให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ชื่นชอบมากที่สุดเป็นอันดับ 1 จากเหตุผลที่กลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่าบรรจุภัณฑ์มีความดึงดูดสายตา ด้วยการจัดองค์ประกอบของสีและลวดลายที่สามารถสร้างความแตกต่างและความน่าสนใจให้แก่กลุ่มเป้าหมายได้ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีหลักการออกแบบของ (ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์, 2010) แสดงผลให้เห็นว่า คุณสมบัติเลขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ เรื่องการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย ในขณะเดียวกันกลุ่มเป้าหมายยังได้ให้เหตุผลอีกว่าบรรจุภัณฑ์ดูมีเรื่องราวและให้ความรู้สึกธรรมชาติปลอดภัยและออกแกนิคที่สุด ซึ่งคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีการออกแบบ เพื่อการทำหน้าที่ทางการตลาด เรื่องการแสดงตัวสื่อความหมาย แสดงบุคลิกซึ่งเป็นการแสดงออกโดยมุ่งหวังให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกอย่างไรอย่างหนึ่งต่อสินค้า หรือตราสินค้านั้นๆ และ เพื่อสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภค (ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์, 2010) แบบที่3 ได้รับการลงคะแนนให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ชื่นชอบมากที่สุดเป็นอันดับ 2 จากเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า มีความเรียบง่ายและเห็นตัวผลิตภัณฑ์เม็ดข้าวชัดเจนที่สุด ขณะเดียวกันยังให้ความรู้สึกถึงคุณภาพและความคุ้มค่าต่อสุขภาพเป็นไปตามการคาดการณ์จากข้อมูลเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสุขภาพของเว็บไซต์ Designer people ที่ให้ข้อมูลไว้ว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ควรจัดวางองค์ประกอบให้น้อยและไม่แออัด โดยเน้นไปที่ข้อความสำคัญที่ต้องการสื่อสาร แบบที่1 ได้รับการลงคะแนนให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ชื่นชอบมากที่สุดเป็นอันดับ 3 จากเหตุผลจากเหตุผลที่ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า มีรูปแบบที่น่าสนใจ แต่ไม่เห็นเม็ดข้าวทำให้ยากต่อการตัดสินใจ แต่ในขณะเดียวกันรูปแบบนี้ให้ความรู้สึกถึงความแตกต่างแปลกใหม่ และให้ความรู้สึกถึงความคุ้มค่าแบบที่4 ได้รับการลงคะแนนให้เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ชื่นชอบเป็นอันดับสุดท้าย จากเหตุผลที่ผู้ตอบ

แบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นตรงกันว่า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่เหมือนบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าว ทำให้เกิดความสับสน และยังขาดการสื่อสารถึงเรื่องราว คุณภาพ ความออแกนิก แต่ยังให้ความรู้สึกที่แตกต่างและแปลกใหม่ จากข้อมูลทั้งหมดนี้ ได้ตอบวัตถุประสงค์จากการศึกษาองค์ประกอบต่างๆ ที่ควรใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร ผู้วิจัยได้นำผลที่ได้จากการศึกษามาใช้ในการพัฒนาเป็นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเหลืองปะทิวจังหวัดชุมพร จนได้ออกมาเป็นรูปแบบที่เหมาะสมที่สุด นอกจากนี้การวิจัยยังพบว่า องค์ประกอบที่ควรให้ความสำคัญในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวเหลืองปะทิวมากที่สุด และเป็นองค์ประกอบที่กลุ่มเป้าหมายให้ความสำคัญและส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเลือกซื้อสินค้ามากที่สุด คือองค์ประกอบด้านข้อมูลทางโภชนาการ และเรื่องราวของสินค้า โดยตำแหน่งแรกที่กลุ่มเป้าหมายจะเลือกสังเกตุมองบนบรรจุภัณฑ์คือ คุณประโยชน์ของสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลของ สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ เรื่องการซื้ออาหารเพื่อสุขภาพ ที่วิเคราะห์ไว้ว่า คนรุ่นใหม่และคนในวัยทำงานหันมาสนใจเรื่องของสุขภาพกันมากขึ้น โดยเฉพาะในเรื่องคุณประโยชน์ของอาหารที่บริโภค อาหารออร์แกนิกกลายเป็นความนิยมของคนรุ่นใหม่ และจะได้รับความนิยมมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งการซื้อผ่านออนไลน์และออฟไลน์ โดยเฉพาะในปี 2564

ข้อเสนอแนะ

จากการวิจัยแล้วพบว่า มีปัจจัยหลายๆอย่างในการที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ขึ้นหนึ่งให้บรรลุเป้าหมาย ต้นทุนการผลิตเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญต่อการพัฒนา หากสามารถลงทุนในด้านบรรจุภัณฑ์ได้อย่างเต็มที่และตามความสมควร ผู้วิจัยเชื่อว่าจะสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และสร้างรายได้กลับมามากกว่าที่เสียไปกับการลงทุน

จากรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนามา เป็นการพัฒนาโดยคำนึงถึงต้นทุนการผลิต ที่ต้องการให้มีต้นทุนที่ต่ำที่สุด โดยเป็นการพิมพ์สกรีนเพียงด้านเดียว แต่หากกลุ่มชุมชนหรือผู้ผลิตสามารถลงทุนต่อต้นทุนในจุดนี้ได้มาก ผู้วิจัยแนะนำว่าบรรจุภัณฑ์สามารถใส่เรื่องราวด้วยการพิมพ์สกรีนเข้าไปในบรรจุภัณฑ์อีกฝั่งได้เพื่อเป็นการเพิ่มเรื่องราวและบอกเล่าถึงเรื่องราวของชุมพรหรือผลิตภัณฑ์ได้มากขึ้น และจะสามารถช่วยเพิ่มลูกเล่นในการเปิดบรรจุภัณฑ์ เข้าไปอ่านข้อมูลผลิตภัณฑ์หรือเรื่องราวของชุมชนได้มากขึ้น

บรรณานุกรม

กรมการข้าว, ส. (2559). องค์ความรู้เรื่องข้าว. สืบค้นจาก

<http://www.ricethailand.go.th/Rkb/postharvest/index.php-file=content.php&id=6.htm?fbclid=IwAR2FqxqctANDBqY3uXlwCWueoOhoRgjqDjK1UYIAwKfrbC6OrKQqIBGpRbs>

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2551). ประกาศโฆษณาการรับขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์. สืบค้นจาก

<http://www.ipthailand.go.th/th/%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A8%E0%B9%82%E0%B8%86%E0%B8%A9%E0%B8%93%E0%B8%B2/item/%E0%B8%82%E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A7%E0%B9%80%E0%B8%AB%E0%B8%A5%E0%B8%B7%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%9B%E0%B8%A3%E0%B8%B0%E0%B8%97%E0%B8%B4%E0%B8%A7%E0%B8%8A%E0%B8%B8%E0%B8%A1%E0%B8%9E%E0%B8%A3.html>

ค่านาย อภิปรีชญาสกุล. (2557). สินค้าและบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: โฟกัสมีเดียแอนด์พับลิชชิง

ณกร อูไรรัตน์. (2559). การศึกษาเพื่อการพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเจ้าเขยเส้าไห้จ.

สระบุรี. (ปริญญาานิพนธ์ปริญญาคุษฎิบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, กรุงเทพฯ.

ประชิด ทิณบุตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์

ปุ่น คงเจริญเกียรติและ สมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ: สมาคมการบรรจุภัณฑ์ไทย.

ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. (2553). หลักการออกแบบ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไฉไล

สมพงษ์ เฟื่องอารมย์ (2550). บรรจุภัณฑ์เพื่อการส่งออก. กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือดูฟ้าลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อารยะ ศรีกัลยาณบุตร. (2541). การออกแบบตราสัญลักษณ์. กรุงเทพฯ: วิสคอมเซ็นเตอร์.

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	ทัศนพล พึ่งผล
วัน เดือน ปี เกิด	3 มีนาคม 2538
สถานที่เกิด	กรุงเทพมหานคร
ที่อยู่ปัจจุบัน	1946/1 ถนนกรุงเทพ-นนท์ เขตบางซื่อ แขวงวงศ์สว่าง กทม. 10800

