

# การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ

## The Study and Development Package Big Farm System Products (Mango Barracuda) of Samutprakran

วันที่รับบทความ: 7 กุมภาพันธ์ 2568

วันที่แก้ไขบทความ: 12 มีนาคม 2568

วันที่ตอบรับบทความ: 14 มีนาคม 2568

พงศ์พินิจ พินิจคำ<sup>1\*</sup>

ชาคริต เกตุเรืองโรจน์<sup>2</sup>

### บทคัดย่อ

การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ และเพื่อประเมินความพึงพอใจของเกษตรกรและผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ กลุ่มตัวอย่างคือ ตัวแทนเกษตรกรแปลงใหญ่มะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ ตัวแทนเจ้าหน้าที่เกษตรจังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 5 ท่าน ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาดและนักออกแบบ จำนวน 3 ท่าน เกษตรกรผู้ผลิตและผู้บริโภคมะม่วงน้ำดอกไม้ จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ แบบสอบถามความคิดเห็นด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ สามารถมองเห็นสินค้าด้านในได้ชัดเจน มีช่องสำหรับระบายอากาศ มีขนาดที่เหมาะสมกับสินค้า สามารถนำพา วางทับซ้อนกันได้สะดวกในการขนส่งทางไปรษณีย์ และผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเกษตรกร ผู้บริโภค ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ ผลประเมินความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก คือ แบบที่ 2 มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.10, S.D.=0.77) แบบที่ 3 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.09, S.D.=0.86) และแบบที่ 1 มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =3.67, S.D.=0.85)

**คำสำคัญ:** พัฒนาบรรจุภัณฑ์ สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ มะม่วงน้ำดอกไม้

<sup>1</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบทัศนศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

\* ผู้ประสานงานหลัก e-mail: pongpinij.pi@dru.ac.th

<sup>2</sup> อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบนิเทศศิลป์และออกแบบดิจิทัล คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี  
e-mail: chakrit.k@dru.ac.th

# The Study and Development Package Big Farm System Products (Mango Barracuda) of Samutprakran

Received: February 7, 2024

Revised: March 12, 2024

Accepted: March 14, 2024

Pongpinij Pinijsdam <sup>1\*</sup>

Chakrit Ketruangroch <sup>2</sup>

## Abstract

The study and development of large-scale agricultural product packaging (Nam Dok Mai mango) in Samut Prakan Province aimed to develop large-scale agricultural product packaging (Nam Dok Mai mango) in Samut Prakan Province and to assess the satisfaction of farmers and consumers with large-scale agricultural product packaging (Nam Dok Mai mango) in Samut Prakan Province. The sample groups were representatives of large-scale agricultural farmers in Nam Dok Mai mango in Samut Prakan Province, 5 representatives of agricultural officers in Samut Prakan Province, an expert in packaging design, and 3 marketing experts and designers, and 30 farmers who produced and consumed Nam Dok Mai mango. The research instruments were interview forms for packaging development needs, questionnaires on opinions on packaging development, and satisfaction assessment forms for large-scale agricultural product packaging (Nam Dok Mai mango) in Samut Prakan Province. The results of the research found that the new packaging structure allowed the product to be clearly seen inside, had ventilation holes, was appropriately sized for the product, could be stacked, and was convenient for postal transportation. The satisfaction assessment results of farmers and consumers towards large-scale agricultural product packaging (Nam Dok Mai mango) in Samut Prakan Province showed that the satisfaction assessment results were at a very satisfactory level, i.e., Type 2 had an average value ( $\bar{X}=4.10$ , S.D.=0.77), and Type 3 had satisfaction. Type 1 was at a very satisfactory level with an average of ( $\bar{X}=4.09$ , S.D.=0.86) and Type 2 was at a very satisfactory level with an average of ( $\bar{X}=3.67$ , S.D. = 0.85).

**Keywords:** Development package, Big Farm System products, Mango Barracuda

---

<sup>1</sup> Lecturer, Program of Visual Arts Design, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thonburi Rajabhat University

\* Corresponding author e-mail: pongpinij.pi@dru.ac.th

<sup>2</sup> Lecturer, Program of Graphic Design and Digital Design, Faculty of Humanities and Social Sciences, Thonburi Rajabhat University

e-mail: chakrit.k@dru.ac.th

## บทนำ

ตามนโยบายและหลักเกณฑ์ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ มีเจตนารมณ์ในการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาในพื้นที่จังหวัดอุตสาหกรรม เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์โลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาว่า “เป็นศูนย์กลาง Logistics เพื่อการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมและอุตสาหกรรม การขับเคลื่อนยุทธศาสตร์เพื่อเตรียมความพร้อมคน สังคม และระบบเศรษฐกิจของประเทศให้สามารถรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม ซึ่งยุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับภาคการเกษตร ได้แก่ การสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจและแข่งขันได้อย่างยั่งยืน เพื่อเตรียมความพร้อมคน สังคม และระบบเศรษฐกิจให้สามารถปรับตัวรองรับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม โดยส่งเสริมการวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีการผลิต และรูปแบบผลิตภัณฑ์เกษตรแปรรูปใหม่ ๆ เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มความหลากหลายของสินค้า และพัฒนารูปแบบ กระบวนการถ่ายทอดความรู้ เพื่อปรับระบบการผลิตที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ ส่งเสริมการผลิตสินค้าเกษตรและอาหารให้ได้คุณภาพมาตรฐานและความปลอดภัย และการบริโภค และขับเคลื่อนการผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์อย่างจริงจัง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559)

จากการสำรวจเบื้องต้น พบว่า ระบบส่งเสริมเกษตรแบบแปลงใหญ่ จังหวัดสมุทรปราการ มีทั้งหมด 14 แปลง แปลงใหญ่มะม่วงน้ำดอกไม้ของจังหวัดสมุทรปราการ ถือเป็นหนึ่งสินค้าเกษตรที่ขึ้นชื่อ อีกทั้งเป็นหนึ่งในผลิตภัณฑ์ของโครงการเกษตรแปลงใหญ่ จังหวัดสมุทรปราการ ได้รับการรับรองมาตรฐาน GAP มะม่วงน้ำดอกไม้ของจังหวัดสมุทรปราการมีความโดดเด่นในเรื่องรสชาติที่หอมหวาน ผลอวบ เนื้อแน่นแห้ง สีจำปา เปลือกบางมาก สีเหลืองอมเขียว จังหวัดสมุทรปราการจึงได้ดำเนินการส่งเสริมและพัฒนาเกษตรกรชาวสวน มีการจัดงานประจำปีเพื่อนำผลผลิตออกจำหน่าย และประชาสัมพันธ์ให้เป็นที่รู้จัก

ผู้วิจัยจึงได้เล็งเห็นความสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของสินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ มะม่วงน้ำดอกไม้จังหวัดสมุทรปราการ ที่ยังไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ยังไม่มีเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ไม่สามารถถือนำพาได้สะดวก หรือวางทับซ้อนกันได้ในการจัดเก็บหรือขนส่ง ทั้งการขนส่งด้วยตนเองและขนส่งทางไปรษณีย์ ความแข็งแรงที่ไม่สามารถปกป้องสินค้าที่อยู่ภายในให้มีความปลอดภัยไม่เกิดการเสียหาย ด้านความเหมาะสมไม่สามารถนำไปผลิตในเชิงการค้าได้ ส่งเสริมคุณค่าของสินค้า คุ่มค่าแก่การลงทุน หรือการวางจำหน่ายตามห้างสรรพสินค้า ออกร้านงานแสดงสินค้าต่าง ๆ บรรจุภัณฑ์ใหม่จะทำหน้าที่ประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขายสินค้ามะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ ทั้งยังเป็นการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความน่าสนใจ สวยงาม สร้างภาพลักษณ์อัตลักษณ์ให้เป็นที่จดจำและเป็นการเพิ่มยอดขาย และยังส่งเสริมภาพลักษณ์ให้กับสินค้ามะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการให้เป็นที่รู้จัก สร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคมากขึ้น รวมถึงการทำให้บรรจุภัณฑ์มีความทันสมัยและเหมาะสมกับสภาพสังคมปัจจุบัน ที่เป็นสังคมการจำหน่ายออนไลน์ และเหมาะสมกับการขนส่งในปัจจุบัน

## วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ

2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของเกษตรกรและผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบ  
แปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ

## วิธีดำเนินการวิจัย

### ประชากร

1. เกษตรกรแปลงใหญ่มะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ
2. ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์
3. นักการตลาด

### กลุ่มตัวอย่าง

คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เทคนิคการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) ตามทฤษฎีของ  
พรสรวง วงศ์สิงห์ทอง (2550, หน้า 125) ได้แก่ 1) ตัวแทนเกษตรกรแปลงใหญ่มะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัด  
สมุทรปราการ และ 2) ผู้บริโภคมะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ รวมกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น จำนวน 30 คน

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

#### 1. แบบสัมภาษณ์ เป็นการกำหนดรูปแบบ (standardized or structured interview)

1.1 แบบสัมภาษณ์ความต้องการด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้สมุทรปราการ  
จากตัวแทนเกษตรกรแปลงใหญ่ และตัวแทนเจ้าหน้าที่เกษตรจังหวัดสมุทรปราการ รวม 5 ท่าน โดยใช้  
เทคนิคการเลือกแบบเจาะจง (พรสรวง วงศ์สิงห์ทอง, 2550, หน้า 125)

1.2 แบบสอบถามความคิดเห็นด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้สมุทรปราการ  
จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักการตลาด และนักออกแบบ จำนวน 3 ท่าน

2. แบบสอบถามความพึงพอใจ เพื่อใช้ประเมินความพึงพอใจของเกษตรกรและผู้บริโภคที่มีต่อ  
บรรจุภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้สมุทรปราการ จำนวน 3 รูปแบบ จากตัวแทนเกษตรกรและผู้บริโภคมะม่วง  
น้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 30 คน ใช้เทคนิคการสุ่มแบบเจาะจง โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่าง  
จากตารางขนาดของกลุ่มตัวอย่างของเครซีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970 อ้างถึงใน ธีรภูมิ  
เอกะกุล, 2542, หน้า 3)

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งที่มาของข้อมูลเพื่อใช้ในการดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ แหล่งข้อมูล  
ปฐมภูมิและแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (primary data) ทำการศึกษาปัญหาของบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบ  
แปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการรูปแบบเดิม
2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัย  
ที่เกี่ยวข้องกับ แนวคิดการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ แนวคิดการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์  
ทฤษฎีการสื่อสาร ทฤษฎีสวนประสมทางการตลาดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงการขอความอนุเคราะห์  
ข้อมูลจากสำนักงานเกษตรจังหวัดสมุทรปราการ หน่วยงาน องค์กร และจากแหล่งข้อมูลอื่น ๆ ได้แก่  
ผลงานวิทยานิพนธ์ บทความ วารสาร และเว็บไซต์ต่าง ๆ

### การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ผู้วิจัยได้วิเคราะห์แบบสัมภาษณ์ โดยใช้ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ในการวิเคราะห์
2. วิเคราะห์ความคิดเห็นต่างๆ ที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลเพื่อออกแบบแบบร่างโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้ สมุทรปราการ จำนวน 5 รูปแบบ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ จากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักการตลาด และนักออกแบบ จำนวน 3 ท่าน เพื่อหารูปแบบโครงสร้างที่เหมาะสม นำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการจัดลำดับค่าคะแนน มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) ตามวิธีของ (Likert, 1967 อ้างถึงใน พวงรัตน์ ทวีรัตน์, 2543, หน้า 107) สรุปข้อเสนอแนะเพิ่มเติมของผู้เชี่ยวชาญ แปลความหมายของข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยของคะแนน ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อสรุปให้เหลือเพียง 3 รูปแบบ
3. วิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามความพึงพอใจ เพื่อใช้ประเมินความพึงพอใจของเกษตรกรและผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 รูปแบบ จากตัวแทนเกษตรกรแปลงใหญ่มะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ และผู้บริโภคมะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 30 คน ทำการวิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ยร้อยละ และค่าเฉลี่ยมาตราส่วนประมาณค่าของแบบสอบถามความพึงพอใจ กำหนดค่าคะแนน เป็น 5 ระดับ (rating scale) สรุปข้อเสนอแนะเพิ่มเติม แปลความหมายของข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยของคะแนน ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

### ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (Marketing Mix) ของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ

| การวิเคราะห์ผล   | ผลการวิเคราะห์   |
|--|--|
| ผลิตภัณฑ์ (product)                                      | มะม่วงน้ำดอกไม้เบอร์ 4 ผลสุกมีผิวสีเหลืองเข้ม หรือเหลืองทอง เปลือกบาง เนื้อผลสีเหลืองอมส้ม เนื้อละเอียด ไม่มีเสี้ยน รสชาติหวานละมุน ไม่หวานแหลม มีกลิ่นหอม เมล็ดเล็กแบนลึบ ทรงผล ผลทรงรี ซึ่งปลูกอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดสมุทรปราการ จากแหล่งผลิตเป็นดินสามน้ำ และได้มาตรฐานรับรองคุณภาพการผลิต GAP ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่าย มี 3 ประเภท คือ มะม่วงดิบ มะม่วงกึ่งสุก และมะม่วงสุก โดยน้ำหนักอยู่ระหว่าง 300-600 กรัมต่อผล ความหวาน ประมาณ 18-24 องศาบริกซ์ |
| ราคา (price)   | 1) มะม่วงดิบแบบไม่ได้ตัดเกรด ราคา 60-80 บาทต่อกิโลกรัม ขึ้นอยู่กับขนาด (ราคายังไม่รวมต้นทุนบรรจุภัณฑ์) 2) มะม่วงสุก/กึ่งสุก ราคา 120-150 บาทต่อกิโลกรัม ขึ้นอยู่กับขนาด (ราคายังไม่รวมต้นทุนบรรจุภัณฑ์)  |
| ช่องทางการจัดจำหน่าย (placement-channel of distribution) | จำหน่ายหน้าสวน ขายปลีก (ไม่มีบรรจุภัณฑ์) ห้างสรรพสินค้าในเครือ The Mall (บรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มป้องกัน) การออกร้านตามงานจำหน่ายสินค้าเกษตรต่าง ๆ (บรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป) ช่องทางออนไลน์ จากเพจ Facebook (บรรจุภัณฑ์ขนส่ง)   |
| การส่งเสริมการตลาด (promotion-marketing communication)   | การประชาสัมพันธ์โดยการสร้างอัตลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่มีจุดเด่นด้านรสชาติ ด้านสภาพภูมิประเทศ เป็นพื้นที่น้ำกร่อยที่เกิดจากน้ำทะเลและน้ำจืดมารวมกันเรียกว่า ดินสามน้ำ และการสร้างการตัดสินใจซื้อ โดยพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ขึ้นมาใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าและยกระดับความน่าเชื่อถือของสินค้า   |

## ตารางที่ 1 แสดงการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (Marketing Mix) ของการพัฒนา บรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ (ต่อ)

| การวิเคราะห์ผล                      | ผลการวิเคราะห์   |
|-------------------------------------|--|
| บุคลากร (people)                    | แปลงใหญ่มะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวนเกษตรกร 30 ราย รวมทั้งหมด 120 ไร่ มีการแต่งตั้งคณะกรรมการ การบริหารจัดการ และบทบาทหน้าที่ของผู้เกี่ยวข้อง พัฒนาเกษตรกรเป็น Smart Farmer 1 ราย  |
| กระบวนการ (process)                 | ผลผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้สมุทรปราการ ผลจะออกทั้งปี โดยจะทยอยออกไปแต่ละแปลงไม่พร้อมกัน มีการเชื่อมโยงกระบวนการการทำงาน มีการเชื่อมโยงการทำงานกับศูนย์เครือข่าย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ พัฒนาคุณภาพสินค้าคุณภาพมาตรฐานสินค้า GAP 30 ราย เป้าหมายของเกษตรแปลงใหญ่ คือได้รับตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) |
| ลักษณะทางกายภาพ (physical evidence) | ลักษณะสิ่งที่ลูกค้ารับรู้จากผลผลิตมะม่วงน้ำดอกไม้สมุทรปราการ คือ มีรสชาติที่หวาน ละมุน ไม่หวานแหลม มีกลิ่นหอม เปลือกบางเมล็ดลีบ เนื้อเยื่อ โดยพื้นที่ปลูกริมบ่อเลี้ยงปลา เป็นพื้นที่น้ำกร่อยที่เกิดจากน้ำทะเลและน้ำจืดมารวมกันเรียกว่า ดินสามน้ำ โดยการรับรู้ว่าเป็น “มะม่วงน้ำดอกไม้สมุทรปราการ”          |

จากตารางที่ 1 ผลแสดงการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps (marketing mix) Kotler (1997, p. 92) ของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้สมุทรปราการ เพื่อใช้ในการวางกลยุทธ์การตลาดช่วยให้มะม่วงน้ำดอกไม้สมุทรปราการสามารถสร้างการรับรู้และเข้าถึงตลาดได้มากขึ้น เพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและการให้บริการด้วยความรวดเร็ว และตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

## ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ความต้องการบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ


| ข้อความความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์  | ผลที่ได้   |
|---|--|
| มะม่วงน้ำดอกไม้ที่ท่านจำหน่ายอยู่ มีตราสินค้าหรือไม่  | ยังไม่มีตราสัญลักษณ์และตราสินค้า   |
| หากมีการออกแบบหรือพัฒนาตราสินค้า ท่านคิดว่าควรมีสิ่งใดปรากฏบนตราสินค้าบ้าง                                      | ลักษณะของผล ต้น ใบ มะม่วงน้ำดอกไม้   |
| ท่านต้องการให้รูปภาพใดปรากฏบนตราสินค้า ลักษณะที่เป็นภาพถ่าย หรือเป็นแบบลายเส้น                                  | เป็นแบบลายเส้นกราฟิก แสดงสีส้มของสินค้า  |
| บรรจุภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้ของท่านที่ใช้อยู่ในปัจจุบันมีลักษณะเป็นอย่างไร   | เป็นบรรจุภัณฑ์สำเร็จรูป และกล่องลังพลาสติกสำหรับการขายส่ง                                    |
| วิธีการขนส่ง ขนย้าย การเก็บรักษา สินค้ามะม่วงน้ำดอกไม้ของท่านเป็นอย่างไร  | ขนส่งด้วยตัวเอง และขนส่งทางไปรษณีย์  |
| ความต้องการบรรจุภัณฑ์สินค้ามะม่วงน้ำดอกไม้ของท่านเป็นอย่างไร (เช่น สามารถถือ หรือนำพาสามารถมองเห็นสินค้าด้านใน) | สามารถถือหิ้วได้สะดวก ขนส่งทางไปรษณีย์ได้ และมีช่องระบายอากาศเพื่อช่วยให้อากาศถ่ายเทได้สะดวก |

## ตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ความต้องการบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ (ต่อ)






| ข้อความความต้องการด้านบรรจุภัณฑ์                  | ผลที่ได้  |
|---|---|
| รูปภาพที่ท่านต้องการให้ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์          | ลักษณะของผล ต้น ใบ มะม่วงน้ำดอกไม้ เครื่องบิน และ อັตลักษณ์ความเป็นสมุทรปราการ                    |
| โทนสีที่ต้องการบนบรรจุภัณฑ์                       | สีของผล และใบ มะม่วงน้ำดอกไม้สมุทรปราการ  |
| ปัญหาของบรรจุภัณฑ์สินค้ามะม่วงน้ำดอกไม้รูปแบบเดิม | ไม่เหมาะกับการขนส่งทางไปรษณีย์ และไม่เป็นเอกภาพที่บ่งบอกถึงอັตลักษณ์ของมะม่วงน้ำดอกไม้สมุทรปราการ |

จากตารางที่ 2 แสดงการวิเคราะห์ความต้องการบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางการออกแบบ เน้นความสมดุลระหว่างฟังก์ชันการใช้งาน ความสะดวก การดึงดูดความสนใจ และความยั่งยืน โดยการเลือกวัสดุที่มีคุณภาพดี การออกแบบที่สะท้อนถึงเอกลักษณ์ของสินค้า และการสื่อสารที่ชัดเจนถึงความสดใหม่และช่วยสร้างความน่าสนใจและความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า รวมถึงส่งเสริมการขายเพิ่มมูลค่า

## ตารางที่ 3 การวิเคราะห์แนวคิดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ แบบที่ 1-5 ของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

| ความเหมาะสมของรูปแบบ<br>โครงสร้างบรรจุภัณฑ์        | ผลคะแนนการประเมิน   |          |   |          |   |      |   |      |   |      |
|--|---|----------|---|----------|---|------|---|------|---|------|
|  |  |          |  |          |  |      |  |      |  |      |
|  | แบบที่ 1  | แบบที่ 2 | แบบที่ 3  | แบบที่ 4 | แบบที่ 5  | X    | S.D.  | X    | S.D.  | X    |
| <b>1. ด้านโครงสร้าง</b>                            |   |          |   |          |   |      |   |      |   |      |
| 1.1 รูปแบบแปลกใหม่                                 | 4.00  | 0        | 3.00  | 0        | 3.00  | 0    | 4.67  | 0    | 3.33  | 0.58 |
| 1.2 ลักษณะเด่นดึงดูดความสนใจ                       | 4.33  | 0.58     | 3.00  | 0        | 3.00  | 0    | 5.00  | 0    | 3.33  | 0.58 |
| <b>2. ด้านประโยชน์ ความสะดวกในการใช้งาน</b>        |   |          |   |          |   |      |   |      |   |      |
| 2.1 มองเห็นสินค้าด้านในชัดเจน                      | 4.00  | 0        | 3.00  | 0        | 4.00  | 0    | 5.00  | 0    | 4.00  | 0    |
| 2.2 ขนาดรูปแบบที่สามารถถือ<br>นำพาได้สะดวก         | 5.00  | 0        | 5.00  | 0        | 3.33  | 0.58 | 4.00  | 0    | 4.00  | 0    |
| 2.3 วางทับซ้อนกันได้สะดวกในการ<br>จัดเก็บหรือขนส่ง | 4.00  | 0        | 5.00  | 0        | 3.00  | 1.00 | 3.67  | 0.58 | 2.67  | 0.58 |
| 2.4 แข็งแรง ปกป้องสินค้าได้                        | 5.00  | 0        | 5.00  | 0        | 3.00  | 0    | 3.00  | 0    | 2.67  | 0.58 |

**ตารางที่ 3** การวิเคราะห์แนวคิดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้)  
จังหวัดสมุทรปราการ แบบที่ 1-5 ของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ (ต่อ)

| ความเหมาะสมของรูปแบบ<br>โครงสร้างบรรจุภัณฑ์             | ผลคะแนนการประเมิน   |             |   |             |   |             |   |             |   |             |      |
|---|---|-------------|---|-------------|---|-------------|---|-------------|---|-------------|------|
|   |  |             |  |             |  |             |  |             |  |             |      |
|   | แบบที่ 1  | แบบที่ 2    | แบบที่ 3  | แบบที่ 4    | แบบที่ 5  | $\bar{X}$   | S.D.  | $\bar{X}$   | S.D.  | $\bar{X}$   | S.D. |
| <b>3. ด้านความเหมาะสม สามารถนำไปผลิตในเชิงการค้าได้</b> |   |             |   |             |   |             |   |             |   |             |      |
| 3.1 รูปแบบเหมาะสม ส่งเสริม<br>คุณค่าของสินค้า           | 5.00  | 0           | 4.33  | 0.58        | 4.00  | 0           | 4.00  | 0           | 3.00  | 0           |      |
| 3.2 คุ่มค่าแก่การลงทุน                                  | 4.67  | 0.58        | 4.67  | 0.58        | 3.33  | 0.58        | 4.33  | 0.58        | 3.00  | 0.58        |      |
| <b>4. ความประทับใจโดยรวม</b>                            | 4.67  | 0.58        | 4.67  | 0.58        | 3.67  | 0.58        | 4.00  | 0           | 3.00  | 0           |      |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>  | <b>4.52</b>   | <b>0.29</b> | <b>4.19</b>   | <b>0.29</b> | <b>3.37</b>   | <b>0.38</b> | <b>4.22</b>   | <b>0.30</b> | <b>3.26</b>   | <b>0.30</b> |      |
| <b>ระดับความคิดเห็น</b>                                 | เหมาะสม<br>มากที่สุด  |             | เหมาะสม<br>มาก  |             | เหมาะสม<br>ปานกลาง  |             | เหมาะสม<br>มาก  |             | เหมาะสม<br>ปานกลาง  |             |      |

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์แนวคิดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ ประเมินความคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นักการตลาด และนักออกแบบ จำนวน 3 ท่าน เพื่อหาแบบร่างโครงสร้างที่เหมาะสม นำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการจัดลำดับค่าคะแนน มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (rating scale) จากจำนวนแบบร่างโครงสร้าง 5 แบบ เพื่อจัดลำดับความเหมาะสม 3 ลำดับ ผลการประเมินเรียงตามลำดับพบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นต่อแบบร่างที่ 1 จัดอยู่ในระดับเหมาะสมมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.52) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.29) แบบร่างที่ 4 โดยมีค่าเฉลี่ย (การวิเคราะห์แนวคิดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้)จังหวัดสมุทรปราการ แบบที่ 1-5 ของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ( $\bar{X}$ =4.22) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.30) จัดอยู่ในระดับเหมาะสมมาก และแบบร่างที่ 2 โดยมีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =4.19) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.=0.29) จัดอยู่ในระดับเหมาะสมมาก

การวิเคราะห์ความพึงพอใจของเกษตรกรและผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ ได้นำแบบจำลองโครงสร้างและองค์ประกอบศิลป์ที่เหมาะสมทั้ง 3 ลำดับ ไปพัฒนาให้สอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาด การสื่อสาร จำนวน 3 แบบ เพื่อใช้ประเมินความพึงพอใจ โดยประเด็นการวิเคราะห์ 4 ด้าน จากตัวแทนเกษตรกรแปลงใหญ่มะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ และผู้บริโภคมะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 30 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากเป็นเพศหญิง จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 73 ช่วงอายุส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 30-40 ปี คิดเป็นร้อยละ 37 อาชีพอื่น ๆ ที่ระบุ จำนวน 12 คน ส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33






และระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 77 นำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ดังนี้

**ตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และด้านการสื่อความหมายของสินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ

| ประเด็นการวิเคราะห์<br>การออกแบบบรรจุภัณฑ์              | <br>แบบที่ 1 |             | <br>แบบที่ 2 |             | <br>แบบที่ 3 |             |
|---|---|-------------|---|-------------|---|-------------|
|   | $\bar{X}$   | S.D.        | $\bar{X}$   | S.D.        | $\bar{X}$   | S.D.        |
| <b>1. ด้านโครงสร้าง</b>                                 |   |             |   |             |   |             |
| 1.1 รูปแบบแปลกใหม่                                      | 3.65  | 0.84        | 3.94  | 0.73        | 3.65  | 0.97        |
| 1.2 มีลักษณะเด่นดึงดูด<br>ความสนใจ                      | 3.65  | 0.68        | 3.94  | 0.64        | 3.76  | 0.73        |
| 1.3 มองเห็นสินค้าด้านใน<br>ชัดเจน                       | 3.24  | 1.26        | 4.29  | 1.02        | 3.12  | 1.40        |
| 1.4 มีขนาดรูปแบบที่สามารถ<br>ถือ นำพาได้สะดวก           | 4.06  | 1.00        | 4.23  | 0.88        | 3.70  | 1.13        |
| 1.5 วางทับซ้อนกันได้สะดวกใน<br>การจัดเก็บ หรือขนส่ง     | 3.29  | 1.23        | 3.29  | 1.23        | 4.00  | 1.19        |
| 1.6 แข็งแรงปกป้องสินค้าได้ดี                            | 4.18  | 0.98        | 4.18  | 0.78        | 4.12  | 1.18        |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.68</b>   | <b>1.00</b> | <b>3.98</b>   | <b>0.88</b> | <b>3.73</b>   | <b>1.10</b> |
| <b>ระดับความคิดเห็น</b>                                 | <b>พึงพอใจมาก</b>   |             | <b>พึงพอใจมาก</b>   |             | <b>พึงพอใจมาก</b>   |             |
| <b>2. ด้านการสื่อความหมาย</b>                           |   |             |   |             |   |             |
| 2.1 บ่งบอกตัวตนของสินค้า                                | 3.88  | 0.76        | 3.88  | 0.58        | 4.11  | 0.76        |
| 2.2 มีความชัดเจนบ่งบอกถึง<br>รายละเอียดของสินค้าได้     | 4.00  | 0.77        | 4.29  | 0.74        | 4.06  | 0.08        |
| 2.3 สื่อถึงเอกลักษณ์ของกลุ่ม                            | 4.00  | 0.77        | 4.11  | 0.58        | 4.11  | 0.83        |
| 2.4 ผู้บริโภคสามารถเข้าใจถึง<br>สินค้าได้จากภาพที่ปรากฏ | 4.06  | 0.87        | 3.94  | 0.93        | 4.06  | 0.93        |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>  | <b>3.99</b>   | <b>0.79</b> | <b>4.06</b>   | <b>0.71</b> | <b>4.09</b>   | <b>0.83</b> |
| <b>ระดับความคิดเห็น</b>                                 | <b>พึงพอใจมาก</b>   |             | <b>พึงพอใจมาก</b>   |             | <b>พึงพอใจมาก</b>   |             |
| <b>3. ด้านองค์ประกอบศิลป์</b>                           |   |             |   |             |   |             |
| 3.1 รูปแบบตัวอักษรน่าสนใจ                               | 3.94  |             | 0.94  |             | 4.17  |             |
| 3.2 สีที่ใช้สื่อถึงสินค้า และ<br>ส่งเสริมสินค้า         | 4.00  |             | 0.69  |             | 4.05  |             |

**ตารางที่ 4** ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และด้านการสื่อความหมายของสินค้า  
เกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ (ต่อ)

| ประเด็นการวิเคราะห์<br>การออกแบบบรรจุภัณฑ์           | <br>แบบที่ 1 |             | <br>แบบที่ 2 |             | <br>แบบที่ 3 |             |
|--|---|-------------|---|-------------|---|-------------|
|  | $\bar{X}$   | S.D.        | $\bar{X}$   | S.D.        | $\bar{X}$   | S.D.        |
|  | <b>3. ด้านองค์ประกอบศิลป์</b>   |             |   |             |   |             |
| 3.1 รูปแบบตัวอักษรน่าสนใจ                            | 3.94  | 0.94        | 4.17  | 0.78        | 4.00  | 0.97        |
| 3.2 สีที่ใช้สื่อถึงสินค้า และ<br>ส่งเสริมสินค้า      | 4.00  | 0.69        | 4.05  | 0.87        | 3.94  | 0.87        |
| 3.3 การจัดวางองค์ประกอบมี<br>ความเหมาะสม             | 3.82  | 0.92        | 4.12  | 0.58        | 4.12  | 0.96        |
| 3.4 ข้อความบอกรายละเอียด<br>ของสินค้าครบถ้วน         | 3.88  | 0.68        | 4.23  | 0.54        | 4.12  | 0.76        |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>                                     | <b>3.91</b>   | <b>0.81</b> | <b>4.15</b>   | <b>0.70</b> | <b>4.04</b>   | <b>0.89</b> |
| <b>ระดับความคิดเห็น</b>                              | <b>พึงพอใจมาก</b>   |             | <b>พึงพอใจมาก</b>   |             | <b>พึงพอใจมาก</b>   |             |
| <b>4. ด้านการตัดสินใจซื้อ</b>                        |   |             |   |             |   |             |
| 4.1 สร้างความจดจำได้ดี                               | 4.12  | 0.68        | 4.12  | 0.68        | 4.24  | 0.97        |
| 4.2 เกิดความน่าเชื่อถือใน<br>คุณภาพของสินค้า         | 4.24  | 0.73        | 4.29  | 0.57        | 4.35  | 0.87        |
| 4.3 สามารถปกป้องสินค้าที่อยู่<br>ภายในได้ดี          | 4.53  | 0.61        | 4.24  | 0.88        | 4.59  | 0.96        |
| 4.4 มีรูปแบบโครงสร้างที่<br>เหมาะสมกับการขนส่ง       | 4.12  | 0.96        | 4.24  | 0.87        | 4.59  | 0.60        |
| 4.5 เหมาะแก่การนำไปใช้บรรจุ<br>สินค้ามะม่วงน้ำดอกไม้ | 4.29  | 0.82        | 4.06  | 0.81        | 4.41  | 0.69        |
| <b>เฉลี่ยรวม</b>                                     | <b>4.29</b>   | <b>0.78</b> | <b>4.21</b>   | <b>0.78</b> | <b>4.49</b>   | <b>0.62</b> |
| <b>ระดับความคิดเห็น</b>                              | <b>พึงพอใจมาก</b>   |             | <b>พึงพอใจมาก</b>   |             | <b>พึงพอใจมาก</b>   |             |

จากตารางที่ 4 พบว่าความพึงพอใจด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ มีความพึงพอใจในระดับมาก โดยแบบที่ 2 มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =3.98, S.D.=0.88) แบบที่ 3 มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =3.73, S.D.=1.10) และแบบที่ 1 มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ =3.68, S.D.=1.00) ด้านการสื่อความหมาย ในภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยแบบที่ 3 มีความพึงพอใจ อยู่ใน

ระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )=4.09, S.D.=0.83) แบบที่ 2 มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )=4.06, S.D.=0.71) และแบบที่ 1 มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )=3.99, S.D.=0.79) พึงพอใจด้านองค์ประกอบศิลป์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยแบบที่ 2 มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )=4.15, S.D.=0.70) แบบที่ 3 มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )=4.04, S.D.=0.89) และแบบที่ 1 มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )=3.91, S.D.=0.81) และด้านการตัดสินใจซื้อ ในภาพรวมมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยแบบที่ 3 มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )=4.49, S.D.=0.62) แบบที่ 1 มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )=4.29, S.D.=0.78) และแบบที่ 2 มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )=4.21, S.D.=0.78)

**ตารางที่ 5** การแปลผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของเกษตรกรและผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ

| แบบบรรจุภัณฑ์ | ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$ | ค่าเฉลี่ย S.D. | ระดับความพึงพอใจ |
|---------------|---------------------|----------------|------------------|
| แบบที่ 1      | 3.67                | 0.85           | พึงพอใจมาก       |
| แบบที่ 2      | 4.10                | 0.77           | พึงพอใจมาก       |
| แบบที่ 3      | 4.09                | 0.86           | พึงพอใจมาก       |

จากตารางที่ 5 จากการวิเคราะห์ข้อมูลความพึงพอใจของเกษตรกรและผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ โดยเรียงตามลำดับค่าเฉลี่ยพบว่า แบบที่ 2 มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )=4.10, S.D.=0.77) แบบที่ 3 มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )=4.09, S.D.=0.86) และแบบที่ 1 มีความพึงพอใจ อยู่ในระดับพึงพอใจมาก มีค่าเฉลี่ย ( $\bar{X}$ )=3.67, S.D.=0.85)

### การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

**การสร้างแนวคิดในการพัฒนา** นำผลสรุปของการศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทั้งในด้านโครงสร้าง ด้านองค์ประกอบศิลป์ โดยยึดข้อกำหนดเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ทางการเกษตร เครื่องหมายฉลาก และในด้านการตลาดตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มาใช้ในการกำหนดแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สอดคล้องกับ สงบ โอสถรัตน์มณี (2537) กล่าวว่า การออกแบบกราฟิก หมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะภาพนอก ของบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อความหมาย ความเข้าใจในอันที่จะให้ผลด้านจิตวิทยาต่อผู้บริโภค เช่น จูงใจให้เกิดการซื้อ กระตุ้นให้เกิดความทรงจำที่ดีต่อสินค้า

**การออกแบบบรรจุภัณฑ์** แบ่งออกเป็น 2 ลักษณะ คือ

1. **การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์** เป็นการกำหนด รูปทรง ขนาด การเลือกใช้วัสดุ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ โดยมุ่งเน้นเพื่อตอบสนองการใช้งานด้านต่าง ๆ ได้แก่ ประสิทธิภาพในการคุ้มครอง





ภาพที่ 2 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ  
ที่มา: ผู้วิจัย

## สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

### 1. สรุปผลการวิจัย

การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ สรุปขั้นตอนของการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย พบว่า ความพึงพอใจของกลุ่มเกษตรกรผู้ผลิต และผู้บริโภคมะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้ จังหวัดสมุทรปราการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับพึงพอใจมาก ในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดสมุทรปราการ อัตลักษณ์ที่น่าจดจำ และในด้านโครงสร้างที่สามารถถือหิ้วได้สะดวก ขนส่งทางไปรษณีย์ได้ ส่งเสริมคุณค่าของสินค้า คุ่มค่าแก่การลงทุน การออกแบบบรรจุภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้จากสมุทรปราการ คำนึงถึงการป้องกันการกระแทกและการรักษาคุณภาพของผลไม้ การออกแบบที่สะดวกในการขนส่งและใช้งาน ไปจนถึงการใช้กราฟิกที่ดึงดูดลูกค้า และการเลือกวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อให้บรรจุภัณฑ์สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และสร้างความน่าสนใจในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพแสดงสีสรรของสินค้า ลักษณะบรรจุภัณฑ์สามารถถือหิ้วได้สะดวก ขนส่งทางไปรษณีย์ได้ และมีช่องระบายอากาศเพื่อช่วยให้อากาศถ่ายเทได้สะดวก ลักษณะกราฟิกที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ จะมีผล ต้น ใบ เครื่องบิน และอัตลักษณ์ความเป็นสมุทรปราการ โทนสีของผล และใบ สร้างภาพจำให้กับสินค้า ตอบสนองการใช้งานและการขนส่ง เป็นต้นแบบบรรจุภัณฑ์ให้กับสินค้าเกษตรแบบแปลงใหญ่ (มะม่วงน้ำดอกไม้) จังหวัดสมุทรปราการ เหมาะกับ จำหน่ายหน้าสวน ฟาร์มซีอ็อป ตลาดออนไลน์ ตลาดท้องถิ่น ห้างสรรพสินค้า ออกร้านงานแสดงสินค้าต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับ กิตติภาพ วรานุภาพกุล และพิทักษ์ ศิริวงศ์ (2556, หน้า 165) กล่าวไว้ว่ากลยุทธ์การเจาะตลาด เป้าหมายสำคัญคือการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าและการให้บริการด้วยความรวดเร็ว เพื่อที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้อย่างรวดเร็ว ตลอดจนสามารถแข่งขันกับคู่แข่งได้

### 2. อภิปรายผลการวิจัย

บรรจุภัณฑ์มะม่วงน้ำดอกไม้สมุทรปราการ การออกแบบคำนึงถึงการป้องกันการกระแทกและการรักษาคุณภาพของผลไม้ การออกแบบที่สะดวกในการขนส่งและใช้งาน ไปจนถึงการใช้กราฟิกที่

ดึงดูดลูกค้า และการเลือกวัสดุ ทั้งนี้เพื่อให้บรรจุภัณฑ์สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ และสร้างความน่าสนใจในตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถมองเห็นสินค้าด้านในได้ชัดเจน มีขนาดรูปแบบที่เหมาะสม สามารถถือนำพาได้สะดวก วางทับซ้อนกันได้สะดวกในการจัดเก็บหรือขนส่งทางไปรษณีย์ มีความแข็งแรง สามารถปกป้องสินค้าที่อยู่ภายในให้มีความปลอดภัยไม่เกิดการเสียหาย ซึ่งลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์นี้เป็นประเภท Individual Package และ Inner Package ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ ชั้นแรกและชั้นที่ 2 จะมีรูปร่างลักษณะขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ เพื่อรองรับการบรรจุให้เหมาะสม โดยกำหนดให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือหิ้ว และอำนวยความสะดวกต่อการเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาใช้ พร้อมทั้งทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองผลิตภัณฑ์โดยตรง การเลือกวัสดุให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้น จะต้องพิจารณาไว้ในกระบวนการออกแบบ เช่น ราคาวัสดุการผลิต เครื่องจักร การขนส่ง การตลาด การพิมพ์ ที่จะต้องพิจารณาถึงความคุ้มค่าคุ้มทุน หรือเป็นไปได้ในระบบการผลิต ตามมาตรฐานการผลิตในระบบอุตสาหกรรมที่สอดคล้องกับระบบการขนส่งที่เน้นการบรรจุและการบรรจุทุกเพื่อขนส่งได้คราวละมาก ๆ การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์จึงควรออกแบบโครงสร้างไม่แปลกมากนัก จะเน้นประโยชน์ใช้สอย ประหยัด ปกป้องผลิตภัณฑ์จากแรงกระแทกประเภท การรับน้ำหนัก การวางทับซ้อน การต้านแรงดันทะเล หรือป้องกันการความเปียกชื้นจากไอน้ำ สภาพอากาศ สามารถเอื้ออำนวยความสะดวกและประหยัดเวลาในการประกอบ เช่น การประกอบเป็นรูปทรงที่ใช้ส่วนต่อให้น้อยที่สุด สามารถเปิด-ปิดง่าย นำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาได้สะดวก และยังใช้วางจำหน่าย จัดโชว์ และประชาสัมพันธ์การขายได้ทันที ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ รัฐไท พรเจริญ, (2546, หน้า 1) กล่าวว่า การออกแบบเกิดขึ้นมาจากความต้องการของผู้บริโภค ที่ต้องการความสะดวกสบายทางด้านร่างกายและจิตใจ เพื่อจุดประสงค์ที่สำคัญจะต้องสร้างสินค้าให้ดึงดูดใจผู้บริโภค สวยงามและดูแปลกตา รวมถึงสามารถใช้งานได้ดีในราคาที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ของ ประชิต ทิณบุตร (2531, หน้า 86) กล่าวถึง การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ การกำหนดลักษณะรูปร่าง รูปทรง ปริมาตร วัสดุที่เหมาะสมกับหน้าที่ใช้สอย โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ช่วยป้องกันผลิตภัณฑ์หรือถ่ายแรงน้ำหนักได้ ตามประเภทของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ 3 แบบ คือ 1) Individual Package 2) Inner Package และ 3) Outer Package

### ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. เป็นแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความหลากหลายมากขึ้น เช่น บรรจุภัณฑ์ที่มีแนวโน้มการใช้วัสดุที่สามารถย่อยสลายได้ทางธรรมชาติ เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม หรือการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาให้บรรจุภัณฑ์ที่สามารถรักษาคุณภาพของมะม่วงได้นานขึ้น การควบคุมอุณหภูมิ หรือการใช้วัสดุที่ช่วยในการยืดอายุการเก็บรักษา
2. เป็นแนวทางการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อขยายการตลาดไปยังต่างประเทศหรือกลุ่มลูกค้าใหม่ การศึกษาช่องทางการจำหน่าย และความเป็นเอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

## รายการอ้างอิง

- กิตติภาพ วรานุภาพกุล และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2556). การวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มความ  
ได้เปรียบทางการแข่งขัน ของบริษัท เอส แอนด์ ที คอนแทคท์ จำกัด. **วารสารการบริหาร  
การศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร**, 4(1), หน้า 162–168. [https://so02.tci-haijo.org/  
index.php/EdAd/article/view/57522](https://so02.tci-haijo.org/index.php/EdAd/article/view/57522)
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2542). **ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์**. สถาบันราชภัฏ  
อุบลราชธานี.
- ประชิด ทิณบุตร. (2531). **การออกแบบบรรจุภัณฑ์**. โอเดียนสโตร์.
- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. (2550). **วิวิทย์การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์** (พิมพ์ครั้งที่ 2). จุฬาลงกรณ์  
มหาวิทยาลัย.
- พวงรัตน์ ทวีรัตน์. (2543). **วิธีการวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์** (พิมพ์ครั้งที่ 8).  
มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒประสานมิตร.
- รัฐไท พรเจริญ. (2546). **เส้นและแนวคิดในการออกแบบผลิตภัณฑ์ 2**. สมาคมส่งเสริมเทคโนโลยี (ไทย-  
ญี่ปุ่น).
- สงบ โอฬารรัตน์มณี. (2537). **การออกแบบบรรจุภัณฑ์**. [https://library.dip.go.th/elib/cgi-  
bin/opacexe.exe?op=mmvw&db=Main&skin=s&mmid=23489&bid=10961](https://library.dip.go.th/elib/cgi-bin/opacexe.exe?op=mmvw&db=Main&skin=s&mmid=23489&bid=10961)
- สำนักงานสภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). **สรุปสาระสำคัญ รายงานผลการพัฒนา  
เศรษฐกิจและสังคมของประเทศ 4 ปี ของแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 11**.  
<https://www.nesdc.go.th/download/content/Yearend2016/Yearend2016-02.pdf>
- Kotler, P. (1997). **Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and  
Control** (9<sup>th</sup> Ed). Prentice Hall.
- Mayors, H. M. & Lubliner, M. J. (1998). **The Marketer's guide to successful package  
design**. NTC Bvusiness Books.