

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องโครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับการจัดจำหน่าย ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
2. เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจัดจำหน่าย ในด้านโครงสร้าง และด้านกราฟิก ของไวน์เม่า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้จำหน่าย และกลุ่มนักออกแบบ ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมา

กลุ่มตัวอย่างประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ มีจำนวนรวม 140 คน ดังนี้

1. กลุ่มผู้ผลิตไวน์เม่า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน จ.สกลนคร จำนวน 10 คน
2. กลุ่มนักออกแบบ ภาครัฐและภาคเอกชน จำนวน 10 คน
3. กลุ่มผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 80 คน
4. กลุ่มผู้จำหน่าย ในเขตจังหวัดสกลนคร และ ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จำนวน 40 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ และ แบบสอบถาม ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 3 รอบ เพื่อให้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอนดังนี้

รอบแรกแบบสัมภาษณ์ เป็นเครื่องมือวิจัยที่ใช้กับกลุ่มผู้ผลิตไวน์เม่า เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับคุณลักษณะของไวน์เม่า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ผลิตไวน์เม่า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน มีลักษณะเป็นแบบสัมภาษณ์ชนิดเลือกตอบ (check list) ตอนที่ 2 เป็นแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า สภาพปัญหาและความต้องการของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า มาเป็นแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่าย ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน และข้อเสนอแนะมีลักษณะเป็นแบบ สัมภาษณ์ชนิดแบบปลายเปิด (open - ended)

รอบที่ 2 แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือวิจัยที่ใช้กับกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้จำหน่าย กลุ่มผู้ผลิต ศึกษาความต้องการแนวทางการออกแบบและพัฒนา รูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน จังหวัดสกลนคร ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ (check list) ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่างๆ ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

รอบที่ 3 แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือวิจัยที่ใช้กับกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้จำหน่าย กลุ่มผู้ผลิต กลุ่มนักออกแบบ เพื่อประเมินความพึงพอใจ ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นใหม่ แบ่งออกเป็น 3 ตอนคือ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบ มีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดเลือกตอบ (check list) ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้จำหน่าย กลุ่มผู้ผลิต กลุ่มนักออกแบบ ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าในด้านโครงสร้าง และด้านกราฟิก มีลักษณะเป็นแบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ มีความพึงพอใจมากที่สุด มีความพึงพอใจมาก มีความพึงพอใจปานกลาง มีความพึงพอใจน้อย และมีความพึงพอใจน้อยที่สุด ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การวิเคราะห์ข้อมูล นำผลจากการสัมภาษณ์ รอบแรก ตอนที่ 1.โดยนำข้อมูลที่ได้จากสถานภาพของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ตอนที่ 2. มาสรุปวิเคราะห์ผลข้อมูลและนำเสนอในรูปความเรียง นำผลจากแบบสอบถาม รอบที่ 2 ตอนที่ 1 โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม สถานภาพของผู้ตอบ มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ตอนที่ 2 โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคในด้านต่างๆ วิเคราะห์หาค่าร้อยละ ตอนที่ 3. มาสรุปวิเคราะห์ผลข้อมูลและนำเสนอในรูปความเรียง นำผลจากแบบสอบถาม รอบที่ 3 ตอนที่ 1 โดยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม สถานภาพของผู้ตอบ มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ตอนที่ 2. มาแจก

แจกแจงความถี่ของคำตอบแต่ละข้อหาค่าเฉลี่ย (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ตอนที่ 3. มาสรุปวิเคราะห์ผลข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบความเรียง เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่สอดคล้องกันจึงนำมาสรุปเป็นผลของการวิจัยโดย เสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบของตารางและความเรียง ซึ่งปรากฏผลการวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งออกเป็นด้านต่าง ๆ ดังนี้

สรุปผลจากการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลผลการวิจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล ผู้วิจัยขอสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ศึกษาความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบ

รอบแรก จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิต เกี่ยวกับความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบ

ตอนที่ 1 สถานภาพของกลุ่มผู้ผลิต

สถานภาพของกลุ่มผู้ผลิตไวน์เม่า สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน จำนวน 10 ท่าน พบว่าส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 6 คน เพศชายจำนวน 4 คน มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 26-35 จำนวน 6 คน รองลงมา มีอายุเฉลี่ยระหว่าง 36-45 จำนวน 4 คน มีวุฒิการศึกษา ในระดับปริญญาโท จำนวน 10 คน ปัจจุบันท่านรับผิดชอบในตำแหน่งหน้าที่ ระดับผู้บริหาร 3 คนเป็นอาจารย์ จำนวน 7 คน สถานที่ทำงานผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนทำงาน ณ สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนครประสบการณ์ในการทำงานของท่านมากที่สุด ระหว่าง 7-14 ปี จำนวน 6 คน รองลงมา ระยะเวลา 2 ปี จำนวน 2 น้อยที่สุด ระยะเวลา 4 ปี จำนวน 1 คนและระยะเวลา 1 ปีจำนวน 1 คน

จากผลการวิจัย ความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า เพื่อนำมาออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า พบว่า รายละเอียดเกี่ยวกับข้อมูล กลุ่มผู้ผลิตมีความเห็นด้วยสอดคล้องกันประกอบด้วย ที่อยู่ของผู้ผลิตไวน์เม่า สถานที่ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไวน์เม่าได้แก่ สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล 205 หมู่ 10 ตำบลแร่ อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร 47160 โทรศัพท์, โทรสาร 0-4277-1460 ซึ่งผู้วิจัยขอปรับชื่อให้สอดคล้องกับ

ปัจจุบัน ที่ได้รับการสถาปนาขึ้นในพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลเมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ.2548 ในการใช้ชื่อสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลเป็น " มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน "

จากการสัมภาษณ์กลุ่มผู้ผลิต พบว่า มีความเห็นเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์ไวน์แต่เดิมผลิตภัณฑ์ไวน์เม่าไม่มีชื่อแสดงเครื่องหมายการค้า ดังนั้น ผู้ผลิตได้เห็นความสำคัญจึงได้เสนอ

- 1.) ใช้ชื่อมาโอ " MA-O " เป็นชื่อเครื่องหมายการค้า สำหรับใช้จดลิขสิทธิ์ทางการค้า
- 2.) ไวน์เม่าที่ผลิตจำหน่ายนั้น บรรจุในขวดปริมาณสุทธิ 750 มล. 750 ml. แอลกอฮอล์ 13 เปอร์เซ็นต์
- 3.) เครื่องหมายสัญลักษณ์ที่ต้องการแสดงบนบรรจุภัณฑ์คือ ซ่อมะเม่าหลวง การออกแบบฉลากต้องการให้มีเหรียญรางวัลและเอกลักษณ์ของสกลนคร โดยให้มีลายผ้าไทยที่พื้นหลังของฉลากเทือกเขาภูพาน รูปผลมะเม่า
- 4.) ข้อความที่ต้องการแสดงบนบรรจุภัณฑ์ ระเบียบข้อกำหนดทางกฎหมายตามประกาศกระทรวงการคลัง และ คำเตือนตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข การดื่มสุร่าทำให้ความสามารถในการช้ยานพาหนะลดลง "คำเตือน :ห้ามจำหน่ายสุร่าแก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี การดื่มสุร่าทำให้ความสามารถในการช้ยานพาหนะลดลงเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ไม่ควรดื่ม"

2. พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจัดจำหน่ายในด้านโครงสร้างและด้านกราฟิก

จากการสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ ในภาพรวมส่วนใหญ่

1. เคยรู้จักเม่าไวน์มาก่อน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาไม่เคยรู้จักมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 30
2. เหตุผลในการซื้อไวน์ในภาพรวมส่วนใหญ่ซื้อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 63.43 รองลงมาซื้อไปบริโภคเอง คิดเป็นร้อยละ 36.57
3. จำนวนขวดต่อการซื้อในแต่ละครั้ง ในภาพรวมส่วนใหญ่จำนวน 2 ขวด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.31 รองลงมาซื้อจำนวน 1ขวด คิดเป็นร้อยละ 33.08
4. เหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อไวน์ในภาพรวมส่วนใหญ่ เลือกเพราะรสชาติของไวน์คิดเป็นร้อยละ 19.59 รองลงมาความเหมาะสมของราคา คิดเป็นร้อยละ 16.33 คุณภาพของไวน์ คิดเป็นร้อยละ 15.10
5. ประเภทของวัสดุที่เหมาะสมที่สุดในการออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่าย ในภาพรวมส่วนใหญ่ เลือกวัสดุประเภทกระดาษมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.38 รองลงมาเลือกวัสดุประเภทไม้ คิดเป็นร้อยละ 29.23

6. การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายควรแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ในภาพรวมส่วนใหญ่คิดว่าควรมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ95.38 และไม่ควรถูกคิดเป็นร้อยละ 4.62

7. เอกลักษณ์ของท้องถิ่นใดที่ควรอยู่บนฉลากไวน์ ในภาพรวมส่วนใหญ่ เลือกรูปผลมะเมาะมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ36.08 รองลงมาเลือกเทือกเขาภูพาน คิดเป็นร้อยละ25.10 เหยี่ยวรางวัล คิดเป็นร้อยละ12.55 และลายผ้าที่พื้นหลังฉลาก คิดเป็นร้อยละ 9.80 ตามลำดับ

8. ส่วนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมส่วนใหญ่คิดว่าควรมีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมบรรจุภัณฑ์มาตรฐานคิดเป็นร้อยละ74.07 รองลงมา ควรมีลักษณะเป็นหลายเหลี่ยม คิดเป็นร้อยละ 22.22

การออกแบบฉลากไวน์เม่า



รูปแบบที่ 3



รูปแบบที่ 4



รูปแบบที่ 1



สรุปภาพรวมความเหมาะสมรูปแบบฉลากไวน์เม่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ พบว่าในภาพรวมส่วนใหญ่คิดว่ารูปแบบฉลากสินค้า MA-O มีความเหมาะสม โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ ลำดับที่ 1 ได้แก่ ฉลากรูปแบบที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 16.45 ลำดับที่ 2 ได้แก่ ฉลากรูปแบบที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 13.61 ลำดับที่ 3 ได้แก่ ฉลากรูปแบบที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 13.19

การออกแบบแบรนด์



รูปแบบที่ 12



รูปแบบที่ 6

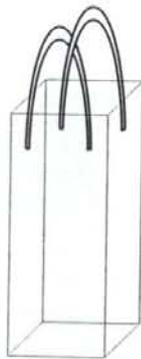


รูปแบบที่ 2

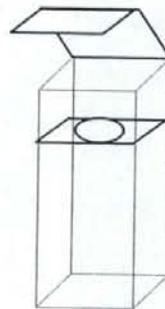
สรุปภาพรวมแบรนด์สินค้าไวน์เม่าที่เหมาะสมของกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้จัดจำหน่าย กลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มนักออกแบบ สำหรับภาพรวมแบรนด์สินค้าไวน์เม่า พบว่า เลือกแบบที่เหมาะสมใช้เป็นแบรนด์สินค้าไวน์เม่าได้ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ ลำดับที่ 1 รูปแบบที่ 12 คิดเป็นร้อยละ 21.60 ลำดับที่ 2 รูปแบบที่ 6 คิดเป็นร้อยละ 16.80 ลำดับที่ 3 รูปแบบที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 12.00

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ โครงสร้างกล่องไวน์

โดยภาพรวมของกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้จำหน่าย กลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มนักออกแบบ พบว่ามีความต้องการเลือกรูปทรงโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์ที่เหมาะสมต่อการทำกล่องบรรจุไวน์เม่า โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ลำดับที่ 1 รูปทรงหมายเลขที่ 7 มีค่าความถี่เท่ากับ 34 คิดเป็นร้อยละ 36.56 ลำดับที่ 2 รูปทรงหมายเลขที่ 6 มีค่าความถี่เท่ากับ 21 คิดเป็นร้อยละ 28.17 ลำดับที่ 3 รูปทรงหมายเลขที่ 6 มีค่าความถี่เท่ากับคิดเป็นร้อยละ 24.56



หมายเลข 7



หมายเลข 6

3. ประเมินความพึงพอใจของ กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้จำหน่าย กลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มนักออกแบบที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์

1. จากการสอบถามความพึงพอใจของ กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้จำหน่าย กลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มนักออกแบบ ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

ผลการออกแบบฉลากไวน์เม่า จำนวน 4 ชุด พบว่า

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของฉลากไวน์จำนวน 4 ชุด สรุปภาพรวม 6 ด้าน ได้แก่ 1. ฉลากบรรจุภัณฑ์ การสื่อสาร ความหมายความเข้าใจ 2. ความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ 3. สีของฉลากไวน์ 4. ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ 5. ความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า 6. ความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์โดยรวม พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าโดยเรียงจากความพึงพอใจมากไปหาน้อยดังนี้

ลำดับที่ 1 ฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์ รูปแบบที่ 4 ในภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.88$)

ลำดับที่ 2 ฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์ รูปแบบที่ 3 ในภาพรวมทั้ง 6 ด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.69$)

ลำดับที่ 3 ฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์ รูปแบบที่ 2 ในภาพรวมทั้ง 6 ด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.64$)

ลำดับที่ 4 ฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์ รูปแบบที่ 1 ในภาพรวมทั้ง 6 ด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.55$)



จากผลการสรุปความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้จำหน่าย กลุ่มผู้ผลิต และกลุ่มนักออกแบบ ที่มีต่อฉลากไวน์เมาพบว่า ฉลากไวน์เมารูปแบบที่ 4 เป็นแบบที่ดีที่สุด

ด้านภาพประกอบ การออกแบบฉลากไวน์เมารูปแบบที่ 4 ได้นำเอกลักษณ์ของท้องถิ่นใด แสดงไว้บนฉลากไวน์ซึ่งในภาพรวมส่วนใหญ่เลือกรูปผลมะเมาะ เทือกเขาภูพาน เหรียญรางวัลบรัสเซลส์ยูเรก้า2001 และเครื่องหมายการค้ามาโอ

ด้านโครงสร้างกราฟิค ของภาพฉลากนี้ประกอบด้วย เครื่องหมายการค้ายี่ห้อมาโอ ma-o ตามภาพที่43 ตัวอักษรคำว่า บรัสเซลส์ยูเรก้า2001 เป็นเหรียญรางวัล ปังบอกถึงปีที่ได้รับรางวัลในปี 2001 คำว่า MAO WINE ใช้ตามชื่อพืชและผลไม้ที่นำมาเป็นวัตถุดิบในการผลิตไวน์ ตัวอักษรล่างสุด ปังบอกปริมาณแอลกอฮอล์ (alcohol content) 13 เปอร์เซ็นต์ และขนาดบรรจุ750 ml. ชื่อผู้ผลิต (producer) ใช้คำว่า "สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน" และปริมาตรบรรจุ (Volume) ใช้เป็นหน่วยมิลลิลิตร คำเตือน



ภาพที่ 43 รูปแบบฉลากไวน์เมาชุดที่4

ผลการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า จำนวน 3 แบบ พบว่า
ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์เพื่อจัด
จำหน่ายไวน์ ได้แก่ ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์และด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัด
จำหน่ายไวน์ จำนวน 3 แบบ พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความ
ความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน โดยเรียงจากความพึงพอใจมากไปหาน้อยดังนี้

ลำดับที่ 1 แบบกล่องบรรจุ 2 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากค่าเฉลี่ย
($\bar{x}=4.09$) ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{x}=4.04$)
ด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.14$)

ลำดับที่ 2 แบบถุงบรรจุ 1ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.91$)
ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.80$) ด้านการ
ผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.02$)

ลำดับที่ 3 แบบกล่องบรรจุ 1ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{x}=3.83$)
ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.74$) ด้านการผลิต
บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.93$)



ผลการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า จำนวน 4 แบบ

ความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ไวน์ พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันโดยเรียงจากความพึงพอใจมากไปหาน้อยดังนี้

ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด

ลำดับที่ 1 รูปแบบที่ 4 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.07$) ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{x}= 4.04$) ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.11$)

ลำดับที่ 2 รูปแบบที่ 3 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.87$) ด้านการออกแบบกราฟิกในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.81$) ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.93$)

ลำดับที่ 3 รูปแบบที่ 1 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.83$) ด้านการออกแบบกราฟิกในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.86$) ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.80$)

ลำดับที่ 4 รูปแบบที่ 2 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.81$) ด้านการออกแบบกราฟิกในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{x}=3.82$) ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.81$)

ลำดับที่ 1



รูปแบบที่ 4

ลำดับที่ 2



รูปแบบที่ 3

ลำดับที่ 3



รูปแบบที่ 1

ลำดับที่ 4



รูปแบบที่ 2

ประเภทบรรจุ 1 ขวด

ลำดับที่ 1 รูปแบบที่ 4 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.03$)ด้านการออกแบบกราฟิกในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.99$) ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.08$)

ลำดับที่ 2 รูปแบบที่ 3 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.82$)ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.78$) ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.87$)

ลำดับที่ 3 รูปแบบที่ 2 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.76$)ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.73$) ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.80$)

ลำดับที่ 4 รูปแบบที่ 1 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.75$) ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.72$) ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.78$)



ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด

ลำดับที่ 1 รูปแบบที่ 4 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.91$) ด้านการออกแบบกราฟิกในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{x}=3.89$) ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.93$)

ลำดับที่ 2 รูปแบบที่ 3 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{x}=3.62$) ด้านการออกแบบกราฟิกในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.62$) ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.62$)

ลำดับที่ 3 รูปแบบที่ 1 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{x}=3.60$) ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.60$) ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.60$)

ลำดับที่ 4 รูปแบบที่ 2 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{x}=3.58$) ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.51$) ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.66$)



การออกแบบบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 1 สรุปได้ดังนี้

ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด รูปแบบที่ 1 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.60$) ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.60$) ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.60$)

ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด รูปแบบที่ 1 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.75$) ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.72$) ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.78$)

ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด รูปแบบที่ 1 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.83$) ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.86$) ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.80$)

บรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 1



กล่องบรรจุ 1 ขวด



ถุงบรรจุ 1 ขวด



กล่องบรรจุ 2 ขวด

การออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2 สรุปได้ดังนี้

ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด รูปแบบที่ 2 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.58$) ด้านการออกแบบกราฟิกในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.51$) ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.66$)

ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด รูปแบบที่ 2 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.76$) ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.73$) ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.80$)

ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด รูปแบบที่ 2 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.81$) ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.82$) ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.81$)

บรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 2



กล่องบรรจุ 1 ขวด



ถุงบรรจุ 1 ขวด



กล่องบรรจุ 2 ขวด

การออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3 สรุปได้ดังนี้

ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด รูปแบบที่ 3 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.62$) ด้านการออกแบบกราฟิกในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.62$) ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.62$)

ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด รูปแบบที่ 3 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.82$) ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.78$) ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.87$)

ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด รูปแบบที่ 3 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.87$) ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.81$) ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.93$)

บรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 3



กล่องบรรจุ 1 ขวด



ถุงบรรจุ 1 ขวด



กล่องบรรจุ 2 ขวด

การออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 4 สรุปได้ดังนี้

ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด รูปแบบที่ 4 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.91$) ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.89$) ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.93$)

ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด รูปแบบที่ 4 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.03$) ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 3.99$) ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.08$)

ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด รูปแบบที่ 4 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.07$) ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.04$) ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}= 4.11$)

บรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 4



กล่องบรรจุ 1 ขวด



ถุงบรรจุ 1 ขวด



กล่องบรรจุ 2 ขวด

สรุปความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ที่มีเหมาะสมจะนำไปผลิตเพื่อการจำหน่าย พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ที่เหมาะสมที่จะนำไปผลิตเพื่อการจำหน่าย ในภาพรวมพบว่ามีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ลำดับที่ 1 ได้แก่ รูปแบบชุดที่ 4 มีค่าความถี่เท่ากับ 81 คิดเป็นร้อยละ 57.9 ลำดับที่ 2 ได้แก่ รูปแบบชุดที่ 3 มีค่าความถี่เท่ากับ 58 คิดเป็นร้อยละ 41.4 ลำดับที่ 3 ได้แก่ รูปแบบชุดที่ 2 มีค่าความถี่เท่ากับ 70 คิดเป็นร้อยละ 50 น้อยที่สุดเลือกเป็นลำดับที่ 4 ได้แก่ รูปแบบชุดที่ 1 มีค่าความถี่เท่ากับ 65 คิดเป็นร้อยละ 46.5

ลำดับที่ 1
รูปแบบชุดที่ 4



ลำดับที่ 2
รูปแบบชุดที่ 3



ลำดับที่ 3
รูปแบบชุดที่ 2



ลำดับที่ 4
รูปแบบชุดที่ 1



การอภิปรายผลการวิจัย

ในการอภิปรายผลการวิจัย ผู้วิจัยได้นำความคิดของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ อภิปรายใน 3 เดือน คือ ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับการจัดจำหน่าย ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ผลจากการศึกษาความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ จากการสัมภาษณ์ผู้ผลิต พบว่า กลุ่มผู้ผลิตมีความเห็นเกี่ยวกับความต้องการของผลิตภัณฑ์ไวน์ ซึ่งแต่เดิมผลิตภัณฑ์ไวน์เมาไม่มีชื่อแสดงเครื่องหมายการค้า ดังนั้น ผู้ผลิตได้เห็นความสำคัญจึงได้เสนอใช้ชื่อ มาโอ " MA-O " เป็นชื่อเครื่องหมายการค้า สำหรับใช้จดลิขสิทธิ์ทางการค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของลิตติพร ลิตติพาพานิช (2544: 63) เรื่องการออกแบบเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูป ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย พบว่า การบ่งชี้ผู้ผลิต และตราสินค้าอีกคุณสมบัติหนึ่งที่จำเป็นอย่างย่งบนบรรจุภัณฑ์ปัจจุบันและมีระดับความสำคัญ 100% การบ่งชี้ตราสินค้า ก็เป็นข้อกำหนดสำคัญตามกฎหมายว่าจะต้องแสดงเป็นภาษาไทย ด้วยตัวอักษรสีเดียวกัน การแสดงชื่อสินค้า ส่วนวิธีการอื่นๆ ในการบ่งชี้ผู้ผลิตและหรือตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์สามารถใช้องค์ประกอบศิลป์อื่นๆ เช่น ภาพ สัญลักษณ์ในการสื่อความหมายได้อย่างไม่จำกัด

ส่วนรูปแบบของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาแบบเดิม ยังไม่มีเครื่องหมายการค้า โดยเรียกชื่อ ว่า Rajamangala Mao Wine (ไวน์เมาราชมงคล) ซึ่ง คำว่าราชมงคล หรือเมาไวน์ ไม่สามารถจดทะเบียนการค้าได้ ทำให้สามารถลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ไวน์เมาราชมงคลได้ ซึ่งสอดคล้องกับ(กรมทรัพย์สินทางปัญญา,ม.ป.ป :12-13) ที่กล่าวว่า เครื่องหมายการค้าที่ยังไม่ได้จดทะเบียน เจ้าของเครื่องหมายการค้ามีสิทธิที่จะใช้เครื่องหมายการค้าที่ยังไม่จดทะเบียนนั้น แต่จะฟ้องคดีเพื่อป้องกันการละเมิดเครื่องหมายการค้าที่ไม่ได้จดทะเบียนหรือเรียกค่าเสียหายไม่ได้

ข้อมูลที่อยู่ของผู้ผลิตไวน์เมา มีการเปลี่ยนชื่อ เมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2548 ในการใช้ชื่อสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล เป็น "มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน" ทำให้ข้อมูลเดิมที่ติดอยู่บนบรรจุภัณฑ์และฉลากไม่เป็นปัจจุบัน สถานที่ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไวน์เมา ได้แก่ สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล 205 หมู่ 10 ตำบลนแร่ อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร 47160 โทรศัพท์, โทรสาร 0-4277-1460 ซึ่งผู้วิจัยขอปรับชื่อให้สอดคล้องกับปัจจุบัน ที่ได้รับการสถาปนาขึ้นในพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

อีสาน ลักษณะของสินค้าผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน ผลิตจำหน่ายบรรจุในขวดสีชา ปริมาณสุทธิ 750 มล. 750 ml. แอลกอฮอล์ 13 เปอร์เซ็นต์

เครื่องหมายสัญลักษณ์ที่ต้องการแสดงบนบรรจุภัณฑ์ ให้ปรากฏมีเหรียญรางวัล และเอกลักษณ์ของสกลนคร โดยให้มีลายผ้าไทยที่พื้นหลังของฉลาก เทือกเขาภูพาน รูปผลมะเม่า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ชัยมิตร แสงวงมงคลและคณะฯ (2547: 114) ได้ทำวิจัยเรื่อง การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ไวน์ของกลุ่มเกษตรกรภัทราวรรณ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ในการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ภาพเครื่องหมายการค้า แสดงความคิดรวบยอดและสื่อความหมายถึง สิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจ ได้แก่ เจดีย์กลางน้ำหรือพระสมุทรเจดีย์ แหล่งท่องเที่ยวประจำจังหวัดสมุทรปราการ ความมีคุณค่า ความเป็นไทย และสไตล์ภาพคือ จิตรกรรมไทยประยุกต์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนีย์ วรรณโกมล (2546: 118) ได้ทำวิจัยเรื่องกลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจ พบว่า การส่งเสริมเอกลักษณ์ความเป็นไทย เป็นประโยชน์ต่อวงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของไทย

ข้อความที่ต้องการแสดงบนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า จะต้องมีการระบุข้อกำหนดทางกฎหมาย ตามประกาศกระทรวงการคลัง และ คำเตือนตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข การดื่มสุร่าทำให้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะลดลง "คำเตือน : ห้ามจำหน่ายสุร่าแก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี การดื่มสุร่าทำให้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะลดลงเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ไม่ควรดื่ม" ซึ่งสอดคล้องกับ สุนีย์ วรรณโกมล (2546: 113) กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจ พบว่า การออกแบบต้องคำนึงถึงข้อกำหนดกฎหมาย ซึ่งสอดคล้องกับ สมณีย์ มงคลโกชน (2546 : 92) ที่ได้บอกลักษณะภาชนะบรรจุและฉลากที่ใช้ปิดภาชนะบรรจุสุร่ากลั่นชุมชน ต้องมีรายละเอียดตามระเบียบข้อกำหนดทางกฎหมายตามประกาศกระทรวงการคลัง เรื่อง วิธีการบริหารงานสุร่า พ.ศ.2546 (ฉบับที่ 4) ลงวันที่ 22 มกราคม 2546 และ คำเตือนตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข (ฉบับที่ 272) พ.ศ.2546 เรื่องสุร่า ลงวันที่ 8 กรกฎาคม 2546 ลักษณะภาชนะบรรจุและฉลากที่ใช้เปิดภาชนะบรรจุ

ลักษณะการบรรจุและสภาพการจำหน่าย พบว่า ผลิตภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจำหน่าย แต่เดิมบรรจุในขวดสีชา ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน ขนาดปริมาณสุทธิ คือ 750 มล. 750 ml. สั่งซื้อจากโรงงานบางกอกกลาส การจัดจำหน่าย สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเอง ส่วนใหญ่ สถานที่จำหน่ายไวน์เม่าได้แก่ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทเวศร์ วิทยบริการ ศูนย์กลางสถาบันเทคโนโลยีราชมงคล จังหวัด

ปทุมธานี Impac เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี ต่างจังหวัด ศูนย์ OTOP จังหวัดสกลนคร ซึ่งพบว่า สถานที่จัดจำหน่ายและการประชาสัมพันธ์ยังน้อย ไม่สามารถหาซื้อได้ทั่วไป

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2. เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจัดจำหน่าย ในด้าน โครงสร้าง และด้านกราฟิก ของไวน์เม่า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ผลจากการศึกษาความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่าย ในด้านโครงสร้าง และด้านกราฟิกของไวน์เม่า ลักษณะของสินค้า ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนัก ออกแบบ พบว่า

1 **ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย** พบว่า ความต้องการของผู้บริโภค และผู้ผลิต เหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อไวน์ เพราะรสชาติของไวน์และความเหมาะสมของราคา คุณภาพของไวน์ ซึ่ง สอดคล้องกับ กมลศักดิ์ ตั้งธรรมนิยม (2540:9) ได้กล่าวถึง ไวน์เป็นเครื่องดื่มที่มีคุณค่าที่สุดของ มนุษย์ เป็นศิลปกรรมชั้นเยี่ยมที่ได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องไม่สิ้นสุด และสัตยาพร ต้นเต็มทรัพย์ (2540:105) ได้กล่าวว่า ฉลากไวน์ที่ปิดขวดไวน์ ฉลากไวน์ที่คุณภาพได้มาตรฐานทุกใบต้องบ่งถึงปี ค.ศ. ที่ผลิตอย่างชัดเจน สอดคล้องกับชัยมิตร แสงมงคล และสมศักดิ์ ประมวลพัฒน์ (2547: 1) ได้กล่าวถึง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไวน์ได้แก่ ราคา ชื่อยี่ห้อ ชื่อผู้ผลิต สไตล์ของบรรจุภัณฑ์

2 **คุณสมบัติทางกายภาพของสินค้า** พบว่า ไวน์เม่าที่ผลิตมี 1 ชนิด วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตไวน์คือ ผลมะเม่าหลวง ขนาดที่ผลิต บรรจุในปริมาณสุทธิ 750 มล. 750 ml ซึ่งสอดคล้อง กับ อร่าม คุ่มกลางและคณะ (2543 : 2) ได้กล่าวว่า หมากเม่าหรือมะเม่า เป็นไม้ผลท้องถิ่นที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ พบมากในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน คุณภาพเด่นของไวน์เม่า เป็นไวน์ที่ผลิตจากผลมะเม่าหลวงหมักบ่ม มีคุณสมบัติที่โดดเด่นทั้งสี สัน รสชาติ คุณค่าทาง สมุนไพร และโภชนาการสูง

3 **ปัจจัยแวดล้อมที่ส่งผลต่อสินค้า** พบว่า ไวน์เม่า ใช้วัตถุดิบที่เป็นผลมะเม่าหลวง ซึ่งผลไม้ออกตามฤดูกาล เป็นไม้ผลท้องถิ่นที่มีช่วงออกผลระหว่าง เดือนสิงหาคม-กันยายน ทำให้ สินค้าไม่สามารถผลิตได้ตลอดปี ซึ่งสอดคล้องกับอร่าม คุ่มกลางและคณะ (2543 : 2) ได้กล่าวว่า หมากเม่าหรือมะเม่า เป็นไม้ผลท้องถิ่นที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ พบมากในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน

4. ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ทั้งในด้านวิธีการผลิต และรูปแบบ พบว่า ประเภทของวัสดุที่เหมาะสมที่สุดในการออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่าย ส่วนใหญ่ เลือกวัสดุประเภทกระดาษมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ประชิต ทิณบุตร (2531 : 31-33) ได้กล่าวว่า กระดาษ เป็นวัสดุที่แพร่หลายและนิยมใช้กันมากที่สุด เพราะสามารถออกแบบสร้างสรรค์เป็นบรรจุภัณฑ์ได้มากมายหลายชนิดอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งอาจจะต้องอาศัยคุณสมบัติทางกายภาพของกระดาษที่สามารถ ดัด ดัด พับ งอ ได้ง่าย มากำหนดสร้างเป็นรูปร่าง รูปทรงต่างๆ ขึ้นมาเป็นถุง เป็นกล่อง พับเป็นซอง คุณสมบัติของกระดาษที่ทำจากเยื่อไม้ธรรมชาติ จึงได้รับการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพมากขึ้น โดยการผนึกหรือเคลือบเข้ากับวัสดุอื่นๆ เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์เป็นโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และกระทำหน้าที่บรรจุห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ได้

ความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายควรเป็นบรรจุภัณฑ์ ที่สามารถบรรจุ ได้ 1 ขวด หรือ 2 ขวด หรือ เป็นชุดของขวด ก่อสร้างที่มีหูหิ้วสำหรับนำพาได้ ซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค และผู้ผลิต เหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อไวน์ส่วนใหญ่ เลือกเพราะรสชาติของไวน์และความเหมาะสมของราคา คุณภาพของไวน์ การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายควรแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น โดยส่วนใหญ่คิดว่าควรมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่น และเลือกรูปผลมะเม่ามากที่สุด รองลงมาเลือกเทือกเขาภูพาน เขียวภูพาน และลายผ้าที่พื้นหลังฉลาก ซึ่งสอดคล้องกับชัยมิตร แสงมงคล และสมศักดิ์ประมวลพัฒน์. (2547:116) พบว่า การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ไวน์ของกลุ่มเกษตรกรภักธรารวรรณ จังหวัดสมุทรปราการ. แสดงความคิดรวบยอดและสื่อความหมายถึง สิ่งยึดเหนี่ยวจิตใจของชาวจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ เจดีย์กลางน้ำหรือพระสมุทรเจดีย์ แหล่งท่องเที่ยวประจำจังหวัดสมุทรปราการ ความมีคุณค่า ความเป็นไทย และรูปแบบภาพคือ จิตรกรรมไทยประยุกต์

5 ลักษณะการบรรจุและสภาพการจำหน่าย พบว่า ผลิตภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจำหน่าย แต่เดิมบรรจุในขวดสีชา ใช้บรรจุภัณฑ์มาตรฐาน ขนาดปริมาตรสุทธิ คือ 750 มล. 750 ml การจัดจำหน่าย สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน เป็นทั้งผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายเอง

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้จำหน่ายและกลุ่มนักออกแบบที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์

ผลจากการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิตกลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้จำหน่ายและกลุ่มนักออกแบบที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ที่พึงประสงค์ พบว่า

1 คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ในด้านการตลาด

ผลการออกแบบฉลากไวน์เม่า พบว่า กลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจรูปแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 4 ในภาพรวมทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ 1. ฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ 2. ความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ 3. สีของฉลากไวน์ 4. ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ 5. ความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า 6. ความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในระดับมาก โดยสรุปเป็นแนวทางในการออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 4 ดังนี้ แนวความคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์พบว่า ควรบ่งบอกถึงภาพลักษณ์ใหม่ มีความคลาสสิก เน้นความทันสมัย ด้วยสีของน้ำไวน์ มีการจัดองค์ประกอบการบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ ด้วยลายผ้าไทย และเทือกเขาภูเขา ซึ่งการจัดวางองค์ประกอบแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ส่วนบนเป็นแบนด์สินค้า MA-O พิมพ์ด้วยสีม่วงและสีทองแดง ส่วนกลางเป็นรูปผลมะเม่าและชื่อไวน์เม่าในกรอบสีเงิน ส่วนล่างเป็นเหรียญรางวัลแห่งเกียรติยศ พิมพ์นูนและบ่งบอกแหล่งผลิต ขนาดของฉลากด้านหน้ากว้าง 7 ซม. สูง 16 ซม. ฉลากด้านหลังกว้าง 7 ซม. สูง 16 ซม. ขนาดฉลากคอขวด กว้าง 1.9 ซม. ยาว 11.5 ซม. มาใช้เป็นแนวความคิดในการออกแบบ ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจรูปแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์ที่มีจำหน่ายภายในประเทศจำนวน 10 ยี่ห้อ พบว่า ขนาดฉลากด้านหน้า มีความกว้าง 5-12 ซม. มีความสูง 5-12 ซม. ขนาดฉลากด้านหลัง มีความกว้าง 5.5-7 ซม. มีความสูง 5-12 ซม. แนวทางการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์สามารถสรุปความสำคัญเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้

1.1 ความเหมาะสมของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 4

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับที่ 1 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ฉลากต้องมีความสวยงามทันสมัย โดดเด่น สะดุดตา น่าสนใจ ในภาพรวมของฉลากมีการแสดงรายละเอียดของไวน์ได้ครบถ้วน สามารถสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายว่าเป็นสินค้าไวน์เม่า และสามารถมองเห็นในระยะใกล้-ไกล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สุณีย์ วรรณโกมล. (2546:112-113) เรื่องกลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจพบว่า บรรจุภัณฑ์ต้องเด่น สะดุดตา แปลกใหม่ และการออกแบบต้องคำนึงถึงข้อกำหนดกฎหมายสอดคล้องกับงานวิจัย ลัดดา ไศภนรัตน์ (2546 : 154) ได้ทำวิจัยเรื่องอิทธิพลของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค พบว่า ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ในฐานะที่เป็นสิ่งเร้าทางการตลาดอย่างหนึ่ง จะเห็นได้จากการที่องค์ประกอบต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์ เช่น สี ขนาด รูปร่าง รูปทรง วัสดุ รวมถึงภาพประกอบ ล้วนเป็นปัจจัยทางด้านคุณสมบัติของสิ่งเร้าที่มีผลต่อกระบวนการรับรู้ของผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์ที่มีความทันสมัยและแปลกใหม่น่าสนใจอยู่เสมอ ทั้งนี้เพื่อประโยชน์ในการดึงดูดความสนใจ ควบคู่ไปกับการสร้างความแตกต่างให้กับตราสินค้า

1.2 ความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์เม้าชุดที่ 4

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับที่ 2 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์เม้าในการจัดวาง มีภูเขา ซอเม่า สายผ้า เหยี่ยวรางวัล และฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ลิตติพร ลิตติพาพานิช (2544: 157, 173) ได้ทำวิจัยเรื่องการออกแบบเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย พบว่า ภาพประกอบสินค้า วิธีการบ่งชี้ประเภทของผลิตภัณฑ์ที่นิยมคือ การใช้ภาพสินค้าหรือวัตถุที่เกี่ยวข้องกับสินค้า และ การใช้ภาพเลียนลักษณะพื้นผิว ที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ สามารถแสดงภาพลักษณะพื้นดินบนบรรจุภัณฑ์ได้

1.3 สีของฉลากไวน์เม้าชุดที่ 4

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับที่ 3 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้ามีความสวยงาม สีของระบบการพิมพ์ 4 สี ฉลากไวน์เม้ามีความสวยงาม สีของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้า สีของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine สีของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหลังไวน์เม้า สีของเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สุณีัย วรรณโกมล (2546: 81 -82) กล่าวว่า กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจ โทนสีที่เหมาะสมกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในขณะนี้ ส่วนใหญ่ได้แก่ โทนสีเข้มและจำนวนสีพิมพ์ที่เหมาะสมบนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ การพิมพ์ 4 สี

1.4 ความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม้าชุดที่ 4

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับที่ 4 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ตำแหน่งการจัดวางตราเหยี่ยวรางวัลที่คอขวด การจัดวางภาพประกอบโดยรวมของฉลากไวน์เม้า การจัดวางตราเหยี่ยวรางวัลที่ฉลากไวน์ การจัดวางข้อความฉลากด้านหลังไวน์เม้า การจัดวางตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine การจัดวางฉลากด้านหน้าและการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ลิตติพร ลิตติพาพานิช (2544: 162) พบว่า การส่งเสริมการโฆษณาหรือการรณรงค์ คือการใช้องค์ประกอบศิลป์ต่างๆ เพื่อตอบรับกับกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือกลยุทธ์การตลาด ที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ขายได้มากและเร็วยิ่งขึ้น

1.5 จลากรบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ บนฉลากไวน์ เม่าชุดที่ 4

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับที่ 5 ในภาพรวมมีความพึงพอใจเท่ากันอยู่ในระดับมาก ได้แก่ เครื่องหมายการค้าการใช้ชื่อมาโอ MA-O บอกความหมายถึงประเภทผลิตภัณฑ์ไวน์ได้ชัดเจน ภาพเครื่องหมายการค้ามาโอ MA-O สามารถจดจำได้ง่าย และภาพเครื่องหมายการค้ามาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยลิตติพร ลิตติพาพานิช (2544 :157, 174) พบว่า ตราสินค้า เรขศิลป์ที่นิยมใช้มากที่สุดสำหรับการบ่งชี้ประเภทของผลิตภัณฑ์ คือการใช้ตัวอักษรเพื่อแสดงชื่อสินค้า ทั้งนี้เนื่องจากการแสดงชื่อสินค้าด้วยอักษรถือเป็นสิ่งจำเป็นตามกฎหมายที่บรรจุภัณฑ์ทุกชิ้นต้องมี และการใช้ตัวอักษรร่วมสมัยที่แสดงบุคลิกความเป็นไทย คือการใช้ตัวอักษรที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ สามารถแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นไทยได้ สอดคล้องกับ สุณีย์ วรรณโกมล (2546: 118) พบว่า กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจส่งเสริมเอกลักษณ์ความเป็นไทย เป็นประโยชน์ต่อวงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของไทย

1.6 ด้านความเหมาะสมขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์เม่าชุดที่ 4

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับที่ 5 ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ขนาดตัวอักษรของเครื่องหมายการค้า MA-O , มีขนาดตัวอักษรสูง 7.24 มม. ยาว 25 มม. ขนาดตัวอักษรของฉลากไวน์ ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine มีขนาดตัวอักษรสูง 8 มม. ยาว 55 มม. ขนาดของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้า มีขนาดตัวอักษรสูง 2 มม. และขนาดด้านหลังไวน์เม่า มีขนาดตัวอักษรสูง 2 มม. ซึ่งสอดคล้องกับข้อมูลที่ได้จากการสำรวจรูปแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์ที่มีจำหน่ายภายในประเทศจำนวน 10 ยี่ห้อ ส่วนใหญ่ตัวอักษรของตราสินค้า มีความสูงประมาณ 8-10 มม. ความสูงตัวอักษรทั่วไป มีความสูง 1.5-2 มม. สอดคล้องกับ การใช้ตัวอักษรคือการบ่งบอกบุคลิกภาพของตราสินค้า องค์ประกอบของบุคลิกในตราสินค้า คือการแสดงภาพลักษณ์ของการใช้สี สัญลักษณ์ และรูปแบบของตัวอักษรในชื่อตราสินค้าหากสินค้ามีเอกลักษณ์ในการใช้ตัวอักษร ก็จะแสดงถึงความเป็นต้นแบบและความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เหนือคู่แข่งได้ ตัวอักษรสะท้อนถึงชนิดของผลิตภัณฑ์ บุคลิกภาพของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ช่วยในการเลือกชนิดตัวอักษรให้เหมาะกับสินค้า(Julien Behaeghel อ้างถึงในพิชญ์พันธ์ สิทธิรักษ์, 2547:63)

2. คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ในด้านการใช้งาน

2.1 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า

ผู้ให้ข้อมูลในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ให้ความสำคัญลำดับ 1 ได้แก่ รูปแบบกล่องบรรจุได้ 2 ขวด ขนาดกว้าง 18 ยาว 7.5 สูง 38 ซม. และให้ความสำคัญลำดับ 2 ได้แก่ รูปแบบถุงบรรจุได้ 1 ขวด ขนาดกว้าง 8 ยาว 8 สูง 44 ซม. และให้ความสำคัญลำดับ 3 ได้แก่ รูปแบบกล่องบรรจุได้ 1 ขวด ขนาดกว้าง 8 ยาว 8 สูง 31 ซม.

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ในรูปแบบกล่องบรรจุได้ 2 ขวด และรูปแบบถุงบรรจุได้ 1 ขวด พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดของบรรจุภัณฑ์ดังนี้

- บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่เหมาะสมและสามารถหิ้วถือ นำพา เคลื่อนย้ายได้สะดวก

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับที่ 1 โดยเฉพาะกล่องบรรจุ 2 ขวด และรูปแบบถุงบรรจุ 1 ขวด มีความคิดเห็นที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นของฝากของที่ระลึก โดยผู้ให้ข้อมูลมีความคิดเห็นโดยเน้นความสะดวกสบาย บรรจุภัณฑ์ที่มีหูหิ้วจะเอื้อประโยชน์ต่อการใช้งานตามความต้องการในการหิ้วถือ นำพา ซึ่งแตกต่างจากกล่องบรรจุ 1 ขวดที่ลักษณะกล่องเป็นกล่องรูปแบบมาตรฐาน ไม่มีหูหิ้วทำให้ผู้ให้ข้อมูลมองความสำคัญในการใช้งานในการหิ้วถือ นำพา ที่น้อยกว่าบรรจุภัณฑ์แบบมีหูหิ้ว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สิริภูมิ ศรีโสภณ. (2548: 153) พบว่าคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ในด้านการใช้งาน สามารถหิ้วถือนำพาได้สะดวก เหมาะสมสำหรับการมอบเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำและมีประสิทธิภาพในการปกป้อง รักษารูปทรงของสินค้าไม่ให้เกิดเสียหายง่าย

- บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่เหมาะสมต่อการวางโชว์บนชั้นแสดงสินค้าเพื่อจำหน่าย

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับที่ 2 มีความคิดเห็นว่า กล่องบรรจุ 2 ขวดและรูปแบบถุงบรรจุ 1 ขวด จะมีความเหมาะสมต่อการวางบนชั้นแสดงสินค้าเพื่อจัดจำหน่าย และกล่องบรรจุ 1 ขวด ตามลำดับ โดยเฉพาะความเหมาะสมของขนาดบรรจุภัณฑ์มีหูหิ้วในการนำพา เคลื่อนย้าย การออกแบบกราฟิก จะมีอิทธิพลต่อการวางบนชั้นแสดงสินค้า และสอดคล้องกับ ปูนคงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541 : 8-9) ได้กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ลัทธิวัฒนธรรมของตนเอง หน้าทีด้านการใช้งานการทำหน้าที่การวางจำหน่าย ที่เหมาะสมกับชั้นวางสินค้าซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ชัยมิตร แสงวงมงคลและคณะฯ (2547) ได้ทำวิจัยเรื่อง การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ไวน์ของกลุ่มเกษตรกรภักธราวรรณ จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ด้านรูปแบบและ

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ควรมีลักษณะที่สอดคล้องกับภาพประกอบและเครื่องหมายการค้า เหมาะสมต่อการบรรจุขวดไวน์ การเก็บรักษา การขนส่ง และการวางบนชั้นแสดงสินค้า

- การคุ้มครองสินค้าภายในบรรจุภัณฑ์มีระบบลิคเปิด-ปิดได้สะดวก

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับที่ 3 เกี่ยวกับระบบลิคคือ ระบบลิคที่ดีสามารถลิคบรรจุภัณฑ์ให้มีความแข็งแรงโดยขึ้นอยู่กับรูปแบบและขนาด นอกจากนี้ยังช่วยลดต้นทุนในการผลิต โดยเฉพาะบรรจุภัณฑ์บรรจุ 2 ขวด และระบบลิคแบบถุงบรรจุ 1 ขวด ไม่ใช่กาว จะให้ความสำคัญเกี่ยวกับระบบลิคอย่างมาก รองลงมาได้แก่ กล่องบรรจุ 1 ขวด ซึ่งสอดคล้องกับประชิด ทิณบุตร (2531 : 31-33) ได้กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ กล่องกระดาษแข็งแบบพับ นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย มีราคาถูก ทั้งวัสดุและกรรมวิธีการผลิตสามารถพับเก็บแบนราบได้เมื่อไม่ต้องใช้ ทำให้ประหยัดเนื้อที่ในการเก็บและการขนส่ง สวยงามง่ายไม่จำกัดตามกรรมวิธีการพิมพ์ มีแบบพับและขนาดมากมายหลายรูปแบบ กล่องกระดาษแข็งแบบพับอาจจะให้คำนิยามได้ว่าเป็นภาชนะบรรจุแบบปิด

- การเก็บรักษา สามารถป้องกันการเสียหายขณะนำพา

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญน้อยที่สุด โดยเฉพาะความแตกต่างกันตามคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ได้แก่ รูปแบบ โครงสร้าง และระบบลิค ที่แตกต่างกัน ก็จะทำให้ความสามารถในการเก็บรักษา สามารถป้องกันการเสียหายขณะนำพาที่แตกต่างกัน คือบรรจุภัณฑ์บรรจุ 2 ขวด และบรรจุภัณฑ์ ถุงบรรจุ 1 ขวด ในการปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ(2541 : 8-9) ได้กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ล้นมีบทบาทของตนเอง หน้าที่ด้านการใช้งานการทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองสินค้าไม่ให้เสียหาย

โครงสร้างแบบกล่องบรรจุได้ 1 ขวด ขนาดกว้าง 8 ยาว 8 สูง 31 ซม. พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับ 3 มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดของบรรจุภัณฑ์ในแต่ละแบบดังนี้

- มีความเหมาะสมในการจัดเก็บรักษาขวดไวน์เม่า

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับที่ 1 ตามรูปลักษณะที่เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบมาตรฐาน รูปทรงสี่เหลี่ยม ให้ความสามารถและเหมาะสมในการจัดวาง การเรียงซ้อน และประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บ ซึ่งสอดคล้องกับ ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541 : 8-9) ได้กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ล้นมีบทบาทของตนเองการทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองสินค้าไม่ให้เสียหาย การทำหน้าที่รักษาคุณภาพอาหาร เช่น การป้องกันความชื้น ฝุ่นละออง

- มีโครงสร้างที่แข็งแรง การคุ้มครองสินค้าภายใน

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับที่ 2 สำหรับกล่องบรรจุ 1 ขวด เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีโครงสร้างมาจากกล่องกระดาษแข็งพับขึ้นรูป โครงสร้างมีความแข็งแรง สามารถเรียงซ้อนและประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บ ซึ่งสอดคล้องกับ ประชิต ทิณบุตร (2531 : 31-33) ได้กล่าวว่า กล่องกระดาษแข็งแบบพับ นิยมใช้กันอย่างแพร่หลาย มีราคาถูก ทั้งวัสดุและกรรมวิธีการผลิตสามารถพับเก็บแบนราบได้เมื่อไม่ต้องใช้ ทำให้ประหยัดเนื้อที่ในการเก็บและการขนส่ง กล่องกระดาษแข็งแบบพับอาจจะให้คำนิยามได้ว่าเป็นภาชนะบรรจุแบบปิด ทำจากกระดาษ ที่เหนียวและอัดเนื้อแน่น สามารถตัดและทำรอยพับได้หลายขนาดหลายรูปร่าง พับ ทากาว เหมาะสมกับหน้าที่การป้องกันความเปียกชื้น สามารถบรรจุของเหลวได้ด้วย กล่องกระดาษแข็งแบบพับเราจึงมักพบเห็นในท้องตลาด

- มีระบบล็อกเปิด-ปิดได้สะดวก

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับที่ 3 ด้วยเพราะระบบล็อก เป็นระบบที่มีความประหยัดในกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์ เป็นการลดต้นทุนการผลิต มีคุณสมบัติในการใช้งานอันเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่มีระบบการพับขึ้นรูป การจัดเก็บ โดยไม่ใช้กาวมาเป็นตัวประสานยึดเกี่ยวประหยัดพื้นที่ และบรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ประโยชน์ได้อีกครั้ง ซึ่งสอดคล้องกับ ประชิต ทิณบุตร (2531 : 31-33) ได้กล่าวว่า กล่องกระดาษแข็งแบบพับ อาจจะให้คำนิยามได้ว่าเป็นภาชนะบรรจุแบบปิด ทำจากกระดาษประเภท Bending Board ที่เหนียวและอัดเนื้อแน่น สามารถตัดและทำรอยพับได้หลายขนาด หลายรูปร่าง พับ ทากาว โดยผู้ผลิต นำมาประกอบเป็นรูปทรง (Set Up) เพื่อการบรรจุและปิดโดยผู้ใช้ กระดาษทำกล่องชนิดนี้ส่วนใหญ่เป็นกระดาษแข็งชนิดบาง แต่มีความเหนียวทนทานต่อการพับไปมา สามารถพับได้ถึง 180 องศา โดยไม่ปริขาด ผิวด้านหน้าของกระดาษมักปรับปรุงคุณภาพ

- บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่เหมาะสมและสามารถหิ้วถือ นำพา เคลื่อนย้ายได้สะดวก

ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญน้อยที่สุด เพราะบรรจุภัณฑ์แบบกล่องบรรจุ 1 ขวด เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบกล่องสี่เหลี่ยม มีเหมาะสมในการจัดเก็บแบบเรียงซ้อน บรรจุภัณฑ์ไม่มีหูหิ้วจะต้องถือหรือใส่ถุงหิ้วอีกชั้นเพื่อการนำพา ทำให้ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์แบบกล่องบรรจุ 1 ขวด มีคุณสมบัติที่แตกต่างจากแบบถุงบรรจุ 1 ขวด และแบบกล่องบรรจุ 2 ขวด ในด้านการใช้งานคือการหิ้วถือเพื่อการนำพา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สีนัญมิ ศรีโสภา. (2548: 153) พบว่า คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ในด้านการใช้งาน สามารถหิ้วถือนำพาได้สะดวก เหมาะสมสำหรับการ

มอบเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำและมีประสิทธิภาพในการปกป้อง รักษารูปทรงของสินค้าไม่ให้เสียหายง่าย

3.2.2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยมีรายละเอียดของบรรจุภัณฑ์ดังนี้

- มีรูปแบบที่เหมาะสมต่อผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อการจัดจำหน่าย

ในรูปแบบกล่องบรรจุได้ 2 ขวด พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับที่ 1 ในรูปแบบถุงบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับที่ 2 กล่องบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับที่ 3 จากสาเหตุในด้านคุณลักษณะที่ตอบสนองความต้องการในด้านการใช้งาน โดยเฉพาะผู้จัดจำหน่ายจะให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดเก็บคือประหยัดพื้นที่ สามารถพับจนแบนราบได้ เรียงซ้อนได้ ลดต้นทุนในการผลิต และมีความสะดวกต่อการขนส่ง ส่วนผู้บริโภคจะเน้นในด้านความสะดวกสบายในการนำพา และการจัดซื้อเพื่อเป็นของฝากหรือของที่ระลึก ในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งสามรูปแบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สีห์ภูมิ ศรีโสภา. (2548: 176) พบว่า บรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่นั้นสามารถพับจนแบนราบได้เพื่อประหยัดพื้นที่ในการจัดเก็บและการขนส่ง สามารถขึ้นรูปได้โดยไม่ต้องใช้ลวดเย็บหรือเทปใสเหมือนบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม

- กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสมสวยงาม

ในรูปแบบถุงบรรจุ 1 ขวด พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับที่ 1 ในรูปแบบกล่องบรรจุได้ 2 ขวด และกล่องบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับที่ 2 การเลือกใช้กระดาษเพื่อการผลิต โดยนำมาผสมผสานกับรูปลักษณะของเส้นโค้งเว้าที่สวยงามสะดุดตา เนื่องจากกระดาษมีความเหนียว แข็งแรง สามารถพับงอได้ ขึ้นรูปได้ง่าย สามารถรับระบบการพิมพ์ในระบบออฟเซ็ท สร้างเอกลักษณ์เฉพาะให้กับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ ประชิต ทิณบุตร (2531 : 31-33) ได้กล่าวว่า กระดาษ เป็นวัสดุที่แพร่หลายและนิยมใช้กันมากที่สุด เพราะสามารถออกแบบสร้างสรรค์เป็นบรรจุภัณฑ์ได้มากมายหลายชนิดอย่างไม่มีที่สิ้นสุด ซึ่งอาจจะต้องอาศัยคุณสมบัติทางกายภาพของกระดาษที่สามารถ ตัด ดัด พับ งอ ได้ง่าย มากำหนดสร้างเป็นรูปร่าง รูปทรงต่างๆ ขึ้นมาเป็นถุง เป็นกล่อง พับเป็นซอง หรือกระป๋องได้หลายวิธี ดังนั้นคุณสมบัติของกระดาษที่ทำจากเยื่อไม้ธรรมชาติ จึงได้รับการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพมากขึ้น โดยการฉีกหรือเคลือบเข้ากับวัสดุอื่นๆ เพื่อให้สามารถสร้างสรรค์เป็นโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และกระทำหน้าที่บรรจุห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ได้หลายประเภทขึ้น เช่น กระดาษเคลือบฟิล์มพลาสติก (Plastic Coated Paper) กระดาษเคลือบขี้ผึ้ง (Wax Laminated

Paper) กระดาษทนน้ำมัน (Greaseproof Paper) เป็นต้น ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษที่ปรากฏอยู่ในท้องตลาดต่างๆ ไป

- ใช้วัสดุที่เหมาะสมไม่ก่อให้เกิดมลพิษและมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม

ในรูปแบบกล่องบรรจุ 1 ขวด พบว่า ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญลำดับที่ 2 ในรูปแบบกล่องบรรจุ 2 ขวด และในรูปแบบถุงบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับที่ 3 โดยเลือกกระดาษนำมาใช้เพื่อการผลิต เพราะกระดาษเป็นวัสดุที่สามารถนำกลับมาแปรรูปและสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ โดยเฉพาะกระดาษมีความสามารถพิเศษในด้านการจัดเก็บ การจัดเรียงซ้อน การพับขึ้นรูป มีความเป็นระเบียบเรียบร้อย และไม่ก่อให้เกิดมลภาวะทางด้านการมองเห็น ซึ่งสอดคล้องกับ ประชิต ทิณบุตร (2531 : 31-33) และ ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541 : 10-12) ได้กล่าวว่า 1.เยื่อกระดาษ นับได้ว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มากที่สุดและมีแนวโน้มใช้มากยิ่งขึ้น เนื่องจากการรีไซเคิลได้ง่าย อันเป็นผลจากการรณรงค์สิ่งแวดล้อม กระดาษนับเป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทเดียวที่สามารถสร้างขึ้นใหม่ได้จากการปลูกป่าทดแทน กระดาษที่ใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มีหลายประเภท และสามารถพิมพ์ตกแต่งได้ง่ายและสวยงาม นอกจากนี้ยังสะดวกต่อการขนส่งจากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้เนื่องจากสามารถพับได้ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง สอดคล้องกับ อติศักดิ์ ไถจะโปะ (2549: 82) พบว่าด้านการตลาดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ต้องมีความสวยงามโดดเด่นมีภาพลักษณ์เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีเอกลักษณ์เฉพาะแสดงข้อมูลของสินค้าได้ครบถ้วน

3.3 คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ในด้านการตลาด

สรุปผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า พบว่า ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 4

ด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 4 ในภาพรวมผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่

- บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 1 ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด และประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด เนื่องจากการออกแบบกราฟิกที่มีความสะดุดตาแก่ผู้พบเห็น ย่อมส่งผลให้เกิดความน่าสนใจที่จะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ และเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ

(ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ, 2541 : 8-9) ได้กล่าวว่า บรรจุกัณฑ์ ทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย เพราะบรรจุกัณฑ์ที่ออกแบบสวยงามสามารถเป็นสื่อโฆษณาตัวเองได้

ซึ่งความพึงพอใจด้านการออกแบบกราฟิกมีความแตกต่างกับประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในลำดับที่ 2

- กลุ่มสีรวมของบรรจุกัณฑ์

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับ 1 ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด เนื่องจากการเลือกใช้โทนสีของน้ำไวน์มาเป็นสีของฉลาก และบรรจุกัณฑ์ไวน์ การใช้สีทองที่แบรนต์สินค้า เป็นการสร้างเอกลักษณ์ อีกทั้งเป็นการสร้างความจดจำให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ลิตติพร ลิตติพาพานิช (2544: 162) พบว่า การทำให้สินค้าโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง ผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม มีการใช้สีสดและสีตัดกัน ของสินค้าเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค

ซึ่งความพึงพอใจด้านการออกแบบกราฟิกมีความแตกต่างกับประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญในลำดับที่ 2 และประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 3

- ลักษณะของภาพประกอบบรรจุกัณฑ์ไวน์เมามีภูเขา, ซ่อม่า, ลายผ้า, เหยี่ยวรางวัล

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 3 ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด เนื่องจากการออกแบบฉลากด้วยการนำเอกลักษณ์ของท้องถิ่นรางวัลแห่งเกียรติยศ มาใช้ประกอบการออกแบบฉลากและกล่องบรรจุกัณฑ์ เป็นการสร้างความน่าสนใจ สร้างความโดดเด่น การจดจำให้กับผลิตภัณฑ์ การนำเสนอเอกลักษณ์ความเป็นไทย การสร้างความจดจำให้กับกลุ่มผู้ซื้อสินค้าทั้งภายในประเทศ และกลุ่มผู้ซื้อต่างประเทศ นับเป็นการนำเสนอสื่อการขายโดยการโฆษณาประชาสัมพันธ์เสียบบ นับเป็นการสร้างมูลค่าให้กับสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนีย์ วรรณโกมล (2546: 118) ได้ทำวิจัยเรื่องกลยุทธ์การออกแบบบรรจุกัณฑ์เพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจ พบว่า การส่งเสริมเอกลักษณ์ความเป็นไทย เป็นประโยชน์ต่อวงการออกแบบบรรจุกัณฑ์ของไทย

ซึ่งความพึงพอใจด้านการออกแบบกราฟิกมีความแตกต่างกับประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 5 และกล่องบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 6

- สีของระบบการพิมพ์บรรจุกัณฑ์มีความสวยงาม

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 2 ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด เนื่องจากฉลากและกล่องบรรจุกัณฑ์ไวน์เม่า ใช้กระดาษที่มีโครงสร้างแข็งเป็นวัสดุเพื่อการผลิต พิมพ์ด้วยระบบ

ออฟเซต 4 สี เป็นระบบการพิมพ์ที่ช่วยเสริมสร้างให้ฉลากและบรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่น สวยงาม เสมือนจริง ด้วยระบบการพิมพ์ที่มีความประณีต ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับฉลากและบรรจุภัณฑ์ และสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับ ประชิต ทิณบุตร (2538 :156169) ได้กล่าวว่า การพิมพ์ระบบออฟเซต เป็นระบบการพิมพ์ที่นิยมใช้อย่างแพร่หลายมากที่สุดเพราะต้นทุนต่ำ ในขณะที่ประสิทธิภาพสูงสามารถพิมพ์ได้ 4 สีเหมือนจริง ระบบแยกเม็ดสีเป็น สีฟ้า ชมพู เหลือง และดำ ระบบการพิมพ์เป็นแบบพิมพ์เรียบที่รับหมึกแล้วถ่ายทอดลงบนแผ่นยาง ก่อนที่จะพิมพ์ลงบนกระดาษทำให้ได้ภาพที่คมชัดและสามารถผลิตได้อย่างรวดเร็ว แต่ข้อเสียของระบบนี้คือสามารถพิมพ์ได้เฉพาะบนวัสดุกระดาษเท่านั้น สอดคล้องกับ สุนีย์ วรรณโกมล (2546: 82) เรื่อง กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจ พบว่า จำนวนสีพิมพ์ที่เหมาะสมบนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ พิมพ์ 4 สี

ซึ่งความพึงพอใจด้านการออกแบบกราฟิกมีความแตกต่างกับประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 3 และกล่องบรรจุ 2 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 4

- นำหนักของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสม

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 4 ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด และประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 4 เนื่องจากการนำขวดลายผ้าทออีสานมาเป็นสีพื้นด้านหลังฉลาก และบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ขวดลายผ้าจะเป็นสีที่สามารถแสดงให้เห็นถึงศิลปะและวัฒนธรรมของกลุ่มคนพื้นถิ่นอีสานได้อย่างมีเอกลักษณ์เฉพาะ ซึ่งสอดคล้องกับ ลิตติพร ลิตติพาพานิช (2544: 173) พบว่า การใช้ภาพเลียนลักษณะพื้นผิว ที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ สามารถแสดงภาพลักษณ์พื้นถิ่นบนบรรจุภัณฑ์ได้

ซึ่งความพึงพอใจด้านการออกแบบกราฟิกมีความแตกต่างกับประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 5

- ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 5 ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด เนื่องจากตราเครื่องหมายการค้า "มาโอ (MA-O)" เป็นชื่อใหม่ไม่เป็นที่คุ้นเคย โดยกลุ่มผู้บริโภคจะรู้จักชื่อผลิตภัณฑ์คือ "เม่าไวน์ (Mao Wine) ดังนั้นการใช้ชื่อของตัวอักษรคือ "เม่าไวน์ (Mao Wine) ที่มีขนาดใหญ่ จะทำให้ผู้บริโภคสามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัดและเข้าใจได้ง่าย ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า และด้านหลังไวน์เม่า ซึ่งสอดคล้องกับ นาดยา

อ่อนสุวรรณ (2530 : 95-97) ได้กล่าวว่า ตัวอักษรโดด คือ ตัวอักษรขนาดใหญ่ที่จัดวางอยู่ โดดๆ เป็นคำเดียว โดยมากมักใช้แสดงชื่อสินค้า ตราสินค้า และชนิดของสินค้า

ซึ่งความพึงพอใจด้านการออกแบบกราฟิกมีความแตกต่างกับประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 7 และประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 9

- ตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 5 ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด และประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด เนื่องจากตราเครื่องหมายการค้า “มาโอ(MA-O)” เป็นคำอ่านที่มี 1 คำ 2 พยางค์ ทำให้ผู้พบเห็นสามารถอ่านออกเสียงได้กระชับ รวดเร็ว และจดจำง่าย จากการสำรวจส่วนใหญ่ โดยเฉพาะตราเครื่องหมายการค้าไวน์ที่พบเห็นในตลาดจะนิยมใช้ตัวอักษรมาเป็นชื่อบ่งบอกตัวสินค้า เพื่อการค้าหรือเพื่อธุรกิจ และเพื่อการคุ้มครองสิทธิตามกฎหมาย เป็นการสร้างความจดจำให้กับกลุ่มผู้บริโภค สามารถหยิบ เลือกซื้อได้อย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ของลิตติพร ลิตติพานิช (2544: 157) เรื่องการออกแบบเรขศิลป์บนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูป ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย พบว่า ตราสินค้า เรขศิลป์ที่นิยมใช้มากที่สุดสำหรับการบ่งชี้ประเภทของผลิตภัณฑ์ คือการใช้ตัวอักษรเพื่อแสดงชื่อสินค้า ทั้งนี้เนื่องจากการแสดงชื่อสินค้าด้วยอักษรถือเป็นสิ่งจำเป็นตามกฎหมายที่บรรจุภัณฑ์ทุกชิ้นต้องมี สอดคล้องกับ ธนาคารเพื่อการส่งออกและนำเข้าแห่งประเทศไทย, ทิศทางการส่งออกและลงทุนเล่ม4 (ม.ป.ป.)บทความเรื่อง กลยุทธ์ทางการตลาดในอนาคต การให้ความสำคัญกับตราสินค้า ในอนาคตผู้บริโภคยังให้ความสำคัญต่อตราสินค้ามากเป็นอันดับที่ 1 หรือ 2 เช่นที่ผ่านมาและมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น และมีความเป็นไปได้ที่ร้านค้าต่างๆ จะสั่งชื่อสินค้าจำกัดเพียงตราสินค้าที่จำหน่ายได้เท่านั้น

ซึ่งความพึงพอใจด้านการออกแบบกราฟิกมีความแตกต่างกับประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 7

- ภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า การจัดวางตราเหรียญรางวัลบนบรรจุภัณฑ์ ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 5 ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไวน์เม่าของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน เป็นผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ได้รับรางวัลเหรียญเงิน รางวัลรัชชเชลล์ยูเรก้า 2001 ในการประกวดผลงานการคิดค้นสิ่งประดิษฐ์และนวัตกรรมใหม่ ณ กรุงบรัสเซล ประเทศเบลเยียม และเป็นรางวัลที่ทรงเกียรติ การนำเหรียญรางวัลมาใช้บ่งบอกคุณลักษณะพิเศษให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์ จึงนับเป็นการ

สร้างความน่าเชื่อถือ และคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ลิตติพร ลิตติพาพานิช (2544: 162) พบว่า การส่งเสริมการโฆษณาหรือการรณรงค์ คือการใช้องค์ประกอบ ศิลป์ต่างๆ เพื่อตอบรับกับกิจกรรมส่งเสริมการขายหรือกลยุทธ์การตลาด ที่จะทำให้อผลิตภัณฑ์ขายได้ มากและเร็วยิ่งขึ้น

ซึ่งความพึงพอใจด้านการออกแบบกราฟิกมีความแตกต่างกับประเภทกล่องบรรจุ 2 ชนิด ให้ความสำคัญลำดับ 8 และประเภทกล่องบรรจุ 1 ชนิด ให้ความสำคัญลำดับ 10

- สีของตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 6 ประเภทบรรจุ 1 ชนิด เนื่องจากตัวอักษร สากลเป็นตัวอักษรที่สามารถหาพิมพ์ได้อิสระทั่วไป มีรูปแบบที่เหมือนกัน สามารถปลอมแปลงได้ ง่ายและรวดเร็ว หรือเมื่อเปลี่ยนแปลงสีสันทันทีไม่เกิดความน่าสนใจ อันเนื่องมาจากรูปแบบที่เป็น มาตรฐาน ไม่แสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์เฉพาะ ไม่สร้างความแตกต่างให้กับตราเครื่องหมายการค้า โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์ไวน์เม่าราชมงคลออีสาน เป็นไวน์ที่ผลิตโดยคนไทย การแสดงซึ่งเอกลักษณ์ของ ความเป็นไทย โดยการนำรูปแบบตัวอักษรมาตรฐานสากลมาผสมผสานกับรูปแบบลวดลายไทย ทำ ให้เป็นตัวอักษรที่ออกแบบแสดงถึงความเป็นไทย และเมื่อใส่สีสันทันทีจะทำให้ตราเครื่องหมายการค้า ทำให้ปลอมแปลงได้ยากขึ้น เป็นที่จดจำได้ง่าย อีกทั้งยังแสดงให้เห็นซึ่งเอกลักษณ์เฉพาะความ เป็นไทย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ลิตติพร ลิตติพาพานิช (2544: 174) พบว่า การใช้ตัวอักษร ร่วมสมัยที่แสดงบุคลิกความเป็นไทยคือการใช้ตัวอักษรที่ออกแบบขึ้นมาใหม่ สามารถแสดง ภาพลักษณ์พื้นถิ่นไทยได้

ซึ่งความพึงพอใจด้านการออกแบบกราฟิกมีความแตกต่างกับประเภทกล่องบรรจุ 2 ชนิด และประเภทกล่องบรรจุ 1 ชนิด ให้ความสำคัญลำดับ 9

- บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า แสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 8 ประเภทกล่องบรรจุ 1 ชนิด และประเภทบรรจุ 1 ชนิด เนื่องจากการแสดงให้เห็นถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ได้แก่ เทือกเขาภูพาน ผลมะเม่า สีของน้ำไวน์เม่า ลวดลายผ้าอีสาน ช่อบานประตู มาใช้ประกอบในการออกแบบ ฉลาก และบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ทำให้ผลิตภัณฑ์ไวน์เม่าสามารถบ่งบอกถึงแนวความคิด (Concept) โดยทำให้รูปแบบฉลาก และบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีเอกลักษณ์เฉพาะ สร้างความแตกต่างให้กับ ผลิตภัณฑ์ จากผลิตภัณฑ์ไวน์เม่าที่ผลิตขึ้นในจังหวัดเดียวกัน และในจังหวัดอื่นๆ และในระดับ สากล คุณลักษณะที่มีเอกลักษณ์เฉพาะนี้ เป็นการสร้างความจดจำได้ง่าย อีกทั้งยังสร้างความ

ผสมผสานกลมกลืนให้กับตัวผลิตภัณฑ์ไวน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สีห์ภูมิ ศรีโสภา. (2548: 153) พบว่า คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ในด้านการตลาด ต้องมีรูปแบบที่โดดเด่นสะดุดตา มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้าที่ครบถ้วนชัดเจนมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่แตกต่างจากสินค้าของฝากจากแหล่งอื่นและมีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ซึ่งความพึงพอใจด้านการออกแบบกราฟิกมีความแตกต่างกับประเภทกล่องบรรจุ 2 ชนิด ให้ความสำคัญลำดับ 10

ด้านการตลาดบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุคที่ 4 ในภาพรวมผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ได้แก่

- บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 1 ประเภทกล่องบรรจุ 2 ชนิด ประเภทกล่องบรรจุ 1 ชนิด และประเภทถุงบรรจุ 1 ชนิด เนื่องจากรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี จะต้องมีความทันสมัย บ่งบอกถึงรสนิยม สวยงามสะดุดตา มีเอกลักษณ์เฉพาะ เป็นการสร้างความภาคภูมิใจให้กับผู้ใช้ และสร้างแรงจูงใจในการซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย สุณีย์ วรรณโกมล. (2546:112) เรื่อง กลยุทธ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อการแข่งขันเชิงธุรกิจ. พบว่า บรรจุภัณฑ์ต้องเด่น สะดุดตา แปลกใหม่ อยู่ในระดับมากที่สุด

- ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 2 ประเภทกล่องบรรจุ 2 ชนิด เนื่องจากรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีความพิเศษคือ รูปแบบที่ทันสมัย น่าสนใจ สวยงาม สะดุดตา เป็นส่วนหนึ่งในการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการใช้สีสันทันที่บ่งบอกถึงคุณลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์ จะเป็นการสร้างแรงจูงใจ ดึงดูดความสนใจให้กับกลุ่มผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ลิตติพร ลิตติพานิช (2544: 162) พบว่า การทำให้สินค้าโดดเด่นแตกต่างจากคู่แข่ง ผู้ผลิตระบบอุตสาหกรรม มีการใช้สีสดและสีตัดกัน ของสินค้าเพื่อเป็นการดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค

ซึ่งความพึงพอใจด้านการตลาดมีความแตกต่างกับประเภทถุงบรรจุ 1 ชนิด ให้ความสำคัญลำดับ 5 และประเภทกล่องบรรจุ 1 ชนิด ให้ความสำคัญลำดับ 6

- ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 2 ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด และประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบ เอกลักษณะที่สวยงามสะดุดตา มีความทันสมัย จะส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ไวน์มีมูลค่าเพิ่มขึ้น สร้างความพึงพอใจในรสนิยมต่อผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับ อมรรัตน์ สวัสดิ์ทิต(ม.ป.ป.) เขียนบทความ "บทบาทบรรจุภัณฑ์ต่อการส่งเสริมสุขภาพ" ได้กล่าวว่า "บรรจุภัณฑ์" หรือ "การบรรจุหีบห่อ" หรือ "Packaging" นั้นมีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคอย่างยิ่ง นับเป็นองค์ประกอบและปัจจัยสำคัญอันดับต้นๆ ในการผลิตสินค้าออกสู่ตลาดที่จะมีผลต่อการเพิ่มคุณค่าและมูลค่าสินค้าให้สูงขึ้น ในขณะที่เดียวกันก็จะช่วยลดต้นทุนการผลิต และรักษาคุณภาพสินค้าได้อีกด้วย

ซึ่งความพึงพอใจด้านการตลาดมีความแตกต่างกับประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 3

- รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 2 ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด เนื่องจากความสวยงามของบรรจุภัณฑ์ เป็นความงามที่ส่งผลในด้านความรู้สึกของจิตใจ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไวน์เพิ่มคุณค่า ในเชิงสุนทรียภาพ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์จะสร้างแรงจูงใจ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้กับผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับ ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541 : 8-9) ได้กล่าวว่า หน้าที่ด้านการตลาด ทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย เพราะบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสวยงามสามารถเป็นสื่อโฆษณาตัวเองได้ หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะกาล

ซึ่งความพึงพอใจด้านการตลาดมีความแตกต่างกับประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 4 และประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 7

- บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 2 ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด เนื่องจากบรรจุภัณฑ์มีบุคลิกลักษณะดี โดดเด่นกว่าผลิตภัณฑ์คู่แข่งหรือข้างเคียง สวยงามกว่าคู่แข่งหรือข้างเคียง จะเป็นจุดสนใจในการประชาสัมพันธ์ตัวเองบนชั้นวางสินค้า และทำให้ผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลในการเพิ่มความน่าสนใจในการมองเห็นต่อกลุ่มผู้บริโภค และตามมาด้วยการส่งผลในการซื้อและครอบครองสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย ลิตติพร ลิตติพาพานิช (2544: 161) พบว่า การดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคเป็นคุณสมบัติพึงมีที่จำเป็นสำหรับบรรจุภัณฑ์ในปัจจุบันที่ต้องขายตัวเองบนชั้นวางของ

ที่เต็มไปด้วยสินค้าหลากหลายชนิดจากคู่แข่ง การทำให้บรรจุภัณฑ์โดดเด่นสังเกตเห็นได้จึงเป็นการเพิ่มโอกาสที่จะขายได้มากขึ้น

ซึ่งความพึงพอใจด้านการตลาดมีความแตกต่างกับประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 5 และประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 4

- บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความทรงจำและความประทับใจ

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 3 ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมามีรูปแบบสร้างสรรค์ที่ดี สร้างความประทับใจต่อความรู้สึก มีความสวยงาม มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสม จะสามารถสร้างความทรงจำ และความประทับใจ ความน่าเชื่อถือให้กับผู้พบเห็น ซึ่งสอดคล้องกับ สักซี แชนสุภา (ม.ป.ป.) ได้เขียนบทความ ได้กล่าวถึง กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าสินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นกระบวนการเกี่ยวกับการออกแบบ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์สินค้าฉีกแนวจากสินค้าคู่แข่ง ซึ่งจะสร้างความสะดุดตาประทับใจแตกต่างสินค้าประเภทเดียวกันในท้องตลาดอย่างสิ้นเชิง เป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้า

ซึ่งความพึงพอใจด้านการตลาดมีความแตกต่างกับประเภทบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 4 และประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 6

- บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ไวน์

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 7 ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมามีรูปลักษณะในเชิงสร้างสรรค์ที่สะดุดตา ในลักษณะบรรจุ 1 ขวด กล่องบรรจุ 2 ขวด ที่มีรูปทรงโค้งมีหูหิ้ว สะดวกต่อการนำพาและเป็นของฝาก มีรูปแบบที่สวยงามสะดุดตา สามารถสร้างความน่าสนใจให้กับกลุ่มผู้บริโภค ถือได้ว่าเป็นการสร้างแรงจูงใจในเชิงสื่อโฆษณาประชาสัมพันธ์เสีย เป็น การส่งเสริมการขายให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับ ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (2541) ได้กล่าวถึง การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ว่าบรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางด้านการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้เปรียบเสมือนกุญแจดอกสุดท้ายที่จะไขผ่านประตูแห่งการตัดสินใจซื้อ บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นงานพิมพ์ 3 มิติ และมีด้านทั้งหมดถึง 6 ด้าน ที่จะสามารถใช้เป็นสื่อโฆษณาได้ดีกว่าแผ่นโฆษณาที่มีเพียง 2 มิติ หรือด้านเดียวซึ่งสอดคล้องกับ สักซี แชนสุภา (ม.ป.ป.) ได้เขียนบทความเรื่อง กลยุทธ์การเพิ่มมูลค่าสินค้า ได้กล่าวถึง การวางตำแหน่งของผลิตภัณฑ์นอกจากจะตอบคำถามเพื่อการออกแบบด้านบรรจุภัณฑ์แล้ว ยังต้องให้ครอบคลุมถึงงานด้านการโฆษณา ประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายได้อีกด้วย

ซึ่งความพึงพอใจด้านการตลาดมีความแตกต่างกับประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ให้
ความสำคัญลำดับ 5 และประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 6

-บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร และมีการแสดง
รายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน

ผู้ให้ข้อมูลมีความพึงพอใจเป็นลำดับที่ 7 ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด เนื่องจากการบ่งบอก
ถึงคุณลักษณะ เป็นการสร้างประโยชน์ในเชิงโฆษณาและประชาสัมพันธ์ต่อกันถึง 3 ฝ่ายคือ ผู้ผลิต
จะได้รับประโยชน์ในประชาสัมพันธ์แหล่งผลิต และการจัดจำหน่าย ผู้จัดจำหน่ายสามารถ
ประชาสัมพันธ์อธิบายคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์และสามารถติดต่อผู้ผลิตเพื่อการจัดจำหน่ายได้
ผู้บริโภคมีความมั่นใจในผลิตภัณฑ์สร้างความเชื่อมั่นและก่อให้เกิดแรงจูงใจในการบริโภค และการ
ประชาสัมพันธ์สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่อไป โดยเฉพาะในการนำเสนอเอกลักษณ์ท้องถิ่น รายละเอียด
ที่บ่งชี้แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ จะเป็นเครื่องมือในการสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจในผลผลิต
ของผลิตภัณฑ์ แหล่งผลิตหรือแหล่งที่มา ตลอดจนแหล่งจัดจำหน่าย เป็นช่องทางในการขยาย
ตลาดต่อกลุ่มผู้สนใจหรือกลุ่มผู้ซื้อ และสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ซึ่ง
สอดคล้องกับงานวิจัย สีนัททิ ศิริโสภา. (2548: 153) พบว่า คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ในด้
ด้านการตลาด ต้องมีรูปแบบที่โดดเด่นสะดุดตา มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้าที่
ครบถ้วนชัดเจนมี เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่แตกต่างจากสินค้าของฝากจากแหล่งอื่นและมีภาพลักษณ์ที่
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ซึ่งความพึงพอใจด้านการตลาดมีความแตกต่างกับประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ให้
ความสำคัญลำดับ 8 และประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ให้ความสำคัญลำดับ 9

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

- 1.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับของส่งเสริมการขายไวน์ ควรมีหูหิ้ว
- 1.2 การออกแบบโครงสร้างบนบรรจุภัณฑ์ที่เป็นกระดาษ ควรคำนึงถึง หน้าของกระดาษ มาตรฐานที่โรงงานผลิต มิฉะนั้นจะเกิดความเปลี่ยนแปลงในเรื่องการใช้กระดาษ และเกิดความยุ่งยากในการพิมพ์ได้
- 1.3 การออกแบบลวดลายที่ต้องการจดสิทธิบัตรไม่ควรใช้ลวดลายที่มีอยู่แล้ว ซึ่งจะทำให้ไม่สามารถนำไปใช้ในการจดสิทธิบัตรได้
- 1.4 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรเป็นรูปแบบที่ทันสมัย สะดุดตา มีสีสันดึงดูดใจผู้พบเห็น และคำนึงถึงผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน
- 1.5 การออกแบบควรคำนึงถึง รายละเอียดที่ต้องระบุตามระเบียบข้อกำหนดทางกฎหมาย ลักษณะภาชนะบรรจุและฉลากที่ใช้ปิดภาชนะบรรจุสุราหั่นชุมชน ตามประกาศกระทรวงการคลัง
- 1.6 ควรมีการคุ้มครองการลอกเลียนแบบสำหรับบรรจุภัณฑ์ที่จดลิขสิทธิ์/สิทธิบัตร อย่างเคร่งครัด

2. ข้อเสนอแนะทั่วไป

- 2.1 งบประมาณล่าช้าทำให้ไม่สามารถดำเนินการได้ตามแผนการทำวิจัยที่กำหนดไว้
- 2.2 งานวิจัยที่มีการออกแบบชิ้นใหม่ควรจดสิทธิบัตรและเครื่องหมายการค้าเพื่อคุ้มครอง
- 2.3 ความต้องการบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด
- 2.4 ขวดที่ใช้ในการบรรจุไวน์ที่มีขายในท้องตลาดมีรูปแบบจำกัดไม่สามารถจัดทำได้
- 2.5 การเปลี่ยนแปลงระบบบริหารของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลมีการเปลี่ยนชื่อ
- 2.6 เงินทุนวิจัยช้าและงบประมาณที่ไม่เพียงพอกับการทำจริง

3. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

- 3.1 ควรมีการศึกษาและพัฒนาารูปแบบให้ทันสมัยอยู่เสมอ
- 3.2 ควรมีการศึกษบทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ทั้งในด้านการใช้งานและด้านการตลาด สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้บริโภค
- 3.3 การถ่ายทอดผลงานการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้กับสินค้าชุมชนให้ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ ตรงตามความต้องการที่แท้จริงของผู้ซื้อมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสินค้าในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สินค้าของฝากจากชุมชนมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์
- 3.4 งานวิจัยบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ไม่เป็นงานวิจัยในเชิงเปรียบเทียบ ผู้สนใจสามารถนำข้อมูลดังกล่าวไปขยายผลในเชิงวิจัยเปรียบเทียบได้