

บทที่ 2 วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเพื่อพัฒนาบรรพบุรุษที่สืบค้นค่าทางการเกษตรเพื่อการท่องเที่ยวจังหวัดนครปฐม จำเป็นต้องศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบรรพบุรุษและพฤติกรรมการบริโภคของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท เพื่อหาศักยภาพของบรรพบุรุษในปัจจุบันตลอดจนความต้องการของรูปแบบบรรพบุรุษสำหรับสินค้าทางการเกษตรแต่ละประเภท โดยการรวบรวมแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีเนื้อหา ดังนี้

- 2.1 การทบทวนวรรณกรรม
- 2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2.3 สรุป

2.1 การทบทวนวรรณกรรม

2.1.1 ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดนครปฐม

2.1.1.1 ประวัติความเป็นมาของจังหวัดนครปฐม

"นครปฐม" เป็นอยู่อารยธรรมสำคัญที่มีประวัติความเป็นมายาวนานในแผ่นดินสุวรรณภูมิ จากหลักฐานทางประวัติศาสตร์กล่าวว่า เมืองนครปฐมแต่เดิมนั้นตั้งอยู่ริมทะเลเป็นเมืองเก่าแก่ มีความเจริญรุ่งเรืองมานับตั้งแต่สมัยสุวรรณภูมิและเป็นราชธานีสำคัญในสมัยทวารวดี ในยุคนั้น นครปฐมเป็นแหล่งเผยแพร่อารยธรรมจากประเทศอินเดีย ซึ่งรวมทั้งพุทธศาสนา นครปฐมจึงเป็น ศูนย์กลางของความเจริญมีชนชาติต่างๆอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานอยู่เป็นจำนวนมากต่อมาก็เกิดความแห้งแล้งขึ้นในเมืองนครปฐม เพราะกระแสน้ำที่ไหลผ่านตัวเมืองเปลี่ยนเส้นทางประชาชนจึงอพยพ ไปตั้งหลักแหล่งอยู่ริมน้ำและสร้างเมืองใหม่ขึ้นชื่อ " นครชัยศรี " หรือ " ศรีวิชัย " นครปฐมจึงกลายเป็นเมืองร้างมาเป็นเวลาหลายร้อยปี จนกระทั่งพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ขณะที่ยัง ทรงผนวชอยู่ได้ทรงศไปพบพระปฐมเจดีย์ ทรงเห็นว่าเป็นเจดีย์องค์ใหญ่ไม่มีที่ไหนเทียบเท่าครั้งเมื่อ พระองค์ได้ทรงครองราชย์จึงโปรดฯให้ก่อเจดีย์แบบลังกาครอบเจดีย์เดิมไว้ ทรงปฏิสังขรณ์สิ่งต่างๆใน บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ให้มีสภาพดีและโปรดฯให้ชุดคลองเจดีย์บูชาเพื่อให้การคมนาคมสะดวกขึ้น ต่อมาในสมัยรัชกาลที่ 5 ได้เริ่มก่อสร้างทางรถไฟสายใต้ไปยังเมืองนครปฐม พระบาทสมเด็จพระ จุฬจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวจึงโปรดเกล้าฯให้ย้ายเมืองจากตำบลท่าช้างอำเภอเมืองนครชัยศรีมาตั้งที่บริเวณพระ ปฐมเจดีย์ ต่อมาในรัชสมัยของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวได้โปรดฯให้สร้างพระราชวัง สยามจันทร์สำหรับเป็นที่เสด็จแปรพระราชฐานและโปรดฯให้ตัดถนนเพิ่มขึ้นอีกหลายสายรวมทั้งสร้าง สะพานใหญ่ข้ามคลองเจดีย์บูชาและได้โปรดฯให้เปลี่ยนชื่อจากเมือง " นครชัยศรี " เป็น " นครปฐม "

สัญลักษณ์จังหวัดนครปฐม



ตราประจำจังหวัดนครปฐม รูปเจดีย์องค์ใหญ่และมีมงกุฎติดอยู่ที่พระปฐมเจดีย์

- เจดีย์องค์ใหญ่ คือ องค์พระปฐมเจดีย์ที่พระโศภนและพระอูตระได้สร้างขึ้น
- มงกุฎ หมายถึง พระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ผู้ทรงอุปถัมภ์สร้างองค์พระปฐมเจดีย์ต่อเติมให้สูงใหญ่สง่างามตามปรากฏในปัจจุบัน
- จังหวัดนครปฐม ใช้อักษรย่อว่า "นฐ"



ธงประจำจังหวัดนครปฐม

คำขวัญจังหวัดนครปฐม

" ส้มโอหวาน ข้าวสารขาว ลูกสาวงาม ข้าวหลามหวานมัน สนามจันทร์งามล้น พุทธมณฑลคู่ธานี พระปฐมเจดีย์เสียดฟ้า "

ต้นไม้ประจำจังหวัดนครปฐม



ชื่อพรรณไม้ จีน *Diospyros decandra* Lour

2.1.1.2 ที่ตั้งและอาณาเขต

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

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

ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอสองพี่น้อง จังหวัดสุพรรณบุรี

ทิศใต้ ติดต่อกับ อำเภอกระทุ่มแบน อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร และอำเภอบางแพ จังหวัดราชบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอไทรน้อย อำเภอบางใหญ่ อำเภอบางกรวย จังหวัดนนทบุรีและ เขตทวีวัฒนา เขตหนองแขม กรุงเทพมหานคร อำเภอบางไทร จังหวัด พระนครศรีอยุธยา

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ อำเภอบ้านโป่ง อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรีและอำเภอท่ามะกา อำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี

2.1.1.3 สภาพภูมิประเทศ

พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบไม่มีภูเขาและป่าไม้ ระดับความสูงของพื้นที่แตกต่างกัน 2-10 เมตร เหนือระดับน้ำทะเลปานกลาง สภาพพื้นที่โดยทั่วไปสูงจากระดับน้ำทะเลปานกลาง 6 เมตรลาดเอียงจากทิศเหนือสู่ทิศใต้และทิศตะวันตกสู่ทิศตะวันออก มีแม่น้ำท่าจีนไหลผ่านจากทิศเหนือสู่ทิศใต้พื้นที่ทางตอนเหนือ และตะวันออกเฉียงเหนือส่วนใหญ่เป็นที่ดอนมีระดับความสูง 6-10 เมตร ส่วนพื้นที่ตอนกลางของจังหวัดเป็นที่ราบลุ่มมีที่ดอนกระจายเป็นแห่ง ๆ มีแหล่งน้ำกระจายอยู่ทั่วไป พื้นที่ด้านตะวันออกและทิศใต้เป็นที่ราบลุ่มริมฝั่งแม่น้ำท่าจีนมีคลองธรรมชาติ และคลองขอยที่ขุดขึ้นเพื่อการเกษตรและคมนาคมมากมาย

2.1.1.4 สภาพภูมิอากาศ

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

อุณหภูมิ จากสถิติข้อมูลอุณหภูมิของจังหวัดนครปฐม โดยสถานีอุตุนิยมวิทยานครปฐม ย้อนหลัง 5 ปี (พ.ศ.2547 -2551) ปรากฏว่าอุณหภูมิโดยทั่วไปอยู่ในเกณฑ์ปกติ สำหรับอุณหภูมิสูงสุดที่วัดได้ 39.4 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 15 เมษายน 2547 และอุณหภูมิต่ำสุดที่วัดได้ 11.1 องศาเซลเซียส เมื่อวันที่ 24 ธันวาคม 2549 (ที่มา : สถานีอุตุนิยมวิทยานครปฐม)

โดยเฉลี่ยจังหวัดนครปฐมมีอุณหภูมิในฤดูอากาศต่างๆดังนี้

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

2.1.1.5 สภาพสังคม

ความเป็นราชธานีที่เก่าแก่มาแต่โบราณของจังหวัดนครปฐม จึงเป็นเมืองที่มีประชาชนหลากหลายเชื้อชาติที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานทำมาหากินจนกลายเป็นชาวจังหวัดนครปฐม ปัจจุบันสามารถจำแนกได้ 5 เชื้อชาติหลัก คือ เชื้อชาติเขมร ต่อมาเป็นชาวลาว เรียกว่าลาวเวียงจันทร์ ชาวมอญเป็นประชากรอีกกลุ่มหนึ่งที่อพยพเข้ามา เนื่องจากเกิดสงครามกลางเมืองกับพม่า เช่นกันกับคนจีนที่อพยพมาตั้งถิ่นฐานอยู่ในจังหวัดโดยอพยพมาจากจีนแผ่นดินใหญ่ในสมัยรัชกาลที่ 2 และ 3 มักจะประกอบอาชีพพ่อค้าวานิชเป็นหลัก นอกจากนี้ยังมีไทยไซ่งเป็นอีกเชื้อชาติหนึ่ง ซึ่งไทยไซ่งนั้นเดิมเรียกว่าลาวไซ่ง โดยได้อพยพเข้ามาในสมัยรัชกาลที่ 3 นอกจากเชื้อชาติดังกล่าวมาแล้ว ยังมีแขกอีกเชื้อชาติหนึ่งซึ่งได้อพยพเข้ามาอาศัยในจังหวัดนครปฐม โดยมีชุมชนใหญ่อยู่ในบริเวณวัดพระยานาถหรือที่ชาวบ้านเรียกทั่วไป คือ วัดโคกแขก

2.1.1.6 ข้อมูลเศรษฐกิจ

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

2.1.1.7 ข้อมูลเกษตรกรรม

จังหวัดนครปฐม มีพื้นที่เกษตรกรรมทั้งสิ้น 760,337.75 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 56.1 ของพื้นที่ทั้งหมดการเกษตรกรรม เป็นสาขาการผลิตที่สำคัญของจังหวัดนครปฐม ประชากรส่วนใหญ่ร้อยละ 23.43 ประกอบอาชีพเกษตรกรรม มีพื้นที่การเกษตรประมาณร้อยละ 56.1 ของพื้นที่จังหวัด อาชีพเกษตรกรรมที่สำคัญ ได้แก่ การทำนา ทำไร่ ทำสวนผลไม้ และการเลี้ยงสัตว์ ระบบการเกษตรในจังหวัดนครปฐม จัดเป็นเขตเกษตรก้าวหน้าเพราะมีระบบชลประทานที่ดี โดยอาศัยแหล่งน้ำจากลุ่มแม่น้ำเจ้าพระยา แม่น้ำท่าจีนและแม่น้ำแม่กลอง ประกอบกับเกษตรกรจังหวัดนครปฐมมีศักยภาพสูงสามารถเรียนรู้วิทยาการแบบใหม่ๆ และมีการใช้เทคโนโลยีในภาคการเกษตรที่พัฒนาพืชเศรษฐกิจที่ทำรายได้ให้จังหวัด ได้แก่ ข้าว อ้อย ไม้ผล พืชผักต่างๆและไม้ดอกไม้ประดับ การเกษตรกรรมของจังหวัดนครปฐมมีความเป็นไปได้สูงต่อการวางแผนจัดระบบการผลิต เพื่อเชื่อมโยงการส่งออก

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

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

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

การพาณิชย์กรรม จังหวัดนครปฐมเป็นศูนย์กลางทางการค้าของภูมิภาคตะวันตกและเป็นชุมทางการขนส่ง การขนถ่ายสินค้ามายาวนาน โดยทางรถไฟ รถยนต์ และการขนส่งสินค้าเกษตรทางน้ำเพื่อเข้าสู่ตลาดกรุงเทพฯ รวมทั้งมีความได้เปรียบทางด้านทำเลที่ตั้งประกอบกับโครงสร้างพื้นฐานของจังหวัดมีการพัฒนาการเกษตรในทุกด้าน ก่อให้เกิดการลงทุนอุตสาหกรรมต่อเนื่องจากการเกษตรได้อย่างดี และรวดเร็ว ทำให้โครงสร้างทางเศรษฐกิจของจังหวัดกระจายไปสู่สาขาต่างๆ และมีความมั่นคง จนกลายเป็นศูนย์กลางทางพาณิชย์กรรมขนาดใหญ่ ในปี 2550 มีผู้ประกอบการธุรกิจซึ่งจดทะเบียนธุรกิจใหม่ รวมทั้งสิ้น 455 ราย จำนวนทุนจดทะเบียนรวม 1,020,685,000 บาท (ที่มา : สำนักงานพัฒนาธุรกิจการค้าจังหวัด)

สินค้าเกษตรในจังหวัดนครปฐม ได้แก่

ก. สินค้าเกษตรไม่แปรรูป หมายถึง สินค้าที่ผลิตขึ้นมาจากพืชและสัตว์ที่ยังไม่ผ่านกระบวนการ

ถนอมอาหาร เช่น ทอด ต้ม ลวก นึ่ง พาสเจอร์ไรซ์ (Pasteurization) สเตอริไรซ์ (Sterilization) ตัวอย่างเช่น เนื้อสัตว์ ผลไม้สด พืชผักสด สมุนไพรสด เป็นต้น เช่น

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

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

ผลไม้ การทำสวนผลไม้ นับเป็นอาชีพหนึ่งที่ราษฎรทำการเพาะปลูกมากประกอบ ด้วย ส้มโอ มะม่วง ชมพู่ ฝรั่ง มะพร้าว น้ำหอม มะนาว กัลยน้ำว่า ขนุน องุ่น กระท้อน กัลยหอม ลำไย และส้มเขียวหวาน เป็นต้น สำหรับผลไม้ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดนครปฐมเป็นที่รู้จักทั่วไปของผู้บริโภค ได้แก่ ส้มโอนครชัยศรี และมะพร้าว น้ำหอมสามพราน ปี 2550/2551 จังหวัดมีผลผลิตผลไม้รวมประมาณ 130,105 ตัน มูลค่าประมาณ 1,626.69 ล้านบาท

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

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

ข. สินค้าเกษตรแปรรูป หมายถึง สินค้าที่ผลิตขึ้นมาจากพืชและสัตว์ที่ได้ผ่านกระบวนการถนอมอาหาร เช่น ทอด ต้ม ลวก นึ่ง พาสเจอร์ไรซ์ (Pasteurization) สเตอริไรซ์ (Sterilization) ซึ่งทำ

ให้เกิดการเปลี่ยนแปลงคุณลักษณะของอาหารไปแล้ว หรืออาหารที่ผสมกับส่วนผสมอื่นๆ ตัวอย่าง เช่น ไข่เค็ม ลูกชิ้น กุนเชียง ผลไม้แช่อิ่ม น้ำพริก ขนมต่างๆ เป็นต้น เช่น

ข้าวหลาม สันนิษฐานว่ากำเนิดจากบรรพบุรุษชาวลาวโง่งที่อพยพถิ่นฐานมาตั้งถิ่นฐานแถววัดพระงาม ซึ่งต้องเดินทางมาตามป่าจึงใช้ข้าวหลามเป็นอาหารสำหรับการเดินทาง เมื่อมาถึงได้ประกอบอาชีพทำนา ส่วนการทำข้าวหลามนั้นจะทำทุกครัวเรือนในช่วงเทศกาล ข้าวหลามนครปฐมเริ่มเป็นที่รู้จักอย่างมากของคนทั่วไปและนักท่องเที่ยวที่เดินทางมานครปฐมเพื่อซื้อกลับบ้าน ในช่วงภายหลังที่พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวเสด็จมาทอดพระเนตรการทำข้าวหลามจากแม่ทรัพย์ ทำให้ข้าวหลามแม่ทรัพย์ขายได้มากกว่าผู้ขายรายอื่นๆ ในยุคนั้น เช่น แม่จิตต์ แม่หนู ภายหลังเมื่อผู้บริโภคมีจำนวนมากขึ้น ผู้ผลิตจึงได้เร่งเพิ่มจำนวนการผลิตทำให้ข้าวหลามสุกไม่ทั่วถึง ประกอบกับการจำหน่ายผ่านพ่อค้าคนกลาง พบว่ามีการนำข้าวหลามเหลือจำหน่ายซึ่งบูดไปจำหน่ายต่อ ซึ่งเป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ข้าวหลามนครปฐมเริ่มประสบปัญหา ผนวกกับมีการตัดถนนพระรามที่ 2 ทำให้รถที่เคยวิ่งระหว่างกรุงเทพฯ กับภาคใต้ไม่ผ่านตัวเมืองนครปฐมและขาดจุดจำหน่ายสินค้าประจำจังหวัด รวมทั้งต้นทุนการผลิตที่สูงขึ้น ทำให้ข้าวหลามจำกัดอยู่ในกลุ่มผู้บริโภคจำนวนน้อยลง ดังนั้นสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครปฐมได้หารือกับผู้ประกอบการข้าวหลามนครปฐม เพื่อกำหนดเกณฑ์การพัฒนาการผลิตข้าวหลามให้ได้มาตรฐานเครื่องหมาย อย. เป็นจังหวัดแรกในประเทศไทย

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

2.1.1.8 ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครปฐม

อำเภอเมือง สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอเมืองได้แก่

1. **วัดพระปฐมเจดีย์ราชวรวิหาร** เป็นพระอารามหลวงชั้นเอกชนิดราชวรวิหารเป็นที่ประดิษฐานองค์พระปฐมเจดีย์ที่ใหญ่และสูงที่สุดของไทย จังหวัดนครปฐมได้ใช้พระปฐมเจดีย์เป็นตราประจำจังหวัด พระปฐมเจดีย์ที่เห็นอยู่ในปัจจุบันนี้เป็นองค์ที่สร้างขึ้นในสมัยรัชกาลที่ 4 เมื่อ พ.ศ.

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

2. พิพิธภัณฑสถานพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว (พระราชวังสนามจันทร์)

พระราชวังแห่งนี้พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯให้สร้างขึ้น ตั้งแต่
ยังทรงดำรงพระยศเป็นสมเด็จพระบรมโอรสาธิราชสยามมกุฎราชกุมาร เริ่มก่อสร้างในปี พ.ศ. 2450

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

4. **พระราชวังนครปฐม** อยู่ทางทิศตะวันออกติดกับบริเวณพระปฐมเจดีย์ พระบาท
สมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวทรงโปรดฯให้สร้างพระราชวังขึ้น เพื่อใช้เป็นที่ประทับค้างคืนในการ
มาบูชาพระมหาเจดีย์ซึ่งเป็นสถานที่บรรจุพระบรมสารีริกธาตุ ซึ่งพระสถูปเจดีย์นั้นสร้างเป็นป่าเบญจ
ดงนั้นจึงทรงให้ขุดคลองมหาสวัสดิ์ คลองเจดีย์บุษบา เพื่อให้การคมนาคมระหว่างกรุงเทพฯและ
นครปฐมสะดวกขึ้นและทรงพระราชทานนามว่า "พระนครปฐม"

5. **เนินพระ หรือเนินยายหอม** อยู่ที่ตำบลดอนยายหอม อำเภอเมืองนครปฐม ตั้งอยู่ที่
ถนนเพชรเกษมระหว่างกรุงเทพฯกับนครปฐม จะมีแยกเลี้ยวขวาเข้าถนนเศรษฐกิจ 2 (บ้านแพ้วดอน-
ยายหอม)ประมาณ 9 กม. จะถึงเนินพระหรือเนินยายหอมซึ่งอยู่ทางฝั่งซ้ายของถนนลึกเข้าไปประมาณ
150 เมตร กลางทุ่งนาใกล้กับถนนสายนครปฐม อำเภอบ้านแพ้ว เป็นโบราณสถานที่เก่าแก่มากเมื่อ
พ.ศ.2479 พระธรรมวาทิตถาวรย์ (หลวงพ่อกเงิน) เจ้าอาวาสวัดดอนยายหอม ได้ขุดเอาอิฐที่หักพัง
แถวชานเนินไปสร้างพระอุโบสถ เมื่อขุดลึกลงไปเล็กน้อยก็พบศิลาเหลี่ยมเขียวสองต้น สูงประมาณ
4 เมตร มีลายจำหลักที่ปลายเสา คล้ายกับเสาประตูสุญญิตเจดีย์ของพระเจ้าอโศกมหาราชกับทวาร
หมอบทำด้วยศิลา 1 ตัว พระพุทธรูปศิลาสมัยทวาราวดี 1 องค์ พระเสมาธรรมจักรทำด้วยหินแต่หักพัง

เสาศิลาณีตอนบนงามสำหรับวางพระเสมาธรรมจักร เป็นแบบเดียวกับที่พบในบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ วัดพระงาม วัดพระประโทน และแบบพระราชวังสนามจันทร์ เสาศิลาณี เวลานั้นอยู่ที่วัดดอนยายหอม ส่วนทวารวดีกับพระพุทธรูปส่งไปเก็บไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติจากโบราณวัตถุที่พบเหล่านี้เป็นหลักฐานยืนยันว่าเดิมบริเวณนี้เป็นวัดเก่า และตัวเนินคงจะเป็นฐานเจดีย์ขนาดใหญ่อยู่ภายในบริเวณวัด ตั้งแต่สมัยทวารวดีหรือก่อนนั้นมีอายุกว่า 1,000 ปีมาแล้ว ถือว่าเป็นสถานที่ศักดิ์สิทธิ์และสำคัญ

6. **เนินวัดพระงาม** เนินนี้อยู่ที่วัดพระงามตำบลนครปฐม ห่างจากพระปฐมเจดีย์ไปเล็กน้อย เป็นซากพระเจดีย์ที่มีขนาดใหญ่วัดหนึ่งในสมัยทวารวดีเช่นเดียวกับองค์พระปฐมเจดีย์เพราะโบราณวัตถุที่ขุดค้นพบในบริเวณนี้ล้วนแต่เป็นของเก่าแก่ฝีมือสมัยทวารวดีทั้งสิ้น เช่นเดียว กันกับที่ขุดได้ในบริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ มีพระพุทธรูปศิลาหักพัง พระเสมาธรรมจักร กวางหมอบ พระพุทธรูปสัมฤทธิ์ พระพิมพ์ดินเผา เฉพาะที่ขุดได้ในบริเวณนี้มีเมืองมากมายหากจะหาที่อื่นเทียบได้ ปัจจุบันเก็บไว้ที่พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติหลายองค์ และที่แตกหักเก็บไว้ที่องค์พระปฐมเจดีย์เป็นอันมาก ที่เรียกว่าวัดพระงามนั้น สมเด็จฯ กรมพระยาดำรงราชานุภาพ ทรงอธิบายว่า เพราะพระพุทธรูปดินเผาที่ขุดได้จากบริเวณวัดนี้งามเป็นเลิศนั่นเอง

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

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

อำเภอกำแพงแสน สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอกำแพงแสนได้แก่

1. **เมืองกำแพงแสน** เป็นเมืองโบราณเก่าแก่อยู่ทางทิศเหนือห่างจากตัวเมืองประมาณ 20 กม. มีถนนตัดไปถึงซากกำแพงดิน คูเมืองยังอยู่ชัดเจนมีผู้ขุดพบพระพุทธรูปและสิ่งก่อสร้างหลายชิ้นเป็นแบบทวารวดีทั้งสิ้น แต่ฝีมือไม่ประณีตเหมือนที่ขุดได้ที่เมืองนครปฐม
2. **มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน** ตั้งอยู่ที่ถนนมาลัยแมน ห่างจากตัวเมืองไปประมาณ 21 กิโลเมตร ภายในมหาวิทยาลัยมีโครงการต่าง ๆ ที่ให้ความรู้แก่เกษตรกร
3. **สวนป่าสมุนไพรวัดปลักไม้ลาย** ตั้งอยู่ที่ตำบลทุ่งขวาง ห่างจากตัวเมืองนครปฐมไปตามถนนสายมาลัยแมน ประมาณ 20 กิโลเมตร เป็นสวนป่าที่มีสมุนไพรรักษาโรคประมาณ 500 ชนิด

เนื้อที่ประมาณ 92 ไร่ บรรยากาศภายในร่มรื่นเหมาะสำหรับพักผ่อนกับธรรมชาติ ในป่าสมุนไพร ภายในวัดมีการนวดไทยแผนโบราณ การอบสมุนไพร การรับประทานอาหารประเภทสมุนไพร ตลอดจน การอบรมจิตและการปฏิบัติธรรม

4. **อุทยานแมลงเฉลิมพระเกียรติ** อยู่ในความดูแลของศูนย์วิจัยและพัฒนากีฏวิทยา อุตสาหกรรม สถาบันวิจัยและพัฒนาแห่งมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ ดำเนินงานด้านการวิจัย ค้นคว้าและพัฒนาทางด้านกีฏวิทยา จัดเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 และ 2 เป็นนิทรรศการและ พิพิธภัณฑ์ จัดอยู่ภายในอาคารชั้นเดียวประกอบด้วยการจัดแสดงแมลงสัตว์ปีก แมลงหายาก ส่วนที่ 3 เป็นอาคารรูปโดม มีพื้นที่มากกว่า 1000 ตารางเมตร สูง 15 เมตร จัดแสดงระบบนิเวศวิทยา ของแมลงวิจัยพฤติกรรมแมลง การเพาะเลี้ยงแมลงเชิงพาณิชย์ รวบรวมพันธุ์ผีเสื้อและแมลงหายากใกล้สูญพันธุ์เช่น จิ้งหรีด จักจั่น ตั๊กแตน ดั่ง ส่วนที่ 4 เป็นงานพัฒนาการผลิตภัณฑ์ปรับปรุง ผลผลิตที่เกี่ยวข้องกับแมลงในเชิงพาณิชย์ อาทิ แมงกระซอน แมลงทับ แมลงตับเต่า ภายในจะได้ พบเห็นผีเสื้อและแมลงในภูมิภาคตะวันตกและได้เรียนรู้วงจรชีวิตของผีเสื้อและแมลง

อำเภอบางเลน สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอบางเลนได้แก่

1. **หมู่บ้านไทยไซ่ง** ตั้งอยู่ที่บ้านเกาะแรด ตำบลบางปลา อำเภอบางเลน อยู่ห่างจาก อำเภอบางเลนมาทิศใต้ ตามถนนสายบางเลน-ดอนตูม ประมาณ 9 กม. เชื้อสายไทยไซ่ง หรือไทย ทรงดำ (เนื่องจากชาวไทยไซ่งชอบใช้เครื่องแต่งกายสีดำ)หรือลาวไซ่ง อพยพมาจากบ้านหนองปรัง อำเภอเขาย้อย จังหวัดเพชรบุรี มีวัฒนธรรมและประเพณีของตนเอง นอกจากนั้นภายในหมู่บ้าน มีหัตถกรรมที่น่าสนใจ ได้แก่ การทอผ้า และเครื่องจักสานต่าง ๆ

2. **ตลาดน้ำลำพญา** ตั้งอยู่บริเวณหน้าวัดลำพญา ริมแม่น้ำนครชัยศรี(ท่าจีน) วัดลำพญา ต้นกำเนิดตลาดน้ำแห่งนี้เป็นศาสนสถานเก่าแก่กว่า 100 ปี นับตั้งแต่พ.ศ.2400 เป็นที่ประดิษฐาน พระพุทธรูปอันศักดิ์สิทธิ์ คือ หลวงพ่อมงคลมาลานิมิตร พระพุทธรูปปางมารวิชัย สร้างด้วยศิลาแลง พอกปูนและปิดทองทับไว้อย่างสวยงาม ซึ่งเป็นที่สักการบูชาและเคารพนับถือของพุทธศาสนิกชน จำนวนมาก ภายในบริเวณวัดที่เต็มไปด้วยต้นไม้นานาพันธุ์และสมุนไพรหลากหลาย เป็นแหล่งรวมพืชผักผลไม้ ผลผลิตทางการเกษตร เช่น เครื่องจักสาน ฟ้ายทอ ฟ้าย้อม และอาหารราคาถูก มีอาหารไทยจำหน่าย อาทิ ก๋วยเตี๋ยวเรือ ขนมหวาน ขนมเปี๊ยะ ห่อหมก ผัก และผลไม้ บริเวณหน้าวัด มีปลานานาชนิด เช่น ปลาสร้อย ปลากระแห ปลาแรด ปลาเทโพ เป็นต้น นอกจากนี้มีบริการเรือล่อง แม่น้ำท่าจีนโดยมีเรือบริการหลายประเภท เช่น เรือแจวโบราณ ล่องลำน้ำท่าจีน ออกจากหน้าวัดลำพญาไปนมัสการศาลเจ้าแม่ทับทิมซึ่งเป็นศาลศักดิ์สิทธิ์ประจำตำบลลำพญา เรือลากล่องแม่น้ำท่าจีนไป-กลับ จากหน้าวัดลำพญาไปวัดสุขวัฒนาราม ที่บริเวณหน้าวัดลำพญามีวังปลาชุกชุมซึ่งสามารถให้อาหารปลาได้ เรือกระแซงออกจากหน้าวัดลำพญาไปวัดบางพระ (วัดหลวงพ่อเป็น)

3. **แอร์ออร์คิด** สวนกล้วยไม้หลากหลายพันธุ์บนพื้นที่ 120 ไร่ ที่นี้มีห้องเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อกล้วยไม้ที่อนุบาลกล้วยไม้ พันธุ์กล้วยไม้ที่นี้ทั้งส่งออกต่างประเทศและจำหน่ายในประเทศ ในราคาย่อมเยา

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

5. **ตลาดโบราณ 100 ปี รางกระทุ่ม** ตลาดโบราณ 100 ปีรางกระทุ่ม ตั้งอยู่ที่ตำบลบางภาษีริมแนวคลองพระพิมลและคลองบางภาษี ซึ่งไหลลงสู่อำเภอเมืองท่าจีน ห่างจากอำเภอบางเลนประมาณ 5 กิโลเมตร เป็นตลาดริมน้ำแบบดั้งเดิมที่มีบรรยากาศของบ้านเรือนไม้เก่า หรือวิถีชีวิตที่เรียบง่ายมีการค้าขายสินค้าท้องถิ่นแบบดั้งเดิม เช่น ร้านขายกาแฟโบราณ เปิดพะไล ขนมครกโบราณ หมี่กรอบโบราณ ขนมทองม้วนมีม และมีบ้านโบราณ (ร้านบังเอิญพาณิชย์) อยู่ในตลาดรางกระทุ่ม มีอุปกรณ์การค้าขายของแบบโบราณที่ยังคงเก็บรักษาไว้อย่างดี เช่น การขายกาแฟโบราณ การทำขนมแต่งงาน เครื่องพิมพ์ขนมโก๋ เครื่องพิมพ์ขนมกวาดตุงเครื่องพิมพ์ถั่ว และเครื่องเล่นเพลง เป็นต้น

อำเภอนครชัยศรี มีสถานที่ท่องเที่ยวที่สำคัญได้แก่

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

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

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

4. **พิพิธภัณฑ์รถโบราณ** (เฉพาะเทคนิคมิวเซียม) ตั้งอยู่เลขที่ 100 หมู่ 2 ตำบลวังราย อำเภอ นครชัยศรี เป็นพิพิธภัณฑ์ที่รวบรวมและจัดแสดงยานยนต์ เครื่องกล ยานพาหนะหลากหลายชนิดจากทั่วทุกมุมโลก ก่อตั้งโดยนายเชษฐา เดชสกุลฤทธิ์ นักธุรกิจชาวไทยที่ชื่นชอบการเดินทางท่องเที่ยวไปทั่วโลก เมื่อมีโอกาสเยี่ยมชมพิพิธภัณฑ์ต่างๆในต่างแดนทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการสะสมขึ้น โดยรวบรวมยานพาหนะทั้งทางบก ทางน้ำ ทางอากาศ เช่น รถเล็ก รถการ์ตูน เรือดำน้ำ สัญชาติรัสเซีย เครื่องบินโบอิง 747 เครื่องบินไทรสตาร์ ฯลฯ เปิดให้ชมวันอังคาร-วันอาทิตย์

5. **วัดศรีชะทอง** เป็นวัดที่สร้างจากการร่วมใจของชาวบ้านที่เป็นชาวลาวที่อพยพมาจากเวียงจันทน์ในสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น ในขณะที่มีการขุดดินสำหรับสร้างวัดได้พบเศียรพระทองจมอยู่ในดิน จึงตั้งชื่อวัดนี้ว่า “วัดหัวทอง” ตั้งแต่นั้นมาจากวัดเล็กๆกลายเป็นวัดที่เจริญรุ่งเรืองและเปลี่ยนชื่อเป็น “วัดศรีชะทอง” ต่อมาทางราชการได้ยกขึ้นเป็นตำบลศรีชะทองสืบมาจนถึงทุกวันนี้ที่วัดศรีชะทองนี้มีประชาชนเป็นจำนวนมากที่นับถือและนิยมมานมัสการพระราหู ที่มีความศักดิ์สิทธิ์และเพื่อความเป็นสิริมงคล

6. **วัดกลางบางแก้วและพิพิธภัณฑ์พระพุทธวิถีนายก** เป็นวัดโบราณริมแม่น้ำท่าจีน ตั้งอยู่ที่ตำบลนครชัยศรี ภายในมีโบสถ์วิหารและพระประธานเก่าแก่ สันนิษฐานว่าสร้างขึ้นตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยา ภายในมีพิพิธภัณฑ์พระพุทธวิถีนายกซึ่งก่อตั้งขึ้นโดยพระครูสิทธิชัยคณาภิรักษ์เจ้าคณะอำเภอ นครชัยศรีและเป็นเจ้าอาวาสวัดกลางบางแก้วคนปัจจุบัน เพื่อเก็บรักษาโบราณวัตถุและศิลปะ วัตถุล้ำค่าต่างๆของอดีตเจ้าอาวาส 2 รูป คือ หลวงปู่บุญหรือท่านเจ้าคุณพุทธวิถีนายก (บุญขันธโชติ) ซึ่งปกครองวัดตั้งแต่ปีพ.ศ. 2429-2478 และหลวงปู่เพิ่ม พระพุทธวิถีนายก(เพิ่ม ปุณฺณวสุโน) ซึ่งเป็นลูกศิษย์ของหลวงปู่บุญและสืบตำแหน่งเป็นเจ้าอาวาสวัดต่อมา ภายในจัดแสดงประวัติและข้าวของเครื่องใช้ของหลวงปู่บุญและหลวงปู่เพิ่ม เครื่องรางของขลัง วัตถุมงคลและพระบูชาของหลวงปู่เรื่องราวตัวยาไทย สมุนไพร ยารักษาโรค ปฏิทินโหราศาสตร์เขียนด้วยลายมือหลวงปู่ รูปปั้นและรูปถ่ายของหลวงปู่ คัมภีร์โหราศาสตร์ สมุดข่อย ตำราโหราศาสตร์ ตำรายาไทย สมุดภาพพระมาลัย เครื่องถ้วยชามของใช้ แก้วเจียรไน เครื่องทองเหลืองธรรมาสน์มุกของหลวงปู่บุญ และจัดแสดงพระพุทธรูปพระบูชาไม้แกะ ธรรมาสน์บุษบกเก่าสลักไม้ลงรักปิดทอง กุฏิเก่าของหลวงปู่ที่นำมาประกอบในลักษณะเดิม เพื่อประดิษฐานหุ่นขี้ผึ้งของหลวงปู่เหมือนกับสมัยที่ท่านยังมีชีวิตอยู่

7. **ตลาดท่านา หรือตลาดนครชัยศรี** อยู่ในตำบลนครชัยศรี เป็นตลาดโบราณย่านชุมชนริมน้ำที่น่าท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดนครปฐม เปิดค้าขายมาตั้งแต่สมัยรัชกาลที่ 5 นับเป็นพื้นที่ประวัติศาสตร์ที่มีสถาปัตยกรรมการก่อสร้างที่เก่าแก่และหาดูได้ยาก อยู่ในความดูแลของสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ จึงทำให้ตลาดแห่งนี้มีการพัฒนาเชิงอนุรักษ์ ด้วยรูปแบบอาคารร้านตลาดสร้างด้วยไม้ซึ่งยังคงกลิ่นอายแบบดั้งเดิมเหมือนเมื่อ 70 กว่าปีที่ผ่านมา เป็นแหล่งร้าน

อาหารมีน้ำและผลไม้มากมายโดยเฉพาะส้มโอนครชัยศรี นอกจากบรรยากาศตลาดแล้วยังสามารถแวะเที่ยวสถานที่ท่องเที่ยวใกล้เคียง เช่น วัดบางพระที่มีพระดั่งอย่างหลวงพ่อบึง วัดกลางบางแก้วกราบไหว้หลวงพ่อบุญ ตลาดต้นสนซึ่งเป็นตลาดเก่าแก่อีกแห่งหนึ่ง

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

อำเภอสามพราน สถานที่ท่องเที่ยวในอำเภอสามพรานได้แก่

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

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

3. **ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน** ตั้งอยู่ริมถนนเพชรเกษมกิโลเมตรที่ 30 ห่างจากสวนสามพราน 1 กิโลเมตร มีเนื้อที่ประมาณ 130 ไร่ เป็นสวนสัตว์นานาชาติ
4. **ตลาดดอนหวาย** ตั้งอยู่ที่ตำบลบางกระพี้ก หลังวัดดอนหวายเป็นตลาดที่ยังเหลือสภาพตลาดเก่าในอดีตสมัยรัชกาลที่ 6 ให้เห็นลักษณะตัวอาคารเป็นอาคารไม้เก่าๆ
5. **พิพิธภัณฑ์พื้นบ้านวัดท่าพูด** ตั้งอยู่ในวัดท่าพูด ตำบลไร่ขิง ริมแม่น้ำท่าจีน เป็นวัดเก่าแก่อายุกว่า 200 ปี จากหลักฐานจารึกบนแผ่นอิฐมอญบนผนังพระอุโบสถ สันนิษฐานว่าสร้างสมัยอยุธยาตอนปลายประมาณสมัยพระเจ้าอยู่หัวบรมโกศ โดยกลุ่มคนที่อพยพโยกย้ายมาจากกรุงศรีอยุธยาเพื่อหลบภัยสงครามหลังเสียกรุงศรีอยุธยาพ.ศ. 2310 และมาตั้งหลักแหล่งอยู่ริมแม่น้ำท่าจีน หลวงพ่อรอดเจ้าอาวาสคนแรกเป็นอดีตพระราชาคณะกรุงศรีอยุธยา แม้ในสมัยสมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชจะนิมนต์ท่านให้เข้าไปจำพรรษาในเมืองหลวง เนื่องจากทรงฟื้นฟูขนบธรรมเนียมประเพณีสมัยกรุงศรีอยุธยา และทะนุบำรุงพระพุทธศาสนาโดยสืบหาพระภิกษุสงฆ์ที่มาจากกรุงเก่าเพื่อนิมนต์เข้าไปจำพรรษาในกรุงธนบุรี แต่หลวงพ่อก็ประสงค์จะจำพรรษาที่วัดนี้ สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงมีขัตติยคุณและทรงพระราชทานสิ่งของหลายสิ่ง เช่น พระยานมาศ(คานหาม) กระโถนถมบัทม์ กาน้ำชาและเรือกัญญาจำนวนอีก 2 ลำ ในสมัยรัชกาลที่ 5 วัดท่าพูดเป็นที่รู้จักของเชื้อพระวงศ์ ได้แก่ กรมหลวงชุมพรเขตอุดมศักดิ์ เนื่องจากในขณะนั้นมีเจ้าอาวาสใหญ่และรองที่มีชื่อเสียง คือ หลวงพ่อแก้วและหลวงพ่อดิ่ง ในปี พ.ศ.2540 ได้จัดสร้างพิพิธภัณฑ์ประจำวัดขึ้นเพื่อประโยชน์ต่อการศึกษาซึ่งประกอบด้วย 3 ส่วน คือ 1. หอพระไตรปิฎกสมัยรัชกาลที่ 3 จัดแสดงโบราณวัตถุ เช่น สิ่งของที่สมเด็จพระเจ้าตากสินมหาราชทรงพระราชทานให้แก่พระอาจารย์รอด 2. ภาควิชาอดีตเจ้าอาวาสหลังเก่าพ.ศ. 2502 จัดแสดงสิ่งของเครื่องใช้ของเจ้าอาวาส เครื่องบริวารต่างๆสมบัติของวัด เช่น เครื่องแก้ว เครื่องกรองน้ำ เครื่องปั้นดินเผาที่มได้จากแม่น้ำหน้า 3. อาคารเรียนพระปริยัติธรรมสมัยรัชกาลที่ 5-6 เป็นอาคารไม้สักประดับลายไม้ฉลุ (ขนมปังขิง) หน้าจั่วเป็นรูปเครื่องหมาย " มหามกุฏราชวิทยาลัย" วัดบวรนิเวศวิหาร ชั้นบนมุมหนึ่งรวบรวมเกี่ยวกับหนังสือพิมพ์ย้อนยุคสมัยต่างๆ และยังมีหนังสือและเอกสารต่างๆที่ทางวัดเก็บไว้ ชั้นล่างได้ถนุอาคารเก็บเครื่องวิดิระหัดน้ำเข้านา

อำเภอพุทธมณฑล มีสถานที่ท่องเที่ยวได้แก่

1. **พุทธมณฑล** เป็นสถานที่สำคัญทางพุทธศาสนา ตั้งอยู่ที่ตำบลศาลายา มีพื้นที่ 2,500 ไร่ จากกรุงเทพฯไปตามถนนเพชรเกษมถึงกม.ที่ 22 เลี้ยวขวาตามถนนพุทธมณฑลสาย 4 ประมาณ 8 กม. หรือเดินทางไปตามถนนสายปิ่นเกล้า-พุทธมณฑล ระยะทาง 19 กม. พุทธมณฑลเป็นสถานที่ซึ่งรัฐบาลและประชาชนชาวไทยร่วมใจกันจัดสร้างขึ้นในปีพ.ศ. 2500 เนื่องในโอกาสที่

พุทธศาสนาเจริญรุ่งเรืองมาได้ถึง 2,500 ปี บริเวณจุดศูนย์กลางของพุทธมณฑลเป็นที่ประดิษฐานพระพุทธรูปปางลีลา ซึ่งเป็นพระประธานของพุทธมณฑลมีความสูง 2,500 กระเปียด (ประมาณ 13.75 เมตร) พระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงพระราชทานนามว่า "พระศรีศากยทศพลญาณประธานพุทธมณฑลสุทรรศน์" รอบองค์พระประธาน เป็นสถานที่จำลองของสังเวชนียสถาน 4 ตำบล คือ ตำบลอันเป็นที่ประสูติ ตรัสรู้ แสดงปฐมเทศนาและเสด็จดับขันธปรินิพพาน นอกจากนี้ยังมีศาสนสถานที่สำคัญอื่นๆ ได้แก่ พระวิหารพุทธมณฑล ตำหนักสมเด็จพระสังฆราช และที่พำนักสงฆ์อาคันตุกะ หอสมุด พิพิธภัณฑ์พุทธศาสนา หอกลอง และสวนพันธุ์ไม้ต่างๆ

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

3. **ห้องเรือเที่ยวคลองมหาสวัสดิ์** ตำบลศาลายา ชมธรรมชาติและวิถีชุมชนริมคลองมหาสวัสดิ์ ชมสวนผลไม้ สวนกล้วยไม้ และนาบัว

4. **ศูนย์การศึกษานอกโรงเรียน (วิทยาลัยในวัง)** ตั้งอยู่ริมถนนศาลายา-บางภาษี ตำบลศาลายา เป็นงานศิลปะไทยโบราณ “ช่างสิบหมู่” เป็นศิลปะไทยที่ล้วนถูกสร้างสรรค์มาจากภูมิปัญญา

2.1.1.9 ข้อมูลเทศกาลสำคัญของจังหวัด

จังหวัดนครปฐมมีงานเทศกาลสำคัญหลายเทศกาลและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักทั่วไป ได้แก่

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

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

3. งานเลี้ยงบุฟเฟ่ต์ข้างและประกวดราชินีข้าง จัดขึ้นเป็นประจำทุกปีในวันแรงงานแห่งชาติ วันที่ 1 พฤษภาคมของทุกปี ที่ลานแสดงช้างและฟาร์มจระเข้สามพราน มีการประกวดราชินีข้างของสาวหุ่นบวชที่มีความน่ารักอ่อนโยน นุ่มนวลแบบข้าง

4. งานเทศกาลอาหารและผลไม้ นครปฐม จัดขึ้นในช่วงเทศกาลตรุษจีน ประมาณเดือน มกราคม-กุมภาพันธ์ของทุกปี บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์ เพื่อเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ด้านเกษตรกรรม และอุตสาหกรรมที่มีชื่อเสียงของจังหวัด ได้แก่ ส้มโอ มะพร้าว น้ำหอม ฝรั่ง กล้วย เป็นต้น ผลิตภัณฑ์อาหารต่างๆ ได้แก่ กุนเชียง หมูแผ่น หมูหยอง เป็นต้น ซึ่งในงานมีการประกวดโต๊ะจีนและผลไม้ต่างๆ

5. งานประเพณีสงกรานต์ จัดขึ้นระหว่างวันที่ 13-17 เมษายนของทุกปี บริเวณองค์พระปฐมเจดีย์มีกิจกรรม ได้แก่ การจัดตกแต่งขบวนแห่สงกรานต์ ขบวนมังกรและสิงห์โต การทำบุญสงฆ์ น้ำพระพุทธรูปพระร่วง โรจนฤทธิ ก่อพระเจดีย์ทราย มีมหรสพ และการละเล่นพื้นเมือง

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

2.1.2 แนวคิดเกี่ยวกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว

2.1.2.1 ความหมายของการท่องเที่ยว

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

รูปแบบการท่องเที่ยว(จัดเรณิม องอาจธานศาล) มีดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) หมายถึง การเดินทางไปในสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นแหล่ง ทรัพยากรธรรมชาติที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

2. การท่องเที่ยวเชิงเกษตร (Agrotourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวไปยังพื้นที่ทำการ เกษตรกรรม สวนเกษตร วนเกษตร สวนสมุนไพร ฟาร์มปศุสัตว์และเลี้ยงสัตว์ เพื่อชื่นชมความสวยงาม ความสำเริงและเพลิดเพลินในสวนเกษตร

3. การท่องเที่ยวเชิงดาราศาสตร์ (Astrological tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเพื่อ ไปชมปรากฏการณ์ทางดาราศาสตร์ที่เกิดขึ้นในแต่ละวาระ

4. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประเพณี (Cultural and traditional tourism) หมายถึง การ ท่องเที่ยวและเยี่ยมชม โบราณสถานที่คงเอกลักษณ์วัฒนธรรมเฉพาะถิ่น รวมถึงประเพณีและวิถีการ ดำเนินชีวิตของบุคคลในแต่ละยุคสมัย ประเพณีต่างๆที่คนในท้องถิ่นนั้นๆจัดขึ้นตามความเชื่อ การ เคารพนับถือ และพิธีกรรมต่างๆ

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

6. การท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตในชนบท (Village tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวในหมู่บ้านชนบท ที่มีลักษณะวิถีชีวิต และผลงานสร้างสรรค์ที่มีเอกลักษณ์พิเศษมีความโดดเด่น

7. การท่องเที่ยวเพื่อศึกษากลุ่มชาติพันธุ์หรือวัฒนธรรมกลุ่มน้อย (Ethnic tourism) คือการเดินทางท่องเที่ยวเพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตความเป็นอยู่ วัฒนธรรมของชาวบ้าน วัฒนธรรมของชนกลุ่มน้อยหรือชนเผ่าต่างๆ

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

2.1.2.2 ความสำคัญของการท่องเที่ยว

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

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีความสำคัญต่อความเจริญก้าวหน้า เสถียรภาพทางเศรษฐกิจและสังคมของประเทศไทยเป็นอย่างมาก และเป็นที่เชื่อกันว่าความสำคัญของการท่องเที่ยวจะมีมากขึ้นในอนาคต เนื่องจากรัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมอย่างต่อเนื่องและการท่องเที่ยวกลายเป็นแหล่งที่มาของเงินตราต่างประเทศที่สำคัญที่สุด การเดินทางท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมธรรมชาติของมนุษย์ที่มีมาแต่โบราณกาลและได้พัฒนาการมาเป็นลำดับ ยิ่งมีความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยีสมัยใหม่ โดยเฉพาะการคมนาคมขนส่งก็ยิ่งทำให้การเดินทางท่องเที่ยวขยายวงกว้างออกไป โดยมีวัตถุประสงค์ต่างๆ หลากหลายกันไม่ว่าเพื่อธุรกิจ เพื่อนันทนาการ และเพื่อศึกษาหาความรู้ในสิ่งที่ไม่เคยรู้เคยเห็น การเดินทางท่องเที่ยวซึ่งเป็นกิจกรรมอันเป็นส่วนบุคคลเหล่านี้ได้เติบโตรวมกันเป็นกลุ่มก้อนขึ้น จน ต้องอาศัยการวางแผน การจัดองค์การและการตลาด ซึ่งจะมีบทบาทสำคัญอย่างมากต่อระบบเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของนานาประเทศในปัจจุบัน

อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงถือได้ว่าเป็นพลังขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจที่แสดงบทบาทเด่นชัดในแต่ละปีที่ผ่านมา ความสำเร็จโดยรวมหรือบางส่วนนั้น ย่อมมาจากพลังของพื้นที่หรือพลังขับเคลื่อนทั้งส่วนเล็กและส่วนน้อยที่ช่วยกันผลักดันช่วยกันดันให้อุตสาหกรรมนี้เคลื่อนไหวไป

ข้างหน้าอย่างไม่หยุดยั้ง และแสดงบทบาทนำในการเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจ ซึ่งนำไปสู่การจ้างงาน สร้างอาชีพ การกระจายรายได้และการลงทุนในธุรกิจที่เกี่ยวข้องมากมาย หลายร้อยสาขา เป็นการสร้างความมั่งคั่งให้กับประชาชนและประเทศชาติ อันจะนำไปสู่ความสำเร็จ ในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนชาวไทย การท่องเที่ยวได้ส่งผลกระทบต่อผู้ประกอบการทางธุรกิจ หลายประเภท ได้แก่ ธุรกิจการขนส่ง ที่พักแรม อาหารและเครื่องดื่ม ธุรกิจบริการอื่นๆ ทั้งโดยตรง และโดยอ้อม เช่น การผลิตสินค้าเกษตร กรรมและหัตถกรรม การก่อสร้าง รวมทั้งกิจการ สาธารณูปโภคของรัฐ นอกจากนี้ยังขยายผลถึงระดับ ประเทศและโลกด้วย

จากการศึกษาถึงผลกระทบของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่มีต่อประเทศไทยใน ระยะเวลาที่ผ่านมา จะเห็นได้ว่า มีทั้งผลกระทบในทางบวก และผลกระทบในทางลบ ซึ่งผลกระทบ ในทางบวก คือ ทำให้เกิดรายได้จากการจับจ่ายใช้สอยของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ถ้าเป็น นักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศ จะทำให้ประเทศไทยมีรายได้เป็นเงินตราต่างประเทศเพิ่มขึ้นอีกทาง หนึ่ง นอกเหนือ ไปจากการส่งสินค้าออก นอกจากนี้ เงินที่นักท่องเที่ยวนำไปจับจ่ายใช้สอยย่อม กระจายไปสู่ท้องถิ่นที่มีแหล่งท่องเที่ยวตั้งอยู่ ทำให้เศรษฐกิจของท้องถิ่นดีขึ้น นอกจากผลดีทางด้าน เศรษฐกิจแล้วยังก่อให้เกิด

เกิดผลดีทางด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยมีการแลกเปลี่ยนและเรียนรู้วัฒนธรรมซึ่งกันและกันระหว่าง นักท่องเที่ยวกับคนในท้องถิ่น

2.1.2.3 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภคของนักท่องเที่ยว

ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคคนสุดท้าย ไม่ว่าจะ เป็น บุคคลหรือครัวเรือนที่ซื้อสินค้าและบริการสำหรับการบริโภคส่วนตัว (Kotler and Armstrong 2005: 143)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำที่ผู้บริโภคแสดงออก ได้แก่ การค้นหา การ เลือกรับซื้อ การเลือกใช้ การประเมินผลในการใช้สอยผลิตภัณฑ์นั้นๆ รวมถึงการบริการที่ผู้บริโภค พึงได้หรือพึงจะได้รับ ซึ่งการกระทำดังกล่าวเป็นที่คาดว่าจะสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค นั้นๆได้ (พรพิมล ศรีวิกร 2542: 6)

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงสาเหตุที่ปวงที่มีอิทธิพลเหนือ ผู้บริโภคทำให้ตัดสินใจซื้อสินค้าและบริการ ซึ่งโดยการเข้าใจถึงสาเหตุต่างๆที่มีผลในการจูงใจหรือ การตัดสินใจของผู้บริโภคที่จะทำให้นักการตลาดสามารถตอบสนองผู้บริโภคได้ (อดุลย์ จาตุรงค์กุล 2543 : 50)

พฤติกรรมของผู้บริโภค หมายถึง กระบวนการในการตัดสินใจจะเกี่ยวข้องกับโดยตรงในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการต่างๆ ซึ่งประโยชน์ที่ได้จากการศึกษาพฤติกรรมจะนำไปสู่การโอกาสในการทำการตลาดใหม่ๆและนำไปสู่การสร้างโอกาสทางกลยุทธ์

จากความหมายและแนวคิดของพฤติกรรมผู้บริโภค สรุปได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการกระทำที่ผู้บริโภคแสดงออกมาในรูปแบบของกระบวนการตัดสินใจเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ โดยได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่างๆซึ่งมีผลในการตัดสินใจของผู้บริโภค

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคตามแนวคิดของคอตเลอร์(Kotler 2006:180) ซึ่งนักการตลาดยอมรับถึงแนวทางที่ต้องคำนึงถึงดังต่อไปนี้

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

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

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการซื้อสินค้าไม่ว่าสถานการณ์การซื้อจะเป็นอย่างไร การตัดสินใจซื้อต้องมีการตัดสินใจเป็นขั้นๆซึ่งประกอบด้วยปัจจัย ดังนี้

1. การตัดสินใจเกี่ยวกับประเภทสินค้า
2. การตัดสินใจเกี่ยวกับแบบของสินค้า
3. การตัดสินใจเลือกตราสินค้า
4. การตัดสินใจด้านผู้ขาย

5. การตัดสินใจในปริมาณการซื้อ
6. การตัดสินใจช่วงจังหวะเวลา
7. การตัดสินใจเรื่องการจ่ายเงินหรือค่าใช้จ่ายในการซื้อ

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เป็นการค้นหาหรือวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค เพื่อทราบลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อและการใช้ของผู้บริโภค ซึ่งคำตอบที่ได้จะช่วยให้เห็นการตลาดสามารถจัดหากลยุทธ์ (Market Strategies) ที่สามารถสนองความต้องการ ความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

แนวทางการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่เกี่ยวข้อง โดยสรุปคือ

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

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะเป็นแนวทางการหาความต้องการในการซื้อสินค้าแต่ละประเภท เพื่อใช้เป็นตัวกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม

การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค มีแนวทางดังนี้

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

2.1.3 แนวคิดเกี่ยวกับตราสินค้า (Brand)

2.1.3.1 ความหมายของตราสินค้า (Branding)

ตราสินค้า (Brand) หมายถึง ตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์เป็นตัวอักษรที่ตั้งขึ้นมาสำหรับสินค้า โดยเฉพาะรูปแบบเพื่อวัตถุประสงค์ทางการค้าหรือเครื่องหมายที่แสดงความเป็นเจ้าของ ซึ่งอาจ

ออกมาในรูปแบบของชื่อ คำเฉพาะ รูปแบบหรือสัญลักษณ์ ตราสินค้าที่มีพลังสามารถนำสินค้าไปสู่ความสำเร็จทางการแข่งขันในตลาด และอาจเป็นทรัพย์สินที่มีค่าที่สุดขององค์กร

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

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

ตราสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จทางการตลาด ตราสินค้าช่วยให้นักการตลาดแยกแยะสินค้าหรือบริการของตนออกจากผู้อื่น ช่วยให้ผู้บริโภคประทับใจสินค้าหรือบริการได้ ซึ่งจะมีผลต่อการซื้อซ้ำ

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

คุณค่าของตราสินค้า (Brand Equity) หมายถึง ตราหรือยี่ห้อของสินค้าที่ผู้บริโภคมองเห็นว่ามีคุณค่า เป็นตราที่ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อคุณสมบัติของสินค้า และชื่นชอบตราสินค้านั้น การสร้างตราสินค้าให้มีคุณค่าทำได้ โดยสร้างความประทับใจในคุณภาพของตราสินค้า (Appreciation of Quality) หมายถึง การที่ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพทุกประการของสินค้าหรือบริการ แล้วเกิดความประทับใจในสินค้าหรือบริการนั้น การสร้างความประทับใจ (Appreciation) มีความแตกต่างจากการสร้างความพึงพอใจ (Satisfaction) ผู้บริโภครับรู้ถึงมูลค่าเพิ่มที่ส่งมอบได้นั้นจะทำให้สินค้าได้รับประโยชน์

ประโยชน์ของตราสินค้า มีความสำคัญหรือประโยชน์ต่อผู้ซื้อ ดังนี้

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

2. แสดงถึงความสามารถในการควบคุมตลาดสินค้า ตราสินค้าใดที่เป็นที่รู้จักมาก ๆ เป็นที่ยอมรับโดยทั่วไปย่อมแสดงถึงการมีส่วนแบ่งในตลาดสินค้ามากกว่าตราสินค้าอื่น ๆ

3. ช่วยเพิ่มยอดขาย ลูกค้านำสินค้าโดยจำตราได้แม่นยำเมื่อมีการส่งเสริมการขายใด ๆ จะกระตุ้นหรือเร่งการซื้อของลูกค้าได้รวดเร็วขึ้น

4. ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการขาย เนื่องจากลูกค้าตัดสินใจได้รวดเร็วจากตราสินค้า

5. ลดการเปรียบเทียบด้านราคาสินค้า ผู้ซื้อจะยอมรับราคาสินค้าที่สูงกว่าสำหรับตราสินค้าที่เป็นที่นิยมแพร่หลาย ด้วยความเชื่อว่ามีคุณภาพแน่นอนหรือดีกว่าสินค้าที่ตราสินค้าไม่เป็นที่รู้จัก

6. ช่วยให้แนะนำสินค้าใหม่ออกสู่ตลาดง่ายขึ้น ผู้ผลิตหรือผู้จัดจำหน่ายที่สร้างตราให้เป็นที่ยอมรับในตลาดสินค้าได้ เมื่อมีการนำผลิตภัณฑ์ใหม่ออกสู่ตลาดภายใต้ตราสินค้าที่เป็นที่ยอมรับนั้น ๆ

ประโยชน์ของตราสินค้าต่อผู้ซื้อหรือผู้บริโภค

1. ผู้ซื้อสามารถจำแนกประเภท ชนิด ของสินค้าในระดับคุณภาพแตกต่างกันของผู้ผลิต

2. ผู้ซื้อทราบว่า “ ใคร ” คือผู้ผลิตสินค้านั้น ๆ หรือสินค้าเป็นของผู้ใด

3. ช่วยลดเวลาและความพยายามในการแสวงหาซื้อสินค้าไม่มีตราสินค้า

4. เป็นตัวที่ทำให้ผู้บริโภค ตัดสินใจซื้อและเป็นหลักประกันคุณภาพ ของสินค้า ต่อผู้บริโภค

ความสำคัญของตราสินค้าที่มีต่อผู้ผลิตหรือผู้จำหน่าย ได้แก่

1. สร้างภาพลักษณ์ที่ดี ให้กับสินค้า

2. ได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย จากผู้ที่จะเลียนแบบ

3. ทำให้ผู้ซื้อที่ชื่นชอบสินค้าไม่สับสน อันจะเป็นการป้องกันจากคู่แข่งได้

การสร้างตราสินค้าให้มีพลัง มีแนวทางดังนี้

1. ออกแบบตราสินค้าให้มีความเหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์และตัวสินค้า

2. ต้องทำให้เกิดความแตกต่างกับตราสินค้า รายอื่น หรือของคู่แข่ง

3. ต้องสร้างความน่าเชื่อถือให้กับผู้บริโภค โดยออกแบบฉลากหรือกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ฉลากที่ดีต้องส่งเสริมซื้อสินค้าให้เป็นที่จดจำได้ง่าย ดึงดูดใจผู้บริโภคและให้ความรู้ สึกที่ดีต่อผู้บริโภค

ในการออกแบบฉลากต้องแสดงให้เห็นความแตกต่างระหว่างสินค้าประเภทเดียวกัน

การบริหารจัดการตราสินค้าเป็นการดำเนินการเพื่อให้เกิดความสอดคล้อง และเป็นการดูแลรักษาบุคลิกภาพให้กับตราสินค้า การบริหารตราสินค้านั้นเป็นงานที่ค่อนข้างจะซับซ้อน เพราะเป็น

เรื่องที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจตั้งแต่ในอดีตที่ผ่านมา ซึ่งเป็นผลให้เกิดการกระทำในปัจจุบัน และสิ่งทีกระทำนี้ยังส่งผลไปถึงอนาคตข้างหน้าอีกด้วย ทั้งหมดนี้มาจากผลของการวางแผนงาน การดำเนินงาน ซึ่งในขั้นตอนของการปฏิบัตินั้นจะต้องมีการตัดสินใจที่ดี มีการดำเนินงานให้ตรงกับแนวทางและภาพลักษณ์ของสินค้า รวมทั้งยังต้องเป็นการยึดมั่นในวิสัยทัศน์ของผู้บริหารองค์กรและวางแผนปฏิบัติงาน เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดที่กำหนดไว้และต้องมองถึงระดับที่จะเกิดการเพิ่มขึ้นของผลกำไร

กลยุทธ์ในการสร้างตราสินค้านั้น ริชาร์ด โลห์ทงค์ ได้เสนอแนะวิธีการดังนี้

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

กลยุทธ์การรักษาตราสินค้า ดังนี้

1. หน้าที่การสร้างการตระหนักรู้ในตราสินค้านี้จะทำผ่านการโฆษณา (Advertising : Brand Awareness Builder) โดยการโฆษณาจะทำหน้าที่ ในการสร้างการตระหนักรู้ในตราสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการสร้างความแตกต่างหรือคุณค่าเพิ่มของตราสินค้า เพื่อต้องการนำเสนอให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้รับทราบและจดจำในตราสินค้า

2. หน้าที่ในการสร้างความน่าเชื่อถือในตราสินค้าจะทำการประชาสัมพันธ์ (Credibility Builder: Public Relations) เมื่อโฆษณาทำหน้าที่สร้างการตระหนักรู้ในตราสินค้า ในช่วงเวลาเดียวกัน การประชาสัมพันธ์ทำหน้าที่ในการสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างภาพลักษณ์ของตราสินค้าให้ปรากฏต่อสายตา ความรู้สึกของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายและประชาชนโดยทั่วไป เพื่อให้เขาเหล่านั้นเกิดความนิยมชื่นชมในองค์กรและตราสินค้า

3. หน้าที่ในการติดต่อด้วยบุคคล (Personal Connection : Personal Selling and Direct Sales) การจะสื่อสารและติดต่อกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมายด้วยบุคคลจะต้องใช้เครื่องมือที่เรียกว่า " การขายโดยพนักงานขาย " เป็นเครื่องมือหลักที่ช่วยทำหน้าที่ในการติดต่สื่อสาร เพราะสามารถช่วยเพิ่มเติมข้อมูลในส่วนที่โฆษณาและประชาสัมพันธ์ไม่สามารถบรรจุเนื้อหาสาระได้ครบถ้วน นอกจากนี้ยังทำหน้าที่ชักจูงและโน้มน้าวใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้เกิดพฤติกรรมการซื้อและทดลองใช้สินค้า

4. หน้าที่ในการชักจูงให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายหันมาพิจารณาตราสินค้ามากขึ้น(Intensifying Consideration : Sales Promotion) เมื่อสร้างการรับรู้ ความน่าเชื่อถือและใช้บุคคลในการชักจูงใจ

ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เครื่องมือการส่งเสริมการขายจะทำหน้าที่ในการให้เหตุผลเพื่อการโน้มน้าวให้ลูกค้าหันมาพิจารณาตราสินค้านั้นๆมากขึ้น เนื่องจากการส่งเสริมการขายมีคุณสมบัติสำคัญในการนำข้อเสนอพิเศษ (extra value) ที่ตราสินค้ามีให้มากกว่ามาเป็นสิ่งล่อใจ ในขณะที่ตราสินค้าอื่นไม่มี จึงทำให้ลูกค้ากลุ่มเป้าหมายต้องหันมาพิจารณาซื้อสินค้าจากตราสินค้านั้นๆ มากขึ้น

5. หน้าที่ในการสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยการจัดกิจกรรมทางการตลาดและการให้บริการลูกค้า

6. หน้าที่ในการติดต่อกับลูกค้าในลักษณะที่เป็นส่วนตัวหรือเป็นการสื่อสารตรงกับลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย โดยใช้โทรศัพท์หรือส่งจดหมายตรงในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าเป้าหมาย เพราะเป็นวิธีการที่สามารถเจาะจงและเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีและมีประสิทธิภาพ

2.1.4 ทฤษฎีเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

2.1.4.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์

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

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง รูปแบบวัสดุภายนอกที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เพื่ออำนวยความสะดวกขึ้นทางการค้าของผู้ผลิต ผู้จำหน่ายและการนำไปใช้ของผู้บริโภค (วารสารสมาคมบรรจุภัณฑ์ไทย :1)

บรรจุภัณฑ์ หรือ หีบห่อ Packing หมายถึง สิ่งที่ปกป้อง ห่อหุ้ม คุ้มครองสินค้า เช่น กระปุก ตลับ กระจก ก่อง ถุง เป็นต้น (ปุณ คงเกียรติเจริญ, สมพร คงเจริญเกียรติเจริญ :7)

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

บรรจุภัณฑ์ (Package) หมายถึง ภาชนะหรือวัสดุที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีความปลอดภัยจากผู้ผลิตสู่ผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการ

สินค้าเกษตรและผลิตภัณฑ์อาหารแปรรูป หากเลือกบรรจุภัณฑ์และการขนส่งที่เหมาะสมจะมีส่วนที่ช่วยลดความเสียหายก่อนถึงมือผู้บริโภคและสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูง ดังนั้นบรรจุภัณฑ์จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อผลผลิต ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

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

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์อาหารแปรรูปมีความสอดคล้องกับวิทยาการ 2 ด้าน คือ ด้านเทคนิค และด้านการตลาด จำแนกได้ดังนี้

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

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิดของ ปูน คงเกียรติเจริญ ดังนี้

1. การทำหน้าที่บรรจุใส่ ได้แก่ การใส่ การห่อ ด้วยการชั่ง ตวง วัด นับ
2. การทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครอง ได้แก่ ป้องกันไม่ให้สินค้าเสียรูป แตกหัก ไหลซึม
3. การทำหน้าที่รักษาคุณภาพอาหาร ได้แก่ การใช้วัสดุที่ป้องกันกาการซึมผ่าน ป้องกันแสง ป้องกันก๊าซเฉื่อยที่ซึมเข้าไปชะลอปฏิกิริยาชีวภาพ ป้องกันความชื้นจากภายนอก
4. ทำหน้าที่การขนส่ง ได้แก่ กล่องลูกฟูก ลังพลาสติก ซึ่งบรรจุสินค้าหลายห่อหรือหน่วย เพื่อความสะดวกในการเคลื่อนย้ายและขนส่งสินค้าไปยังแหล่งผลิตหรือแหล่งขาย
5. การวางจำหน่าย คือ การนำบรรจุภัณฑ์ที่มีสินค้าอาหารแปรรูปอยู่ภายในวางจำหน่ายได้โดยที่ไม่จำเป็นต้องให้เห็นสินค้าเลย สามารถวางนอนหรือวางตั้งได้โดยที่สินค้าไม่ได้รับความเสียหาย ซึ่งควรคำนึงถึงขนาดที่เหมาะสมกับชั้นวางสินค้าด้วย

6 การรักษาสิ่งแวดล้อม ได้แก่

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

2.1.4.2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

การจำแนกประเภทบรรจุภัณฑ์ตามลักษณะการใช้งานได้ 2 ประเภท คือ

1. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก เป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับตัวสินค้าโดยตรงที่ผู้บริโภคซื้อไปใช้ ต้องทำจากวัสดุที่แข็งแรงคงสภาพเดิมเมื่อถึงตลาดเป้าหมายและต้องทำหน้าที่พื้นฐานของบรรจุภัณฑ์
 2. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ใส่บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก เพื่อความสะดวกในการขนส่ง โดยวัสดุที่นิยมใช้ทำบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งเป็นกล่องกระดาษลูกฟูกมากที่สุด
- บรรจุภัณฑ์แบ่งตามการออกแบบ คือ (ปูน คงเจริญทรัพย์ และสมพร คงเจริญทรัพย์ : 10)
1. บรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือปฐมภูมิ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่อยู่ชั้นในสุดติดกับตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง ผู้ซื้อจะได้สัมผัสเวลาที่บริโภค บรรจุภัณฑ์นี้จะได้รับการโยนทิ้งเมื่อมีการเปิดและบริโภคสินค้าภายในจนหมด จึงมีความสำคัญในการคุ้มครองปกป้องสินค้า รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และยืด

อายุของผลิตภัณฑ์อาหารให้ยาวนาน การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นในจะต้องเลือกวัสดุที่ไม่มีปฏิกิริยาทางเคมีกับผลิตภัณฑ์อาหาร ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์ชั้นในจำเป็นต้องวางแสดงตัวบนหนึ่งการออกแบบความสวยงาม การสื่อความหมายและภาพพจน์จะเริ่มเข้ามามีบทบาทในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองหรือทุติยภูมิ (Secondary Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่รวบรวมชั้นแรกเข้าด้วยกัน เพื่อเหตุผลในการปกป้องหรือจัดจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้นหรือเพื่อการขนส่ง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นนี้มักจะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ต้องวางแสดงบนหนึ่ง ณ จุดขาย ดังนั้นการเน้นความสวยงามจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งเพื่อสร้างความเป็นเอกลักษณ์และจุดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้างความเข้าใจและโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้ซื้อสินค้า ณ จุดขาย การออกแบบอาจจะมีการเปิดเป็นหน้าต่างเพื่อให้เห็นความงามของบรรจุภัณฑ์ชั้นในหรือสินค้า บรรจุภัณฑ์นี้เรียกว่าบรรจุภัณฑ์เพื่อการจำหน่ายปลีก

3. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สามหรือตติยภูมิ (Tertiary Packaging) หน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์นี้คือการป้องกันสินค้าระหว่างการขนส่ง

บรรจุภัณฑ์ขนส่งนี้แบ่งออกเป็น 3 ประเภทคือ

- บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งผลิตถึงแหล่งขายปลีก เมื่อสินค้าได้รับการจัดเรียงวางบนหนึ่งแล้ว บรรจุภัณฑ์ขนส่งก็หมดหน้าที่การใช้งาน เช่น แคร่ และกะบะ(Pallet) เป็นต้น

- บรรจุภัณฑ์ที่ใช้ระหว่างโรงงาน ในการจัดส่งสินค้าระหว่างโรงงาน จากโรงงานหนึ่งไปโรงงานหนึ่ง เช่น ลัง เป็นต้น

- บรรจุภัณฑ์ที่ใช้จากแหล่งขายปลีกไปยังผู้บริโภค เช่น ถุงต่างๆที่ร้านใส่สินค้าให้ผู้ซื้อ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ในชั้นนี้ จึงต้องคำนึงถึงความสามารถในการป้องกันสินค้าระหว่างการขนส่ง ส่วนข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ขนส่งจะช่วยให้การจัดส่งเป็นไปอย่างสะดวกและถูกต้อง บรรจุภัณฑ์ชั้นนี้เรียกว่าบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง

ประเภทบรรจุภัณฑ์ตามชนิดของวัสดุได้ 6 ประเภท คือ

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

2. บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากแก้ว มีความเป็นกลางไม่ทำปฏิกิริยากับอาหาร ทนทานต่อความร้อน ป้องกันการซึมผ่านของก๊าซและไอน้ำได้ดี มีความใสช่วยแสดงตัวสินค้าได้ดี สามารถออกแบบฝาปิดแล้วให้เปิดกลับได้อีก นำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่หรือหลอมเป็นแก้วใหม่ได้ แต่จะมีข้อเสียในด้านน้ำหนักมากทำให้เปลืองค่าขนส่ง ไม่ทนทานต่อการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิอย่างรวดเร็ว มีรูปแบบจำกัด ไม่มีความยืดหยุ่นในการผลิต มักใช้ร่วมกับวัสดุอื่นๆ เช่นฝาโลหะในการปิดผนึก

3. บรรจุกัมภีร์ที่ทำจากโลหะ เช่น กระจกเหล็กและอลูมิเนียม ซึ่งกระจกเหล็กจะต้องมีการนำไปเคลือบตีบุกหรือแลคเกอร์เพื่อป้องกันการทำปฏิกิริยากับอาหาร ต้องอาศัยเครื่องบรรจุที่มีราคาสูง แต่มีข้อดีในการป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ ไอน้ำและแสงได้ดี ผ่านการฆ่าเชื้อด้วยความร้อนสูงได้ มีความแข็งแรงรับน้ำหนักเรียงซ้อนกันได้ดี

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

5. บรรจุกัมภีร์จากวัสดุธรรมชาติ วัสดุธรรมชาติที่มีการใช้งานในปัจจุบัน เช่น ไม้ ไม้ไผ่ หวาย คั่ว คั่วม ย่านลิเภา กก เตยปาหนัน ป่านศรนาภายณ์ ปอสา ใบกะพ้อ ก้านธูปฤาษี หญ้าแฝก เชือกกล้วย ผักตบชวา ใบมะพร้าว ใบตาล ใบตอง ฝ้ายจากวัสดุต่างๆ ดินเผาเป็นวัสดุเซรามิก ในสมัยโบราณใช้วัสดุธรรมชาตินำมาแปรรูปเป็นภาชนะประเภทเครื่องจักสาน เช่น เข่ง กระบุง ใ้กึ่ง กระจาด กระเช้า ตะกร้า หมวก หีบ ลังไม้ บรรจุกัมภีร์สิ่งทอประเภทถุงผ้า กระเป๋าผ้า ใ้กึ่ง ย่อม เป็นต้น จัดเป็นบรรจุกัมภีร์พื้นบ้านจากภูมิปัญญาของไทยที่เก่าแก่ที่สุด มีอดีตประวัติความเป็นมาทางวัฒนธรรมซึ่งได้รับการสร้างสรรค์และมีวิวัฒนาการจนกลายเป็นงานศิลปหัตถกรรมที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวไม่เหมือนชนชาติใดๆ อันจะเป็นจุดแข็งของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้เป็นอย่างดี

6. บรรจุกัมภีร์ร่วมสมัยจากวัสดุธรรมชาติและวัสดุสมัยใหม่ เป็นการนำงานศิลปหัตถกรรมจากบรรจุกัมภีร์ประเภทเครื่องจักสาน ไม้ ไม้ไผ่ เครื่องโลหะ เซรามิกและเครื่องถักทอ มาใช้ร่วมกับบรรจุกัมภีร์จากวัสดุอุตสาหกรรมปัจจุบัน ได้แก่ กระดาษชนิดต่างๆ พลาสติก แก้ว โลหะ อันจะเป็นการสร้างเอกลักษณ์ให้แก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยอาศัยการออกแบบบรรจุกัมภีร์ที่น่าสนใจเพื่อสร้างความแตกต่างจากสินค้าอุตสาหกรรมและเป็นการสร้างจุดแข็งให้กับสินค้าชุมชน

2.1.4.3 การพัฒนาบรรจุกัมภีร์อาหาร

ผลิตภัณฑ์อาหารจากการแปรรูปผลผลิตทางการเกษตรจะประสบความสำเร็จเป็นที่ยอมรับของตลาดจำเป็นต้องมีการควบคุมคุณภาพ ตั้งแต่วัตถุดิบ ขั้นตอนระหว่างการผลิตและการบรรจุ ถ้าควบคุมคุณภาพอาหารได้และสม่ำเสมอแล้วโอกาสที่บรรจุกัมภีร์จะช่วยส่งเสริมทางการตลาดจะมีประสิทธิภาพสูง บรรจุกัมภีร์ที่ไม่สามารถเพิ่มคุณภาพของสินค้าแต่สามารถเพิ่มคุณค่าของสินค้าได้

ดังนั้นการพัฒนากระบวนการบรรจุภัณฑ์และการปรับปรุงระบบการขนส่งให้เหมาะสมจะเป็นการลดความเสียหายและสร้างความมั่นใจให้สินค้าอยู่ในสภาพเดิมมากที่สุด ขณะเดียวกันยังประโยชน์ในการขนส่งสินค้า ลดปริมาณพื้นที่ในการเก็บสินค้า ก่อให้เกิดความสะดวกในการเรียงซ้อน การเพิ่มต้นทุนของบรรจุกัมภีร์จะช่วยให้สามารถลดค่าใช้จ่ายในการขนส่งและค่าใช้จ่ายอื่นๆ ยังผลให้ต้นทุนรวมของสินค้ามีมูลค่าถูกลง

ตารางที่ 1 ประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับประเภทของอาหารแปรรูป

กลุ่มอาหาร	ประเภทบรรจุภัณฑ์	คำแนะนำและเหตุผล
1.อาหารถนอม ด้วยน้ำตาล และทำแห้ง	1.1 ซองพลาสติก PE	มีราคาถูกและปิดผนึกด้วยความร้อนได้ง่าย
	1.2 ซองพลาสติก PP	สามารถป้องกันความชื้นได้ดีแต่ปิดผนึกได้ยากกว่าฟิล์มPE เนื้อพลาสติกมีความใสช่วยเพิ่มคุณค่าสินค้า
	1.3 เซลโลเฟน หรือกระดาษแก้ว	สามารถป้องกันความชื้นได้ระดับหนึ่งมักนิยมใช้ห่อปิดปลาย(Twist Wrap)
	1.4 ครอบพลาสติกหรือ ครอบพลาสติกมีฝาปิด	เห็นสินค้าได้รอบตัว ควรปิดฝาด้วยเทปให้สนิท
	1.5 ถาดพลาสติกใสชนิด มีฝาเป็นแบบกาบหอย	ควรปิดฝาด้วยความร้อนแทนที่จะใช้ลวดหรือใช้เทป
	1.6 ครอบพลาสติก	สามารถสร้างจุดเด่นที่ดีแก่สินค้าและแปลกใหม่แต่มีมูลค่าสูง
	1.7 ครอบกระดาษ	คล้ายคลึงกับครอบโลหะแต่พิมพ์สวยงามได้มากกว่า
	1.8 ถุงเคลือบหลายชั้น อาจใช้แบบวางตั้งได้ อาจมีซิปลิดด้วย	เป็นบรรจุภัณฑ์รูปลักษณะใหม่ก่อให้เกิดความสะดวกในการบริโภคเปิดโอกาสให้ใช้เทคนิคระบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ๆ เช่นระบบสุญญากาศ ระบบการปรับสภาวะ ซึ่งช่วยยืดอายุอาหารเก็บได้นาน
2.อาหารหมักดอง	2.1 ครอบโลหะ	เหมาะกับอาหารที่ต้องผ่านการฆ่าเชื้อ มีขนาดมาตรฐานจัดหาได้ง่าย
	2.2 บรรจุภัณฑ์แก้ว	เหมาะกับอาหารที่ต้องผ่านการฆ่าเชื้อ ทั้งนี้จะ ต้องใช้ฝาปิดได้สนิท ความใสและคุณสมบัติของแก้วมีส่วนช่วยเพิ่มคุณค่าของสินค้า
	2.3 ถุงพลาสติก PE	เหมาะกับการจำหน่ายวันต่อวัน
	2.4 ปีบ	ใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ขนส่ง ถ้าใช้ปีบเปล่าควรพิจารณาสารเคลือบที่เหมาะสม หรืออาจใช้ถุงPE อย่างหนาเป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นใน

กลุ่มอาหาร	ประเภทบรรจุภัณฑ์	คำแนะนำและเหตุผล
	2.5 ถุงต้มได้ หรือ Retort Pouch	โครงสร้างพื้นฐานเป็นฟิล์มเคลือบของPETเคลือบกับเปลวอะลูมิเนียมและCPPสามารถฆ่าเชื้อสินค้าพร้อมถุงได้ ถุงอาจมีราคาแพงแต่จะช่วยลดค่าขนส่งและช่วยถนอมคุณค่าอาหารได้ดีกว่าอาหารกระป๋อง
	2.6 ถุงพลาสติกในกล่อง กระดาษลูกฟูก (Bag-In-Box)	ถุงพลาสติกและกล่องกระดาษลูกฟูกสามารถแยกออกจากกันได้และพับเก็บได้ง่าย ตัวกล่องกระดาษลูกฟูกสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ เปลี่ยนเฉพาะแต่ถุงพลาสติก ซึ่งวัสดุนี้จัดว่าเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม
3. อาหารถนอม ด้วยการฆ่าเชื้อที่ มีความร้อนสูง	3.1 ขวดแก้ว	มีขนาดขวดมาตรฐานจากผู้ผลิต ควรเลือกผ้าที่มีคุณภาพสูง ทนอุณหภูมิฆ่าเชื้อได้
	3.2 กระป๋อง หรือ Retort Pouch	มีขนาดมาตรฐานจำเพาะของสินค้าแต่ละประเภท และฆ่าเชื้อได้ง่าย ถุงเคลือบหลายชั้นมีศักยภาพสูง ใช้ปริมาณวัสดุบรรจุภัณฑ์ต่อหน่วยสินค้าน้อยจึงเป็นการสนองต่อการบรรจกรงค์ลดปริมาณขยะ
	3.3 ถุงพลาสติกในกล่อง กระดาษลูกฟูก (Bag-In-Box)	พิจารณาใช้พลาสติกที่ฆ่าเชื้อด้วยความร้อนได้ เช่น CPP สามารถลดต้นทุนขนส่งได้
4. เครื่องเทศ	4.1 ขวดแก้ว	บรรจุภัณฑ์ที่สามารถเก็บกลิ่นได้ดีไม่ยอมให้อากาศเข้าไปทำปฏิกิริยากับเครื่องเทศ เว้นแต่การปิดผนึกไม่ดี สร้างภาพพจน์ของสินค้าให้ดูมีราคา
	4.2 ขวดพลาสติก	ควรพิจารณาเลือกพลาสติกที่มีความหนาแน่นสูง เช่นHDPE เพื่อป้องกันกลิ่นซึมผ่านวัสดุบรรจุภัณฑ์
	4.3 ซองเคลือบหลายชั้น (Laminated Film)	เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บริโภคครั้งเดียว ซองที่เคลือบด้วยเปลวอะลูมิเนียมซึ่งสามารถเก็บรักษากลิ่นได้ดี
5. เบเกอรี่และ ขนมหวาน	5.1 กล่องกระดาษแข็ง	บรรจุภัณฑ์ที่สามารถพิมพ์ตกแต่งได้อย่างสวยงาม ราคาถูก

กลุ่มอาหาร	ประเภทบรรจุภัณฑ์	คำแนะนำและเหตุผล
	5.2 ภาดพลาสติกใสแบบ กาบหอย(Clam Shell)	สามารถมองเห็นสินค้า เพิ่มคุณค่าให้แก่สินค้า ถ้าใช้พลาสติกที่มีอัตราการซึมผ่านของก๊าซน้อย สามารถใช้เทคนิคระบบบรรจุภัณฑ์สมัยใหม่ เช่น การปรับสภาวะโดยการฉีดก๊าซเฉื่อย(ไนโตรเจน หรือคาร์บอนไดออกไซด์) เพื่อยืดอายุอาหาร แต่ตัว ฝาต้องปิดสนิทด้วยความร้อนได้
	5.3 ภาดพลาสติกหรือ กระดาษปิดผนึกด้วยความร้อนบนแผ่นฟิล์ม	ราคาถูกกว่า แต่ต้องคัดเลือกประเภทของพลาสติก ให้เหมาะสมกับสินค้าและสามารถใช้เทคนิคการปรับสภาวะได้
	5.4 ภาดอะลูมิเนียมพร้อมฝา ทำด้วยกระดาษแข็ง	มีราคาสูงแต่สามารถปกป้องรักษาคุณภาพสินค้า ไว้ได้นาน เหมาะสำหรับแช่เย็นหรือแช่แข็ง
6. นม ไอศกรีม	6.1 ถ้วยหรือขวดพลาสติก ปิดฝาด้วยกระดาษ หรือเปลวอะลูมิเนียม	เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาถูกแต่เก็บไว้ได้ไม่เกิน 1 สัปดาห์
	6.2 ซองเคลือบหลายชั้น (Laminate Film)	สิ่งสำคัญจะต้องมีชั้นพลาสติกที่ป้องกันแสง UV อาจจะมีพลาสติกที่เคลือบด้วยเมทาไลซ์ฟิล์มเพื่อยืดอายุสินค้า
	6.3 กล่องเคลือบหลายชั้น ด้วยกระดาษแข็งที่ใช้กับระบบฆ่าเชื้อUHT	เป็นวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้เทคโนโลยีการผลิตสูง มีราคาสูงมาก แต่สามารถถนอมรักษาอาหารได้นาน
	6.4 ถ้วยหรือถ้วยกระดาษ	เป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีศักยภาพในการสร้างการยอมรับ ได้มากโดยเฉพาะสินค้าส่งออก เพราะประเทศที่พัฒนาแล้วถือว่ากระดาษเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

จากตารางที่ 1 พบว่ามีบรรจุภัณฑ์ที่ใช้บรรจุใส่อาหารอยู่เป็นจำนวนมาก บรรจุภัณฑ์แต่ละประเภทมีคุณลักษณะและความเหมาะสมในการบรรจุอาหารแต่ละประเภทแตกต่างกัน การแข่งขันทางการตลาดในการใช้บรรจุภัณฑ์ใหม่ๆมาแทนบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาด เช่น บรรจุภัณฑ์ผลิตจากเยื่อและกระดาษ บรรจุภัณฑ์โลหะ บรรจุภัณฑ์โลหะ และบรรจุภัณฑ์พลาสติก

2.1.4.3 บรรจุภัณฑ์อาหารที่ผลิตจากเยื่อและกระดาษ

ประโยชน์ของการใช้บรรจุภัณฑ์กระดาษมีอยู่มากมาย คุณลักษณะเด่น คือ ความสามารถที่จะพับได้หรือการพับเส้นบนกระดาษมาขึ้นรูปเป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทต่างๆ เช่น ถุงและกล่อง เป็นต้น นอกจากนี้กระดาษเหนียวสีน้ำตาลที่เรียกว่ากระดาษคราฟท์นั้น ยังสามารถทนแรงที่มทุ่ได้ดี ทำให้สามารถนำมาผลิตเป็นถุงขนาด 20 และ 50 กิโลกรัมเพื่อใช้บรรจุแป้ง น้ำตาล เป็นต้น

ข้อเสียเปรียบของบรรจุภัณฑ์กระดาษเมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ คือ ไม่สามารถทนต่อความชื้น ก๊าซ และเก็บกลิ่นได้เนื่องจากรูพรุนของกระดาษ อย่างไรก็ตามวิวัฒนาการสมัยใหม่ได้ช่วยแก้ไขจุดอ่อนนี้ด้วยการนำกระดาษไปเคลือบกับพลาสติกชนิดต่างๆ หรือแม้กระทั่งไปเคลือบกับเปลวอะลูมิเนียมซึ่งเป็นโลหะ โดยใช้พลาสติกเป็นตัวเชื่อมระหว่างกลางทำให้ช่วยแก้ปัญหานี้ได้

ประเภทบรรจุภัณฑ์กระดาษ ที่นิยมใช้ในปัจจุบัน ได้แก่

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

2.1.4.4 บรรจุภัณฑ์อาหารกระป๋อง

โลหะสามารถป้องกันการซึมผ่านของก๊าซ ความชื้นและแสงได้ 100% กระป๋องโลหะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรักษาอุณหภูมิอาหารได้นาน 2 ปี และมีคุณลักษณะพิเศษในด้านความแข็งแรง ความทนทานต่อการพับงอ สามารถพับขึ้นรูปได้ตามต้องการ อีกทั้งสามารถออกแบบกราฟฟิกให้ดึงดูดความสนใจได้ แต่มีข้อเสียคือน้ำหนักมาก กระป๋องโลหะที่นิยมใช้ประกอบด้วยฝากระป๋องและตัวกระป๋องเชื่อมติดกันเป็นกระป๋องด้วยการบัดกรีเชื่อมด้วยไฟฟ้า บรรจุภัณฑ์กระป๋องมีหลายรูปแบบ เหมาะกับการใช้บรรจุอาหารลักษณะต่างๆ ได้แก่ ผัก ผลไม้ เนื้อ น้ำมัน เป็นต้น มีคุณลักษณะพิเศษที่แข็งแรงเรียงซ้อนได้ดี

2.1.4.5 บรรจุภัณฑ์แก้ว

แก้วเป็นวัสดุที่เฉื่อยต่อการทำปฏิกิริยาเคมีมากที่สุด และทนต่อการกัดกร่อนหรือปราคาจากปฏิกิริยาเคมีของอาหารจึงทำให้รสชาติของอาหารไม่เปลี่ยนแปลง ความใสและความเป็นประกายของแก้วช่วยทำให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ และสามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้ ความแข็งแรงของแก้วจะไม่ทำ

ให้รูปทรงและปริมาตรเปลี่ยนแปลงแม้จะบรรจุด้วยระบบความดันหรือสุญญากาศ แต่มีข้อด้อย คือ มีน้ำหนักมากและแตกง่าย แก้วนำมาทำบรรจุภัณฑ์ในรูปขวดรูปทรงต่างๆ เช่น ทรงกลม ทรงรี ทรงเหลี่ยม ส่วนฝาขวดจะทำหน้าที่รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารจึงต้องเลือกฝาที่เหมาะสม มาตรฐานสีของขวดแก้วมี 3 สีคือ สีใสซึ่งเป็นสีที่นิยมใช้มากที่สุด สีอำพัน ขวดแก้วประเภทนี้จะสามารถรองแสงอุลตราไวโอเล็ตได้ดี จึงนิยมใช้เป็นขวดเบียร์และขวดยาบางประเภท สีเขียวมีคุณสมบัติคล้ายกับสีอำพันมักจะใช้กับอุตสาหกรรมเครื่องดื่ม

2.1.4.6 บรรจุภัณฑ์พลาสติก

ในปัจจุบันมีการนำพลาสติกมาทำบรรจุภัณฑ์เป็นจำนวนมาก และมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันตามการใช้งาน เช่น

- โพลีเอทิลีน (Polyethylene) PE

เป็นพลาสติกที่ใช้มากที่สุดและราคาถูก มีคุณสมบัติกันความชื้นได้ดีพอสมควร นิยมนำมาใช้ทำถุงร้อน(จะมีสีขาวขุ่น)และถุงเย็น ใช้ห่อหรือบรรจุอาหารที่ไม่มีไขมันสูง ทำถุงบรรจุผักและผลไม้

- โพลีโพรพิลีน (Polypropylene) PP

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

- โพลีเอทิลีน เทเรฟทาเลต (Polyethylene Terephthalate) PET

PETเป็นบรรจุภัณฑ์ที่คิดขึ้นมาเพื่อบรรจุน้ำอัดลม มีคุณสมบัติเด่นทางด้านความใสแวววาว เป็นประกาย นิยมนำมาใช้บรรจุน้ำมันพืชและน้ำดื่ม ทนแรงยึดและแรงกระแทกได้ดี มีจุดหลอมเหลวสูง แต่ข้อด้อย คือ ไม่สามารถปิดผนึกด้วยความร้อนและเปิดฉีกยาก จึงมักใช้เคลือบกับพลาสติกอื่น การใช้งานนิยมนำพลาสติกประเภทนี้มาใช้เป็นขวด พิล์ม ถาดบรรจุภัณฑ์ เป็นพลาสติกที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่เพื่อผลิตสินค้าอย่างอื่น

- โพลีไวนิลคลอไรด์ (Polyvinylchloride) PVC

PVCเป็นพลาสติกที่สามารถแปรเปลี่ยนคุณสมบัติได้ โดยการเติมสารเคมีปรุงแต่ง (Additives) ต่างๆ เช่น Plasticizer, Modifier และ Fillers เคยมีการจะยกเลิกใช้ PVCในบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากมีสารตกค้างของไวนิลคลอไรด์ซึ่งอาจก่อให้เกิดมะเร็งในตับ แต่ปัจจุบันได้วิวัฒนาการด้านการผลิตทำให้สามารถผลิต PVC ที่มีไวนิลคลอไรด์ตกค้างน้อย นิยมใช้ PVC ทำฟิล์มยืดสำหรับห่อเนื้อสด ผัก และผลไม้สด เนื่องจากความใสและมันวาวทำให้เห็นผลิตภัณฑ์ได้ดี และมีอัตราการซึมผ่านของก๊าซและไอน้ำอยู่ในช่วงที่เหมาะสม ใช้ทำถาดบรรจุอาหารแห้งเช่น ขนมปังกรอบ คุกกี้ เพื่อแบ่งเป็นสัดส่วน และป้องกันการแตกหัก ใช้ทำถาดหรือกล่องบรรจุอาหารสด ใช้ทำขวดบรรจุน้ำมันพืชปรุงอาหาร

- โพลีสไตรีน (Polystyrene)PS

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

บรรจุภัณฑ์อาหารจากพลาสติก จะต้องระมัดระวังในเรื่องความปลอดภัยในการใช้ต้องเลือกชนิดที่ไม่ทำปฏิกิริยากับอาหารและเหมาะสมกับการใช้งาน บรรจุภัณฑ์ต้องผ่านการอุ่นด้วยการนึ่งหรืออุ่นด้วยไมโครเวฟจะต้องทนต่ออุณหภูมิสูงได้ดี ถ้าเกิดการอ่อนตัวหรือเสียรูปหรือหลอมละลายไม่ควรนำมาทำบรรจุภัณฑ์อาหาร เพราะอาจเกิดสารปนเปื้อนแพร่กระจายมาจากบรรจุภัณฑ์ได้

2.1.5 การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การออกแบบ หมายถึง วิธีคิดค้นหาการสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ เพื่อสนองความต้องการความสะดวกสบาย เพื่อแก้ปัญหาและพัฒนาวิธีชีวิตความเป็นอยู่ให้ดีขึ้นกว่าเดิม(ประชิด ทิถบุตร19)

การออกแบบ หมายถึง การสร้างสรรค์ทางศิลปะอย่างหนึ่งของมนุษย์ในอันที่จะนำทรัพยากรต่างๆในธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มาดัดแปลงขึ้นเป็นสิ่งที่ละเอียดอ่อน ความสะดวกสบาย และเกิดคุณประโยชน์เกิดคุณค่าต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี)

การพัฒนา หมายถึง การเปลี่ยนแปลงจากสภาพที่ไม่น่าพอใจ พัฒนาที่ละเล็กละลายน้อยที่มีการวางแผนไว้ล่วงหน้า ทำให้มีความเจริญขึ้นและมีความก้าวหน้าทันสมัย ส่งผลให้สะดวกสบายที่ดีขึ้น (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี)

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ จะเป็นการนำเอาองค์ประกอบต่างๆอันได้แก่ กลยุทธ์การตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายและสภาวะคู่แข่งขึ้นมาเป็นแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สนองกับจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ การออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถเขียนเป็นสมการอย่างง่ายได้ดังนี้

การออกแบบ = คำบรรยาย + สัญลักษณ์ + ภาพพจน์

Design = Words + Symbols + Image

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

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

บรรจุภัณฑ์มีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ในเวลาเดียวกันสามารถลดต้นทุนสินค้าอันจะนำไปสู่ยอดกำไรสูงซึ่งเป็นเป้าหมายของการค้า

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

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การเปลี่ยนแปลงบรรจุภัณฑ์จากสภาพที่ไม่น่าพอใจ ให้มีความสวยงามทันสมัย และสะดวกสบายในการใช้งานและการขนส่ง(สุภาวัฒน์ ไชยวรรณี: 1)

การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงเป็นการจัดทำหีบห่อเพื่อห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ให้คงอยู่และมีอายุการใช้งานที่ยาวนานขึ้น โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์เพื่อบอกคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นบนบรรจุภัณฑ์และความโดดเด่น สวยงาม การเก็บรักษาที่สะดวก มีสิ่งยืนยันความปลอดภัยตลอดจนรักษาสิ่งแวดล้อมทั้งนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะมีความแตกต่างกันขึ้นอยู่กับว่าเป็นการออกแบบเพื่อบรรจุภัณฑ์ชนิดใด สิ่งที่น่าออกแบบจะต้องคำนึงถึง คือ

1. บรรจุภัณฑ์ชั้นใน เป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นในสุดที่อยู่ติดกับตัวผลิตภัณฑ์โดยตรง จึงมีความสำคัญในการคุ้มครองปกป้องสินค้า รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์และยืดอายุของผลิตภัณฑ์อาหารให้ยาวนาน การเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นในจะต้องเลือกวัสดุที่ไม่มีปฏิกิริยาทางเคมีกับผลิตภัณฑ์อาหาร
2. บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก อยู่ถัดจากบรรจุภัณฑ์ชั้นในมีหน้าที่ปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายนอกไม่ให้ชำรุดเสียหาย สร้างความเป็นเอกลักษณ์และจุดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์ รวมทั้งสร้างความเข้าใจและโฆษณาประชาสัมพันธ์ให้แก่ผู้ซื้อสินค้า ณ จุดขาย เปรียบประดุจพนักงานไร้เสียง
3. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง เพื่อใช้ในการขนส่งสินค้า ซึ่งข้อมูลที่อยู่บนบรรจุภัณฑ์จึงเป็นข้อมูลเพื่อให้ถึงจุดหมายปลายทางอย่างปลอดภัย

การวางแผนออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อาจวางแผนได้ 2 วิธี คือ

1. ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งโดยตรงได้ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่าหรือด้วยบที่ถูกลงกว่า การตั้งเป้าหมายและวางแผนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงต้องศึกษาสถานภาพ

บรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งและรู้ถึงกลยุทธ์การตลาด และนโยบายของตัวเอง

2. พัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้แหวกแนวสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งขั้นโดยทั่วไปเราสามารถวิเคราะห์การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยใช้หลัก 5W + 2H ได้ดังนี้

- WHY ทำไมต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำไมต้องพัฒนากราฟิกของบรรจุภัณฑ์
- WHO ใครเป็นผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ แผนกใดเกี่ยวข้อง มีบุคคลใดบ้าง
- WHAT อะไร จุดมุ่งหมายการพัฒนาบรรจุภัณฑ์คืออะไร ข้อจำกัดในการออกแบบมี

อะไรบ้าง จุดขายของสินค้าคืออะไร การใช้งานของบรรจุภัณฑ์คืออะไร

- WHERE ที่ไหน สถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะวางขายสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน ถ้าไม่ศึกษาให้ดีพอนำบรรจุภัณฑ์ไปวางอาจใหญ่เกินไป วางไม่สวย มองเห็นบรรจุภัณฑ์แล้วไม่เด่นพอ ทำให้จะเปลี่ยนแปลงอะไรตอนนั้นคงเสียต้นทุนสูงมากเพราะต้องเริ่มใหม่หมด

- HOW อย่างไร จะใช้เทคโนโลยีอย่างไรที่เหมาะสมดี
- HOW MUCH งบประมาณที่ใช้จะใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีเท่าไร
- WHEN เมื่อไร เมื่อไรจะพัฒนาเสร็จ วางตลาดเมื่อไร ต้องมีการวางแผนจะได้เสร็จทัน

2.1.5.1 การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ปูน คงเจริญทรัพย์ และสมพร คงเจริญทรัพย์) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ

1. โครงสร้าง เป็นการออกแบบทางด้านเทคนิคและทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ โดยเน้นกระบวนการใส่ การรักษาคุณภาพด้วยการประเมินอายุของอาหารและการป้องกันที่เหมาะสมต่อการขนส่งและการกระจายสินค้า ประกอบด้วย รูปร่าง หรือรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ และวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์รูปร่าง มีหลายลักษณะ เช่น รูปทรงสี่เหลี่ยม ทรงกลม สามเหลี่ยม หลายเหลี่ยม รูปไข่ ฯลฯ ขึ้นอยู่กับรูปทรง และลักษณะของผลิตภัณฑ์ หรือสินค้า ที่เราจะบรรจุและวัตถุประสงค์ของการบรรจุภัณฑ์ เช่น เพื่อการขนส่ง เพื่อการเก็บรักษา หรือเพื่อป้องกันไม่ให้เกิดความเสียหาย วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์มีมากมายหลายชนิด ได้แก่ กระดาษ พลาสติก โลหะ แก้ว ไม้ การเลือกวัสดุทำบรรจุภัณฑ์โดยวิเคราะห์ดูความเหมาะสมระหว่างบรรจุภัณฑ์กับผลิตภัณฑ์ และหน้าที่การใช้งานของบรรจุภัณฑ์

2. กราฟฟิก เป็นการออกแบบรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อและสื่อความหมายให้เข้าใจ จดจำง่าย เกิดความรู้สึกประทับใจ การออกแบบกราฟิกจะเน้นในเรื่องของการตกแต่งรูปลักษณ์ด้วยภาพพจน์ที่สร้างความประทับใจทั้งในด้านรูปภาพและการออกแบบคำพูด ภาษาสื่อสาร ให้มีความสัมพันธ์กับรูปทรงของวัสดุและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีความจำเป็นที่ต้องทำอยู่เรื่อยๆ เนื่องจากไม่มีบรรจุภัณฑ์ใดที่จะ

สามารถใช้ได้ตลอดกาล สาเหตุเพราะการเปลี่ยนแปลงทางด้านการตลาดไปตามสมัยนิยมของผู้บริโภค รวมทั้งระบบการจัดจำหน่ายและเทคโนโลยีใหม่ๆ

วัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ

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

ตารางที่ 2.2 สถานะของส่วนผสมทางการตลาดในแต่ละขั้นตอนวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์

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

ปัจจัยที่ต้องพิจารณาในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลเบื้องต้นที่ต้องคำนึงในการออกแบบ คือ

1. สินค้าคืออะไร

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

2. ประโยชน์และความต้องการของผู้บริโภค

การกำหนดเป้าหมายของผู้บริโภค ปริมาณการบริโภคแต่ละครั้ง การนำไปปรุงร่วมกับอาหารอื่น และโอกาสในการบริโภคหรือฤดูในการเลือกซื้อ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์และลวดลายได้สอดคล้องกับเทศกาล การออกแบบให้เป็นของกำนัล เป็นต้น เพื่อเป็นการสนองความต้องการของผู้ซื้อ และทำให้สินค้ามีความแตกต่างหรือสร้างคุณประโยชน์มากกว่าคู่แข่งไม่ว่าในด้านคุณค่าอาหารหรือความสะดวกในการบริโภค

3. บรรจุกฎภัณฑ์ ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับบรรจุกฎภัณฑ์ ที่ต้องพิจารณาดังนี้

3.1 พิจารณาตามหน้าที่ของบรรจุกฎภัณฑ์ ได้แก่ การป้องกัน การรักษาคุณภาพ ความสะดวกในการใช้งาน ความประหยัดในการขนส่ง การออกแบบกราฟฟิคให้สอดคล้องกับความต้องการ การใช้ฉลากและส่วนประกอบของฉลากตามลักษณะของบรรจุกฎภัณฑ์ เช่น

- บรรจุกฎภัณฑ์ชั้นใน พิจารณาความเข้ากันได้ระหว่างสินค้าและบรรจุกฎภัณฑ์ ความสามารถดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ
- บรรจุกฎภัณฑ์ชั้นที่สอง ความจำเป็นในการรวมกลุ่มบรรจุกฎภัณฑ์ชั้นในเข้าด้วยกัน ความจำเป็นในการนำบรรจุกฎภัณฑ์ชั้นที่สองวางขาย ณ จุดขาย
- บรรจุกฎภัณฑ์ขนส่ง ความสามารถในการป้องกันสินค้า ข้อมูลที่พิมพ์บนบรรจุกฎภัณฑ์ที่จะช่วยให้ถึงจุดหมายปลายทางด้วยความปลอดภัย

3.2 พิจารณาถึงคุณสมบัติทางกายภาพของบรรจุกฎภัณฑ์ แบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ

- บรรจุกฎภัณฑ์แข็งตัว (Rigid Packaging) เช่น แก้ว กระจก โลหะ และขวดพลาสติก แบบฉีด บรรจุกฎภัณฑ์ชนิดนี้มีความแข็งแรง คงรูปได้ดี ลำเลียงบนสายพานได้สะดวก จึงเหมาะกับการใช้งานกับเครื่องบรรจุของเหลวด้วยระบบสุญญากาศและระบบที่ใช้ความดัน
- บรรจุกฎภัณฑ์กึ่งแข็ง (Semi-Rigid Packaging) เช่น ขวดพลาสติกแบบขึ้นรูปด้วยการเป่า ถาดโฟม ถ้วยไอศกรีม ขึ้นรูปด้วยความร้อนและสุญญากาศ บรรจุกฎภัณฑ์ชนิดนี้มีข้อจำกัดในการรับแรงอัดและแรงดันจึงบรรจุกฎภัณฑ์ของเหลวแบบสุญญากาศไม่ได้
- บรรจุกฎภัณฑ์อ่อนนุ่ม (Flexible Packaging) เช่น ซอง และถุง บรรจุกฎภัณฑ์ประเภทนี้ไม่สามารถรักษามิติหรือรูปทรงได้ จึงต้องมีอุปกรณ์ช่วยในระหว่างทำการบรรจุของเหลว และมักใช้การบรรจุแบบกระบอกสูบอัดใส่ในถุงบรรจุกฎภัณฑ์

4. การตลาด การพัฒนาบรรจุกฎภัณฑ์ให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย จำต้องวิเคราะห์จุดยืนของสินค้าและบรรจุกฎภัณฑ์เทียบกับคู่แข่งที่มีกลุ่มเป้าหมายเดียวกัน เช่น ข้อมูลปริมาณสินค้าที่จะบรรจุ ขนาด จำนวนบรรจุกฎภัณฑ์ต่อหน่วยขนส่ง อาณาเขตของการตลาด เป็นต้น

5. ระบบขนส่งและคลังสินค้า วิธีและอุปกรณ์การขนย้าย การเก็บคงคลัง เช่น การใช้รถกะบะเป็นพาหนะสำหรับใช้ในระบบขนย้าย การใช้สัญลักษณ์รหัสแท่งบนบรรจุกฎภัณฑ์ขนส่ง เป็นต้น

6. กฎหมาย การออกแบบกราฟฟิคของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นไปตามข้อบังคับ โดยเฉพาะอย่างยิ่งต้องสอดคล้องกับข้อบังคับของสำนักงานอาหารและยา(อย.) นอกจากนี้ยังต้องศึกษาการใช้สัญลักษณ์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

7. ปัจจัยอื่น ๆ เช่น สภาวะคู่แข่งรวมทั้งถึงการเคลื่อนไหวของคู่แข่ง สถานะของผลิตภัณฑ์ตามวัฏจักรชีวิตผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

2.1.5.2 ขั้นตอนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มี (ปุ่น คงเจริญทรัพย์และสมพร คงเจริญทรัพย์ :78-82)ดังนี้

1. กำหนดจุดมุ่งหมายของการใช้บรรจุภัณฑ์

กระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เริ่มต้นด้วยการตั้งจุดมุ่งหมาย ควรมีจุดมุ่งหมายหลักเพียงอย่างเดียว เช่น ทำให้ส่วนแบ่งการตลาดเพิ่ม 10% หรือจะเป็นการลดต้นทุนลงอีก 5% ซึ่งจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้จะต้องเฉพาะเจาะจงและเข้าใจง่าย

2. การวางแผนการบรรจุภัณฑ์

ในการวางแผนการบรรจุภัณฑ์จะเริ่มจากขั้นตอนดังต่อไปนี้

- การหาข้อมูลสินค้าที่จะพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ เช่น ข้อมูลทางเทคนิค ทางด้านการตลาด การจัดส่ง ค่าใช้จ่าย

- ความต้องการของบรรจุภัณฑ์ ทั้งด้านเทคนิคและการใช้งาน

- รายละเอียดของรูปแบบบรรจุภัณฑ์

- ข้อกำหนดบังคับตามกฎหมาย

- รวบรวมรายละเอียดระบบบรรจุภัณฑ์และวัสดุที่เหมาะสม

- ประเมินงบประมาณที่ต้องใช้ในการพัฒนา

- กำหนดมาตรการที่จะต้องดำเนินการทดสอบตลาดหรือทดสอบภายในสถานที่จำลอง

3. ปฏิบัติการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เริ่มต้นจากการเก็บข้อมูลของสินค้า ดังนี้

- คุณสมบัติของสินค้าทางกายภาพ เช่น ของแข็ง ของเหลว การแตกหักง่ายหรือยาก

- คุณสมบัติทางเคมี สินค้าจะเน่าเสียหรือเสื่อมคุณภาพจากปฏิกิริยาอะไร เช่นการทำปฏิกิริยากับออกซิเจนหรือความชื้น เพื่อจะได้ประเมินอายุของอาหารได้ และเพื่อเป็นแนวทางในการสรรหาวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม สามารถคุ้มครองคุณภาพอาหารได้ตามกำหนดอายุที่ต้องการ

- คุณสมบัติเด่นของสินค้าที่จะสร้างเป็นจุดขายเพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภค สร้างจุดเด่นที่เห็นชัดและจดจำได้ง่าย

- บรรจุภัณฑ์ เมื่อทราบคุณลักษณะของสินค้าและความต้องการของตลาดที่จะสนองจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ จะเริ่มเห็นแนวทางของบรรจุภัณฑ์ที่จะใช้และเตรียมร่างต้นแบบขึ้นมาได้ หรือความต้องการบรรจุภัณฑ์คุณสมบัติพิเศษ

- เครื่องจักร สืบเนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่ได้เลือกไว้แล้ว การสรรหาเครื่องจักรบรรจุที่เหมาะสมกับการใช้งาน ซึ่งต้องเปรียบเทียบประสิทธิภาพ ค่าใช้จ่ายและต้นทุน

4. การประเมินรอบแรก

จากร่างต้นแบบบรรจุภัณฑ์หลายแบบที่ได้พัฒนาขึ้นมา ขั้นตอนนี้จะทำการเปรียบเทียบ และ คัดบางแบบออก มาตรการที่ใช้ในการเปรียบเทียบเพื่อคัดออกนี้ คือ ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ กลุ่มเป้าหมายและต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ ตัวเลขของต้นทุนที่ได้จากผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์แหล่งต่างๆที่นำมาเปรียบเทียบ และการทดสอบความเข้ากันได้ระหว่างสินค้ากับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งเป็นการทดสอบว่าทั้งสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีการทำปฏิริยากันในเวลาใช้งานจริง โดยการทดสอบในห้องปฏิบัติการ ภายใต้สภาวะอุณหภูมิสูงและความชื้นสัมพัทธ์สูง เพื่อศึกษาสภาวะการเปลี่ยนแปลงคุณสมบัติ เช่น ความเปราะแตกหักสำหรับสินค้าที่เป็นของแข็ง หรือของเหลวที่อาจเปลี่ยนความข้นจนเป็นของเหลวข้นมาก หรือจับตัวเป็นก้อนแข็งเทไม่ออก เป็นต้น การประเมินรอบนี้จะจบลงเมื่สามารถคัดเลือกบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับจุดมุ่งหมายด้วยค่าใช้จ่ายที่ประเมินแล้วเป็นที่ยอมรับได้

5. การพัฒนาขั้นที่สอง

การพัฒนาขั้นต่อมา คือ การเริ่มพิจารณารายละเอียดปลีกย่อยของบรรจุภัณฑ์ชั้นนอก และบรรจุภัณฑ์ขนส่งของบรรจุภัณฑ์ชั้นในที่ได้รับการคัดเลือกไว้แล้ว ทดสอบความสามารถในการเรียงซ้อนกันของกล่องลูกฟูก เป็นต้น

6. การทดสอบการใช้งาน

เป็นการทดสอบการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบในแผนกต่างๆที่เกี่ยวข้อง เช่น ทดสอบการบรรจุ การเดินเครื่อง ความเข้ากันได้กับบรรจุภัณฑ์และเครื่องจักร การทดสอบจะมีมากหรือน้อย ขึ้นอยู่กับจุดมุ่งหมาย ขอบเขตในการพัฒนาและงบประมาณของการพัฒนานั้น การทดสอบที่สำคัญที่สุดคือการทดสอบทางการตลาด โดยอาจมีการทดสอบการวางจำหน่าย สรุปลผลการยอมรับจากกลุ่มเป้าหมายในสภาวะจุดขายจริง ทดสอบการยอมรับในตัวสินค้า การประเมินว่ากลุ่มเป้าหมาย พอใจซื้อสินค้าพร้อมบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนามาอย่างดีแล้วนี้ในราคาเท่าไร พร้อมทั้งการประเมินยอด ขายเพื่อที่จะไปกำหนดยุทธศาสตร์ทางการตลาด ในทางกลับกันสามารถทราบถึงจุดบกพร่องของบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาเพื่อนำไปทำการแก้ไขก่อนวางตลาดจริง

7. การประเมินขั้นสุดท้าย

การประเมินขั้นสุดท้ายเป็นการประเมินว่าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนี้ตรงตามจุดประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่และสมควรที่จะวางตลาดตามเวลาที่กำหนดไว้ นอกจากนี้ยังเป็นการตัดสินใจจะวางตลาดหรือไม่ ถ้าไม่วางจำหน่ายสินค้าสิ่งสูญเสีย คือ ค่าพัฒนาที่ได้เกิดขึ้นแล้ว แต่ถ้าตัดสินใจวางจำหน่ายและสินค้าไม่ประสบความสำเร็จ ความสูญเสียจะมีมากกว่าค่าพัฒนาที่ได้ทำไปอีกมากมาย

อายุของผลิตภัณฑ์อาหาร

ในอุตสาหกรรมแปรรูปอาหาร การกำหนดอายุของผลิตภัณฑ์อาหารเป็นหัวใจสำคัญที่ผู้ประกอบการจำเป็นต้องกำหนด เพื่อช่วยชี้แนวทางการลงทุนเครื่องจักรที่ใช้ในกระบวนการผลิต แนวทางการพัฒนาวัตถุดิบและการกำหนดคุณลักษณะเฉพาะของบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ห่อหุ้มเพื่อรักษาคุณภาพของสินค้าให้ได้ตามอายุที่กำหนด

ปัจจัยที่สัมพันธ์กับอายุผลิตภัณฑ์อาหาร ได้แก่

- **สินค้า** การเสื่อมคุณภาพของสินค้าด้วยปฏิกิริยาต่างๆกัน สินค้าบางอย่างเมื่อได้รับความชื้นจะไม่เป็นที่ยอมรับ เช่น ข้าวเกรียบ สินค้าบางอย่างเมื่อทิ้งไว้นานจะเกิดกลิ่นเหม็นหืน เช่น อาหารขบเคี้ยว เมื่อสามารถหาสาเหตุการเสื่อมคุณภาพของอาหารแล้ว จะต้องกำหนดมาตรฐานหรือระดับคุณภาพขนาดไหนที่เป็นที่ยอมรับได้ กำหนดระดับคุณภาพที่ยอมรับไม่ได้ จำเป็นต้องให้ชิมและสัมภาษณ์จากกลุ่มตัวอย่างที่ใกล้เคียงกลุ่มเป้าหมายผู้บริโภคที่จะซื้อสินค้านี้เมื่อวางจำหน่าย
- **บรรจุภัณฑ์** ทำหน้าที่ป้องกันไม่ให้สินค้าเสื่อมคุณภาพเร็วจนเกินไป วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้จะต้องมีความสามารถป้องกันความชื้นได้ อาหารบางชนิดที่มีไขมันมากจะทำปฏิกิริยากับออกซิเจนในอากาศแล้วเกิดกลิ่นเหม็นหืนและการซึมผ่านของกลิ่นหรือก๊าซอื่นๆ ดังนั้นวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่จะใช้ทดสอบหาอายุของอาหาร จำต้องกำหนดรายละเอียดให้ชัดเจน ตั้งแต่โครงสร้างรวมทั้งแหล่งผลิต รายละเอียดที่จำเป็นต้องทราบ เช่น อัตราการซึมผ่านของสารที่มีโอกาสทำปฏิกิริยาส่งผลให้สินค้าเสื่อมคุณภาพ พื้นที่ผิวบรรจุภัณฑ์ น้ำหนักสินค้าและวิธีการปิดผนึกของบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น
- **สิ่งแวดล้อม** การขนย้ายอาหารจากแหล่งผลิตย่อมมีโอกาสทำให้อาหารบอบช้ำและอาจเสียหายจนขายไม่ได้ ในทางปฏิบัติสินค้าจำพวกอาหารจะยินยอมให้เกิดความเสียหายได้ประมาณ 3%-10% แปรตามมูลค่าของอาหาร อายุของอาหารแปรผกผันกับประสิทธิภาพการขนส่ง เช่น การใช้เครื่องบินในการขนส่งผักผลไม้สด เป็นต้น

2.1.5.3 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

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

1. กำหนดนโยบายหรือวางแผนยุทธศาสตร์ เช่น วัตถุประสงค์และเป้าหมายของการผลิตเงินทุนงบประมาณ การจัดการ และการกำหนดสถานะของบรรจุภัณฑ์ ในส่วนนี้เจ้าของเป็นผู้กำหนด
2. การศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเบื้องต้น ได้แก่ ข้อมูลหลักการทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และวิศวกรรมทางการผลิต ตลอดจนการค้นพบสิ่งใหม่ๆที่เกิดขึ้นและเกี่ยวข้องสอดคล้องกันกับการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

3. การศึกษาถึงความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ เมื่อได้ศึกษาข้อมูลต่างๆแล้วก็เริ่มศึกษาความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ด้วยการสังเกตภาพ แสดงถึงรูปร่างลักษณะและส่วนประกอบของโครงสร้างเป็นลักษณะ 3 มิติ เพื่อเป็นการเสนอแนวความคิดสร้างสรรค์ โดยศึกษาความเป็นไปได้ในเทคนิควิธีการบรรจุและการคำนวณเบื้องต้น ตลอดจนเงินทุนงบประมาณดำเนินการ เพื่อการพิจารณาคัดเลือกแบบร่างไว้เพื่อพัฒนาให้สมบูรณ์ในขั้นต่อไป

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

5. การพัฒนาต้นแบบจริง โดยกำหนดขนาด รูปร่างและสัดส่วนจริง ภาพประกอบแสดงรายละเอียดส่วนประกอบต่างๆ จัดสร้างต้นแบบจำลองที่สมบูรณ์ เพื่อนำไปวิเคราะห์โครงสร้างและจำแนกแยกแยะส่วนประกอบต่างๆออกมาศึกษา ซึ่งต้นแบบที่จัดทำขึ้นต้องสร้างด้วยวัสดุที่สามารถให้ลักษณะและรายละเอียดใกล้เคียงกับบรรจุภัณฑ์ของจริงให้มากที่สุด เพื่อสามารถนำผลงานในขั้นนี้มาคัดเลือกพิจารณาความมีประสิทธิภาพของรูปลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์

6. การผลิตจริง ในโรงงานที่จะต้องดำเนินการตามแบบแปลนที่นักออกแบบให้ไว้ ซึ่งทางฝ่ายผลิตจะต้องจัดเตรียมแบบแม่พิมพ์ของบรรจุภัณฑ์ให้เป็นไปตามกำหนด และจะต้องสร้างบรรจุภัณฑ์จริงจำนวนหนึ่ง เพื่อเป็นตัวอย่างสำหรับการทดสอบทดลองและวิเคราะห์เป็นครั้งสุดท้าย เพื่อหาข้อบกพร่องและแก้ไขก่อน จึงดำเนินการผลิตปริมาณมากเพื่อนำไปบรรจุจำหน่ายต่อไป

2.1.5.4 ออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

รายละเอียดหรือส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์จะประกอบด้วยข้อมูลของสินค้า ซึ่งนำมาออกแบบเป็นกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยมีจุดมุ่งหมายในการออกแบบมีดังนี้

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

ความสำคัญของการออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1. เพื่อแสดงตัวผลิตภัณฑ์ ในท้องตลาด
2. เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์
3. ทำให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดของผลิตภัณฑ์ ที่อยู่ภายใน
4. แสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์และวิธีใช้ผลิตภัณฑ์ เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ โดยการออกแบบต้องอาศัยตัวอักษรและภาพเป็นสื่อโฆษณา สรรพคุณของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เห็นความแตกต่างจากคู่แข่ง ทั้งด้านคุณภาพ ปริมาณ ราคา พร้อมทั้งมีข้อมูลวิธีการใช้ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์อาหาร ข้อแนะนำและข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับประโยชน์ของผลิตภัณฑ์
5. แสดงลักษณะเฉพาะของผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตสินค้า การออกแบบกราฟฟิกมีบทบาทหน้าที่แสดงถึงลักษณะพิเศษเฉพาะของ Brand ผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตให้เกิดความเด่นชัดกว่าคู่แข่ง
6. รักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ในชุดของผู้ผลิตเดียวกัน เช่น การผลิตสินค้าหลายชนิด หลายขนาด หลายรส หลายกลิ่น ต้องออกแบบกราฟฟิกให้มีลักษณะคล้ายกันทั้งหมด โดยกำหนดตำแหน่งองค์ประกอบต่างๆ ไว้ในตำแหน่งเดียวกัน ใช้แบบอักษรชุดเดียวกัน ลวดลายหรือเทคนิคในการตกแต่งที่ให้ความรู้สึกเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน จะแตกต่างกันก็ตรงชื่อของผลิตภัณฑ์ ภาพและสีของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้เกิดความแตกต่างของสินค้าชนิดเดียวกัน เพื่อให้ผู้บริโภคเลือกซื้อได้ถูกต้อง
7. เพื่อความโดดเด่น เมื่อวางจำหน่ายสินค้า ต้องออกแบบกราฟฟิก ให้ลวดลายบนกล่องหนึ่งสัมพันธ์กับลวดลายอีกกล่องหนึ่งที่วางเคียงข้างกัน
8. การออกแบบบรรจุภัณฑ์กับการโฆษณาได้สะดวก จดจำง่ายรวดเร็ว จากผลการวิจัยพบว่า งานกราฟฟิกที่มีลักษณะตรงไปตรงมาใช้ภาพชัดเจนมีองค์ประกอบในการออกแบบไม่สับสน ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายกว่า

2.1.5.5 ฉลากบรรจุภัณฑ์ หมายถึง รูปรอยประดิษฐ์ เครื่องหมาย หรือข้อความใดๆ ที่แสดงไว้บนบรรจุภัณฑ์อาหาร ภาชนะบรรจุอาหาร หรือหีบห่อของภาชนะที่บรรจุอาหาร รวมทั้งผลิตภัณฑ์ที่ไม่ใช่อาหาร

ความสำคัญของฉลาก

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

ประเภทของฉลากโดยทั่วไปมี 2 ประเภท คือ

1. ฉลากทั่วไป จะทำหน้าที่สื่อสารข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ทำให้ผู้บริโภคมีความเข้าใจที่ถูกต้อง สินค้าที่ต้องมีฉลากทั่วไปมีทั้งผลิตภัณฑ์อาหารล้าสมัยอาหาร

2. ฉลากโภชนาการ มีความสำคัญอย่างยิ่งกับทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค จะแสดงรายละเอียดของข้อมูลโภชนาการของอาหารนั้นๆบนฉลาก ในรูปของชนิด และปริมาณของสารอาหารอยู่ภายใน เพื่อช่วยในการตัดสินใจของผู้บริโภค

ฉลากบรรจุภัณฑ์ (Label) เป็นส่วนแสดงรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับสินค้าและผู้ขาย โดยเฉพาะฉลากสินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มที่บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ทุกหน่วยแสดงรายละเอียดที่ชัดเจนประกอบด้วย

- ข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้า เช่น ชื่ออาหาร ชื่อและที่ตั้งของแหล่งผลิต การบรรจุและขนาดบรรจุ ส่วนประกอบที่สำคัญ

- ต้องแสดงเครื่องหมายและรายละเอียดที่กฎหมายกำหนด เช่น เครื่องหมาย อย. พร้อมเลขสารบบอาหาร ข้อความ “ใช้วัตถุดิบเสีย” “เจือสีธรรมชาติ” “แต่งกลิ่นเลียนแบบธรรมชาติ” ถ้ามี

- ต้องแสดงวันเดือนปีที่ผลิต หรือหมดอายุ หรือควรบริโภคก่อน

- ควรแสดงภาพประกอบให้มีสีสันสะดุดตา ดึงดูดใจผู้บริโภค

- ข้อมูลอื่นที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค เช่น คำแนะนำในการเก็บรักษา เป็นต้น

สถาบันพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ได้กล่าวถึงรายละเอียดที่ต้องแสดงไว้บนฉลากผลิตภัณฑ์อาหาร ดังนี้

- ชื่อเฉพาะของอาหาร ชื่อสามัญหรือชื่อที่ใช้เรียกตามปกติ

- ชื่อและที่ตั้งของผู้ผลิต กรณีนำเข้าให้แจ้งชื่อประเทศผู้ผลิตด้วย

- เลขทะเบียนอาหาร หรือเลขที่อนุญาตให้ใช้ฉลากอาหาร(ถ้ามี)ให้ทราบว่าเป็นสินค้าผ่านการรับอนุญาตจากผู้อนุญาตแล้ว

- ต้องแสดง ปริมาณสุทธิ เป็นระบบเมตริก ของแข็งให้ใช้เป็นน้ำหนักสุทธิ ของเหลวแจ้งเป็นปริมาตรสุทธิ

- แสดงส่วนประกอบสำคัญคิดเป็น ร้อยละ หรือ ปริมาณต่อหน่วย ด้วย

- วัน-เดือน-ปี ที่ผลิตหรือ หมดอายุบนฉลาก

- กรณีมีการแต่งสี แต่งกลิ่นต้องระบุไว้บนฉลากเสมอ

- รายละเอียดเหล่านี้ถือเป็น ข้อบังคับ บนฉลากที่จำเป็น และต้องพิมพ์หรือแสดงให้ชัดเจน เข้าใจง่าย เพราะสิ่งเหล่านี้ถือเป็นการ เพิ่มความเชื่อมั่น ให้กับตราชื่อของสินค้า

แนวคิดในการออกแบบฉลากกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

1. ตราสินค้า Brand คือ การออกแบบชื่อตราสินค้าของผลิตภัณฑ์จะแสดงด้วยตัวอักษรและหรือสัญลักษณ์ของภาพ ที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้ผลิต มีลักษณะโดดเด่น ชัดเจนเหมาะสมจดจำง่าย
2. ผลิตภัณฑ์ Product คือ การนำเสนอข้อมูลให้ผู้บริโภคทราบว่า ผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ และเน้นข้อดีที่พิเศษของผลิตภัณฑ์แตกต่างจากตราสินค้าชนิดอื่น
3. เป้าหมาย Target หมายถึง กลุ่มคนที่ซื้อผลิตภัณฑ์คือใคร พิจารณาจากเพศ วัย การศึกษา การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะต้องประกอบด้วยสองลักษณะ คือ การออกแบบโครงสร้าง และการออกแบบกราฟฟิกจะต้องคิดพร้อมๆกัน แต่ในทางปฏิบัติต้องออกแบบโครงสร้างก่อนหนึ่งรูปแบบ การออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ คือ ฉลาก ซึ่งทำหน้าที่เป็นจุดขายสินค้า การออกแบบฉลาก มีหลักเกณฑ์ดังนี้
 1. น่าสนใจ มีความดึงดูดความสนใจ
 2. ต้องผลิตให้มีราคาถูก
 3. มีคุณภาพในการพิมพ์ที่ดี
 4. ต้องมีการพัฒนา หรือเปลี่ยนแปลงรูปแบบของฉลาก สำหรับผลิตภัณฑ์ แต่ละชนิดตลอดเวลา เพราะจะช่วยส่งเสริมให้สินค้าโดดเด่นมีคุณค่า ให้ดูทันสมัย ส่งเสริมบุคลิกภาพและความมีสง่าราศีของผู้ซื้อ จูงใจให้สั่งซื้อ สินค้า (ธกส. วารสาร/วิชาการปริทัศน์)

2.1.5.6 เครื่องหมายสัญลักษณ์และกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

การออกแบบสัญลักษณ์จะต้องใช้การวิเคราะห์เนื้อหาสาระที่ต้องการสื่อความหมายและสังเคราะห์ให้เป็นรูปสัญลักษณ์ที่เป็นสิ่งแทนเพื่อสื่อถึงความหมายได้อย่างถูกต้องชัดเจน

การออกแบบสัญลักษณ์ให้บรรลุเป้าหมาย ต้องคำนึงถึงหลักสำคัญ 3 ประการ คือ

1. ความหมายของสัญลักษณ์ จะต้องเกี่ยวข้องกับความหมายของรูปแบบสัญลักษณ์นั้น ๆ
2. ต้องเหมาะสมกับกาลเวลาทุกยุคทุกสมัย หลีกเลียงสิ่งที่เป็นความนิยมชั่วคราว
3. ต้องนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายประการและสามารถย่อหรือขยายได้ง่าย เพื่อนำไปสื่อเป็นให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายโดยภาพเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ ซึ่งอาจแยกประเภทได้ดังนี้
 - 3.1 ภาพเครื่องหมายจรรยา เป็นนิตินิติศาสตร์ซึ่งเข้าใจร่วมกันทั่วไป การออกแบบจะเน้นความชัดเจนของการสื่อความหมาย เข้าใจง่าย สีสันสะอาดตา
 - 3.2 เครื่องหมายสถาบันสมาคมและกลุ่มต่างๆซึ่งกำหนดรูปแบบเพื่อแทนหรือเป็นสัญลักษณ์ ของหน่วยงานนั้น ๆ
 - 3.3 เครื่องหมายบริษัท สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ เพื่อการสร้างเชื่อมั่นกระตุ้นความน่าสนใจ ในบริษัทการค้าหรือผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ

3.4 ภาพเครื่องหมายสถานที่ที่เป็นเครื่องหมายที่แสดงสัญลักษณ์สถานที่ต่างๆที่แสดงให้เข้าใจร่วมกันได้โดยไม่ต้องใช้ตัวหนังสือ ข้อความ ซึ่งบางครั้งอาจสื่อได้ยากกว่าการใช้สัญลักษณ์

3.5 ภาพเครื่องหมายกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การกีฬา การก่อสร้าง การประชุม ฯลฯ

3.6 เครื่องหมายที่ใช้ในการออกแบบเขียนแบบ เป็นเครื่องหมายภาพที่ใช้สื่อความหมายร่วมกันระหว่างผู้ออกแบบ เขียนแบบแปลนและผู้อ่านแบบหรือบุคคลทั่วไปที่เกี่ยวข้อง

ในการออกแบบภาพเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ ควรยึดหลักแนวคิด ดังนี้

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

2.1.5.7 จิตวิทยาของสีบนบรรจุภัณฑ์

สีบนบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ดึงดูดความสนใจตอบสนองความต้องการของลูกค้าให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าเฉพาะกลุ่ม การใช้สีที่แตกต่างผิวด้านนอกของบรรจุภัณฑ์เพื่อก่อให้เกิดความสวยงามและช่วยให้การดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค เกิดความสะดุดตา บ่งบอกถึงความหมายและประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์นั้นๆ การกำหนดความหมายจากสีจากความรู้สึกและกำหนดจากมาตรฐานสากลใช้ช่วยบอกถึงลักษณะการใช้งานตามประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ การใช้สีเพื่อตกแต่งผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นการกำหนดโดยผู้ออกแบบและความนิยมของสภาวะตลาดในปัจจุบัน

สีบนบรรจุภัณฑ์มีอิทธิพลต่อความรู้สึก มีส่วนช่วยกระตุ้นและส่งเสริมการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ สีสามารถสร้างแบรนด์ได้ เป็นความรู้สึกที่ช่วยให้ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายยาวนานที่จะลืมเลือน

ดังนั้นสำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรมจึงได้รวบรวมทางการใช้สีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ในคู่มือบรรจุภัณฑ์ (20 คำถามบรรจุภัณฑ์) ดังนี้

- | | |
|----------------|--|
| สีอ่อน | นิยมใช้กับบรรจุภัณฑ์อาหารทั่วไป เพราะดึงดูดสายตา |
| สีเย็น | ใช้ให้เกิดความรู้สึกความหวานและความรู้สึกลึกซึ้ง |
| สีสว่าง(Light) | นิยมใช้กับบรรจุภัณฑ์อาหาร เพราะเหมาะกับการวางแสดงบนชั้น |
| สีเข้ม(Deep) | ไม่แนะนำให้ใช้ นอกจากจะต้องการรจัด น้ำหนัก ความมั่นคง |
| สีม่วง | ให้ความผิวดหวัง เศร้า และแสดงความรักดี เป็นสีที่ควรหลีกเลี่ยงในการทำบรรจุภัณฑ์อาหาร ยกเว้นขนมหวานที่มีรสอู่น หรือส่วนผสมของอู่น ซึ่งมักนิยมใช้สีม่วงอ่อนเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่มและรสอู่น |
| น้ำเงิน | โดยทั่วไปสีน้ำเงินเป็นสีที่ไม่มีความสัมพันธ์กับอาหารที่จะบรรจุโดยตรง เหมาะสำหรับการให้ความรู้สึกสะอาด เป็นสีที่เหมาะสมกับอาหารทะเล ผลิตภัณฑ์ |

	จากนม แต่ไม่เหมาะสำหรับอาหารประเภทอบ(Bakery)หรือขนมปัง ควรใช้กับอาหารที่รสอ่อน สีน้ำเงินอ่อนเหมาะสำหรับอาหารที่มันมาก
สีน้ำเงินเขียว	เป็นสีที่ไม่สัมพันธ์กับอาหารโดยตรงแต่เหมาะที่จะใช้กับบรรจุภัณฑ์ประเภทเนื้อสัตว์ให้ความรู้สึกสบาย เพราะเป็นสีตรงข้ามกับเนื้อสัตว์ ทำให้เนื้อสัตว์ดูโดดเด่น น่ากิน ใช้กับบรรจุภัณฑ์ประเภทเนื้อคุณภาพสูง
เขียว	เป็นสีที่ตรงกับอาหารประเภทพืชผักต่างๆ ควรหลีกเลี่ยงการใช้กับเนื้อสัตว์ เพราะจะทำให้ขัดกับความรู้สึกของการบุดเน่า และไม่ควรรีใช้กับขนมปังเขียวอมเหลืองเป็นสีที่บ่งบอกถึงความไม่สบาย จึงไม่ควรใช้สีเขียวมะนาวเป็นสีธรรมชาติ แต่มีผลในแง่ความดึงดูดสายตาดี
เหลือง	เหมาะที่จะใช้ในเรื่องอาหารประเภทเนย สีเนยแข็ง สีเหลืองทองทำให้รู้สึกมีระดับดึงดูดสายตาดี ทำให้เกิดการอยากอาหาร ควรหลีกเลี่ยงสีเหลืองมัสตาร์ด สีเหลืองเป็นสีที่ดึงดูดความสนใจของเด็ก ใช้กับบรรจุภัณฑ์อาหารเด็กและข้าวโพด
ส้ม	สีส้ม ให้ความสนุกสนานน่ารื่นรมย์ เหมาะกับบรรจุภัณฑ์อาหารประเภทส้ม เนื้อขนมปัง แป้ง ทำให้รู้สึกว่าจะดีใหม่
น้ำตาล	เป็นสีธรรมชาติของอาหารหลายประเภท เช่น ช็อคโกแลต ใช้เป็นสีบรรจุภัณฑ์ประเภทกาแฟ ถั่ว เบเกอรี่ ช็อคโกแลต ข้าวโพด ใช้ได้หลายระดับความอ่อนเข้ม แต่ควรหลีกเลี่ยงสีดินเพราะทำให้รู้สึกสกปรก
แดง	สีแดงเป็นสีที่ชวนให้เกิดความอยากรับประทานอาหาร เป็นสีที่เหมาะสมกับอาหารเกือบทุกประเภท เป็นสีของเนื้อสัตว์ เป็นสีที่เป็นมิตร มีคุณสมบัติในการดึงดูดสายตาสูง เหมาะใช้สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทเนื้อสัตว์ ขนมปัง อาหารเด็ก
ชมพู	เป็นสีเหมาะสำหรับอาหารประเภทของหวาน ผลไม้ ใช้เป็นสีพื้นหลังได้ดีกับอาหารหลายชนิด แต่เป็นสีที่ขาดการดึงดูดสายตา
ขาว	ให้ความบริสุทธิ์ ใหม่ สดใสและให้ความรู้สึกกว้างขวาง เหมาะกับการใช้เป็นสีพื้นทั่วไป ทำให้เกิดความรู้สึกสะอาดแต่ขาดการดึงดูดความสนใจใช้กับสีอื่นได้ทุกสี เหมาะกับผลิตภัณฑ์ประเภทเน้นสุขภาพอนามัย
สีขาวอมสีเข้มน	เช่น สีครีมช่วยทำให้ความรู้สึกนุ่มและมีคุณภาพ
สีเทาและดำ	ไม่ควรใช้กับบรรจุภัณฑ์อาหาร

อิทธิพลของสีที่มีต่อผลิตภัณฑ์

ทางด้านขนาด

- สีอ่อน (Light Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์แลดูใหญ่ขึ้น
 - สีเข้ม (Dark Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์แลดูเล็กลง
- ทางด้านน้ำหนัก
- สีอ่อนหรือสีร้อน (Warm Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูเบา
 - สีเข้มหรือสีเย็น (Cool Value) ทำให้ผลิตภัณฑ์ดูหนัก
- ทางด้านความแข็งแรง
- สีร้อน ทำให้เกิดความรู้สึกว่าแข็งแรงมาก
 - สีเย็น ทำให้เกิดความรู้สึกว่าอบบางกว่า

2.1.5.8 การเลือกใช้สีในการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์และสิ่งพิมพ์ทั่วไป

องค์ประกอบที่สำคัญในการเลือกใช้สีที่ควรคำนึงถึงสำหรับการตกแต่งหีบห่อบรรจุภัณฑ์ คือ

1. สีต่างๆที่ใช้บนเนื้อที่ของหีบห่อบรรจุภัณฑ์ควรติดต่อกันอย่างได้เรื่องราวทั้งหมดไม่ขัดกัน
2. ขอบเขตของสีที่ใช้บนหีบห่อบรรจุภัณฑ์ แต่ละสีควรจะประกอบกันแล้วเข้าใจกันได้ หรือเป็นสีคู่กันได้
3. สีที่ใช้ควรเป็นสีที่ยอมรับของผู้บริโภคในตลาด ถูกต้องตามรสนิยมของผู้บริโภค
4. ขอบเขตของสีที่จะทำให้หีบห่อบรรจุภัณฑ์ดูดีหรือไม่เด่น เมื่อเปรียบเทียบกับหีบห่อบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง
5. การใช้สีต้องดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคที่สุด ในกรณีนี้ที่จำหน่ายในสถานที่ต่าง ๆ กัน เช่น ร้านบริการเอง Supermarket ตู้แช่ หรืออื่น ๆ
6. การใช้สีที่ให้ความดึงดูดสูงสุด ภายใต้อสงสว่างมาก ๆ ซึ่งเป็นสภาวะปกติในร้านค้า
7. การใช้สีที่เหมาะสมกับค่านิยมของผู้บริโภค โดยเฉพาะที่เกี่ยวกับประเภทของผลิตภัณฑ์
8. ขอบเขตของสีที่สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจในตราสินค้า และขอบเขตการใช้สีนี้ซ้ำๆ กันในการจัดจำหน่ายและการโฆษณา
9. ขอบเขตของสีที่ใช้บนหีบห่อบรรจุภัณฑ์เข้ากันได้กับสีของสินค้าและการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ เพื่อให้เกิดความประทับใจขึ้นมาก
10. ขอบเขตของสีที่มีผลต่อราคาของหีบห่อบรรจุภัณฑ์
11. การยอมรับของหีบห่อบรรจุภัณฑ์ต่อผู้บริโภคและผู้ขายปลีก
12. ขอบเขตของหีบห่อบรรจุภัณฑ์ที่อาจจะก้าวร้าวและข่มบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจำหน่ายที่เด่นๆอาจจะดูแล้วน่าเบื่อ ทำให้ส่งเสริมบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์คู่แข่ง

กลุ่มสีนุ่ม(Soft colors) ใช้เป็นสีพื้นหลังของสิ่งพิมพ์ทุกประเภทโดยเฉพาะฉลาก (Label) เพราะจะทำให้อ่านได้ง่ายกับตัวหนังสือสีดำ หรือสีเข้มอื่นๆ

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

กลุ่มสีหม่น(Multi colors) ใช้ในบรรจุภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกของแฟชั่น เป็นกลุ่มสีที่ไม่มีผลทางการดึงดูดความสนใจหรือสะดุดตามากนัก เหมาะกับกลุ่มที่มีการศึกษาสูงและผู้สูงอายุ

กลุ่มสีอ่อน (Multi colors) ใช้ในบรรจุภัณฑ์ที่ให้ความรู้สึกเบาใช้กับพวกของหวาน (มีความสว่างมาก) ในสิ่งพิมพ์ทั่วไปจะนิยมใช้สีอ่อนเป็นสีพื้นหลัง

กลุ่มสีที่มีน้ำหนักสีกลาง(Medium colors) เป็นสีที่มีค่าความสะท้อนแสงในช่วง 25 – 30% เป็นกลุ่มสีที่ใช้มากที่สุดในบรรดาสีทั้งหลาย แม้จะไม่ได้มีความสดใสเหมือนสีสดใสสว่างแต่ก็ไม่มีข้อดีของสีมืดล้าบนบรรจุภัณฑ์ และสิ่งพิมพ์ทั่วไปนิยมใช้สีน้ำหนักกลางนี้กับพื้นหลังที่มีค่าสะท้อนแสงสูงกว่า

กลุ่มสีมืด(Dark colors) เป็นกลุ่มสีที่ใช้ในบรรจุภัณฑ์ค่อนข้างน้อย โดยเฉพาะด้านอาหาร ยกเว้นต้องการเน้นในส่วนสิ่งพิมพ์ทั่วไปเพื่อเปรียบเทียบค่าที่ต่างกันสูง

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

กลุ่มสีผสม สีดัดแปลง (Modified colors) หมายถึงสีผสมของสีหลักที่ผสมกับสีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงจรัสสีทำให้เกิดความมืดล้า เช่น สีมาสเตอร์ สีกรมท่า ใช้ในกรณีที่ต้องการลดความฉูดฉาด ลดความแข็งหรือลดความแรงของสี

กลุ่มสีพาสเทล(Pastel colors) เป็นสีที่มีส่วนผสมของสีขาวในสัดส่วนสูง เป็นสีที่ให้ความรู้สึกเบานุ่มนวลเป็นมิตร เหมาะที่จะใช้กับบรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องสำอางค์ สินค้าที่ต้องการให้มีคุณค่าสูง แสดงถึงความหวานใช้กับขนมหวานได้ดี ใช้กับสิ่งพิมพ์ฉลากของเครื่องสำอางค์และสินค้าแฟชั่น

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากผลการวิจัยของรศ.สุภาวดี ธีรธรรมากร(2546) เรื่อง “โครงการวิจัยเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์กล้วยเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้า ส่งเสริมโอกาสทางเศรษฐกิจชุมชน และการสนับสนุนการส่งออกในอนาคต ” การวิจัยของ ร.ต.อ. อนุชา แพ่งเกษร เรื่อง “โครงการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเครื่องจักสาน กลุ่มชุมชนบ้านคลองนกระทุง ตำบลบางเลน จังหวัดนครปฐม ” และการวิจัยของผศ.เอกชาติ จันทร์อุไรรัตน์ เรื่อง “การออกแบบและพัฒนาบรรจุ

ภัณฑ์ประเภทเครื่องจักสานโบราณ ” ได้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการนำวัสดุธรรมชาติมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์

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

อภิสิทธิ์ ไส้คัสโตรไกล และคณะ(2546) ได้วิจัยเรื่อง “หีบห่อจากวัสดุธรรมชาติ : การศึกษา งานออกแบบเพื่อการอนุรักษ์” พบว่าการใช้วัสดุธรรมชาติมาใช้เป็นวัสดุในการทำหีบห่ออาหารของคนไทยในภาคใต้มีมานานและได้สืบต่อไปยังลูกหลาน โดยเลือกวัสดุที่มีอยู่ในธรรมชาติ เช่น ใบและ กาบกล้วย ใบกะพ้อ ใบไผ่ ใบจาก ใบคลุ้ม ใบลาน ใบชิง ใบทัง ใบยางพารา กาบหมาก หม้อ ข้าว หม้อแกงลิง เป็นต้น มาทำบรรจุภัณฑ์ห่ออาหาร โดยวิธีการห่อ การม้วน การพันหรือการเย็บ เป็นรูปทรงสามเหลี่ยมหรือสี่เหลี่ยม การพับม้วนเป็นกระทง การมัดร้อยเป็นพวง ซึ่งสามารถทำได้หลายรูปแบบ อีกทั้งยังเอื้อต่อประโยชน์ใช้สอย การขนส่ง การจำหน่าย และมีกรรมวิธีที่ส่งผลถึงความปลอดภัยในการบริโภค การเก็บรักษาและกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสมกับคุณลักษณะของอาหารในวัฒนธรรมของแต่ละกลุ่ม

ณงศ์ณัฐ นทีพ่ายพิทิศ และทองเพียร ศรีสว่าง (2547) ได้วิจัยเรื่อง “การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร ชุมชนบ้านแคว อำเภอสарวภี จังหวัดเชียงใหม่ “ พบว่าบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาสามารถแสดงเอกลักษณ์ของชุมชนผู้ผลิตและทำให้รายได้เพิ่มขึ้น

จุไรรัตน์ ดวงเดือน (2547) ได้วิจัยเรื่อง “การพัฒนาแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติ โดยใช้ภูมิปัญญาไทย” พบว่ารูปแบบบรรจุภัณฑ์จากวัสดุธรรมชาติสามารถสร้างคุณค่าและเอกลักษณ์ให้กับสินค้าได้ในระดับดี

วรดิษ กาญจนอัครเดช และคณะ(2550) ได้ทำการวิจัย “ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่สำหรับขนมไทย เพื่อเพิ่มมูลค่าและส่งเสริมธุรกิจการท่องเที่ยว : กรณีศึกษาขนมไทย จังหวัดเพชรบุรี” พบว่าแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมไทยเพชรบุรี ประกอบด้วย 1) การออกแบบโครงสร้างรูปร่าง รูปทรงของบรรจุภัณฑ์ขนมไทย จะตอบสนองเรื่องความเหมาะสมกับขั้นตอนการบรรจุใส่

โดยพบว่าการบรรจุขนมโดยร้านค้าที่ผลิตตนเอง ส่วนใหญ่จะเป็นบรรจุภัณฑ์ที่พิมพ์เสร็จแล้ว หรือขึ้นส่วนบางชิ้นเท่านั้น การออกแบบจึงมุ่งเน้นงานโครงสร้าง สามารถรักษารูปทรงทางกายภาพของขนมได้คงเดิมจากการขนส่ง และป้องกันความเสียหายต่อรูปทรงขนมที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการกระจายสินค้าเพื่อจำหน่าย 2) การออกแบบในส่วนกราฟฟิก เป็นการสร้างยี่ห้อให้เห็นภาพลักษณ์ของสินค้าขนมไทยเพชรบุรี การออกแบบส่วนนี้เน้นการแสดงเอกลักษณ์ของจังหวัดเพชรบุรีให้โดดเด่น โดยนำกราฟฟิกแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงทั้งสถานที่และวัฒนธรรมเพชรบุรีมาเป็นวนประกอบของงานออกแบบ นอกจากนี้ยังได้นำเสนอการสร้างงานกราฟฟิกให้เป็นชุดบรรจุภัณฑ์ โดยรวมขนมประเภทเดียวกันหลายชนิดและสร้างเอกลักษณ์ให้กับชุดขนมนั้น เพื่อบอกให้รู้ว่าขนมชุดนั้นมาจากแหล่งผลิตที่มีเอกลักษณ์เดียวกัน คือจังหวัดเพชรบุรี และยังออกแบบขนมให้ดูสะดุดตาชวนเชิญให้ผู้บริโภคซื้อ รวมถึงการจัดระดับการออกแบบกราฟฟิกตามการวางจำหน่ายของสินค้าในตลาดและวัตถุประสงค์ในการซื้อของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายด้วย

2.3 สรุป

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