

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากปัญหาความยากจนของประชาชนชาวไทยซึ่งมีมาแต่ช้านาน ดังนั้นภาครัฐบาลจึงได้มีนโยบายการแก้ไขปัญหาคือความยากจนแบบรากหญ้าโดยดึงความรู้ความสามารถที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านของประชาชนแต่ละภาคแต่ละจังหวัดจนถึงแต่ละตำบลในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ประชาชนในแต่ละตำบลนัดและมีความสามารถในการผลิตนั้นๆ ได้รวบรวมผลิตภัณฑ์ทั่วประเทศมาเผยแพร่ ในภายใต้ชื่อโครงการว่า “โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” รัฐบาลได้มีการจัดแสดงสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะให้คนไทยสนับสนุนสินค้าไทยกันและเป็นการเผยแผ่ให้ชาวต่างชาติได้เข้ามาดูผลิตภัณฑ์สินค้าของไทยเพื่อที่จะได้ส่งออกไปยังต่างประเทศเพื่อเป็นการนำรายได้เข้าประเทศได้อีกทางหนึ่งในการจัดแสดงสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้งมีผลิตภัณฑ์มากมายถูกจัดวางขายในร้านค้าที่มาจากหลากหลายตำบลทั่วประเทศมีผลิตภัณฑ์อุปโภคและบริโภคมากมายทั้งผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมที่ผลิตได้ครั้งละมากๆ และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้น้อยแต่มีความละเอียดอ่อนที่ต้องใช้ความประณีตในการผลิตอย่างสินค้าหัตถกรรมประเภทเครื่องปั้นดินเผาเครื่องปั้นดินเผาที่อยู่ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์มีเพียงแค่ 11 ตำบลจาก 9 จังหวัดเท่านั้น เนื่องจากการผลิตเครื่องปั้นดินเผานั้นต้องใช้ความชำนาญและความประณีตในการผลิตเป็นงานหัตถกรรมจึงผลิตได้น้อยและเป็นการสืบทอดมาจาก บรรพบุรุษจึงไม่ค่อยแพร่หลายนักอย่างเช่นชาวเกาะเกร็ดก็เช่นกันที่ได้มีการสืบทอดการทำเครื่องปั้นดินเผา มาจากบรรพบุรุษ

เกาะเกร็ดเป็นตำบลหนึ่งในจังหวัดนนทบุรี เกาะเกร็ดเป็นเกาะเล็กๆ ในแม่น้ำเจ้าพระยาซึ่งมีชุมชนมาอยู่อาศัยตั้งแต่สมัยกรุงศรีอยุธยาตอนปลายรอบๆ เกาะมีวัดสวยงามเก่าแก่หลายแห่งวัดเหล่านี้สร้างพร้อมกับชุมชนที่มาอยู่อาศัยชาวเกาะเกร็ดมีฝีมือและมีชื่อเสียงในการทำเครื่องปั้นดินเผามานับร้อยปีแล้วเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดเป็นที่รู้จักกันว่ามีความละเอียดงดงามมีสีแดงผิวมันและมีความประณีตมากชาวเกาะเกร็ดสืบเชื้อสายมาจากมอญพวกเขายังคงรักษาประเพณี และฝีมือเช่นบรรพบุรุษทำไว้เป็นอย่างดี

สิ่งหนึ่งที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดการจดจำและสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับตัวผลิตภัณฑ์นั้นคือการสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่น ซึ่งแท้จริงแล้ว เรามีบรรจุภัณฑ์มาตั้งแต่สมัยก่อนตั้งแต่การนำวัตถุดิบจากธรรมชาติโดยใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านนำมาห่อของมัดของ อย่างเช่นใบตอง จนพัฒนามาเป็นวัตถุดิบในระบบอุตสาหกรรมอย่างกระดาษและพลาสติกอย่างในปัจจุบัน

คงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่า บรรจุกัณฑ์ก็เป็นหน้าตาบานหนึ่งที่ดึงดูดใจแก่ผู้พบเห็น อย่างโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ได้ให้ความสำคัญกับบรรจุกัณฑ์ ถึงกับเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนในแต่ละชุมชนมีความหวังที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์ของตนมีคุณภาพเป็นที่ต้องการของตลาดและเข้าเป็นผลิตภัณฑ์หนึ่งของโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ (สุขุมล ตรีไชยาพร. 2546 : 1) นอกจากรูปทรงของบรรจุกัณฑ์ คือ โครงสร้างของบรรจุกัณฑ์ ต้องน่าสนใจแล้ว สิ่งหนึ่งที่ต้องน่าสนใจด้วยและขาดไม่ได้สำหรับบรรจุกัณฑ์ที่สมบูรณ์ คือ กราฟิกรของบรรจุกัณฑ์ ทุกวันนี้บรรจุกัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาของเกาะเกร็ดซึ่งยังไม่มีการพัฒนากราฟิกรของบรรจุกัณฑ์และโครงสร้าง ทำหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาได้อย่างดี

ปัจจุบันเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดจะเป็นการผลิตกันในอุตสาหกรรมครอบครัวหรือชุมชนเล็กๆ จัดการกันเองทั้งในเรื่องการผลิตและการจัดจำหน่าย ในการจัดจำหน่ายส่วนมากจะใช้การบรรจุกัณฑ์โดยนำกระดาษหนังสือพิมพ์ใส่ถุงพลาสติกหรือนำใส่กล่องกระดาษลูกฟูกที่ไม่ได้มีกราฟิกรช่วยในการส่งเสริมการขายและไม่มีโครงสร้างภายในของบรรจุกัณฑ์ที่จะช่วยในการปกป้องสินค้าไม่ให้เกิดการเสียหาย ซึ่งเรื่องของบรรจุกัณฑ์ดังกล่าวมีความสำคัญมากประการหนึ่ง นอกจากผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพที่สวยงามแล้ว และยังมีบรรจุกัณฑ์ที่ช่วยในการส่งเสริมการตลาดก็สามารถเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนได้มากกว่าในปัจจุบัน

ด้วยเหตุนี้บทบาทของบรรจุกัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดจากชุมชน มีความสำคัญในการขยายตลาดเพื่อเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนเป็นอย่างมาก เนื่องด้วยสาเหตุสำคัญ คือ พบว่าสินค้าของตกแต่งบ้าน และเครื่องปั้นดินเผา มีการให้ความสำคัญและพัฒนาทางด้านบรรจุกัณฑ์เป็นอย่างมากเพื่อแข่งขันในด้านการตลาดที่มีสูงมากขึ้นในปัจจุบันซึ่งสภาวะทางด้านการตลาดของสินค้าประเภทของใช้ของตกแต่งบ้านที่มีฐานการผลิตมาจากชุมชนจะมีจุดแข็งและจุดอ่อนเมื่อเทียบกับสินค้าที่ผลิตในระบบอุตสาหกรรม ดังต่อไปนี้

1. จุดแข็งของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดจากชุมชน

เป็นคุณสมบัติเด่นของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เมื่อแข่งขันกับคู่แข่งซึ่งเป็นสินค้าจากผู้ผลิตในระบบอุตสาหกรรม ได้แก่

1.1 มีความพิถีพิถันในกรรมวิธีการผลิตมากกว่า เพราะว่าผลิตด้วยมือที่ละเอียดทำให้ผู้ที่สนใจสินค้า อยากสนับสนุนสินค้าของชาวบ้านมากขึ้น

1.2 ใช้รูปแบบการผลิตด้วยกรรมวิธีง่ายๆตามวิถีชาวบ้าน โดยใช้วัตถุดิบธรรมชาติ ไม่ใช่สารเคมีเข้ามาเกี่ยวข้อง

1.3 แสดงความเป็นสินค้าจากชุมชนท้องถิ่น ที่ผลิตโดยฝีมือของคนภายในท้องถิ่นได้อย่างเด่นชัด

2. จุดแข็งของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดจากชุมชน

สามารถจำแนกได้ดังต่อไปนี้

- 2.1 คุณภาพของผลิตภัณฑ์ยังไม่ได้มาตรฐานที่สม่ำเสมอเท่ากันทุกชิ้น
- 2.2 ผลิตได้จำนวนน้อยและไม่สม่ำเสมอได้ต่อเนื่องตลอดทั้งปี
- 2.3 บรรจุภัณฑ์ไม่ได้มาตรฐานในการรักษาคุณภาพของสินค้า
- 2.4 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ไม่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว และไม่สามารถตอบสนองวัตถุประสงค์ทางการตลาดได้ดีเท่าที่ควร
- 2.5 การจัดจำหน่ายกระจายอยู่ในวงแคบ ไม่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคกลุ่มใหญ่ในปัจจุบันได้

- 2.6 ขาดการประชาสัมพันธ์และการส่งเสริมการขายที่เหมาะสม
- 2.7 มีอุปสรรคในการขนส่ง ทั้งงบประมาณและการถนอมสินค้า

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มุ่งเน้นการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด โดยให้กลุ่มเป้าหมายซึ่งเป็นนักท่องเที่ยว และคนในพื้นที่ได้มีส่วนร่วมในกระบวนการออกแบบ ภายใต้สภาพปัญหาในด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิม ดังต่อไปนี้

1. บรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมยังไม่สามารถสนองประโยชน์ในด้านการใช้งานได้อย่างครบถ้วน ดังนี้

- 1.1 รูปแบบบรรจุภัณฑ์เดิมไม่สามารถเอื้ออำนวยต่อการใช้งานได้อย่างสมบูรณ์ เช่น ปัญหาของโครงสร้างภายในที่จะทำหน้าที่ปกป้องสินค้า

2. บรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมยังไม่สามารถตอบสนองประโยชน์ในด้านการตลาดที่เหมาะสม ดังนี้

- 2.1 บรรจุภัณฑ์เดิมขาดเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นที่เหมาะสมกับการเป็นสินค้าเครื่องปั้นดินเผาที่แตกต่างไปจากท้องถิ่นอื่นๆ

- 2.2 รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เดิม ขาดความสวยงามพอที่จะสามารถช่วยสร้างให้เกิดแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อของผู้ซื้อได้เท่าที่ควร

การกำหนดเป้าหมายของผู้ซื้อสินค้าและการวิจัยตลาด ช่วยให้สามารถประเมินได้ว่า จุดขายของสินค้า สามารถสนองความต้องการของผู้บริโภคได้เพียงใด นอกจากนี้ยังต้องทราบถึงปริมาณการซื้อสินค้าแต่ละครั้ง และโอกาสหรือฤดูกาลในการเลือกซื้อ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแท้จริง ในการบรรจุรวมหน่วย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับเทศกาล การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เป็นของกำนัล เป็นต้น เพื่อเป็นการสนองความต้องการของผู้ซื้อ และทำให้สินค้าของเรามีความแตกต่างหรือสร้างคุณประโยชน์ได้มากกว่าการแข่งขันกัน ในแง่ของความสะดวกในการใช้งานเพียงด้านเดียว (ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541 : 74-76)

โดยเป้าหมายในการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับแนวนโยบายของสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2545) [online] ที่ได้กำหนดแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม

แห่งชาติฉบับที่ 9 (พ.ศ.2545-2549) โดยมีประเด็นที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากของเมืองและชุมชนให้เข้มแข็ง พึ่งตนเองได้ ด้วยการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนระดับฐานรากอย่างเป็นระบบและครบวงจร ทั้งในด้านการผลิต-แปรรูป-ตลาด-แหล่งเงินทุนหมุนเวียน รวมทั้งสนับสนุนการรวมกลุ่มอาชีพ เน้นให้ความสำคัญกับการสร้างผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับศักยภาพ ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่น มีการพัฒนารูปแบบและคุณภาพให้ได้มาตรฐาน มีเอกลักษณ์เฉพาะ เป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ที่เน้นการนำวัตถุดิบจากธรรมชาติมาใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีอยู่ โดยให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการได้ด้วยตนเองตั้งแต่การผลิตจนถึงการตลาด

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาและพัฒนาหาแนวทางในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และโครงสร้างสำหรับเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด เพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับเกาะเกร็ดเพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับผลิตภัณฑ์ให้กับผู้พบเห็นได้เกิดการจดจำในผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด และวิเคราะห์หาแนวทางแก้ไขการใช้วัสดุโดยสิ้นเปลืองของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เดิม

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษารูปแบบเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดและบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี

1.2.2 เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี ให้มีประสิทธิภาพในการใช้งาน

1.2.3 เพื่อประเมินประสิทธิภาพของรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน

1.2.4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้จำหน่ายและกลุ่มเป้าหมายที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดที่พัฒนาแล้ว

1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด จังหวัดนนทบุรี” นี้ได้ใช้กรอบแนวคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพทั้งการใช้งานและด้านการตลาด โดยใช้กรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัย ดังนี้ (ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541 : 8-9 ; วิกันดา สวัสดิ์บุรี. 2548 : 78-79 ; สักชี แสนสุภา. 2545 : 4-9)

1.3.1 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.3.1.1 การศึกษาข้อมูลเบื้องต้นสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิด ในการศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผา เกาะเกร็ด ให้มีประสิทธิภาพด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นที่ต้องคำนึงถึงในประเด็นต่างๆ ดังนี้

- การศึกษาข้อมูลในด้านผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์และสำรวจ เกี่ยวกับสินค้าเครื่องปั่นดินเผาที่เลือกมาใช้เป็นกรณีศึกษา ทั้งในด้านช่องทางการตลาด รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ข้อมูลรายละเอียดต่างๆบนบรรจุภัณฑ์ และการสอบถามความต้องการของผู้จำหน่าย ที่เกี่ยวเนื่องกับสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำผลสรุปที่ได้ไปใช้ในขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงต่อไป

- การศึกษาเอกลักษณ์วิถีชีวิตและความเป็นอยู่ของชาวเกาะเกร็ด

ศึกษาเพื่อหาสิ่งที่สามารถสะท้อนถึงเกาะเกร็ดจังหวัดนนทบุรีได้ดีที่สุด จากทางเลือกที่ได้มาจากการอ้างอิงในเอกสาร ตำราต่างๆ อาทิ ประเพณีสงกรานต์ของชาวมอญ หรือภูมิศาสตร์ตามแนวความคิดของ Sakane (1986 : 7-12) เพื่อนำมาใช้สะท้อนภาพลักษณ์ของท้องถิ่นบนบรรจุภัณฑ์ที่สร้างความประทับใจให้กับกลุ่มเป้าหมาย

- การศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

ศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวและคนในพื้นที่ในการซื้อสินค้า และให้ความสนใจสินค้า ตลอดจนความต้องการให้พัฒนาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ที่วางจำหน่ายอยู่ในปัจจุบัน ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด เพื่อนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผาเกาะเกร็ดต่อไป

1.3.1.2 คุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์

เพื่อใช้เป็นนิยามแนวคิด (Conceptual definition) ในการศึกษาแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้มีคุณลักษณะทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. ด้านการใช้งาน

- มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองรักษาสินค้าภายใน
- อำนวยความสะดวกในการหิ้วถือ นำพา
- มอบเป็นของฝากได้โดยไม่ต้องนำมาห่อซ้ำ
- หยิบสินค้า และจัดเก็บสินค้าส่วนที่เหลือได้สะดวก
- สามารถตรวจพิจารณา สินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ได้

2. ด้านการตลาด

- แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

- สร้างความทรงจำ น่าประทับใจ
- สื่อถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ได้อย่างเด่นชัด
- แสดงถึงการมีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม

1.3.2 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์

เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิด (Conceptual frame work) ในการประเมินผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในแนวทางต่างๆ ตามแนวคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิและกลุ่มเป้าหมายโดยการประเมินความพึงพอใจในผลงานการออกแบบตามคุณลักษณะด้านต่างๆ ดังนี้

1. ด้านการใช้งาน

- มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองสินค้าภายใน
- มอบเป็นของฝากได้โดยไม่ต้องนำมาห่อซ้ำ
- สามารถตรวจพิจารณา สินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ได้

2. ด้านการตลาด

- ปัจจัยทางกายภาพสัมผัสทั้งห้าที่ได้จากสินค้านั้นๆ
- ลีลาของการสื่อสารปัจจัยทางกายภาพของสินค้าสู่ผู้บริโภค
- แสดงถึงการมีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม เช่น เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.3.3 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการประเมินบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่พัฒนาแล้ว

1.3.3.1 การประเมินความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆของบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่พัฒนาแล้ว

เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิด (Conceptual frame work) ในการประเมินความพึงพอใจในผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่พัฒนาแล้ว ตามความคิดเห็นของผู้จำหน่ายและกลุ่มเป้าหมาย ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด ดังนี้

1. ด้านการใช้งาน

- มีประสิทธิภาพในการคุ้มครองสินค้าภายใน
- มอบเป็นของฝากได้โดยไม่ต้องนำมาห่อซ้ำ
- สามารถตรวจพิจารณา สินค้าภายในบรรจุภัณฑ์ได้

2. ด้านการตลาด

- ปัจจัยทางกายภาพสัมผัสทั้งห้าที่ได้จากสินค้านั้นๆ
- ลีลาของการสื่อสารปัจจัยทางกายภาพของสินค้าสู่ผู้บริโภค
- แสดงถึงการมีภาพลักษณ์ที่รับผิดชอบต่อสังคม เช่น เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

1.3.3.2 การทดสอบประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่

เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิด (Conceptual frame work) ในการประเมินประสิทธิภาพการใช้งานของบรรจุภัณฑ์ในการคุ้มครองรักษาสินค้าที่อยู่ภายใน โดยใช้บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ของผลงานรูปแบบใหม่ที่ได้พัฒนาแล้ว โดยทดสอบประสิทธิภาพในการคุ้มครองรักษาสินค้าระหว่างการขนย้ายด้วยเครื่องมือและหลักเกณฑ์ที่เป็นมาตรฐานของสากล ณ สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย โดยแบ่งตามลักษณะการทดสอบ 1 ประเภท คือ

1. การทดสอบประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์แบบจลน์ (Dynamic test)

เพื่อทดสอบประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ ในการคุ้มครองรักษารูปทรงสินค้าในขณะการเดินทางของผู้ซื้อให้เสียหาย ซึ่งได้แก่ การทดสอบการต้านแรงสั่นสะเทือน (Vibration resistance) ตามมาตรฐาน ISO 2247 (International Organization for Standardization)

1.4 ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด มีขอบเขตการศึกษาดังนี้

1.4.1 ขอบเขตในออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด เฉพาะสินค้าขายดีที่ได้รับความนิยม

1.4.2 ขอบเขตของแหล่งที่มาของข้อมูล

1.4.2.1 การศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด

กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยว 50 คน และเป็นคนในพื้นที่ 50 คน ผู้ที่ให้ความสนใจสินค้าเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด

1.4.2.2 การพัฒนาปรับปรุงบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด

(1) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ได้แก่ นักวิชาการและนักออกแบบรวม 4 ท่าน

(2) กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 100 คน โดยเป็นนักท่องเที่ยว 50 คน และเป็นคนในพื้นที่ 50 คน ผู้ที่ให้ความสนใจสินค้าเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด

1.4.3 ขอบเขตการกำหนดตัวแปร

ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ประกอบด้วย

1.4.3.1 การศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

1. ตัวแปรต้น ได้แก่ บรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ที่มีอยู่ในปัจจุบัน

2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผาของกลุ่มเป้าหมายผู้ที่ให้ความสนใจสินค้าเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด

1.4.3.2 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

1. ตัวแปรต้น ได้แก่ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้พัฒนา
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่
หลังการพัฒนาทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด

1.4.3.3 การประเมินบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่

1. ตัวแปรต้น ได้แก่ รูปแบบบรรจุภัณฑ์หลังพัฒนา
2. ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด กลุ่มเป้าหมายและผู้จำหน่ายสินค้า ผู้ที่สนใจสินค้า

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

1.5.1 บรรจุภัณฑ์ หมายถึง โครงสร้างที่ผลิตจากวัสดุต่างๆสามารถใส่วัตถุและปกป้องวัตถุข้างในได้อย่างมีประสิทธิภาพไม่ให้เกิดความเสียหายแก่ผลิตภัณฑ์ได้

1.5.2 เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด หมายถึง เครื่องปั้นดินเผาที่ผลิตในท้องถิ่น โดยคงลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นหรือสอดแทรกอยู่ข้าง ทำมาจากดินในพื้นที่หรือดินท้องถิ่นเมื่อนำมาเผาแล้วจะมีสีแดงหรือน้ำตาล

1.5.3 เกาะเกร็ด หมายถึง เกาะเกร็ดเป็นตำบลหนึ่งในจังหวัดนนทบุรี เป็นเกาะเล็กๆ ในแม่น้ำเจ้าพระยา ชาวเกาะเกร็ดมีฝีมือและมีชื่อเสียงในการทอเครื่องปั้นดินเผามานับร้อยปี

1.5.4 ความต้องการของผู้บริโภค หมายถึง สินค้าที่ทั้งนักท่องเที่ยวกและคนในพื้นที่ให้ความสนใจกันมากอันดับต้นๆ เพื่อนำมาทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ในการวิจัยครั้งนี้

1.5.5 ความพึงพอใจ หมายถึง ความพึงพอใจในคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ทั้งในด้านการใช้งานและในด้านการตลาด

1.5.6 ประสิทธิภาพ หมายถึง การนำบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วไปผ่านเครื่องทดสอบบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับมาตรฐานในระดับสากล