

ศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด Study and Development Packaging for Koh Kred Ceramic

ธนศ ภิรมย์การ
Thanate Piromgarn
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
thanate.pirom@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก (2) เพื่อจัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก (3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก จำนวน 100 คน โดยใช้แบบสอบถามและนำข้อมูลที่ได้วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ซึ่งจากผลการวิจัยสามารถสรุป ได้ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เกี่ยวกับคำขวัญประจำจังหวัด ตราสัญลักษณ์ของจังหวัด สถาปัตยกรรมแบบเจดีย์เกาะเกร็ด ประติมากรรมงานปั้น งานหัตถกรรมจากเครื่องปั้นดินเผา และภูมิทัศน์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก

2. นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับโอกาสในการเลือกเครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึกในภาพรวม อยู่ในระดับมาก

3. นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ: ออกแบบ บรรจุภัณฑ์ ของที่ระลึก เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด

Abstract

The purpose of this research were (1) to study packaging design of Koh Kred pottery souvenir (2) to prepare Koh Kred pottery souvenir packaging prototype (3) to study the satisfaction level of Koh Kred pottery souvenir prototype classified by personal from 100 tourist and local people who bought Koh Kred pottery souvenir. The data were collected by using questionnaire. Data analysis was done by using statistics including, percentage, mean ($\bar{x}$), standard deviation (S.D.). The results can be summarized as follows.

1. Tourist and local people who bought Koh Kred pottery souvenir had high satisfactory level as a whole on Koh Kred pottery souvenir packaging design in local unique, provincial slogan, province emblem, Koh Kred Pagoda architecture, sculpture, pottery craft and landscapes along the Choa Pra Ya river.

2. Tourist and local people who bought Koh Kred pottery souvenir had high satisfactory level as a whole on opportunity to select Koh Kred pottery souvenir.

3. Tourist and local people who bought Koh Kred pottery souvenir had high satisfactory level as a whole on Koh Kred pottery souvenir packaging design in characteristics of package.

Keywords : Design, Packaging, Souvenir, Ceramic, Koh Kred

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เกาะเกร็ด เป็นเกาะขนาดใหญ่กลางลำน้ำเจ้าพระยามีฐานะเป็นตำบล แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 7 หมู่บ้าน เกาะเกร็ดเกิดขึ้นจากการขุดคลองลัดลำน้ำเจ้าพระยา ตรงที่เป็นแหลมยื่นไปตามความโค้ง ของแม่น้ำเจ้าพระยาในสมัยสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวท้ายสระแห่งกรุงศรีอยุธยา ในปี พ.ศ. 2265 เรียกคลองนี้ว่า “คลองลัดเกร็ดน้อย” ขนาดกว้าง 6 วา ยาว 39 เส้นเศษ ลึก 6 ศอก ต่อมากระแสน้ำเปลี่ยนทิศทาง ทำให้คลองขยายกว้างขึ้น เพราะถูกความแรงของกระแสน้ำเซาะตลิ่งพัง จึงกลายเป็นแม่น้ำลัดเกร็ด และเกาะเกร็ด จนมีสภาพเป็นเกาะเช่นปัจจุบัน [1]

ชาวเกาะเกร็ด ได้ชื่อว่า มีฝีมือเป็นเลิศในการทำเครื่องปั้นดินเผา มานานนับร้อยปี ตั้งแต่ยังอยู่เมืองมอญ ก่อนที่จะอพยพเข้ามาในประเทศไทย ชาวมอญได้ตั้งบ้านเรือนบริเวณปากเกร็ด ซึ่งสภาพดินเหมาะสมในการทำเครื่องปั้นดินเผา จึงกลายเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผา ที่รู้จักกันว่า ละเียยตงงาม สีแดง ผิวมัน และมีความประณีตมาก

เครื่องปั้นดินเผาของชาวเกาะเกร็ด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี นับเป็นศิลปะอันยอดเยี่ยม เป็นที่ยอมรับกันแพร่หลาย ทั้งภายในประเทศ และต่างประเทศ เพราะผลงานที่ปรากฏ จะมีรูปทรง และลวดลายอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นเกาะเกร็ด พร้อมทั้งแสดงถึงความเป็นเลิศทางด้านภูมิปัญญาชาวบ้านไม่ว่าจะเป็นฝีมือการแกะสลักลวดลายอันสวยงามอ่อนช้อยยอดเยี่ยมของคนพื้นบ้านเชื้อสายไทยรามัญที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์การปั้นดินเผาตั้งแต่บรรพบุรุษจนถึงปัจจุบัน มิให้สูญหายอีกทั้งยังมีการพัฒนาด้านฝีมือเทคนิคให้ปรากฏถึงความประณีต สวยงาม อันทรงคุณค่าของคนไทยเชื้อสายรามัญ ถ้าท่านได้มาเยือน และได้สัมผัสผลงานแล้วต้องยอมรับ และเก็บความประทับใจยากที่จะลืมผลงานศิลปะเครื่องปั้นดินเผาของเกาะเกร็ดได้ เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด [1]

เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดเป็นประเภทไม่เคลือบเนื้อดิน และส่วนใหญ่เป็นสีส้มอ่อนจนถึงสีแดง จุดเด่นคือการมีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ได้แก่ การแกะสลักหรือฉลุลายอย่างวิจิตรบรรจง การปั้นรูปทรงและองค์ประกอบ ซึ่งแสดงถึงการสืบทอดศิลปะของชาวมอญแต่โบราณ เอกลักษณ์เฉพาะถิ่นนี้เองที่เป็นความน่าสนใจทำให้ผู้ซื้อและนักท่องเที่ยวรู้สึกว่าการปั้นดินเผาเกาะเกร็ดมีใช้ของตาชั่ง แต่คือผลงานศิลปะซึ่งสืบทอดกันมาจากอดีตจนถึงปัจจุบันและจะสืบทอดกันต่อไปในอนาคต [1]

เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ยังเป็นเอกลักษณ์ที่ปรากฏอยู่ทั้งในคำขวัญ และตราสัญลักษณ์ของจังหวัดนนทบุรี ซึ่งเป็นเครื่องปั้นดินเผาที่มีลักษณะเด่น คือ มีเนื้อแดง ไม่เคลือบด้วยน้ำเคลือบ ขอบปากของภาชนะเครื่องปั้นดินเผากลมกลึงราวกับกระบอกไม้ไผ่ผ่า ตกแต่งด้วยลวดลายทั้งที่ตามจากการกดด้วยแม่พิมพ์ที่เรียกว่า “หนามทองหลาง” หรือแกะสลักด้วยมีดสลัก โดยไหล่ของภาชนะต้องผายออก และเป็นเส้นโค้งลาดลงมา เครื่องปั้นดินเผาที่มีความงดงาม และมีชื่อเสียง คือ หม้อน้ำลายวิจิตร ซึ่งทำขึ้นเพื่อถวายพระสงฆ์ เพื่อใช้สอยในชีวิตประจำวัน เช่น โอ่งน้ำดินเผา อ่าง ครก และกระถางต้นไม้ ซึ่งเป็นภูมิปัญญาของช่างปั้นชาวจีนที่ย้ายมาอยู่เกาะเกร็ด และอีกประเภทหนึ่งเป็นประเภทสวยงามเพื่อใช้ในโอกาสพิเศษ ซึ่งมีหลายชนิด แต่มักเรียกรวมๆ ว่า “โอ่งสลัก” ส่วนในปัจจุบันช่างปั้นดินเผาเกาะเกร็ดได้มีการพัฒนาผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ๆ ไม่ว่าจะเป็นโคมไฟดินเผาแกะสลัก นาฬิกาดินเผาแกะลาย โคมเทียน เป็นต้น แต่ยังคงเอกลักษณ์ของเครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ดไว้อยู่

ในการผลิตสินค้าและออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องคำนึงไว้เสมอว่า สามารถรองรับผลิตภัณฑ์ ปกป้องคุ้มครอง อำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้าย และส่งเสริมการขาย ดังนั้นในทุกกระบวนการสร้างสรรค์จึงต้องคำนึงถึงการใช้ และความต้องการของผู้ใช้เสมอ

ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด เนื่องจากการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ เป็นการออกแบบทางด้านเทคนิคและทางกายภาพของบรรจุภัณฑ์ และเป็นการส่งเสริมการขายที่มีประสิทธิภาพสามารถสร้างประโยชน์และความต้องการให้กับนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก

2.2 เพื่อจัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก

2.3 เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก

3. กรอบแนวคิดการวิจัย

การทำวิจัย เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด” ผู้วิจัยได้ศึกษากรอบแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของ ศิริพรรณ ปีเตอร์ [2] กล่าวถึงหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ โดยหน้าที่หลัก

ของบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย การรองรับสินค้า (Contain) ค้ำครองสินค้า (Protection) อำนวยความสะดวกในการใช้งาน (Convenience) สื่อสาร และ ให้ ข้อมูล (Communication) และส่งเสริมการขาย (Promotion) ปูนคงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ [3] กล่าวถึง หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ด้านการตลาด ได้แก่ ทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย ทำหน้าที่เป็นฉลากแสดงข้อมูลของสินค้า และสามารถตั้งราคาขายได้สูงขึ้น และด้านการใช้งาน ได้แก่ การทำหน้าที่รองรับผลิตภัณฑ์ การปกป้องคุ้มครองรักษาสินค้าไม่ให้เสียหาย การขนส่ง นำพาจากแหล่งผลิตไปยังแหล่งขาย การรวมหน่วยสินค้าเพื่อสะดวกในการเคลื่อนย้ายและ การรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม

หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์รักษาสภาพสิ่งแวดล้อมปูน คงเจริญเกียรติ สมพร คงเจริญเกียรติ [3]

1. การลดการใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การลดวัตถุดิบนำไปสู่การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ การออกแบบย่อมมีผลต่อวัสดุประกอบต่าง ๆ ที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์

2. การเลือกใช้วัสดุที่นำกลับมาใช้งานและผลิตใหม่ ได้หมายถึง การลดทรัพยากรธรรมชาติ และพลังงานในการผลิตวัตถุดิบ หรือการใช้วัสดุธรรมชาติอื่น

3. การใช้วัสดุที่ได้จากธรรมชาติ หมายถึง วิธีการในการป้องกันสิ่งแวดล้อมได้ดีที่สุด โดยใช้กระดาษ จากการทดแทนเยื่อกระดาษจากไม้ ด้วยขานอ้อย ใยสำลี เยื่อจากต้นสา เป็นต้น สามารถย่อยสลายได้ด้วยปฏิกิริยาทางชีววิทยาหรือแสง เป็นต้น

4. การรวมกลุ่มของสินค้าต่อหน่วยบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นในให้ลดปริมาตรที่ไม่จำเป็น เช่น การออกแบบปากขวดบานออกเพื่อซ้อนได้ เป็นการลดปริมาตรและพื้นที่ผิวของบรรจุภัณฑ์ขนส่ง และคงความแข็งแรงในการเรียงซ้อนของบรรจุภัณฑ์ชั้นในได้

4. ขอบเขตของการวิจัย

4.1 ตัวแปรที่ศึกษา

1) ตัวแปรต้น ได้แก่ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเกิร์ต ประเภทของที่ระลึก

2) ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเกิร์ต ประเภทของที่ระลึก

4.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร คือ นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเกิร์ต ประเภทของที่ระลึก

2) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเกิร์ต ประเภทของที่ระลึก จำนวน 100 คน นักท่องเที่ยว 50 คน คนในท้องถิ่น 50 คน

5. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5.1 ลักษณะของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเกิร์ต ประเภทของที่ระลึก โดยลักษณะของคำถามมีทั้งคำถามแบบปิด ที่กำหนดคำตอบไว้ให้ผู้ตอบเลือกตอบ ที่ให้ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ โดยแบบสอบถามมี 4 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา อาชีพ ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ให้ความสนใจเลือกซื้อ ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเกิร์ตประเภทของที่ระลึก ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตรวัด (Likert Scale) จำแนกออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด [4]

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเกิร์ตประเภทของที่ระลึกด้านโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั้นดินเผาเกาเกิร์ต เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตรวัด 5 ระดับของพรณี ลีกิจวัฒน์ [4]

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความพึงพอใจที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเกิร์ตประเภทของที่ระลึก ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ เป็นแบบสอบถามที่มีลักษณะแบบมาตรวัด 5 ระดับของ พรณี ลีกิจวัฒน์ [4]

5.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและตรวจสอบเครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาค้นคว้าหลักการ แนวคิด ทฤษฎี จากเอกสารข้อความทางวิชาการ วารสาร สื่อสิ่งพิมพ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2. นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษามาประมวล เพื่อกำหนดนิยามเป็นขอบเขตเนื้อหาและเป็นโครงสร้างของเครื่องมือให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหาและวัตถุประสงค์ที่ต้องการศึกษา

3. สร้างคำถามในแบบสอบถาม

4. เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

6.1 เก็บแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผา เกาเซ่เกร็ด ประเภทของที่ระลึก ด้วยตนเอง

6.2 หลังจากได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา ผู้วิจัยจะทำการตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับทั้งหมดก่อนทำการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อความถูกต้องสมบูรณ์ในการที่จะนำมาใช้ประโยชน์ได้

6.3 นำผลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลไปวิเคราะห์

6.4 ข้อมูลทฤษฎีภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้ารวบรวม จากงานวิจัย บทความ วารสาร เอกสารการสัมมนา สถิติในรายงานต่าง ๆ ทั้งของภาครัฐและเอกชน เพื่อเป็นส่วนประกอบในเนื้อหาและนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

7. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป spss ตามขั้นตอนดังนี้

7.1 ตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนของแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาทั้งหมด

7.2 นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม มาวิเคราะห์

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา อาชีพ ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ให้ความสนใจเลือกซื้อ ลักษณะการซื้อเครื่องปั้นดินเผา วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่และร้อยละ พร้อมกับการนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

2) วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความพึงพอใจ ต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเซ่เกร็ด ประเภทของที่ระลึก โดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ของพรณี ลีกิจวัฒน์ [4] ใช้เกณฑ์ดังนี้

ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.50-5.00 หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าคะแนนเฉลี่ย 3.50-4.49 หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก
ค่าคะแนนเฉลี่ย 2.50-3.49 หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ในระดับปานกลาง
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.50-2.49 หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อย
ค่าคะแนนเฉลี่ย 1.00-1.49 หมายถึง	ความคิดเห็นอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การแปลความหมายของส่วนเบี่ยงเบน พรณี ลีกิจวัฒน์ [4] ใช้เกณฑ์ดังนี้

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.00-0.99 หมายถึง มีการกระจายของข้อมูลไม่แตกต่างกันมาก

ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.00 ขึ้นไป หมายถึง มีการกระจายของข้อมูลแตกต่างกันมาก

8. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้เฉลี่ย ต่อเดือน สถานภาพสมรส ภูมิลำเนา อาชีพ ประเภทของผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาที่ให้ความสนใจเลือกซื้อ ลักษณะการซื้อเครื่องปั้นดินเผา



รูปที่ 1 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเซ่เกร็ดประเภทของที่ระลึก



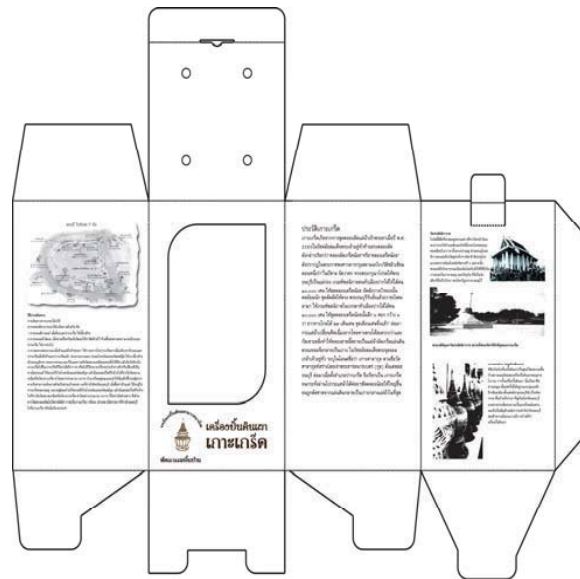
รูปที่ 2 บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ เครื่องปั้นดินเผา เกาเซ่เกร็ด

การวิเคราะห์พบว่าข้อมูลทั่วไปส่วนบุคคล ของผู้ตอบแบบสอบถามชาย 32 คน คิดเป็นร้อยละ 32 เพศหญิงจำนวน 68 ราย คิดเป็นร้อยละ 68 ผู้ตอบส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 23-35 ปี จำนวน 60 ราย มีรายได้เฉลี่ย 20,001 – 30,000 บาท จำนวน 46 ราย สถานภาพโสด จำนวน 58 ราย เป็นนักท่องเที่ยว จำนวน 80 ราย ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน จำนวน 39 ราย เลือกซื้อเครื่องปั่นดินเผาโคไฟ จำนวน 34 ราย และเลือกซื้อเพื่อใช้เอง จำนวน 42 ราย

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผา เกาเหกรัด ประเภทของที่ระลึก ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

ข้อที่	ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	n = 100		ระดับความพึงพอใจ
		$\bar{X}$	S.D.	
1.	คำขวัญประจำจังหวัด	3.57	1.27	มาก
2.	ตราสัญลักษณ์ของจังหวัด	3.64	1.28	มาก
3.	สถาปัตยกรรมแบบเจดีย์เกาเหกรัด	3.91	1.22	มาก
4.	ประติมากรรมงานปั้น	4.48	0.68	มาก
5.	งานหัตถกรรมจากเครื่องปั่นดินเผา	4.35	0.73	มาก
6.	ภูมิทัศน์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา	4.51	0.65	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.08	0.54	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผา เกาเหกรัด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ด้านความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นมีความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ด้านภูมิทัศน์ริมแม่น้ำเจ้าพระยา ($\bar{X} = 4.51$) ด้านประติมากรรมงานปั้น ($\bar{X} = 4.48$) ด้านงานหัตถกรรมจากเครื่องปั่นดินเผา ($\bar{X} = 4.35$) ด้านสถาปัตยกรรมแบบเจดีย์เกาเหกรัด ($\bar{X} = 3.91$) ด้านตราสัญลักษณ์ของจังหวัด ($\bar{X} = 3.64$) และด้านคำขวัญประจำจังหวัด ($\bar{X} = 3.57$)



รูปที่ 3 ภาพคลี่บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ เครื่องปั่นดินเผา

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความพึงพอใจ และลำดับที่ เกี่ยวกับโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั่นดินเผาเกาเหกรัด ประเภทของที่ระลึก

ข้อที่	ความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น	n = 100		ระดับความพึงพอใจ
		$\bar{X}$	S.D.	
1.	ความปรารถนาของเครื่องปั่นดินเผา	4.04	1.10	มาก
2.	รูปลักษณ์ที่แสดงความเป็นเอกลักษณ์ของเกาเหกรัด	4.02	0.94	มาก
3.	คุณภาพของเครื่องปั่นดินเผา	3.67	1.24	มาก
4.	ชื่อเสียงด้านเครื่องปั่นดินเผาที่มีมานาน	4.15	1.02	มาก
4.	ชื่อเสียงด้านเครื่องปั่นดินเผาที่มีมานาน	4.15	1.02	มาก
5.	ช่างฝีมือที่มีความชำนาญงานปั้น	2.59	1.49	ปานกลาง
6.	ราคาสมเหตุสมผล	4.14	0.91	มาก
7.	กระบวนการผลิตที่มีคุณภาพ	2.93	1.25	ปานกลาง
	ค่าเฉลี่ยรวม	3.65	0.67	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั่นดินเผา เกาเหกรัด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบด้านโอกาสในการเลือกซื้อเครื่องปั่นดินเผาเกาเหกรัด ประเภทของที่ระลึก ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.65$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า

ลำดับที่ 1 ชื่อเสียงด้านเครื่องปั้นดินเผาที่มีมานาน พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเหกริด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.15$)

ลำดับที่ 2 ราคาสมเหตุสมผล พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเหกริด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.14$)

ลำดับที่ 3 ความปรารถนาของเครื่องปั้นดินเผา พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่นที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเหกริด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.04$)

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ระดับความพึงพอใจ และลำดับที่การออกแบบต้นแบบเครื่องปั้นดินเผา เกาเหกริด ประเภทของที่ระลึกด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์

ข้อ ที่	ด้านคุณลักษณะของ บรรจุภัณฑ์	n = 100		ระดับ ความ พึงพอใจ
		$\bar{x}$	S.D.	
1.	ความพึงพอใจต่อบรรจุ ภัณฑ์ในภาพรวม	3.38	0.94	มาก
2.	การสะท้อนความเป็น ลักษณะเฉพาะถิ่นของ เกาเหกริด	4.18	0.89	มาก
3.	การแสดงตัวสินค้าและ ข้อมูลของสินค้า	4.61	0.66	มากที่สุด
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถสร้าง คุณค่าเพิ่มให้กับสินค้า	4.60	0.71	มากที่สุด
5.	ลักษณะในการบรรจุ เครื่องปั้นดินเผา	4.66	0.62	มากที่สุด
6.	ความสะดวกในการหยิบ จับ ถือหิ้วบรรจุภัณฑ์	4.45	0.77	มาก
7.	การปกป้องรักษา เครื่องปั้นดินเผา	4.54	0.67	มากที่สุด
8.	มีประสิทธิภาพในการ รักษารูปทรงสินค้า	4.55	0.73	มากที่สุด
9.	เหมาะสมกับการมอบ เป็นของขวัญ	4.23	0.88	มาก
10.	สามารถเปิดและเก็บ สินค้าได้สะดวก	4.40	0.82	มาก
11.	มีความสวยงาม โดดเด่น สะดุดตา	4.15	0.91	มาก
12.	มีภาพลักษณ์ที่เป็นมิตร กับสิ่งแวดล้อม	4.03	1.10	มาก
13.	นำเสนอข้อมูลต่าง ๆ ได้ อย่างน่าสนใจ	3.81	1.08	มาก
	ค่าเฉลี่ยรวม	4.28	0.52	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเหกริด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้นแบบ ด้านคุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.28$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับ พบว่า

ลำดับที่ 1 ลักษณะในการบรรจุเครื่องปั้นดินเผา พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเหกริด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.66$)

ลำดับที่ 2 การแสดงตัวสินค้าและข้อมูลของสินค้า พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเหกริด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.61$)

ลำดับที่ 3 บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างคุณค่าเพิ่มให้กับสินค้า พบว่า นักท่องเที่ยวและคนในท้องถิ่น ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเหกริด ประเภทของที่ระลึก มีระดับความพึงพอใจ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.60$)

9. สรุปและอภิปรายผล

จากการศึกษา เรื่อง “ศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาเหกริด ประเภทของที่ระลึก” พบว่า ปัญหาที่พบส่วนใหญ่ของผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา เกาเหกริด ด้านการผลิต จะมีช่างฝีมือที่จะเป็นบุคคลรุ่นเก่า เป็นผู้สูงอายุ คนรุ่นใหม่ไม่นิยมสืบทอดงานฝีมือด้านเครื่องปั้นดินเผา เนื่องจากรายได้ เทคโนโลยีที่เข้ามาอย่างรวดเร็ว ทำให้มองงานปั้นที่มีมาแต่อดีตไม่คุ้มค่าให้เป็นอาชีพในการหาเลี้ยงตน รวมทั้งการบริโภคของลูกค้าในปัจจุบันเปลี่ยนแปลงจากอดีต ที่สืบทอดอาชีพของบรรพบุรุษ สอดคล้องกับแนวคิดของ อดุลย์ จาตุรงค์กุล [5] ปัญหาด้านการตลาด ผู้ประกอบการจะผลิตและสร้างสรรค์เครื่องปั้นดินเผา งานตามความถนัด และจากประสบการณ์ภูมิปัญญาที่มีอยู่เดิม ไม่เป็นไปตามแนวโน้มของตลาดปัจจุบัน ซึ่งถ้ามีการศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพื่อนำมาเป็นข้อมูลในการกำหนดผลิตภัณฑ์จะสามารถให้การตลาดเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ [6] กลยุทธ์การตลาดเริ่มจากการแบ่งส่วนตลาด การกำหนดลูกค้าเป้าหมาย และการวางตำแหน่งทางการตลาด จะสามารถสร้างความพึงพอใจที่ดีที่สุดแล้ววางตำแหน่งข้อเสนอทางการตลาดเพื่อให้กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจดจำความแตกต่างและภาพพจน์ ขวลิติ เปี่ยมวารี [7] ได้กล่าวถึงการเลือกทำเลที่ตั้ง พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจที่มีต่อร้านค้าที่ตั้งอยู่ใกล้

แหล่งชุมชน แหล่ง อุตสาหกรรม บริเวณที่เข้าถึงได้สะดวก ผู้บริโภคสามารถเดินทางมายังห้างได้อย่างสะดวกสบาย ทั้งทางรถประจำทาง และรถส่วนตัว

ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ผู้วิจัยได้อภิปรายผล ดังนี้

คุณลักษณะด้านการใช้งาน มุ่งที่ประโยชน์การใช้งาน การปกป้องสินค้าภายใน รูปแบบการห่อหุ้มสินค้า การแสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น สอดคล้องกับแนวคิดของ ปูนคงเจริญเกียรติ สมพร คงเจริญเกียรติ [3] กล่าวว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นของฝาก ต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำกลับของผู้ซื้อ

การนำกระดาษลูกฟูกเป็นวัสดุ เนื่องจากสามารถย่อยสลายได้ตามธรรมชาติ สอดคล้องกับงานวิจัยของพงษ์ธาดา - วุฒิการณ และยลฤดี วุฒิการณ [8] กล่าวว่า การรีไซเคิลกระดาษเป็นวัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ได้มากที่สุดเป็นอันตรายต่อผู้ใช้น้อยที่สุด อีกทั้งกระดาษลูกฟูกยังมีคุณสมบัติลดแรงกระแทก น้ำหนักเบา รูปทรงของกล่องเป็นลักษณะสี่เหลี่ยมง่ายต่อการวางซ้อน สามารถขึ้นรูปโดยไม่ต้องใช้กาวหรือเทปใส ขนาดเหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ ทำให้ผลิตภัณฑ์ไม่กระทบกระเทือนระหว่างการขนส่ง

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ประกอบด้วย การออกแบบที่สำคัญ 2 ส่วนคือ การออกแบบโครงสร้าง และการออกแบบกราฟิก โดยที่การออกแบบโครงสร้าง จะเน้นคุณสมบัติของวัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ ส่วนการออกแบบกราฟิกจะสื่อความหมายด้วยภาพวาดสัญลักษณ์ต่างๆ ที่ช่วยส่งเสริมการขาย การออกแบบทั้ง 2 ส่วน จะเกื้อหนุนไปในทางเดียวกัน เพื่อให้ได้บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับสินค้าเครื่องปั้นดินเผา ออกแบบโครงสร้าง ให้ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของสินค้าให้ผู้ซื้อสนใจหยิบชม การวิเคราะห์เลือกกลุ่มเป้าหมายศึกษาโอกาสที่สินค้ามีโอกาสขาย ออกแบบให้โครงสร้างรูปทรงสี่เหลี่ยมเพื่อลดต้นทุนการผลิต มีหูหิ้วเพื่ออำนวยความสะดวกในการถือหิ้วของผู้ซื้อเลือกวัสดุกระดาษลูกฟูกลอน E เป็นลอนขนาดเล็กเหมาะสมกับขนาดบรรจุภัณฑ์ทั้งสามารคมคุ้มครองปกป้องสินค้าได้และราคาต้นทุนอยู่ในระดับเหมาะสม

การส่งเสริมการขายรูปแบบของกราฟิกพื้นสีของกระดาษให้ความรู้สึกมีธรรมชาติของวัสดุเคลือบสีของเนื้อดินปั้น เข้ากับสีของผลิตภัณฑ์ กราฟิกพิมพ์ 1 สี ด้วยระบบฟเลกโซให้มีความประหยัดต้นทุนในการพิมพ์เหมาะกับประเภทสินค้า ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา ด้านหน้าจะให้เห็นผลิตภัณฑ์ กราฟิกตราสินค้าด้านล่างสื่อถึงประเภทของกิจการอย่างชัดเจน ด้านข้างซ้ายกล่องเป็นประวัติเกาะเกร็ด ด้านขวาด้านหลังกล่องเป็นตราสินค้า OTOP ด้วยผลิตภัณฑ์ภายในเป็นเครื่องปั้นดินเผาที่แตกหักง่าย จึงมีสัญลักษณ์บ่งบอก

อย่างชัดเจน โทนสีในภาพรวม เป็นสีดินเป็นสีที่ให้ความรู้สึกถึงวัสดุมาจากธรรมชาติ แสดงความเป็นตัวตนของสินค้าภายในอย่างชัดเจน

10. ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษา เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา เกาะเกร็ด ประเภทของที่ระลึก” ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อนำวิจัยไปใช้และเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

10.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้

1) ผู้ประกอบการเครื่องปั้นดินเผา ส่วนใหญ่จะใช้กระดาษหนังสือพิมพ์รองผลิตภัณฑ์ก่อนบรรจุใส่ในกล่อง ที่มีขนาดเดียว หากผลิตภัณฑ์มีขนาดเล็กเกินไปก็จะเกิดการกระทบกระเทือนระหว่างการขนส่ง จึงควรออกแบบขนาดของบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับขนาดของบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิด เช่น โคมไฟ แจกัน โอ่งใบเล็ก เป็นต้น

2) กล่องบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ ไม่ได้แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผู้ประกอบการ ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้ ไม่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้แสดงถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผู้ประกอบการจึงควรมีตราสินค้า

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้วยการสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น คือ การแสดงเรื่องราววิถีชีวิตของชุมชนริมสายน้ำ มีผลให้สินค้าดูสะดุดตา น่าสนใจ กระตุ้นให้เกิดการซื้อผลิตภัณฑ์ เกิดการจดจำให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี

10.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ทั้งด้านการใช้งานและด้านการตลาด สามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอดเวลาเพื่อตอบสนองความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาให้สอดคล้องกับนโยบายเศรษฐกิจสร้างสรรค์

การใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อปกป้องและโฆษณาสินค้า จะส่งผลให้ผู้ประกอบการมีต้นทุนในการจำหน่ายสูงขึ้น เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาตนเองและสามารถประกอบกิจการได้อย่างยั่งยืน หน่วยงานไม่ว่าจะเป็นภาครัฐบาลหรือหน่วยงานเอกชนควรให้การสนับสนุน ส่งเสริมให้ความรู้ทั้งการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การประยุกต์วัสดุที่มีอยู่ในกระบวนการผลิต

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์เฉพาะพื้นที่หนึ่ง และในช่วงระยะเวลาหนึ่งเท่านั้น โดยผู้สนใจที่จะศึกษารูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถนำแนวทาง เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าของฝากอื่น ๆ ได้อีกต่อไป



รูปที่ 4 เตาเผาเครื่องปั้นดินเผา อยู่ภายในร้านผลิตและจำหน่าย



รูปที่ 5 ผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผา

- [7] ขวลิต เปี่ยมวารี ปริญญาภรณ์ ตั้งคุณนันต์ และ จิระเสกข์ ตรีเมธสุนทร. 2554. ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อส่วนประสมการค้าปลีกในไฮเปอร์มาร์เก็ตในเขตจังหวัดปทุมธานี. **วารสารครุศาสตร์อุตสาหกรรม**, 10(3), น. 115-128.
- [8] พงษ์ธาดา วุฒิการณ์ และยลฤดี วุฒิการณ์. 2541. ศิลปะบรรจุภัณฑ์ในเมืองโตเกียวและเชียงใหม่ : ในมุมมองทางสังคมและวัฒนธรรม. เชียงใหม่ : มูลนิธิซูมิโตะโมะ.

เอกสารอ้างอิง

- [1] เครื่องปั้นดิน. 2545. เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <http://www.skn.ac.th>. (วันที่ค้นข้อมูล :25 มิถุนายน 2554)
- [2] ศิริพรรณ ปีเตอร์. 2548. หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- [3] ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ : แพคเมทส์.
- [4] พรณี ลีกิจวัฒน์. 2554. วิธีการวิจัยทางการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- [5] อุดลย์ จาตุรงค์กุล. 2545. กลยุทธ์ด้านการตลาด. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- [6] ธนวรรณ แสงสุวรรณ และคณะ. 2550. การจัดการการตลาด. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.