

PACKAGING DESIGN FOR CERAMICS, ORNUMA CERAMICS, LAMPANG, THAILAND

Radchada Suedumrong^{1*}, Bunpot Wiroonratch¹,
Somrudee Srijunya¹, Naphak-orn Punyapapassorn¹

¹Graduated School Of Commerce, Burapha University, Chon Buri 20131, Thailand

ABSTRACT

This research was carried out as an action research, with the purpose to study the packaging needs and develop packaging, to survey and assess customer satisfaction and respond to varied needs of tourists. The population studied was customers purchasing ceramics. A questionnaire was used to collect the data which was analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation and Chi-square.

From the action research, it was found that of the six package designs, the respondents were satisfied with all designs at an overall high level. When looked at by type of packaging, it was found that respondents were most satisfied with design 4 followed by design 3 and design 2 at a close ratio.

Keywords: Packaging, ceramics, packaging design, action research

รูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิค ร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง

รัชดา ชื่อดำรง¹, บรรพต วิรุณราช¹, สมฤดี ศรีจรรยา¹, ณัฏศอร ปุณยภาภัสสร¹

¹ วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์, มหาวิทยาลัยบูรพา, ชลบุรี 20131, ประเทศไทย

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action research) มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการบรรจุภัณฑ์ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อสำรวจและประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยสามารถตอบสนองความต้องการที่มีความหลากหลายของนักท่องเที่ยว กลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้บริโภคที่ซื้อบรรจุภัณฑ์เซรามิค โดยกลุ่มผู้วิจัยเป็นผู้ผลิตชิ้นจำหน่าย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติแบบ Chi-square

ผลการวิจัยเชิงปฏิบัติการ สำหรับบรรจุภัณฑ์เซรามิคร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง ทั้ง 6 ชนิด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่นั้นมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ทุกชนิดในภาพรวมอยู่ในระดับมากและเมื่อจำแนกเป็นชนิดผลิตภัณฑ์ปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์แบบที่ 4 มากที่สุด รองลงมาเป็นบรรจุภัณฑ์แบบที่ 3 และบรรจุภัณฑ์แบบที่ 2 โดยสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

บทนำ/ ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันประเทศไทยมีการแข่งขันภาคอุตสาหกรรมที่สูงขึ้น เทคโนโลยีต่าง ๆ มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว การผลิตบรรจุภัณฑ์ในประเทศไทยเป็นที่แพร่หลาย การผลิตบรรจุภัณฑ์นั้นเพื่อเพิ่มยอดขายและมูลค่าให้กับสินค้า ทำให้การบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด ในการเก็บรักษา และป้องกัน ไม่ให้ผลิตภัณฑ์เกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งจากโรงงานผลิตไปยังร้านค้าปลีกหรือผู้บริโภคที่ส่งสินค้าโดยตรง นอกจากนี้ บรรจุภัณฑ์ ยังถูกใช้ให้เป็น สื่อโฆษณาที่สามารถเคลื่อนที่ไปไหนต่อไหนได้ ป้องกันไม่ให้ผลิตภัณฑ์มีรอยขีดข่วน แสดงรายละเอียดการใช้ หรือแม้แต่เป็นส่วนหนึ่งของผลิตภัณฑ์เองทำให้ปัจจุบันมีการวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์อย่างต่อเนื่องรวมถึงระบบและการบริหารการผลิต โดยในการผลิตไม่ว่าจะได้ผลลัพธ์ออกมาอยู่ในรูปของผลิตภัณฑ์หรือการบริการก็ตามจะต้องคำนึงว่ากระบวนการต่าง ๆ จะต้องให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดีเสมอ จึงจะส่งผลให้เกิดการเพิ่มผลผลิต (Productivity) ที่ดีตามมาเป็นปัจจัยช่วยหนุนในการเพิ่มผลผลิต

จังหวัดลำปาง เป็นจังหวัดที่ได้รับการยอมรับว่าเป็นเมืองเซรามิกของไทย เนื่องจากมีแหล่งแร่ และดินขาวที่เหมาะสมในการนำมาผลิตเซรามิกในรูปแบบต่าง ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์บนโต๊ะอาหาร ถ้วย, ชาม, จาน, และชุดน้ำชากาแฟ อีกทั้งผลิตภัณฑ์เซรามิกในงานก่อสร้าง เช่น กระเบื้อง, ลูกกรงโรงงาน เป็นต้น จึงเป็นแหล่งผลิตเครื่องปั้นดินเผาที่มีคุณภาพสูง และมีประวัติความเป็นมายาวนานกว่า 50 ปี ส่งผลให้มีการขายและส่งออกเซรามิกเป็นจำนวนมาก หากมีการสร้างบรรจุภัณฑ์เซรามิกเพื่อส่งเสริมการขาย จะส่งผลให้อุตสาหกรรมเซรามิกมีการพัฒนา และก้าวไกลมากกว่านี้ ดังนั้นการผลิตสิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์น่าจะเป็นเป้าหมายสำคัญในการส่งเสริมให้เป็นจุดเด่น และจุดขายของสินค้าที่ผลิตภายในประเทศโดยเฉพาะเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมด้านนี้ต่อไป

ร้านอรอุมาเซรามิกนั้น เกิดจากคุณอรอุมา ชื่อดังได้สนใจเรื่องเซรามิก จึงได้เปิดร้านโดยใช้ชื่อตนเองเพื่อให้เป็นที่จดจำได้ง่าย โดยได้เริ่มเปิดร้านอรอุมาเซรามิกเมื่อปี พ.ศ. 2550 และปี พ.ศ. 2552 เริ่มเปิดสาขาที่ 2

โดยมีการขายเซรามิก ขายปลีกควบคู่ไปกับการขายขนส่งไปยังทุกภาคของประเทศไทย และอาจมีการขยายตลาดไปสู่ตลาดโลก ดังนั้นการให้ความสำคัญเรื่องบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับคุณภาพเซรามิก ซึ่งเป็นการพัฒนาด้านกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ แล้วนำมาทดสอบใช้งานจริงผู้วิจัยวิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา จึงเล็งเห็นความสำคัญของการผลิตและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เซรามิก ของร้านอรอุมาเซรามิกลำปาง เพื่อเป็นประโยชน์ในการปรับปรุงและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

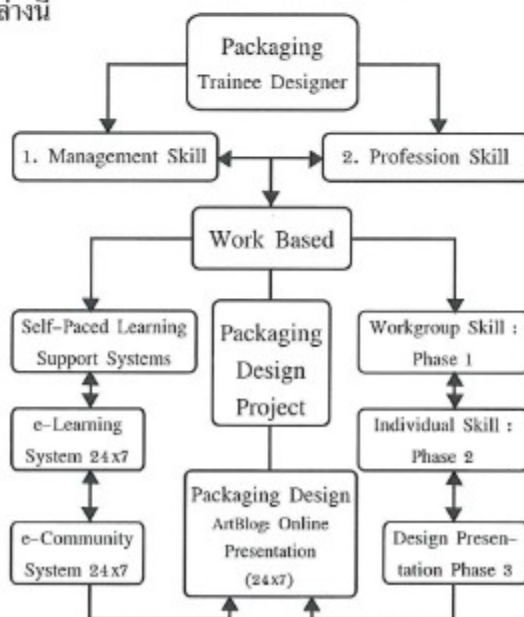
1. เพื่อศึกษาความต้องการบรรจุภัณฑ์ และพัฒนาบรรจุภัณฑ์เซรามิกของร้านอรอุมาเซรามิกลำปาง

กรอบแนวคิดการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เซรามิกร้านอรอุมาเซรามิกลำปาง

1. กำหนดกรอบแนวคิด ทฤษฎีและหลักการทำงานที่เกี่ยวข้อง

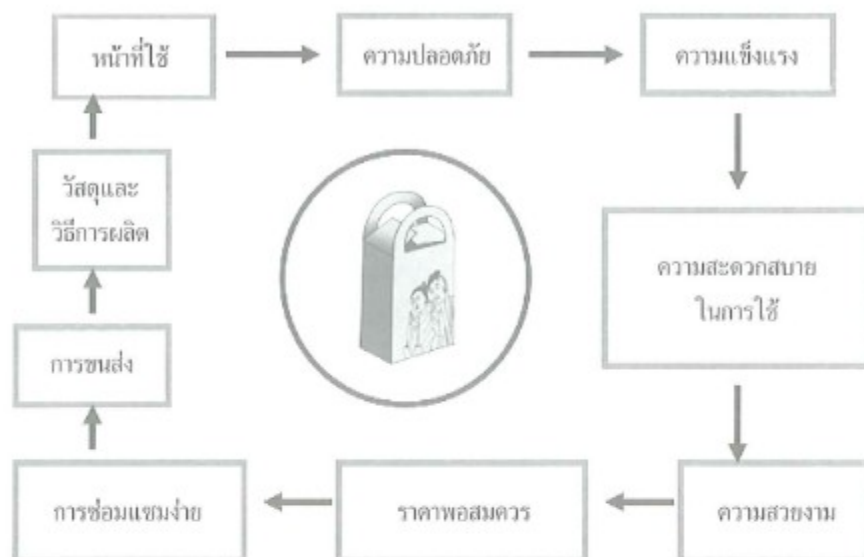
1.1 ศึกษาหลักการและรูปแบบการพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ ได้แก่ ประเภททักษะการพัฒนาการคิดวิเคราะห์การเรียนรู้ เป็นต้น

1.2 วิเคราะห์หลักสูตรและเนื้อหา โดยเน้นเนื้อหากระบวนการทำงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดังด้านล่างนี้



ภาพที่ 1-1 แสดงแนวทางการฝึกทักษะการคิดวิเคราะห์

กรอบแนวคิดรูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิก



ภาพที่ 1-2 แสดงกรอบแนวคิดรูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิก

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับการวิจัยเชิงปฏิบัติการ

1. ร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง สามารถใช้ผลการวิจัยนี้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงพร้อมทั้งพัฒนาร้านและคุณภาพบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
2. สามารถพัฒนาการผลิตบรรจุภัณฑ์ เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เซรามิก
3. สามารถพัฒนาความรู้ทางวิชาการในเรื่องของกระบวนการผลิตปรับปรุงบรรจุภัณฑ์เซรามิก และเผยแพร่สู่สาธารณชน
4. สามารถเพิ่มคุณค่าความสวยงามและลดต้นทุนของบรรจุภัณฑ์เซรามิกเพื่อเป็นแนวทางในการยกระดับการผลิตเซรามิกไปสู่ภาคอุตสาหกรรมต่อไป

ขอบเขตของการวิจัยเชิงปฏิบัติการ

1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิกร้านอรอุมาเซรามิคลำปางเพื่อนำไปสอบถามผู้บริโภคระดับกลาง ถึงระดับบน
2. มุ่งศึกษากลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้บริโภคที่เข้ามาซื้อเซรามิกร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง
3. ใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูล โดยผู้วิจัยเก็บแบบสอบถามด้วยตนเอง

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ซื้อเซรามิกร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง

ส่วนที่ 2 ให้เลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิก

4. ระยะเวลาที่ใช้เก็บข้อมูล คือ เดือนพฤศจิกายน 2552 ถึง มกราคม 2553

ข้อจำกัดของการวิจัย

เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ที่ซื้อผลิตภัณฑ์เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง หากต้องการเก็บข้อมูลจึงต้องใช้ความพยายามมากกว่าปกติ ประกอบกับต้องได้รับความร่วมมือจากผู้สอบถามเป็นอย่างดี จึงจะทำให้ได้ผลการวิจัยที่ครบถ้วนสมบูรณ์

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิกของร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action research) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ออกแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิกของร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง จำนวน 12 รูปแบบ
2. สอบถามลูกค้าเซรามิกของร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง (ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 150 คน) ถึงความ

ต้องการรูปแบบที่ต้องการสูงสุด จำนวน 12 รูปแบบ

3. นำมาสังเคราะห์หารูปแบบที่เห็นว่าเหมาะสมที่สุด จำนวน 6 รูปแบบ

4. สร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ขึ้นมาจริง จำนวน 6 รูปแบบ แล้ววางจำหน่ายภายในร้านอรอุมาเซรามิค ลำปาง ทั้ง 2 ร้าน

5. สรุปผล

การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action research)

การศึกษาวิจัย รูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิคของร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง โดยการวิจัยเชิงปฏิบัติการ นั้น ผู้วิจัยพบปัญหาจริงจากพื้นที่เป้าหมาย โดยร่วมประชุมกับตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง (ตัวแทนประชากร) เมื่อได้ปัญหามาแล้วนำไปวางแผนเพื่อปฏิบัติ วางแผนเสร็จแล้วดำเนินการปฏิบัติ ติดตามและสรุปผล กระทำเช่นนี้ 2 - 3 ครั้งเพื่อหาคำตอบจากปัญหา โดยที่ขณะปฏิบัติการจะเห็นคำตอบของปัญหางานวิจัยออกมาเป็นระยะๆ จนท้ายสุดของการวิจัยจะได้คำตอบทั้งหมด และสามารถสรุปได้

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิคของร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง ครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action research) ซึ่งผู้วิจัย ได้สรุปการวิเคราะห์ผลการวิจัย ดังนี้

1. การวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action research) รอบที่ 1

1. การวางแผนรูปผลิตภาพ ต้นแบบ เพื่อคัดเลือกที่จะนำไปผลิต จำนวน 12 รูปแบบ

2. การปฏิบัติ

2.1 เข้าพบผู้ที่เกี่ยวข้องอย่างเป็นทางการ เช่น นายอำเภอลำปาง ผู้รับผิดชอบในพื้นที่ทำการวิจัย เช่น องค์การบริหารส่วนตำบล และผู้มีความรู้ เพื่อแจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัย รวมทั้งสอบถามประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องด้านการทำบรรจุภัณฑ์เซรามิค

2.2 ออกแบบรูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิค จำนวน 12 แบบ

สรุปผลการวิจัย

1. การวางแผน (Plan)

การวางแผนการวิจัยเชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิคของร้านอรอุมาเซรามิค ลำปางนั้น พบว่าต้องมีการศึกษาถึงสภาพตลาดโดยทั่วไปของการจำหน่ายบรรจุภัณฑ์ การวิจัยในครั้งนี้ได้ใช้วิธีการสังเกตด้วยตัวผู้วิจัยเอง และการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นการกั๊กกับผู้จำหน่ายเซรามิค และผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึก เพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ วางแผนด้านการสำรวจ ความต้องการของผู้บริโภค โดยการให้ทดสอบและสัมผัสบรรจุภัณฑ์ใหม่ผ่านการออกแบบ และผลิตเป็นสินค้าตัวอย่าง หลังจากนั้นจึงใช้แบบสอบถามเพื่อสอบถามความพึงพอใจ และความคิดเห็นสำหรับการปรับปรุงตัวบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สามารถผลิตและจำหน่ายสู่ตลาดจริงในพื้นที่เป้าหมายได้ ซึ่งการดำเนินการตามขั้นตอนของการออกแบบและผลิต

2. การดำเนินการ (Do)

การดำเนินการตามแผนการปฏิบัติการส่วนใหญ่เป็นไปตามแผนที่กำหนดไว้ จากการสำรวจโดยเบื้องต้นนั้น ผลการวิจัยพบว่า ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้ให้ความร่วมมือในการให้สัมภาษณ์ เป็นอย่างดีผลที่ได้คือ รูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิคส่วนใหญ่มีอยู่จำนวนน้อยมาก เพราะผู้ที่ทำบรรจุภัณฑ์เซรามิครายใหญ่ได้ทำการตลาดต่างประเทศเป็นส่วนใหญ่ ส่งผลให้บรรจุภัณฑ์เซรามิคในจังหวัดลำปางยังไม่มีพบเห็นมากนัก จึงได้เกิดการคิดเพื่อดำเนินการทำรูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิค ซึ่งจะส่งผลให้นักท่องเที่ยวได้มีโอกาสเลือกบรรจุภัณฑ์เซรามิคสามารถนำไปเป็นของฝากใช้ประโยชน์ได้ และหากมีผลิตภัณฑ์ใหม่มาแนะนำเสนอให้จำหน่าย ผู้ให้สัมภาษณ์ทุกท่าน พร้อมจะเป็นตัวแทนในการจำหน่ายสินค้าดังกล่าว

เมื่อได้ผลสรุปจากการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้นำผลสรุปวิเคราะห์ คือ เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ตัวอย่าง ทำให้ได้บรรจุภัณฑ์จำนวน 6 แบบ

ด้านการทดสอบตลาดหรือการสำรวจความต้องการ

ของผู้บริโภค ซึ่งผู้วิจัยได้สำรวจความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ใหม่ โดยการใช้แบบสอบถาม ซึ่งแบ่งเป็น 2 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 เป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง โดยส่วนใหญ่มีอายุอยู่ในช่วงระหว่าง 35-50 ปี สถานภาพสมรส มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับ ปวช./ ปวส./ อนุปริญญา ด้านรายได้ มีรายได้ 25,001 บาทขึ้นไปมากที่สุด รองลงมาได้ระหว่าง 15,001 - 25,000 บาท มีอาชีพเป็นประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด แบบสอบถามส่วนที่ 2 เป็นการสำรวจความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิค ซึ่งได้ทำการผลิตจำนวน 6 แบบ และผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อจำแนกเป็นชนิดบรรจุภัณฑ์ปรากฏว่า ผู้ตอบแบบสอบถามพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์เซรามิคของร้านอรอุมาเซรามิค ลำปางรูปแบบที่ 4 มากที่สุด รองลงมาเป็นบรรจุภัณฑ์เซรามิคของร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง รูปแบบที่ 3 และบรรจุภัณฑ์เซรามิคของร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง รูปแบบที่ 2 โดยมีสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน

3. การตรวจสอบ (Check)

ได้มีการตรวจสอบติดตามผลการดำเนินงาน ในทุกๆ ขั้นตอน ดังในเอกสารประกอบการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action research) ซึ่งสรุปได้ว่า การติดตามผลการดำเนินงานที่ดี ไม่นิยมดูผลตอนปลายของงานเพียงอย่างเดียว แต่ต้องดูทุกๆ กระบวนการ ดังนี้

Activity + Input (กิจกรรม)(ปัจจัยนำเข้า)	Output + Outcome + Impact (ผลผลิต) (ผลลัพธ์) (ผลกระทบ)
---	---

โดยการตรวจสอบกิจกรรมนั้น พบว่า ทุกกิจกรรมไม่มีปัญหา สำหรับปัจจัยนำเข้าต่าง ๆ อันได้แก่ แรงงานคน วัสดุอุปกรณ์ที่จำเป็นต่าง ๆ ตลอดจนงบประมาณได้มีการเตรียมการไว้ตามแผนเพียงแต่ต้องเพิ่มเติม ในส่วนของกิจกรรมการจำหน่ายสินค้าการให้บริการบรรจุภัณฑ์เซรามิคของร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง นั้นเป็นทั้งขายส่งและขายปลีก การจำหน่ายสินค้าแก่นักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มใหญ่ ที่มาเป็นหมู่คณะ หรือเข้ามาซื้อพร้อม ๆ กัน ส่งผล

ทำให้ตัวบรรจุภัณฑ์มีจำหน่ายไม่เพียงพอ

ด้านผลผลิต พบว่า สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์แต่ละรูปแบบได้ดังนี้

ตารางที่ 5-1 แสดงยอดจำหน่ายบรรจุภัณฑ์เซรามิคของร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง

รูปแบบผลิตภัณฑ์	ยอดจำหน่าย (ชิ้น)	ราคา (บาท/ชิ้น)	รวมจำนวนเงิน (บาท)
1. แบบที่ 1	50	10	500
2. แบบที่ 2	80	10	800
3. แบบที่ 3	60	10	600
4. แบบที่ 4	60	10	600
5. แบบที่ 5	60	10	600
6. แบบที่ 6	50	10	500
รวม			3,600

ผลลัพธ์ที่ได้ กิจกรรมการสัมภาษณ์ผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์เซรามิค และผู้จำหน่ายเซรามิค ผู้ประกอบการได้ให้ความร่วมมือเป็นอย่างดีในการให้สัมภาษณ์รวมทั้งให้ข้อมูลที่ประโยชน์ต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตัวอย่างเพื่อการทดสอบตลาด และในกิจกรรมการทดสอบตลาดกับผู้บริโภคในขั้นต้นก่อนการผลิตสู่ตลาดจริงนั้น ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสนใจและร่วมมือในการตอบแบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจในตัวบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างดี ทำให้ผู้วิจัยสามารถนำผลการทดสอบตลาดมาวางแผนในการผลิตและจำหน่าย รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ออกสู่ตลาดจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนกิจกรรม

การจำหน่ายบรรจุภัณฑ์เซรามิคร้านอรอุมาเซรามิค ลำปาง พบว่าผู้ซื้อสินค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์และการให้คำแนะนำและตอบคำถามเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ของผู้จำหน่าย

ด้านผลกระทบ ในกิจกรรมการสำรวจตลาดเบื้องต้น รวมถึงการสัมภาษณ์ผู้มีความรู้และประสบการณ์ในเรื่องบรรจุภัณฑ์เซรามิค มีผลกระทบที่ส่งผลให้การออกแบบผลิตภัณฑ์ตัวอย่าง เพื่อการทดสอบตลาดนั้นประสบผลสำเร็จเป็นอย่างดี และในกิจกรรม

การทดสอบตลาดนั้นส่งผลให้ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เซรามิค เพื่อนำออกจำหน่ายสู่ตลาดจริงประสบผลสำเร็จ และได้บรรจุภัณฑ์เซรามิค ที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ส่วนกิจกรรมการจำหน่ายบรรจุภัณฑ์เซรามิค นั้นส่งผลให้นักท่องเที่ยวมีทางเลือก ในการซื้อของฝากของที่ระลึกมากขึ้น กระตุ้นให้เกิดการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยว

4. การปรับปรุงแก้ไขและนำไปใช้ (Act)

ผลการวิจัยพบว่าการศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิคร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง โดยอาศัยหลักการของวงจร P D C A นั้น เป็นรูปแบบที่สามารถนำไปใช้ขยายผลต่อได้ โดยเฉพาะกับบรรจุภัณฑ์ที่มีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยว ทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยต้องมีการปฏิบัติหลาย ๆ รอบจนกว่าจะได้ผลที่ดีเป็นที่น่าพอใจออกมา ดังกล่าวไว้ในเอกสารประกอบการดำเนินการวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action research) ที่ว่า การสรุปผลการกระทำโดยนำผลมาวิเคราะห์หาข้อผิดพลาด ข้อดี แล้วสังเคราะห์เป็นหมวดๆ ข้อผิดพลาดให้เสนอแนวทางในการปรับปรุงแก้ไข ข้อดีให้คงอยู่ และเสนอแนวทางพัฒนาให้ดีขึ้น โดยเทียบกับมาตรฐาน KPI ถ้าผลออกมาเป็นไปตามที่วางไว้ ให้ยึดเป็นรูปแบบ แต่ถ้าไม่มั่นใจให้ดำเนินการ P D C A ต่อไปอีก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานราชการด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยว การพาณิชย์ และด้านอุตสาหกรรม เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย หอการค้าจังหวัด อุตสาหกรรมจังหวัด ควรให้มีการส่งเสริม และสนับสนุนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีสัญลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว ซึ่งแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นลักษณะเฉพาะที่โดดเด่นของจังหวัดลำปาง
2. ควรมีการส่งเสริมด้านการประชาสัมพันธ์ การนำเสนอรูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิค ให้เป็นที่รู้จัก ควบคู่ไปกับการแนะนำแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัด แม้สื่อสอนเนื่องจากผู้ซื้อเซรามิคส่วนใหญ่เป็นนักท่องเที่ยว และนิยมซื้อเซรามิคจากแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ มากที่สุด

3. ควรมีการสนับสนุนด้านการออกแบบ การเพิ่มทางเลือกให้แก่ผู้ซื้อบรรจุภัณฑ์ที่มีความต้องการซื้อเป็นจำนวนมาก ๆ

ข้อเสนอแนะในเชิงปฏิบัติการ

1. ด้านของการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์นั้นควรให้ความสนใจเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ในเบื้องต้นก่อนการนำรูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิค ออกสู่ตลาดควรมีการทดสอบตลาดเสมอ ส่วนมากผู้บริโภคต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิคที่มีลักษณะเป็นชิ้นเล็ก ๆ และราคาไม่แพงมากนักเพื่อสะดวกต่อการนำไปฝาก ในกรณีที่มีซื้อเป็นจำนวนมาก
2. ด้านราคา ควรให้ความสนใจกับการกำหนดราคาขายให้สอดคล้องกับต้นทุนที่เกิดขึ้น และมีความเหมาะสม
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรให้มีความสะดวก รวดเร็วและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ดีที่สุด เช่น ควรมีการนำสินค้าลงทางเว็บไซต์ เพื่อที่จะให้ชาวไทยหรือชาวต่างประเทศที่ไม่ได้มาเที่ยวแต่สนใจบรรจุภัณฑ์เซรามิค ได้เข้ามาสั่งซื้อ และจัดตั้งหน่วยงานใดหน่วยงานหนึ่งรับผิดชอบในส่วนนี้
4. ด้านการจัดการส่งเสริมการตลาด ควรให้มีความหลากหลาย สามารถเป็นจุดดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์เซรามิคได้ และควรมีการจัดผลิตภัณฑ์ของฝากของที่ระลึกเป็นชุด เพื่อรองรับลูกค้าที่ต้องการ
5. ด้านกระบวนการควรให้เกิดความชัดเจน และเป็นแบบแผนสามารถทำความเข้าใจได้ง่าย และไม่เกิดปัญหาในการดำเนินงาน ด้านผู้ให้บริการควรมีความสุภาพ สามารถให้คำแนะนำรูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิค และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้
6. ด้านสิ่งมีตัวตนที่สามารถมองเห็นได้ ควรจัดสถานที่อย่างเหมาะสม สวยงามและดึงดูดให้เกิดความสนใจของผู้ซื้อได้

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ รูปแบบบรรจุภัณฑ์เซรามิคร้านอรอุมาเซรามิคลำปางนั้น เพื่อให้เกิดประโยชน์

อย่างต่อเนื่อง และเป็นประโยชน์แก่บรรจักษ์์เซรามิคของฝากของที่ระลึกในร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง ควรทำการศึกษาในเรื่องต่อไปนี้

1. ควรศึกษาถึงพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ รูปแบบบรรจักษ์์เซรามิคร้านอรอุมาเซรามิคลำปาง ที่มีความหลากหลาย สามารถนำมาประยุกต์ใช้ให้เกิดมูลค่าเพิ่มด้านบรรจักษ์์เซรามิคได้และเพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เกิดความประทับใจในการมาเยือนอย่างแท้จริง

2. ควรศึกษาถึงตัวแปรอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนารูปแบบบรรจักษ์์เซรามิคร้านอรอุมาเซรามิคลำปางด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดลำปาง

บรรณานุกรม

กาญจนา ลิกขมา. (2551). การพัฒนาบรรจักษ์์ที่คล้ายตากกรณีศึกษากล้วยตากบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก. ศรีปทุมปริทัศน์, 8(1), 103-110.

กัลยา วาณิชย์บัญชา. (2545). การใช้ SPSS for Windows ในการวิเคราะห์ข้อมูล. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กาญจนา วงษ์พิทักษ์. (2549). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสารกำจัดศัตรูพืชของเกษตรกรในเขตอำเภอเมือง จังหวัดระยอง. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาการตลาด, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ทัศนีย์ วิฑูรย์ธนาต. (2549). การพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์หน่อไม้ต้มบรรจุถุงของกลุ่มอาชีพบ้านอาฮี อำเภอท่าลี่ จังหวัดเลย. เลเย: ศูนย์วิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

บุศรา คำหาญ. (2548). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางในเขตกรุงเทพมหานคร. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้า.

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 25525. (2539). กรุงเทพฯ: นานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์.

ศิริชัย พงษ์วิชัย. (2539). การวิเคราะห์ข้อมูลทางคอมพิวเตอร์ (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมชาย วงศ์สุริยศักดิ์. (2550). บรรจักษ์์ที่ในอนาคตสำหรับการส่งออกผลไม้ไทย. กรุงเทพฯ: คณะพลังงานสิ่งแวดล้อมและวัสดุ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

สุดา สุวรรณภรณ์ และบรรพต วิรุณราช. (2550). การวิจัยเชิงปฏิบัติการ. ชลบุรี: วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุปัญญา ไชยชาญ. (2543). หลักการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ: พี.เอ.ลิฟวิ่ง.

สุรบดินทร์ อิศระวิสุทธิ. (2545). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ในเขตกรุงเทพ. ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุรพงษ์ เอี้ยวเจริญสุข และ สุวรรณ อิศกุลชัย. (2549). การศึกษาเพื่อกำหนดกลยุทธ์ทางด้านโลจิสติกส์ของบรรจักษ์์ไม้ (พาเลทไม้) กรณีศึกษา: บริษัท ไอ เอส เอ็ม อี จำกัด, การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเองสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.