



แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา : กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา  
ตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี



โดย  
นางสาวกชกร คำแฝง

วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาดำเนินการตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม แผนก ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

ปีการศึกษา 2562

ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

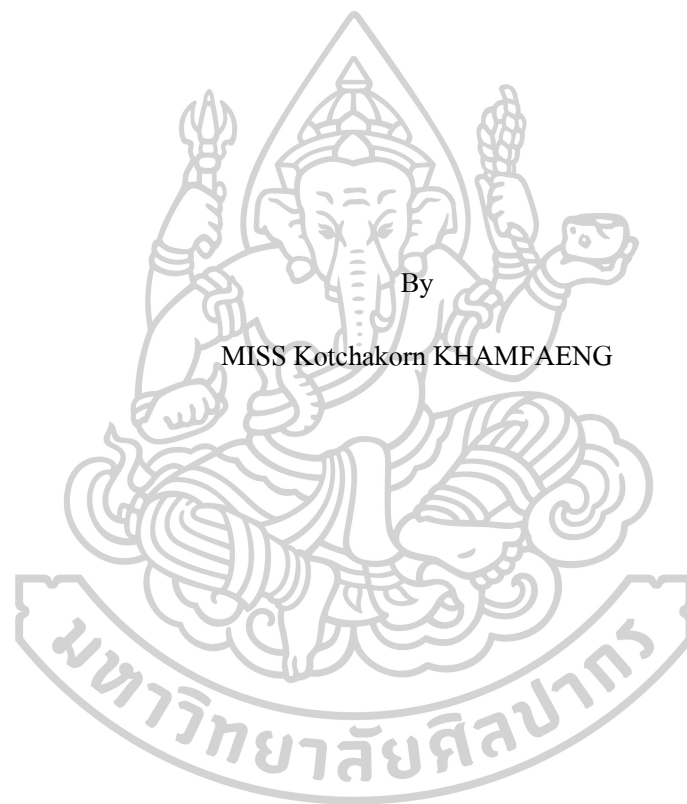


แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา : กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.  
ม. ไชยา ตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต  
สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโทมหาบัณฑิต  
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร  
ปีการศึกษา 2562  
ลิขสิทธิ์ของบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร

LOCAL WISDOM MANAGEMENT THROUGH PACKAGING DESIGNED OF  
SALTED EGGS AT LAMET, CHAIYA, SURATTHANI PROVINCE



By

MISS Kotchakorn KHAMFAENG

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements  
for Master of Arts (CULTURAL RESOURCE MANAGEMENT)

Graduate School, Silpakorn University

Academic Year 2019

Copyright of Graduate School, Silpakorn University

หัวข้อ	แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา : กรณีศึกษากลุ่ม วิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา ตำบลเสม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี
โดย	กชกร คำแฝง
สาขาวิชา	การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญา มหาบัณฑิต
อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก	รองศาสตราจารย์ ดร. รัศมี ชูทรงเดช

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร ได้รับพิจารณาอนุมัติให้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา  
ตามหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต

..... คณบดีบัณฑิตวิทยาลัย  
(รองศาสตราจารย์ ดร.จุไรรัตน์ นันทานิช)

พิจารณาเห็นชอบโดย

..... ประธานกรรมการ  
(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรรณิการ์ สุธีรัตนภิรมย์)  
..... อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก  
(รองศาสตราจารย์ ดร.รัศมี ชูทรงเดช)  
..... ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก  
(รองศาสตราจารย์สุภาพรณี จินดามณีโรจน์)

58112301 : การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม แผน ก แบบ ก 2 ระดับปริญญาโท

คำสำคัญ : ไข่เค็มไชยา/ ภูมิปัญญาท้องถิ่น/ การออกแบบบรรจุภัณฑ์

นางสาว กชกร คำแฝง: แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา : กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา ตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ : รองศาสตราจารย์ ดร. รัศมิ ชูทรงเดช

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ศึกษาความเป็นมาของภูมิปัญญาการทำไข่เค็มและบรรจุภัณฑ์ แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มโดยใช้วิธีการศึกษา คือการเข้าร่วมสังเกตการณ์และลงมือปฏิบัติจริงกับทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มอสม. เริ่มตั้งแต่วิธีการผลิต วัตถุดิบ การเลี้ยงเป็ดของทางกลุ่ม เพื่อให้เข้าใจภูมิปัญญาในการผลิตไข่เค็มไชยา จัดทำแบบสอบถามเพื่อหาความต้องการจากทั้งทางกลุ่มและผู้บริโภค เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา

การลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนามเริ่มตั้งแต่ขั้นตอนการรับซื้อไข่เป็ด การคัดแยกไข่เป็ด การผสมวัตถุดิบ จนถึงขั้นตอนบรรจุลงกล่องและการวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามทั้งจากผู้บริโภคจำนวน 70 คน และสมาชิกกลุ่มจำนวน 24 คน แล้วจึงนำภูมิปัญญารวมกับผลการวิเคราะห์มาออกแบบให้ทางกลุ่มเลือกรูปแบบกล่องที่ทางกลุ่มพึงพอใจมากที่สุด จากนั้นจึงนำไปผลิตและวางขายจริงในร้านขายของฝากที่เลือก เพื่อทดสอบผลการออกแบบถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคจากการซื้อบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มแบบที่ทางกลุ่มเลือก

ผลการวิจัยแสดงว่า ผู้ผลิตมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบครั้งนี้ว่าเป็นบรรจุภัณฑ์นำเสนอข้อมูลกลุ่มให้เป็นที่รู้จัก ใช้การอธิบายเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน ตราสินค้านำเสนอจุดเด่นของกลุ่มได้ดี การใช้คำสื่อถึงไข่เค็มกระชับเข้าใจง่าย ถ้อยคำที่อยู่ข้างกล่องสื่อถึงความ เป็นไข่เค็มไชยาได้ดี และส่วนของช่วงเวลาการบริโภคนำภาพมาช่วยสื่อให้ดูน่ารักและเข้าใจง่าย ตัวบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงและรับน้ำหนักได้ดี รูปทรงดูแตกต่างจากที่อื่น ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความพึงพอใจกับแบบบรรจุภัณฑ์และชื่อเป็นของฝาก เห็นว่ารูปแบบมีความน่าสนใจแตกต่างจากผลิตภัณฑ์ไข่เค็มที่วางขาย มีความแข็งแรงสามารถรับน้ำหนักไข่ได้ดี สวยงาม หูจับแข็งแรง และการออกแบบสามารถเล่าความเป็นกลุ่มให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย ทำให้เป็นโอกาสดีที่ทำให้เห็นว่าสามารถพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่เป็นของฝากให้มีความน่าสนใจ และประทับใจสำหรับผู้พบเห็นและเลือกซื้อ



58112301 : Major (CULTURAL RESOURCE MANAGEMENT)

Keyword : CHAIYA SALTED EGG / LOCAL WISDOM / PACKAGING DESIGN

MISS KOTCHAKORN KHAMFAENG : LOCAL WISDOM MANAGEMENT THROUGH PACKAGING DESIGNED OF SALTED EGGS AT LAMET, CHAIYA, SURATTHANI PROVINCE THESIS ADVISOR : ASSOCIATE PROFESSOR PROFESSOR RASMI SHOOCONGDEJ

The purpose of this research is to study the history and the wisdom of salted egg packaging design. To provide genuine understanding of local wisdom regarding the making of salted egg, this study collects its data from observations and practices the researcher obtained by working along with the Chaiya VHV Salted Egg Community Enterprise from the beginning of the production process, materials and duck raising. As well as data collected from the questionnaire answered by members of the Community Enterprise and general consumers. Consequently, the researcher is able to provide the guidelines to develop the packaging design for Chaiya Salted Egg.

The fieldwork data collection starts from the process of egg purchase, egg sorting, material mixing to the process of packing and the questionnaire data analysis collected from 70 consumers and 24 members of the Community Enterprise. The researcher uses local wisdom and the results from data analysis to redesign and make a model of the packaging which reached most of the members' of the Community Enterprise satisfaction. The actual packaging was produced and used in selected store in order to test customers' satisfaction regarding redesigned packaging.

The results show that the producers of salted egg are content with this redesigned packaging because it represents the Chaiya VHV Salted Egg Community Enterprise to public with simple way of communication. The logo and message on the package highlight the good points (duck and salted egg) of the Community Enterprise with concise and simple message which are friendly for consumers regarding the perfect date to cook salted eggs. The redesigned package is durable and has unique design compares with other packages. Most of the consumers satisfy with the redesigned package as a result of unique design, durability, attractiveness, strong handles and the story of the Community Enterprise which displayed on the package. This experiment shows that this study is a good opportunity to present the significance of packaging development that can elevate the local product to be more interesting and satisfying for customers.





## กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้จะไม่สามารถสำเร็จลุล่วงได้ หากปราศจากบุคคลสำคัญต่อไปนี้ ผู้วิจัยขอขอบพระคุณทุกท่านเป็นอย่างยิ่ง

รองศาสตราจารย์ ดร. รัชมี ชูทรงเดช อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ที่ให้คำสอน คำแนะนำต่างๆ คอยเตือนและชี้แนะผู้วิจัยเสมอ ตลอดจนเสียสละเวลาตรวจสอบแก้ไขงานจนวิทยานิพนธ์เล่มนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

คณาจารย์สาขาการจัดการทรัพยากรวัฒนธรรมทุกท่านที่ได้มอบความรู้ ตลอดจนคำแนะนำต่างๆ ซึ่งมีค่าอย่างยิ่งกับผู้วิจัย

สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไซยาทุกท่านที่ให้ความรู้ที่เป็นประโยชน์ในการทำวิทยานิพนธ์เล่มนี้แก่ผู้วิจัยและให้ความเมตตาแก่ผู้วิจัยเหมือนลูกเหมือนหลานคนหนึ่ง ผู้เกี่ยวข้องที่ให้ข้อมูลในด้านอื่นๆ และร้านรัตนานมไทยที่อนุญาตให้ผู้วิจัยได้นำบรรจุภัณฑ์มาทดลองวางขายจริง

พี่ๆ ใน CRM ทุกท่านที่แบ่งปันความรู้ประสบการณ์ คอยช่วยเหลือและแนะนำข้อมูลที่เป็นประโยชน์เสมอมาตลอดที่ศึกษาอยู่ร่วมกัน

เพื่อนของผู้วิจัยทุกท่านที่คอยช่วยเหลือคอยเตือนสติ ให้คำแนะนำและให้กำลังใจกันมาเสมอจนประสบผลสำเร็จในครั้งนี้

ครอบครัวของผู้วิจัยที่ให้การสนับสนุนในทุกๆ ด้าน และเคารพในการตัดสินใจของผู้วิจัยอย่างดีเสมอมา

และสุดท้ายขอขอบคุณปัญหาต่างๆ ที่เข้ามาตลอดระยะเวลาการทำวิทยานิพนธ์ ทำให้ผู้วิจัยได้ฝึกความอดทนและไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค จนวิทยานิพนธ์ประสบผลสำเร็จ

กชกร คำแฝง

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อภาษาไทย .....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ .....	ฉ
กิตติกรรมประกาศ.....	ช
สารบัญ .....	ฅ
สารบัญตาราง .....	ฉ
สารบัญรูปภาพ .....	๗
บทที่ 1 บทนำ .....	1
ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
วัตถุประสงค์ในการศึกษา.....	3
ขอบเขตการศึกษา.....	3
ขอบเขตด้านประชากร .....	3
ขอบเขตด้านเนื้อหา .....	3
ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา .....	3
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ .....	3
บทที่ 2 แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	4
1. แนวคิดด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น .....	5
1.1 ความหมายภูมิปัญญา .....	5
1.2 ลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่น .....	7
1.3 การถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น .....	9
1.4 กระบวนการเรียนรู้และปรับตัวของมนุษย์ .....	10
2. แนวคิดบรรพบุรุษ.....	11

2.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์ .....	11
2.2 ลักษณะของบรรจุภัณฑ์.....	12
2.3 ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์.....	12
2.4 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ .....	13
2.5 วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์.....	13
2.6 กระดาษลูกฟูก.....	14
2.7 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์.....	15
2.8 ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์.....	15
2.9 ส่วนประสมทางการตลาด.....	15
2.10 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์.....	16
2.11 ตราสินค้า.....	16
2.12 ป้ายฉลาก.....	17
3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง .....	17
3.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับไข่เค็มไชยา.....	18
3.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ .....	26
บทที่ 3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	30
การศึกษาจากเอกสาร.....	30
ศึกษาจากการลงภาคสนาม .....	31
การสัมภาษณ์ .....	31
กระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	32
การใช้แบบสอบถาม .....	32
เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์.....	32
การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล .....	33
กระบวนการดำเนินการวิจัย.....	35

บทที่ 4 ข้อมูลเบื้องต้นตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี .....	36
ข้อมูลทั่วไปของอำเภอไชยา.....	36
ข้อมูลพื้นฐานของตำบลเลม็ด.....	42
ข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่มุข อสม. ไชยา .....	47
ภูมิปัญญาการผลิตไข่มุขของกลุ่มไข่มุข อสม. ไชยา.....	52
ภูมิปัญญาการเลี้ยงเป็ดของสมาชิกกลุ่ม.....	64
บทที่ 5 กระบวนการการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	72
1. หลักการออกแบบ.....	72
2. การใช้แบบสอบถามเพื่อวัดผลความต้องการจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่มุข อสม. และผู้บริโภค.....	74
3. ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	101
4. สถานที่จำหน่าย.....	112
บทที่ 6 สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	116
สรุปผลการศึกษา.....	116
อภิปรายผลการศึกษา.....	118
ปัญหาและอุปสรรคจากการวิจัย.....	120
ข้อเสนอแนะ.....	121
รายการอ้างอิง.....	122
ภาคผนวก.....	126
ภาคผนวก ก.....	126
ประวัติผู้เขียน.....	138

สารบัญตาราง

หน้า

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรจากทะเบียนบ้านตำบลเหม็ด .....45

ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม .....74

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม .....75

ตารางที่ 4 แสดงข้อมูลรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม .....75

ตารางที่ 5 แสดงข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม .....76

ตารางที่ 6 แสดงข้อมูลภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม .....77

ตารางที่ 7 แสดงข้อมูลสาเหตุการซื้อไข่เค็มไชยา .....77

ตารางที่ 8 แสดงข้อมูลการรู้จักไข่เค็มไชยาจากผู้ตอบแบบสอบถาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....78

ตารางที่ 9 ปัจจัยการพิจารณาเลือกซื้อไข่เค็มไชยาจากผู้ตอบแบบสอบถาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)  
.....79

ตารางที่ 10 แสดงข้อมูลรสชาติของไข่เค็มมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ .....80

ตารางที่ 11 แสดงข้อมูลการนำไข่เค็มไปประกอบอาหาร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....80

ตารางที่ 12 แสดงข้อมูลความถี่ในการซื้อไข่เค็มรับประทาน .....81

ตารางที่ 13 แสดงข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา.....81

ตารางที่ 14 แสดงข้อมูลความต้องการในบรรจุภัณฑ์.....82

ตารางที่ 15 ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์.....83

ตารางที่ 16 แสดงข้อมูลความต้องการให้มีบนบรรจุภัณฑ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....83

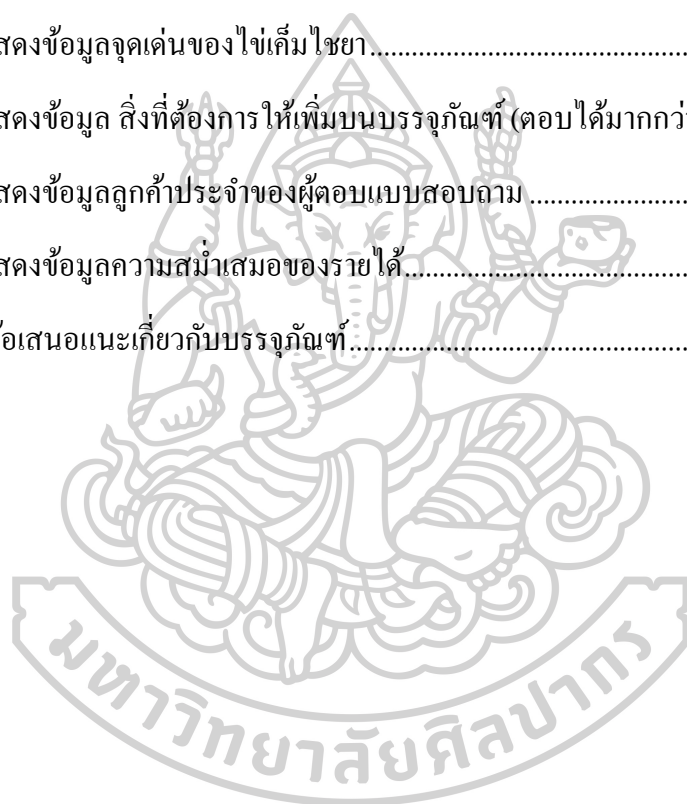
ตารางที่ 17 แสดงข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม .....85

ตารางที่ 18 แสดงข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม .....85

ตารางที่ 19 แสดงภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม .....86

ตารางที่ 20 แสดงข้อมูลการเข้าเป็นสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถาม .....86

ตารางที่ 21 แสดงข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	87
ตารางที่ 22 แสดงข้อมูลการรู้จักไข่เค็มของกลุ่มสมาชิก.....	88
ตารางที่ 23 แสดงข้อมูลการเริ่มเข้ามาเป็นสมาชิก.....	88
ตารางที่ 24 แสดงข้อมูลผู้สอนวิธีการผลิตไข่เค็ม.....	89
ตารางที่ 25 ความคิดเห็นต่อบรรจุกภัณฑ์.....	89
ตารางที่ 26 ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาบรรจุกภัณฑ์.....	90
ตารางที่ 27 แสดงข้อมูลจุดเด่นของไข่เค็มไชยา.....	91
ตารางที่ 28 แสดงข้อมูล สิ่งที่ต้องการให้เพิ่มบนบรรจุกภัณฑ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ).....	91
ตารางที่ 29 แสดงข้อมูลลูกค้าประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม.....	92
ตารางที่ 30 แสดงข้อมูลความสม่ำเสมอของรายได้.....	92
ตารางที่ 31 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุกภัณฑ์.....	93



## สารบัญรูปภาพ

	หน้า
ภาพที่ 1 แผนผังกรอบคิดในการวิจัย.....	35
ภาพที่ 2 แผนที่อำเภอไชยา.....	42
ภาพที่ 3 แผนที่ตำบลเลม็ด.....	46
ภาพที่ 4 ลักษณะกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ทางกลุ่มใช้ในปัจจุบัน.....	50
ภาพที่ 5 ลักษณะกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ทางกลุ่มใช้ในปัจจุบัน.....	50
ภาพที่ 6 กล่องบรรจุภัณฑ์ใบเค็มของไปรษณีย์.....	51
ภาพที่ 7 ที่ตั้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบเค็ม อสม. ไชยา.....	52
ภาพที่ 8 ใบเป็ดที่รับซื้อจากสมาชิกผู้เลี้ยงเป็ด.....	53
ภาพที่ 9 คุณประสงค์ หีตอนันต์จะเป็นคนคัดเลือกไข่.....	54
ภาพที่ 10 สมาชิกจะนำไข่ที่คัดแล้วมาช่วยกันผลิตใบเค็ม.....	54
ภาพที่ 11 ขั้นตอนที่ 1 แยกไข่ขาวกับไข่แดงออกโดยเลือกเอาเฉพาะไข่แดงล้างน้ำ.....	55
ภาพที่ 12 ขั้นตอนที่ 2 เมื่อแยกไข่แดงแล้วนำมาล้างในน้ำเปล่าที่ผสมเกลือเพื่อป้องกันไม่ให้ไข่แดงขึ้นรา และป้องกันไม่ให้ไข่แดงเน่า.....	56
ภาพที่ 13 ขั้นตอนที่ 3 เมื่อล้างไข่แดงเสร็จแล้ว นำมาตากแดดเพื่อให้ไข่แดงแห้ง.....	56
ภาพที่ 14 ขั้นตอนที่ 4 เมื่อไข่แดงแห้งแล้วนำมาบรรจุใส่ถุงแช่ช่องแข็ง เตรียมจำหน่ายต่อไป.....	57
ภาพที่ 15 ขั้นตอนการทำใบเค็มของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนใบเค็ม อสม. ไชยา.....	58
ภาพที่ 16 ใบเป็ดของสมาชิกกลุ่มนำมาส่ง.....	59
ภาพที่ 17 ดินจอมปลวกบรรจุถุงพร้อมใช้งาน.....	60
ภาพที่ 18 เกลือโอโอติน.....	60
ภาพที่ 19 น้ำสะอาด.....	62
ภาพที่ 20 รายรับ-รายจ่ายตลอดทั้งปี พ.ศ. 2562.....	63



ภาพที่ 21 คุณประสงค์ หีตอนันต์ ประธานกลุ่มเป็นผู้แจ้งรายละเอียดในการประชุมในแต่ละหัวข้อ	63
.....	
ภาพที่ 22 ลักษณะของเป็ดพันธุ์ที่ชาวบ้านเลี้ยง.....	64
ภาพที่ 23 ในตอนเช้าเป็ดจะถูกปล่อยให้ออกหากินเอง.....	65
ภาพที่ 24 เงินที่ผู้เลี้ยงเป็ดจะได้รับหลังจากคัดไข่เสร็จแล้ว .....	66
ภาพที่ 25 ลักษณะโรงเรือนที่ชาวบ้านทำขึ้นเอง.....	67
ภาพที่ 26 เจ้าของเป็ดจะขึ้นนับจำนวนเป็ดที่จับขาย.....	68
ภาพที่ 27 พ่อค้าจะจับเป็ดใส่ตะกร้า ตะกร้าละ 20 ตัว.....	68
ภาพที่ 28 ขั้นตอนการเลี้ยงเป็ดของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา .....	70
ภาพที่ 29 ตัวอย่างสักระคายที่เลือกใช้.....	73
ภาพที่ 30 ด้านหน้ากล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1.....	94
ภาพที่ 31 ด้านหลังกล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1.....	95
ภาพที่ 32 ด้านซ้ายกล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1.....	95
ภาพที่ 33 ด้านขวากล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1.....	96
ภาพที่ 34 กล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1.....	96
ภาพที่ 35 ด้านหน้ากล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2.....	97
ภาพที่ 36 ด้านหลังกล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2.....	98
ภาพที่ 37 ด้านซ้ายกล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2.....	99
ภาพที่ 38 ด้านขวากล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2.....	99
ภาพที่ 39 ตัวอย่างแบบร่างที่ 1.....	101
ภาพที่ 40 ตัวอย่างแบบร่างที่ 2.....	101
ภาพที่ 41 ตัวอย่างแบบร่างที่ 3.....	102
ภาพที่ 42 ตัวอย่างแบบที่ 1 บรรจุภัณฑ์จากการขึ้นกราฟิก.....	103
ภาพที่ 43 ตัวอย่างแบบที่ 2 บรรจุภัณฑ์จากการขึ้นกราฟิก.....	106

ภาพที่ 44 ตัวอย่างแบบที่ 3 บรรจุภัณฑ์จากการขึ้นกราฟิก.....108

ภาพที่ 45 แบบบรรจุภัณฑ์จริงหลังจากการแก้ไขกับทางโรงงาน .....111

ภาพที่ 46 ตัวอย่างสีกระดาษที่เลือกและสีกระดาษที่ใช้จริง.....112

ภาพที่ 47 ร้านรัตนานมไทย .....113

ภาพที่ 48 ภายในร้านรัตนานมไทย .....113

ภาพที่ 49 ผู้บริโภคกับบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบโดยผู้วิจัย.....114



# บทที่ 1

## บทนำ

### ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่เน้นการท่องเที่ยวเป็นหลัก เพราะรายได้ของประเทศส่วนใหญ่ได้มาจากการท่องเที่ยว จึงมีมาตรการต่าง ๆ ออกมากระตุ้นให้คนเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย เพื่อให้การเงินหมุนเวียนในประเทศ นอกจากการกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวจากต่างประเทศเดินทางมาเที่ยวในประเทศไทยแล้ว รัฐบาลยังมีนโยบายกระตุ้นให้คนในประเทศหันมาท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรอง การแจกเงิน 1,000 บาท เป็นต้น เพื่อให้คนได้นำเงินมาใช้จ่ายจนเกิดการเงินหมุนเวียนภายในประเทศและทำให้คนได้ลองไปเที่ยวจังหวัดที่ไม่ค่อยได้รับความนิยมมากขึ้น เมื่อมีคนเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้น ทำให้เกิดการซื้อของภายในแหล่งท่องเที่ยวแต่ละพื้นที่ที่ได้ไป โดยแหล่งท่องเที่ยวแต่ละแห่งจะมีสินค้าที่เป็นของฝากนำมาจำหน่าย ของฝากที่นำมาจำหน่ายจะมีเอกลักษณ์ของตนสามารถบอกถึงความสำคัญของพื้นที่แต่ละแห่ง ของที่นำมาขายเป็นสินค้าส่วนใหญ่จะได้รับการยอมรับว่าเป็นของดีของจังหวัด โดยของที่นำมาวางขายคือสินค้าที่มีอยู่แล้วในท้องถิ่น แต่ถูกพัฒนาจนกลายเป็นที่ยอมรับสำหรับจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว

เมื่อมีการนำของดีในท้องถิ่นมาจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว เพื่อเป็นของฝากมากขึ้นทำให้เกิดการแข่งขันในตลาดการขายของฝากสูงขึ้น ผู้ผลิตสินค้าขายของฝากเริ่มหันมาให้ความสนใจในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สวยงามและสร้างการจดจำแก่ผู้ซื้อ โดยเริ่มออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีสีสันสะดุดตา สร้างสัญลักษณ์ให้ผู้ซื้อจดจำได้ง่ายและให้ตัวบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงมากขึ้น เพราะบรรจุภัณฑ์ที่ดีควรป้องกันความเสียหายของสินค้าที่ถูกห่อหุ้มและสะดวกต่อการขนส่งสามารถสื่อสารกับผู้บริโภคได้ทั้งวงจสัญลักษณ์และทัศนสัญลักษณ์และผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปต้องทำหน้าที่ขายต่อได้อีก (ประชิด ทิณบุตร, 2531) ผู้ผลิตจึงต้องวางแผนและศึกษาข้อมูลของสินค้าตัวเองเพื่อพัฒนาให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีควรต้องสื่อสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ได้แก่ ตราสินค้า ชื่อสินค้า รายละเอียดสินค้า รหัสชาติ จุดขาย วิธีการใช้งาน คำเตือน ขนาดและการบรรจุ (นภวรรณ คณานุกัณฑ์, 2547 : 4-5) สิ่ง

ต่าง ๆ เหล่านี้คือข้อมูลที่ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพราะบรรจุภัณฑ์ถือเป็นด่านแรกที่ผู้บริโภคจะมองเห็นและเกิดความประทับใจก่อนจะตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

ไข่เค็มไชยาถือเป็นของฝากที่เป็นที่รู้จักกันโดยทั่วไป นับได้ว่าเป็นของฝากประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี ใครมาเยือนต้องซื้อกลับไปเป็นของฝากเสมอ ไข่เค็มไชยาได้รับความนิยมมากจนได้รับให้เป็นส่วนหนึ่งของคำขวัญประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานีที่ว่า “เมืองร้อยเกาะ เงาะอร่อย หอยใหญ่ ไข่แดง แหล่งธรรมะ” เป็นที่รู้จักไปทั่วประเทศ ไข่เค็มไชยาที่กลายมาเป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงอย่างทุกวันนี้ เพราะการเลี้ยงด้วยวิธีการธรรมชาติ ให้เปิดกินอาหาร เช่น หอยกะพง หัวกุ้ง เป็นต้น ทำให้ได้ไข่แดงที่มีสีสวยนํารับประทานเป็นที่ถูกใจผู้บริโภค ร้านขายไข่เค็มไชยาในจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีหลายร้านให้ผู้บริโภคได้เลือกซื้อ แต่รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่จะเป็นรูปแบบเดียวกันทั้งหมด คือ มีลักษณะเป็นกล่องกระดาษสีเหลี่ยมจัตุรัส ในแต่ละกล่องจะมีจำนวนไข่ไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับไข่ที่บรรจุในกล่อง เมื่อเปิดปากกล่องจะใช้เชือกฟางมัดขอบกล่อง และมีฉลากบอกชื่อร้านและวันที่ที่สามารถนำไปมาประกอบอาหารรับประทาน ลักษณะของกล่องบรรจุภัณฑ์แต่ละร้านไม่มีความแตกต่างกัน ทำให้การดึงดูดความสนใจของร้านค้าเมื่อวางขายไม่แตกต่างกันมากนัก

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยา เป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านในพื้นที่หมู่ 5 ซอยบ้านนาทราย ตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อจัดการกับปัญหาของไข่เป็ดที่เกินความต้องการ โดยชาวบ้านมารวมตัวกันจากการชักชวนของคุณประสงค์ หิตอนันต์ ประธานกลุ่ม ต้องการให้ชาวบ้านมีรายได้เสริมจากการทำนา เริ่มรวมกลุ่มในปี พ.ศ. 2545 เมื่อกลุ่มเริ่มแข็งแรงจึงจดทะเบียนเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในปีพ.ศ. 2549 ปัจจุบันทางกลุ่มมีสมาชิก 24 คน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยา มีกลุ่มเลี้ยงเป็ดของตนเองที่จะรับซื้อจากชาวบ้าน โดยจะประกันราคาในการรับซื้อไข่ เพื่อช่วยส่งเสริมอาชีพให้ชาวบ้านมีรายได้เพิ่มขึ้น

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงสนใจเลือกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยาเป็นกรณีศึกษาเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยเริ่มศึกษาประวัติไข่เค็มไชยา ขั้นตอนการผลิตวัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต แล้วจึงนำสิ่งเหล่านี้มาวิเคราะห์ร่วมกับแบบสอบถามและความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ซึ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม

อสม.ไชยานี้ เพื่อสร้างความน่าสนใจให้กับตัวบรรจุภัณฑ์และสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าที่เป็นของฝากอย่างไข่เค็มไชยาของทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา

### วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. ความเป็นมาของภูมิปัญญาการทำไข่เค็มและบรรจุภัณฑ์
2. แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า

### ขอบเขตการศึกษา

#### ขอบเขตด้านประชากร

1. วิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา เป็นกลุ่มวิสาหกิจกลุ่มเดียวที่ผลิตไข่เค็มในหมู่ 5 ซอยบ้านนาทราย ปัจจุบันมีสมาชิก 24 คน ซึ่งเป็นกลุ่มที่เกิดขึ้นจากการรวมตัวกันเองของชาวบ้านในพื้นที่ สถานที่ตั้งกลุ่ม 71 หมู่ 5 ตำบลเสม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

1. ศึกษาเนื้อหาด้านประวัติไข่เค็มไชยา วิธีการผลิต วัตถุประสงค์
2. ศึกษาคุณค่าการทำไข่เค็มได้รับความนิยมนจนกลายเป็นของดีประจำจังหวัด
3. การสร้างวัฒนธรรมให้กลายเป็นสินค้า และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจและมูลค่าเพิ่มขึ้น

#### ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษา

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในการผลิตไข่เค็ม อสม. ไชยา ซึ่งเป็นกลุ่มที่อยู่ในพื้นที่ 71 หมู่ 5 ซอยบ้านนาทราย ตำบลเสม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นกลุ่มผลิต ไข่เค็มจำหน่ายและเป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อการศึกษา

### ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ได้ทราบถึงประวัติและความสำคัญของไข่เค็มไชยาจนทำให้ได้รับการยอมรับ
2. ได้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ของไข่เค็มไชยาให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม และเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าโดยใช้วัฒนธรรมเป็นตัวเชื่อม

## บทที่ 2

### แนวคิด ทฤษฎี งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่کمโซยา เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาให้กับผู้ที่สนใจในการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้ภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาต่อยอด เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าภายในท้องถิ่น จึงต้องศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ในบทนี้แนวคิด ทฤษฎีที่เลือกใช้มี 2 แนวคิด คือภูมิปัญญาท้องถิ่น การออกแบบบรรจุภัณฑ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เรียงลำดับตามการศึกษา ดังนี้

#### 1. แนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น

- 1.1 ความหมายภูมิปัญญา
- 1.2 ลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 1.3 การถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น
- 1.4 กระบวนการเรียนรู้และปรับตัวของมนุษย์

#### 2. แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์

- 2.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์
- 2.2 ลักษณะของบรรจุภัณฑ์
- 2.3 ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์
- 2.4 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์
- 2.5 วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์
- 2.6 กระดาษลูกฟูก
- 2.7 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
- 2.8 ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์
- 2.9 ส่วนผสมทางการตลาด
- 2.10 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์
- 2.11 ตราสินค้า
- 2.12 ป้ายฉลาก



### 3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับไข้เคมีไซยา

3.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์

#### 1. แนวคิดด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น

การศึกษาเรื่องแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ่านภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข้เคมี อสม. ไซยา ตำบลเลม็ด อำเภอไซยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี จึงต้องศึกษาแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อให้เข้าใจความหมายของภูมิปัญญา คุณค่าและความสำคัญเพื่อนำมาวิเคราะห์ความสำคัญ เพราะภูมิปัญญาเป็นส่วนหนึ่งของทรัพยากรวัฒนธรรม เพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข้เคมีไซยา ซึ่งความหมายของภูมิปัญญาท้องถิ่นได้มีผู้ให้นิยามไว้ ดังนี้

##### 1.1 ความหมายภูมิปัญญา

ภูมิปัญญา หมายถึง ความรู้ ความคิด ความเชื่อ ความสามารถ ความชัดเจน ที่กลุ่มชนได้จากประสบการณ์ที่สั่งสมในการปรับตัวและดำรงชีพในระบบนิเวศ หรือสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมทางสังคม และวัฒนธรรมที่ได้มีพัฒนาการสืบสานกันมา ภูมิปัญญาเป็นผลของการใช้สติปัญญาปรับตัวกับสถานะต่าง ๆ ในพื้นที่ที่กลุ่มชนนั้นตั้งหลักแหล่งถิ่นฐานอยู่และได้เปลี่ยนแปลงสังสรรค์ทางวัฒนธรรมกับกลุ่มชนอื่นจากพื้นที่สิ่งแวดล้อมอื่นที่ได้มีการติดต่อสัมพันธ์กัน แล้วรับเอาหรือปรับเปลี่ยนนำมาสร้างประโยชน์หรือแก้ปัญหาได้ ในสิ่งแวดล้อมและบริบททางสังคมและวัฒนธรรมของกลุ่มชนนั้น (เอกวิทย์ ณ ถลาง, 2544) อีกความหมายหนึ่ง ภูมิปัญญา คือ แบบแผนการดำเนินชีวิตที่มีคุณค่า แสดงถึงความเฉลียวฉลาดของบุคคลและสังคม ซึ่งได้สั่งสมและปฏิบัติสืบต่อกันมา ภูมิปัญญาจะเป็นทรัพยากรบุคคลหรือทรัพยากรความรู้ก็ได้ (จรรววรรณ ธรรมวัตร, 2543) (กรมส่งเสริมวัฒนธรรม, 2548) กล่าวถึงภูมิปัญญาว่า หมายถึง องค์ความรู้ความสามารถและทักษะซึ่งเกิดจากการสั่งสมประสบการณ์ที่ผ่านกระบวนการเรียนรู้ เลือกสรร ประยุกต์ พัฒนา ถ่ายทอดสืบต่อกันมาเพื่อใช้แก้ปัญหาและพัฒนาวิถีชีวิตให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและเหมาะสมกับยุคสมัย

ประเวศ วะสี (2530 : 75) กล่าวว่า ภูมิปัญญาเกิดจากการสะสมการเรียนรู้มาเป็นระยะเวลายาวนาน มีลักษณะเชื่อมโยงกัน ไปหมดในทุกสาขาวิชา ไม่แยกเป็นวิชาๆแบบที่เราเรียนฉะนั้นวิชาเกี่ยวกับเกี่ยวกับเศรษฐกิจอาชีพ ความเป็นอยู่เกี่ยวกับการใช้จ่ายเกี่ยวกับการศึกษาวัฒนธรรมนั้นจะ

ผสมผสานกลมกลืนเชื่อมโยงกันหมด และสัญญา สัญญาวิวัฒน์ (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2535) กล่าวว่า ภูมิปัญญาเป็นความเชื่อ ความรู้ ค่านิยม อุดมการณ์หรือบรรทัดฐานทางสังคมอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างผสมผสานกัน และยังกล่าวต่อได้อีกว่าภูมิปัญญาเป็นส่วนสำคัญส่วนหนึ่งของทุกหน่วยสังคม

สามารถ จันทรสุรีย์ (2536 : 146) กล่าวว่าภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่ชาวบ้านคิดได้เองนำมาใช้ในการแก้ปัญหา เป็นสติปัญญา เป็นองค์ความรู้ทั้งหมดของชาวบ้านทั้งกว้างทั้งลึก ที่ชาวบ้านสามารถคิดเอง ทำเอง โดยอาศัยศักยภาพที่มีอยู่แก้ปัญหาคำเนินชีวิตได้ในท้องถิ่นอย่างสมสมัย ส่วน (สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์, 2548) กล่าวว่าภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึงวิธีการจัดการ วิธีการชี้แนะและการริเริ่มเสริมต่อของนักปราชญ์ในท้องถิ่นหรือในกลุ่มชน ภูมิปัญญาชาวบ้านล้วนสั่งสมงอกงามขึ้นมาจากความรอบรู้ ประสบการณ์ผนวกด้วยญาณทัศนะเป็นรากฐาน ภูมิปัญญาชาวบ้านมีขึ้นเพื่อปรับเปลี่ยนสภาพทรัพยากรและองค์ความรู้ที่มีอยู่เดิมให้เพิ่มพูนคุณค่าขึ้นอย่างสอดคล้องประสานและเหมาะสมกับบริบทต่างๆของสังคมหรือชุมชนของตน สอดคล้องกับ (ธวัช ปุณ โฉมทก, 2531) ที่กล่าวว่าภูมิปัญญาชาวบ้าน คือความรอบรู้ที่ชาวบ้านเรียนรู้และมีประสบการณ์สืบทอดกันมาทั้งทางตรง คือประสบด้วยตนเองหรือทางอ้อมซึ่งเรียนรู้จากผู้ใหญ่หรือความรู้สะสม

ภูมิปัญญาท้องถิ่นหรือภูมิปัญญาชาวบ้าน หมายถึงความรู้ ความเชื่อ ความสามารถในการแก้ปัญหาของมนุษย์ที่สั่งสมมาแต่อดีต เป็นเรื่องของการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติแวดล้อม การรู้จักปรับเปลี่ยนแบบแผนดำเนินชีวิตของบุคคลในท้องถิ่นให้ดำเนินชีวิตได้อย่างมีความสุข และสอดคล้องกับสภาพสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปทุกยุค ทุกสมัย (เครือวัลย์ มีเกียรติ, 2546) ในส่วนขอ เทิดชาย ช่วยบำรุง (เทิดชาย ช่วยบำรุง, 2554) ได้ให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับภูมิปัญญาท้องถิ่นว่าคือ ความรู้ของคนในท้องถิ่นซึ่งได้มาจากประสบการณ์ และความริเริ่มของคนในท้องถิ่น รวมทั้งความรู้ที่สั่งสมมาแต่บรรพบุรุษสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นระหว่างการสืบทอดมีการปรับ ประยุกต์และปรับเปลี่ยน พัฒนา สูญสลายหายไปบ้างและเกิดเป็นความรู้ใหม่ตามยุคสมัย หรืออาจกล่าวได้ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นการใช้ภูมิปัญญาหรือความรู้ท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นซึ่ง เป็นความรู้ชุดใหม่



ยศ สันติสมบัติ (2542 : 48) กล่าวว่าภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นองค์ความรู้ที่พัฒนาขึ้นในบริบททางกายภาพ และวัฒนธรรมของปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนกับระบบนิเวศ การทำลายระบบนิเวศท้องถิ่นจึงอาจเป็นการทำลายองค์ความรู้ และภูมิปัญญาที่มีคุณค่ามหาศาลให้สูญหายไปอย่างไม่มีวันกลับ ในขณะที่ (อานันท์ กาญจนพันธุ์, 2544) กล่าวว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นมีความหมายเกี่ยวกับการพัฒนาเป็นเรื่องของกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ ซึ่งจะทำให้เกิดความเข้าใจเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นและรู้ว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นไม่มีลักษณะเป็นหนึ่งเดียว ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีลักษณะเป็นการผสมผสานการเรียนรู้ จากที่มาของความรู้ที่หลากหลายไม่ยึดติดอยู่กับความรู้ชนิดใดชนิดหนึ่งอย่างเดียว

จากนิยามต่าง ๆ ที่กล่าวมาภูมิปัญญาท้องถิ่น คือความรู้ ความคิด ความเชื่อ อาจเกิดขึ้นเองหรือได้รับการถ่ายทอดความรู้จากบรรพบุรุษหรือคนในครอบครัว ภูมิปัญญาสามารถเกิดขึ้นได้ทุกที่ในบางครั้ง ในบางครั้งอาจเกิดจากการลองผิดลองถูกมานับครั้งไม่ถ้วน กว่าจะเจอภูมิปัญญาที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมแต่ละแห่ง ภูมิปัญญาส่วนใหญ่เกิดขึ้นมาเพื่อแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นโดยอาศัยพื้นความรู้ที่มีอยู่ของตนบวกกับสภาพแวดล้อม ลองผิดลองถูกจนเจอผลลัพธ์ที่พอดีในการแก้ไขปัญหา ภูมิปัญญาสามารถสูญหายและเกิดขึ้นใหม่ได้ตลอดเวลาขึ้นอยู่กับช่วงเวลาและบริบทแวดล้อม

## 1.2 ลักษณะของภูมิปัญญาท้องถิ่น

ได้มีผู้แบ่งลักษณะของภูมิปัญญาตามวิถีชีวิตที่สัมพันธ์ซึ่งมีผู้กล่าวถึง ดังนี้

เสรี พงศ์พิศ (2529 : 145 – 146) ได้นิยามลักษณะของภูมิปัญญาโดยแบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ แบบนามธรรม เช่น ประเพณี พิธีกรรมต่างๆและการดำเนินชีวิต เป็นต้น และแบบรูปธรรม เช่น การทำมาหากิน งานศิลปะและดนตรี เป็นต้น ด้าน เอกวิทย์ ฌ กลาง (2544 : 45-46) แบ่งลักษณะของภูมิปัญญาเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ด้านความเชื่ออาจเป็นสิ่งลึกลับหรือเหนือธรรมชาติอาจมองไม่เห็น แต่ส่งผลต่อความเชื่อของมนุษย์ วิถีชีวิต การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นตามสภาพแวดล้อมที่เราอาศัย การพยายามเรียนรู้และปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมที่เราอาศัยอยู่ ด้านศิลปหัตถกรรม ด้านนี้เป็นเรื่องของการแสดงออกความรู้ผ่านเครื่องใช้ไม้อ้อย โดยดัดแปลงจากสิ่งของที่อยู่รอบตัวนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ เช่น การสานเสื่อ การสานเครื่องมือจับสัตว์ เป็นต้น และพฤติกรรมกร

เรียนรู้ คือ ภูมิปัญญาการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ของชาวบ้าน อาจจะผ่านการอบรมสั่งสอน

ส่วน ศัญญา ศัญญาวิวัฒน์ (2535 : 39) ได้แบ่งลักษณะของภูมิปัญญาไว้ 5 ข้อ ดังนี้ ภูมิปัญญาที่เป็นความรู้ อาจเกี่ยวข้องกับหน่วยสังคมใดสังคมหนึ่ง เช่น ความรู้ที่เกี่ยวกับครอบครัว ความรู้เกี่ยวกับสังคม ภูมิปัญญาที่เป็นความเชื่อ อาจไม่สามารถหาข้อพิสูจน์ถึงความถูกต้องได้แต่ถ้าเมื่อใดที่ความเชื่อนี้สามารถพิสูจน์ได้ จะกลายเป็นภูมิปัญญาความรู้ทันที ภูมิปัญญาด้านความสามารถในการแก้ไขปัญหาหรือป้องกันปัญหาจากหน่วยสังคม หรือป้องกันปัญหาจากสภาพแวดล้อม ภูมิปัญญาทางวัตถุในสังคมอาจเป็นที่อยู่อาศัย เครื่องมือที่ใช้ในชีวิตประจำวัน เครื่องมือในการประกอบอาชีพ และภูมิปัญญาทางพฤติกรรม คือการประพฤติต่อกันในครอบครัว หรือการปฏิบัติต่อผู้อื่นในสังคม ส่วนภูมิปัญญาท้องถิ่นทางด้าน ประเวศ วะสี (2536 : 21-23) ได้แบ่งประเภทภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็น 3 ด้านหลักๆ ดังนี้ ความจำเพาะกับท้องถิ่น เป็นความรู้ที่เกิดขึ้นจากประสบการณ์การใช้ชีวิตของคนในท้องถิ่น เป็นความรู้ที่สอดคล้องกับเรื่องภายในท้องถิ่น มากกว่าความรู้ที่มาจากข้างนอก ภูมิปัญญาท้องถิ่นเกิดจากประสบการณ์จริงจึงมีการบูรณาการความรู้ในหลายๆด้าน เพื่อใช้แก้ปัญหาที่เกิดขึ้น และภูมิปัญญาท้องถิ่นยังให้ความสำคัญแก่ประสบการณ์เชิงเคารพผู้อาวุโส เพราะผู้อาวุโสมีประสบการณ์มากกว่าสามารถถ่ายทอดความรู้ของตนที่ผ่านการบูรณาการมาแล้วได้อย่างเหมาะสม ส่วน เทิดชาย ช่วยบำรุง (2554 : 46) สรุปเรื่องลักษณะภูมิปัญญาท้องถิ่นไว้ 5 ข้อ โดยกล่าวว่าภูมิปัญญาท้องถิ่นมีวัฒนธรรมเป็นฐานและมีลักษณะผสมผสานประสบการณ์และความรู้ โดยเชื่อมโยงกับความเชื่อและปฏิบัติตนให้ถูกต้องตามธรรมเนียมครองธรรม และประพฤติตนให้ถูกต้องตามหน่วยทางสังคมและสถาบันตามสังคมนั้นๆ สุดท้าย เครือวัลย์ มีเกียรติ (2546 : 6) กล่าวถึงลักษณะภูมิปัญญาท้องถิ่นไทยว่าเป็นการศึกษาที่ต้องอาศัยการบูรณาการ โดยใช้ความรู้ที่มีในท้องถิ่นรวมกับความเชื่อและพฤติกรรม อาจสัมพันธ์กันระหว่างคนกับคน คนกับธรรมชาติหรือเหนือธรรมชาติ เพื่อแก้ปัญหาหรือจัดการ หรือการปรับตัว เพื่อให้อยู่รอดในชุมชนหรือสังคม ไม่อยู่นิ่งอาจเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนาให้สามารถดำรงอยู่ในสังคมได้

จากที่กล่าวถึงลักษณะของภูมิปัญญาหรือภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถสรุปได้ว่าลักษณะของภูมิปัญญา คือ ความรู้ที่ได้จากการบูรณาการจากประสบการณ์ของคนวัฒนธรรมเดียวกันภายใน

ท้องถิ่น จนเกิดการเรียนรู้สามารถนำความรู้นี้มาใช้ในการดำรงชีวิต หรือแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นตามบริบทของแต่ละสังคมเพื่อให้สามารถอยู่รอดได้ และมีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น

### 1.3 การถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น

การเผยแพร่หรือถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เป็นสิ่งที่ชาวบ้านปฏิบัติกันเพื่อคงความรู้ให้ยังคงอยู่ อาจมีการเปลี่ยนแปลงหรือปรับปรุงบ้างเพื่อให้ทันยุคสมัย ซึ่งการถ่ายทอดความรู้มีผู้ให้นิยาม ดังนี้

สามารถ จันทร์สุรย์ (2536 : 151-152) แบ่งการถ่ายทอดความรู้เป็น 2 วิธี ดังนี้ การถ่ายทอดภูมิปัญญาแก่เด็ก โดยทั่วไปการรับรู้ของเด็กอาจจะยังรับได้ไม่มากเท่าผู้ใหญ่จึงต้องเลือกรื่องที่จะถ่ายทอดให้แก่เด็ก ควรเป็นเรื่องที่ไม่ซับซ้อน ใช้เวลาไม่นานในการเล่าเรื่อง ควรเน้นไปในทางการเล่าเรื่องนิทานหรือการละเล่นต่างๆ แล้วสอดแทรกสิ่งที่ต้องการลงไป สำหรับการถ่ายทอดเด็กในตอนแรกควรจะเน้นเรื่องของจริยธรรมหรือสิ่งที่ควรปฏิบัติในสังคมขั้นพื้นฐาน วิธีที่ 2 คือ การถ่ายทอดภูมิปัญญาแก่ผู้ใหญ่ สำหรับผู้ใหญ่การถ่ายทอดความรู้สามารถทำได้หลากหลายกว่าเด็ก เพราะผู้ใหญ่ได้ผ่านประสบการณ์ต่างๆ มาพอสมควรแล้วการถ่ายทอดจึงทำได้หลายวิธี เช่น การบอกเล่าโดยตรง บอกเล่าผ่านพิธีกรรมทางศาสนาหรือประเพณี ส่วนวิชิต นันทสุวรรณ อังใน (เรไร ไพรวรรณ, 2553) ได้แบ่งการถ่ายทอดภูมิปัญญาชาวบ้านเป็น 3 ลักษณะ คือ การถ่ายทอดระหว่างช่วงวัย คือ แต่ละช่วงจะมีการเรียนรู้และถ่ายทอดประสบการณ์ ซึ่งกันและกันจนทำให้เข้าใจในสิ่งที่เจอตามช่วงวัยสะสมเรื่อยๆ จนกลายเป็นประสบการณ์การเกี่ยวข้องกับสถาบันต่างๆ ในหมู่บ้าน สถาบันมีส่วนในการถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ สถาบันที่มีอิทธิพลในการถ่ายทอดภูมิปัญญาความรู้มากที่สุดคือ สถาบันครอบครัว เพราะจะได้รับการถ่ายทอดและเรียนรู้จากคนในครอบครัวก่อนสถาบันอื่น การถ่ายทอดระหว่างช่วงวัยจึงมีความยืดหยุ่น

ส่วน ปฐม นิคมานนท์ อังใน (เรไร ไพรวรรณ, 2553) ได้แบ่งการถ่ายทอดความรู้เป็น 5 ประเภท ดังนี้ การถ่ายทอดความรู้ภายในชุมชน คือ เรื่องเกี่ยวกับการประกอบอาชีพในครอบครัว เพราะสมาชิกในครอบครัวจะเข้ามาคลุกคลีใกล้ชิดกันจนเกิดความคุ้นเคยจึงได้รับการถ่ายทอดเรียนรู้ และสามารถสืบทอดได้ การสืบทอดภายในครัวเรือน สืบทอดความรู้และความชำนาญเฉพาะ เช่น การสืบทอดช่างศิลป์หรืองานฝีมือที่ต้องได้รับการถ่ายทอดจากคนในครอบครัว การฝึกกับผู้รู้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะอย่างยิ่ง คือการได้รับความรู้จากการไปเป็นลูกมือหรือการไปเข้าเรียนเพื่อได้ความรู้ขึ้นมา การค้นคว้าและฝึกฝนด้วยตนเอง คือ การคิดค้นลองผิดลองถูกพัฒนาขึ้นมาด้วยตนเองและ

อาจถ่ายทอดไปสู่ลูกหลาน ซึ่งการสนใจด้วยตนเองอาจเกิดจากความชอบหรือความสนใจในสิ่งนั้นเอง แล้วพยายามฝึกจนเกิดความชำนาญและความรู้หรือความชำนาญที่ได้จากสิ่งลึกลับ เป็นความรู้ที่อาจได้มาจากสิ่งลึกลับหรือสิ่งที่ทางวิทยาศาสตร์พิสูจน์ไม่ได้ เช่น การรู้อะไรบางอย่างโดยที่ตนเองไม่ได้สนใจมาก่อนหรือการสามารถรักษาคนได้

การถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นกับทุกคน ทุกคนจะได้รับการถ่ายทอดความรู้ในแต่ละช่วงวัยไม่เท่ากันและประสบการณ์ที่เจอก็ไม่เท่ากัน ตอนเป็นเด็กอาจได้รับความรู้ที่ไม่ซับซ้อนผ่านการเล่านิทาน เมื่อเป็นผู้ใหญ่ประสบการณ์ที่เจอมากขึ้นทำให้การรับรู้สามารถเล่าโดยตรงได้ผ่านประเพณี พิธีกรรมต่าง ๆ หรือถ่ายทอดผ่านครอบครัว เพราะสถาบันครอบครัวเป็นสถาบันแรกที่จะได้รับความรู้และประสบการณ์ จากนั้นจึงค่อยเกิดการเรียนรู้ในด้านอื่นๆต่อไป

#### 1.4 กระบวนการเรียนรู้และปรับตัวของมนุษย์

มนุษย์มีการเรียนรู้และปรับตัวเสมอเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและวิถีชีวิตของตนเองซึ่งในกระบวนการเรียนรู้มีรายละเอียด ดังนี้

**การลองผิดลองถูก** ความมนุษย์จะมีความรู้และประสบการณ์ในการรักษาและดำรงชีวิตต้องผ่านการลองผิดลองถูกจนได้ผลลัพธ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการหรือประสบการณ์ในการใช้ชีวิตต่อไป **การลงมือทำจริง** คือการลงมือปฏิบัติทำสิ่งต่าง ๆ เช่น การสร้างบ้าน เลี้ยงสัตว์หรือการต่อสู้ จากนั้นจึงค่อยพัฒนาเป็นการแบ่งปันและกลายเป็นธรรมเนียมวิถีชีวิต **การสาธิตวิธีการ** เป็นการถ่ายทอดความรู้จากประสบการณ์หรือการลงมือปฏิบัติจริงผ่านการบอกเล่าหรือสาธิตให้ดูเป็นตัวอย่าง หรือในบางครั้งอาจถ่ายทอดจากตำรา **การเรียนรู้โดยพิธีกรรม** เป็นการวางรากฐานความประพฤติ ความเชื่อ ศีลธรรมจรรยาต่างๆ เป็นการควบคุมคนในสังคมโดยใช้ความเชื่อและพิธีกรรมเป็นตัวปลูกฝังให้คนปฏิบัติอยู่ในกรอบหรือแนวทางที่สังคมกำหนด **ศาสนา** เป็นสิ่งที่คอยควบคุมคนให้อยู่ในกรอบหรือความประพฤติที่เหมาะสมตามบรรทัดฐานทางสังคม **การแลกเปลี่ยนความรู้** การแลกเปลี่ยนความรู้ทำให้เกิดความแตกต่างที่หลากหลาย เกิดความรู้ใหม่หรืออาจเกิดการผสมผสานทางความคิด เกิดการพัฒนาทำให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลง **การผลิตซ้ำทางวัฒนธรรม** เป็นการนำวัฒนธรรมมาผลิตซ้ำซึ่งเกิดขึ้นบ่อยในสังคมโดยนำความเชื่อประเพณีที่สังคมสืบทอดปฏิบัติกันมา นำมาผลิตซ้ำบางครั้งก็ได้ผลบางครั้งก็ใช้ไม่ได้แล้วแต่สถานการณ์ **ครูพักลักจำ** เป็น

การเรียนรู้อีกวิธีหนึ่ง โดยใช้วิธีการแอบดูหรือคอยสังเกตวิธีการของผู้อื่นที่ตนสนใจแล้วลองนำมาปรับใช้กับวิธีการของตนจนสามารถทำได้จริง (เอกวิทย์ ณ ถลาง , 2544 : 111-115)

ไข่มุขเป็นภูมิปัญญาที่เกิดจากการเรียนรู้ ลองผิดลองถูกแล้วถ่ายทอดสืบต่อกันมา มีการพัฒนาสูตรการผลิตมาเรื่อยๆจนได้สูตรที่พอดีในแต่ละเจ้า การถ่ายทอดส่วนใหญ่เป็นการสาธิตให้กับผู้สนใจได้ดูและสามารถลงมือปฏิบัติจริงได้ จนเกิดการเรียนรู้ถึงวิธีการผลิตไข่มุข ซึ่งภูมิปัญญาในการผลิตไข่มุขเป็นทรัพยากรความรู้ที่มีคุณค่าและเอกลักษณ์ที่ควรได้รับการรักษาและถ่ายทอดความรู้ การศึกษาแนวคิดเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นทำให้เข้าใจที่มาและความสำคัญของภูมิปัญญา และสามารถนำความรู้เรื่องการถ่ายทอดความรู้ภูมิปัญญามาเป็นแนวทางในการจัดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสื่อ โดยการศึกษาภูมิปัญญาผ่านกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่มุข อสม. ไซยา

## 2. แนวคิดบรรจุภัณฑ์

### 2.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวข้องในการออกแบบ และการผลิตสิ่งบรรจุหรือสิ่งห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ (Etzel, Walker and Stanton) อ้างใน (คณาจารย์ภาควิชาการตลาด สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล, 2547 : 97) การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) หมายถึง กลุ่มของกิจกรรมการออกแบบผลิตและการจัดเกี่ยวกับสิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุผลิตภัณฑ์ (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2556 : 141) ส่วน (สุดาตวง เรืองรุจิระ, 2543) กล่าวถึงการบรรจุภัณฑ์ คือ กิจกรรมต่างๆที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการการตลาด ในการใช้วัสดุชนิดใดชนิดหนึ่งมาสร้างสรรค์ภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ปกป้องความเสียหายของผลิตภัณฑ์รักษาคุณภาพ เกิดความสะดวกในการใช้ สอดคล้องในการขนส่งและเพื่อการสื่อสารต่างๆ

สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์ (2555 : 231) บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่นำการตลาดนำมาใช้เพื่อห่อหุ้มและปกป้องผลิตภัณฑ์มิให้ชำรุดเสียหายและสะดวกในการขนส่ง บรรจุภัณฑ์มีประโยชน์ในการส่งเสริมการตลาด โดยการให้ข้อมูลสินค้าแก่ลูกค้า เพื่อกระตุ้นให้ลูกค้าจดจำตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ได้ และด้านปุณและสมพร คงเจริญเกียรติ (ปุณ และสมพร คงเจริญเกียรติ, 2541) ให้ความหมายของบรรจุภัณฑ์ว่าเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าในการจัดจำหน่าย เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อและผู้บริโภคด้วยต้นทุนที่เหมาะสม มีผู้ให้นิยามเกี่ยวกับบรรจุ



ภัณฑ์เอาไว้มากมายโดยที่เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์จะแบ่งเป็น 2 ส่วน คือด้านการตลาดที่ตัวบรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่ในการขายสินค้า เมื่อวางขายบนชั้นสามารถดึงดูดความสนใจจากผู้ซื้อและให้ผู้ซื้อสามารถกลับมาซื้อซ้ำสินค้าได้อีก ตัวบรรจุภัณฑ์ต้องสวยโดดเด่น นอกจากในเรื่องของการตลาดที่สัมพันธ์กับบรรจุภัณฑ์ ในส่วนของโครงสร้างมีความสำคัญไม่ต่างกัน คือ บรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่ห่อหุ้มและปกป้องสินค้าไม่ให้เกิดความเสียหายทำให้สินค้าภายในถึงมือผู้บริโภคอย่างปลอดภัย

## 2.2 ลักษณะของบรรจุภัณฑ์

ลักษณะบรรจุภัณฑ์ถูกแบ่งออกเพื่อการใช้งาน และให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจซึ่งสามารถแบ่งออกได้ ดังนี้ บรรจุภัณฑ์ชั้นแรก เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ห่ออยู่ชั้นในสุดอาจห่อตัวสินค้า เช่น กระดาษห่อหมากฝรั่ง บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง บรรจุภัณฑ์ในส่วนนี้จะห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นแรก มีสีสวยงามและสามารถอธิบายวิธีการใช้งานผลิตภัณฑ์ให้กับผู้บริโภคที่สนใจในสินค้าชนิดนี้ บรรจุภัณฑ์ชั้นนอก เช่น กล่องยาสีฟัน เป็นต้น และสุดท้ายบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง เป็นส่วนที่ใช้ป้องกันสินค้าระหว่างขนย้ายไม่ให้สินค้าได้กับการกระทบกระเทือน เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้ในการขนส่งน้ำปลา (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2556 : 141)

## 2.3 ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญในการปกป้องสินค้าภายในและเป็นตัวช่วยในการส่งเสริมให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าสนใจ ดึงดูดความต้องการจากผู้ซื้อ ได้มีผู้กล่าวถึงความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ ดังนี้ ภาวิณี กาญจนภา (ภาวิณี กาญจนภา, 2554) กล่าวว่า ความสำคัญของบรรจุภัณฑ์ว่ามีหน้าที่ช่วยปกป้องผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายระหว่างการขนส่งหรือป้องกันจากสิ่งแวดล้อมที่อยู่ภายนอก เช่น แสงแดด สภาพอากาศที่อาจส่งผลต่อผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ตัวผลิตภัณฑ์ต้องช่วยสร้างความประทับใจและดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจซื้อสินค้าชนิดนี้ นอกจากสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภค ตัวบรรจุภัณฑ์ต้องมีการอธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ วิธีการใช้และข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค ในปัจจุบันผู้บริโภคหันมาให้ความสนใจสิ่งแวดล้อมมากขึ้นบรรจุภัณฑ์จึงต้องปรับตัวตามความต้องการของตลาดให้บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทางด้านคณาจารย์คณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล (2547 : 97) ได้กล่าวว่าบรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องรักษาสภาพของผลิตภัณฑ์ข้างในให้อยู่ในสภาพดีก่อนถึงมือผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์ต้องสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ให้มีลักษณะสวยงามดึงดูดใจผู้บริโภค เพิ่มโอกาสในการสร้างกำไรจากการ

ขาย ต้องมีขนาดที่เหมาะสม สะดวกต่อการขนย้ายและวางจำหน่ายบนชั้นวางเพื่อให้เกิดความน่าสนใจ

บรรจุภัณฑ์มีความสำคัญต่อการขาย เพราะบรรจุภัณฑ์ที่ดีจะดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้ซื้อสินค้าชนิดนี้ นอกจากจะดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคแล้วบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในให้อยู่ในสภาพดี และสามารถสื่อสารข้อมูลที่เป็นประโยชน์หรือรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ให้แก่ผู้บริโภคได้เข้าใจอย่างชัดเจน

#### 2.4 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

วิทวัส รุ่งเรืองผล (2556 : 141-142) บรรจุภัณฑ์มีหน้าที่บรรจุตัวผลิตภัณฑ์ให้อยู่ในรูปที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ข้างในให้อยู่ในสภาพดี และต้องมีความสะดวกในการพกพา การขนส่งและสะดวกต่อการใช้งาน สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุด นอกจากนี้ยังต้องสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภค การเลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีราคาเหมาะสม เพื่อลดต้นทุนการผลิต และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดีสามารถช่วยให้ได้เปรียบการแข่งขัน ด้านของ สุธาดวง เรืองรุจิระ (2543 : 146) กล่าวว่าหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ต้องปกป้องสินค้า สร้างความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคและต้องช่วยในการสื่อสารและส่งเสริมการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่าย

จากที่ทั้งสองท่านให้นิยามต่อหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ เห็นว่าปัจจัยหลักของหน้าที่บรรจุภัณฑ์ คือ การป้องกันผลิตภัณฑ์ภายในให้คงอยู่ในสภาพเดิมได้มีความสะดวกในการพกพาและขนส่ง นอกจากนี้ตัวบรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่ในการอธิบายถึงสินค้าและสร้างแรงดึงดูดให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์ที่วางจำหน่าย

#### 2.5 วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์

วัสดุที่ใช้ในการผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์มีหลายชนิดสามารถแบ่งได้ดังนี้ กระดาษ กระดาษ แต่ละชนิดมีคุณสมบัติที่แตกต่างกันขึ้นอยู่กับปัจจัยต่าง ๆ ในการผลิต เช่น ความเหนียว การฉีกขาด หรือการทนต่อการถูกพับไปมา เป็นต้น นอกจากนี้กระดาษสามารถผลิตเป็นรูปร่างตามประเภทต่างๆ ดังนี้ ก่อกระดาษพับ เมื่อออกจากโรงงานจะถูกพับแบนแต่จะขึ้นรูปเมื่อใช้ใส่ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการ เช่น เครื่องใช้ อาหาร เป็นต้น ก่อกระดาษแบบแข็ง เป็นก่อกกระดาษสำเร็จรูปที่มีลักษณะตามผลิตภัณฑ์ มีสีสันสวยงามราคาค่อนข้างสูง กระดาษลูกฟูก เป็นชนิดกระดาษที่นิยมใช้

ในการเป็นบรรจุภัณฑ์ มีหลายขนาดหลายชั้นและแตกต่างกันตามความแข็งแรง ระวังกระดาษ และถึงกระดาษ ทั้ง 2 ชนิดนี้มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน โดยเป็นภาชนะที่สามารถใส่ได้ทั้งของแข็ง และของเหลว ตัวภาชนะทำจากกระดาษ ภาชนะที่หล่อด้วยกระดาษ ผลิตขึ้นจากเส้นใยกระดาษ และถุงกระดาษมีตั้งแต่ขนาดเล็กถึงขนาดใหญ่ มีหลายลักษณะอาจทำด้วยกระดาษชั้นเดียวหรือหลายชั้น ต่อมาคือบรรจุภัณฑ์ที่เป็น โลหะ มีความแข็งแรง ทนทานมักเคลือบก่อนนำมาใช้โดยผลิตภัณฑ์ที่ใช้บรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ คือ ผลไม้กระป๋อง อาหาร สารเคมี เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ชนิดแก้ว จะมีความโปร่งใส ไม่มีปฏิกิริยากับผลิตภัณฑ์ โดยภาชนะที่ทำจากแก้วจะมีจุกหรือฝาปิด บรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติก เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากสารสังเคราะห์ สามารถแบ่งประเภทวัสดุได้ดังนี้ พลาสติกฟิล์มพลาสติก ถุงพลาสติก พลาสติกที่ผนึกติดกับวัสดุอื่นและภาชนะพลาสติก บรรจุภัณฑ์ไม้ที่ใช้ในการบรรจุภัณฑ์ คือ แผ่นไม้และไม้อัด หวายและไม้ไผ่ บรรจุภัณฑ์ที่นำหวายและไม้ไผ่มาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ เช่น ข่งใส่ปลา ข่งใส่ผัก เป็นต้น และภาชนะบรรจุที่ทำจากดินเผา จะถูกนำมาใส่อาหาร เช่น น้ำปลา เต้าเจี้ยว สุรา เป็นต้น (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2557)

## 2.6 กระดาษลูกฟูก

เป็นชนิดกระดาษที่ได้รับความนิยมมากที่สุดและถูกใช้ในงานต่างๆเป็นส่วนใหญ่ กระดาษลูกฟูกถูกจดสิทธิบัตรครั้งแรกที่อังกฤษ ค.ศ. 1856 ซึ่งลักษณะกระดาษเป็นส่วนผสมของการใช้กระดาษเหนียวทำผิวกล่อง โยมักทำจากเยื่อไม้เนื้ออ่อนประกบเข้ากับลอนลูกฟูก มีการเลือกใช้กระดาษและน้ำหนักของกระดาษเหนียว นอกจากกระดาษลอนลูกฟูกมีผลต่อคุณภาพและความแข็งแรงเมื่อนำมาขึ้นรูปกล่อง ซึ่งลอนแต่ละชนิดสามารถแบ่งได้ ดังนี้ กระดาษลูกฟูก 2 ชั้น คือการนำกระดาษเหนียวมาประกบกับลอนลูกฟูก กระดาษลูกฟูก 3 ชั้น คือการนำกระดาษเหนียวมาประกบกับลูกฟูกทั้ง 2 ข้าง และกระดาษลูกฟูกชนิดนี้ได้รับความนิยมมากที่สุด กระดาษลูกฟูก 5 ชั้น คือการประกบกระดาษลูกฟูก 2 ชั้น กับ 3 ชั้นเข้าด้วยกัน กระดาษลูกฟูก 7 ชั้น คือ การประกบกระดาษลูกฟูก 2 ชั้น เข้ากับกระดาษลูกฟูก 5 ชั้น กระดาษลูกฟูกชนิดนี้ไม่ค่อยได้รับความนิยมส่วนใหญ่จะใช้ในการขนส่ง (วิไล อัสวเดชศักดิ์, 2560)

ในการออกแบบครั้งนี้ผู้วิจัยเลือกใช้กระดาษลูกฟูกชนิด 3 ชั้น เพราะมีขนาดลอนที่พอดีกับความต้องการไม่บางและหนาเกินไป และเลือกใช้กระดาษลูกฟูกในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพราะกล่องกระดาษลูกฟูกสามารถออกแบบได้หลากหลายและขึ้นรูปได้ง่าย สามารถเลือกแบบได้เหมาะสมกับความต้องการในการทำบรรจุภัณฑ์ให้คุ้ม และตัวกระดาษลูกฟูกเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษสามารถนำกลับมาผลิตซ้ำใหม่ได้ ไม่ทิ้งให้เป็นสิ่งตกค้าง เพราะในปัจจุบันคนส่วนใหญ่



ได้หันมาให้ความสนใจในสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การเลือกใช้ชีวิตที่เหมาะสมและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากที่สุดจึงเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ

## 2.7 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

สุมาลี ทองรุ่งโรจน์ (สุมาลี ทองรุ่งโรจน์, 2555) ได้แบ่งประเภทวิธีการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็น 2 ส่วนโดยส่วนแรกอธิบายถึงการออกแบบลักษณะโครงสร้างว่ามีความเกี่ยวข้องกับรูปทรงและความเหมาะสมของสินค้าและการใช้งาน และสิ่งที่ผู้ออกแบบควรรู้คือคุณสมบัติของวัสดุและตัวบรรจุภัณฑ์ คุณสมบัติของสินค้าที่จะนำมาบรรจุและวิธีการลำเลียง นอกจากการออกแบบลักษณะโครงสร้างแล้วส่วนที่ 2 ที่ต้องคำนึงถึง คือ การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เป็นการกำหนดรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่เราออกแบบ เพื่อสร้างการจดจำและดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคมีผลต่อด้านจิตวิทยาผู้บริโภค ให้ผู้พบเห็นเกิดความรู้สึกดีกระตุ้นให้เกิดความสนใจในบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ ซึ่งใช้หลักการในการออกแบบ ดังนี้ สี สัน เครื่องหมาย การวางรูปตัวอักษร ถ้อยคำพูด

โดยได้นำข้อมูลเหล่านี้มาออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เต็ม ไซยา ใช้หลักการแบ่งการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นแนวทาง เพื่อได้เข้าใจหลักการการออกแบบเบื้องต้น

## 2.8 ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์

ข้อมูลที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ควรเป็นข้อมูลที่ต้องแสดงข้อมูลทั้งข้อดีและข้อเสีย เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้และตัดสินใจว่าจะซื้อหรือไม่ โดยข้อมูลที่ควรนำเสนอบนบรรจุภัณฑ์ คือ ชนิดและประเภทผลิตภัณฑ์ ขนาดบรรจุ ปริมาตร ส่วนผสม คุณค่าทางอาหาร วิธีการเก็บรักษา วันที่ผลิตและวันหมดอายุ ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ผลิต เป็นต้น การอธิบายข้อมูลต่างๆเหล่านี้เป็นสิ่งจำเป็นและแสดงถึงข้อมูลที่ผู้บริโภคควรรู้ (คำนาย อภิปรัชญาสกุล, 2557 : 89)

## 2.9 ส่วนผสมทางการตลาด

ส่วนผสมทางการตลาดเป็นองค์ประกอบสำคัญในการประกอบธุรกิจ ซึ่งมีส่วนสำคัญ 4 ประการด้วยกัน ซึ่งมีความสำคัญเกี่ยวข้องกับตลาดที่ต้องใช้เป็นแนวทางในการศึกษาเรื่องของการตลาด เพราะก่อนจะวางขายสินค้าเราจำเป็นต้องรู้จักตลาดและเรื่องของการตลาด เพื่อให้เข้าใจทิศทางของตลาด ซึ่งส่วนผสมทางการตลาดมีส่วนประกอบดังนี้

**ผลิตภัณฑ์ (Product)** มีความหมายรวมถึงสินค้าและบริการ บุคคล องค์กร และอื่น ๆ นักการตลาดจะต้องมองหาผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค

**ราคา (Price)** การตั้งราคาจะต้องตั้งอยู่ในระดับที่ผู้บริโภคพึงพอใจและยินดีจ่าย เพราะหากราคาสูงมากเกินไปอาจทำให้สินค้าขายไม่ได้ หรือถ้าหากตั้งต่ำเกินไปอาจทำให้สินค้าคู้ด้อยค่า

และถูกมองว่าไม่ได้คุณภาพ ดังนั้นนักการตลาดจึงต้องตั้งราคาให้เหมาะสมและสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ที่วางขาย

**ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)** การทำให้สินค้าไปถึงมือผู้บริโภคได้ตามเวลาและสถานที่ที่เหมาะสม ทำให้ผู้บริโภคมีความสะดวกในการซื้อสินค้าตามช่องทางที่ผู้ขายเลือก

**การส่งเสริมการตลาด (Promotion)** คือการสื่อสารให้ผู้บริโภคมีความต้องการซื้อผ่านการส่งเสริมการขายด้านต่างๆ เช่น การจัดกิจกรรมส่งเสริมสินค้า การลด แลก แจก แถม ให้กับผู้บริโภค เพื่อเป็นช่องทางในการประชาสัมพันธ์ให้สินค้าเป็นที่รู้จักมากขึ้น (วิทวัส รุ่งเรืองผล, 2556 : 95-96)

## 2.10 การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์

เป็นการสร้างจุดขายของสินค้าให้เป็นที่จดจำของลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเข้าใจถึงคุณประโยชน์และความสำคัญของสินค้า ซึ่งในการกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ผู้ขายจะต้องเป็นคนกำหนดว่าผลิตภัณฑ์ของเราควรจะต้องอยู่ตำแหน่งใดและสร้างภาพลักษณ์ให้เป็นที่จำจดแก่ผู้บริโภค ซึ่งเกณฑ์การกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์มีดังนี้ **การกำหนดตำแหน่งตามราคาและคุณภาพ** โดยทั่วไปลูกค้ามีความเชื่อว่าของที่มีราคาสูงต้องมีคุณภาพดี ผู้ขายจึงกำหนดราคาและสร้างภาพลักษณ์ด้านคุณภาพของสินค้าให้มีความน่าเชื่อถือ **การกำหนดตำแหน่งตามคุณสมบัติหรือประโยชน์ของผลิตภัณฑ์** ลูกค้าส่วนใหญ่มักให้คุณค่าและคุณสมบัติของสินค้าแตกต่างกัน ผู้ขายจึงควรกำหนดคุณสมบัติของสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าที่ซื้อสินค้า **การกำหนดตำแหน่งตามคู่แข่ง** เป็นการกำหนดตำแหน่งสินค้าเพื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง เพื่อให้ลูกค้าได้เห็นข้อแตกต่างของสินค้าและได้ตัดสินใจเลือกซื้อ เป็นการดึงความสนใจในสินค้าให้ลูกค้าใหม่ๆ ได้รับรู้ **การกำหนดตำแหน่งตามการใช้หรือการนำไปใช้** โดยนำจุดเด่นของสินค้ายกขึ้นมาเสนอให้ลูกค้าได้รับรู้ถึงข้อดีของสินค้า **การกำหนดตำแหน่งตามผู้ใช้** เป็นการนำลักษณะพฤติกรรมของลูกค้าหรือผู้ใช้สินค้าที่มีอยู่มาเป็นเกณฑ์ในการกำหนดตำแหน่งของสินค้า **การกำหนดตำแหน่งตามระดับชั้นผลิตภัณฑ์** การนำเสนอให้ลูกค้าได้เห็นถึงจุดเด่นของสินค้าหรือความเป็นผู้นำ ที่สินค้ามีอยู่เหนือคู่แข่งคนอื่นๆ **การกำหนดตำแหน่งแบบประสมประสาน** คือการสร้างความแตกต่างของสินค้าอย่างชัดเจนให้ลูกค้าได้เห็นความแตกต่างและเห็นถึงจุดแข็งของตัวสินค้า ให้ลูกค้าได้รู้ว่าตัวเองจะได้รับประโยชน์ใดจากการซื้อสินค้าชนิดนี้ (สิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์, 2555 : 186-189)

## 2.11 ตราสินค้า

ตราสินค้า คือสิ่งที่บ่งบอกให้ได้ว่าผู้ขายขายสินค้าชนิดใดแตกต่างจากคู่แข่งอย่างไร โดยในตราสินค้ามีสิ่งที่บ่งบอกให้ผู้ซื้อได้รับรู้ว่าเป็นตราสินค้า เช่น ชื่อ ข้อความ สัญลักษณ์ รูปแบบ เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการออกแบบหรือใช้คำเพื่อระบุถึงสินค้า ตราสินค้ามีความสัมพันธ์

กับการตลาด จึงจำเป็นต้องออกแบบให้เหมาะสมเพื่อให้เป็นที่จดจำ ตราสินค้ามีรายละเอียดของการออกแบบ ดังนี้

**ชื่อตราสินค้า** ประกอบด้วย คำ ตัวอักษรหรือตัวเลข ที่เมื่อนำมารวมกันเกิดความแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น ๆ

**เครื่องหมายการค้า** คือตราสินค้าที่ได้รับการจดทะเบียนแล้ว เพื่อคุ้มครองและป้องกันการลอกเลียนแบบ

**ตราสัญลักษณ์** เป็นเครื่องหมายที่รวมทั้งชื่อตราสินค้าและเครื่องหมายการค้าเอาไว้ใช้สื่อสารกับลูกค้า

## 2.12 ป้ายฉลาก

เป็นส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่มีประโยชน์โดยใช้อธิบายข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ มีเนื้อหาเกี่ยวกับตราสินค้า ข้อมูลการผลิต วันหมดอายุ ราคา ค่าเตือนในการใช้ เป็นต้น โดยป้ายฉลากจะถูกพิมพ์เป็นส่วนหนึ่งของบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างความโดดเด่นให้กับตัวผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ป้ายฉลากยังเป็นป้ายที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ขายเพื่อให้ผู้บริโภคได้รับรู้ โดยหน้าที่ของป้ายฉลากมี 2 ประการ คือ ให้ข้อมูลข่าวสารและส่งเสริมการตลาด (ภาวิณี กาญจนภา, 2553 : 141)

บรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่มีความสำคัญกับการตลาด เพราะบรรจุภัณฑ์สามารถเป็นตัวแทนขายได้ โดยตัวของบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถป้องกันสินค้าภายในไม่ให้เสียหาย แต่ในขณะเดียวกันต้องมีความสวยงามเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคให้มองเห็นและตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์ชิ้นนั้น กว่าจะผ่านออกมาเป็นบรรจุภัณฑ์ชิ้นหนึ่งได้ต้องผ่านการออกแบบ การเลือกรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับสินค้า ต้องสำรวจความต้องการของผู้บริโภคก่อนการออกแบบเพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดแก่ผู้บริโภค วัสดุที่ใช้กับบรรจุภัณฑ์แต่ละชนิดส่วนมีความหมายต่อการขายแทบทั้งสิ้น และการศึกษาแนวคิดบรรจุภัณฑ์ทำให้เห็นถึงความสำคัญของตัวบรรจุภัณฑ์ว่ามีความสัมพันธ์กับด้านอื่น ๆ เช่น การตลาด การออกแบบโครงสร้าง การออกแบบกราฟิก เป็นต้น ทำให้เข้าใจในแนวคิดของบรรจุภัณฑ์และสามารถนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ร่วมกับแนวคิดภูมิปัญญาท้องถิ่น

จากการศึกษาพบว่ามีเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับเรื่องแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา จากการศึกษาพัฒนาการทางภูมิปัญญาโดยแบ่งออกเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

## 3. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

### 3.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับไข่เค็ม ไชยา

### 3.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์

#### 3.1 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับไข่เค็มไชยา

อาศิโอนานิโตะและชิโนรส ละออจวรรณ (อาศิโอนานิโตะ และชิโนรส ละออจวรรณ, 2559) ทำการวิจัยเรื่องการศึกษากระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิตไข่เค็มไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี งานวิจัยใช้กลุ่มศึกษา คือกลุ่มไข่เค็ม อสม. ไชยา วัตถุประสงค์ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อศึกษากระบวนการผลิตไข่เค็มไชยา โดยศึกษาระยะเวลาที่ใช้ในกระบวนการผลิตไข่เค็มไชยา แล้ววิเคราะห์ผลของการผลิตไข่เค็มและเปรียบเทียบอัตราผลิตไข่เค็มไชยา จากการศึกษาผู้วิจัยพบว่า ขั้นตอนการผลิตไข่เค็มใช้เวลานาน เพราะสมาชิกกลุ่มส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุอาจส่งผลให้ผลิตไม่ทันส่งตามกำหนด ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นของการศึกษากระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิตไข่เค็มในการศึกษาแต่ละขั้นตอนได้มีการจดบันทึกแผนภูมิกระบวนการผลิตซึ่งเป็นแผนภูมิที่แสดงขั้นตอนการผลิตตั้งแต่เริ่มต้นจนเสร็จสิ้น โดยบันทึกขั้นตอนต่าง ๆ ที่ต้องการดำเนินการ และหลังจากการบันทึกขั้นตอนต่างๆผู้วิจัยได้วิเคราะห์งานโดยใช้เครื่องมือ 2 ชนิด คือ แผนผังก้างปลา จะเป็นแผนผังที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหาและสาเหตุที่เกี่ยวข้องทั้งหมด และการตั้งคำถาม 5W 1H วิธีนี้ใช้ในการสำรวจสภาพปัญหาและแนวทางในการปรับปรุงงาน คำถามที่นำมาตั้งจะเกี่ยวข้องกับผู้ปฏิบัติงาน วิธีการทำงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน การเคลื่อนย้ายวัสดุ จากการวิเคราะห์งานทั้งสองอย่าง พบว่าในการผลิตไข่เค็มไชยาใช้เวลานาน นอกจากสมาชิกกลุ่มจะเป็นผู้สูงอายุแล้ว ยังมีสาเหตุที่เกิดจากการปฏิบัติงานใน 3 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการผสมดินจอมปลวก ขั้นตอนคัดไข่เปิด และขั้นตอนการคลุกไข่เถ้าแกลบ ผู้วิจัยใช้การออกแบบเครื่องมือที่ช่วยในการลดขั้นตอนการผลิตไข่เค็ม โดยออกแบบเครื่องทุ่นแรงเพื่อช่วยสมาชิกกลุ่มให้ทำงานได้เร็วขึ้น โดยออกแบบเครื่องทุ่นแรงออกเป็น 3 ขั้นตอน คือ เครื่องผสมดินจอมปลวก เครื่องคลุกไข่และคลุกไข่เถ้าแกลบ และอุปกรณ์เคลื่อนย้ายไข่ที่ผลิตเสร็จแล้วไปยังสถานที่เก็บ ทั้ง 3 เครื่องมือนี้สามารถช่วยลดขั้นตอนการผลิตให้เร็วขึ้น จากเดิมใช้เวลา 26.22 นาที เมื่อใช้เครื่องมือที่ผลิตขึ้นพบว่าใช้กระบวนการผลิตลดลงเป็นเวลา 17.01 นาที ลดเวลาลงไป 9.21 นาที ทำให้กลุ่มผลิตไข่ได้มากขึ้น และเป็นประโยชน์ต่อการผลิตไข่เค็มเป็นอย่างมาก

นันทวรรณ ช่างคิด (นันทวรรณ ช่างคิด และพรทิพย์ ทวีพงษ์, 2548) ศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี วัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่

เก็บค่าใช้จ่ายตามความต้องการของผู้ซื้อ ศึกษาราคาปัจจัยการผลิตแต่ละชนิดที่ใช้ในการผลิตไข่เค็ม และพยายามลดต้นทุนการผลิต มีการศึกษาถึงกรรมวิธีการผลิตไข่เค็ม ไข่ชา วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต มีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ 1. แบบสอบถามการพัฒนาไข่เค็มตามความต้องการของผู้ซื้อ โดยใช้จำนวนแบบสอบถาม 200 ชุด และชุดที่ 2 เป็นแบบสอบถามสำหรับผู้ผลิตไข่เค็ม จากการตอบแบบสอบถามทั้ง 2 ส่วน สามารถสรุปผลการตอบแบบสอบถามได้ดังนี้ ผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความตั้งใจในการซื้อไข่เค็ม โดยวัตถุประสงค์ที่ซื้อไข่เค็มเพื่อเป็นของฝาก ผู้บริโภคมีความพอใจในรสชาติของไข่เค็มและคุณค่าทางอาหาร ความซื่อตรงในการผลิตและจำหน่าย ผู้บริโภคมีความพอใจมาก ด้านราคามีความเหมาะสม และช่องทางการจัดจำหน่ายเป็นที่พอใจมีสถานที่ที่เหมาะสมสะดวกต่อการซื้อ และจากแบบสอบถามส่วนข้อมูลจากผู้ผลิตไข่เค็ม ไข่ชา ต้นทุนของไข่เค็มมีความสำคัญต่อรายได้จากการผลิตไข่เค็ม ไข่ชา เพราะอาจใช้ไข่เปิดฟองโต คุณภาพดี ทำให้รายได้จากผลผลิตไข่เค็มเพิ่มขึ้น ส่วนค่าต้นทุนอื่นๆมีผลต่อรายได้จากการผลิตไข่เค็ม น้อยกว่าต้นทุนของแรงงานและราคาไข่ดิบ จากแบบสอบถามทั้งสองส่วนสรุปได้ว่าการผลิตไข่เค็ม ไข่ชาตรงกับความต้องการของผู้ซื้อ ผู้ซื้อส่วนใหญ่นิยมซื้อกล่องเล็กมากกว่า ผู้ผลิตจึงควรเน้นผลิตไข่เค็มกล่องเล็กมากกว่ากล่องใหญ่

กิตติกร ไสยรินทร์ (กิตติกร ไสยรินทร์, 2553) ศึกษาระดับปริญญาโทศึกษาศาสตร์ การเลือกซื้อไข่เค็ม ไข่ชา จังหวัดสุราษฎร์ธานี วัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ ศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อไข่เค็ม ไข่ชา ปัจจัยที่มีความสำคัญต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อของแต่ละบุคคล เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือแบบสอบถาม โดยเก็บแบบสอบถามจากผู้ซื้อไข่เค็มบริเวณหน้าสวน โมกขพลาราม ใช้กลุ่มตัวอย่าง 385 คน จากการศึกษาพบว่าพบว่าผู้ซื้อให้ความสำคัญในด้านคุณภาพมากที่สุด และในการซื้อส่วนใหญ่จะซื้อร้านที่เป็นทางผ่าน มีที่จอดรถสะดวกและมีการจัดวางสินค้าให้เลือกซื้ออย่างสะดวก และมีการบริการที่ใส่ใจแก่ลูกค้า

ศิริพรรณ พิภพทอง (2554) ทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคไข่เค็ม ไข่ชา ของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในการวิจัยใช้แบบสอบถามในการสำรวจพฤติกรรมของผู้บริโภคในการซื้อไข่เค็ม ใช้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน จากผลการศึกษาผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุระหว่าง 21-30 ปี ภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้บริโภคส่วนใหญ่ชอบรถยนต์ส่วนตัวมาซื้อเอง โดยซื้อไปเป็นของฝาก ซื้อไปฝากญาติเป็นส่วนใหญ่ รองลงมา คือซื้อไปรับประทานเอง ส่วนประสมทาง



การตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภค คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีความสำคัญมาก รองลงมาคือรสชาติของไข่เค็ม ปัจจัยส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคสูงสุด คือ ด้านภูมิฐานะ รองลงมาคือด้านอาชีพ มีปัญหาที่พบมากที่สุด คือ ผู้บริโภคพบไข่เน่า ไข่เสีย ไข่ร้าว ไข่แตก รองลงมาคือไข่ไม่แดง มีสีเหลือง ไม่มัน ไข่มีสีดำ ส่วนข้อเสนอแนะที่เพิ่มเติม คือ ควรมีหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในขั้นตอนการควบคุมคุณภาพเพื่อให้ได้มาตรฐานที่เหมือนกันทุกร้านค้า

วชิรศักดิ์ มัชฌิมภาโร (วชิรศักดิ์ มัชฌิมภาโร, 2553) ศึกษาเรื่องการดำรงอยู่และเปลี่ยนแปลงของสังคมเกษตรกรรมภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ : กรณีศึกษาไข่เค็มไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยการวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงของระบบโลกภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ ที่ส่งผลกระทบต่อผลิตไข่เค็มไชยาของเกษตรกรในพื้นที่ ศึกษาการดำรงอยู่และการเปลี่ยนแปลงของเกษตรกรในพื้นที่ ในด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของเกษตรกรผู้ผลิตไข่เค็มไชยา ศึกษาถึงการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นของเกษตรกรและศึกษารูปแบบการสร้างเครือข่ายและอัตลักษณ์ของเกษตรกรผู้ผลิตไข่เค็มไชยา มีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มเจ้าหน้าที่รัฐ กลุ่มแกนนำชุมชน และกลุ่มผู้ผลิตไข่เค็มไชยา วิธีการเก็บข้อมูลใช้การสัมภาษณ์กลุ่มแกนนำและเจ้าหน้าที่รัฐ สำหรับเกษตรกรผู้ผลิตจะใช้แบบสอบถาม จากการศึกษาพบว่า ชาวนาในพื้นที่อำเภอไชยา ได้ปรับตัวให้เข้ากับสังคมทุนนิยมที่เกิดขึ้นได้อย่างเหมาะสม โดยนำภูมิปัญญาที่เกิดขึ้นในท้องถิ่นมาปรับใช้ เช่น การผลิตไข่เค็มเพื่อเพิ่มช่องทางการประกอบอาชีพของตน นอกเหนือจากการทำเกษตรกรรมเพียงอย่างเดียว เพื่อให้สามารถอยู่ได้ภายใต้กระแสโลกาภิวัตน์ที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

โสภณ บุญล้ำ และคณะ(2558) ศึกษาเรื่องการพัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่น เรื่องการเลี้ยงเป็ดไข่และการผลิตไข่เค็มไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยต้องการศึกษาภูมิปัญญาการเลี้ยงเป็ดไข่และผลิตไข่เค็มไชยา พัฒนาชุดฝึกอบรมสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เรื่องภูมิปัญญาเลี้ยงเป็ดไข่และผลิตไข่เค็มไชยา และจัดทำชุดประเมินการฝึกอบรมในด้านความรู้ การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์และความพึงพอใจ การพัฒนาชุดฝึกอบรมได้แบ่งออกเป็น 2 หน่วยการเรียนรู้ประกอบด้วยภูมิปัญญาการเลี้ยงเป็ดไข่และผลิตไข่เค็มไชยา ก่อนการอบรมจะทำการประเมินผลก่อนและหลังจากฝึกอบรม เพื่อสำรวจความเข้าใจของผู้เข้ารับการอบรม และในการเข้าร่วมฝึกอบรมผู้ให้ข้อมูลหลักจะเป็นการคัดเลือกแบบเจาะจง คือ เจ้าหน้าที่รัฐที่ปฏิบัติงานในพื้นที่

อำเภอไชยา ได้แก่ นายอำเภอไชยา นายกองกำกับการบริหารส่วนตำบลเดิม็ด พัฒนาการอำเภอไชยา เกษตรอำเภอไชยา กำนัน ผู้ใหญ่บ้านผู้อาวุโสในชุมชน และผู้มีประสบการณ์ในการเลี้ยงเป็ดและผลิตไข่เค็มในหมู่บ้าน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจะคัดเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย นักศึกษาและผู้สนใจทั่วไปจำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลมีดังนี้ แบบทดสอบความรู้ ใช่วัดความรู้ก่อนและหลังการใช้ชุดฝึกอบรม แบบวัดทักษะการปฏิบัติ สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการสังเกตทักษะของผู้เข้าอบรม แบบสอบถามใช้สำหรับสอบถามด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ และความพึงพอใจในการใช้ชุดฝึกอบรม และสุดท้ายแบบทดสอบประสิทธิภาพ สอบถามผู้ใช้งานในด้านประสิทธิภาพและความพึงพอใจของการทำงานระบบ และจากผลการทดสอบผู้เข้ารับการฝึกอบรมมีความรู้ความเข้าใจมากขึ้น และสามารถนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ได้อย่างดี เพราะในการเรียนรู้มีการสาธิตการผลิตไข่เค็มอย่างละเอียด ทั้งการบรรยายด้วยเสียงและมีภาพประกอบขั้นตอนการทำงานทุกขั้นตอน ทำให้ง่ายต่อการทำความเข้าใจในการผลิตไข่เค็มไชยา

สุภาพร อภีรัตนานุสรณ์ และคณะ (สุภาพร อภีรัตนานุสรณ์, 2553) ผู้วิจัยศึกษาการพัฒนา รูปแบบการจัดกระบวนการเรียนการสอน ให้นักศึกษามีความสามารถสู่ธุรกิจอาหาร โดยใช้ไข่เค็มไชยาเป็นกรณีศึกษาในการจัดรูปแบบการเรียนการสอน เพื่อให้นักศึกษามีความสามารถสู่การประกอบอาชีพธุรกิจอาหาร เป็นแนวทางวิจัยในการค้นหากระบวนการเรียนรู้ที่ดีในการประกอบอาชีพธุรกิจอาหารอื่นๆที่ใกล้เคียงกัน โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการเป็นกลุ่มผลิตไข่เค็มผสม.ไชยา โดยใช้วิธีการศึกษา ดังนี้ วิเคราะห์ความเป็นไปได้ของธุรกิจไข่เค็มไชยา สำรวจความต้องการของผู้บริโภคไข่เค็มไชยา ศึกษาห่วงโซ่อุปทานธุรกิจไข่เค็มไชยา ศึกษากระบวนการทางตลาดของไข่เค็มไชยาและการพัฒนาเมนูอาหารจากไข่เค็มไชยา ผลการศึกษาพบว่านักศึกษาได้รับความรู้จากการออกแบบการเรียนการสอนในครั้งนี้เป็นอย่างดี มีความพึงพอใจและกระตือรือร้นต่องานที่ได้รับมอบหมายเป็นอย่างดี

สุภาพร อภีรัตนานุสรณ์ (สุภาพร อภีรัตนานุสรณ์, 2559) ศึกษาเรื่องการพอกไข่เค็มไชยาด้วยกากชา เพื่อทดแทนดินจอมปลวกบางส่วน วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลของกากชาในส่วนผสมดินจอมปลวกที่มีต่อองค์ประกอบ สมบัติทางเคมีและกายภาพของไข่เค็ม ศึกษาคุณภาพด้านประสาทสัมผัสและคุณภาพด้านจุลินทรีย์ของไข่เค็มไชยา และศึกษาอัตราการแพร่ของเชื้อต่อระยะเวลาในการพอกไข่ ซึ่งกากชาที่ใช้ผสมดินพอกไข่เป็นกากชาที่ผ่านการอบแห้ง ในการทดลอง

ได้ใช้กากชาทดแทนดินจอมปลวกตั้งแต่ร้อยละ 0 ,10,20,30 โดยติดตามผลทุก ๆ 3 วัน เป็นระยะเวลา 24 วัน นำไข่เค็มมาทดลองพอกกับกากชาโดยนำกากชามาใส่ลงตอนพอกในกะละมังที่เตรียมไว้แล้วนำกากชามาล้างนำไปอบลมร้อนแล้วจึงค่อยเอามาผสม หากปริมาณกากชาเพิ่มมากขึ้น การเกาะตัวกันของดินจอมปลวกผสมกากชากับไข่เริ่มลดลง และกากชาอาจดูดซับโมเลกุลของเกลือไว้ ทำให้การแทรกซึมของเกลือไปยังไข่ขาวลดลง จากผลการทดลองสามารถผสมกากชาได้ไม่เกินร้อยละ 40 เพราะจะทำให้ดินจอมปลวกไม่เกาะไข่ และเมื่อให้ผู้ทดสอบชิม มีความพอใจในส่วนของปริมาณกากชาร้อยละ 20 มากที่สุด

สุกัญญา ไหมเครือแก้วและคณะ (สุกัญญา ไหมเครือแก้ว และคณะ, 2547) ทำการศึกษาเรื่องแนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่นกรณีศึกษา : การผลิตไข่เค็มไชยา ผู้ศึกษาต้องการศึกษาข้อมูลการผลิตไข่เค็มไชยาแบบดั้งเดิม ทั้งด้านการผลิตและกระบวนการผลิตโดยการวิจัยครั้งนี้ใช้การวิจัยเชิงปริมาณร่วมกับการวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาปัจจัยด้านต่างๆ ที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนายกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น หาแนวทางในการทำวิทยาสาสตร์และเทคโนโลยีมาใช้เพื่อยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยที่ไม่ได้ทำลายภูมิปัญญาเดิมและวิเคราะห์ความเหมาะสมและสืบสานภูมิปัญญาโดยการบันทึกลงสื่อเพื่อการพัฒนาและยกระดับรวบรวมข้อมูลกลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายไข่เค็มรวมทั้งผู้เลี้ยงเป็ดและศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับประวัติของภูมิปัญญา เก็บข้อมูลจากผู้ผลิตผู้จำหน่ายไข่เค็มและผู้เลี้ยงเป็ดที่มีประสบการณ์ และไม่ใช้สายการผลิตเดียวกัน จำนวน 15 คนใช้วิธีการสังเกตและการมีส่วนร่วมในกระบวนการ ผลจากการศึกษาพบว่าผู้ผลิตไข่เค็มไชยาส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงช่วงอายุ 45 ปีมากที่สุด ผู้ผลิตและจำหน่ายส่วนใหญ่เป็นคนท้องถิ่น การเรียนรู้การผลิตเกิดจากการถ่ายทอดประสบการณ์จากผู้ใหญ่ไม่ได้รับการอบรมจากภาครัฐ กลุ่มผู้ผลิตไข่เค็มไม่ได้ต้องการเครื่องมือหรือเทคโนโลยีสำหรับช่วยพอกไข่เพราะกำลังในการผลิตต่อวันน้อย

อรุราภรณ์ เรื่องวัชรินทร์ (อรุราภรณ์ เรื่องวัชรินทร์, 2551) การศึกษากรรมวิธีการผลิตไข่เค็มไชยาอาหารพื้นเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี การศึกษาครั้งนี้เพื่อศึกษาวิธีการผลิตไข่เค็มไชยาลักษณะคุณภาพของไข่เค็มไชยาจากกระบวนการผลิตต่าง ๆ และแนวทางในการพัฒนากระบวนการผลิตไข่เค็มไชยา เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภูมิปัญญาอาหารท้องถิ่น โดยใช้ความรู้ทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ทันสมัย ศึกษาการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็ม โดยแบ่งเป็น 3 ชุด การทดลอง ได้แก่ ไข่เค็มพอกดินแดง ไข่เค็มสมุนไพรใบเตยและไข่เค็มสมุนไพรโอดิน จากการ



ทดสอบพบว่า ไช้เค็มพอกดินแดงและไช้เค็มพอกดินดำ ไช้ขาวมีลักษณะค่อนข้างขุ่น ไช้แดงมีลักษณะกลมสีแดงเข้มทั้ง 3 ชุด การทดสอบทางประสาทสัมผัสจากผู้ทดสอบจำนวน 15 คน พบว่า ความร่วน ความชอบรวมไช้เค็มจากกรรมวิธีการผลิตทั้ง 3 แบบ มีการยอมรับด้านกลิ่น ลักษณะเนื้อสัมผัส ความร่วนไม่แตกต่างกันแต่การพอกด้วยดินจอมปลวกได้รับการยอมรับมากที่สุด ใช้วิธีการศึกษาแบบวิทยาศาสตร์ โดยหาความแตกต่างของการนำไช้เค็มที่ใช้การพอกในวิธีที่ต่างกันออกมาเป็นค่าเฉลี่ยในแต่ละประเภท

พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิต (พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิต, 2551) ทูทางสังคมในฐานะปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายไช้เค็มไช้ยา หมู่ 6 บ้านปากด่าน ตำบลเลม็ด อำเภอไช้ยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยต้องการศึกษาถึงทุนทางสังคมในฐานะที่เป็นปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิต และจำหน่ายไช้เค็มไช้ยา เพื่อให้ทราบถึงปรากฏการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นในชุมชนในทุกมิติ ใช้วิธีการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ เหตุที่เลือกกลุ่มพื้นที่หมู่ 6 บ้านปากด่าน เพราะเป็นกลุ่มธุรกิจชุมชนที่มีการดำเนินงานด้วยตนเองของชาวบ้าน โดยอาศัยทุนที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ในการดำเนินงาน และยังเป็นกลุ่มที่ตั้งอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ดึงดูดผู้คนให้มาเยี่ยมชม ได้จนได้รับรางวัลหมู่บ้าน OVC (Otop Village Champion) ประเภทหมู่บ้านเชิงวัฒนธรรม ตรงกับประเด็นที่จะศึกษาว่าทุนทางสังคมได้เอื้อต่อการดำเนินงานของกลุ่มผู้ผลิต และจำหน่ายไช้เค็มไช้ยาอย่างไรจนพึ่งตนเองได้ ผลจากการวิจัยพบว่าทุนทางสังคมที่เกิดขึ้นทำให้เกิดข้อสรุปว่าความมีอัตลักษณ์ของชุมชนที่อยู่ใกล้สวนโมกขพลารามจนกลายมาเป็นศูนย์กลางการผลิตและขายไช้เค็มไช้ยา โดยใช้สิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ทำให้ชาวบ้านเกิดอาชีพและช่วยเหลือซึ่งกันและกันจนกลายเป็นความสัมพันธ์ในลักษณะเครือข่าย

สัญญา บัวแก้ว (สัญญา บัวแก้ว, 2553) ไช้เค็มไช้ยา : กลไกในการพัฒนาเศรษฐกิจขององค์การบริหารส่วนตำบลเลม็ด จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยต้องการศึกษาเรื่องราวของไช้เค็มไช้ยา และรวบรวมความรู้อันเกิดจากภูมิปัญญาของชาวบ้านเกี่ยวกับการผลิตไช้เค็มไช้ยา โดยเล่าถึงประวัติของการกำเนิดไช้เค็มไช้ยาและส่วนผสมของการผลิตไช้เค็มไช้ยาในพื้นที่ศึกษาคือตำบลเลม็ด อำเภอไช้ยาและมีการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ผลิตไช้เค็มไช้ยาในพื้นที่ จำนวน 10 คน มีการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วม มีการศึกษาขั้นตอนการเลี้ยงเป็ดจากฟาร์มและการบริโภคไช้เป็ดจากผู้รู้ใน

ท้องถิ่น การจำหน่ายมีการวางจำหน่ายไข่เค็มทั้งในตลาดไชยา บริเวณสวนโมกขพลาราม และตามถนนเอเชียทั้งสองข้างทาง

เอกกมล ทับเวช (เอกกมล ทับเวช, 2553) แนวทางการดำเนินธุรกิจปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยต้องการศึกษาแนวทางการดำเนินธุรกิจของร้านขายไข่เค็มไชยาริมถนนสายเอเชีย โดยศึกษาจากผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนน 20 ราย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เป็นการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกและการสังเกต โดยการศึกษาบอกเล่ามาตั้งแต่ประวัติของอำเภอไชยา และการเริ่มมาผลิตไข่เค็มไชยา การทำไข่เค็มไปจนถึงขั้นตอนของการผลิตไข่เค็ม ผลจากการศึกษาผู้ประกอบการส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง อายุเฉลี่ย 36-45 ปี แนวคิดของธุรกิจไข่เค็มเริ่มก่อตั้งมาในรูปแบบธุรกิจครัวเรือน เป็นธุรกิจที่สืบทอดต่อกันจากรุ่นบุรุษ การดำเนินธุรกิจเป็นลักษณะเจ้าของคนเดียว การวางแผนการขายมุ่งขายปลีก โดยวางขายหน้าร้านริมถนนเอเชียมากที่สุด ไม่มีโครงสร้างองค์กร เป็นกิจการขนาดเล็ก เจ้าของคนเดียว และกลุ่มวิสาหกิจ ไม่ได้จดทะเบียนให้ถูกต้องตามกฎหมาย เป็นธุรกิจในท้องถิ่น

รัฐพล กษเวช (2556) คุณลักษณะที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไข่เค็มไชยาของผู้บริโภค ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อไข่เค็มไชยาของผู้บริโภค ศึกษาปัจจัยทางด้านคุณลักษณะของไข่เค็มไชยาที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค วิเคราะห์แบ่งกลุ่มผู้บริโภคไข่เค็มไชยาที่มีความชอบในคุณลักษณะของไข่เค็มไชยาที่คล้ายคลึงกัน โดยจะศึกษาผู้บริโภคที่เป็นนักท่องเที่ยวในพื้นที่จำนวน 400 ราย โดยใช้แบบสอบถามและการสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มผู้ซื้อทั้งเพศหญิงและเพศชาย มาจำนวนใกล้เคียงกัน พฤติกรรมการซื้อไข่เค็มส่วนใหญ่ผู้ซื้อจะซื้อไข่เค็มไปเพื่อบริโภคและเป็นของฝาก จะซื้อร้านค้าในตลาดไข่เค็มริมทางในพื้นที่อำเภอไชยา ความสำคัญในการพิจารณาซื้อ คือ รูปแบบการบรรจุ การแสดงราคา บรรจุภัณฑ์ ได้แบ่งกลุ่มผู้บริโภคเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 จะให้ความสำคัญเรื่องใบรับรอง รองลงมาคือเรื่องของบรรจุภัณฑ์ ราคา กลุ่มที่ 2 จะให้ความสำคัญในเรื่องราคา รองลงมาคือใบรับรอง ขนาดบรรจุภัณฑ์

โสภณ บุญล้ำ (โสภณ บุญล้ำ, 2557) การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีการใช้รำข้าวในอาหารเป็ดไข่ เป็นงานวิจัยที่ต้องการศึกษาความเหมาะสมของการใช้รำข้าวสาลีในอาหารเป็ดไข่ เหตุผลที่ผู้วิจัยเลือกใช้รำข้าวสาลีเป็นส่วนประกอบในอาหารเป็ด เพราะในพื้นที่อำเภอกาญจนดิษฐ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีโรงงานผลิตแป้งข้าวสาลีทำให้มีรำข้าวสาลีมาก

ในพื้นที่ ผู้วิจัยเห็นความสำคัญของรำข้าวสาลีซึ่งเป็นวัสดุที่เหลือใช้ทางการเกษตรมาทำให้เกิดประโยชน์ โดยการนำมาลดต้นทุนอาหารของเป็ดที่เลี้ยง เพราะรำข้าวสาลีเป็นอาหารสัตว์ที่มีประโยชน์ให้โปรตีนและพลังงานที่สำคัญ จึงได้นำมาทดลองกับลูกเป็ดพันธุ์กากิแคมเบลล์ จำนวน 225 ตัว จากผลการทดลองต้นทุนค่าอาหารของเป็ดไข่ลดลง อาหารที่ผสมรำข้าวสาลีมีประสิทธิภาพดี การทดลองนี้จะช่วยให้เกษตรกรผู้เลี้ยงเป็ดลดต้นทุนค่าอาหารเป็ดลงได้

จากการศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับไข่เค็มไชยา งานส่วนใหญ่เป็นการพยายามยกระดับไข่เค็มไชยาและพยายามช่วยลดต้นทุนการผลิตไข่เค็ม แต่จากงานวิจัยทั้งหมดมีอยู่ 4 เล่ม ที่การศึกษาเรื่องไข่เค็มมีความใกล้เคียงกับงานของผู้วิจัย งานทั้ง 4 เล่ม เป็นงานที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคหรือการตัดสินใจซื้อไข่เค็มของผู้บริโภคทั้ง 4 เล่ม ที่กล่าวถึง คือ การศึกษาเรื่องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานีของ (นันทวรรณ ช่างคิด และพรทิพย์ ทวีพงษ์, 2548) ในการศึกษาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยา ในการศึกษาใช้แบบสอบถามเป็นตัวช่วยในการสำรวจพฤติกรรมผู้บริโภค ผลการศึกษาสรุปได้ว่าผู้บริโภคมักซื้อเป็นของฝาก สถานที่ซื้อที่มีความเหมาะสมมีที่จอดรถรองรับ ผู้บริโภคมักซื้อเป็นกล่องเล็กมากกว่า ต่อมา (กิตติกร ไสยรินทร์, 2553) ศึกษาพฤติกรรมในการเลือกซื้อไข่เค็มไชยา ปัจจัยที่มีผลต่อการซื้อโดยใช้แบบสอบถามเป็นตัวช่วยในการสำรวจ ซึ่งผลจากการศึกษา คือ ผู้บริโภคให้ความสำคัญในด้านคุณภาพ โดยจะเลือกร้านที่เป็นทางผ่านมีที่จอดรถสะดวกและมีบริการที่ดีต่อผู้ซื้อ เป็นต้น ด้านศิริพรรณ พักทอง (2554) ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคไข่เค็มไชยา ในการศึกษาได้ใช้แบบสอบถามในการสำรวจ ผลการศึกษาคือ มักซื้อเป็นของฝากเป็นส่วนใหญ่ ตัวผลิตภัณฑ์มีความสำคัญต่อการซื้อ รองลงมาคือรสชาติ ผู้บริโภคต้องการให้มีหน่วยงานเข้ามาควบคุมมาตรฐานให้มีความเท่าเทียมกันทุกร้าน และรัชพล คชเวช (2556) ศึกษาคุณลักษณะที่ผลต่อการตัดสินใจซื้อไข่เค็มของผู้บริโภค ใช้แบบสอบถามในการศึกษา จากแบบสอบถามพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อไข่เค็มเป็นของฝากและบริโภค โดยซื้อริมทางในพื้นที่อำเภอไชยา ในการเลือกซื้อจะเลือกจากรูปแบบการบรรจุ การแสดงราคาบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

จากงานเอกสารทั้ง 4 เล่ม ที่ศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อไข่เค็มพบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญในเรื่องของสถานที่ซื้อที่ต้องมีสถานที่เพียงพอต่อการจอดรถซื้อไข่เค็ม การซื้อเพื่อเป็นของฝากเป็นหลัก รองลงมาเพื่อบริโภคเอง และผู้บริโภคเน้นในเรื่องคุณภาพของสินค้า

เป็นหลัก ซึ่งงานวิจัยเหล่านี้ทำให้สะท้อนพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างดีและเห็นถึงความต้องการผู้บริโภคซึ่งความต้องการส่วนใหญ่สอดคล้องกับงานของผู้วิจัยที่ผู้บริโภคมักซื้อไข่เค็มเป็นของฝาก รองลงมาเพื่อบริโภคเอง ส่วนด้านของการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ยังไม่มีใครสำรวจ ผู้วิจัยได้สำรวจมาแล้วพบว่าผู้บริโภคต้องการให้มีเอกลักษณ์ของไข่ รองมาคือรูปทรงทันสมัย และมีหูจับสวยงาม เป็นต้น จึงได้นำพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ได้มีผู้ศึกษาท่านอื่นเก็บข้อมูลมาวิเคราะห์ร่วมกับพฤติกรรมผู้บริโภคของผู้วิจัยเองทำให้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้ตรงตามความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด เห็นได้ว่าความต้องการของผู้บริโภคไม่ได้แตกต่างจากเดิมมากนัก เพราะผู้บริโภคยังให้ความสำคัญในเรื่องของสถานที่จัดรถ การบริการและคุณภาพของสินค้าเป็นหลัก

### 3.2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การศึกษางานที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจไข่เค็ม อสม. ไข่ รองมา ผ่านการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น มีงานวิจัยที่พยายามศึกษาถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ขายสร้างความหลากหลายให้แก่ผู้ซื้อ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

อโนทัย เพ็ชรสุวรรณ (อโนทัย เพ็ชรสุวรรณ, 2549) การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋นในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋น ผู้วิจัยได้แบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านการบรรจุ ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการส่งเสริมการขาย ด้านความสะอาดและปลอดภัย สร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า ประเภทข้าวแต๋น และยังเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและดึงดูดความสนใจลูกค้ากลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้นกำหนดขอบเขตของงานแบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่ การสร้างแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่อง ถุง กระป๋อง ผลการวิจัยการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋น อยู่ในเกณฑ์ที่ดีมีความเหมาะสมกับตัวข้าวแต๋น ผู้บริโภคมีความพึงพอใจกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ เพราะสามารถตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี เห็นสมควรว่าควรพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถใช้ได้จริง

กษมาพร พวงประยงค์ (กษมาพร พวงประยงค์, 2554) แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มแปรรูปและผลิตภัณฑ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ผู้วิจัยต้องการศึกษาระดับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ของจังหวัดสมุทรสงคราม ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อระดับการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มการแปรรูปผลิตภัณฑ์และศึกษาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนของกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ จังหวัดสมุทรสงคราม โดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในวิจัยครั้งนี้ คือ

กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์ จังหวัดสมุทรสงคราม ใช้วิธีการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ คือ มีการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลและทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ จากนั้นนำผลการศึกษาเชิงปริมาณสร้างประเด็นในการสนทนากลุ่มเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาซึ่งสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ใช้ในการศึกษามีทั้งหมด 3 อำเภอ คือ อำเภอเมืองสมุทรสงคราม อำเภออัมพวาและอำเภอบางคนที รวมทั้งสิ้น 1,104 คน ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนอยู่ในเกณฑ์ดีใช้หลักการจัดการแบบเศรษฐกิจพอเพียงในการดำเนินงานเน้นการพึ่งตนเอง ส่งเสริมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เป็นที่ยอมรับของลูกค้าและการใช้ความคิดสร้างสรรค์ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์

นพวรรณ ชีวอารี (นพวรรณ ชีวอารี, 2555) การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์หุ้มแปรรูปเพื่อส่งเสริมการขาย กรณีศึกษา บรรจุภัณฑ์หุ้มแปรรูปในชุมชนท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและประเมินประสิทธิภาพโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ในการเก็บรักษาสินค้าที่มีคุณภาพและเพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หุ้มแปรรูปให้มีประโยชน์ต่อชุมชนและสามารถสอดคล้องกับการขยายตลาดที่สร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้าได้ศึกษาร้านค้าที่จำหน่ายผลิตภัณฑ์หุ้มแปรรูปในอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ผู้วิจัยออกแบบผลิตภัณฑ์ 3 แบบ คือ บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หุ้มแผ่นประเภทกล่อง บรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ประเภทถุงและบรรจุภัณฑ์กุนเชียงหุ้มประเภทถุง อย่างละ 5 อัน ผลการวิจัยพบว่าตัวอย่างของบรรจุภัณฑ์ที่ทำการออกแบบอยู่ในเกณฑ์ดี โดยได้ประเมินเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ใช้วัสดุที่ดีมีการป้องกันความชื้นตัวสินค้าได้ ด้านการบรรจุภัณฑ์ ช่วยป้องกันแรงกระแทกจากการขนส่งได้ง่ายและจัดเรียงได้เป็นระเบียบ ด้านอำนวยความสะดวกการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบได้ดีสะดวกต่อการขนส่งและด้านการจัดจำหน่าย รูปแบบของบรรจุภัณฑ์มีความทันสมัยมีเอกลักษณ์ ลูกค้าสามารถจดจำได้ง่าย

ครณี แสงเดือน (ครณี แสงเดือน, 2556) การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับหมวย กรณีศึกษา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี ผู้วิจัยต้องการศึกษาการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของหมวย ศึกษาความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์หมวย และศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของหมวยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อหมวยของผู้บริโภค ผู้วิจัยศึกษาในพื้นที่ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี โดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ตารางสถิติโดยเปรียบเทียบเป็นค่าร้อยละผลจากการวิจัยพบว่า กลุ่มผู้บริโภคส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงให้ความสำคัญกับการตัดสินใจซื้อสินค้าที่สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์จากภายในได้ นำเสนอสินค้าและข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจนสร้างใจให้เกิดการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์

จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นการคิดเพื่อพัฒนาสิ่งที่มีอยู่ในชุมชนให้ได้รับความสนใจมากขึ้น โดยการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ โดยสิ่งที่ผู้ศึกษาทำคือ



การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค ใช้วิธีการศึกษาคือ การใช้แบบสอบถาม ถามผู้บริโภคถึงความต้องการและสิ่งที่อยากให้มีเพิ่มลงในบรรจุภัณฑ์ เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งแรกที่ผู้พบเห็นจะให้ความสนใจเมื่อเห็นผลิตภัณฑ์วางขายบนชั้นในร้านขายของฝาก จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผู้วิจัยต่างพยายามยกระดับสินค้าในท้องถิ่นให้มีเอกลักษณ์และเพิ่มมูลค่าของสินค้า เช่น งานวิจัยทั้ง 4 เล่ม มีความสอดคล้องกับงานของผู้วิจัยที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า ซึ่งเป็นสินค้าที่มีอยู่ในท้องถิ่น คือ ไข่เค็มไชยา ในการออกแบบได้ทำการสำรวจความคิดเห็นจากผู้บริโภคและกลุ่มซึ่งจากการศึกษาได้นำแนวทางจากงานวิจัย ที่ผู้วิจัยศึกษามาต่อยอดในงานของผู้วิจัย เช่น การศึกษาแนวทางการวางแบบสอบถาม คำถามที่ใช้ถาม แนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การเก็บข้อมูลเพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อผู้วิจัย ซึ่งการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากงานวิจัยทั้ง 4 เล่ม ทำให้ผู้วิจัยเห็นความสามารถในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ไข่เค็ม โดยยกระดับให้เป็นของฝากที่สามารถสร้างรายได้ให้กับชุมชน และเป็นตัวอย่างในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่น และการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทำให้เห็นถึงประเด็นการนำเอาภูมิปัญญาท้องถิ่น คือ ไข่เค็มไชยา ของดีของอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งเป็นความรู้ของชาวบ้านที่เกิดจากการพัฒนาต่อยอดสิ่งที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาสร้างชิ้นงานสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น ทำให้ชาวบ้านไม่ต้องอพยพละทิ้งถิ่นฐานของตนเองเพื่อมาแสวงหารายได้จากในเมืองและยังเป็นการส่งเสริมให้คนรักท้องถิ่นตนเอง ภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นสิ่งสำคัญที่ชาวบ้านควรตระหนักถึงความสำคัญของภูมิปัญญาท้องถิ่น และไข่เค็มไชยาเป็นภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ได้รับความสนใจจากคนทั่วไป เพราะเป็นการถนอมอาหารที่มีรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะจนทำให้มีชื่อเสียงและกลายเป็นสัญลักษณ์อีกอย่างหนึ่งของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีผู้ที่สนใจศึกษาเรื่องไข่เค็มไชยาเพื่อพัฒนาและพยายามยกระดับไข่เค็มไชยาให้ได้มาตรฐาน และยังพยายามช่วยผู้ประกอบการในการลดต้นทุนไม่ให้อำนาจมากเกินไป ซึ่งงานเอกสารที่ศึกษาเรื่องของไข่เค็มไชยาเป็นผลดีต่อผู้ที่ประกอบการค้า ชาวบ้านที่เลี้ยงเป็ดและผลิตไข่เค็มเป็นอย่างดีและยังเป็นประโยชน์กับผู้ศึกษาเพราะทำให้เห็นประเด็นที่น่าสนใจที่ยังไม่มีใครศึกษา คือการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งถ้าภูมิปัญญาท้องถิ่นมาออกแบบลงบนบรรจุภัณฑ์จะทำให้รูปแบบของกล่องมีความน่าสนใจมากขึ้น อาจเป็นอีกช่องทางหนึ่งที่จะช่วยสร้างภาพจำให้กับผู้บริโภค และยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์บรรจุภัณฑ์ไข่เค็มแบบใหม่ เพื่อจะได้เป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการหรือผู้ที่ต้องการศึกษาต่อไป ซึ่งสิ่งที่จะทำคือการนำเอาความรู้ทาง

ภูมิปัญญาที่ศึกษามาออกแบบ โดยการเลือกบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมกับการบรรจุของไขเค็มแล้วจึง  
ออกแบบลงบนบรรจุภัณฑ์



### บทที่ 3

#### ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. หมู่ 5 ซอยบ้านนาทราย ตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีวัตถุประสงค์ในการศึกษาเพื่อเผยแพร่ความรู้ทางภูมิปัญญาท้องถิ่นให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น โดยเผยแพร่ภูมิปัญญาผ่านทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจไข่เค็ม อสม. เพื่อเป็นแนวทางให้กับทางกลุ่มอีกช่องทางหนึ่ง และเป็นการเพิ่มช่องทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มต่อไปในอนาคต ในการศึกษาครั้งนี้ได้ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสัมภาษณ์ จากการลงภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูล และขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

#### การศึกษาจากเอกสาร

ศึกษาจากหนังสือ บทความ วารสาร งานวิจัย และเอกสารที่เกี่ยวข้องกับแนวคิดและทฤษฎีเรื่องภูมิปัญญาท้องถิ่นและการออกแบบบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้ยังศึกษาถึงประวัติของไข่เค็มไชยา วัตถุประสงค์ที่นำมาประกอบการทำไข่เค็ม ขั้นตอนการทำ วิธีการทำไข่เค็ม ประวัติของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา ตั้งแต่การเริ่มก่อตั้งกลุ่มจนถึงปัจจุบันที่กลุ่มสามารถอยู่ได้ด้วยตนเอง จนกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ของชุมชนและผู้สนใจภายนอก การศึกษาสิ่งต่างๆเหล่านี้เพื่อเป็นข้อมูลในการกำหนดขอบเขตการศึกษา ซึ่งข้อมูลจากเอกสารจะนำไปวิเคราะห์ร่วมกับการเก็บข้อมูลภาคสนาม เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา แหล่งที่มาของข้อมูลได้จากหอสมุดและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. หอสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากร
2. ห้องสมุดศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร
3. หอสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี
4. องค์การบริหารส่วนตำบลเลม็ด
5. ที่ทำการปกครองอำเภอไชยา
6. สื่ออินเทอร์เน็ต

แหล่งข้อมูลที่กล่าวมาทั้ง 6 ข้อ ได้แบ่งแยกการค้นคว้าเนื้อหา ดังนี้ แหล่งจากหอสมุดมหาวิทยาลัยศิลปากรและห้องสมุดศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร เพื่อการสืบค้นงานทางด้านเอกสาร



และแหล่งข้อมูลที่ใช้ในการอ้างอิงเพื่อสนับสนุนงานที่ศึกษา หอสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี เพื่อสืบค้นงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับงานด้านไข่เค็ม ไชยาว่ามีใครศึกษามาแล้วบ้าง เพราะไข่เค็ม ไชยา เป็นเรื่องในท้องถิ่นซึ่งมักเป็นงานที่ถูกศึกษาเสมอ องค์การบริหารส่วนตำบลเลม็ดเป็นข้อมูลในเชิงพื้นที่ที่ศึกษา คือหมู่บ้านเลม็ด ซึ่งเป็นที่ตั้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ที่ทำการปกครองอำเภอไชยาเป็นข้อมูลของทางปศุสัตว์อำเภอเกี่ยวกับพันธุ์เป็ดที่เลี้ยง การตรวจ โรงเรือน เป็นต้น และสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นการสืบค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติด้านต่างๆที่นำมาใช้กับไข่เค็ม และสืบค้นหางานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้องกับไข่เค็ม ไชยาหรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์จากแหล่งอื่นๆ

### ศึกษาจากการลงภาคสนาม

ในการลงภาคสนามจะเก็บรวบรวมข้อมูล พื้นที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา เป็นหลัก โดยเข้าไปสังเกตทั้งอย่างมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม เริ่มตั้งแต่การสังเกตพฤติกรรมของสมาชิกในกลุ่มทุกคนในเวลามาปฏิบัติงานที่กลุ่ม โดยสมาชิกกลุ่มไข่เค็ม อสม. ไชยามีทั้งหมด 24 คน ชาย 4 คน หญิง 20 คน สังเกตพฤติกรรมการทำงานร่วมกันของคนในกลุ่ม การสนทนา และกิจวัตรในแต่ละวันของสมาชิกประจำวันที่ต้องมาผลิตไข่เค็มที่กลุ่ม และในบางครั้งร่วมลงมือปฏิบัติผลิตไข่เค็มร่วมกับทางกลุ่ม หรือช่วยเหลืองานที่เกี่ยวข้องกับทางกลุ่ม นอกจากนี้ยังเก็บข้อมูลผู้เลี้ยงเป็ดซึ่งเป็นสมาชิกที่ส่งไข่เป็ดให้กับทางกลุ่มโดยเฉพาะ โดยเข้าไปสังเกตถึงวิธีการเลี้ยง การให้อาหาร การเก็บไข่เป็ด การเดินกลับโรงเรือนของเป็ด จนกระทั่งขั้นตอนการขายเป็ดให้กับพ่อค้าที่รับซื้อเป็ดไปทำเป็ดพะโล้ เพื่อศึกษาถึงวิถีชีวิตการทำไข่เค็ม การเลี้ยงเป็ด ทุกขั้นตอนของชาวบ้านเพื่อให้เข้าใจ หลังจากศึกษาทั้งวิธีผลิตและการเลี้ยงเป็ด ยังเก็บบรรยากาศโดยรอบพื้นที่ตั้งของกลุ่มซึ่งตั้งอยู่ 71 หมู่ที่ 5 ซอยบ้านนาทราย ตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

### การสัมภาษณ์

การสัมภาษณ์ในครั้งนี้ใช้การสัมภาษณ์แบบเชิงลึกกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา โดยสัมภาษณ์ตั้งแต่ประธานกลุ่มไปจนถึงสมาชิกทุกท่านทั้งหมด 24 คน โดยในการสัมภาษณ์จะเตรียมข้อมูลคำถาม เพื่อถามทางกลุ่มเริ่มตั้งแต่การก่อตั้งกลุ่ม การจัดการภายในกลุ่ม ว่าใครมีหน้าที่อะไรบ้าง การปันผลรายได้ของกลุ่ม ส่วนสมาชิกท่านอื่นจะถามในส่วนของ วิธีการผลิตไข่เค็ม การเลี้ยงเป็ดของสมาชิก หน้าที่เวรประจำวันและความคิดเห็นในด้านต่างๆ เช่น ความคิดเห็นของบรรจุภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น ในการสัมภาษณ์กับทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา จะเป็นการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการโดยใช้คำถามที่เข้าใจ

ง่ายเพื่อไม่ให้สมาชิกท่านอื่นเกิดความกดดันและประหม่าเวลาถูกสัมภาษณ์ นอกจากการสัมภาษณ์ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยา ยังมีพ่อค้ารับซื้อเปิดจากชาวบ้าน โดยสัมภาษณ์เกี่ยวกับการรับซื้อเปิด การนำไปขายเพื่อทำเปิดพะโล้เป็นต้น ปศุสัตว์อำเภอไชยา สัมภาษณ์ถึงการเข้ามาช่วยเหลือทางกลุ่มการเลี้ยงเปิด เป็นต้น ผู้บริโภคที่ซื้อไข่เค็ม สัมภาษณ์ถึงความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อไข่เค็มไชยาและบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น

### กระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เริ่มจากการเก็บข้อมูลภาคสนาม คือวิธีการผลิต การเลี้ยงเปิด การสัมภาษณ์ทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยา ถึงการจัดการภายในกลุ่ม ความคิดเห็นที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ โดยใช้แบบสอบถามควบคู่กับการสัมภาษณ์ทางกลุ่ม จากนั้นนำแบบสอบถามมาถามกับผู้บริโภคถึงความต้องการที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ไข่เค็ม เมื่อเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งจากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยาและจากผู้บริโภค นำมาวิเคราะห์ผลแล้วนำมารวมกับการลงภาคสนาม จากนั้นจึงออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยออกแบบมาทั้งหมด 3 แบบ แต่ละแบบเล่าถึงประวัติการก่อตั้งกลุ่ม คำขวัญ ระยะเวลาการบริโภค และตราสัญลักษณ์ของสินค้า โดยแต่ละด้านจะออกแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับการวิเคราะห์ผลและการลงภาคสนาม เมื่อได้แบบบรรจุภัณฑ์ครบทั้ง 3 แบบ จึงนำแบบทั้งหมดมาให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยาเลือกแบบที่ทางกลุ่มพึงพอใจมากที่สุด จากนั้นนำมาผลิตจริงเพื่อวางขาย ซึ่งเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

### การใช้แบบสอบถาม

การใช้แบบสอบถามจะแบ่งออกเป็น 2 แบบ โดยชุดแรกถามสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยาและผู้บริโภคถึงความคิดเห็นและความต้องการที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ เมื่อสำรวจความต้องการแล้วจึงนำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์ และใช้แบบสอบถามชุดที่ 2 ในการถามถึงความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ เมื่อสำรวจจนหาความต้องการได้แล้วจึงนำมาออกแบบจริงเพื่อวางขาย การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ได้ใช้กลุ่มตัวอย่างการเลือกแบบบังเอิญ คือ การคัดเลือกตามสถานการณ์หรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น ผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นใครก็ได้ที่สามารถให้ข้อมูลและความร่วมมือหรือความสมัครใจในการตอบแบบสอบถาม (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, 2551)

### เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยา มีดังนี้

1. ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
2. กระบวนการสร้างแบบบรรจุภัณฑ์จากการออกแบบ
3. การวัดประเมินผลจากแบบสอบถาม โดยแบ่งรายละเอียดออกเป็น 2 ชุด คือ สอบถามความคิดเห็นจากสมาชิกกลุ่ม อสม.และสอบถามจากผู้บริโภค ในชุดแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน คือสอบถามข้อมูลทั่วไป ความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ และข้อเสนอแนะ โดยใช้การประเมินแบบหาค่าร้อยละ และแบบมาตราส่วนประมาณค่า กำหนดค่าคะแนนออกเป็น 5 ระดับตามวิธีของลิเคอร์ ดังนี้

- 5 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับดีมาก
- 4 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับดี
- 3 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย
- 1 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

ซึ่งได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายข้อมูลเป็นค่าเฉลี่ย ดังนี้

- 4.51-5.0 ผลการประเมินในระดับดีมาก
- 3.51-4.50 ผลการประเมินในระดับดี
- 2.51-3.50 ผลการประเมินในระดับปานกลาง
- 1.51-2.50 ผลการประเมินในระดับน้อย
- 1.00-1.50 ผลการประเมินในระดับน้อยที่สุด

#### การวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยที่มีทั้งแบบคุณภาพและปริมาณ การวิเคราะห์ข้อมูลจึงต้องแยกเป็น 2 ส่วน คือ การวิเคราะห์เชิงสถิติจากแบบสอบถามที่ใช้สอบถามกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยาและผู้บริโภค ถึงความต้องการและความคิดเห็นที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ อีกส่วนเป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนาโดยนำข้อมูลที่เก็บจากการลงภาคสนามและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมมาร่วมวิเคราะห์ในงานวิจัย จากนั้นจึงนำข้อมูลทั้งสองส่วนมารวมกันออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยเล่าภูมิปัญญาผ่านความสำเร็จของกลุ่ม โดยตัวบรรจุภัณฑ์ทั้งสี่ด้านจะแบ่งการเล่า ดังนี้ ด้านหน้าจะเป็นตราสินค้าที่สื่อถึงความเป็นกลุ่ม โดยนำสัญลักษณ์มาใช้ ด้านหลังเล่าถึงประวัติกลุ่มจนกลายเป็นที่ยอมรับ ด้านซ้ายเป็นการใช้ถ้อยคำเพื่อให้ผู้บริโภคจดจำได้ โดยนำจุดเด่นของกลุ่มมาใช้โดยเลือกใช้

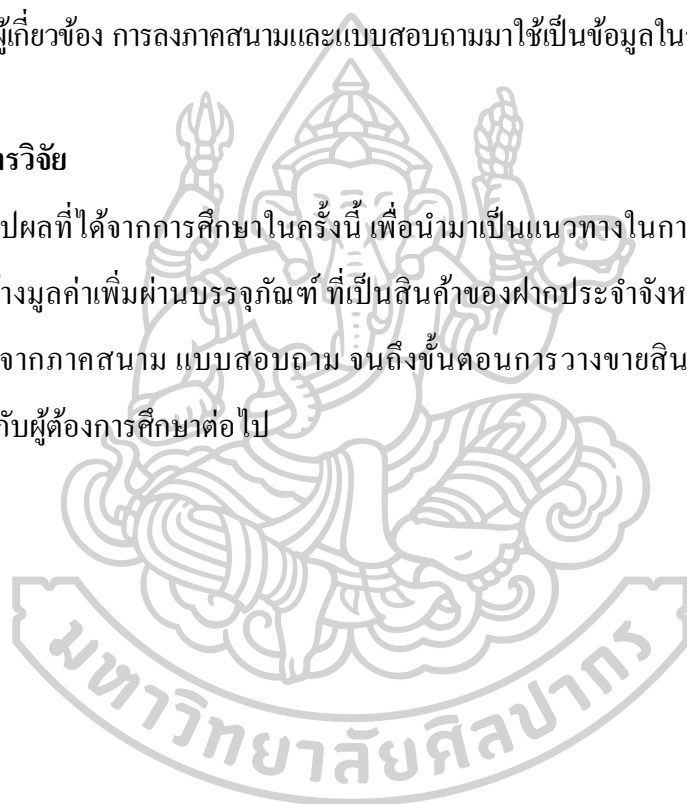
คำที่เข้าใจง่าย และด้านขวามือกำหนดการการบริโภคน โดยสิ่งต่างๆเหล่านี้เกิดจากการนำข้อมูลทั้งจากการลงภาคสนาม จากแบบสอบถามและจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทุกเล่ม โดยเฉพาะที่ศึกษาถึงพฤติกรรมการบริโภคไข่เค็มมาสรุปจนได้ผลลัพธ์ที่น่าพอใจกับทุกฝ่าย

### การอภิปรายผล

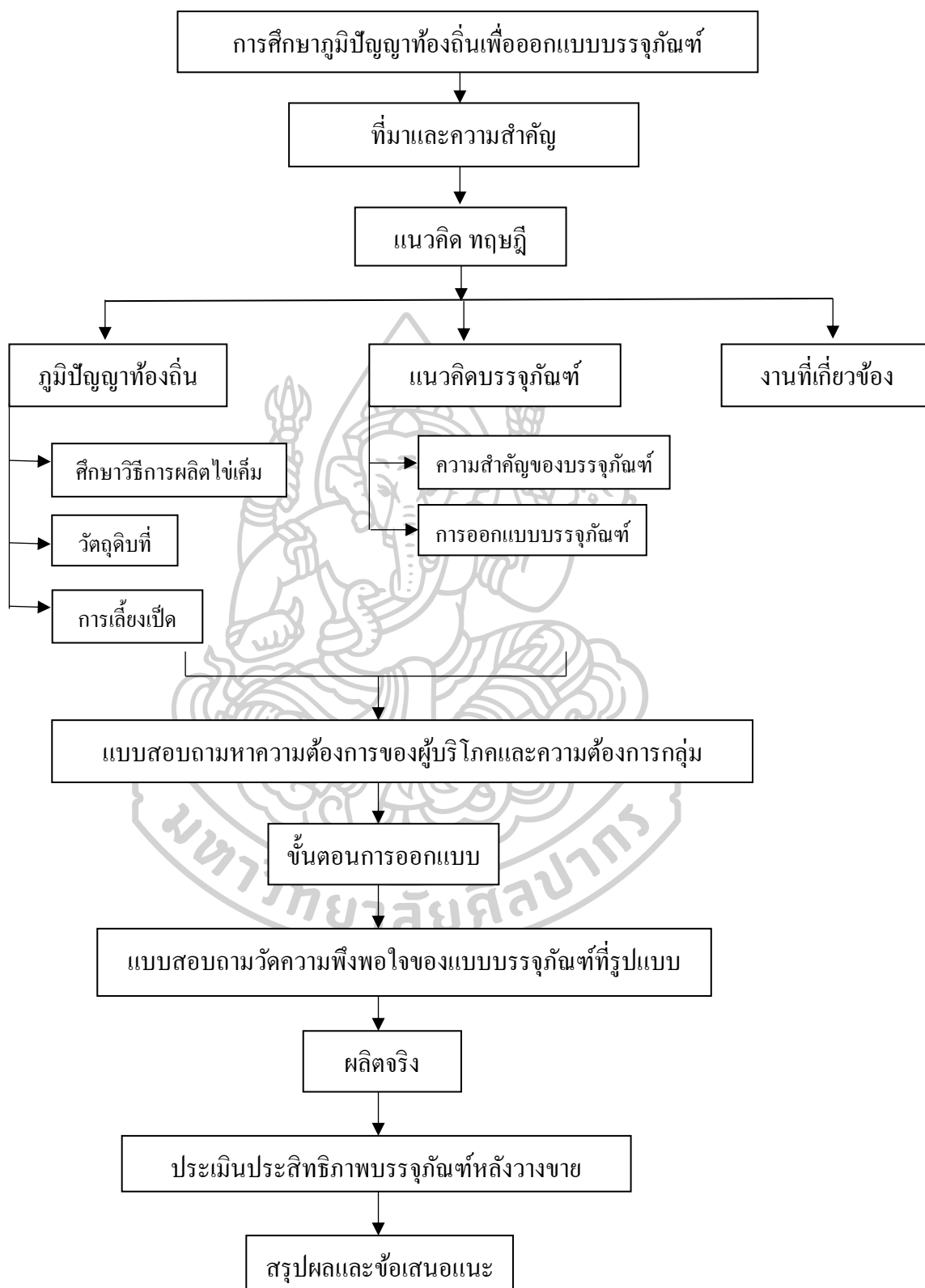
การอภิปรายผลการศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา ตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง การลงภาคสนามและแบบสอบถามมาใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

### การสรุปผลการวิจัย

สรุปผลที่ได้จากการศึกษาในครั้งนี้ เพื่อนำมาเป็นแนวทางในการนำภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านบรรจุภัณฑ์ ที่เป็นสินค้าของฝากประจำจังหวัด โดยสรุปผลจากการเก็บข้อมูลทั้งจากภาคสนาม แบบสอบถาม จนถึงขั้นตอนการวางขายสินค้าจริงเพื่อข้อมูลที่เป็นประโยชน์ให้กับผู้ต้องการศึกษาต่อไป



## กระบวนการดำเนินการวิจัย



ภาพที่ 1 แผนผังกรอบคิดในการวิจัย

## บทที่ 4

### ข้อมูลเบื้องต้นตำบลเดิม อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

บทนี้เป็นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับประวัติความเป็นมาของไข่มุกไชยา วัตถุประสงค์ที่ใช้ในการผลิตเป็นไข่มุก ขั้นตอนการผลิตไข่มุก และข้อมูลของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่มุก อสม. ไชยา ซึ่งตั้งอยู่ใน ตำบลเดิม อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นข้อมูลที่รวบรวมจากการสัมภาษณ์ สังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การลงภาคสนาม รวมทั้งศึกษาข้อมูลจากเอกสาร วารสารทางวิชาการ เอกสารการวิจัย บทความและ วิทยานิพนธ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและครอบคลุม แบ่งเนื้อหาออกเป็น 4 หัวข้อ ดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของอำเภอไชยาและข้อมูลตำบลเดิม
2. ข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่มุก อสม. ไชยา
3. ภูมิปัญญาการผลิตไข่มุกของกลุ่ม อสม. ไชยา
4. ภูมิปัญญาการเลี้ยงเป็ดของกลุ่มสมาชิก

#### ข้อมูลทั่วไปของอำเภอไชยา

##### ประวัติศาสตร์ของอำเภอไชยา

เมืองไชยา เป็นที่ยอมรับกันว่าเป็นเมืองศรีวิชัยที่มีความเจริญรุ่งเรือง ในระหว่างพุทธศตวรรษที่ 12-17 นับถือพุทธศาสนาเถรวาท คำนวณว่า “ไชยา” น่าจะตัดมาจาก คำว่า “วิชะยะ” หรือ “วิชัยยะ” และคำว่า “ศรีวิชัย” ก็คือคำว่า “ศรีวิชะยะ” นั่นเอง คนทางภาคใต้มักออกเสียงสั้น ๆ ว่า ชัยยะ เป็นไชยา คำว่า วิชัยแปลว่าชัยชนะ ความชนะ การปราบปราม การอยู่เหนืออำนาจหรือแปลว่าผู้มีชัยชนะ ความเป็นมาของชื่อเมืองไชยาก็คือ เป็นชื่อพระเจ้าศรีวิชัย จะเป็นเมืองศูนย์กลางหรือเมืองหลวงของอาณาจักรศรีวิชัยหรือไม่ ยากในการพิสูจน์เพราะหลักฐานต่างๆ ที่มีอยู่ไม่ชัดเจนพอ อย่างไรก็ตาม เมืองไชยา เคยเป็นเมืองใหญ่ที่มีอำนาจมาก เมื่อพุทธศตวรรษที่ 16-17 อาณาจักรตามพรลิงค์แห่งเมืองนครศรีธรรมราชก็กลับมาฟื้นคืนอำนาจอีกครั้งหนึ่ง เมืองไชยาลดบทบาทความสำคัญลงไป ขึ้นกับเมืองนครศรีธรรมราช พุทธศตวรรษที่ 19 เมื่อเมืองนครศรีธรรมราชตกเป็นเมืองประเทศราชของอาณาจักรสุโขทัย เมืองไชยาก็อยู่ในอำนาจกรุงสุโขทัย



ในสมัยกรุงศรีอยุธยาตอนต้น เมืองไชยาอยู่ในความปกครองของเมืองนครศรีธรรมราช เป็นหัวเมืองหนึ่งในเมือง 12 นักษัตริย์ เมืองบันโทสมอ ใต้ตราลิง (ปีวอก) เป็นตราประจำเมือง ต่อมาได้เปลี่ยนฐานะเป็นหัวเมืองชั้นตรีขึ้นฝ่ายกลาโหม แล้วยกไปขึ้นกับกรมท่าเช่นเดียวกับเมืองตะกั่วป่า แล้วได้ย้ายมาขึ้นกับฝ่ายกลาโหมอีกในตอนต้นสมัยรัชกาลที่ 1 แห่งกรุงรัตนโกสินทร์

ในสมัยพระเจ้ากรุงธนบุรี พ.ศ. 2312 กองทัพเมืองกรุงยกลงไปปราบก๊กเจ้าพระยานครโปรดให้หลวงนายศักดิ์ (เจ้าพระยาจักรีแขก) เป็นแม่ทัพ ยกทัพบกผ่านเมืองปะทิว เมืองชุมพร ชาวเมืองอพยพหนีเข้าป่าสลับ แต่ยังมีนายมั่นคุมสมัครพรรคพวกเข้ามาอ่อนน้อมหาแม่ทัพจึงได้นำความกราบบังคมทูลพระกรุณาแต่งตั้งให้นายมั่นเป็นพระชุมพรให้กะเกณฑ์พลอาสาสมัครร่วมกับกองทัพหลวง ครั้นมาถึงเมืองไชยาปลัดเมืองไชยรวบรวมไพร่พลเข้ามาสวามิภักดิ์แก่แม่ทัพ เพื่อเข้าร่วมกองทัพด้วย เมื่อทรงทราบก็โปรดเกล้าฯ ตั้งให้หลวงปลัดเป็นพระยาศรีวิชัยศักดิ์ เจ้าเมืองไชยราชทินนามบรรดาศักดิ์ประจำตำแหน่งเจ้าเมืองไชยา จึงมีชื่อเรียกว่าพระยาศรีวิชัยศักดิ์ ตั้งแต่นั้นมา

ในสมัยรัชกาลที่ 1 พ.ศ. 2328 ครั้นเกิดศึกพระเจ้าปะดุง พม่ายกทัพมารุกรานหัวเมืองปักษ์ใต้ ได้เมืองระนอง เมืองกระบี่ เมืองชุมพร ได้โดยง่าย แล้วเผาเมืองชุมพรเสียก่อนที่จะยกลงมาตีเมืองไชยา เมืองนครศรีธรรมราชต่อไป ปรากฏว่าเมืองไชยาถูกพม่าเผาเสียในคราวนั้นด้วย เข้าใจว่าหลังจากเมืองไชยาถูกพม่าทำลายเผาเมืองเสียหายยากที่จะปฏิสังขรณ์ จึงได้ย้ายที่ตั้งเมืองจากบ้านเวียงไปตั้งใหม่ที่ชายทะเลนอกค่าย ตำบลพุมเรียง เนื่องจากบริเวณปากคลองพุมเรียงมีบ้านผู้คนหนาแน่นเป็นท่าเรือทั้งเรือประมงและเรือค้าขายจึงเป็นชุมชนที่เจริญมานานเพราะสะดวกต่อการติดต่อค้าขายและการคมนาคมกับหัวเมืองอื่นๆ อยู่ใกล้ทะเลห่างเพียงประมาณ 1 กิโลเมตร เท่านั้น และมีวัดเก่าอยู่ 2-3 วัด ที่สร้างมาตั้งแต่สมัยอยุธยา คือ วัดรอ (สมุหนิมิต) วัดโพธาราม เป็นต้น

เมื่อวันที่ 26 กันยายน ร.ศ.115 (พ.ศ. 2439) สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ เสนาบดีกระทรวงมหาดไทยได้ทำหนังสือกราบบังคมทูลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ให้ทรงทราบว่าตามที่ได้มีกระแสพระราชดำริให้จัดหัวเมืองปักษ์ใต้ตอนเหนือ เมืองนครศรีธรรมราชขึ้นคือ เมืองชุมพร เมืองไชยา เมืองหลังสวนเมืองกาญจนดิษฐ์ และเมืองกำเนิดนพคุณ (บางสะพาน) ทั้ง 5 หัวเมืองรวมเข้าเป็นมณฑลเทศาภิบาล เรียกว่ามณฑลชุมพร ดังนั้นในเมืองมณฑลชุมพรจึงจะมีเพียง 5 หัวเมือง ซึ่งพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ทรงเห็นชอบตามที่สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพดำเนินการไป นอกจากนี้ยังทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้ย้ายเมืองคีรีรัฐนิคมซึ่งเคยเป็นเมืองขึ้นกับเมืองไชยา



เพราะเหตุที่เมืองคีรีรัฐนิคมอยู่ฝ่ายน้ำริมข้างฝั่งทะเลตะวันออก ตั้งอยู่ริมลำน้ำเมืองไชยา ไปมาถึงกันง่าย พร้อมทั้งโปรดเกล้าฯ ให้ยกเกาะสมุย ซึ่งเคยขึ้นกับเมืองนครศรีธรรมราช และเกาะพะงัน ซึ่งเคยขึ้นกับเมืองไชยา รวมเป็นอำเภอเดียวกัน ให้ไปขึ้นแก่เมืองกาญจนดิษฐ์ ซึ่งอยู่ใกล้กว่าเมืองอื่น สามารถเดินทางไปมาติดต่อกันได้สะดวกขึ้นต่อมาเมื่อวันที่ 26 กันยายน ร.ศ. 118 (พ.ศ. 2442) สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ ได้ทำหนังสือกราบบังคมทูลพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวขอพระบรมราชานุญาตรวมเมืองกาญจนดิษฐ์กับเมืองไชยาเข้าเป็นเมืองเดียวกันเรียกว่า “เมืองไชยา” เนื่องจาก 2 เมืองนี้เป็นเมืองใกล้ชิดติดต่อกันและไม่ใหญ่เท่าใดนัก ขอให้หลวงวิเศษภักดี ข้าหลวงว่าราชการเมืองไชยา รักษาราชการต่อไปทั้ง 2 เมือง โดยให้ไปตั้งศาลากลางที่บ้านคอนหรือเมืองกาญจนดิษฐ์ (ตัวเมืองสุราษฎร์ธานีปัจจุบัน) ส่วนเมืองไชยาเดิมซึ่งย้ายไปตั้งที่ตำบลพุมเรียงให้เปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอพุมเรียงตามนามตำบล สาเหตุที่ให้คงชื่อเมืองไชยาไว้เนื่องจากทรงเห็นว่าเป็นเมืองประวัติศาสตร์สำคัญเก่าแก่มีชื่อเสียงเมืองหนึ่ง

ในปีถัดมา สมเด็จพระยาดำรงราชานุภาพ เสนาบดีกระทรวงมหาดไทยได้ทำหนังสือลงวันที่ 3 เมษายน ร.ศ.119 ( พ.ศ. 2443) กราบบังคมทูลให้ทรงทราบว่าได้รับไปบอกพระยารัตนภักดี ข้าหลวงว่าราชการเมืองไชยาเสนอว่าในการที่จะรวมเมืองกาญจนดิษฐ์เป็นเมืองไชยานั้น ควรยกศาลเมืองไชยาไปรวมตั้งอยู่ที่บ้านคอน และยกอำเภอไชยาขึ้นเป็นศาลแขวง มีอำนาจพิจารณาพิพากษาคดีของราษฎรตามพระธรรมนูญศาลหัวเมือง ก็พอจะระงับกิจทุกข์สุขของราษฎรเรียบร้อยได้ และยกคลังเมืองไชยา ไปรวมอยู่กับคลังอำเภอบ้านคอน การรับเงินที่เมืองไชยาปีหนึ่งเกินกว่า 50,000 บาท การรักษาพระราชทรัพย์แต่แห่งเดียวขึ้นที่มั่นคงขึ้น ทั้งเป็นการง่ายในการเบิกจ่ายทำบัญชีทั้งปวง และขอให้ยกที่ว่าการเมืองไชยา ไปรวมอยู่ที่บ้านคอนพลางก่อน จนกว่าจะได้จัดการก่อสร้างขึ้นที่ตำบลท่าข้าม (อำเภอพุนพินในปัจจุบัน) ที่เมืองไชยานั้นให้ปลัดอยู่ประจำรักษาราชการส่วนผู้ว่าราชการเมืองนั้นจะได้ออกตรวจราชการต่างๆ ทั่วไปทั้งบ้านคอนและไชยา พระยารัตนเศรษฐีจึงได้มีหนังสือตอบ ไปยังหลวงวิเศษภักดีว่าให้รับจัดการไปตามความเห็น ของหลวงวิเศษภักดีไปพลาง ๆ ก่อน แต่การศาลเมืองไชยานั้นให้ปรึกษากับพระศรีสัตยารักษ์ ข้าหลวงพิเศษให้เป็นที่ตกลงกัน

ในปี พ.ศ.2458 สมัยรัชกาลที่ 6 ทรงพระกรุณาโปรดเกล้าฯ ให้เปลี่ยนชื่อเมืองไชยาที่บ้านคอนว่า เมืองสุราษฎร์ธานี ส่วนชื่อเมืองไชยาให้กลับไปใช้เป็นชื่อของอำเภอพุมเรียง เพื่อรักษาชื่อเมืองสำคัญในประวัติศาสตร์ไว้ (เดิมเมื่อแรกย้ายเมืองไปตั้งที่บ้านนอกค่าย ตำบลพุมเรียงก็เรียกชื่อว่าเมืองไชยาอยู่ก่อนแล้ว)

ครั้นถึง พ.ศ.2478 ได้ย้ายที่ตั้งอำเภอพุมเรียงกลับขึ้นมาตั้งที่บ้านดอนโรงทอง ตำบลทุ่งห่างจากบ้านเวียงประมาณครึ่งกิโลเมตรเศษ เนื่องจากทางบกมีรถไฟตัดผ่าน การสัญจรสะดวกกว่าทางน้ำ ทางทะเลลดบทบาทความสำคัญลง ยิ่งในฤดูมรสุมล้าบากมาก

ในปี พ.ศ. 2481 เมื่อมีระเบียบการเรียกชื่ออำเภอในทางการปกครองว่าอำเภอใด ที่มีศาลากลางจังหวัดนั้นตั้งอยู่ให้เรียกว่า อำเภอเมืองและให้มีชื่อตามชื่อจังหวัด อำเภอเมืองไชยาจึงต้องตัดคำว่า “เมือง” ออก อำเภอเมืองไชยาจึงเป็นอำเภอไชยา และแยกบริเวณที่ตั้งที่ว่าอำเภอออกจากตำบลทุ่ง ตั้งขึ้นเป็นตำบลลาดไชยาอีกตำบลหนึ่ง เมื่อ พ.ศ. 2482 ดังที่เป็นอยู่ในทุกวันนี้ (มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย, 2542)

### **ที่ตั้งและอาณาเขต**

ไชยาเป็นหนึ่งในอำเภอของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งตั้งอยู่ทางทิศเหนือของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ห่างจากตัวจังหวัดสุราษฎร์ธานี 66 กิโลเมตร ห่างจากกรุงเทพมหานคร ระยะทางประมาณ 585 กิโลเมตร เนื้อที่ประมาณ 1,004 ตารางกิโลเมตรหรือประมาณ 631,250 ไร่ (ที่ทำการปกครองอำเภอไชยา, 2561: 3)

**ทิศเหนือ** ติดต่อกับอำเภอท่าชนะ ลักษณะพื้นที่มีความลาดเอียงจากทิศตะวันตกสู่ทิศตะวันออก มีลักษณะพื้นที่ราบลุ่ม พื้นที่ส่วนใหญ่จะมีการปลูกพืชเศรษฐกิจที่สำคัญ คือ ปาล์ม น้ำมัน ยางพารา และผลไม้ ซึ่งอดีตเกษตรกรขายผลผลิตได้ในราคาค่อนข้างสูง แต่ในระยะหลังพืชเศรษฐกิจดังกล่าว ราคาตกต่ำ ทำให้เกษตรกรขาดกำลังซื้อ ประกอบด้วยเกษตรกรมีการปลูกพืชเชิงเดี่ยวตามกระแสตลาดโลก

**ทิศใต้** ติดต่อกับอำเภอท่าฉาง พื้นที่มีความใกล้เคียงกับพื้นที่นาทิศเหนือ การปลูกพืชก็มีลักษณะใกล้เคียงกัน

**ทิศตะวันออก** ติดต่อกับทะเลอ่าวไทย (อ่าวบ้านดอน) โดยมีพื้นที่ติดต่อทะเล จำนวน 3 ตำบล คือ ตำบลตะกรบ ตำบลพุมเรียง และตำบลเลม็ด ซึ่งมีระยะทางประมาณ 20 กิโลเมตร ประชาชนในบริเวณพื้นที่ดังกล่าวจะประกอบอาชีพประมง ซึ่งพื้นที่ดังกล่าวเป็นทั้งพื้นที่เป็นดินเลน มีป่าชายเลนที่ค่อนข้างสมบูรณ์ เป็นแหล่งพักตัวของสัตว์น้ำ ทำให้ประชาชนมีรายได้จากการประกอบอาชีพที่มั่นคง และพื้นที่ส่วนหนึ่งเป็นชายหาดมีทรายขาวธรรมชาติยังมีความสมบูรณ์ ซึ่งจะมีการประกอบธุรกิจเกี่ยวกับที่พัก ร้านอาหาร เป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ ที่รอการพัฒนา ให้มีความครอบคลุมด้านสาธารณูปโภค ปัจจุบันมีการก่อสร้างเส้นทางเพื่อศึกษาธรรมชาติป่าชายเลนเพื่อเป็นการศึกษาเรียนรู้ และพักผ่อนหย่อนใจของนักท่องเที่ยว

แต่อีกส่วนหนึ่งของพื้นที่ชายฝั่ง จะมีการเปลี่ยนแปลงพื้นที่จากการกัดเซาะ ในช่วงที่ลมมรสุมตะวันออกเฉียงเหนือพัดผ่าน สาเหตุเกิดจากกิจกรรมการใช้ประโยชน์ที่ดินของมนุษย์ อันมีผล

มาจากการพัฒนาพื้นที่ชายฝั่ง และจากสภาพคลื่นลมแรงขึ้นทุกปี อันเป็นปัจจัยเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงชายฝั่งทะเล ทำให้มีอัตราการกัดเซาะชายฝั่งทะเลที่รุนแรงมากขึ้นจากสภาพธรรมชาติ

**ทิศตะวันตก** ติดต่อกับอำเภอเกาะเปอร์ จังหวัดระนอง และอำเภอท่าฉาง เป็นที่ราบสูงประกอบด้วยภูเขา และป่าไม้ พื้นที่ด้านทิศตะวันตกเป็นสวนยางพารา และสวนผลไม้ยืนต้นทั่วไป พื้นที่บางส่วนตั้งอยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติแก่งกรุงพื้นที่ในเขตป่า พื้นที่ส่วนใหญ่ไม่มีเอกสารสิทธิ์ มีเพียงใบแสดงการเสียดำเนินการที่ (ภทบ.5) ไม่มีเอกสารสิทธิ์ ทำให้ยากต่อการเข้าถึงแหล่งเงินทุนภาครัฐ (ที่ทำการปกครองอำเภอไชยา, 2561: 5)

### ลักษณะภูมิประเทศ

อำเภอไชยาสามารถแบ่งพื้นที่ออกได้เป็นสามตอน คือ ทางทิศตะวันออกซึ่งติดกับทะเลเป็นที่ราบน้ำเค็ม มีป่าชายเลน ไม้เบญจพรรณ และทุ่งหญ้าที่ไม่สามารถเลี้ยงสัตว์ได้ ตอนกลางเป็นที่ราบลุ่มเดิมมีน้ำไหลผ่าน ตลอดทั้งปี แต่ปัจจุบันน้ำจะแห้งในช่วงเดือนกุมภาพันธ์ – เมษายน ทิศตะวันตกเป็นที่ราบสูงประกอบด้วย ภูเขา และป่าไม้ (ที่ทำการปกครองอำเภอไชยา, 2561: 5)

### การคมนาคม

ในเขตอำเภอไชยามีทั้งทางบกและทางน้ำ สมัยโบราณเมืองไชยาเป็นเมืองท่าที่สำคัญท่าเรือใหญ่อยู่ที่แหลมโพธิ์ ตำบลพุมเรียง เรือขนาดย่อมสามารถเข้าไปในตัวเมืองไชยาได้ ดังนั้นการคมนาคมติดต่อระหว่างเมืองต่างๆที่ห่างไกลไปทางปากแม่น้ำเจ้าพระยาคากลาง และหัวเมืองฝ่ายใต้ตลอดถึงปลายแหลมมลายู เช่น สิงคโปร์ สมัยก่อนจึงมีทั้งเรือไทย เรือแขก (ชวา-มลายู) และเรือจีน บรรทุกสินค้าและเวียนขึ้นล่องอยู่เสมอ นับว่าการคมนาคมทางทะเลสะดวกมาก (มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย, 2542)

การคมนาคมทางน้ำ คือ การเดินทางด้วยเรือมีคลองสำคัญๆที่ใช้เพื่อการคมนาคมและใช้น้ำเพื่อการเกษตร 3 สาย คือ 1. คลองไชยา 2. คลองตะเคียน 3. คลองพุมเรียง(มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย, 2542) ในปัจจุบันการคมนาคมในอำเภอไชยา แบ่งเป็น 2 ช่องทาง ดังนี้

#### 1. ทางบก

ไม่มีสถานีขนส่งที่เป็นของทางราชการ มีสถานีที่บริการขนส่งของเอกชน ซึ่งมียานพาหนะ 2 ประเภท โดยการเดินทาง คือ รถตู้โดยสารวิ่งระหว่างอำเภอกับจังหวัด ค่าโดยสาร 60 บาท และรถประจำทางขนาดเล็ก (รถสองแถว) ซึ่งจะรับผู้โดยสารตามเส้นทางที่วิ่งผ่านระหว่างอำเภอกับจังหวัด ค่าโดยสาร 40 บาท นอกจากนั้นยังมีสถานีรถไฟ ซึ่งเป็นจุดบริการขนส่งผู้โดยสารและสินค้า

## 2. ทางอากาศ

การเดินทางจากอำเภอไชยา ไปยังท่าอากาศยานนานาชาติสุราษฎร์ธานี มีระยะเพียง 30 กิโลเมตร พิวการจราจรค่อนข้างสมบูรณ์ การเดินทางสะดวก (ที่ทำการปกครองอำเภอไชยา, 2561 : 19)

### อาชีพของพลเมือง

1. การทำนา เป็นอาชีพที่สำคัญที่สุด เมืองไชยาผลิตข้าวได้มากที่สุด เนื่องจากพื้นที่ราบไปจนสุดทะเลอ่าวไทย มีการเพาะปลูกมากินดี น้ำบริบูรณ์ เมืองไชยาจึงเป็นอู่ข้าวอู่น้ำมาตั้งแต่สมัยศรีวิชัยจนปัจจุบัน ปัจจุบันทำนาได้ 2 ครั้ง มีค่าครองชีพที่ชาวเมืองได้ผูกไว้มีความหมายให้ภาพชีวิตความเป็นอยู่ที่เด่นชัดว่า “อันเมืองไชยา ใครไปใครมา อาหารไม่ออด อารีอรอบ ไม่ชอบถ้อยส เป็นที่ปรากฏกันมาแต่ไร” ซึ่งเป็นทำนองแสดงความอุดมสมบูรณ์ คือ “มีข้าวเต็มนา มีปลาเต็มน้ำ” นั่นเอง

2. ทำการประมง การประมงของไชยามีทั้งประมงน้ำจืดและประมงน้ำเค็ม โดยเฉพาะบริเวณอ่าวบ้านดอน ส่วนการประมงน้ำจืดมีตามแม่น้ำลำคลองทั่วไป

3. การทอผ้า แหล่งผลิตผ้าที่ใหญ่ที่สุดอยู่ที่ตำบลพุมเรียง มีการทอผ้ายก ผ้าไหม

4. การเลี้ยงสัตว์ สัตว์เลี้ยงที่มีเกือบทุกครัวเรือน

5. อาชีพอื่น ๆ มีการทำสวน ทำไข่เค็ม หัตถกรรมที่ผลิตจากตาล การทำน้ำตาลผลิตภัณฑ์ส่งเสริมที่สำคัญในอำเภอ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยา ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมพุมเรียง (สารานุกรมวัฒนธรรมไทย ภาคใต้, 2554 : 390 )

### การปกครอง

แบ่งเขตการปกครองตาม พ.ร.บ. ลักษณะปกครองพื้นที่ พุทธศักราช 2457 เป็น 9 ตำบล 54 หมู่บ้าน มีชื่อตำบล ดังนี้

1. ตลาดไชยา 2. พุมเรียง 3. เลม็ด 4. เวียง 5. หุ้ง 6. ตะกรบ 7. ป่าเว 8. โมถ่าย 9. ปากหมาก (ที่ทำการปกครองอำเภอไชยา, 2561 : 5)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จำนวน 9 แห่ง

- เทศบาล 3 แห่ง

- องค์การบริหารส่วนตำบล 6 แห่ง

(ที่ทำการปกครองอำเภอไชยา, 2561: 6)

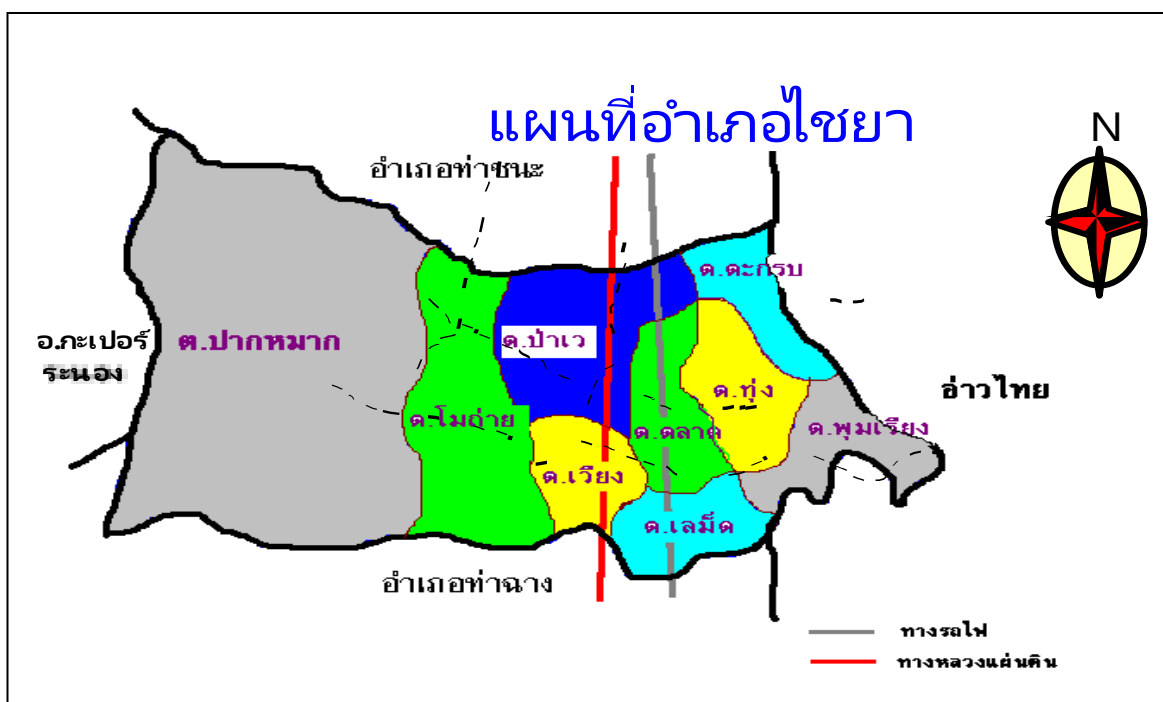
หน่วยงานอิสระ จำนวน 2 หน่วยงาน

- ศาลจังหวัดไชยา

- สำนักงานอัยการจังหวัดไชยา (ที่ทำการปกครองอำเภอไชยา, 2561: 6)

### คำขวัญอำเภอไชยา

พระบรมธาตุคู่เมือง รุ่งเรืองพุทธศาสน์  
 พุทธทาสปราชญ์โลก สวนโมกขพลาราม  
 ลือนามศรีวิชัย ผ้าไหมพุมเรียง  
 ทะเลเคียงหาดทราย แหล่งซื้อขายไข่เค็ม  
 (ที่ทำการปกครองอำเภอไชยา, 2561: 3)



ภาพที่ 2 แผนที่อำเภอไชยา

ที่มา : ที่ว่าการอำเภอไชยา 22 เมษายน 2561 (ที่ทำการปกครองอำเภอไชยา, 2561: 4)

### ข้อมูลพื้นฐานของตำบลเลม็ด

ตำบลเลม็ด ประกอบด้วยหมู่บ้านจำนวน 7 หมู่บ้าน ได้แก่

1. บ้านท่าใหญ่ อยู่ในเขตหมู่ที่ 1 แต่เดิมคลองท่าโพธิ์ที่ผ่านหมู่บ้านนี้เป็นคลองขนาดใหญ่มาก เมื่อก่อนมีการแห่พระพุทธรูปทางน้ำซึ่งมีประจำทุกปี จะมีการแข่งเรือและสถานที่ซึ่งเป็นคลองใหญ่ตรงนี้เคยใช้เป็นที่แข่งเรือ การที่มีคลองใหญ่จึงเรียกว่าท่าใหญ่ เมื่อคลองเล็กลงและมีคนมาอาศัยอยู่เพิ่มขึ้น จึงเรียกหมู่บ้านนี้ว่า “บ้านท่าใหญ่”

2. **บ้านวัดแก้ว** อยู่ในเขตหมู่ที่ 2 เป็นหมู่บ้านที่อยู่บริเวณ “วัดแก้ว” ซึ่งเป็นวัดเก่าแก่วัดหนึ่งของอำเภอไชยา จึงเรียกหมู่บ้านนี้ว่า “บ้านวัดแก้ว”

3. **บ้านนาหลวง** อยู่ในเขตหมู่ที่ 3 เป็นหมู่บ้านที่ตั้งอยู่ริมทางรถไฟ แต่เดิมพื้นที่ทั้งหมดเป็นของทางราชการ ซึ่งชาวบ้านเรียกว่า “หลวง” บริเวณนี้จึงเป็นนาของหลวง จึงเรียกชื่อหมู่บ้านนี้ว่า “บ้านนาหลวง”

4. **บ้านปากท่อ** อยู่ในเขตหมู่ที่ 4 หมู่บ้านนี้ไม่มีใครทราบสาเหตุว่าเพราะอะไรจึงเรียกบ้านปากท่อ ทราบเพียงแต่ว่าหมู่บ้านนี้เป็นหมู่บ้านที่ใหญ่กว่าหมู่บ้าน “ดอนลือทอง”

5. **บ้านเลม็ด** อยู่ในเขตหมู่ที่ 5 เป็นพื้นที่ที่อยู่ติดกัน ไม่อาจจะทราบที่มาได้แต่สำหรับบ้านเลม็ดนั้น พิจารณาจากที่ตั้งของหมู่บ้านอยู่ลึกเข้าไปและมีหมู่บ้านอื่นบังอยู่ส่วนด้านหลังติดทุ่งนา จะเห็นได้ว่าเป็นหมู่บ้านที่อยู่มีดชิดเข้าไป ซึ่งคำว่ามีดชิดชาวไชยาเรียกว่า “เม็ด” จึงเรียกว่าบ้านเม็ด หรือบ้านเลม็ด จากนิทานที่บอกเล่ากันว่าครั้งหนึ่งมียักษ์ตนหนึ่งได้ผูกขึ้นจากบ่อโคลน เมื่อยักษ์ตนนั้นเดินผ่านมายังหมู่บ้านแห่งนี้ ชาวบ้านเกรงกลัวยักษ์จึงช่วยกันตีหม้อ เคาะไห หมู่บ้านที่ช่วยกันตีหม้อหรือเคาะไหจึงเรียกชื่อหมู่บ้านแห่งนี้ว่า “บ้านเคาะหม้อ” ส่วนยักษ์ตนนั้นเมื่อได้ยินเสียงดังเช่นนั้นเกิดอาการกลัวจึงรีบเดินหายไปหรือเดิน “เม็ด” ที่หมู่บ้านถัดมา จึงเรียกหมู่บ้านนั้นว่า “บ้านเม็ดหรือบ้านเลม็ด” ในปัจจุบัน

6. **บ้านปากด่าน** อยู่ในเขตหมู่ที่ 6 เป็นหมู่บ้านที่อยู่ติดกับถนนสายเอเชียและสวนโมกขพลาราม ที่เรียกกันว่าหมู่บ้านปากด่านเพราะสถานที่ตั้งบริเวณนี้เป็นปากทางเข้าสู่เมืองไชยาเป็นที่ตั้งด่านตรวจคน รวมทั้งในครั้งที่เกิดสงครามพม่าในสถานที่ตรงนี้เป็นบริเวณที่เป็นหน้าด่านของเมืองไชยาจึงเรียกหมู่บ้านนี้ว่า “บ้านปากด่าน”

7. **บ้านไทรงาม** อยู่ในเขตหมู่ที่ 7 เดิมหมู่บ้านนี้มีชื่อเรียกว่า “บ้านท้องทุ่ง” หรือ “ท้องถ้ง” คำว่าถ้ง หมายถึง ถังสำหรับตักน้ำ เล่ากันว่ามีทองคำใส่ถ้งไว้ใต้ต้นโพธิ์ใหญ่ แต่ไม่มีใครสามารถเอาออกมาได้จึงเรียกหมู่บ้านนี้ว่า “ท้องถ้ง” แล้วเพี้ยนมาเป็นท้องทุ่ง แต่ปัจจุบันที่เรียกว่าบ้านไทรงามนั้น เริ่มเรียกกันตั้งแต่มีการสร้างโรงเรียนขึ้นในหมู่บ้าน ทางราชการตั้งชื่อโรงเรียนนี้ว่า “โรงเรียนบ้านไทรงาม” เพราะตามลำคลองท่าปูนเมื่อผ่านนาลิกมามีป่าไทรที่สวยงามและจัดเป็นสถานที่ท่องเที่ยวอีกแห่งหนึ่งของอำเภอไชยา ป่าไทรนั้นเรียกว่าไทรงาม คนจึงนิยมเรียกว่า “บ้านไทรงาม” (องค์การบริหารส่วนตำบลเลม็ด)



### **ที่ตั้งและอาณาเขตตำบลเลม็ด**

ที่ทำการองค์การบริหารส่วนตำบลเลม็ด ตั้งอยู่ในพื้นที่หมู่ที่ 2 ตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยมีระยะห่างจากอำเภอไชยาประมาณ 3 กิโลเมตร มีอาณาเขตติดต่อกับตำบลต่าง ๆ ดังนี้

**ทิศเหนือ** ติดต่อกับ เทศบาลตำบลตลาดและตำบลเวียง

**ทิศใต้** ติดต่อกับ อำเภอท่าฉาง

**ทิศตะวันออก** ติดต่อกับ ทะเลอ่าวไทย

**ทิศตะวันตก** ติดต่อกับ ตำบลโมถ่าย

ตำบลเลม็ดมีเนื้อที่ประมาณ 98 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 61,250 ไร่ (องค์การบริหารส่วนตำบลเลม็ด 21 มีนาคม 2562)

### **ลักษณะภูมิประเทศ**

สภาพภูมิประเทศของตำบลเลม็ด สามารถแยกได้ 3 ลักษณะ คือ ที่ราบสูงทางทิศตะวันตกในพื้นที่หมู่ที่ 6 บ้านปากด่าน เป็นที่ราบลุ่มในพื้นที่หมู่ที่ 2 บ้านวัดแก้ว, 3 บ้านนาหลวง, 5 บ้านเลม็ด และหมู่ที่ 6 บ้านปากด่าน, 7 บ้านไทรงาม บางส่วนเป็นที่ราบ ชายฝั่งทะเลอยู่ทางทิศตะวันออกซึ่งเป็นพื้นที่ของหมู่ที่ 1 บ้านท่าใหญ่, 4 บ้านปากท่อ, 7 บ้านปากด่าน (องค์การบริหารส่วนตำบลเลม็ด 21 มีนาคม 2562)

### **ลักษณะภูมิอากาศ**

ตำบลเลม็ดมีสภาพภูมิอากาศ 2 ฤดู ดังนี้

ฤดูร้อน เดือนกุมภาพันธ์ – เดือนพฤษภาคม

ฤดูฝน เดือนมิถุนายน – เดือนมกราคม



ตารางที่ 1 จำนวนประชากรจากทะเบียนบ้านตำบลเลม็ด

ลำดับ	หมู่บ้าน	ชาย	หญิง	ครัวเรือน	รวม
1.	ท่าใหญ่	367	349	224	940
2.	วัดแก้ว	401	433	322	1,156
3.	นาหลวง	220	227	152	599
4.	ปากท่อ	376	460	327	1,163
5.	เลม็ด	74	65	51	190
6.	ปากด่าน	579	629	559	1,767
7.	ไทรงาม	332	388	231	951

ที่มา : องค์การบริหารส่วนตำบลเลม็ด ข้อมูลเมื่อวันที่ 27 พฤศจิกายน พ.ศ. 2562

#### การนับถือศาสนา

ประชาชนส่วนใหญ่นับถือศาสนาพุทธ คิดเป็นร้อยละ 99 และศาสนาอื่น ๆ เช่น อิสลาม ศาสนาคริสต์ เป็นต้น คิดเป็นร้อยละ 1 (องค์การบริหารส่วนตำบลเลม็ด 21 มีนาคม 2562)

#### จำนวนแรงงานในตำบลเลม็ด

จำนวนประชากรในวัยทำงานของตำบลเลม็ด ประมาณร้อยละ 80 ประกอบอาชีพในภาคเกษตร รองลงมาร้อยละ 10 เป็นแรงงานในภาคอุตสาหกรรม การบริการ ค้าขาย รับจ้างทั่วไป รับราชการ และร้อยละ 10 ได้แก่ ผู้ที่กำลังศึกษา พระภิกษุ สามเณร สตรีที่มีภาระในการเลี้ยงดูทารก (องค์การบริหารส่วนตำบลเลม็ด 21 มีนาคม 2562)

#### ข้อมูลพื้นที่หมู่ที่ 5 เลม็ด

##### ลักษณะภูมิประเทศของหมู่ 5 บ้านเลม็ด

หมู่ที่ 5 เลม็ดมีพื้นที่ทั้งหมด 19,500 ไร่ พื้นที่นา 488 ไร่ พืชเกษตรอื่น ๆ 187 ไร่ เลี้ยงสัตว์ 10 ครัวเรือน พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มเหมาะแก่การทำนาข้าว

##### มีอาณาเขตติดต่อบ้านเลม็ด

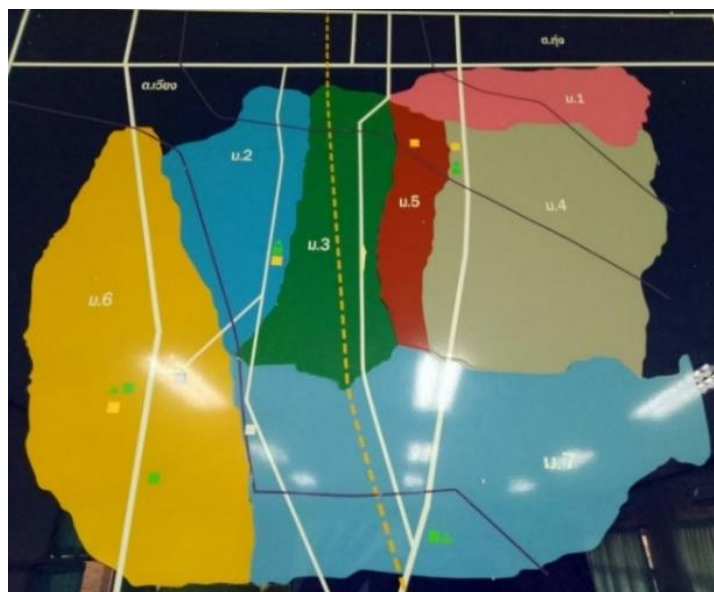
ทิศเหนือ ติดต่อกับ เทศบาลตำบลตลาดไชยา

ทิศใต้ ติดต่อกับ หมู่ 3 บ้านนาหลวง และหมู่ 7 บ้านไทรงาม

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ หมู่ 1 บ้านท่าใหญ่ และหมู่ 4 บ้านปากท่อ

ทิศตะวันตก ติดต่อกับ หมู่ 3 บ้านนาหลวง และหมู่ 1 ตำบลตลาดไชยา

(องค์การบริหารส่วนตำบลเลม็ด 21 มีนาคม 2562)



ภาพที่ 3 แผนที่ตำบลเลม็ด

ที่มา : องค์การบริหารส่วนตำบลเลม็ด 21 มีนาคม 2562

ประชากร ชาย 74 คน หญิง 65 คน มี 51 ครัวเรือน

สภาพทางเศรษฐกิจ ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพหลัก คือ ทำนา เลี้ยงสัตว์  
ข้อมูลเกษตรกรและเปิดที่เลี้ยง

เกษตรกร 31 คน เปิดไข่ 3,828 คน (ปลุสัตว์อำเภอไชยา, 29 พฤศจิกายน 2562)

ผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในชุมชน

1. ไข่เค็ม อสม. ผลิตโดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.
2. ข้าวลุมวรินทร์ ผลิตโดยนายวรินทร์ สังข์ปล้อง

ประวัติความเป็นมาของไข่เค็มไชยา

ไข่เค็มไชยาเป็นอาหารชนิดหนึ่งที่ชาวอำเภอไชยารู้จักทำเพื่อการการถนอมอาหารเก็บไว้กินได้นานๆ และมีการทำมาตั้งแต่โบราณ เนื่องจากในท้องที่อำเภอไชยาเป็นพื้นที่ที่มีการทำนามากที่สุดในจังหวัดสุราษฎร์ธานี การเลี้ยงเป็ดของชาวไชยามีเกือบทุกบ้านของผู้มีอาชีพทำนา ซึ่งจะ

เลี้ยงกันบ้านละ 10-20 ตัว การเลี้ยงเปิดส่วนใหญ่มักจะเลี้ยงด้วยวิธีปล่อยทุ่ง เปิดจะหาอาหารธรรมชาติในทุ่งนา ซึ่งมีจำพวกปู ปลา หอย อย่างสมบูรณ์และจะเสริมด้วยอาหาร ข้าวเปลือกจึงทำให้คุณภาพของไข่เป็ดแดงจัดไม่เหลืองหรือขาว ไม่มีกลิ่นคาวและจะมีความมันติดกับไข่เป็ดในท้องที่อื่นๆ ด้วยเหตุนี้ทำให้ไข่เค็มไชยาเป็นที่รู้จักกันแพร่หลายและเป็นสินค้าอย่างหนึ่งที่ทำชื่อเสียงให้กับอำเภอนี้ (มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย, 2542)

ในปี พ.ศ. 2446 ซึ่งมีการก่อสร้างทางรถไฟสายใต้ มีชาวจีนจากแผ่นดินใหญ่ ชื่อ นายจี้ แซ่ปะ ชาวจีนกวางตุ้ง เป็นช่างสร้างสะพานเหล็กทางรถไฟระหว่างจังหวัดชุมพรถึงจังหวัดสุราษฎร์ธานี แต่เดิมนั้นตั้งบ้านเรือนอยู่ที่ปากน้ำในอำเภอหลังสวน จังหวัดชุมพร และได้ย้ายมาอยู่บ้านคอนโรงหอ อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในชุมชนนั้นทุกบ้านเลี้ยงเป็ดโดยปล่อยตามธรรมชาติแบบเลี้ยงเป็ดไล่ทุ่งเอาไว้กินไข่อาจจะนำไปจำหน่ายบ้างในตลาดและหมู่บ้านใกล้เคียง เป็นที่นิยมของผู้ที่ซื้อเพราะมีไข่แดงที่มันมีความอร่อยเมื่อทำไข่เจียวเป็นอาหารเช้าจึงเป็นที่พอใจของลูกค้า จึงทำให้นายจี้คิดหาวิธีที่จะเก็บไข่เป็ดเอาไว้ใช้บริโภคคนนานๆจึงหารือร่วมกันในหมู่บ้าน ในระยะแรกทำไข่แดง คองเกลือทิ้งไว้ระยะหนึ่งนำมาต้มทานกับข้าวต้มปรากฏว่าเค็มเกินไป ต่อมานำไปฝังไว้ในบริเวณดินเค็มริมทะเลประมาณ 15 วัน แล้วนำมาล้างให้สะอาดแล้วต้มมีรสชาติดีแต่การทำไข่เค็มไม่สะดวกจึงหาวิธีการใหม่ โดยแนวคิดในการนำดินเหนียวผสมเกลือป่นและขี้เถ้าในอัตราที่เหมาะสมแล้วนำมาพอกไข่เป็ดหมักไว้ตามกำหนด เรียกว่า ไข่เค็ม แต่ยังพบข้อเสียที่ดินเหนียวไม่เกาะเปลือกไข่ ต่อมาจึงได้เปลี่ยนมาใช้ดินจอมปลวกปรากฏว่าเกาะเปลือกไข่ได้ดีกว่า ตั้งแต่นั้นมาจึงได้สูตรการทำไข่เค็มในครัวเรือนเพื่อเป็นอาชีพเสริม และได้กลายเป็นอาชีพหลักของบางครัวเรือนในอำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเฉพาะชาวบ้านในตำบลเลม็ด ซึ่งเป็นแหล่งผลิตไข่เค็มที่สำคัญของอำเภอไชยา อาหารที่ใช้เลี้ยงเป็ด ได้แก่ หอยกะพง หัวกุ้ง หัวเศษปลา จากแหล่งแปรรูปอาหาร แร่ธาตุทำให้ไข่สีแดง มัน เป็นไข่ที่มีคุณภาพ (นันทวรรณ ช่างคิด, 2548 : 23)

### ข้อมูลกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา เป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวกันของชาวบ้านในพื้นที่หมู่ ๖ บ้านเลม็ด เพื่อแก้ปัญหาไข่เป็ดที่เกินความต้องการของชาวบ้าน และเพื่อสร้างรายได้เสริมให้กับคนในชุมชนที่มีอาชีพหลักคือการทำนา โดยในตอนแรกผู้ที่มาร่วมกันส่วนใหญ่เป็นสมาชิกกลุ่มอสม. (อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน) เพราะในอดีตกลุ่มอสม. ไม่มีรายได้ คุณประสงค์ หิตอนันต์ ซึ่งเป็นประธานกลุ่มและคนในชุมชนจึงได้ชักชวนให้ผลิตไข่เค็มเพื่อสร้างรายได้ จากนั้นจึงพัฒนามาเรื่อยๆจนกลุ่มเข้มแข็ง เหตุผลของการเลือกเพราะกลุ่มนี้เป็นการรวมตัว

กันของชาวบ้านในชุมชนเพื่อสร้างรายได้เสริม ไม่ได้เน้นการประกอบในเชิงธุรกิจและที่แห่งนี้ยังเป็นศูนย์เรียนรู้ให้กับผู้สนใจ นอกจากนี้ยังสามารถเข้ามาศึกษาภูมิปัญญาการผลิตไข่เค็มและภูมิปัญญาการเลี้ยงเป็ดของชาวบ้านที่เป็นการเลี้ยงแบบปล่อย ให้เปิดหากินเองตามธรรมชาติ สะท้อนวิถีชีวิตของชาวบ้านในพื้นที่ได้

### ประวัติการก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา

จากวิกฤตหอยเชอรี่ระบาดในปี พ.ศ. 2543 ทำให้ชาวนาในพื้นที่หมู่ 5 บ้านนาทราย ตำบลเลม็ด ประสบปัญหาทำให้ไม่สามารถทำนาได้ ทางหน่วยงานราชการโดยทางปลุสสัตว์อำเภอ ไชยาได้นำพันธุ์เป็ดมาให้ชาวบ้านในพื้นที่เลี้ยงเพื่อกำจัดหอยเชอรี่ที่เป็นศัตรูพืชในนาข้าวจนทำให้นาข้าวเกิดความเสียหาย โดยให้พันธุ์เป็ดแก่ชาวบ้านบ้านละ 30 ตัว หลังจากการได้รับพันธุ์เป็ดมาทำให้หอยเชอรี่ลดจำนวนลง สามารถปลูกข้าวได้ดังเดิมแต่ผลพลอยได้จากการได้พันธุ์เป็ดมาเลี้ยง คือ มีไข่เป็ดมากเกินความต้องการจนชาวบ้านต้องนำไข่เป็ดมาแปรรูป ชาวบ้านได้รวมกลุ่มกันโดยในตอนแรกเป็นการรวมกลุ่มกันเองของชาวบ้านนาทราย หมู่ 5 ตำบลเลม็ด และเป็นกลุ่มสมาชิกอสม.(อาสาสมัครสาธารณสุข สุขประจำหมู่บ้าน) โดยเริ่มจากคุณ ประสงค์ หีตอนันต์ เป็นผู้ชักชวนสมาชิกอสม.มาทำไข่เค็มขายเพื่อต้องการลดจำนวนไข่เป็ดที่มากเกินไปและความต้องการ และต้องการหารายได้ให้กับสมาชิกอสม. เพราะในขณะนั้นกลุ่ม อสม.ยังไม่มีรายได้ เริ่มแรกมีสมาชิก 13 คน รวมหุ้นกันเองคนละ 1,000 บาท โดยตั้งชื่อกลุ่มว่าไข่เค็ม อสม. ไชยาตามการเริ่มต้นตั้งกลุ่มในครั้งแรก ในระยะแรกยังขายไม่ดีมากนัก เริ่มจากการขายกันเองในหมู่ญาติหรือช่วยกันซื้อในชุมชน โดยในช่วงพ.ศ. 2543 เป็นช่วงทดลองของชาวบ้านลองผิดลองถูกทำกันเอง ในกลุ่มมีสมาชิกที่เคยเป็นลูกจ้างร้านขายไข่เค็มจึงได้นำความรู้ที่ตนได้รับมาสอนคนอื่นๆในกลุ่มให้มีความรู้เรื่องการผลิตไข่เค็ม และได้ทดลองหาสูตรไข่เค็มที่เหมาะสมกับทางกลุ่มจนได้ผลที่พอใจจึงเริ่มขาย พอกลุ่มเริ่มเข้มแข็งหน่วยงานภาครัฐ เช่น เกษตรอำเภอ ชนาкар ช.ก.ส (ชนาкарเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร) เป็นต้น ได้เริ่มเข้ามาให้ความช่วยเหลือในช่วงพ.ศ. 2545 เข้ามาให้คำแนะนำและพาไปศึกษาดูงานจนกลุ่มเริ่มเข้าใจกระบวนการทำงาน จนกระทั่งพ.ศ.2549 ทางกลุ่มได้ไปจดทะเบียนขึ้นเป็นวิสาหกิจชุมชน ปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา มีสมาชิก 24 คน เป็นผู้ชาย 4 คน ผู้หญิง 20 คน ลงหุ้นกันคนละ 3,000 บาท จะมีการปันผลตอนช่วงเดือนมกราคมของทุกปีและเมื่อครบ 3 ปี จะมีการคืนเงินให้กับสมาชิกเพื่อจะได้นำเงินไปซื้อพันธุ์เป็ดมาเลี้ยงต่อไป ปัจจุบันมีสมาชิกผู้เลี้ยงเป็ด 14 ครัวเรือน การผลิตของกลุ่มจะผลิตตามคำสั่งซื้อ ตามปริมาณไข่หรือวัตถุดิบที่มีและผลิตขายส่งลูกค้าทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัด ไข่เค็มที่ทางกลุ่มขายเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทไข่เค็มพอกชนิดคิบ

นอกจากไข่เค็มชนิดคิบที่ทางกลุ่มขายเป็นหลักแล้ว ทางกลุ่มยังเพิ่มช่องทางการขายคือ การขายไข่เป็ดสดให้กับชาวบ้านและผู้ที่ต้องการไข่เป็ด การขายไข่แดงที่คัดจากไข่เค็มที่เกินกำหนด ให้กับผู้ที่นำไปทำขนมขายและการขายเครื่องแกงซึ่งทางกลุ่มเป็นผู้ผลิต ไว้จำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยวและคนในชุมชน สิ่งเหล่านี้เป็นการเพิ่มยอดขายให้กับกลุ่มอีกทางหนึ่ง และที่นี่ยังเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับผู้ที่สนใจศึกษาการผลิตไข่เค็มไชยา และกลุ่มยังมีการทำบัญชีรายรับ รายจ่าย ของทางกลุ่มวิสาหกิจไข่เค็ม อสม. ไชยา ซึ่งทางกลุ่มมีบัญชีที่ทำขึ้นเพื่อจดบันทึกทั้งหมด 3 เล่ม คือ เล่มขายไข่เป็ดจะเป็นทั้งไข่เค็ม ไข่เป็ดสด ไข่ต้มและไข่แดง เล่มนี้จะจดบันทึกการขายทั้งหมด โดยแบ่งออกเป็นแต่ละประเภทของชนิดไข่ที่ขาย และในตอนสิ้นเดือนจะสรุปยอดขายทั้งเดือน

ด้านการจัดการทางกลุ่มมีการจัดการ โดยเริ่มตั้งแต่กระบวนการผลิต การเลี้ยงเป็ด การเตรียมคัดเลือกไข่เป็ด กรรมวิธีการแปรรูปและจำหน่ายสินค้า โดยการดำเนินการของคุณประสงค์ หิตอนันต์ ซึ่งเป็นประธานกลุ่มเป็นผู้จัดการและกระจายงานให้กับสมาชิกท่านอื่นๆ

การซื้อขายไข่เป็ด คุณประสงค์ หิตอนันต์ ประธานกลุ่มจะเป็นผู้รับซื้อจากสมาชิกในกลุ่ม และรอรับซื้อไข่ทั้งวันที่สถานที่ผลิตของกลุ่ม เพราะที่แห่งนี้เป็นที่แห่งรับซื้อและแหล่งผลิต จะมีชาวบ้านนำไข่มาขายตั้งแต่ประมาณ 9:00 น. ถึงช่วงบ่าย และป่าจะเป็นคนคัดไข่เป็ดเองทุกฟอง ใช้วิธีการคัดด้วยมือแบ่งตามขนาด ส่วนขั้นตอนกระบวนการผลิตจะมีสมาชิกหมุนเวียนกันมาทำไข่ วันละประมาณ 3-4 คน คนละประมาณ 2 - 3 ชั่วโมง แล้วแต่ว่าวันไหนจะมีไข่ให้สมาชิกผลิต โดยคิดค่าจ้างการผลิตร้อยละ 10 บาท การรับซื้อไข่จะมีการประกันราคาไข่เป็ดที่นำมาขาย เพื่อให้ผู้เลี้ยงเป็ดมาส่งที่นี้ที่เดียว โดยไข่ใบใหญ่ ฟองละ 4.20 บาท ฟองขนาดกลาง 3.70 บาท ปัจจุบันมีผู้เลี้ยงในชุมชนประมาณ 20 หลังคาเรือนแต่ละหลังจะมีจำนวนการเลี้ยงเป็ดไม่เท่ากัน พันธุ์เป็ดจะซื้อมาจากศูนย์ขยายพันธุ์สัตว์ โดยทางปศุสัตว์อำเภอจะเป็นผู้ติดต่อให้ทางศูนย์เพาะพันธุ์ไว้หรือชาวบ้านจะเป็นผู้โทรไปสั่งไว้ เมื่อเป็ดเริ่มออกไข่จะโทรมาแจ้งและขายให้กับทางผู้เลี้ยงเป็ดตัวละ 12 บาท ชาวบ้านจะซื้อเอามาเลี้ยงก่อน โดยเลี้ยงสำรองในระหว่างที่เป็ดตัวใหญ่กำลังไข่ เพราะเป็ดจะเริ่มให้ไข่ได้เมื่ออายุประมาณ 4 เดือนครึ่ง แต่ยังเป็นไข่ฟองเล็กอยู่จะให้ไข่ได้ตามขนาดที่ต้องการช่วงประมาณอายุ 6 เดือน ทางกลุ่มจะทำข้อตกลงกับทางสมาชิกผู้เลี้ยงว่าไข่ที่นำมาส่งต้องเป็นไข่สดไม่เกิน 3 วัน เพื่อคุณภาพของไข่ที่ดี ส่วนไข่เก่าแกลบและดินจอมปลวกจะมีตัวแทนจำหน่ายซึ่งอยู่หมู่ 6 เข้ามาติดต่อของหมดเมื่อไหร่สามารถโทรสั่งได้ จะมีปศุสัตว์เข้ามาตรวจสภาพโรงเรือนที่เลี้ยงเป็ดเรื่อย ๆ (นางประสงค์ หิตอนันต์, 2561)

#### **พัฒนาการบรรจุภัณฑ์ไข่เค็ม อสม. ไชยา**

ในตอนแรกๆที่เริ่มรวมกลุ่มกันเมื่อ พ.ศ. 2543 ยังเป็นการใส่ถุงขายไม่ได้มีบรรจุภัณฑ์เป็นของกลุ่มเอง จนเมื่อ พ.ศ. 2549 ทางกลุ่มได้เข้ามาจดทะเบียนจึงต้องมีการใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีความ



แข็งแรงมากขึ้น ทางกลุ่มจึงใช้กล่องกระดาษลูกฟูกทั่วไปแล้วแปะกระดาษเพื่อบอกวันที่รับประทานและชื่อตราสินค้ากลุ่ม โดยกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ทางกลุ่มใช้มี 2 สี คือสีน้ำตาลและสีขาว หน้ากล่องคือชื่อกลุ่มพร้อมบอกวันที่บริโภค ด้านข้างมีเครื่องหมายรับรองและอีกด้านแสดงสัญลักษณ์เครื่องหมาย GI หรือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่บ่งบอกว่าเป็นการเลี้ยงในท้องถิ่น



ภาพที่ 4 ลักษณะกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ทางกลุ่มใช้ในปัจจุบัน  
ที่มา : ภาคสนาม 20 เมษายน 2561



ภาพที่ 5 ลักษณะกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ทางกลุ่มใช้ในปัจจุบัน



ที่มา : ภาคสนาม 20 เมษายน 2561

และเมื่อพ.ศ. 2562 ทางไปรษณีย์ได้เข้ามาช่วยสนับสนุนกลุ่มโดยการนำไข่เค็มของกลุ่มมาวางขายที่ไปรษณีย์ทั่วประเทศ คือทางไปรษณีย์ที่ใดต้องการนำสินค้าไปวางขายให้แจ้งมาทางไปรษณีย์ไซยา ทางไปรษณีย์ไซยาจะเป็นผู้มาติดต่อรับไข่เค็มจากกลุ่มไปส่งให้ทางไปรษณีย์ที่ต้องการ โดยทางไปรษณีย์ได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นของไปรษณีย์เองเพื่อวางขาย ด้านหน้ากล่องเป็นตราสินค้า ด้านข้างเป็นวันที่พร้อมบริโภคส่วนอีกด้านเป็นข้อความที่สื่อถึงกลุ่ม ส่วนด้านหลังเป็นการอธิบายวิธีการปรุงอาหาร และบอกสถานที่ตั้งกลุ่ม



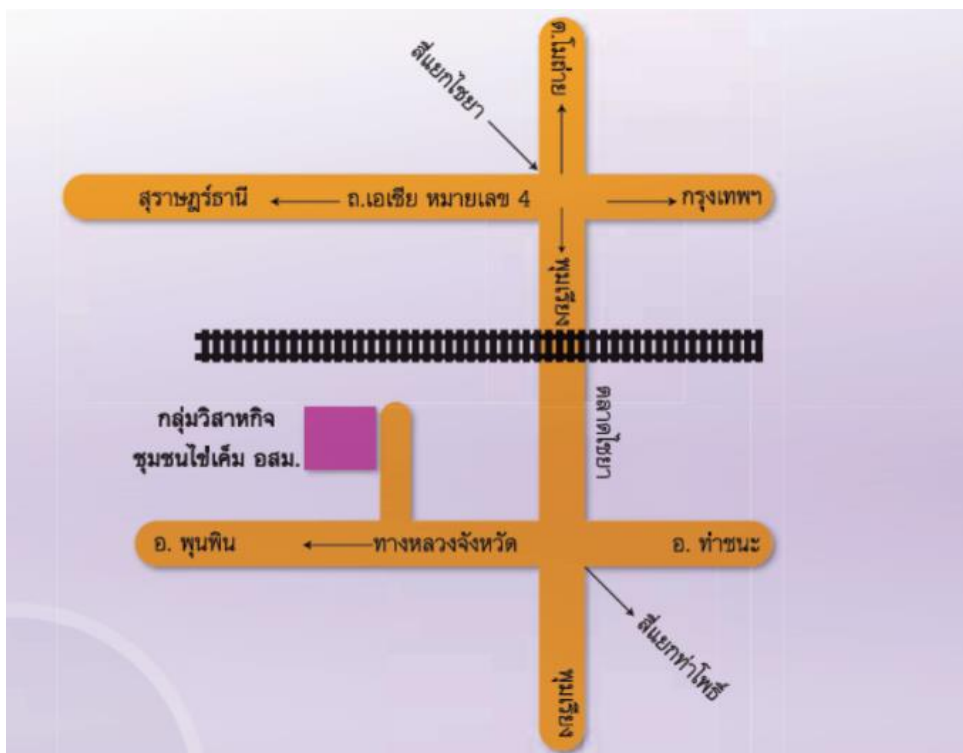
ภาพที่ 6 กล่องบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มของไปรษณีย์

ที่มา : ภาคสนาม 16 มีนาคม 2563

ปัจจุบันทางกลุ่มใช้ทั้งกล่องของเดิมที่มีอยู่และกล่องของไปรษณีย์ แต่กล่องไปรษณีย์มีต้นทุนที่สูงมากกว่า ทางกลุ่มจึงเลือกเก็บไว้ส่งให้ทางไปรษณีย์เป็นหลัก

ที่ตั้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไซยา

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ได้ตั้งเป็นศูนย์เรียนรู้ที่ชอยบ้านนาทราย เลขที่ 71 หมู่ 5 ตำบลเลม็ด อำเภอไซยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี



ภาพที่ 7 ที่ตั้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไซยา  
ที่มา : หนังสือแนะนำศูนย์เรียนรู้ OTOP มาตรฐาน Primary GMP, 2557 : 157

### ภูมิปัญญาการผลิตไข่เค็มของกลุ่มไข่เค็ม อสม. ไซยา

จากการศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไซยา ทั้งการสัมภาษณ์และการสังเกต ทำให้เห็นถึงภูมิปัญญาของกลุ่มเริ่มตั้งแต่การผลิตไข่เค็ม การก่อตั้งกลุ่ม ขั้นตอนการผลิต สูตรการผสม ในการผลิตไข่ วิธีการผลิตเหล่านี้เป็นความรู้ที่สมาชิกบางคนได้รับการถ่ายทอดมาจากตอนเป็นลูกจ้างร้านขายไข่เค็ม จึงนำความรู้นั้นมาสอนให้กับสมาชิกคนอื่น ๆ และปรับปรุงสูตรให้เหมาะสม ซึ่งในการผลิตมีขั้นตอนที่สามารถอธิบายได้ดังนี้

#### 1. ขั้นตอนการผลิตไข่เค็ม

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไซยา คุณประสงค์ หีตอนันต์ ประธานกลุ่มจะคัดเลือกไข่เปิดทุกฟองเองหลังจากการรับซื้อจากสมาชิก ผู้เลี้ยงเปิดทางกลุ่มจะแบ่งเวรเพื่อให้สมาชิกกลุ่มได้ผลัดกันมาทำไข่วันละ 2 - 3 คน ซึ่งจะทำงานในช่วงเช้าของวัน เวลาประมาณ 9:00-12:00 น. หากวันไหนมีการสั่งซื้อเยอะอาจมาช่วยกันผลิต วิธีการผสมของกลุ่ม มีดังนี้ ผสมดินจอมปลวกกับเกลือในอัตราส่วน 3 : 1 คือดินจอมปลวก 3 กิโล 1 แล้วเติมน้ำสะอาดลงผสมจนเข้ากันแล้วจึงนำไข่ลง

ไปคลุกกับดินจอมปลวก จากนั้นนำมาคลุกกับขี้เถ้าแกลบจนรอบฟอง แล้วนำมาใส่ลงถุงบรรจุลง  
กล่องเพื่อจำหน่าย ไข่เค็มพอกทิ้งไว้ 3 วัน ต้มไข่หวานได้ พอกทิ้งไว้ 7 วัน ทอดไข่ดาว พอกทิ้งไว้  
15 วัน ต้มไข่ได้ ถ้าครบกำหนดไม่ควรเกิน 15 วัน ควรล้างแล้วแช่ตู้เย็นเพื่อยังสามารถรับประทาน  
ได้ต่อ (นางประสงค์ หิตอนันต์, 2561)



ภาพที่ 8 ไข่เป็ดที่รับซื้อจากสมาชิกผู้เลี้ยงเป็ด  
ที่มา : ภาคสนาม 28 มิถุนายน 2561



ภาพที่ 9 คุณประสงค์ หิตอนันต์จะเป็นคนคัดเลือกไข่  
ที่มา : ภาคสนาม 28 มิถุนายน 2561



ภาพที่ 10 สมาชิกจะนำไข่ที่คัดแล้วมาช่วยกันผลิตไข่เค็ม  
ที่มา : ภาคสนาม 23 กรกฎาคม 2561



นอกจากขั้นตอนการผลิตที่เป็นส่วนสำคัญในการผลิตไข่เค็มแล้วยังมีขั้นตอนอื่นที่เกี่ยวข้องกับการผลิต เช่น การคัดไข่เปิดเพื่อทำไข่เค็มของ คุณประสงค์ หิตอนันต์ ผู้เป็นประธานกลุ่ม การจัดการกับไข่ที่เกินกำหนดของกลุ่ม ซึ่งมีวิธีการดังนี้

**วิธีการลดขนาดไข่** ทางสมาชิกผู้เลี้ยงเปิดจะนำไข่มาส่งที่กลุ่มไข่เค็ม อสม. คุณประสงค์ หิตอนันต์ ซึ่งเป็นหัวหน้ากลุ่มจะเป็นผู้คัดไข่เปิดคนเดียว ทางกลุ่มจะใช้ไข่เปิดเบอร์ 1 และ 2 ในการทำไข่เค็ม ทางกลุ่มจะไม่นำไข่ขนาดเล็กมาปะปนกัน โดยจะแยกออกขายเป็นไข่สดให้กับผู้มาซื้อ วิธีการคัดไข่จะใช้วิธีส่องเพื่อดูขนาดของไข่และจะเคาะรอบๆไข่เปิดเพื่อตรวจหาว่าเปลือกไข่บางเกินไปหรือไม่ ถ้าไข่เปิดบางเกินไปจะไม่สามารถนำมาทำไข่เค็มได้ เพราะมีโอกาสที่ไข่จะแตกระหว่างการทำไข่เค็มได้จึงต้องคัดออกขายเป็นไข่สด และเพื่อหารอยแตกหรือบวมของไข่เปิด เพราะไข่ที่มีรอยแตกหรือบวมจะไม่สามารถนำมาทำไข่เค็มได้เช่นกัน

**ไข่เค็มที่เกินกำหนด** ไข่เค็มที่เกินกำหนดทางกลุ่มจะแก้ไขโดยการนำไข่มาต้มขายหรือหากมีกลุ่มศึกษาดูงาน ทางกลุ่มจะนำไข่มาต้มขายให้กับผู้ที่สนใจ หรือถ้าหากเกินกำหนดมากจนไม่สามารถต้มขายได้ ทางกลุ่มจะแยกเอาเฉพาะไข่แดงออกมาขายเพราะไข่ขาวเค็มมากเกินไปจนไม่สามารถนำมารับประทานได้ โดยนำไข่แดงมาล้างน้ำให้สะอาดแล้วนำมาผึ่งแดดให้แห้ง บรรจุใส่ถุง จากนั้นนำมาแช่ช่องแข็งเพื่อขายให้กับผู้ที่นำไปทำขนมหรือนำไปทำอาหารประเภทอื่นๆ โดยจะขายไข่แดงลูกละ 5 บาท ซึ่งมีขั้นตอนการทำ ดังนี้ (สัมภาษณ์ จันทนา จันทร์จินดา, 26 พฤษภาคม 2562)



ภาพที่ 11 ขั้นตอนที่ 1 แยกไข่ขาวกับไข่แดงออกโดยเลือกเอาเฉพาะไข่แดงล้างน้ำ  
ที่มา : ภาคสนาม 26 พฤษภาคม 2562



ภาพที่ 12 ขั้นตอนที่ 2 เมื่อแยกไข่แดงแล้วนำมาล้างในน้ำเปล่าที่ผสมเกลือเพื่อป้องกันไม่ให้ไข่แดง  
ขึ้นรา และป้องกันไม่ให้ไข่แดงเน่า  
ที่มา : ภาคสนาม 26 พฤษภาคม 2562



ภาพที่ 13 ขั้นตอนที่ 3 เมื่อด่างไข่แดงเสร็จแล้ว นำมาตากแดดเพื่อให้ไข่แดงแห้ง  
ที่มา : ภาคสนาม 26 พฤษภาคม 2562





ภาพที่ 14 ขั้นตอนที่ 4 เมื่อ ไข่แดงแห้งแล้วนำมาบรรจุใส่ถุงแห้งช่องแข็ง เตรียมจำหน่ายต่อไป  
ที่มา : ภาคสนาม 26 พฤษภาคม 2562

หลังจากลงภาคสนามเพื่อเก็บข้อมูลและได้มีส่วนร่วมกับทางกลุ่ม ทำให้เข้าใจถึงกระบวนการและขั้นตอนต่างๆของภูมิปัญญาการทำไข่เค็มของทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ผู้วิจัยจึงได้สรุปวิธีการอย่างง่ายเพื่อให้เข้าใจถึงขั้นตอนการผลิตไข่เค็ม ซึ่งมีวิธีการดังนี้





ภาพที่ 15 ขั้นตอนการทำไข่เค็มของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา  
ที่มา : ผู้วิจัยสรุปขั้นตอนจากการลงภาคสนาม

## 2. วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิตไข่เค็มไชยา

วัตถุดิบหลักที่ใช้ในการผลิตไข่เค็มมีส่วนประกอบที่สำคัญ เช่น ไข่เป็ด ดินจอมปลวก ซี้เต้าเกลือ เกลือไอโอดีน น้ำสะอาด ในแต่ละส่วนจะมีรายละเอียดที่แตกต่างกัน ดังนี้

### 1. ไข่เป็ด

ทางกลุ่มจะใช้ไข่เป็ดสด โดยให้สมาชิกผู้เลี้ยงเป็ดนำไข่เป็ดมาขายอายุไม่เกิน 3 วัน เพื่อยังคงความสดใหม่ของไข่ไว้ เพราะการเก็บรักษาไข่ไว้เป็นเวลานานจะทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลง และเหตุที่ต้องใช้ไข่เป็ดเพราะมีความเหมาะสมในการทำไข่เค็มมากกว่าไข่ไก่ เพราะไข่เป็ดมีเปลือกหนาและมีจำนวนรูบนเปลือกไข่มากกว่าไข่ไก่ (สุภาพร อภิรตนานุสรณ์, 2559) ไข่เป็ดของที่นี่จะรับเฉพาะไข่ของคนที่เป็นสมาชิกเท่านั้น ไม่รับไข่เป็ดจากที่อื่น นอกจากจะช่วยให้ชาวบ้านมีรายได้แล้วยังเป็นการควบคุมคุณภาพไข่เป็ดของทางกลุ่มอีกทางหนึ่งด้วย สมาชิกคนไหนมาส่งไข่เป็ดต้องเขียนชื่อและวันที่ส่งลงในตะกร้าเพื่อให้ทราบวัน เพื่อได้แยกไข่ออกมาทำไข่เค็มก่อน



ภาพที่ 16 ไข่เป็ดของสมาชิกกลุ่มนำมาส่ง  
ที่มา : ภาคสนาม 29 ตุลาคม 2561

## 2. ดินจอมปลวก

ดินจอมปลวกเป็นหนึ่งในส่วนผสมในการพอกไข่ โดยจะใช้ผสมกับเกลือและน้ำสะอาด เมื่อต้องการดินจอมปลวกทางกลุ่มจะติดต่อไปยังแหล่งที่ขายซึ่งอยู่ที่หมู่ 6 บ้านปากด่าน และจะมีรถมาส่งให้ถึงที่กลุ่ม ลักษณะของดินจอมปลวกคือเป็นรังปลวกที่สร้างขึ้น มีรูปร่างและขนาดที่ต่างกันตามชนิดของปลวกที่มาสร้างรัง นอกจากนี้ยังมีสีแตกต่างกันด้วย ดินจอมปลวก หมายถึงรังของปลวกที่ไม่มีตัวปลวกแล้ว มีลักษณะเป็นดินเหนียว มีความสามารถในการอุ้มน้ำและระบายน้ำได้ดี เป็นดินที่มีค่าความเป็นกรดต่างของดินสูง เนื่องจากมีการสะสมแคลเซียมคาร์บอเนต และธาตุแมกนีเซียมในปริมาณสูง และมีปริมาณธาตุต่างๆในดิน เช่น ฟอสฟอรัส โพแทสเซียม อินทรีย์วัตถุ สูงกว่าดินบริเวณรอบๆ (นันทวรรณ ช่างคิด และพรทิพย์ ทวีพงษ์, 2548)



ภาพที่ 17 ดินจอมปลวกบรรจุถุงพร้อมใช้งาน  
ที่มา : ภาคสนาม 23 กรกฎาคม 2561

### 3. เกลือ

ทางกลุ่มจะใช้เกลือแคงหรือที่เรียกว่าเกลือไอโอดีนในการผลิตไข่เค็มเพราะละลายน้ำได้ง่าย เกลือเป็นสารให้กลิ่นรสและสามารถรักษาอาหารชนิดต่างๆได้ และเกลือยังสามารถยับยั้งการเจริญของจุลินทรีย์ที่ทำให้อาหารเน่าเสีย (ไพบูลย์ ธรรมรัตน์ว่าสิถ, 2532)



ภาพที่ 18 เกลือไอโอดีน  
ที่มา : ภาคสนาม 23 กรกฎาคม 2561



#### 4. จี๊ถั่วแกลบ

จี๊ถั่วแกลบใช้ในการพอกไข่หลังจากที่นำไข่คลุกด้วยดินจอมปลวกแล้ว เพื่อป้องกันไม่ให้ไข่ติดกัน จี๊ถั่วแกลบมีสีดำเป็นส่วนที่เหลือจากการนำแกลบไปเผาเป็นเชื้อเพลิง (สุภาพร อภิรัตน์านุสรณ์, 2559) จี๊ถั่วแกลบมีส่วนประกอบของแคลเซียม แมกนีเซียม โซเดียม โพแทสเซียม และซิลิกา มีคุณสมบัติเป็นด่าง มีผลต่อการแพร่ของเกลือเข้าสู่ฟองไข่ การคลุกจี๊ถั่วแกลบช่วยไม่ให้ไข่ที่พอกดินติดกัน ป้องกันการระเหยของน้ำ ป้องกันการแตกของไข่ และช่วยทำให้ดินเหนียว ร่วนซุยและล้างออกได้ง่าย (โสภณ บุญล้ำ, 2557)



ภาพที่ 18 จี๊ถั่วแกลบ

ที่มา : ภาคสนาม 18 ตุลาคม 2562

#### 5. น้ำสะอาด

ทางกลุ่มจะใช้น้ำสะอาด เพื่อละลายส่วนผสมทั้งเกลือและดินจอมปลวกให้ส่วนผสมเข้ากัน



ภาพที่ 19 น้ำสะอาด

ที่มา : ภาคสนาม 23 กรกฎาคม 2561

### เอกลักษณ์ของไข่ม อสม. ไชยา

เอกลักษณ์ไข่มของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน อสม. ไชยา คือวิธีการเลี้ยงเป็ดเป็นการเลี้ยงแบบปล่อยทุ่งให้เป็ดหาอาหารกินเองตามธรรมชาติ เพราะในพื้นที่หมู่บ้านนาทรายประชากรส่วนใหญ่ปลูกข้าว และการปลูกข้าวเป็นแบบธรรมชาติไม่ใช้สารเคมีทำให้เป็ดสามารถหากินเองได้โดยปลอดภัย ไข่มไม่เค็มจัดและไม่มีการคลีนควา ไข่มแดงสีแดงสวย เกิดจากการที่เป็ดบริโภคหอยกะพงที่ช่วยให้ไข่มมีสีแดงสวยและเป็นธรรมชาติ นอกจากนี้ยังรวมถึงการมารวมกลุ่มกันของสมาชิกทุกคนที่มุ่งการสร้างรายได้เสริมจากการทำนา ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงกำไรจากการขายเพียงอย่างเดียว การตรวจสอบบัญชีของกลุ่มสามารถตรวจสอบได้ และมีเงินปันผลให้กับสมาชิกทุกคนในช่วงต้นเดือนมกราคมของทุกปี พร้อมทั้งประชุมประจำปีในคราวเดียวกัน ใครมีปัญหาหรือต้องการสอบถามถึงยอดการขายสามารถสอบถามได้หรือต้องการย้ายเวรประจำที่ทำอยู่สามารถแจ้งได้ การอยู่ของคนในกลุ่มเป็นการอยู่แบบถ้อยทีถ้อยอาศัยกัน สามารถพูดคุยหรือเสนอแนะต่อกลุ่มได้เสมอ



รายรับรายจ่ายปี 2562

วันที่	รายรับ	จ่ายไป	จ่ายด้วย	รวมจ่าย	หักลดต้นทุน	คงเหลือ	หมายเหตุ
31 ม.ค. 62	123,614	142,908	12,538	162,726	-	38,932	มีเงินคงเหลือ
28 ก.พ. 62	112,454	110,998	21,958	132,753	-	20,299	
31 มี.ค. 62	202,950	170,256	24,598	194,854	8096	-	
30 เม.ย. 62	320,000	215,839	63,229	279,068	42,969	-	
31 พ.ค. 62	308,190	194,381	69,920	264,301	45,829	-	
30 มิ.ย. 62	268,674	201,150	38,699	239,849	28,925	-	
31 ก.ค. 62	232,648	179,434	51,502	230,936	7,712	-	
31 ส.ค. 62	198,239	155,091	54,815	189,906	-	7,667	มีเงินคงเหลือ
30 ก.ย. 62	225,652	187,364	23,752	172,116	53,536	-	
31 ต.ค. 62	208,182	155,184	49,592	203,776	4,926	-	
30 พ.ย. 62	255,510	172,356	22,483	194,839	60,681	-	
31 ธ.ค. 62	262,506	219,684	26,715	246,399	16,107	-	

ภาพที่ 20 รายรับ-รายจ่ายตลอดทั้งปี พ.ศ. 2562  
ที่มา : ภาคสนาม 9 มกราคม 2562



ภาพที่ 21 คุณประสงค์ หิตอนันต์ ประธานกลุ่มเป็นผู้แจ้งรายละเอียดในการประชุมในแต่ละหัวข้อ  
ที่มา : ภาคสนาม 9 มกราคม 2562

## ภูมิปัญญาการเลี้ยงเป็ดของสมาชิกกลุ่ม

การเลี้ยงเป็ดของชาวบ้านที่เป็นสมาชิกกลุ่ม มีรายละเอียดที่แสดงให้เห็นถึงภูมิปัญญาของการเลี้ยงเป็ดตั้งแต่การเลือกพันธุ์เป็ด อาหารที่ให้เป็ดกิน ลักษณะโรงเรือนที่เลี้ยงเป็ด การเลี้ยงเป็ดของชาวบ้าน เป็นต้น ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

### 1. พันธุ์เป็ดที่เลี้ยง

พันธุ์เป็ดที่ทางกลุ่มเลี้ยงเป็นเป็ดพันธุ์กาก็แคมป์เบลล์ เป็นพันธุ์ที่ได้รับการพัฒนาสายพันธุ์จากประเทศอังกฤษ คัดเลือกพันธุ์จนได้รับเป็นเป็ดพันธุ์ที่ให้ไข่ดกมาก เลี้ยงง่าย โตเร็วและให้ไข่เร็ว เริ่มให้ไข่เมื่ออายุประมาณ 4 เดือนครึ่ง ให้ไข่ประมาณปีละไม่น้อยกว่า 280 ฟอง/ตัว ลักษณะทั่วไปของพันธุ์กาก็แคมป์เบลล์ คือ หัวค่อนข้างสูง คอยาวปานกลาง ออกกลมได้ขนาด หลังลาดลงเล็กน้อย ตากลมเด่นชัด ตายู่สูงค่อนไปทางส่วนบนของหัว หน้าเกลี้ยงเต็ม ทำให้หัวและหน้าสัมผัสได้ส่วนสวยงามผสมกับลำคอที่ยาว ปานกลาง จะอวบปากดำ

เป็ดพันธุ์กาก็แคมป์เบลล์เป็นเป็ดพันธุ์แท้ที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ทำให้เป็ดพันธุ์นี้มีภูมิต้านทานต่อโรคในประเทศไทยน้อยและมักจะอ่อนแอ จึงนิยมนำพันธุ์นี้มาใช้เป็นพ่อพันธุ์ผสมกับแม่พันธุ์เป็ดพื้นเมืองของไทย ผลิตเป็นเป็ดลูกผสมเพื่อหวังจะให้ลูกผสมที่ได้นั้นมีความทนทานต่อสภาพแวดล้อมและทนโรค (สมพล ครองสวัสดิ์, 2560) เป็นพันธุ์ที่ชาวบ้านนิยมเลี้ยงเป็นพันธุ์ที่ทางปศุสัตว์อำเภอแนะนำ เพราะให้ผลผลิตดี และเมื่อเปิดให้ไข่น้อยลงชาวบ้านจะขายเป็ดให้กับพ่อค้าที่มารับซื้อเพื่อนำไปทำเป็ดพะโล้ต่อไป



ภาพที่ 22 ลักษณะของเป็ดพันธุ์ที่ชาวบ้านเลี้ยง

ที่มา : ภาคสนาม 18 ตุลาคม 2562



## 2. วิธีการเลี้ยงเป็ดและการให้อาหารเป็ดของผู้เลี้ยงเป็ด

การเลี้ยงเป็ดของชาวบ้านในแต่ละวัน โดยในตอนเช้าชาวบ้านจะปล่อยเป็ดลงนาให้หากินเองในตอนเช้าเวลาประมาณ 7.00 – 8.00 น. เพียงแค่เปิดตาข่ายเป็ดจะเดินออกมาเป็นแถวแล้วลงไปนนาเพื่อหาอาหารและเล่นน้ำ เป็ดจะเดินกลับเข้าโรงเรือนอีกครั้งในช่วงบ่ายหรือเย็น โดยจะเดินกลับกันมาเอง เป็ดที่ชาวบ้านนำมาเลี้ยงจะนำพันธุ์มาจากศูนย์วิจัยและบำรุงพันธุ์สัตว์ อำเภอบึงสามพัน โดยจะนำลูกเป็ดมาเลี้ยงปนกับเป็ดใหญ่ที่เริ่มให้ไข่หน่อยลงและเปลือกไข่เป็ดเริ่มบางไม่เหมาะกับการทำไข่เค็ม เพราะจะทำให้ไข่แตกระหว่างการผลิต เป็ดจะเริ่มให้ไข่เมื่ออายุ 4 เดือน แต่จะให้ไข่ได้ดีสุดเมื่ออายุ 6 เดือน อาหารเป็ดที่ชาวบ้านให้นอกจากการปล่อยให้หากินในนาเองแล้วชาวบ้านจะให้อาหารอีกครั้งในตอนที่เป็ดกลับเข้ามาในโรงเรือน เพราะเป็ดไข่ต้องกินอาหารมากเพื่อออกไข่ การหาอาหารกินในนาอาจไม่เพียงพอ โดยอาหารที่ให้เป็ดเพิ่ม เช่น ข้าวเปลือก หอยกะพง และอาหารสำเร็จรูป

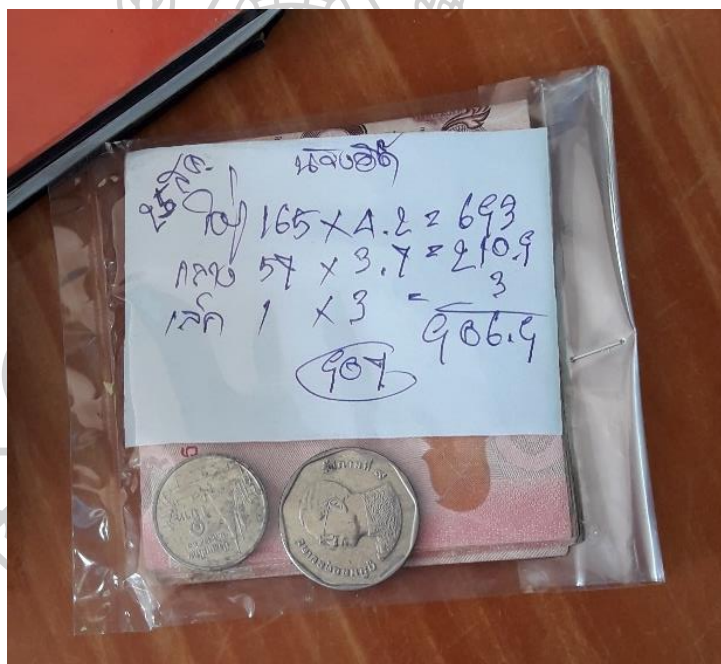


ภาพที่ 23 ในตอนเช้าเป็ดจะถูกปล่อยให้ออกหากินเอง

ที่มา : ภาคสนาม 8 ธันวาคม 2562

### 3. การเก็บไข่เปิด

การเก็บไข่เปิดจะเก็บในช่วงเช้าประมาณ 6.00 – 7.00 น. หลังจากปล่อยเปิดไปหาอาหาร ในนา ชาวบ้านจะเก็บไข่เปิดแล้วนำไปส่งให้กับทางกลุ่ม โดยมีข้อตกลงกันว่าจะเก็บไข่ไว้ไม่เกิน 3 วัน เพื่อคงความสดของไข่ ไข่เปิดที่เก็บไม่ต้องทำความสะอาดโดยการล้าง เพราะน้ำจะซึมเข้าไปในไข่ทำให้ไข่อุ้มตัวจากน้ำส่งผลให้เกลืออาจเข้าไปไม่ถึงทำให้ไข่นำได้ และเมื่อนำไข่มาส่งจะต้องเขียนชื่อของตนไว้ในภาชนะที่นำมาส่งเพราะเมื่อแยกขนาดไข่เปิดเสร็จแล้วจะได้คิดเงินให้กับเจ้าของไข่เปิดที่นำไข่มาส่ง เพราะไข่แต่ละขนาดมีราคาที่รับซื้อไม่เท่ากัน เมื่อคิดเงินเสร็จแล้วคุณประสงค์จะใส่เงินในถุงให้กับผู้มาส่งไข่เปิด



ภาพที่ 24 เงินที่ผู้เลี้ยงเปิดจะได้รับหลังจากคัดไข่เสร็จแล้ว

ที่มา : ภาคสนาม 1 กันยายน 2561

### 4. ลักษณะโรงเรือนเลี้ยงเปิด

ชาวบ้านเลี้ยงเปิดจำนวนมากส่วนใหญ่เลี้ยงเพื่อเป็นรายได้เสริมจากอาชีพหลัก คือการทำเกษตรกรรมแต่ละครัวเรือนจึงมีจำนวนการเลี้ยงเปิดที่ไม่เท่ากัน ขึ้นอยู่กับความพร้อมของผู้เลี้ยงและบริเวณบ้านที่ใช้เลี้ยงเปิด ซึ่งการสร้างโรงเรือนของชาวบ้านเป็นการสร้างขึ้นมาเองแบบง่ายๆ เพียงแค่ป้องกันไม่ให้เปิดหลุดออกไปและป้องกันสัตว์ที่จะเข้ามาทำอันตราย ลักษณะโรงเรือนของชาวบ้านเป็นการทำขึ้นมาอย่างง่าย ๆ ซึ่งสอดคล้องกับสมพล ครองสวัสดิ์ (2560 : 15) ที่กล่าวว่า การ

เลี้ยงเป็ดจำนวนน้อยหรือเลี้ยงแบบหลังบ้าน การสร้างโรงเรือนไม่มีความจำเป็นมากนัก เพราะเป็นการเลี้ยงตามชายทุ่ง ตามริมคลอง หนองบึง โดยทำเป็นเพิงพอกันแดดกันฝนได้เล็กน้อยหรืออาจจะเลี้ยงในลานและมีต้นไม้ให้ร่มเงาแล้วสร้างคอกเล็กๆขึ้นในบริเวณ โรงเรือนสำหรับเลี้ยงเป็ดอาจสร้างแบบง่ายๆและประหยัด โดยสร้างด้วยไม้ไผ่ และกั้นบริเวณคอกด้วยไม้ไผ่หรือไม้ราคาถูก ผู้เลี้ยงเป็ดจะเลือกใช้โรงเรือนแบบไหนขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการเลี้ยง และความสะดวกของผู้เลี้ยงเองในด้านเงินทุน ซึ่งโรงเรือนที่สร้างจะต้องเป็นที่น้ำท่วมไม่ถึง เพราะถ้าไข่เป็ดถูกน้ำจะไม่สามารถนำมาขายได้



ภาพที่ 25 ลักษณะ โรงเรือนที่ชาวบ้านทำขึ้นเอง  
ที่มา : ภาคสนาม 8 ธันวาคม 2562

## 5. เปิดปลดระวาง

เปิดปลดระวางคือเปิดที่ชาวบ้านไม่นิยมนำไข่มาขายหรือทำไข่เค็ม เพราะเปลือกไข่เป็ดจะบางทำให้ไข่อาจแตกได้ง่าย ช่วงอายุของเป็ดที่เริ่มให้ไข่บางคืออายุประมาณ 1 ปีขึ้นไป เจ้าของเป็ดจะเริ่มขายเป็ดออกไปและนำลูกเป็ดมาเลี้ยง เพื่อให้เป็ดสามารถออกไข่ได้ทันหลังจากขายเป็ดใหญ่ไปแล้ว เป็ดที่ถูกปลดระวางจะถูกนำไปขายให้กับพ่อค้าที่มารับซื้อเป็ดเพื่อนำไปทำเป็ดพะโล้ โดยวิธีการขายคือจะมีนายหน้ารับติดต่อกับคนซื้อเป็ด เมื่อได้เป็ดมากพอนายหน้าจะโทรไปแจ้งและนัดหมายเพื่อรับเป็ด ราคาขายเป็ดอยู่ที่ตัวละ 5 บาท และจะจ่ายทันทีหลังจับเป็ดใส่ตะกร้าเรียบร้อยแล้ว เมื่อพ่อค้าได้เป็ดจะนำเป็ดไปฆ่าและแช่เย็นเพื่อทำเป็ดพะโล้ ราคาของเป็ดพะโล้ขึ้นอยู่กับขนาดของตัวเป็ด เป็ดตัวใหญ่สุดขายราคาอยู่ที่ 100 บาท จากนั้นจะลดหลั่นราคาลงมาตามขนาดของตัวเป็ด





ภาพที่ 26 เจ้าของเป็ดจะขึ้นนับจำนวนเป็ดที่จับขาย  
ที่มา : ภาคสนาม 27 กุมภาพันธ์ 2563



ภาพที่ 27 พ่อค้าจะจับเป็ดใส่ตะกร้า ตะกร้าละ 20 ตัว  
ที่มา : ภาคสนาม 27 กุมภาพันธ์ 2563



นอกจากภูมิปัญญาของการผลิตไข่เค็มไชยา โดยเริ่มตั้งแต่การคัดเลือกไข่เปิดเพื่อทำไข่เค็ม ส่วนผสมในการทำ วัตถุดิบที่นำมาทำไข่เค็ม การจัดการกับไข่เค็มที่เกินกำหนดของทางกลุ่ม นอกจากภูมิปัญญาการผลิตของทางกลุ่มแล้วยังมีภูมิปัญญาการเลี้ยงเป็ดของชาวบ้านที่ยังคงการเลี้ยงแบบไล่ทุ่ง ให้เป็ดได้หากินเองตามธรรมชาติ นอกจากจะเป็นการจัดการกับศัตรูพืชแล้วยังเป็นการให้เป็ดได้ออกกำลัง มีความแข็งแรงทนต่อโรค เพราะในนาข้าวไม่มีการใช้สารเคมี ทำให้เป็ดสามารถเดินหาอาหารกินได้ ลักษณะของโรงเรือนที่ลูกสร้างขึ้นโดยชาวบ้านเอง อาหารที่ให้เป็ดกิน นอกจากให้เป็ดหากินเอง นอกจากภูมิปัญญาในเรื่องของการผลิตไข่เค็มและการเลี้ยงเป็ดของกลุ่ม อสม. ยังสามารถสะท้อนออกมาในด้านอื่นได้อีก ดังนี้

**ด้านเศรษฐกิจ** จากจุดเริ่มต้นที่ต้องการช่วยลดปริมาณไข่เปิดที่เกินความต้องการของชาวบ้านในชุมชน ซึ่งเป็นเป็ดที่ได้รับจากปศุสัตว์อำเภอเพื่อนำมากำจัดหอยเชอรี่ที่ระบาดมากในนาข้าวช่วงปี 2543 คุณประสงค์ หิตอนันต์ ซึ่งเป็นประธานกลุ่มเป็นผู้เริ่มชักชวนคนในชุมชนมาเริ่มทำไข่เค็มขาย ในตอนแรกเพียงเพื่อต้องการระบายไข่เปิดที่มีจำนวนมากแต่เมื่อทำต่อมาเรื่อยๆเริ่มขายไข่เค็มได้มากขึ้น และทำให้คนในชุมชนมีรายได้เพิ่มขึ้นนอกเหนือจากการทำเกษตรกรรมที่เป็นอาชีพหลัก และในปัจจุบันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา เป็นที่รู้จักมากขึ้นและคนในชุมชนเองก็มีรายได้จากการผลิตไข่เค็ม การขายไข่เปิดสดแก่กลุ่ม และสุดท้ายคือการขายเป็ดไปทำเป็ดพะโล้เมื่อเปิดให้ไข่น้อยลง ส่งผลให้เกิดรายได้เพิ่มในชุมชน

**ด้านวิถีชีวิต** การเลี้ยงเป็ดและการผลิตไข่เค็มเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชาวบ้านที่ปฏิบัติกันอยู่ทุกวัน เริ่มตั้งแต่การปล่อยเป็ดให้หากินเองตามท้องนาในตอนเช้า และเป็ดจะเดินกลับเข้าโรงเรือนเองในตอนเย็น เมื่อเป็ดออกไปหากินในตอนเช้าแล้วผู้เลี้ยงจะมาเก็บไข่เปิดสดเพื่อนำมาส่งขายกับทางกลุ่ม และถ้าตรงกับเวรของตนเมื่อนำไข่มาขายแล้วจะมานั่งทำไข่เค็มต่อ หรือบางคนอาจมาช่วยทำอาหารเลี้ยงรับรองให้กับผู้ที่มาฟังการบรรยายเรื่องการผลิตไข่เค็มของทางกลุ่ม และตอนเย็นเมื่อเป็ดเดินกลับเข้าโรงเรือนผู้เลี้ยงเป็ดจะให้อาหารเพื่อเสริมแก่เป็ดอีกครั้งหนึ่ง

จากการศึกษาวิถีชีวิตการเลี้ยงเป็ดของชาวบ้านตั้งแต่แรกเริ่มจนถึงการขายออกไป ผู้วิจัยได้สรุปขั้นตอนการเลี้ยงเป็ดของชาวบ้าน ดังนี้



ภาพที่ 28 ขั้นตอนการเลี้ยงเปิดของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไซยา  
ที่มา : ผู้วิจัยสรุปขั้นตอนจากการลงภาคสนาม

ภูมิปัญญาท้องถิ่นของผู้วิจัยในเรื่องที่ศึกษา คือ วิถีชีวิตของชาวบ้าน โดยเริ่มตั้งแต่การเลี้ยงเปิดเพื่อนำไข่มาส่งขายกับทางกลุ่ม การเลี้ยงของชาวบ้านเป็นการปล่อยให้เปิดออกหากินตามทุ่งนา อาหารที่ใช้เลี้ยงเปิด ช่วงเวลาการเก็บไข่เปิด เป็นต้น วิธีการผลิตไข่เค็มของทางกลุ่ม อสม. โดยเริ่มตั้งแต่การรับไข่เปิดจากสมาชิกจะมีการกำหนดวันในการรับไข่เปิดต้องไม่เกิน 3 วัน เพื่อให้ไข่ที่ทำยังคงความสด วิธีการคัดแยกไข่เพื่อใช้ทำไข่เค็ม เช่น ไข่ที่เปลือกบาง มีรอยร้าวหรือบุบแตกจะถูกแยกออกและคืนให้กับเจ้าของ เพราะไข่เหล่านี้ไม่สามารถนำมาทำไข่เค็มหรือขายเป็นไข่สดได้ วิธีการผลิตไข่เค็มของทางกลุ่ม เช่น การใช้อัตราส่วนในการผสมเกลือและน้ำ ก่อนนำมาพอกเพื่อทำไข่เค็ม ลักษณะของดินและขี้เถ้าแกลบที่เหมาะสม เป็นต้น นอกจากนี้ยังมีการจัดการกับไข่ที่เกินกำหนดของทางกลุ่ม เช่น การแยกเอาแต่ไข่แดงเพื่อนำมาขายทำขนม หรือนำไข่ออกมาต้มขายเมื่อมีคนมาศึกษาดูงานกับทางกลุ่ม เป็นต้น สิ่งต่างๆเหล่านี้เป็นส่วนหนึ่งของภูมิปัญญาท้องถิ่นที่

เกิดขึ้นภายในชุมชนสร้างอาชีพและรายได้ให้กับชาวบ้าน นอกจากนี้ยังเป็นการถ่ายทอดความรู้ด้านภูมิปัญญาการทำไข่เค็มให้กับคนในชุมชนที่สนใจและอยากสร้างรายได้เพิ่ม และผู้ที่มาศึกษาดูงานจากที่ต่างๆ ได้รับความรู้ด้านภูมิปัญญาของไข่เค็ม ไซยา ภูมิปัญญาเหล่านี้สะท้อนออกมาให้เห็นถึงความสำเร็จของทางกลุ่มไข่เค็ม อสม. ไซยา ความรู้นี้เป็นความรู้ที่ได้รับการถ่ายทอดจากร้านขายไข่เค็มจากที่อื่นที่สมาชิกบางคนเคยเป็นลูกจ้างผลิตไข่เค็ม แล้วจึงนำความรู้นั้นมาสอนให้กับสมาชิกคนอื่น ๆ ที่ไม่รู้วิธีการผลิตไข่เค็ม สูตรในการผสมดิน เกลือ และน้ำ ร้านค้าแต่ละแห่งจะมีวิธีการของตนเองอาจแตกต่างกันบ้างเล็กน้อย ขึ้นอยู่กับขั้นตอนการผลิตของแต่ละเจ้า

ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการจัดทำแนวทางการจัดการภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ คือ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไซยา โดยทางกลุ่มเป็นผู้ให้ข้อมูลและเป็นกลุ่มตัวอย่างนำบรรจุภัณฑ์มาออกแบบใหม่ เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจจะพัฒนาบรรจุภัณฑ์ไข่เค็ม ไซยาซึ่งเป็นของดีประจำจังหวัด ผู้วิจัยได้ศึกษาถึงการรวมกลุ่มกันของสมาชิก อสม. ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกลุ่ม โดยในระยะแรกเป็นการจัดการกันเองของคนในกลุ่มแล้วจึงค่อยพัฒนาจนกลุ่มกลายเป็นที่รู้จักอย่างในปัจจุบัน โดยการนำของคุณประสงค์ หิตอนันต์ ซึ่งเป็นประธานกลุ่มมาตั้งแต่เริ่มก่อตั้ง โดยการจัดการเกือบทั้งหมดคุณประสงค์จะเป็นผู้ดูแลตั้งแต่การผลิต การซื้อวัตถุดิบต่าง ๆ เป็นต้น และเป็นผู้ตัดสินใจในการดำเนินงานด้านต่างๆ นอกจากทางกลุ่มจะผลิตไข่เค็มขายแล้วที่นี่ยังเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับหน่วยงาน และผู้สนใจศึกษาเรื่องของไข่เค็ม ไซยาและวิธีการทำอีกด้วย

จากผลการศึกษาของอำเภอ ไซยา พื้นที่ตำบลเสม็ดเป็นพื้นที่ราบลุ่มเหมาะกับการปลูกข้าวทำนาและเลี้ยงสัตว์ ประชากรส่วนใหญ่จึงประกอบอาชีพเกษตรกร หมู่ 5 บ้านเสม็ดเป็นที่ตั้งของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไซยาซึ่งเป็นพื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ไข่เค็ม อสม. ไซยา นอกจากเป็นแหล่งผลิตและขายไข่เค็มยังเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับผู้ที่สนใจศึกษาภูมิปัญญาการทำไข่เค็ม ผู้ใดสนใจสามารถจะทดลองทำไข่เค็มได้ ผู้วิจัยได้เข้ามามีส่วนร่วมกับทางกลุ่มและสังเกตการณ์ทำให้เห็นถึงวิถีชีวิต ขั้นตอนการผลิตไข่เค็มในทุกส่วนที่เริ่มตั้งแต่ผสมวัตถุดิบต่างๆ ไปจนถึงขั้นตอนสุดท้าย นอกจากการผลิตไข่เค็มยังเห็นถึงวิธีการเลี้ยงเป็ดแบบไล่ทุ่ง วิธีนี้นอกจากจะเป็นการกำจัดศัตรูในนาข้าวยังทำให้เป็ดไม่เครียดและเป็ดยังแข็งแรง เพราะได้เดินออกกำลังในทุ่งนา เห็นการร่วมมือกันของคนในชุมชนและกลุ่มที่พยายามนำภูมิปัญญาท้องถิ่น คือการผลิตไข่เค็มมาสร้างรายได้ให้กับชุมชนทำให้ชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่เค็ม อสม. ไซยา เป็นที่รู้จักมากขึ้น ได้ถ่ายทอดความรู้ด้านภูมิปัญญาในการทำผ่านการที่กลุ่มเป็นแหล่งเรียนรู้ส่งต่อความรู้ให้คนเข้าถึงได้ ซึ่งจากการศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่นผ่านกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไซยา จึงได้ดึงเอาความสำเร็จของทางกลุ่มที่นำภูมิปัญญาเรื่องของไข่เค็มมาสร้างรายได้จนเป็นที่รู้จักและยอมรับมาออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยบอกเล่าถึงที่มาจนประสบความสำเร็จโดยใช้กล่องบรรจุภัณฑ์เป็นสื่อในการถ่ายทอดความรู้ในครั้งนี้ วิธีการในการออกแบบจะกล่าวถึงในบทถัดไป

## บทที่ 5

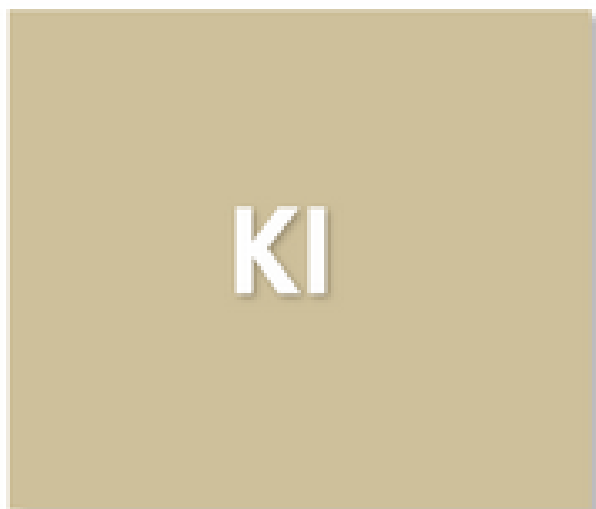
### กระบวนการการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เป็นการกล่าวถึงขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไซยา โดยเริ่มอธิบายตั้งแต่การเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งจากผู้บริโภคและสมาชิกกลุ่ม เพื่อวัดความต้องการในเรื่องของบรรจุภัณฑ์ให้ได้ตรงความต้องการมากที่สุด โดยแบ่งขั้นตอนของการออกแบบเพื่อให้เข้าใจ เมื่อได้ผลสรุปจากแบบสอบถามจะเป็นขั้นตอนของการออกแบบโดยนำความต้องการที่สรุปผลแล้วมาร่วมออกแบบซึ่งแบ่งประเด็นกระบวนการออกแบบ ดังนี้

1. หลักการออกแบบ
2. การใช้แบบสอบถามเพื่อวัดผลความต้องการ
3. ขั้นตอนการออกแบบ
4. สถานที่จำหน่าย

#### 1. หลักการออกแบบ

หลักการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็ม ไซยาที่เลือกศึกษาภูมิปัญญาท้องถิ่น ผ่านกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไซยา ใช้หลักการในการออกแบบจากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎี โดยแบ่งการออกแบบออกเป็น 2 ส่วน คือการออกแบบลักษณะโครงสร้างและการออกแบบกราฟิก เริ่มจากการออกแบบลักษณะโครงสร้าง คือ เริ่มศึกษาจากวัสดุที่จะเลือกใช้โดยเลือกใช้กระดาษลูกฟูก เพราะเป็นแบบที่ได้รับความนิยมออกแบบและสามารถขึ้นรูปได้หลากหลายตามความต้องการ กระดาษลูกฟูกแต่ละประเภทจะมีความหนาที่แตกต่างกัน สังกัดได้จากลอนของกระดาษ สามารถเลือกนำมาใช้ได้ตามความต้องการของงานแต่ละประเภท ในครั้งนี้ได้เลือกลอนกระดาษลูกฟูกชนิดลอน E ซึ่งเป็นลอนกระดาษที่นิยมนำมาขึ้นรูปเป็นกระดาษไค้คัทมากที่สุด กระดาษลูกฟูกยังสามารถรองรับการกระแทกและป้องกันสินค้าจากความเสียหายได้ในระดับหนึ่ง ลักษณะของบรรจุภัณฑ์เลือกเป็นทรงสี่เหลี่ยม เพราะสามารถวางซ้อนสินค้าได้เมื่อต้องการวางขายในร้านหรืออาจวางซ้อนกันเมื่อลูกค้าซื้อสินค้าในปริมาณที่มาก โดยกำหนดขนาดของกล่อง กว้าง  $\times$  ยาว  $\times$  สูง ใช้ 15 เซนติเมตรทุกด้านจะได้ทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส เป็นขนาดที่พอเหมาะสามารถใส่ไข่เค็มได้ลงตัวและมีขนาดที่ไม่เล็กและไม่ใหญ่เกินไปสามารถรับน้ำหนักไข่เค็มได้ ส่วนสีของกระดาษที่เลือกใช้คือกระดาษ KI เป็นกระดาษสีน้ำตาลอ่อน เหตุที่เลือกสีนี้เพราะสีของกระดาษเมื่อลงลายกราฟิกแล้วจะทำให้ลวดลายต่าง ๆ เหล่านี้ดูโดดเด่นและเป็นสีที่นิยมนำมาทำเป็นกล่องไค้คัทมาก



ภาพที่ 29 ตัวอย่างสักระบายที่เลือกใช้

ที่มา : บริษัทไทยเจริญบรรจุภัณฑ์ 2003 จำกัด, กระดาษกราฟ, เข้าถึงเมื่อ 5 พฤษภาคม 2563, เข้าถึงได้จาก <http://tcpack2003.com/paperkraft.php>.

ด้านการออกแบบกราฟิก เป็นการกำหนดรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์เพื่อให้บรรจุภัณฑ์มีความน่าสนใจ ดึงสายตาจากผู้บริโภคให้สนใจในสินค้าและเป็นการสร้างภาพจำให้กับผู้บริโภคอีกทางหนึ่งด้วย สุมาลี ทองรุ่งโรจน์ (สุมาลี ทองรุ่งโรจน์, 2555) ได้กล่าวถึงหลักการในการออกแบบดังนี้ 1. สี 2. เครื่องหมาย 3. การวางตัวอักษร 4. ถ้อยคำพูด ซึ่งในการออกแบบครั้งนี้ได้นำหลักการนี้เป็นแนวทางในการออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ใหม่โดยเริ่มจากสีที่เลือกใช้ คือเลือกใช้เป็นลายเส้นทั้งหมด ใช้สีดำเป็นสีที่ตัด เพื่อให้ภาพโดยรวมดูโดดเด่นขึ้นมา ด้านของเครื่องหมายได้ออกแบบตราสินค้า ข้อมูลที่เกี่ยวกับผู้ผลิต เครื่องหมายรับรองต่าง ๆ และบอกเล่าภูมิปัญญาโดยใช้กลุ่มเป็นสื่อ ด้านของการวางตัวอักษร จะเลือกใช้ตัวอักษรที่อ่านง่ายเพื่อให้สามารถเข้าถึงผู้บริโภคทุกกลุ่ม ทุกช่วงวัย และสุดท้ายส่วนของถ้อยคำพูดได้เลือกใช้คำที่จดจำง่ายให้ผู้ซื้อสามารถเข้าใจในคำที่สื่อสารออกมา โดยในส่วนของกราฟิกได้ออกแบบตามผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถามที่ถามจากทางกลุ่มไข่เค็ม อสม. และจากผู้บริโภค เพื่อให้ได้ตรงกับความต้องการมากที่สุด และได้ออกแบบกราฟิกออกมา 3 แบบ จากนั้นจึงนำไปให้ทางกลุ่ม อสม. เป็นผู้เลือกแบบที่ทางกลุ่มมองว่าเหมาะสม และถ่ายทอดความเป็นกลุ่ม อสม. ได้ดีที่สุด จากนั้นจึงนำแบบที่เลือกส่งไปให้กับทางโรงงานออกแบบจริงต่อไป



## 2. การใช้แบบสอบถามเพื่อวัดผลความต้องการจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. และผู้บริโภคร

การใช้แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 2 ชุด ชุดแรกใช้เพื่อถามถึงความต้องการของผู้บริโภค และกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไข่ยา ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ส่วนชุดที่สองใช้เพื่อถามถึงความพึงพอใจของผู้บริโภคและกลุ่มอสม. ต่อบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ ในการใช้แบบสอบถามได้แบ่งเป็น 2 ส่วน คือ แบบสอบถามผู้บริโภคและแบบสอบถามสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจไข่เค็ม อสม. ไข่ยา ในแบบสอบถามชุดแรกได้แจกให้กับผู้บริโภคเพื่อทราบความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ในแง่ของรูปแบบ ข้อมูลที่ต้องการให้มีอยู่บนบรรจุภัณฑ์ ในการสอบถามครั้งนี้ใช้ตัวอย่าง 70 คน โดยในการแจกแบบสอบถามผู้วิจัยได้ใช้วิธีการแจกแบบสุ่ม คือการแจกโดยไม่ทราบล่วงหน้าว่าผู้บริโภคเป็นใคร และสถานที่แจกแบบสอบถามแจกร้านขายไข่เค็มริมถนนเพชรเกษมและแจกที่ตั้งกลุ่มไข่เค็ม อสม. เพื่อให้ได้คำตอบที่หลากหลาย ซึ่งผลจากการตอบแบบสอบถามสามารถสรุปได้ดังนี้

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

การวิเคราะห์ด้านประชากรของผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ อายุ ภูมิภาคและอาชีพ แจกแจงความถี่เป็นค่าร้อยละ ดังนี้

### ตารางที่ 2 แสดงข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	16	22.9
หญิง	54	77.1
รวม	70	100

เพศ จำนวนกลุ่มตัวอย่างมีทั้งหมด 70 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมีจำนวน 54 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 77.1 และ เพศชาย 16 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 22.9 ของจำนวนกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด



ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 20 ปี	12	17.1
21-31ปี	39	55.7
31-40 ปี	9	12.9
41-50 ปี	5	7.1
51 ปีขึ้นไป	5	7.1
<b>รวม</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

อายุ กลุ่มอายุของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นอายุในช่วง 21-31ปี มีจำนวน 39 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55.7 รองลงมาอายุต่ำกว่า 20 ปี มีจำนวน 12 คน (ร้อยละ 17.1) กลุ่มอายุ 31 - 40 ปีลงมา มีจำนวน 9 คน (ร้อยละ 12.9) และกลุ่มอายุ 41-50 ปี และ 51 ปีขึ้นไป มีจำนวน 5 คน (ร้อยละ 7.1) เท่ากัน

ตารางที่ 4 แสดงข้อมูลรายได้ของผู้ตอบแบบสอบถาม

รายได้	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	14	20.0
10,001 - 20,000 บาท	37	52.9
20,001 - 30,000 บาท	10	14.3
30,001 - 40,000 บาท ขึ้นไป	9	12.9
<b>รวม</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

รายได้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีรายได้ 10,001 - 20,000 บาท มีจำนวน 37 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 52.9 รองลงมาคือ ต่ำกว่า 10,000 บาท มีจำนวน 14 คน (ร้อยละ 20.0) รายได้ 20,001 - 30,000 บาท มีจำนวน 10 คน (ร้อยละ 14.3) และ 30,001 - 40,000 บาท ขึ้นไป มีจำนวน 9 คน (ร้อยละ 12.9)

ตารางที่ 5 แสดงข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
ข้าราชการ	12	17.1
พนักงานเอกชน/รัฐวิสาหกิจ	28	40.0
นักเรียน/นักศึกษา	12	17.1
ธุรกิจส่วนตัว	8	11.4
อื่นๆ	10	14.3
<b>รวม</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

อาชีพของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีอาชีพ พนักงานเอกชน/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 28 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 40.0 รองลงมาคือ ข้าราชการ และนักเรียน/นักศึกษา มีจำนวน 12 คน (ร้อยละ 17.1) เท่ากัน ส่วนอื่นๆ มีจำนวน 10 คน (ร้อยละ 14.3) และธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 8 คน (ร้อยละ 11.4)

ตารางที่ 6 แสดงข้อมูลภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม

ภูมิลำเนา	จำนวน	ร้อยละ
คนในท้องถิ่น	38	54.3
นักท่องเที่ยว	32	45.7
<b>รวม</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

ภูมิลำเนาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เป็นคนในท้องถิ่น มีจำนวน 38 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.3 เป็นนักท่องเที่ยวมีจำนวน 32 คน (ร้อยละ 45.7)

ตารางที่ 7 แสดงข้อมูลสาเหตุการซื้อไข่เค็มไชยา

สาเหตุที่ซื้อไข่เค็มไชยา	จำนวน	ร้อยละ
เป็นของฝาก	47	67.1
บริโภคเอง	19	27.1
มีคนฝากซื้อ	4	5.7
<b>รวม</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

สาเหตุที่ซื้อไข่เค็มไชยาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อเป็นของฝาก มีจำนวน 47 คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 67.1 รองมาคือ บริโภคเอง มีจำนวน 19 คน (ร้อยละ 27.1) และมีคนฝากซื้อ มีจำนวน 4 คน (ร้อยละ 5.7)

## ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การวิเคราะห์ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย การรับรู้ การเลือกซื้อ การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นต้น แจกแจงความถี่เป็นร้อยละ ดังนี้

ตารางที่ 8 แสดงข้อมูลการรู้จักไข่เค็มไชยาจากผู้ตอบแบบสอบถาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

รู้จักไข่เค็มไชยาจาก	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณา	10	7.8
สื่ออินเทอร์เน็ต	12	9.3
ทางวิทยุ	2	1.6
ได้รับการแนะนำ	15	11.6
เป็นของดีประจำจังหวัด	58	45.0
เคยได้รับเป็นของฝาก	32	24.8
<b>รวม</b>	<b>129</b>	<b>100</b>

การรับรู้แหล่งข้อมูล ในข้อนี้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ทำให้มีการตอบข้อมูลซ้ำกัน แต่เมื่อแจกแจงข้อมูลออกมาเป็นค่าร้อยละสามารถสรุปข้อมูลได้ ดังนี้ กลุ่มตัวอย่างรู้จักไข่เค็มไชยาจาก ส่วนใหญ่รู้ว่าเป็นของดีประจำจังหวัด มีจำนวน 58 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 45.0 เคยได้รับเป็นของฝาก มีจำนวน 32 คน (ร้อยละ 24.8) ได้รับการแนะนำ มีจำนวน 15 คน (ร้อยละ 11.6) สื่ออินเทอร์เน็ต มีจำนวน 12 คน (ร้อยละ 9.3) การโฆษณา มีจำนวน 10 คน (ร้อยละ 7.8) และ ทางวิทยุ จำนวน 2 คน (ร้อยละ 1.6)

ตารางที่ 9 ปัจจัยการพิจารณาเลือกซื้อไข่เค็ม ไชยาจากผู้ตอบแบบสอบถาม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อไข่เค็ม ไชยา	จำนวน	ร้อยละ
ราคา	34	16.0
คุณภาพ	43	20.2
รูปแบบบรรจุภัณฑ์	45	21.1
ความมีชื่อเสียงของร้านค้า	28	13.1
อายุของผลิตภัณฑ์	10	4.7
รสชาติของไข่เค็ม	45	21.1
ได้รับการแนะนำ	8	3.8
<b>รวม</b>	<b>213</b>	<b>100</b>

ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อไข่เค็ม ไชยา ในข้อนี้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ทำให้มีการตอบข้อมูลซ้ำกัน แต่เมื่อแจกแจงข้อมูลออกมาเป็นค่าร้อยละสามารถสรุปข้อมูลได้ ดังนี้ พบว่า ส่วนใหญ่พิจารณาจากรูปแบบบรรจุภัณฑ์ และรสชาติของไข่เค็ม มีจำนวน 45 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 21.1 รองลงมาพิจารณาจากคุณภาพ มีจำนวน 43 คน (ร้อยละ 20.2) พิจารณาจากราคา มีจำนวน 34 คน (ร้อยละ 16.0) พิจารณาจากความมีชื่อเสียงของร้านค้า มีจำนวน 28 คน (ร้อยละ 13.1) พิจารณาจากอายุของผลิตภัณฑ์ มีจำนวน 10 คน (ร้อยละ 4.7) และได้รับการแนะนำ มีจำนวน 8 คน (ร้อยละ 3.8)

ตารางที่ 10 แสดงข้อมูลรสชาติของไข่เค็มมีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่

รสชาติของไข่เค็มแต่ละเจ้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ	จำนวน	ร้อยละ
มี	55	78.6
ไม่มี	11	15.7
ไม่แน่ใจ	4	5.7
<b>รวม</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

รสชาติของไข่เค็มแต่ละเจ้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อ พบว่า ส่วนใหญ่รสชาติของไข่เค็มมีผลต่อการตัดสินใจซื้อ มีจำนวน 55 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 78.6 รองลงมาไม่มีผล มีจำนวน 11 คน (ร้อยละ 15.7) และไม่แน่ใจ มีจำนวน 4 คน (ร้อยละ 5.7) จากการสอบถามรสชาติที่ผู้บริโภคเลือกคือ ไม่เค็มจัด รสชาติความเค็มกำลังดี เพราะเคยเจอบางร้านไข่มีรสเค็มมากเกินไปหรือบางครั้งความเค็มของไข่ไม่ถึงแม้จะเลยกำหนดเวลาบริโภคมาแล้ว รสชาติจึงเป็นอีกหนึ่งปัจจัยในการเลือกซื้อ

ตารางที่ 11 แสดงข้อมูลการนำไข่เค็มไปประกอบอาหาร (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ชื่อไข่เค็มประกอบอาหารประเภท	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทยำ	45	36.0
ประเภททอด	37	29.6
ประเภทต้ม	43	34.4
<b>รวม</b>	<b>125</b>	<b>100</b>



ซื้อไข่เค็มประกอบอาหารประเภท ในข้อนี้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ทำให้มีการตอบข้อมูลซ้ำกัน แต่เมื่อแจกแจงข้อมูลออกมาเป็นค่าร้อยละสามารถสรุปข้อมูลได้ ดังนี้ พบว่า ส่วนใหญ่นำไปประกอบอาหารประเภทยำ มีจำนวน 45 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 36.0 รองลงมาประเภทต้ม มีจำนวน 43 คน (ร้อยละ 34.4) และประเภททอด มีจำนวน 37 คน (ร้อยละ 29.6)

ตารางที่ 12 แสดงข้อมูลความถี่ในการซื้อไข่เค็มรับประทาน

ซื้อไข่เค็มทานเป็นประจำ	จำนวน	ร้อยละ
เป็นประจำ	8	11.4
นานๆ ครั้ง	62	88.6
รวม	70	100

ซื้อไข่เค็มทานเป็นประจำ พบว่า ส่วนใหญ่ซื้อทานนาน ๆ ครั้ง มีจำนวน 62 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 88.6 และทานเป็นประจำ มีจำนวน 8 คน (ร้อยละ 11.4)

ตารางที่ 13 แสดงข้อมูลความคิดเห็นที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา

บรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยาในปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
คืออยู่แล้ว	61	54.5
ควรมีการพัฒนา	51	45.5
1. รูปแบบ	31	21.7
2. วัสดุ	11	15.7
3. อื่นๆ	1	0.7

**บรรจุกณ์ท์ไข่เค็มไชยาในปัจจุบัน** พบว่า ส่วนใหญ่บรรจุกณ์ท์ไข่เค็มไชยาในปัจจุบัน คือ อยู่แล้ว มีจำนวน 61 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 54.5 รองลงมา ควรมีการพัฒนา มีจำนวน 51 คน (ร้อยละ 45.5) ควรมีการพัฒนารูปแบบ มีจำนวน 31 คน (ร้อยละ 21.7) ควรมีการพัฒนาวัสดุ มีจำนวน 11 คน (ร้อยละ 15.7) และควรมีการพัฒนาอื่นๆ มีจำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.7) และจากผลจากการตอบแบบสอบถามพบว่าความคิดเห็นที่มีต่อการพัฒนาบรรจุกณ์ท์ของผู้บริโภค พบว่าผลความคิดเห็นที่บอกว่าคืออยู่แล้วกับควรมีการพัฒนามีความใกล้เคียงกัน ทั้งนี้ผู้วิจัยไม่ได้แยกผลว่ากลุ่มใดอยากให้เกิดการพัฒนาบรรจุกณ์ท์ เป็นเพียงการสรุปภาพรวมและวัดความต้องการที่มีต่อบรรจุกณ์ท์หากเกิดการพัฒนาขึ้นจริง

ตารางที่ 14 แสดงข้อมูลความต้องการในบรรจุกณ์ท์

รูปแบบบรรจุกณ์ท์ไข่เค็มไชยา	จำนวน	ร้อยละ
มีหูจับสวยงาม โดดเด่น	20	28.6
เปิดออกง่าย	11	15.7
รูปทรงทันสมัย	19	27.1
แสดงให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ด้านใน	1	1.4
มีรูปแบบที่แสดงเอกลักษณ์ของไข่เค็มไชยา	14	20.0
ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในกล่อง	5	7.1
<b>รวม</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

**รูปแบบบรรจุกณ์ท์** พบว่าส่วนใหญ่รูปแบบบรรจุกณ์ท์ไข่เค็มไชยาควรจะมีหูจับสวยงาม โดดเด่น มีจำนวน 20 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 28.6 รองลงมา รูปทรงทันสมัย มีจำนวน 19 คน (ร้อยละ 27.1) มีรูปแบบที่แสดงเอกลักษณ์ของไข่เค็มไชยา มีจำนวน 14 คน (ร้อยละ 20.0) เปิดออกง่าย มีจำนวน 11 คน (ร้อยละ 15.7) ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในกล่อง มีจำนวน 5 คน (ร้อยละ 7.1) และแสดงให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ด้านใน มีจำนวน 1 คน (ร้อยละ 0.7)

ตารางที่ 15 ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ข้อเสนอแนะถ้ามีการพัฒนากล่องบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
มี	30	42.9
ไม่มี	39	55.7
ไม่ออกความเห็น	1	1.4
<b>รวม</b>	<b>70</b>	<b>100</b>

ข้อเสนอแนะถ้ามีการพัฒนากล่องบรรจุภัณฑ์ พบว่า ส่วนใหญ่ไม่มีข้อเสนอแนะ มีจำนวน 39 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 55.7 และมีข้อเสนอแนะ มีจำนวน 30 คน (ร้อยละ 42.9)

ตารางที่ 16 แสดงข้อมูลความต้องการที่ให้มีบนบรรจุภัณฑ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

บนบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา	จำนวน	ร้อยละ
ประวัติไข่เค็ม	22	7.5
แหล่งผลิต	32	10.9
การรับรองจากหน่วยงานด้านอาหาร	44	15.0
วันผลิต-หมดอายุ	49	16.7
วิธีการรับประทาน	31	10.5
เบอร์ติดต่อ	29	9.9
ราคา	35	11.9
จำนวนไข่ที่บรรจุ	33	11.2
ภาพประกอบ	19	6.5
<b>รวม</b>	<b>294</b>	<b>100</b>

บนบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา ในข้อนี้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ทำให้มีการตอบข้อมูลซ้ำกัน แต่เมื่อแจกแจงข้อมูลออกมาเป็นค่าร้อยละสามารถสรุปข้อมูลได้ ดังนี้ พบส่วนใหญ่ควรมี วันผลิต-หมดอายุ มีจำนวน 49 คน คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 16.7 รองลงมา การรับรองจากหน่วยงานด้านอาหาร มีจำนวน 44 คน (ร้อยละ 15.0) ราคา มีจำนวน 35 คน (ร้อยละ

11.9) จำนวนไข่ที่บรรจุ มีจำนวน 33 คน (ร้อยละ 11.2) แหล่งผลิต มีจำนวน 32 คน (ร้อยละ 10.9) และวิธีการรับประทาน มีจำนวน 31 คน (ร้อยละ 10.5) ตามลำดับ

### สรุปแบบสอบถามผู้บริโภค

ในการแจกแบบสอบถามผู้บริโภคในครั้งนี้กำหนดไว้ 70 คน ไม่เจาะจงผู้ตอบแบบสอบถามเป็นการแจกแบบบังเอิญ คือการคัดเลือกตามสถานการณ์ ผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นใครก็ได้ที่ให้ความร่วมมือหรือสมัครใจ และจากการวิเคราะห์ผลสามารถสรุปได้ดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด 70 คน ชาย 16 คน หญิง 54 คน และช่วงอายุที่ซื้อส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-31 ปี จำนวน 39 คน และรายได้ส่วนใหญ่ของผู้บริโภคอยู่ที่ 10,001 – 20,000 และอาชีพส่วนใหญ่เป็นพนักงานเอกชน / รัฐวิสาหกิจ คนซื้อไข่เค็มส่วนใหญ่เป็นคนในท้องถิ่น คนในท้องถิ่นในที่นี้หมายถึง คนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 38 คน และนักท่องเที่ยว 32 คน เหตุผลที่ซื้อไข่เค็มเพื่อเป็นของฝากจำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 67.1 ผู้บริโภคส่วนใหญ่รู้จักไข่เค็มจากการเป็นของดีประจำจังหวัด จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 45 รองลงมาคือเคยได้รับเป็นของฝาก จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 ส่วนปัจจัยในการเลือกซื้อไข่เค็มไชยา คือ รูปแบบบรรจุภัณฑ์และรสชาติของไข่เค็ม จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 21.1 รสชาติของไข่เค็มแต่ละเจ้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 78.6 เมื่อซื้อไข่เค็มไปแล้วส่วนใหญ่มักนำไปประกอบอาหารประเภทยำจำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 36 ส่วนใหญ่ซื้อไข่เค็มนานๆ จำนวน 62 คน คิดเป็นร้อยละ 84.6 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มองว่ารูปแบบเดิมคืออยู่แล้ว จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 54.5 ควรมีการปรับปรุง จำนวน 51 คน คิดเป็นร้อยละ 45.5 โดยสิ่งที่อยากจะให้เปลี่ยน คือ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ควรมีหูจับสวยงาม โดดเด่น รูปทรงทันสมัย และมีรูปแบบแสดงเอกลักษณ์ของไข่เค็มไชยา และสิ่งที่อยากให้อยู่บนบรรจุภัณฑ์ คือ วันผลิต – หมดอายุ รองลงมาคือ การรับรองจากหน่วยงานด้านอาหารและสุุดท้ายคือเรื่องราคา

**แบบสอบถามสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา** เพื่อวัดความต้องการของสมาชิกว่ามีความต้องการให้รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มเป็นแบบใด สรุปได้ดังนี้

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 17 แสดงข้อมูลเพศของผู้ตอบแบบสอบถาม

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
ชาย	4	17
หญิง	20	83
<b>รวม</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

เพศ ผู้ตอบแบบสอบถามแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์จำนวน 24 คน ประกอบด้วย เพศหญิง จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 83 และเพศชายจำนวน 4 คน ร้อยละ 17

ตารางที่ 18 แสดงข้อมูลอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
30-40 ปี	1	4
41-50 ปี	2	8
51-60 ปี	5	21
61-70 ปีขึ้นไป	16	67
<b>รวม</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

จากการสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีช่วงอายุ 60 – 70 ปีขึ้นไป จำนวน 16 คน รองลงมา มีช่วงอายุ 51 – 60 ปี จำนวน 5 คน ช่วงอายุ 41 – 50 ปี จำนวน 2 คน และอายุ 30 – 40 ปี จำนวน 1 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 67 ร้อยละ 21 ร้อยละ 8 และร้อยละ 4 ตามลำดับ



ตารางที่ 19 แสดงภูมิลำเนาของผู้ตอบแบบสอบถาม

หมู่บ้าน	จำนวน	ร้อยละ
หมู่1 บ้านท่าใหญ่		
หมู่2 บ้านวัดแก้ว		
หมู่3 บ้านนาหลวง		
หมู่4 บ้านปากท่อ	4	17
หมู่5 บ้านเลม็ด	20	83
หมู่6 บ้านปากด่าน		
หมู่7 บ้านไทรงาม		
รวม	24	100

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่าอาศัยอยู่ในหมู่ที่ 5 บ้านเลม็ด จำนวน 20 คน ร้อยละ 83 และอาศัยอยู่ในหมู่ที่ 4 บ้านปากท่อ จำนวน 4 คน ร้อยละ 17 ตามลำดับ

ตารางที่ 20 แสดงข้อมูลการเข้าเป็นสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถาม

การเข้าเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกลุ่ม	13	54.2
1-2 ปี	1	4.2
3-5 ปี	3	12.5
6-10 ปีขึ้นไป	7	29.2
รวม	24	100

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่าเข้ามาเป็นสมาชิกตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกลุ่ม จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 54.2 รองลงมาเข้ามาเป็นสมาชิกในปีที่ 6 – 10 ปีขึ้นไป จำนวน 7 คน ร้อยละ 29.2 เข้ามาเป็นสมาชิกในปีที่ 3 – 5 จำนวน 3 คน ร้อยละ 12.5 และเข้ามาเป็นสมาชิกในปีที่ 1 – 2 ปี จำนวน 1 คน ร้อยละ 4.2

ตารางที่ 21 แสดงข้อมูลอาชีพของผู้ตอบแบบสอบถาม

อาชีพปัจจุบัน	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรกร	17	71.1
ค้าขาย	2	8.3
ทำไร่ไถ่	1	4.2
พนักงานบริษัท	1	4.2
แม่บ้าน	1	4.2
ประกอบอาชีพมากกว่า 1 อาชีพ	1	4.2
ธุรกิจส่วนตัว	1	4.2
<b>รวม</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ พบว่าประกอบอาชีพเกษตรกร จำนวน 17 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 71.1 ตามด้วยการประกอบอาชีพค้าขาย จำนวน 2 คน ร้อยละ 8.3 และการประกอบอาชีพธุรกิจส่วนตัว ซึ่งเท่ากันกับประกอบอาชีพทำไร่ไถ่ พนักงานบริษัท แม่บ้าน และประกอบอาชีพมากกว่า 1 อาชีพ จำนวน 1 คน ร้อยละ 4.2

**ตอนที่ 2** คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 22 แสดงข้อมูลการรู้จักไข่เค็มของกลุ่มสมาชิก

ท่านรู้จักไข่เค็มไชยาได้อย่างไร	จำนวน	ร้อยละ
การโฆษณา สื่ออินเทอร์เน็ต หนังสือพิมพ์ วิทยุ	1	4
ได้รับเป็นของฝาก	1	4
เป็นของที่มีอยู่ในท้องถิ่น	22	92
<b>รวม</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ รู้จักไข่เค็มไชยา เนื่องจากเป็นของที่มีอยู่ในท้องถิ่น จำนวน 22 คน โดยคิดเป็นร้อยละ 92 ตามด้วยการได้รับเป็นของฝาก ซึ่งเท่ากันกับการรู้จักผ่านทาง โฆษณา สื่ออินเทอร์เน็ต วิทยุ และเป็นของที่มีอยู่ในท้องถิ่น จำนวน 1 คน ร้อยละ 4

ตารางที่ 23 แสดงข้อมูลการเริ่มเข้ามาเป็นสมาชิก

การเริ่มเข้ามาเป็นสมาชิก	จำนวน	ร้อยละ
เคยเป็นสมาชิกอสม.	1	4
ได้รับคำแนะนำจากญาติ	1	4
ได้รับการชักชวนจากประธานกลุ่ม	22	92
<b>รวม</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

จากการสอบถามพบว่า ส่วนใหญ่เข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่มไข่เค็มไชยาจากการชักชวนของ ประธานกลุ่ม จำนวน 22 คน ร้อยละ 92 รองลงมาคือได้รับคำแนะนำจากญาติ ซึ่งเท่ากันกับการเป็น สมาชิกอสม. จำนวน 1 คน ร้อยละ 4

ตารางที่ 24 แสดงข้อมูลผู้สอนวิธีการผลิตไข่เค็ม

ใครเป็นผู้สอนวิธีการผลิตไข่เค็ม	จำนวน	ร้อยละ
มีความรู้พื้นฐานในการผลิต	4	17
ได้รับการสอนจากทางกลุ่มอสม.	18	75
อินเทอร์เน็ต		
ภาครัฐเข้ามาให้ความรู้		
ได้รับความรู้จากครอบครัว	2	8
<b>รวม</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

สมาชิกของกลุ่มส่วนใหญ่ ได้รับการสอนผลิตไข่เค็มไชยาจากทางกลุ่มอสม. จำนวน 18 คน ซึ่งคิดเป็นร้อยละ 75 นอกจากนี้บางคนยังคงมีความรู้พื้นฐานในการผลิตไข่ จำนวน 4 คน ร้อยละ 17 และยังมีผู้ที่มีความรู้พื้นฐานในการผลิตไข่เค็ม ผนวกกับการได้รับความรู้จากครอบครัว จำนวน 2 คน ร้อยละ 8

ตารางที่ 25 ความคิดเห็นต่อบรรจุภัณฑ์

ความคิดเห็นต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ควรมีการพัฒนาในรูปแบบกล่อง	9	37.5
รูปแบบเดิมคืออยู่แล้ว	15	62.5
<b>รวม</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จำนวน 15 คน หรือร้อยละ 62.5 ให้ความคิดเห็นถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยาว่ารูปแบบเดิมมีความเหมาะสมอยู่แล้ว แต่ยังคงมีผู้ตอบ

แบบสอบถามจำนวน 9 คน หรือร้อยละ 37.5 ที่ให้ความเห็นขัดแย้งว่ากล่องบรรจุภัณฑ์ควรได้รับการปรับปรุง

ตารางที่ 26 ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ข้อเสนอแนะต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
มีรูปสมาชิก	2	40
มีรูปสมาชิกและวิธีการประกอบอาหาร	1	20
ระบุวันผลิตและหมดอายุที่ชัดเจน	1	20
กล่องมีความสะดวกในการถือ	1	20
<b>รวม</b>	<b>5</b>	<b>100</b>

หลังจากสอบถามเพิ่มเติมในด้านความคิดเห็นด้านการพัฒนาในกรณีที่ต้องพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่ามีผู้ให้ความคิดเห็นจำนวน 5 คน จากจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมด โดยผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 2 คน หรือร้อยละ 40 เสนอแนะว่าควรมีการเพิ่มรูปสมาชิกลงในบรรจุภัณฑ์ รองลงมาได้เสนอแนะถึงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ควรสะดวกต่อการถือ ซึ่งเท่ากันกับผู้เสนอถึงการระบุวันผลิต และวันหมดอายุที่ชัดเจน รวมทั้งมีรูปสมาชิก พร้อมกับวิธีประกอบอาหารบนบรรจุภัณฑ์ จำนวน 1 คน หรือร้อยละ 20



ตารางที่ 27 แสดงข้อมูลจุดเด่นของไข่เค็มไชยา

จุดเด่นของไข่เค็มไชยา	จำนวน	ร้อยละ
รสชาติ	23	43.4
คุณภาพ	23	43.4
ความมีชื่อเสียง	2	3.8
ประวัติของไข่เค็ม	5	9.4
<b>รวม</b>	<b>53</b>	<b>100</b>

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ให้ความสำคัญเห็นถึงจุดเด่นของไข่เค็มไชยา คือ รสชาติ และคุณภาพ คิดเป็นร้อยละ 43.4 รองลงมา คือ ประวัติไข่เค็ม คิดเป็นร้อยละ 9.4 และความมีชื่อเสียง คิดเป็นร้อยละ 3.8

ตารางที่ 28 แสดงข้อมูล สิ่งที่ต้องการให้เพิ่มบนบรรจุภัณฑ์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

สิ่งที่ต้องการให้เพิ่มบนบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ประวัติไข่เค็ม	2	5.4
ประวัติกลุ่มอสม.	12	32.4
เครื่องหมายรับรองคุณภาพ	2	5.4
ราคา	10	27
ขนาดของไข่เค็มที่บรรจุ	10	27
ภาษาอังกฤษ	1	2.7
<b>รวม</b>	<b>37</b>	<b>100</b>

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ในข้อนี้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้มากกว่า 1 ข้อ ทำให้มีการตอบข้อมูลซ้ำกัน แต่เมื่อแจกแจงข้อมูลออกมาเป็นคำร้อยละสามารถสรุปข้อมูลได้ ดังนี้ พบว่าส่วนใหญ่ ต้องการให้มีการเล่าประวัติของกลุ่มเพื่อให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น คิดเป็นร้อยละ 32.4 รองลงมาคือต้องการให้มีการแจ้งราคาและขนาดของไข่เค็มที่บรรจุ ร้อยละ 27 ให้มีประวัติไข่เค็มและเครื่องหมายรับรองคุณภาพ ร้อยละ 5.4 และมีภาษาอังกฤษ ร้อยละ 2.7 ตามลำดับ

ตารางที่ 29 แสดงข้อมูลลูกค้ำประจำของผู้ตอบแบบสอบถาม

มีลูกค้ำประจำที่สั่งซื้อไข่เค็มหรือไม่	จำนวน	ร้อยละ
มี	24	100
ไม่มี		
<b>รวม</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

จากแบบสอบถามพบว่าทางกลุ่มมีลูกค้ำประจำสั่งซื้อ โดยตอบเหมือนกันทั้งหมด 24 คน คือมีลูกค้ำประจำ ร้อยละ 100 และจากการสอบถามเพิ่มเติมกลุ่มลูกค้ำประจำของทางกลุ่มส่วนใหญ่ เป็นคนในชุมชน ส่งขายร้านอาหารในกรุงเทพมหานคร ส่งให้กับทางไปรษณีย์และนักท่องเที่ยว ตามลำดับ

ตารางที่ 30 แสดงข้อมูลความสม่ำเสมอของรายได้

ความสม่ำเสมอของรายได้	จำนวน	ร้อยละ
มี	15	62
มีบ้าง	5	21
ไม่มี	4	17
<b>รวม</b>	<b>24</b>	<b>100</b>

จากการสอบถามพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความสม่ำเสมอของรายได้จำนวน 15 คน ร้อยละ 62 รองลงมา คือ มีรายได้บ้าง จำนวน 5 คน ร้อยละ 21 และมีผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 4 คน หรือร้อยละ 17 ที่มีรายได้ไม่สม่ำเสมอ

### ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตารางที่ 31 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุกภัณฑ์

ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุกภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
ให้สามารถมองเห็นข้างในบรรจุกภัณฑ์ แต่ยังคงความแข็งแรง	1	50
การเพิ่มรูปภาพสมาชิก	1	50
รวม	2	100

จากการสอบถามด้านข้อเสนอแนะมีผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 2 คนที่แสดงความคิดเห็นต่อบรรจุกภัณฑ์ โดยให้ความเห็นว่าควรมีการเพิ่มรูปภาพสมาชิกในกลุ่ม จำนวน 1 คน และอีก 1 คน ได้แสดงความคิดเห็นว่าควรออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สามารถมองเห็นข้างในได้ แต่ยังคงมีความคงทนและแข็งแรง โดยคิดเป็นร้อยละ 50

### สรุปแบบสอบถามสมาชิกกลุ่มไข่เค็ม อสม.

สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจไข่เค็ม อสม.ไชยา มีทั้งหมด 24 คน ชาย 4 คน หญิง 20 คน สมาชิกผู้ชายเป็นญาติคุณประสงค์ หิตอนันต์ ที่ได้รับการชักชวนให้มารวมกลุ่มกันเพื่อสร้างอาชีพเสริม ส่วนสมาชิกผู้หญิง 20 คน เข้ามาเป็นสมาชิกจากการชักชวนของประธานกลุ่ม ช่วงอายุของสมาชิกส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุอยู่ระหว่าง 61-70 ปีขึ้นไป ภูมิลำเนาของสมาชิกส่วนใหญ่เป็นคนตำบลเสม็ด อาศัยอยู่หมู่ 5 บ้านเสม็ด มีเพียง 4 คนที่อยู่หมู่ 4 บ้านปากท่อ การเข้ามาเป็นสมาชิกของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่จะเข้ามาตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกลุ่มจำนวน 13 คน รองลงมาเข้ามาเป็นสมาชิก 6-10 ปี และเป็นสมาชิก 3-5 ปี ตามลำดับ อาชีพของสมาชิกส่วนใหญ่เป็นเกษตรกร คือ การทำนาและเลี้ยงสัตว์ การรู้จักไข่เค็มสมาชิกในกลุ่มรู้จักเพราะเป็นของดีที่มีอยู่ในท้องถิ่นทุกคน ในชุมชนรู้จัก การเข้ามาเป็นสมาชิกคือการได้รับการชักชวนจากประธานกลุ่มให้มารวมกลุ่มกันเพื่อสร้างอาชีพเสริม วิธีการผลิตของกลุ่มได้รับการสอนมาจากสมาชิกภายในกลุ่ม เพราะมีสมาชิกบางคนเคยเป็นลูกจ้างร้านไข่เค็ม จึงนำความรู้ที่ได้มาถ่ายทอดให้กับสมาชิกคนอื่นๆ ให้สามารถ

ผลิตไข่เค็มได้ สมาชิกในกลุ่ม 24 คน ส่วนใหญ่มองว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบเดิมคืออยู่แล้ว จำนวน 15 คน แต่มีอีก 9 คน บอกว่าควรมีการพัฒนาในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ โดยส่วนใหญ่เสนอให้มีการเล่าเรื่องของกลุ่มหรือมีภาพสมาชิกกลุ่มเพื่อให้กลุ่มเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้น ลูกค้าของทางกลุ่มส่วนใหญ่จะเป็นคนในชุมชนที่แวะเวียนมาซื้อไข่เค็มเพื่อนำไปเป็นของฝาก รองลงมาคือไปรษณีย์และร้านอาหารในกรุงเทพมหานครที่สั่งไข่เค็มจากทางกลุ่มไปขาย จุดมุ่งหมายของกลุ่มคือเพื่อให้ไข่เค็มเป็นที่รู้จักมากขึ้นและให้สมาชิกมีรายได้มากขึ้นจากการประกอบอาชีพหลัก และให้ผู้สูงอายุในชุมชนได้มีรายได้ไม่ห่างจากการต้องอยู่บ้านเพียงอย่างเดียวและเป็นการสร้างให้คนในชุมชนมีความสามัคคี เพราะกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มเปรียบเสมือนแหล่งศูนย์รวมของคนในชุมชน เมื่อมีกิจกรรมใดมักจะมาจัดที่กลุ่มเสมอ

ซึ่งจากการสรุปแบบสอบถามของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไซยาเห็นได้ว่าทางกลุ่มต้องการให้ผลิตภัณฑ์ไข่เค็มเป็นที่รู้จักมากขึ้น ต้องการให้ผู้บริโภคได้รู้จักกลุ่มมากขึ้นจากการเล่าเรื่องของกลุ่มผ่านบรรจุภัณฑ์หรือให้มีภาพสมาชิกกลุ่มอยู่บนกล่องบรรจุภัณฑ์ ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

#### กล่องบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไซยา

ในขั้นตอนนี้จะนำผลการวิจัยจากแบบสอบถามจากทั้งผู้บริโภคและสมาชิกไข่เค็ม อสม. ไซยา มาหาความต้องการร่วมกันแล้วนำมาออกแบบร่วมกับนักออกแบบ เพื่อให้ได้รูปแบบที่เหมาะสมและตรงกับความต้องการมากที่สุด ปัจจุบันทางกลุ่มมีบรรจุภัณฑ์ที่ใช้อยู่ 2 แบบ ดังนี้

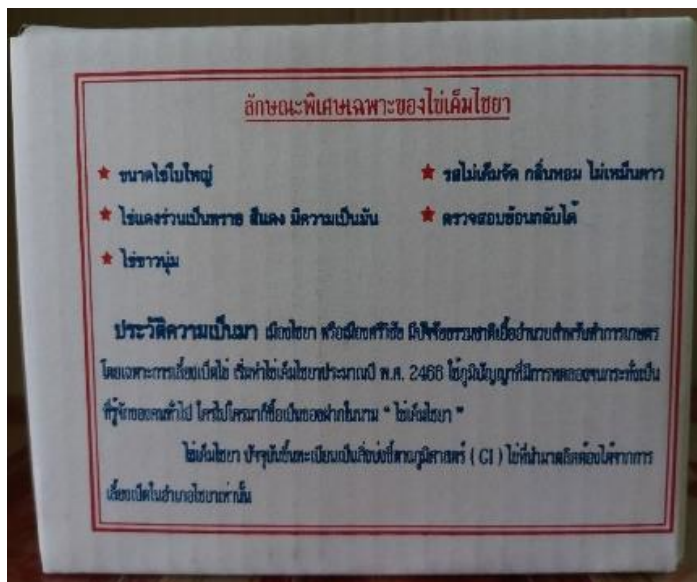
#### รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 30 ด้านหน้ากล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1

ที่มา : ภาพถ่ายจากผู้วิจัย 31 มกราคม 2563

ด้านหน้ากล่องบอกชื่อผู้ผลิตคือ ไข่เค็ม อสม. ไชยา มีกำหนดการการปรุงอาหาร มีเครื่องหมายรับรอง สถานที่ตั้งของกลุ่มและเบอร์โทรศัพท์ต่อ



ภาพที่ 31 ด้านหลังกล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1  
ที่มา : ภาพถ่ายจากตู้วิจัย 31 มกราคม 2563

ด้านหลังกล่องบอกถึงลักษณะพิเศษของไข่เค็ม ไชยา และประวัติของไข่เค็ม ไชยา



ภาพที่ 32 ด้านซ้ายกล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1  
ที่มา : ภาพถ่ายจากตู้วิจัย 31 มกราคม 2563



ด้านซ้ายมีเครื่องหมายรับรองจากหน่วยงานราชการ ซึ่งเป็นหน่วยงานกำกับไข่เค็มไชยา เป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์



ภาพที่ 33 ด้านขวากล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1  
ที่มา : ภาพถ่ายจากผู้วิจัย 31 มกราคม 2563

ด้านขวาเป็นสัญลักษณ์ GI หรือเครื่องบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์



ภาพที่ 34 กล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1  
ที่มา : ภาพถ่ายจากผู้วิจัย 31 มกราคม 2563

**รูปแบบที่ 1** เป็นรูปแบบที่ใช้กัน โดยทั่วไปของร้านขายไข่เค็มไชยาในแต่ละร้าน อาจแตกต่างกันตรงด้านหน้ากล่องที่บอกถึงชื่อตราร้านค้าของตนเองและมักมีการมัดเชือกฟาง สะดวกในการวางซ้อนเรียงกันหน้าร้าน รูปแบบนี้ต้นทุนในการผลิตมีราคาน้อยกว่าแบบอื่นๆจึงเป็นที่นิยมของร้านค้า ในส่วนของด้านหน้ากล่องเป็นชื่อของกลุ่มวิสาหกิจ บอกวันที่บริโภค มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ เช่น GI เครื่องบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เครื่องหมายฮาลาล เครื่องหมาย ออย. เครื่องหมาย มพช. เป็นต้น ด้านหลังเป็นส่วนบอกลักษณะพิเศษของไข่เค็มไชยาและประวัติไข่เค็มไชยา ส่วนด้านซ้ายของกล่องเป็นหน่วยงานที่กำกับดูแลไข่เค็มไชยา และด้านขวาเป็นสัญลักษณ์ของ GI แสดงถึงการเลี้ยงเปิดและใช้ไข่เปิดในท้องถิ่น

## รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 35 ด้านหน้ากล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2

ที่มา : ภาพถ่ายจากผู้วิจัย 31 มกราคม 2563

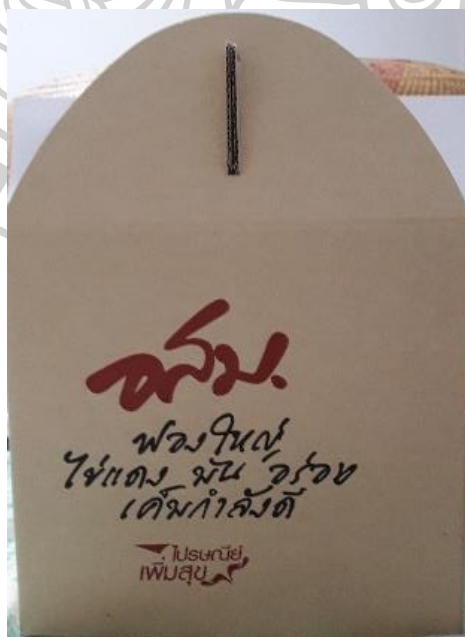
ด้านหน้ากล่องเป็นชื่อของผลิตภัณฑ์คือไข่เค็ม อสม. มีคำบอกไข่เค็มออร์แกนิกบอกถึงการเลี้ยงของทางกลุ่ม และรูปเป็ดที่มีไข่เค็มอยู่ในตัว





ภาพที่ 37 ด้านซ้ายกล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2  
ที่มา : ภาพถ่ายจากผู้วิจัย 31 มกราคม 2563

ด้านซ้ายของกล่องบอกถึงวันที่สามารถบริโภคได้ เครื่องหมายขอ. จำนวนไข่ที่บรรจุ ราคากล่อง



ภาพที่ 38 ด้านขวาของกล่องบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2  
ที่มา : ภาพถ่ายจากผู้วิจัย 31 มกราคม 2563



มีสัญลักษณ์ไปรษณีย์ข้างกล่อง และคำที่สื่อถึงความเป็นไข่เค็มไชยา



รูปแบบที่ 2 เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ทำขึ้นของไปรษณีย์เพื่อใช้ส่งขายไปทั่วประเทศ มีเฉพาะที่กลุ่มไข่เค็ม อสม. ไชยา รูปแบบนี้มีค่าใช้จ่ายในการผลิตที่สูงกว่าแบบแรกใช้ส่งให้กับทางไปรษณีย์เป็นรูปแบบที่ทางกลุ่มเพิ่มเริ่มใช้ เพราะไปรษณีย์เพิ่งเริ่มเข้ามาส่งเสริมกลุ่มเมื่อต้นปี พ.ศ. 2562 เพราะต้องการช่วยชุมชนที่ผลิตไข่เค็มโดยชาวบ้าน โดยส่งไปวางขายทั่วประเทศโดยจะวางอยู่หน้าเคาเตอร์ที่สำนักงานไปรษณีย์ ขายกล่องละ 120 บาท ด้านหน้ากล่องเป็นสัญลักษณ์ของชื่อกลุ่มคือ อสม.และเปิดโดยมีไข่วางอยู่ในตัวเปิด ด้านหลังเป็นการอธิบายว่าเก็บไข่ไว้กี่วันจึงจะพอดีต่อการบริโภค เช่น หากเก็บไข่ไว้ 3-7 วัน สามารถนำมาทอดอร่อย แต่ถ้าเก็บไว้อีก 10 วันควรมานำมาต้มเป็นต้น พร้อมเครื่องหมายรับรองจากหน่วยงานต่างๆ ทางด้านซ้ายเป็นส่วนวันที่พร้อมรับประทานและทางด้านขวาเป็นคำที่สื่อถึงลักษณะเด่นของไข่เค็มของกลุ่ม

หลังจากวิเคราะห์แบบสอบถามทั้งจากผู้บริโภคและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยาแล้ว จึงนำมารวมกับการเก็บข้อมูลภาคสนาม แล้วจึงได้ออกแบบโดยใช้แนวคิด ทฤษฎีเรื่องการออกแบบเป็นแนวในการคิดแบบ โดยคิดออกมาทั้งหมด 3 แบบ โดยนำจุดเด่นของกลุ่ม เช่น การเลี้ยงเปิดเอง การเลี้ยงเปิดเองตามธรรมชาติ การรวมกลุ่มของชาวบ้านเพื่อแก้ปัญหาไข่เป็ดล้นในชุมชน หรือรสชาติไข่เค็มที่อร่อยไม่เค็มจัด เป็นต้น แล้วนำมาออกแบบรวมกับผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถามเพื่อให้สามารถตอบโจทย์จากผลการวิเคราะห์ได้ เพื่อให้สามารถมีทางเลือกได้แล้วจึงนำแบบที่ถูกเลือกมากที่สุดมาสร้างเป็นสินค้าจริง มีขั้นตอนในการร่างแบบ ดังนี้



### 3. ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ตัวอย่างแบบบรรจุภัณฑ์ที่ร่างแล้วทั้ง 3 แบบ มีดังนี้



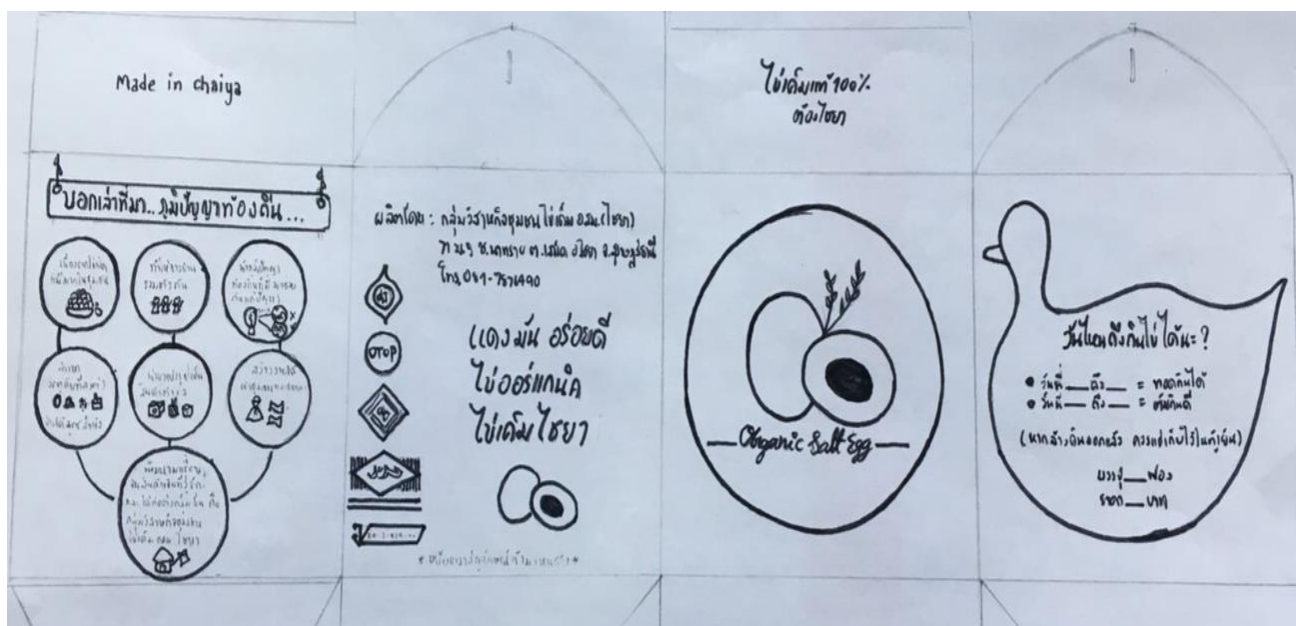
ภาพที่ 39 ตัวอย่างแบบร่างที่ 1

ที่มา : ออกแบบโดยผู้วิจัย



ภาพที่ 40 ตัวอย่างแบบร่างที่ 2

ที่มา : ออกแบบโดยผู้วิจัย



ภาพที่ 41 ตัวอย่างแบบร่างที่ 3

ที่มา : ออกแบบโดยผู้วิจัย

จากนั้นจึงนำแบบร่างขึ้นกราฟิกเป็นตัวอย่างกล่องบรรจุภัณฑ์ เพื่อใช้สอบถามถึงความพึงพอใจของแบบทั้งสาม โดยจะใช้สอบถามทั้งจากทางสมาชิกกลุ่มและผู้บริโภค เพื่อนำแบบที่ทางกลุ่มพึงพอใจมากที่สุดมาสร้างเป็นสินค้าจริง

### ขั้นตอนการออกแบบ

ในขั้นตอนนี้ได้นำข้อมูลจากการลงภาคสนาม และผลจากการวิเคราะห์จากแบบสอบถามมาสรุปผลร่วมกันแล้วออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด 3 แบบ ซึ่งในการออกแบบครั้งนี้ผู้วิจัยเป็นผู้ออกแบบบรรจุภัณฑ์เอง โดยอ้างอิงการออกแบบจากการทบทวนวรรณกรรมบทที่ 2 โดยเริ่มตั้งแต่การเลือกใช้การเล่าเรื่องของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยา โดยเล่าถึงภูมิปัญญาไข่เค็มส่งผลถึงความสำเร็จของกลุ่ม คือ การที่กลุ่มมารวมตัวกันขึ้นเพราะต้องการลดปริมาณไข่เค็มที่เกินความต้องการของชาวบ้าน และสร้างรายได้เสริมจากการทำนา โดยนำภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่น ซึ่งคือการทำไข่เค็มไชยามาสร้างรายได้ ความรู้การทำไข่เค็มได้รับการถ่ายทอดจากการเป็นลูกจ้างในร้านขายไข่เค็มจากที่อื่นมาก่อน จากนั้นจึงนำความรู้และวัตถุดิบที่มีมารวมกลุ่มกันสร้างรายได้จนกลุ่มเป็นที่รู้จักและกลายเป็นแหล่งเรียนรู้ให้กับผู้ที่สนใจไข่เค็มไชยา การออกแบบบรรจุภัณฑ์แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ดังนี้ ด้านแรกเป็นโลโก้สินค้า ด้านที่สองคือ วันที่บริโภค ด้านที่สามคือ ข้อความที่ดึงความสนใจผู้ซื้อให้เข้าใจถึงจุดเด่นของสินค้าไข่เค็ม และด้านที่สี่คือ การเล่าเรื่องภูมิปัญญาของกลุ่มในแต่ละแบบมีรายละเอียดดังนี้



## รายละเอียดแบบที่ 1

**ด้านที่ 1** เล่าเรื่องภูมิปัญญาของกลุ่มที่ส่งผลให้ประสบความสำเร็จ

**ด้านที่ 2** เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพของทางกลุ่ม ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เครื่องหมายเหล่านี้ได้ขออนุญาตกับประธานกลุ่มแล้วที่จะนำมาใส่ลงในกล่องที่ออกแบบ มีสถานที่ตั้งและเบอร์ติดต่อของทางกลุ่ม และมีข้อความที่สื่อถึงจุดเด่นของไข่เค็มที่นี้ แบบที่ 1 เลือกใช้คำว่า ขาว อวบ แดง มัน ไข่เค็มไชยา มีความหมายดังนี้

ขาว หมายถึง ไข่ขาวที่มีเนื้อสีขาวละเอียดรสชาติอร่อย

อวบ หมายถึง ไข่ที่ทางกลุ่มเลือกมาใช้เป็นไข่เบอร์ 1 และเบอร์ 2 คำว่า อวบ มาจากคำว่าอวบอ้วน ซึ่งหมายถึงไข่เป็ดที่มีลักษณะฟองใหญ่

แดง มัน หมายถึง ไข่แดงที่มีสีแดงสวย รสชาติมันและอร่อย เกิดจากการเลี้ยงของชาวบ้านที่ให้อาหารเป็นหอยกะพง ทำให้ไข่แดงของเป็ดมีสีแดงน่ารับประทาน

ไข่เค็มไชยา หมายถึง จุดเด่นทั้งหมดที่กล่าวมาจนทำให้กลายเป็นไข่เค็มไชยา

**ด้านที่ 3** คือเครื่องหมายตราสินค้า ในแบบที่ 1 เลือกใช้เป็ด ต้นข้าว และไข่ มีความหมายดังนี้

เป็ด หมายถึง การเลี้ยงของทางกลุ่มสมาชิกที่เป็นการเลี้ยงตามธรรมชาติโดยการปล่อยให้เป็ดหากินเองในทุ่งนา ทำให้เป็ดได้ออกกำลังกายมีความแข็งแรง

ไข่เป็ด หมายถึง เมื่อเลี้ยงเป็ดตามธรรมชาติให้เป็ดได้หากินเอง เมื่อเป็ดออกไข่ ไข่ที่ได้มาจึงเป็นไข่ที่อร่อย

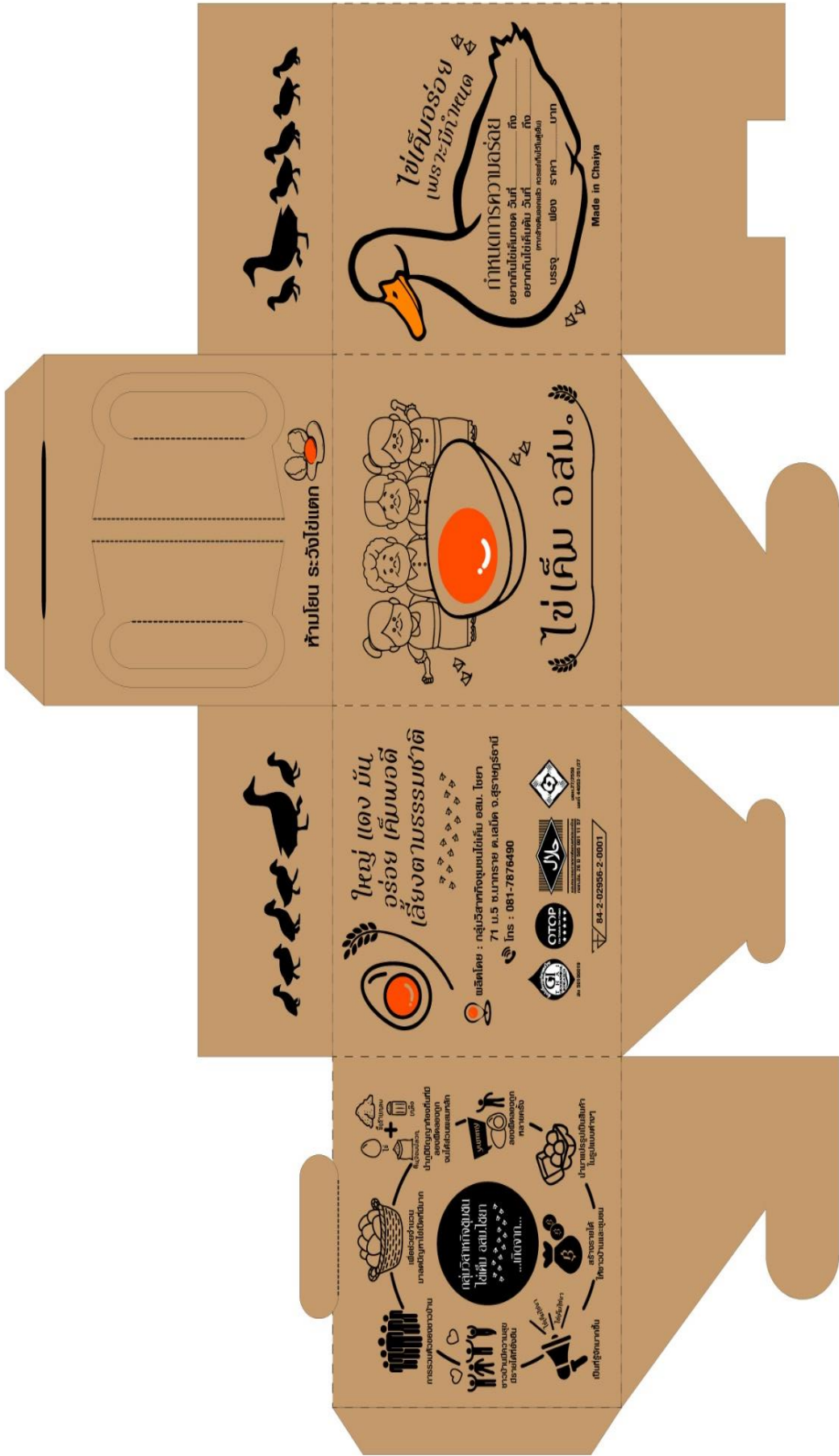
ต้นข้าว หมายถึง อาหารที่เป็ดกิน เพราะเวลาที่ชาวบ้านปล่อยให้เป็ดออกหากินในตอนเช้า เป็ดจะลงทุ่งนากินเมล็ดข้าวที่ร่วงลงพื้น และข้าวของชาวบ้านนาทรายเป็นข้าวไม่มีสารเคมีหรือยาฆ่าแมลงส่งผลให้อาหารที่เป็ดกินจึงปลอดภัย และลักษณะของต้นข้าวมีลักษณะโค้งเข้าหากันคล้ายวงกลมสื่อให้เห็นถึงการรวมตัวของคนในชุมชนที่ต้องการแก้ปัญหาและสร้างรายได้ นอกจากนี้มีชื่อไข่เค็ม อสม.ให้ทราบว่าบรรจุภัณฑ์นี้เป็นของผู้ผลิตรายใดมีข้อความภาษาอังกฤษที่สื่อให้ทราบว่าเป็ดเป็นไข่ที่เลี้ยงตามธรรมชาติ และการใช้คำว่า made in chaiya ต้องการสื่อให้รู้ว่าเป็นของแท้ ผลิตจากพื้นที่ไชยา



ด้านที่ 4 เป็นรายละเอียดกำหนดการรับประทานไข่มุขทั้งในแบบทอดไข่มุขและแบบต้ม โดย ไข่สัญลักษณ์เป็นรูปไข่มุขและไข่มุข เพื่อถ่ายทอดความเข้าใจ นอกจากนี้จะมีการบอกจำนวนไข่มุขที่ขาย และ ราคาขาย ด้านฝากลอง มีรูปเปิดดิน เพราะเมื่อยกหูหิ้วจะแสดงให้เห็นเหมือนเปิดกำลังเดินตามผู้ซื้อ และมี ข้อความระวังแตก ให้ผู้ซื้อระวังในการถือหรือวางซ้อน และนอกจากนี้จะสังเกตเห็นได้ว่ามีรูปดินเปิดอยู่ รอบกล่องซึ่งแสดงให้เห็นการเดินกันอย่างอิสระของเปิดที่เดินลงทุ่งนาตามแบบที่ชาวบ้านเลี้ยง







ภาพที่ 43 ตัวอย่างแบบที่ 2 บรรจุภัณฑ์จากกระดาษรีไซเคิล

ที่มา : ออกแบบโดยผู้วิจัย

## รายละเอียดแบบที่ 2

**ด้านที่ 1** เล่าเรื่องภูมิปัญญาความสำเร็จของกลุ่มเช่นเดียวกับแบบที่ 1 แต่การเล่าจะเป็นลักษณะแผนผังเล่าเรื่องตั้งแต่เริ่มต้นของปัญหาจนถึงผลสำเร็จ

**ด้านที่ 2** มีเครื่องหมายรับรองคุณภาพ ที่อยู่และเบอร์ติดต่อ เหมือนแบบที่ 1 ส่วนของข้อความที่สื่อถึงจุดเด่นของไข่เค็มแบบที่ 2 เลือกใช้คำว่า ใหญ่ แดง มัน อร่อย เค็มพอดี เลี้ยงตามธรรมชาติ มีความหมายดังนี้

ใหญ่ หมายถึง เลือกใช้ไข่เป็ดเบอร์ใหญ่ในการทำไข่เค็ม

แดง มัน หมายถึง ไข่แดงเมื่อกินเข้าไปจะมีความมันจากไข่

อร่อย หมายถึง รสชาติของไข่เค็มไซยาที่อร่อยถูกปาก

เค็มพอดี หมายถึง รสชาติไข่เค็มไซยาที่เค็มพอดีรับประทานเมื่อถึงกำหนด

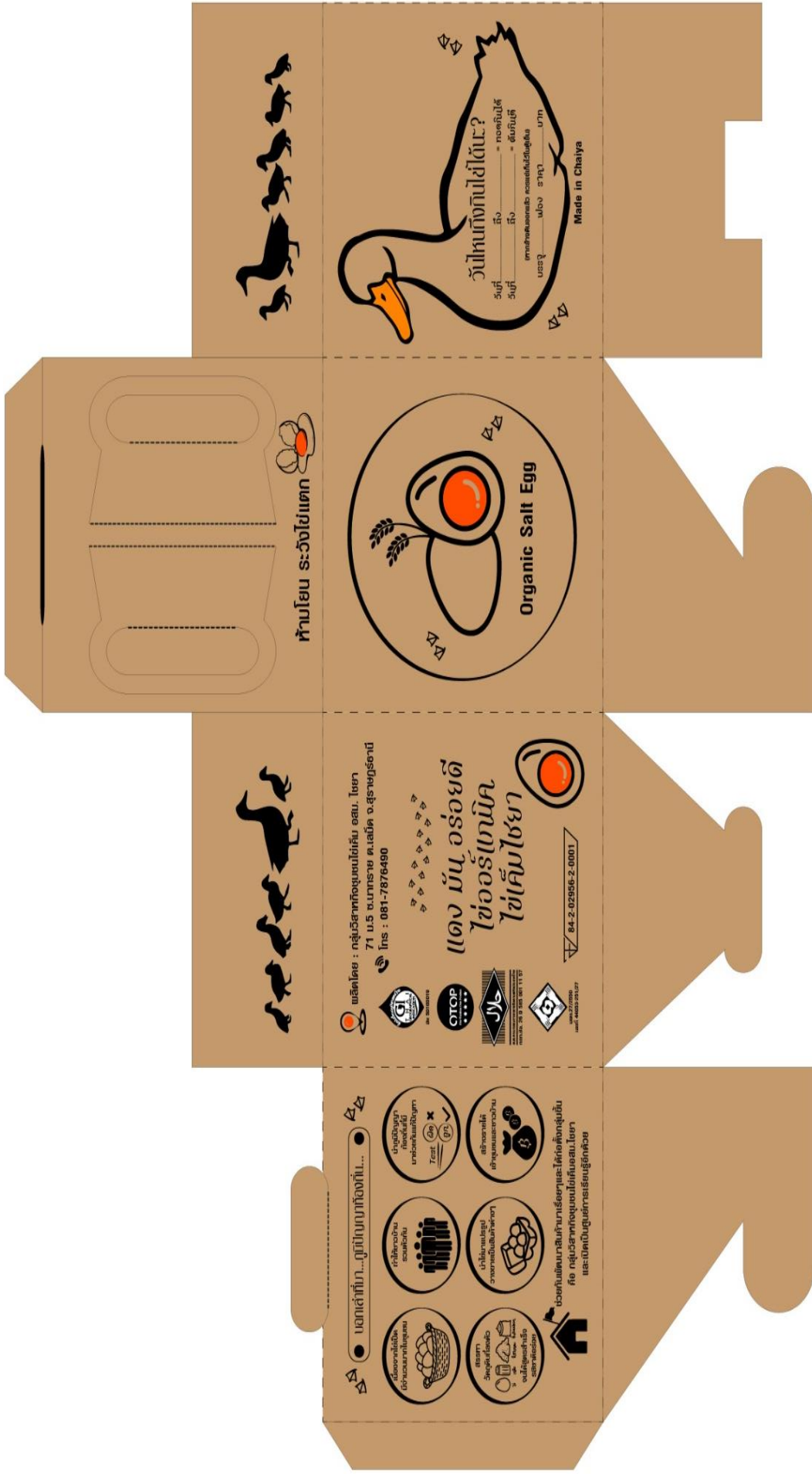
เลี้ยงตามธรรมชาติ หมายถึง การเลี้ยงเป็ดของชาวบ้านยังคงเลี้ยงแบบไล่ทุ่ง คือให้หากินเองตามธรรมชาติ

และมีรูปไข่เป็ดวางคู่กับต้นข้าว โดยต้องการสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจว่าเป็นการเลี้ยงแบบธรรมชาติทำให้ได้ไข่เค็มที่มีรสชาติดีและปลอดภัยจากสารเคมี

**ด้านที่ 3** คือส่วนของตราสินค้าของแบบที่ 2 เป็นรูปของผู้สูงอายุที่มีใบหน้าป็นยิ้มและมีไข่เค็มอยู่ด้านหน้า หมายถึง เป็นการรวมกลุ่มกันของผู้สูงอายุในชุมชน ซึ่งส่วนใหญ่เป็นผู้หญิงมาทำไข่เค็มขายสร้างรายได้เสริม ใบหน้าที่มีรอยยิ้ม แสดงถึงการมีความสุขของสมาชิกที่มารวมกันทำไข่เค็มขาย และตรงคำว่าไข่เค็ม อสม.จะมีต้นข้าวที่วางอยู่ล่างชื่อกลุ่มซึ่งหมายถึง อาชีพของสมาชิกส่วนใหญ่ที่เป็นชาวนา และเลี้ยงเป็ดโดยการให้เป็ดกินข้าวที่อยู่ในทุ่งนาของชาวบ้าน

**ด้านที่ 4** เป็นรายละเอียดของการรับประทานไข่เค็มทั้งแบบทอดและแบบต้มและมีการบอกจำนวนไข่เค็มและราคาขาย ส่วนรายละเอียดของการรับประทานได้วางตัวเป็ดครอบไว้เพื่อให้มีลักษณะโดดเด่นและแตกต่างจากที่อื่น ในแบบที่ 2 ยังคงมีรูปดินเป็ดเดินรอบกล่องเช่นเดียวกับแบบที่ 1 และรายละเอียดบนฝากล่องยังคงมีรูปเป็ดเดินเช่นเดียวกับแบบที่ 1

ด้านฝากล่อง มีรูปเป็ดเดิน เพราะเมื่อยกหูหิ้วจะแสดงให้เห็นเหมือนเป็ดกำลังเดินตามผู้ซื้อ และมีข้อความระวางแตก ให้ผู้ซื้อระวังในการถือหรือวางซ้อน และนอกจากนี้จะสังเกตเห็นได้ว่ามีรูปดินเป็ดอยู่รอบกล่องซึ่งแสดงให้เห็นการเดินกันอย่างอิสระของเป็ดที่เดินลงทุ่งนาตามแบบที่ชาวบ้านเลี้ยง



ภาพที่ 44 ตัวอย่างแบบที่ 3 บรรจุภัณฑ์จากกระดาษรีไซเคิล

ที่มา : ออกแบบ โดยผู้วิจัย

### รายละเอียดแบบที่ 3

ด้านที่ 1 เล่าเรื่องของการที่กลุ่มรวมตัวกันนำภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นคือการทำไข่เค็ม มาสร้างอาชีพจนเกิดรายได้ขึ้นในชุมชน

ด้านที่ 2 ใส่เครื่องหมายรับรองคุณภาพและมีที่อยู่พร้อมเบอร์ติดต่อ แต่ในแบบที่ 3 นำเครื่องหมายไว้ด้านข้างที่อยู่พร้อมเบอร์ติดต่อย้ายมาอยู่ข้างบน เพื่อสร้างความแตกต่างและผู้บริโภค จะได้เห็นเครื่องหมายที่อยู่ก่อนเป็นลำดับแรก เพราะส่วนใหญ่แล้วทั้ง 2 อย่างมักถูกมองข้ามหรือ อ่านผ่าน ๆ จึงตั้งใจขึ้นมาให้เด่น ด้านข้อความที่ใช้สื่อถึงความเป็นกลุ่มและไข่เค็มไชยาได้ เลือกใช้คำว่า แดง มัน อร่อยดี ไข่อร์แกนิก ไข่เค็มไชยา มีความหมายดังนี้

แดงมัน หมายถึง ไข่แดงที่มีรสชาติมันอร่อยถูกปากผู้บริโภค

อร่อยดี หมายถึง รสชาติของไข่เค็มไชยาที่อร่อยจนต้องซื้อเป็นของฝาก

ไข่อร์แกนิก หมายถึง กรรมวิธีการเลี้ยงของสมาชิกผู้เลี้ยงที่นำมาส่งขายที่กลุ่มไข่เค็ม อสม.ไชยา เป็นการเลี้ยงแบบปล่อยทุ่งให้เป็ดได้ออกกกำลังกาย และหากินเองตามธรรมชาติ กิน หอยหรือสัตว์เล็กๆที่อยู่ในน้ำ ซึ่งน้ำข้าวที่ชาวบ้านปลูกไม่ได้ใช้ยาฆ่าแมลงในการกำจัดศัตรูพืช แต่ใช้เป็ดในการกินศัตรูพืชเหล่านั้น ข้าวที่ชาวบ้านปลูกจึงปลอดภัย อาหารที่เป็ดกินจึงส่งผลดีมายัง ไข่เป็ด

ไข่เค็มไชยา หมายถึง ไข่เค็มที่มีรสชาติอร่อยถูกปาก มักถูกซื้อเป็นของฝากเมื่อมาเที่ยว สุราษฎร์ธานีเป็นของฝากที่นิยมซื้อของนักเดินทาง

ด้านที่ 3 เครื่องหมายตราสินค้าของแบบที่ 3 ก็คือรูปไข่เค็มและต้นข้าวซึ่งอยู่ในเส้น วงกลม โดยรูปไข่สื่อถึงไข่เค็มไชยา ไข่แดงสีสวยน่ารับประทาน ต้นข้าวที่วางอยู่หลังไข่เค็มสื่อถึง การเลี้ยงตามธรรมชาติของชาวบ้าน วงกลมที่ครอบอยู่สื่อถึงการรวมกลุ่มสมาชิกเป็นอันหนึ่งอัน เดียวกัน และรูปดินเป็ดสื่อถึงการที่เป็ดสามารถเดินหาอาหารได้อย่างอิสระ

ด้านที่ 4 เป็นส่วนที่แนะนำบอกถึงวันที่สามารถบริโภคได้ ทั้งแบบไข่ดาวและไข่ต้ม และมีบอกจำนวนฟองและราคาขาย

โดยบรรจุภัณฑ์ทั้ง 3 แบบ ต้องออกแบบมาเป็นทรงสี่เหลี่ยมจัตุรัส 15 × 15 เท่ากันทุก ด้านและมีหูจับพร้อมหัวได้ตลอดแต่ถ้าหากยังไม่ถูกยกไปจ่ายเงิน ตัวบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มและหูจับ สามารถวางอยู่บนชั้นและวางซ้อนได้โดยที่ไม่ต้องพับเก็บส่วนใดจนขาดความสวยงามไป เลือกใช้

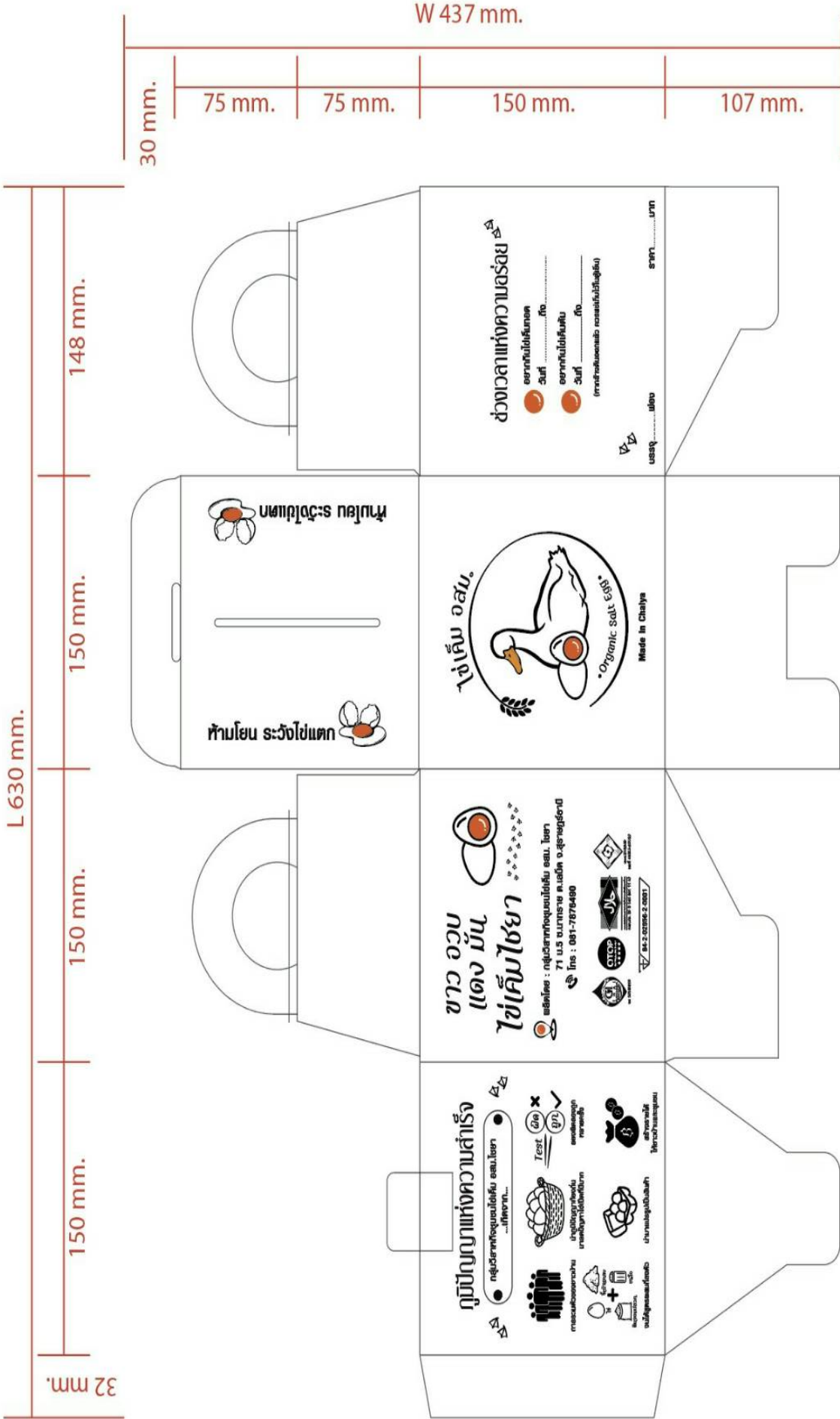
ลอน E เพราะเป็นลอนที่นิยมทำเป็น ไคคัท เมื่อขึ้นรูปกล่องหลังสวยงาม และกระดาษที่เลือกใช้คือ กระดาษ KI ซึ่งเป็นสีของกระดาษที่ดูสะอาดเวลาขึ้นรูปหรือพิมพ์ลาย ทำให้ลายเส้นดูโดดเด่นเมื่อ วางขายบนชั้น เมื่อออกแบบเสร็จแล้วผู้วิจัยได้นำแบบทั้ง 3 ให้สมาชิกกลุ่มเป็นผู้เลือกว่าพึงพอใจ กับแบบใดมากที่สุด แล้วจึงนำแบบนั้นมาออกแบบจริง โดยแบบที่กลุ่มเลือกคือ แบบที่ 1

### ขั้นตอนการผลิตทางโรงงาน

หลังจากนำแบบบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบเสร็จแล้วทั้ง 3 แบบ ให้กับทางกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยา ทั้ง 24 คน เลือกแบบที่พึงพอใจมากที่สุดที่สามารถสะท้อนความเป็นกลุ่ม และเล่าเรื่องของทางกลุ่มได้เข้าใจและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าได้ ซึ่งหลังจากวิเคราะห์ ผลแล้วแบบที่ทางกลุ่มเลือก คือแบบที่ 1 จึงนำแบบมาส่งให้ทางโรงงานผลิตซึ่งระหว่างการผลิตได้ เกิดปัญหาในการแก้ไขแบบและตัวบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1. หูจับต้องมีการปรับแก้ เพราะหูจับแบบแรกที่ออกแบบมาเมื่อนำมาขึ้นรูปแบบกล่อง จริงการรับน้ำหนักของหูจับทั้งหมดอยู่ตรงฝาที่เปิดด้านเดียว หากต้องใส่ไข่เค็มจำนวนหลายฟอง อาจทำให้รับน้ำหนักเวลาหิ้วได้ไม่ดี จึงเปลี่ยนส่วนหูจับใหม่เพื่อให้รับน้ำหนักได้ดีขึ้น
2. กราฟิคนบรรจุภัณฑ์ มีการเพิ่มกราฟิกลงบนบรรจุภัณฑ์หลายส่วนแต่เมื่อขึ้นตัว กล่องบรรจุภัณฑ์จริง กราฟิกที่มีอยู่เยอะเกินไปและอาจทำให้ความน่าสนใจของตัวบรรจุภัณฑ์ลด น้อยลง จึงลดทอนบางส่วนออก เช่น เปิดที่อยู่บนฝากล่อง รูปเปิดตรงส่วนวันที่บริโภค เป็นต้น
3. กระดาษไคคัท ในตอนแรกกระดาษที่ใช้ทำไคคัทได้เลือกกระดาษ KI ซึ่งลักษณะ กระดาษออกโทนสว่างช่วยให้แบบที่ออกแบบดูโดดเด่นขึ้น และกระดาษชนิดนี้จำเป็นต้องสั่งในจำนวน มากเพื่อผลิตกล่องที่ผู้วิจัยต้องการ แต่การวิจัยในครั้งนี้ทำขึ้นเพื่อเป็นแนวทางการศึกษายังไม่ จำเป็นต้องผลิตในสัดส่วนที่มาก แต่ผลิตมาบางส่วนก่อนเท่านั้น จึงต้องเปลี่ยนสีกระดาษให้ เหมาะสมกับจำนวนการผลิตจึงเลือกใช้กระดาษ KT





ภาพที่ 45 แบบบรรจุภัณฑ์จริงหลังจากการแก้ไขกับทางโรงงาน  
ที่มา : แบบจากทางโรงงาน



ภาพที่ 46 ตัวอย่างสีกระดาษที่เลือกและสีกระดาษที่ใช้จริง

ที่มา : บริษัท จินดาสยาม บรรจุภัณฑ์ จำกัด, สเปคกระดาษลูกฟูกและคุณสมบัติ, เข้าถึงเมื่อ 30 พฤษภาคม 2563, เข้าถึงได้จาก <https://www.siampackaging.co.th/content/20955/>

#### 4. สถานที่จำหน่าย

สถานที่ที่ใช้ในการวางขาย คือร้านรัตนานมไทย สาขาทางไปสนามบิณสุราษฎร์ธานี ร้านรัตนานมไทยเป็นหนึ่งในร้านขายของฝากของจังหวัด ที่มีคนเดินทางซื้อของฝากเป็นประจำ ร้านเปิดทุกวัน ตั้งแต่เวลา 06.30 – 20.00 น. ในการวางขายเลือกวางขายในวันเสาร์ – อาทิตย์ เพราะช่วงเวลานี้เป็นช่วงวันที่คนทั้งในจังหวัดและต่างจังหวัดเดินทางมาก และทางร้านลูกค้าเดินเข้ามาซื้อของฝากตลอดทั้งวัน ผู้วิจัยได้ขออนุญาตทางร้านในการวางขายสินค้า คือไข่เค็มไชยากับบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยา ผู้วิจัยใช้เวลาที่ร้านตั้งแต่วันที่ 7.00 – 19.30 น. เพื่อสังเกตการณ์ซื้อของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ไข่เค็ม ในการวางขายไข่เค็มผู้วิจัยตั้งราคาขายอยู่ที่กล่องละ 120 บาท ไข่เค็ม 15 ฟอง วันที่ตั้งขายจริงมีลูกค้าสนใจเข้ามาเลือกซื้อตลอดทั้งวัน ในการวางขายผู้วิจัยวางขายในวันที่ 6 มิถุนายน 2563 และวางขายต่อจนกว่าสินค้าจะหมด และจากการสอบถามลูกค้าที่ซื้อบรรจุภัณฑ์นี้ส่วนใหญ่จะตอบไปในทางเดียวกัน คือบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรง รูปแบบมีความโดดเด่นแตกต่างจากไข่เค็มที่วางขายร่วมกัน มีความน่าสนใจและราคาที่ขายสมเหตุสมผล ไม่สูงเกินไปจากสินค้าไข่เค็มเจ้าอื่นมากนัก



ภาพที่ 47 ร้านรัตนานมไทย  
ที่มา : ภาคสนาม 6 มิถุนายน 2563



ภาพที่ 48 ภายในร้านรัตนานมไทย  
ที่มา : ภาคสนาม 6 มิถุนายน 2563





ภาพที่ 49 ผู้บริโภคกับบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ โดยผู้วิจัย  
ที่มา : ภาคสนาม 6 มิถุนายน 2563

ในบทนี้เป็นการกล่าวถึงกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตั้งแต่เริ่มวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามเพื่อหาความต้องการจากทั้งกลุ่มไข่เค็ม อสม. และผู้บริโภคเพื่อให้ตรงกับความต้องการมากที่สุดและใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น คือไข่เค็มไชยาเป็นตัวเล่าเรื่องโดยเล่าผ่านกลุ่มวิชาชีพชุมชนไข่เค็ม อสม. ซึ่งเป็นกลุ่มที่ใช้ศึกษา หลักการในการออกแบบได้แบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การออกแบบลักษณะ โครงสร้างและการออกแบบกราฟิก ซึ่งทั้งสองส่วนมีความสำคัญต่อการออกแบบ เพราะลักษณะโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่ต้องรับน้ำหนักสิ่งของที่บรรจุจึงมีความจำเป็นต่อการออกแบบให้เหมาะสม และสองคือการออกแบบกราฟิกเป็นอีกส่วนที่มีความสำคัญ เพราะลายกราฟิกมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่น การสร้างความดึงดูดใจ การบอกถึงคุณสมบัติของสินค้า เป็นต้น โดยในการออกแบบครั้งนี้ได้ร่างแบบออกมา 3 แบบ โดยทั้ง 3 แบบได้มาจากการวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามจากทั้งทางกลุ่มและผู้บริโภค โดยนำมาออกแบบรวมกับภูมิปัญญาท้องถิ่นเรื่องไข่เค็มจนได้แบบตามที่ต้องการ จึงนำทั้ง 3 แบบ ที่ขึ้นรูปกราฟิกแล้วนำมาถามถึงความพึงพอใจที่มีต่อการออกแบบของทางกลุ่ม ซึ่งผลที่ได้ คือ ทางกลุ่มเลือกรูปแบบที่ โดยทางกลุ่มให้ความเห็นว่ารูปแบบมีความเรียบง่าย เล่าเรื่องของกลุ่มได้กระชับไม่ซับซ้อน ใช้ตราสัญลักษณ์ที่สื่อถึงความเป็นไข่เค็มไชยาของกลุ่มได้ดีจากนั้นจึงนำแบบมาผลิตจริงเพื่อทดลองขาย ร้านที่เลือกในการทดลองวางขาย คือร้านรัตนาเป็นหนึ่งในร้านขายของฝากของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ภายในมีของฝากให้เลือกซื้อมากมายหนึ่งในนั้นคือไข่เค็มไชยา เป็นร้านที่คนในท้องถิ่นและนอกพื้นที่มักแวะ

เวียนมาซื้อของฝากเป็นประจำจึงเลือกวางขายที่ร้าน จากการสังเกตร้านขายของฝากมักขายดีในช่วงวันศุกร์-อาทิตย์ เพราะเป็นช่วงเวลาที่คนเดินทางทำธุระข้ามจังหวัดและท่องเที่ยวมากเป็นพิเศษจึงเลือกช่วงเวลานี้ในการวางขาย และผลจากการวางขายผู้บริโภครู้จักการตอบรับค่อนข้างดี มีผู้บริโภครู้จักให้ความสนใจในสินค้าที่เป็นบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มที่ผู้วิจัยออกแบบ ผู้บริโภคบอกว่ารูปแบบดูแตกต่างจากกล่องไข่เค็มทั่วไปและกล่องดูแข็งแรง ราคาไม่สูงเกินไปจากผู้ขายไข่เค็มเจ้าอื่นๆ การเล่าเรื่องของกลุ่มเข้าใจง่ายไม่ซับซ้อน ตัวอักษรไม่เยอะเกินจนไม่ยอมอ่านและทำให้รู้จักกลุ่มที่เป็นแหล่งผลิต





## บทที่ 6

### สรุปผลการศึกษา อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่องแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยา ตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี ศึกษาภูมิปัญญาการทำไข่เค็มไชยา ทั้งขั้นตอนการผลิต วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และการเลี้ยงเป็ดเพื่อส่งไข่เป็ดขายให้กับทางกลุ่มอสม. โดยศึกษาผ่านทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยา เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยาเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าที่เป็นของฝาก ผู้วิจัยได้สรุปผลการศึกษาอภิปรายผลและข้อเสนอแนะเพื่อนำไปใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งต่อไป มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษา ดังนี้

1. ศึกษาภูมิปัญญาการผลิตไข่เค็มและบรรจุภัณฑ์
2. เป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

#### สรุปผลการศึกษา

ในการศึกษารุ่นนี้ได้เก็บข้อมูลภาคสนามกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยา เป็นหลักเพื่อศึกษาวิถีชีวิต ของสมาชิกที่เกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาการทำไข่เค็ม โดยเริ่มตั้งแต่วิธีการคัดเลือกไข่ วัตถุดิบที่ใช้ ขั้นตอนการผสมดิน เกลือและน้ำให้เข้าสู่ตราที่กลุ่มได้คิดค้น วิธีการชุบไข่เป็นต้น และนอกจากศึกษากระบวนการผลิตไข่เค็มยังศึกษาในส่วนของ การเลี้ยงเป็ดของกลุ่มสมาชิกผู้เลี้ยงเป็ด เพราะกลุ่มไข่เค็ม อสม.ไชยา จะรับซื้อไข่เป็ดจากสมาชิกผู้เลี้ยงเป็ดเท่านั้น เพื่อได้สนับสนุนให้กับกลุ่มผู้เลี้ยงเป็ดมีอาชีพและรายได้ที่มั่นคง มีการประกันราคาซื้อเพื่อป้องกันไม่ให้สมาชิกคนอื่นนำไปขายที่อื่น และการเลี้ยงเป็ดของกลุ่มนี้ยังเป็นการเลี้ยงเป็ดแบบไล่ทุ่ง คือปล่อยให้เป็ดออกมาหากินเองตามธรรมชาติโดยเป็ดจะลงหาอาหารในทุ่งนาของชาวบ้านกินเมล็ดข้าวหรือศัตรูพืชที่ทำลายนาข้าว ทำให้ชาวบ้านไม่ต้องใช้ยามาแมลงบนนาข้าวซึ่งส่งผลดีต่อเป็ดและผู้บริโภคข้าวและไข่เค็ม นอกจากศึกษาถึงวิธีการเลี้ยงเป็ดแล้วศึกษาจนถึงกระบวนการสุดท้ายคือการขายเป็ดที่เริ่มให้ไข่น้อยและเปลือกบางแก่พ่อค้ารับซื้อเป็ดเพื่อนำไปทำเป็ดพะโล้ สิ่งเหล่านี้คือ ภูมิปัญญาที่ปรากฏจากการทำไข่เค็มของชาวบ้านในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยาซึ่งอยู่ในวิถีชีวิตของชาวบ้าน ส่วนบรรจุภัณฑ์ของไข่เค็มแรกเริ่มเป็นเพียงการใส่ถุงขายแล้วพัฒนามาเป็น

กล่องรองเท้า เมื่อได้รับความนิยมนมากขึ้นทางหน่วยงานของภาครัฐจึงเข้ามาช่วยออกแบบกล่องใส่  
 ไข่เค็มมีลักษณะกล่องลูกฟูกสีน้ำตาลรัดด้วยเชือกฟางแล้วแปะกระดาษบอกวันที่พร้อมบริโภค แต่  
 เมื่อไข่เค็มขยายได้รับความนิยมมากขึ้นจนกลายเป็นของดีประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี การสร้าง  
 ภาพลักษณ์ของฝากให้ประทับใจแก่ผู้ซื้อจึงเป็นเรื่องสำคัญ ซึ่งในการศึกษาคั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือก  
 ออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยนำข้อมูลจากการลงภาคสนามและวิเคราะห์ผลจากแบบสอบถามจากทั้ง  
 ผู้บริโภคและสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยา มารวมกันแล้วออกแบบบรรจุภัณฑ์  
 นำมาให้ทางกลุ่มไข่เค็ม อสม.เลือกแบบที่พึงพอใจมากที่สุดแล้วจึงนำมาผลิตและวางขาย ในการใช้  
 แบบสอบถามครั้งนี้เพื่อวัดความต้องการของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มว่าต้องการให้บรรจุ  
 ภัณฑ์มีสิ่งใดบ้างและผลจากแบบสอบถามของผู้บริโภคพบว่าผู้ซื้อส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุเฉลี่ย  
 ระหว่างปี

ส่วนผลการวิเคราะห์แบบสอบถามความต้องการของกลุ่มวิสาหกิจไข่เค็ม อสม.ไชยาต่อ  
 บรรจุภัณฑ์พบว่าสมาชิกทั้งหมดมี 24 คน เป็นเพศหญิง 20 คน เพศชาย 4 คน อายุเฉลี่ยประมาณ 61-  
 70 ปี ขึ้นไปส่วนใหญ่เป็นคนในพื้นที่ อำเภอไชยา ตำบลเลม็ด อาชีพส่วนใหญ่ คือ เกษตรกร ทำนา  
 และเลี้ยงสัตว์และจากแบบสอบถามสมาชิกส่วนใหญ่อยากให้มีการเล่าเรื่องของกลุ่มของตน เพื่อให้  
 คนได้รู้จักมากขึ้น รองลงมา มีภาพของสมาชิกกลุ่ม เพราะทางกลุ่มต้องการให้คนรู้จักกลุ่มไข่เค็ม  
 อสม.มากยิ่งขึ้นผ่านการเล่าเรื่องจากบรรจุภัณฑ์ และแบบสอบถามจากผู้บริโภคที่มีต่อความต้องการ  
 บรรจุภัณฑ์ไข่เค็ม ไชยา โดยในการแจกแบบสอบถามได้แจกแบบสอบถาม 2 แห่ง คือที่กลุ่ม  
 วิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม ไชยาและร้านขายไข่เค็มริมถนนเพชรเกษมขาขึ้นกรุงเทพมหานครเป็นการแจก  
 แบบสอบถามแบบบังเอิญ คือผู้ตอบแบบสอบถามจะเป็นใครก็ได้ที่ให้ความร่วมมือใช้แบบ  
 สอบถาม 70 ชุด ผลการวิเคราะห์แบบสอบถามจากผู้บริโภคและเมื่อสรุปผลจากแบบสอบถามเสร็จ  
 แล้วจึงนำผลการวิเคราะห์มาออกแบบ โดยในการออกแบบทั้งหมด 3 แบบ ได้ดึงเอาจุดเด่นของกลุ่ม  
 วิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม.ไชยามาเล่าโดยใช้รูปแบบเป็นสื่อหรือใช้สัญลักษณ์สื่อความหมาย เช่น  
 การใช้รูปเปิดและไข่เค็มเพื่อสื่อถึงกลุ่มหรือการใช้ภาพสมาชิกผู้สูงอายุ เป็นต้น การคิดคำเพื่อสร้าง  
 จุดขายให้กับทางกลุ่มโดยเลือกใช้คำที่สั้น กระชับ จดจำได้ง่าย และสะดุดตาผู้ที่พบเห็น เมื่อ  
 ออกแบบครบทั้ง 3 แบบ จึงนำไปให้ทางกลุ่มเลือกแบบที่พึงพอใจมากที่สุดเพื่อนำมาออกแบบ  
 โดยสมาชิกส่วนใหญ่เลือกแบบที่ 1 โดยเหตุผลในการเลือก คือ การเล่าเรื่องกลุ่มที่ชัดเจน คำที่  
 เลือกใช้ให้คนอ่านเข้าใจง่าย และตราสินค้าสื่อถึงความเป็นกลุ่มได้เข้าใจ จากนั้นจึงนำมาสู่การผลิต  
 จริงและวางขาย เมื่อวางขายจริงได้เลือกวางขายร้านรัตนานมไทยซึ่งเป็นหนึ่งในร้านขายของฝาก  
 ของจังหวัดสุราษฎร์ธานี เลือกวางขายในวันเสาร์ – อาทิตย์ เพราะเป็นช่วงที่คนเดินทางเยอะสินค้าที่  
 สามารถขายได้จริง ผู้บริโภคให้ความสนใจสินค้าและบรรจุภัณฑ์

ไข่เค็ม ไชยาถือเป็นภูมิปัญญาในฐานะทรัพยากรวัฒนธรรมได้โดยสามารถระบุคุณค่าที่เกี่ยวข้องกับทรัพยากรวัฒนธรรมได้ดังนี้ (ชนิก เลิศชาญฤทธิ์, 2554)

1. **คุณค่าเชิงสัญลักษณ์** ไข่เค็ม ไชยาถือว่าเป็นของดีขึ้นชื่อของจังหวัดสุราษฎร์ธานีใครแวะผ่านจังหวัดสุราษฎร์ธานีต้องซื้อไข่เค็มเป็นของฝากเสมอ มีชื่อเสียงถึงขนาดที่ได้เป็นคำขวัญประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี ไข่เค็ม ไชยาเอกลักษณ์อีกอย่างคือ ไข่แดงที่มีเอกลักษณ์โดดเด่นแตกต่างจากที่อื่นมีสีสายน่ารับประทานและการพอกไข่ที่แตกต่างจากที่อื่น

2. **คุณค่าเชิงเศรษฐกิจ** ไข่เค็ม ไชยาเป็นของฝากที่ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก ใครผ่านสุราษฎร์ธานีจะต้องซื้อกลับไปฝากหรือบริโภคเองเสมอ ทำให้เศรษฐกิจในจังหวัดมีเงินหมุนเวียน

3. **คุณค่าของชุมชน** ไข่เค็ม ไชยาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา คือการรวมกลุ่มกันของคนในชุมชนเพื่อสร้างอาชีพเสริมจากการทำนาและต้องการแก้ไขปัญหาไข่เป็ดที่ล้นเกินความต้องการของคนในชุมชน จึงมารวมกลุ่มกันเพื่อแก้ปัญหาและสร้างรายได้ให้คนในชุมชน

4. **คุณค่าเชิงอัตลักษณ์** อัตลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา คือการรวมกลุ่มกันของผู้สูงอายุในชุมชนและใกล้เคียง ผลิตไข่เค็มเพื่อสร้างรายได้เสริมโดยกลุ่มเน้นกระจายรายได้ให้สมาชิกมากกว่าการขายเพื่อหวังกำไร และทางกลุ่มยังมีสมาชิกผู้เลี้ยงเป็ดเป็นของกลุ่มเอง โดยการเลี้ยงเป็ดยังเป็นการเลี้ยงแบบปล่อยลงทุ่งให้หากินตามธรรมชาติ ไข่เค็มของที่นี่จึงเป็นไข่เค็มออแกนิก สิ่งเหล่านี้คืออัตลักษณ์ของกลุ่ม

5. **คุณค่าด้านวิถีชีวิต** กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยาและกลุ่มผู้เลี้ยงเป็ดมีวิถีชีวิตความเป็นอยู่ที่สะท้อนผ่านภูมิปัญญาการทำไข่เค็มตั้งแต่ขั้นแรกจนถึงการขายสินค้า และการเลี้ยงเป็ดของชาวบ้านที่ยังใช้วิธีการเลี้ยงแบบปล่อยทุ่งสะท้อนออกมาผ่านวิถีชีวิตของคนในกลุ่ม

### อภิปรายผลการศึกษา

จากการศึกษาภูมิปัญญาไข่เค็ม ไชยาโดยศึกษาผ่านกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็ม ไชยา สามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ภูมิปัญญาไข่เค็ม ไชยาเป็นภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดความรู้จากชาวจีนที่อพยพมาแล้วมาตั้งถิ่นฐานอยู่ในอำเภอไชยา โดยเริ่มจากดองในน้ำเค็มแล้วค่อยๆ ลอดฝิตลงถูกมาเรื่อยๆ จนกระทั่งมาพบว่าดินจอมปลวกมีความเหมาะสมในการนำมาชุบไข่ เพราะดินจอมปลวกเกาะไข่เป็ดได้ดีกว่าจึงทำกันเรื่อยมาจนกลายเป็นของดีประจำจังหวัด ซึ่งทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยาได้รับการถ่ายทอดความรู้ในการผลิตไข่เค็ม ไชยาเพราะมีสมาชิก

บางคนเคยเป็นลูกจ้างในร้านขายไข่เค็ม จึงมีความรู้ในการผลิตไข่เค็มนอกจากนี้จุดเด่นของกลุ่มนี้ อีกอย่าง คือ การเลี้ยงเป็ดแบบไล่ทุ่งให้เป็ดหากินเองตามธรรมชาติเป็นผลต่อผู้บริโภคเพราะเป็นการเลี้ยงแบบธรรมชาติ

2. การจัดการภายในกลุ่ม คือ เรื่องจัดการต่างๆ เช่น การรับซื้อไข่เป็ดจากสมาชิกผู้เลี้ยงเป็ด การขายไข่เป็ดสดและไข่เค็ม การซื้อวัตถุดิบในการผลิตไข่เค็ม เป็นต้น สิ่งต่างๆเหล่านี้จะอยู่ในการจัดการของประธานกลุ่ม คือ คุณประสงค์ หัตถอนันต์ จะเป็นผู้ดูแลในส่วนของบัญชีต่าง ๆ ของกลุ่ม

การรับการติดต่อจากหน่วยงานอื่น ๆ ที่สนใจมารับฟังการบรรยายเรื่องไข่เค็มและดูขั้นตอนการผลิต โดยคุณประสงค์ หัตถอนันต์ จะเป็นผู้จัดสรร สมาชิกให้มาช่วยงานกับทางกลุ่ม เป็นต้น ซึ่งการจัดการต่างๆภายในกลุ่ม คุณประสงค์ หัตถอนันต์ จะเป็นผู้ดูแลทั้งหมด สมาชิกในกลุ่มทุกคนยอมรับในการตัดสินใจของประธานกลุ่ม และในทุกปีจะมีการปันผลกำไรจากการขายไข่เค็มในช่วงเดือนมกราคม โดยจะมีการแจกแจงรายละเอียดต่างๆบนกระดานให้สมาชิกทุกคนดู และสามารถซักถามเมื่อเกิดข้อสงสัยได้และในวันประชุมประจำปีจะมีการแจ้งข่าวสารต่างๆที่จะเกิดขึ้นในปีนี้อย่างไรให้สมาชิกทุกคนทราบและถามความคิดเห็นสมาชิกก่อนจะตัดสินใจ เช่น การซื้อพัสดุลมเข้ากลุ่มจะต้องถามสมาชิกถึงความพอใจว่าต้องการให้มีพัสดุลมเพิ่มหรือไม่ เพราะทางกลุ่มได้นำเงินที่เหลือจากการปันผลมาใช้ จึงจำเป็นต้องแจ้งให้สมาชิกทุกคนทราบ ปัญหาต่างๆที่เกี่ยวข้องกับสมาชิกในกลุ่มจะถูกจัดการแก้ไขโดยประธานกลุ่ม เพราะทุกคนจะเคารพและให้เกียรติคุณประสงค์ หัตถอนันต์ ซึ่งเป็นประธานกลุ่มเป็นอย่างดี ขั้นตอนต่างๆในการบริหารงานเป็นไปอย่างโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ และหากสมาชิกคนใดมีเรื่องไม่สบายใจภายในกลุ่ม สามารถแจ้งแก่ประธานกลุ่มได้ เพื่อแก้ไขปัญหาคือไป สมาชิกทุกคนภายในกลุ่มมีความรู้จักสนิทสนมกันอยู่ก่อนแล้ว เพราะเป็นคนในพื้นที่ตำบลเดิมและบางคนเป็นสมาชิกอสม. การทำงานจึงไม่ค่อยมีปัญหากระทบกระทั่งกัน เพราะการเข้ามาเป็นสมาชิกกลุ่มของที่นี่ ต้องได้รับการรับรองจากหนึ่งในสมาชิกกลุ่มว่าสามารถทำงานได้ ทางกลุ่มจึงจะรับเข้ามาเป็นสมาชิก

3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มอสม. ไชยา ผู้วิจัยต้องการสร้างแนวทางในการเพิ่มมูลค่าของสินค้า โดยนำสิ่งที่เป็นจุดเด่นของกลุ่มมาเสนอให้คนรู้จักกลุ่มมากยิ่งขึ้น โดยนำข้อมูลจากการลงภาคสนามการเข้าร่วมสังเกตกลุ่มว่ามีการปฏิบัติงานอย่างไร ขั้นตอนวิธีการผลิตต่างๆเพื่อให้เข้าใจกลุ่มถึงวิธีการต่างๆภายในกลุ่ม จากนั้นจึงดึงสิ่งเหล่านี้มาออกแบบ การเลือกใช้ภาพที่สื่อถึงความเป็นไข่ออร์แกนิกที่เลี้ยงแบบธรรมชาติ เช่น ภาพไข่เค็มคู่กับรวงข้าว การมีรูปดินเป็ดเดินอยู่รอบกล่อง เป็นต้น เพื่อแสดงถึงการเลี้ยงอย่างธรรมชาติ เป็ดสามารถเดินหากินได้อย่างอิสระ การเลือกใช้คำขวัญที่สื่อถึงความเป็นกลุ่มออกมาโดยการเลือกใช้คำที่ง่ายกระชับเข้าใจได้อย่างรวดเร็ว เป็นต้น ซึ่งนอกจากนี้ยังนำ

ข้อมูลจากการเก็บจากแบบสอบถามมาร่วมวิเคราะห์ เพื่อให้สามารถตอบโจทย์ได้ทั้งผู้บริโภครและกลุ่ม โดยผู้บริโภครเห็นความแข็งแกร่งและการมีเครื่องหมายรับรองเป็นหลักเพื่อให้มีความมั่นใจต่อตัวบรรจุภัณฑ์ กล่องที่ออกแบบจะเน้นความเป็นกลุ่มวิสาหกิจไข่เค็ม อสม. โดยเล่าถึงเนื้อหาการมาร่วมตัวกันของสมาชิกกลุ่มแล้วนำภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาแก้ปัญหา จนทำให้กลุ่มประสบความสำเร็จ เมื่อผลิตแล้วนำมาวางขายผู้บริโภครให้ความสนใจตัวบรรจุภัณฑ์ โดยบอกว่ารูปทรงแตกต่าง หูจับสวยงามสามารถใช้งานได้จริง รู้จักกลุ่มผู้ผลิตมากขึ้น สินค้าที่วางขายสามารถวางขายได้จริง กลุ่มลูกค้าที่เลือกคือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสุราษฎร์ธานี รองลงมาคือบุคคลทั่วไป เช่น คนในจังหวัดสุราษฎร์ธานี

### ปัญหาและอุปสรรคจากการวิจัย

จากการศึกษาตั้งแต่เริ่มแรกคือ การลงภาคสนามจนถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยพบปัญหาและอุปสรรค ดังนี้

1. การเก็บข้อมูลส่วนของประวัติไข่เค็มไชยา ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นการบอกเล่าแบบมุขปาฐะ คือ การเล่าต่อกันมาถึงประวัติไข่เค็มไชยาจากผู้สูงอายุที่อยู่ในท้องถิ่น ไม่มีเอกสารยืนยันประวัติที่แน่นอน ต้องหาเอกสารอื่นมาประกอบช่วงเวลาตามคำบอกเล่าของผู้สูงอายุที่เล่าเรื่อง
2. ข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา ข้อมูลส่วนใหญ่เป็นการเล่าแบบมุขปาฐะเช่นเดียวกับประวัติของไข่เค็มไชยา อาจไม่ได้ข้อมูลที่มาจากเอกสารหลักฐานมายืนยัน ต้องหาเอกสารอื่นมาประกอบช่วงเวลาตามคำบอกเล่า
3. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยาเป็นการออกแบบโดยผู้วิจัยเองทั้งหมด โดยไม่มีพื้นความรู้ในเรื่องการออกแบบมาก่อน เพราะมีปัญหาจากผู้ออกแบบผู้วิจัยจึงต้องออกแบบเอง และใช้วิธีการทบทวนจากเอกสารแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบมารวมกับการเก็บข้อมูลภาคสนามในครั้งนี้
4. การผลิตบรรจุภัณฑ์ เกิดปัญหาจากการสั่งการผลิตกับทางโรงงาน เพราะในตอนแรกกระดาษที่จะใช้เป็นกระดาษชนิด KI เพราะเนื้อกระดาษและสีของกระดาษมีความเหมาะสมในการพิมพ์และขึ้นรูป แต่หากต้องใช้กระดาษชนิดนี้ต้องสั่งผลิตในจำนวนมาก ซึ่งเกินความต้องการของผู้วิจัย ทางโรงงานจึงแนะนำให้ใช้กระดาษชนิด KT แทนกระดาษ KI ทำให้เมื่อผลิตออกมาแล้วสีของกระดาษของตัวบรรจุภัณฑ์จะเข้มขึ้น

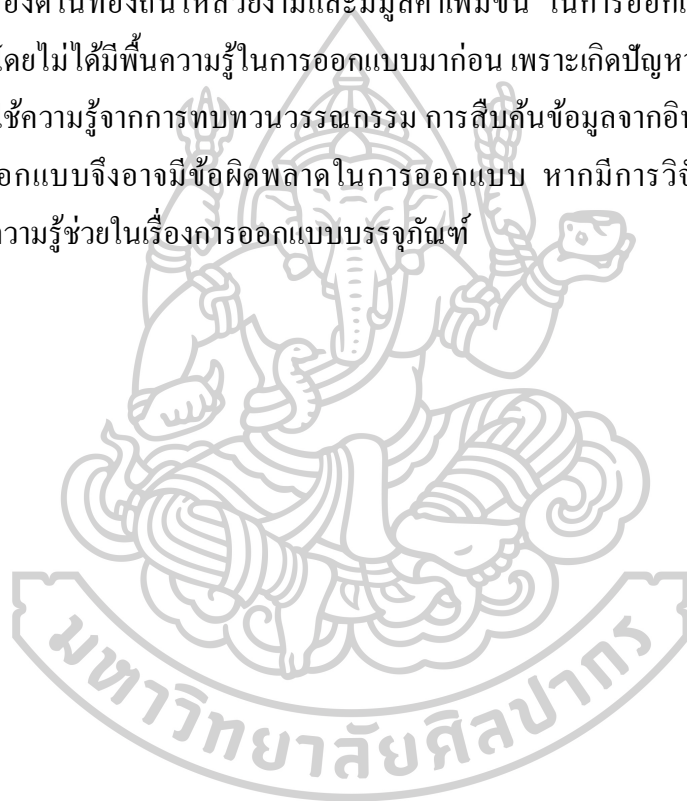


### ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาที่ผ่านมาจึงต้องการแนะนำสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. การประชาสัมพันธ์ คือ ใจเคมีไซยาเป็นของฝากที่มีชื่อเสียง แต่ส่วนใหญ่ยังมีวงจำหน่ายนอกจังหวัดสุราษฎร์ธานีน้อย อาจเพราะการขนส่งและเวลาที่เก็บไว้บริโภคมีน้อย ถ้าสามารถรวมกลุ่มกันเพื่อหาวิธีที่จะยืดอายุการเก็บรักษาให้นานขึ้นอาจทำให้สามารถนำมาส่งวางขายได้มากขึ้น และการสร้างช่องทางการขายเพิ่ม คือ ช่องทางออนไลน์

2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ในการศึกษาครั้งนี้เพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ที่สนใจพัฒนาสินค้าที่เป็นของดีในท้องถิ่นให้สวยงามและมีมูลค่าเพิ่มขึ้น ในการออกแบบครั้งนี้ผู้วิจัยเป็นคนออกแบบเองโดยไม่ได้มีพื้นฐานความรู้ในการออกแบบมาก่อน เพราะเกิดปัญหาในระหว่างขั้นตอนการออกแบบ จึงใช้ความรู้จากการทบทวนวรรณกรรม การสืบค้นข้อมูลจากอินเทอร์เน็ต และอื่นๆ ช่วยในการออกแบบจึงอาจมีข้อผิดพลาดในการออกแบบ หากมีการวิจัยครั้งต่อไปควรให้นักออกแบบผู้มีความรู้ช่วยในเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์



## รายการอ้างอิง

- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2548). วัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญา. กรุงเทพฯ: กระทรวงวัฒนธรรม.
- กษมาพร พวงประยงค์. (2554). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนกลุ่มการแปรรูปและผลิตภัณฑ์ จังหวัดสมุทรสงคราม (วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต), สาขาวิชาพัฒนศึกษา ภาควิชา พื้นฐานทางการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- กิตติกร ไสยรินทร์. (2553). พฤติกรรมการเลือกซื้อไข่เค็มไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (วิทยานิพนธ์ ปริญญามหาบัณฑิต), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- คณาจารย์ภาควิชาการตลาด สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล. (2547). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: ทริปเพิ้ล เซเว่น มัลติเทค.
- คำนาย อภิปรัชญาสกุล. (2557). สินค้าและบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: บริษัทโฟกัสมีเดีย แอนด์ พับลิชซิ่ง จำกัด.
- เครือวัลย์ มีเกียรติ. (2546). ภูมิปัญญาท้องถิ่น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพ.
- จารุวรรณ ธรรมวัตร. (2543). ภูมิปัญญาอีสาน. อุบลราชธานี: หจก.ศิริธรรมออฟเซต.
- ครณี แสงเดือน. (2556). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับหมวย ภูมิศึกษา ตำบลในเมือง อำเภอเมือง จังหวัดอุบลราชธานี. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), สาขาวิชาการประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2554). ภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์. กรุงเทพฯ: สถาบัน พระปกเกล้า.
- ชนิก เลิศชาญฤทธิ. (2554). การจัดการทรัพยากรวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: ศูนย์มานุษยวิทยาสิรินธร (องค์การมหาชน).
- ธวัช ปุณ โนนทก. (2531). ภูมิปัญญาชาวบ้านอีสาน : ทัศนะของอาจารย์ปรีชา พิณทอง ในทิศทาง หมู่บ้านไทย. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์หมู่บ้าน.
- นภวรรณ คณานุรักษ์. (2547). Power of Packaging. กรุงเทพฯ : เลิฟ แอนด์ ลิฟ.
- นพวรรณ ชีวอารี. (2555). การวิจัยและพัฒนาบรรจุภัณฑ์หมูแปรรูปเพื่อส่งเสริมการขาย ภูมิศึกษา บรรจุภัณฑ์หมูแปรรูปในชุมชนท้องถิ่นจังหวัดนครปฐม. (ปริญญาศิลปกรรมศาสตรมหา บัณฑิต), สาขาวิชานวัตกรรมและการออกแบบ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นันทวรรณ ช่างคิด และพรทิพย์ ทวีพงษ์. (2548). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยา จังหวัดสุราษฎร์ ธานี (รายงานผลการวิจัยฉบับสมบูรณ์), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- นางสาวจันทนา จันทรจินดา. (2562) สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา สัมภาษณ์ 26

พฤษภาคม 2562.

นางประสงค์ หิตอนันต์. (2561) ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา. สัมภาษณ์ 27

เมษายน.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2551). ระเบียบวิธีวิจัยทางสังคม. กรุงเทพฯ: จามจุรีโปรดักส์.

ประชิด ทิณบุตร. (2531). การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: โอ.เอส. พรีเมียมเข้าสู่.

ปุ่น และสมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์หทัยแสง จำกัด.

พงษ์ศักดิ์ เพชรสถิต. (2551). ทูตทางสังคมในฐานะปัจจัยเอื้อต่อการดำเนินงานของธุรกิจชุมชน

กรณีศึกษา กลุ่มผู้ผลิตและจำหน่ายไข่เค็ม ไชยา หมู่ 6 บ้านปากด่านตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต), คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ไพบุลย์ ธรรมรัตน์वासิก. (2532). กรรมวิธีการแปรรูปอาหาร. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.

ภาวิณี กาญจนภา. (2554). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

มูลนิธิสารานุกรมวัฒนธรรมไทย. (2542). สารานุกรมวัฒนธรรมไทย ภาคใต้. กรุงเทพฯ: ธนาคารไทยพาณิชย์.

ยศ สันตสมบัติ. (2542). ความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่น เพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน.

เชียงใหม่ : นพบุรีการพิมพ์.

เรไร ไพรวรรณ. (2553). คติชนและภูมิปัญญาไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี.

รัฐพล คชวช. (2556). “คุณลักษณะที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อไข่เค็มไชยาของผู้บริโภค” วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาธุรกิจการเกษตร มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

วชิรศักดิ์ มัชฌิมากิโร. (2553). การดำรงอยู่และการเปลี่ยนแปลงของเกษตรกรรมภายใต้กระแสโลกาภิ

วัตน์ : กรณีศึกษาไข่เค็มไชยา อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

วิทวัส รุ่งเรืองผล. (2546). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิไล อัสวเดชศักดิ์. (2560). โครงสร้างบรรจุภัณฑ์กระดาษ. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. (2555). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ท็อป.

ศิริพรรณ พิภทอง. (2554). “พฤติกรรมผู้บริโภคไข่เค็มไชยาของอำเภอไชยา จ.สุราษฎร์ธานี”.

มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

เสรี พงศ์พิศ. (2529). คีนสู่รากเหง้า : ทางเลือกและทัศนะวิจารณ์ว่าด้วยภูมิปัญญาชาวบ้าน. กรุงเทพฯ : เทียนวรรณ.

- สมพล ครองสวัสดิ์. (2560). การเลี้ยงเป็ดไข่ กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์เกษตรสยาม.
- สัญญา บัวแก้ว. (2553). ไข่เค็มไชยา: กลไกในการพัฒนาเศรษฐกิจของอบต.เดิม็ด จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (รายงานการศึกษาอิสระปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต), วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2535). ภูมิปัญญาไทย. บทคัดย่อเอกสารประกอบการสัมมนา ระดับชาติ สาขา สังคมวิทยา ครั้งที่ 2.
- สุกัญญา ไหมเครือแก้ว และคณะ. (2547). แนวทางการยกระดับภูมิปัญญาท้องถิ่น กรณีศึกษา : การผลิตไข่เค็มไชยา บทความ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. วารสารวิชาการอาหาร, 34 (3), กรกฎาคม-กันยายน :199-206.
- สุดาดวง เรืองรุจิระ. (2543). หลักการตลาด. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ประกายพริก.
- สุธีวงศ์ พงศ์ไพบูลย์. (2548). รู้จักทักษิณ. กรุงเทพฯ: สุขภาพใจ.
- สุภาพร อภิรัตนานุสรณ์. (2553). โครงการวิจัยพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนการสอน ให้นักศึกษามีความสามารถต่อการประกอบอาชีพธุรกิจอาหาร กรณีการบริหารจัดการธุรกิจไข่เค็มไชยา ตลาด ห่วงโซ่อุปทาน. (โครงการวิจัย).
- สุภาพร อภิรัตนานุสรณ์. (2559). การพอกไข่เค็มไชยาด้วยกากชาเพื่อทดแทนดินจอมปลวกบางส่วน. (งานวิจัย), ได้รับทุนอุดหนุนจากมหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). *Packaging Design* ออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: วาดศิลป์.
- โสภณ บุญล้ำ. (2557). การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยี การใช้ข้าวสาลีในอาหารเป็ดไข่. วารสารวิจัยเพื่อการพัฒนาเชิงพื้นที่, 6(5), พฤษภาคม-มิถุนายน.
- อโนทัย เพ็ชรสุวรรณ. (2549). การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. (ปริญญาโทพนธ์มหาบัณฑิต), สาขาวิชาอุตสาหกรรมศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- อาดื้อนา นิโด และชินอรส ละอองวรรณ. (2559). การศึกษากระบวนการผลิตเพื่อเพิ่มผลผลิตไข่เค็มไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (รายงานวิจัย), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- อานันท์ กาญจนพันธุ์. (2544). มิติชุมชน : วิถีคิดท้องถิ่นด้วยสิทธิอำนาจ และการจัดการทรัพยากร. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- อุราภรณ์ เรืองวัชรินทร์. (2551). การศึกษากรรมวิธีการผลิตไข่เค็มไชยาอาหารพื้นเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต), บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- เอกกมล ทับเวช. (2553). แนวทางดำเนินธุรกิจปัญหาและอุปสรรคของผู้ประกอบการร้านไข่เค็มริมถนนเอเชีย อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต), สาขา

การประกอบการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.  
เอกวิทย์ ฒ ถลง. (2544). ภาพรวมภูมิปัญญาไทย. กรุงเทพมหานคร สำนักพิมพ์อมรินทร์พริ้นติ้ง  
แอนด์พับลิชซิ่ง จำกัด (มหาชน).





ภาคผนวก  
ภาคผนวก ก  
ตัวอย่างแบบสอบถาม



## แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา

แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา

ตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

แบบฟอร์มนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความต้องการของ ผู้บริโภค ที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในการศึกษาจัดการรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา

**คำชี้แจง** ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทำเครื่องหมาย ✓ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประเมินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง
2. อายุ  ต่ำกว่า 20 ปี  21-30 ปี  31-40 ปี  41-50 ปี  51 ปีขึ้นไป
3. รายได้  ต่ำกว่า 10,000 บาท  10,001 - 20,000 บาท  
 20,001 - 30,000 บาท  30,001 - 40,000 บาท ขึ้นไป
4. อาชีพ  ข้าราชการ  พนักงานเอกชน/รัฐวิสาหกิจ  นักเรียน/นักศึกษา  
 แม่บ้าน  ธุรกิจส่วนตัว  เกษตรกร  อื่นๆ.....
5. ภูมิลำเนา  คนในท้องถิ่น โปรดระบุ.....  
 นักท่องเที่ยว โปรดระบุ.....
6. ท่านซื้อไข่เค็มไชยาเพราะเหตุใด  เป็นของฝาก  บริโภคเอง  
 มีคนฝากซื้อ  อื่นๆ.....

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. ท่านรู้จักไข่เค็มไชยาได้อย่างไร (ตอบได้มากกว่าข้อ)

- การโฆษณา  สื่ออินเทอร์เน็ต  หนังสือพิมพ์  ทางวิทยุ  ได้รับการแนะนำ  
 เป็นของดีประจำจังหวัด  เคยได้รับเป็นของฝาก  อื่นๆ.....

2. ปัจจัยในการพิจารณาเลือกซื้อไข่เค็ม ไชยา (ตอบได้มากกว่าข้อ)

- ราคา  คุณภาพ  รูปแบบบรรจุภัณฑ์  ความมีชื่อเสียงของร้านค้า  
 อายุของผลิตภัณฑ์  รสชาติของไข่เค็ม  ได้รับการแนะนำ  
 อื่นๆ.....

3. รสชาติของไข่เค็มแต่ละเจ้ามีผลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่

- มี  ไม่มี  ไม่แน่ใจ

4. ท่านซื้อไข่เค็มประเภทอาหารประเภทใดบ้าง (ตอบได้มากกว่าข้อ)

- ประเภทขำ  ประเภททอด  ประเภทต้ม  อื่นๆ.....

5. ท่านซื้อไข่เค็มทานเป็นประจำหรือไม่

- เป็นประจำ  นานๆครั้ง  ไม่เคย

6. ท่านมีความคิดเห็นอย่างไรต่อบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยาที่มีอยู่ในปัจจุบัน

- ดีอยู่แล้ว  ควรมีการพัฒนา  
 รูปแบบ.....  
 วัสดุ.....  
 อื่นๆ.....

7. ถ้ามีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ท่านอยากให้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยาเป็นแบบใด

- มีหูจับสวยงาม โดดเด่น  เปิดออกง่าย  รูปทรงทันสมัย  
 แสดงให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ด้านใน  มีรูปแบบที่แสดงเอกลักษณ์ของไข่เค็มไชยา  
 ป้องกันผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในกล่อง  อื่นๆ.....

8. ถ้ามีการพัฒนากล่องบรรจุภัณฑ์ ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไร

- มี โปรกระดาษ.....  
 ไม่มี

9. ท่านต้องการให้บนบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยามีสิ่งใดบ้าง (ตอบได้มากกว่าข้อ)

- ประวัติไข่เค็ม  แหล่งผลิต  การรับรองจากหน่วยงานด้านอาหาร  วันผลิต-หมดอายุ  
 วิธีการรับประทาน  เบอร์ติดต่อ  ราคา  จำนวนไข่ที่บรรจุ  ภาพประกอบ

อื่นๆ.....

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

.....  
.....

ขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถามค่ะ



**แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา**  
**แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา**

**ตำบลเลม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี**

แบบฟอร์มนี้ถูกสร้างขึ้นเพื่อศึกษาความต้องการของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา ที่มีต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์ไข่เค็มไชยา คณะโบราณคดี มหาวิทยาลัยศิลปากร

ข้อมูลที่ได้รับจากการตอบแบบสอบถามจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในการศึกษาจัดการรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยาของสมาชิกวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา

**คำชี้แจง** ให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทำเครื่องหมาย ✓ ในข้อที่ท่านพึงพอใจมากที่สุด เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประเมินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มไชยา

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ  ชาย  หญิง (ชื่อ..... สกุล..... อายุ.....)
2. อายุ  30-40 ปี  41-50 ปี  51-60 ปี  61-70 ปีขึ้นไป
3. ภูมิลำเนา  หมู่ 1  หมู่ 2  หมู่ 3  หมู่ 4  หมู่ 5  หมู่ 6  หมู่ 7
4. ภูมิลำเนาเดิม .....
5. การเข้าเป็นสมาชิก  ตั้งแต่เริ่มก่อตั้งกลุ่ม  1-2 ปี  3-5 ปี  6-10 ปีขึ้นไป
6. อาชีพปัจจุบัน .....

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความคิดเห็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. ท่านรู้จักไข่เค็มไชยาได้อย่างไร (สามารถ ✓ มากกว่า 1ข้อ)

- การโฆษณา  สื่ออินเทอร์เน็ต  หนังสือพิมพ์  ทางวิทยุ  ได้รับเป็นของฝาก  
 ได้รับการแนะนำ  เป็นของที่มืออยู่ในท้องถิ่น  อื่นๆ.....

2. ท่านเริ่มเข้ามาเป็นสมาชิกกับทางกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็มอสม.ได้อย่างไร

- เคยเป็นสมาชิกอสม.  ได้รับคำแนะนำจากญาติ  ได้รับการชักชวนจากประธานกลุ่ม

3. ใครเป็นผู้สอนวิธีการผลิตไข่เค็ม (สามารถ ✓ มากกว่า 1ข้อ)

- มีความรู้พื้นฐานในการผลิตไข่  ได้รับการสอนจากทางกลุ่มอสม.  อินเทอร์เน็ต  
 ภาครัฐเข้ามาให้ความรู้  ได้รับความรู้จากครอบครัว



4. มีความคิดเห็นอย่างไรต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็มของทางกลุ่มที่ใช้อยู่  
 รูปแบบเดิมดีแล้ว  ควรมีการพัฒนารูปแบบกล่อง  อื่นๆ.....
5. ถ้ามีการพัฒนากล่องบรรจุภัณฑ์ ท่านมีข้อเสนอแนะอย่างไร  
 มี โปรดระบุ.....  ไม่มี
6. อะไรเป็นจุดเด่น (อัตลักษณ์) ของไข่เค็มไชยา (สามารถ ✓ มากกว่า 1ข้อ)  
 รสชาติ  คุณภาพ  ความมีชื่อเสียง  ประวัติของไข่เค็ม
7. ท่านต้องการให้เพิ่มสิ่งใดบนกล่องบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มอสม. (สามารถ ✓ มากกว่า 1ข้อ)  
 ประวัติไข่เค็ม  ประวัติกลุ่มอสม.  เครื่องหมายรับรองคุณภาพ  ราคา  
 ขนาดของไข่เค็มที่บรรจุ  อื่นๆ.....
8. มีลูกค้าประจำที่สั่งซื้อไข่เค็มหรือไม่  
 มี โปรดระบุ.....  ไม่มี
9. รายได้จากการขายไข่เค็ม อสม. มีความสม่ำเสมอหรือไม่  
 มี  มีบ้าง  ไม่มี

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถามค่ะ

แบบสอบถามความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา

เรื่องแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็ม ไชยา : กรณีศึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา  
ตำบลเสม็ด อำเภอไชยา จังหวัดสุราษฎร์ธานี

**คำชี้แจง** แบบสอบถามนี้ทำขึ้นเพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ไข่เค็ม ไชยา ข้อมูลที่ได้รับจะเป็นประโยชน์อย่างยิ่ง ในการทราบถึงความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา ซึ่งจะทำให้ผู้เข้าร่วมกิจกรรมทำเครื่องหมาย ✓ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการประเมินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไข่เค็ม ไชยา แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 ตัวอย่างรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบใหม่

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

1. เพศ

ชาย

หญิง

2. อายุ

30-40 ปี

41-50 ปี

51-60 ปี

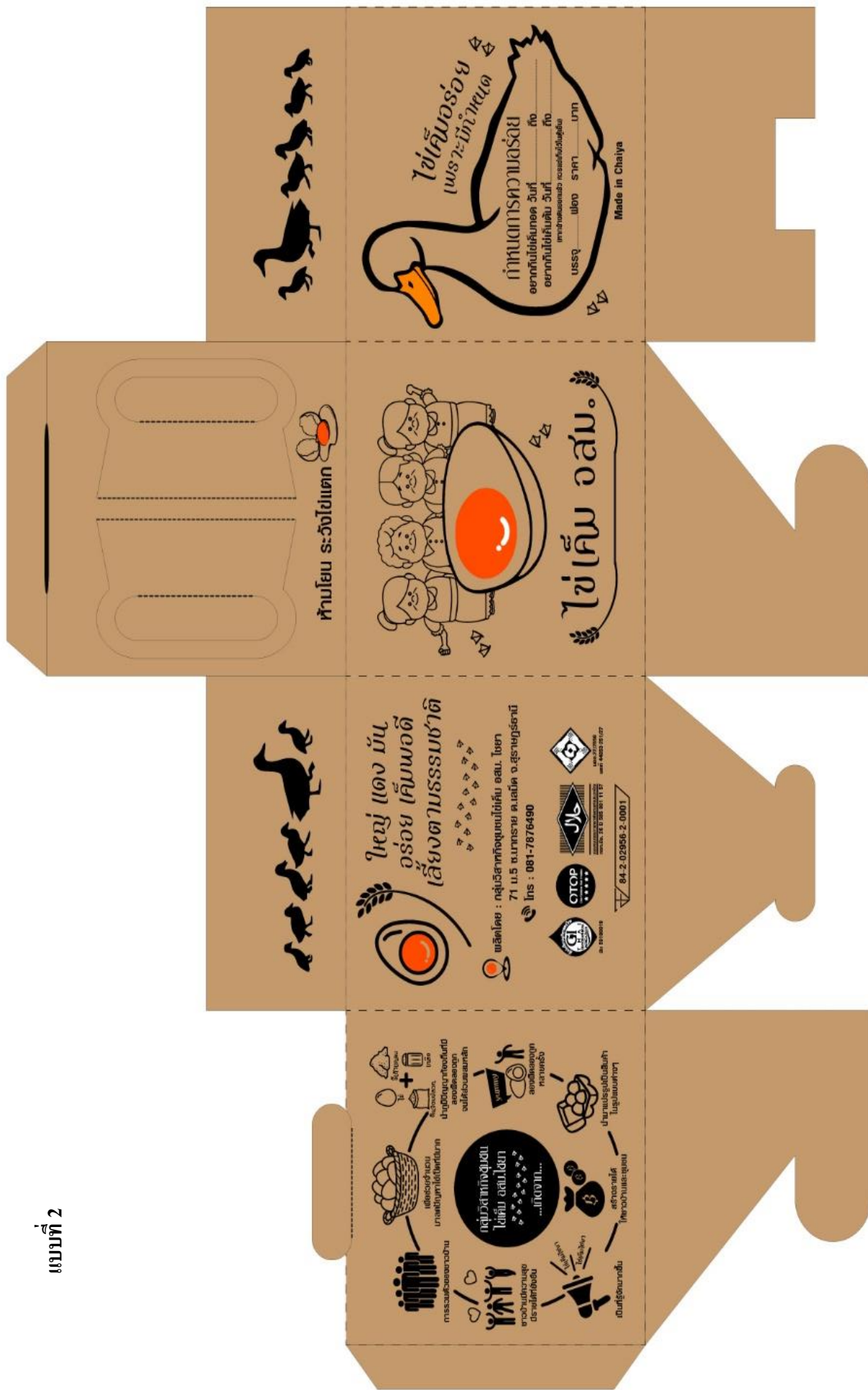
61-70 ปีขึ้นไป

ตอนที่ 2 ตัวอย่างผลงานบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไข่เค็ม อสม. ไชยา โดยมีตัวอย่างทั้ง 3 แบบ ดังนี้

แบบที่ 1



แบบที่ 2





### แบบที่ 3





ตอนที่ 3 คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงในช่องว่างตามระดับความพึงพอใจของท่านที่มีต่อ  
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ซึ่งมีลำดับการให้คะแนน ดังนี้

5 = มากที่สุด 4 = มาก 3 = ปานกลาง 2 = น้อย 1 = น้อยที่สุด

รายละเอียดของบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ														
	แบบที่ 1					แบบที่ 2					แบบที่ 3				
1. ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบใด สวยงาม และจดจำได้ง่าย	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2. ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบใด สามารถถือและหยิบจับได้สะดวก	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
3. ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบใด สามารถเปิดใช้งานได้สะดวก	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
4. การออกแบบตราสินค้าของบรรจุ ภัณฑ์	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
5. ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบใด สามารถบ่งบอกถึงเอกลักษณ์ของกลุ่ม ได้	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
6. ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบใด นำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับ ใหม่โซยา	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
7. ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์รูปแบบใด นำเสนอข้อมูลชัดเจน เข้าใจง่าย	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....

.....

ขอขอบคุณสำหรับการตอบแบบสอบถามในครั้งนี้



## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	กชกร คำแฝง
สถานที่เกิด	สุราษฎร์ธานี
วุฒิการศึกษา	พ.ศ. 2558 ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาการจัดการทรัพยากร วัฒนธรรม ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
ที่อยู่ปัจจุบัน	87/7 หมู่ 5 ถนนวิภาวดี ตำบลมะขามเตี้ย อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี จังหวัดสุ ราษฎร์ธานี 84000

