

กลยุทธ์การใช้บรรพบุรุษเป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดของขนมขบเคี้ยว

นฤมล ทองเจริญชัยกิจ



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาโทศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต

สาขาวิชาการโฆษณา ภาควิชาการประชาสัมพันธ์

คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ปีการศึกษา 2543

ISBN 974-13-1164-8

ลิขสิทธิ์ของจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

I 198C 234 X

SNACK PACKAGING STRATEGIES AS A TOOL IN MARKETING COMMUNICATION

NARUMOL THONGCHAROENCHAIKIT

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements
for the Degree of Master of Communication Arts in Advertising

Department of Public Relations

Faculty of Communication Arts

Chulalongkorn University

Academic Year 2000

ISBN 974-13-1164-8

นฤมล ทองเจริญชัยกิจ : กลยุทธ์การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดของขนมขบเคี้ยว. (Snack Packaging Strategies as a Tool in Marketing Communication.) อ. ที่ปรึกษา : รองศาสตราจารย์ ดร. พนา ทองมีอาคม, อ. ที่ปรึกษาร่วม :

อ. ปุ่น คงเจริญเกียรติ .131หน้า. ISBN 974-13-1164-8 .

การศึกษากลยุทธ์การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดของขนมขบเคี้ยว มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์และวิธีการดำเนินการของผู้ประกอบการในการนำบรรจุภัณฑ์มาใช้เป็นเครื่องมือสื่อสารการตลาดของสินค้าประเภทขนมขบเคี้ยว โดยกำหนดขอบเขตการศึกษาดังนี้ เป็นขนมขบเคี้ยวที่แปรรูปจากผลไม้ด้วยกรรมวิธีใดวิธีหนึ่งดังต่อไปนี้ อาหารถนอมด้วยน้ำตาลและทำแห้ง, อาหารหมักดอง, อาหารถนอมด้วยการฆ่าเชื้อที่มีความร้อนสูงและเบเกอร์และขนมหวาน โดยที่มีผู้ประกอบการเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่มีผลิตขนมขบเคี้ยวโดยการแปรรูปผลไม้ด้วยวิธีที่กำหนดข้างต้น

วิธีการวิจัย ใช้วิธีการเลือกสัมภาษณ์ (Selective Interview) กับผู้ประกอบการซึ่งเป็นกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในจังหวัดระยองจำนวน 11 กลุ่มและกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในจังหวัดจันทบุรีจำนวน 11 กลุ่ม รวมทั้งสิ้น 22 กลุ่ม แล้วนำผลที่ได้มาประมวลผลและจัดหมวดหมู่และนำเสนอผลในรูปของตารางและการพรรณนาความ (Descriptive Method)

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรส่วนใหญ่มีสมาชิกกลุ่มอยู่ระหว่าง 11-20 คน ซึ่งส่วนใหญ่แล้วมีจำนวนเงินลงทุนอยู่ระหว่าง 5,001-10,000 บาท โดยมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 4,001-6,000 บาท มีอัตราส่วนของรายได้ต่อเงินลงทุนมากกว่าร้อยละ 75.00 พบว่าทุเรียนเป็นผลไม้ที่นิยมนำมาเป็นวัตถุดิบในการแปรรูปมากที่สุดคิดเป็นร้อยละ 40.91 และเป็นวัตถุดิบที่มีอัตราส่วนของรายได้ต่อเงินลงทุนสูงที่สุด ส่วนกรรมวิธีการแปรรูปที่นิยมมากที่สุดคือวิธีการถนอมอาหารด้วยการฆ่าเชื้อที่มีความร้อนสูง คิดเป็นร้อยละ 54.54 การดำเนินกิจกรรมทางการตลาด พบว่าช่องทางทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่สำคัญคือสถานที่ประกอบการหรือที่พักอาศัยและงานนิทรรศการ การประชุม สัมมนาต่างๆ คิดเป็นร้อยละ 90.91 โดยมีประธานและสมาชิกกลุ่มเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดจำหน่ายให้กับลูกค้าซึ่งเป็นทั้งคนในท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวหรือลูกค้าต่างถิ่น พบว่าปัจจัย 3 ประการที่เป็นตัวกำหนดกลยุทธ์การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาดคือ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ช่องทางการจัดจำหน่ายและลักษณะของกลุ่มลูกค้า ซึ่งมีการนำเอากลยุทธ์ต่างๆดังต่อไปนี้มาใช้ในการสื่อสารการตลาดกับกลุ่มผู้บริโภค

- การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ เพื่อสร้างความดึงดูดใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า ด้วยการใช้สีสันต่างๆ ทั้งสีของบรรจุภัณฑ์ สีของฉลากและการใช้ภาพประกอบต่างๆ ซึ่งมีบทบาทอย่างมากต่อการสื่อสารเรื่องความรู้สึกและทัศนคติต่อกลุ่มเป้าหมาย
- การใช้ชื่อ/สัญลักษณ์ของหน่วยงานราชการมาอ้างถึงเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ซึ่งพบว่าร้อยละ 9.09 เป็นการอ้างถึงชื่อเพียงอย่างเดียว ร้อยละ 13.64 เป็นการใช้สัญลักษณ์เพียงอย่างเดียว และร้อยละ 45.45 เป็นการอ้างถึงทั้งชื่อและสัญลักษณ์
- การให้ข้อมูลและรายละเอียดต่างๆเกี่ยวกับตัวสินค้าให้กับผู้บริโภคได้รับทราบ กล่าวคือ ร้อยละ 86.36 ระบุชื่อสินค้า ทุกกลุ่มระบุชื่อผู้ผลิต ร้อยละ 22.73 ระบุวันเดือนปีที่ผลิต ร้อยละ 9.09 ระบุวันหมดอายุ ร้อยละ 9.09 ระบุส่วนประกอบ ร้อยละ 40.91 ระบุน้ำหนักสินค้า ร้อยละ 36.36 ระบุ ราคา ร้อยละ 9.09 ระบุข้อความภาษาต่างประเทศ
- การใช้สีโลแกนหรือคำโฆษณาสินค้าซึ่งมุ่งเน้นไปที่การแสดงสรรพคุณของสินค้าประเภทสินค้าบริโภค คือเน้นที่ความอร่อย สะอาด ถูกหลักอนามัย ซึ่งพบถึงร้อยละ 63.64
- การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อบอกแหล่งที่มาของสินค้าโดยระบุลักษณะเด่นในท้องถิ่น ซึ่งพบร้อยละ 22.73 และการออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นของขวัญของฝาก ซึ่งพบร้อยละ 27.27

แต่อย่างไรก็ตามพบว่า การสร้างตราสินค้าเพื่อสร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า สร้างความจดจำให้กับผู้บริโภคและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรยังมีอยู่น้อยมากคือมีเพียงร้อยละ 9.09 เท่านั้น นอกจากนี้ยังพบว่าไม่มีบรรจุภัณฑ์ใดเลยที่ระบุคำแนะนำในการรับประทาน วิธีการผลิต เครื่องหมายอย สัญลักษณ์รหัสแท่งหรือบาร์โค้ด และข้อควรระวัง ซึ่งเป็นเรื่องที่สมควรแก่การได้รับการปรับปรุงพัฒนาเพื่อให้สินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสามารถขยายเข้าสู่ระบบการค้าสมัยใหม่ได้ (Modern Trade)

ภาควิชาการประชาสัมพันธ์..... ลายมือชื่อนิลิต
 สาขาวิชาการโฆษณา..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษา
 ปีการศึกษา2543..... ลายมือชื่ออาจารย์ที่ปรึกษาร่วม

408 5078128 : MAJOR ADVERTISING

KEY WORD : Strategy / Package / Snack / The Agricultural Housewife Group

NARUMOL THONGCHAROENCHAIKIT : SNACK PACKAGING STRATEGIES AS A TOOL IN MARKETING

COMMUNICATION . THESIS ADVISOR : ASST. PROF. PANA THONGMEEAKHOM, Ph.D., THESIS

COADVISION: POON KHONGCHAROENKIAT. 13 pp. ISBN 974-13-1164-8 .

The study was aimed to find out the snack packaging strategies implemented by the Agricultural Housewife Group who produced snack from preserved local Thai fruits.

Methodology used in the study was selective interview conducted by interviewing with 11 groups of Agricultural Housewife Group in Rayong and another 11 groups of Women Agricultural Association in Chantaburi.

The result showed that the member of the group is between 11-22 people with the capital money between Baht 5,001-10,000. Income per month is between Baht 4,001-6,000 and the return on investment ratio is more than 75%. Durian is the most popular raw material used (40.91%) due to its highest return on investment. Snack made by pasteurized process is the most popular practice (54.54%). Mainly a leader and members of each group are responsible to handle and manage the distribution channels which mainly are at the member's accommodation, local exhibitions and seminars (90.91%). Their customers are both local people and visitors from other provinces. There are 3 major factors determining packaging strategies consist of manufacturers, distribution channel and consumers. Packages as a tool in marketing communications are illustrated as follows.

- Using colors design and create attractive packages and labels to communicate with consumers in terms of attitude and feelings.
- Using name/logo of the government agency as their promotional message in order to create some trusts from customers. Only 9.90% used brand name as a tool whereas only 13.64% used logo design but use of both name/logo was 45.45%.
- Identifying details as required by the law and regulatory ; Product name (86.36%), Manufacturer (100%), Date of manufacture (22.73%), Expiring date (9.09%), Ingredients (9.09%), Weight (40.91%), Price (36.36%), and Foreign language (9.09%).
- Using "Good taste, clean and hygienic product" as the slogan or advertising message was found to be 63.64%.
- Applying and printing well-known or sight-seeing sites in the domestic area on the package in order to memorizing the brand was found to be 22.73% and designing packages as gifts or souvenirs for receivers showed 27.27%.

However, the finding shows that only 9.09% of the total packages have their own brand name and logo. Moreover there are no details of instruction/usage, process, mark of Thai FDA (Or.Yo), barcode and caution occur on any snack packages. These findings indicate that those missing details should have been considered and implemented to develop snack package before entering into the modern trade.

Department Public Relations Student's signature

Field of study Advertising Advisor's signature

Academic year 2000 Co-advisor's signature

Handwritten signatures:
1. Top signature: PANA THONGMEEAKHOM
2. Middle signature: PANA THONGMEEAKHOM
3. Bottom signature: PANA THONGMEEAKHOM



กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยความกรุณาจากคณาจารย์ซึ่งประกอบไปด้วย รองศาสตราจารย์ ดร. พนา ทองมีอาคม อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ประธานกรรมการและกรรมการ ทุกท่าน และบุคคลสำคัญคืออาจารย์ปุ่น คงเจริญเกียรติ อาจารย์ที่ปรึกษาร่วม ซึ่งให้ความเมตตา กรุณากับผู้วิจัย ให้คำแนะนำและข้อชี้แนะต่างๆตลอดระยะเวลาที่ทำการศึกษาวิจัย

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทั้ง 22 กลุ่มจากจังหวัดระยองและจังหวัดจันทบุรี ซึ่งกรุณาเสียสละเวลาในการให้สัมภาษณ์และให้ข้อมูลอันเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา อีกทั้งบุคลากร จากหน่วยงานราชการและเอกชนต่างๆที่ให้ความช่วยเหลือในระหว่างทำการศึกษาเก็บข้อมูล

ท้ายสุดนี้ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ซึ่งมีส่วนสนับสนุนและให้กำลังใจในระหว่างที่ทำการศึกษาซึ่ง หมายรวมถึงครอบครัว เพื่อนร่วมงานและบุคคลที่อยู่รอบข้างทุกท่าน

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ง
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	จ
กิตติกรรมประกาศ.....	ฉ
สารบัญ.....	ช
สารบัญตาราง.....	ฅ
สารบัญแผนภูมิ.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ฐ
บทที่	
1 บทนำ.....	1
ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
ปัญหานำวิจัย.....	7
วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	7
นิยามศัพท์.....	7
ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	8
2 แนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	9
แนวคิดเรื่องการสื่อสารทางการตลาด.....	9
แนวคิดเกี่ยวกับบรรจภัณฑ์.....	13
แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างตราสินค้า.....	26
แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคโดยไม่ได้วางแผน.....	28
3 ระเบียบวิธีวิจัย.....	32
การกำหนดขอบเขตการวิจัย.....	32
การกำหนดแหล่งข้อมูล.....	33
การกำหนดเครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย.....	34
การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ.....	34
การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	35
การวิเคราะห์ข้อมูล.....	36

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
การนำเสนอข้อมูล.....	36
4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	37
ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร.....	39
ข้อมูลเกี่ยวกับขนมขบเคี้ยวที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผลิต	47
ข้อมูลเกี่ยวกับการดำเนินกิจกรรมทางการตลาดของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร.....	50
ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเลือกใช้	53
5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	81
สรุปผลการวิจัย.....	81
อภิปรายผล.....	88
ข้อเสนอแนะ	97
ข้อจำกัดในการศึกษาวิจัย.....	99
รายการอ้างอิง	100
ภาคผนวก	103
ภาคผนวก ก	104
ภาคผนวก ข	108
ภาคผนวก ค	110
ภาคผนวก ง.....	123
ประวัติผู้วิจัย	131

สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า
1.1 ตารางแสดงจำนวนสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร	39
1.2 ตารางแสดงจำนวนเงินลงทุนที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรใช้ในการผลิตขนมขบเคี้ยว จากผลไม้แปรรูป.....	41
1.3 ตารางแสดงจำนวนรายได้ต่อเดือนของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผู้ผลิตขนมขบเคี้ยว จากผลไม้แปรรูป.....	43
1.4 ตารางแสดงการเปรียบเทียบอัตราส่วนของรายได้ต่อเงินลงทุน	45
1.5 ตารางแสดงต้นทุนบรรจุกัณฑ์ขนมขบเคี้ยวต่อหน่วยของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร	46
2.1 ตารางแสดงชนิดของผลไม้ที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรใช้เป็นวัตถุดิบในการผลิต.....	47
2.2 กรรมวิธีการแปรรูปผลไม้เป็นขนมขบเคี้ยวซึ่งกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเลือกใช้ ในการผลิตขนมขบเคี้ยว	48
2.3 ตารางแสดงประเภทของขนมขบเคี้ยวที่ก่อให้เกิดรายได้ต่อการลงทุน.....	49
3.1 ตารางแสดงช่องทางทางการจัดจำหน่ายสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรผู้ผลิตขนมขบเคี้ยว จากผลไม้แปรรูป.....	50
3.2 ตารางแสดงผู้ที่รับผิดชอบดูแลเรื่องการจัดจำหน่ายขนมขบเคี้ยว	51
3.3 ตารางแสดงลักษณะกลุ่มลูกค้า.....	52
4.1 ตารางแสดงผู้ที่ดูแลรับผิดชอบเรื่องการออกแบบบรรจุกัณฑ์ขนมขบเคี้ยวของ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเปรียบเทียบกับความพึงพอใจของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร.....	54
4.2 ความถี่ในการเปลี่ยนแปลงบรรจุกัณฑ์เปรียบเทียบกับระยะเวลาที่ดำเนินกิจการของ กลุ่มแม่บ้านเกษตรกร.....	55
4.3 ตารางแสดงปัจจัยที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรใช้บรรจุกัณฑ์ขนมขบเคี้ยว	57
4.4 ตารางแสดงความต้องการของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบรรจุกัณฑ์ที่ใช้อยู่เปรียบเทียบกับ ผู้ที่รับผิดชอบดูแลเรื่องการออกแบบบรรจุกัณฑ์ขนมขบเคี้ยว	58
4.5 ตารางแสดงสาเหตุที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต้องการเปลี่ยนแปลงบรรจุกัณฑ์ขนมขบเคี้ยว	59

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตาราง	หน้า
4.6 ตารางแสดงจำนวนกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่มีการออกแบบบรรจุภัณฑ์นมขบเคี้ยวให้เป็นของขวัญของฝาก	61
4.7 ตารางแสดงจำนวนบรรจุภัณฑ์ของสินค้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่มีการออกแบบให้มีสัญลักษณ์ประจำท้องถิ่น.....	63
4.8 ตารางแสดงจำนวนบรรจุภัณฑ์นมขบเคี้ยวของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรที่มีการออกแบบให้มีโลโก้หรือคำโฆษณาสินค้า	65
4.9 ตารางแสดงจำนวนบรรจุภัณฑ์นมขบเคี้ยวของสินค้าที่มีชื่อ/สัญลักษณ์ของหน่วยงานราชการเป็นการส่งเสริมการขาย	68
4.10 ตารางแสดงส่วนประกอบอื่นๆที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์นมขบเคี้ยว	70
4.11 ตารางแสดงจำนวนสีทั้งหมดที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์นมขบเคี้ยว	72
4.12 ตารางแสดงสีฉลากของบรรจุภัณฑ์นมขบเคี้ยวของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร	74
4.13 ตารางแสดงกลุ่มสีของตัวอักษรต่างๆที่ปรากฏอยู่บนบรรจุภัณฑ์นมขบเคี้ยว.....	77
4.14 ตารางแสดงกลุ่มสีของรูปภาพประกอบต่างๆที่ปรากฏอยู่บนบรรจุภัณฑ์นมขบเคี้ยว ...	79

สารบัญแผนภูมิ

แผนภูมิ	หน้า
1.1 แผนภูมิแสดงจำนวนสมาชิกกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร	40
1.2 แผนภูมิแสดงจำนวนเงินลงทุนที่กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรใช้ในการผลิตสินค้า.....	42
1.3 แผนภูมิแสดงรายได้ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรต่อเดือน.....	44

สารบัญภาพ

รูปภาพ	หน้า
1 ตัวอย่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวให้เป็นของขวัญของฝาก ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรหนองขอน	62
2 ตัวอย่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ไม่ได้แสดงลักษณะให้เป็นของขวัญของฝาก ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชำโสม.....	62
3 ตัวอย่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวโดยใช้สติ๊กเกอร์รูปทุเรียนและรูปกระต่ายซึ่งเป็น สัตว์สัญลักษณ์ประจำจังหวัดจันทบุรีของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสแลง.....	64
4 ตัวอย่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวโดยใช้รูปทะเลซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของ จังหวัดระยองของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเนินเสาธง.....	64
5 ตัวอย่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวให้มีโลแกนหรือคำโฆษณาสินค้า ระบุว่า “อร่อย สะอาด ถูกหลักอนามัย” ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรคลองนารายณ์	67
6 ตัวอย่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวให้มีชื่อ/สัญลักษณ์ของหน่วยงานราชการซึ่ง แสดงให้เห็นสัญลักษณ์ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและระบุชื่อของสำนักงานเกษตรอำเภอท่า ใหม่ จังหวัดจันทบุรี ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรทุ่งเบญจา.....	69
7 ตัวอย่างการออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ระบุรายละเอียดของส่วนประกอบต่างๆ มากที่สุด คือมีชื่อสินค้า, ชื่อผู้ผลิต, สัญลักษณ์ทางการค้า, ชื่อและปริมาณของส่วนประกอบ, ราคา, รูปภาพประกอบ, สัญลักษณ์กลุ่มแม่บ้านเกษตรกรและสัญลักษณ์ของกรมส่งเสริมการ เกษตร, ชื่อของหน่วยงานราชการคือสำนักงานเกษตร อำเภอเมือง จังหวัดระยองและเครื่องหมาย ออยของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรบ้านแลงพัฒนา.....	71
8 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ระบุรายละเอียดของส่วนประกอบต่างๆน้อยที่สุด คือมีระบุเพียงแค่ว่าชื่อสินค้าและชื่อผู้ผลิตของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรชอย 99	71
9 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ใช้สีทั้งหมดเพียง 2 สี คือสีขาวและสีดำ ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแถวคลองพลิว	73
10 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ใช้สีทั้งหมด 5 สีคือสีแดง, สีเขียว, สีขาว, สีทองและสีเหลือง ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรสแลง	73
11 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ใช้ฉลากสีขาวของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรแถวคลองพลิว	75

สารบัญภาพ (ต่อ)

รูปภาพ	หน้า
12 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ใช้สีของฉลากเป็นสีเหลืองของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ตำบลตาขัน	75
13 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ใช้สีของฉลากเป็นสีฟ้าของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร บ้านแหลมเหยง	76
14 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ใช้สีของตัวอักษรเป็นสีดำของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร ชำโสม	78
15 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ใช้สีของตัวอักษรเป็นสีเขียว-แดงของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร มาบจันทร์	78
16 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ใช้สีของตัวอักษรเป็นสีแดงของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกร หนองอ้อบน	78
17 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ใช้สีของรูปภาพประกอบต่างๆเป็นสีเขียว ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรมาบจันทร์	80
18 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ใช้สีของรูปภาพประกอบต่างๆเป็นสีเขียว-เหลือง ของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรยายดาพัฒนา	80
19 ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์ขนมขบเคี้ยวที่ใช้สีของรูปภาพประกอบต่างๆเป็นสีดำของกลุ่มแม่บ้าน บ้านชากมันเทศ	80