

การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง
กลุ่มทอผ้าบ้านหนองแขวนช้าง จังหวัดมหาสารคาม



STUDY AND DEVELOPMENT OF PACKAGING FOR NATIVE TEXTILE
PRODUCT BAAN NHONG KHUAN CHANG WEAVER'S CLOTHING GROUP
AT MAHA-SARAKHAM PROVINCE

พิชณันท์ รักยาวงค์
PICHANAN RAKSAWONG

ห้องสมุด คณะครุศาสตร์ฯ สจล.



AB00555

ณพ.

เลขหมู่ ๗๖๓๙ ก ๒๕๕๑
เลขทะเบียน ๐๐๕๕๕
วัน เดือน ปี

สารนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาคามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
บัณฑิตวิทยาลัย
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. ๒๕๕๑

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง
กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม**



พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์

สารบัญชานี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต

สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

บัณฑิตวิทยาลัย

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2551

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

**STUDY AND DEVELOPMENT OF PACKAGING FOR NATIVE TEXTILE
PRODUCT BAAN NHONG KHUAN CHANG WEAVER'S CLOTHING GROUP
AT MAHA-SARAKHAM PROVINCE**



**A THEMATIC SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL EDUCATION
SCHOOL OF GRADUATE STUDIES
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKABANG**

2008

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อสารนิพนธ์

การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง
กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม

นักศึกษา

นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์

รหัสนักศึกษา

49063606

ปริญญา

ครุศาสตรบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ

สาขาวิชา

เทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

ท.ศ.

2551

อาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์

รองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สารินุตร

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง และประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม, แบบสัมภาษณ์, แบบประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง, แบบประเมินความพึงพอใจเกี่ยวกับการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยสรุปว่า

1. ผลงานออกแบบรูปแบบตราสัญลักษณ์ ในรูปแบบที่ 3, กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 1, รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองประเภทสินค้าที่มีราคามากกว่า 1,000 บาท รูปแบบที่ 3, บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองประเภทสินค้าที่มีราคา 100 - 999 บาท รูปแบบที่ 2 และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 1

2. ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ ในรูปแบบตราสัญลักษณ์ ($\bar{X} = 4.82$), กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.91$), รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองประเภทสินค้าที่มีราคามากกว่า 1,000 บาท ($\bar{X} = 4.85$), บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองประเภทสินค้าที่มีราคา 100 - 999 บาท ($\bar{X} = 4.71$) และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท ($\bar{X} = 4.63$) ในภาพรวมของทุกผลิตภัณฑ์แล้ว มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

Thematic Paper Title	Study and Development of Packaging for Native Textile Product Baan Nhong Khuan Chang Weaver's Clothing Group at Maha-Sarakham Province
Student	Miss Pichanan Raksawong
Student ID.	49063606
Degree	Master of Science in Industrial Education
Programme	Industrial Design Technology
Year	2008
Thematic Paper Advisor	Associate Professor. Udomsak Saributr

ABSTRACT

The objective of this research is to study and development packing for native textile product Baan Nhong Khuan Chang and to have satisfaction of packing for native textile product.

The sample group of research is consumer generally buy native textile product Baan Nhong Khuan Chang of 50 persons is the instrument for research.

The reseach materials were , questionnaires and interviews and data analysis with percentage , mean and Standard Deviation (S.D.).

The conclusion of this research were as the followings.

1. Achievement of results on design of trademark under the third trend, graphic on package under the first trend, packaging for native textile product than more 1,000 Bath under the third trend, packaging for native textile product between 100-999 Bath under the second trend and packaging for native textile product low than 100 Bath under the third trend.

2. Totally , The people is satisfied with trademark ($\bar{X} = 4.82$) , graphic on package ($\bar{X} = 4.91$), packaging for native textile product than more 1,000 Bath ($\bar{X} = 4.85$) , packaging for native textile product between 100-999 Bath ($\bar{X} = 4.71$) and packaging for native textile product low than 100 Bath ($\bar{X} = 4.63$) used to express the superlation degree.

กิตติกรรมประกาศ

สารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างดี ด้วยคำแนะนำและคำปรึกษาที่ดี ตลอดจนช่วยแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องต่าง ๆ จากท่านรองศาสตราจารย์อุดมศักดิ์ สาริบุตร ซึ่งเป็นอาจารย์ผู้ควบคุมสารนิพนธ์ ข้าพเจ้ารู้สึกซาบซึ้งในความอนุเคราะห์ และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง

ขอขอบพระคุณ รองศาสตราจารย์สถาพร คีบุญมี ณ ชุมแพ และ ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง คณะกรรมการสอบสารนิพนธ์ ที่กรุณาให้คำแนะนำในการแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ เพื่อให้สารนิพนธ์ฉบับนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ ดร.จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง , ดร.อภิศักดิ์ สีนุภักดิ์ และผู้ช่วยศาสตราจารย์ ธเนศ ภิรมย์การ ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิที่ได้กรุณาให้ความช่วยเหลือแนะนำและตรวจสอบแก้ไขปรับปรุงเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้ดีขึ้น

ขอขอบพระคุณผู้ช่วยศาสตราจารย์มณฑลแทน ดันบุญต่อ, อาจารย์บริรักษ์ สุภคร์ยวรงค์, อาจารย์สมพร ชูบรรณ, คุณสุจิต ยศพล, คุณสมเดช เสนานิคม และ คุณอุไร ขานนาม รวมทั้งผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์ในการให้ข้อมูลในการทำวิจัย ตลอดจนให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามอย่างดียิ่งทุกท่าน

ขอขอบพระคุณครุอาจารย์ ทุก ๆ ท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ ตลอดจนข้อคิดเห็นต่าง ๆ อันจะก่อให้เกิดประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้า และเป็นแนวทางในการจัดทำสารนิพนธ์จนประสบความสำเร็จให้กับข้าพเจ้า

ขอขอบพระคุณบุคคลหลาย ๆ ท่านที่ผู้วิจัยมิได้กล่าวไว้ในที่นี้ ที่ให้ความอนุเคราะห์และให้ความช่วยเหลือในด้านต่าง ๆ แก่ผู้วิจัยมาโดยตลอด

ขอขอบพระคุณบัณฑิตศึกษาและบัณฑิตวิทยาลัย คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมที่ให้ความช่วยเหลือในด้านเอกสารต่าง ๆ

คุณค่าและประโยชน์ใด ๆ อันพึงมาจากสารนิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอบอบแด่บุคคลอันเป็นผู้มีพระคุณอันใหญ่หลวง และเป็นที่เคารพรักรยิ่ง อันได้แก่ บิดา มารดา ตลอดจนผู้มีพระคุณต่าง ๆ ที่ให้การสนับสนุนในทุกเรื่องๆ ทำให้ผู้วิจัยสามารถทำสารนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี มา ณ โอกาสนี้ ด้วยความเคารพยิ่ง

พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ.....	VII
บทที่ 1 บทนำ.....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย.....	2
1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	2
1.4 ขอบเขตการวิจัย.....	3
1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย.....	5
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	6
2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง	7
2.2 ศึกษาบรรพบุรุษเดิมและบรรพบุรุษที่ใกล้เคียง.....	15
2.3 ศึกษาวัสดุท้องถิ่น.....	21
2.4 การบรรพบุรุษ.....	23
2.5 กราฟิกบนบรรพบุรุษ.....	35
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	52
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย.....	55
3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	55
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล	55
3.3 ขั้นตอนการออกแบบบรรพบุรุษสำหรับผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม	57

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ(ต่อ)

	หน้า
3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	57
3.5 การประเมินความพึงพอใจ	58
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย	59
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	61
4.1 ผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ.....	61
4.2 ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต.....	82
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้บริโภค.....	90
4.4 ผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภค.....	104
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	114
5.1 สรุปผลการวิจัย	114
5.2 อภิปรายผล.....	121
5.3 ข้อเสนอแนะ	122
บรรณานุกรม	123
ภาคผนวก.....	125
ภาคผนวก ก.....	126
ภาคผนวก ข.....	137
ภาคผนวก ค.....	174
ประวัติผู้เขียน.....	188

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
2.1 ตารางแสดงประเภทเครื่องหมายการค้า	42
4.1 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์.....	63
4.2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ทรงคุณวุฒิ ด้านการออกแบบรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	68
4.3 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท	72
4.4 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ที่มีราคา 100-999 บาท.....	76
4.5 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท.....	79
4.6 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท	83
4.7 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ที่มีราคา 100-999 บาท	85
4.8 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้เชี่ยวชาญเกี่ยวกับรูปแบบ บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท	88
4.9 ตารางแสดงร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภค	91
4.10 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคใน รูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง	93

สารบัญตาราง(ต่อ)

ตารางที่	หน้า
4.11 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคใน รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง.....	95
4.12 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคใน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท.....	99
4.13 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคใน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท	101
4.14 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคใน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท.....	103
4.15 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค ในรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง รูปแบบใหม่.....	105
4.16 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคใน รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง รูปแบบใหม่	107
4.17 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคใน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ที่มีราคามากกว่า 1,000 บาท.....	109
4.18 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคใน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท.....	111
4.19 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคใน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท.....	112

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1	แผนที่แสดงแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดมหาสารคาม7
2.2	ภาพแสดงที่ตั้งกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง9
2.3	ภาพแสดงผ้าไหมมัดหมี่.....9
2.4	ภาพแสดงตีนจก(จิด).....10
2.5	ภาพแสดงผ้าขาวม้าฝ้ายสีธรรมชาติลายสก็อต.....10
2.6	ภาพแสดงผ้าขาวม้าโทเร.....10
2.7	ผ้าขาวม้าข้อมสีธรรมชาติ.....11
2.8	ภาพแสดงผ้าจิดช้าง11
2.9	ภาพแสดง ผ้าฝ้ายพื้นเรียบสีธรรมชาติ.....11
2.10	ภาพแสดงข่ามโทเรลายจิด12
2.11	ภาพแสดงกระเป๋าจิดเล็ก12
2.12	ภาพแสดงกระเป๋าจิดใหญ่12
2.13	ภาพแสดงกระเป๋าทอศัพท์13
2.14	ภาพแสดงกระเป๋าสะพายจิด.....13
2.15	ภาพแสดงเสื่อผ้าฝ้ายสำเร็จรูปแบบชุด13
2.16	ภาพแสดงเสื่อผ้าสำเร็จรูปแบบชุด14
2.17	ภาพแสดง เสื่อผ้าไหมสำเร็จรูป14
2.18	ภาพแสดงโสร่งไหม14
2.19	ภาพแสดงผ้าไหมพื้นเรียบ15
2.20	ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์แบบดุงพลาสติก16
2.21	ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์แบบดุงกระดาษ.....16
2.22	ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์แบบกล่องกระดาษ17
2.23	ภาพแสดงตราสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้าของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง17
2.24	ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์แบบกล่องกระดาษ18
2.25	ภาพแสดงกล่องประเภทผ้า18
2.26	ภาพแสดงกล่องประเภทวัสดุธรรมชาติ19
2.27	ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์กล่องจากเปปเปอร์มาเช่.....19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
2.28 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์แบบถุงผ้าโปร่ง.....	20
2.29 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์แบบถุงผ้า.....	20
2.30 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์แบบถุงกระดาษ.....	20
2.31 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์แบบ ถุงพลาสติก.....	21
2.32 ภาพแสดงภาพสัญลักษณ์ ผลงานออกแบบ โดยโรเจอร์ คุก (Roger Cook) และ คอน ซาโนสกี	36
2.33 ภาพแสดงภาพบนปกหนังสือสำหรับงาน THAIFEX 2002& THAIFEX 2002	37
2.34 ภาพแสดงขั้นตอนของการสร้างสรรค์ภาพ โดยการคัดทอนรายละเอียด ไรเดอร์(Wildes)..	38
2.35 ภาพแสดงกราฟิกที่มีต่อการพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรมกราฟิกออกแบบ.....	38
2.36 ภาพแสดงวิธีการเรียนรู้และการทำความเข้าใจในภาพกราฟิกของ อัลเดิส ฮักส์เลย์ (Aldous Huxley's).....	39
2.37 ภาพแสดงสมการการออกแบบ.....	40
2.38 ภาพแสดงเครื่องหมายการค้าแบบต่าง ๆ	42
2.39 ภาพแสดงสัญลักษณ์ของการเคหะแห่งชาติ	43
2.40 ภาพแสดงสัญลักษณ์เปลี่ยนไปเพื่อความร่วมสมัยของแต่ละยุค.....	44
2.41 ภาพแสดงถ่ายต่อสื่อและวิธีออกแบบสิ่งพิมพ์.....	45
3.1 ภาพแสดงสรุปขั้นตอนวิธีการวิจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง	60
4.1 ภาพแสดงรูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 1	62
4.2 ภาพแสดงรูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 2	62
4.3 ภาพแสดงรูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 3	62
4.4 ภาพแสดงรูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 4	62
4.5 ภาพแสดงรูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 5	62
4.6 ภาพแสดงรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1	66
4.7 ภาพแสดงรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2	67
4.8 ภาพแสดงรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3	67

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.9 ภาพแสดงรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 4	67
4.10 ภาพแสดงรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 5	67
4.11 ภาพแสดง รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท รูปแบบที่ 1	71
4.12 ภาพแสดง รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท รูปแบบที่ 2	71
4.13 ภาพแสดง รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท รูปแบบที่ 3	71
4.14 ภาพแสดง รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท รูปแบบที่ 4	71
4.15 ภาพแสดง รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท รูปแบบที่ 5	71
4.16 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100-999 บาท รูปแบบที่ 1	74
4.17 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 1000-999 บาท รูปแบบที่ 2	75
4.18 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100-999 บาท รูปแบบที่ 3	75
4.19 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100-999 บาท รูปแบบที่ 4	75
4.20 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100-999 บาท รูปแบบที่ 5	75
4.21 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 1	78
4.22 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 2	78

สารบัญญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.23 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 3	79
4.24 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 4	79
4.25 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 5	79
4.26 ภาพแสดงรูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 1	92
4.27 ภาพแสดงรูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 2	92
4.28 ภาพแสดงรูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 3	92
4.29 ภาพแสดงรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1	95
4.30 ภาพแสดงรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2	95
4.31 ภาพแสดงรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3	95
4.32 ภาพแสดง รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท รูปแบบที่ 1	98
4.33 ภาพแสดง รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท รูปแบบที่ 2	98
4.34 ภาพแสดง รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท รูปแบบที่ 3	100
4.35 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100-999 บาท รูปแบบที่ 1	100
4.36 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100-999 บาท รูปแบบที่ 2	100
4.37 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100-999 บาท รูปแบบที่ 3	100
4.38 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 1	102

สารบัญญภาพ(ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.39 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 2	102
4.40 ภาพแสดงบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 3	102
4.41 คราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง รูปแบบใหม่	105
4.42 กราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง รูปแบบใหม่.....	107
4.43 บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ที่มีราคามากกว่า 1,000 บาท	109
4.44 บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ที่มีราคา 999 – 100 บาท	110
4.45 บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้า ที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท.....	112
ค 1 การประเมิน โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบทาง ด้านกราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์.....	175
ค 2 การประเมิน โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบทาง ด้านกราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์.....	175
ค 3 การประเมิน โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบทาง ด้านกราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์.....	176
ค 4 การประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง.....	176
ค 5 การประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง.....	177
ค 6 การประเมิน โดยผู้เชี่ยวชาญทางด้านการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง.....	177
ค 7 คราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง	178
ค 8 กราฟิคนบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง.....	178
ค 9 บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท.....	179
ค 10 บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100-999 บาท.....	179
ค 11 บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท.....	180

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

เนื่องจากปัญหาความยากจนของประชาชนชาวไทยซึ่งมีมาแต่ช้านาน ดังนั้นภาครัฐบาลจึงได้มีนโยบายการแก้ไขปัญหาความยากจนแบบรากหญ้า โดยดึงความรู้ความสามารถที่เป็นภูมิปัญญาชาวบ้านของประชาชนแต่ละภาคแต่ละจังหวัดจนถึงแต่ละตำบลในการผลิตผลิตภัณฑ์ที่ประชาชนในแต่ละตำบลนัดและมีความสามารถในผลิตนั้นๆ ได้รวบรวมผลิตภัณฑ์ทั่วประเทศมาเผยแพร่ ในภายใต้ชื่อโครงการว่า “โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์” รัฐบาลได้มีการจัดแสดงสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่องเพื่อที่จะให้คนไทยสนับสนุนสินค้าไทยกันและเป็นการ เผยแพร่ให้ชาวต่างชาติได้เข้ามาดูผลิตภัณฑ์สินค้าของไทยเพื่อที่จะได้ส่งออกไปยังต่างประเทศเพื่อเป็นการนำรายได้เข้าประเทศได้อีกทางหนึ่งในการจัดแสดงสินค้าโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ในแต่ละครั้งมีผลิตภัณฑ์มากมายถูกจัดวางขายในร้านค้าที่มาจากหลากหลายตำบลทั่วประเทศมีผลิตภัณฑ์อุปโภคและบริโภคมากมายทั้งผลิตได้ในระบบอุตสาหกรรมที่ผลิตได้ครั้งละมากๆ และผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้น้อยแต่มีความละเอียดอ่อนที่ต้องใช้ความประณีตในการผลิต

กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง เป็นชุมชนที่ผลิตผ้าฝ้ายสีพื้น ผ้ามัดหมี่ ผ้าขาวม้า และเสื้อผ้าสำเร็จรูปที่แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือ ศักยภาพในการรองรับการผลิตของบ้านหนองเขื่อนช้างและหมู่บ้านใกล้เคียง คือ ผ้าฝ้ายทอมือที่มีคุณภาพและพัฒนาจนเป็นหมู่บ้านหัตถกรรมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ย่อมเป็นหลักประกันทั้งคุณภาพและการดำเนินงานของกลุ่มและชุมชนที่สะสมประสบการณ์ในการทอผ้าและแปรรูปเชิงการค้ามากกว่า 10 ปีแล้ว ซึ่งในปี 2549 ผ้าไหมมัดหมี่ ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ที่ได้รับการคัดสรรสุดยอดสินค้า OPC ปี 2549 ระดับ 5 ดาว (ไทยตำบล. 2550) [Online]

บรรรุษภัณฑ์หรือห่อบรรรุษสินค้านั้น เริ่มต้นจากการที่ผู้ผลิตสินค้าต้องการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ถึงแม้ว่าการใช้งานของบรรรุษภัณฑ์นั้นจะมีไว้เพียงเพื่อบรรรุษและเก็บรักษาผลิตภัณฑ์นั้น ปัจจุบันได้มีการพัฒนาและเพิ่มความหลากหลายมากขึ้นกว่าที่เคยมีความก้าวหน้าของเครือข่ายการคมนาคมขนส่ง รวมถึงความซับซ้อนของการค้าปลีกสมัยใหม่ ทำให้บรรรุษภัณฑ์มีความสำคัญมากที่สุด นอกจากนี้บรรรุษภัณฑ์ยังถูกใช้เป็นสื่อโฆษณาที่สามารถเคลื่อนที่ได้ อีกทั้ง บรรรุษภัณฑ์เป็นปัจจัยหนึ่งที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์การตลาดได้ แต่ผู้ประกอบการอุตสาหกรรมขนาดย่อมและครอบครัวในภูมิภาคประสบปัญหาในการออกแบบบรรรุษภัณฑ์ เช่น ปัญหาการเลือกวัสดุที่เหมาะสม การออกแบบลวดลายบนบรรรุษภัณฑ์ ซึ่งทำให้

สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ซื้อสินค้า และจำเป็นที่จะต้องสร้างความสนใจ ดึงดูดใจ และแสดงออกถึงความเป็นเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้

สิ่งหนึ่งที่จะทำให้ผลิตภัณฑ์เกิดการจดจำและสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้กับตัวผลิตภัณฑ์ นั่นคือการสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยส่งเสริมผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่น ซึ่งแท้จริงแล้ว เรามีบรรจุภัณฑ์มา ตั้งแต่สมัยก่อนตั้งแต่การนำวัตถุดิบจากธรรมชาติโดยใช้ภูมิปัญญาชาวบ้านนำมาห่อของมัดของ อย่างเช่น ใบตอง จนพัฒนามาเป็นวัตถุดิบในระบบอุตสาหกรรมอย่างกระดาษและพลาสติกอย่าง ในปัจจุบันคงไม่มีใครปฏิเสธได้ว่า บรรจุภัณฑ์ก็เป็นหน้าตาบานหนึ่งที่ดึงดูดใจแก่ผู้พบเห็น (สุขุมล ตรีไชยาพร. 2546 : 1)

ปัจจุบันผ้าทอมือจะเป็นการผลิตกันในอุตสาหกรรมครอบครัวหรือชุมชนเล็กๆ จัดการกันเองทั้งในเรื่องการผลิตและการจัดหน่าย ในการจัดจำหน่ายส่วนมากจะใช้การบรรจุผลิตภัณฑ์ โดยมีการใช้ถุงกระดาษสี หรือ ไม่เช่นนั้นก็เป็นถุงพลาสติกใสซึ่งอาจไม่ช่วยในเรื่องการส่งเสริมการขายและบรรจุภัณฑ์อาจไม่ช่วยในการปกป้องสินค้า ไม่ให้เกิดการเสียหาย ซึ่งเรื่องของบรรจุภัณฑ์ดังกล่าวมีความสำคัญมากประการหนึ่งนอกจากผลิตภัณฑ์จะมีคุณภาพที่สวยงามแล้ว และยังมีบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยในการส่งเสริมการตลาดก็จะสามารถเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนได้มากกว่า ในปัจจุบัน

จากปัญหาที่กล่าวมาข้างต้นผู้วิจัยมีความสนใจที่จะพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ ผ้าพื้นเมืองบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ที่ผลิตออกมาจะสามารถสร้างความโดดเด่น และความน่าสนใจให้แก่ผลิตภัณฑ์

1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม

1.2.2 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม

1.3 กรอบแนวความคิด

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้า บ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม” นี้ได้ใช้กรอบแนวคิดดังนี้

1.3.1 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการศึกษาวัสดุพื้นถิ่น ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม

เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิด ในการศึกษาวัสดุพื้นถิ่นเพื่อบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคามให้มีประสิทธิภาพด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้นที่ต้องคำนึงถึงในประเด็นต่างๆ ดังนี้

1.3.1.1 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการศึกษาวัสดุพื้นถิ่น

โดย นำข้อมูล เกี่ยวกับวัสดุพื้นถิ่น กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ที่สามารถนำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ได้

1.3.1.2 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการศึกษาผลิตภัณฑ์ กลุ่มทอผ้า

บ้านหนองเขื่อนช้าง โดยนำข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่จัดจำหน่ายจากทางกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

1.3.1.3 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการศึกษารบรรจุภัณฑ์ กลุ่มทอผ้า

บ้านหนองเขื่อนช้าง โดยศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับ ตราสัญลักษณ์, รูปแบบ บรรจุภัณฑ์, กรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์และการใช้งาน บรรจุภัณฑ์ กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

1.3.2 กรอบแนวคิดในขั้นตอนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

จังหวัดมหาสารคาม

ในขั้นตอนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จะแบ่งเป็น 3 กรอบแนวความคิด

1.3.1.1 กรอบแนวความคิดด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

โดยใช้กรอบแนวความคิดด้านกราฟิกของปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ ดังนี้ ตัวอักษร, ภาพประกอบ และ หลักศิลปะและความงาม

1.3.1.2 กรอบแนวความคิดด้านตราสัญลักษณ์

โดยใช้กรอบแนวความคิดของทองเจือ เขียดทอง คือ เนื้อหา (Content) ความเหมาะสมกับสื่อ (Suitability to media) ลักษณะพิเศษ (Distinctiveness) ความร่วมสมัย (Contemporaneity) สร้างความทรงจำ (Impression) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความเป็นประโยชน์ (Utility) ความเป็นสากล (Rationality) เอกลักษณะของสี (Color individuality)

1.3.1.3 กรอบแนวความคิดด้านบรรจุภัณฑ์

โดยใช้กรอบแนวความคิดด้านบรรจุภัณฑ์ ของ ประชิต ทิณบุตร ดังนี้ ปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์, การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์, การอำนวยความสะดวก, การดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และการขนส่ง

1.4 ขอบเขตของการออกแบบ

การวิจัยเรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม” เพื่อให้การวิจัยสามารถดำเนินการศึกษาค้นคว้า วิเคราะห์และออกแบบให้เป็นผลสำเร็จและถูกลงได้ดังจุดประสงค์ที่ตั้งไว้ จึงได้กำหนดขอบเขต

การศึกษาไว้ดังนี้ เสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.1 ขอบเขตในการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง
กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ในการวิจัยครั้งนี้จะแบ่งขอบเขตที่มีการพัฒนาและออกแบบเป็น
2 กลุ่ม คือ

1.4.1.1 การออกแบบและพัฒนาด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์
ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

ในขั้นตอนการออกแบบด้านกราฟิกจะสามารถแบ่งได้ ดังนี้

- 1. ตราสัญลักษณ์**
- 2. กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์**

1.4.1.2 การออกแบบและพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง
กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

ในขั้นตอนการออกแบบด้านบรรจุภัณฑ์จะสามารถแบ่งได้ ดังนี้

- 1. วัสดุ**

1.4.2 ขอบเขตของแหล่งที่มาของข้อมูล

1.4.2.1 การศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง
กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

ประชากร ได้แก่ สมาชิก กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ตัวแทนกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จำนวน 1 คน โดย
การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.4.2.2 การพัฒนากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้า
พื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

(1) ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบ
ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านกราฟิกและบรรจุภัณฑ์รวม 3 ท่าน

(2) ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการผลิต

ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการผลิต รวม 3 ท่าน

(3) กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 50 คน ซึ่งเป็น ผู้บริโภคผ้าพื้นเมืองบ้านหนองเขื่อนช้าง โดยสุ่มตัวอย่าง
แบบเจาะจง (Purposive Sampling)

1.4.3 ตัวแปรในการวิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษาบรรจุภัณฑ์
สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง บ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคามที่ได้หลังจากพัฒนาใหม่

ตัวแปรต้น บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง บ้านหนองเขื่อนช้าง

จังหวัดมหาสารคาม

ตัวแปรตาม ระดับความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์ของผู้บริโภค

1.5 นิยามศัพท์เฉพาะที่ใช้ในการวิจัย

เพื่อความเข้าใจที่ถูกต้องามวัตถุประสงค์ของการวิจัย จึงได้กำหนดความหมายของคำต่าง ๆ ที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1.5.1 การพัฒนา หมายถึง การวิเคราะห์กระบวนการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์อย่างเป็นระบบโดยคำนึงถึง หน้าที่ใช้สอย ความงาม เอกลักษณ์ของท้องถิ่นและต้นทุน ที่ใช้ในกรรมวิธีการผลิตให้ได้มาซึ่งบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามทำให้ผลิตภัณฑ์มีความโดดเด่นขึ้น

1.5.2 บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งห่อหุ้มรองรับผลิตภัณฑ์ เพื่อทำหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์จากความเสียหายต่าง ๆ และเพื่อเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ ให้คงคุณภาพใกล้เคียงเมื่อแรกผลิตมากที่สุด ตลอดจนช่วยแจ้งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์และกระตุ้นการซื้อ

1.5.3 ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง หมายถึง สินค้าของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ได้แก่ ผ้าฝ้ายสีพื้น ผ้าไหมสีพื้น ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าขาวม้า และเสื้อผ้าสำเร็จรูปแบบชุด

1.5.4 ผ้าพื้นเมือง หมายถึง ผ้าที่ทอโดยกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง เป็นชุมชนที่ผลิตผ้าฝ้ายสีพื้น ผ้าไหมสีพื้น ผ้าไหมมัดหมี่ ผ้าขาวม้า และเสื้อผ้าสำเร็จรูปแบบชุด

1.5.5 กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง หมายถึง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง 171 หมู่ 7 ต.ท่าสองคอน อ.เมือง จ.มหาสารคาม

1.5.6 กราฟิควนบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ภาพสัญลักษณ์, รูปภาพ หรือตัวอักษรซึ่งถูกใช้เพื่อการนำเสนอรายละเอียดของความคิด และถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารบางอย่าง

1.5.7 ตราสัญลักษณ์ หมายถึง เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ใด ๆ ที่ออกแบบขึ้นมาเพื่อให้ผู้พบเห็นเกิดการจดจำและเรียนรู้ จากสิ่งที้นักออกแบบได้ออกแบบซึ่งสื่อความหมายชนิดหนึ่งที่แสดงนัยให้ทราบถึงสิ่งที่ต้องการบอก ซึ่งจะไม่มีผลในการปฏิบัติ

1.5.8 ผู้ผลิต หมายถึง ผู้ผลิตผ้าทอพื้นเมืองในนามของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม

1.5.9 ผู้บริโภค หมายถึง ผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม

1.5.10 วัสดุท้องถิ่น หมายถึง วัสดุที่สามารถหาได้ตามท้องถิ่น ซึ่งสามารถนำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ได้

1.5.11 ความพึงพอใจ หมายถึง การแสดงออกทางด้านเจตคติของแต่ละบุคคลที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าพื้นเมือง บ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม ในด้านกราฟิควนบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาแนวการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าพื้นเมือง บ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคามและบรรจุภัณฑ์ที่ผลิตออกมามีความสามารถสร้างความโดดเด่นและความน่าสนใจให้แก่ผลิตภัณฑ์ทำให้ผู้บริโภคเกิดความพอใจ

ดังนั้นเพื่อบ่งชี้ให้เห็นความสำคัญของปัญหา ความชัดเจนของปัญหา ลักษณะการดำเนินการแก้ปัญหาวิจัยที่เกี่ยวข้องหรือใกล้เคียง และกรอบแนวทางการดำเนินการแก้ปัญหาในงานวิจัยแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าพื้นเมืองบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม จึงมีแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษา ดังนี้

- 2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง
- 2.2 ศึกษาบรรจุภัณฑ์เดิม,บรรจุภัณฑ์ใกล้เคียง
- 2.3 ศึกษาวัสดุท้องถิ่น
- 2.4 การบรรจุภัณฑ์
- 2.5 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

บ้านหนองเขื่อนช้าง ต.ท่าสองคอน หมู่บ้าน ผ้าไหมและหัตถกรรม ตั้งอยู่ที่ หมู่ 7 ตำบลท่าสองคอน เป็นหมู่บ้านทอผ้าไหม ผ้าฝ้าย ทำหมอนชนิด อยู่ห่างจากตัวเมืองไปตามเส้นทางสายมหาสารคาม-โกสุมพิสัย ประมาณ 12 กิโลเมตร แล้วแยกซ้ายระหว่างกิโลเมตรที่ 47-48 ไปตามทางหมายเลข 1027 สู่ว้านโนนตาลเข้าไปอีก 2 กิโลเมตรจึงจะถึงหมู่บ้านหนองเขื่อนช้าง

บ้านหนองเขื่อนช้าง หมู่ที่ 7,13 และ 21 จำนวนครัวเรือนรวมทั้ง 3 หมู่บ้านเท่ากับ 378 ครัวเรือน จำนวนประชากร 1,842 คน วัยแรงงาน 1,243 คน เฉลี่ยประชากรต่อครัวเรือนเท่ากับ 5 คน ระดับการศึกษาของประชากรวัยแรงงานส่วนใหญ่คือ ป.4, และ ป.6 พื้นที่รวมของทั้ง 3 หมู่บ้านรวมเท่ากับ 6,420 ไร่ เป็นพื้นที่ทำการเกษตร 5,980 ไร่ ซึ่งประกอบด้วย ที่นาเป็นส่วนใหญ่ มีที่สาธารณะ 145 ไร่ และที่ตั้งบ้านเรือน 295 ไร่ สภาพแหล่งน้ำคึม น้ำใช้ และน้ำเพื่อการเกษตรพอเพียงตลอดปี อาชีพภาคเกษตรที่สำคัญคือ ทำนา และไร่มันสำปะหลัง ซึ่งมักประสบปัญหาต้นทุนการผลิตสูง และราคาผลผลิตตกต่ำอยู่เสมอ

9,500 บาท โดยช่วงก่อนหน้านี้มีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนจากการทอผ้ามากกว่า 15,000 บาทต่อปี แม้ในปัจจุบันยังมีบางครัวเรือนที่มีรายได้จากการทอผ้ากว่า 20,000 บาท แต่มีจำนวนน้อยมากจำนวนครัวเรือนที่มีแรงงานอพยพรวมทั้ง 3 หมู่บ้านมีจำนวน 80 ครัวเรือน วิทยุแรงงานที่อพยพคิดเป็นร้อยละ 9.4 ของประชากรวัยแรงงานทั้งหมด ส่วนใหญ่ไปทำงานในโรงงานอุตสาหกรรมตลอดทั้งปี สถานที่อพยพไปทำงานคือ กรุงเทพฯ (ข้อมูลท่องเที่ยวจังหวัดมหาสารคาม. 2550) [Online]

ศักยภาพในการรองรับการผลิตของบ้านหนองเขื่อนช้างและหมู่บ้านใกล้เคียงคือ ผ้าฝ้ายทอมือที่มีคุณภาพและพัฒนาจนเป็นหมู่บ้านหัตถกรรมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยย่อมเป็นหลักประกันทั้งคุณภาพและการดำเนินงานของกลุ่มและชุมชนที่สะสมประสบการณ์ในการทอผ้าและแปรรูปเชิงการค้ามากกว่า 10 ปีแล้ว แต่อาจจะต้องปรับปรุง และพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น ประกอบกับชุมชนอยู่ใกล้เส้นทางคมนาคมหลักที่มีความสะดวกและอยู่ใกล้ตัวจังหวัดจึงเป็นข้อได้เปรียบอีกอย่างหนึ่งของชุมชนนี้ด้วย

การทอผ้าซึ่งเคยเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของชุมชนและได้รับการพัฒนาประมาณกว่า 10 ปีที่แล้วให้กลายเป็นแหล่งผลิตผ้าฝ้ายทอมือที่สำคัญของจังหวัดจนได้รับการสนับสนุนให้เป็นหมู่บ้านหัตถกรรมของการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย โดยแทบทุกครัวเรือนทำกิจกรรมทอผ้าฝ้ายเกือบตลอดปี แต่ในปัจจุบันมีจำนวนลดลงบ้างตามภาวะเศรษฐกิจ โดยมีครัวเรือนที่ทอผ้าเกือบตลอดปีประมาณ 210 ครัวเรือน

กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง 171 หมู่ 7 ต.ท่าสองคอน อ.เมือง จ.มหาสารคาม โดยมีนางสาวอุไร ขานนาม เป็นผู้ประสานงานของกลุ่ม ซึ่งมีสมาชิก 49 คน โดยจะแยกเป็น 3-4 กลุ่มเพื่อผลิตผ้าทอพื้นเมือง แต่ละกลุ่มจะออกแบบลวดลายของผ้าทอพื้นเมือง แล้วนำมารวมกันเพื่อจัดจำหน่าย



ภาพที่ 2.2 ที่ตั้งกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

ผลิตภัณฑ์ที่ทางกลุ่มได้ผลิตขึ้นมาจะเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าและสินค้าแปรรูปจากผ้า ซึ่งมีรายละเอียดของสินค้า ดังนี้

1. ผ้าไหมมัดหมี่

สินค้าสุดยอดหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ 2549 ประเภทผลิตภัณฑ์ : ผ้า เครื่องแต่งกาย
ระดับดาว : 5 ดาว มาตรฐานผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชน (มผช.) : 17(1)/2546



ภาพที่ 2.3 ผ้าไหมมัดหมี่ (ไทยตำบล. 2550) [Online]

2. ตีนจก(จิด)

เป็นแผ่นเทพจิดที่ทอจากฝ้าย และด้ายโทเรมีหลายขนาด กว้าง 20 ซม. ยาว 1 ม.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.4 ตินจก(จิด)

3. ผ้าขาวม้าฝ้ายสีธรรมชาติลายสก็อต

เป็นผ้าที่ทอมาจากฝ้ายสังเคราะห์สีธรรมชาติ ด้วยวิธี การทอมือ กว้าง 80 ซม. ยาว 1.8 ม.



ภาพที่ 2.5 ผ้าขาวม้าฝ้ายสีธรรมชาติลายสก็อต

4. ผ้าขาวม้าโทเร

เป็นผ้าขาวม้าเนื้อผ้าทอด้วยด้ายโทเร กว้าง 80 ซม. ยาว 1.8 ม.



ภาพที่ 2.6 ผ้าขาวม้าโทเร

5. ผ้าขาวม้าข้อมสีธรรมชาติ

เป็นผ้าขาวม้าทอมือข้อมสีธรรมชาติ กว้าง 80 ซม. ยาว 1.8 ม.



ภาพที่ 2.7 ผ้าขาวม้าข้อมสิริธรรมชาติ

6. ผ้าจิดช้าง

เป็นผ้าเอนกประสงค์มีลายจิดช้างที่ชายทั้ง 2 ข้างกว้าง 80 ซม. ยาว 1.8 ม.



ภาพที่ 2.8 ผ้าจิดช้าง

7. ผ้าฝ้ายพื้นเรียบสิริธรรมชาติ

เป็นผ้าฝ้ายพื้นเรียบทอด้วยมือ สิริธรรมชาติ กว้าง 80 ซม. ยาว 1 ม.



ภาพที่ 2.9 ผ้าฝ้ายพื้นเรียบสิริธรรมชาติ

8. ย่อมโทเรลายจิด

นำผ้าลายจิด ที่ทอเสร็จแล้วมาตัดเย็บแล้วตกแต่งด้วยโทเรจิด



ภาพที่ 2.10 ย่ามโทเรลายซิด

9. กระเป๋าจิดเล็ก

นำผ้าตีนจกซิดขนาดที่ต้องการมาเป็นกระเป๋ามีหลายขนาด



ภาพที่ 2.11 กระเป๋าจิดเล็ก

10. กระเป๋าจิดใหญ่

นำผ้าตีนจกขนาดกว้าง 15 ซม. มาตัดเป็นเป็นรูปกระเป๋าลักษณะเหมือนห่อหมก



ภาพที่ 2.12 กระเป๋าจิดใหญ่

11. กระเป๋าโทศัพท์

นำผ้าฝ้ายมาเย็บเป็นกระเป๋าสำหรับใส่โทศัพท์ แล้วตกแต่งด้วยซิด



ภาพที่ 2.13 กระเป๋าทอศัพท์

12. กระเป๋าสะพายซิด

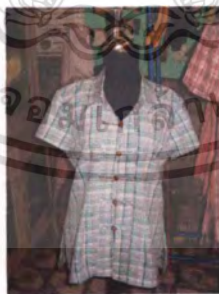
นำผ้าฝ้ายพื้นเรียบมาออกแบบตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปแบบ



ภาพที่ 2.14 กระเป๋าสะพายซิด

13. เสื้อผ้าฝ้ายสำเร็จรูปแบบชุด

ตัดเย็บจากผ้าฝ้ายให้เป็นเสื้อผ้าสำเร็จรูปจำหน่ายแบบเป็นชุด



ภาพที่ 2.15 เสื้อผ้าฝ้ายสำเร็จรูปแบบชุด

14. เสื้อผ้าสำเร็จรูปแบบชุด



ภาพที่ 2.16 เสื้อผ้าสำเร็จรูปแบบชุด

15. เสื้อผ้าไหมสำเร็จรูป

นำผ้าไหมมาตัดเย็บเสื้อผ้าสำเร็จรูปแบบชุด



ภาพที่ 2.17 เสื้อผ้าไหมสำเร็จรูป

17. โสร่งไหม

นำเส้นไหมแท้ (ไหมพื้นบ้าน) ที่เส้นควบ 2 เส้น มาทอเป็นลวดลายผ้าโสร่ง กว้าง 1 ม. ยาว 2 ม.



ภาพที่ 2.18 โสร่งไหม

18. ผ้าไหมพื้นเรียบ

นำเส้นไหมที่ย้อมสีต่าง ๆ มาทอด้วยมือแบบไม่มีลวดลาย



ภาพที่ 2.19 ผ้าไหมพื้นเรียบ

การศึกษาหัวข้อความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายในปัจจุบัน สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ราคา

1,000 บาทขึ้นไป ได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่ เสื้อไหมสำเร็จรูป ไสรงไหม 100-999 บาท ได้แก่ สินค้าจำพวกผ้าฝ้ายและผ้าไหมสีพื้น ต่ำกว่า 100 บาท ได้แก่ สินค้าจำพวกของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้า

2. ขนาด (เปรียบเทียบจากขนาดของผลิตภัณฑ์ก่อนบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ - พับ)

ขนาดใหญ่ 40x30 ซม. ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป
ขนาดกลาง 30x23 ซม. ได้แก่ ผ้าไหม และผ้าฝ้าย (แบบเป็นผืนผ้า)
ขนาดเล็ก 23x15 ซม. ได้แก่ สินค้าจำพวกของที่ระลึกต่าง ๆ

หากต้องการผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องคำนึงถึงต้นทุนการผลิต ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ดังนั้น จากการศึกษาจึงเลือกผลิตภัณฑ์กลุ่มของ “ราคา” และใช้ข้อมูลเรื่อง “ขนาด” มาแนวทาง การออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.2 ศึกษาบรรจุภัณฑ์เดิมและบรรจุภัณฑ์ใกล้เคียง

ในการศึกษาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จะได้ ทำการศึกษาทั้งเรื่อง บรรจุภัณฑ์เดิม, บรรจุภัณฑ์ใกล้เคียง ดังนี้

2.2.1 บรรจุภัณฑ์เดิม

จากการศึกษาเบื้องต้น พบว่า บรรจุภัณฑ์ที่ใช้อยู่บรรจุผลิตภัณฑ์จากทางกลุ่มทอผ้า บ้านหนองเขื่อนช้าง มี 3 ประเภท คือ

1. บรรจุกัณฑ์แบบถุงพลาสติก เป็นบรรจุกัณฑ์มีลักษณะเป็นถุงพลาสติกใส สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ข้างในได้อย่างชัดเจน บรรจุกัณฑ์ประเภทนี้ สามารถหาซื้อได้ตามท้องตลาดโดยทั่วไป



ภาพที่ 2.20 บรรจุกัณฑ์แบบถุงพลาสติก

2. บรรจุกัณฑ์แบบถุงกระดาษ เป็นบรรจุกัณฑ์มีลักษณะเป็นถุงกระดาษ ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ทั่ว ๆ ไป ทำจากกระดาษสีน้ำตาล ตัวอักษรสีแดง รายละเอียด บ่งบอกถึง ชื่อ, ที่ตั้ง, เบอร์โทรศัพท์, สินค้าที่จำหน่าย และ ภาพประกอบ มีขนาด ความสูง 50 เซนติเมตร ความกว้าง 34 เซนติเมตร และความกว้างของก้นถุงขนาด 9.5 เซนติเมตร สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์ได้ทุกประเภท บรรจุกัณฑ์โดยส่วนมากจะใส่เฉพาะสินค้าประเภทผ้าไหม ผ้าฝ้าย เสื้อสำเร็จรูป เป็นต้น บรรจุกัณฑ์ประเภทนี้ กลุ่มหอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างต้องสั่งผลิตจากโรงงาน



ภาพที่ 2.21 บรรจุกัณฑ์แบบถุงกระดาษ

3. บรรจุกัณฑ์แบบกล่องกระดาษ เป็นบรรจุกัณฑ์มีลักษณะเป็นกล่องกระดาษ ใช้บรรจุผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าทอที่ยังไม่แปรรูป ทำจากกระดาษสีน้ำตาลพิมพ์ลายผ้า รายละเอียด บ่งบอกถึง ชื่อ, ที่ตั้ง, เบอร์โทรศัพท์, สินค้าที่จำหน่าย, ความเป็นมา, ภาพประกอบ และ ตราสัญลักษณ์ มีขนาด ความสูง 35.5 เซนติเมตร ความกว้าง 21.5 เซนติเมตร และความกว้างของก้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล่องขนาด 5 เซนติเมตร สามารถบรรจุผลิตภัณฑ์เฉพาะสินค้าประเภทผ้าไหม ผ้าฝ้าย ที่มีราคา
ค่อนข้างสูง เนื่องจาก บรรจุภัณฑ์ ประเภทนี้ กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างต้องสั่งผลิตจากโรงงาน



ภาพที่ 2.22 บรรจุภัณฑ์แบบกล่องกระดาษ

4. คราสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้า เป็นคราสัญลักษณ์มีขนาด ด้านหน้ากล่อง
ยาว 16 เซนติเมตร กว้าง 9.5 เซนติเมตร ความสูงจากส่วนโค้งถึงด้านล่างคราสัญลักษณ์ 13
เซนติเมตร ระยะห่างจากขอบเข้ามาถึงส่วนโค้ง 4 เซนติเมตร พิมพ์ลงบรรจุภัณฑ์แบบกล่อง
กระดาษ มีลักษณะเป็นรูปช้างภายในกรอบสี่เหลี่ยม ด้านล่างตัวช้าง มีคำว่า “บ้านหนองเขื่อนช้าง”
และ “Baan Nhong Khuen Chang”



ภาพที่ 2.23 คราสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้าของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

ในเรื่อง คราสัญลักษณ์ มีมา 3 -5 ปี ไม่ค่อยมีผู้รู้จัก เนื่องจากเครื่องหมายการค้าอยู่บน
บรรจุภัณฑ์แบบกล่องซึ่งบรรจุเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง ในความต้องการของกลุ่มทอผ้า
บ้านหนองเขื่อนช้างในเรื่อง รูปแบบคราสัญลักษณ์ที่จะพัฒนาขึ้นใหม่ พบว่า ต้องการให้มีรูปช้าง
เหมือนเดิม ใช้คำว่า กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง แทน คำว่า บ้านหนองเขื่อนช้าง และ ต้องการสื่อ
ถึงผลิตภัณฑ์ที่ทำ เช่น รูปผลิตภัณฑ์ ลายผ้า เป็นต้น ถ้าคราสัญลักษณ์นี้ ไม่สามารถปรากฏลงบน
บรรจุภัณฑ์ได้ ต้องการให้อยู่บน ฉลาก หรือ แผ่นป้าย หรือ แผ่นพับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2 บรรจุกัณฑ์ใกล้เคียง

จากการศึกษาเบื้องต้น พบว่า บรรจุกัณฑ์สำหรับการบรรจุผลิตภัณฑ์ประเภทผ้ามีหลายประเภทซึ่งจะแบ่งเป็นหัวข้อได้ดังนี้

1. กล่อง

2. ถุง

1. กล่อง

กล่องเป็นบรรจุกัณฑ์ที่มีความนิยมอย่างมาก สามารถทำรูปแบบกราฟิกได้อย่างหลากหลาย ซึ่งการศึกษาครั้งนี้สามารถแบ่ง กล่องได้ตามวัสดุ ดังนี้

1.1 กล่องกระดาษ

กล่องกระดาษเป็นบรรจุกัณฑ์ที่มีความนิยมมาก ส่วนมากจะบรรจุสินค้าประเภทผ้าที่ยังไม่แปรรูป ที่มีราคาสูงพอสมควร เนื่องจากต้นทุนการผลิต



ภาพที่ 2.24 บรรจุกัณฑ์แบบกล่องกระดาษ (ไทยตำบล. 2550) [Online]

1.2 กล่องประเภทผ้า

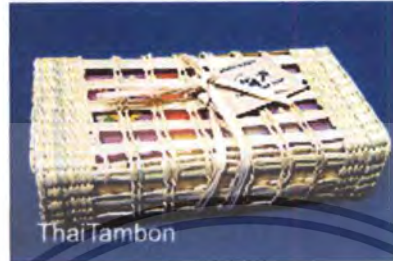
กล่องผ้า เป็นบรรจุกัณฑ์ที่สามารถบรรจุสินค้าได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังสามารถใช้เป็นของขวัญ โดยไม่ต้องห่อ เนื่องจากลักษณะภายนอกมีความสวยงามและสามารถนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้อีก



ภาพที่ 2.25 บรรจุกัณฑ์แบบกล่องประเภทผ้า (ไทยตำบล. 2550) [Online]

1.3 ก่อประเภทวัสดุธรรมชาติ

ก่ประเภทวัสดุธรรมชาติ เป็นบรรจุภัณฑ์ที่วัสดุจากธรรมชาติมาเป็นวัสดุในการผลิต เช่น เส้นกก, หวาย, ไม้ไผ่, เศษไม้, กะลามะพร้าว, ผักตบชวา, เชือกกล้วย, กระดาษสา, โยกล้วย, ย่านลิเภา, โยสับปะรด, ใบตาล, ใบลาน, กิ่งไม้, กระจูด เป็นต้น



ภาพที่ 2.26 บรรจุภัณฑ์แบบ ก่อประเภทวัสดุธรรมชาติ (ไทยคำบล. 2550) [Online]

1.4 ก่อประเภทวัสดุอื่น ๆ

ก่ประเภทวัสดุอื่น ๆ ในการประกอบ เช่น ก่อจากเปเปอร์มาเช่



ภาพที่ 2.27 บรรจุภัณฑ์ก่จากเปเปอร์มาเช่ (ไทยคำบล. 2550) [Online]

2. ถุง

ถุงเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีความนิยมอย่างมาก เนื่องจากง่ายต่อการผลิตและการจัดซื้อ ซึ่งการศึกษาครั้งนี้สามารถแบ่ง ก่อได้ตามวัสดุ ดังนี้

2.1 ถุงผ้าโปร่ง

ถุงผ้าโปร่ง เป็นลักษณะถุงผ้า ที่สามารถมองเห็นได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 2.28 บรรจุภัณฑ์แบบถุงผ้าโปรง (ไทยคำบลด. 2550) [Online]

2.2 ถุงผ้า

ถุงผ้า เป็นบรรจุภัณฑ์อีกประเภทหนึ่งที่สามารถบรรจุสินค้าได้หลายรูปแบบและสามารถใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้อีก



ภาพที่ 2.29 บรรจุภัณฑ์แบบถุงผ้า (ไทยคำบลด. 2550) [Online]

2.3 ถุงกระดาษ

ถุงผ้า เป็นบรรจุภัณฑ์อีกประเภทหนึ่งที่มีลวดลายกราฟิกที่สวยงาม ที่สามารถบรรจุสินค้าได้หลายรูปแบบและสามารถใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้อีก



ภาพที่ 2.30 บรรจุภัณฑ์แบบถุงกระดาษ (ไทยคำบลด. 2550) [Online]

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.4 ถุงพลาสติก

ถุงพลาสติก เป็นบรรจุภัณฑ์อีกประเภทหนึ่ง สามารถจัดซื้อได้ง่าย มองเห็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจนและง่ายต่อการจัดวางบนชั้นวางที่จำกัดพื้นที่



ภาพที่ 2.31 บรรจุภัณฑ์แบบถุงพลาสติก (ไทยตำบล. 2550) [Online]

2.3 ศึกษาวัสดุท้องถิ่น

ในหัวข้อ ศึกษาวัสดุท้องถิ่น จะทำการศึกษาเกี่ยวกับวัสดุท้องถิ่นที่สามารถนำมาใช้แปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์ได้ ซึ่งเป็นการนำเอาเอกลักษณ์ของท้องถิ่นและการใช้วัสดุที่มีอยู่ในท้องถิ่นนำมาแปรรูปให้ได้ บรรจุภัณฑ์ที่มีความแปลกใหม่, มีเอกลักษณ์เป็นของชุมชน, ลดต้นทุนการผลิต และช่วยลดปัญหาสภาพแวดล้อม โดยสามารถแบ่งวัสดุที่จะทำการศึกษาดังนี้

- 2.3.1 ผ้า
- 2.3.2 เส้นกก และเส้น
- 2.3.3 ไม้ไผ่
- 2.3.4 เชือกธรรมชาติจากพืช
- 2.3.5 ผักตบชวา

2.3.1 ผ้า

ผ้าเป็นวัสดุในท้องถิ่น ที่ที่บ้านหนองเขื่อนช้าง เนื่องจากมีการผลิตอยู่แล้ว โดยสืบทอดมาจากปู่ย่าตายายตั้งแต่ก่อนก่อตั้งหมู่บ้านเพื่อใช้สอย ต่อมาได้พัฒนาเทคโนโลยีการผลิตและผลิตภัณฑ์ให้ทันตามความต้องการของตลาดแต่ยังคงอนุรักษ์พื้นฐานภูมิปัญญาเดิมไว้ ทั้งที่เป็นผ้าฝ้ายและผ้าไหม ในการนำมาเป็นบรรจุภัณฑ์สามารถแปรรูปได้หลากหลาย เช่น ถุงผ้า กล่องผ้า เป็นต้น พื้นที่ที่ทำการผลิตในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ต.ท่าสองคอน อ.เมือง, กลุ่มทอผ้ามัดหมี่ บ้านหนองอู - ศรีวิไล ต.หนองปลิง อ.เมือง, กลุ่มสตรีสหกรณ์บ้านหนองหิน ต.โคกก่อ อ.เมือง, กลุ่มทอผ้าบ้านหนองซอน ต.วังแสง อ.แกดำ, กลุ่มสตรีทอผ้าไหมพื้นเมืองบ้านเหล่าหมากคำ ต.นาภู อ.ยางสีสุราช, กลุ่มแม่บ้านทอผ้าไหมบ้านตากกล้า บ้านตากกล้า ต.ราษฎร์พัฒนา

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อ.พยัคฆภูมิพิสัย, กลุ่มอาชีพตัดเย็บเสื้อผ้าบ้านหมากหม้อ ต.หนองเม็ก อ.นาเชือก, และ กลุ่มแม่บ้านเพิ่มพูนทรัพย์ บ้านทุครังพัฒนา ต.นาเชือก อ.นาเชือก จังหวัดมหาสารคาม

2.3.2 เส้นกก และเสื่อ

กกและเสื่อ เป็นวัสดุจากธรรมชาติที่สามารถหาได้ทั่วไปตามพื้นที่ ในช่วงเวลาที่ว่างเว้นจากการทำเกษตรกรรม แต่เดิมชาวบ้าน นำกกสามเหลี่ยมมาจักเป็นเส้นแล้วทอเป็นเสื่อใช้ภายในครอบครัว ต่อมามีการทำขึ้นเพื่อจำหน่ายออกไปยังท้องที่ต่างๆ เพื่อทำรายได้เป็นอาชีพเสริม เสื่อกกมีใช้ผลิตใช้กก 3 ชนิด ได้แก่ กกกระจุก กกสามเหลี่ยม และกกลังกา เดิมชาวบ้านทอเสื่อกกขาว ไม่มีการย้อมสี ใช้ปอหรือป่านเป็นเส้นเอ็นต่อมาเปลี่ยนเป็นใช้เชือก ไนลอนแทน เสื่อกกบ้านสร้างมีหลายขนาด เล็ก กลาง ใหญ่ หรืออาจมีการสังขนาดยาวเป็นพิเศษสำหรับปูอาสนสงฆ์ ส่วนใหญ่จะผลิตเป็นผืนนำไปใช้ปูนอน ปัจจุบันทำเป็นเสื่อพับ เพื่อสะดวกในการนำติดตัวไปในที่ต่างๆ และมีการผลิตเป็นของที่ระลึกแบบต่างๆ จำหน่ายเป็นการเพิ่มรายได้อีกด้วย พื้นที่ที่ทำการผลิตในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม ได้แก่ กลุ่มหัตถกรรมบ้าน ตำบลแพ่ง อำเภอโกสุมพิสัย, กลุ่มทอเสื่อบ้านท่าสองคอน ต.ท่าสองคอน อ.เมือง, กลุ่มจักสานกระจุกข้าวเหนียว บ้านหนองโน ต.หนองโน อ.เมือง (กระจุกข้าวเหนียวสานด้วยต้นกก), กลุ่มสตรีทอเสื่อ บ้านลาด ต.ลาดพัฒนา อ.เมือง จังหวัดมหาสารคาม

2.3.3 ไม้ไผ่

ไม้ไผ่ เป็นต้นไม้สารพัดประโยชน์ของชนชาวเอเชีย คนในเอเชียแรก ๆ จะมีลักษณะคล้ายกันอยู่หนึ่งคือ นำเอาไม้ไผ่มาสร้างบ้าน จากนั้นก็เป็นการจัดทำสิ่งของเครื่องใช้ในการดำรงชีวิต ไม้ไผ่ถูกนำมาสร้างเป็นสิ่งของเพื่อใช้สอย หลายอย่าง เช่น หมวกกันแดดและฝน ภาชนะสำหรับใส่พืชผัก กระเป๋าทอหรือหีบสำหรับใส่เสื้อผ้า ช่างฝีมือที่สามารถผลิตผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่มีอยู่ทั่วไป

2.3.4 เชือกธรรมชาติจากพืช

เชือกธรรมชาติจากพืช เป็นการนำเอาพืชที่ให้เส้นใยมาแปรรูปเป็นเชือก เช่น ป่าน สรนารายณ์, ปอแก้ว, กกล้วย และมะพร้าว เมื่อนำมาแปรรูปเป็นเชือกแล้วสามารถนำมาจักสานเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ได้ เช่น หมวก กระเป๋า เครื่องใช้อื่น ๆ ในพื้นที่จังหวัดมหาสารคามการผลิตผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ สามารถผลิตได้ทั่วไป เนื่องจากสามารถผลิตพืชเส้นใยได้ เช่น ปอแก้ว กกล้วย และมะพร้าว

2.3.5 ผักตบชวา

ในอดีตที่ผ่านมา "ผักตบชวา" เป็นวัชพืชน้ำที่เจริญเติบโตและขยายพันธุ์ได้อย่างรวดเร็วสร้างความเสียหายต่อแม่น้ำ ลำคลองอย่างประมาณค่าไม่ได้ การกำจัดเป็นไปด้วยความยากลำบาก และเสียงบประมาณปีละหลายล้านบาท นำมาเป็นวัสดุ กลุ่มดิน ปุ๋ยอินทรีย์ และบำบัดน้ำเสีย ดังนั้นจึงมีการนำผักตบชวามาแปรรูป ไม่ว่าจะเป็นทางการเกษตร โดยทำเป็นปุ๋ย การนำไปเป็นตัวกรองน้ำเสีย หรือ การนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ พื้นที่ที่ทำการผลิตในพื้นที่จังหวัดมหาสารคาม

ได้แก่ กลุ่มเครื่องเรือนหาวายและผักคตบชา บ้านวังไผ่ ต.ลาดพัฒนา อ.เมือง (ไทยคำบล. 2550) [Online]

ในหัวข้อ ศึกษาวัสดุท้องถิ่น ได้ศึกษาเกี่ยวกับวัสดุท้องถิ่น ได้แก่ ผ้า, เส้นกก และเสื่อ, ไม้ไผ่, เชือกธรรมชาติจากพืช และ ผักคตบชา พบว่าวัสดุท้องถิ่นสามารถนำมาขึ้นรูปเป็นบรรจุภัณฑ์ได้ ในการนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผ้า, เส้นกก, เสื่อ และไม้ไผ่ สามารถนำมาใช้ในการผลิตได้ เนื่องจากวัตถุดิบหาได้ง่ายในพื้นที่, มีช่างฝีมือและผลิตได้ในชุมชนใกล้เคียง และสามารถส่งผลิตได้ ไม่จำกัดจำนวนและออกแบบได้ตามความต้องการ

2.4 การบรรจุภัณฑ์

ในหัวข้อ การบรรจุภัณฑ์ ได้ศึกษาเกี่ยวกับข้อมูลต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์ซึ่งเกี่ยวข้องกับงานวิจัยครั้งนี้ ดังนี้

2.4.1 นิยาม

2.4.2 บทบาทหน้าที่

2.4.3 การสร้างภาพลักษณ์ท้องถิ่นบนบรรจุภัณฑ์

2.4.4 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.4.1 นิยาม

ในปัจจุบันเทคโนโลยีการบรรจุหีบห่อได้เจริญรุดหน้าเป็นอันมาก และมีการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่งในประเทศสหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น และประเทศในทวีปยุโรป แม้ว่า การบรรจุหีบห่อของประเทศเราจะ ยังไม่ทัดเทียมกับประเทศเหล่านี้ แต่ก็เป็นที่น่ายินดีว่าการพัฒนาในด้านนี้กำลังได้รับความสนใจจากหลายๆ ฝ่าย ดังจะเห็นได้จากการตื่นตัวของ ภาคเอกชน เราจึงมีสินค้าบรรจุอยู่ในภาชนะรูปร่างแปลกๆ และใช้วัสดุใหม่ๆ จำหน่ายอยู่ตามท้องตลาดมากมาย

การบรรจุหีบห่อ กล่าวกันอย่างง่าย ๆ คือ การนำสิ่งของหรือสินค้าบรรจุลงในภาชนะ ซึ่งอาจจะเป็นถุง กล่อง หรืออะไรก็ตาม แต่ด้านองค์กันให้ลึกซึ้งมากไปกว่านั้น การบรรจุหีบห่อกลับไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะเราจะต้องรวมเอาทั้งความเป็นศิลปะผสมผสานกับหลักการทางวิทยาศาสตร์หรือเรียกว่าเทคโนโลยีเข้าไว้ด้วยกัน

การบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการทางการตลาด โดยเฉพาะปัจจุบันที่การผลิตสินค้า หรือบริการ ได้เน้นหรือให้ความสำคัญกับผู้บริโภค (Consumer Oriented) และจะเห็นว่าการบรรจุภัณฑ์มีบทบาทมากขึ้นเพราะลำพังตัวสินค้าเองไม่มีนวัตกรรม (Innovation) หรือการพัฒนา

อะไรใหม่อีกแล้ว ฉึกแนวไม่ออกเพราะได้มีการวิจัยพัฒนามานานจนถึงขั้นสุดขอดแล้ว จึงต้องมาเน้นกันที่บรรจุภัณฑ์กับการบรรจุหีบห่อ (Packaging) บรรจุภัณฑ์กับหีบห่อ (Package) ถือว่าเป็นคำคำเดียวกัน ทั้งนี้สุดแล้วแต่ผู้ใดประสงค์หรือชอบที่จะใช้คำใด ความหมายของการบรรจุภัณฑ์หรือการบรรจุหีบห่อ (Packaging)

คำรังสรรค์ ชัยสนธิ (2537 :3) ได้สรุปนิยามของคำว่าบรรจุภัณฑ์ไว้ดังนี้ “บรรจุภัณฑ์” หมายถึง ส่งห่อหุ้มหรือบรรจุภัณฑ์รวมทั้งภาชนะที่ให้เพื่อการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปยังแหล่งผู้บริโภค หรือแหล่งใช้ประโยชน์ หรือวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันหรือรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงกันกับเมื่อแรกผลิตให้มากที่สุดช่วยอำนวยความสะดวกต่างๆ ทั้งการขนส่งและช่วยกระตุ้นการซื้อตลอดจนแจ้งรายละเอียดของผลิตภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์แต่ดั้งเดิมการซื้อขายในตลาดสินค้าทั่วไปเป็นการซื้อขายโดยใช้ประโยชน์จากตัวสินค้าเต็มที่สินค้าทุกประเภทย่อมจะมีคุณสมบัติแลประโยชน์ใช้เฉพาะตัวของมันเอง ดังนั้น ผู้บริโภคย่อมต้องการประโยชน์เหล่านี้โดยตรง ประกอบกับการแข่งขันทางการตลาดของสินค้านี้มีค่อนข้างน้อย ผู้บริโภคจึงมีความรู้สึกดีต่อสินค้านั้นๆ และจะเลือกซื้อแต่สินค้านั้นๆ เสมอมาหรือทางการตลาดเราเรียกว่าสินค้านั้นได้รับความนิยมไว้วางใจสูง (Brand Royalty) ปัจจุบันนี้สินค้า ถูกผลิตมากขึ้น แข่งขันกันด้วยคุณภาพ ประสิทธิภาพ ประโยชน์ใช้สอย ราคาขาย การบริการหลังการขาย การลดแลกแจกแถม ฯลฯ โดยเฉพาะอย่างยิ่งมีการโฆษณาประชาสัมพันธ์กันอยู่ตลอดเวลา ตัวสินค้านั้นแม้จะมีต้นทุนต่ำ โดยเฉพาะสินค้าอุปโภคทั่วไป (Customer Product) ก็ยังทุ่มค่าใช้จ่ายในการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากขึ้น จุดนี้เองคือที่มาของการเพิ่มคุณค่าของสินค้าโดยใช้ บรรจุภัณฑ์ package is at people buy, the product is what people use. หมายถึงว่า ภาชนะบรรจุ คือตัวที่ผู้บริโภคซื้อ แต่ผลิตภัณฑ์คือตัวที่ผู้บริโภคจะใช้จริง ๆ การซื้อซ้ำหรือ ไม่นับขึ้นอยู่กับคุณภาพของสินค้าภาชนะบรรจุนั้นช่วยแก้ไขให้การซื้อครั้งแรกนั้นสัมฤทธิ์ผล แต่การซื้อครั้งแรกก็ถือว่ามีความสำคัญ มากเพราะว่าถ้า ไม่มีครั้งแรก จะไม่มีครั้งที่ 2 ที่ 3 และครั้งต่อไป นอกเหนือจากประโยชน์ใช้สอยแล้ว สิ่งสำคัญคือ ต้องสะอาด และสร้าง brand image หรือภาพลักษณ์ทางการตลาดให้ได้ โดยจะต้องสร้างให้ถูกรสนิยมของกลุ่มเป้าหมายด้วย ปัจจุบันส่วนแบ่งทางการตลาดมีมากขึ้น ผู้ผลิตสินค้าจึงต้องหาช่องทางเข้าแทรกแซงกลุ่มเป้าหมายโดยการแจกแจงแยกแยะประเภทของกลุ่มเป้าหมายให้ย่อยละเอียดออกไปได้มากเท่าไร ก็ยิ่งเป็นการดีมากขึ้นเท่านั้น

จุดประสงค์สำคัญในการออกแบบภาชนะบรรจุอาจแบ่งได้เป็น 2 ประการสำคัญ คือ เพื่อประโยชน์ในการใช้งานทางกายภาพประการหนึ่ง และเพื่อประโยชน์ในเชิงจิตวิทยาอีกประการ หนึ่ง ประการแรกก็คือกล่าวถึง หมายถึงการออกแบบเพื่ออำนวยความสะดวกให้ภาชนะบรรจุมีรูปลักษณะที่จะ คุ้มครองผลิตภัณฑ์สามารถผลิต ขนส่ง เก็บรักษา นำวางจำหน่าย ตลอดจนอุปโภคบริโภคผลิตภัณฑ์นั้นได้โดยสะดวก ส่วนประการหลังนั้นออกแบบเพื่ออำนวยความสะดวกให้ภาชนะบรรจุและตลาดมี คุณลักษณะที่

สามารถส่งเสริมการจำหน่ายได้แก่การสร้างบุคลิกพิเศษให้แก่ผลิตภัณฑ์ ดึงดูดความสนใจ และแสดงให้ผู้บริโภคได้เห็นถึงคุณประโยชน์ของผลิตภัณฑ์เป็นต้น

บรรจุภัณฑ์ หมายถึง สิ่งห่อหุ้มหรือบรรจุผลิตภัณฑ์ รวมทั้งภาชนะที่ใช้ในการขนส่งผลิตภัณฑ์จากแหล่งผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภค หรือแหล่งใช้ประโยชน์เพื่อวัตถุประสงค์เบื้องต้นในการป้องกันและรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงสภาพตลอดจนคุณภาพใกล้เคียงเมื่อแรกผลิตให้มากที่สุดนอกจากนี้ยังกล่าวได้ว่าหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์เป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างหนึ่งในกระบวนการผลิตและหีบห่ออาจสร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์อื่นๆได้อีกหลายอย่าง เช่น วัตถุประสงค์ทางการตลาด วัตถุประสงค์ทางการเก็บรักษาเป็นต้น

โดยสรุปแล้วบรรจุภัณฑ์ หมายถึง หน่วรูปแบบวัตถุภายนอกที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่งเอื้ออำนวยให้เกิดผลประโยชน์ทางการค้าและการบริโภค

2.4.2 บทบาทหน้าที่

บรรจุภัณฑ์ล้วนมีบทบาทของตนเอง ตามแต่ประเภทของสินค้า และประเภทของบรรจุภัณฑ์ ในสภาพการณ์ปัจจุบัน บรรจุภัณฑ์เริ่มเข้ามามีบทบาทในการตลาดมากขึ้น จึงได้รับความสนใจและมีบทบาทอย่างมากในด้านการส่งเสริมการจำหน่าย ดังนี้ (ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ, 2541 : 8-9)

1. การบรรจุและการคุ้มครองป้องกัน (Contain and Protect)

บรรจุภัณฑ์ที่จะประสบความสำเร็จได้นั้น ต้องเอื้ออำนวยต่อการบรรจุและการคุ้มครอง ซึ่งภาชนะบรรจุจะต้องได้รับการออกแบบให้สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์จากความเสียหายเนื่องจากการขนส่ง ป้องกันการเน่าเสีย เก็บรักษาง่าย ไม่เสื่อมสลายไว เพราะผู้บริโภคไม่ต้องการที่จะได้รับอันตรายจากอาหารเป็นพิษ หรือบาดเจ็บอันเนื่องมาจากบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เรียบร้อยสมบูรณ์

2. การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ (Identification)

ตัวบรรจุภัณฑ์ต้องแสดงให้เห็นตัวผลิตภัณฑ์ตัวผลิตภัณฑ์ต่อผู้บริโภคในทันที โดยการใช้สื่อการค้าเครื่องหมายการค้า ชื่อผู้ผลิตและประเภทของสินค้า เข้ามาเป็นเครื่องมือบ่งชี้ เพราะผู้บริโภคต้องการบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปทรงเด่นชัด มองหาได้ง่าย ตัวอักษรจึงควรมีขนาดพอเหมาะ อ่านง่าย สีที่ใช้ก็ควรให้เด่นหรือแตกต่างกัน ซึ่งนอกจากจะง่ายต่อการจดจำแล้ว ยังช่วยให้เกิดการผิดพลาดในการหยิบฉวยผลิตภัณฑ์ไม่ต้องการ ทั้งของร้านค้าปลีกและผู้บริโภคได้ดี

3. การอำนวยความสะดวก (Convenience)

ในแง่ของการผลิตและการตลาดนั้นบรรจุภัณฑ์ต้องเอื้ออำนวยต่อความสะดวกใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การขนส่งและการเก็บรักษาในคลังสินค้า ซึ่งต้องมีความมั่นคงแข็งแรงในการวางซ้อน (stacking) ทับกัน ได้หลายชั้นเพื่อประหยัดพื้นที่ในระดับการขายปลีกก็เช่นกัน บรรจุภัณฑ์ต้องมีขนาดรูปร่างที่ลงตัว ง่าย และสะดวกต่อการวางซ้อนกันในชั้นวางของ หรือจัดแสดงโชว์ ดังนั้นเราจึงไม่ค่อยพบเห็นบรรจุภัณฑ์ ที่มีรูปสามเหลี่ยมหรือแบบแปลกๆ ในร้านขายของชำมากนักในส่วนที่เกี่ยวข้องกับ ผู้บริโภคนั้นเป็นการอำนวยความสะดวกในแง่ของการใช้สอยตามหน้าที่ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด ซึ่งมีความแตกต่างกันไปตามประเภทการใช้งานและการเก็บรักษาเมื่อสินค้าถึงมือผู้บริโภคผู้ออกแบบจึงต้องออกแบบให้มีความเหมาะสมกับพฤติกรรมและสรีระร่างกายของมนุษย์ เช่น มีขนาดเหมาะสมมือ สะดวกต่อการจับ ถือ หิ้ว มีความปลอดภัยและเหมาะสมต่อสภาวะการใช้งานเป็นต้น

4. การดึงดูดความ ใจของผู้บริโภค (Consumer Appeal)

การที่บรรจุภัณฑ์ หมารดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้นั้น เป็นผลมาจาก องค์ประกอบหลายๆ อย่าง อาทิ ขนาด รูปร่าง รูปทรง สี วัสดุ ข้อความตัวอักษรบอกวิธีการใช้ ฯลฯ หรืออาจจะกล่าวได้ว่าสิ่งที่ ปรากฏเป็นรูปบรรจุภัณฑ์ทั้งหมดก็คือสิ่งที่จะนำมาซึ่งความสนใจของผู้บริโภค นั่นเอง ผู้ออกแบบจะต้องสร้างสิ่งที่ประกอบเป็นรูปลักษณ์บรรจุภัณฑ์ให้เกิดประสิทธิภาพทางการสื่อ และเกิดผลกระทบทางจิตวิทยาแก่ผู้บริโภค เช่น

1. ออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีหลายขนาด เพราะผู้บริโภคมีความต้องการขนาด ปริมาณตลอดจนงบประมาณการซื้อที่แตกต่างกัน
2. การใช้สีบรรจุภัณฑ์ให้ความรู้สึกสัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ ที่อยู่ภายใน เช่น สี แดง ชมพู เขียว ฟ้า กับบรรจุภัณฑ์ประเภทเครื่องดื่ม หรืออาหาร เพื่อช่วยเสริมสร้างบรรยากาศให้ รู้สึกสดใสน่ากิน น่าใช้ เป็นต้น
3. การใช้รูปร่างรูปทรงบรรจุภัณฑ์ให้ตรงมโนทัศน์เฉพาะกรณีเทศกาล โอกาส เทศและวัยให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกร่วมสมัย (Contemporary Period)

สิ่งหนึ่งที่ดึงดูดความ ใจผู้บริโภคด้วยเช่นกัน เช่น เทศกาลวันแห่งความรัก วันปีใหม่ วัน ครุชจีน ซึ่งบรรจุภัณฑ์จะเป็นตัวแสดงให้ผู้บริโภคทราบว่าควรจะไปใช้ในโอกาสหรือกรณีใดจึงจะ เหมาะสมบางกรณีบรรจุภัณฑ์อาจจะดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคด้วยการเอื้ออำนวยความสะดวกสบายในการนำไปใช้และให้ความรู้สึกคุ้มค้ำกับเงินตราที่ได้จ่ายออกไป เช่น การรวม ผลิตภัณฑ์ขายเป็นชุด หรือบรรจุรวม (unit package) เป็น 2 , 4 , 6, 8 ... หรืออาจมากกว่า ทำให้ผู้บริโภค รู้สึกสะดวกในการขนถ่าย ประทับใจในวัสดุและการออกแบบ โดยเฉพาะเกิดความรู้สึกว่ามีราคา ถูกลง เมื่อเทียบราคาต่อหน่วยบรรจุ บางครั้งอาจจะสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถเปลี่ยนหน้าที่เป็นภาชนะบรรจุ อย่างอื่นได้อีก สร้างความรู้สึกต่อผู้บริโภคว่า ได้ของแถมที่มีประโยชน์ขึ้นมาอีก กลยุทธ์และวิธีการ

กล่าวมานี้ นับว่าเป็นสิ่งที่บรรรจักษ์ได้ทำหน้าที่ดึงดูดความใจให้เกิด พฤติกรรมการซื้อ การขาย การนำไปใช้อื่นจะนำมาซึ่งวัฏจักรหมุนเวียนเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจอีกต่อไป

5. การเศรษฐกิจ (Economic)

บรรรจักษ์ที่มีบทบาทและหน้าที่สำคัญอีกประการหนึ่งก็คือ เป็นองค์ประกอบร่วมในการกำหนดราคาขายผลิตภัณฑ์เพราะถือว่าเป็นต้นทุนในการผลิตอีกอันหนึ่งที่ทำให้เกิดผลกำไรแก่ผู้ผลิต เกิดการว่างงาน การใช้แรงงาน ตลอดจนการใช้ทรัพยากรต่างๆ ในการนำมาสร้างบรรรจักษ์ได้แก่

5.1 ช่วยเพิ่มผลกำไร หีบห่อจะทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ไม่ได้ ถ้าหากหีบห่อไม่สามารถช่วยเพิ่มผลกำไรให้กับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ หีบห่อสามารถช่วยส่งเสริมยุทธวิธีการตลาด โดยการเปิดตลาดใหม่หรือการเพิ่มยอดขายให้กับสินค้าแต่ละชนิด เนื่องจากในตลาดมีสินค้าและคู่แข่งเพิ่มขึ้นตลอดเวลา หากบรรรจักษ์ของสินค้าใดได้รับการออกแบบเป็นอย่างดี จะสามารถดึงดูดความดึงดูดใจผู้บริโภคและก่อให้เกิดการซื้อในที่สุด รวมทั้งการลดต้นทุนการผลิต

5.2 สร้างมูลค่าเพิ่ม (Value Added) ให้แก่ผลิตภัณฑ์ สร้างความเชื่อถือและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

5.3 การส่งเสริมการขาย (Promotion) เพื่อยึดพื้นที่แสดงจุดเด่น โฆษณาตัวเองได้อย่างสะดุดตา สามารถระบุแจ้งเงื่อนไข แข่งขันข้อมูลเกี่ยวกับการเสนอผลประโยชน์เพิ่มเติมเพื่อจูงใจผู้บริโภค เมื่อต้องการจัดรายการเพื่อเสริมพลังการแข่งขัน ก็สามารถเปลี่ยนแปลงและจัดทำได้สะดวก ควบคุมได้และประหยัด

5.4 การแสดงตัว (Presentation) คือ การสื่อความหมาย บุคลิก ภาพพจน์ การออกแบบและสีสรรแห่งคุณภาพ ความคุ้มค่าต่อผู้บริโภค / ผู้ใช้ / ผู้ซื้อ ให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ชัดเจน สร้างความมั่นใจ เห็นแล้วอดซื้อไม่ได้

5.5 การจัดจำหน่ายและการกระจาย (Distribution) เหมาะสมต่อพฤติกรรม การซื้อขายเอื้ออำนวยการแยกขาย ส่งต่อ การตั้งโชว์ การกระจาย การส่งเสริมจูงใจในตัว ทนต่อการขนย้าย ขนส่ง และการคลังสินค้า ด้วยต้นทุนสมเหตุสมผล ไม่เกิดรอยขีดข่วน / ชำรุด ตั้งแต่จุดผลิตและบรรรจจนถึงมือผู้ซื้อ / ผู้ใช้ / ผู้บริโภค ทนทานต่อการเก็บไว้นานได้ (mew design. 2550) [Online]

ปัจจัยต่างๆเหล่านี้มีอิทธิพลเพียงแต่มีผลต่อการกำหนดราคาสินค้าเท่านั้น แต่ยังทำให้ระบบเศรษฐกิจเกิดการหมุนเวียนไปอย่างครบวงจร ดังนั้น บรรรจักษ์จึงเป็นส่วนหนึ่งที่สามารถสะท้อนให้เห็นถึงสภาพเศรษฐกิจของประเทศ ความก้าวหน้าทางวิชาการ เทคโนโลยี วิธีการดำเนินชีวิต ตลอดจนศิลปวัฒนธรรมของมนุษย์ในแต่ละยุคสมัยได้คืออีกด้วย

หน้าที่ด้านการใช้งาน

1. การทำหน้าที่บรรจุใส่-ห่อสินค้า
2. การทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองสินค้าไม่ให้เสียหาย
3. การทำหน้าที่รักษาคุณภาพอาหาร เช่น การป้องกันความชื้น ฝุ่นละออง
4. การทำหน้าที่ขนส่ง จากแหล่งผลิต ไปยังแหล่งขาย การรวมหน่วยสินค้าเพื่อสะดวกในการเคลื่อนย้าย
5. การวางจำหน่ายที่เหมาะสมกับชั้นวางสินค้า

หน้าที่ด้านการตลาด

1. ทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย เพราะบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสวยงามสามารถเป็นสื่อโฆษณาตัวเองได้ หรือการออกแบบบรรจุภัณฑ์เฉพาะกาล เป็นต้น
2. ทำหน้าที่เป็นฉลากแสดงข้อมูลของสินค้า เช่น ส่วนประกอบ วันผลิต ฯลฯ

2.4.3 การสร้างภาพลักษณ์ท้องถิ่นบนบรรจุภัณฑ์

เอกลักษณ์ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์คือ สิ่งสำคัญที่ช่วยในการจดจำ และช่วยบ่งชี้ถึงแหล่งที่มาของสินค้า โดยการอาศัยแนวทางการสร้างภาพลักษณ์ท้องถิ่นบนบรรจุภัณฑ์ ยกตัวอย่าง พัฒนาการของศิลปะบรรจุภัณฑ์ของญี่ปุ่นเป็นกรณีศึกษาที่ดียิ่งสำหรับชาวไทย ศิลปะการห่อมัดของชาวญี่ปุ่นที่เรียกว่า ทสึซุมิ (Tsumumi) เป็นวัฒนธรรมพื้นฐานของจิตวิญญาณ ความเชื่อถือ ค่านิยมและวิธีการดำเนินชีวิตที่ผูกมัดจิตใจของชาวญี่ปุ่นตั้งแต่เกิดจนตาย ที่น่าสนใจคือศิลปะแขนงนี้มีวิวัฒนาการประยุกต์และปรับเปลี่ยนรูปแบบและวิธีการของการบรรจุภัณฑ์เพื่อสืบสานสายใยของวัฒนธรรมดั้งเดิมผสมผสานกับศิลปะบรรจุภัณฑ์ยุคใหม่ ได้อย่างสอดคล้องกลมกลืน รวมทั้งยังคงสามารถปรับเปลี่ยน ฐานความเชื่อทางจิตวิญญาณ ค่านิยม และปฏิสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ธรรมชาติสิ่งแวดล้อม และศาสนาไว้ได้อย่างสมบูรณ์ นับตั้งแต่อดีตกาลถึงปัจจุบัน และจากผลการวิจัยเรื่อง“ศิลปะบรรจุภัณฑ์ในเมืองโตเกียวและเมืองเชียงใหม่ : ศึกษาเปรียบเทียบในมุมมองทางสังคมและวัฒนธรรม” ของ พงษ์ธาดา วุฒิการณ์ และชลฤดี วุฒิการณ์ (2541 : 42) สะท้อนถึงความสำคัญของเมืองเกียวโตใน ฐานะของการเป็นศูนย์กลาง เมื่อญี่ปุ่นเปลี่ยนสถานภาพของประเทศ จากประเทศที่มีพื้นฐานสังคมเกษตรกรรม กลายเป็นประเทศอุตสาหกรรมก้าวหน้า ศิลปะบรรจุภัณฑ์แบบจารีตเดิมถูกนำมาประยุกต์ปรับ บทบาทให้กลายเป็นสิ่งสำคัญในโลกของธุรกิจการค้าขาย ก่อให้เกิดความต่อเนื่องในการสืบสาน รากฐานของวัฒนธรรมดั้งเดิมจากพื้นฐานวัฒนธรรมตะวันออกผสมผสานเข้ากับวัฒนธรรมสังคมบริโศกแบบตะวันตก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศิลปะการห่อมัดเป็นวัฒนธรรมดั้งเดิมของมนุษย์ในแต่ละชุมชนเป็นเอกลักษณ์อันโดดเด่นที่
 ชนชาติต่างๆควรอนุรักษ์ สืบสานสายใยของศิลปะแขนงนี้ไม่ให้สูญสลาย พัฒนาการและ
 การปรับเปลี่ยนศิลปะบรรจุภัณฑ์ของญี่ปุ่นเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจยิ่งสำหรับชาวไทย

2.4.4 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ อาจแบ่งประเภทลักษณะการออกแบบได้ 2 ประเภทคือ

1. การออกแบบลักษณะโครงสร้าง หมายถึง การกำหนดรูปลักษณะ โครงสร้างวัสดุที่ใช้
 ตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ ตลอดจนงานขนส่งเก็บรักษาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์นับตั้งแต่
 จุดผลิตจนถึงมือผู้บริโภค

2. การออกแบบกราฟิก หมายถึง การสร้างสรรค์ลักษณะส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้าง
 บรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความเข้าใจ (To Communicate) ในอันที่จะให้ผลทางด้าน
 จิตวิทยา (Psychological Effects) ต่อผู้บริโภค และอาศัยหลักศิลปะการจัดภาพให้เกิด ความประสาน
 กลมกลืนกันอย่างสวยงาม ตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

1. กระบวนการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ในกระบวนการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยต้องอาศัยความรู้และข้อมูลจากหลายด้าน
 การอาศัยความช่วยเหลือจากผู้ชำนาญการบรรจุ (Package specialists) หลาย ๆ ฝ่ายมาร่วมปรึกษาและ
 พิจารณาตัดสินใจ ซึ่งอิงทฤษฎีของ ปูน คงเจริญเกียรติและสมพร คงเจริญเกียรติ (2542:71-83) โดยที่
 ผู้วิจัยจะกระทำหน้าที่เป็นผู้สร้าง ภาพพจน์ (The Imagery Mark) จากข้อมูลต่าง ๆ ให้ปรากฏเป็น
 รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์จริง ลำดับขั้นตอนของการดำเนินงาน นับตั้งแต่ตอนเริ่มต้น จนกระทั่งสิ้นสุด
 จนได้ผลงานออกมาดังต่อไปนี้ เช่น

1.1 กำหนดนโยบายหรือวางแผน ยุทธศาสตร์ (Policy Permutation or Atrategic
 Planning) เช่น ตั้งวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการผลิต เงินทุนงบประมาณ การจัดการ และ
 การกำหนดสถานะ ของบรรจุภัณฑ์ ในส่วนนี้ทางบริษัทแคร์ชีวิตจะเป็นผู้กำหนด

1.2 การศึกษาและการวิจัยเบื้องต้น (Preliminary Research) ได้แก่ การศึกษาข้อมูล
 หลักการทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และวิศวกรรมทางการผลิต ตลอดจนการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ที่
 เกิดขึ้นและเกี่ยวข้องสอดคล้องกันกับการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

1.3 การศึกษาถึงความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ (Feasibility Study) เมื่อได้ศึกษา
 ข้อมูลต่าง ๆ แล้วก็เริ่มศึกษาความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ด้วยการสเก็ต (Sketch Design) ภาพแสดงถึง
 รูปร่างลักษณะ และส่วนประกอบของโครงสร้าง 2-3 มิติ หรืออาจใช้วิธีการอื่น ๆ ขึ้นรูปเป็นลักษณะ 3

มิตี ก็สามารถกระทำได้ ในขั้นตอนนี้จึงเป็นการเสนอแนวความคิดสร้างสรรค์ขั้นต้นหลาย ๆ แบบ (Preliminary Ideas) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในเทคนิควิธีการบรรจุ และการคำนวณเบื้องต้น ตลอดจนเงินทุนงบประมาณดำเนินการ และเพื่อการศึกษาแนวคิดเลือกแบบร่างไว้เพื่อพัฒนาให้สมบูรณ์ในขั้นตอนต่อไป

1.4 การพัฒนาและแก้ไขแบบ (Design Refinement)

ในขั้นตอนนี้ผู้ออกแบบจะต้องขยายรายละเอียดปลีกย่อยต่าง ๆ (Detailed Design) ของแบบร่างให้ทราบอย่างละเอียดโดยเตรียมเอกสารหรือข้อมูลประกอบ มีการกำหนดเทคนิคและวิธีการผลิต การบรรจุ วัสดุ การประมาณราคา ตลอดจนการทดสอบทดลองบรรจุ เพื่อหารูปร่าง รูปทรงหรือส่วนประกอบต่าง ๆ ที่เหมาะสมกับหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการด้วยการสร้างรูปจำลองง่าย ๆ (Mock Up) ขึ้นมา ดังนั้น ผู้ออกแบบจึงต้องจัดเตรียมสิ่งต่าง ๆ เหล่านี้อย่างละเอียดรอบคอบเพื่อการนำเสนอ (Presentation) ต่อลูกค้าและ ผู้ที่ทำงานเกี่ยวข้องให้เกิดความเข้าใจเพื่อพิจารณาให้ความคิดเห็นสนับสนุนยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขเพิ่มเติม ในรายละเอียดที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น การทำแบบจำลองโครงสร้างเพื่อศึกษาถึงวิธีการบรรจุ และหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ก่อนการสร้างแบบเหมือนจริง

1.5 การพัฒนาต้นแบบจริง (Prototype Development) เมื่อแบบโครงสร้างได้รับการ

การแก้ไขและพัฒนา ผ่านการยอมรับแล้ว ลำดับต่อมาต้องทำหน้าที่เขียนแบบ(Mechanical Drawing) เพื่อกำหนดขนาด รูปร่าง และ สัดส่วนจริงด้วยการเขียนภาพประกอบแสดงรายละเอียดของรูปแบบแปลน (Plan) รูปด้านต่าง ๆ (Elevations)ทัศนียภาพ (Perspective) หรือ ภาพแสดงการประกอบ (Assembly) ของส่วนประกอบต่าง ๆ มีการกำหนดมาตราส่วน (Scale) บอกรายละเอียดและประเภทวัสดุที่ใช้มีข้อความ คำสั่ง ที่สื่อสารความเข้าใจ กันได้ในขบวนการผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ของจริง แต่การที่จะได้มาซึ่งรายละเอียดเพื่อนำไปผลิตจริงดังกล่าวนี้ ผู้ออกแบบจะต้องสร้างต้นแบบจำลองที่สมบูรณ์ (Prototype) ขึ้นมาก่อนเพื่อวิเคราะห์ (Analysis) โครงสร้างและจำแนกแยกแยะส่วนประกอบต่าง ๆ ออกมาศึกษา ดังนั้น Prototype ที่จัดทำขึ้นมาในขั้นนี้จึงควรสร้างด้วยวัสดุที่สามารถให้ลักษณะและรายละเอียดใกล้เคียงกับบรรจุภัณฑ์ของจริงให้มากที่สุดเท่าที่จะกระทำได้เช่นอาจจะทำด้วยปูนพลาสเตอร์ ดินเหนียว กระดาษ ฯลฯ และในขั้นนี้ การทดลองออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ควรได้รับ การพิจารณาพร้อมกันอย่างใกล้ชิดกับลักษณะของโครงสร้างเพื่อสามารถนำผลงานในขั้นนี้มาคัดเลือกพิจารณาความมีประสิทธิภาพของรูปลักษณะบรรจุภัณฑ์ที่สมบูรณ์

1.6 การผลิตจริง (Production) สำหรับขั้นตอนนี้ส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายผลิตในโรงงานที่จะต้องดำเนินการตามแบบแปลนที่นักออกแบบให้ไว้ ซึ่งทางฝ่ายผลิตจะต้องจัดเตรียมแบบแม่พิมพ์ของบรรจุภัณฑ์ให้เป็นไปตามกำหนด และจะต้องสร้างบรรจุภัณฑ์จริงออกมาจำนวนหนึ่งเพื่อเป็นตัวอย่าง (Pre-Production Prototypes) สำหรับการทดสอบทดลองและวิเคราะห์เป็นครั้งสุดท้าย หากพบว่ามีข้อบกพร่องควรรีบดำเนินการแก้ไขให้เป็นที่เรียบร้อยแล้วจึงดำเนินการผลิตเพื่อนำไปบรรจุและจำหน่ายในลำดับต่อไป

2. ขั้นตอนการวางแผนออกแบบบรรจุภัณฑ์

การวางแผนเริ่มต้นด้วยจุดประสงค์ของการพัฒนา พร้อมด้วยข้อจำกัดต่างๆรายละเอียดการวางแผนต้องประกอบด้วยองค์ประกอบต่อไปนี้

ขั้นตอนที่ 1 : การวางแผน

- 1.1 กำหนดเวลา
- 1.2 ผลงานที่จะได้รับ ในแต่ละขั้นทำงาน
- 1.3 รายละเอียดของตราสินค้า (Branding)
- 1.4 ผู้รับผิดชอบในแต่ละขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 2 : การรวบรวมข้อมูล

- 2.1 ข้อมูลการตลาด
- 2.2 สถานการณ์แข่งขัน จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส ข้อจำกัด (SWOT: Strength, Weakness, Opportunity , Treat)
- 2.3 ข้อมูลจากลูกค้า
- 2.4 ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย / พฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.5 เทคโนโลยีใหม่ๆ ทางด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์ ระบบบรรจุภัณฑ์และเครื่องจักร

ขั้นตอนที่ 3 : การออกแบบร่าง

- 3.1 พัฒนาความคิดริเริ่มต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 3.2 ร่างต้นแบบ ประมาณ 3-5 แบบ
- 3.3 ทำต้นแบบ ประมาณ 2-3 แบบ

ขั้นตอนที่ 4 : การประชุมวิเคราะห์ปรับต้นแบบ

- 4.1 วิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางเทคนิค
- 4.2 วิเคราะห์การสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย
- 4.3 เลือกต้นแบบที่ยอมรับได้

ขั้นตอนที่ 5 : การทำแบบเหมือนร่าง

5.1 เลือกวัสดุที่จะทำแบบ

5.2 ออกแบบกราฟิกเหมือนจริง พร้อมตราสินค้าและสัญลักษณ์ทางการค้า

5.3 ขึ้นแบบ

ขั้นตอนที่ 6 : การบริหารการออกแบบ

เริ่มจากการติดต่อโรงงานผู้ผลิตวัสดุบรรจุภัณฑ์จนถึงการควบคุมงานผลิตให้ได้ตามแบบที่ต้องการ พร้อมทั้งจัดเตรียมรายละเอียดการสั่งซื้อ (Specification) เพื่อให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสามารถผลิตได้ตามต้องการ ขั้นตอนสุดท้ายเป็นการติดตามผลของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบไปแล้วว่าสามารถสนองตามจุดมุ่งหมายของการออกแบบและบรรลุถึงวัตถุประสงค์ขององค์กรเพียงใด

3. ขั้นตอนการออกแบบ

การตั้งจุดมุ่งหมาย ในการตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ มีสิ่งจำเป็นที่ต้องรู้หรือศึกษาข้อมูล คือ ตำแหน่ง (Positioning) ของบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มที่มีอยู่ในตลาด ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์มีอยู่ในตลาดแล้ว ข้อมทำให้ตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบได้ง่ายนอกจากตำแหน่งของสินค้า สิ่งที่ต้องคำนึงออกมา คือ จุดขายหรือ USP (Unique Selling Point) ของสินค้า ที่จะโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ ทั้งสองสิ่งนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการตั้งจุดมุ่งหมายของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

การวางแผน ปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลขั้นต้นเพื่อเตรียมร่างจุดมุ่งหมายและขอบเขตการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ก่อนที่จะปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อาจวางแผนได้ 2 วิธี คือ

1. ปรับปรุงพัฒนาให้ฉีกแนวแตกต่างจากคู่แข่ง
2. ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่ง โดยตรงได้ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่าหรือด้วยค่าใช้จ่ายที่ถูกลง การตั้งเป้าหมายและวางแผนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ข้อมต้องศึกษาสถานภาพบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มพร้อมกับล่วงรู้ถึงนโยบายของบริษัทตัวเองและกลยุทธ์การตลาดที่จะแข่งกับคู่แข่ง

การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สามารถใช้การวิเคราะห์แบบ 5W + 2H ดังนี้

WHY	=	ทำไม
WHO	=	ใคร
WHERE	=	ที่ไหน
WHAT	=	อะไร

WHEN	=	เมื่อไหร่
HOW	=	อย่างไร
HOW MUCH	=	ค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการพัฒนา

WHY ทำไม เหตุการณ์หรือปัจจัยอะไรทำให้ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ ทำไมต้องพัฒนากราฟิกของบรรจุภัณฑ์ ทำไมไม่แก้ไขปรับปรุงพัฒนาอย่างอื่น ๆ แทน

WHO ใคร ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ บุคคล หรือแผนกที่เกี่ยวข้องมีใครบ้าง

WHERE ที่ไหน สถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะวางขายสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน

WHAT อะไร จุดมุ่งหมายการพัฒนาบรรจุภัณฑ์คืออะไร ข้อจำกัดในการออกแบบมีอะไรบ้าง จุดขายของสินค้าคืออะไร การใช้งานของบรรจุภัณฑ์คืออะไร

WHEN เมื่อไร ควรจะเริ่มงานการพัฒนาเมื่อไร เมื่อไรจะพัฒนาเสร็จ วางตลาดเมื่อไร

HOW อย่างไร จะใช้เทคโนโลยีแบบใด อย่างไร จะจัดหาเทคโนโลยีใหม่ใช้วัดความสนใจของบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ

HOW MUCH ค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีงบประมาณเท่าไร คำตอบที่จะได้รับจากคำถาม 5W + 2H นี้ จะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้

4. ข้อพิจารณาในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ที่ดีนั้น จะต้องสามารถผลิตและนำไปบรรจุได้ด้วยวิธีการที่สะดวก ประหยัดและรวดเร็ว การเลือกบรรจุภัณฑ์มีข้อพิจารณาดังต่อไปนี้

1. ลักษณะของสินค้า คุณสมบัติทางกายภาพ ประกอบด้วย ขนาด รูปทรง ปริมาตร ส่วนประกอบหรือส่วนผสม ของแข็ง ของเหลว ผู้ออกแบบต้องทราบความเหนียวชั้นในกรณีที่เป็นของเหลว และต้องรู้น้ำหนัก/ ปริมาตรหรือความหนาแน่น สำหรับสินค้าที่เป็นของแข็งประเภทของสินค้าคุณสมบัติทางเคมี คือ สาเหตุที่ทำให้สินค้าเน่าเสียหรือเสื่อมคุณภาพจนไม่เป็นที่ยอมรับได้ และปฏิกิริยาอื่น ๆ ที่อาจจะเกิดขึ้นคุณสมบัติพิเศษอื่น ๆ เช่น กลิ่น การแยกตัว เป็นต้นสินค้าที่จำหน่ายมีลักษณะเป็นอย่างไร มีคุณสมบัติทางฟิสิกส์หรือทางเคมีอย่างไร เพื่อจะได้เลือกวัสดุในการทำบรรจุภัณฑ์ที่ป้องกันรักษาได้ดี

2. ตลาดเป้าหมาย ต้องศึกษาความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย เพื่อจะได้เลือกบรรจุภัณฑ์ที่ตรงกับความต้องการของตลาดหรือกลุ่มลูกค้าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สนองกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย จำต้องวิเคราะห์จุดยืนของสินค้าและบรรจุภัณฑ์เทียบกับคู่แข่งชั้นที่มี

กลุ่มเป้าหมายเดียวกัน เช่น ข้อมูลของปริมาณสินค้าที่จะบรรจุ ขนาด จำนวนบรรจุภัณฑ์ต่อหน่วยขนส่ง อาณาเขตของตลาด

3. วิธีการจัดจำหน่าย การจำหน่ายโดยตรงจากผู้ผลิตไปสู่ผู้บริโภคเลย ย่อมต้องการบรรจุภัณฑ์ลักษณะหนึ่ง แต่หากจำหน่ายผ่านคนกลาง เป็นคนกลางประเภทใด มีวิธีการซื้อของเข้าร้านอย่างไร วางขายสินค้าอย่างไร เพราะพฤติกรรมของร้านค้าย่อมมีอิทธิพลต่อโอกาสขายของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ รวมทั้งพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์ของคู่แข่งขั้นที่จำหน่ายในแหล่งเดียวกันด้วย

4. การขนส่งมีหลายวิธีและใช้พาหนะต่างกัน รวมทั้งระยะทางในการขนส่ง ความทนทาน และความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ การคำนึงถึงวิธีที่จะใช้ในการขนส่งก็เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบให้เกิดผลเสียน้อยที่สุด รวมถึงความประหยัดและปัจจัยเรื่องสภาพดินฟ้าอากาศด้วย ในปัจจุบันนิยมการขนส่งด้วยระบบตู้บรรทุกสำเร็จรูป

5. การเก็บรักษา (Storage) การเลือกบรรจุภัณฑ์จะต้องพิจารณาถึงวิธีการเก็บรักษา สภาพของสถานที่เก็บรักษา รวมทั้งวิธีการเคลื่อนย้ายในสถานที่เก็บรักษาด้วย

6. ลักษณะการนำไปใช้งาน ต้องนำไปใช้งานได้สะดวกเพื่อประหยัดเวลา แรงงานและค่าใช้จ่าย

7. ต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่จะต้องคำนึงถึงเป็นอย่างมาก และจะต้องคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อยอดขายหรือความสูญเสียค่าใช้จ่ายอื่น ๆ ด้วย บรรจุภัณฑ์ก็อาจต้องจ่ายสูงแต่ดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ ย่อมเป็นสิ่งชดเชยที่ควรเลือกปฏิบัติ รวมถึงผลการชดเชยในกระบวนการผลิต การบรรจุที่สะดวก รวดเร็ว เสียหายน้อย ทำให้ประหยัดและลดต้นทุนการผลิตได้

8. ปัญหาด้านกฎหมาย บทบัญญัติด้านกฎหมายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ที่ปรากฏชัดเจน คือ

8.1 กฎระเบียบและข้อบังคับเกี่ยวกับฉลากการออกแบบกราฟิกของผลิตภัณฑ์ ต้องเป็นไปตามข้อบังคับนอกจากนี้ยังต้องศึกษาการใช้สัญลักษณ์เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม เป็นต้น

8.2 กฎระเบียบและข้อบังคับเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์

9. ผลกระทบต่อสังคม ปัญหาที่ยังมิได้รับการแก้ไขอย่างจริงจังคือ ผลกระทบต่อระบบนิเวศน์วิทยา (Ecology) เกี่ยวกับการทำลายซากของบรรจุภัณฑ์ มูลเหตุที่ต้องมีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

2.5 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ในหัวข้อ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จะทำการศึกษาเกี่ยวกับกราฟิกที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ โดยสามารถแบ่งหัวข้อย่อยที่จะทำการศึกษา ดังนี้

2.5.1 ความหมาย

2.5.2 การออกแบบกราฟิก

2.5.3 การออกแบบเครื่องหมายการค้า

2.5.4 หลักการออกแบบกราฟิก

2.5.5 เทคนิคการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2.5.1 ความหมาย

ในอดีตการออกแบบกราฟิกไม่ได้เป็นศาสตร์ที่รู้จักกันอย่างแพร่หลายเหมือนในปัจจุบันนี้ เนื่องจากกราฟิกเป็นเพียงส่วนประกอบหนึ่งของงานออกแบบอื่นๆ เท่านั้นปัจจุบันนักออกแบบกราฟิกเริ่มมีบทบาทมากยิ่งขึ้นในการสร้างสรรค์ผลงานเพื่อการสื่อความหมายและถ่ายทอดข้อมูลและข่าวสารไปสู่กลุ่มเป้าหมายจำนวนมากให้รับรู้และเข้าใจในข้อมูลข่าวสารเดียวกันได้อย่างตรงกันนั่นเอง

ในพจนานุกรมภาษาอังกฤษ ได้ให้ความหมายของการออกแบบ และกราฟิกไว้ว่า การออกแบบ (Design) หมายถึง การวาดภาพสิ่งของที่อาจจะถูกนำไปผลิตการจัดการและการวางแผนทั่วไป การสร้างต้นแบบจากเส้น รูปร่าง หรือรูปทรงเพื่อการประดับตกแต่งบนพื้นปูพรม แจกันและอื่น ๆ ส่วนคำว่ากราฟิก (Graphic) หมายถึง การแสดง ภาพสัญลักษณ์ ตัวอักษร ไดอะแกรม หรือการวาดภาพ เพื่อถ่ายทอดรายละเอียดของความคิดให้ผู้อื่นสามารถรับรู้และเข้าใจได้

ขณะเดียวกันในปี 1990 เบอริร์แมน (Berryman) ได้ให้คำจำกัดความของการออกแบบกราฟิกไว้ว่าเป็นการวาดภาพเพื่อการอ่าน เช่น หนังสือ นิตยสาร การโฆษณา บรรจุภัณฑ์ ภาพสัญลักษณ์ โปสเตอร์ โทรทัศน์และการแสดงงานนิทรรศการ

กล่าวโดยสรุป "การออกแบบ" หมายถึง การแก้ปัญหา และ "กราฟิก" หมายถึง ภาพสัญลักษณ์, รูปภาพ หรือตัวอักษรซึ่งถูกใช้เพื่อการนำเสนอรายละเอียดของความคิด และถ่ายทอดข้อมูลข่าวสารบางอย่าง ดังนั้น "การออกแบบกราฟิก" หมายถึง การใช้ความรู้และความเข้าใจทั้งทางด้านศาสตร์และศิลป์ในการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบที่มีคุณค่า โดยการนำเอาตัวอักษรและภาพมา

ผสมผสานกันเพื่อช่วยแก้ปัญหาในการถ่ายทอดข้อมูลไปสู่กลุ่มเป้าหมายหลักสามารถรับรู้ด้วยการอ่านได้อย่างรวดเร็วและชัดเจน ดังนั้นงานออกแบบกราฟิกจึงถือได้ว่าเป็นผลงานซึ่งสามารถผลิตในระบบอุตสาหกรรมได้

2.5.2 การออกแบบกราฟิก

บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ เปรียบเสมือนกุญแจดอกสุดท้ายที่จะไขผ่านประตูแห่งการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นงานพิมพ์ 3 มิติ และมีด้านทั้งหมดถึง 6 ด้าน ที่จะสามารถใช้เป็นสื่อโฆษณาได้ดีกว่าแผ่นโฆษณาที่มีเพียง 2 มิติ หรือด้านเดียว

การออกแบบกราฟิกมีความสำคัญต่อหน่วยงานทุกสาขาในปัจจุบัน เนื่องจากหัวใจหลักของการออกแบบกราฟิก คือ การสื่อความหมายที่ชัดเจน รวดเร็วและง่ายต่อการทำความเข้าใจ ดังนั้นความสำคัญของการออกแบบกราฟิกจึงสามารถแบ่งออกแบบได้ดังนี้

2.5.2.1 ความสำคัญของการออกแบบกราฟิกที่มีต่อการสื่อความหมายร่วมกันภายในสังคม ยกตัวอย่างเช่น การออกแบบภาพสัญลักษณ์เพื่อการสื่อความหมายในสถานที่สาธารณะ ทำให้บุคคลในสังคมเกิดการสื่อความหมายร่วมกันและสามารถปฏิบัติตน ได้ตามข้อตกลงของสังคมได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ยกตัวอย่างเช่น ป้ายจราจร และป้ายบอกตำแหน่งต่าง ๆ ของสถานที่สาธารณะ ดังรูปที่ 2.32 ภาพสัญลักษณ์บนป้ายบอกตำแหน่งของในอาคารสนามบินในปัจจุบัน ซึ่งออกแบบโดย โรเจอร์ คุก (Roger cook) และ ดอน ชาโนสกี (Don Shanosky) ในปี 1974 สำหรับกรมการขนส่งแห่งประเทศสหรัฐอเมริกา การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อความในครั้งนี้อาจมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อสังคมในปัจจุบัน เพราะบุคคลในสังคมปัจจุบันมีความหลากหลายทั้งเชื้อชาติและภาษาซึ่งต้องการความชัดเจน กระชับ และง่ายต่อการอ่านและแปลความหมาย (ศิริพรณ์ ปีเตอร์. 2546)



ภาพที่ 2.32 ภาพแสดงภาพสัญลักษณ์ ผลงานออกแบบ โดยโรเจอร์ คุก (Roger Cook)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และดอน ซาโนสกี (Don Shansky)

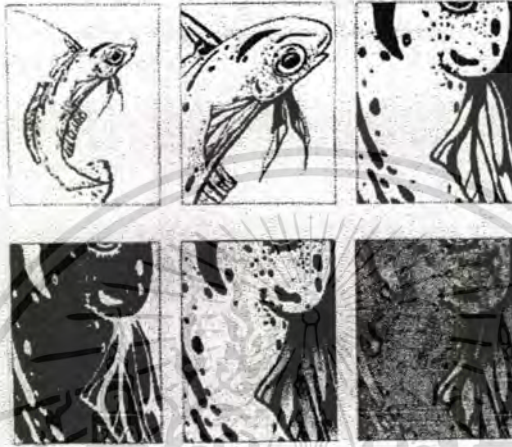
2.5.2.2 ความสำคัญของการออกแบบกราฟิกที่มีต่อความก้าวหน้าทางธุรกิจและพัฒนาประเทศโดยการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารไปยังกลุ่มเป้าหมายหลักเพื่อช่วยให้เกิดการมาร่วมกันและร่วมกิจกรรมเพื่อทำธุรกิจร่วมกันได้ ดังรูปที่ 2.33 ได้แสดงถึงความสำคัญของการออกแบบกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์ให้กลุ่มเป้าหมายหลักและผู้ที่เกี่ยวข้องกับการงานแสดงสินค้าประเภทอาหารชื่อ งาน THAIFEX 2002 & THAIMEX 2002 ณ ศูนย์นิทรรศการและการประชุม ไบเทค กรุงเทพฯ ในวันที่ 29 พฤษภาคม 2545 - 2 มิถุนายน 2545 ได้รับรู้ข้อมูลในรายละเอียดที่ ชัดเจน และถูกต้อง



ภาพที่ 2.33 ภาพบนปกหนังสือสำหรับงาน THAIFEX 2002& THAIFEX 2002

2.5.2.3 ความสำคัญของการออกแบบกราฟิกที่มีต่อการสื่อสาร เนื่องจากการถ่ายทอดความรู้ได้เปลี่ยนไปจากการเรียนรู้จากธรรมชาติเป็นศูนย์กลางแห่งวิทยาการต่างๆกลายมาเป็นการเรียนรู้ด้วยตัวเองมากขึ้นในปัจจุบัน เนื่องจากการเรียนรู้สิ่งใหม่ไม่มีวันสิ้นสุดสำหรับทุกคนและทุกวัย ดังนั้นการแบบกราฟิกจึงได้เข้ามามีบทบาทสำคัญยิ่งต่อกระบวนการของการเรียนรู้ที่ถ่ายทอดจากทำความเข้าใจ และสามารถเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของการเรียนรู้ของผู้เรียนได้ ยกตัวอย่าง เช่น ดังภาพที่ 2.34 แสดงถึงการใช้กราฟิกมาช่วยการอธิบายขั้นตอนการสร้างสรรคภาพประกอบโดยชี้เฉพาะจุดสำคัญ บางส่วนของภาพเพื่อเป็นตัวสื่อความหมายของภาพทั้งหมดตามแนวความคิดของการสร้างภาพที่น้อยรายละเอียดแต่่มากไปด้วยความหมาย (less is more)วิธีการสร้างสรรค์นี้ ได้ถูกคิดค้นขึ้น โดย ภาพ โล ปิกาโซ และถูกถ่ายทอดผ่านภาพวาดของปิกาโซ โดยมีวัตถุประสงค์หลักให้ผู้ที่เกี่ยวข้องสามารถเรียน

ถึงแนวคิด และสร้างสรรค์ผลงานออกแบบกราฟิกแบบตัดทอนนี้ต่อไปได้ด้วย ตนเองแทนการเรียน โดยมีครูเป็นผู้ถ่ายทอดโดยตรงนอกจากนั้นแล้วบางครั้งในบางเนื้อหาในบางรายวิชามีความ ยุ่งยาก ซับซ้อน และยากที่จะอธิบายเพียงคำพูดหรือคำบรรยาย ดังนั้นการนำเอากราฟิกเข้ามาช่วยประกอบ คำอธิบายในรายละเอียดจะช่วยให้นักเรียนเรียนรู้ในรายละเอียดต่างๆ ทำได้ง่าย รวดเร็วและชัดเจน มากยิ่งขึ้น ดังนั้นการออกแบบกราฟิกจึงได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการสื่อสารเป็นอย่างมากในปัจจุบัน



ภาพที่ 2.34 ขั้นตอนของการสร้างสรรค์ภาพ โดยการตัดทอนรายละเอียด ไรเคอร์ (Wildes)

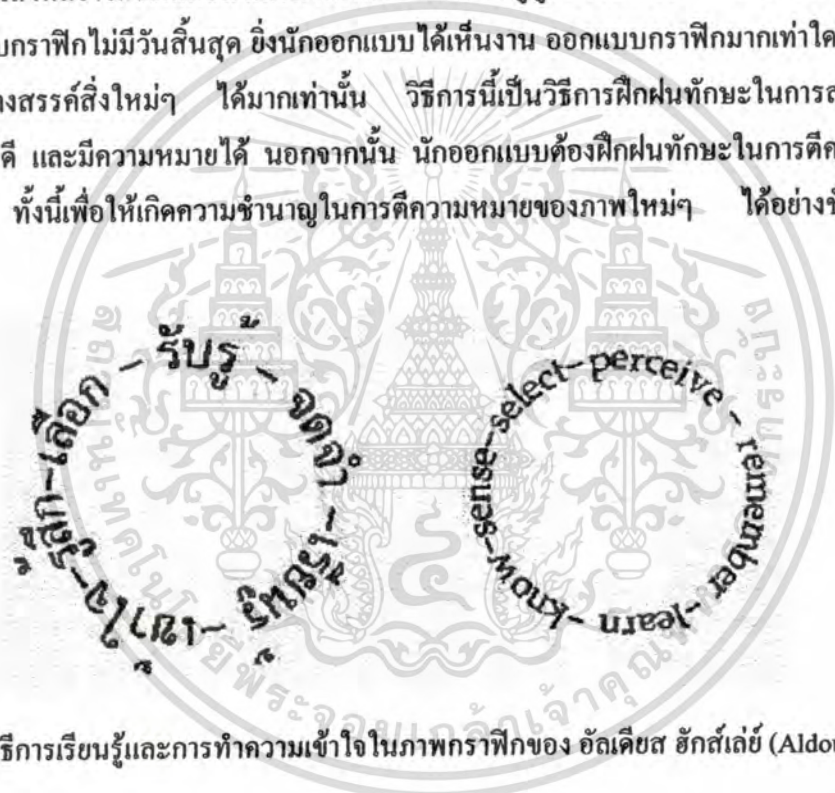
2.5.2.4 ความสำคัญของการออกแบบกราฟิกที่มีต่อการพัฒนาธุรกิจและ อุตสาหกรรมของ ประเทศ เนื่องจากปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นกรออกแบบกราฟิกในรูปของเครื่องหมายการค้า ลวดลายบน ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ หรือกราฟิกบนผลิตภัณฑ์ชนิดต่างๆ ล้วนมีความสำคัญในการผลักดันให้ธุรกิจ ภายในประเทศก้าวไกล ไปสู่สากลได้จะเห็นได้ชัดเจนก็คือเครื่องหมายการค้าและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ดัง ภาพที่ 2.35 ซึ่งมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการผลักดันให้ผลิตภัณฑ์แปรรูปของไทย ก้าวไกลไปสู่ ตลาดโลกได้อย่างเต็มภาคภูมิ



ภาพที่ 2.35 กราฟิกที่มีต่อการพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรมกราฟิกออกแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.2.5 ความสำคัญของการออกแบบกราฟิกที่มีต่อนักออกแบบกราฟิก จากวิธีการเรียนรู้ของ อัลเดิส ฮักส์เลย์ (Aldous Huxley's) ดังรูปที่ 2.36 ได้แสดงให้เห็นว่าวิธีเรียนรู้กราฟิกที่ดีที่สุดของนักออกแบบกราฟิก ก็คือการการเรียนรู้จากสิ่งที่นักออกแบบได้รับรู้เมื่อได้รับรู้จะเกิดการ จดจำและเรียนรู้ถึงวิธีการคิด วิธีการนำเสนอกราฟิกในรูปแบบต่างๆ เมื่อเกิดการเรียนรู้ จะเกิดความเข้าใจ เมื่อ นักออกแบบมีความรู้และความเข้าใจ สิ่งเหล่านี้จะช่วยให้ นักออกแบบเกิดความรู้สึกได้อย่างถึงสิ่งต่างๆ โดยรอบตัวเมื่อรู้สึกและรับได้แล้วสิ่งเหล่านี้จะพัฒนานักออกแบบให้เกิดระสนิยมเป็นของตนเองและจะเลือกที่จะรับรู้ในสิ่งที่สร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมให้ตนเกิดการเรียนรู้สูงขึ้น ไปเรื่อยๆ เนื่องจากการเรียนรู้ของนักออกแบบกราฟิกไม่มีวันสิ้นสุด ยิ่งนักออกแบบได้เห็นงาน ออกแบบกราฟิกมากเท่าใดก็ยิ่งทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ได้มากเท่านั้น วิธีการนี้เป็นวิธีการฝึกฝนทักษะในการสร้างสรรค์ผลงานกราฟิกที่ดี และมีความหมายได้ นอกจากนั้น นักออกแบบต้องฝึกฝนทักษะในการตีความหมายของภาพด้วย ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความชำนาญในการตีความหมายของภาพใหม่ๆ ได้อย่างชัดเจนและถูกต้อง



ภาพที่ 2.36 วิธีการเรียนรู้และการทำความเข้าใจในภาพกราฟิกของ อัลเดิส ฮักส์เลย์ (Aldous Huxley's)

การออกแบบกราฟิกได้มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในงานออกแบบส่วนใหญ่ในปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งงานออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เช่น บรรจุภัณฑ์ ฯลฯ เนื่องจากปัจจุบันการ ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้มีวิวัฒนาการและความล้ำหน้าทางด้านเทคโนโลยีและมีระบบที่ซับซ้อนมากยิ่งขึ้นและการผลิตสินค้าไปสู่ตลาดในปัจจุบันได้เปิดกว้างมากขึ้นไปจนตลาดต่างประเทศ (ศิริพรณ์ ปีเตอร์. 2546)

มีการเปรียบเทียบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ว่าเปรียบเสมือนร่างกายของมนุษย์เริ่มต้นจากรูปทรงของบรรจุภัณฑ์อันได้แก่ ทรงสี่เหลี่ยมของกล่อง ทรงกลมของขวด หรือกระป๋อง เป็นต้น รูปทรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เหล่านี้เปรียบได้กับตัวโครงร่างกายของมนุษย์ สีที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนผิวหนังของมนุษย์ คำบรรยายบนบรรจุภัณฑ์เปรียบได้กับปากที่กล่าวแจ้งแสดงสรรพคุณของสินค้า การออกแบบทั้งหมดของบรรจุภัณฑ์จึงเปรียบเสมือนระบบการทำงานของมนุษย์ ในการออกแบบนี้ทุกออกแบบจะนำเอาองค์ประกอบต่าง ๆ อันได้แก่ กลยุทธ์การตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายและสภาวะคู่แข่งเข้ามาเป็นแนวคิดในการออกแบบให้สนองกับจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ ด้วยเหตุนี้ในแง่ของนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบอาจจะเขียนเป็นสมการอย่างง่าย ๆ ได้ดังนี้

$$\begin{array}{l} \text{การออกแบบ} \\ \text{design} \end{array} = \begin{array}{l} \text{คำบรรยาย} + \text{สัญลักษณ์} + \text{ภาพพจน์} \\ = \text{words} + \text{symbols} \end{array}$$

ภาพที่ 2.37 สมการการออกแบบ

ในสมการนี้คำบรรยายและสัญลักษณ์การออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่งซึ่งอาจแสดงออกได้ด้วย จุด เส้น สี รูปวาด และรูปถ่ายผสมผสานกันออกมาเป็นพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ด้วยหลักการง่ายๆ 4 ประการ คือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

S	=	Simple	เข้าใจง่าย สบายตา
A	=	Aesthetic	มีความสวยงาม ชวนมอง
F	=	Function	ใช้งานได้ง่าย สะดวก
E	=	Economic	ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

2.5.3 การออกแบบเครื่องหมายการค้า

ในเรื่อง การออกแบบเครื่องหมายการค้า จะสามารถแบ่งออกเป็น หัวข้อต่าง ๆ ดังนี้

1. ความหมาย
2. ประเภทของเครื่องหมายการค้า
3. คุณลักษณะของเครื่องหมายที่ดี
4. ประโยชน์ของเครื่องหมายการค้า
5. วิธีการออกแบบเครื่องหมายการค้า

1. ความหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คำว่า “เครื่องหมายการค้า” หมายความว่า เครื่องหมายซึ่งใช้เป็นที่หมายหรือเกี่ยวข้องกับสินค้า เพื่อแสดงว่าสินค้าที่ใช้เครื่องหมายของเจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้นแตกต่างกับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายการค้าของบุคคลอื่น (กรมทรัพย์สินทางปัญญา. 2545 : 14)

1. ชื่อบริษัท ชื่อเอกชนหรือชื่อห้าง แสดงโดยลักษณะพิเศษ หรือเฉพาะ
2. ลายชื่อของผู้จดทะเบียน หรือขออยู่ในตำแหน่งของผู้ค้านั้นมาก่อนในกิจการค้าขายนั้น
3. คำที่ประดิษฐ์ขึ้นคำหนึ่งหรือหลายคำ
4. คำเดียวหรือหลายอันไม่ได้ถึงถึงลักษณะหรือคุณสมบัติแห่งสินค้าโดยตรงและตาม

ความหมายอันเข้าใจกันโดยธรรมดา ไม่เป็นชื่อภูมิศาสตร์หรือนามสกุล

5. เครื่องหมายอื่น ๆ อันมีลักษณะบ่งเฉพาะ แต่ท่านว่า ชื่อลายมือชื่อคำๆหนึ่งหรือหลายคำอันมิได้อยู่ภายในวรรค 1, 2, 3 และ 4 นั้น ถ้ามิได้แสดงหลักฐานมาแสดงว่ามีลักษณะบ่งเฉพาะ ก็มีได้รับจดทะเบียน

คำว่า “ลักษณะบ่งเฉพาะ” หมายความว่า นำมาทำให้เหมาะเพื่อจะใช้ให้เห็นสินค้าของเจ้าของเครื่องหมายการค้า นั้นคิดกับสินค้าของผู้อื่นในเครื่องหมายการค้า หรือส่วนแห่งเครื่องหมายการค้า นั้น ท่านห้ามมิให้ใช้

1. ตราหลวง หรือตราราชการ ธงหลวง ธงราชการ หรือธงชาติ
2. พระบรมราชาภิเษกและตัวอักษรย่อ พระบรมราชาภิเษก
3. พระรูปพระเจ้าแผ่นดิน พระมหาลี พระบรมวงศานุวงศ์ฝ่ายหน้าฝ่ายในพระบรมวงศ์ปัจจุบัน
4. พระราชลัญจกรในราชการ
5. ตราเครื่องหมายราชอิริยาภรณ์
6. เครื่องหมายกาชาด หรือชื่อกาชาด หรือ กาเขเมวา
7. เครื่องหมายใดๆอันขัดต่อรัฐประศาสนโนบาย หรือศีลธรรม
8. ภาพอันคิดขึ้นให้เป็นอย่างเดียวกับ หรือคล้ายกับเหรียญ ใบสำคัญ คู่่มือ หรือ

ประกาศนียบัตร อันได้ให้เป็นรางวัลในการแสดงพิริภักดิ์ ซึ่งรัฐบาลสยามหรือรัฐบาลต่างประเทศ หรือประชาบาลได้จัดตั้งขึ้น นอกจากจะได้รับความเห็นชอบ ใบสำคัญคู่่มือ หรือประกาศนียบัตรเช่นนั้นเป็นรางวัลสำหรับสินค้าที่ใช้เครื่องหมายนั้น

9. รูปคนที่ยังมีชีวิตอยู่ โดยเขาได้ให้อนุญาต หรือรูปคนตายโดยมิได้รับความยินยอมของบุพการี ผู้สืบสันดาน สามี และภรรยา เครื่องหมายชนิดต่างๆ

2. ประเภทของเครื่องหมายการค้า

เครื่องหมายการค้าในปัจจุบัน สามารถแบ่งออกได้เป็น 6 ประเภทใหญ่ๆ คือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 2.2 ตารางแสดงประเภทเครื่องหมายการค้า

ประเภทของเครื่องหมายการค้า	คุณลักษณะ
1. ซิมโบล (Symbols)	เป็นเครื่องหมายที่มีรูปภาพใช้กับกิจการของบริษัทหน่วยงานต่างๆสามารถให้ความหมายด้วยตัวเองโดยไม่เช่น เครื่องหมายบริษัทเชลล์ หรือเครื่องหมายของธนาคารกรุงเทพ เป็นต้น
2. พิกโตกราฟ (Pictographs)	เป็นเครื่องหมายที่มีเฉพาะรูปภาพใช้กับสาธารณะโดยไม่มีตัวหนังสือประกอบเป็นการใช้ภาพแทนคำพูดหน้าห้องน้ำ เป็นภาพ ชาย-หญิง หรือเครื่องหมายบอกทางไป
3. เลตเตอร์มาร์ค (letter marks)	เป็นเครื่องหมายที่มีแต่ตัวหนังสือใช้กับกิจการของบริษัทและหน่วยงานต่างๆ โดยจะต้องเป็นตัวย่ออ่านเรียงเป็นคำไม่ได้ เช่น เครื่องหมายของบริษัทสามเอ็ม เป็นต้น
4. โลโก้ (Logo)	เป็นเครื่องหมายที่มีแต่ตัวหนังสืออ่านเป็นคำได้ หรือเป็นชื่อเฉพาะ เช่น เครื่องหมาย บริษัทบางจาก เป็นต้น
5. คอมบิเนชันมาร์ค (Combination marks)	เป็นเครื่องหมายที่มีทั้งภาพและตัวหนังสือผสมกันในกิจการของบริษัท สโมสร สมาคม สมาคมต่างๆเช่นเครื่องหมายของรองเท้าไนกี้
6. เทดมาร์ค (Trademarks)	คือเครื่องหมายทั้ง 5 ชนิด ที่กล่าวมาและได้รับการจดทะเบียน



1. ซิมโบล



2. พิกโตกราฟ



3. เลตเตอร์มาร์ค

AlabamaResume

4. โลโก้



EMVIRO ENTERPRISES INC.
EDUTAINMENT

5. คอมบิเนชันมาร์ค

ภาพที่ 2.38 เครื่องหมายการค้าแบบต่างๆ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. คุณลักษณะของเครื่องหมายที่ดี

ในการพิจารณาคุณลักษณะของเครื่องหมายที่ดี ควรที่จะมีการกำหนดคณกฎเกณฑ์ + ให้เป็นมาตรฐาน ดังที่ Yasaburo Kuwayama ได้เสนอไว้ 8 ข้อ คือ เนื้อหา (Content) ความเหมาะสมกับสื่อ (Suitability to media) ลักษณะพิเศษ (Distinctiveness) ความร่วมสมัย (Contemporaneity) สร้างความทรงจำ (Impression) ความน่าเชื่อถือ (Reliability) ความเป็นประโยชน์ (Utility) ความเป็นสากล (Rationality) เอกลักษณะของสี (Color individuality) ทองเจือ เขียวทอง (2535 : 85-90) อธิบายไว้ดังนี้

3.1. ความหมาย (Mean) สัญลักษณ์ควรมีความหมายหรือเนื้อหาและผู้บริโภค

เข้าใจหรือรู้สึกที่ได้จากภาพที่ปรากฏสามารถสื่อถึงวัตถุประสงค์หรือกิจกรรมของบริษัท หน่วยงาน หรือสินค้าที่ได้



ภาพที่ 2.39 สัญลักษณ์ของการเคหะแห่งชาติ มีอักษรย่อว่า "กขค" หมายถึงบ้านหนึ่งหน่วยสำหรับ 1 ครอบครัว อีกทั้งเป็นภาพแสดงอักษรย่อของ กขค.

3.2. ความเหมาะสมกับสื่อ (Suitability to media) หมายถึง ความงาม ความลงตัว ความเป็นไปได้ที่จะใช้กับสื่ออื่นๆ เพราะสัญลักษณ์บางอย่าง อาจดูดีเมื่ออยู่บนกล่องสินค้าแต่ไม่เหมาะสมกับทำป้ายนิออน ดังนั้น จึงต้องพิจารณาเครื่องหมายว่าใช้สื่อสำคัญที่สุดแบบไหนแล้วเลือกให้เหมาะสมและข้อสำคัญอีกประการหนึ่งก็คือความเหมาะสมเมื่อใช้ในขนาดย่อขยายต่างกันและสุดท้ายต้องพิจารณาถึงผลการนำไปใช้ และใช้ได้กับสื่อรองหลายสื่อ

3.3 ความเป็นลักษณะพิเศษ (Distinctiveness) นั่นคือ นวัตกรรมแบบจะต้องสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร คือ มีความแตกต่างไปจากเครื่องหมายของหน่วยงาน/สินค้า อื่นในธุรกิจประเภทเดียวกัน การมีเอกลักษณ์พิเศษเฉพาะตัวจะทำให้เกิดความจดจำได้ดีกว่าและมีความชัดเจนในการที่จะสื่อสารถึงวัตถุประสงค์หรือถึงกิจการของบริษัทที่จะบอกกล่าว

3.4 ความร่วมสมัย (Contemporaneity) หมายถึงว่า สามารถเข้าถึงคนใน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สมัยนั้นๆ ได้คือมีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลาสัญลักษณ์ที่ดีควรมีอายุการใช้งานยาวนาน เช่น 5-10 ปีก็ยังคงดูทันสมัยอยู่ อาจกล่าวได้ว่าเครื่องหมายเป็นผลงานศิลปะชิ้นหนึ่งที่สามารถสะท้อนถึงรสนิยมของสังคม

Thaioil



CALTEX

ภาพที่ 2.40 สัญลักษณ์เปลี่ยนไปเพื่อความร่วมสมัยของแต่ละยุค

3.5 ความน่าเชื่อถือ (Reliability) รูปแบบของสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายควรให้คนมองแล้วเกิดศรัทธา น่าเชื่อถือ เช่น เครื่องหมายการค้าของอาหาร เมื่อดูแล้วจะต้องไม่ก่อให้เกิดความรู้สึกว่ารับประทานแล้วอาจเป็นอันตราย เครื่องหมาย ธนาคาร หมูบ้าน บริษัทขนส่ง ฯลฯ จะต้องสร้าง ความน่าเชื่อถือให้กับลูกค้า เช่น ทรานนาครมักจะมีลักษณะของความมั่นคง จึงใช้ฐานสามเหลี่ยม เป็นต้น

3.6 สี (Color) มีการใช้สีเหมาะสมกับธุรกิจ/สินค้า เช่น สินค้าประเภทอาหาร มักใช้สีที่สดใสน่ารับประทาน การกำหนดสีควรเป็นเอกลักษณ์และต่างไปจากธุรกิจประเภทเดียวกัน เช่น ในธุรกิจฟิล์ม สีเขียวคือฟูจิ สีเหลือง คือโกดัก สีแดง คือ มิตซูบิชิ สีส้ม คือ ซากุระ สีฟ้า คือ โคนิก้า เป็นต้น การกำหนดสีสีเดียว ถ้าซ้ำกันก็จะกำหนดเป็นคู่สี เช่น ขาวแดง คือ โค้ก แดง-น้ำเงิน เป๊ปซี่ ดังนั้น การกำหนดสีที่ดีที่จะประหยัดเวลาในการโฆษณาไปด้วย ตัวอย่างข้างล่างนี้ เป็นภาพขาวดำ แต่สามารถนึกได้ว่า เครื่องหมายการค้านี้สีใดก็แสดงว่ามีการใช้สีที่เป็นเอกลักษณ์ นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงความสวยงามของคู่สีและ ความเด่นชัดสะดุดตาความสนใจ

3.7 ความเรียบง่าย (Simplification) หมายถึง การออกแบบตัดทอนให้เหลือน้อยเรียบร้อยไม่รุงรัง จะสามารถสร้างความประทับใจ (Impression) และสร้างความทรงจำ (Memorability) ได้ดีในการออกแบบที่จะทำให้เรียบง่ายเป็นระเบียบ ควรใช้หลักจิตวิทยาของเกสตัลท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.8 ความเป็นสากล (Regionality) หมายถึง ความสามารถในการออกแบบให้ เครื่องหมายสื่อสารได้กับคนทั่วโลก เพราะธุรกิจการค้าในปัจจุบันมักจะมีธุรกิจข้ามชาติ ดังนั้น เครื่องหมายหนึ่งแบบจะสามารถใช้ได้ทุกประเทศ แม้จะแตกต่างทางด้านภาษา วัฒนธรรมศาสนาก็ตาม หรือแม้ในประเทศเดียวกันคนละภาคก็สามารถสื่อสารกันเข้าใจ และที่สำคัญคือเครื่องหมายใน สาธารณะจะต้องมีความเป็นสากลมากกว่าเครื่องหมายอื่นๆ

3.9 การนำไปใช้ประโยชน์ (Utility) คือสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลาย ทาง เช่น เป็นตราประทับทำห้วงจดหมาย ซองจดหมาย นามบัตร ตีคบนสินค้า เสื้อ-ผ้าพันกงาน ฯลฯ หรือเป็นประโยชน์ต่อสาธารณะสะดวกในการจัดวางคือเวลานำไปใช้ต้องสังเกตได้ง่ายว่าด้านใดคือ ด้านบนด้านล่าง ด้านซ้ายด้านขวา องศาที่เอียงมีแนวในการตรวจสอบ



3.10 เอกภาพ (Unity) หมายถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ก่อให้เกิด ความงามแก่เครื่องหมายการจะเกิดเอกภาพ ได้ต้องอาศัยองค์ประกอบของการออกแบบและหลักการ ออกแบบ เช่น เครื่องหมายการค้าของบริษัทข้างล่างนี้ เอกภาพเกิดจากรูปร่าง เส้นนำมาจัดให้เกิดความ กลมกลืนและสมดุลจนก่อให้เกิดเอกภาพที่สวยงาม

3.12 ความเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายและบริษัท ต้องออกแบบให้เหมาะสม กับกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายทางธุรกิจ ทั้งแบบอย่าง (Style) ระดับการสื่อความหมายเข้าใจยากง่ายกับกลุ่ม สูงกลุ่มต่ำ และต้องคำนึงถึงสถานภาพของบริษัทด้วยเครื่องหมายที่ดีจะต้องเหมาะสมกับกลุ่มผู้บริโภค คือจะต้องมีระดับความเป็นนามธรรมที่ตรงตามกลุ่มเป้าหมายของสินค้า มีความคิด ความรู้ ฐานะทั้ง การเงินและสังคมสูงจะสามารถรับรู้ถึงเครื่องหมายที่เป็นนามธรรมสูงส่วนในทางตรงข้ามก็จะต้องใช้ เครื่องหมายที่มีระดับนามธรรมต่ำ

4. ประโยชน์ของเครื่องหมายการค้าโดยทั่วไป เครื่องหมายการค้าทั้งหลาย ทำหน้าที่หลัก 2 ประการ คือ

1. มุ่งรักษาประโยชน์ของเจ้าของกิจการ
2. ทำให้ผู้บริโภคจำสินค้าและบริการได้ประโยชน์ในทางอ้อมของ

เครื่องหมายการค้า ยังมีอีกหลายประการ เช่น ทำหน้าที่เป็นตัวเตือนความจำทำให้สินค้านั้นดูน่าเชื่อถือ เพราะคนไทยหลายคนชอบสินค้าที่เป็นของต่างประเทศ นอกจากนี้ก็เป็นตัวช่วยสื่อความหมายให้ลูกค้าได้รู้ว่าสินค้า หรือกิจการนั้นเป็นอะไร เช่น เครื่องหมายของบริษัทการบินซึ่งมักจะเอารูปนกมาเป็นเครื่องหมายทางการค้า เพราะรูปนกมีความหมายว่าการบินบางบริษัทยังออกแบบเครื่องหมายรูปนกบวกกับความเร็วเข้าไปอีกด้วยเพื่อให้เครื่องหมายการค้าทำประโยชน์ให้กับกิจการค้าได้มากที่สุด ผู้ออกแบบควรจะศึกษาก่อนว่าสินค้านั้น หรือกิจการค้านั้นเป็นอะไร ผู้ซื้อหรือใช้บริการเป็นบุคคลประเภทใด ผู้ซื้อหรือบริการนี้เป็นภาษาการตลาดจะเรียกว่ากลุ่มเป้าหมายกลุ่มเป้าหมายจะเป็นหัวใจสำคัญในการศึกษาก่อนว่าจะทำ การออกแบบเราจะต้องศึกษาอยู่ในระดับเฉลี่ยขั้นใดฐานการเป็นอยู่เป็นเช่นไรสินค้านั้นจะจำหน่ายคนในเมืองใหญ่หรือไม่ และรสนิยมของผู้ซื้อสินค้าเป็นเป็นอย่างไร

5. วิธีการออกแบบเครื่องหมายการค้า

ในการที่นักออกแบบจะทำการออกแบบสิ่งใดก็ตาม เขาจะต้องมีขั้นตอนในการออกแบบซึ่งบางครั้งอาจจะแตกต่างกันออกไป แต่โดยรวมๆแล้วเราสามารถแบ่งขั้นตอนในการออกแบบได้เป็น 4 ขั้นตอน คือ

- 5.1 การออกแบบเบื้องต้นเป็นการออกแบบโดยการร่างภาพขนาดเล็กๆมาก เพื่อแสดงแนวความคิดของผู้ออกแบบออกแบบวิธีนี้เรียกว่า Preliminary หรือ Thumbnails
- 5.2 ขั้นตอนกรอง เป็นการพัฒนาแบบจากการออกแบบเบื้องต้น โดยนำมาคัดเลือก,ออกแบบใหม่,ตรวจสอบ,ขยาย หรือทำให้ดีขึ้น วิธีนี้เรียกว่า Refinement หรือ Rough

5.3 ขั้นวิเคราะห์ เป็นการเลือกแบบ เปรียบเทียบเพื่อหาแบบที่ดีที่สุดเพื่อนำเสนอต่อลูกค้าขั้นที่3 นี้เรียกว่า Analyzeหรือ Compare

5.4 ขั้นตัดสินใจ เป็นขั้นสุดท้ายของการออกแบบ คือการนำแบบนั้นไปใช้จริง(โดยได้รับการตัดสินใจจากลูกค้าผู้ให้ออกแบบ) ขั้นนี้เรียกว่า Decide หรือ Printing

6. การพิจารณาเลือกเครื่องหมายการค้า

ในการออกแบบเครื่องหมายการค้าหรือสัญลักษณ์ มักจะมีผลงานเกิดขึ้นมากกว่า 1 แบบจำเป็นต้องนำผลงานเหล่านั้นมาพิจารณาคัดเลือกเพื่อนำแบบที่เหมาะสมที่สุดไปพัฒนาแก้ไขให้ดีขึ้นไปอีก หรือ

พิจารณานำไปใช้ต่อไปการพิจารณาเลือกแบบเครื่องหมายอาจพิจารณาจากตารางตัดสินเครื่องหมาย Checkpoints in deciding upon a mark ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 9 ข้อคือ

1. Suitability of the mark's content คือ ความเหมาะสมของเครื่องหมาย ความหมายของเครื่องหมายเข้ากับจุดประสงค์ของบริษัทหรือไม่
2. Suitability of the media to the used คือ ความเหมาะสมกับสิ่งที่เรานำเอาไปใช้เช่น ในการพิมพ์ ในการทำป้ายนิออน ใช้ในโทรทัศน์ และอื่นๆสามารถใช้ได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ และแผนงานของบริษัท และกรรมวิธีการผลิต เช่นเครื่องหมายนั้นต้องนำไปหล่อเป็นการนำไปย่อยขาย จะมีผลเปลี่ยนไปหรือไม่
3. Distinctiveness ความมีลักษณะพิเศษเครื่องหมายมีความพิเศษดึงดูดความสนใจเป็นงานสร้างสรรค์หรือไม่มองแล้วสะดุดและจดจำได้ในขณะมองในเวลาสั้นๆหรือไม่
4. Contemporarity ความอยู่ได้เหมือนเดิม เครื่องหมายนั้นจะมีความรู้สึกว่าจะอยู่ได้นานโดยไม่ล้ำสมัยในระยะเวลาอย่างน้อย 5-10 ปีและต้องไม่เป็นการออกแบบที่แสดงถึงความนิยมในปัจจุบันในการออกแบบ
5. Memorability ความสามารถที่จะอยู่ในความทรงจำได้นานและชัดเจนหรือไม่สามารถจดจำได้เมื่อเห็นเพียงครั้งเดียวหรือไม่ง่ายแก่การบอกเล่าและง่ายต่อการนำไปวาดเขียนคือ
6. Reliability นำไปไว้วางใจได้ คือเครื่องหมายนั้นบ่งบอกให้เห็นว่าเป็นบริษัทที่น่าไว้วางใจและไม่มีภัยต่อสังคม เช่น ธนาकार ในกรณีนี้ตัดสินได้ยากถ้าเป็น Abstract
7. Utility สามารถนำไปใช้ได้โดยไม่เกิดความสับสน เมื่อมองมูมคิดไปจากเดิม และรวมได้คึกกับ Logotype ของบริษัท
8. Regionality สามารถตอบสนองความต้องการของบริษัทในความเป็นสากลนิยมได้ถ้าเป็น Mark โฆษณาของบริษัท สำหรับการส่งเสริมการท่องเที่ยว ต้องแสดงให้เห็นถึงลักษณะประจำท้องถิ่นนั้นอย่างชัดเจน
9. Color individuality มีสีเฉพาะจะตั้งใจให้สีแตกต่างไปจากผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันของบริษัทหรือไม่ความแตกต่างนั้นมีความหมายหรือไม่จะดีหรือไม่ดีเมื่อใช้หลายสี

2.5.4 หลักการออกแบบกราฟิก

องค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีอยู่หลากหลายประเภท ณ จุดขายที่มีสินค้าเป็นร้อนให้เลือก องค์ประกอบต่างๆ ที่ออกแบบไว้บนบรรจุภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์และสินค้านั้น รายละเอียดหรือส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์จะแสดงออกถึงจิตสำนึกของผู้ผลิตสินค้า

และสถานะของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถขยับเป็นสื่อโฆษณาระยะยาว ส่วนประกอบที่สำคัญบนบรรจุภัณฑ์อย่างน้อยที่สุดควรประกอบด้วย

1. ชื่อสินค้า
2. ตราสินค้า
3. สัญลักษณ์ทางการค้า
4. รายละเอียดของสินค้า
5. รายละเอียดส่งเสริมการขาย
6. รูปภาพ
7. ส่วนประกอบของสินค้า
8. ปริมาตรหรือปริมาณ
9. ชื่อผู้ผลิตและผู้จำหน่าย (ถ้ามี)

เมื่อมีการเก็บข้อมูลของรายการรายละเอียดต่างๆ ดังกล่าวมาแล้วจึงเริ่มกระบวนการออกแบบด้วยการเปลี่ยนข้อมูลที่ได้รับมาเป็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จุดมุ่งหมายทุกๆ ไปในการออกแบบมีดังนี้

1. เค้น (Stand out) ภายใต้อาการแข่งขันอย่างรุนแรง บรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องออกแบบให้เด่นสะดุดตาจึงจะมีโอกาสได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายเมื่อวางประกบกับบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มคู่แข่ง เทคนิคที่ใช้กันมากคือ รูปทรงและขนาดซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของบรรจุภัณฑ์หรืออาจใช้การตั้งตราสินค้าให้เด่น เป็นต้น

2. ตราภาพพจน์และความแตกต่าง (Brand Image Differentiate) เป็นความรู้สึกที่ จะต้องก่อให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายเมื่อมีการสังเกตเห็นแล้วจงใจให้อ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ การออกแบบตราภาพพจน์ให้มีความแตกต่างนี้ เป็นวิธีการออกแบบที่แพร่หลายมาก

3. ความรู้สึกร่วมที่ดี การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นพาณิชย์ศิลป์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ซื้อ เกิดความรู้สึกที่ดีต่อศิลปะที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยรวมทั้งหมด เริ่มจากการก่อให้เกิดความ สนใจด้วยความเด่น เปรียบเทียบรายละเอียดต่างๆ เพื่อจงใจให้ตัดสินใจซื้อ สร้างความมั่นใจเพิ่มขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม และจบลงด้วยความรู้สึกที่ดีที่สามารถสนองความต้องการของผู้ซื้อได้ จึงก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ “ซื้อฉันสิ” (buy me) จึงนับเป็นรูปธรรมสุดท้ายที่บรรจุภัณฑ์ต้องทำให้อุบัติขึ้นด้วยเหตุนี้ การชักจูงว่านล้อมโดยรูป คำบรรยาย สัญลักษณ์ หรือรางวัลที่ได้รับย่อมสร้างให้เกิดความรู้สึกอยากเป็นเจ้าของและอยากทดลองสินค้าพร้อม บรรจุภัณฑ์นั้น

การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ คือการควบคุมองค์ประกอบทางการออกแบบ 4 ประการ ให้เกิดความสัมพันธ์กันอย่างลงตัว เพื่อสร้างรูปแบบที่มีความแตกต่างและมีเอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์นั้นๆ องค์ประกอบทั้ง 4 คือ

1. ตัวอักษร (Typography) เป็นองค์ประกอบพื้นฐานในการออกแบบซึ่งนอกจากจะใช้สื่อความแล้วยังใช้สื่อถึงบุคลิกของบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันตาม Concept ที่กำหนดขึ้น เช่น Modern Classic Dynamic Fashion ฯลฯ สิ่งที่ควรระวังในการออกแบบด้วยตัวอักษรคือ

1.1 ระวังอย่าให้มีข้อมูลมากเกินไปที่จะอ่านได้จากการมองแบบผ่านๆ (Glance)

1.2 หลีกเลี่ยงการใช้ตัวอักษรที่มีความหนาหรือขนาดเท่ากัน

1.3 หลีกเลี่ยงการใส่ข้อมูลมากเกินไปบนด้านหน้าของบรรจุภัณฑ์

2. สี (Color) เป็นองค์ประกอบหลักของการออกแบบในการเสริมสร้างความโดดเด่นและเพิ่มความน่าสนใจให้แก่บรรจุภัณฑ์นอกจากนั้นสีบนบรรจุภัณฑ์ยังสามารถ

2.1 ใช้สื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน เช่น สีเขียว แสดงถึงผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติ, สีฟ้าแสดงถึงผลิตภัณฑ์จากนม เป็นต้น

2.2 ใช้สื่อถึงความแตกต่างของสายผลิตภัณฑ์ เช่น สีน้ำตาล แทนรสช็อคโกแลต เป็นต้น

3. ภาพประกอบ (Key Visual) เป็นองค์ประกอบเสริม (Option) สำหรับการออกแบบโดยมักใช้เพื่อดึงดูดความสนใจ เพื่อให้เกิด Impulse Purchase เช่น ภาพอาคาร หรือผักผลไม้สดน่ารับประทาน แบ่งออกเป็น 2 ประเภทคือ

3.1 ภาพประกอบที่เป็นภาพเหมือนจริง

3.2 ภาพประกอบที่เป็นภาพวาด (Illustration) โดยภาพเหมือนจริงมักจะให้อารมณ์และความรู้สึกมากกว่า

2.5.5 เทคนิคการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

รูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถจับต้องได้ ซึ่งโดยปกติแล้วมักจะเป็นรูปทรงเรขาคณิต เช่น สี่เหลี่ยมและทรงกลมรูปทรงที่แตกต่างกันย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการออกแบบรูปทรงต่าง ๆ กันของวัสดุหลัก 4 ประเภท อันได้แก่ กระดาษ โลหะ แก้ว และพลาสติกที่เห็นได้ชัด คือ กระจังโลหะที่แต่เดิมมักเป็น รูปทรงกระบอกเทคโนโลยีสมัยใหม่สามารถออกแบบเป็นรูปทรงอื่นที่เรียกว่า Contour Packaging รูปลักษณ์ใหม่นี้ย่อมก่อให้เกิดความสะดุดตาและสร้างความสนใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย

นอกจากรูปลักษณะของตัวบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกตามที่ได้บรรยายอย่างละเอียดมาแล้ว ย่อมมีบทบาทอย่างมากในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดึงดูดเป้าหมาย ในหัวข้อนี้จะแยกตัวอย่างของเทคนิคการออกแบบกราฟิก ที่ได้รับการประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางเมื่อโอกาสเอื้ออำนวยให้ ย่อมเห็นได้ชัดว่ากล่องล่างที่ออกแบบมีกราฟิกเรียบขนานกับแนวราบย่อมไม่สะดุดตาเท่ากับกล่องด้านบนที่ ออกแบบเป็นเส้นเอียงที่สะดุดตามากกว่าเมื่อวางอยู่บนหิ้งเทคนิคการออกแบบนี้สามารถนำไปประยุกต์ใช้บนกล่องที่พิมพ์สอกลี

2.5.6.1 การออกแบบเป็นชุด การออกแบบเป็นชุดเป็นเทคนิคที่มีความนิยมใช้กันมาก จากกราฟิกต่างๆ ที่เป็นจุดเส้นและภาพ มาจัดเป็นรูปบรรจุภัณฑ์ สร้างอารมณ์ร่วมจากการสัมผัสด้วยสายตา หลักเกณฑ์ในการออกแบบ คือ ให้ง่ายสะอาดตา แต่ต้องทันสมัยและเหมาะสมแก่การใช้งาน ความง่ายสะอาดตา มีผลต่อการดึงดูดความสนใจ ความทันสมัยช่วยสร้างความแปลกใหม่ สอนความรู้สึกว่าเหมาะสมแก่การใช้งานเสริมความรู้สึกว่าคุ้มค่าเงินและความมั่นใจในตัวสินค้า

จากการออกเป็นชุดของสินค้า มีผลต่อการทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำที่ดี ถ้าออกแบบได้ตรงกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดเปรียบเสมือนชุดแบบฟอร์มของ เสื้อผ้าที่คนใส่ เช่น มีชุดสูท ชุดพระราชทาน ชุดม่อฮ่อม เป็นต้น การออกแบบเสื้อผ้าที่เป็นชุดนี้เมื่อใคร เห็นก็ทราบว่าคุณอะไรแม้ว่าจะใช้เสื้อผ้าและสีสันทันที่แตกต่างกัน การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดนี้ก็มิหลัการคล้ายคลึงกัน

การออกแบบเสื้อผ้าเปิดชุดยังมีชื่อเรียก แต่ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม่มีชื่อเรียกจึงจำต้องยึดเอกสารลักษณะบางอย่างบนบรรจุภัณฑ์เป็นตัวเชื่อมโยงให้รู้ว่าเป็นชุดเดียวกัน อาจใช้สัญลักษณ์ ทางการค้า ใช้สไตล์การออกแบบ ใช้การจัดเรียงวางรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ในระดับเดียวกัน นอกจากนี้รูปแบบของตัวอักษรจะต้องเป็นแบบสไตลเดียวกัน ตัวอย่างบรรจุภัณฑ์

2.5.6.2 การเรียงต่อเป็นภาพ ณ จุดขาย เทคนิคการออกแบบวิธีนี้ยึดหลักในการสร้างภาพ ณ จุดขายให้เป็นภาพใหญ่ อาจจะเป็นภาพที่ปะติดปะต่อ อาจเป็นภาพกราฟิกขนาดใหญ่โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในระยะทางไกลตามรายละเอียดเรื่อง สรรระในการอ่านและประสาทสัมผัสของผู้ซื้อ ณ จุดขาย เนื่องจากโอกาสที่ตัวบรรจุภัณฑ์และรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์จะสามารถมองเห็นในระยะเกิน 10 เมตรขึ้นไปนั้นเป็นไปได้ยาก ด้วยเหตุนี้จึงต้องใช้พื้นที่บนหิ้งที่วางสินค้านั้นจัดเป็นภาพใหญ่เพื่อดึงดูดความสนใจ สิ่งพึงระวังในภาพที่ต่อขึ้นจากการเรียงบรรจุภัณฑ์นั้น จะต้องเป็นภาพที่สร้างความประทับใจหรือกระตุ้นให้เกิดความอยากได้ของกลุ่มเป้าหมายที่อาจเคยเห็นภาพดังกล่าวจาก สื่ออื่นๆ เช่น บนตัวบรรจุภัณฑ์ที่เคบบริโภค หรือสื่อโฆษณาต่าง ๆ เป็นต้น การต่อเป็นภาพของบรรจุภัณฑ์นี้ยังต้องระมัดระวังขั้นตอนการแปรรูปบรรจุ

ภัณฑ์ เช่น การทับเส้น และการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์จะต้องแน่นอนมีคุณภาพดีเพื่อว่าภาพที่ต่อขึ้นมาจะเป็นภาพที่สมบูรณ์ตามต้องการ

2.5.6.3 การออกแบบแสดงศิลปะท้องถิ่น เทคนิคการออกแบบวิธีนี้มี

จุดมุ่งหมายอันดับแรก คือ การส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่นเพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยวให้ซื้อกลับไปเป็นของฝาก ถ้าสามารถควบคุมคุณภาพการผลิตและมีวัตถุดิบมากพอ พร้อมทั้งกระบวนการผลิตแบบอัตโนมัติที่สามารถวางแผนงานการผลิตได้

รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สื่อความหมายเพื่อเป็นของฝากนี้ มักจะใช้สิ่งที่รู้จักกันดีใน ท้องถิ่นนั้น เช่น รูปพระเจ้าลวณวันของจังหวัดพิจิตร รถม้าของจังหวัดลำปาง ภูมิประเทศในท้องถิ่น เป็นต้น ในบางกรณีอาจนำวัสดุที่ผลิตได้ในท้องถิ่นมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ เพื่อความแปลกใหม่ ยกตัวอย่าง ลูกกระดากที่บรรจุใบชา รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ มักจะพบว่ามีการพิมพ์ประโยคที่ว่า “ของฝากจาก” เพื่อเน้นหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่อ่านพบเกิดความต้องการที่จะซื้อเป็นของฝากไปให้ทางบ้านหรือญาติมิตร

นอกเหนือจากรายละเอียดของกราฟิก การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อซื้อไปเป็นฝากจำเป็นต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำกลับของผู้ซื้อและความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ในการไปมอบเป็นของขวัญมีการออกแบบหุ้เพื่อความสะดวกในการนำกลับ

2.5.6.3 การออกแบบของขวัญ เทคนิคในการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบ

ของขวัญก่อนข้างจะแตกต่างจากเทคนิคต่าง ๆ ที่ได้กล่าวมา สาเหตุเนื่องจากผู้ซื้อสินค้าที่เป็นของขวัญไม่มีโอกาสบริโภค และหลายครั้งที่การตัดสินใจซื้อเกิดขึ้น ณ จุดขาย ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขวัญที่ดีจึงมีบทบาทสำคัญมากต่อความสำเร็จของการขายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเทศกาลต่าง ๆ

ตัวอย่างของเหล้าบรันดิซันโตรีเป็นตัวอย่างที่ดีในการอธิบายหลัก

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขวัญ เป็นที่เข้าใจดีกันว่าเหล้าเป็นของขวัญที่นิยมมากสำคัญเพศชายแต่ละรูปลักษณะที่เป็นหัวใจตรงกลาง และสีตันที่ใช้มิได้แสดงถึงรูปลักษณะโดยปกติของเหล้า เนื่องจากออกแบบในรูปของขวัญ ผู้ซื้อกลุ่มเป้าหมายของบรรจุภัณฑ์นี้จึงจะไปยังกลุ่มสุภาพสตรี รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์เน้นความสำคัญของรูปหัวใจ เน้นความมั่นใจด้วยชื่อบริษัท และย้ำความคุ้นเคยให้ซื้อด้วยรายละเอียดส่วนสุดท้ายที่ว่า for you องค์ประกอบอย่างอื่นที่สร้างความสนใจ คือ มีการผูกโบว์ให้เรียบร้อยเหมาะที่จะให้เป็นของขวัญ จะพบว่าการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นไปอย่างง่าย แต่สร้างอารมณ์ให้แก่กลุ่มเป้าหมายที่อยากจะซื้อเป็นของฝาก

โดยทั่วไป หลักการออกแบบสิ่งใดก็ตามมาจากพื้นฐานการจัดการองค์ประกอบหรือทัศนธาตุทางศิลปกรรมที่ต้องการสร้างสรรค์ฟอร์มมาจากเนื้อหาในลักษณะหรือประเด็นใดประเด็นหนึ่ง, ฟอร์มแต่ละประเภทจำเป็นต้องใช้หลักการที่แตกต่างกันออกไป แต่การสร้างฟอร์มใดก็ตามต่างอยู่ภายใต้หลักการจัดองค์ประกอบทางศิลปกรรมและการออกแบบ

2.6 ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ลิตติพร ลิตติพานิช ได้ศึกษาเรื่อง การออกแบบเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย พบว่า การใช้องค์ประกอบศิลป์เพื่อตอบสนองการตลาดครั้งนี้ การแบ่งประเภทของผลิตภัณฑ์ใช้ภาพและสีของสินค้าหรือวัตถุดิบ การแบ่งสีผู้ผลิตหรือตราสินค้าใช้ตัวอักษรแสดงตราสินค้าและผู้ผลิต การแสดงบุคลิกของสินค้าใช้ภาพและสี การแสดงคุณสมบัติของสินค้าใช้ตัวอักษรแสดงคำโฆษณาชวนเชื่อ การดึงดูดความสนใจ ใช้สีตัดกันและภาพขนาดใหญ่ การส่งเสริมการโฆษณาใช้สัญลักษณ์ตรารับรองและเหรียญรางวัล การอำนวยความสะดวกใช้รหัสแท่งและตารางโภชนาการ การรักษาเอกลักษณ์ในเครือผู้ผลิตเดียวกันใช้การจัดวางชุดเดียวกัน (ลิตติพร ลิตติพานิช : บทคัดย่อ)

ดวงจันทร์ ปรีชายะจิตต์ ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาและพัฒนาสัญลักษณ์ด้านกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ สำหรับงานหัตถกรรมพื้นบ้านประเภทผ้าไหม อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น พบว่า รูปแบบสัญลักษณ์ด้านกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ที่ได้ออกแบบอยู่ในเกณฑ์ดี (ดวงจันทร์ ปรีชายะจิตต์ : บทคัดย่อ)

เอกชาติ จันอุไรรัตน์ ได้ศึกษาเรื่อง การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ประเภทเครื่องจักสานโบราณ พบว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์จากโบราณ อยู่ในกรอบแนวความคิดที่มีความเรียบง่าย ไม่ทำลายความโดดเด่นของผลิตภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ของสินค้านั้น ๆ ขณะเดียวกันเน้นการเพิ่มมูลค่าแก่สินค้าโดยนำเอาภูมิปัญญาชาวบ้านของแต่ละท้องถิ่นมาประยุกต์ให้สอดคล้องกับรูปแบบของผลิตภัณฑ์ด้วยกรรมวิธีผลิตที่ไม่ซับซ้อนและใช้เวลานานเกินไปในการผลิตบรรจุภัณฑ์แต่ละชิ้น (เอกชาติ จันอุไรรัตน์ : บทคัดย่อ)

พฤษชาติ ชีวะโอสถ ได้ศึกษาเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป สำหรับสำนักงานเกษตร อำเภอทุ่งตะโก จังหวัดชุมพร พบว่า นักออกแบบผลิตภัณฑ์จะออกแบบตามใจตัวเองไม่ได้ เพราะเงื่อนไขในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นมีทั้งด้านกฎหมาย และด้านการผลิตซึ่งจะต้องศึกษาในเรื่องดังกล่าวให้ถ่องแท้เสียก่อนจะลงมือออกแบบ เมื่อเริ่มการออกแบบแล้วก็จะได้ค้นแบบที่ถูกต้อง

และสามารถนำไปจดทะเบียนได้ตามกฎหมายเพื่อประโยชน์ของตนเองต่อไป (พฤษชาติ ชีวะโอสถ : บทคัดย่อ)

จิตศิลป์ อภิรักษ์มนตรี ได้ศึกษาเรื่อง โครงการการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ พบว่า การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยลดต้นทุนของการผลิตบรรจุภัณฑ์เดิมและบรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องสินค้าได้ นอกจากนั้นบรรจุภัณฑ์ยังใส่ลวดลายที่สร้างความเป็นเอกลักษณ์ให้กับเกาะเกร็ดเพื่อดึงดูดความสนใจให้แก่ลูกค้าเป็นอย่างดี (จิตศิลป์ อภิรักษ์มนตรี : บทคัดย่อ)

ขวัญรัตน์ จินดา ได้ศึกษา โครงการการพัฒนาบรรจุภัณฑ์รักษ์สิ่งแวดล้อม สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทขนมหวานจังหวัดเพชรบุรี พบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับการขายเพื่อเป็นของฝากซึ่งมีการเอาสถาปัตยกรรมแบบพระนครคีรีที่สามารถสะท้อนลักษณะเฉพาะถิ่นของจังหวัดเพชรบุรีนำมาประกอบลงบรรจุภัณฑ์ และมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม โดยการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์อย่างอื่นได้และเลือกใช้วัสดุที่สามารถนำมาผลิตใหม่ได้ (ขวัญรัตน์ จินดา : บทคัดย่อ)

การศึกษาหัวข้อความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายในปัจจุบัน สามารถแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

1. ราคา

1,000 บาทขึ้นไป ได้แก่ ผ้าไหมมัดหมี่ เสื้อไหมสำเร็จรูป โสร่งไหม 999 - 100 บาท ได้แก่ สินค้าจำพวกผ้าฝ้ายและผ้าไหมสีพื้น ต่ำกว่า 100 บาท ได้แก่ สินค้าจำพวกของที่ระลึก ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้า

2. ขนาด (เปรียบเทียบจากขนาดของผลิตภัณฑ์ก่อนบรรจุลงบรรจุภัณฑ์ - พับ)

ขนาดใหญ่ 40x30 ซม. ได้แก่ เสื้อผ้าสำเร็จรูป
ขนาดกลาง 30x23 ซม. ได้แก่ ผ้าไหม และผ้าฝ้าย (แบบเป็นผืนผ้า)
ขนาดเล็ก 23x15 ซม. ได้แก่ สินค้าจำพวกของที่ระลึกต่าง ๆ

หากต้องการผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องคำนึงถึงต้นทุนการผลิต ที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ดังนั้น จากการศึกษาจึงเลือกผลิตภัณฑ์กลุ่มของ “ราคา” และใช้ข้อมูลเรื่อง “ขนาด” มาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ตราสัญลักษณ์ มีมา 3 - 5 ปี ไม่ค่อยมีผู้รู้จัก เนื่องจากเครื่องหมายการค้าอยู่บน บรรจุภัณฑ์แบบกล่องซึ่งบรรจุเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูง ในความต้องการของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างในเรื่องรูปแบบตราสัญลักษณ์ที่จะพัฒนาขึ้นใหม่ พบว่า ต้องการให้มีรูปช้างเหมือนเดิม ใช้คำว่า กลุ่มทอผ้า

บ้านหนองเขื่อนช้าง แทน คำว่า บ้านหนองเขื่อนช้าง และ ต้องการสื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่ทำ เช่น รูปผลิตภัณฑ์ ลายผ้า เป็นต้น ถ้าตราสัญลักษณ์นี้ ไม่สามารถปรากฏลงบนบรรจุภัณฑ์ได้ ต้องการให้อยู่บนฉลาก หรือ แผ่นป้าย หรือ แผ่นพับ

การศึกษาวัสดุท้องถิ่น ได้ศึกษาเกี่ยวกับวัสดุท้องถิ่นได้แก่ ผ้า, เส้นกก และเสื่อ, ไม้ไผ่, เชือกธรรมชาติจากพืช และ ผักตบชวา พบว่าวัสดุท้องถิ่นสามารถนำมาขึ้นรูปเป็นบรรจุภัณฑ์ได้ ในการนำมาใช้ในการวิจัยครั้งนี้พบว่า ผ้า, เส้นกก, เสื่อ และไม้ไผ่ สามารถนำมาใช้ในการผลิตได้ เนื่องจากวัตถุดิบหาได้ง่ายในพื้นที่, มีช่างฝีมือและผลิตได้ในชุมชนใกล้เคียง และสามารถสั่งผลิตได้ไม่จำกัดจำนวนและออกแบบได้ตามความต้องการ ซึ่งผู้วิจัยได้นำข้อมูลข้างต้นเป็นแนวทางในการพัฒนากาฟิคาบนบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ ผ้าพื้นเมืองบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม ต่อไป

หลักการออกแบบสิ่งใดก็ตามมาจากพื้นฐานการจัดการองค์ประกอบหรือทัศนธาตุทางศิลปกรรมที่ต้องการสร้างสรรค์ฟอร์มมาจากเนื้อหาในลักษณะหรือประเด็นใดประเด็นหนึ่ง, ฟอร์มแต่ละประเภทจำเป็นต้องใช้หลักการที่แตกต่างกันออกไป แต่การสร้างฟอร์มใดก็ตามต่างอยู่ภายใต้หลักการจัดองค์ประกอบทางศิลปกรรมและการออกแบบ

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในโครงการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม ครั้งนี้ผู้วิจัยได้จัดลำดับของการวิจัยโดยแบ่งขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.3 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้า

บ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.5 วิธีดำเนินการทดสอบและหาประสิทธิภาพ

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้ศึกษาจากกลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่างดังนี้

3.1.1 ประชากร

1. กลุ่มผู้บริโภครผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง
2. สมาชิก กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างผู้วิจัยได้คัดเลือกด้วยวิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาเป็นตัวแทนของกลุ่มประชากรแบบเดียวกัน ได้แก่

1. ผู้บริโภครผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

จำนวน 50 คน

2. หัวหน้ากลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จำนวน 1 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อประกอบการศึกษาโครงการ ผู้วิจัยโครงการได้สร้างเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

3.2.1 แบบสัมภาษณ์ ลักษณะของเครื่องมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสัมภาษณ์เป็นลักษณะของการกำหนดรูปแบบ (Formal Interview) คือ มีการกำหนดโครงสร้างของคำถาม และสัมภาษณ์ตามแบบสัมภาษณ์ที่กำหนดไว้

3.2.2 แบบสอบถาม ลักษณะเครื่องมือ

จัดทำขึ้นเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลความพึงพอใจในตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ของผู้บริโภคที่มีผลต่อบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง โดยแบบสอบถาม แบ่งเป็น 2 ส่วนดังนี้

1. แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์

ตอนที่ 3 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2. แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์

3.2.3 แบบประเมินผลงานการออกแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ลักษณะของเครื่องมือ

แบบประเมินผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ

1. ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบทางด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

1.1 การประเมินผลออกแบบบรรจุภัณฑ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.2 การประเมินผลทางด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการออกแบบตราสัญลักษณ์

ตอนที่ 3 แบบประเมินผลการออกแบบรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

2. ผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบทางด้านการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง โดยมีขั้นตอน 3 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทางการผลิต

ประเมินแบบมาตราส่วนโดยกำหนดน้ำหนักประมาณค่า ความเหมาะสมใช้เกณฑ์ ในการวิเคราะห์ตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังนี้

5	เมื่อตอบในช่อง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
4	เมื่อตอบในช่อง	มีความเหมาะสมมาก
3	เมื่อตอบในช่อง	มีความเหมาะสมปานกลาง
2	เมื่อตอบในช่อง	มีความเหมาะสมน้อย
1	เมื่อตอบในช่อง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากแบบสอบถามและวิเคราะห์ด้วยการหาค่าเฉลี่ยเป็นรายข้อ รายด้าน และโดยรวม โดยใช้เกณฑ์การประเมินค่าระดับการปฏิบัติการเบส (Best. 1963 : 204-208)

4.51 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
3.51 - 4.50	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
2.51 - 3.50	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
1.51 - 2.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1.00 - 1.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

3.3 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม

3.3.1 ผู้วิจัยได้ศึกษาปัญหาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง บ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม ข้อมูลที่เกี่ยวข้องของผลิตภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง แล้วทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง บ้านหนองเขื่อนช้าง ขึ้นใหม่

3.3.2 ส่งรูปแบบเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยให้ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินรูปแบบที่นำ การออกแบบใหม่เพื่อนำมาให้กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ประเมินระดับความพึงพอใจ

3.3.3 ส่งให้อาจารย์ผู้ควบคุมสาระนิพนธ์ และอาจารย์ผู้ควบคุมสาระนิพนธ์ร่วม ตรวจสอบ

3.3.4 ปรับปรุงแบบตามคำแนะนำของอาจารย์ผู้ควบคุมสาระนิพนธ์

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัย ผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้

3.4.1 ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองบ้านหนองเขื่อนช้างและบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องหรือใกล้เคียง โดยการสัมภาษณ์จากผู้บริโภคและผู้จำหน่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.2 เก็บข้อมูลโดยการถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง และลักษณะการจำหน่าย เพื่อใช้ข้อมูลในการประกอบการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

3.4.3 การเก็บแบบสอบถาม

1. ผู้วิจัยทำการติดต่อขอความร่วมมือจากองค์กรที่เกี่ยวข้องและแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างพร้อมรับคืนด้วยตนเอง
2. ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปให้กับกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเองพร้อมรับคืนด้วยตนเอง

3.4.4 การประเมินผลงานการออกแบบ

1. ผู้วิจัยติดต่อแจ้งความจำนงขอเข้าพบเพื่อแจกแบบประเมินผลงานการออกแบบกับผู้ทรงคุณวุฒิ โดยการแจ้งก่อนเข้าพบภายใน 5 วัน
2. ผู้วิจัยส่งแบบประเมินผลงานการออกแบบต่อผู้ประเมินและขอรับใบการประเมินด้วยตนเอง

3.5 วิธีประเมินความพึงพอใจ

ในการประเมินการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้ศึกษาประชากรกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 6 ท่าน โดยแบ่งเป็น 2 ด้าน ดังนี้

1. ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม ด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

1. ผศ.มณฑน คັນบุญต่อ
หัวหน้าโปรแกรมวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2. อาจารย์สมพร ชูบรรณ
หัวหน้าโปรแกรมวิชาศิลปศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

3. อาจารย์วีรวิทย์ สุภคร์ยวรวงศ์
อาจารย์ประจำโปรแกรมวิชาศิลปศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

2. ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม ด้านการผลิต

1. นางสมเดช เสนานิกม

ตัวแทนกลุ่มจักสานกระดิวบ้านหนองโน ตำบลหนองโน

อำเภอเมือง จังหวัดมหาสารคาม

2. นางสาวอุไร ขานนาม

ตัวแทนกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ต.ท่าสองคอน อ.เมือง จ.มหาสารคาม

3. นางสุคใจ ยศพล

ตัวแทนกลุ่มสตรีทอเสื่อกกบ้านลาด ตำบลลาดพัฒนา อำเภอเมืองมหาสารคาม

จังหวัดมหาสารคาม

ในการประเมินเครื่องมือในการวิจัย โดยเลือกผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านดังนี้

1. ดร. อภิสักดิ์ สีนุรักษ์

อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาโทสาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
ภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2. ผศ. ธเนศ ภิรมย์การ

อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาโทสาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
ภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3. ดร. จตุรงค์ เลาหะเพ็ญแสง

อาจารย์ประจำหลักสูตรปริญญาโทสาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
ภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

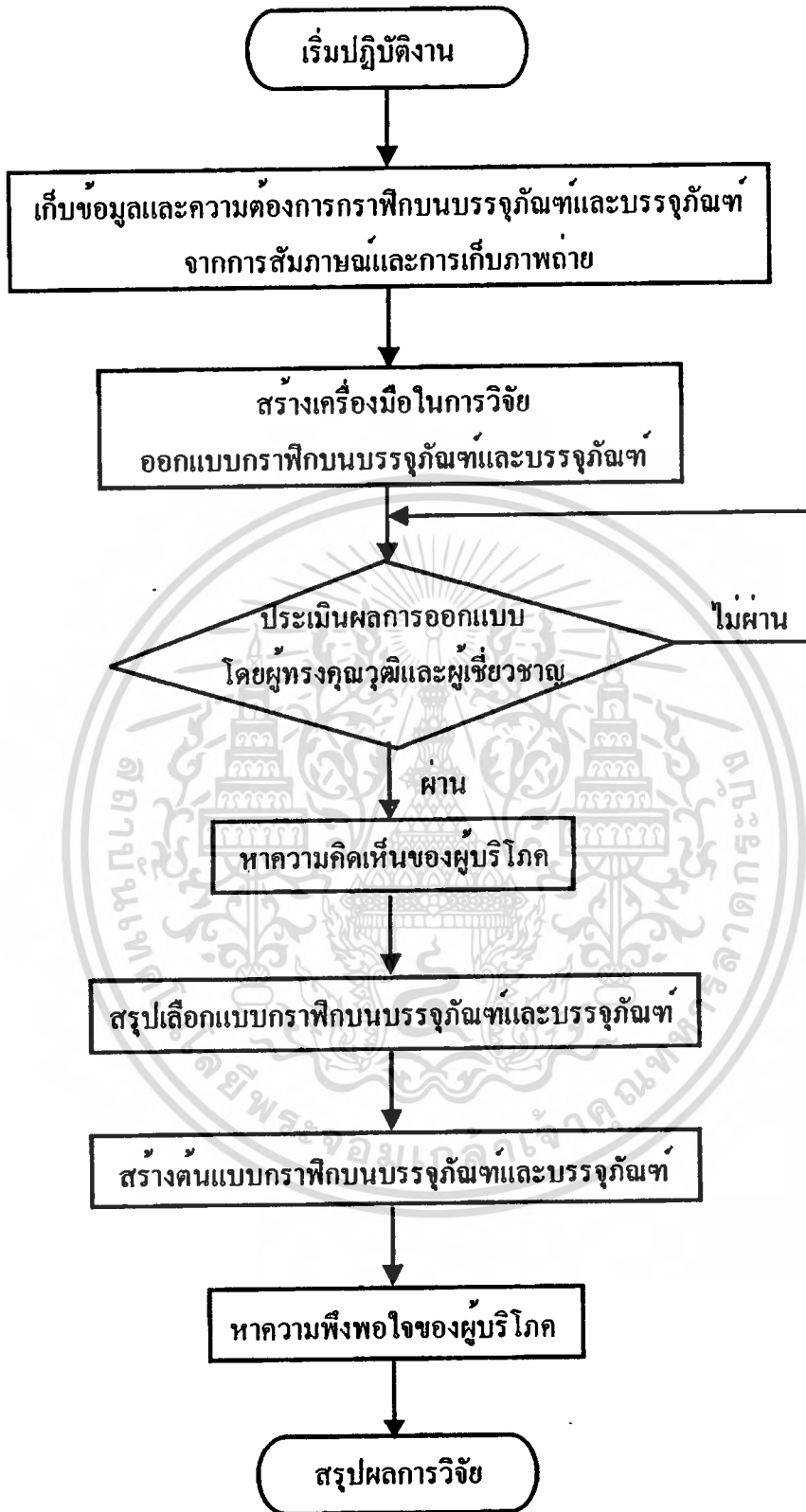
1. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลในเชิงบรรยาย

2. การวิเคราะห์ข้อมูลแบบสอบถามด้านความพึงพอใจ ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์โดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ความแปรปรวน ซึ่งเกณฑ์ในการวิเคราะห์จะใช้ช่วงค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจ ดังนี้

4.51 - 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
3.51 - 4.50	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
2.51 - 3.50	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
1.51 - 2.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1.00 - 1.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

3. เกณฑ์ยอมรับความพึงพอใจของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สำหรับ

ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้เกณฑ์
เอกสารเป็นเอกสารที่ส่งวันไว้สำหรับกรใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
การยอมรับตั้งแต่ระดับ 3.51 ขึ้นไป
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 3.1 สรุปขั้นตอนวิธีการวิจัยในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง
กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม ซึ่งให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย คือ เพื่อศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม และ เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยจะนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเป็น 4 ส่วน ดังนี้

- 4.1 ผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ
- 4.2 ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต
- 4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้บริโภค
- 4.4 ผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภค

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ,กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคามนี้ การศึกษาและพัฒนาตราสัญลักษณ์,กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง ที่ได้พัฒนาจากการวิเคราะห์จาก แบบสัมภาษณ์ตัวแทนกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ซึ่งในการออกแบบได้ออกแบบขึ้นมา 3 รูปแบบ และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ 3 รูปแบบ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ซึ่งแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท, บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100 - 999 บาท และ บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท แต่แต่ละประเภทจะทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 5 รูปแบบ

4.1 ผลการประเมินจากผู้ทรงคุณวุฒิ

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ,กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคามนี้ จะให้ผู้ทรงคุณวุฒิด้านตราสัญลักษณ์,กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง เป็นผู้ประเมินได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

4.1.1 ผลการประเมินเกี่ยวกับรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง



ภาพที่ 4.1 รูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 4.2 รูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 4.3 รูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 3



ภาพที่ 4.4 รูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 4



ภาพที่ 4.5 รูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับใช้ภายในงานวิจัยเท่านั้น ไม่ควรนำออกเผยแพร่โดยไม่ได้รับอนุญาตให้ไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ

ตราสัญลักษณ์ (N=3)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ ตราสัญลักษณ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1	เนื้อหา มีความหมาย หรือเนื้อหาและ ผู้บริโภคเข้าใจหรือ รู้สึกที่ได้จากภาพที่ ปรากฏสามารถสื่อถึง วัตถุประสงค์หรือ กิจกรรมของบริษัท หน่วยงานหรือสินค้า ที่ได้	4.67	0.33	3.33	0.57	4.33	0.67	5.00	0.00	2.33	0.57
2	ความเหมาะสมกับสื่อ หมายถึง ความงาม ความลงตัว ความ เป็นไปได้ที่จะใช้กับ สื่ออื่นๆ	4.00	0.00	3.33	1.15	3.67	0.33	4.33	0.67	3.33	0.57
3	ลักษณะพิเศษ นั่นคือ นักออกแบบจะต้อง สร้างสรรค์สิ่งแปลก ใหม่ ไม่ซ้ำใคร	4.00	0.00	2.33	0.57	3.67	0.33	4.00	0.57	2.66	0.57
4	ความร่วมมือ หมายถึงว่าสามารถ เข้าถึงคนในสมัยนั้นๆ ได้คือมีความทันสมัย อยู่ตลอดเวลา สัญลักษณ์ที่ดีควรมี อายุการใช้งาน ยาวนานเช่น 5-10 ปี ก็ยังคงคู่กันสมัยอยู่	4.67	0.33	4.00	0.57	4.00	0.57	4.33	0.67	3.33	1.15

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ ตราสัญลักษณ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
5	ความน่าเชื่อถือ รูปแบบของ สัญลักษณ์หรือ เครื่องหมายควรให้ คนมองแล้วเกิด ศรัทธาน่าเชื่อถือ	4.33	0.33	4.00	0.57	4.00	0.57	4.33	0.67	3.67	0.33
6	ความน่าเชื่อถือ รูปแบบของ สัญลักษณ์หรือ เครื่องหมายควรให้ คนมองแล้วเกิดความ ศรัทธาน่าเชื่อถือ	4.33	0.33	3.33	1.15	4.00	0.57	4.67	0.33	2.33	0.57
7	การนำไปใช้ประโยชน์ คือ สามารถนำไปใช้ ประโยชน์ได้หลาย ทาง เช่น เป็นตรา ประทับทำหัว จดหมายของจดหมาย นามบัตร ฯลฯ	4.33	0.33	4.00	0.57	4.00	0.57	4.67	0.33	4.00	0.57
8	ความเป็นสากล หมายถึง ความสามารถใน การออกแบบให้ เครื่องหมายสื่อสาร ได้กับคนทั่วโลก	4.33	0.33	4.00	0.57	3.67	0.33	4.33	0.67	3.33	1.15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ ตราสัญลักษณ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
9	เอกลักษณ์ของดี มี การใช้สีเหมาะสมกับ ธุรกิจ/สินค้า	4.67	0.33	2.66	0.57	3.67	0.33	4.33	0.67	3.00	0.00
10	เอกภาพ หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอัน เดียวกันที่ก่อให้เกิด ความงามบน เครื่องหมาย	5.00	0.00	3.67	0.33	4.00	0.57	4.33	0.67	4.33	0.67
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.43	0.92	3.46	0.66	3.90	0.14	4.43	0.16	3.23	0.61

จากตารางที่ 4.1 ในการวิเคราะห์ออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยการเรียงลำดับจากค่ามาไปหาน้อยพบว่า

ด้านเนื้อหา มีความหมายหรือเนื้อหาและผู้บริโภคเข้าใจหรือรู้สึกที่ได้จากภาพที่ปรากฏสามารถสื่อถึงวัตถุประสงค์หรือกิจกรรมของบริษัท หน่วยงานหรือสินค้าที่ได้ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.33$)

ด้านความเหมาะสมกับสื่อ หมายถึง ความงาม ความลงตัว ความเป็นไปได้ที่จะใช้กับสื่ออื่นๆ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.33$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.00$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 3.67$)

ด้านลักษณะพิเศษ นั่นคือนักออกแบบจะต้องสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 และ 4 ($\bar{X} = 4.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 3.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 2.66$)

ด้านความร่วมสมัย หมายถึงว่า สามารถเข้าถึงคนในสมัยนั้นๆ ได้คือมีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลาสัญลักษณ์ที่คิดควรมีอายุการใช้งานยาวนานเช่น 5-10 ปี ก็ยังคงดูทันสมัยอยู่ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.67$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 และ 3 ($\bar{X} = 4.00$)

ด้านสร้างความทรงจำ รูปแบบของสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายสามารถเป็นที่จดจำของบุคคลทั่วไป พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 และ 4 ($\bar{X} = 4.33$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 และ 3 ($\bar{X} = 4.00$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 3.67$)

ด้านความน่าเชื่อถือ รูปแบบของสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายให้คนมองแล้วเกิดความศรัทธาน่าเชื่อถือ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.67$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.00$)

การนำไปใช้ประโยชน์ คือ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายทาง เช่น เป็นตราประทับทำห้วงจดหมายของจดหมาย นามบัตร ฯลฯ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.67$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 2, 3 และ 5 ($\bar{X} = 4.00$)

ด้านความเป็นสากล หมายถึงความสามารถในการออกแบบให้เครื่องหมายสื่อสารได้กับคนทั่วโลก พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.67$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 และ 3 ($\bar{X} = 3.67$)

ด้านเอกลักษณ์ของสี มีการใช้สีที่เหมาะสมกับธุรกิจ/สินค้า พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.67$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 3.67$)

ด้านเอกภาพ หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ก่อให้เกิดความงามบนเครื่องหมาย พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 4 และ 5 ($\bar{X} = 4.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.00$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ค่าผลรวมของการประเมินการออกแบบตราสัญลักษณ์ทั้งหมด พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 และ 4 ($\bar{X} = 4.43$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 3.90$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 3.46$)

4.1.2 ผลการประเมินเกี่ยวกับรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง



ภาพที่ 4.6 รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



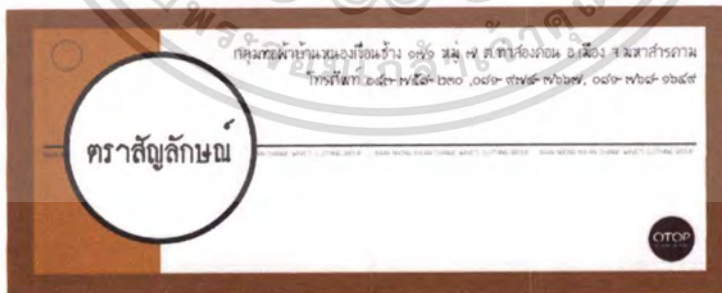
ภาพที่ 4.7 รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 4.8 รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3



ภาพที่ 4.9 รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 4



ภาพที่ 4.10 รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบ
รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ (N=3)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ กราฟิกบน บรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1	ตัวอักษร										
	1.1 ตัวอักษร สามารถสื่อถึง ผลิตภัณฑ์ได้	4.33	0.33	4.67	0.33	5.00	0.00	3.33	0.57	2.33	0.57
	1.2 ขนาด ตัวอักษรมีความ เหมาะสมต่อการ อ่าน	3.67	0.33	4.33	0.67	4.33	0.67	3.33	1.15	3.66	0.57
	1.3 สีของ ตัวอักษรมีความ เหมาะสมต่อการ อ่าน	3.67	0.33	4.33	0.67	4.33	0.67	4.33	0.67	4.33	0.67
2	ภาพประกอบ										
	2.1 ภาพประกอบ สามารถสื่อถึง ผลิตภัณฑ์ได้ อย่างชัดเจน	4.33	0.333	5.00	0.00	5.00	0.00	4.67	0.33	2.66	0.57
	2.2 สีของ ภาพประกอบมี ความเหมาะสม	4.67	0.33	4.67	0.33	4.33	0.33	3.67	0.33	3.00	0.00
	2.3 ภาพประกอบ และพื้นหลังมี ความเหมาะสม ชัดเจน	4.00	0.57	4.00	0.57	4.00	0.57	3.00	0.00	3.33	1.15

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

ที่	รายการวิเคราะห์การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
3	หลักศิลปะและความงาม										
	3.1 การจัดวางมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	4.33	0.33	4.33	0.67	5.00	0.00	3.67	0.33	3.00	0.00
	3.2 การใช้สีสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน	4.33	0.33	4.33	0.67	4.67	0.33	3.00	0.00	3.33	1.15
	3.3 บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ครบถ้วน	4.00	0.57	4.33	0.67	5.00	0.00	4.00	0.57	4.00	0.57
	3.4 ข้อความสามารถบอกรายละเอียดได้ครบถ้วน	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
	3.5 องค์ประกอบของภาพมีความกลมกลืน	4.67	0.33	4.67	0.33	4.67	0.33	3.33	0.57	2.33	0.57
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.24	0.12	4.45	0.14	4.64	0.11	3.75	0.41	3.36	0.52

จากตารางที่ 4.2 ในการวิเคราะห์รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยการเรียงลำดับจากค่ามากไปหาน้อย พบว่า

ด้านตัวอักษร ตัวอักษรสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.69$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.33$)

ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 และ 3 ($\bar{X} = 4.33$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 3.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 3.66$)

สีของตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 4.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 3.67$)

ด้านภาพประกอบ ภาพประกอบสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 และ 3 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.33$)

สีของภาพประกอบมีความเหมาะสม พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 และ 2 ($\bar{X} = 4.67$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 3.67$)

ภาพประกอบและพื้นหลังมีความเหมาะสมชัดเจน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2 และ 3 ($\bar{X} = 4.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 3.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 3.00$)

ด้านหลักศิลปะและความงาม การจัดวางมีความเหมาะสมต่อการอ่าน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 และ 2 ($\bar{X} = 4.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 3.67$)

การใช้สีสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.67$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 และ 2 ($\bar{X} = 4.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 3.33$)

บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ครบถ้วน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 4 และ 5 ($\bar{X} = 4.00$)

ข้อความสามารถบอกรายละเอียดได้ครบถ้วน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$)

องค์ประกอบของภาพมีความกลมกลืน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 และ 3 ($\bar{X} = 4.67$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 3.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 2.33$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ค่าผลรวมของการประเมินการออกแบบรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.64$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.45$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.24$)

**4.1.3 ผลการประเมินเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง
สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท**



**ภาพที่ 4.11 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท
รูปแบบที่ 1**



**ภาพที่ 4.12 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท
รูปแบบที่ 2**



**ภาพที่ 4.13 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท
รูปแบบที่ 3**



**ภาพที่ 4.14 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท
รูปแบบที่ 4**



ภาพที่ 4.15 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท
เอกสารนี้ยังฉบับสารที่กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศได้พิจารณาแล้ว เมื่อผู้ซื้อที่เห็นชอบใช้จะยื่นทำนการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อของเอกสารนี้อ่างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รูปแบบที่ 5

ตารางที่ 4.3 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับรูปแบบ
บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มหอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มี
ราคาสูงกว่า 1,000 บาท (N=3)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1	บรรจุภัณฑ์ สามารถปกป้อง ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ ภายในได้ดี	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
2	บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ ผลิตภัณฑ์ได้ อย่างชัดเจน	4.00	0.57	4.00	0.57	4.00	0.57	4.33	0.33	3.67	0.33
3	บรรจุภัณฑ์ อำนวยความสะดวก สะดวกต่อผู้ใช้ เช่น ง่ายต่อการ นำผลิตภัณฑ์ ออกมาใช้	4.33	0.67	4.33	0.67	4.33	0.67	5.00	0.00	4.33	0.67
4	บรรจุภัณฑ์ สามารถดึงดูด ความสนใจแก่ ผู้บริโภค	4.67	0.33	4.33	0.67	4.67	0.33	4.67	0.33	4.00	0.57
5	บรรจุภัณฑ์มี สามารถนำไป เป็นของฝากโดย ไม่ต้องห่อซ้ำ	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
6	บรรจุภัณฑ์มี รูปแบบและ โครงสร้างที่ เหมาะสมกับ การขนส่ง	4.67	0.33	4.67	0.33	4.67	0.33	4.67	0.33	5.00	0.00

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

ที่	รายการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
7	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการวางบนชั้นแสดงสินค้า	4.67	0.33	4.67	0.33	4.67	0.33	5.00	0.00	5.00	0.00
8	วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุในท้องถิ่นและหาง่าย	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
9	วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ง่ายต่อการผลิต	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
10	วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์มีราคาต้นทุนที่ต่ำ	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	4.67	0.33
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.73	0.22	4.70	0.25	4.73	0.22	4.86	0.09	4.66	0.19

จากตารางที่ 4.3 ในการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท โดยการเรียงลำดับจากค่ามากไปหาน้อย พบว่า

บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้ดี พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$)

บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.33$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1, 2, และ 3 ($\bar{X} = 4.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 3.67$)

บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3 และ 5 ($\bar{X} = 4.33$)

บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 3 และ 4 ($\bar{X} = 4.67$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 4.00$)

บรรจุภัณฑ์มีสามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$)

บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3 และ 4 ($\bar{X} = 4.67$)

บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการวางบนชั้นแสดงสินค้า พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1, 2 และ 3 ($\bar{X} = 4.67$)

วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุในท้องถิ่นและหาง่าย พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$)

วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ง่ายต่อการผลิต พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$)

วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์มีราคาต้นทุนที่ต่ำ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3 และ 4 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 4.67$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท ทั้งหมดพบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.86$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 และ 3 ($\bar{X} = 4.73$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.70$)

4.1.4 ผลการประเมินเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท



ภาพที่ 4.16 บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100 – 999 บาท รูปแบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.17 บรรจุก้นสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100 – 999 บาท รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 4.18 บรรจุก้นสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100 – 999 บาท รูปแบบที่ 3



ภาพที่ 4.19 บรรจุก้นสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100 – 999 บาท รูปแบบที่ 4



ภาพที่ 4.20 บรรจุก้นสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100 – 999 บาท รูปแบบที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับรูปแบบ
บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มี
ราคา 100 – 999 บาท (N=3)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1	บรรจุภัณฑ์ สามารถปกป้อง ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ ภายในได้ดี	5.00	0.00	4.67	0.33	4.33	0.67	5.00	0.00	5.00	0.00
2	บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ ผลิตภัณฑ์ได้ อย่างชัดเจน	4.00	0.57	4.00	0.57	4.00	0.57	4.00	0.57	4.00	0.57
3	บรรจุภัณฑ์ อำนวยความสะดวก สะดวกต่อผู้ใช้ เช่น ง่ายต่อการ นำผลิตภัณฑ์ ออกมาใช้	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
4	บรรจุภัณฑ์ สามารถดึงดูด ความสนใจแก่ ผู้บริโภค	4.33	0.67	4.67	0.33	4.67	0.33	4.67	0.33	4.33	0.67
5	บรรจุภัณฑ์มี สามารถนำไป เป็นของฝากโดย ไม่ต้องห่อซ้ำ	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
6	บรรจุภัณฑ์มี รูปแบบและ โครงสร้างที่ เหมาะสมกับ การขนส่ง	4.67	0.33	5.00	0.00	5.00	0.00	4.67	0.33	4.67	0.33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4(ต่อ)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
7	บรรจุภัณฑ์มี รูปแบบและ โครงสร้างที่ เหมาะสมกับ การวางบนชั้น แสดงสินค้า	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
8	วัสดุที่นำมาผลิต เป็นบรรจุภัณฑ์ เป็นวัสดุใน ท้องถิ่นและหา ง่าย	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
9	วัสดุที่นำมาผลิต เป็นบรรจุภัณฑ์ ง่ายต่อการผลิต	4.67	0.33	5.00	0.00	5.00	0.00	4.67	0.33	5.00	0.00
10	วัสดุที่นำมาผลิต เป็นบรรจุภัณฑ์มี ราคาต้นทุนที่ต่ำ	4.67	0.33	5.00	0.00	5.00	0.00	4.67	0.33	5.00	0.00
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.73	0.22	4.83	0.12	4.80	0.15	4.76	0.18	4.80	0.15

จากตารางที่ 4.4 ในการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100 – 999 บาท โดยการเรียงลำดับจากค่ามากไปหาน้อยพบว่า

บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้ดี พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.33$)

บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 4.00$)

บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$)

ไม่วารัณเด้าทงสน อักทงหามมิเห็ดดแปงเนือหา และตองอองอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2 และ 4 ($\bar{X} = 4.67$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 และ 5 ($\bar{X} = 4.33$)

บรรจุภัณฑ์มีสามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$)

บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 และ 3 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1, 4 และ 5 ($\bar{X} = 4.67$)

บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการวางบนชั้นแสดงสินค้า พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$)

วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุในท้องถิ่นและหาง่าย พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$)

วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ง่ายต่อการผลิต พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2, 3, และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 และ 4 ($\bar{X} = 4.67$)

วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์มีราคาต้นทุนที่ต่ำ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2, 3 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 และ 4 ($\bar{X} = 4.67$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มหอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100—999 บาท ทั้งหมดพบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.83$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 และ 2 ($\bar{X} = 4.80$) และลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.76$)

4.1.5 ผลการประเมินเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มหอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท



ภาพที่ 4.21 บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 4.22 บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 4.23 บรรจุกิจกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 3



ภาพที่ 4.24 บรรจุกิจกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 4



ภาพที่ 4.25 บรรจุกิจกรรมสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 5

ตารางที่ 4.5 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้ทรงคุณวุฒิเกี่ยวกับรูปแบบ บรรจุกิจกรรมของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มี ราคาต่ำกว่า 100 บาท (N=3)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ บรรจุกิจกรรม	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1	บรรจุกิจกรรม สามารถปกป้อง ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ ภายในได้ดี	4.33	0.67	4.33	0.67	4.33	0.67	4.33	0.67	4.33	0.67
2	บรรจุกิจกรรมบ่งชี้ ผลิตภัณฑ์ได้ อย่างชัดเจน	4.33	0.67	4.33	0.67	5.00	0.00	4.67	0.33	5.00	0.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
3	บรรจุภัณฑ์ อำนวยความสะดวก สะดวกต่อผู้ใช้ เช่น ง่ายต่อการ นำผลิตภัณฑ์ ออกมาใช้	4.67	0.33	4.67	0.33	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
4	บรรจุภัณฑ์ สามารถดึงดูด ความสนใจแก่ ผู้บริโภค	4.33	0.67	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
5	บรรจุภัณฑ์มี สามารถนำไป เป็นของฝากโดย ไม่ต้องห่อซ้ำ	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
6	บรรจุภัณฑ์มี รูปแบบและ โครงสร้างที่ เหมาะสมกับ การขนส่ง	4.33	0.67	4.33	0.67	4.33	0.67	4.33	0.67	4.33	0.67
7	บรรจุภัณฑ์มี รูปแบบและ โครงสร้างที่ เหมาะสมกับ การวางบนชั้น แสดงสินค้า	3.67	0.88	3.67	0.88	3.67	0.88	3.67	0.88	3.67	0.88

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
8	วัสดุที่นำมาผลิต เป็นบรรจุภัณฑ์ เป็นวัสดุใน ท้องถิ่นและหา ง่าย	4.67	0.33	4.67	0.33	4.67	0.33	4.67	0.33	4.67	0.33
9	วัสดุที่นำมาผลิต เป็นบรรจุภัณฑ์ ง่ายต่อการผลิต	5.00	0.00	4.67	0.33	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
10	วัสดุที่นำมาผลิต เป็นบรรจุภัณฑ์มี ราคาต้นทุนที่ต่ำ	4.67	0.33	4.33	0.67	4.67	0.33	4.67	0.33	4.67	0.33
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.50	0.42	4.50	0.45	4.60	0.14	4.53	0.15	4.60	0.14

จากตารางที่ 4.5 ในการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มพ่อค้าบ้านหนองเขื่อนช้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท โดยการเรียงลำดับจากค่ามากไปหาน้อยพบว่า

บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้ดี พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 4.33$)

บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 และ 4 ($\bar{X} = 4.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.33$)

บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 และ 2 ($\bar{X} = 4.67$)

บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.33$)

บรรจุภัณฑ์มีสามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$)

บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง พบว่า รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 4.33$)

บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการวางบนชั้นแสดงสินค้า พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 3.67$)

วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุในท้องถิ่นและหาง่าย พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 4.67$)

วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์ง่ายต่อการผลิต พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.67$)

วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์มีราคาค้นทุนที่ต่ำ พบว่า รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 4.67$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท ทั้งหมดพบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 และ 5 ($\bar{X} = 4.60$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.53$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 และ 2 ($\bar{X} = 4.50$)

หลังจากที่ประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างทั้งหมดโดย ผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว จะได้นำเอาข้อมูลที่ได้จากการประเมิน คือ การเลือกรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง คือ รูปแบบที่ 1, 4 และรูปแบบที่ 3, รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ คือ รูปแบบที่ 3, รูปแบบที่ 2 และ รูปแบบที่ 1, รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ในลำดับที่ 1-3 มาประเมินความคิดเห็นโดยผู้บริโภค ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท คือ รูปแบบที่ 4, รูปแบบที่ 3 และ 1, รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100 – 999 บาท คือ รูปแบบที่ 3, รูปแบบที่ 1 และ 2 และรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท คือ รูปแบบที่ 3, 5 และ รูปแบบที่ 4

4.2 ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคามนี้ จะให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต เป็นผู้ประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองเดียวกับผู้ทรงคุณวุฒิทางการออกแบบ ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

4.2.1 ผลการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับ

ผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท

เอกสารนี้เป็นทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตเกี่ยวกับ
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภท
สินค้า ที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท (N=3)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1	วัสดุที่นำมาผลิต เป็นบรรจุภัณฑ์ เป็นวัสดุที่ง่ายต่อ การผลิต	4.67	0.33	4.67	0.33	4.67	0.33	5.00	0.00	4.33	0.33
2	วัสดุที่นำมาผลิต เป็นบรรจุภัณฑ์ เป็นวัสดุที่หาได้ ในท้องถิ่น	4.67	0.33	4.67	0.33	4.67	0.33	5.00	0.00	5.00	0.00
3	ระยะเวลาใน การผลิตที่สั้น	4.67	0.33	4.67	0.33	4.33	0.33	4.67	0.33	4.00	0.00
4	บรรจุภัณฑ์ สามารถผลิตได้ ในปริมาณที่มาก	4.00	0.00	4.00	0.00	5.00	0.00	4.67	0.66	4.00	0.00
5	ในท้องถิ่นมีผู้ ชำนาญทางด้าน การผลิต	4.33	0.33	4.33	0.33	4.67	0.33	5.00	0.00	4.00	0.00
6	รูปแบบของ บรรจุภัณฑ์ เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ที่ บรรจุ	4.67	0.33	4.33	0.33	4.67	0.33	5.00	0.00	4.67	0.33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
7	ราคาของ บรรจุภัณฑ์ เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ที่ บรรจุ	4.67	0.33	4.67	0.33	4.67	0.00	5.00	0.00	4.67	0.33
8	บรรจุภัณฑ์ สะท้อนถึง เอกลักษณ์พื้น ถิ่น	4.67	0.33	4.67	0.33	4.67	0.33	5.00	0.00	4.67	0.33
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.54	0.28	4.50	0.28	4.66	0.24	4.91	0.12	4.41	0.16

จากตารางที่ 4.6 ในการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่างบ้านหนองเขื่อนช้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท โดยการเรียงลำดับจากค่ามากไปหาน้อย พบว่า

วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุที่ง่ายต่อการผลิต พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 และ 4 ($\bar{X} = 4.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 4.33$)

วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1, 2 และ 3 ($\bar{X} = 4.67$)

ระยะเวลาในการผลิตที่สั้น พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.67$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1, 2 และ 3 ($\bar{X} = 4.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 4.00$)

บรรจุภัณฑ์สามารถผลิตได้ในปริมาณที่มาก พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2 และ 5 ($\bar{X} = 4.33$)

ในท้องถิ่นมีผู้ชำนาญทางด้านการผลิต พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 และ 5 ($\bar{X} = 4.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 และ 2 ($\bar{X} = 4.33$)

รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X}=5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1, 3 และ 5 ($\bar{X}=4.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X}=4.33$)

ราคาของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X}=5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1, 3, 4 และ 5 ($\bar{X}=4.67$)

บรรจุภัณฑ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์พื้นถิ่น พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X}=5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3 และ 5 ($\bar{X}=4.67$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูล โดย ผู้เชี่ยวชาญการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท ทั้งหมดพบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X}=4.91$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X}=4.66$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X}=4.54$)

4.2.2 ผลการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท

ตารางที่ 4.7 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตเกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท (N=3)

ที่	รายการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1	วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุที่ง่ายต่อการผลิต	4.33	0.33	4.67	0.33	5.00	0.00	4.33	0.33	4.67	0.33
2	วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
3	ระยะเวลาในการผลิตที่สั้น	4.33	0.33	4.67	0.33	4.67	0.33	4.33	0.33	4.33	0.33

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

ที่	รายการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
4	บรรจุภัณฑ์สามารถผลิตได้ในปริมาณที่มาก	4.33	0.33	5.00	0.00	4.33	0.00	4.33	0.33	4.67	0.33
5	ในท้องถิ่นมีผู้ชำนาญทางด้านการผลิต	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
6	รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ	4.00	0.00	5.00	0.00	4.67	0.33	4.33	0.33	4.67	0.33
7	ราคาของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ	4.00	0.00	4.67	0.33	5.00	0.00	4.67	0.33	4.67	0.33
8	บรรจุภัณฑ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์พื้นถิ่น	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.49	0.12	4.87	0.12	4.83	0.08	4.62	0.20	4.75	0.20

จากตารางที่ 4.7 ในการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท โดยการเรียงลำดับจากค่ามากไปหาน้อย พบว่า

วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุที่ง่ายต่อการผลิต พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 และ 5 ($\bar{X} = 4.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 และ 4 ($\bar{X} = 4.33$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$)

ระยะเวลาในการผลิตที่สั้น พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 และ 3 ($\bar{X} = 4.67$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1, 4 และ 5 ($\bar{X} = 4.33$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 4.00$)

บรรจุภัณฑ์สามารถผลิตได้ในปริมาณที่มาก พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 4.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 3 และ 4 ($\bar{X} = 4.33$)

ในท้องถิ่นมีผู้ชำนาญทางด้านการผลิต พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$)

รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 และ 5 ($\bar{X} = 4.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.33$)

ราคาของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 และ 5 ($\bar{X} = 4.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.33$)

บรรจุภัณฑ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์พื้นถิ่น พบว่า รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท ทั้งหมดพบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.87$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.83$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 4.75$)

4.2.3 ผลการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท

ตารางที่ 4.8 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตเกี่ยวกับ
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภท
สินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท (N=3)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1	วัสดุที่นำมาผลิต เป็นบรรจุภัณฑ์ เป็นวัสดุที่ง่ายต่อ การผลิต	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
2	วัสดุที่นำมาผลิต เป็นบรรจุภัณฑ์ เป็นวัสดุที่หาได้ ในท้องถิ่น	5.00	0.00	4.67	0.33	5.00	0.00	4.67	0.33	4.67	0.33
3	ระยะเวลาใน การผลิตที่สั้น	5.00	0.00	4.67	0.33	5.00	0.00	4.33	0.33	5.00	0.00
4	บรรจุภัณฑ์ สามารถผลิตได้ ในปริมาณที่มาก	5.00	0.00	4.67	0.33	5.00	0.00	4.67	0.33	5.00	0.00
5	ในท้องถิ่นมีผู้ ชำนาญทางด้าน การผลิต	5.00	0.00	4.67	0.33	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
6	รูปแบบของ บรรจุภัณฑ์ เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ที่ บรรจุ	4.00	0.00	4.67	0.33	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3		รูปแบบที่ 4		รูปแบบที่ 5	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
7	ราคาของ บรรจุภัณฑ์ เหมาะสมกับ ผลิตภัณฑ์ที่ บรรจุ	5.00	0.00	4.67	0.33	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
8	บรรจุภัณฑ์ สะท้อนถึง เอกลักษณ์พื้น ถิ่น	4.33	0.33	4.67	0.33	5.00	0.00	5.00	0.00	5.00	0.00
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.79	0.04	4.71	0.28	5.00	0.00	4.83	0.12	4.95	0.04

จากตารางที่ 4.8 ในการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มหอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาค่ากว่า 100 บาท โดยการเรียงลำดับจากค่ามากไปหาน้อยพบว่า

วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุที่ง่ายต่อการผลิต พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 2, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$)

วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุที่หาได้ในท้องถิ่น พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 และ 3 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2, 4 และ 5 ($\bar{X} = 4.67$)

ระยะเวลาในการผลิตที่สั้น พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 3 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.33$)

บรรจุภัณฑ์สามารถผลิตได้ในปริมาณที่มาก พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 3 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 และ 4 ($\bar{X} = 4.67$)

ในท้องถิ่นมีผู้ชำนาญทางด้านการผลิต พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.67$)

รูปแบบของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.00$)

ราคาของบรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่บรรจุ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1, 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.67$)

บรรจุภัณฑ์สะท้อนถึงเอกลักษณ์พื้นถิ่น พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3, 4 และ 5 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.67$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.33$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท ทั้งหมดพบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 4.95$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.83$)

หลังจากที่ประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างทั้งหมดโดยผู้เชี่ยวชาญแล้ว จะได้นำเอาข้อมูลที่ได้จากการประเมิน คือ การเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ในลำดับที่ 1-3 มาประเมินความคิดเห็นโดยผู้บริโภค ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท คือ รูปแบบที่ 4, รูปแบบที่ 3 และ 1 ,รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100 – 999 บาท คือ รูปแบบที่ 2 ,รูปแบบที่ 3 และ 5 และรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท คือ รูปแบบที่ 3, 5 และ รูปแบบที่ 4 ซึ่งสอดคล้องกับการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผู้ทรงคุณวุฒิ

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้บริโภค

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ,กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคามนี้ ได้นำผลจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่ได้ประเมินโดยมีผลการวิเคราะห์ 3 รูปแบบที่มีค่าสูงสุด มาใช้ในการประเมินหาค่าความคิดเห็นในการออกแบบ ดังนี้

4.3.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ตารางที่ 4.9 ตารางแสดงร้อยละของข้อมูลทั่วไปของกลุ่มผู้บริโภคร (N=50)

รายการ		จำนวน	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	26	52
	หญิง	24	48
รวม		50	100
2. อายุ	15-25ปี	5	10
	26-35 ปี	14	28
	36-45 ปี	16	32
	46 ปีขึ้นไป	15	30
รวม		50	100
3.วุฒิการศึกษา	ประถม/มัธยมต้น	6	12
	มัธยมปลาย/อาชีวศึกษา	16	32
	ปริญญาตรี	23	46
	สูงกว่าปริญญาตรี	5	10
รวม		50	100
4. รายได้ต่อเดือน	น้อยกว่า 10,000 บาท	10	20
	10,001-20,000 บาท	12	24
	20,001-30,00 บาท	15	30
	มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป	13	26
	รวม	50	100

จากตารางที่ 4.9 การวิเคราะห์ ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค หาค่าร้อยละ จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ โดยการเรียงลำดับจากค่ามากไปหาน้อย พบว่าโดยส่วนมากเป็นเพศชายมากที่สุด จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และเพศหญิง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48 โดยกลุ่มผู้บริโภคอยู่ในช่วงอายุ 36-45 ปี มากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ลำดับรองลงมาเป็นช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30, ช่วงอายุ 26-35 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 และลำดับน้อยที่สุดคือ ช่วงอายุ 15- 25 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 กลุ่มผู้บริโภครมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 46 รองลงมา คือ การศึกษาในระดับมัธยมปลายและอาชีวศึกษา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 , การศึกษาในระดับประถมและมัธยมต้น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และลำดับสุดท้าย คือ การศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ผู้บริโภครส่วนใหญ่มีรายได้ในช่วง 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ ร้อยละ 30, รองลงมา

คือ ผู้มีรายได้มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26, ผู้มีรายได้ในช่วง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24 และลำดับสุดท้ายเป็นผู้มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

4.3.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง



ภาพที่ 4.26 รูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 4.27 รูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 4.28 รูปแบบตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 3

ตารางที่ 4.10 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคใน
รูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง (N=50)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบตราสัญลักษณ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1	เนื้อหา มีความหมายหรือเนื้อหาและสื่อถึง วัตถุประสงค์หรือสินค้าที่ได้	4.62	0.49	4.42	0.49	4.92	0.27
2	ความเหมาะสมกับสื่อ หมายถึง ความงาม ความลงตัวความเป็นไปได้ที่จะใช้กับสื่ออื่นๆ	4.50	0.54	4.52	0.50	4.88	0.32
3	ลักษณะพิเศษ มีความแปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร	4.46	0.54	4.48	0.50	4.76	0.43
4	ความร่วมมือ มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	4.48	0.54	4.48	0.50	4.68	0.55
5	สร้างความทรงจำ รูปแบบสามารถเป็นที่จดจำ ของบุคคลทั่วไป	4.36	0.52	4.62	0.59	4.52	0.57
6	ความน่าเชื่อถือ มองแล้วเกิดความศรัทธา น่าเชื่อถือ	4.46	0.50	4.52	0.50	4.64	0.48
7	การนำไปใช้ประโยชน์ สามารถนำไปใช้ ประโยชน์ได้หลายทาง เช่น นามบัตร ฯลฯ	4.46	0.50	4.56	0.50	4.84	0.37
8	ความเป็นสากล หมายถึงความสามารถในการ ออกแบบให้เครื่องหมายสื่อสารได้กับคนทั่วโลก	4.62	0.49	4.42	0.49	4.68	0.14
9	เอกลักษณ์ของสี มีการใช้สีเหมาะสมกับสินค้า	4.46	0.50	4.50	0.50	4.58	0.49
10	เอกภาพ หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ที่ก่อให้เกิดความงามบนเครื่องหมาย	4.38	0.49	4.66	0.47	4.44	0.50
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.48	0.20	4.51	0.22	4.72	0.11

จากตารางที่ 4.10 ในการวิเคราะห์ออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยการเรียงลำดับจากค่ามาก
ไปหาน้อยพบว่า

ด้านเนื้อหา มีความหมายหรือเนื้อหาและผู้บริโภคเข้าใจหรือรู้สึกที่ได้จากภาพที่ปรากฏ
สามารถสื่อถึงวัตถุประสงค์หรือกิจกรรมของบริษัท หน่วยงานหรือสินค้าที่ได้ พบว่า ลำดับมาก
ที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.92$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.62$) และลำดับสุดท้าย คือ
รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.42$)

ด้านความเหมาะสมกับสื่อ หมายถึง ความงาม ความลงตัวความเป็นไปได้ที่จะใช้กับสื่อ
อื่นๆ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.88$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.52$)

เอกลักษณ์ และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.50$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.50$)
ไม่वारณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านลักษณะพิเศษ นั้นคือนักออกแบบจะต้องสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.76$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.48$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.46$)

ด้านความร่วมมือ หมายถึงว่า สามารถเข้าถึงคนในสมัยนั้นๆ ได้คือมีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลาสัญลักษณ์ที่คิดควรมีอายุการใช้งานยาวนานเช่น 5-10 ปี ก็ยังคงดูทันสมัยอยู่ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.68$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 และ 2 ($\bar{X} = 4.48$)

ด้านสร้างความทรงจำ รูปแบบของสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายสามารถเป็นที่จดจำของบุคคลทั่วไป พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.62$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.52$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.36$)

ด้านความน่าเชื่อถือ รูปแบบของสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายควรให้คนมองแล้วเกิดศรัทธาเชื่อถือ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.64$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.52$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.46$)

ด้านการนำไปใช้ประโยชน์ คือ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายทาง เช่น เป็นตราประทับทำห้วงหมายของจดหมาย นามบัตร ฯลฯ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.84$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.56$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.46$)

ด้านความเป็นสากล หมายถึง ความสามารถในการออกแบบให้เครื่องหมายสื่อสารได้กับคนทั่วโลก พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.68$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.62$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.42$)

ด้านเอกลักษณ์ของสี มีการใช้สีเหมาะสมกับธุรกิจ/สินค้า พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.58$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.50$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 3.46$)

ด้านเอกภาพ หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ก่อให้เกิดความงามของเครื่องหมาย พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.66$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.44$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.38$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้บริโภคในการประเมินความคิดเห็นในรูปแบบตราสัญลักษณ์ ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.72$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.51$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.48$)

4.3.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง



ภาพที่ 4.29 รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 4.30 รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 4.31 รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3

ตารางที่ 4.11 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคใน รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง (N=50)

ที่	รายการวิเคราะห์การออกแบบ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1.	ตัวอักษร						
	1.1 ตัวอักษรสามารถสื่อถึง ผลิตภัณฑ์ได้	4.66	0.57	3.00	0.44	3.66	0.57
	1.2 ขนาดตัวอักษรมีความ เหมาะสมต่อการอ่าน	4.00	0.43	3.00	0.48	3.66	0.52
	1.3 สีของตัวอักษรมีความ เหมาะสมต่อการอ่าน	4.33	0.57	3.33	0.57	4.00	0.47

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนลิขสิทธิ์สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

ที่	รายการวิเคราะห์การออกแบบ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
2.	ภาพประกอบ						
	2.1 ภาพประกอบสามารถสื่อถึง ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	4.72	0.45	4.60	0.43	4.44	0.50
	2.2 สีของภาพประกอบมีความ เหมาะสม	4.60	0.49	4.66	0.47	4.68	0.47
	2.3 ภาพประกอบและพื้นหลังมี ความเหมาะสมชัดเจน	4.92	0.27	4.54	0.50	4.52	0.50
3.	หลักศิลปะและความงาม						
	3.1 การจัดวางมีความเหมาะสม ง่ายต่อการอ่าน	4.62	0.49	4.44	0.50	4.54	0.50
	3.2 การใช้สีสามารถสื่อถึง ผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน	4.76	0.43	4.62	0.49	4.60	0.49
	3.3 บอกรายละเอียดของ ผลิตภัณฑ์ครบถ้วน	4.78	0.41	4.58	0.49	4.66	0.47
	3.4 ข้อความสามารถบอก รายละเอียดได้ครบถ้วน	4.76	0.43	4.56	0.50	4.48	0.50
	3.5 องค์ประกอบของภาพมี ความกลมกลืน	4.70	0.14	4.38	0.49	4.50	0.50
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.62	0.15	4.15	0.14	4.34	0.11

จากตารางที่ 4.11 ในการวิเคราะห์รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยการเรียงลำดับจาก
ค่ามากไปหาน้อย พบว่า

ด้านตัวอักษร ตัวอักษรสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบ
ที่ 1 ($\bar{X} = 4.66$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 3.66$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2
($\bar{X} = 3.00$)

ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมง่ายต่อการอ่าน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1
($\bar{X} = 4.00$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 3.66$) และลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3
($\bar{X} = 3.00$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สีของตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.33$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.00$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 3.33$)

ด้านภาพประกอบ ภาพประกอบสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.72$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.60$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.44$)

สีของภาพประกอบมีความเหมาะสม พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.68$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.66$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.60$)

ภาพประกอบและพื้นหลังมีความเหมาะสมชัดเจน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.92$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.54$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.52$)

ด้านหลักศิลปะและความงาม การจัดวางมีความเหมาะสมต่อการอ่าน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.62$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.54$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.44$)

การใช้สีสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.76$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.62$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.60$)

บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ครบถ้วน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.78$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.66$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.58$)

ข้อความสามารถบอกรายละเอียดได้ครบถ้วน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.76$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.56$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.48$)

องค์ประกอบของภาพมีความกลมกลืน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.70$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.50$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.38$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้บริโภคในการประเมินความคิดเห็นในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.62$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.34$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.15$)

4.3.3 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท



ภาพที่ 4.32 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท
รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 4.33 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท
รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 4.34 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท
รูปแบบที่ 3

ตารางที่ 4.12 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคใน
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภท
สินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท (N=50)

ที่	รายการวิเคราะห์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1.	บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้	4.50	0.50	4.78	0.41	4.76	0.43
2.	บรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	4.52	0.50	4.58	0.49	4.90	0.30
3.	บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกได้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้	4.58	0.49	4.66	0.47	4.72	0.45
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค	4.38	0.49	4.60	0.49	4.60	0.49
5.	บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ	4.66	0.47	4.52	0.50	4.50	0.50
6.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง	4.54	0.50	4.74	0.44	4.76	0.43
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.53	0.23	4.64	0.20	4.70	0.14

จากตารางที่ 4.12 ในการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท โดยการเรียงลำดับจากค่ามากไปหาน้อย พบว่า

บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้ดี พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.78$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.76$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.40$)

บรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.90$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.58$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.52$)

บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกได้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.72$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.66$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.58$)

บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 และ 3 ($\bar{X} = 4.60$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.38$)

บรรจุภัณฑ์มีสามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.66$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.52$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.50$)

บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.76$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.74$) และลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.54$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้บริโภคในการประเมินความคิดเห็นในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.70$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.64$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.53$)

4.3.4 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100 – 999 บาท



ภาพที่ 4.35 บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100-999 บาท รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 4.36 บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100-999 บาท รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 4.37 บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100-999 บาท รูปแบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคใน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภท สินค้าที่มีราคาค้างตั้งแต่ 100-999 บาท (N=50)

ที่	รายการวิเคราะห์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1.	บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้	4.68	0.47	4.76	0.43	4.68	0.47
2.	บรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	4.60	0.49	4.90	0.27	4.52	0.50
3.	บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกได้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้	4.66	0.47	4.44	0.50	4.80	0.40
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค	4.62	0.49	4.86	0.35	4.72	0.45
5.	บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ	4.76	0.43	4.84	0.37	4.66	0.47
6.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง	4.50	0.50	4.56	0.50	4.48	0.50
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.63	0.21	4.73	0.17	4.64	0.19

จากตารางที่ 4.13 ในการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาค้างตั้งแต่ 100-999 บาท โดยการเรียงลำดับจากค่ามากไปหาน้อย พบว่า

บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้ดี พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.76$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 และ 3 ($\bar{X} = 4.68$)

บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.90$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.60$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.52$)

บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.80$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.66$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.44$)

บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.86$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.72$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.62$)

บรรจุภัณฑ์มีสามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.84$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.76$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.66$)

บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.56$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.50$) และลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.48$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้บริโภคในการประเมินความคิดเห็นในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.73$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.64$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.63$)

4.3.5 ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอดผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท



ภาพที่ 4.38 บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 4.39 บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 4.40 บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท รูปแบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคใน
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภท
สินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท (N=50)

ที่	รายการวิเคราะห์	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
		\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.	\bar{X}	S.D.
1.	บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้	4.60	0.43	4.62	0.49	4.54	0.50
2.	บรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	4.74	0.44	4.68	0.47	4.74	0.44
3.	บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกได้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้	4.92	0.27	4.58	0.49	4.68	0.47
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค	4.64	0.48	4.56	0.50	4.68	0.47
5.	บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ	4.74	0.44	4.44	0.50	4.54	0.50
6.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง	4.54	0.50	4.78	0.41	4.82	0.38
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.72	0.19	4.60	0.18	4.66	0.22

จากตารางที่ 4.14 ในการวิเคราะห์รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง
สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท พบว่า

บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้ดี พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบ
ที่ 2 ($\bar{X} = 4.62$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.60$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 3
($\bar{X} = 4.54$)

บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 และ 3
($\bar{X} = 4.74$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.68$)

บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ พบว่า
ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.92$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.68$) และ ลำดับ
สุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.85$)

บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3
($\bar{X} = 4.68$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.64$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2
($\bar{X} = 4.56$)

บรรจุกณ์ท์มีสามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.74$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.54$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.44$)

บรรจุกณ์ท์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.82$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.78$) และลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.54$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดยผู้บริโภคในการประเมินความคิดเห็นในรูปแบบบรรจุกณ์ท์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีต่ำกว่า 100 บาท พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.72$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.66$) และลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.60$)

หลังจากที่ประเมินความคิดเห็นในรูปแบบบรรจุกณ์ท์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างทั้งหมดโดยผู้บริโภคแล้ว จะได้นำเอาข้อมูลที่ได้จากการประเมิน คือ การเลือกรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง คือ รูปแบบที่ 3 , รูปแบบกราฟิกบนบรรจุกณ์ท์ คือ รูปแบบที่ 1, รูปแบบบรรจุกณ์ท์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ในลำดับที่ 1 มาผลิตเป็นต้นแบบและประเมินความพึงพอใจโดยผู้บริโภค ได้แก่ บรรจุกณ์ท์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท คือ รูปแบบที่ 3, รูปแบบบรรจุกณ์ท์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100 – 999 บาท คือ รูปแบบ 2 และรูปแบบบรรจุกณ์ท์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท คือ รูปแบบที่ 1

4.4 ผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้บริโภค

การวิเคราะห์ข้อมูลของผู้บริโภคในการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์ , กราฟิกบนบรรจุกณ์ท์ และบรรจุกณ์ท์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง พบว่า รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 , รูปแบบกราฟิกบนบรรจุกณ์ท์ที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 และบรรจุกณ์ท์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองที่ผู้บริโภคมีความพึงพอใจมากที่สุด โดยแบ่งเป็น 3 ประเภท คือ บรรจุกณ์ท์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีมากกว่า 1,000 บาท คือ รูปแบบที่ 3, บรรจุกณ์ท์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีตั้งแต่ 100-999บาท คือ รูปแบบที่ 2 และบรรจุกณ์ท์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีต่ำกว่า 100 บาท คือ รูปแบบที่ 1

4.4.1 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบตราสัญลักษณ์ (N=50)



ภาพที่ 4.41 ตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง รูปแบบใหม่

ตารางที่ 4.15 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง รูปแบบใหม่ (N=50)

ที่	รายการวิเคราะห์การออกแบบตราสัญลักษณ์	ระดับความความพึงพอใจ		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	เนื้อหา มีความหมายหรือเนื้อหาและผู้บริโภคเข้าใจหรือรู้สึกที่ได้จากภาพที่ปรากฏสามารถสื่อถึงวัตถุประสงค์หรือกิจกรรมของบริษัท หน่วยงานหรือสินค้าที่ได้	4.96	0.199	มากที่สุด
2	ความเหมาะสมกับสื่อ หมายถึง ความงาม ความลงตัวความเป็นไปได้ที่จะใช้กับสื่ออื่นๆ	4.96	0.199	มากที่สุด
3	ลักษณะพิเศษ นั่นคือ นวัตกรรมออกแบบจะต้องสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร	4.52	0.504	มากที่สุด
4	ความร่วมมือ หมายถึงว่า สามารถเข้าถึงคนในสมัยนั้นๆ ได้คือมีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลาสัญลักษณ์ที่ดีควรมีอายุการใช้งานยาวนานเช่น 5-10 ปี ก็ยังคงดูทันสมัยอยู่	4.52	0.504	มากที่สุด
5	สร้างความทรงจำ รูปแบบของสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายสามารถเป็นที่จดจำของบุคคลทั่วไป	4.92	0.274	มากที่สุด
6	ความน่าเชื่อถือ รูปแบบของสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายควรให้คนมองแล้วเกิดความศรัทธาน่าเชื่อถือ	4.92	0.274	มากที่สุด
7	การนำไปใช้ประโยชน์ คือ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายทาง เช่น เป็นตราประทับทำห้วงจดหมายของจดหมายนามบัตร ฯลฯ	4.84	0.370	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.15 (ต่อ)

ที่	รายการวิเคราะห์การออกแบบตราสัญลักษณ์	ระดับความพึงพอใจ		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
8	ความเป็นสากล หมายถึงความสามารถในการออกแบบให้เครื่องหมายสื่อสารได้กับคนทั่วโลก	4.88	0.328	มากที่สุด
9	เอกลักษณ์ของสี มีการใช้สีเหมาะสมกับธุรกิจ/สินค้า	4.84	0.370	มากที่สุด
10	เอกภาพ หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ก่อให้เกิดความงามเครื่องหมาย	4.84	0.370	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.82	0.339	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.15 ในการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบตราสัญลักษณ์ พบว่า

ด้านเนื้อหา มีความหมายหรือเนื้อหาและผู้บริโภคเข้าใจหรือรู้สึกที่ได้จากภาพที่ปรากฏสามารถสื่อถึงวัตถุประสงค์หรือกิจกรรมของบริษัท หน่วยงานหรือสินค้าที่ได้ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.96$)

ด้านความเหมาะสมกับสื่อ หมายถึง ความงาม ความลงตัวความเป็นไปได้ที่จะใช้กับสื่ออื่นๆ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.96$)

ด้านลักษณะพิเศษนั้นคือ นวัตกรรมจะต้องสร้างสรรค์สิ่งใหม่ที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$)

ด้านความร่วมมือ หมายถึงว่า สามารถเข้าถึงคนในสมัยนั้นๆ ได้คือมีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลาสัญลักษณ์ที่ดีควรมีอายุการใช้งานยาวนานเช่น 5-10 ปี ก็ยังคงดูทันสมัยอยู่ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$)

ด้านสร้างความทรงจำ รูปแบบของสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายสามารถเป็นที่จดจำของบุคคลทั่วไป พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.92$)

ด้านความน่าเชื่อถือ รูปแบบของสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายควรให้คนมองแล้วเกิดความศรัทธาน่าเชื่อถือ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.92$)

การนำไปใช้ประโยชน์ คือ สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้หลายทาง เช่น เป็นตราประทับทำห้วงจดหมายซองจดหมาย นามบัตร ฯลฯ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.84$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ด้านความเป็นสากล หมายถึงความสามารถในการออกแบบให้เครื่องหมายสื่อสารได้กับคนทั่วโลก พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์ ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.88$)

ด้านเอกลักษณ์ของสี มีการใช้สีเหมาะสมกับธุรกิจ/สินค้า พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.84$)

ด้านเอกภาพ หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันที่ก่อให้เกิดความงามบนเครื่องหมาย พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.84$)

จากการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบตราสัญลักษณ์ ผลรวมของการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบตราสัญลักษณ์ทั้งหมด ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.82$)

4.4.2 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง



ภาพที่ 4.42 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง รูปแบบใหม่

ตารางที่ 4.16 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง รูปแบบใหม่ (N=50)

ที่	รายการวิเคราะห์กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1	ตัวอักษร			
	1.1 ตัวอักษรสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้	5.00	0.000	มากที่สุด
	1.2 ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	4.88	0.324	มากที่สุด
	1.3 สีของตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	4.90	0.300	มากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.16 (ต่อ)

ที่	รายการวิเคราะห์กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
2	ภาพประกอบ			
	2.1 ภาพประกอบสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	4.90	0.300	มากที่สุด
	2.2 สีของภาพประกอบมีความเหมาะสม	4.92	0.271	มากที่สุด
	2.3 ภาพประกอบและพื้นหลังมีความเหมาะสมชัดเจน	4.90	0.300	มากที่สุด
3	หลักคิดปะและความงาม			
	3.1 การจัดวางมีความเหมาะสมง่ายต่อการอ่าน	4.96	0.195	มากที่สุด
	3.2 การใช้สีสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน	4.90	0.300	มากที่สุด
	3.3 บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ครบถ้วน	4.94	0.237	มากที่สุด
	3.4 ข้อความสามารถบอกรายละเอียดได้ครบถ้วน	4.86	0.346	มากที่สุด
	3.5 องค์ประกอบของภาพมีความกลมกลืน	4.94	0.237	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.91	0.255	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.16 ในการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์พบว่า

ด้านตัวอักษร ตัวอักษรสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$)

ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมง่ายต่อการอ่าน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.88$)

สีของตัวอักษรมีความเหมาะสมง่ายต่อการอ่าน ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$)

ด้านภาพประกอบ ภาพประกอบสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$)

สีของภาพประกอบมีความเหมาะสม พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.92$)

ภาพประกอบและพื้นหลังมีความเหมาะสมชัดเจน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$)

ด้านหลักคิดปะและความงาม การจัดวางมีความเหมาะสมง่ายต่อการอ่าน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.96$)

การใช้สีสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.90$)

บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ครบถ้วน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.94$)

ข้อความสามารถบอกรายละเอียดได้ครบถ้วน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.86$)

องค์ประกอบของภาพมีความกลมกลืน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.94$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้บริโภคในการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.91$)

4.4.3 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคามากกว่า 1,000 บาท



ภาพที่ 4.43 บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท

ตารางที่ 4.17 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท (N=50)

ที่	รายการวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์	ระดับความความพึงพอใจ		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.	บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้	5.00	0.000	มากที่สุด
2.	บรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	4.76	0.509	มากที่สุด
3.	บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกได้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้	4.67	0.550	มากที่สุด
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค	4.94	0.235	มาก
5.	บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ	4.98	0.138	มากที่สุด
6.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง	4.78	0.498	มากที่สุด
	ค่าเฉลี่ยโดยรวม	4.85	0.321	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.17 ในการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคามากกว่า 1,000 บาท พบว่า

บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้ดี พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 5.00$)

บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.76$)

บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$)

บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.94$)

บรรจุภัณฑ์มีสามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.98$)

บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.78$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้บริโภคในการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคามากกว่า 1,000 บาท พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.85$)

4.4.4 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท



ภาพที่ 4.44 บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.18 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคใน
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภท
สินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100 – 999 บาท (N=50)

ที่	รายการวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์	ระดับความพึงพอใจ		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.	บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้	4.94	0.235	มากที่สุด
2.	บรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	4.57	0.605	มากที่สุด
3.	บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกได้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้	4.75	0.519	มาก
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค	4.42	0.667	มากที่สุด
5.	บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ	4.88	0.322	มาก
6.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง	4.73	0.564	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.71	0.485	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.18 ในการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบบรรจุภัณฑ์
ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100 – 999 บาท
พบว่า

บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้ดี พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ
ในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.94$)

บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบ
กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$)

บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ พบว่า
ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.75$)

บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจใน
รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.42$)

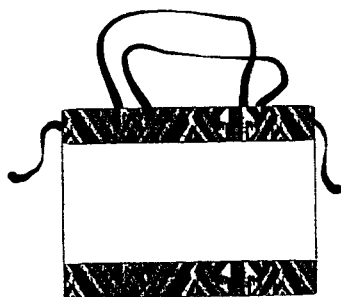
บรรจุภัณฑ์มีสามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึง
พอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.88$)

บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง พบว่า ผู้บริโภคมี
ความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้บริโภคในการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์
ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีตั้งแต่ราคา 100 – 999 บาท

พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด
($\bar{X} = 4.71$)

4.4.5 ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของ
กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท



ภาพที่ 4.45 บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภท
สินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท

ตารางที่ 4.19 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคใน
รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภท
สินค้าที่มีราคา ต่ำกว่า 100 บาท (N=50)

ที่	รายการวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์	ระดับความความพึงพอใจ		
		\bar{X}	S.D.	แปลผล
1.	บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้	4.73	0.489	มากที่สุด
2.	บรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	4.63	0.595	มากที่สุด
3.	บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกได้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้	4.42	0.695	มาก
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค	4.84	0.364	มากที่สุด
5.	บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ	4.46	0.779	มาก
6.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง	4.73	0.597	มากที่สุด
ค่าเฉลี่ยโดยรวม		4.63	0.586	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.19 ในการวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบบรรจุภัณฑ์
ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท
พบว่า

บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้ดี พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจ
ในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$)

บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบ

เอกสารกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$) นอกจากนี้ ไม่นุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.42$)

บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.84$)

บรรจุภัณฑ์มีสามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มาก ($\bar{X} = 4.46$)

บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$)

จากการวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้บริโภคในการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีต่ำกว่า 100 บาท พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$)



บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้า บ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม ผู้วิจัยได้สรุปขั้นตอนของการวิจัย ไว้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

5.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1.6 สรุปผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้า บ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม

2. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม

5.1.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยได้เลือกประชากรที่เป็นกลุ่มตัวอย่างโดยการเจาะจง โดยพิจารณาเป็นประชากรของตัวแทนกลุ่มเดียวกัน ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เพื่อประเมินผลการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิ ทางด้านกราฟิกและบรรจุภัณฑ์รวม 6 ท่าน โดยจำแนกได้ดังนี้

1.1 ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบ 3 ท่าน

1.2 ผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิก 3 ท่าน

2. ประชากร ในการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค คือ ผู้บริโภคผ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยามให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บ้านหนองเขื่อนช้าง จำนวน 50 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

5.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือโดยสามารถจำแนกได้ ดังนี้

1. รูปแบบตราสัญลักษณ์, กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่ได้ออกแบบ
2. เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ ได้แก่ ต้นแบบรูปแบบตราสัญลักษณ์, กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ และแบบประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ
3. เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ ได้แก่ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ และแบบประเมินของผู้เชี่ยวชาญ
4. เครื่องมือที่ใช้ในการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ได้แก่ ต้นแบบรูปแบบตราสัญลักษณ์, กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ และแบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค

5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามลำดับดังนี้

1. ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาประกอบการออกแบบ โดยผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม
2. ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง, กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม และจัดทำแบบประเมินผลการออกแบบของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต และแบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค
3. ผู้วิจัยได้นำผลการออกแบบรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง, กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม และนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต เพื่อประเมินผลการออกแบบ โดยผู้วิจัยได้ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตรวจประเมินออกแบบรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง, กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง
4. ผู้วิจัยได้นำผลการออกแบบรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง, กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม และแบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค เก็บข้อมูลกับกลุ่มผู้บริโภค

5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ทำวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิ

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ทรงคุณวุฒิโดยการวิเคราะห์จากแบบประเมินการออกแบบรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง, กราฟิคนบรจุกณ์ท์ และบรจุกณ์ท์ สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม โดยการหาค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต โดยการวิเคราะห์จากแบบประเมินการออกแบบรูปแบบบรจุกณ์ท์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม โดยการหาค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. การวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้บริโภค

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากผู้บริโภค โดยการวิเคราะห์จากแบบประเมินการออกแบบรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง, กราฟิคนบรจุกณ์ท์ และบรจุกณ์ท์ สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม โดยการหาค่าร้อยละ, ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

5.1.6 สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการศึกษาและพัฒนาบรจุกณ์ท์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม สามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. การศึกษาและพัฒนาบรจุกณ์ท์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม ได้จำแนกเป็น 2 ประเภท คือ กราฟิคนบรจุกณ์ท์ ซึ่งประกอบด้วย ตราสัญลักษณ์และกราฟิคนบรจุกณ์ท์ อย่างละ 5 รูปแบบ และบรจุกณ์ท์ซึ่งประกอบด้วย บรจุกณ์ท์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท, บรจุกณ์ท์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100 – 999 บาท และ บรจุกณ์ท์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท อย่างละ 5 รูปแบบ ซึ่งจำแนกโดยการวิเคราะห์จากราคาของผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายและการออกแบบบรจุกณ์ท์จะใช้วัสดุพื้นดินเป็นวัสดุหลักในการผลิต

2. สรุปผลการประเมินรูปแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิคนบรจุกณ์ท์ และบรจุกณ์ท์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม จากผู้ทรงคุณวุฒิ ดังนี้

2.1 สรุปผลการประเมินรูปแบบตราสัญลักษณ์

การประเมินรูปแบบตราสัญลักษณ์ โดย ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ค่าผลรวมของการประเมินการออกแบบตราสัญลักษณ์ทั้งหมด พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 และ 4 ($\bar{X} = 4.43$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 3.90$)

2.2 สรุปผลการประเมินรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

การประเมินรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดย ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ค่าผลรวมของการประเมิน การออกแบบรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ทั้งหมด พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.64$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.45$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.24$)

2.3 สรุปผลการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท

การประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท โดย ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาททั้งหมด พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.86$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 และ 3 ($\bar{X} = 4.73$)

2.4 สรุปผลการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท

การประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท โดย ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100-999 บาท ทั้งหมดพบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.83$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 1 และ 2 ($\bar{X} = 4.80$)

2.5 สรุปผลการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท

การประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท โดย ผู้ทรงคุณวุฒิในการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท ทั้งหมดพบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 และ 5 ($\bar{X} = 4.60$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.53$)

3. สรุปผลการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม จากผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิต ดังนี้

3.1 สรุปผลการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท

การประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท โดยผู้เชี่ยวชาญการประเมินรูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรจุกณ์ท์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท ทั้งหมดพบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.91$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.66$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.54$)

3.2 สรุปผลการประเมินรูปแบบบรรจุกณ์ท์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท

การประเมินรูปแบบบรรจุกณ์ท์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท โดยผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรูปแบบ บรรจุกณ์ท์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท ทั้งหมดพบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.87$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.83$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 4.75$)

3.3 สรุปผลการประเมินรูปแบบบรรจุกณ์ท์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท

การประเมินรูปแบบบรรจุกณ์ท์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท โดยผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรูปแบบ บรรจุกณ์ท์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท ทั้งหมดพบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 5.00$) ลำดับรองลงมา คือ รูปแบบที่ 5 ($\bar{X} = 4.95$) และ ลำดับน้อยที่สุด คือ รูปแบบที่ 4 ($\bar{X} = 4.83$)

4. สรุปผลการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุกณ์ท์ และ บรรจุกณ์ท์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม จากผู้บริโภคดังนี้

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง, กราฟิกบนบรรจุกณ์ท์ และบรรจุกณ์ท์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคามนี้ ได้นำผลจากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญที่ได้ประเมินโดยมีผลการวิเคราะห์ 3 รูปแบบที่มีค่าสูงสุด มาใช้ในการประเมินหาค่าความพึงพอใจในการออกแบบ ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค

ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค หาค่าร้อยละ จำแนกตาม เพศ อายุ การศึกษา และรายได้ โดยการเรียงลำดับจากค่ามากไปหาน้อย พบว่าโดยส่วนมากเป็นเพศเป็นชายมากที่สุด จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 52 และเพศหญิง จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 48 โดยกลุ่มผู้บริโภคอยู่ในช่วงอายุ 36-45 ปี มากที่สุด จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 ลำดับรองลงมา เป็นช่วงอายุ 46 ปีขึ้นไป จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 30, ช่วงอายุ 26-35 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 28 และลำดับน้อยที่สุด คือ ช่วงอายุ 15-25 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 5 กลุ่มผู้บริโภคมีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 46

รองลงมา คือ การศึกษาในระดับมัธยมปลายและอาชีวศึกษา จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 32 , การศึกษาในระดับ ประถมและมัธยมต้น จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 12 และลำดับสุดท้าย คือ การศึกษาสูงกว่าระดับปริญญาตรีมีจำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 6 ผู้บริโภคส่วนใหญ่มี รายได้ในช่วง 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ ร้อยละ 30, รองลงมา คือ ผู้มี รายได้มากกว่า 30,001 บาทขึ้นไป จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 26, ผู้มีรายได้ในช่วง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 24และลำดับสุดท้ายเป็นผู้มีรายได้ น้อยกว่า 10,000 บาท จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

4.2 สรุปผลการประเมินความคิดเห็นรูปแบบตราสัญลักษณ์

การประเมินความคิดเห็นในรูปแบบ ตราสัญลักษณ์ ของกลุ่มทอผ้า บ้านหนองเขื่อนช้าง พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.72$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.51$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.48$)

4.3 สรุปผลการประเมินความคิดเห็นรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

การประเมินความคิดเห็นในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ของกลุ่มทอผ้า บ้านหนองเขื่อนช้าง พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.62$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.34$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.15$)

4.4 สรุปผลการประเมินความคิดเห็นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้า บ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท

การประเมินความคิดเห็นในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้าน หนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.70$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.64$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.53$)

4.5 สรุปผลการประเมินความคิดเห็นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้า บ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท

การประเมินความคิดเห็นโดยผู้บริโภคในการประเมินความคิดเห็นใน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา ตั้งแต่ 100 - 999 บาท พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.73$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.64$) และ ลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.63$)

4.6 สรุปผลการประเมินความคิดเห็นรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท

การประเมินความคิดเห็นโดยผู้บริโภคในการประเมินความคิดเห็นใน รูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีต่ำกว่า 100 บาท พบว่า ลำดับมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1 ($\bar{X} = 4.72$) รองลงมา คือ รูปแบบที่ 3 ($\bar{X} = 4.66$) และลำดับสุดท้าย คือ รูปแบบที่ 2 ($\bar{X} = 4.60$)

5. สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และ บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม จากผู้บริโภค ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์

การวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบตราสัญลักษณ์ผลรวมของ การวิเคราะห์ความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภคในรูปแบบตราสัญลักษณ์ทั้งหมด ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบตราสัญลักษณ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.82$)

5.2 สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

การวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้บริโภคในการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบน บรรจุภัณฑ์ ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.91$)

5.3 สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท

การวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้บริโภคในการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา มากกว่า 1,000 บาท พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.85$)

5.3 สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100-999 บาท

การวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้บริโภคในการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีตั้งแต่ ราคา 100 – 999 บาท พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.71$)

5.4 สรุปผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีต่ำกว่า 100 บาท

การวิเคราะห์ข้อมูลโดย ผู้บริโภคในการประเมินความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีต่ำกว่า 100 บาท พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจในรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ในระดับ มากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$)

5.2 อภิปรายผล

จากการศึกษาค้นคว้า ประเมินรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ,กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม โดยผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 6 คน และการประเมินความพึงพอใจโดยผู้บริโภคร สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการประเมินรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ได้ทำการประเมิน โดยผู้ทรงคุณวุฒิและการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ได้แก่ รูปแบบที่ 3 โดยให้ความเห็นว่าสามารถสื่อถึงความเป็นหมู่บ้านหัตถกรรม ทอผ้าและความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง เมื่อได้รูปแบบเครื่องหมายการค้าแล้วจึงนำไปใช้กับบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ อารยะศรีกัลยาณบุตร (2542 : 99-101) กล่าวว่าบริษัทห้างร้านควรมีเอกลักษณ์ เพื่อให้เป็นที่จดจำ ภาพพจน์ของสินค้ากิจการและมาตรฐานของบริษัท อันเป็นการประกันว่าเป็นผลิตภัณฑ์หรือบริการที่น่าเชื่อถือตราสัญลักษณ์เป็นสิ่งที่ทำหน้าที่เป็นตัวแทนได้เป็นอย่างดี

2. ผลการประเมินรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

รูปแบบตราสัญลักษณ์ที่ได้ทำการประเมิน โดยผู้ทรงคุณวุฒิและการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ได้แก่ รูปแบบที่ 1 โดยรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถใช้องค์ประกอบในการออกแบบกราฟิก อันได้แก่ ภาพ สัญลักษณ์ สี ตัวอักษร และ การจัดวางองค์ประกอบ ซึ่งสอดคล้องกับจรรยาพร บุญเหลือ (2539 : 107) กล่าวว่าการสร้างทัศนคติที่ดีงามต่อผลิตภัณฑ์ซึ่งกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และเห็นผลากทำหน้าที่เปรียบเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ที่จะเสนอต่อผู้บริโภค แสดงออกถึงคุณภาพความดีของผลิตภัณฑ์และความรับผิดชอบของผู้ผลิตต่อผลิตภัณฑ์นั้นๆ

3. ผลการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองประเภทสินค้าที่มีราคามากกว่า 1,000 บาท ที่ได้ทำการประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิและการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค ได้แก่ รูปแบบที่ 3, บรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองประเภทสินค้าที่มีราคา 999 - 100 บาท ได้แก่ รูปแบบที่ 2 และบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท ได้แก่รูปแบบที่ 1 ซึ่งเป็นไปตามแนวความคิดด้านบรรจุภัณฑ์ ของ ประชิด ทิณบุตร (2531:22-30) ซึ่งกล่าวถึงบทบาทและหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ว่าบรรจุภัณฑ์ต้องสามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์, การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์, การอำนวยความสะดวก, การดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และการขนส่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้

1. เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ต่อชุมชนท้องถิ่น
2. การออกแบบรูปแบบตราสัญลักษณ์นั้น เป็นได้ทั้งสื่อประชาสัมพันธ์ในการส่งเสริมการขาย สามารถนำเอกลักษณ์ไปใช้กับสิ่งที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ไปใช้กับสิ่งอื่นๆ เพื่อการประชาสัมพันธ์สินค้า ได้แก่ นามบัตร ของจดหมาย
3. สร้างเอกลักษณ์ให้กับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ จังหวัดมหาสารคาม

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยต่อไป

1. ควรทำวิจัยให้ครอบคลุมสินค้าของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างให้ครบถ้วน
2. การออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น มีปัจจัยหลายด้านเข้ามาเกี่ยวข้อง ได้แก่ การตลาด รูปแบบผลิตภัณฑ์ การโฆษณาประชาสัมพันธ์ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับงานกราฟิกด้วยทั้งสิ้น ดังนั้นจึงเห็นว่าปัจจัยเหล่านี้สามารถนำมาทำการวิจัยต่อไปได้
3. การออกแบบผลิตภัณฑ์สำหรับชุมชนท้องถิ่นควรนำศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นมาใช้ในการออกแบบ
4. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรจะให้ความรู้เรื่องวัสดุ หรือการออกแบบที่เป็นการจัดเป็นชุดๆ เพื่อการสะสมหรือ
5. การสร้างเอกลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ ควรศึกษาการพิมพ์ลายหรือการทอลายบนบรรจุภัณฑ์

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. 2548. สถิติสำหรับงานวิจัย. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธรรมสาร.
- กรมทรัพย์สินทางปัญญา. 2545. ความรู้เบื้องต้นด้านทรัพย์สินทางปัญญา. กรุงเทพฯ : สหมิตรพรินติ้ง.
- ขวัญรัตน์ จินดา. 2548. “โครงการการพัฒนาบรรจุภัณฑ์รักษ์สิ่งแวดล้อม สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทขนมหวานจังหวัดเพชรบุรี”. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- จรรยาพร บุญเหลือ. 2539. “ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการซื้อขนมหวานเมืองเพชรของผู้บริโภค.” วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- จิตศิลป์ อภิรักษ์มนตรี. 2549. “โครงการการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์”. วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์ ศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัย บัณฑิตวิทยาลัย, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ดวงจันทร์ ปรีชาชะจิตต์. 2546. “การศึกษาและพัฒนาวัสดุภัณฑ์ด้านกราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับงานหัตถกรรมพื้นบ้านประเภทผ้าไหม อำเภอชนบท จังหวัดขอนแก่น.” สารนิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- คำรงค์ศักดิ์ ชัยสนิท. 2537. การบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : วิกอิทธร.
- ทองเจือ เขียดทอง. 2542. การออกแบบสัญลักษณ์. กรุงเทพฯ : สิปประภา.
- ไทยค้าบล. มหาสารคาม. 2550. [Online]. Available :
[http://www.thaitambon.com/tambon/tsmeprodsrsrc.asp?page=1&search=Go&sSearch=&FL=SPRODUCT&ORDER=SPRODUCT&sProvCode=44&showimg=1&c1v1p=1&sCatCode=, 20 กันยายน 2550.](http://www.thaitambon.com/tambon/tsmeprodsrsrc.asp?page=1&search=Go&sSearch=&FL=SPRODUCT&ORDER=SPRODUCT&sProvCode=44&showimg=1&c1v1p=1&sCatCode=, 20 กันยายน 2550)
- ธีระชัย สุขสด. 2544. การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. กรุงเทพมหานคร : โอเคียนส โตร์.
- ประจิด ทิมบุตร. 2531. การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : โอเอส พริน คิงเฮาส์.
- _____. 2530. การออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : โอเคียนส โตร์.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ : แพคเมทส์.

- พฤกษชาติ ชีวะ โอสถ. 2547. “การออกแบบบรรจุภัณฑ์ทุเรียนแปรรูป สำหรับสำนักงานเกษตร
อำเภอทุ่งตะโก จังหวัดชุมพร.” วิทยานิพนธ์ ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต,
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ลิตติพร ลิตติพานิช. 2544. “การออกแบบเรขาคณิตบนบรรจุภัณฑ์อาหารเกษตรแปรรูปของกลุ่ม
แม่บ้านเกษตรกรในประเทศไทย.” วิทยานิพนธ์ ศิลปะศาสตรมหาบัณฑิต,
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วิกัณดา สวัสดิ์บุรี. 2548. I design. กรุงเทพฯ : โอเอส พริน คิงเฮ้าส์.
- ศิริพรณ์ ปีเตอร์. 2546. การออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : วินเซฟเลเบล.
- สุชุมาล ตรีชัยยาพร (ช่างใน จิตศิลป์ อภิรักษ์มนตรี. 2549. “โครงการการศึกษาและพัฒนา
บรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาเกาะเกร็ด ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.”
วิทยานิพนธ์ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต,
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- เอกชาติ จันอุไรรัตน์. 2546. “ การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ประเภทเครื่องจักสานโบราณ.”
มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- mew design. 2550. บรรจุภัณฑ์. [Online]. Available :
<http://www.mewdesign.com>, 21 กันยายน 2550.
- Sakane, S. 1986. “Japanese Packaging and Its Roots in Tradition.” P. 7-12. in Takahashi, M.
Packaging Design in Japan 1. Tokyo : Kodansha International.
- sarakham.com. 2550. มหาสารคาม. [Online]. Available :
http://www.sarakham.com/list.php?c=tour_sarakham, 20 กันยายน 2550.



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม หน่วยบัณฑิตศึกษา งานทะเบียน โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 4438

วันที่ 11 พฤศจิกายน 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน ผศ.ธเนศ ภิรมย์การ

ด้วย นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารระนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม” คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบบแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

18 ธ.ค. 50



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม หน่วยบัณฑิตศึกษา งานทะเบียน โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 4438

วันที่ ๗๕ พฤศจิกายน 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน ดร.อภิศักดิ์ สินธุภัก

ด้วย นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม” คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่า ท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้แนบแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะ ได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

รับทราบ

(ดร. อภิศักดิ์ สินธุภัก)



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม หน่วยบัณฑิตศึกษา งานทะเบียน โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 4438

วันที่ 12 พฤศจิกายน 2550

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินเพื่อการวิจัย

เรียน ดร.จตุรงค์ เลาะห์เพ็ญแสง

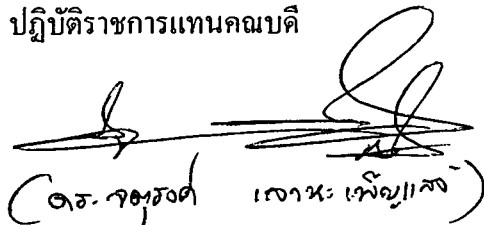
ด้วย นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง
กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม” คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่า
ท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบ
สัมภาษณ์และแบบประเมินดังที่แนบมาพร้อมนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการ
ตรวจของท่านจะช่วยให้งานวิจัยของ นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมกันนี้ได้
แนบบแบบสัมภาษณ์และแบบประเมินเพื่อการวิจัย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์เลิศลักษณ์ กลิ่นหอม)

รองคณบดี กำกับดูแลงานด้านบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี


(ดร.จตุรงค์ เลาะห์เพ็ญแสง)



ที่ ศธ 0524.04/ 0235

คณะกรรมการผู้ค้ำจุนการศึกษาระดับมัธยมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนลาดกระบัง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 มกราคม 2551

เรื่อง ขอลาออกนอกระยะให้นักศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย

เรียน นางสาวอุไร ขานนาม (กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง)

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย

ด้วย นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตอุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง” ในการทำวิจัยครั้งนี้ นักศึกษาจำเป็นต้องเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสัมภาษณ์กับท่าน คณะกรรมการผู้ค้ำจุนการศึกษาระดับมัธยมศึกษา จึงขอความอนุเคราะห์จากท่านโปรดอนุญาตให้ นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ เก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยกับท่านได้

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุญาตและขอขอบคุณในความอนุเคราะห์ของท่านมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จระเสกข์ ศรีเมธสุนทร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325

๑๕
(๑๕ ๖๓๓๗)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 0173

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

15 มกราคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบประเมินและเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิกและ
ด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อการวิจัย

เรียน ผศ.มณฑาทิพย์ ดันบุญดอ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินด้านกราฟิกและด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อการวิจัย

ด้วย นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม”

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบประเมินและเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิกและด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อการวิจัยของ นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จระเสกข์ ตรีเมธสุนทร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

วันทราชม.

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

(ผศ. มณฑาทิพย์ ดันบุญดอ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 0173

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

15 มกราคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบประเมินและเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิกและ
ด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์บริรักษ์ สุภตริยวรวงศ์

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินด้านกราฟิกและด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อการวิจัย

ด้วย นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมืองกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม”

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบประเมินและเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิกและด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อการวิจัยของ นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จระเสกข์ ดริเมชสุนทร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

เอกสารนี้เป็นเอกสารสงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปประโยชน์ทางการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารที่นำมาใช้

0-2551 15 มกราคม 2551



ที่ ศธ 0524.04/ 0173

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๑๕ มกราคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบประเมินและเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิกและ
ด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อการวิจัย

เรียน อาจารย์สมพร ชูบรรณ

สิ่งที่ส่งมาด้วย แบบประเมินด้านกราฟิกและด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อการวิจัย

ด้วย นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตบัณฑิต สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม”

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจแบบประเมินและเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านกราฟิกและด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อการวิจัยของ นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จรูญเสกข์ ศรีเมธสุนทร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02-326-4325

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นับผูกพันไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งหากนำไปใช้

(ศาสตราจารย์ ดร. ฐิติพร)



ที่ ศธ 0524.04/ 0173

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๙ มกราคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการผลิตเพื่อการวิจัย

เรียน นางสาวสุดใจ ยศพล

ด้วย นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรม
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหาร
ลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง
กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม”

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว
เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการผลิตเพื่อการวิจัยของ นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็น
อย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จระเสกข์ ตรีเมธสุนทร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

สุดใจ ยศพล

(สุดใจ ยศพล)

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 0173

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

15 มกราคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการผลิตเพื่อการวิจัย

เรียน นางสมเดช เสนานิคม

ด้วย นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม”

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าว เป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการผลิตเพื่อการวิจัยของ นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จระเสกข์ ศรีเมธสุนทร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

สง ๑๐๘ ๙๙๙๕๑๗

(นางสมเดช เสนานิคม)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 0173

คณะกรรมการอุดมศึกษา

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

๑๕ มกราคม 2551

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการผลิตเพื่อการวิจัย

เรียน นางสาวอุไร ขานนาม

ด้วย นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำสารนิพนธ์ เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม”

คณะกรรมการอุดมศึกษา พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถในเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญทางด้านการผลิตเพื่อการวิจัยของ นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์จระเสกข์ ตรีเมธสุนทร)

ผู้ช่วยคณบดีฝ่ายบัณฑิตศึกษา

ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

หน่วยบัณฑิตศึกษา

โทร. 02-737-3000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 326-4325

(ดร. จระเสกข์)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

- ชื่องานวิจัย** การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง
กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม
- ผู้วิจัย** พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาปริญญาโท
สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- เรื่อง** การศึกษาวัสดุพื้นถิ่น, ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง
- คำชี้แจง** แบบสัมภาษณ์ผู้ผลิตผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง เป็นลักษณะ
ของสัมภาษณ์ตามแบบสัมภาษณ์ที่กำหนดไว้ แบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้
- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์
- ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุพื้นถิ่น
- ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง
- ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าหรือตราสัญลักษณ์และ
บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

- 1.1 ชื่อ นางสาวอุไร ขานนาม
- 1.2 อายุ () 20- 30 ปี () 31- 40 ปี () 41- 50 ปี () 51 ปีขึ้นไป
- 1.3 ประสบการณ์ด้านการผลิตผ้าทอพื้นเมือง ปี

ตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุพื้นถิ่นของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

- 2.1 วัสดุพื้นถิ่นของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ที่ท่านสามารถหาได้ง่ายในท้องถิ่น

.....

.....

.....

- 2.2 วัสดุพื้นถิ่นที่ท่านคิดว่าสามารถนำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์
กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

.....

.....

.....

2.3 กรรมวิธีที่สามารถแปรรูปวัสดุพื้นดินเพื่อนำมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

3.1 ผู้บริโภคที่เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างจะเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ ประเภทใดบ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

3.2 ราคาของผลิตภัณฑ์และขนาดของผลิตภัณฑ์ก่อนการนำลงบรรจุภัณฑ์

รายการ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ขนาดของผลิตภัณฑ์ก่อนนำ ลงบรรจุภัณฑ์ (กว้าง x ยาว)	หมายเหตุ
ผ้าไหมมัดหมี่ (OPC 5 ดาว)			
ตีนจก(จิด)			
ผ้าขาวม้าฝ้ายสีธรรมชาติ ลายสก็อต			
ผ้าขาวม้าโทเร			
ผ้าขาวม้าข้อมสีธรรมชาติ			
ผ้าจิดช้าง			
ผ้าฝ้ายพื้นเรียบสีธรรมชาติ			
ข้อมโทเรลายจิด			
กระเป๋าจิดเล็ก			

รายการ	ราคาต่อหน่วย (บาท)	ขนาดของผลิตภัณฑ์ก่อนการ นำลงบรรจุภัณฑ์	หมายเหตุ
กระเป๋าคาดใหญ่			
กระเป๋าคาดศัพท์			
กระเป๋าคาดสะพาย			
เสื้อผ้าสำเร็จรูปแบบชุด			
เสื้อผ้าสำเร็จรูปแบบชุด			
เสื้อผ้าใหม่สำเร็จรูป			
โสร่งไหม			
ผ้าไหมพื้นเรียบ			

3.3 ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ใดควรจะมีบรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นการส่งเสริมเอกลักษณ์และการขายของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

.....

.....

.....

.....

.....

ตอนที่ 4 ข้อมูลเกี่ยวกับเครื่องหมายการค้าหรือตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

4.1 เครื่องหมายการค้าหรือตราสัญลักษณ์

4.1.1 ระยะเวลาในการใช้งานเครื่องหมายการค้าหรือตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง เป็นเวลา ปี

4.1.2 รูปลักษณะของเครื่องหมายการค้าหรือตราสัญลักษณ์ที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน

.....

.....

.....

.....

.....

.....

4.1.3 ท่านคิดว่า เครื่องหมายการค้าหรือตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อน
ช้าง ผู้บริโภคสามารถจดจำได้หรือไม่

.....
.....
.....
.....

4.1.4 ท่านคิดว่า หากมีการพัฒนาเครื่องหมายการค้าหรือตราสัญลักษณ์ ของกลุ่มทอผ้า
บ้านหนองเขื่อนช้าง เครื่องหมายการค้าหรือตราสัญลักษณ์ ควรจะมีสิ่งใดในเครื่องหมายการค้า
หรือตราสัญลักษณ์บ้าง

.....
.....
.....
.....
.....

4.1.5 หากบรรพบุรุษไม่สามารถระบุ ตราสัญลักษณ์หรือเครื่องหมายการค้า สถานที่
รายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ท่านคิดว่า ควรจะมีสิ่งใดเป็นเครื่องบ่งบอกถึงผลิตภัณฑ์ของทางกลุ่ม
ทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างบ้าง

.....
.....
.....
.....

4.2 บรรพบุรุษ

4.2.1 บรรพบุรุษของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างที่ ใ้ช้อยู่ในปัจจุบันมีลักษณะเช่นไร

.....
.....
.....
.....

4.2.2 ท่านคิดว่า บรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างที่ใช้อยู่ในปัจจุบันสามารถจะ บรรจุผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างชนิดใดได้บ้าง

.....

.....

.....

.....

.....

.....

5. ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณที่ท่านให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

แบบประเมินผลการออกแบบทางด้านกรอกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง

ชื่องานวิจัย การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง
กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม

ผู้วิจัย พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์
อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง แบบประเมินผลการออกแบบทางด้านกรอกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการออกแบบตราสัญลักษณ์

ตอนที่ 3 แบบประเมินผลการออกแบบรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

1. แบบประเมินผลการออกแบบตราสัญลักษณ์ ได้ใช้กรอบแนวความคิดของทองเจือ
เข็ชคทอง คือ เนื้อหา (Content) ความเหมาะสมกับสื่อ (Suitability to media) ลักษณะพิเศษ
(Distinctiveness) ความร่วมสมัย (Contemporaneity) สร้างความทรงจำ (Impression) ความ
น่าเชื่อถือ (Reliability) ความเป็นประโยชน์ (Utility) ความเป็นสากล (Rationality) เอกลักษณะของ
สี (Color individuality)

2. แบบประเมินผลการออกแบบรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ได้ใช้กรอบแนวความคิด
ของ ปูน คงเจริญเกียรติ และ สมพร คงเจริญเกียรติ คือ ตัวอักษร, ภาพประกอบ และ หลัก
ศิลปะและความงาม

3. แบบประเมินผลการออกแบบทางด้านกรอกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับ
ผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง โดยจะใช้มาตราแบบประมาณค่า ซึ่งมีการให้คะแนนเป็นระดับ มี
รายละเอียดของค่าระดับและความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนน 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับคะแนน 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับคะแนน 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับคะแนน 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับคะแนน 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผู้วิจัย จักขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลครั้งนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

1. ชื่อผู้ประเมิน

.....

2. ตำแหน่ง / หน้าที่ในปัจจุบัน

.....

3. สถานที่ทำงาน

.....

4. วุฒิการศึกษาในระดับสูงสุด

.....

5. ประสบการณ์ในการทำงาน ปี

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการออกแบบทางด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์ โดยทำเครื่องหมาย

○ ลงในช่องคำตอบที่เลือก โดยมีรูปแบบตราสัญลักษณ์ 5 รูปแบบ ดังนี้



รูปแบบที่ 1

ต้องการสื่อถึงสัญลักษณ์บ้านหนองเขื่อนช้าง คือ รูปช้าง ที่มีตัดทอนรูปแบบรายละเอียดลงประกอบกับการใช้ลวดลายผ้า ซึ่งได้ทำการคัดลอกลายผ้าจากลายผ้าของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างนำมาเป็นขอบของตราสัญลักษณ์ อีกทั้งใช้ตัวอักษรที่เรียบง่าย ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การใช้สีโดยรวมจะเน้นการใช้สีน้ำตาล



รูปแบบที่ 2

ใช้รูปช้าง ที่มีการตัดทอน ขอบใช้ลายผ้าจากลายผ้าของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้างนำมาเป็นขอบของตราสัญลักษณ์ ด้านในมีตัวอักษรทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เน้นความเด่นของตัวช้างด้วยขอบสีน้ำตาล



รูปแบบที่ 3

ต้องการสื่อถึงสัญลักษณ์บ้านหนองเขื่อนช้าง คือ รูปช้าง ที่มีตัดทอนรูปแบบรายละเอียดลงโดยใช้ลายเส้นซ้อนๆกันโดยใช้สีเทา ซึ่งให้ความรู้สึกเก่าแก่ มีอายุ ขอบของตราสัญลักษณ์ใช้ขอบสีน้ำตาลเข้มให้สอดคล้องกับพื้นหลัง ซึ่งพื้นหลังมีลวดลายผ้าจากลายผ้าของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง ส่วนตัวอักษรจะใช้สีน้ำตาลเข้ม ใช้ตัวอักษรที่เรียบง่ายเป็นตัวอักษรภาษาไทยและอังกฤษ



รูปแบบที่ 4



รูปแบบที่ 5

ใช้รูปช้าง เพื่อสื่อถึงบ้านหนองเขื่อนช้าง มีพื้นหลังเป็นลายผ้า เว้นขอบสีขาวไว้ ด้านในเขียนตัวอักษรที่เรียบง่ายทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ เน้นขอบสีน้ำตาล

ต้องการสื่อถึงสัญลักษณ์บ้านหนองเขื่อนช้าง คือ รูปช้าง ที่มีตัดทอนรูปแบบรายละเอียดลงประกอบกับการใช้ลวดลายผ้า ซึ่งได้ทำการคัดลอกลายผ้าจากลายผ้าของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง นำมาเป็นพื้นหลังของตราสัญลักษณ์ ขอบของตราสัญลักษณ์ ใช้สีน้ำตาลเข้ม อีกทั้งใช้ตัวอักษรที่เรียบง่ายทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ การใช้สีโดยรวมจะเน้นการใช้สีน้ำตาล

ที่	รายการวิเคราะห์การออกแบบตราสัญลักษณ์	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3	รูปแบบที่ 4	รูปแบบที่ 5
1	เนื้อหา มีความหมายหรือเนื้อหาและผู้บริโภคเข้าใจหรือรู้สึกที่ได้จากภาพที่ปรากฏสามารถสื่อถึงวัตถุประสงค์หรือกิจกรรมของบริษัทหน่วยงานหรือสินค้าที่ได้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
2	ความเหมาะสมกับสื่อหมายถึง ความงาม ความลงตัวความเป็นไปได้ที่จะใช้กับสื่ออื่นๆ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง (ต่อ)

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ ตราสัญลักษณ์	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3	รูปแบบที่ 4	รูปแบบที่ 5
3	ลักษณะพิเศษ นั่นคือนักออกแบบ จะต้องสร้างสรรค์สิ่งที่ แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
4	ความร่วมมือ หมายถึงว่าสามารถเข้าถึง คนในสมัยนั้นๆ ได้คือมี ความทันสมัยอยู่ ตลอดเวลาสัญลักษณ์ที่ดี ควรมีอายุการใช้งาน ยาวนานเช่น 5-10 ปี ก็ ยังคงทันสมัยอยู่	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
5	สร้างความทรงจำ รูปแบบของสัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายสามารถ เป็นที่จดจำของบุคคล ทั่วไป	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
6	ความน่าเชื่อถือ รูปแบบของสัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายควรให้ คนมองแล้วเกิดความ ศรัทธาน่าเชื่อถือ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตาราง (ต่อ)

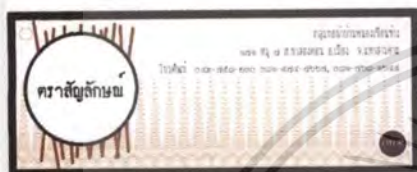
ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ ตราสัญลักษณ์	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3	รูปแบบที่ 4	รูปแบบที่ 5
7	การนำไปใช้ประโยชน์ คือ สามารถนำไปใช้ ประโยชน์ได้หลายทาง เช่น เป็นตราประทับทำ ห้วงคหมายของจดหมาย นามบัตร ฯลฯ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
8	ความเป็นสากล หมายถึง ความสามารถในการ ออกแบบให้เครื่องหมาย สื่อสารได้กับคนทั่วโลก	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
9	เอกลักษณ์ของสี มีการใช้ สีเหมาะสมกับธุรกิจ/ สินค้า	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
10	เอกภาพ หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอัน เดียวกันที่ก่อให้เกิดความ งามเครื่องหมาย	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 แบบประเมินผลการออกแบบรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยทำเครื่องหมาย O ลง
ในช่องคำตอบที่เลือก โดยมีรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ 5 รูปแบบ ดังนี้



รูปแบบที่ 1



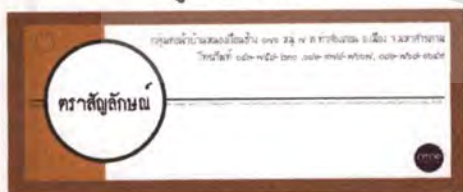
รูปแบบที่ 2



รูปแบบที่ 3



รูปแบบที่ 4



รูปแบบที่ 5

สื่อให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง
โดยการนำเอาสินค้าที่เป็นกลุ่มสินค้าที่จำหน่ายที่กลุ่มทอผ้า
ๆ โดยแบ่งเป็นสีกลุ่ม ได้แก่ ผ้าต่าง ๆ, เสื้อ, กระเป๋าและ
หมอน มีตราสัญลักษณ์ตรงกลางป้ายขอบใช้สีน้ำตาลและ
พื้นหลังใช้สีขาวเพื่อให้ตราสัญลักษณ์เด่นขึ้นมา

ต้องการสื่อให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนอง
เขื่อนช้าง โดยการนำเอาลายผ้ามาเป็นพื้นหลังของป้ายสินค้า
ซึ่งเป็นการคัดลอกมาจากลายผ้าของทางกลุ่มทอผ้าอีก
ทั้งเส้นยืนที่อยู่บริเวณด้านหลังของตราสัญลักษณ์บ่งบอกถึง
ความมั่นคงของกลุ่มทอผ้า

ต้องการสื่อให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนอง
เขื่อนช้าง โดยการนำเอาสินค้าที่เป็นกลุ่มสินค้าที่จำหน่ายที่
กลุ่มทอผ้า พื้นหลังใช้เส้น 3 เส้น เหมือนเส้นด้ายที่ถักทอ
ขึ้นเป็นผ้า

ต้องการสื่อให้เห็นถึงตราสัญลักษณ์ของทางกลุ่มฯ ใช้ลายผ้า
เป็นพื้นหลังมีลวดลายผ้าออกแบบเป็นลายกราฟิก ลักษณะ
ตัวอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบ
เดียวกับตราสัญลักษณ์

ออกแบบให้เรียบง่าย เน้นการใช้สีน้ำตาล และเน้นตัว
สัญลักษณ์

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบกราฟิกบน บรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3	รูปแบบที่ 4	รูปแบบที่ 5
1.	ตัวอักษร					
	1.1 ตัวอักษรสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	1.2 ขนาดตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	1.3 สีของตัวอักษรมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
2.	ภาพประกอบ					
	2.1 ภาพประกอบสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	2.2 สีของภาพประกอบมีความเหมาะสม	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	2.3 ภาพประกอบและพื้นหลังมีความเหมาะสมชัดเจน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
3.	หลักศิลปะและความงาม					
	3.1 การจัดวางมีความเหมาะสมต่อการอ่าน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	3.2 การใช้สีสามารถสื่อถึงผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	3.3 บอกรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ครบถ้วน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	3.4 ข้อความสามารถบอกรายละเอียดได้ครบถ้วน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	3.5 องค์ประกอบของภาพมีความกลมกลืน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินผลการออกแบบทางด้านบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง

<u>ชื่องานวิจัย</u>	การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม
<u>ผู้วิจัย</u>	พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
<u>คำชี้แจง</u>	แบบประเมินผลการออกแบบทางด้านบรรจุภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. แบบประเมินผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้ใช้กรอบแนวความคิด ของ ประชิต
ทิพนบุตร ดังนี้ ปกป้อง, คุ้มครองผลิตภัณฑ์, การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์, การอำนวยความสะดวก, การ
ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และการขนส่ง

2. แบบประเมินผลการออกแบบทางด้านบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้า
พื้นเมือง โดยจะใช้มาตราแบบประมาณค่า ซึ่งมีการให้คะแนนเป็นระดับ มีรายละเอียดของค่า
ระดับและความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนน	5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับคะแนน	4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับคะแนน	3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับคะแนน	2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับคะแนน	1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผู้วิจัยจักขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลครั้งนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

1. ชื่อผู้ประเมิน

2. ตำแหน่ง / หน้าที่ในปัจจุบัน

3. สถานที่ทำงาน

4. วุฒิการศึกษาในระดับสูงสุด

5. ประสบการณ์ในการทำงาน ปี

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการออกแบบทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยทำเครื่องหมาย O ลงในช่องคำตอบที่เลือก โดยมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ 3 ประเภท ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท



รูปแบบที่ 1



รูปแบบที่ 2



รูปแบบที่ 3



รูปแบบที่ 4



รูปแบบที่ 5

ได้แนวความคิดมาจากกระเป๋าเก็บดินสอเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีลักษณะแบน ใช้วิธีการดึงเข้า-ออก เมื่อต้องการเก็บสิ่งของภายใน วัสดุใช้ไม้ไผ่หรือกกสานด้วยความประณีต

แนวความคิด คือ กล่อง เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ใช้วิธีการดึงเข้า-ออก เมื่อต้องการเก็บสิ่งของภายใน วัสดุใช้ไม้ไผ่หรือกกสานด้วยความประณีต

ได้แนวความคิดมาจากกระเป๋าเก็บ CD เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีลักษณะแบน มุมด้านล่างมนวัสดุที่ใช้เป็นเปลือกกประกอบทั้งสองด้าน เย็บขอบด้วยผ้า ใช้ซิปในการเปิด-ปิด

ได้แนวความคิดมาจากกล่องไม้ขีดไฟเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีลักษณะแบน โดยรอบสานให้เป็นลักษณะโปร่ง วัสดุที่ใช้เป็นกกหรือไม้ไผ่ วิธีการใช้งานโดยการเลื่อนเข้า-ออก

แนวความคิด คือ กล่อง เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า เปิดฝาด้านบน รัศส่วนผ้าด้วยเชือกตกแต่ง ทำจากผ้าไหม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3	รูปแบบที่ 4	รูปแบบที่ 5
1.	บรรจุภัณฑ์สามารถ ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ ภายในได้ดี	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
2.	บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
3.	บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวก ต่อผู้ใช้ เช่น ง่าย ต่อการนำผลิตภัณฑ์ ออกมาใช้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถ ดึงดูดความสนใจแก่ ผู้บริโภค	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
5.	บรรจุภัณฑ์มีสามารถ นำไปเป็นของฝาก โดย ไม่ต้องห่อซ้ำ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
6.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและ โครงสร้างที่เหมาะสมกับ การขนส่ง	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
7.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและ โครงสร้างที่เหมาะสมกับ การวางบนชั้นแสดงสินค้า	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
8.	วัสดุที่นำมาผลิตเป็น บรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุใน ท้องถิ่นและหาง่าย	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
9.	วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุ ภัณฑ์ง่ายต่อการผลิต	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
10	วัสดุที่นำมาผลิตเป็น บรรจุภัณฑ์มีราคาต้นทุน ที่ต่ำ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100 – 999 บาท



รูปแบบที่ 1

แนวความคิดได้มาจากกล่องสี่เหลี่ยม เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีฝาสำหรับเปิด-ปิด ทำจากเสื่อกก



รูปแบบที่ 2

แนวความคิดได้มาจากถุงกระดาษ เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ทำจากเสื่อกก



รูปแบบที่ 3

การออกแบบจะนำเสนอวัสดุที่เป็นพื้นบ้าน ได้แก่ ดันกกเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีหูสำหรับหิ้ว วัสดุทำจากเส้นกกสานด้วยความประณีตเป็นคิ้วกระเป๋า ส่วนหูทำจากเส้นกกพันเกลียว



รูปแบบที่ 4

แนวความคิดได้มาจากกล่องสี่เหลี่ยม เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีฝาสำหรับเปิด-ปิด ด้วยซิป ทำจากเสื่อกก



รูปแบบที่ 5

แนวความคิดได้มาจากกล่องสี่เหลี่ยม เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ฝาสำหรับเปิด-ปิด ทำจากเสื่อกก เย็บขอบด้วยผ้า

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3	รูปแบบที่ 4	รูปแบบที่ 5
1.	บรรจุภัณฑ์สามารถ ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ ภายในได้ดี	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
2.	บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
3.	บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวก ต่อผู้ใช้ เช่น ง่าย ต่อการนำผลิตภัณฑ์ ออกมาใช้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถ ดึงดูดความสนใจแก่ ผู้บริโภค	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
5.	บรรจุภัณฑ์มีสามารถ นำไปเป็นของฝาก โดย ไม่ต้องห่อซ้ำ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
6.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและ โครงสร้างที่เหมาะสมกับ การขนส่ง	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
7.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและ โครงสร้างที่เหมาะสมกับ การวางบนชั้นแสดงสินค้า	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
8.	วัสดุที่นำมาผลิตเป็น บรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุใน ท้องถิ่นและหาง่าย	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
9.	วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุ ภัณฑ์ง่ายต่อการผลิต	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
10	วัสดุที่นำมาผลิตเป็น บรรจุภัณฑ์มีราคาต้นทุน ที่ต่ำ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท



รูปแบบที่ 1

การออกแบบเป็นลักษณะคล้ายกระเป๋าใส่เครื่องสำอางมี หูถือ
ด้านข้าง วัสดุที่นำมาใช้เป็นผ้าฝ้ายสีพื้นและตกแต่งด้วยผ้าซิดด้าน
บนของถุง



รูปแบบที่ 2

การออกแบบเป็นลักษณะคล้ายกระเป๋าสะพายข้าง มี หูถือด้านข้าง
วัสดุที่นำมาใช้เป็นผ้าฝ้ายสีพื้น ตกแต่งด้วยผ้าซิดด้านขอบของถุง
และกระดุม ไม้



รูปแบบที่ 3

การออกแบบเป็นลักษณะถุง มีหูหิ้วและส่วนที่ใช้สำหรับรูด
วัสดุที่นำมาใช้เป็นผ้าฝ้ายสีพื้นและตกแต่งด้วยผ้าซิดทั้งด้านล่างและ
บนของถุง



รูปแบบที่ 4

การออกแบบเป็นลักษณะถุง มีหูหิ้ว วัสดุที่นำมาใช้เป็นเศษผ้าที่เหลือ
จากการตัดเย็บเสื้อผ้า ใช้การตัดเย็บเป็นรูปแบบต่าง ๆ ไม่กำหนด
รูปแบบตายตัวให้เป็นรูปร่างตามแบบ



รูปแบบที่ 5

นำเสนอลายผ้าซิดและผ้าฝ้ายสีพื้น โดยออกแบบเป็นถุงผ้าลักษณะกัน
โค้งมน ส่วนของตัวถุงใช้ผ้าฝ้ายสีพื้น ส่วนด้านบนของถุงใช้ลายซิด
ตกแต่งส่วนหูใช้ผ้าสีใกล้เคียงกับผ้าซิด เย็บห่วง

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3	รูปแบบที่ 4	รูปแบบที่ 5
1.	บรรจุภัณฑ์สามารถ ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ ภายในได้ดี	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
2.	บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
3.	บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวก ต่อผู้ใช้ เช่น ง่าย ต่อการนำผลิตภัณฑ์ ออกมาใช้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถ ดึงดูดความสนใจแก่ ผู้บริโภค	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
5.	บรรจุภัณฑ์ที่สามารถ นำไปเป็นของฝากโดย ไม่ต้องห่อซ้ำ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
6.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและ โครงสร้างที่เหมาะสมกับ การขนส่ง	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
7.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและ โครงสร้างที่เหมาะสมกับ การวางบนชั้นแสดงสินค้า	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
8.	วัสดุที่นำมาผลิตเป็น บรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุใน ท้องถิ่นและหาง่าย	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
9.	วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุ ภัณฑ์ง่ายต่อการผลิต	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
10	วัสดุที่นำมาผลิตเป็น บรรจุภัณฑ์มีราคาต้นทุน ที่ต่ำ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินผลการออกแบบทางด้านการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง

ชื่องานวิจัย การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง
 กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม

ผู้วิจัย พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์
 อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คำชี้แจง แบบประเมินผลการออกแบบทางด้านการผลิตแบบบรรจุภัณฑ์
 แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้

- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน
- ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทางด้านการผลิต
- ตอนที่ 3 แบบประเมินผลการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ทาง

ด้านการผลิต
 การให้คะแนนเป็นระดับ มีรายละเอียดของค่าระดับและความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนน 5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับคะแนน 4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับคะแนน 3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับคะแนน 2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับคะแนน 1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผู้วิจัยขอกขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลครั้งนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ประเมิน

1. ชื่อ :
2. ตำแหน่ง / หน้าที่ในปัจจุบัน :
3. สถานที่ทำงาน :
4. วุฒิการศึกษาในระดับสูงสุด :
5. ประสบการณ์ในการทำงาน ปี

ตอนที่ 2 แบบประเมินผลการออกแบบทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยทำเครื่องหมาย O ลงในช่องคำตอบที่เลือก โดยมีรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ 3 ประเภท ดังนี้

ผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท



รูปแบบที่ 1

ได้แนวความคิดมาจากกระเป๋าเก็บดินสอเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีลักษณะแบน ใช้วิธีการดึงเข้า-ออก เมื่อต้องการเก็บสิ่งของภายใน วัสดุใช้ไม้ไผ่หรือกกสานด้วยความประณีต



รูปแบบที่ 2

แนวความคิด คือ กล่อง เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ใช้วิธีการดึงเข้า-ออก เมื่อต้องการเก็บสิ่งของภายใน วัสดุใช้ไม้ไผ่หรือกกสานด้วยความประณีต



รูปแบบที่ 3

ได้แนวความคิดมาจากกระเป๋าเก็บ CD เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีลักษณะแบน มุมด้านล่างมนวัสดุที่ใช้เป็นเสื่อกกประกอบทั้งสองด้าน เย็บขอบด้วยผ้า ใช้ซิปในการเปิด-ปิด



รูปแบบที่ 4

ได้แนวความคิดมาจากกล่องไม้ขีดไฟเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีลักษณะแบน โดยรอบสานให้เป็นลักษณะโปร่ง วัสดุที่ใช้เป็นกกหรือไม้ไผ่ วิธีการใช้งานโดยการเลื่อนเข้า-ออก



รูปแบบที่ 5

แนวความคิด คือ กล่อง เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า เปิดฝาด้านบน รัดส่วนฝาด้วยเชือกตกแต่ง ทำจากผ้าไหม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3	รูปแบบที่ 4	รูปแบบที่ 5
1.	บรรจุภัณฑ์สามารถ ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ ภายในได้ดี	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
2.	บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
3.	บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวก ต่อผู้ใช้ เช่น ง่าย ต่อการนำผลิตภัณฑ์ ออกมาใช้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถ ดึงดูดความสนใจแก่ ผู้บริโภค	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
5.	บรรจุภัณฑ์มีสามารถ นำไปเป็นของฝาก โดย ไม่ต้องห่อซ้ำ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
6.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและ โครงสร้างที่เหมาะสมกับ การขนส่ง	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
7.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและ โครงสร้างที่เหมาะสมกับ การวางบนชั้นแสดงสินค้า	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
8.	วัสดุที่นำมาผลิตเป็น บรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุใน ท้องถิ่นและหาง่าย	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
9.	วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุ ภัณฑ์ง่ายต่อการผลิต	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
10	วัสดุที่นำมาผลิตเป็น บรรจุภัณฑ์มีราคาต้นทุน ที่ต่ำ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100 – 999 บาท



รูปแบบที่ 1

แนวความคิดได้มาจากกล่องสี่เหลี่ยม เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีฝาสำหรับเปิด-ปิด ทำจากเสื่อกก



รูปแบบที่ 2

แนวความคิดได้มาจากถุงกระดาษ เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ทำจากเสื่อกก



รูปแบบที่ 3

การออกแบบจะนำเสนอวัสดุที่เป็นพื้นบ้าน ได้แก่ ดั้งกเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีหูสำหรับหิ้ว วัสดุทำจากเส้นกกสานด้วยความประณีตเป็นควกระเป่า ส่วนหูทำจากเส้นกกพันเกลียว



รูปแบบที่ 4

แนวความคิดได้มาจากกล่องสี่เหลี่ยม เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีฝาสำหรับเปิด-ปิด ด้วยzip ทำจากเสื่อกก



รูปแบบที่ 5

แนวความคิดได้มาจากกล่องสี่เหลี่ยม เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ฝาสำหรับเปิด-ปิด ทำจากเสื่อกก เย็บขอบด้วยผ้า

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3	รูปแบบที่ 4	รูปแบบที่ 5
1.	บรรจุภัณฑ์สามารถ ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ ภายในได้ดี	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
2.	บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
3.	บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวก ต่อผู้ใช้ เช่น ง่าย ต่อการนำผลิตภัณฑ์ ออกมาใช้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถ ดึงดูดความสนใจแก่ ผู้บริโภค	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
5.	บรรจุภัณฑ์มีสามารถ นำไปเป็นของฝาก โดย ไม่ต้องห่อซ้ำ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
6.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและ โครงสร้างที่เหมาะสมกับ การขนส่ง	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
7.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและ โครงสร้างที่เหมาะสมกับ การวางบนชั้นแสดงสินค้า	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
8.	วัสดุที่นำมาผลิตเป็น บรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุใน ท้องถิ่นและหาง่าย	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
9.	วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุ ภัณฑ์ง่ายต่อการผลิต	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
10	วัสดุที่นำมาผลิตเป็น บรรจุภัณฑ์มีราคาต้นทุน ที่ต่ำ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท



รูปแบบที่ 1

การออกแบบเป็นลักษณะคล้ายกระเป๋าใส่เครื่องสำอางมี หูถือ
ด้านข้าง วัสดุที่นำมาใช้เป็นผ้าฝ้ายสีพื้นและตกแต่งด้วยผ้าจิดด้าน
บนของถุง



รูปแบบที่ 2

การออกแบบเป็นลักษณะคล้ายกระเป๋าสะพายข้าง มี หูถือด้านข้าง
วัสดุที่นำมาใช้เป็นผ้าฝ้ายสีพื้น ตกแต่งด้วยผ้าจิดด้านขอบของถุง
และกระดุมไม้



รูปแบบที่ 3

การออกแบบเป็นลักษณะถุง มีหูหิ้วและส่วนที่ใช้สำหรับรูด
วัสดุที่นำมาใช้เป็นผ้าฝ้ายสีพื้นและตกแต่งด้วยผ้าจิดทั้งด้านล่างและ
บนของถุง



รูปแบบที่ 4

การออกแบบเป็นลักษณะถุง มีหูหิ้ว วัสดุที่นำมาใช้เป็นเศษผ้าที่เหลือ
จากการตัดเย็บเสื้อผ้า ใช้การตัดเย็บเป็นรูปแบบต่าง ๆ ไม่กำหนด
รูปแบบตายตัวให้เป็นรูปร่างตามแบบ



รูปแบบที่ 5

นำเสนอหลายผ้าจิดและผ้าฝ้ายสีพื้น โดยออกแบบเป็นถุงผ้าลักษณะกัน
ไค้งมน ส่วนของตัวถุงใช้ผ้าฝ้ายสีพื้น ส่วนด้านบนของถุงใช้ลายจิด
ตกแต่งส่วนหูใช้ผ้าสีใกล้เคียงกับผ้าจิด เย็บห่วง

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบบรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3	รูปแบบที่ 4	รูปแบบที่ 5
1.	บรรจุภัณฑ์สามารถ ปกป้องผลิตภัณฑ์ที่อยู่ ภายในได้ดี	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
2.	บรรจุภัณฑ์บ่งชี้ ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
3.	บรรจุภัณฑ์อำนวยความสะดวก ต่อผู้ใช้ เช่น ง่าย ต่อการนำผลิตภัณฑ์ ออกมาใช้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถ ดึงดูดความสนใจแก่ ผู้บริโภค	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
5.	บรรจุภัณฑ์มีสามารถ นำไปเป็นของฝากโดย ไม่ต้องห่อซ้ำ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
6.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและ โครงสร้างที่เหมาะสมกับ การขนส่ง	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
7.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและ โครงสร้างที่เหมาะสมกับ การวางบนชั้นแสดงสินค้า	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
8.	วัสดุที่นำมาผลิตเป็น บรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุใน ท้องถิ่นและหาง่าย	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
9.	วัสดุที่นำมาผลิตเป็นบรรจุ ภัณฑ์ง่ายต่อการผลิต	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
10	วัสดุที่นำมาผลิตเป็น บรรจุภัณฑ์มีราคาต้นทุน ที่ต่ำ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง

- ชื่องานวิจัย** การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง
กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม
- ผู้วิจัย** พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์
อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- คำชี้แจง** แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค
ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์
ตอนที่ 3 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

1. แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์โดยจะใช้
มาตราแบบประมาณค่า ซึ่งมีการให้คะแนนเป็นระดับ มีรายละเอียดของค่าระดับและความหมาย
ดังนี้

ระดับคะแนน	5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับคะแนน	4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับคะแนน	3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับคะแนน	2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับคะแนน	1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผู้วิจัยจักขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลครั้งนี้

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบตราสัญลักษณ์	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3
1	เนื้อหา มีความหมายหรือเนื้อหาและสื่อถึง วัตถุประสงค์หรือสินค้าที่ได้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
2	ความเหมาะสมกับสื่อ หมายถึง ความงาม ความ ลงตัวความเป็นไปได้ที่จะใช้กับสื่ออื่นๆ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
3	ลักษณะพิเศษ(Distinctiveness) มีความแปลก ใหม่ ไม่ซ้ำใคร	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
4	ความร่วมมือ มีความทันสมัยอยู่ตลอดเวลา	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
5	สร้างความทรงจำ รูปแบบสามารถเป็นที่จดจำ ของบุคคลทั่วไป	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
6	ความน่าเชื่อถือ มองแล้วเกิดศรัทธา น่าเชื่อถือ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
7	การนำไปใช้ประโยชน์ สามารถนำไปใช้ ประโยชน์ได้หลายทาง เช่น นามบัตร ฯลฯ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
8	ความเป็นสากล หมายถึงความสามารถในการ ออกแบบให้เครื่องหมายสื่อสารได้กับคนทั่วโลก	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
9	เอกลักษณ์ของสีมีการใช้สีเหมาะสมกับสินค้า	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
10	เอกภาพ หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ที่ก่อให้เกิดความงามบนเครื่องหมาย	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ โดยทำเครื่องหมาย O ลงในช่องคำตอบที่เลือก โดยมีรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ 3 รูปแบบ ดังนี้



รูปแบบที่ 1



รูปแบบที่ 2



รูปแบบที่ 3

ต้องการสื่อให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง โดยการนำเอาสินค้าที่เป็นกลุ่มสินค้าที่จำหน่ายที่กลุ่มทอผ้าฯ พื้นหลังใช้เส้น 3 เส้น เหมือนเส้นด้ายที่ถักทอขึ้นเป็นผ้า

ต้องการสื่อให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง โดยการนำเอาลายผ้ามาเป็นพื้นหลังของป้ายสินค้าซึ่งเป็นการคัดลอกลายมาจากลายผ้าของทางกลุ่มทอผ้าฯ อีกทั้งเส้นยืนที่อยู่บริเวณด้านหลังของตราสัญลักษณ์ บ่งบอกถึงความมั่นคงของกลุ่มทอผ้าฯ ลักษณะตัวอักษรทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบเดียวกับตราสัญลักษณ์ การใช้สีของป้ายสินค้าโดยรวมนั้นจะใช้สีน้ำตาล

ต้องการสื่อให้เห็นถึงผลิตภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง โดยการนำเอาสินค้าที่เป็นกลุ่มสินค้าที่จำหน่ายที่กลุ่มทอผ้าฯ โดยแบ่งเป็นสี่กลุ่ม ได้แก่ ผ้าต่าง ๆ, เสื้อ, กระเป๋าและหมอน มีตราสัญลักษณ์ตรงกลางป้ายขอบใช้สีน้ำตาลและพื้นหลังใช้สีขาวเพื่อให้ตราสัญลักษณ์เด่นขึ้นมา ลักษณะตัวอักษรภาษาไทยและภาษาอังกฤษใช้ตัวอักษรที่มีรูปแบบเดียวกับตราสัญลักษณ์ การใช้สีของป้ายสินค้าโดยรวมนั้นจะใช้สีน้ำตาล

ที่	รายการวิเคราะห์ การออกแบบ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3
1.	ตัวอักษร			
	1.1 ตัวอักษรสามารถสื่อถึง ผลิตภัณฑ์ได้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	1.2 ขนาดตัวอักษรมีความ เหมาะสมต่อการอ่าน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	1.3 สีของตัวอักษรมีความ เหมาะสมต่อการอ่าน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
2.	ภาพประกอบ			
	2.1 ภาพประกอบสามารถสื่อถึง ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	2.2 สีของภาพประกอบมีความ เหมาะสม	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	2.3 ภาพประกอบและพื้นหลังมี ความเหมาะสมชัดเจน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	2.4 ภาพประกอบสามารถ มองเห็นในระยะใกล้-ไกล	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
3.	หลักศิลปะและความงาม			
	3.1 การจัดวางมีความเหมาะสม ต่อการอ่าน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	3.2 การใช้สีสามารถสื่อถึง ผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	3.3 บอกรายละเอียดของ ผลิตภัณฑ์ครบถ้วน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	3.4 ข้อความสามารถบอก รายละเอียดได้ครบถ้วน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
	3.5 องค์ประกอบของภาพมี ความกลมกลืน	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง

<u>ชื่องานวิจัย</u>	การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง กลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง จังหวัดมหาสารคาม
<u>ผู้วิจัย</u>	พิชญ์นันท์ รักษาวงศ์ นักศึกษาปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
<u>คำชี้แจง</u>	แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้บริโภค ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์

1. แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์โดยจะใช้มาตราแบบประมาณค่า
ซึ่งมีการให้คะแนนเป็นระดับ มีรายละเอียดของค่าระดับและความหมาย ดังนี้

ระดับคะแนน	5	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
ระดับคะแนน	4	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
ระดับคะแนน	3	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
ระดับคะแนน	2	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
ระดับคะแนน	1	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผู้วิจัยจักขอขอบพระคุณผู้ตอบแบบสอบถามทุกท่านที่เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลครั้งนี้

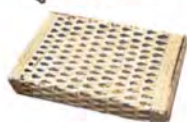
ผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท



รูปแบบที่ 1



รูปแบบที่ 2



รูปแบบที่ 3

ได้แนวความคิดมาจากกระเป๋ากลับดินสอเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีลักษณะแบน ใช้วิธีการดึงเข้า-ออก เมื่อต้องการเก็บสิ่งของภายใน วัสดุใช้ไม้ไผ่หรือกกสานด้วยความประณีต

ได้แนวความคิดมาจากกระเป๋ากลับ CD เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีลักษณะแบน มุมด้านล่างมนวัสดุที่ใช้เป็นเสื่อกกประกอบทั้งสองด้าน เย็บขอบด้วยผ้า ใช้zip ในการเปิด-ปิด

ได้แนวความคิดมาจากกล่องไม้ขีดไฟเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้ามีลักษณะแบน โคยรอบสานให้เป็นลักษณะโปร่ง วัสดุที่ใช้เป็นกกหรือไม้ไผ่ วิธีการใช้งานโดยการเลื่อนเข้า-ออก

ที่	รายการวิเคราะห์	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3
1.	บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
2.	บรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
3.	บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกได้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
5.	บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
6.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาตั้งแต่ 100 – 999 บาท



รูปแบบที่ 1

แนวความคิดได้มาจากถุงกระดาษ เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า ทำจากเยื่อถก



รูปแบบที่ 2

การออกแบบจะนำเสนอวัสดุที่เป็นพื้นบ้าน ได้แก่ ดินกอกเป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีหูสำหรับหิ้ว วัสดุทำจากเส้นกกสานด้วยความประณีตเป็นตัวกระเป๋า ส่วนหูทำจากเส้นกกพันเกลียว



รูปแบบที่ 3

แนวความคิดได้มาจากกล่องสี่เหลี่ยม เป็นรูปทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้า มีฝาสำหรับเปิด-ปิด ทำจากเยื่อถก เย็บขอบด้วยผ้า

ที่	รายการวิเคราะห์	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3
1.	บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
2.	บรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
3.	บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกได้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
5.	บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
6.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท



รูปแบบที่ 1

การออกแบบเป็นลักษณะถุง มีหูหิ้วและส่วนที่ใช้สำหรับรัด วัสดุที่นำมาใช้เป็นผ้าฝ้ายสีพื้นและตกแต่งด้วยผ้าจืดทั้งด้านล่าง และบนของถุง



รูปแบบที่ 2

การออกแบบเป็นลักษณะถุง มีหูหิ้ว วัสดุที่นำมาใช้เป็นเศษผ้าที่เหลือจากการตัดเย็บเสื้อผ้า ใช้การตัดเย็บเป็นรูปแบบต่าง ๆ ไม่กำหนดรูปแบบตายตัวให้เป็นรูปร่างตามแบบ



รูปแบบที่ 3

นำเสนอหลายผ้าจืดและผ้าฝ้ายสีพื้น โดยออกแบบเป็นถุงผ้าลักษณะ ก้นโค้งมน ส่วนของตัวถุงใช้ผ้าฝ้ายสีพื้น ส่วนด้านบนของถุงใช้ ปลายจืดตกแต่งส่วนหูใช้ผ้าสีใกล้เคียงกับผ้าจืด เย็บห่วง

ที่	รายการวิเคราะห์	รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3
1.	บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
2.	บรรจุภัณฑ์สามารถบ่งชี้ผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
3.	บรรจุภัณฑ์สามารถอำนวยความสะดวกได้ เช่น ง่ายต่อการนำผลิตภัณฑ์ออกมาใช้	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
4.	บรรจุภัณฑ์สามารถดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
5.	บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปเป็นของฝากโดยไม่ต้องห่อซ้ำ	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1
6.	บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมกับการขนส่ง	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1	5 4 3 2 1

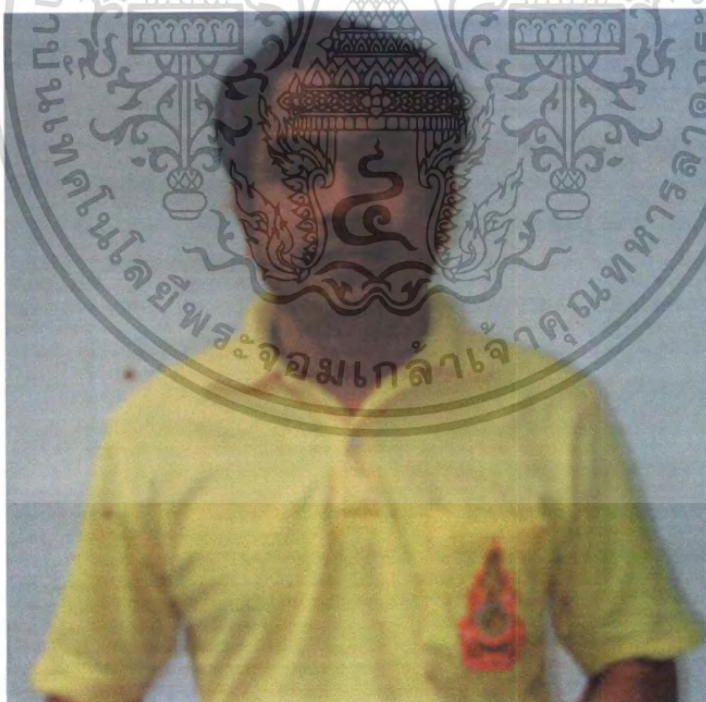
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพ ค 1 ผศ.มณฑาน ตันบุญต่อ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบ
ทางด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์



ภาพ ค 2 อาจารย์สมพร ชুবววรรณ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผลการออกแบบ
ทางด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพ ค 3 อาจารย์บริรักษ์ สุกตรัชรพงศ์ ผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญในการประเมินผล
การออกแบบทางด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์



ภาพ ค 4 คุณอุไร ขานนาม ผู้เชี่ยวชาญทางการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพ ค 5 คุณสุดใจ ขศพล ผู้เชี่ยวชาญทางการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง



ภาพ ค 6 คุณสมเดช เสนานิกม ผู้เชี่ยวชาญทางการผลิตสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพื้นเมือง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพ ค 7 ตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง



ภาพ ค 8 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าบ้านหนองเขื่อนช้าง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพ ค 9 บรรจุกัญธำสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาสูงกว่า 1,000 บาท



ภาพ ค 10 บรรจุกัญธำสำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคา 100 – 999 บาท

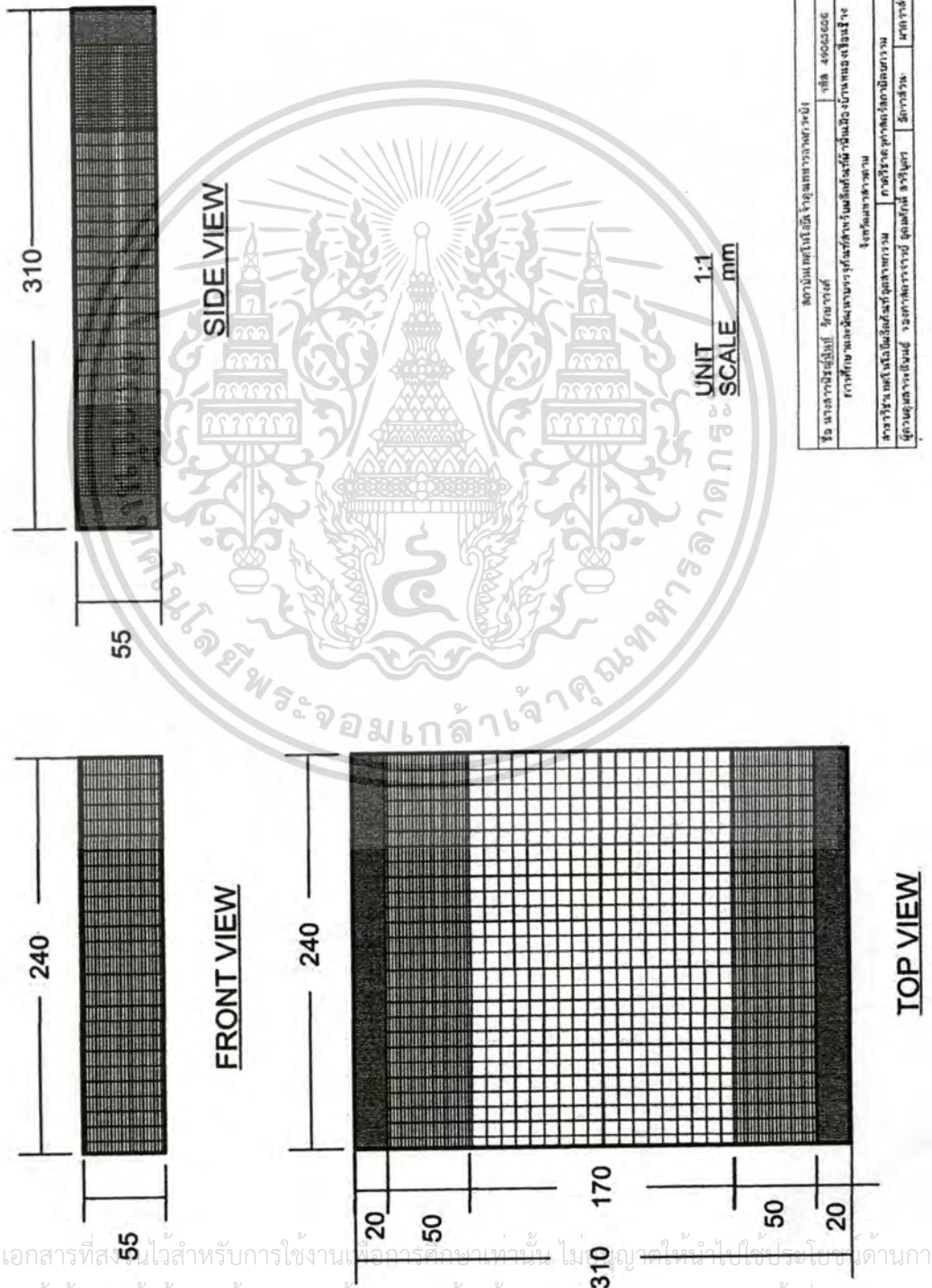
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพ ค 11 บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าที่มีราคาต่ำกว่า 100 บาท

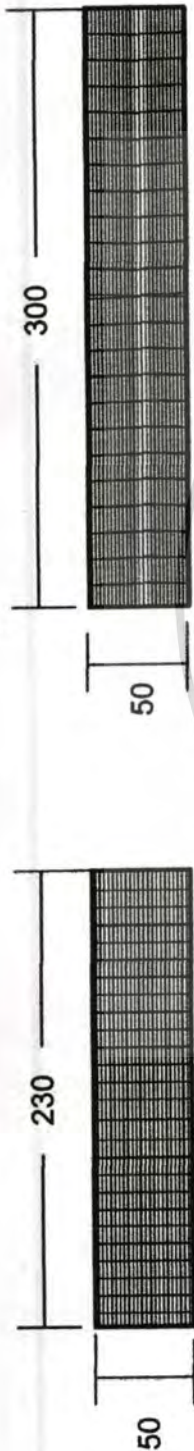


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



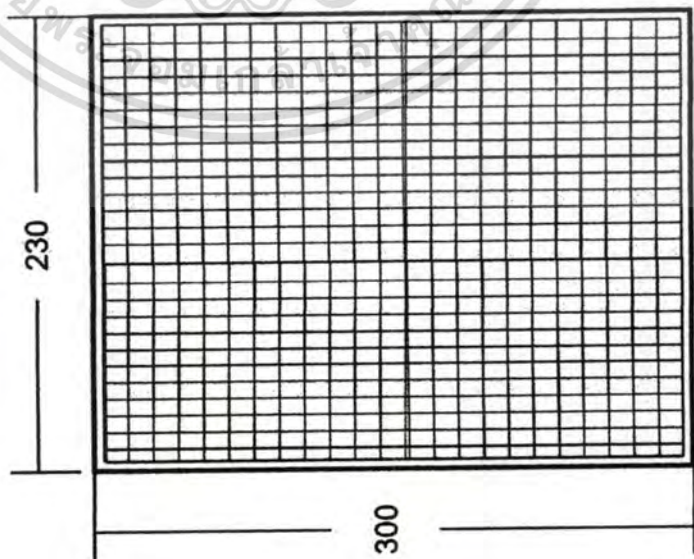
ชื่อ นางสาวณัฐณิชา วิทยานนท์	รหัส 490603006
ภาควิชา วิศวกรรมเครื่องกล	ชื่อและนามสกุล อาจารย์ประสิทธิ์ ใจดี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	ชื่อและนามสกุล อาจารย์ประสิทธิ์ ใจดี
สาขาวิชา วิศวกรรมเครื่องกล	ชื่อและนามสกุล อาจารย์ประสิทธิ์ ใจดี
ชื่อและนามสกุล อาจารย์ประสิทธิ์ ใจดี	ชื่อและนามสกุล อาจารย์ประสิทธิ์ ใจดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานในอาคารตัวอย่างเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



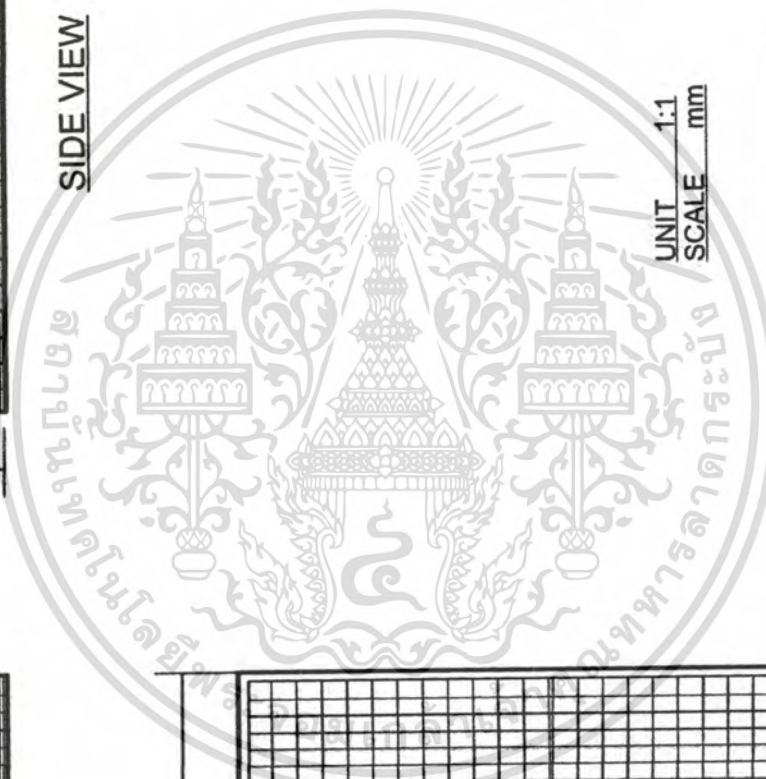
SIDE VIEW

FRONT VIEW



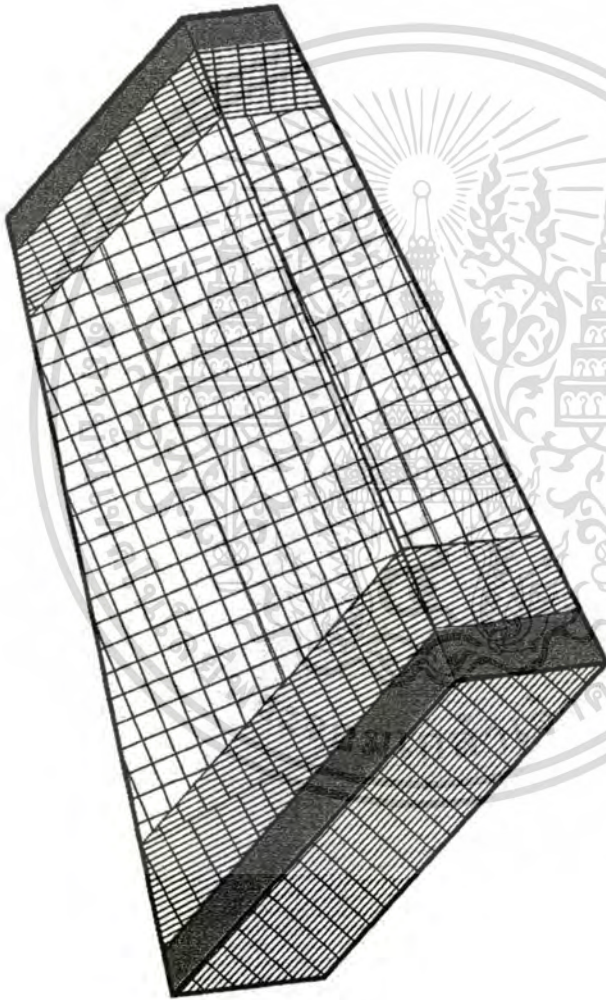
TOP VIEW

UNIT 1:1
SCALE mm



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	วิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ชื่อ นางสาว	ชื่อ นางสาว
เลขที่ 4906000	เลขที่ 4906000
ภาควิชาเทคโนโลยีและนวัตกรรม	ภาควิชาเทคโนโลยีและนวัตกรรม
คณะวิศวกรรมศาสตร์	คณะวิศวกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ชื่อ นามสกุล	ชื่อ นามสกุล
ชื่อ นามสกุล	ชื่อ นามสกุล

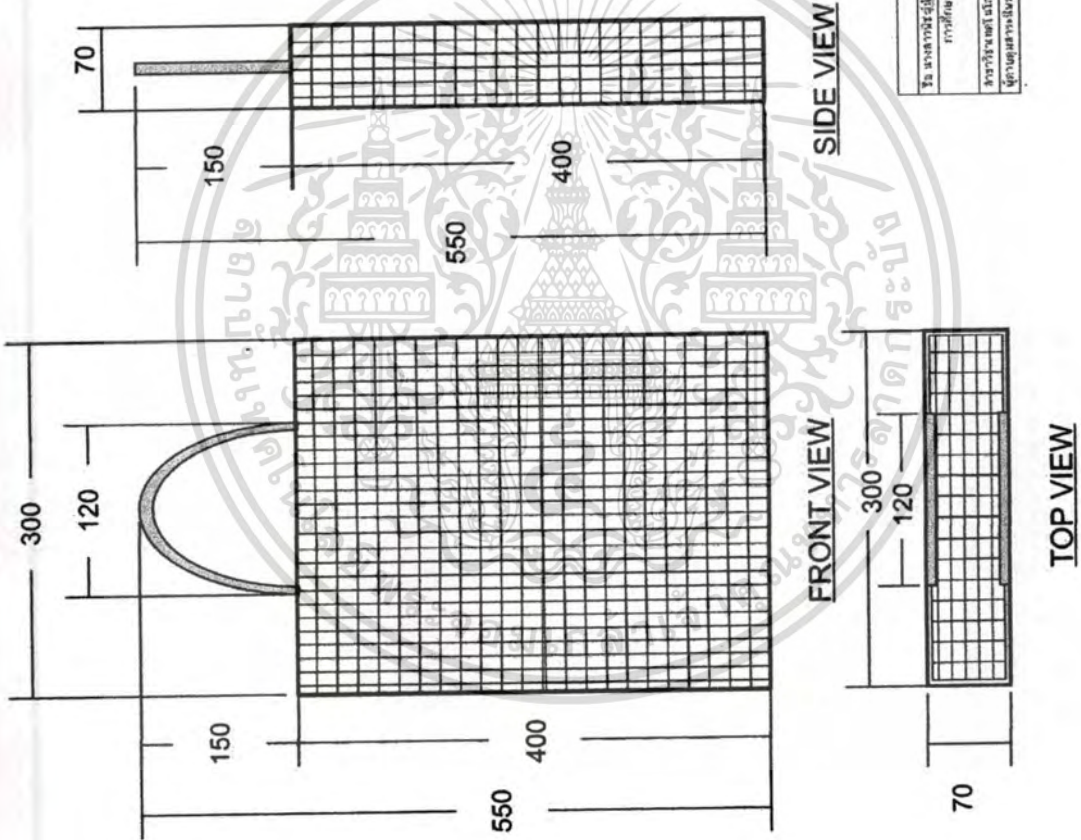
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นิยมนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



PERSPECTIVE

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	
ชื่อ นางสาวปวีณัฐภูมิ อภิมาวณิช	รหัส ๖๐๓๐๖๐๖
ภาควิชา ขนถ่ายและบรรจุภัณฑ์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	
จังหวัดนนทบุรี	
อาจารย์ ดร.เฉลิมเกียรติ ศรีนาคธรรม	ภาควิชาสถาปัตยกรรม
ผู้ควบคุมการประเมินผล	รองศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ ศิริปัญญา
	มีตราประทับ
	มหาวิทยาลัย

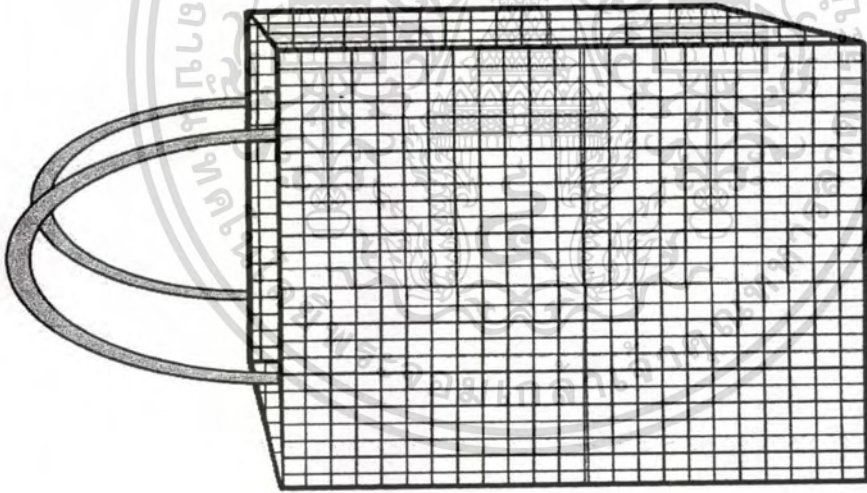
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



UNIT 1:1
SCALE mm

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	รหัส ๕๐๐๕๐๕๐
ชื่อ นางสาวสุวิมล ภิรมานนท์	การศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตบัณฑิตศึกษาระดับปริญญาโท สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตบัณฑิตศึกษา
สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตบัณฑิตศึกษา	สาขาวิชาเทคโนโลยีการผลิตบัณฑิตศึกษา
ผู้ควบคุมงาน	ผู้ควบคุมงาน

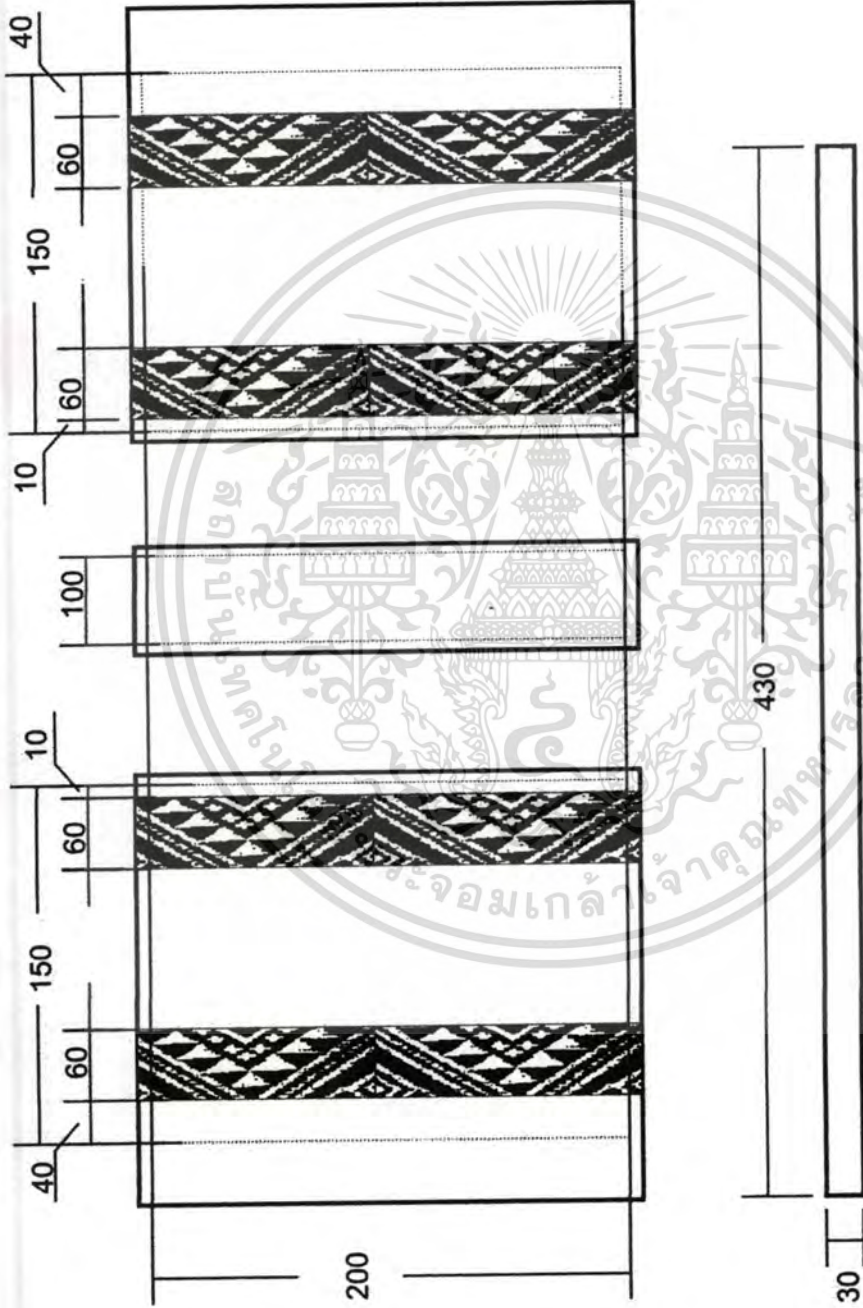
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



PERSPECTIVE

ชื่อ นางสาวสุณิษา สุมาพร	สถาบัน เทคโนโลยี วิศวกรรมศาสตร์ มธม	รหัส ๕๖๐๘๐๐๕
การศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาวิศวกรรมเครื่องกล คณะวิศวกรรมศาสตร์		
โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษา		
อาจารย์ประจำวิชา	ดร.วิภาดาพร อภิบาลธรรม	ดร.วิภาดาพร อภิบาลธรรม
ผู้ควบคุมงาน	รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สวัสดิ์	ส.วิภาดา
		ส.ภาวรัตน์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	
เลขที่งานวิจัย	รหัส 49062606
ภาควิชาออกแบบและตกแต่งภายใน คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง	
จังหวัดปทุมธานี	
สาขาวิชาสถาปัตยกรรมศาสตร์	
ผู้ควบคุมงานวิจัย	ศาสตราจารย์ ดร.วิภาดา ธีระรัตน์
ผู้ช่วยผู้ควบคุมงานวิจัย	ดร.วิภาดา ธีระรัตน์

UNIT 1:1
SCALE mm

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



PERSPECTIVE

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ	รหัส 49000000
ชื่อ นางสาวณิชาณัฐิณี สีขาวศรี	ภาควิชาศิลปการออกแบบ
ภาควิชาศิลปการออกแบบ สาขาวิชาศิลปการออกแบบผลิตภัณฑ์และสิ่งทอ	
โรงเรียนช่างเทคนิค	
สาขาวิชา เทคโนโลยีสิ่งทอสิ่งทอและการออกแบบ	สาขาวิชา ศิลปการออกแบบ
ผู้ควบคุมงานเรียน	วิชาเรียน
วิชาช่างเทคนิค	ภาคเรียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ชื่อ-สกุล นางสาวพิชญ์นันท์ รักษาวงศ์

วันเดือนปีเกิด 5 มกราคม 2525

สถานที่อยู่ปัจจุบัน 6 ซอย 1 ถนนค้อใหญ่ ตำบลตลาด อำเภอเมืองมหาสารคาม
จังหวัดมหาสารคาม

ประวัติการศึกษา ปีการศึกษา 2546 สำเร็จการศึกษา วิทยาศาสตรบัณฑิต (วท.บ)
เกียรตินิยมอันดับสอง สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
จากมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ปีการศึกษา 2550 สำเร็จการศึกษา ครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต
(ค.อ.ม.) สาขาวิชาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
จากสถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

