

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม้อวบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงบุคลิกภาพต่างๆ  
SUCCULENT PLANT PACKAGING DESIGN  
FOR DIFFERENT PERSONALITY TYPES PLANTER



ศิลปนิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชานิตศศิลป์ ภาควิชานิตศศิลป์  
คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ปีการศึกษา 2566

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบ  
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
ใบรับรองศิลปนิพนธ์

หัวข้อศิลปนิพนธ์      การออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม้อวบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงบุคลิกภาพต่าง ๆ  
Succulent Plant Packaging Design for Different Personality  
Types Planter

นักศึกษา                      อรชพร โศภิชฐธัญมถล  
รหัสประจำตัว                63020281  
ปริญญา                        ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต  
สาขาวิชา                    นิเทศศิลป์  
พ.ศ.                            2566  
อาจารย์ที่ปรึกษา            ภาพแพรว รัตรสาร



( ภาพแพรว รัตรสาร )

อาจารย์ที่ปรึกษา

วันที่ 31 เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2567

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	การออกแบบบรรจุภัณฑ์ไม้อวบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงบุคลิกภาพต่าง ๆ
นักศึกษา	อรชพร โศภิชฐกุล
รหัสประจำตัว	63020281
ปริญญา	ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชา	นิเทศศิลป์
พ.ศ.	2566
อาจารย์ที่ปรึกษา	ภาพแพรว รัตสราร

## บทคัดย่อ

การปลูกต้นไม้เพื่อเป็นงานอดิเรก นอกจากเป็นกิจกรรมที่ผ่อนคลายแล้วยังสามารถสร้างความสุขในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคลได้ แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่ามีผู้เลี้ยงจำนวนมากที่ประสบความยากและท้าทายหลายประการ ปัญหาเหล่านี้อาจทำให้ความสนใจในการทำกิจกรรมนี้ลดลง แต่การเลือกต้นไม้ที่มีลักษณะความต้องการที่สอดคล้องกันกับลักษณะการใช้ชีวิตของผู้เลี้ยงจะช่วยให้การเลี้ยงต้นไม้ง่ายขึ้น และการปรับวิธีการดูแลให้ตรงกับความสนใจของผู้เลี้ยงจะช่วยสร้างแรงจูงใจในการเลี้ยงได้

ศิลปนิพนธ์นี้จึงศึกษาเกี่ยวกับพืชอวบน้ำสายพันธุ์ต่าง ๆ เพื่อหาความสอดคล้องกันกับลักษณะนิสัยและความต้องการของผู้เลี้ยงบุคลิกภาพต่าง ๆ โดยอ้างอิงตามศาสตร์บุคลิกภาพนพลักษณ์ เพื่อนำมาออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ไม้อวบน้ำที่สามารถใช้เป็นกิจกรรมสร้างแรงจูงใจในการดูแลต้นไม้ให้ผู้เลี้ยงแต่ละรูปแบบได้

# กิตติกรรมประกาศ

การศึกษาศิลปนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดีเนื่องจากความช่วยเหลือและการสนับสนุนจากหลายฝ่าย ข้าพเจ้าขอแสดงความขอบคุณอย่างสูงสุดต่อทุกท่านที่มีส่วนร่วมในการให้คำปรึกษาและการสนับสนุนที่สำคัญในกระบวนการศึกษานี้

ขอขอบคุณความอนุเคราะห์จากอาจารย์ภาพแพรว รัตสาร อาจารย์ที่ปรึกษาที่ให้คำแนะนำอันเป็นประโยชน์ และเข้าใจสถานการณ์ของข้าพเจ้าเป็นอย่างดี ขอขอบคุณอาจารย์สาขาวิชานิเทศศิลป์ ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรม ศิลปะและการออกแบบทุกท่านที่ได้มอบความรู้ การสนับสนุนในด้านต่าง ๆ ตลอดการศึกษาที่ผ่านมาให้แก่ข้าพเจ้าอันเป็นส่วนสำคัญที่ทำให้ศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ อีกทั้งยังได้มอบข้อคิดมากมายไว้ให้ตัวข้าพเจ้าต่อไปในอนาคต

ขอบคุณครอบครัวของข้าพเจ้าที่เป็นกำลังใจที่สำคัญที่สุดแก่ข้าพเจ้าเสมอ ขอขอบคุณการปลูกฝังที่ดีที่ได้หล่อหลอมตัวข้าพเจ้าให้สามารถก้าวผ่านอุปสรรคต่าง ๆ มาได้ด้วยจิตใจที่เข้มแข็ง ขอขอบคุณสุนัขทุกตัวที่หล่อเลี้ยงจิตใจของข้าพเจ้าแม่ในวันที่เหนื่อยล้า

ขอบคุณทุกความรักและความปรารถนาดีจากกัญจน์ณิชา พิมพ์นิพา ญาวินิ อรณิชา เพื่อนที่ร่วมทุกข์ ร่วมสุข ให้การช่วยเหลือทั้งร่างกายและแรงใจอย่างเต็มที่จนศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ในที่สุด

ข้าพเจ้าได้รับกำลังใจที่ดีและแรงผลักดันจากความห่วงใยเหล่านี้ ข้าพเจ้าขอขอบพระคุณทุกท่านที่ได้กล่าวไว้ในข้างต้นรวมถึงบุคคลที่ไม่ได้กล่าวไว้ในกิตติมากรรมประกาศนี้ด้วยใจจริง

อรชพร โศภิษฐกุล

# สารบัญ

บทที่	หน้า
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญรูปภาพ.....	VII
บทที่ 1 บทนำ .....	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา .....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	1
1.3 ขอบเขตของงาน.....	2
1.4 ขั้นตอนของการดำเนินงาน .....	2
1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	2
บทที่ 2 วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง .....	3
2.1 การดำรงชีวิตและการเจริญเติบโตของพืช.....	3
2.2 พีชอวบน้ำ.....	3
2.3 พฤติกรรมการเลือกซื้อต้นไม้.....	6
2.4 พฤติกรรมการเลี้ยงต้นไม้.....	6
2.5 ศาสตร์นพลักษณ์.....	7
2.5.1 โครงสร้างของนพลักษณ์.....	8
2.5.2 บุคลิกภาพ 9 แบบตามศาสตร์นพลักษณ์.....	9
บทที่ 3 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ.....	11
3.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	11
3.1.1 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์.....	12
3.1.2 ลักษณะของการบรรจุภัณฑ์.....	12
3.1.3 องค์ประกอบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	12
3.1.4 หลักเกณฑ์ในการพิจารณาการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	13
3.1.5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาของบรรจุภัณฑ์.....	13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร.....	13
3.2.1 วัตถุประสงค์ของการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร.....	13
3.2.2 โครงสร้างเอกลักษณ์องค์กร.....	14
3.3 องค์ประกอบเชิงภาพของการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร.....	14
บทที่ 4 วิธีการดำเนินงาน.....	16
4.1 กลุ่มเป้าหมาย.....	16
4.2 วิธีการเก็บข้อมูล.....	16
1. ค้นหาจากวิทยานิพนธ์ หนังสือ บทความ อินเทอร์เน็ต.....	16
2. จากการสอบถามผู้มีความรู้ และจากการสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์การเลี้ยงต้นไม้ของ คนรอบตัว.....	16
4.3 ขอบเขตของเนื้อหา.....	16
4.3.1 ตารางจับคู่ต้นไม้ตามบุคลิกภาพของผู้เลี้ยงตามนพลักษณ์.....	17
4.4 ขอบเขตของชิ้นงาน.....	20
4.5 แนวทางการออกแบบ.....	21
แนวทางการออกแบบที่ 1 : Plant Buddy.....	21
แนวทางการออกแบบที่ 2 : พบสุข.....	22
แนวทางการออกแบบที่ 3 : First Survivor.....	23
บทที่ 5 การดำเนินการออกแบบ.....	24
5.1 การออกแบบตราสัญลักษณ์.....	24
5.2 การออกแบบตัวละคร.....	25
5.3 การออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์.....	25
5.3.1 กล่องที่ 1 : ผู้แสวงหาความสมบูรณ์แบบ.....	25
5.3.2 กล่องที่ 2 : ผู้ให้.....	26
5.3.3 กล่องที่ 3 : นักแสดง.....	26
5.3.4 กล่องที่ 4 : ผู้ไต่กิ่ง.....	27
5.3.5 กล่องที่ 5 : ผู้สังเกตการณ์.....	27
5.3.6 กล่องที่ 6 : คนช่างระแวง ผู้รักดี.....	28

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.3.7	กล่องที่ 7 : ผู้เสพสุขยอด.....	28
5.3.8	กล่องที่ 8 : ผู้ปกป้อง.....	29
5.3.9	กล่องที่ 9 : ผู้ประสานไมตรี.....	29
บทที่ 6	ผลงานสำเร็จ.....	30
6.1	การออกแบบตราสัญลักษณ์.....	30
6.2	การออกแบบตัวละคร.....	31
6.2.1	การออกแบบตัวละครบุคลิกภาพผู้เลี้ยง.....	31
6.2.1	การออกแบบตัวละครต้นไม้.....	31
6.3	การออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์พืชอวบน้ำ.....	32
6.4	การออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	36
6.5	การจัดแสดงงาน.....	37
บทที่ 7	บทสรุปและข้อเสนอแนะ.....	38
7.1	บทสรุป.....	38
7.2	ปัญหาและข้อจำกัด.....	38
7.3	ข้อเสนอแนะ.....	38
บรรณานุกรม	.....	39
ประวัติผู้เขียน	.....	41

# สารบัญรูปภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 2.1 ต้นชวนชม .....	4
ภาพที่ 2.2 ต้นว่านหางจรเข้ .....	4
ภาพที่ 2.3 ต้นองุ่นป่า.....	5
ภาพที่ 2.4 แผนภาพแสดงผลสำรวจเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อต้นไม้ของกลุ่มคนอายุต่าง ๆ .....	6
ภาพที่ 2.5 แผนภาพที่แสดงถึงนพลักษณ์ ( Enneagram Chart ) .....	7
ภาพที่ 4.1 ต้นแมมมิลลาเรียนกฮูก .....	17
ภาพที่ 4.2 ต้นกล้วยไม้ .....	17
ภาพที่ 4.3 ต้นโป๊ยเซียน .....	17
ภาพที่ 4.4 ต้นสายป่านดวงใจ.....	18
ภาพที่ 4.5 ต้นไลทอป.....	18
ภาพที่ 4.6 ต้นแอสโตรไฟตัม .....	18
ภาพที่ 4.7 ต้นทิวลิป .....	19
ภาพที่ 4.8 ต้นกระเจียว.....	19
ภาพที่ 4.9 ต้นลิลลี่.....	19
ภาพที่ 4.10 ต้นหยาดน้ำค้าง .....	19
ภาพที่ 4.11 ต้นทิลแลนด์เซีย.....	20
ภาพที่ 4.12 แนวทางการออกแบบที่ 1.....	21
ภาพที่ 4.13 แนวทางการออกแบบที่ 2.....	22
ภาพที่ 4.14 แนวทางการออกแบบที่ 3.....	23
ภาพที่ 5.1 แบบร่างตราสัญลักษณ์.....	24
ภาพที่ 5.2 แบบร่างตัวละคร .....	25
ภาพที่ 5.3 โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ขอวน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 1 ...	25
ภาพที่ 6.1 ภาพตราสัญลักษณ์แบบสำเร็จ .....	30
ภาพที่ 6.2 ภาพตัวละครบุคลิกภาพผู้เลี้ยง.....	31
ภาพที่ 6.3 ภาพตัวละครต้นไม้.....	31
ภาพที่ 6.4 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ขอวน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 1.....	32
ภาพที่ 6.5 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ขอวน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 2.....	32
ภาพที่ 6.6 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ขอวน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 3.....	33
ภาพที่ 6.7 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ขอวน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 4.....	33

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 6.8 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์พีชอบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 5.....	34
ภาพที่ 6.9 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์พีชอบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 6.....	34
ภาพที่ 6.10 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์พีชอบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 7 .....	34
ภาพที่ 6.11 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์พีชอบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 8 .....	35
ภาพที่ 6.12 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์พีชอบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 9 .....	35
ภาพที่ 6.13 ภาพถุงบรรจุภัณฑ์.....	36
ภาพที่ 6.14 ภาพการจัดแสดงงาน.....	37



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การปลูกต้นไม้เพื่อเป็นงานอดิเรกนอกจากเป็นกิจกรรมที่ผ่อนคลายแล้วยังสามารถสร้างความสุขในรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ของแต่ละบุคคลได้ แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่าผู้เลี้ยงจำนวนมากที่ประสบความยากและท้าทายหลายประการ เนื่องจากต้นไม้มีลักษณะความต้องการที่เฉพาะไปตามแต่ละต้นหรือสายพันธุ์ ปัญหาเหล่านี้อาจทำให้ความสนใจในการทำกิจกรรมนี้ลดลง ทั้งนี้ผู้ที่มีความสนใจในการปลูกต้นไม้สามารถเลือกปลูกต้นไม้ชนิดต่าง ๆ ตามความชอบและความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของตนเองได้ การเลือกต้นไม้ให้มีลักษณะความต้องการที่สอดคล้องกันกับลักษณะการใช้ชีวิตของผู้เลี้ยงจะช่วยให้การเลี้ยงต้นไม้ง่ายขึ้น และการปรับกิจกรรมการดูแลให้ตรงกับความต้องการของผู้เลี้ยงจะช่วยสร้างแรงจูงใจในการเลี้ยงได้

สามารถแบ่งลักษณะผู้เลี้ยงได้เป็น 9 ลักษณะโดยอ้างอิงตามศาสตร์บุคลิกภาพนพลักษณ์ ซึ่งเป็นศาสตร์บุคลิกภาพโบราณรูปแบบหนึ่งที่แบ่งจริตนิสัยของผู้คนบนโลกออกเป็น 9 ลักษณะหลัก ๆ คนแต่ละลักษณะจะมีพื้นฐานของแบบแผนแห่งความรู้สึก ความนึกคิด และวิธีการกระทำที่ต่างกัน ซึ่งเกิดขึ้นมาจากกลไกกลั่นกรองการรับรู้โลกที่สั่งสมมาระหว่างการเติบโต

เมื่อศึกษาทำความเข้าใจเหตุผลเบื้องหลังเหล่านี้แล้วจะทำให้เข้าใจถึงแนวโน้มความใส่ใจและทิศทางการกระทำต่อสิ่งต่าง ๆ ของคนในแต่ละลักษณะได้ สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการคัดเลือกต้นไม้ให้เหมาะสมกับลักษณะนิสัยและสามารถนำมาสร้างแรงจูงใจในการเลี้ยงต้นไม้ตามรูปแบบความสุขของคนในแต่ละลักษณะได้ จึงเป็นที่มาของการศึกษาศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้ เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ฟิวเวอร์น้ำที่สร้างแรงจูงใจในการเลี้ยงฟิวเวอร์น้ำ โดยการคัดเลือกลักษณะฟิวเวอร์น้ำที่มีลักษณะทางกายภาพและมีขั้นตอนวิธีการเลี้ยงที่เหมาะสมกับผู้เลี้ยงตามศาสตร์นพลักษณ์

### 1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ฟิวเวอร์น้ำที่สร้างแรงจูงใจในการเลี้ยงฟิวเวอร์น้ำ
2. เพื่อศึกษาเกี่ยวกับฟิวเวอร์น้ำสายพันธุ์ต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับนิสัยผู้เลี้ยงลักษณะต่าง ๆ เพื่อให้ผู้เลี้ยงต้นไม้ได้รับประสบการณ์ที่ดีขึ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 1.3 ขอบเขตของงาน

1. ลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการปลูกเลี้ยงต้นไม้และอาจมีปัญหาเกี่ยวกับการดูแลต้นไม้ อายุ 25-40 ปี อาศัยในที่อยู่ขนาดเล็ก
2. ขอบเขตของเนื้อหา คือ ศาสตร์บุคลิกภาพพลักษณ์และลักษณะของพืชอวบน้ำสายพันธุ์ต่าง ๆ ที่มีลักษณะทางกายภาพและมีขั้นตอนวิธีการเลี้ยงที่ตรงกับจริตของผู้เลี้ยงแบบต่าง ๆ เพื่อนำมาออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมการเลี้ยงพืชอวบน้ำของคนแต่ละลักษณะ
3. ขอบเขตของชิ้นงาน คือ
  1. บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุพืชอวบน้ำสำหรับผู้เลี้ยง 9 ลักษณะ 9 ชิ้น
  2. ฤกษ์ระดาศ 1 ชิ้น
  3. โปสเตอร์ประชาสัมพันธ์ 1 ชิ้น

### 1.4 ขั้นตอนของการดำเนินงาน

1. กำหนดวัตถุประสงค์ คือ เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สร้างแรงจูงใจในการเลี้ยงพืชอวบน้ำ
2. รวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ วิทยานิพนธ์ หนังสือ บทความ อินเทอร์เน็ต ผู้มีความรู้ และจากการสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์การเลี้ยงต้นไม้ของคนรอบตัว
3. วิเคราะห์และสรุปข้อมูล เพื่อหาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยแก้ไขปัญหาการเลี้ยงพืชอวบน้ำแล้วตาย
4. เรียบเรียงเนื้อหา โดยการนำเนื้อหาที่สรุปไว้เกี่ยวกับศาสตร์บุคลิกภาพพลักษณ์กับการปลูกเลี้ยงพืชอวบน้ำมาเรียบเรียงให้เข้าใจง่ายเพื่อนำไปสู่การกำหนดแนวทางการออกแบบ
5. กำหนดแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่ออื่น ๆ
6. ดำเนินงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่ออื่น ๆ ตามแนวทางที่กำหนดไว้
7. สรุปผลการดำเนินงานจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์และสื่ออื่น ๆ

### 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เข้าใจแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับพืชอวบน้ำสายพันธุ์ต่าง ๆ และลักษณะบุคลิกภาพแบบต่าง ๆ ตามศาสตร์นพลักษณ์
2. สามารถสร้างแรงจูงใจในการเลี้ยงพืชอวบน้ำเพื่อสร้างประสบการณ์การเลี้ยงต้นไม้ที่ดีขึ้นให้กับกลุ่มเป้าหมาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 2

### วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 การดำรงชีวิตและการเจริญเติบโตของพืช

“การเจริญเติบโต” ประกอบด้วยคำสองคำ คือ การเจริญ และการเติบโต การเติบโต คือ การเพิ่มมวลหรือปริมาตรอย่างถาวร เกิดขึ้นเมื่อมีการแบ่งเซลล์และการขยายขนาดของเซลล์ เปลี่ยนแปลงรูปร่างเซลล์หน้าที่เฉพาะและเกิดรูปร่างที่แน่นอน ส่วนการเจริญ คือ การเปลี่ยนแปลงอย่างเป็นขั้นตอนของเซลล์และเนื้อเยื่อ ทั้งการเพิ่มขนาดจากการเติบโตและการเปลี่ยนสภาพจนมีรูปร่างปลักษณะดังที่ปรากฏในแต่ละช่วงชีวิตของพืช การเจริญเติบโตของสิ่งมีชีวิตมีปัจจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ 3 ประการ คือ ปัจจัยทางพันธุกรรม ปัจจัยฮอร์โมน ปัจจัยสิ่งแวดล้อมภายนอก (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2015)

พืชแต่ละชนิดต้องการปัจจัยพื้นฐานในการเจริญเติบโตที่เหมือนกัน แต่ปริมาณความต้องการของปัจจัยต่าง ๆ มีความแตกต่างกัน ทำให้การดูแลพืชแต่ละชนิดมีความเฉพาะและแตกต่างกัน การให้ความสำคัญกับความต้องการเฉพาะของพืชแต่ละชนิดจะช่วยให้พืชสามารถเจริญเติบโตได้อย่างเต็มที่และมีสุขภาพดี (มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 2015) โดยปัจจัยพื้นฐานดังกล่าวที่พืชต้องการเพื่อการเจริญเติบโตอย่างเหมาะสม ได้แก่ ดิน น้ำ ธาตุอาหาร อากาศ และแสงแดด

#### 2.2 พืชอวบน้ำ

นิยามของคำว่า “พืชอวบน้ำ” คือพรรณไม้ที่มีวิวัฒนาการทางสรีระให้สามารถเก็บกักน้ำไว้ในส่วนต่าง ๆ ของลำต้น ไม่ว่าจะเป็นราก หัวใต้ดิน ลำต้น หรือใบ บางชนิดอาจลดรูปใบให้กลายเป็นหนาม สร้างขนหรือขี้ผึ้งเคลือบผิวใบ หรือสร้างเปลือกหนาเป็นพิเศษเพื่อปกป้องความร้อนจากแสงแดดและเพื่อลดการคายน้ำออกจากต้นพืช ทำให้พืชอวบน้ำสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสภาพที่แห้งแล้งยาวนาน ดังนั้น คำว่าพืชอวบน้ำจึงครอบคลุมพรรณไม้หลากหลายวงศ์และสกุลเข้าไว้ด้วยกัน แม้ว่าบางชนิดอาจขัดกับความคุ้นเคยของคนทั่วไป เช่น พืชในวงศ์กล้วยไม้ วงศ์สับปะรด วงศ์ลิ้นี่ วงศ์บอน เป็นต้น

พืชอวบน้ำแต่ละชนิดมีวิธีกักเก็บน้ำเพื่อใช้ดำรงชีวิตแตกต่างกันไป สามารถแบ่งเป็น 3 ประเภทใหญ่ๆ ดังนี้

## 1. ลำต้นอวบน้ำ

พืชอวบน้ำกลุ่มนี้มีเนื้อเยื่อพิเศษซึ่งทำหน้าที่เก็บน้ำอยู่ภายในลำต้น ทำให้ลำต้นมีลักษณะอ้วนกลม หรือเป็นแท่ง และลดรูปใบจนไม่มีเหลือหรือเปลี่ยนเป็นหนามเพื่อลดการคายน้ำ ไม่อวบน้ำประเภทนี้จึงสังเคราะห์แสงด้วยคลอโรฟิลล์บนลำต้น ตัวอย่างเช่น วงศ์กระบองเพชร วงศ์สัดไต บางชนิดอาจมีใบเฉพาะในฤดูฝนและทิ้งใบในช่วงฤดูแล้งเพื่อพักตัว เช่น วงศ์ชวนชม วงศ์องุ่น และวงศ์กำยาน เป็นต้น (ภวพล ศุภนันท์นันทน์ และคณะ, พ.ศ. 2560)



ภาพที่ 2.1 ต้นชวนชม

## 2. ใบอวบน้ำ

พืชอวบน้ำกลุ่มนี้มีแผ่นใบหนาอวบ รูปร่างลักษณะสีสันท่างต่างกันไป เมื่อตัดตามขวางจะเห็นชั้นเนื้อเยื่อเก็บน้ำอย่างชัดเจน ผิวใบด้านบนมีสารเคลือบขี้ผึ้ง ผงแป้ง หรือขนปกคลุม เช่น สกุลอากาเว่ สกุลลอโล สกุลอซิเวเรีย สกุลพอร์ตุลากา วงศ์สับประดาสี และวงศ์เมเซอไบรอนทีมาซีอี ที่มีใบเก็บกักน้ำเด่นชัดจนไม่ปรากฏลำต้นให้เห็น ส่วนวงศ์อมาริสลิลิเดซีอีนั้นพัฒนาส่วนโคนกับใบให้กักเก็บน้ำและซ้อนกันแน่นเป็นหัวอยู่ใต้ดิน (ภวพล ศุภนันท์นันทน์ และคณะ, พ.ศ. 2560)



ภาพที่ 2.2 ต้นว่านหางจระเข้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3. รากหรือหัวบนดินและใต้ดินอวบน้ำ

ลักษณะคล้ายกับกลุ่มต้นอวบน้ำแต่เก็บน้ำไว้ในรากหรือหัวบนดินหรือใต้ดินแล้วผลิใบหรือลำต้นที่เป็นเถาเหนือดินเพื่อสังเคราะห์แสง เมื่อฤดูแล้งมาถึงพรรณไม้เหล่านี้มักทิ้งกิ่ง เถา และใบบางส่วนหรือทั้งหมดทิ้ง คงเหลือแต่รากหรือหัวอวบน้ำเพื่อเก็บอาหารและพลังงานไว้สำหรับแตกลำต้นและใบขึ้นใหม่เมื่อฤดูฝนมาถึงอีกครั้ง เช่น ไม้โขด วงศ์ผักบุง วงศ์แตง วงศ์กะทกรก วงศ์องุ่น เป็นต้น ไม้โขดหลายชนิดเมื่อยังเล็กจะมีหัวใต้ดินพองโตขึ้นหัวมีขนาดใหญ่โผล่เหนือผิวดินและกลายเป็นไม้โขดที่มีหัวเหนือดินตามธรรมชาติมีลำต้นเหนือดินมักหยาบและแตกเป็นลายสวยงามเพื่อช่วยปกป้องพืชจากสภาพอากาศอันโหดร้าย เช่น ต้นหลังเก่าจากวงกลอยที่มีผิวแตกเป็นลายคล้ายกระดองเต่า ( ภาพล ศุภนันทนานนท์ และคณะ, 2560 )



ภาพที่ 2.3 ต้นองุ่นป่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 2.3 พฤติกรรมการเลือกซื้อต้นไม้

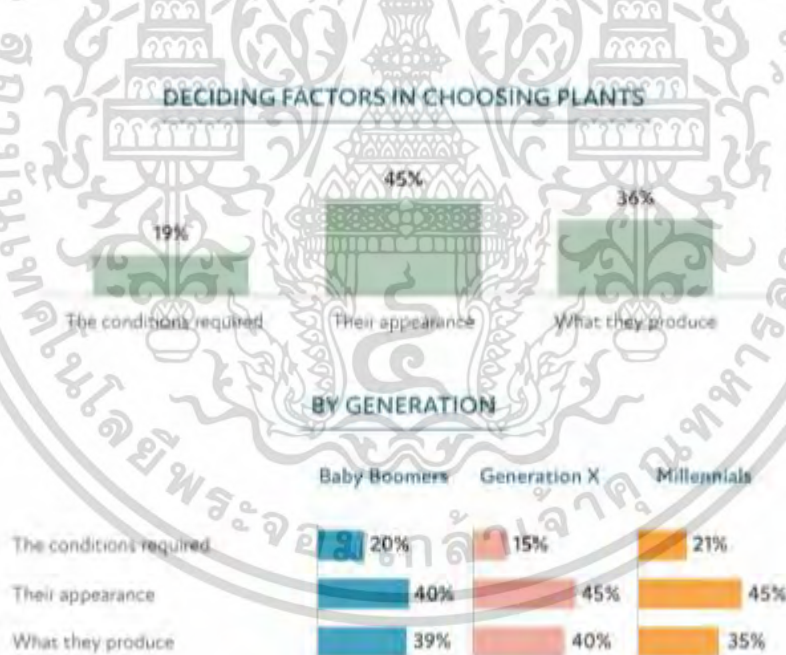
ผลสำรวจพฤติกรรมการเลือกซื้อต้นไม้ของคนอายุต่าง ๆ จากกลุ่มคนจำนวน 990 คน ในปี พ.ศ. 2560 พบว่ามีการเลือกซื้อจากรูปลักษณ์หน้าตาของต้นไม้มากที่สุด(45%) รองลงมาคือการเลือกซื้อจากประโยชน์หรือผลผลิตของต้นไม้(36%) และ น้อยที่สุดคือการเลือกซื้อจากลักษณะวิธีการเลี้ยงต้นไม้(19%) สามารถอธิบายพฤติกรรมการเลือกซื้อต้นไม้ของคนอายุที่ต่างกันได้ ดังนี้

กลุ่มคนอายุ 56-64 ปี มีพฤติกรรมการเลือกซื้อต้นไม้จากรูปลักษณ์หน้าตามากที่สุด(40%) จากประโยชน์หรือผลผลิตของต้นไม้(39%) และน้อยที่สุดคือจากลักษณะวิธีการเลี้ยงต้นไม้(20%)

กลุ่มคนอายุ 43-55 ปี มีพฤติกรรมการเลือกซื้อต้นไม้จากรูปลักษณ์หน้าตามากที่สุด(45%) จากประโยชน์หรือผลผลิตของต้นไม้(40%) และน้อยที่สุดคือจากลักษณะวิธีการเลี้ยงต้นไม้(15%)

กลุ่มคนอายุ 25-42 ปี มีพฤติกรรมการเลือกซื้อต้นไม้จากรูปลักษณ์หน้าตามากที่สุด(45%) จากประโยชน์หรือผลผลิตของต้นไม้(35%) และน้อยที่สุดคือจากลักษณะวิธีการเลี้ยงต้นไม้(21%)

จะเห็นได้ว่ากลุ่มคนอายุ 25-42 ปี ใส่ใจในการเลือกซื้อต้นไม้จากลักษณะวิธีการเลี้ยงต้นไม้มากที่สุด เมื่อเทียบกับกลุ่มคนอายุอื่น ๆ (StoneSide, 2020)



ภาพที่ 2.4 แผนภาพแสดงผลสำรวจเหตุผลในการตัดสินใจเลือกซื้อต้นไม้ของกลุ่มคนอายุต่าง ๆ

## 2.4 พฤติกรรมการเลี้ยงต้นไม้

ผลสำรวจพฤติกรรมการเลี้ยงต้นไม้ของกลุ่มคนอายุระหว่าง 28 - 40 ปี จำนวน 2,000 คน พบว่า ค่าเฉลี่ยที่ผู้เลี้ยงทำต้นไม้ตายอยู่ที่ 7 ต้น โดยมีสาเหตุการตายหลัก ๆ มาจากการรดน้ำในปริมาณที่มากเกินไป เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รองลงมาคือปริมาณแสงแดดที่ไม่เพียงพอ ปริมาณน้ำที่ไม่เพียงพอ อุณหภูมิที่ไม่เหมาะสม และ ปริมาณแสงแดดที่มากเกินไปตามลำดับ นอกจากนี้ผลสำรวจยังระบุถึงข้อกังวลต่าง ๆ ของผู้เลี้ยงต้นไม้ได้ด้วย ดังนี้

กังวลถึงความเหมาะสมของปริมาณแสงแดดที่ต้นไม้ควรจะได้รับ(60%)

กังวลถึงความเหมาะสมของปริมาณน้ำที่ต้นไม้ควรจะได้รับ(56%)

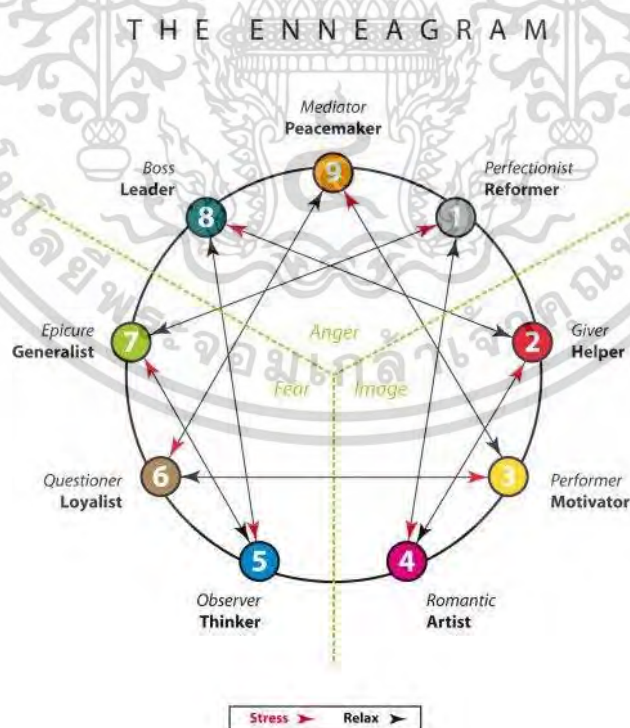
กังวลว่าต้นไม้จะตาย(48%)

กังวลว่าต้นไม้จะได้รับความกระทบกระเทือนจากการเคลื่อนย้ายที่ตั้งวาง(37%)

กังวลว่าต้นไม้จะไม่ได้รับการดูแลเมื่อต้องเดินทางไกล(21%) (GardenPals, 2024)

## 2.5 ศาสตร์นพลักษณ์

นพลักษณ์ คือ ศาสตร์บุคลิกภาพโบราณรูปแบบหนึ่ง ในประเทศไทยศึกษาเรื่องนี้จากตำราที่ได้รับมาจากสายที่ดูแลโดย “เฮเลน พัลมเมอร์” และ “เดวิด แดเนียล” แปลเมื่อปี พ.ศ.2540 อธิบายถึงพื้นฐานของแบบแผนแห่งความรู้สึก ความนึกคิด และวิธีการกระทำที่แตกต่างกันของคนแต่ละประเภท ซึ่งเกิดขึ้นมาจากกลไกล้นกรองการรับรู้โลกที่ส่งสมระหว่างการเติบโต การศึกษาลึกลงไปถึงกลไกภายในจิตใจเหล่านี้ทำให้ศาสตร์นพลักษณ์มีความลึกซึ้งมากกว่าศาสตร์บุคลิกภาพอื่น ๆ ที่มุ่งศึกษาเพียงแง่ของการแสดงออกทางพฤติกรรม (Online, พ.ศ. 2559)



ภาพที่ 2.5 แผนภาพที่แสดงถึงนพลักษณ์ ( Enneagram Chart )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แผนภาพที่แสดงถึงนพลักษณ์จะเป็นแผนภาพของวงกลมที่มีจุดอยู่ทั้งหมด 9 จุดและมีลูกศรหรือเส้นที่เชื่อมโยงกันระหว่างจุด โดยจุดที่อยู่บนวงกลมทั้ง 9 จุด แสดงถึงลักษณะ 9 ลักษณะหรือบุคลิกภาพ 9 แบบ ส่วนลูกศรหรือเส้นที่เชื่อมโยงกันระหว่างจุด แสดงถึง ทิศทางของสภาวะลูกศรซึ่งเป็นพของคนที่แต่ละลักษณะ

### 2.5.1 โครงสร้างของนพลักษณ์

1. ปัญญา 3 ฐาน (The 3 Centers) คือ ความสามารถในการทำงานของมนุษย์ โดยมนุษย์ทุกคนใช้ฐานทั้ง 3 ฐานในการดำเนินชีวิต ได้แก่ ฐานกาย ฐานใจ และฐานหัว แต่จะรับและสนองตอบสิ่งต่าง ๆ ในโลกผ่านฐานใดฐานหนึ่งเป็นหลักเพียงฐานเดียว ซึ่งมักจะบ่งบอกว่าคนแต่ละลักษณะให้ความสำคัญเกี่ยวกับเรื่องอะไร มักจะใช้กระบวนการอะไร และมีการแสดงออกอย่างไร โดย
  - ฐานกาย (body) คือ ลักษณะที่มีความถนัดในการแสดงออกผ่านสัญชาตญาณ การเคลื่อนไหว การลงมือทำ และความตระหนักรู้ทางร่างกาย ได้แก่ ลักษณะ 8 ลักษณะ 9 และลักษณะ 1
  - ฐานใจ (heart) คือ ลักษณะที่มีความถนัดในการใช้อารมณ์ความรู้สึก มีประสบการณ์เกี่ยวกับความรู้สึกอย่างลุ่มลึก และเชื่อมโยงกับผู้คน ได้แก่ ลักษณะ 2 ลักษณะ 3 และลักษณะ 4
  - ฐานหัว (head) คือ ลักษณะที่มีความถนัดในการใช้ความคิด มักจะแสดงออกผ่านความคิด การวิเคราะห์ และการให้เหตุผล ได้แก่ ลักษณะ 5 ลักษณะ 6 และลักษณะ 7
2. สภาวะปีก (Wing) คือ บุคลิกประกอบลักษณะหลัก หรือลักษณะทั้ง 2 ลักษณะ ที่อยู่เคียงข้างลักษณะหลักบนแผนภาพนพลักษณ์ ซึ่งจะทำให้แต่ละคนมีการแสดงออกที่แตกต่างกันออกไปตามอิทธิพลของลักษณะที่อยู่เคียงข้างลักษณะนั้น ซึ่งคนแต่ละคนจะมีสภาวะปีกที่แตกต่างกันหรือไม่จำเป็นที่จะต้องมีสภาวะปีกอยู่ในคน ๆ นั้นก็ได้ สภาวะปีกเป็นสภาวะที่อาจมีการเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาพแวดล้อม ปัญหาที่พบ และการเรียนรู้ ซึ่งการเปลี่ยนแปลงของสภาวะปีกที่เกิดขึ้นก็อาศัยระยะเวลายาวนาน
3. สภาวะลูกศร (Arrow) คือ สภาวะที่แต่ละคนมีพฤติกรรมและการแสดงออกเปลี่ยนแปลงไป ซึ่งความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมและการแสดงออกของคนแต่ละลักษณะจะเปลี่ยนไปตามสภาวะที่มั่นคงและสภาวะที่ไม่มั่นคง
 

ในนพลักษณ์แต่ละคนจะมีบุคลิกภาพใน 3 สภาวะ ได้แก่

  - สภาวะปกติ คือ สภาวะตอนที่ใช้ชีวิตตามปกติ ไม่ได้รู้สึกเครียดหรือมั่นคงมากนัก จะมีพฤติกรรมความนึกคิดที่เป็นไปตามลักษณะพื้นฐานของแต่ละลักษณะ
  - สภาวะที่ไม่มั่นคง คือ สภาวะที่รู้สึกเครียด กัดดัน อยู่ในสถานการณ์ที่แปลกออกไปจากความเคยชินหรือกำลังจะต้องเผชิญหน้ากับสิ่งที่หลีกเลี่ยง จะมีพฤติกรรมความนึกคิดที่เปลี่ยนแปลงไปตามทิศทางตามลูกศร ( ตามทิศลูกศรสีแดงตามภาพแผนภาพที่แสดงถึงนพลักษณ์ หน้า 3 )

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สภาวะที่มั่นคง คือ สภาวะที่เราารู้สึกว่าสามารถควบคุมสิ่งต่าง ๆ ได้ เห็นว่าสิ่งต่าง ๆ กำลังเป็นไปตามที่ต้องการ หรือช่วงเวลาที่มีความมั่นคงในชีวิต จะมีพฤติกรรมความนึกคิดที่เปลี่ยนแปลงไปตามทิศทางทวนลูกศร ( ตามทิศลูกศรสีดำตามภาพแผนภาพที่แสดงถึงนพลักษณ์ หน้า 3 )

4. ลักษณะย่อย (Subtypes) คือ ลักษณะความใส่ใจของคนในแต่ละลักษณะที่แสดงออกตามสัญญาตญาณพื้นฐาน ลักษณะย่อยของคนแต่ละลักษณะสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตามสภาพแวดล้อม ปมปัญหาที่พบและการเรียนรู้ จนทำให้คนแต่ละลักษณะมีการแสดงออกที่แตกต่างกันเป็น 27 แบบ โดยคนแต่ละคนจะมีลักษณะย่อยที่เด่นที่สุดอยู่ และมักจะมีลักษณะย่อยที่ละเลยไปจนอาจเกิดเป็นความท้าทายของชีวิต ลักษณะย่อยแบ่งออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่

ลักษณะย่อยแบบผดุงตน (self-preservation) คือ ลักษณะย่อยที่ให้ความสำคัญกับการเอาชีวิตรอด สิ่งของวัตถุ หรือสิ่งของทางกายภาพเพื่อที่จะสร้างความมั่นคงปลอดภัยให้กับชีวิตของตัวเอง โดยที่พลังของคนที่อยู่ในลักษณะย่อยกลุ่มนี้จะถูกใช้ไปกับการสร้างความมั่นคง ปลอดภัย ให้กับตัวเองตามลักษณะของคนแต่ละลักษณะ

ลักษณะย่อยแบบความสัมพันธ์ (one-to-one, sexual) คือ ลักษณะย่อยที่ให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์กับคนใดคนหนึ่ง ซึ่งความสัมพันธ์เหล่านั้นอาจเป็นความสัมพันธ์กับคนในครอบครัว ความสัมพันธ์แบบโรแมนติก เพื่อน หรือสัตว์เลี้ยงก็ได้ โดยพลังของคนที่อยู่ในลักษณะย่อยกลุ่มนี้จะถูกใช้ไปกับการสร้างความสัมพันธ์กับคนอีกคนหนึ่งตามลักษณะของคนแต่ละลักษณะ

ลักษณะย่อยแบบสังคม (social) คือ ลักษณะย่อยที่ให้ความสำคัญกับการเป็นส่วนหนึ่ง การได้รับความเคารพ การเป็นคนที่จดจำ หรือมีความสัมพันธ์กับกลุ่ม โดยกลุ่มนี้หมายถึงครอบครัว ชุมชน กลุ่มเพื่อน ที่ทำงาน หรือสังคมก็ได้ โดยพลังของคนที่อยู่ในลักษณะย่อยกลุ่มนี้จะถูกใช้ไปกับการเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มนั้นตามลักษณะของคนแต่ละลักษณะ

## 2.5.2 บุคลิกภาพ 9 แบบตามศาสตร์นพลักษณ์

ศาสตร์บุคลิกภาพนพลักษณ์แบ่งจรรยาวิสัยของผู้คนบนโลกออกเป็น 9 ลักษณะหลัก ๆ ได้แก่

1. ลักษณะที่ 1 : คนความสมบูรณ์แบบ  
เป็นผู้ที่มีมาตรฐานสูง ละเอียดรอบคอบ ขยัน อดทน และรับผิดชอบ มีแรงจูงใจ คือ ความต้องการเป็นคนดี มีคุณธรรมและอยู่บนพื้นฐานความถูกต้อง มาตรฐานสูง ขับเคลื่อนโดยค่านิยมส่วนบุคคล ต้องการปรับปรุงแก้ไขข้อผิดพลาดอยู่เสมอ
2. ลักษณะที่ 2 : ผู้ให้  
เป็นผู้ที่มีความเมตตา ละเอียดอ่อน และอดทน มีแรงจูงใจ คือ การได้รับคำชื่นชม ความยอมรับ และการเป็นที่ต้องการของผู้อื่น
3. ลักษณะที่ 3 : นักแสดง  
เป็นผู้ที่มีความสามารถในการปรับตัว มีความมุ่งมั่นทะเยอทะยาน และอดทน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มีแรงจูงใจ คือ ความสำเร็จ การเป็นที่ชื่นชม และความรู้สึกได้รับคุณค่า

4. ลักษณะที่ 4 : คนโศกซึ่ง

เป็นผู้ที่ชอบความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์ รักการสร้างสรรค์ มีความสามารถในการรับรู้อารมณ์ความรู้สึกที่ลึกซึ้ง และมีความเห็นอกเห็นใจผู้อื่น

มีแรงจูงใจ คือ ความพิเศษไม่ธรรมดา ความต้องการโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

5. ลักษณะที่ 5 : ผู้สังเกตการณ์

เป็นผู้ที่มีความชำนาญเฉพาะด้าน ชอบศึกษา ชอบวิเคราะห์ แต่ไม่ชอบลงมือปฏิบัติ

มีแรงจูงใจ คือ ความต้องการเป็นผู้มีความสามารถ พึ่งพาตนเองได้ รู้เห็น และเข้าใจสิ่งต่าง ๆ อย่างลึกซึ้ง

6. ลักษณะที่ 6 : คนช่างระแวง ผู้รักดี

เป็นผู้ที่มีความวิตกกังวล ไม่ชอบความเปลี่ยนแปลง

มีแรงจูงใจ คือ ความรู้สึกปลอดภัย

7. ลักษณะที่ 7 : นักเสพสุขดยอด

เป็นผู้ที่แสวงหาความสุขอย่างสมบูรณ์ ชอบเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ และเบื่อง่าย

มีแรงจูงใจ คือ ความสุขซึ่งเป็นเหมือนเป้าหมายหลักของชีวิต ความเป็นอิสระ และการได้มีประสบการณ์ใหม่ ๆ ตลอดเวลา

8. ลักษณะที่ 8 : ผู้ปกป้อง

เป็นผู้ที่มีความมั่นใจ มีความสุดโต่ง และขาดความละเอียดอ่อน

มีแรงจูงใจ คือ อำนาจในการควบคุมเหนือสิ่งต่าง ๆ และการทำเป้าหมายให้สำเร็จ

9. ลักษณะที่ 9 : ผู้ประสานไมตรี

เป็นผู้ที่รักความเรียบง่าย สงบสุข ไม่ชอบความขัดแย้ง ไม่มีความต้องการมากมาย เฉื่อยชา ไม่ต้องการอะไรใหม่ ๆ จึงไม่สนใจสิ่งต่างๆและมักผัดผ่อน

มีแรงจูงใจ คือ ความมั่นคง สงบสุข ทั้งภายในจิตใจของตนเอง และสังคม สภาพแวดล้อมรอบข้าง

## บทที่ 3

# ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ

### 3.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ (ปุ่น คงเจริญเกียรติ, สมพร คงเจริญเกียรติ, 2541) ให้นิยามคำว่าบรรจุภัณฑ์ไว้ว่า “บรรจุภัณฑ์เป็นทั้งศาสตร์ ทั้งศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าในการจัดจำหน่ายเพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อหรือผู้บริโภคด้วยต้นทุนที่เหมาะสม ศาสตร์และศิลป์ในนิยามของบรรจุภัณฑ์หมายถึงความรู้ที่ใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้องใช้ความรู้หลาย ๆ สาขามาประยุกต์ใช้ ตัวอย่างเช่น บรรจุภัณฑ์อาหารต้องใช้ความรู้ทางด้านเทคโนโลยีอาหารเฉพาะทาง เช่น อาหารที่เป็นแป้ง อาหารที่มีความเป็นกรดต่ำ เป็นต้น เพื่อวิเคราะห์การเกิดปฏิกิริยาระหว่างอาหารและบรรจุภัณฑ์ พร้อมทั้งศึกษาวิธีการถนอมรักษาอาหารให้ได้ตามกำหนดเวลาที่ต้องการ หรือที่เรียกชื่อเป็นภาษาอังกฤษว่า Shelf Life นอกจากนี้การกำหนดอายุขัยของอาหารยังต้องใช้ความรู้ทางการตลาด การขนส่งเพื่อประเมินเวลาที่สินค้าอาหารจะอยู่ในตลาด และสามารถบริโภคได้หมดก่อนอาหารแปลงสภาพจนบริโภคไม่ได้ นอกเหนือจากศาสตร์ดังกล่าวมาแล้วบางส่วน การออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ยังเป็นสาขาวิชาหนึ่งของพาณิชยศิลป์ที่ต้องออกแบบให้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายที่ทางการตลาดได้กำหนดไว้เพื่อว่าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนั้นจะได้รับการยอมรับและซื้อซ้ำหลาย ๆ ครั้งจนเป็นที่นิยมในกลุ่มเป้าหมายที่กำหนดไว้ ผู้ซื้อและผู้บริโภคในนิยามของบรรจุภัณฑ์หมายถึงณจุดขายมีสินค้าหลายประเภทที่ผู้ซื้อไม่จำเป็นต้องเป็นผู้บริโภคเสมอไป ยกตัวอย่างเช่น ของขวัญในช่วงเทศกาล สินค้าสำหรับเด็กทารกหรือสัตว์เลี้ยง เป็นต้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าที่ผู้ซื้อไม่ใช่ผู้บริโภคนี้จำเป็นต้องสร้างสิ่งจูงใจและความมั่นใจต่อผู้ซื้อว่าสินค้านั้นจะก่อให้เกิดอรรถประโยชน์สูงสุดแก่ผู้บริโภค ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์เหล่านี้จะเน้นในการสร้างภาพแห่งความพอใจแทนที่จะเน้นเรื่องคุณสมบัติของตัวสินค้าที่ใช้ในการออกแบบทั่วไปต้นทุนที่เหมาะสมในนิยามของบรรจุภัณฑ์หมายถึงการมองจากแง่ธุรกิจการผลิตสินค้าเพื่อการจัดจำหน่ายย่อมต้องการสินค้าที่มีต้นทุนต่ำเท่าที่จะต่ำได้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์การเลือกใช้วัสดุที่มีต้นทุนต่ำอย่างเดียวย่อมอาจก่อให้เกิดความเสียหายให้แก่บรรจุภัณฑ์ได้ง่ายทำให้บรรจุภัณฑ์ไม่สามารถทำหน้าที่อย่างสมบูรณ์ด้วยเหตุนี้จึงต้องคิดถึงผลกระทบของค่าใช้จ่ายที่อาจจะเกิดขึ้นทั่วทั้งระบบ”

อมรรัตน์ สวัสดิ์ทิทัต กล่าวว่า การบรรจุภัณฑ์ คือ ระบบรวมในการเตรียมสินค้าสำหรับการขนส่ง จัดจำหน่ายเก็บรักษาและตลาด โดยใช้ค่าใช้จ่ายที่เหมาะสมซึ่งสอดคล้องกับความต้องการของผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้สินค้าอาจบรรจุในบรรจุภัณฑ์ตั้งแต่หนึ่งหรือหลายชนิด โดยบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มีตั้งแต่ ขวด หลอด กระจ่าง ห่อ ถุง กล่อง ถ้วย ลัง ฯลฯ โดยทำมาจากวัสดุต่าง ๆ กัน อาทิ กระดาษ พลาสติก แก้ว โลหะหรือไม้

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ กล่าวว่า การบรรจุภัณฑ์ หมายถึง กิจกรรมในการออกแบบและผลิตภาชนะบรรจุหรือสิ่งห่อหุ้มสินค้า การบรรจุภัณฑ์มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับป้ายฉลาก กล่าวคือป้ายฉลากจะเป็นสิ่งที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์ (อโนทัย เพ็ชรสุวรรณ, 2549)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1.1 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

1. เพื่อช่วยปกป้องคุ้มครองและรักษาคุณภาพสินค้า
2. เพื่อเป็นตัวบ่งชี้และสื่อสารรายละเอียดสินค้า ดึงดูดผู้บริโภคให้แสดงถึงภาพลักษณ์
3. เพื่อให้สามารถเอื้อประโยชน์ด้านหน้าที่ใช้สอยได้ดี มีความปลอดภัย ประหยัดและมีประสิทธิภาพ
4. เพื่อให้สามารถสื่อสาร และสร้างผลกระทบต่อผู้บริโภคโดยใช้ความรู้แขนงศิลปะ เช่น มีเอกลักษณ์ ลักษณะพิเศษที่ดึงดูดและสร้างการจดจำ ตลอดจนเข้าถึงความหมายและคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์

### 3.1.2 ลักษณะของการบรรจุภัณฑ์

1. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่หนึ่ง (Primary Packaging)  
คือ บรรจุภัณฑ์ที่มาห่อหุ้มตัวสินค้า เพื่อป้องกัน รักษาไม่ให้ตัวสินค้าได้รับความเสียหายหรือเพื่อความสะดวกในการนำไปใช้งาน ตัวอย่างเช่น หลอดยาสีฟัน ขวดแชมพู
2. บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง (Secondary Packaging)  
คือ บรรจุภัณฑ์ที่มาห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นที่หนึ่ง เพื่อป้องกันไม่ให้ตัวสินค้าได้รับความเสียหาย อีกทั้งยังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับ ตัวสินค้า ช่วยในการขายสินค้าโดยการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น กล่องยาสีฟัน และกล่องใส่ขวดเบียร์
3. บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping Packaging)  
คือ บรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่ในการเก็บรักษาและขนส่งสินค้า ตัวอย่างเช่น ลัง ตู้คอนเทนเนอร์ เป็นต้น

### 3.1.3 องค์ประกอบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์

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

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 3.1.4 หลักเกณฑ์ในการพิจารณาการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. ลักษณะของสินค้า
2. ตลาดเป้าหมาย
3. การจัดจำหน่าย
4. การขนส่งสินค้า
5. การเก็บรักษา
6. ลักษณะการนำไปใช้งาน
7. ต้นทุนของบรรจุภัณฑ์
8. ปัญหาด้านกฎหมาย
9. ผลกระทบต่อสังคม

### 3.1.5 ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาของบรรจุภัณฑ์

1. ราคาต้นทุนของวัสดุบรรจุภัณฑ์
2. ราคาของกรรมวิธีการผลิตบรรจุภัณฑ์
3. ราคาของการเก็บรักษาและการขนส่ง
4. ราคาของเครื่องมือเครื่องจักรที่ใช้ในการผลิต
5. ราคาของการใช้แรงงานที่เกี่ยวข้อง (แก้วเพิ่มพูล อาจารย์สกุรัตน์)

## 3.2 การออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

สุมิตรา ศรีวิบูลย์ กล่าวว่า “องค์กรนั้นเปรียบได้กับมนุษย์ซึ่งมีพื้นฐานที่มา บุคลิกลักษณะ คุณสมบัติ เฉพาะตัว ความภาคภูมิใจ และปรัชญาการใช้ชีวิตที่แตกต่างกัน ดังนั้น บุคคลทั่วไปจะสามารถรับรู้รวมถึงเข้าใจความเป็นองค์กรนั้นต้องดูจากภาพลักษณ์ขององค์กรที่แสดงออกมาโดยอาศัยเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ในการสื่อถึงภาพลักษณ์องค์กรนั้น ๆ เช่น ชื่อ สัญลักษณ์ สี และรูปแบบ ฯลฯ ซึ่งมีอยู่บนผลิตภัณฑ์หรือบริการ หมายถึงห้องจัดแสดงผลิตภัณฑ์ การส่งเสริมการขายแบบต่าง ๆ แม้กระทั่งอาคารสำนักงาน โรงงาน เพื่อให้ทุกคนเข้าใจและเกิดการยอมรับ” (จินตนา พงษ์รามัญ, 2560)

Napoles กล่าวว่า “วิลเลียม โกลเดน ผู้ออกแบบสัญลักษณ์รูปดวงตาให้กับเครือข่ายซีบีเอส ทีวี (CBS TV) กล่าวว่า “ภาพลักษณ์องค์กร คือ ภาพที่องค์กรปรากฏต่อสาธารณชนโดยใช้การโฆษณาและเครื่องหมายการค้า เป็นการย้ำเตือนให้นึกถึงองค์กรนั้นได้เป็นการสร้างภาพลักษณ์แต่อย่างใด” เช่น ภาพลักษณ์ของ ปตท. เป็นหน่วยงานที่ช่วยเหลือสังคม ฯลฯ ในขณะที่อัตลักษณ์องค์กร หมายถึง แก่น รวมถึงภาพลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สโลแกน สี ฯลฯ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งในการสร้างกรอบขององค์กรนั้นเพื่อให้คนในองค์กรภูมิใจ สร้างความจงรักภักดีในตัวองค์กรของทุกคน” (จินตนา พงษ์รามัญ, 2560)

### 3.2.1 วัตถุประสงค์ของการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

1. สร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของแบรนด์
2. กำหนดทิศทางของแบรนด์
3. สร้างภาพจำให้แก่ผู้บริโภค (กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย, 2565)

### 3.2.2 โครงสร้างเอกลักษณ์องค์กร

1. แก่นของเอกลักษณ์ (Core Identity) แสดงถึงความเป็นแก่นของแบรนด์ ส่วนที่อยู่คงทนกับแบรนด์ตลอดไป เปรียบได้กับหัวใจของตราสินค้า บ่งบอกถึงตำแหน่งแบรนด์ เป็นการยากที่เปลี่ยนแปลงเอกลักษณ์ของแบรนด์ โดยแก่นของเอกลักษณ์จะประกอบไปด้วยส่วนที่ทำให้แบรนด์เป็นเอกลักษณ์และมีคุณค่า เช่น เอกลักษณ์โลโก้ของผลิตภัณฑ์ยารยนต์ “Michelin” ซึ่งมีแก่นของเอกลักษณ์ว่า ขับขี่ด้วยความปลอดภัย
2. ส่วนขยายเอกลักษณ์ (Extended Identity) เป็นส่วนประกอบที่ช่วยเสริมให้แบรนด์มีลักษณะรูปแบบที่เฉพาะตัวและมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น เป็นการสร้างจิตวิญญาณให้กับแบรนด์ บ่งบอกถึงความเป็นแบรนด์ที่เป็นการสะท้อนให้เห็นภาพที่เป็นจุดยืนของแบรนด์ ได้แก่ บุคลิกภาพแบรนด์ รวมถึงส่วนประกอบอื่น ๆ เช่น สโลแกน สัญลักษณ์ ตัวผลิตภัณฑ์ (เน้นทรรัตน์ อรรถยากร, 2560)

### 3.3 องค์ประกอบเชิงภาพของการออกแบบอัตลักษณ์องค์กร

1. อัตลักษณ์แบบเดี่ยว เป็นการวางระบบอัตลักษณ์ที่กำหนดให้บริษัทสาขาทุกแห่งรวมทั้งบริษัทแม่ใช้รูปแบบสัญลักษณ์ และองค์ประกอบเรขศิลป์แบบเดียวกันทั้งหมดเพื่อสื่อสารภาพลักษณ์เดียวกันไปสู่ผู้บริโภค ระบบอัตลักษณ์ประเภทนี้ เป็นการแสดงออกถึงความเป็นอัตลักษณ์ที่ชัดเจน และประหยัดที่สุดในการที่จะแสดงให้เห็นถึงมาตรฐานเดียวกันของผลิตภัณฑ์หรือบริการที่ให้กับผู้บริโภคผู้ค้าปลีก ตลอดจนบุคลากรขององค์กร แต่การสร้างระบบอัตลักษณ์นี้ จำเป็นต้องแสดงออกถึงบุคลิกและคุณภาพที่น่าเชื่อถือ รวมทั้งการพัฒนาอย่างไม่หยุดยั้งด้วย
2. อัตลักษณ์แบบมีการรับรอง เป็นรูปแบบการสร้างระบบอัตลักษณ์ให้กับองค์กรที่ประกอบธุรกิจหลายประเภท หรือเป็นลักษณะกลุ่มองค์กร การสร้างระบบอัตลักษณ์แบบนี้ แต่ละองค์กรในเครือควรมีอัตลักษณ์ของตนเองโดยที่อัตลักษณ์นั้นจะต้องแสดงถึงความเป็นส่วนหนึ่งของภาพรวมขององค์กรแม่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ร่วมกับสัญลักษณ์ของแต่ละองค์กร ด้วยวิธีนี้ บริษัทสาขาเหล่านี้จึงสามารถแสดงถึงความเป็นอัตลักษณ์ร่วมกันได้ และสามารถบ่งบอกถึงลักษณะหรือขอบเขตของธุรกิจที่ดำเนินการ

3. อัตลักษณ์ที่ใช้ตราหรือชื่อของผลิตภัณฑ์เป็นตัวสร้างสัญลักษณ์ อัตลักษณ์ประเภทนี้จะใช้กับองค์กรที่เป็นผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หลาย ๆ ชนิด ซึ่งอาจอยู่ในสายผลิตภัณฑ์เดียวกันหรือไม่ก็ได้ และมักนิยมใช้กับผลิตภัณฑ์อุปโภคบริโภคเป็นหลัก การสร้างอัตลักษณ์ประเภทนี้ มาจากหลักความจริงที่ว่าผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันที่ผลิตโดยบริษัทต่าง ๆ มักจะมีคุณภาพตามเกณฑ์มาตรฐานที่ไม่แตกต่างกันมากนัก ซึ่งสร้างความแตกต่างด้วยการสร้างคุณสมบัติ หรือคุณลักษณะพิเศษเฉพาะตัวให้กับผลิตภัณฑ์นั้น อาจจะใช้ชื่อสัญลักษณ์ หีบห่อ การโฆษณา หรือการส่งเสริมการขายให้ผลิตภัณฑ์นั้น นเป็นที่รู้จักแพร่หลายยิ่งขึ้นโดยอาศัยความรวดเร็วในการกระจายผลิตภัณฑ์ และการโฆษณาด้วยสื่อที่สามารถเข้าถึงบุคคลจำนวนมากเป็นการสร้างระบบอัตลักษณ์ให้ได้ผล (จินตนา พงษ์รามัญ, 2560)



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 4

### วิธีการดำเนินงาน

เริ่มจากการกำหนดวัตถุประสงค์ของงาน หลังจากนั้นจึงเป็นส่วนของการรวบรวมข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ได้แก่ วิทยานิพนธ์ หนังสือ บทความ อินเทอร์เน็ต ผู้มีความรู้ และจากการสอบถามจากคนรอบตัว เพื่อนำข้อมูลทั้งหมดมาวิเคราะห์และสรุปข้อมูล จากนั้นกำหนดแนวทางการการออกแบบ ทั้งแนวภาพประกอบและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้ตรงตามแนวความคิดและให้เหมาะสมกับการใช้งาน

#### 4.1 กลุ่มเป้าหมาย

1. ด้านกายภาพ คือ อายุ 25-40 ปี ทุกเพศ มีรายได้โดยประมาณ 20,000-25,000 บาท อาศัยในที่อยู่ขนาดเล็ก
2. ด้านจิตภาพ คือ ผู้ที่สนใจเกี่ยวกับการปลูกเลี้ยงต้นไม้และอาจมีปัญหาเกี่ยวกับการดูแลต้นไม้

#### 4.2 วิธีการเก็บข้อมูล

1. ค้นหาจากวิทยานิพนธ์ หนังสือ บทความ อินเทอร์เน็ต
2. จากการสอบถามผู้มีความรู้ และจากการสอบถามเกี่ยวกับประสบการณ์การเลี้ยงต้นไม้ของคนรอบตัว

#### 4.3 ขอบเขตของเนื้อหา

ศึกษาศาสตร์บุคลิกภาพนพลักษณ์และลักษณะของพืชอวบน้ำสายพันธุ์ต่าง ๆ ที่มีลักษณะทางกายภาพและมีขั้นตอนวิธีการเลี้ยงที่ตรงกับจริตของผู้เลี้ยงแบบต่าง ๆ เพื่อนำมาออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ส่งเสริมการเลี้ยงพืชอวบน้ำของคนแต่ละลักษณะ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 4.3.1 ตารางจับคู่ต้นไม้ตามบุคลิกภาพของผู้เลี้ยงตามนพลักษณ์

#### 1 คนสมบูรณ์แบบ :

มาตรฐานสูง ละเอียตรอบคอบ ขยัน อดทน รับผิดชอบ ต้องการ  
 ความสมบูรณ์แบบ มักจะมีกฎระเบียบ มาตรฐานให้กับสิ่งต่างๆ  
 อยู่เสมอ

#### ต้นแมมมิลลาเรียนกฐก :

มีความสมมาตรสูง คือ เมื่อเจริญเติบโตจะแตกตาเป็นคู่ไปเรื่อย  
 ๆ มีทรงกลมเมื่อได้รับแสงในปริมาณที่เหมาะสม หนามมีความถี่  
 ละเอียดและเรียงตัวเป็นระเบียบ



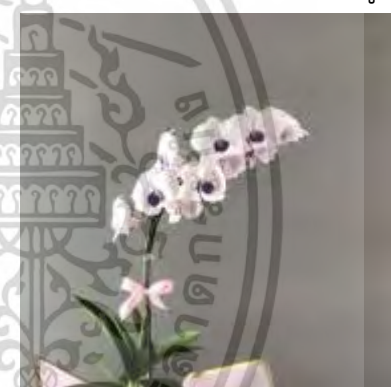
ภาพที่ 4.1 ต้นแมมมิลลาเรียนกฐก

#### 2 ผู้ให้ :

มีความเมตตา ละเอียดอ่อน อดทน ชอบช่วยเหลือคนอื่น ให้  
 ความสำคัญกับความสัมพันธ์

#### ต้นกล้วยไม้ :

เป็นไม้ตัดดอก สามารถออกดอกตลอดปี ช่อดอกยาว ตั้งตรง  
 แข็งแรง ดอกบานทนไม่ร่วงง่าย นิยมนำมามอบเป็นของขวัญ



ภาพที่ 4.2 ต้นกล้วยไม้

#### 3 นักแสดง :

ปรับตัวเก่ง มุ่งมั่น อดทน ต้องการประสบความสำเร็จเป็นที่ชื่น  
 ชม และการรู้สึกมีคุณค่าจากผู้อื่น ชอบการแข่งขัน ให้  
 ความสำคัญกับภาพลักษณ์ของตัวเอง

#### ต้นโป๊ยเซียน :

เป็นต้นไม้สายประกวด มีความสวยแบบมาตรฐานในคนหมู่มาก  
 ดอกมีความสวยโดดเด่น มีความเชื่อเรื่องการประทานพรต่าง ๆ  
 ที่ทำให้มีความสำเร็จตามความเชื่อจีน



ภาพที่ 4.3 ต้นโป๊ยเซียน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4 **คนโศกซึ้ง :**

ต้องการโดดเด่น แสดงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว ชอบ  
สร้างสรรค์และแสวงหาความพิเศษไม่ธรรมดาอยู่เสมอ

**ต้นสายป่านดวงใจ :**

เป็นไม้เลื้อย สามารถจับพันหรือตัดแต่งได้ตามจินตนาการ



ภาพที่ 4.4 ต้นสายป่านดวงใจ

5 **ผู้สังเกตการณ์ :**

มีความชำนาญเฉพาะด้าน ชอบศึกษา ชอบวิเคราะห์  
ไม่ชอบ ต้องการเป็นคนมีความสามารถ รู้เห็น เข้าใจสิ่ง  
ต่าง ๆ อย่างลึกซึ้ง และต้องการที่จะพึ่งพาตนเองได้  
ต้องการความเป็นส่วนตัว

**ต้นไลทอป :**

เป็นพืชชอบน้ำที่มีลักษณะน่าสนใจ ไม่ต้องการการดูแล  
มาก แต่มีพัฒนาการที่น่าสังเกตศึกษาอยู่ตลอดทุกช่วง  
การเติบโต



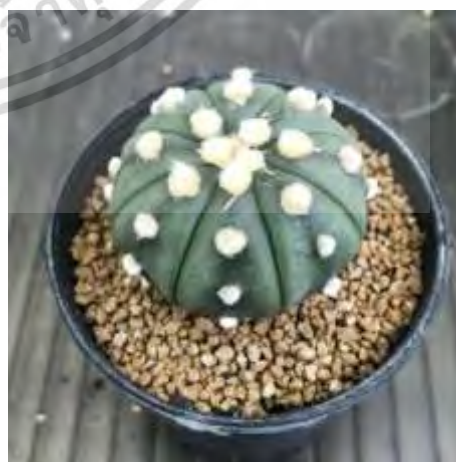
ภาพที่ 4.5 ต้นไลทอป

6 **คนช่างระแวง ผู้รักดี :**

ช่างวิตก ไม่ชอบความเปลี่ยนแปลง มีข้อสงสัยกับสิ่ง  
รอบตัวอยู่ตลอด คาดการณ์เหตุการณ์เลวร้ายที่อาจเกิดขึ้น  
และมักจะเตรียมตัวเองให้พร้อม ระแวงระวัง ต้องการ  
ความรู้ลึกซึ้งปลอดภัย และแรงสนับสนุนจากผู้คนใกล้ชิด

**ต้นแอสโตรไฟตัม :**

เป็นต้นกระบองเพชรชนิดที่ไม่มีหนาม ไม่มีพิษหรือ  
อันตรายใด ๆ เลี้ยงง่าย และเป็นพืชที่ค่อย ๆ เจริญเติบโต  
ค่อย ๆ เปลี่ยนแปลง



ภาพที่ 4.6 ต้นแอสโตรไฟตัม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้คัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 7 นักเสพสุดยอด :

แสวงหาความสุขอย่างสมบูรณ์ ชอบเรียนรู้ประสบการณ์ใหม่ ๆ เบื้อง่าย และรักอิสระ มองโลกในแง่ดี ร่าเริง สนุกสนาน มักมีวิธีที่จะทำให้ตัวเองมีความสุข อารมณ์ดีได้อยู่เสมอ

### ต้นลิลลี่ ต้นกระเจียว ต้นทิวลิป :

เป็นพืชตามฤดูกาลที่จะมีเหง้าสะสมอาหารอยู่ใต้ดิน เมื่อถึงเวลาที่เหมาะสมก็จะงอกขึ้นเหนือดินและผลิบาน พอหมดฤดูกาลก็จะทิ้งดอก ทิ้งใบ เหลือแต่เหง้าอีกครั้ง เป็นเช่นนี้ตลอดทั้งปี โดยดอกลิลลี่จะผลิในฤดูร้อน ดอกกระเจียวจะผลิในฤดูฝน และดอกทิวลิปจะผลิในฤดูหนาว



ภาพที่ 4.7 ต้นทิวลิป



ภาพที่ 4.9 ต้นลิลลี่



ภาพที่ 4.8 ต้นกระเจียว

## 8 ปกป้อง :

ชอบความท้าทาย มีความมั่นใจสูง ขาดความละเอียดอ่อน สุดโต่ง ให้ความสำคัญกับการควบคุมและอำนาจ และมักแสดงออกความโกรธอย่างตรงไปตรงมา

### ต้นหยาดน้ำค้าง :

นิยมใช้วิธีเลี้ยงแบบเพาะเลี้ยงเนื้อเยื่อ ซึ่งเป็นวิธีการเลี้ยงที่ต้องอาศัยการควบคุมสภาพแวดล้อมต่าง ๆ จากผู้เลี้ยง ทั้งอุณหภูมิ แสง สารอาหารภายในขวดเพาะเลี้ยง และอื่น ๆ โดยเฉพาะในขั้นตอนที่ต้องย้ายออกจากขวดเพาะ จะเป็นขั้นตอนที่ค่อนข้างยุ่งยากและมีความท้าทาย



ภาพที่ 4.10 ต้นหยาดน้ำค้าง

## 9 ผู้ประสานไมตรี :

ชอบความสงบ กลมกลืน เรียบง่าย ชอบบรรยากาศที่เป็นมิตรสบาย ๆ ไม่ต้องการโดดเด่น ใจดี ไม่คิดมาก มีนิสัยชอบพักผ่อน

### ต้นทิลแลนเซีย :

เป็นไม้รากอากาศจึงไม่จำเป็นต้องฝังลงดิน สามารถนำมาเลี้ยงในสวนหิน สวนทราย ตามแบบสวนของนิยายเซน ให้ความรู้สึกสงบ ปล่อยวาง ต้นทิลแลนเซียไม่ต้องการการดูแลที่ยุ่งยาก สามารถตั้งวางไว้ในที่มีอากาศถ่ายเทและแสงแดดรำไร ทิลแลนเซียสามารถจับความชื้นและสารอาหารจากอากาศได้เอง



ภาพที่ 4.11 ต้นทิลแลนเซีย

## 4.4 ขอบเขตของชิ้นงาน

1. บรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุพืชขอบนน้ำสำหรับผู้เลี้ยง 9 ลักษณะ 9 ชิ้น
2. ถูกระดาษ 1 ชิ้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 4.5 แนวทางการออกแบบ

### แนวทางการออกแบบที่ 1 : Plant Buddy

ใช้ภาพประกอบคาแร็คเตอร์ผู้เลี้ยงลักษณะต่าง ๆ คู่กับต้นไม้ประจำลักษณะ เป็นเพื่อนกัน ผสานกับ ลวดลายแพทเทิร์นจากลักษณะเด่นของต้นไม้ นั้น ๆ และเลือกใช้สีสดใส ให้ความรู้สึกที่สนุกสนาน มีความสุข เพื่อสื่อว่าหากเลี้ยงต้นไม้ที่เข้ากันได้ดีกับตัวผู้เลี้ยงแล้ว ปัญหาการเลี้ยงต้นไม้ก็จะกลายเป็นเรื่องสนุก

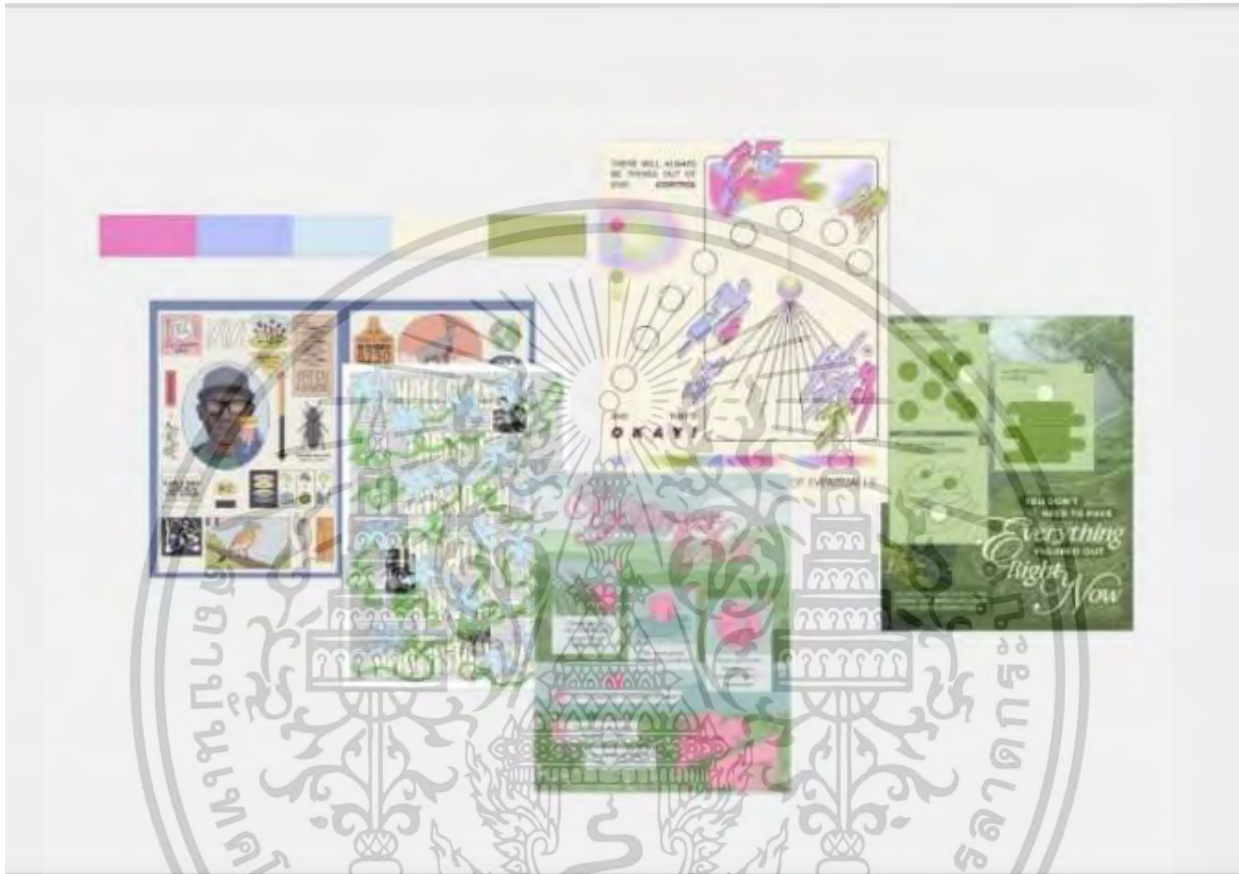


ภาพที่ 4.12 แนวทางการออกแบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## แนวทางการออกแบบที่ 2 : พบสุข

ใช้ภาพประกอบที่ให้ความรู้สึกโปร่ง สบายตา เบาๆ พริ้วไหวอ่อนช้อย เพื่อสื่อถึงการค้นพบความสุขที่แท้จริงภายในจิตใจตามรูปแบบฉบับเฉพาะของคนแต่ละลักษณะ



ภาพที่ 4.13 แนวทางการออกแบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### แนวทางการออกแบบที่ 3 : First Survivor

ใช้ภาพประกอบแนวสัญลักษณ์ คำเตือน คู่มือ โทนสีร้อน ให้ความรู้สึกต่อสู้ เอาชีวิตรอด หรือการพยายามปกป้องชีวิตของต้นไม้ เพื่อสื่อว่าไม่ว่าจะเสี่ยงตายมากี่ต้นแต่ต้นนี้จะเป็นต้นแรกที่เลี้ยงรอด



ภาพที่ 4.14 แนวทางการออกแบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 5

### การดำเนินการออกแบบ

จากแนวทางการออกแบบทั้ง 3 แนวทาง ผู้วิจัยได้นำแนวทางแบบที่ 1 “Plant Buddy” มาพัฒนาต่อ เนื่องจากมีความสุข น่าสนใจ และมีความสอดคล้องกันกับแนวความคิดที่เกี่ยวกับความเข้ากันของผู้เลี้ยงและต้นไม้

#### 5.1 การออกแบบตราสัญลักษณ์

ออกแบบตราสัญลักษณ์จากแนวทางการออกแบบที่ 1 “Plant Buddy” จึงนำความเป็นการ์ตูนน่ารัก ต้นไม้และผู้เลี้ยงบุคลิกภาพต่าง ๆ มาออกแบบร่วมกับตัวอักษรให้มีความสุข และได้นำลักษณะเด่นของพืชอวบน้ำมาใช้ในการออกแบบคือลักษณะที่ดูอวบอ้วน



5.1 แบบร่างตราสัญลักษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 5.2 การออกแบบตัวละคร



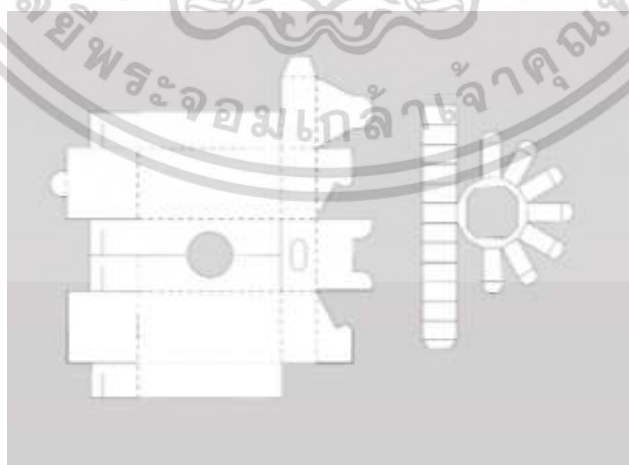
ภาพที่ 5.2 แบบร่างตัวละคร

## 5.3 การออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์

ออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับผู้เลี้ยงแต่ละบุคคลิกภาพ โดยในแต่ละกล่องจะมีวิธีการเปิดการใช้งาน และลวดลายที่แตกต่างกันไป

### 5.3.1 กล่องที่ 1 : ผู้แสวงหาความสมบูรณ์แบบ

รูปแบบการเปิดกล่องออกแบบให้มีความสมมาตร เปิดจากฝั่งซ้ายและขวาเท่า ๆ กัน ฐานกล่องสามารถหมุนได้ มีองค์ประกอบบอกรหัสเพื่อช่วยนั้บระยะการหมุน การหมุนต้นไม้เป็นประจำจะช่วยให้พืชได้รับแสงแดดเท่ากันทั่วทั้งต้น ทำให้ต้นกลมสวย ลดการเอียงไปทางใดทางหนึ่งซึ่งมีแสงแดดมาก

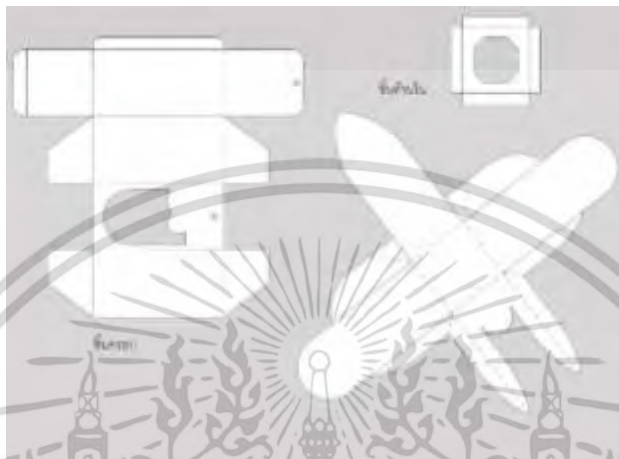


ภาพที่ 5.3 โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์พืชอวบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### 5.3.2 กล่องที่ 2 : ผู้ให้

รูปแบบการเปิดกล่องเป็นการเปิดจากด้านบนบนคล้ายการเปิดกล่องของขวด เมื่อเปิดออกจะมีแผ่นรองรูปดอกกล้วยไม้จะกางออก เมื่อเลี้ยงจนออกดอกแล้ว สามารถนำดอกไม้มาจัดใส่ลงในบรรจุภัณฑ์เดิมอีกครั้ง เพื่อเป็นช่อดอกไม้ส่งมอบให้ผู้อื่น



ภาพที่ 5.4 ภาพโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ชอวบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 2

### กล่องที่ 3 : นักแสดง

รูปแบบการเปิดกล่องเมื่อเปิดออกจะมีฉากกางออก คู่อลังการ ใช้เป็นฉากสำหรับถ่ายภาพลงโซเชียล



ภาพที่ 5.5 ภาพโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ชอวบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### กล่องที่ 4 : ผู้โศกซึ้ง

บรรจุภัณฑ์มีรอยปรุเพื่อให้สามารถเจาะเป็นโครงสำหรับจับต้นไม้ได้อย่างได้ตามความคิดสร้างสรรค์



ภาพที่ 5.6 ภาพโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ขอรบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 4

#### กล่องที่ 5 : ผู้สังเกตการณ์

รูปแบบการเปิดกล่องเป็นการเปิดจากแผ่นกระดาษที่พันอยู่โดยรอบเหมือนกับคัมภีร์ เมื่อเปิดออกจะพบสาระข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับต้นไม้

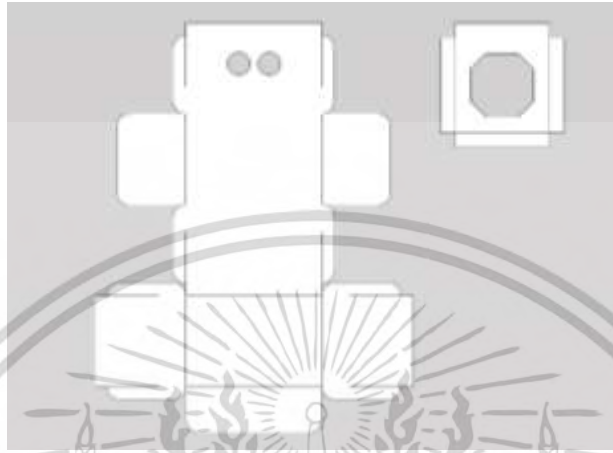


ภาพที่ 5.7 ภาพโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ขอรบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 5

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กล่องที่ 6 : คนช่างระวาง ผู้รักดี

รูปแบบการเปิดกล่องบรรจุภัณฑ์ออกแบบให้มีลักษณะปิดมิดชิด มีเพียงช่องหน้าต่างเล็ก ๆ สำหรับมองลอดช่องเข้าไป ให้การปกป้องต้นไม้ภายในที่แอบอยู่



ภาพที่ 5.8 ภาพโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ซอวน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 6

กล่องที่ 7 : ผู้เสพสุดยอด

กล่องบรรจุภัณฑ์เป็นกล่องใหญ่ 1 กล่องสำหรับใส่กล่องเล็กอีก 3 กล่อง



ภาพที่ 5.10 ภาพโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ซอวน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

### กล่องที่ 8 : ผู้ปกป้อง

รูปแบบการเปิดกล่องเป็นการเปิดจากด้านบนเป็นฝาที่ซ้อนกันอยู่ให้เปิดยาก มีความท้าทาย เมื่อดึงฝาดออกมาภายใต้ฝาแต่ละฝาก็มีคำพูดเชิงท้าทายในการเลี้ยวต้นไม้อยู่



ภาพที่ 5.11 ภาพโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ซ่อนน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 8

### กล่องที่ 9 : ผู้ประสานไมตรี

บรรจุภัณฑ์มีลักษณะเป็นถาดสำหรับเททราย มีช่องคั่นสำหรับกั้นแบ่งหินตกแต่ง ทราย และต้นไม้ ถอดออกเพื่อให้เป็นถาดใหญ่สำหรับเททราย



ภาพที่ 5.12 ภาพโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ซ่อนน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 6

### ผลงานสำเร็จ

#### 6.1 การออกแบบตราสัญลักษณ์

จากแบบร่างทั้ง 4 แบบผู้วิจัยได้เลือกตราสัญลักษณ์แบบที่ 1 มาพัฒนาต่อ

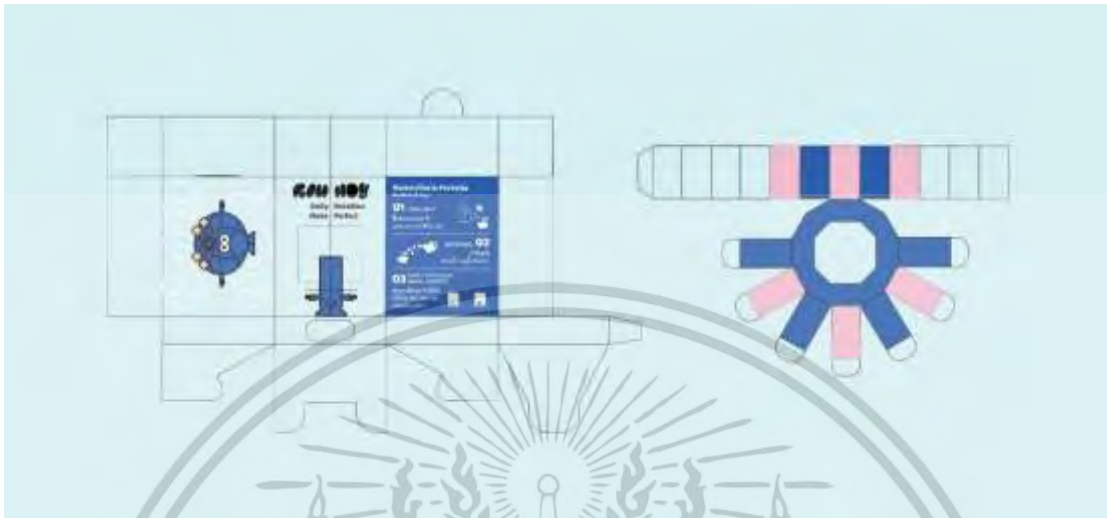


6.1 ภาพตราสัญลักษณ์แบบสำเร็จ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



### 6.3 การออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ฟิชอวบน้ำ

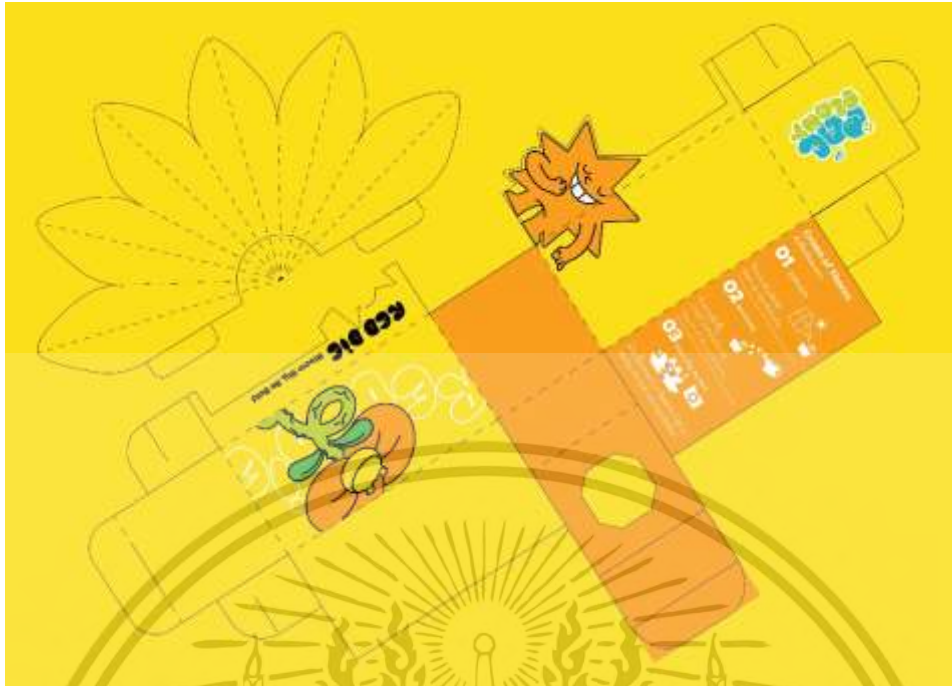


ภาพที่ 6.4 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์ฟิชอวบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 1



ภาพที่ 6.5 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์ฟิชอวบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

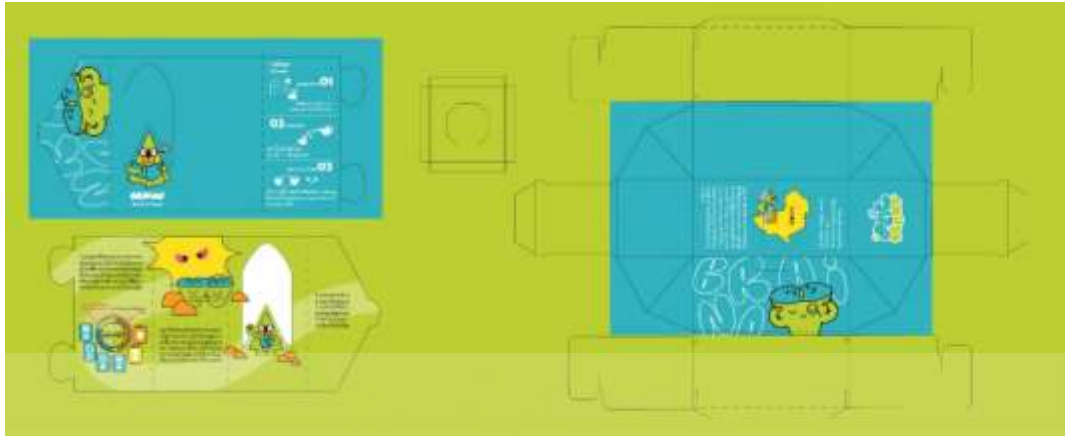


ภาพที่ 6.6 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์พีชอวบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 3

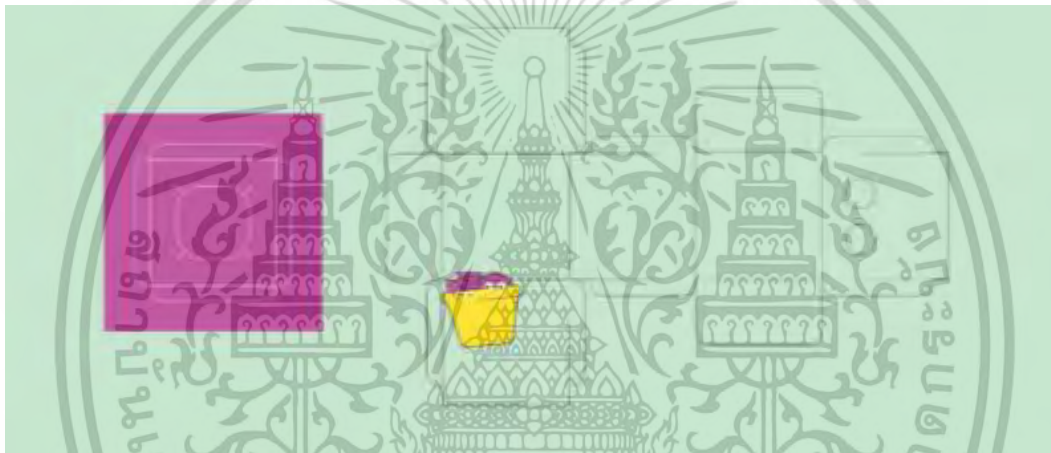


ภาพที่ 6.7 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์พีชอวบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 4

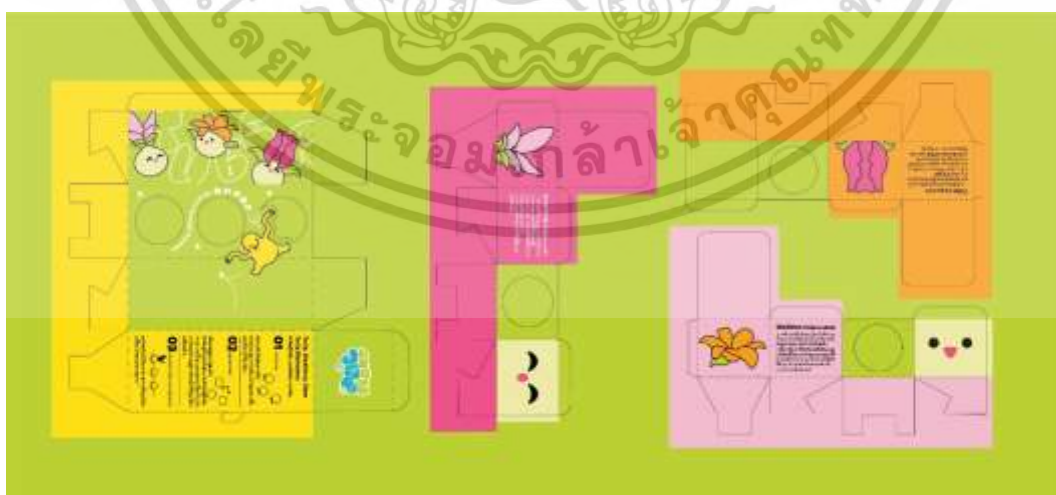
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.8 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ชอวน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 5



ภาพที่ 6.9 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ชอวน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 6

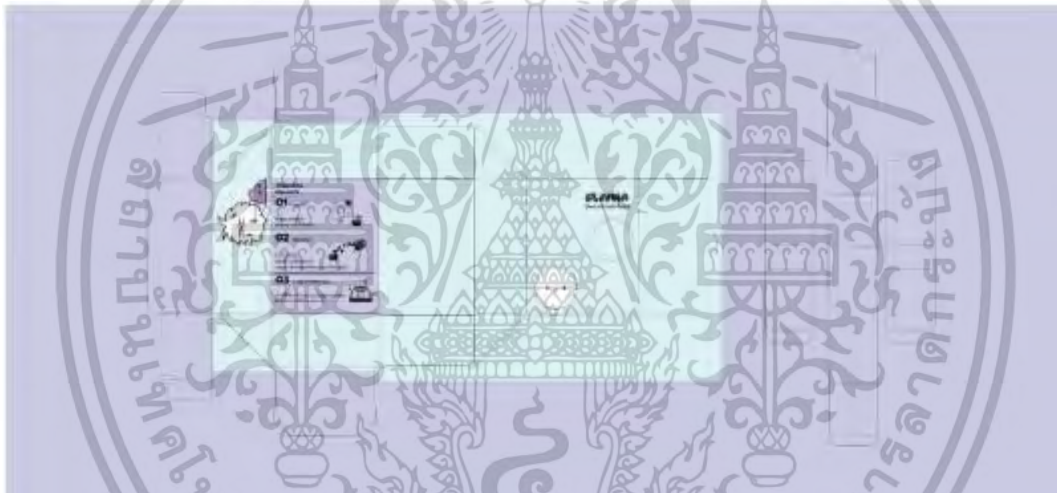


ภาพที่ 6.10 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์ที่ชอวน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 6.11 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์ฟิวชวบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 8



ภาพที่ 6.12 ภาพกล่องบรรจุภัณฑ์ฟิวชวบน้ำสำหรับผู้เลี้ยงที่มีบุคลิกภาพแบบนพลักษณ์ที่ 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

#### 6.4 การออกแบบถุงบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 6.13 ภาพถุงบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## 6.5 การจัดแสดงงาน



ภาพที่ 6.14 ภาพการจัดแสดงงาน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## บทที่ 7

### บทสรุปและข้อเสนอแนะ

#### 7.1 บทสรุป

การออกแบบบรรจุภัณฑ์พืชชอวน้ำ “ Pal Plant ” มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ และศึกษาเกี่ยวกับพืชชอวน้ำสายพันธุ์ต่าง ๆ เพื่อนำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์พืชชอวน้ำที่เหมาะสมกับผู้เลี้ยง ลักษณะบุคลิกภาพแบบต่าง ๆ แก้ปัญหาการขาดแรงจูงใจในการเลี้ยงพืชชอวน้ำ ชิ้นงานสุดท้ายออกมาเป็น กล่องบรรจุภัณฑ์บรรจุพืชชอวน้ำ 9 ชิ้น และถุงบรรจุภัณฑ์ 1 ชิ้น

#### 7.2 ปัญหาและข้อจำกัด

1. เนื่องจากผู้วิจัยไม่ได้มีความรู้เรื่องการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ดีมาก จึงพบปัญหา ขัดข้องระหว่างการทำงาน
2. เนื่องจากวัสดุที่เลือกใช้ในการทำกล่องบรรจุภัณฑ์เป็นกระดาษ จึงมีข้อจำกัดในการออกแบบ ทั้งเรื่องความแข็งแรงและความเหมาะสมในการนำมาใช้ร่วมกับการเลี้ยงต้นไม้

#### 7.3 ข้อเสนอแนะ

สามารถพัฒนาต่อได้หลายส่วน ทั้งในแง่ของการออกแบบ Infographic บนกล่องที่ยังสามารถให้ ข้อมูลได้ละเอียดยิ่งขึ้น เพื่อที่จะช่วยให้การดูแลต้นไม้ง่ายขึ้น ตรงกับกลุ่มเป้าหมายคือผู้ที่มีปัญหาเรื่องการ ดูแลต้นไม้ และเรื่องของโครงสร้างและการใช้งานของกล่องบรรจุภัณฑ์ที่อาจเปลี่ยนให้มีการใช้งานที่ตอบโจทย์ มากขึ้น ทั้งยังสามารถเปลี่ยนการเลือกใช้วัสดุเพื่อให้ความเหมาะสมกับการใช้งานมากขึ้นได้

## บรรณานุกรม

- Beckett, K. S. (2022). What is calligraphy. Retrieved August 1, 1, from Calligraphy Skills:  
<https://www.calligraphy-skills.com/what-is-calligraphy.html>
- GardenPals. (15 January 2024). Houseplant Statistics in 2024 (incl. Covid & Millennials). เข้าถึง  
 ได้จาก <https://gardenpals.com/houseplant-statistics/>
- Lachman, C. (1, August 1). Chinese Calligraphy. Retrieved from Asia Society:  
<https://asiasociety.org/education/chinese-calligraphy>
- Lyons, M. (2011). Books : a living history. Los Angeles: J. Paul Getty Museum.
- MGR Online. (11 สิงหาคม พ.ศ. 2559). รู้จักโลก..รู้จักเรา “นพลักษณ์-ซาเทียร์” ศาสตราจารย์แห่งสันติสุข. เข้าถึง  
 ได้จาก <https://mgronline.com/daily/detail/9590000079965>
- Nash , R., Turner, & Anderson, D. M. (2019). Encyclopedia Britannica. Retrieved from  
 Britannica: <https://www.britannica.com/art/calligraphy>
- StoneSide. (2020). Exploring Plant Purchasing Habits and Plant Care in 2020. Denver:  
 Stoneside. เข้าถึงได้จาก <https://www.stoneside.com/resources/articles/plant-love>
- Yee, C. (n.d.). Chinese calligraphy. Retrieved from Encyclopedia Britannica:  
<https://www.britannica.com/art/Chinese-calligraphy>
- แก้วเพิ่มพูล อาจารย์สกุลรัตน์. (ม.ป.ป.). การจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน (Logistics and Supply Chain  
 Management). สุราษฎร์ธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.
- กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย. (2565). เข้าถึงได้จาก <https://www.slideshare.net/slideshow/corporate-identity-ci/252348413>
- จินตนา พงษ์รามัญ. (2560). การสื่อสารอัตลักษณ์ไทยผ่านบรรจุภัณฑ์อาหารสำเร็จรูป กรณีศึกษาผลิตภัณฑ์  
 น้ำพริกเผา ตราแม่ประนอม. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. เข้าถึงได้จาก  
[https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU\\_2017\\_5423034213\\_8220\\_8219.pdf](https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5423034213_8220_8219.pdf)
- นันทรัตน์ อรรถยากร. (2560). กลยุทธ์การสื่อสารแบรนด์ของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่  
 ประสบความสำเร็จ. มหาวิทยาลัยศรีปทุม. เข้าถึงได้จาก  
<http://dspace.spu.ac.th/bitstream/123456789/6975/2/%E0%B8%9A%E0%B8%97%E0%B8%84%E0%B8%B1%E0%B8%94%E0%B8%A2%E0%B9%88%E0%B8%AD.pdf>
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ, สมพร คงเจริญเกียรติ. (2541). บรรจุภัณฑ์อาหาร. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ คณะ  
 อุตสาหกรรมเกษตร.
- ภวพล ศุภนันทนานนท์ และคณะ. (พ.ศ. 2560). ไม้อวบน้ำ Succulent. สำนักพิมพ์บ้านและสวน.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. (2015). การเจริญเติบโตของพืช. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. เข้าถึงได้จาก  
[http://elsd.ssru.ac.th/mullika\\_pa/pluginfile.php/93/course/summary/หน่วยที่%202%20การเจริญเติบโตของพืช.pdf](http://elsd.ssru.ac.th/mullika_pa/pluginfile.php/93/course/summary/หน่วยที่%202%20การเจริญเติบโตของพืช.pdf)
- สุมิตรา ศรีวิบูลย์ (2547, อ้างถึงใน จินตนา พงษ์รามัญ, 2560 หน้า 14)  
[https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU\\_2017\\_5423034213\\_8220\\_8219.pdf](https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5423034213_8220_8219.pdf)
- Napoles (1988, อ้างถึงใน จินตนา พงษ์รามัญ, 2560 หน้า 14-15)  
[https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU\\_2017\\_5423034213\\_8220\\_8219.pdf](https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5423034213_8220_8219.pdf)
- อโนทัย เพ็ชรสุวรรณ. (2549). การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋น ในโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. เข้าถึงได้จาก  
[http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Ind\\_Ed/Anothai\\_P.pdf](http://thesis.swu.ac.th/swuthesis/Ind_Ed/Anothai_P.pdf)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

## ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-นามสกุล                    อรชพร โศภิชฐกมล  
 วันเดือนปีเกิด                 4 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2545  
 ที่อยู่                               61/52 หมู่4 ซอย18 ถนนพระราม2 แขวงจอมทอง เขตจอมทอง กรุงเทพฯ 10150  
 การติดต่อ                       อีเมล : onchaporn.sopittakamol@gmail.com  
 ประวัติการศึกษา               พ.ศ. 2566           สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง  
    พ.ศ. 2563           โรงเรียนสารสาสน์เอกตรา



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า  
 ไม่ว่ากรณีใดๆ ทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหาและต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้