

การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์
สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

A STUDY OF PRODUCT STYLE FOR DESIGNED PACKAGING TO CENTER
FOR PERSONS WITH DISABILITY OCCUPATIONAL PROMOTION
NONTHABURI PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตรอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

พ.ศ. 2562

KMITL-2019-ED-M-222-051

การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์
สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

A STUDY OF PRODUCT STYLE FOR DESIGNED PACKAGING TO CENTER
FOR PERSONS WITH DISABILITY OCCUPATIONAL PROMOTION
NONTHABURI PROVINCE



วิทยานิพนธ์นี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรปริญญาครุศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตรอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
พ.ศ. 2562

KMITL-2019-ED-M-222-051

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

A STUDY OF PRODUCT STYLE FOR DESIGNED PACKAGING TO CENTER
FOR PERSONS WITH DISABILITY OCCUPATIONAL PROMOTION
NONTHABURI PROVINCE



A THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT
OF THE REQUIREMENTS FOR THE DEGREE OF
MASTER OF SCIENCE IN INDUSTRIAL EDUCATION
IN TECHNOLOGY OF INDUSTRIAL PRODUCT DESIGN
FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION AND TECHNOLOGY
KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG
2019

KMITL-2019-ED-M-222-051

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



COPYRIGHT 2019

FACULTY OF INDUSTRIAL EDUCATION AND TECHNOLOGY

KING MONGKUT'S INSTITUTE OF TECHNOLOGY LADKRABANG

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อวิทยานิพนธ์	การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับศูนย์ ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี
นักศึกษา	นางสาวภัศรา มั่นไร
รหัสประจำตัว	58603078
ปริญญา	ครุศาสตรบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ
สาขาวิชา	เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
พ.ศ.	2562
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์	รองศาสตราจารย์ อุดมศักดิ์ สาริบุตร
อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ร่วม	ดร. สุธาสินี บุรีคำพันธ์

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี 3) เพื่อเพิ่มทางเลือกช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี 4) เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ผลการวิจัยของกระบวนการพัฒนาการออกแบบโดยการศึกษาของความเป็นไปได้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยคัดเลือกแบบ และแบบสอบถามจากผู้บริโภค ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบตราสินค้า ทั้งหมด 5 แบบ จากนั้นทำแบบสอบถามจากกลุ่มผู้บริโภค 50 ท่าน สรุปผลที่ได้ แบบที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 50 % และป้ายสินค้าทั้งหมด 3 แบบจากกลุ่มผู้บริโภค 20 ท่าน สรุปผลที่ได้แบบที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 65% จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ สรุปผลด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินเลือกรูปแบบจาก 3 รูปแบบ เพื่อเลือกรูปแบบที่มีความเหมาะสมมากที่สุด ผลประเมินพบว่า 1) บรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{X}=4.40$, S.D.=0.39) 2) บรรจุภัณฑ์กล่องเสื้อแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{X}=4.23$, S.D.=0.53) 3) บรรจุภัณฑ์กล่องกระเป๋าแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{X}=4.48$, S.D.=0.23) 4) บรรจุภัณฑ์กล่องผ้าพันคอแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{X}=4.28$, S.D.=0.35) 5) บรรจุภัณฑ์กล่องผ้าขาวม้าแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{X}=4.32$, S.D.=0.43) 6) บรรจุภัณฑ์กล่องกระเป๋าที่ชู่แบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{X}=4.17$, S.D.=0.48) 7) บรรจุภัณฑ์ถุงกระดาษแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{X}=4.45$, S.D.=0.4) 8) ชั้นวางสินค้าแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{X}=4.19$, S.D.=0.29) เพื่อเพิ่มทางเลือกช่องทางในการจำหน่ายสินค้า รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผู้วิจัยได้เสนอทางเลือกช่องทางจำหน่ายสินค้าทางอินสตาแกรมและใช้การประชาสัมพันธ์โดยโบว์ชัวร์ในการเผยแพร่ข้อมูลให้กับผู้บริโภค การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ยผลรวมความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) (S.D.=0.50)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Thesis Title	A Study of Product Style for Designed Packaging to Center for persons with disability occupational promotion Nonthaburi Province.
Student	Miss Pasara Manrai
Student ID.	58603078
Degree	Master of Science in Industrial Education
Program	Technology of Industrial Product Design.
Year	2019
Thesis Advisor	Associate Professor Udomsak Saributr
Thesis Co-Advisor	Dr. Suthasini Bureekhmapun

ABSTRACT

The purposes of this research were: 1) a sample was selected specific from disabled career group of Nonthaburi. 2) To develop and design packaging for disabled career group of Nonthaburi. 3) To increase alternative channels for selling products and public relations of disabled career group of Nonthaburi. 4) To evaluate consumer satisfaction with packaging design.

The result of research and development that possible to produce packaging, to provide the specialist selected the design and questionnaires from users, the researcher has designed all of 5 brands, then made an questionnaires from 50 users groups, the result obtained from type 5 for 50 percentage and 3 product labels from 20 users groups, result 1 from 65 percentage of product specialist, by the expert evaluated from 3 models for selected the most appropriate, the result showed that 1) Gift set type 1 is very appropriate ($\bar{X}=4.40$, S.D.=0.39) 2) Cloth box type 2 is very appropriate ($\bar{X}=4.23$, S.D.=0.53) 3) Bag box type 1 is very appropriate ($\bar{X}=4.48$, S.D.=0.23) 4) Scarf box type 1 is very appropriate ($\bar{X}=4.28$, S.D.=0.35) 5) Loincloth box type 2 is very appropriate ($\bar{X}=4.32$, S.D.=0.43) 6) Tissue box type 2 is very appropriate ($\bar{X}=4.17$, S.D.=0.48) 7) Paper bag type 1 is very appropriate ($\bar{X}=4.45$, S.D.=0.4) 8) Shelve type 1 are very appropriate ($\bar{X}=4.19$, S.D.=0.29) Then produced the prototype and evaluated the satisfaction from users. To increase alternative channels for selling products including public relations, researcher has offered alternative way to selling products via Instagram and public relations by brochure to inform consumer. A review of evaluation for consumer satisfaction with packaging design of disabled career group of Nonthaburi, the results show that the average sum of suitability is at a high level.

กิตติกรรมประกาศ

วิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงได้ก็ด้วยความอนุเคราะห์จาก รศ.อุดมศักดิ์ สาริบุตร และ ดร.สุธาสินี บุรีคำพันธ์ อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และช่วยตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ จนวิทยานิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้อย่างสมบูรณ์

ผู้วิจัยรู้สึกซาบซึ้งในความกรุณา และขอขอบพระคุณเป็นอย่างสูง ขอขอบพระคุณคณะกรรมการสอบวิทยานิพนธ์ทุกท่าน ที่ได้กรุณาให้คำแนะนำ ตรวจสอบ แก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ในขั้นตอนสุดท้ายจนทำให้วิทยานิพนธ์ฉบับนี้มีความถูกต้องสมบูรณ์

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิ ผศ.ดร.ภิญญา คิตดี, รศ.ดร.กาญจนา บุญภักดี และ รศ.ดร.บุญจันทร์ สีสันต์ ที่ได้กรุณาช่วยเหลือให้คำแนะนำและตรวจสอบแก้ไขข้อบกพร่องต่าง ๆ ของเครื่องมือวิจัยในครั้งนี้ เพื่อปรับปรุงให้มีคุณภาพและมีความเหมาะสมต่อการวิจัย

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ภัทรกร ออกแก้ว คุณณัฐยา สีสุน, และคุณวินัย เก่งสุวรรณ ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ ที่ได้กรุณาช่วยเหลือให้คำแนะนำเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

ขอขอบพระคุณศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี ที่ให้ความร่วมมือในการเป็นกลุ่มตัวอย่าง ให้ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลในการวิจัยนี้ได้เป็นอย่างดี

คุณค่าและประโยชน์อันพึงมีจากวิทยานิพนธ์ฉบับนี้ ผู้วิจัยขอมอบแต่ บิดาและมารดาของผู้วิจัยและผู้มีพระคุณทุกท่านด้วยความเคารพเพียง หากมีข้อผิดพลาดประการใด ผู้วิจัยขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

ภัสรา มั่นไร

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	I
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	II
กิตติกรรมประกาศ.....	III
สารบัญ.....	IV
สารบัญตาราง.....	VI
สารบัญภาพ	VIII
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย.....	2
1.4 ขอบเขตของการศึกษาข้อมูล.....	4
1.5 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา.....	9
1.6 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย.....	9
1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	11
2.1 การศึกษาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ.....	11
2.2 แผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ จังหวัดนนทบุรี.....	16
2.3 Inclusive Society (สังคมเพื่อคนทั้งมวล)	19
2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy).....	20
2.5 กระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์.....	21
2.6 วัสดุและกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์.....	22
2.7 การสร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้า.....	23
2.8 บรรจุภัณฑ์กับการตลาด.....	24
2.9 กระบวนการออกแบบกราฟิก.....	25
2.10 การใช้สีตามหลักการออกแบบ	26
2.11 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์	28
2.12 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการนำเสนอสินค้าผลิตภัณฑ์บนโลกออนไลน์.....	29
2.13 กำหนดเครื่องมือ การสื่อสารการตลาด.....	31
2.14 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	32
บทที่ 3 วิธีดำเนินการงานวิจัย	34
3.1 ขั้นตอนศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ.....	34
3.2 ขั้นตอนการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ	37
3.3 ขั้นตอนเพิ่มทางเลือกช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและประชาสัมพันธ์	44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
3.4 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์.....	46
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	51
4.1 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี.....	51
4.2 ผลการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี	63
4.3 ผลการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคน พิการจังหวัดนนทบุรี.....	73
4.4 ผลการวิเคราะห์ทางเลือกช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์สำหรับ ผลิตภัณฑ์ ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี	104
4.5 ผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคสำหรับสินค้าศูนย์ส่งเสริม อาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี	108
บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ.....	116
5.1 สรุปผลการวิจัย	116
5.2 อภิปรายผลการวิจัย.....	118
5.3 ข้อเสนอแนะ	120
บรรณานุกรม.....	122
ภาคผนวก.....	124
ภาคผนวก ก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	125
ภาคผนวก ข ผลการตรวจเครื่องมือ	155
ภาคผนวก ค หนังสือราชการประกอบการดำเนินการวิจัย.....	159
ภาคผนวก ง ใบประเมินการตรวจแบบบรรจุภัณฑ์	167
ภาคผนวก จ ผลการออกแบบ	176
ภาคผนวก ฉ บทความวิจัยและสิทธิบัตร	202
ภาคผนวก ช เอกสารการประชุมวิชาการระดับชาติ	215
ประวัติผู้เขียน	219

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 แสดงผลการวิเคราะห์กลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าประเภท กระเป๋า.....	59
4.2 แสดงผลการวิเคราะห์กลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าประเภท เสื้อผ้า.....	64
4.3 แสดงผลการวิเคราะห์กลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าประเภท เบ็ดเตล็ด	67
4.4 แสดงผลการวิเคราะห์การเลือกผลิตภัณฑ์จากการสำรวจจากพนักงานศูนย์ส่งเสริม อาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี.....	70
4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ตราสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี.....	75
4.6 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญ.....	83
4.7 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ถุงกระดาษ.....	87
4.8 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ถุงกระดาษ	91
4.9 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กระเป๋าใส่ทิชชู.....	95
4.10 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กระเป๋า	99
4.11 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอ	103
4.12 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า.....	107
4.13 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับชั้นวางสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ.....	111
4.14 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ด้านการประเมินความพึงพอใจ ผู้บริโภคจำนวน 30 คน ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี.....	119
ง.1 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับ การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี (ชุดของขวัญ).....	186
ง.2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี (บรรจุภัณฑ์กระเป๋า).....	187
ง.3 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี (ถุงกระดาษ).....	188
ง.5 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี (บรรจุภัณฑ์กล่องเสื้อ).....	190
ง.6 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี (บรรจุภัณฑ์ผ้าพันคอ).....	191

สารบัญตาราง (ต่อ)

ตารางที่	หน้า
ง.7 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี (บรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้า)	192
ง.8 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี (ชั้นวางสินค้า).....	193



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
2.1 โครงสร้างองค์กร ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี.....	12
2.2 ภาพแสดง สินค้าผลิตภัณฑ์ประเภท กระเป๋า	13
2.3 ภาพแสดง สินค้าผลิตภัณฑ์ประเภท เสื้อผ้า	13
2.4 ภาพแสดง สินค้าผลิตภัณฑ์ประเภท สินค้าเบ็ดเตล็ด.....	14
2.5 ภาพแสดงกระบวนการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี.....	14
3.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี.....	37
3.2 ภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพ.....	43
3.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการ นำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์ส่งเสริมวิชาชีพจังหวัดนนทบุรี.....	50
4.1 แสดงรูปแบบ Logo แบบเดิม	63
4.2 ผลการประเมินเลือกตราสินค้าแสดงสถานภาพเพศ	64
4.3 ผลการประเมินเลือกตราสินค้าแสดงสถานภาพอายุ	64
4.4 ผลการประเมินเลือกตราสินค้าภาพแสดงสถานภาพ	65
4.5 ผลการประเมินเลือกตราสินค้าภาพแสดงระดับการศึกษา	65
4.6 ผลการประเมินเลือกตราสินค้าภาพแสดงรายได้ต่อเดือน	66
4.7 ภาพแสดงสรุปผลการประเมินเลือก ตราของบรรจุภัณฑ์หรือแบรนด์ (Brand)	67
4.8 กลุ่มโชนสีที่ผลิตภัณฑ์สินค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี.....	67
4.9 ภาพแสดงกลุ่มโชนสีหลัก.....	68
4.10 ภาพแสดงกลุ่มโชนสีรอง.....	68
4.11 แสดงภาพลวดลายลายใช้เป็นลวดลายของผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ	68
4.12 ดอกนนทรีบ่อเกิดแห่งลายเอกลักษณ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี.....	69
4.13 ลวดลายจากผ้าขาวม้าผลิตภัณฑ์จากศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี.....	69
4.14 ลวดลายจากผ้าขาวม้าผลิตภัณฑ์จากศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี.....	69
4.15 แสดงป้ายสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ รูปแบบที่ 1.....	70
4.16 แสดงป้ายสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ รูปแบบที่ 2.....	70
4.17 แสดงป้ายสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ รูปแบบที่ 3.....	70
4.18 ภาพแสดงผลการประเมินการเลือกป้ายสินค้าสถานภาพเพศ	71
4.19 ภาพแสดงผลการประเมินการเลือกป้ายสินค้าอายุ	71
4.20 ภาพแสดงผลการประเมินการเลือกป้ายสินค้าสถานภาพ	71
4.21 ภาพแสดงผลการประเมินการเลือกป้ายสินค้าระดับการศึกษา	72
4.22 ภาพแสดงสรุปผลการเลือกป้ายสินค้าจำนวน 20 คน.....	72
4.23 ภาพแสดงรูปแบบตราสินค้านำรูปแบบที่ 1	73
4.24 แสดงแบบภาพชุดบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 1.....	77
4.25 แสดงแบบภาพกล่องบรรจุภัณฑ์สื่อ รูปแบบที่ 2.....	81

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
4.26 แสดงแบบภาพถุงบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 1	85
4.27 แสดงแบบภาพถุงบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 2	89
4.28 แสดงแบบภาพบรรจุภัณฑ์กระเป๋า รูปแบบที่ 1	93
4.29 แสดงแบบภาพบรรจุภัณฑ์ผ้าพันคอ รูปแบบที่ 1	97
4.30 แสดงแบบภาพบรรจุภัณฑ์ผ้าขาม้า รูปแบบที่ 2	101
4.31 แสดงแบบภาพชั้นวางสินค้า รูปแบบที่ 1	104
4.32 ภาพแสดงการประเมินผลสื่อสิ่งพิมพ์ด้านสถานภาพ (เพศ)	104
4.33 ภาพแสดงสถานภาพของผู้บริโภค (อายุ)	105
4.34 ภาพแสดงสถานภาพของผู้บริโภค (การศึกษา)	105
4.35 ภาพแสดงสถานภาพของผู้บริโภค (อาชีพ)	106
4.36 ภาพแสดงการประเมินผลด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์	106
4.37 ภาพแสดงการต้นแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ	107
4.38 ภาพแสดงช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี	107
4.39 ภาพแสดงสถานภาพของผู้บริโภค(เพศ)	110
4.40 ภาพแสดงสถานภาพของผู้บริโภค (อายุ)	111
4.41 ภาพแสดงสถานภาพของผู้บริโภค (การศึกษา)	111
4.42 ภาพแสดงสถานภาพของผู้บริโภค (อาชีพ)	111
4.43 ภาพแสดงการประเมินผลด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์	112
4.44 ภาพแสดงการประเมินผลด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์	112
4.45 ภาพแสดงการประเมินผลด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์	113
4.46 ภาพแสดงการประเมินผลด้านอำนวยความสะดวก	113
4.47 ภาพแสดงการประเมินผลด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย	114
4.48 ภาพแสดงการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค (SWOT)	115
ค.1 แสดงภาพหนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคน พิการ	160
ค.2 แสดงภาพหนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ 1	161
ค.3 แสดงภาพหนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ 2	162
ค.4 แสดงภาพหนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ 1	163
ค.5 แสดงภาพหนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์	164
ค.6 แสดงภาพหนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์	165
ค.7 แสดงภาพหนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์	166

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
จ.1 แสดงภาพ Idea Sketch.....	177
จ.2 แสดงภาพ ตราสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี.....	177
จ.3 แสดงภาพ ป้ายสินค้ารูปแบบที่ 1.....	178
จ.4 แสดงภาพ ป้ายสินค้ารูปแบบที่ 2.....	178
จ.5 แสดงภาพ ป้ายสินค้ารูปแบบที่ 3.....	179
จ.6 แสดงภาพ ภาพร่างชุดบรรจุภัณฑ์ของขวัญทั้งหมด 6 แบบ.....	179
จ.7 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ.....	180
จ.8 แสดงภาพ Pattern box ชุดบรรจุภัณฑ์ของขวัญ.....	181
จ.9 แสดงภาพ ต้นแบบชุดบรรจุภัณฑ์ของขวัญ.....	181
จ.10 แสดงภาพ ภาพร่างกล่องบรรจุภัณฑ์เสื้อทั้งหมด 6 รูปแบบ.....	182
จ.11 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์เสื้อให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ.....	182
จ.12 แสดงภาพ Pattern box กล่องบรรจุภัณฑ์เสื้อ.....	183
จ.13 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์เสื้อ.....	183
จ.14 แสดงภาพ ต้นแบบถุงกระดาษสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์.....	184
จ.15 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ถุงให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ.....	184
จ.16 แสดงภาพ Pattern box บรรจุภัณฑ์ถุงกระดาษ.....	185
จ.17 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ถุงกระดาษ.....	185
จ.18 แสดงภาพ ต้นแบบถุงกระดาษสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์.....	186
จ.19 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ถุงให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ.....	186
จ.20 แสดงภาพ Pattern box บรรจุภัณฑ์ใส่กระเป๋าที่ขลุ่ย.....	187
จ.21 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กระเป๋าที่ขลุ่ย.....	187
จ.22 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กระเป๋า.....	188
จ.23 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กระเป๋าให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ.....	188
จ.24 แสดงภาพ Pattern box บรรจุภัณฑ์กระเป๋า.....	189
จ.25 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กระเป๋า.....	189
จ.26 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล่องผ้าพันคอ.....	190
จ.27 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล่องผ้าพันคอให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ.....	190
จ.28 แสดงภาพ Pattern box บรรจุภัณฑ์กล่องผ้าพันคอ.....	191
จ.29 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล่องผ้าพันคอ.....	191
จ.30 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้า.....	192
จ.31 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้าให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ.....	192
จ.32 แสดงภาพ Pattern box บรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้า.....	193
จ.33 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้า.....	193
จ.34 แสดงภาพ ต้นแบบชั้นวางสินค้า.....	194

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
จ.35 แสดงภาพ ต้นแบบชั้นวางสินค้าให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ	194
จ.36 แสดงภาพ ต้นแบบชั้นวางสินค้าให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ	195
จ.37 แสดงภาพ ต้นแบบชั้นวางสินค้า	195
จ.38 แสดงภาพ โบวชัวร์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ (ด้านหน้า).....	196
จ.39 แสดงภาพ โบวชัวร์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ (ด้านหลัง).....	197
จ.40 แสดงภาพ ใบปลิวของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ.....	198
จ.41 แสดงภาพ การลงพื้นที่ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี.....	200
จ.42 แสดงภาพ ผู้บริโภคทั่วไป	201
ช.1 แสดงภาพ หนังสือการอนุมัติงานวิชาการพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง	216
ช.2 แสดงภาพ หนังสือตอบรับเพื่อนำเสนอบทความในการประชุมวิชาการครั้งที่ 9.....	217
ช.3 แสดงภาพ ใบประกาศนียบัตรการนำเสนอผลงานวิจัย	218



บทที่ 1 บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการประกอบอาชีพด้วยการพึ่งพาตัวเองนั้น พื้นฐานที่สำคัญจำเป็นต้องให้ชุมชนเหล่านี้รู้ศักยภาพของตนเอง รู้จักใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ อันนำไปสู่แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ด้วยตนเอง โดยมีจุดเน้นที่พึ่งพาตัวเอง และใช้ผลิตภัณฑ์ที่ทำเองใช้ชุมชน (นฤทธิ วัฒนภู 2555:43) ชุมชนบางตลาด กล่าวว่า ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด นำมาผ่านการร่วมแรงร่วมใจ ร่วมคิด ร่วมทำ แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับบุคคลหลายสถานภาพ และความก้าวหน้าของชุมชนอย่างมีเหตุผลการส่งเสริมอาชีพกลุ่มคนพิการ สังคมเพื่อคนทั้งมวล (Inclusive Society) คือ สังคมที่ทุกคนสามารถเข้ามาใช้ชีวิตในพื้นที่ทางสังคมและทำกิจกรรมทางสังคม ได้อย่าง เท่าเทียมและมีศักดิ์ศรี ปราศจากการเลือกปฏิบัติต่อกัน และได้รับโอกาสหรือสิทธิในการเข้าถึงบริการ สถานที่ และข้อมูลทางสังคม ได้อย่างเสมอภาคกัน สังคมเพื่อคนทั้งมวล จึงสัมพันธ์กับกลุ่มคนที่ถูกเบียดบังออกไปจาก ความเท่าเทียมศักดิ์ศรี และสิทธิในการเข้าถึงสิ่งต่าง ๆ ดังที่คนส่วนใหญ่ได้รับ พุดอย่างง่าย ๆ ก็คือ เป็นกลุ่มคนที่ไม่สามารถใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างเท่าเทียมกับคนส่วนใหญ่ ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้อาจมีตั้งแต่ กลุ่มคนยากจน กลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ กลุ่มคนไร้สัญชาติ และกลุ่มคนพิการได้มีการประยุกต์ใช้รูปแบบศิลปวัฒนธรรมที่ได้นำมาผสมผสานกับการสร้างสรรค์ให้เกิดเป็นลวดลายที่มีเอกลักษณ์และมีความงามทางศิลปะเฉพาะตัวปัจจุบันนี้ผู้คนได้ให้ความสนใจในแบบอย่างศิลปะตะวันตกมากขึ้นทำให้ศิลปะไทยขาดช่วงหายไปไม่มีการพัฒนาที่ต่อเนื่อง จึงได้นำรูปแบบความเป็นไทยมาประยุกต์ใช้ในงานออกแบบเพื่อเพิ่มมูลค่าของสินค้าให้ได้มากยิ่งขึ้น ดังนั้นทุนทางวัฒนธรรม จึงเป็นพื้นฐานให้เกิดแนวความคิดในการที่จะเอาวัฒนธรรมที่ดึงมาพัฒนาให้เกิดคุณค่าและมูลค่า อันส่งผลต่อวิถีชีวิตความเป็นอยู่ได้อย่างดีงามที่สุด สินค้าพื้นบ้านในวิถีชีวิตของคนไทยในปัจจุบันจึงค่อนข้างเลือนราง เรามักพบเห็นสินค้าต่างชาติมากกว่าของไทย หรือมุมมองภาพลักษณ์ที่ดีกว่าทันสมัยกว่า ทั้งนี้ทั้งนั้นในมุมของการเป็นสินค้าที่ระลึกสำหรับนักท่องเที่ยว ทั้งคนไทยด้วยกันเองและชาวต่างชาติสินค้าพื้นบ้านก็อาจไม่ได้รับความนิยมนเทียบเท่ากับสินค้าอื่น ๆ อาจด้วยปัจจัยหลากหลายด้าน ทั้งรสชาติ หรือรูปลักษณ์เมื่อลองเปรียบเทียบในลักษณะทางกายภาพ ข้อดีของสินค้าพื้นถิ่นของประเทศต่าง ๆ ในหลาย ๆ ครั้งสำหรับนักท่องเที่ยว ภาพลักษณ์หรือปัจจัยรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ก็มีความสำคัญต่อการจูงใจให้เลือกซื้อหรือส่งเสริมภาพลักษณ์ของสินค้านั้น ๆ ตามหลักกลไกทางการตลาดควบคู่กับเป้าหมายในการออกแบบ (สุชาติ ประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2540: 1)

จากที่กล่าวมาข้างต้นจึงสรุปได้ว่า ผู้วิจัย ได้ศึกษาสภาพปัญหาของสินค้าผลิตภัณฑ์ที่ได้จากกลุ่มคนพิการศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการเพื่อส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ด้านการใช้งาน ปกป้อง และ โฆษณาประชาสัมพันธ์ โดยปัญหาบรรจุภัณฑ์ยังคงใช้บรรจุภัณฑ์ ที่ไม่ได้มาตรฐาน ไม่ทันสมัย และไม่โดดเด่น เช่น การใช้ บรรจุภัณฑ์สำเร็จรูปที่มีขายตามท้องตลาดมาเป็นบรรจุ สินค้าโดยไม่มีการเพิ่มเติมข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่เป็น ประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า หรือการใช้บรรจุภัณฑ์ ที่เหมือนกันคู่แข่ง ทำให้ลูกค้าไม่เห็นความแตกต่างของ สินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

และได้ศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อนำแนวทาง ในการแก้ปัญหาและพัฒนาในด้าน บรรจุภัณฑ์ ฉลาก และสื่อประชาสัมพันธ์ที่สวยงามทำให้ผู้บริโภคเป้าหมายมีความพึงพอใจในการเลือก ซื้อมากขึ้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ทั้งมุมมองการสร้างอัตลักษณ์เป็นการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ของศูนย์ ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี รวมทั้งรูปแบบการสื่อสารผ่านบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมในท้องถิ่น และสามารถสื่อสารสินค้าให้มีบทบาทในวิถีชีวิตบริโภคปัจจุบันมากยิ่งขึ้น โดยยังเอาความเป็นเอกลักษณ์ ไทยได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นการบูรณาการระหว่างงานนิเทศศิลป์ และงานออกแบบประยุกต์ศิลป์ มี ราคาสวนศิลปะวัฒนธรรมรองรับรวมถึงเพิ่มความน่าสนใจ หรือแรงจูงใจออกแบบเพื่อกระตุ้นและส่งเสริม การสนับสนุนเพิ่มยอดการขายและการเผยแพร่ผลิตภัณฑ์ไปสู่เครื่องมือยุคดิจิทัลซึ่งได้ผลตอบรับ อย่างดีคือ รูปแบบการนำเสนอที่เราแทรกเป็นอินโฟกราฟิก (Info graphics) ลงไป เพราะทำให้ อ่าน ง่าย เข้าใจง่าย ปัจจุบันการซื้อขายสินค้าบนโลกออนไลน์จะเป็นที่นิยมอย่างมากสำหรับการซื้อขายใน ยุคนี้ ซึ่งเป็นผลอันเนื่องมาจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อพัฒนาสินค้าให้มีมูลค่ามากยิ่งขึ้นอีกทั้งยัง เผยแพร่สินค้าของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี เป็นต้น (ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ วินัย เก่งสุวรรณ ประธานศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี วันที่ 12 พ.ค. 2560)

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1.2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี
- 1.2.2 เพื่อพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัด นนทบุรี
- 1.2.3 เพื่อเพิ่มทางเลือกช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี
- 1.2.4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.3 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่องการศึกษา รูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับศูนย์ส่งเสริม อาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรีโดยใช้กรอบแนวคิดของการศึกษาวิจัยดังนี้

1.3.1 กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของ กลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

ผู้วิจัยได้ศึกษากระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยผลิตภัณฑ์หรือProduct เป็นองค์ประกอบ แรกของส่วนประสมทางการตลาด การศึกษาและทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเรื่องผลิตภัณฑ์จึงเป็น พื้นฐานในการเรียนรู้ทางวิชาการด้านการตลาด ซึ่งจะเป็นพื้นฐานในการนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จต่อไป

1.3.1.1 ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดด้านศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริม อาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ของ (Luca Patrizia de, 2006:6) ดังนี้

- (1) รูปลักษณะผลิตภัณฑ์
- (2) การใช้งานผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(3) วัสดุ และ สีของผลิตภัณฑ์

1.3.1.2 ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวความคิดในการเก็บรวบรวมข้อมูลของ (อำนาจ ศรีสานติวงศ์. 2555: 70) ดังนี้

(1) ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ

(2) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ

(3) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ

1.3.2 กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

1.3.2.1 ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวความคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยใช้ 2 กรอบแนวความคิด ดังนี้

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี กรอบแนวคิดที่ แบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ กระทรวงการพัฒนาการออก 1 สังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดนนทบุรีผู้วิจัยได้นำหลักการของ (อารี สุทธิพันธุ์. 2551: 42-43)

(1) ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มุ่งองค์ประกอบชัดเจน ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน รูปแบบมีสัดส่วนที่ตีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ กราฟิกสวดลายมีการตกแต่งพอดีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และมีความสวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมและการสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจน

(2) ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในและ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้

(3) ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ ความเป็นไปได้ในการใช้งาน การนำไปใช้เพื่อส่งเสริมการขาย ใช้ได้นาน เหมาะสมกับยุคทุกสมัย เข้าใจง่าย และมีความคุ้มค่า

(4) ด้านอำนวยความสะดวก บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้ ใช้งานง่ายเปิด-ปิดสะดวก

(5) ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย รูปแบบน่าสนใจ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นที่จดจำของผู้บริโภค ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีความทันสมัย สวยงาม มีเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย

1.3.3 กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเพิ่มทางเลือกช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

1.3.3.1 กรอบแนวคิดด้านการเพิ่มทางเลือกช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ตามกรอบแนวคิดของ ภูตินันท์ อติทิพยางกูร 2555. ดังนี้ การจัดจำหน่ายสินค้าปัจจุบันนี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งการจำหน่ายสินค้าผ่านทางออนไลน์ก็ถือเป็นทางเลือกจำหน่ายทางอ้อมอีกอย่างหนึ่งด้วยเพราะ ผู้ชายหรือในนามของตัวแทนนั้นรับสินค้ามาจากผู้ผลิตอีกทีหนึ่งก่อนที่จะส่งไปยังผู้บริโภคทำให้ต้องผ่านตัวกลาง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สินค้าที่เป็นเครือข่ายออนไลน์นั้นก็จะทำให้ลูกค้าสนใจเพราะลูกค้าสามารถที่จะเลือกซื้ออะไรก็ได้โดยไม่ต้องจำเป็นต้องไปยังสถานที่เหล่านั้น เช่น เฟสบุ๊ก อินสตาแกรม และเว็บไซต์ เป็นต้น

1.3.3.2 กรอบแนวคิดด้านการเพิ่มทางเลือกช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี (อ้างอิง วรวิทย์ อึ้งอาภรณ์. 2545: 71-74)

- (1) มีรูปแบบที่เหมาะสม
- (2) ความเหมาะสมของกราฟิกและภาพประกอบส่งเสริมเนื้อหา
- (3) พื้นที่ทั้งหมดใช้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (4) เนื้อหาที่น่าสนใจเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค
- (5) ข้อมูลครบถ้วนชัดเจน

1.3.4 กรอบแนวคิดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค 4 ที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

กรอบแนวคิดด้านการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ตามผลวิเคราะห์ ลักษณะของผู้บริโภค กรอบแนวคิดของ)อารี สุทธิพันธุ์ .255142 -ดั่งนี้ (43

(1) ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีองค์ประกอบชัดเจน ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน รูปแบบมีสัดส่วนที่ดีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ กราฟิกลวดลายมีการตกแต่งพอดีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และมีความสวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมและการสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจน

(2) ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในและ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้

(3) ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ ความเป็นไปได้ในการใช้งาน การนำไปใช้เพื่อส่งเสริมการขาย ใช้ได้นาน เหมาะสมกับยุคทุกสมัย เข้าใจง่าย และมีความคุ้มค่า

(4) ด้านอำนวยความสะดวก บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้ ใช้งานง่าย เปิด-ปิดสะดวก

(5) ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย รูปแบบน่าสนใจ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นที่จดจำของผู้บริโภค ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีความทันสมัย สวยงาม มีเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย

1.4 ขอบเขตของการศึกษาข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมุ่งเน้นที่จะศึกษาผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

1.4.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยเรื่องศึกษาผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีผู้วิจัยได้กำหนดเนื้อหาของการวิจัยดังนี้

- 1.4.1.1 ศึกษาผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทเสื้อผ้า
- 1.4.1.2 ศึกษาผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทกระเป๋า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.4.1.3 ศึกษาผลิตภัณฑ์สินค้าประเภทสินค้าเบ็ดเตล็ด

1.4.1.7 ศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.4.1.9 ศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.4.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

1.4.2.1 พื้นที่ที่จะศึกษาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 และ 3 คือศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

1.4.3 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.4.3.1 ขอบเขตตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

(1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

(1.1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี และ พนักงานศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

(2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างจำนวน 3 ชุด การบันทึกเสียงถ่ายภาพและจดบันทึก

(3) การสร้างเครื่องมือ ได้แก่ ศึกษาข้อมูลและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

(4) การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ การใช้การตรวจประโยคของข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์ให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย

(5) การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

(5.1) ศึกษาข้อมูลและจัดทำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างและเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบประโยคของข้อคำถามในแบบสัมภาษณ์และแก้ไขตามคำแนะนำ

(5.2) ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการขออนุญาตเก็บข้อมูล สอบถามปัญหาและความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง

(5.3) เก็บข้อมูลต่าง ๆ จากการลงพื้นที่ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเก็บข้อมูลศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

(6) การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การนำแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง บันทึกเสียง จดบันทึกและการถ่ายภาพมาทำการวิเคราะห์และสรุปผลเป็นเชิงคุณภาพ โดยวิธีการบรรยายเป็นความเรียง

1.4.3.2 ขอบเขตตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

(1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

(1.1) ประชากร ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เกณฑ์การเลือกผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือ ต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงาน ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (1.2) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่
- (1.2.1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือ ต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงาน ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป
- (2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่
- (2.1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ แบบภาพร่าง(Sketch design) จำนวน 3 แบบและแบบสอบถามจำนวน 8 ชุด
- (3) การสร้างเครื่องมือ ได้แก่
- (3.1) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ศึกษาเอกสาร ข้อมูลการออกแบบภาพร่างและการสร้างแบบสอบถาม
- ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยใช้แบบสอบถามชนิดมาตรฐานประเมิน 5 ระดับ (Rating Scale)
- ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ
- (4) การหาคคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการหา IOC (Index of Item – Objective Congruence) หรือความเที่ยงตรงของแบบสอบถามทั้ง 8 ชุดเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน
- (5) การเก็บรวบรวมข้อมูล
- (5.1) ออกแบบภาพร่างจำนวน 8 แบบ เพื่อให้อาจารย์คัดเลือกแบบที่เหมาะสมจำนวน 3 แบบ
- (5.2) สร้างแบบสอบถามสำหรับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์แล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน IOC และแก้ไขตามคำแนะนำ
- (5.3) ผู้วิจัยออกหนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง
- (5.4) นำแบบภาพร่าง จำนวน 3 แบบ และแบบสอบถาม จำนวน 8 ชุด นำไปเก็บข้อมูลจากผู้ทรงเชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- (5.5) แก้ไขตามที่คุณเชี่ยวชาญแนะนำแล้วดำเนินการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบครั้งที่ 1 และเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบภาพร่างบรรจุภัณฑ์
- (5.6) ออกแบบภาพร่างบรรจุภัณฑ์จำนวน 3 แบบ
- (5.7) นำแบบภาพร่างจำนวน 3 แบบ และแบบสอบถามจำนวน 8 ชุด นำไปเก็บข้อมูลจากผู้ทรงเชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์อีกครั้ง
- (5.8) แก้ไขตามที่คุณเชี่ยวชาญแนะนำแล้วดำเนินการสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์
- (6) สถิติที่ใช้ในงานวิจัย
- (6.1) สูตรค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean)
- (6.2) สูตรความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.)
- (6.3) ร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์ (Percentage)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(7) การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

(7.1) นำข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มาวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณและสรุปผล

1.4.3.3 ขอบเขตตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มทางเลือกช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

(1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

(1.1) ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี จำนวน 20 คน

(1.2) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

(1.2.1) ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี จำนวน 20 คน

(2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

(2.1) กลุ่มผู้บริโภคสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ แบบประเมินสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับผู้ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ได้แก่ ใบปลิว แผ่นพับ โปสเตอร์

(3) การสร้างเครื่องมือ ได้แก่ ผู้บริโภคจำนวน 20 คน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้บริโภค
ตอนที่ 2 แบบประเมิน 2 สิ่งพิมพ์สำหรับผู้ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยใช้แบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า แบบ SCORING RUBRICS ระดับ 5

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด 3 (Open-ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ

(4) การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการหา IOC (Index of Item-Objective Congruence) หรือความเที่ยงตรงของแบบสอบทั้ง 3 ชุด เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน

(5) การเก็บรวบรวมข้อมูล

(5.1) สร้างแบบประเมินความพึงพอใจสำหรับผู้ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี แล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน IOC และแก้ไขตามคำแนะนำ

(5.2) นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้และประเมินด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย ข้อมูลที่ได้มาสรุปและวิเคราะห์ผล

(6) สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

(6.1) ร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์ (Percentage)

(7) การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

(7.1) นำแบบประเมินสิ่งพิมพ์สำหรับผู้ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีมาวิเคราะห์ผลเป็นเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณโดยวิธีการบรรยายเป็นความเรียง

1.4.3.4 ขอบเขตตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 4 เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

- (1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
 - (1.1) ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี จำนวน 50 คน
 - (1.2) กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่
 - (1.2.1) ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี จำนวน 50 คน
- (2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่
 - (2.1) กลุ่มผู้บริโภคสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีได้แก่ แบบประเมินด้านการออกแบบ ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านการใช้งาน ด้านการอำนวยความสะดวก และ ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย
- (3) การสร้างเครื่องมือ ได้แก่ ผู้บริโภคจำนวน 50 คน ได้แก่
 - ตอนที่ ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพ 1ของผู้บริโภค
 - ตอนที่ แบบประเมิน 2ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยใช้แบบสอบถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า แบบ SCORING RUBRICS 5 ระดับ
 - ตอนที่) เป็นคำถามแบบปลายเปิด 3(Open-ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ
- (4) การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย ได้แก่ ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการหา IOC (Index of Item – Objective Congruence) หรือความเที่ยงตรงของแบบสอบทั้ง 3 ชุด เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน
- (5) การเก็บรวบรวมข้อมูล
 - (5.1) สร้างแบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี แล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน IOC และแก้ไขตามคำแนะนำ
 - (5.2) นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบไปให้ผู้บริโภคได้ทดลองใช้และประเมินด้านการออกแบบ ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านการใช้งาน ด้านการอำนวยความสะดวก ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย ข้อมูลที่ได้มาสรุปและวิเคราะห์ผล
- (6) สถิติที่ใช้ในงานวิจัย
 - (6.1) สูตรค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean)
 - (6.2) สูตรความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.)
 - (6.3) ร้อยละหรือเปอร์เซ็นต์ (Percentage)
- (7) การวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่
 - (7.1) นำแบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคจำนวน 50 คน มาวิเคราะห์ผลเป็นเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณโดยวิธีการบรรยายเป็นความเรียง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.5 ตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา

1.5.1 ตัวแปรต้น ได้แก่รูปแบบแบบบรรจุภัณฑ์ กลุ่มประเภทสินค้ากระเป่า กลุ่มสินค้าประเภทเสื้อผ้า และ กลุ่มสินค้าประเภทสินค้าเบ็ดเตล็ด ที่พัฒนาขึ้นมาใหม่

1.5.2 ตัวแปรตาม ได้แก่ ความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ต่อบรรจุภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

1.6 ขั้นตอนการดำเนินงานวิจัย

ขั้นตอนของการวิจัยผู้วิจัยได้ศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์จักอุตสาหกรรมของศูนย์ส่งเสริมอาชีพจังหวัดนนทบุรี โดยยึดหลัก กระบวนการออกแบบและการพัฒนา ดังต่อไปนี้

- 1.6.1 ศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากหนังสือ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 1.6.2 วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาในทุติยภูมิ เพื่อให้เข้าใจและปัญหา
- 1.6.3 ลงพื้นที่สำรวจข้อมูลจากแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้จัดเตรียมไว้ จากผู้เชี่ยวชาญและผู้ที่เกี่ยวข้องด้านผลิตภัณฑ์จักอุตสาหกรรม เพื่อตรวจสอบข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษามาในเบื้องต้น
- 1.6.4 รวบรวมข้อมูลที่ผู้วิจัยได้มาทั้งหมด นำมาวิเคราะห์และกำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหา
- 1.6.5 คิดค้นและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ใช้หลักการความคิดสร้างสรรค์ โดยการร่างแบบเบื้องต้นตามแนวทางข้อมูลที่ผู้วิจัยได้ทำการศึกษา
- 1.6.6 คัดเลือกแบบร่างเบื้องต้น จากผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ และด้านบรรจุภัณฑ์
- 1.6.7 การตรวจสอบประสิทธิภาพและคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญด้านบรรจุภัณฑ์
- 1.6.8 ประเมินผลการใช้งานบรรจุภัณฑ์จากผู้เชี่ยวชาญและผู้บริโภค

1.7 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.7.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ได้แก่

- (1) การออกแบบที่มีลักษณะเหมาะสม ตรงกับความมุ่งหมายตามประโยชน์ใช้สอยมีความกลมกลืนตามหลักเกณฑ์ความงามของสังคม และสามารถปรับปรุงเปลี่ยนแปลงได้
- (2) การออกแบบที่มีลักษณะง่าย มีกระบวนการผลิตไม่ยุ่งยากสลับซับซ้อน
- (3) การออกแบบมีสัดส่วนที่ดี เช่น รูปแบบข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ สี เส้น และสัดส่วนเหมาะสมกับการใช้งานด้วย
- (4) ความเหมาะสมกับวัสดุและวิธีการ มีคุณภาพ การใช้งานสะดวก สามารถผลิตได้ตรงตามความต้องการของสังคมยุคปัจจุบัน
- (5) การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ควรมีการตกแต่งแต่พอดี ไม่กรุงรังเกินไป
- (6) โครงสร้างที่เหมาะสมกลมกลืนกับวัฒนธรรม และการสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

1.7.2 การปกป้องผลิตภัณฑ์ หมายถึง รักษาคุณภาพ และปกป้องตัวสินค้า เริ่มตั้งแต่การขนส่ง การเก็บให้ผลผลิตหรือผลิตภัณฑ์เหล่านั้นมิให้เสียหายจากการปนเปื้อนจากฝุ่นละออง แผลง คน ความชื้น ความร้อน แสงแดด และการปลอมปน หน้าที่โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ คือต้องคุ้มครองปกป้องผลิตภัณฑ์ที่ห่อหุ้มให้คงสภาพเดิมไว้ได้ ช่วยรักษา คุณภาพและต้องสะดวกในการขนส่งผลิตภัณฑ์จากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค

1.7.3 การใช้งานบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ใช้สำหรับห่อหุ้ม ป้องกัน ลำเลียง จัดส่ง ใช้งานได้ อย่างมีประสิทธิภาพสะดวกต่อผู้บริโภค สามารถใช้งานได้นาน ใช้งานได้ง่ายและมีความคุ้มค่าต่อผลิตภัณฑ์ และนำเสนอสินค้าตั้งแต่วัตถุดิบถึงสินค้าที่ผ่านการผลิตตั้งแต่ผู้ผลิตถึงผู้ใช้หรือผู้บริโภค

1.7.4 การอำนวยความสะดวกของบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ให้ความสะดวกในเรื่องการขนส่ง จัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้ การจัดเก็บมีความรวดเร็วในการขนส่ง เพราะสามารถรวมหน่วยของผลิตภัณฑ์เหล่านั้นเป็นหน่วยเดียวได้ ความทนทาน และความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ การเก็บรักษา การคำนึงถึงวิธีที่จะใช้ในการขนส่งก็เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบให้เกิดผลเสีย น้อยที่สุด รวมถึงประหยัด และปัจจัยเรื่องดินฟ้าอากาศ ในปัจจุบันนิยมการขนส่งด้วยระบบตู้บรรทุกสำเร็จรูป

1.7.5 ด้านการส่งเสริมและการจัดจำหน่าย หมายถึงบรรจุภัณฑ์จะต้องจะทำหน้าที่บอกกล่าวสิ่งต่าง ๆ ของตัวผลิตภัณฑ์โดยการบอกข้อมูลที่จำเป็นทั้งหมดของตัวสินค้าและนอกจากนั้นจะต้องมีรูปลักษณะที่สวยงามสะดุดตามีความทันสมัยสวยงามรูปแบบน่าสนใจ เชิญชวนให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ซึ่งการทำหน้าที่ดังกล่าวของบรรจุภัณฑ์นั้นเป็นเสมือนพนักงานขายที่ไร้เสียง

1.7.6 ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี เปิดเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2526 โดยใช้ชื่อว่าโรงงานปีคนพิการสากลต่อมาปี 2534 ได้เปลี่ยนชื่อเป็น ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ เพื่อให้เป็นชื่อของหน่วยงานราชการและใช้ชื่อนี้จนถึงปัจจุบัน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการประกอบอาชีพด้วยการพึ่งพาตัวเองนั้น พื้นฐานที่สำคัญจำเป็นต้องให้ชุมชนเหล่านี้รู้ศักยภาพของตนเอง รู้จักใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการเป็นศูนย์วิชาชีพให้แก่คนพิการได้มีอาชีพ รายได้ ความรู้ รวมถึงการช่วยเหลือตัวเอง ลักษณะดำเนินการในลักษณะการจัดจำหน่าย เพื่อเป็นการสร้างอาชีพและหารายได้เพิ่มให้กับคนพิการ และผู้ดูแลคนพิการโดยผลิตภัณฑ์ที่ศูนย์ส่งเสริมอาชีพผลิตได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้าและ ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการดำเนินงานวิจัยการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อนำไปออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่กล่าวถึงทฤษฎี เพื่อเป็นพื้นฐานการทำความเข้าใจต่อกระบวนการต่าง ๆ รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อนำมาเป็นส่วนประกอบในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ซึ่งผู้วิจัยนำเสนอตามลำดับ ดังต่อไปนี้

- 2.1 การศึกษาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ
- 2.2 แผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ จังหวัดนนทบุรี(สร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนและสังคมให้อยู่ด้วยตนเอง)
- 2.3 Inclusive Society (สังคมเพื่อคนทั้งมวล)
- 2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)
- 2.5 กระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์
- 2.6 วัสดุและกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์
- 2.7 การสร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้า
- 2.8 บรรจุภัณฑ์กับการตลาด
- 2.9 กระบวนการออกแบบกราฟิก
- 2.10 การใช้สีตามหลักการออกแบบ
- 2.11 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์
- 2.12 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการนำเสนอสินค้าผลิตภัณฑ์บนโลกออนไลน์
- 2.13 กำหนดเครื่องมือ การสื่อสารการตลาด
- 2.14 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

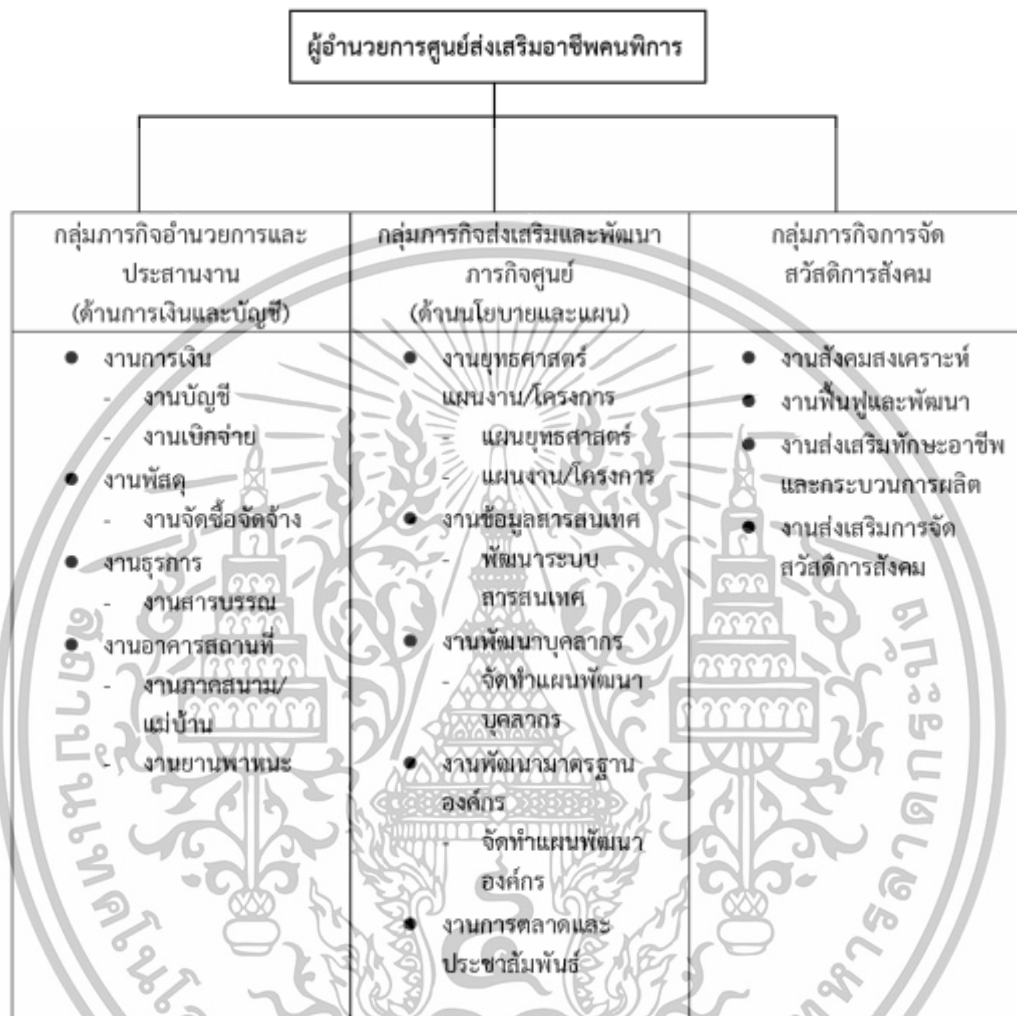
2.1 การศึกษาผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ

2.1.1 ข้อมูลเบื้องต้นของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ (โรงงานปีคนพิการสากล) กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ที่ตั้ง 78/10 หมู่ที่ 1 ตำบลบางตลาด อำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี 11120 ประวัติความเป็นมา พ.ศ.2524 องค์การสหประชาชาติกำหนดให้เป็นปีคนพิการสากลประเทศไทยในฐานะสมาชิกได้จัดกิจกรรมต่างๆ รวมทั้งการรณรงค์หาทุนเพื่อเป็นกองทุนสงเคราะห์คนพิการ โดยมีวัตถุประสงค์ประเภทหนึ่งคือสมทบทุนกับรัฐบาลในการก่อสร้างโรงงานในอารักขาเพื่อให้คนพิการที่ได้รับการฟื้นฟูสมรรถภาพและฝึกอาชีพแล้วมีงานทำในโรงงานของคนพิการการจัดการจัดหาทุนตลอดปีคนพิการสากลได้ทุน 6 ล้านบาท คณะรัฐมนตรี มีมติให้กรมประชาสงเคราะห์ ในขณะนั้น ดำเนินการก่อสร้างโรงงานในที่ดินของกรมประชาสงเคราะห์ ด้วยเงินทุนที่ได้จากการรณรงค์และย้ายโรงงานในอารักขาแผนกตัดเย็บเสื้อผ้าจากศูนย์ฟื้นฟูอาชีพคนพิการพระประแดงมาดำเนินการที่นี้เปิดดำเนินการ เมื่อวันที่ 2 กันยายน 2526 โดยใช้ชื่อว่า โรงงานปีคนพิการสากลพฤตจิกายน พ.ศ.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2534 เปลี่ยนชื่อเป็นศูนย์พัฒนาอาชีพคนพิการเพื่อให้เป็นชื่อของหน่วยงานทางราชการ ตามที่สำนักงาน ก.พ. แนะนำพฤศจิกายน พ.ศ. 2559 เปลี่ยนชื่อเป็น ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ (โรงงานปีคนพิการสากล) เพื่อให้สอดคล้องกับภารกิจหน้าที่ (หนังสือศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ โรงงานปีคนพิการสากล, 2560)



ภาพที่ 2.1 โครงสร้างองค์กร ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

2.1.2 ด้านการดำเนินงานในปัจจุบันจัดเป็นทั้งหมด 3 แผนก ได้แก่ แผนกผลิตภัณฑ์ แผนกเสื้อผ้า และแผนกสินค้าเบ็ดเตล็ด ดำเนินงานในลักษณะของการสั่งทำและการจัดจำหน่ายการดำเนินงานในชุมชน เป็นรูปแบบของการจัดส่งชิ้นงานให้คนพิการ/ผู้ดูแล นำไปเย็บเป็นชิ้นงานจัดสินค้าให้คนพิการ/ผู้ดูแลคนพิการไปจำหน่าย เพื่อเป็นการสร้างอาชีพและหารายได้เพิ่มให้กับคนพิการและผู้ดูแลคนพิการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.2 ภาพแสดง สินค้าผลิตภัณฑ์ประเภท กระเป๋า



ภาพที่ 2.3 ภาพแสดง สินค้าผลิตภัณฑ์ประเภท เสื้อผ้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.4 ภาพแสดง สินค้าผลิตภัณ์ประเภท สินค้าเบ็ดเตล็ด



ภาพที่ 2.5 ภาพแสดงกระบวนการผลิตสินค้าผลิตภัณ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 2.6 ภาพแสดงกระบวนการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี



ภาพที่ 2.7 ภาพแสดงกระบวนการผลิตสินค้าผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3 ผู้วิจัยได้ทำการลงพื้นที่ศึกษาดังต่อไปนี้ข้อมูลผลิตภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี แบ่งออกเป็น 3 ประเภท (1) ประเภทผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า ทั้งหมด 7 รูปแบบ (2) ประเภทผลิตภัณฑ์กระเป๋า 10 รูปแบบ (3) ประเภทผลิตภัณฑ์สินค้าเบ็ดเตล็ดทั้งหมด 14 รูปแบบ โดยศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีรับผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์ฝีมือคนพิการ รับผิดชอบจัดทำออร์เดอร์สำหรับงานสัมมนา งานเกษียณอายุราชการ งานบวช ที่ระลึกงานพิธีต่าง ๆ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์พบว่าผลิตภัณฑ์ทุกชนิดเหมาะการใช้งานทั่วไปใช้งานง่ายมีความเหมาะสมกับผู้บริโภคทุกยุคทุกสมัยด้านวัสดุผลิตภัณฑ์ทำมาจากผ้าฝ้ายและมีส่วนประกอบใช้ชีบในการยึดติดงานผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ทำมาจากงานฝีมือมีความปราณีตสวยงามในเรื่องของลวดลายลายปักการผลิตผลิตภัณฑ์มากจากดอกนนทบุรีเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี สีของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นสีโทนเย็นลักษณะสีโดดเด่นเน้นสีสันที่ชัดเจน

ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีเป็น องค์กรด้านคนพิการมีความเข้มแข็ง และคนพิการเข้าถึงสิทธิอย่างเสมอภาค เป็นศูนย์กลางเรียนรู้ด้านคนพิการในภูมิภาคอาเซียนพันธกิจ (1) ขับเคลื่อนนโยบายการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการของชาติ สู่การปฏิบัติอย่างบูรณาการ (2) พัฒนาองค์กรด้านคนพิการของประเทศให้มีศักยภาพในการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ และมีความเข้มแข็งสามารถดำเนินงานอย่างมีมาตรฐาน (3) เสริมสร้างสังคมที่ปราศจากอุปสรรคต่อคนพิการ เพื่อให้คนพิการได้เข้าถึงและใช้ประโยชน์จากสิทธิและสวัสดิการ รวมถึงจัดการเลือกปฏิบัติโดยไม่เป็นธรรมต่อคนพิการ (4) พัฒนางค์กรให้มีสมรรถนะสูง และทันสมัย บุคลากรเป็นมืออาชีพ (ออนไลน์; ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ โรงงานปีคนพิการสากล, 2560)

2.2 แผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ จังหวัดนนทบุรี (สร้างความยั่งยืนให้กับชุมชนและสังคมให้อยู่ด้วยตนเอง)

2.2.1 สถานการณ์การดำเนินงานด้านการพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการจังหวัด

สถานการณ์คนพิการจังหวัดนนทบุรี ในมิติ จำนวน เพศ ประเภทความพิการ อายุจากฐานข้อมูลการจดทะเบียนของคนพิการในระบบ ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2560 พบว่า มีคนพิการที่มีบัตรประจำตัวคน พิการในจังหวัดนนทบุรี จำนวน 21,246 คน คิดเป็นร้อยละ 1.75 ของประชากรในจังหวัด โดยเป็นคนพิการ เพศชาย จำนวน 11,508 คน (ร้อยละ 54.17) และเพศหญิง จำนวน 9738 (ร้อยละ 45.83) เมื่อพิจารณาประเภทความพิการทั้ง 7 ประเภท พบว่า เป็นความพิการทางการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย มากที่สุด จำนวน 9,901 คน (ร้อยละ 46.60) รองลงมาคือ เป็นความพิการซ้ำซ้อน จำนวน 3,751 คน (ร้อยละ 17.65) และเป็นความพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย จำนวน 2,806 คน (ร้อยละ 13.21) และช่วงอายุของคนพิการในจังหวัดนนทบุรี พบว่า ช่วงอายุ 15-60 ปี จำนวน 9,696 คน (ร้อยละ 45.64) รองลงมาคือ อายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 9,669 คน (ร้อยละ 45.607) และแรกเกิด -14 จำนวน 1,861 คน (ร้อยละ 8.76) (กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ, 2560 แผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติฉบับที่ 5 พ.ศ.2560-2564. คณะอนุกรรมการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.2.2 สภาพปัญหาและความต้องการของคนพิการ ผลการประเมินจากผู้แทนคนพิการ และผู้แทนหน่วยงานในจังหวัดด้านสุขภาพ ดังนี้

- (1) คนพิการสามารถใช้สิทธิต่าง ๆ ในโรงพยาบาลได้ ทั้งถึงตามสิทธิ
- (2) การเข้าถึงบริการสุขภาพของคนพิการทางการเคลื่อนไหวหรือร่างกายจะเข้าถึงได้มากกว่าคนพิการ
- (3) ทางจิต เนื่องจากจำนวนของแพทย์ พยาบาลทางจิตเวชมีน้อย ในขณะที่คนพิการทางจิตมีจำนวนมากขึ้น และรวมถึงคนพิการทางสติปัญญา และบุคคลออทิสติก
- (4) มีการกระจายกายอุปกรณ์เครื่องช่วยความพิการ คนพิการได้ทั่วถึงพอสมควร
- (5) ผู้ป่วยจิตเวชและหรือคนพิการทางจิตเมื่อมีอาการ สามารถแจ้งหน่วยแพทย์ฉุกเฉินเพื่อรับเข้าสู่การรักษาที่โรงพยาบาลได้ (กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ, 2560.แผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติฉบับที่ 5 พ.ศ.2560-2564. คณะอนุกรรมการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ)

2.2.3 ปัญหาและข้อท้าทายในแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการระยะต่อไป

- (1) การพัฒนาครู อาจารย์ ศูนย์การศึกษาพิเศษ ศูนย์การเรียนรู้เฉพาะคนพิการดำเนินการอย่างต่อเนื่อง เพราะมีการเปลี่ยนแปลงครู อาจารย์ พอสมควร
- (2) การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คอมพิวเตอร์ มีจำกัด ด้วยสาเหตุการยืมสื่อ อุปกรณ์ ต้องมีคนค่าประกัน
- (3) ข้อมูลข่าวสารโดยเฉพาะเรื่องสิทธิคนพิการ สำหรับคนพิการรายใหม่ และกลุ่มคนพิการทางจิต ยังไม่ค่อยมีมากนัก
- (4) ควรกำหนดแผนงาน โครงการสำหรับสตรีพิการต่อไป
- (5) การพัฒนาระบบการจ้างงานโดยผ่านมูลนิธินวัตกรรมทางสังคม และ หรือสมาคมหลักแต่ละประเภทความพิการ
- (6) ศูนย์บริการคนพิการทั่วไปขององค์กรด้านคนพิการ ยังน้อย ไม่สามารถจัดบริการได้อย่างครอบคลุมทั่วถึง
- (7) การขยาย เพิ่มเติม ผู้ช่วยคนพิการ
- (8) การส่งเสริมอาชีพอิสระที่สอดคล้องกับความถนัด และมีความยั่งยืน (กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ.2560.แผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติฉบับที่ 5 พ.ศ.2560-2564.คณะอนุกรรมการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ)

2.2.4 ผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการจังหวัดฉบับที่ 2 พ.ศ. 2555-2559

ผลการดำเนินงานตามแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการจังหวัดฉบับที่ 2 พ.ศ. 2555-2559 โดยการ ขับเคลื่อนแผนไปสู่การปฏิบัติ โดยงบประมาณจากกองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ มีการ ขับเคลื่อน กิจกรรม/โครงการ ตามแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการจังหวัด พ.ศ.2555-2559 ดังนี้ ปัญหาและอุปสรรคของการดำเนินงานตามแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการฉบับที่ 2 พ.ศ. 2555-2559 จากการดำเนินโครงการตามแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการฉบับที่ 2 พ.ศ. 2555-2559 สามารถสรุปได้ ดังนี้

- (1) การดำเนินโครงการ/กิจกรรม ไม่ครอบคลุมทุกกลุ่มเป้าหมายของประเภทความพิการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- (2) การดำเนินโครงการ/กิจกรรม ไม่มีความต่อเนื่อง
- (3) ระยะเวลาในการดำเนินโครงการ/กิจกรรมไม่เพียงพอต่อความต้องการของคนพิการ
- (4) จำนวนล่ามภาษามือไม่เพียงพอต่อความต้องการของคนหูหนวกที่เข้าร่วมโครงการ
- (5) คนหูหนวกโดยภาพรวมมีพื้นฐานความรู้ที่แตกต่างกัน บางรายไม่สามารถอ่านออกหรือเขียนได้รวมทั้งไม่เข้าใจภาษามือ จำเป็นต้องใช้ล่ามซึ่งเป็นคนหูหนวกเข้ามาช่วยในการดำเนินโครงการ/กิจกรรม

(6) ครอบครัวคนพิการทางจิตไม่มีความพร้อมที่จะเข้าร่วมโครงการ/กิจกรรม เนื่องจากขาดการศึกษาไม่มีความรู้ในการดูแลคนพิการที่มีความบกพร่องทางจิต

(7) แกนนำคนพิการในพื้นที่สวมหมวกหลายใบ ไม่เข้าใจการดูแลคนพิการทางจิตรวมทั้งการให้ความช่วยเหลือคนพิการทางจิต

(8) ขาดการเชื่อมโยงการทำงานร่วมกับเครือข่ายที่เกี่ยวข้อง

(9) ขาดการประชาสัมพันธ์การดำเนินโครงการ/กิจกรรม

(10) สื่อที่ใช้ในการดำเนินโครงการ/กิจกรรมสำหรับคนพิการทางการเห็นมีไม่เพียงพอ

(11) สถานที่ในการดำเนินโครงการ/กิจกรรม ไม่เหมาะสมกับคนพิการ เช่น ไม่มีทางลาดสำหรับคนพิการ (กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ.2560.แผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติฉบับที่ 5 พ.ศ.2560-2564.คณะอนุกรรมการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ)

2.2.5 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560 - 2564

โดยมีหลักการสำคัญของแผนประกอบด้วย หลักปรัชญา “เศรษฐกิจพอเพียง” การเน้น “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” และมี “วิสัยทัศน์ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี” มาเป็นกรอบของวิสัยทัศน์ประเทศไทยในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 การกำหนด “เป้าหมายอนาคตประเทศปี 2579” เป็นกรอบการกำหนดเป้าหมายที่จะบรรลุใน 5 ปีแรก และเป้าหมายในระดับย่อยลงมาควบคู่กับเป้าหมายที่ยั่งยืน และนำไปสู่การปฏิบัติให้เกิดผลสัมฤทธิ์ อย่างจริงจังใน 5 ปี สำหรับวัตถุประสงค์และเป้าหมายการพัฒนาในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 12 ประกอบด้วย

(1) เพื่อวางรากฐานให้คนไทยเป็นคนที่มีความสุขและสุขภาพที่ดี ตลอดจนเป็นคนเก่งที่มีทักษะความรู้ ความสามารถและพัฒนาตนเองได้ต่อเนื่องตลอดชีวิต

(2) เพื่อให้คนไทยมีความมั่นคงทางเศรษฐกิจและสังคมผู้ด้อยโอกาสได้รับการพัฒนาศักยภาพ รวมทั้งชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้

(3) เพื่อให้เศรษฐกิจเข้มแข็ง แข่งขันได้ มีเสถียรภาพ และมีความยั่งยืน

(4) เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินมีประสิทธิภาพ โปร่งใสและมีการทำงานเชิงบูรณาการ

(5) เพื่อให้มีการกระจายความเจริญไปสู่ภูมิภาค

(6) เพื่อผลักดันให้ประเทศไทยมี ความเชื่อมโยงต่าง ๆ ได้อย่างสมบูรณ์และมีประสิทธิภาพ เป้าหมายรวมของแผนฯ ประกอบด้วย

6.1 คนไทยมีคุณลักษณะเป็นคนไทยที่สมบูรณ์

6.2 ความเหลื่อมล้ำทางด้านรายได้และความยากจนลดลง

6.3 ระบบเศรษฐกิจมีความเข้มแข็งและแข่งขันได้(4)ทุนทางธรรมชาติและคุณภาพสิ่งแวดล้อมสามารถสนับสนุนการเจริญเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

6.4 มีความมั่นคงในเอกราชและอธิปไตยและเพิ่มความเชื่อมั่นของนานาชาติต่อ

ประเทศไทย และ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6.5 มีระบบบริหารจัดการภาครัฐที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใสตรวจสอบได้ กระจายอำนาจ และมีส่วนร่วมจากประชาชนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ

2.2.6 แนวทางการขับเคลื่อนแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการจังหวัดนนทบุรี

2.2.6.1. นำเสนอแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการให้บรรจุในแผนยุทธศาสตร์จังหวัด แผนงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

2.2.6.2 ประชาสัมพันธ์ แผนงาน โครงการที่เกี่ยวข้องกับคนพิการให้สาธารณชนได้รับรู้

2.2.6.3 ส่งเสริมสนับสนุน กลุ่ม ชมรมคนพิการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องจัดทำโครงการภายใต้กรอบแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการเพื่อขอรับการสนับสนุนงบประมาณในการดำเนินโครงการกิจกรรมต่างๆที่จะเอื้ออำนวยกับการพัฒนาศักยภาพคนพิการ

2.2.6.4 ควรจัดตั้งคณะทำงานติดตามประเมินผลแผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการในระดับจังหวัด

2.2.6.5 คนพิการต้องเข้ามีส่วนร่วมเมื่อมีการจัดประชุม ประชาคมในหมู่บ้าน เพื่อนำเสนอโครงการภายใต้แผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ เข้าสู่ข้อบัญญัติขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ, 2560. แผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ ฉบับที่ 5 พ.ศ. 2560-2564 คณะอนุกรรมการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ)

2.3 Inclusive Society (สังคมเพื่อคนทั้งมวล)

2.3.1 สังคมเพื่อคนทั้งมวลคือ สังคมที่ทุกคนสามารถเข้ามาใช้ชีวิตในพื้นที่ทางสังคมและทำกิจกรรมทางสังคม ได้อย่าง “เท่าเทียม” และมี “ศักดิ์ศรี” ปราศจากการเลือกปฏิบัติต่อกัน และได้รับโอกาสหรือสิทธิในการเข้าถึงบริการ สถานที่ และข้อมูลทางสังคมได้อย่างเสมอภาคกัน ในแง่นี้ ความหมายของ “สังคมเพื่อคนทั้งมวล” จึงสัมพันธ์กับกลุ่มคนที่ถูกเบียดบังออกไปจาก “ความเท่าเทียม” “ศักดิ์ศรี” และ “สิทธิ” ในการเข้าถึงสิ่งต่างๆ ดังที่คนส่วนใหญ่ได้รับ พูดอย่างง่าย ๆ ก็คือ เป็นกลุ่มคนที่ไม่สามารถใช้ชีวิตในสังคมได้อย่างเท่าเทียมกับคนส่วนใหญ่ ซึ่งกลุ่มคนเหล่านี้อาจมีตั้งแต่ กลุ่มคนยากจน กลุ่มชาติพันธุ์ต่าง ๆ กลุ่มคนไร้สัญชาติและกลุ่มคนพิการ (กมล สุดประเสริฐ, 2540:3)

ในปัจจุบันจากการผลักดันของภาค ประชาสังคมและหน่วยงานทั้งภาครัฐ เอกชน และองค์กรพัฒนาเอกชนของไทยจะทำให้แนวโน้มนโยบายและกฎหมายต่าง ๆ เปิดพื้นที่และเอื้อต่อการทำให้กลุ่มคนที่ถูกเบียดบังต่างๆ สามารถเข้ามามีชีวิตในสังคมได้อย่างเท่าเทียมและเสมอภาค อันผลักดันให้สังคมไทยเข้าใกล้ “สังคมเพื่อคนทั้งมวล” ขึ้นเรื่อย ๆ สำหรับ ประเด็นของ “กลุ่มคนพิการ” นั้น อาจกล่าวได้ว่าภาคประชาชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ร่วมมือกันผลักดันแผน งาน นโยบาย และข้อกฎหมายเกี่ยวกับคนพิการในสังคมไทยไปอย่างมาก ดังเช่น พ.ร.บ. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 พ.ร.บ. สุขภาพแห่งชาติ พ.ศ. 2550 และธรรมนูญว่าด้วยระบบสุขภาพ พ.ศ. 2552 ที่ได้มีเน้นถึงการสร้างสังคมที่เป็นธรรมและเท่าเทียมสำหรับคนพิการและคน ทั้งมวล ในทางเดียวกับแผนงาน/นโยบายเกี่ยวกับการศึกษาและการออกแบบสถานที่สาธารณะ ต่างๆ ที่ได้รับการผลักดันให้เอื้อต่อการใช้ชีวิตของคนพิการและคนทั้งมวลมากขึ้น ความ คิดที่สะท้อนผ่านนโยบายและแผนงานเพื่อสร้าง “สังคมเพื่อคนทั้งมวล” นี้จะเชื่อมโยงกับแนวคิดและปฏิบัติการในระดับโลกที่เริ่มปรากฏขึ้น ตั้งแต่เมื่อราว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

30 ปีก่อนที่พยายามสร้างสิทธิ ความเท่าเทียม และความเสมอภาคในการใช้ชีวิตทางสังคมให้แก่คนพิการและกลุ่มคนที่ถูกเปื้อนดบังอื่น ๆ (บุญธรรม กิจปริดาบริสุทธิ์, 2535:14)

การสร้าง “มุมมอง” “สำนึก” และ “ทัศนคติ” ที่มองกลุ่ม “คนอื่น” ที่มีความเท่าเทียม และเสมอภาคกันนี้จะเป็นพื้นฐานอันสำคัญที่เสริมสร้างหรือ รองรับให้แผนงาน นโยบาย และกฎหมาย ที่ได้รับการผลักดันออกมามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น เพราะอย่าลืมนะครับว่า บรรดานโยบายหรือกฎหมาย เหล่านี้ล้วนแล้วแต่ต้องมีผู้ที่น่าไปใช้ ผู้ปฏิบัติงาน ผู้ตีความและผู้ที่เกี่ยวข้องมากมาย ซึ่งหากกลุ่มคน เหล่านี้ยังมีมุมมองและทัศนคติแบบเดิมๆ ที่มองกลุ่มคนพิการเป็น “คนอื่น” ของสังคมที่ไม่มีความเท่าเทียม เสมอภาคกับคนส่วนใหญ่ การดำเนินนโยบายและการใช้กฎหมายก็ย่อมเบี่ยงเบนหรือผิดพลาด ไปจากแนวทางที่ ตั้งความหวังไว้แต่เดิม (จุลสารน้อยก็หนึ่ง ฉบับที่ 17 โดยสถาบันสร้างเสริมสุขภาพคนพิการ 2560: 102-107)

2.4 แนวคิดเกี่ยวกับเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy)

2.4.1 เศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ กระบวนการหรือกิจกรรม (Process or Activity) ที่เกิดจากปัจจัยด้าน “ทุนทางปัญญา” หรือ “องค์ความรู้” และ ปัจจัยด้าน “ทักษะการประยุกต์นำความคิดสร้างสรรค์ หรือองค์ความรู้นั้นไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดในเชิงพาณิชย์” และเกิดการต่อยอดสู่การสร้าง “ความแตกต่าง” ที่ส่งผลต่อการ “สร้างมูลค่า” และการ “สร้างคุณค่า” (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556) กล่าวได้ว่า เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นยุทธศาสตร์ที่เกิดจากความต้องการนำจินตนาการสร้างสรรค์ของมนุษย์มายกระดับเป็นสินค้าชั้นเลิศ (ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ : TCDC, มปป. : ออนไลน์)

2.4.2 นิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy Definition) John Howkins (เสาวรภัย กุสุมา ณ อยุธยา, 2553) ได้ให้นิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ไว้อย่างกระชับว่าเป็น “การสร้างมูลค่าที่เกิดจากความคิดของมนุษย์”

2.4.3 ศูนย์กลางความสร้างสรรค์ของโลก (World Creative Hub) (อ้างถึงใน คณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ และศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบ: TCDC, 2552) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่าเป็น “เศรษฐกิจที่ประกอบด้วยอุตสาหกรรมที่มีรากฐานมาจากความคิดสร้างสรรค์ของบุคคล ทักษะความชำนาญ และความสามารถพิเศษ ซึ่งสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการสร้างความมั่งคั่งและสร้างงานให้เกิดขึ้นได้โดยที่สามารถสังสรรค์และส่งผ่านจากรุ่นเก่าสู่รุ่นใหม่ด้วยการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญา

2.4.4 องค์การความร่วมมือเพื่อการค้าและการพัฒนา UNCTAD (United Nation Conference on Trade and Development) (เสาวรภัย กุสุมา ณ อยุธยา, 2553) ได้ให้ความหมายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” ในบริบทของการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจไว้ว่า “เป็นแนวความคิดในการพัฒนาและสร้างความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจโดยใช้สินทรัพย์ที่เกิดจากการใช้ความคิดสร้างสรรค์”

2.4.5 องค์การทรัพย์สินทางปัญญาโลก (WIPO) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2552) ได้อธิบายถึงองค์ประกอบของอุตสาหกรรมในเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่เน้นบริบทของทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Rights) ว่า “ประกอบไปด้วยอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรม ซึ่งรวมถึงผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมและศิลปะทั้งหมด ทั้งในรูปสินค้าและบริการที่ต้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อาศัยความพยายามในการสร้างสรรค์งาน ไม่ว่าจะเป็นการทำขึ้นมาโดยทันทีในขณะนั้นหรือผ่านกระบวนการผลิตมาก่อน”

2.4.6 Department for Culture Media and Sport ของประเทศสหราชอาณาจักร: DCMS, 1998 (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556) ได้ให้ความหมายของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ว่าเป็น “จุดเริ่มต้นของการใช้ความคิดสร้างสรรค์, ทักษะ, และพรสวรรค์ส่วนบุคคลเพื่อเพิ่มศักยภาพในการสร้างความมั่งคั่งและการสร้างงานจากการใช้ประโยชน์ในเชิงของทรัพย์สินทางปัญญา”

2.4.7 นิยามเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจที่อยู่บนพื้นฐานของความรู้และนวัตกรรม เพื่อสร้างความโดดเด่นและความสามารถในการแข่งขันของระบบเศรษฐกิจสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ได้ให้ความหมายของ “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” คือ กระบวนการหรือกิจกรรมทางเศรษฐกิจที่ใช้พื้นฐานของสินทรัพย์ทางวัฒนธรรม (Cultural Asset-Based) ร่วมกับการคิดสร้างสรรค์ (Creativity) นวัตกรรม (Innovation) หรือเทคโนโลยี ในการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ (Commercialization) หรือคุณค่าเพิ่มทางสังคม(ศูนย์สร้างสรรค์การออกแบบTCDC,2559)

สรุปนิยามของเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการขับเคลื่อนเศรษฐกิจ ด้วยการสร้างสรรค์สินค้าและบริการที่เกิดจากฐานความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ อันเกิดขึ้นจาก ปัจจัยด้านทุนทางปัญญา อันได้แก่ องค์ความรู้ ทักษะ การคิดวิเคราะห์ ผสานกับแรงบันดาลใจ ความสุขในการทำงาน วัฒนธรรม สังคมและก่อให้เกิดเป็นนวัตกรรม อันนำไปสู่อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้ (พิริยะ ผลพิรุฬห์, 2556)

2.5 กระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์

2.5.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ถือเป็นเรื่องสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพราะกลุ่มเป้าหมายสามารถส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาและเรียนรู้ความต้องการของตลาดและความต้องการของผู้บริโภค โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อที่จะได้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ตัวอย่าง กลุ่มเป้าหมาย เช่น วัยรุ่น วัยทำงาน แม่บ้าน เด็ก ฯลฯ เป็นต้น

2.5.2 กำหนดชื่อตราสินค้า (Brand) ตราสินค้าใช้เป็นชื่อหรือเครื่องหมายสำหรับการเรียกขานผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจะต้องทำการกำหนดชื่อตราสินค้าให้เรียบร้อยก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยกำหนดให้ชื่อตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ ชัดเจน น่าสนใจ ที่สำคัญจะต้องเป็นที่จดจำได้ง่ายแก่ผู้บริโภคตราสินค้าที่ตินั้นสามารถยกตัวอย่างได้ดังนี้ คือตั้งตามชื่อเจ้าของกิจการ ตั้งตามความเชื่ออันเป็นมงคล ตั้งตามแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ หรือตั้งโดยการผสมคำที่มีความหมายให้เกิดเป็นคำใหม่ที่มีเอกลักษณ์ ฯลฯ ลักษณะที่ดีของตราสินค้าที่ดี ดังนี้

- สั้น กะทัดรัด จดจำได้ง่าย ออกเสียงได้ง่ายมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว
- แปลเป็นภาษาต่างประเทศได้ง่ายมีความหมายที่เหมาะสม
- สามารถบอกถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์
- สอดคล้องกับค่านิยมและวัฒนธรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถนำไปจดทะเบียนการค้าได้ต้องไม่ซ้ำกับของเดิมที่มีอยู่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.5.3 วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ วัสดุที่มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ การที่ผู้ประกอบการตัดสินใจว่าจะใช้วัสดุอะไรมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์นั้น ท่านควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และคุณสมบัติของวัสดุแต่ละประเภท ที่จะนำมาผลิตบรรจุภัณฑ์เป็นสำคัญ เนื่องวัสดุแต่ละชนิดแต่ละชนิดจะมีคุณสมบัติที่เป็นข้อดีและข้อเสีย ในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้คงคุณภาพ การยืดอายุผลิตภัณฑ์ และการนำกลับมาใช้ใหม่(Recycle) ที่แตกต่างกันไป หากท่านเลือกใช้วัสดุไม่ถูกต้องนอกจากจะทำให้เกิดผลกระทบต่อตัวผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังเป็นสาเหตุให้เกิดต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นอีกด้วย

2.5.4 รูปทรง บรรจุภัณฑ์ ที่มีรูปร่างสวยงาม สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค ถึงแม้ผู้บริโภคจะยังมีได้สัมผัสกับตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน รูปทรงของบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความ เป็นเอกลักษณ์ได้ กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคเห็นรูปทรงสามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไรและมีชื่อตราสินค้าอะไร หรือจะเป็นผลิตภัณฑ์เดี่ยวแตกต่างกันที่ชื่อตราสินค้า

2.5.5 สีเส้นและกราฟฟิค สีเส้นและกราฟฟิคนี้คือการรวมของการใช้สัญลักษณ์ ตัวอักษร ภาพประกอบ ลวดลายและพื้นผิว ซึ่งส่วนประกอบทั้งหมดสามารถบ่งบอกถึงชื่อตราสินค้า ลักษณะผลิตภัณฑ์ ที่บรรจุอยู่ภายในได้และสามารถแสดงถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ได้ด้วย (สิทธิบัตร ประพจน์นิตสาร, 2545: 23)

2.6 วัสดุและกระบวนการผลิตบรรจุภัณฑ์

2.6.1 กล่องกระดาษแข็งแบบพับได้เป็นกล่องกระดาษแข็งที่ขึ้นรูปและจัดส่งเป็นแบบพับราบ เมื่อถึงโรงงานสามารถกางออกและบรรจุได้ ในบางครั้งตัวกล่องอาจจะทากาวไว้เรียบร้อย บรรจุแล้วสามารถปิดฝาคล่องได้ทันที ตัวอย่างเช่น กล่องเค้ก กล่องเบเกอรี่ โดยปัจจัยสำคัญในการเลือกใช้บรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษแข็ง คือ การเลือกโครงสร้างและการออกแบบการพิมพ์และตกแต่ง การพิจารณาโครงสร้างของกล่องกระดาษแข็งเกี่ยวเนื่องกับคุณสมบัติความแข็งแรงทางกายภาพที่จะช่วยปกป้องรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์อาหารในระหว่างการขนส่งและการวางจำหน่าย

2.6.2 กล่องกระดาษแบบคงรูปคล่องที่ขึ้นรูปและแปรรูปเป็นกล่องเรียบร้อยแล้วกล่องประเภทนี้ไม่สามารถพับแบนเรียบระหว่างการขนส่ง แต่ยังคงเป็นที่นิยมใช้พอสมควร โดยเฉพาะอย่างยิ่งกล่องที่ใช้เป็นของขวัญ ซึ่งในการผลิตกล่องคงรูปจะใช้เวลานานกว่ากล่องกระดาษแข็งพับได้ทำให้มีราคาต่อหน่วยสูง กล่องประเภทนี้สามารถใช้งานได้นาน ถ้ามีการออกแบบที่ดีจะดึงดูดความสนใจและเสริมคุณค่าให้กับสินค้าที่บรรจุภายในด้วยเช่น กล่องสินค้าพรีเมียม กล่องรองเท้าที่มีฝาครอบ

2.6.3 บรรจุภัณฑ์การ์ด เป็นประเภทของบรรจุภัณฑ์ที่ประกอบด้วย กระดาษแผ่นและพลาสติกอย่างละแผ่น ซึ่งขึ้นรูปมาก่อนหรือไม่ก็ได้ทำ โดยการแนบหรือเชื่อมกระดาษและแผ่นพลาสติกเข้าด้วยกัน และมีสินค้าอยู่ภายใน บรรจุภัณฑ์แบบการ์ด แบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ แบบ Blister pack ประกอบด้วยแผ่นกระดาษและพลาสติกแข็งที่ขึ้นรูปตามที่ต้องการ และขอบของพลาสติกขึ้นรูปนี้จะเชื่อมติดกับแผ่นกระดาษเอาไว้ด้วยกาวที่ไวต่อความร้อน ที่นิยมใช้กันได้แก่ ยาชนิดผง แบบที่สองคือแบบแนบผิว หรือ Skin pack โดยจะวางตัวสินค้าลงบนแผ่นกระดาษและแผ่นพลาสติก และเมื่อพลาสติกถูกทำให้อ่อนนุ่มด้วยความร้อน แผ่นพลาสติกจะถูกระบบสุญญากาศ ดูดให้แนบติดกับตัวสินค้าและสารเชื่อมที่เคลือบบนกระดาษ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอญญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.6.4 บรรจุภัณฑ์กระดาษแบบเคลือบหลายชั้น บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้ได้รับความนิยมสูงในการบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม เพราะเป็นบรรจุภัณฑ์กระดาษมีจุดอ่อน คือรูปทรงของกระดาษ จึงมีการปรับปรุงโดยการเคลือบพลาสติกและเปลวอลูมิเนียมซึ่งสามารถบรรจุของเหลวได้ ทำให้บรรจุภัณฑ์เคลือบหลายชั้นได้รับความนิยมสูงมากในการบรรจุอาหารและเครื่องดื่ม ซึ่งบรรจุภัณฑ์เหล่านี้ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์กล่องรูปทรงจั่ว (Gable-Top) บรรจุภัณฑ์กล่องรูปทรงอิฐ (Brick) และกระป๋องกระดาษ

2.6.5 กล่องกระดาษลูกฟูก เป็นบรรจุภัณฑ์ประเภทกล่องกระดาษที่มีคุณลักษณะแข็งแรงมากนิยมใช้ในการขนส่งสินค้าและมีปริมาณการใช้สูงสุด เพราะนอกจากจะช่วยปกป้องสินค้าให้ปลอดภัยแล้ว ยังสามารถออกแบบได้ตามความต้องการทั้งขนาดและรูปลักษณะและพิมพ์ได้สวยงาม ส่วนความแข็งแรงขึ้นอยู่กับโครงสร้างของลอนกระดาษนั่นเอง นอกจากนี้ ยังมีการพัฒนาออกแบบกล่องกระดาษลูกฟูกให้เป็นทั้งบรรจุภัณฑ์ เพื่อการขนส่งและชั้นวางสินค้าในการออกแบบกล่องกระดาษลูกฟูกนั้นต้องคำนึงถึงชนิดและน้ำหนักของผลิตภัณฑ์ด้วย หากเป็นผลิตภัณฑ์ที่สามารถรับน้ำหนักได้ด้วยตัวเอง เช่น กระป๋อง หรือขวดแก้ว การออกแบบก็จะคำนึงถึงการต้านทานแรงดันทะลุเป็นหลัก ในทางตรงข้ามถ้าหากผลิตภัณฑ์มีน้ำเบาบอบบาง การออกแบบก็จะคำนึงถึงการต้านทานแรงกดทับเป็นหลัก

2.6.6 กระดาษคราฟท์ (Kraft Paper) คือ กระดาษที่ผลิตจากเยื่อเคมี (Chemical Pulp) ที่ได้จากกระบวนการคราฟท์ (Kraft Process) เป็นการใช้เทคโนโลยีในการแปลงสภาพจากเนื้อไม้เป็นเยื่อกระดาษไม้ (Wood Pulp) โดยใช้สารเคมีและความร้อนในการแยกเยื่อ และขจัดลิกนิน เยื่อกระดาษที่ได้จากกระบวนการคราฟท์นี้ จะได้กระดาษที่มีความแข็งแรงหรือเหนียวกว่ากระดาษชนิดอื่น โดยปกติกระดาษคราฟท์จะมีสีน้ำตาล ตามสีของเนื้อไม้ที่นำมาผลิต แต่สามารถนำมาฟอกสีให้มีเนื้อสีขาวได้ กระดาษคราฟท์เป็นกระดาษที่มีความเหนียวและแข็งแรงกว่ากระดาษธรรมดา สามารถป้องกันแรงอัดและการทิ่มแทงจากการกระทบกระแทกจากภายนอกได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติในการต้านทานการเปียกน้ำ ต้านทานการเปราะระคายเคือง น้ำมัน ต้านทาน การเสียดสี มีน้ำหนักกระดาษมีความหนาและมีความเรียบสม่ำเสมอ สามารถติดกาวได้ดี และเหมาะสำหรับการพิมพ์ จากคุณลักษณะที่เด่นของกระดาษคราฟท์ชนิดต่างๆดังกล่าว แล้ว ทำให้สามารถนำมาแปรรูปเป็นบรรจุภัณฑ์และภาชนะหีบห่อได้อย่างเหมาะสม ทั้งด้าน การผลิต การบรรจุและการขนส่ง นอกจากนี้ยังสามารถนำกลับมาหมุนเวียนใช้เป็นวัตถุดิบ ในการผลิตกระดาษได้อีก ช่วยลดปัญหามลพิษด้านสภาวะแวดล้อมลงได้ระดับหนึ่งและต้นทุนในการผลิตต่ำเหมาะสำหรับสินค้าที่ราคาไม่สูงต้องการประสิทธิภาพดี เป็นต้น (องอาจ นัยพัฒน์, 2549: 32-37)

2.7 การสร้างเอกลักษณ์ของตราสินค้า

2.7.1 แบรินด์สินค้า (Brand) คือ ภาพลักษณ์ หรือความคาดหวังที่ผู้บริโภคมีต่อผลิตภัณฑ์ แบรินด์จึงไม่ใช่เพียงสัญลักษณ์ทางการค้า หรือโลโก้ (Logo) แต่จะเป็นทั้งหมดของผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคจะสามารถรับรู้ได้ (ชัยรัตน์ อัครวงกูร. 2548 :17) ซึ่งชื่อของสินค้า หรือ ยี่ห้อจะต้องเป็นไปตามกฎหมายพร้อมกับนำไปจดทะเบียนลิขสิทธิ์ (นเร ขจรจิตต์เมตต์. 2550: 59-67) ซึ่งการสร้างแบรนด์ของสินค้าที่จะทำให้เป็นที่ยอมรับและจดจำจะต้องเน้นการความโดดเด่น เข้าถึงง่าย เข้าใจในตัวสินค้าได้ง่าย และสะท้อนอัตลักษณ์ขององค์กร (Corporate Identity : CI) ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นถึงภาพลักษณ์ที่จะแสดงออกให้ผู้บริโภคได้เห็นเป็นรูปธรรมโดยผ่านการออกแบบทางกราฟิก การวางแผนสำหรับ CI ที่ดี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จะช่วยรับมือการเปลี่ยนแปลงทางการค้า และคู่แข่งได้ด้วย องค์กรส่วนใหญ่ที่ต้องการ CI จะมีสาเหตุ 2 ประการ คือ

1. องค์กรที่จัดตั้งขึ้นมาใหม่ และมีคู่แข่งเป็นจำนวนมาก จึงต้องการสร้างอัตลักษณ์เฉพาะตัวขึ้นมา
2. องค์กรที่จัดตั้งมานานและเห็นความจำเป็นที่จะต้องพัฒนารูปแบบและภาพลักษณ์ขององค์กรใหม่ให้มีความทันสมัยมากขึ้น (สมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547:14-22)

2.8 บรรจุภัณฑ์กับการตลาด

2.8.1 ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จ จำเป็นอย่างมากที่จะต้องเข้าใจกลไกทางการตลาดของสินค้านั้น ๆ เสมอ เพราะหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์มิได้เพียงห่อหุ้มสินค้าหรือปกป้องสินค้าเท่านั้น แต่ยังเปรียบเสมือนพนักงานขายที่จะนำเสนอสินค้าให้เหมาะสมที่สุดเพื่อนำไปสู่การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ทั้งนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ในแต่ละครั้งจะต้องทราบก่อนว่า ผู้บริโภคจะมีความพึงพอใจต่อสินค้าในเรื่องในบ้าง อาทิ ราคา รูปลักษณ์ของสินค้า คุณภาพ ความน่าเชื่อถือ ทัศนียภาพ เป็นต้น ซึ่งการตลาดในปัจจุบันจะต้องมีรายละเอียดและขั้นตอนมากมายที่ต้องคำนึงถึง เริ่มด้วยการวิเคราะห์ความต้องการหรือความจำเป็นของกลุ่มเป้าหมายแล้วจึงพัฒนาสินค้าให้มีคุณภาพตามความต้องการนั้น กำหนดรูปแบบของสินค้า ราคา การจัดจำหน่าย การสื่อสารทางการตลาด และการส่งเสริมการขาย ในขั้นตอนของการออกแบบบรรจุภัณฑ์จะต้องไม่ละเลยที่จะคำนึงถึงความต้องการที่แตกต่างกันของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งความต้องการที่แตกต่างนี้จะเป็นส่วนสำคัญในการกำหนดรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ และวิธีการดำเนินการทางการตลาด เพื่อตอบสนองผู้บริโภคกลุ่มนั้นๆ ได้มากที่สุด

2.8.2 การพยายามหากกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ เพื่อที่จะขยายฐานลูกค้าก็จะเป็นอีกโจทย์หนึ่ง ที่ผู้เป็นเจ้าของกิจการควรจะต้องทำเพื่อสร้างการตลาดสำหรับกลุ่มเฉพาะขึ้น ซึ่งกลุ่มผู้บริโภคกลุ่มเฉพาะนั้น ๆ จะต้องมีการสำรวจเพิ่มเติมในด้านที่แตกต่างจากกลุ่มลูกค้าปกติ และกลุ่มเฉพาะนั้น ๆ ผู้ประกอบการจะต้องมั่นใจว่าคุ้มค่าต่อการสร้างผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองกลุ่มเฉพาะนั้น ๆ หรือไม่ ถ้าหากเห็นควรว่าคุ้มค่า ก็จะต้องดำเนินการตามความต้องการของกลุ่มนั้นๆ โดยตรง และจงใจให้กลุ่มนั้น ๆ มีความสนใจที่จะบริโภคจริงๆ (ชัยรัตน์ อัครวงกูร. 2548: 98-101)

2.8.3 การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดเป็นการพัฒนาเครื่องมือการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดเป้าหมาย ประกอบด้วย 3 ส่วน คือ

- 1) ขนาด โครงสร้างพฤติกรรมของตลาดเป้าหมาย
- 2) การพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด ในด้านตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่ายและการส่งเสริมการตลาด
- 3) ยอดขายและกำไรตามเป้าหมายในระยะยาว

สรุปได้ว่า การวิเคราะห์สภาพธุรกิจเป็นการวิเคราะห์ว่าแนวคิดใหม่ที่ผ่านการยอมรับจากผู้บริโภคเป้าหมายในขั้นตอนที่ 4 มาแล้วจะสามารถทำกำไรให้กิจการได้มากน้อยเพียงใดโดยยอดขายของผลิตภัณฑ์ใหม่ควรมีจำนวนเท่าใด ต้นทุนที่คาดว่าจะเกิดขึ้นเป็นอย่างไร รวมถึงมีการวางแผนส่วนประสมการตลาดประกอบด้วย เมื่อผลวิเคราะห์ปรากฏว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่สามารถทำกำไรให้กับกิจการได้แล้ว จึงนำแนวคิดที่ว่านี้ ทดสอบการผลิตเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนต่อไปและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เป็นขั้นตอนที่กิจการต้องผลิตแนวคิดใหม่ออกมาเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่มีตัวตนจำนวนหนึ่ง เพื่อทำการทดสอบความ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ต้องการของผู้บริโภคอีกครั้งว่าแนวคิดที่เคยนำเสนอกับผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนจริง ๆ ที่มีลักษณะเหมือนหรือแตกต่างจากผู้บริโภคต้องการหรือไม่อย่างไร หลายครั้งที่แนวคิดผลิตภัณฑ์ที่ทดสอบครั้งแรกกับการทดสอบผลิตภัณฑ์ที่มีตัวตนจริงในความรู้สึกของผู้บริโภคแตกต่างกัน อาจมีปัญหาในการใช้งานหรืออาจ มีรูปร่าง รส กลิ่น สีแตกต่างจากผู้บริโภคเคยคิดไว้การตรวจสอบความพึงพอใจจากผู้บริโภคอีกครั้ง จะทำให้กิจการมั่นใจยิ่งขึ้นว่า ผลิตภัณฑ์ใหม่ที่น่าเสนอสู่ตลาดจะเป็นที่ต้องการของผู้บริโภค (อมรรัตน์ อนันต์วราพงษ์. 2560: 62-67)

2.9 กระบวนการออกแบบกราฟิก

ในการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์นั้นจะมีหลักการในการออกแบบตั้งแต่การศึกษาหาข้อมูลไปจนถึงการตัดสินใจเลือกเพื่อนำไปผลิต โดยแต่ละกระบวนการของแต่ละขั้นตอนจะมีหลักการดังนี้

2.9.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูล (Research)

ศึกษาและรวบรวมข้อมูลเป็นกระบวนการที่ได้มา ซึ่งข้อมูลสนับสนุนแนวความคิดในการออกแบบ ซึ่งผู้ออกแบบอาจมีแรงบันดาลใจออกมาก่อนการหาข้อมูลก่อนก็ได้ แต่การศึกษาหาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ก่อนจะทำให้งานออกแบบตรงกับสินค้าและแนวทางของผลิตภัณฑ์ได้ดียิ่งขึ้น เพื่อให้มั่นใจว่าออกแบบงานได้อย่างถูกต้อง และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการออกแบบ

2.9.2 การร่างภาพระดมความคิด (Thumbnails)

กระบวนการนี้ถือได้ว่ามีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากนักออกแบบจะได้แนวทางแก้ปัญหาที่หลากหลาย เพื่อนำไปแก้ไขและพัฒนาต่อยอดจากความคิดเดิม ซึ่งในขั้นตอนนี้ควรเป็นการสร้างสรรค์สิ่งที่แปลกใหม่ ไม่ซ้ำใคร ต้องพิจารณาเรื่องลิขสิทธิ์ของภาพนั้น ๆ ด้วย

2.9.3 การร่างภาพในรายละเอียด (Roughs)

เป็นกระบวนการเพิ่มรายละเอียดจากกระบวนการร่างภาพระดมความคิดให้มีความสมบูรณ์มากขึ้น โดยสร้างภาพให้มีความชัดเจนและความประณีตมากที่สุดเพื่อนำไปสู่กระบวนการนำเสนอต่อผู้เป็นเจ้าของโครงการออกแบบต่อไป

2.9.4 การนำเสนอผลงานการออกแบบ (Comprehensive)

เป็นกระบวนการที่สร้างนามธรรมให้เป็นรูปธรรมได้ เพื่อให้ผู้อื่นได้เข้าใจและรับรู้ที่มาของงานออกแบบได้ ซึ่งการนำเสนอผลงานอาจนำเสนอผ่านรูปภาพหรือทำแบบจำลองรูปแบบออกมาเพื่อให้กลุ่มเป้าหมายเข้าใจมากขึ้น และนำข้อติชมไปทำการแก้ไขปรับปรุงต่อไปเพื่อให้ผลงานมีความสมบูรณ์มากที่สุด

2.9.5 การตัดสินใจเลือก (Decide)

เป็นขั้นตอนการตัดสินใจเพื่อที่จะสรุปผลงานการออกแบบและจัดเตรียมต้นฉบับเพื่อการผลิต โดยผู้ออกแบบจะต้องทำการประสานงานกับโรงพิมพ์หรือโรงงานผลิตบรรจุภัณฑ์ถึงรายละเอียดต่าง ๆ ในการผลิต การตรวจตราแบบครั้งสุดท้ายก่อนที่จะนำไปผลิตจริง

2.9.6 การผลิต (Implement)

ถือเป็นขั้นตอนของการสิ้นสุดกระบวนการออกแบบ โดยผู้ออกแบบอาจต้องมีการคอยควบคุมคุณภาพระหว่างการผลิต เช่น การตรวจสอบค่าสี และคุณภาพของการพิมพ์ เพื่อให้มั่นใจว่าผลผลิตเป็นไปตามที่ได้ออกแบบไว้(ศิริพรณ์ ปีเตอร์. 2549:205-213)

2.10 การใช้สีตามหลักการออกแบบ

2.10.1 การใช้สีกลมกลืนหลักการออกแบบเพื่อให้การจัดวางองค์ประกอบเกิดความกลมกลืน เช่น การจัดวางเส้น รูปร่างหรือพื้นผิว ขนาด สัดส่วนและตำแหน่งให้ดูเหมาะสม ให้ความพึงพอใจ สำหรับการเลือกใช้สีในการออกแบบเพื่อให้เกิดความกลมกลืน ก็คือการพิจารณาความสัมพันธ์ของสีต่างๆ ที่จะเลือกนำมาใช้ว่ามีความสัมพันธ์ใกล้เคียงกันไม่มีสีใดโดดเด่นแยกจากสีอื่น ๆ หลักการทั่วไปของการใช้สีกลมกลืนมีดังนี้

2.10.1.1 การใช้สีล้วนเดียว (Monochromatic scheme) เป็นการใช้สีแท้เพียงสีเดียวในการออกแบบ หลักการเป็นหลักพื้นฐานที่ง่ายที่สุดในการสร้างความกลมกลืน การใช้สีล้วนเดียวนี้อาจจะทำได้หลายลักษณะ เช่น

2.10.1.2 การใช้สีแท้ที่มีความสว่างสีและความอิ่มตัวสีที่ค่าเดียว แต่อาจมีการใช้สีขาวหรือสีดำช่วย เช่น การพิมพ์ตัวอักษรหรือภาพสีดำ หรือเจาะขาวบนพื้นหลังสีแท้สีใดสีหนึ่ง การพิมพ์ตัวอักษรหรือภาพด้วยสีแท้บนพื้นหลังสีดำหรือขาว เป็นต้น แต่การเลือกสีที่ใช้กับสีดำหรือสีขาวนั้นก็ต้องเลือกสีที่ไปกันได้ด้วย ส่วนใหญ่สีเกือบทุกสีจะไปกันได้กับสีขาว ยกเว้นสีที่มีความสว่างสูง เช่น สีเหลือง และสีที่จะเลือกใช้กับสีดำไม่ควรเลือกสีที่มีความสว่างสีดำ เช่น สีน้ำเงินคล้ำ

2.10.1.3 การใช้สีแท้สีเดียวแต่เปลี่ยนความสว่างสีและความอิ่มตัวสีให้แตกต่างกันหลายระดับ โดยการผสมสีขาว สีเทา หรือสีดำ ซึ่งความกลมกลืนด้วยสีล้วนของตัวเองนี้จะให้ความกลมกลืนได้มากที่สุด แต่ขณะเดียวกันก็อาจจะทำให้น่าเบื่อได้ง่ายเช่นกัน นักออกแบบอาจใช้วิธีอื่น ๆ ช่วยให้งานออกแบบน่าสนใจมากขึ้น เช่นการใช้สีที่มีความสว่างสีหรือความอิ่มตัวสีหลายระดับตั้งแต่ระดับสูงสุดจนถึงระดับต่ำสุด การเพิ่มสีใดสีหนึ่งสำหรับใช้พิมพ์เป็นพื้นที่ส่วนน้อยให้ดูเด่นขึ้น หรือการเพิ่มสีใดสีหนึ่งให้พิมพ์ไปทั่วภาพ

2.10.2 การใช้สีแตกต่าง

การใช้สีแตกต่างเป็นการใช้สีล้วนต่างกันเพื่อให้ตัดกัน ทำให้งานออกแบบน่าสนใจ ตื่นเต้น ความแรงของการตัดกันจะขึ้นกับความแตกต่างของสีที่เลือกใช้ การทำให้สีแตกต่างสามารถทำได้โดยให้แตกต่างด้วยการใช้สีล้วนแท้ ด้วยการใช้อิ่มตัวสี หรือด้วยการใช้ความสว่างสี ซึ่งสรุปได้ดังนี้

2.10.2.1 การใช้สีคู่ตรงข้าม (Complementary Contrast) สีคู่ตรงข้ามเป็นสีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงล้อสี เช่น สีเขียวเป็นสีคู่ตรงข้ามกับสีแดง สีที่ตรงข้ามกันมาอยู่ด้วยกันจะให้ความรู้สึกตื่นเต้นเร้าใจ สีคู่ตรงข้ามที่เป็นสีปฐมภูมิกับสีทุติยภูมิจะตัดกันรุนแรงกว่าสีคู่ตรงข้ามเป็นสีตติยภูมิ เช่น สีแดงกับสีเขียวจะตัดกันรุนแรงกว่าสีส้มแดงกับสีเขียวน้ำเงิน

การใช้สีแตกต่างกันนั้น ยังต้องคำนึงถึงการใช้สีตัดกันที่กลมกลืน (Harmony of Contrast) ในสายตาผู้ดูด้วย สีคู่ตรงข้ามที่มีความอิ่มตัวสูงมาอยู่ด้วยกันอาจทำให้ดูขัดแย้งกันเกินไป เพราะแต่ละสีจะแย่งความสนใจไปจนผู้ดูไม่เห็นจุดเด่นที่นักออกแบบต้องการสื่อ ดังนั้น นักออกแบบสามารถทำให้สีที่ตัดกันกลมกลืนกันได้ด้วยวิธีต่าง ๆ ดังนี้

1) ถ้าใช้สีที่มีความอิ่มตัวสีเท่ากัน จะใช้ในปริมาณพื้นที่ต่างกัน โดยเลือกสีใดสีหนึ่งเป็นสีเด่น ก็ใช้สีนั้นในพื้นที่ที่น้อยกว่าด้วยอีกสีหนึ่ง

2) ลดความอิ่มตัวของสีใดสีหนึ่งที่ไม่ต้องการให้เด่นลง

3) ลดความอิ่มตัวของทั้งสองสีลง เพื่อลดความแรงของการตัดกันของสี

4) ใช้สีทั้งสองสีในระดับน้ำหนักสีต่างๆ เพื่อลดความแรงของการตัดกัน

5) ใช้สีขาวและ/หรือสีดำช่วยแทรกกระหว่างสีคู่ตรงข้ามจะช่วยลดความแตกต่างระหว่างสองสีได้

2.10.2.2 การใช้สีใกล้เคียงสีคู่ตรงข้าม (Near or Split Complementary Contrast) ถ้าการใช้สีคู่ตรงข้ามเพื่อให้เกิดความแตกต่างนั้นจะให้ความรู้สึกที่ขัดแย้งกันเกินไป อาจเลียงมาใช้สีที่เกือบตรงข้าม คือสีที่อยู่ใกล้เคียงกับสีคู่ตรงข้ามซึ่งอาจจะให้ผลเป็นที่น่าพอใจขึ้น เช่น สีม่วงเป็นสีคู่ตรงข้ามแท้กับสีเหลือง อาจจะไม่เลือกใช้สีน้ำเงินม่วงหรือสีม่วงแดงมาใช้คู่กับสีเหลืองเพื่อให้ดูแตกต่างกันแทนสีม่วงได้

2.10.2.3 การใช้ความสว่างสีต่างกัน (Value Contrast) สีที่มีความสว่างสีใกล้เคียงกันมาอยู่ใกล้กัน จะทำให้มองดูแล้วรวมตัวกันในการรับรู้สีเป็นกลุ่มเดียวกัน แต่ถ้าเป็นสีที่มีความสว่างสีต่างกันมาอยู่ใกล้กันสีของภาพที่มองเห็นจะผิดเพี้ยนไปจากความเป็นจริง ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับอิทธิพลของความสว่างสีของสีที่อยู่ข้างเคียง

2.10.2.4 การใช้สีวรรณะต่างกัน (Tone Contrast) สีที่อยู่ในวรรณะต่างกัน เช่น สีแดงซึ่งเป็นสีวรรณะร้อน และสีน้ำเงินซึ่งเป็นสีวรรณะเย็น เมื่อนำมาใช้ด้วยกันจะให้ความรู้สึกตัดกันโดยทั่วไป สีวรรณะร้อนเป็นสีที่ให้ความรู้สึกตื่นเต้น เร้าใจ โกล่ และหนัก มักจะใช้เป็นส่วนของภาพที่ต้องเน้น ขณะที่สีวรรณะเย็นเป็นสีที่ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย สงบ โกล่ และเบา มักจะใช้เป็นส่วนพื้นหลัง

2.10.2.5 การใช้สีแตกต่างแบบซิมัลเทเนียส (Simultaneous Contrast) สีแตกต่างแบบซิมัลเทเนียสเกิดขึ้นได้จากการนำสีที่แตกต่างกันมาอยู่ใกล้กัน สีที่มองเห็นจะผิดเพี้ยนจากที่เป็นจริงด้วยอิทธิพลของสีที่อยู่ข้างเคียง ทั้งนี้เพราะเมื่อตามองสีใดสีหนึ่งจะกระตุ้นให้มองเห็นสีคู่ตรงข้ามของสีนั้นด้วย จึงมีผลให้สีนั้นไปรวมกับสีข้างเคียงที่มองเห็น เช่น เมื่อวางสีเทากลางแวดล้อมด้วยสีแดงจะเห็นสีเทากลางเพียงไปทางสีเขียวและเมื่อวางสีเทากลางแวดล้อมด้วยสีเขียวจะเห็นสีเทากลางเพียงไปทางสีแดงถ้าสีใดสีหนึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีคู่ตรงข้ามกันจะดูมีความอิ่มตัวสูงกว่าสีซึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีใกล้เคียงกัน เช่น สีแดงซึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีเขียวจะดูสดใสมากกว่าสีแดงที่ถูกแวดล้อมด้วยสีม่วงแดงและสีใดสีหนึ่งจะมองเห็นเป็นสีเพียงไปทางสีคู่ตรงข้ามกับสีที่แวดล้อมสีนั้น เช่น สีเขียวซึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีเหลืองจะมองเห็นเป็นสีเขียวน้ำเงิน แต่ถ้าสีเขียวนั้นถูกแวดล้อมด้วยสีน้ำเงินจะมองเห็นเป็นสีเขียวเหลือง นอกจากนี้ ความแตกต่างแบบซิมัลเทเนียส ยังทำให้มองเห็นความสว่างสีเปลี่ยนไปด้วย เช่น สีส้มซึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีเขียวที่มีความสว่างสีต่ำจะมองเห็นสีส้มสว่างกว่าสีส้มซึ่งถูกแวดล้อมด้วยสีเหลืองที่มีความสว่างสูง

2.10.2.6 การใช้สีสมดุลการใช้สีให้เกิดความสมดุลในสายตา อาจทำได้ง่ายๆ โดยการแบ่งพื้นที่เป็น 2 ส่วน คือ ซ้าย-ขวา หรือ บน-ล่าง เมื่อใช้สีใดในด้านหนึ่งก็ให้สีนั้นในอีกด้านตรงข้ามกันด้วย นอกจากนี้ยังมีวิธีการอื่นที่ช่วยให้สีที่ให้มองดูแล้วสมดุลดังนี้

2.10.2.7 การใช้สีสามเส้า (Triad Balance) สีสามเส้า หมายถึง สี 3 สีซึ่งอยู่ในวงล้อสีโดยมีตำแหน่งห่างกันเท่าๆ กันในการออกแบบซึ่งต้องใช้สี 3 สีด้วยกัน สีสามเส้าในวงล้อสีจะให้กลุ่มสีที่สมดุลที่สุด เช่น กลุ่มสีแดง สีน้ำเงิน และสีเหลือง หรือกลุ่มสีส้มแดง สีเหลืองเขียว และสีม่วงน้ำเงิน สีแต่ละสีในกลุ่มจะมีความเด่นเท่า ๆ กันจึงทำให้ดูแล้วสมดุล อย่างไรก็ตาม ควรเลือกให้สีใดสีหนึ่งเป็นสีโดดเด่นซึ่งต้องการเน้นและลดความแรงของอีกสองสี ด้วยการลดความอิ่มตัวของสีหรือความสว่างสีลง

2.10.2.8 การใช้ปริมาณพื้นที่สมดุลกับความสว่างสี (Quantization Balance) ในการใช้สีตั้งแต่ 2 สีขึ้นไป สัดส่วนปริมาณพื้นที่ของสีที่ใช้กับความสว่างสีของสีนั้นจะมีผลต่อความสมดุลในการมองเห็น กล่าวคือ สีที่มีความสว่างสีสูงกว่าจะต้องการปริมาณพื้นที่น้อยกว่าสีที่มีความสว่างสีต่ำกว่าเพื่อให้ดูว่ามีพื้นที่สมดุล เช่น สีเหลืองมีความสว่างสีสูงกว่าสีน้ำเงินประมาณ 3 เท่า เมื่อนำสองสีนี้มาใช้ให้เกิดสมดุลแล้ว ควรใช้พื้นที่ของสีเหลืองให้น้อยกว่าสีน้ำเงินประมาณ 3 เท่า สำหรับสีแดงกับสีเขียว เป็นสีที่มีความสว่างสีประมาณเท่าๆ กัน เมื่อนำสองสีมาใช้ให้เกิดสมดุล พื้นที่ของสีแดงก็ควรจะมีประมาณเท่าๆ กับของสีเขียว (มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช โครงการสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. 2539: 165-172)

2.11 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และการพัฒนาผลิตภัณฑ์

2.11.1 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

การพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นงานที่ต้องทำอยู่เรื่อยๆ เนื่องจากไม่มีบรรจุภัณฑ์ใดในโลกนี้จะสามารถใช้ได้ตลอดกาล สาเหตุเพราะการเปลี่ยนแปลงทางด้านการตลาด และเปลี่ยนแปลงไปตามสมัยนิยมของผู้บริโภค รวมทั้งระบบการจัดจำหน่ายที่พัฒนาขึ้นและเทคโนโลยีต่างๆ ด้วยเหตุนี้จึงเป็นหน้าที่ของผู้ที่เกี่ยวข้องทางด้านบรรจุภัณฑ์ จำต้องตื่นตัวอยู่เสมอและพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับต้นทุน ตลาด ภาพพจน์ กราฟิก การใช้งานและความต้องการในการรักษาสินค้าสิ่งแวดล้อมปัจจัยที่ต้องพิจารณา

2.11.1.1 ชนิดของสินค้าการออกแบบต้องเริ่มต้นด้วยมีข้อมูลทางด้านสินค้าอย่างเพียงพอ ได้แก่ ประเภทของสินค้า คุณสมบัติทางกายภาพและเคมี ขนาด รูปทรง ปริมาตร ส่วนประกอบ หรือส่วนผสม คุณค่าทางโภชนาการ กระบวนการผลิตหรือกรรมวิธีการแปรรูปอาหาร การตรวจสอบคุณภาพ ข้อเสนอแนะในการบริโภค และสินค้าจะเสื่อมคุณภาพจากปฏิกิริยาอะไรเพื่อจะได้นำมาออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ให้ลวดลายสีสันทันอย่างเหมาะสม สร้างการยอมรับจากผู้ซื้อ และที่สำคัญที่สุด คือ การสร้างจุดขายของสินค้า (Unique Selling Point) ด้วยเหตุนี้ คุณสมบัติของสินค้าที่ต้องพิจารณาจึงมีดังต่อไปนี้

(1) คุณสมบัติทางกายภาพ ประกอบด้วยของแข็ง ของเหลว ผู้ออกแบบต้องทราบความเหนียวข้นในกรณีที่เป็นของเหลว และต้องรู้น้ำหนัก / ปริมาตรหรือความหนาแน่นสำหรับสินค้าที่เป็นของแข็ง

(2) คุณสมบัติทางเคมี คือ สาเหตุที่ทำให้สินค้าอาหารเน่าเสียหรือเสื่อมคุณภาพจนไม่เป็นที่ยอมรับได้ และปฏิกิริยาอื่นๆ ที่อาจจะเกิดขึ้น

(3) คุณสมบัติพิเศษอื่น ๆ เช่น กลิ่น การแยกตัว เป็นต้น

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า การกำหนดเป้าหมายของผู้บริโภคและการวิจัยตลาดย่อมสามารถประเมินว่าจุดขายของสินค้าสามารถสนองความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนี้ยังต้องทราบถึงปริมาณการบริโภคแต่ละครั้ง การนำไปปรุงร่วมกับอาหารชนิดอื่น และโอกาสในการบริโภคหรือถูกใช้ในการเลือกซื้อ ข้อมูลเหล่านี้จะช่วยให้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เช่น การบรรจุรวมห่อ การออกแบบบรรจุภัณฑ์และลวดลายให้สอดคล้องกับเทศกาล การออกแบบให้เป็นของกำนัล เป็นต้น เพื่อเป็นการสนองความต้องการของผู้ซื้อ และทำให้สินค้าของเรามีความแตกต่างหรือสร้างคุณประโยชน์มากกว่าคู่แข่งในแง่ของคุณค่าอาหารหรือความสะดวกในการบริโภค (ปุณ คงเจริญเกียรติ, สมพร คงเจริญเกียรติ. 2541 : 22-25)

2.12 การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการนำเสนอสินค้าผลิตภัณฑ์บนโลกออนไลน์

2.12.1 การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) คือ สังคมที่โลกออนไลน์กำลังเป็นปัจจัยสำคัญในการดำเนินชีวิตของคนรุ่นใหม่ เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่า สื่อออนไลน์ได้เข้ามามีอิทธิพลต่อเราในทุกขณะ ตั้งแต่ตื่นเช้าจนกระทั่งเข้านอน อีกทั้งความรวดเร็วและความสะดวกสบายของโลกออนไลน์ยังถูกนำมาใช้ประโยชน์กับกลุ่มคนทุกสาขาอาชีพ โดยเฉพาะการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) ที่กำลังเป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย เพราะสามารถทำให้ผู้รู้จักเราหรือสินค้าของเราได้อย่างกว้างขวาง

การตลาดออนไลน์ (Online Marketing) คือ การทำการตลาดในสื่อออนไลน์ เช่น โฆษณา Facebook, โฆษณา Google, โฆษณา YouTube, โฆษณา Instagram มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อทำให้สินค้าของเราเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น โดยใช้วิธีต่างๆ ในการ โฆษณาเว็บไซต์ หรือ โฆษณาขายสินค้าที่จะนำสินค้าของเราไปเผยแพร่ตามสื่อออนไลน์ เพื่อให้ผู้อื่นได้รับรู้และเกิดความสนใจ จนกระทั่งเข้ามาใช้บริการหรือซื้อสินค้าของเราในที่สุด โดยการตลาดออนไลน์ (Online Marketing) สามารถทำได้หลายช่องทาง ดังนี้ Search Engine Marketing คือ การตลาดบน Search Engine เป็นการทำให้สินค้าของเราติดอันดับการค้นหาในลำดับแรกๆ ซึ่งจะทำให้เราถูกค้นพบได้ง่ายและถูกคลิกได้บ่อยกว่าเว็บไซต์ที่อยู่ด้านล่างหรืออยู่ในหน้าถัดไป แบ่งออกเป็น SEO (การทำเว็บไซต์ของเราให้ติดอันดับของ Google) กับ PPC (การซื้อ Ads บน Google) Email Marketing คือ การตลาดที่ทำผ่านอีเมล เพื่อส่งข่าวสาร โปรโมชั่นต่างๆ ถึงลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เป็นการตลาดที่ต้นทุนต่ำที่สุดเมื่อเทียบกับการตลาดในรูปแบบอื่นๆ อีกทั้งยังเป็นการทำการตลาดที่ตรงกลุ่ม และสามารถเข้าถึงผู้รับภายในเวลาอันรวดเร็ว Social Marketing คือ การตลาดที่ทำผ่าน Social Network ต่างๆ เช่น Facebook, Twitter, Instagram, Pinterest ฯลฯ ซึ่ง Social Marketing กำลังได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะมีสถิติการใช้งานสูงกว่าแหล่งออนไลน์ประเภทอื่น(อวิศ หาญอุตสาหะ MARKETING EVERYTHING 2560: 10-12)

2.12.2 ส่ววิธีโปรโมท Facebook Fan Page ให้เป็นที่รู้จักในยุคที่การตลาดออนไลน์เจริญเติบโตอย่างรวดเร็ว จำนวนร้านค้าใน Facebook ก็เพิ่มขึ้นแบบก้าวกระโดด โอกาสที่คนจะผ่านมามองเห็น Fan Page ของคุณยากเทียบเท่ากับการงมเข็มในมหาสมุทร ซึ่งจะทำให้ธุรกิจการขายเหมือนล่องลอยอยู่ในสภาวะสูญญากาศที่ผู้ซื้อไม่มี ผู้ขายไม่ได้ขาย ไม่มี Brand awareness หรือ Engagement

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อะไรเกิดขึ้น โดยปัญหาเหล่านี้จะต้องได้รับการแก้ไขด้วย 4 วิธี ที่จะช่วยโปรโมท Facebook Fan Page ให้เป็นที่รู้จัก

2.12.2.1 InviteFriend วิธีขั้นต้นของการ โปรโมท Facebook Fan Page ผ่านกลุ่มเป้าหมายแรก คือ การโปรโมทผ่านเพื่อนหรือคนรู้จักที่อยู่ในเครือข่าย Facebook ของคุณด้วยการเชิญชวน ซึ่งวิธีการโปรโมทแบบนี้ถ้าปริมาณเพื่อนมีเป็นจำนวนมากการกระจายข่าวสารจะยิ่งเป็นไปได้ในวงกว้าง คุณสามารถเชิญพวกเขาเหล่านั้นให้มากด Like หรือเยี่ยมชม Fan Page ของคุณได้โดยการคลิกไปยัง “Tell your Fans” จากนั้นขั้นตอนต่อไป Facebook จะทำการดึงรายชื่อเพื่อนที่มีออกมาและส่งคำเชิญไปยังผู้คนเหล่านั้น

2.12.2.2 Ads Facebook ปัจจุบันร้านค้าออนไลน์กำลังเอ่อล้น Facebook การจะทำให้ Fan Page ของตัวเองมีความโดดเด่น ผู้ทำธุรกิจต้องงัดเอากลยุทธ์ใหม่ได้มาใช้เพื่อดึงดูดคนให้เข้ามาสนใจ ซึ่งการทำ Ads บน Facebook ก็เป็นอีกวิธีหนึ่งที่ได้ผล เพราะเป็นการ โปรโมท Facebook Fan Page ผ่านการทำ Ads ที่สามารถกำหนดวัตถุประสงค์ได้ชัดว่าการกำหนดเป้าหมายที่ต้องการได้อย่างตรงจุดด้วยการกำหนดค่าต่างๆ อาทิ อายุ เพศ ภาษา พฤติกรรม ความสนใจเฉพาะ ฯลฯ เรียกได้ว่าถ้าหาก Ads และ Fan Page ของคุณเป็นที่น่าสนใจ ผู้ใช้บริการที่เห็น (เพราะเป็นกลุ่มเป้าหมาย) มีแนวโน้มที่กด Click Ads เพื่อเข้าไปเยี่ยมชมสูง

2.12.2.3 Facebook Page Plugin และ Twitter App Facebook Page Plugin หรือชื่อเก่า Facebook Like Box คือ การนำ Fan page มาทำเป็น widget บน sidebar ในหน้า Blog หรือ Website ต่างๆ ของคุณเพื่อเป็นอีกทางในการ โปรโมท Facebook Fan Page เช่นเดียวกับ Twitter ที่เป็นอีกหนึ่ง Social Media ที่ได้รับความนิยมจากผู้ให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งหลายปีที่ผ่านมาได้มีการขยายวัตถุประสงค์จากการบริการรับ-ส่งข้อความมาสู่การเป็นพื้นที่โฆษณาออนไลน์ด้วย ซึ่งในการใช้ Twitter ผู้ใช้บริการสามารถติดตั้ง Twitter App for แอปพลิเคชันต่างๆ ได้ ซึ่งการเชื่อมต่อกับ Facebook ก็เป็นหนึ่งในวิธีการ โปรโมท Facebook Fan Page ของคุณ เนื่องจากทันทีที่คุณอัปเดต Post ข้อมูลเหล่านั้นจะถูก Link ไปยังหน้า Twitter เป็นต้น

2.12.2.4 Content ภายหลังจาก โปรโมท Facebook Fan Page ให้เป็นที่รู้จักการสร้างการรับรู้บนหน้า Fan Page ก็เป็นเรื่องที่สำคัญไม่แพ้กัน เพราะสิ่งที่จะเรียก Engagement จากผู้ให้บริการได้ คือ Content ที่มีคุณภาพ มีความสม่ำเสมอ ให้สาระแต่กระนั้นก็ต้องไม่ด้วยความน่าสนใจ ดังนั้นคุณควรสร้างการรับรู้ที่มีต่อแบรนด์คุณด้วย Content ที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน(ธวิศ หาญอุตสาหะ MARKETING EVERYTHING 2560: 20-25)

2.12.3 สื่อโฆษณา การจะทำโฆษณาให้ประสบความสำเร็จได้นั้น ผู้โฆษณาควรที่จะรู้จักประเภทสื่อโฆษณาแต่ละชนิด เพื่อจะได้เลือกทำโฆษณาผ่านสื่อโฆษณาที่ตอบโจทย์และตรงจุดที่สุด โดยสื่อโฆษณาที่เป็นที่นิยม ได้แก่

1) สื่อสิ่งพิมพ์ มีหลายประเภทเช่น หนังสือพิมพ์ นิตยสาร แผ่นพับ ใบปลิว ฯลฯ ซึ่งสิ่งพิมพ์แต่ละชนิดล้วนมี Target ที่แตกต่างกัน และให้ Feedback ที่แตกต่างกัน หนังสือพิมพ์ สามารถเข้าถึงผู้คนได้จำนวนมากและสามารถลงเนื้อหาที่ละเอียดได้ นิตยสาร ใช้กระดาษที่มีคุณภาพ มีสีสันสวยงามเหมาะสำหรับโฆษณาที่ใช้ภาพเพื่อดึงดูดความสนใจ แผ่นพับ/ใบปลิว เป็นสื่อโฆษณาที่ต้นทุนต่ำ เน้นการตอกย้ำแบรนด์ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างขึ้น เสริมจากการทำโฆษณาผ่านสื่อหลัก

2) สื่อโทรทัศน์เป็นสื่อโฆษณาที่เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ในวงกว้าง โดดเด่นด้วยการใช้ภาพเคลื่อนไหวและเสียงประกอบ สามารถสร้างความสนใจได้เป็นอย่างดี และสร้างการจดจำได้ง่าย แต่มีข้อเสียก็คือค่าใช้จ่ายที่สูงตามไปด้วยเมื่อเทียบกับสื่อโฆษณาประเภทอื่นๆ

3) สื่อวิทยุ เป็นสื่อที่ใช้เสียงเพื่อสร้างความสนใจ สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้ฟังได้จำนวนมากและรวดเร็ว แต่ทั้งนี้อาจมีข้อด้อย คือ ในขณะที่โฆษณาผู้ฟังอาจไม่ได้จดจ่ออยู่กับการฟังเพียงอย่างเดียว เพราะโดยส่วนใหญ่แล้วผู้ฟังวิทยุมักจะใช้สมาธิจดจ่ออยู่กับสิ่งอื่นเป็นหลัก เช่น ขับรถ เดินซื้อของโดยสารรถสาธารณะ หรือทำงานบ้าน เป็นต้น

4) สื่อโฆษณากลางแจ้ง เช่น ป้ายโฆษณา โปสเตอร์ หรือโฆษณาที่ติดตามรถสาธารณะต่างๆ เช่น รถเมล์ รถไฟฟ้า Taxi เป็นต้น สื่อประเภทนี้เน้นติดตั้งตามบริเวณที่มีผู้คนสัญจรไปมาจำนวนมาก และสามารถมองเห็นได้ในระยะไกล เช่น ตามสี่แยก ถนนที่มีการจราจรคับคั่ง ย่านศูนย์การค้า บนอาคารสูง เป็นต้น เน้นสร้างความโดดเด่นและดึงดูดความสนใจจากผู้ที่ผ่านมา

5) สื่อออนไลน์ เนื่องจากปัจจุบันอินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงได้จากทั่วทุกมุมโลก บวกกับยอดผู้ใช้ Social Media ที่เพิ่มมากขึ้นเรื่อยๆ สื่อออนไลน์จึงถือเป็นสื่อโฆษณาที่มาแรงและตอบโจทย์ยุคดิจิทัลที่สุด ด้วยจุดเด่นคือเป็นโฆษณาที่ออนไลน์ได้ตลอด 24 ชั่วโมง สามารถเปลี่ยนแปลงข้อมูลได้ง่ายและรวดเร็ว (วิชิต หาญอุตสาหกรรม MARKETING EVERYTHING 2560: 23-27)

2.13 กำหนดเครื่องมือ การสื่อสารการตลาด

กำหนดเครื่องมือ สื่อสารการตลาด ประกอบด้วย 8 ประการ ดังนี้

- (1) การ โฆษณา (advertising)
- (2) การส่งเสริมการขาย (sales promotion)
- (3) การประชาสัมพันธ์และการเผยแพร่ข่าว (public relations and publicity)
- (4) การขายโดยบุคคล (personal selling)
- (5) การตลาดทางตรง (direct marketing)
- (6) การบรรจุภัณฑ์ (packaging)
- (7) การจัด กิจกรรมพิเศษและการเป็นผู้อุปถัมภ์ (events and sponsorships)
- (8) การบริการลูกค้า (customer service)

ดังนั้นการนำ ทุนทางสังคมของชุมชนที่มีอยู่ ได้แก่ ความรู้ ภูมิปัญญา ท้องถิ่น วิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ทรัพยากรท้องถิ่น ผนวกกับการบริหารจัดการสมัยใหม่เพื่อก่อให้เกิดการ พัฒนา เศรษฐกิจ สังคม และการเรียนรู้ของชุมชน ซึ่งไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ทั้งนี้เพื่อให้ชุมชนมีเศรษฐกิจที่เข้มแข็ง และพึ่งตนเองได้โดยมียุทธศาสตร์ 4 ประการ ได้แก่

(1) ด้านทุน เพื่อบริหารจัดการกองทุนด้านเศรษฐกิจให้มีความ เข้มแข็งในการสนับสนุนวิสาหกิจ

(2) ด้านการผลิต มีการ บริหารจัดการทุนทางสังคมของชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และเทคโนโลยีที่เหมาะสมสู่ความพอเพียงและพึ่งตนเอง

(3) ด้านการตลาด เพื่อแสวงหาและส่งเสริมการจดจำหน่าย สินค้าชุมชน

(4) ด้านรายได้ เพื่อแสวงหารายได้และลดรายจ่ายในการยกระดับครัวเรือนยากจน (ประภาพร แสงทอง, 2550: 11)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปได้ว่า ความคุ้มค่าในการการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และสื่อ ประชาสัมพันธ์จึงเป็นสิ่งจำเป็นพอประมาณเพื่อให้การ พัฒนาดำเนินไปอย่างมั่นคง หลัก การดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการเศรษฐกิจพอเพียง การ ตัดสินใจและดำเนินกิจการต่าง ๆ ให้อยู่ในระดับพอเพียง นั้นต้องอาศัยทั้งความรู้ และคุณธรรมเป็นพื้นฐานก่อนจึง สามารถนำหลักการความพอเพียงมาใช้ โดยความรู้ที่ประกอบด้วยความรอบรู้เกี่ยวกับวิชาการต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง อย่างรอบด้าน ความรอบคอบที่จะนำความรู้เหล่านั้นมาพิจารณาให้เชื่อมโยงกัน เพื่อประกอบการวางแผน และ ระมัดระวังในขั้นปฏิบัติ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนา เศรษฐกิจและสังคม. 2549 อ้างถึงใน อัครวรรธน รอดสมบูรณ์, 2551

หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึงความ กลมกลืน สดส่วน ความสมดุล จังหวะ การเน้น เอกภาพ การตัดกัน จุดมุ่งหมายของการออกแบบเพื่อให้ได้สิ่งที่ดีกว่า การคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอย และมีความสวยงาม นอกจากนี้ หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เน้นปัจจัย 3 ประการ ได้แก่

(1) การออกแบบควรได้ทั้งวจนสัญลักษณ์และทัศน สัญลักษณ์ นอกจากได้เห็นแล้วต้องสื่อสารได้ถึงความรู้สึก ให้เกิดขึ้นด้วย

(2) บรรจุภัณฑ์ควรสร้างความพึงพอใจเกียรติ และศักดิ์ศรีสำหรับผู้บริโภค

(3) บรรจุภัณฑ์ต้องแสดงโดดเด่น ออกมาให้เห็นชัดเจนจากผลิตภัณฑ์อื่น ด้วยการใช้รูปร่าง สี หรือขนาด เพื่อบ่งชี้เอกลักษณ์เฉพาะของผลิตภัณฑ์ (สม เกียรติ พิษนอก, 2549: 24-31) สำหรับสื่อประชาสัมพันธ์ ประเภทสื่อสิ่งพิมพ์มีหลายประเภทด้วยกัน เช่น โปสเตอร์ แผ่นพับ ใบปลิว แคตตาล็อก เป็นต้น ซึ่งการออกแบบนำ เอารูปภาพประกอบ (illustration) ภาพถ่าย (photography) สัญลักษณ์ (symbol) รูปแบบ และขนาดของตัว อักษร (typography) มาจัดวางเพื่อให้เกิดการนำเสนอข้อมูล อย่างชัดเจน เกิดผลดีต่อกระบวนการ สื่อความหมาย และ แสดงคุณค่าทางการออกแบบโดยตรงไปตรงมา (ศิริเพ็ญ คล้ายถม, 2550: 18) ส่วนสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความแตกต่างจากสื่อสิ่งพิมพ์เนื่องจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์เป็นสื่อที่มี ทั้งภาพและเสียง และเป็นภาพเคลื่อนไหว ดังนั้น การที่จะประยุกต์ใช้ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จะต้องมีการสื่อสารอย่างพอเพียงและเหมาะสมสอดคล้อง กับบริบทและสภาวะแวดล้อม จะทำให้ภาพของตนเองชัดเจน มุ่งประสิทธิภาพและประสิทธิผลโดยคำนึงถึงทรัพยากรที่ ตนมี อันจะนำไปสู่ความสมดุลหรือพอดี (สำนักวิทยบริการ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนดุสิต, 2549: 71)

2.14 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐนันท์ วิริยะวิทย์. 2559 ได้ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร โดยมีวัตถุประสงค์ดังนี้

1) เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ ราชภัฏพระนคร

2) เพื่อประเมินผลบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์ของวิสาหกิจชุมชนปารีชาติ เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร จากผลการวิจัยในการศึกษาสภาพปัญหาของ วิสาหกิจชุมชนปารีชาติ เขตมีนบุรี กรุงเทพมหานคร โดย ศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อนำแนวทางในการแก้ปัญหาและพัฒนาในด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และ สื่อประชาสัมพันธ์ที่สวยงาม ทำให้ผู้บริโภคเป้าหมายมีความพึงพอใจในระดับมากในทุกบรรจุภัณฑ์ ฉลากและสื่อประชาสัมพันธ์ที่ได้รับการพัฒนามีกระบวนการพัฒนาร่วมกับวิสาหกิจชุมชนปารีชาติได้มีส่วนร่วมคิดและปรับแก้ให้สอดคล้องกับความต้องการแล้ว การศึกษาที่แตกต่างกันมีความพึงพอใจต่อสื่อประชาสัมพันธ์แตกต่างกัน การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และ

สื่อประชาสัมพันธ์เป็นตัวกำหนดความสนใจของผู้บริโภคสินค้าจะขายดีหรือไม่ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ มีมาตรฐาน และความสวยงาม เป็นต้น

อนุমান สมบูรณ์ศิลป์ ได้ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง การศึกษาเกี่ยวกับองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์งานหัตถกรรมท้องถิ่นประเภทโคมในจังหวัดเชียงใหม่ โดยกำหนดประเด็นเกี่ยวกับองค์ความรู้ในการสร้างสรรค์ภูมิปัญญารูปแบบลวดลายที่ใช้ในการตกแต่งคติความเชื่อประเพณีกระบวนการสร้างสรรค์ซึ่งผลการวิจัยสรุปได้ว่าการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวเป็นการสร้างให้เห็นถึงความรุ่งเรืองทางศิลปวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดมาเป็นเวลานานเชื่อมโยงกับบริบทความเชื่อตามจารีตประเพณีกระบวนการสร้างสรรค์ช่วยให้สามารถบันทึกข้อมูลที่เป็นหลักฐานที่เป็นประโยชน์ในการศึกษาค้นคว้าอนุรักษ์และสืบสานต่อของคนลูกหลานผู้วิจัยเห็นว่าหน่วยงานราชการที่มีส่วนร่วมเกี่ยวข้องควรที่จะมีส่วนร่วมในการประสานงานอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมภูมิปัญญาประชาสัมพันธ์เผยแพร่เพราะยังไม่เป็นที่รู้จักของคนส่วนใหญ่

แก่นจันทร์ มะลิซ้อน. (2546) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง “การออกแบบผลิตภัณฑ์จากผ้าทอไทใหญ่บ้านใหม่หมอกจ๋ามอำเภอแม่สายจังหวัดเชียงใหม่” มีสาระสำคัญเกี่ยวกับการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอของชนเผ่าไทใหญ่ผลการวิจัยพบว่าการออกแบบต้องคำนึงถึงประโยชน์ใช้สอยสามารถใช้ได้หลายโอกาสและควรรักษารูปแบบลวดลายความเป็นเอกลักษณ์ส่วนผลิตภัณฑ์ที่ผู้บริโภคต้องการมากที่สุดคือโคมไฟและกล่องใส่นามบัตรงานวิจัยเรื่องนี้แสดงให้เห็นถึงข้อควรคำนึงในการออกแบบผลิตภัณฑ์หัตถกรรมท้องถิ่นที่เป็นภูมิปัญญาท้องถิ่น

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ในการศึกษางานวิจัย เรื่อง การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับ ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี แบ่งเป็นขั้นตอนการศึกษาวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี
2. พัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี
3. เพื่อเพิ่มทางเลือกและช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและประชาสัมพันธ์ของกลุ่มส่งเสริม

อาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

4. เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ กำหนดกรอบระยะเวลาในการวิจัย ดังนี้

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.3 การสร้างเครื่องมือ
- 3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.1 ขั้นตอนศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

3.1.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

(1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

(1.1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี และ พนักงานศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

3.1.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับศึกษาและวิเคราะห์ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (ปลายเปิด) จำนวน 4 ชุด เพื่อให้ได้ข้อมูลมาวิเคราะห์ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ รวมถึงสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นในขั้นตอนการผลิตผลิตภัณฑ์จักรอุตสาหกรรม พร้อมทั้งใช้วิธีการบันทึกเสียง และถ่ายภาพ พร้อมจดบันทึก

3.1.3 การสร้างเครื่องมือ

3.1.3.1 ศึกษาข้อมูลและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เพื่อสอบถามเกี่ยวกับรูปแบบผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยแบ่งออกเป็น 2 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพ โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) สอบถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ วุฒิการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบการผลิตภัณฑสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวความคิดด้านศึกษารูปแบบผลิตภัณฑของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ของ (Luca Patrizia de, 2006:6) ดังนี้

- (1) รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ
- (2) การใช้งานผลิตภัณฑ
- (3) วัสดุ และ สีของผลิตภัณฑ

1.3.1.2 ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวความคิดในการเก็บรวบรวมข้อมูล ของ (อำนาจ ศรีสานติวงศ์. 2555: 70) ดังนี้

- (1) ศึกษาข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ
- (2) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ
- (3) เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสัมภาษณ์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ

3.1.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การตรวจสอบ IOC (Index of Item Objective Congruence) ของแบบสอบถามด้านการประเมินและสำรวจความคิดเห็นของผู้บริโภคซึ่งตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการหา IOC (Index of Item – Objective Congruence) หรือความเที่ยงตรงของแบบสอบถาม ทั้ง 3 ชุด เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน

ตรวจสอบหาความเที่ยงตรงโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านได้แก่

- (1) รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา บุญภักดี
คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- (2) รองศาสตราจารย์ ดร.บุญจันทร์ สีสันต์
คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- (3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา คิตติ
คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3.1.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดย 3 ขั้นตอน ดังนี้

3.1.5.1 ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการผลิตภัณฑศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จากการค้นคว้าในเอกสาร หนังสือ ที่เกี่ยวกับการผลิตภัณฑศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการและการออกแบบบรรจุภัณฑ

3.1.5.2 ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจากผู้เชี่ยวชาญโดยแบบสัมภาษณ์ได้ผ่านการตรวจสอบจากผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน IOC และแก้ไขตามคำแนะนำ

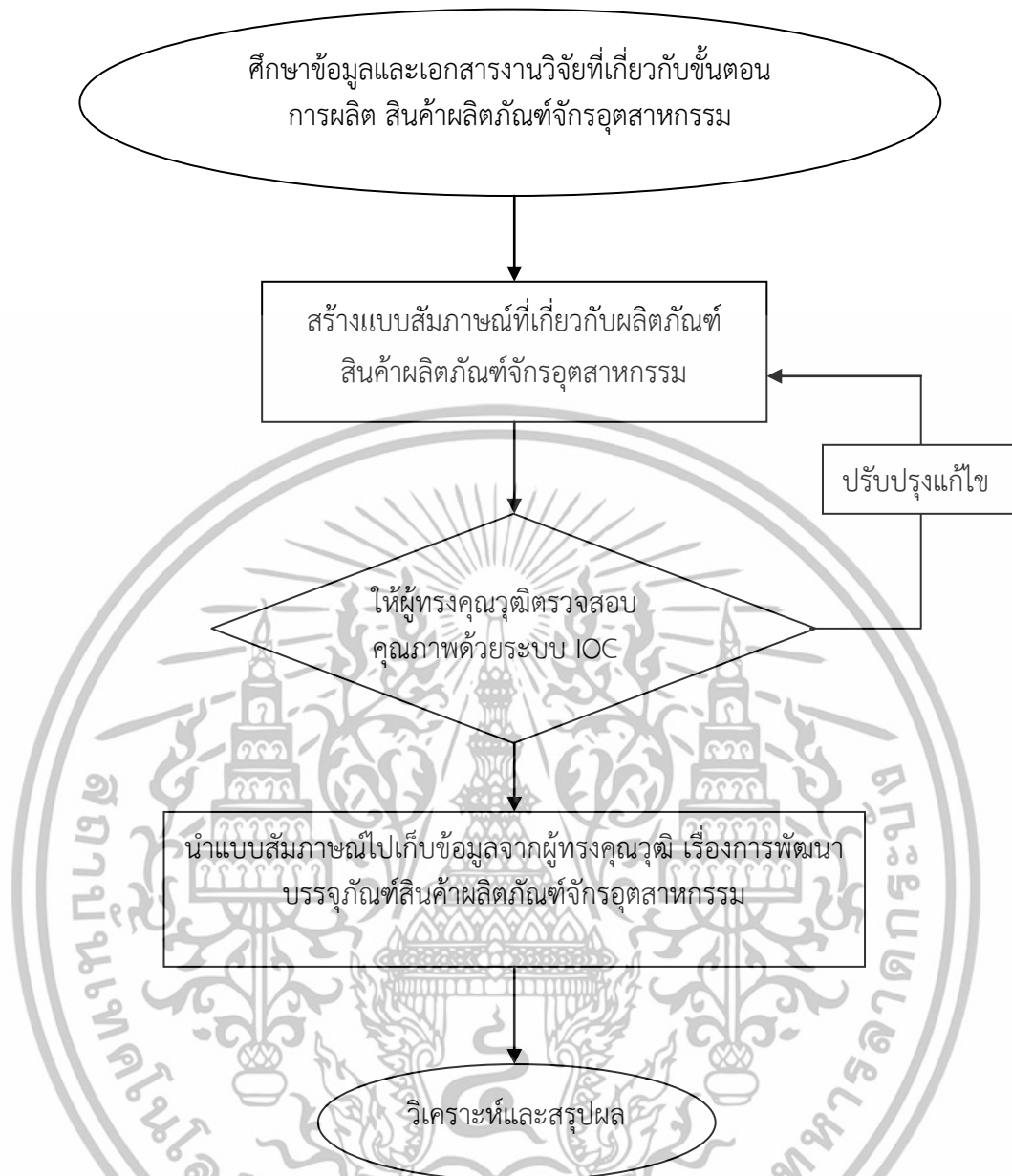
3.1.5.3 ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลในรายละเอียดผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจากการขอความอนุเคราะห์จากศูนย์ส่งเสริมวิชาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี จากแบบสัมภาษณ์ที่มีโครงสร้างแบบปลายเปิด และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม

3.1.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 นี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยเชิงคุณภาพแบบสามเส้า ของ เบญจา ยอดดำเนิน-แอ็ดติง และกาญจนา ตั้งชลทิพย์, 2552 โดยจะได้รายละเอียดในการวิเคราะห์ข้อมูลรายละเอียดต่อไปนี้

ผู้วิจัยเริ่มจากการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านแหล่งที่มาจากหนังสือบทความและเอกสารของศูนย์ส่งเสริมวิชาชีพคนพิการพร้อมทั้งข้อมูลจากเว็บไซต์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการโดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับหลักการและทฤษฎีอันประกอบไปด้วย ความหมาย สาเหตุและขั้นตอนการผลิตภัตจักรอุตสาหกรรม คือการประเมินเบื้องต้น การประเมินตามลักษณะต่าง ๆ และแนวทางที่เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมไปถึงการพัฒนาโปรแกรมสินค้าผลิตภัณฑ์ภัตจักรอุตสาหกรรมให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค โดยข้อมูลต่าง ๆ ที่กล่าวมาในขั้นตอนนี้เป็นการหาข้อมูลก่อนลงพื้นที่ศึกษาจริง เพื่อช่วยให้ผู้วิจัยสามารถตรวจสอบข้อมูลได้ง่ายขึ้น เพราะเวลาผู้วิจัยลงพื้นที่เห็นสภาพและแนวทางการผลิต ผลิตภัณฑ์ภัตจักรอุตสาหกรรม ที่สถานที่จริงแล้วอาจมีการปรับเปลี่ยนหรือแตกต่างกันได้ เนื่องจากผู้วิจัยได้เข้าไปสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม ผู้วิจัยได้มีการสัมภาษณ์ข้อมูลเองจากผู้เชี่ยวชาญผลิตภัณฑ์ภัตจักรอุตสาหกรรมศูนย์ส่งเสริมวิชาชีพคนพิการโดยจะได้ข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ภัตจักรอุตสาหกรรม รวมถึงได้ข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมไปถึงการพัฒนาสินค้าให้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค โดยนำข้อมูลที่กล่าวมาทั้งหมดนี้มาวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อได้แนวทางการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ รวมถึงสินค้าผลิตภัณฑ์ภัตจักรอุตสาหกรรมในวัตถุประสงค์ที่ 2 และวัตถุประสงค์ที่ 3 ในการจัดทำแบบร่างให้กับผู้ทรงคุณวุฒิ และผู้เชี่ยวชาญในการประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนการดำเนินงานตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี



ภาพที่ 3.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

3.2 ขั้นตอนการพัฒนาออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1.1 ประชากร ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน

3.2.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ต้องเป็นผู้ที่มีประสบการณ์การทำงาน ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ตั้งแต่ 5 ปีขึ้นไป โดยผู้วิจัยได้ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาจากตัวแทนของกลุ่มประชากรแบบเดียวกัน (ล้วน สายยศ และอังคณา สายยศ 2536:82) จำนวน 3 ท่านโดยจำแนกเป็นดังนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ก) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน
โดยผู้วิจัยได้กำหนดคุณลักษณะของผู้ทรงคุณวุฒิด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ หรือสาขาอื่นๆที่เกี่ยวข้อง โดยมีคุณลักษณะที่กำหนดไว้ดังนี้

- (1) คุณณัฐยา สีนุ่น
หัวหน้าฝ่ายออกแบบ
บริษัทดีว่าซัพพลายจำกัดกรุงเทพมหานคร
- (2) คุณแพร เพ็ญทรัพย์เจริญ
หัวหน้าฝ่ายงานศิลป์
บริษัทสุนทรฟิล์มจำกัดกรุงเทพมหานคร
- (3) อาจารย์ภัทรกร ออแก้ว
อาจารย์ประจำคณะศิลปกรรมและสถาปัตยกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ คือ แบบร่างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ และแบบประเมิน จำนวน 8 ชุดเพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญ ประเมินแบบร่างต้นแบบบรรจุภัณฑ์ พร้อมทั้งข้อเสนอแนะที่เหมาะสมกับการผลิตต้นแบบต่อไป

3.2.3 การสร้างเครื่องมือ

3.2.3.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ศึกษาเอกสาร ข้อมูลการออกแบบภาพร่าง (Sketch design) และการสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุวุฒิการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยใช้แบบสอบถามชนิดมาตรฐานประเมิน 5 ระดับ (Rating Scale) ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวความคิดด้านการออกแบบ 2 กรอบแนวคิด ดังนี้

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี กรอบแนวคิดที่ 1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดนนทบุรีผู้วิจัยได้นำหลักการของ (อารี สุทธิพันธุ์ .2551 42-43)

(1) ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มุ่งองค์ประกอบชัดเจน ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วนมีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อนรูปแบบมีสัดส่วนที่ดีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์กราฟิกลดทอนมีการตกแต่งพอดีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และมีความสวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมและการสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจน

(2) ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในและ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้

(3) ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ ความเป็นไปได้ในการใช้งาน การนำไปใช้เพื่อส่งเสริมการขาย ใช้ได้นาน เหมาะสมกับยุคทุกสมัย เข้าใจง่าย และมีความคุ้มค่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) ด้านอำนวยความสะดวก บรรจุกฎบัตรสามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้ ใช้งานง่ายเปิด-ปิดสะดวก

(5) ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย รูปแบบน่าสนใจ ราคาสินค้าและบรรจุกฎบัตรเป็นที่จดจำของผู้บริโภค ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีความทันสมัย สวยงาม มีเอกลักษณ์ผู้บริโภคนิยมจดจำได้ง่าย

โดยใช้แบบสอบถามชนิดมาตรฐานประเมิน 5 ระดับ (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การประเมิน โดยที่มีค่าเฉลี่ยเลขคณิต ดังนี้

4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก

2.50-3.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย

1.00-1.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุกฎบัตร

3.2.3.2 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุกฎบัตร ได้แก่ ศึกษาเอกสาร ข้อมูลการออกแบบภาพร่าง (Sketch design) และการสร้างแบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุกฎบัตร โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุกฎบัตร โดยใช้แบบสอบถามแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยถามเกี่ยวกับ เพศ อายุวุฒิการศึกษาสูงสุดของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 แบบสอบถามด้านการออกแบบบรรจุกฎบัตรสำหรับผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยใช้แบบสอบถามชนิดมาตรฐานประเมิน 5 ระดับ (Rating Scale) ผู้วิจัยได้ใช้กรอบแนวคิดด้านการออกแบบ 2 กรอบแนวคิด ดังนี้

การออกแบบบรรจุกฎบัตร สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี กรอบแนวคิดที่ 1 การออกแบบบรรจุกฎบัตร เพื่อส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดนนทบุรีผู้วิจัยได้นำหลักการของ (อารี สุทธิพันธุ์, 2551: 42-43)

(1) ด้านการออกแบบบรรจุกฎบัตร มีองค์ประกอบชัดเจน ข้อมูลบนบรรจุกฎบัตรครบถ้วน มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน รูปแบบมีส่วนที่ตีพิมพ์เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ กราฟิกลวดลายมีการตกแต่งพอดีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และมีความสวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมและการสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจน

(2) ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศมีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในและ โครงสร้างบรรจุกฎบัตรสามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้

(3) ด้านการใช้งานบรรจุกฎบัตร ความเป็นไปได้ในการใช้งาน การนำไปใช้เพื่อส่งเสริมการขาย ใช้ได้นาน เหมาะสมกับยุคทุกสมัย เข้าใจง่าย และมีความคุ้มค่า

(4) ด้านอำนวยความสะดวก บรรจุกฎบัตรสามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้ ใช้งานง่ายเปิด-ปิดสะดวก

(5) ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย รูปแบบน่าสนใจ ราคาสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นที่จดจำของผู้บริโภค ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีความทันสมัย สวยงาม มีเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย

โดยใช้แบบสอบถามชนิดมาตรฐานประเมิน 5 ระดับ (Rating Scale) โดยมีเกณฑ์การประเมิน โดยที่มีค่าเฉลี่ยเลขคณิต ดังนี้

4.50-5.00 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด

3.50-4.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก

2.50-3.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง

1.50-2.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย

1.00-1.49 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นคำถามแบบปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) เกี่ยวกับข้อเสนอแนะ ข้อมูลเพิ่มเติมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

3.2.4 การหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการหา IOC (Index of Item – Objective Congruence) หรือความเที่ยงตรงของแบบสอบถามทั้ง 3 ชุด เสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านตรวจสอบหาความเที่ยงตรงโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ได้แก่

(1) รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา บุญภักดี

คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(2) รองศาสตราจารย์ ดร.บุญจันทร์ สีสันต์

คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

(3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา คิตติ

คณาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เกณฑ์การให้คะแนนคำถาม

ผู้ทรงคุณวุฒิทำการตรวจหาความสอดคล้องระหว่างคำถามกับสิ่งที่ต้องการวัด (Index Item of Congruent : IOC) โดยมีเกณฑ์คะแนน ดังนี้

+1 หมายถึง คำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์

0 หมายถึง คำถามนั้นสอดคล้องกับวัตถุประสงค์อย่างไม่แน่ใจ

-1 หมายถึง แน่ใจในคำถามนั้นไม่สอดคล้องกับนิยามศัพท์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สูตรค่าความเที่ยงตรง (Index Item of Congruent : IOC)

$$\text{สูตร} \quad \text{IOC} = \frac{\sum R}{N}$$

IOC	หมายถึง	ดัชนีความสอดคล้อง
$\sum R$	หมายถึง	ผลคะแนนรวมการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ
N	หมายถึง	จำนวนผู้ทรงคุณวุฒิ

ข้อคำถาม IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไปเป็นคำถามที่ใช้ได้ ถ้าไม่ถึง 0.5 ต้องแก้ไขหรือตัดทิ้ง

3.2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.5.1 ทำการออกแบบภาพร่าง (Sketch design) จำนวน 8 แบบ เพื่อให้อาจารย์ที่ปรึกษาคัดเลือกรูปแบบที่เหมาะสมที่สุด จำนวน 3 แบบ

3.2.5.2 จัดทำแบบสอบถามสำหรับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการและแบบสอบถามสำหรับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แล้วนำไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิประเมิน IOC และแก้ไขตามคำแนะนำ

3.2.5.3 ผู้วิจัยออกหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูล จากสำนักงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง เพื่อขออนุญาตในการเก็บข้อมูล สอบถามปัญหาและความคิดเห็นจากกลุ่มตัวอย่าง คือกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

3.2.5.4 นำแบบภาพร่างจำนวน 3 แบบ ที่ผ่านการคัดเลือกแล้วและแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว นำไปเก็บข้อมูลจากผู้ทรงเชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อคัดเลือกรูปแบบที่เหมาะสมที่สุด 1 แบบ

3.2.5.5 นำแบบร่าง (Sketch design) ไปปรับปรุงแก้ไขตามที่คุณเชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์แนะนำแล้วดำเนินการสร้างผลิตภัณฑ์ต้นแบบครั้งที่ 1 (Prototype) และเพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบภาพร่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

3.2.5.6 ออกแบบภาพร่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ (Sketch design) จำนวน 5 แบบ

3.2.5.7 นำแบบภาพร่างบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบแล้ว นำไปเก็บข้อมูลจากผู้ทรงเชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกอีกครั้ง

3.2.5.8 นำแบบร่าง (Sketch design) ไปปรับปรุงแก้ไขตามที่คุณเชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกแนะนำแล้วดำเนินการสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

3.2.6 สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

3.2.6.1 สูตรค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean)

$$\text{สูตร} \quad \bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ย
$\sum x$	แทน	ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด
n	แทน	จำนวนข้อมูล

3.2.6.2 สูตรความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.)

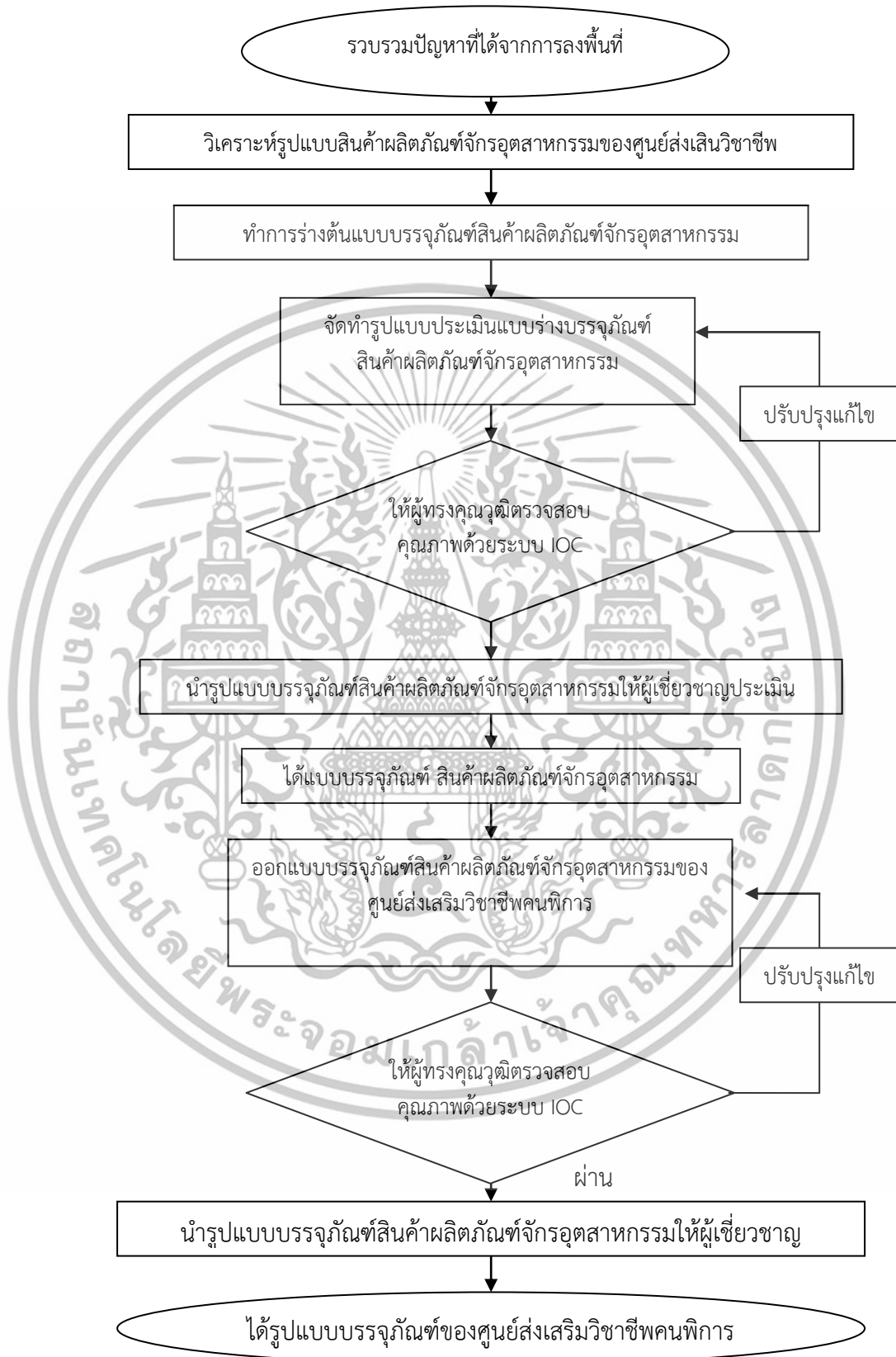
$$\text{สูตร} \quad \text{S.D.} = \frac{\sqrt{n\sum x^2 - (\sum x)^2}}{n(n-1)}$$

เมื่อ S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
\bar{x}	แทน	คะแนนแต่ละในกลุ่มตัวอย่าง
$n-1$	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

3.2.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.2.7.1 นำข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน มาวิเคราะห์และสรุปผล เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype) โดยวิเคราะห์ผลเป็นเชิงปริมาณ หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean : \bar{x}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation S.D.) นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบการบรรยายผล โดยใช้หลักเกณฑ์การวิเคราะห์เพื่อหาค่าเฉลี่ย

3.2.7.2 นำข้อมูลที่ได้จากแบบประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน มาวิเคราะห์และสรุปผล โดยวิเคราะห์ผลเป็นเชิงปริมาณ หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Mean: \bar{x}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation S.D.) นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบการบรรยายผล โดยใช้หลักเกณฑ์การวิเคราะห์ เพื่อหาค่าเฉลี่ย



ภาพที่ 3.2 ภาพแสดงขั้นตอนการพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคน
 เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.3 ขั้นตอนเพิ่มทางเลือกช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและประชาสัมพันธ์ของกลุ่มส่งเสริม อาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

3.3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

3.2.1.1 ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี จำนวน 20 คน

3.2.1.2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี จำนวน 20 คน

3.2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.2.2.1 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ แบบภาพร่าง (Sketch design) จำนวน 3 แบบ ที่ได้ทำการออกแบบ เพื่อประเมินรูปแบบที่เหมาะสมที่มีความเป็นไปได้มากที่สุดในการสร้างต้นแบบจริงและเป็นแนวทางในการออกแบบใบปลิว โบวชัว โปสเตอร์ต่อไป

3.2.3 การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลที่ใช้ในการประชาสัมพันธ์ ได้แก่ แบบประเมินที่เกี่ยวข้องกับภาพร่างต้นแบบการประชาสัมพันธ์ และความเหมาะสมด้านการใช้งาน ความเป็นไปได้ของการผลิตขึ้นงานต้นแบบ โดยจะแบ่งแบบสอบถามออกดังนี้

3.2.3.1 กรอบแนวคิดด้านการเพิ่มทางเลือกช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ตามกรอบแนวคิดของ ภูตินันท์ อติทิพ ยางกูร.2555 ดังนี้ การจัดจำหน่ายสินค้าปัจจุบันนี้ได้รับความนิยมเป็นอย่างมากโดยเฉพาะอย่างยิ่งการจำหน่ายสินค้าผ่านทางออนไลน์ก็ถือเป็นการจัดจำหน่ายทางอ้อมอีกอย่างหนึ่งด้วยเพราะ ผู้ขายหรือในนามของตัวแทนนั้นรับสินค้าจากผู้ผลิตอีกทีหนึ่งก่อนที่จะส่งไปยังผู้บริโภคทำให้ต้องผ่านตัวกลางสินค้าที่เป็นเครือข่ายออนไลน์นั้นก็ทำให้ลูกค้าสนใจเพราะลูกค้าสามารถที่จะเลือกซื้ออะไรก็ได้โดยไม่ต้องจำเป็นต้องไปยังสถานที่เหล่านั้น เช่น เฟสบุ๊ค อินสตราแกรม และหน้าเว็บไซต์ เป็นต้น

1.3.3.2 กรอบแนวคิดด้านการเพิ่มทางเลือกช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี (อ้างอิง วรวิทย์ อึ้งอาภรณ์ 2545: 71-74)

- (1) มีรูปแบบที่เหมาะสม
- (2) ความเหมาะสมของกราฟิกและภาพประกอบส่งเสริมเนื้อหา
- (3) พื้นທີ່ทั้งหมดใช้อย่างมีประสิทธิภาพ
- (4) เนื้อหาที่น่าสนใจเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค
- (5) ข้อมูลครบถ้วนชัดเจน

โดยแบบประเมินเป็นแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนน้ำหนักตัวเลือก 5 ระดับ โดยที่มีค่าเฉลี่ยเลขคณิตดังนี้

- | | | |
|-----------|---------|-------------------------|
| 4.50-5.00 | หมายถึง | เห็นด้วยระดับมากที่สุด |
| 3.50-4.49 | หมายถึง | เห็นด้วยระดับมาก |
| 2.50-3.49 | หมายถึง | เห็นด้วยระดับปานกลาง |
| 1.50-2.49 | หมายถึง | เห็นด้วยระดับน้อย |
| 1.00-1.49 | หมายถึง | เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด |

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 3 แบบสัมภาษณ์แบบปลายเปิด (Open-ended questionnaires) และข้อเสนอแนะเพิ่มเติมใช้เกณฑ์คะแนนจากการแบ่งเกณฑ์คะแนนตามการแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ย (ประคองกรรมสูตร. 2542)

3.2.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการหา IOC (Index of Item – Objective Congruence) หรือความเที่ยงตรงของแบบสอบทั้ง 3 ชุดเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบหาความเที่ยงตรงโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านได้แก่

1) รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา บุญศักดิ์

อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2) รองศาสตราจารย์ ดร.บุญจันทร์ สีสันต์

อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา คิตดี

อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

โดยจะมีเกณฑ์การพิจารณาถึงความเห็นและให้คะแนนดังนี้
+1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามเป็นตัวแทนในลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น

0 หมายถึง เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามเป็นลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนี้

-1 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามไม่เป็นตัวตัวแทนในลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น

3.2.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2.5.1 ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบใบปลิว โบรชัวร์ และ โปสเตอร์ นำไปประเมินผลเสนอต้นแบบต่อที่ปรึกษาและนำมาปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำเพื่อนำไปประเมินผลด้านออนไลน์

3.2.5.2 ผู้วิจัยนำแบบสื่อสิ่งพิมพ์ได้แก่ ใบปลิว โบรชัวร์ และ โปสเตอร์ สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี มาประเมินผลออนไลน์ จำนวนผู้บริโภครวม 20 คน มาทำการวิเคราะห์และสรุปผล เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

3.2.6 สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

3.2.6.1 สูตรค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean)

$$\text{สูตร} \quad \bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{x}	แทน	ค่าเฉลี่ย
$\sum x$	แทน	ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด
n	แทน	จำนวนข้อมูล

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.2.6.2 สูตรความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.)

$$\text{สูตร} \quad \text{S.D.} = \frac{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2}}{n(n-1)}$$

เมื่อ S.D.	แทน	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
\bar{x}	แทน	คะแนนแต่ละในกลุ่มตัวอย่าง
$n - 1$	แทน	จำนวนตัวแปรอิสระ
n	แทน	ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
$(\sum x)^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
$\sum x^2$	แทน	ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

3.2.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการประเมินโดยผู้บริโภครวม 20 คน โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์ออกเป็นดังนี้

3.2.7.1 วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปเพื่อการพัฒนาทางเลือกและช่องทางในการจำหน่ายสินค้าและประชาสัมพันธ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

3.2.7.2 วิเคราะห์ข้อมูลการประเมินผลเพื่อหาแบบสื่อสิ่งพิมพ์ผลิตต้นแบบชิ้นงานจากอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้บริโภคจำนวน 20 คน โดยวิเคราะห์ผลเป็นเชิงปริมาณหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{x}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบการบรรยายผลโดยใช้หลักเกณฑ์การวิเคราะห์ เพื่อหาค่าเฉลี่ยดังนี้

เกณฑ์การวิเคราะห์ เพื่อหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต

4.51 - 5.00 หมายถึงมีความเหมาะสมมากที่สุด

3.51 - 4.50 หมายถึงมีความเหมาะสมมาก

2.51 - 3.50 หมายถึงมีความเหมาะสมปานกลาง

1.51 - 2.50 หมายถึงมีความเหมาะสมน้อย

1.00 - 1.50 หมายถึงมีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

ใช้เกณฑ์คะแนนจากการแบ่งเกณฑ์คะแนนตามการแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ย (ประกอบกรณีสูตร. 2542)

3.4 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

3.4.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

(1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

(1.1) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

(2) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง จำนวน 3 ชุด การบันทึกเสียงถ่ายภาพและจดบันทึก

(3) การสร้างเครื่องมือ ได้แก่ ศึกษาข้อมูลและเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสร้างแบบ สัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับสถานภาพของผู้บริโภค

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์เกี่ยวกับรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัด นนทบุรี

3.4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการทดสอบประสิทธิภาพบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ที่ผ่านการ ประเมินแบบร่าง และแบบประเมินผล วิธีการการสังเกตแบบมีส่วนร่วม พร้อมทั้งการบันทึกข้อมูลแบบ บันทึกภาพทั้งแบบ ภาพถ่าย และ VDO เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลด้านประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์

3.4.3 การสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยผู้วิจัยได้แบ่งแบบ สอบถามเพื่อประเมินประสิทธิภาพเป็นดังนี้

แบบสอบถามชุดที่ 1 แบบสอบถามด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าบรรจุภัณฑ์ของ ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยแบ่งข้อมูลแบบสอบถามออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้บริโภค

ตอนที่ 2 แบบประเมินเพื่อหาประสิทธิภาพการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

โดยเกณฑ์คะแนนในการประเมินคำถามในตอนที่ 2 ของชุดคำถามตอนที่ 1-3 จะเป็นแบบ ประเมินแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) ได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนน้ำหนักตัวเลือก 5 ระดับ ดังนี้

5 คะแนน หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับดีมาก

4 คะแนน หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับดี

3 คะแนน หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับปานกลาง

2 คะแนน หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับน้อย

1 คะแนน หมายถึง มีความเห็นอยู่ในระดับน้อยมาก

ส่วนเกณฑ์การประเมินคำถามในตอนที่ 2 ของชุดที่ 4 จะใช้หลักเกณฑ์การเก็บผลทดสอบ จากการบันทึก โดยผู้วิจัยเป็นผู้จัดบันทึกผลของบรรจุภัณฑ์และการเผยแพร่บนโลกออนไลน์

3.4.4 การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือด้วยวิธีการหา IOC (Index of Item – Objective Congruence) หรือความเที่ยงตรงของแบบสอบทั้ง 3 ชุดเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่านตรวจสอบหาความเที่ยงตรงโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ได้แก่

1) รองศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา บุญศักดิ์

อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

2) รองศาสตราจารย์ ดร.บุญจันทร์ สีสันต์

อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- 3) ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤษณา คิตดี
 อาจารย์ประจำภาควิชาครุศาสตร์อุตสาหกรรม
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
 โดยจะมีเกณฑ์การพิจารณาถึงความเห็นและให้คะแนนดังนี้
 +1 หมายถึง แน่ใจว่าข้อคำถามเป็นตัวแทนในลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น
 0 หมายถึง เมื่อไม่แน่ใจว่าข้อคำถามเป็นลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนี้
 -1 หมายถึง ไม่แน่ใจว่าข้อคำถามไม่เป็นตัวแทนในลักษณะเฉพาะกลุ่มพฤติกรรมนั้น

3.4.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

- 3.3.5.1 ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบประเมินการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จากบัณฑิตศึกษาคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ถึงผู้ทรงคุณด้านการออกแบบ ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตภัณฑ์จักรอุตสาหกรรม
- 3.3.5.2 ผู้วิจัยติดต่อกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการเลือกแบบเจาะจงเพื่อชี้แจงเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและขอความอนุเคราะห์ในการประเมินผลการใช้งานบรรจุภัณฑ์
- 3.3.5.3 ผู้วิจัยทำการส่งต้นแบบบรรจุภัณฑ์ แบบประเมินผลของผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เชี่ยวชาญเพื่อหาความพึงใจของผู้บริโภค ทั้งนี้ผู้วิจัยจะเก็บข้อมูลด้วยตนเอง
- 3.3.5.4 นำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ออกจำหน่ายและ โพรโมทเผยแพร่สินค้าผลิตภัณฑ์ ใช้วิธีการแบบสัมภาษณ์บันทึก ส่วนผู้วิจัยเป็นผู้สังเกตการใช้งานของอุปกรณ์ต้นแบบ โดยเก็บข้อมูลด้วยตนเอง

3.4.6 สถิติที่ใช้ในงานวิจัย

3.3.6.1 สูตรค่าเฉลี่ยเลขคณิต (Arithmetic mean)

สูตร
$$\bar{x} = \frac{\sum x}{n}$$

เมื่อ \bar{x} แทน ค่าเฉลี่ย
 $\sum x$ แทน ผลรวมของข้อมูลทั้งหมด
 n แทน จำนวนข้อมูล

3.2.6.2 สูตรความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation หรือ S.D.)

สูตร
$$S.D. = \frac{\sqrt{n \sum x^2 - (\sum x)^2}}{n(n-1)}$$

เมื่อ S.D. แทน ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
 x แทน คะแนนแต่ละในกลุ่มตัวอย่าง
 $n - 1$ แทน จำนวนตัวแปรอิสระ
 n แทน ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง
 $(\sum x)^2$ แทน ผลรวมของคะแนนทั้งหมดยกกำลังสอง
 $\sum x^2$ แทน ผลรวมของคะแนนแต่ละตัวยกกำลังสอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.4.7 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ใช้วิธีการสถิติมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลหาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยแบ่งขั้นตอนการวิเคราะห์ออกเป็นดังนี้

การวิเคราะห์อุปกรณ์เพื่อหาประสิทธิภาพของคุณภาพบรรจุภัณฑ์ โดยใช้สถิติโดยวิเคราะห์ผลเป็นเชิงปริมาณ หาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{x}) และ คาสวนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบการบรรยายผล โดยใช้หลักเกณฑ์การวิเคราะห์ เพื่อหาค่าเฉลี่ย ดังนี้

เกณฑ์การวิเคราะห์ เพื่อหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต

4.51 - 5.00 หมายถึง มีความเหมาะสมมากที่สุด

3.51 - 4.50 หมายถึง มีความเหมาะสมมาก

2.51 - 3.50 หมายถึง มีความเหมาะสมปานกลาง

1.51 - 2.50 หมายถึง มีความเหมาะสมน้อย

1.00 - 1.50 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

ใช้เกณฑ์คะแนนจากการแบ่งเกณฑ์คะแนนตามการแบ่งช่วงคะแนนเฉลี่ย

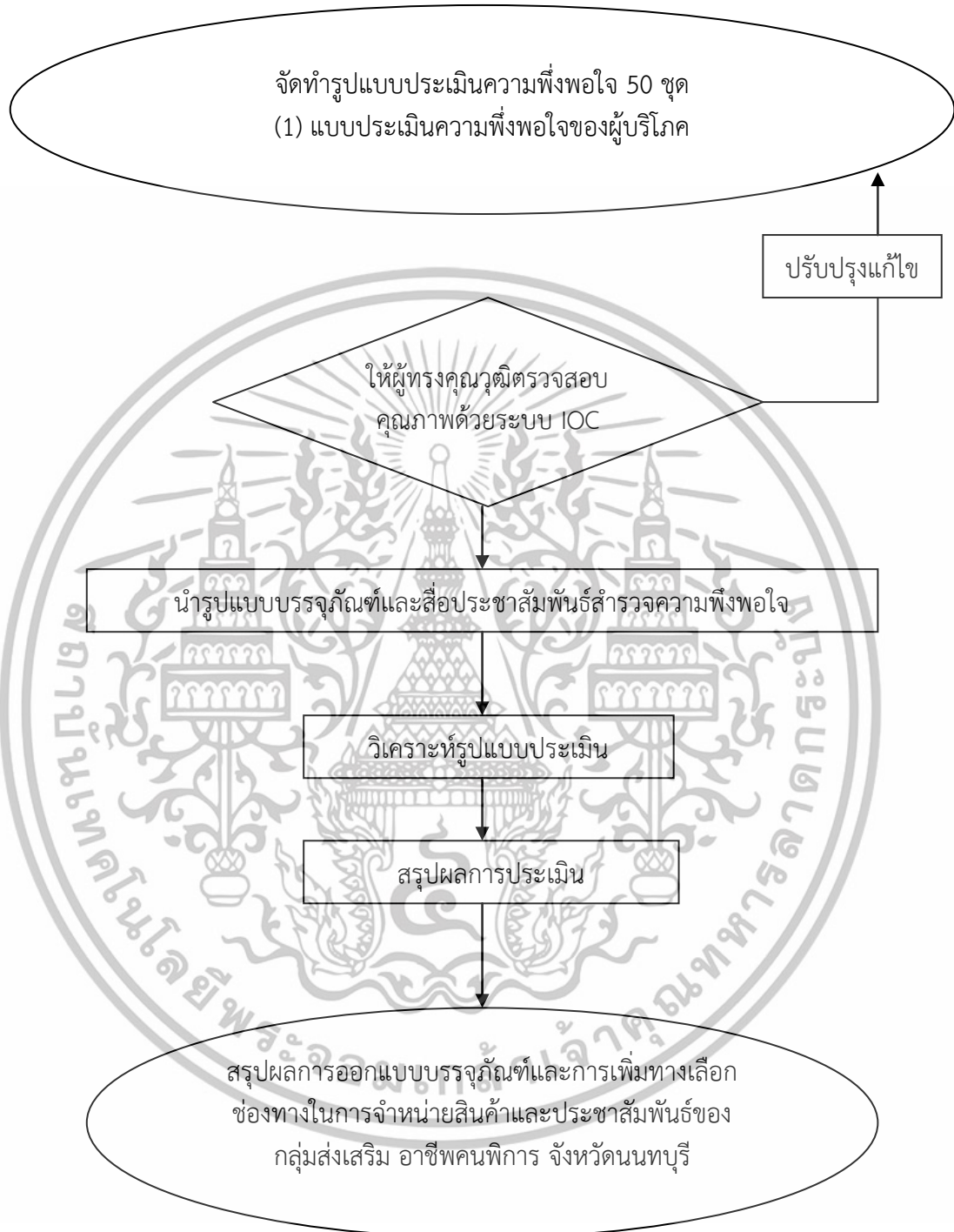
(ประคอง กรรณสูตร, 2542)

ส่วนที่ 2 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูล ความพึงพอใจบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และสื่อประชาสัมพันธ์ โดยแบ่งขั้นตอนการวิเคราะห์ออกเป็นดังนี้

1) พฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์

2) สื่อประชาสัมพันธ์ได้รับการตอบรับจากผู้บริโภค

ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์ส่งเสริมวิชาชีพจังหวัดนนทบุรี



ภาพที่ 3.3 ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการนำเสนอสื่อประชาสัมพันธ์ของศูนย์ส่งเสริมวิชาชีพจังหวัดนนทบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี โดยผู้วิจัยจำแนกผลการศึกษาข้อมูลและผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์กระเป๋า

4.1.2 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า

4.1.3 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์สินค้าเบ็ดเตล็ด

4.2 ผลการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

4.2.1 ผลการวิเคราะห์การออกแบบโลโก้

4.2.2 ผลการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์

4.3 ผลการวิเคราะห์ทางเลือกช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์

4.3.1 สื่อประชาสัมพันธ์ เช่น โบวัวร์, พิมพ์ใบปลิว

4.3.2 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์


4.4 ผลการวิเคราะห์เพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

4.4.1 ผลการวิเคราะห์ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

4.1 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

4.1.1 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์จากศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ

ตารางที่ 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์กลุ่มสินค้าประเภทกระเป๋า

รายการ	ขนาด	ราคา	รายละเอียดสินค้า
1. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 1 	6.5x20 เซนติเมตร	50 บาท	ซองชิปเกลียว เอนกประสงค์มีชิป






เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	ขนาด	ราคา	รายละเอียดสินค้า
2. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 2 	7x12 เซนติเมตร	50 บาท	ซองเอนกประสงค์ ซองบุ๊กแบงค์
3. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 3 	25x31 เซนติเมตร	70 บาท	กระเป๋าผ้าขาม้ามีซิป ใน ใบเล็ก
4. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 4 	10x21 เซนติเมตร	70 บาท	กระเป๋าถือหูหิ้ว เล็ก/ใหญ่
5. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 5 	8x13 เซนติเมตร	100 บาท	กระเป๋าใส่ปากกา 2 ช่อง (ติดซิป)
6. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 6 	20x32 เซนติเมตร	80 บาท	กระเป๋าย่อม






เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	ขนาด	ราคา	รายละเอียดสินค้า
7. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 7 	24x28 เซนติเมตร	100 บาท	กระเป๋าผ้าแคนวาส ติดกระดุม ผ้า 600 ดี แต่งช่องผ้าขาวม้า 6 ช่อง ซิปในตัว ผ้าขาวม้า
8. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 8 	20 x24 เซนติเมตร	100 บาท	กระเป๋าถือหูหิ้ว พองน้ำ ติดซิป
9. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 9 	22x34 เซนติเมตร	150 บาท	กระเป๋าผ้าแคนวาส เคลือบ ติดซิป สามารถ ใส่เอกสารขนาด A4 ได้
10. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 10 	14x22 เซนติเมตร	150 บาท	กระเป๋าสี่เหลี่ยม พองน้ำ
11. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 11 	12x20 เซนติเมตร	50 บาท	กระเป๋าผ้าขาวม้า ไบ เล็ก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	ขนาด	ราคา	รายละเอียดสินค้า
12. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 12 	20x20 เซนติเมตร	70 บาท	กระเป๋าขยายข้าง ตีนตุ๊กแก
13. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 13 	26 x26 เซนติเมตร	70 บาท	กระเป๋าผ้าขาม้ากุ้น ขอบ ติดตีนตุ๊กแกอัด ผ้ากาว
14. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 14 	8x12 เซนติเมตร	69 บาท	กระเป๋าเครื่องสำอางค์ หูหิ้ว
15. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 15 	16x20 เซนติเมตร	159 บาท	กระเป๋าสะพายสาย ยาว
16. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 16 	9x21 เซนติเมตร	100 บาท	กระเป๋า 3 ซิป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

รายการ	ขนาด	ราคา	รายละเอียดสินค้า
17. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 17 	13x 21 เซนติเมตร	150 บาท	กระเป๋าเอกสาร ผ้าขาวม้า สาย ธรรมดา
18. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 18 	21x 28 เซนติเมตร	150 บาท	กระเป๋าผ้ากระสอบ แต่งผ้าขาวม้า ติด ตีนตุ๊กแก
19. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 19 	24x 36 เซนติเมตร	160 บาท	กระเป๋าผ้า ลิปสติก ติดซิปป ขยายข้าง
20. สินค้ากระเป๋า แบบที่ 20 	38x46 เซนติเมตร	200 บาท	กระเป๋าใส่เอกสารผ้า ซาติน

จากตารางที่ 4.1 พบว่าผลิตภัณฑ์กระเป๋าที่ผลิตจากศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ วัสดุหลักที่ใช้ส่วนใหญ่ทำมาจากผ้า ได้แก่ ผ้าดิบฟอกขาว ผ้ามัดย้อม และ ผ้าฝ้าย และ ผ้าดิบแคนวาส ผ้ามัดย้อมก็จะผ่านการย้อมสีมาแล้ว มีสีให้เลือกหลายเฉด และมีความหนาให้เลือกหลายขนาด โดยมีหน่วยวัดความหนาเป็นออนซ์ (ounce) วัสดุประเภทนี้จะค่อนข้างหนา ไม่ขาดง่าย วัสดุรวมที่ใช้ คือ ฟองน้ำ ซิปโค้ง แผ่นรองกันกระเป๋า และผลิตจากผ้า 600D ติดตีนตุ๊กแก สรุปผลด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าจากการสำรวจและสัมภาษณ์ข้อมูลจากกลุ่มศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีจำนวน 10 ท่าน แบบที่เลือกคือ สินค้าแบบกระเป๋าแบบที่ 17 จุดเด่นเป็นสินค้าที่ขายดี มีหลากหลายการใช้สีที่โดดเด่นเป็นที่นิยมของกลุ่มผู้บริโภคช่วงอายุ 20-30 ปี และ กลุ่มนักศึกษาจุดต่อของผลิตภัณฑ์คือ ผลิตภัณฑ์กระเป๋าหมักเป็นที่นิยมของกลุ่มวัยรุ่นซึ่งเป็นของขวัญหรือของฝาก ตัวผลิตภัณฑ์ยังไม่มีบรรจุ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภัณฑ์ด้านการทอห่มทำให้ผลิตภัณฑ์เป็นสินค้าที่ราคาไม่แพงและเกินการปนเปื้อนจากฝุ่นละอองหรือน้ำค้างนั้น ผู้วิจัยจึงเลือกผลิตภัณฑ์กระเป่าแบบที่ 25 มาทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อกระตุ้นยอดขายและเพิ่มราคาตัวสินค้าให้มีมูลค่ามากขึ้น โดยสอดคล้องกับ อารี สุทธิพันธุ์ 2551 กล่าวว่า มาใช้ในด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยการออกแบบที่มีคุณค่าต้องมาจากหลักการออกแบบที่ดี ซึ่งผู้ทำงานเกี่ยวข้องกับการออกแบบนั้นควรพิจารณาอยู่เสมอในการสร้างสรรค์ผลงานยึดหลักการ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดนนทบุรี

(1) ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีองค์ประกอบชัดเจน ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน รูปแบบมีสัดส่วนที่ดีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ กราฟิกสวยงามมีการตกแต่งพอดีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และมีความสวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมและการสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจน

(2) ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้

(3) ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ ความเป็นไปได้ในการใช้งาน การนำไปใช้เพื่อส่งเสริมการขาย ใช้ได้นาน เหมาะสมกับยุคทุกสมัย เข้าใจง่าย และมีความคุ้มค่า

(4) ด้านอำนวยความสะดวก บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้ ใช้งานง่าย เปิด-ปิดสะดวก





(5) ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย รูปแบบน่าสนใจ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นที่จดจำของผู้บริโภค ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีความทันสมัย สวยงาม มีเอกลักษณ์ผู้บริโภครู้จักได้ง่าย

ตารางที่ 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์กลุ่มสินค้าประเภทเสื้อผ้า


รายการ	ขนาด	ราคา	รายละเอียดสินค้า
1. สินค้าเสื้อแบบที่ 1 	SIZE S รอบอก 80 ชม. (32 นิ้ว) เอว 65 ชม. (26 นิ้ว) สะโพก 85 ซม. (34 นิ้ว) SIZE M รอบอก 85 ชม. (34 นิ้ว) เอว 70 ชม. (28 นิ้ว) สะโพก 90 ซม. (36 นิ้ว) SIZE L รอบอก 90 ชม. (36 นิ้ว) เอว 75 ชม. (30 นิ้ว) สะโพก 95 ซม. (38 นิ้ว)	259 บาท	เสื้อผ้าฝ้าย ลักษณะ เสื้อป้าย กระดุมกระดิ่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.2 (ต่อ)

รายการ	ขนาด	ราคา	รายละเอียดสินค้า
2. สินค้าเสื้อผ้า แบบที่ 2 	SIZE S รอบอก 80 ซม. (32 นิ้ว) เอว 65 ซม. (26 นิ้ว) สะโพก 85 ซม. (34 นิ้ว) SIZE M รอบอก 85 ซม. (34 นิ้ว) เอว 70 ซม. (28 นิ้ว) สะโพก 90 ซม. (36 นิ้ว) SIZE L รอบอก 90 ซม. (36 นิ้ว) เอว 75 ซม. (30 นิ้ว) สะโพก 95 ซม. (38 นิ้ว)	189 บาท	ชุดผ้าฝ้าย แขนกุด คอกกลม
3. สินค้าเสื้อผ้า แบบที่ 3 	SIZE S รอบอก 80 ซม. (32 นิ้ว) เอว 65 ซม. (26 นิ้ว) สะโพก 85 ซม. (34 นิ้ว) SIZE M รอบอก 85 ซม. (34 นิ้ว) เอว 70 ซม. (28 นิ้ว) สะโพก 90 ซม. (36 นิ้ว) SIZE L รอบอก 90 ซม. (36 นิ้ว) เอว 75 ซม. (30 นิ้ว)	350 บาท	เสื้อผ้าฝ้าย ลักษณะ ผูกโบว์
4. สินค้าเสื้อผ้า แบบที่ 4 	SIZE S รอบอก 70 ซม. (32 นิ้ว) เอว 65 ซม. (26 นิ้ว) SIZE M รอบอก 75 ซม. (34 นิ้ว) เอว 70 ซม. (28 นิ้ว) SIZE L รอบอก 80 ซม. (36 นิ้ว) เอว 75 ซม. (30 นิ้ว)	200 บาท	เสื้อแขนกุด ลายตาราง ทำมาจากผ้าฝ้าย
5. สินค้าเสื้อผ้า แบบที่ 5 	โปรงทรงยาว นิ้ว 26 รอบเอว 27-25 สะโพก 33-31	190 บาท	กระโปรง ป้าย แบบผูกเอว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. สินค้าเสื้อผ้า แบบที่ 6 	SIZE S รอบอก 80 ซม. (32 นิ้ว) เอว 65 ซม. (26 นิ้ว) SIZE M รอบอก 75 ซม. (34 นิ้ว) เอว 90 ซม. (28 นิ้ว) SIZE L รอบอก 95 ซม. (36 นิ้ว) เอว 75 ซม. (30 นิ้ว)	300 บาท	เสื้อผ้าขาวม้า
---	---	---------	----------------

จากตารางที่ 4.2 สรุปผลการออกแบบผลิตภัณฑ์เสื้อจากการสำรวจและสัมภาษณ์ข้อมูลจากกลุ่มศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีจำนวน 10 ท่าน พบว่าผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าที่ผลิตจากศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการวัสดุหลักที่ใช้ส่วนใหญ่ทำมาจากผ้า ได้แก่ ผ้ามัดย้อมและผ้าฝ้าย จุดเด่นของผลิตภัณฑ์เสื้อผ้าคือเป็นเสื้อที่ทำมาจากผ้าฝ้ายธรรมชาติมีการใส่ลวดลายที่โดดเด่น ลูกค้ายหลักเป็นช่วงอายุ 25-50 ปี ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องผลิตภัณฑ์จากฝุ่นหรือน้ำได้มีความแข็งแรงต่อการขนส่งและแตกต่างจากบรรจุภัณฑ์ตามท้องตลาดสามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดการประทับใจและเกิดการซื้อ โดยทำการออกแบบให้สอดคล้องกับ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยการออกแบบที่มีคุณค่าต้องมาจากหลักการออกแบบที่ดี ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบนั้นควรพิจารณาอยู่เสมอในการสร้างสรรค์ผลงานยึดหลักการ การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ กระบวนการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดนนทบุรี

(1) ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีองค์ประกอบชัดเจน ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน รูปแบบมีสัดส่วนที่ดีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ กราฟิกลวดลายมีการตกแต่งพอดีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และมีความสวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมและการสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจน

(2) ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้

(3) ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ ความเป็นไปได้ในการใช้งาน การนำไปใช้เพื่อส่งเสริมการขาย ใช้ได้นาน เหมาะสมกับยุคทุกสมัย เข้าใจง่าย และมีความคุ้มค่า

(4) ด้านอำนวยความสะดวก บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้ ใช้งานง่าย เปิด-ปิดสะดวก

(5) ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย รูปแบบน่าสนใจ ราคาสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นที่จดจำของผู้บริโภค ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีความทันสมัย สวยงาม มีเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย





เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์กลุ่มผลิตภัณฑ์สินค้าประเภท เบ็ดเตล็ดและของชำร่วย

รายการ	ขนาด	ราคา	รายละเอียดสินค้า
1. สินค้าเบ็ดเตล็ดแบบที่ 1 	30x45 เซนติเมตร	50 บาท	ปลอกหมอนอิง
2. สินค้าเบ็ดเตล็ดแบบที่ 2 	10x20 เซนติเมตร	45 บาท	กระเป๋ารูปทรงปิศาจ
3. สินค้าเบ็ดเตล็ดแบบที่ 3 	8x18 เซนติเมตร	35 บาท	ถุงหูรูดใบเล็ก
4. สินค้าเบ็ดเตล็ดแบบที่ 4 	8x20 เซนติเมตร	70 บาท	ผ้าเช็ดมือ
5. สินค้าเบ็ดเตล็ดแบบที่ 5 	14x24 เซนติเมตร	35 บาท	ซองใส่ทิชชู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.3 (ต่อ)

รายการ	ขนาด	ราคา	รายละเอียดสินค้า
6. สินค้าเบ็ดเตล็ดแบบที่ 6 	14x24เซนติเมตร	59 บาท	กล่องทิชชูใหญ่ บุฟองน้ำ
7. สินค้าเบ็ดเตล็ดแบบที่ 7 	50x100 เซนติเมตร	150 บาท	ผ้าขาวม้าลายตาราง
8. สินค้าเบ็ดเตล็ดแบบที่ 8 	48x60 เซนติเมตร	89 บาท	ผ้ากันเปื้อนลายตาราง
9. สินค้าเบ็ดเตล็ดแบบที่ 9 	50x 120เซนติเมตร	120 บาท	ผ้าพันคอ สวดลาย ตาราง
10. สินค้าเบ็ดเตล็ดแบบที่10 	8x 34 เซนติเมตร	120 บาท	เนคไทลายขาวดำ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.3 สรุปผลด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์สินค้าเบ็ดเตล็ดจากการสำรวจและสัมภาษณ์ข้อมูลจากกลุ่มศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีจำนวน 10 ท่าน แบบที่เลือกคือ สินค้าเบ็ดเตล็ดแบบที่ 9 สินค้าเบ็ดเตล็ดแบบที่ 10 และ สินค้าเบ็ดเตล็ดแบบที่ 12 กลุ่มสินค้าเบ็ดเตล็ดเป็นกลุ่มสินค้าหลักที่จำหน่ายของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการและเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค ผู้วิจัยได้สรุปผลด้านการออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ในรูปแบบกล่องสามารถเปิดปิดได้สะดวก สอดคล้องด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีโดยการออกแบบที่มีคุณค่าต้องมาจากหลักการออกแบบที่ดี ซึ่งผู้ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบนั้นควรพิจารณาอยู่เสมอในการสร้างสรรค์ผลงานยึดหลักการ การออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ กระบวนการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ จังหวัดนนทบุรี

(1) ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีองค์ประกอบชัดเจน ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน รูปแบบมีสัดส่วนที่ดีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ กราฟิกสวยงามมีการตกแต่งพอดีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และมีความสวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมและการสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจน


(2) ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศ มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้

(3) ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ ความเป็นไปได้ในการใช้งาน การนำไปใช้เพื่อส่งเสริมการขาย ใช้ได้นาน เหมาะสมกับยุคทุกสมัย เข้าใจง่าย และมีความคุ้มค่า

(4) ด้านอำนวยความสะดวก บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้ ใช้งานง่าย เปิด-ปิดสะดวก





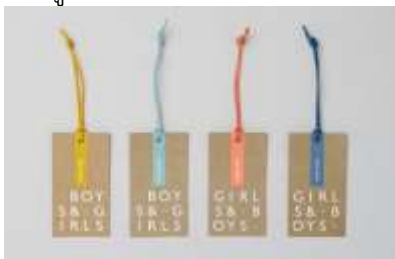
(5) ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย รูปแบบน่าสนใจ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นที่จดจำของผู้บริโภค ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีความทันสมัย สวยงาม มีเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย

ตารางที่ 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์การเลือกผลิตภัณฑ์จากการสำรวจจากพนักงานศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีดังนี้

รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
รูปแบบผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญแบบที่ 1 	- สามารถซื้อเป็นของขวัญหรือของฝากมอบให้ในโอกาสงานต่างๆ - เพิ่มมูลค่าให้สินค้ามีราคาที่สูงขึ้นสร้างรายได้เพิ่มมากขึ้น	- มีผลิตภัณฑ์หลายประเภททำให้ผู้บริโภคอยากสับเปลี่ยนสินค้าด้านใน - ราคาสูง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
รูปแบบผลิตภัณฑ์กระเป๋าแบบที่ 2 	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้าเป็นสินค้าขายดีในกลุ่มประเภทกระเป๋า - เหมาะสมกับการใส่บรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์เปื้อนปูนหรือน้ำได้ง่าย
รูปแบบผลิตภัณฑ์เสื้อแบบที่ 3 	<ul style="list-style-type: none"> - สินค้าเป็นสินค้าที่นิยมซื้อเป็นของฝากการมีบรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มจึงเหมาะกับผลิตภัณฑ์เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์เปื้อนปูนหรือน้ำได้ง่าย - ผลิตภัณฑ์ห่อหุ้มด้วยถุงพลาสติกทำให้มีราคาที่ไม่แพง ไม่เป็นที่สนใจของผู้บริโภค
รูปแบบผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอแบบที่ 5 	<ul style="list-style-type: none"> - มีลวดลายที่โดดเด่น - เป็นสินค้าที่ได้รับความนิยม - บรรจุภัณฑ์สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับตัวผลิตภัณฑ์ได้ 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์เปื้อนปูนหรือน้ำได้ง่าย
รูปแบบผลิตภัณฑ์กล่องใส่ทิชชูแบบตั้งโต๊ะแบบที่ 6 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์เป็นที่นิยมของกลุ่มผู้บริโภค - มีลวดลายที่โดดเด่น - รูปทรงกระทัดรัด 	<ul style="list-style-type: none"> - ผลิตภัณฑ์เปื้อนปูนหรือน้ำได้ง่าย
รูปแบบแท็กสินค้าแบบที่ 7 	<ul style="list-style-type: none"> - การเพิ่มแท็กสินค้าให้กับผลิตภัณฑ์เป็นตัวช่วยบอกข้อมูลผลิตภัณฑ์แทนการพูดได้ และมีตราสินค้าหรือข้อมูลติดต่อเพื่อให้ผู้บริโภคที่อยากซื้อซ้ำมีช่องทางการติดต่อที่สะดวก 	<ul style="list-style-type: none"> - ฉีกขาดง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.4 (ต่อ)

รายการ	จุดเด่น	จุดด้อย
รูปแบบถุงใส่ผลิตภัณฑ์แบบที่ 9 	<ul style="list-style-type: none"> - ถุงบรรจุภัณฑ์กระดาษสามารถใส่ผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้ามาซื้อช่วยให้เกิดความประทับใจในการซื้อ - ราคาต้นทุนต่ำ - เก็บใช้ได้หลายครั้ง 	<ul style="list-style-type: none"> - ฉีกขาดได้ง่าย - ไม่กันน้ำ
รูปแบบชั้นวางสินค้าสำหรับออกบูทแบบที่ 10 	<ul style="list-style-type: none"> - การจัดวางเป็นระเบียบมากขึ้น - ง่ายต่อการหยิบจับ - เป็นที่ที่น่าสนใจของผู้บริโภค - มีพื้นที่วางสินค้าเยอะขึ้น 	<ul style="list-style-type: none"> - การติดตั้งจัดเก็บต้องใช้คนจำนวน 2 คนขึ้นไป - ชูจุดได้ง่าย

4.2 ผลการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

4.2.1 ผลการวิเคราะห์ตราของบรรจุภัณฑ์หรือแบรนด์ (Brand)

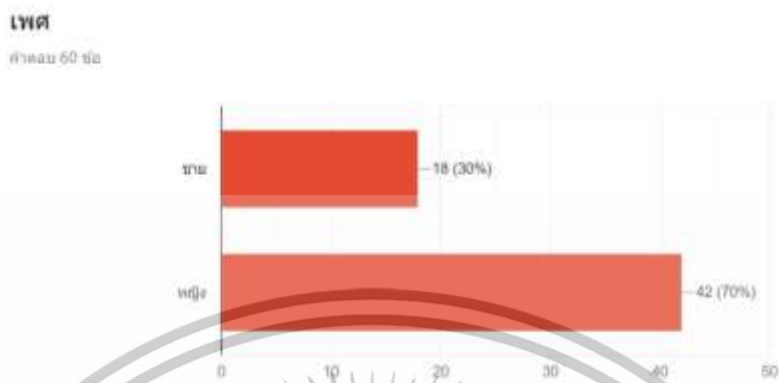


ภาพที่ 4.1 แสดงรูปแบบตราสินค้าเดิม

ผลวิเคราะห์รูปภาพที่ 4.1 รูปแบบ Logo แบบเดิม รูปแบบโลโก้เดิมของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี คำว่า Mind Factory คือ การผลิตที่เป็นระบบโรงงาน Mind นั้นใช้แทนการที่พนักงานผลิตสินค้าออกมาด้วยใจ เป็นตัวแทนของสินค้าที่มีคุณภาพ เพราะการทำขึ้นด้วยใจ คุณภาพสินค้าที่ออกมานั้นจะออกมาอย่างมีคุณภาพ ตราสินค้าเป็นรูปร่างบาร์โค้ด แทนการผลิตแบบอุตสาหกรรม โดยมีการแทรกสัญลักษณ์คนพิการประเภทต่างๆประกอบอยู่ในโลโก้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.2 ผลการประเมินการเลือกตราของบรรจุภัณฑ์หรือแบรนด์ (Brand) โดยสุ่มตัวอย่าง จากกลุ่มผู้บริโภคมาทั้งหมด 60 คน ดังนี้



ภาพที่ 4.2 แสดงสถานภาพทางเพศ

จากรูปภาพที่ 4.2 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค 62 คน เพศชายจำนวน 18 คน 30 % เพศหญิง 42 คน 70%



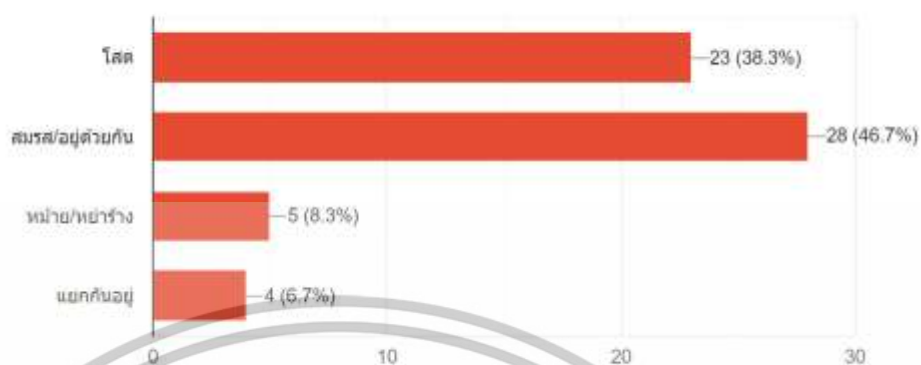
ภาพที่ 4.3 แสดงสถานภาพอายุ

จากรูปภาพที่ 4.3 พบว่า กลุ่มผู้บริโภควัย 10-20 ปี จำนวน 6 คน 10% กลุ่มผู้บริโภควัย 20-40 ปี 25 คน 41.7% กลุ่มผู้บริโภควัย 40-60 จำนวน 25 คน 41.7% และ กลุ่มผู้บริโภควัย 60-80 จำนวน 4 คน 6.7%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถานภาพ

คำตอบ 60 ข้อ



ภาพที่ 4.4 ภาพแสดงสถานภาพ

จากรูปภาพที่ 4.4 พบว่า สถานภาพ โสด จำนวน 23 คน 38.3% สมรส/อยู่ด้วยกัน 28 คน 49.7% หม้าย/หย่าร้าง 5 คน 8.3% และแยกกันอยู่ 4 คน 6.7%

ระดับการศึกษา

คำตอบ 60 ข้อ



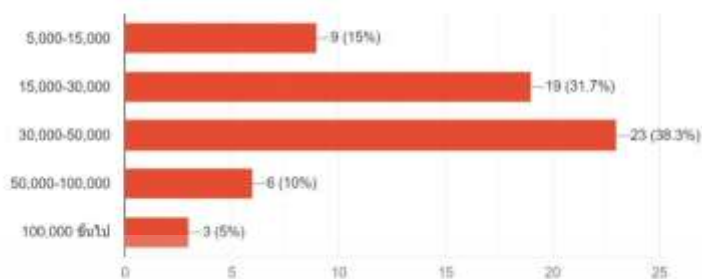
ภาพที่ 4.5 ภาพแสดงระดับการศึกษา

จากรูปภาพที่ 4.5 พบว่า มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 1 คน 1.7% อนุปริญญาหรือเทียบเท่า 6 คน 10% ปริญญาตรี จำนวน 34 คน 56.7% และ สูงกว่าปริญญาตรี 19 คน 31.7%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รายได้ต่อเดือน (บาท)

ค่าตอบ 60 คน



ภาพที่ 4.6 ภาพแสดงรายได้ต่อเดือน (บาท)

จากรูปภาพที่ 4.6 พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ 5,000-15,000 บาท จำนวน 9 คน 15% ผู้บริโภคที่มีรายได้ 15,000-30,000 บาท จำนวน 19 คน 31.7% ผู้บริโภคที่มีรายได้ 30,000-50,000 บาท จำนวน 23 คน 38.3% ผู้บริโภคที่มีรายได้ 50,000-100,000 บาท จำนวน 6 คน 10% ผู้บริโภคที่มีรายได้ 100,000 บาทขึ้นไป จำนวน 3 คน 5%

ตารางที่ 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ตราสินค้าสำหรับผู้ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

ตราของบรรจุภัณฑ์หรือแบรนด์ (Brand)	แนวความคิดในการออกแบบ/Concept
	แบบที่ 1 ตราสินค้ามีความเหมาะสมประสานเอาลายไทยเข้ามาเกี่ยวข้องเพื่อให้สื่อความหมายสินค้าไทยแก่ผู้บริโภคทั้งในไทยและต่างประเทศ
	แบบที่ 2 ตราสินค้าสื่อถึงเอกลักษณ์ของการยืมตราสินค้าสื่อถึงแนวสดใส่ทุกอย่างดูสมูธ เป็นโค้ง มน ทั้งโลโก้ ทำให้ดูไม่แข็ง นอกจากนี้ยังสะท้อนถึงลักษณะของตัวสินค้าได้เป็นอย่างดี
	แบบที่ 3 ตราสินค้าดูมีความเป็นเอกลักษณ์ดูมีความแข็งแรงสื่อถึงสินค้าที่ทำมาจากงานแฮนด์เมดของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี
	แบบที่ 4 ตราสินค้าเข้าถึงง่าย น่าใช้งาน วงกลมไม่มีจุดเริ่มต้นหรือสิ้นสุด เชื่อมต่อความคิดด้วยกัน มันทำให้รู้สึกถึงความสมบูรณ์แบบและครบวงจร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.5 (ต่อ)

ตราของบรรจุภัณฑ์หรือแบรนด์ (Brand)	แนวความคิดในการออกแบบ/Concept
	<p>แบบที่ 5 ตราสินค้ามีความคงเอกลักษณ์ไทย เรียบหรู เส้นที่หนา ทำให้มีความแข็งแรง หนา อุดทน ด้วยความเรียบหรูของตราสินค้าทำให้มีความรู้สึกของควมมีเสถียรภาพ</p>



ภาพที่ 4.7 ภาพแสดงสรุปผลการประเมินเลือก ตราของบรรจุภัณฑ์หรือแบรนด์ (Brand)

สรุปผลการเลือกตราสินค้ารูปภาพที่ 4.7 พบว่า ผู้บริโภคเลือกแบบที่ 1 คิดเป็น 15% ผู้บริโภคเลือกแบบที่ 2 คิดเป็น 10% ผู้บริโภคเลือกแบบที่ 3 คิดเป็น 21.7 % ผู้บริโภคเลือกแบบที่ 4 คิดเป็น 5% และผู้บริโภคเลือกแบบที่ 5 คิดเป็น 50% สรุปผลการเลือกตราสินค้าหรือแบรนด์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีจากการประเมินผลผู้บริโภครวมทั้งหมด 50 คน ผลที่ได้ออกมาเป็นแบบที่ 5

4.2.3 ผลการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์

4.2.3.1 สีที่ใช้ในการออกแบบตราสินค้ากลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

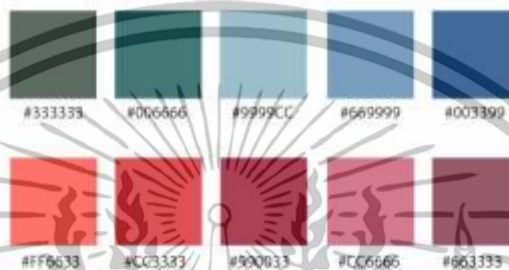


ภาพที่ 4.8 ภาพแสดงกลุ่มโทนสีที่ผลิตภัณฑ์สินค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.9 ภาพแสดงกลุ่มโทนสีหลักผลิตภัณฑ์สินค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

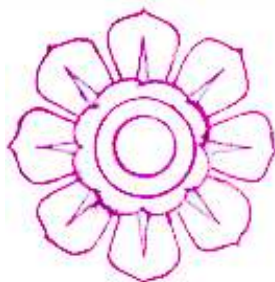


ภาพที่ 4.10 ภาพแสดงกลุ่มโทนสีรองที่ผลิตภัณฑ์สินค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

สรุปผลวิเคราะห์สีที่ใช้ออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า ศึกษาการรวบรวมข้อมูลมาจากผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจากการคัดเลือกสีของพนักงานกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจำนวน 3 ท่าน จึงได้สีที่มีลักษณะโดดเด่น สีที่ได้เป็นสีแดงเลือดหมู หมายถึง เป็นสีหลักของผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า ความเป็นชีวิตชีวา สีให้ความรู้สึกมั่นคง เป็นต้น

4.2.3.2 การวิเคราะห์ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์จากการหาข้อมูลเอกลักษณ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ

ที่มาของลวดลาย สำหรับการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี คือ ดอกนนทรีเป็นดอกไม้ประจำจังหวัดนนทบุรี ก่อกำเนิดของลวดลายบนผลิตภัณฑ์ต่างๆ ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ให้ความหมายเปรียบประดุจทุกคนมีน้ำใจเป็นหนึ่งใจเดียวกัน เปรียบเสมือนความรักสามัคคีไม่ทอดทิ้งกัน ดอกนนทรีเป็นลวดลายหลักที่ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการนำลงมาพิมพ์กับ บนผลิตภัณฑ์ต่างๆของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ เช่น เสื้อผ้า กระเป๋า และหมวก ผู้วิจัยจึงได้นำลวดลายเหล่านี้มาสร้างกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ลวดลายได้บนบรรจุภัณฑ์ได้สอดคล้องกันกับผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี



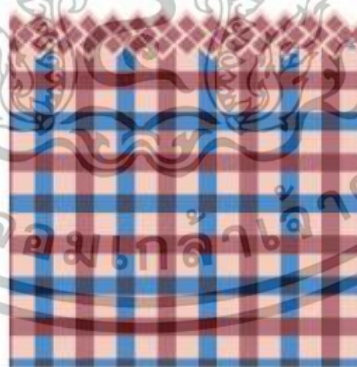
ภาพที่ 4.11 แสดงภาพลวดลายลายใช้เป็นลวดลายของผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 4.12 ดอกนันทรีบ่อเกิดแห่งสายเอกลักษณ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

4.2.3.3 การวิเคราะห์ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4.13 ลวดลายจากผ้าขาวม้าผลิตภัณฑ์จากศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี



ภาพที่ 4.14 ลวดลายจากผ้าขาวม้าผลิตภัณฑ์จากศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกแบบและดีไซน์ Pattern ให้ออกมาเป็นรูปแบบโทนกลางโดยใช้สี โทนหลักและโทนรองจากสีผลิตภัณฑ์จริงมาทำการออกแบบในรูปแบบที่เหมาะสมที่สุดในการนำไปใช้งานและพัฒนาต่อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2.4 ผลการวิเคราะห์การออกแบบป้ายสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

4.2.3.1 ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ป้ายสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีโดยการทำแบบสอบถามออนไลน์จากระบบ Google form สร้างแบบสอบถามออนไลน์โดยคิดการประเมินค่าออกมาเป็นค่าร้อยละดังนี้



ภาพที่ 4.15 แสดงป้ายสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ รูปแบบที่ 1



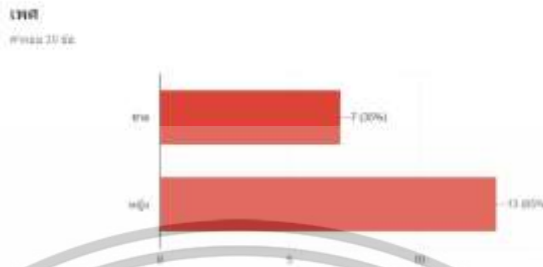
ภาพที่ 4.16 แสดงป้ายสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 4.17 แสดงป้ายสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ รูปแบบที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการประเมินการเลือกป้ายสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดย สุ่มตัวอย่างจากกลุ่มผู้บริโภคมารวม 20 คน ดังนี้

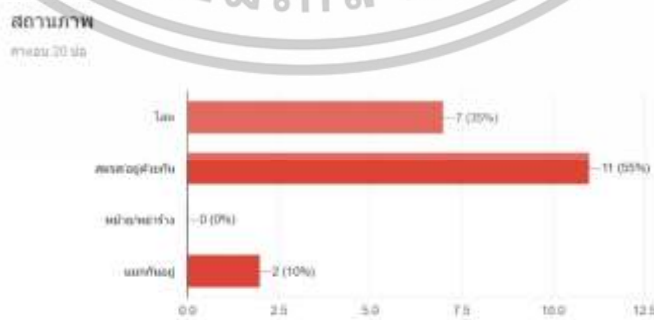


ภาพที่ 4.18 ภาพแสดงสถานภาพเพศ

จากรูปภาพที่ 4.18 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค 20 คน เพศชายจำนวน 7 คน 35 % เพศหญิง 13 คน 65%

ภาพที่ 4.19 ภาพแสดงอายุ

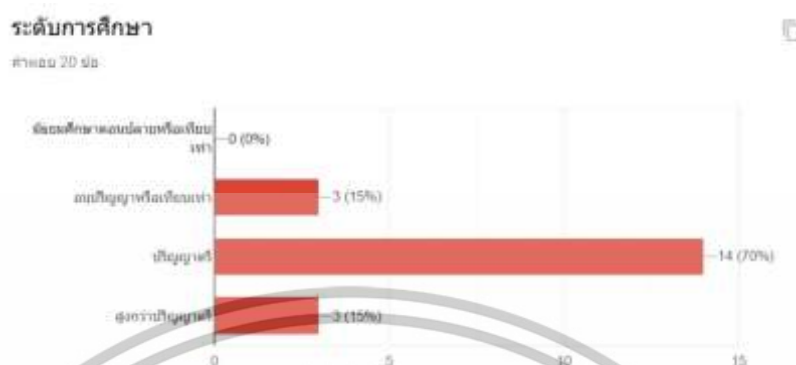
จากรูปภาพที่ 4.19 พบว่า กลุ่มผู้บริโภควัย 20-40 ปี จำนวน 10 คน 50% กลุ่มผู้บริโภควัย 40-60 ปี 10 คน 50% กลุ่มผู้บริโภควัย 60-80 จำนวน 0 คน 0%



ภาพที่ 4.20 ภาพแสดงสถานภาพ (สถานะ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากรูปภาพที่ 4.20 พบว่า สถานภาพ โสด จำนวน 7 คน 35% สมรส/อยู่ด้วยกัน 11 คน 55% แยกกันอยู่ 2 คน 10%



ภาพที่ 4.21 ภาพแสดงระดับการศึกษา

จากรูปภาพที่ 4.21 อนุปริญญาหรือเทียบเท่า 3 คน 15% ปริญญาตรี จำนวน 14 คน 70% และ สูงกว่าปริญญาตรี 3 คน 15%

เลือกแบบตราสินค้าที่คุณชอบมากที่สุด

คำตอบ 20 ข้อ



ภาพที่ 4.22 ภาพแสดงสรุปผลการเลือกป้ายสินค้าจำนวน 20 คน

จากการวิเคราะห์รูปแบบตราสินค้าสำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี จำนวนผู้บริโภครวม 20 คน รูปแบบที่ 1 ได้รับความนิยม 65% รูปแบบที่ 2 ได้รับความนิยม 25% รูปแบบที่ 3 ได้รับความนิยม 10% ผลการเลือกของผู้บริโภคสรุปได้ว่ารูปแบบที่เหมาะสมที่สุดในการนำไปพัฒนาต้นแบบป้ายสินค้าคือรูปแบบที่ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปภาพที่ 4.23 ภาพแสดงรูปแบบตราสินค้ารูปแบบที่ 1

4.3 ผลการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

4.3.1 ผลการวิเคราะห์แบบร่างบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ตารางที่ 4.6 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุดของขวัญ (N=3)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน	4.67	0.58	2.62	0.58	4.00	0.00
1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน	4	0	2.00	0.58	3.67	0.58

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน	4.33	0.58	2.46	1.00	3.00	0.00
1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.67	0.58	2.62	1.00	3.67	0.58
1.6 มีการตกแต่งลดทอนกราฟิกที่เหมาะสม	4.33	0.58	2.46	0.00	3.33	1.15
1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม	4	0	2.00	1.15	3.33	0.58
รวม	4.33	0.38	3.39	0.72	3.50	0.48
ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์						
2.1 มีการป้องกันแรงสัมผัสความชื้นและอากาศ	4.67	0.58	2.62	1.00	4.00	0.00
2.2 มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	4	1	2.50	0.58	3.00	0.00
2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิท	4	1	2.50	0.00	2.67	0.58
รวม	4.20	0.59	3.28	0.69	3.30	0.33
ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์						
3.1 ความเป็นไปได้ในการใช้งาน	4.67	0.58	2.62	0.58	4.00	0.00
3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้	5	0	2.50	0.58	3.67	0.58
3.3 มีความเหมาะสมกับยุคทุกสมัย	4	0	2.00	0.58	3.33	0.58
3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	3.67	0.58	2.12	0.58	3.00	0.00
3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน	5	0	2.50	1.15	3.67	0.58
รวม	4.47	0.23	3.33	0.69	3.53	0.35

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.6 (ต่อ)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านอำนวยความสะดวก						
4.1 สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	5	0	2.50	0.58	3.67	0.58
4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้สะดวกต่อการใช้งาน	4.33	0.58	2.46	0.58	4.00	0.00
รวม	4.49	0.28	3.80	0.72	3.57	0.30
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย						
5.1 รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจต่อการจดจำ	4.33	0.58	2.46	0.58	4.00	0.00
5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	5	0	2.50	0.58	3.67	0.58
5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม	4.33	0.58	2.46	0.58	3.00	0.00
5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย	4	0	2.00	0.58	3.33	0.58
รวม	4.43	0.29	3.69	0.61	3.51	0.29
ค่าเฉลี่ยการประเมิน	4.40	0.39	3.50	0.64	3.45	0.35

จากตารางที่ 4.6 พบว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี รูปแบบที่ 1 อยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย $\mu = 4.40$ โดยพิจารณาได้ ดังนี้

(1) ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.40$) ($\sigma = 0.39$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 6 ลำดับ ดังนี้ มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$) มีการตกแต่งลวดลายที่เหมาะสมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), และมีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) **ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.40$) ($\sigma = 0.39$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 3 ลำดับ ดังนี้ มีการป้องกันแรงสั่นผัดความชื้นและอากาศมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเปิดปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 1.00$)

(3) **ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.40$) ($\sigma = 0.39$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 5 ลำดับ ดังนี้ ความเป็นไปได้ในการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), มีความสะดวกในการนำไปใช้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$), มีความเหมาะสมกับทุกยุคทุกสมัยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), มีความชัดเจนเข้าใจง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.67$) ($\sigma = 0.58$), มีความคุ้มค่าต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$)

(4) **ด้านการอำนวยความสะดวก** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.40$) ($\sigma = 0.39$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 2 ลำดับ ดังนี้ สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), สามารถเปิด-ปิดได้สะดวกง่ายต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$)

(5) **ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.40$) ($\sigma = 0.39$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 4 ลำดับ ดังนี้ รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจง่ายต่อการจดจำมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$), รูปแบบมีความทันสมัยสวยงามมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), รูปแบบมีเอกลักษณ์ผู้บริโภครู้จักจำได้ง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0.39$)

สรุปผลของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเห็นต่อชุดรูปแบบของขวัญสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี มีความคิดเห็นในภาพรวมตามลำดับ ดังนี้

ลำดับที่ 1 คือ ชุดบรรจุภัณฑ์ของขวัญรูปแบบที่ 1 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.40$, $\sigma = 0.39$)

ลำดับที่ 2 คือ ชุดบรรจุภัณฑ์ของขวัญรูปแบบที่ 2 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.50$, $\sigma = 0.64$)

ลำดับที่ 3 คือ ชุดบรรจุภัณฑ์ของขวัญรูปแบบที่ 3 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.45$, $\sigma = 0.35$)

สรุปรูปแบบชุดบรรจุภัณฑ์ของขวัญสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเห็นว่าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 4.24 แสดงแบบภาพชุดบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 1

ตารางที่ 4.7 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กล่องเสื้อ (N=3)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน	3.33	0.58	4.00	0.00	3.33	0.58
1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน	3.67	0.58	4.33	0.58	3.00	0.00
1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน	3.67	0.58	4.67	0.58	3.33	0.58
1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.00	0.00	4.33	0.58	3.00	1.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
1.6 มีการตกแต่งลวดลายกราฟิกที่เหมาะสม	4.00	1.00	4.33	0.58	4.00	0.00
1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม	3.67	0.58	4.33	0.58	3.00	0.00
รวม	3.72	0.55	4.33	0.48	3.28	0.36
ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์						
2.1 มีการป้องกันแรงสัมผัสความชื้นและอากาศ	3.33	0.58	4.00	1.00	3.33	0.58
2.2 มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	3.33	0.58	3.67	0.58	3.33	0.58
2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน	3.67	0.58	3.33	0.58	2.67	0.58
รวม	3.54	0.57	3.93	0.64	3.12	0.42
ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์						
3.1 ความเป็นไปได้ในการใช้งาน	4.00	0.00	4.33	0.58	4.00	0.00
3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้	4.00	0.00	4.00	0.00	3.33	0.58
3.3 มีความเหมาะสมกับยุคทุกสมัย	3.33	0.58	4.67	0.58	3.00	1.00
3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	3.00	0.00	4.00	0.00	3.00	0.00
3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน	3.33	0.58	4.67	0.58	3.67	0.58
รวม	3.53	0.23	4.33	0.35	3.40	0.43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.7 (ต่อ)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านอำนวยความสะดวก						
4.1 สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	3.67	0.58	5.00	0.00	3.33	0.58
4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้สะดวกง่ายต่อการใช้งาน	3.00	0.00	3.67	0.58	3.67	0.58
รวม	3.31	0.28	4.33	0.30	3.41	0.43
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย						
5.1 รูปแบบน่าสนใจง่ายต่อการจดจำ	4.00	0.00	4.33	0.58	3.33	0.58
5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	3.33	0.58	4.00	1.00	3.67	0.58
5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม	3.00	1.00	4.67	0.58	3.00	0.00
5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย	3.33	0.58	4.33	1.15	2.67	0.58
รวม	3.39	0.49	4.33	0.72	3.22	0.43
ค่าเฉลี่ยการประเมิน	3.53	0.45	4.23	0.53	3.28	0.45

จากตารางที่ 4.7 พบว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์กล่องสี่เหลี่ยมสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี รูปแบบที่ 2 อยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย $\mu = 4.23$ โดยพิจารณาได้ ดังนี้

(1) ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.23$) ($\sigma = 0.53$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 6 ลำดับ ดังนี้ เมืองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu=4.00$) ($\sigma=0$), มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu=4.33$) ($\sigma=0.58$), มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), มีการตกแต่งลวดลายที่เหมาะสมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), และมีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) **ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.23$) ($\sigma = 0.53$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 3 ลำดับ ดังนี้ มีการป้องกันแรงสั่นผัดความชื้นและอากาศมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 1.00$), มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.67$) ($\sigma = 0.58$), มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเปิดปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 1.00$)

(3) **ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.23$) ($\sigma = 0.53$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 5 ลำดับ ดังนี้ ความเป็นไปได้ในการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), มีความสะดวกในการนำไปใช้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), มีความเหมาะสมกับทุกยุคทุกสมัยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), มีความชัดเจนเข้าใจง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), มีความคุ้มค่าต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$)

(4) **ด้านการอำนวยความสะดวก** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.23$) ($\sigma = 0.53$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 2 ลำดับ ดังนี้ สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$), สามารถเปิด-ปิดได้สะดวกง่ายต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.67$) ($\sigma = 0.58$)

(5) **ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 4 ลำดับ ดังนี้ รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจง่ายต่อการจดจำมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 1.00$), รูปแบบมีความทันสมัยสวยงามมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), รูปแบบมีเอกลักษณ์ผู้บริโภครู้จักจำได้ง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 1.15$)

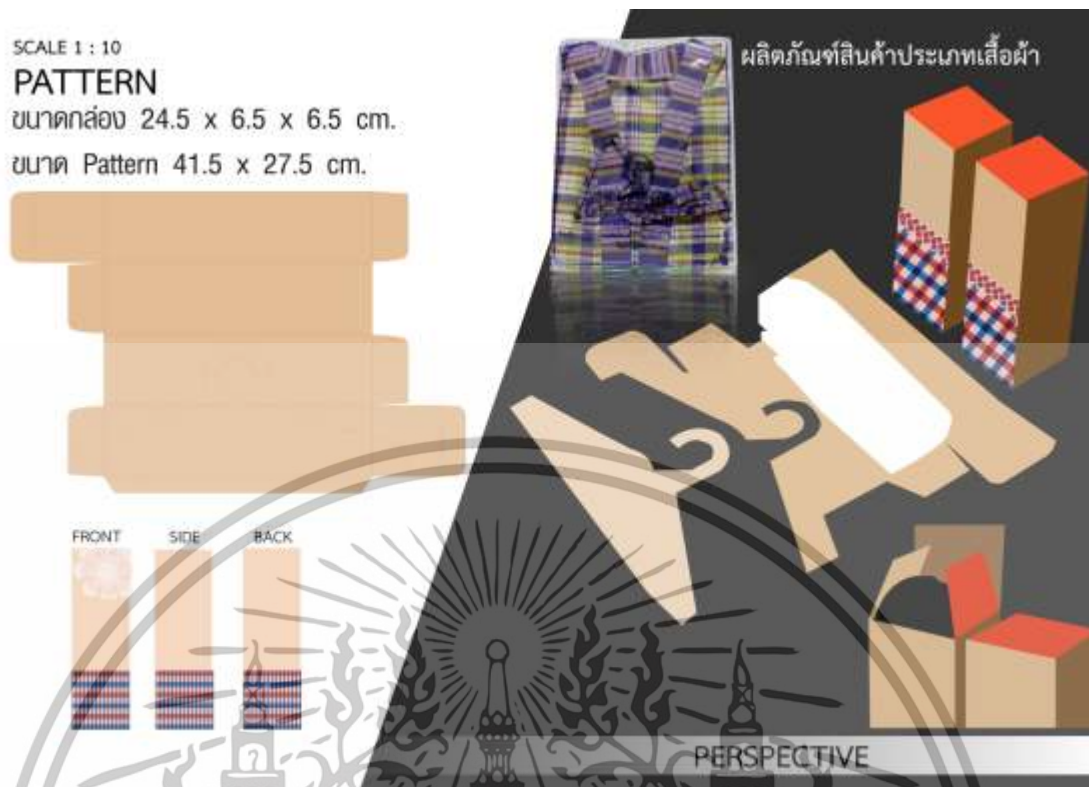
สรุปผลของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเห็นต่อชุดรูปแบบบรรจุภัณฑ์กล่องสี่เหลี่ยมสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี มีความคิดเห็นในภาพรวมตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 คือ บรรจุภัณฑ์กล่องสี่เหลี่ยมรูปแบบที่ 2 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.23$, $\sigma = 0.53$)

ลำดับที่ 2 คือ บรรจุภัณฑ์กล่องสี่เหลี่ยมรูปแบบที่ 1 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.53$, $\sigma = 0.45$)

ลำดับที่ 3 คือ บรรจุภัณฑ์กล่องสี่เหลี่ยมรูปแบบที่ 3 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.28$, $\sigma = 0.45$)

สรุปรูปแบบบรรจุภัณฑ์กล่องสี่เหลี่ยมสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเห็นว่าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 4.25 แสดงแบบภาพกล่องบรรจุภัณฑ์เสื้อ รูปแบบที่ 2

ตารางที่ 4.8 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ถุงกระดาษ (N=3)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน	4.7	0.6	3.00	0.00	3.33	0.58
1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน	4.3	0.6	4.00	1.00	3.00	0.00
1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน	4.7	0.6	4.00	0.00	4.00	0.00
1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	5.0	0.0	4.00	0.00	3.33	0.58

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
1.6 มีการตกแต่งลวดลายกราฟิกที่เหมาะสม	4.3	0.6	4.00	1.00	4.00	0.00
1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม	4.3	0.6	4.00	1.00	3.33	0.58
รวม	4.56	0.48	3.83	0.50	3.50	0.29
ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์						
2.1 มีการป้องกันแรงสั่นสะเทือนขึ้นและอากาศ	4.3	0.6	2.33	0.58	3.67	0.58
2.2 มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	4.0	1.0	2.33	0.58	3.00	0.00
2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน	4.0	1.0	3.00	1.00	4.00	0.00
รวม	4.24	0.73	3.10	0.73	3.50	0.29
ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์						
3.1 ความเป็นไปได้ในการใช้งาน	4.0	0.0	4.00	0.00	3.00	0.00
3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้	5.0	0.0	3.33	0.58	4.00	1.00
3.3 มีความเหมาะสมกับยุคทุกสมัย	4.3	0.6	4.00	0.00	3.67	0.58
3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	5.0	0.0	3.67	0.58	4.00	0.58
3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน	4.7	0.6	3.67	0.58	3.67	0.58
รวม	4.60	0.23	3.73	0.35	3.67	0.54

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.8 (ต่อ)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านอำนวยความสะดวก						
4.1 สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	4.3	0.6	4.00	0.00	3.00	0.00
4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้ สะดวกง่ายต่อการใช้งาน	5.0	0.0	3.33	0.58	4.00	1.00
รวม	4.72	0.28	3.68	0.42	3.67	0.54
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย						
5.1 รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจง่ายต่อการจดจำ	4.3	0.6	4.33	0.58	4.00	0.00
5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	4.3	0.6	3.67	0.58	3.33	0.58
5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม	5.0	0.0	3.00	0.00	3.67	0.58
5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย	4.7	0.6	3.67	0.58	3.00	0.00
รวม	4.61	0.40	3.67	0.43	3.53	0.34
ค่าเฉลี่ยการประเมิน	4.50	0.4	3.57	0.46	3.55	0.36

จากตารางที่ 4.8 พบว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ถูกกระดาษสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี รูปแบบที่ 1 อยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย $\mu = 4.50$ โดยพิจารณาได้ ดังนี้

(1) ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.50$) ($\sigma = 0.40$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 6 ลำดับ ดังนี้ มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.70$) ($\sigma = 0.60$), มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.70$) ($\sigma = 0.60$), มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$), มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.30$) ($\sigma = 0.60$), มีการตกแต่งลวดลายที่เหมาะสมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.60$), และมีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมมีคสามเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.30$) ($\sigma = 0.60$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) **ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.50$) ($\sigma = 0.40$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 3 ลำดับ ดังนี้ มีการป้องกันแรงสั่นผัดความชื้นและอากาศมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.30$) ($\sigma = 0.60$), มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 1.00$), มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเปิดปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 1.00$)

(3) **ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.50$) ($\sigma = 0.40$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 5 ลำดับ ดังนี้ ความเป็นไปได้ในการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), มีความสะดวกในการนำไปใช้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$), มีความเหมาะสมกับทุกยุคทุกสมัยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.30$) ($\sigma = 0.60$), มีความชัดเจนเข้าใจง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$), มีความคุ้มค่าต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.70$) ($\sigma = 0.60$)

(4) **ด้านการอำนวยความสะดวก** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.50$) ($\sigma = 0.40$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 2 ลำดับ ดังนี้ สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.30$) ($\sigma = 0.60$), สามารถเปิด-ปิดได้สะดวกง่ายต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$)

(5) **ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.50$) ($\sigma = 0.40$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 4 ลำดับ ดังนี้ รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจง่ายต่อการจดจำมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.30$) ($\sigma = 0.60$), รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.30$) ($\sigma = 0.60$), รูปแบบมีความทันสมัยสวยงามมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$), รูปแบบมีเอกลักษณ์ผู้บริโภครู้จักได้ง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.70$) ($\sigma = 0.60$)

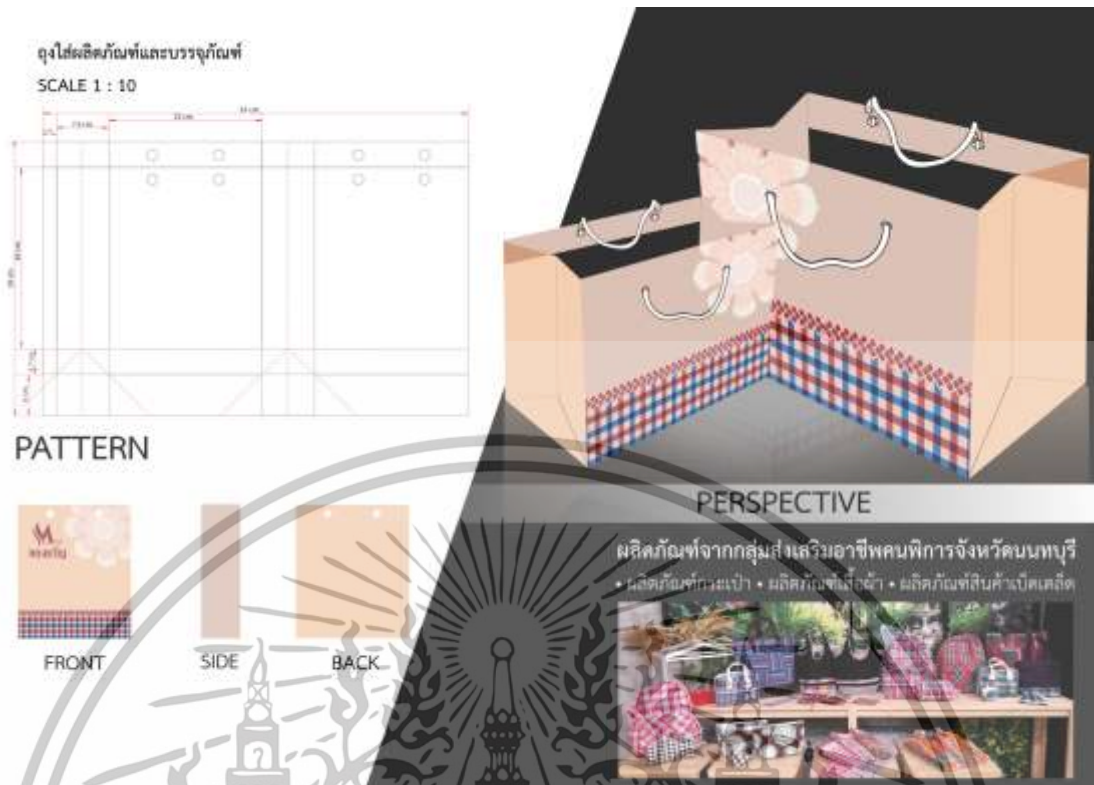
สรุปผลของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเห็นต่อชุดรูปแบบบรรจุกระดาษสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี มีความคิดเห็นในภาพรวมตามลำดับ ดังนี้

ลำดับที่ 1 คือ บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 1 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.50$, $\sigma = 0.40$)

ลำดับที่ 2 คือ บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 2 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.57$, $\sigma = 0.46$)

ลำดับที่ 3 คือ บรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ 3 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.55$, $\sigma = 0.36$)

สรุปรูปแบบบรรจุกระดาษสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเห็นว่าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 4.26 แสดงแบบภาพถุงบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 1

ตารางที่ 4.9 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กระเป๋าใส่ทิชชู (N=3)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน	3.33	0.58	4.33	0.58	4.33	0.58
1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน	3.67	0.58	4.33	0.58	4.33	0.58
1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน	3.33	0.58	4.67	0.58	3.33	0.58
1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.67	0.58	4.00	0.00	3.67	0.58

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
1.6 มีการตกแต่งลวดลายกราฟิกที่เหมาะสม	4.00	0.00	3.33	0.58	5.00	0.00
1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม	3.67	0.58	4.33	0.58	4.33	0.58
รวม	3.61	0.48	4.17	0.48	4.17	0.48
ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์						
2.1 มีการป้องกันแรงสัมผัสความชื้นและอากาศ	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00
2.2 มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	3.67	0.58	4.33	0.58	4.00	1.00
2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน	3.33	0.58	4.00	0.00	4.33	0.58
รวม	3.66	0.44	4.17	0.33	4.17	0.53
ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์						
3.1 ความเป็นไปได้ในการใช้งาน	3.00	0.00	4.33	0.58	3.67	0.58
3.2 ความสะดวกในการนำไปใช้	3.67	0.58	4.33	0.58	4.00	0.00
3.3 มีความเหมาะสมกับยุคทุกสมัย	4.33	0.58	3.67	0.58	4.00	1.00
3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00
3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน	3.67	0.58	4.67	0.58	4.33	0.58
รวม	3.73	0.35	4.20	0.46	4.00	0.43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.9 (ต่อ)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านอำนวยความสะดวก						
4.1 สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	3.67	0.58	4.00	1.00	3.67	0.58
4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้ สะดวกง่ายต่อการใช้งาน	4.00	0.00	3.67	0.58	3.67	0.58
รวม	3.81	0.30	4.11	0.52	3.93	0.43
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย						
5.1 รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจต่อการจดจำ	4.33	0.58	4.33	0.58	4.00	0.00
5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	4.00	0.00	3.67	0.58	4.33	0.58
5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม	3.33	0.58	4.67	0.58	3.67	1.53
5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย	3.67	0.58	4.67	0.58	4.00	0.00
รวม	3.83	0.41	4.29	0.57	3.99	0.51
ค่าเฉลี่ยการประเมิน	3.72	0.40	4.17	0.48	4.03	0.49

จากตารางที่ 4.9 พบว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์กล่องใส่กระเป๋าที่ชูสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี รูปแบบที่ 2 อยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย $\mu = 4.17$ โดยพิจารณาได้ ดังนี้

(1) ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.17$) ($\sigma = 0.48$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 6 ลำดับ ดังนี้ มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0.00$), มีการตกแต่งลวดลายที่เหมาะสมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 3.33$) ($\sigma = 0.58$), และมีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมมีคสามเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) **ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.17$) ($\sigma = 0.48$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 3 ลำดับ ดังนี้ มีการป้องกันแรงสั่นผัดความชื้นและอากาศมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเปิดปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$)

(3) **ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.17$) ($\sigma = 0.48$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 5 ลำดับ ดังนี้ ความเป็นไปได้ในการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), มีความสะดวกในการนำไปใช้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), มีความเหมาะสมกับทุกยุคทุกสมัยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.67$) ($\sigma = 0.58$), มีความชัดเจนเข้าใจง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), มีความคุ้มค่าต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$)

(4) **ด้านการอำนวยความสะดวก** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.17$) ($\sigma = 0.48$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 2 ลำดับ ดังนี้ สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 1.00$), สามารถเปิด-ปิดได้สะดวกง่ายต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.67$) ($\sigma = 0.58$)

(5) **ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.17$) ($\sigma = 0.48$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 4 ลำดับ ดังนี้ รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจง่ายต่อการจดจำมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.67$) ($\sigma = 0.58$), รูปแบบมีความทันสมัยสวยงามมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), รูปแบบมีเอกลักษณ์ผู้บริโภครู้จักจำได้ง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$)

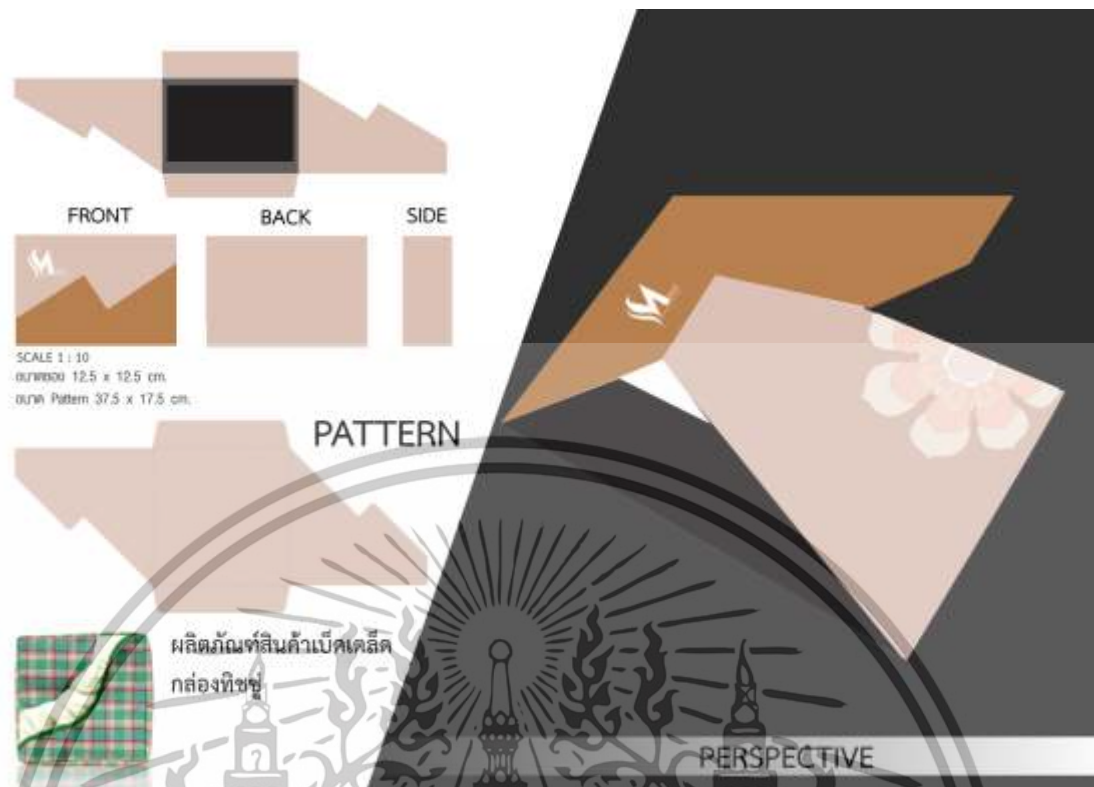
สรุปผลของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเห็นต่อชุดรูปแบบกล่องใส่กระเป่าที่ชูสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี มีความคิดเห็นในภาพรวมตามลำดับ ดังนี้

ลำดับที่ 1 คือ กล่องใส่กระเป่าที่ชูรูปแบบที่ 2 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.17$, $\sigma = 0.48$)

ลำดับที่ 2 คือ กล่องใส่กระเป่าที่ชูรูปแบบที่ 3 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.03$, $\sigma = 0.49$)

ลำดับที่ 3 คือ กล่องใส่กระเป่าที่ชูรูปแบบที่ 1 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.72$, $\sigma = 0.40$)

สรุปรูปแบบกล่องใส่กระเป่าที่ชูสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเห็นว่าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 4.27 แสดงแบบภาพบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 2

ตารางที่ 4.10 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์กระเป๋าน้ำร้อน (N=3)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน	4.67	0.58	3.67	0.58	3.67	0.58
1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน	4.00	0.00	3.33	0.58	3.67	0.58
1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน	4.33	0.58	3.67	0.58	3.67	0.58
1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.00	0.00	3.33	0.58	3.00	0.00

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
1.6 มีการตกแต่งลวดลายกราฟิกที่เหมาะสม	5.00	0.00	4.33	0.58	2.67	0.58
1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม	4.33	0.58	3.67	0.58	5.00	0.00
รวม	4.39	0.29	3.67	0.58	3.61	0.38
ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์						
2.1 มีการป้องกันแรงสัมผัสความชื้นและอากาศ	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00
2.2 มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	4.33	0.58	4.67	0.58	4.33	0.58
2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิท	4.67	0.58	3.67	0.58	3.67	0.58
รวม	4.34	0.40	3.93	0.46	4.12	0.31
ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์						
3.1 ความเป็นไปได้ในการใช้งาน	4.00	0.00	3.67	0.58	4.00	0.00
3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้	4.67	0.58	3.67	0.58	3.67	0.58
3.3 มีความเหมาะสมกับยุคทุกสมัย	5.00	0.00	3.67	0.58	3.67	0.58
3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	4.00	0.00	3.67	0.58	5.00	0.00
3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน	5.00	0.00	3.67	0.58	4.00	1.00
รวม	4.53	0.12	3.67	0.58	4.07	0.43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านอำนวยความสะดวก						
4.1 สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	5.00	0.00	3.00	0.00	3.67	0.58
4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้สะดวกต่อการใช้งาน	5.00	0.00	3.67	0.58	4.00	0.00
รวม	4.17	0.02	3.53	0.46	4.15	0.40
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย						
5.1 รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจต่อการจดจำ	4.33	0.58	4.33	0.58	4.33	0.58
5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	4.00	0.00	4.00	0.00	2.67	0.58
5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม	5.00	0.00	3.33	0.58	4.33	0.58
5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย	4.33	0.58	4.00	0.00	3.33	0.58
รวม	4.47	0.24	3.84	0.32	3.76	0.54
ค่าเฉลี่ยการประเมิน	4.48	0.23	3.75	0.46	3.82	0.43

จากตารางที่ 4.10 พบว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์กล่องใส่กระเป๋าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี รูปแบบที่ 1 อยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย $\mu = 4.48$ โดยพิจารณาได้ ดังนี้

(1) ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.48$) ($\sigma = 0.23$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 6 ลำดับ ดังนี้ มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0.00$), มีการตกแต่งลวดลายที่เหมาะสมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$), และมีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) **ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.48$) ($\sigma = 0.23$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 3 ลำดับ ดังนี้ มีการป้องกันแรงสั่นผัดความชื้นและอากาศมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเปิดปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$)

(3) **ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.48$) ($\sigma = 0.23$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 5 ลำดับ ดังนี้ ความเป็นไปได้ในการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0.00$), มีความสะดวกในการนำไปใช้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), มีความเหมาะสมกับทุกยุคทุกสมัยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$), มีความชัดเจนเข้าใจง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), มีความคุ้มค่าต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$)

(4) **ด้านการอำนวยความสะดวก** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.48$) ($\sigma = 0.23$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 2 ลำดับ ดังนี้ สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$), สามารถเปิด-ปิดได้สะดวกง่ายต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$)

(5) **ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.48$) ($\sigma = 0.23$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 4 ลำดับ ดังนี้ รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจง่ายต่อการจดจำมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0.00$), รูปแบบมีความทันสมัยสวยงามมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$), รูปแบบมีเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$)

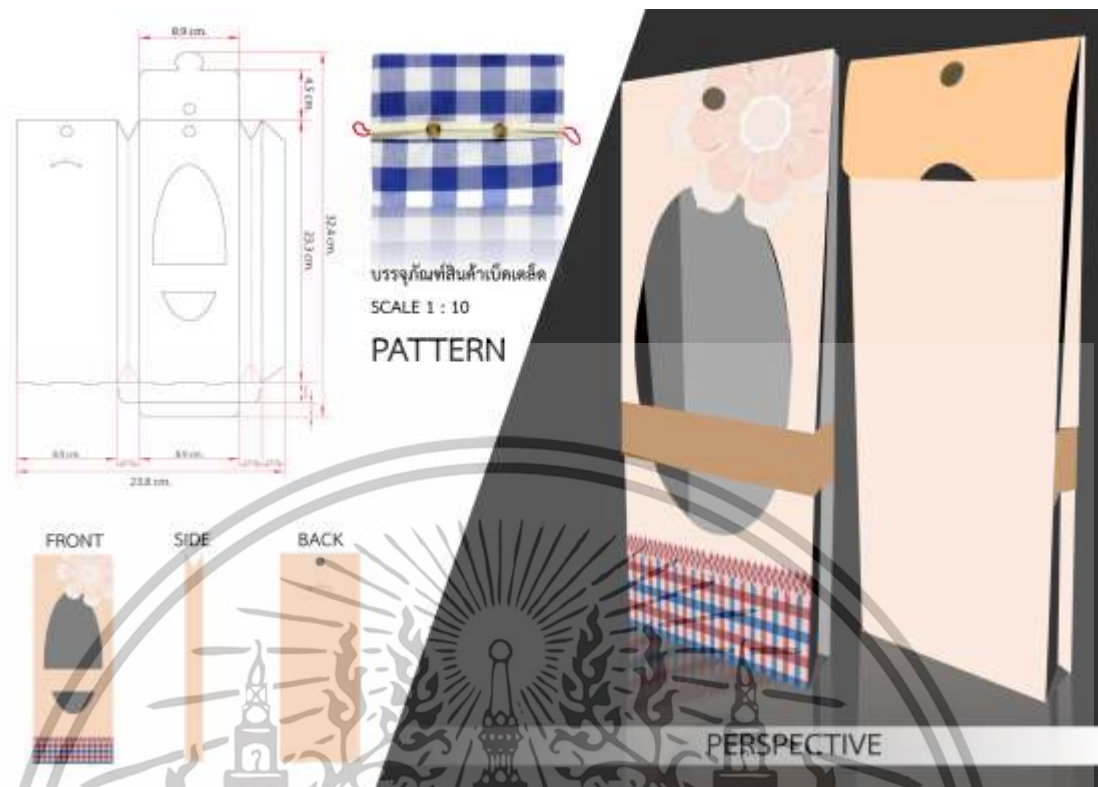
สรุปผลกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเห็นต่อชุดรูปแบบกล่องกระเป๋าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี มีความคิดเห็นในภาพรวมตามลำดับ ดังนี้

ลำดับที่ 1 คือ กล่องกระเป๋ารูปแบบที่ 2 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu=4.17$, $\sigma=0.48$)

ลำดับที่ 2 คือ กล่องกระเป๋ารูปแบบที่ 3 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu=4.03$, $\sigma=0.49$)

ลำดับที่ 3 คือ กล่องกระเป๋ารูปแบบที่ 1 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu=3.72$, $\sigma=0.40$)

สรุปรูปแบบกล่องใส่กระเป๋าที่ขู่สำหรับผู้ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเห็นว่าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 2



ภาพที่ 4.28 แสดงแบบภาพบรรจุภัณฑ์กระเป๋า รูปแบบที่ 1

ตารางที่ 4.11 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าพันคอ (N=3)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน	4.67	0.58	3.67	0.58	4.33	0.58
1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน	4.33	0.58	4.33	0.58	4.00	0.00
1.3 มีความเรียบง่าย	4.33	0.58	3.67	1.15	4.33	0.58
1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.00	0.00	5.00	0.00	4.00	0.00
1.6 มีการตกแต่งลวดลายกราฟิกที่เหมาะสม	4.33	0.58	4.33	0.58	3.33	0.58

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์ สวยงามกลมกลืนกับ วัฒนธรรม	4.33	0.58	3.33	0.58	3.67	0.58
รวม	4.33	0.48	4.06	0.58	3.94	0.38
ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์						
2.1 มีการป้องกันแรง สัมผัสความชื้นและอากาศ	4.67	0.58	3.00	0.00	3.67	0.58
2.2 มีความกะทัดรัดและ พอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	5.00	0.00	3.67	0.58	3.67	0.58
2.3 มีโครงสร้างบรรจุ ภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิท เพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ ภายใน	5.00	0.00	4.00	0.00	3.00	1.00
รวม	4.67	0.33	3.61	0.35	3.59	0.62
ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์						
3.1 ความเป็นไปได้ใน การใช้งาน	4.00	0.00	4.00	0.00	4.00	0.00
3.2 มีความสะดวกในการ นำไปใช้	4.33	0.58	3.67	0.58	4.00	0.00
3.3 มีความเหมาะสมกับ ยุคทุกสมัย	4.00	0.00	2.67	0.58	4.00	0.00
3.4 มีความชัดเจนเข้าใจ ง่าย	3.67	0.58	3.00	0.00	3.33	0.58
3.5 มีความคุ้มค่าต่อการ ใช้งาน	3.67	0.58	3.67	0.58	3.00	0.00
รวม	3.93	0.35	3.40	0.35	3.67	0.12
ด้านอำนวยความสะดวก						
4.1 สามารถจัดเรียงใน ลักษณะซ้อนกันได้	4.33	0.58	5.00	0.00	3.67	0.58

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.11 (ต่อ)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้ สะดวกง่ายต่อการใช้งาน	4.00	0.00	3.67	0.58	3.00	0.00
รวม	3.92	0.42	3.75	0.30	3.33	0.25
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย						
5.1 รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบ น่าสนใจง่ายต่อการจดจำ	4.00	0.00	4.00	0.00	3.67	0.58
5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	4.67	0.58	3.33	0.58	3.33	0.58
5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม	4.00	0.00	4.00	0.00	3.67	0.58
5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย	4.33	0.58	4.33	0.58	3.33	0.58
รวม	4.18	0.31	3.88	0.29	3.47	0.51
ค่าเฉลี่ยประเมิน	4.28	0.35	3.82	0.38	3.65	0.40

จากตารางที่ 4.11 พบว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าพันคอสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี รูปแบบที่ 1 อยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย $\mu = 4.28$ โดยพิจารณาได้ ดังนี้

(1) ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.28$) ($\sigma = 0.35$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 6 ลำดับ ดังนี้ มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$) , มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$) , มีความเรียงง่ายไม่ซับซ้อนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$) , มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0.00$) , มีการตกแต่งลวดลายที่เหมาะสมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$) , และมีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมมีคสามเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$)

(2) ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.28$) ($\sigma = 0.35$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 3 ลำดับ ดังนี้ มีการป้องกันแรงสัมผัสความชื้นและอากาศมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$) , มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$) , มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเปิดปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(3) **ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.28$) ($\sigma = 0.35$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 5 ลำดับ ดังนี้ มีความเป็นไปได้ในการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0.00$), มีความสะดวกในการนำไปใช้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), มีความเหมาะสมกับทุกยุคทุกสมัยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), มีความชัดเจนเข้าใจง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.67$) ($\sigma = 0.58$), มีความคุ้มค่าต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.67$) ($\sigma = 0.58$)

(4) **ด้านการอำนวยความสะดวก** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.28$) ($\sigma = 0.35$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 2 ลำดับ ดังนี้ สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), สามารถเปิด-ปิดได้สะดวกง่ายต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$)

(5) **ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.28$) ($\sigma = 0.35$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 4 ลำดับ ดังนี้ รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจง่ายต่อการจดจำมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), รูปแบบมีความทันสมัยสวยงามมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), รูปแบบมีเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$)

สรุปผลของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเห็นต่อชุดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าพันคอสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี มีความคิดเห็นในภาพรวมตามลำดับดังนี้

ลำดับที่ 1 คือ บรรจุภัณฑ์ผ้าพันคอรูปแบบที่ 1 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.28$, $\sigma = 0.35$)

ลำดับที่ 2 คือ บรรจุภัณฑ์ผ้าพันคอรูปแบบที่ 3 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.82$, $\sigma = 0.38$)

ลำดับที่ 3 คือ บรรจุภัณฑ์ผ้าพันคอรูปแบบที่ 2 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.65$, $\sigma = 0.40$)

สรุปรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าพันคอสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเห็นว่าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 4.29 แสดงแบบภาพบรรจุภัณฑ์ผ้าพันคอ รูปแบบที่ 1

ตารางที่ 4.12 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาม้า (N=3)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วน	3.00	0.00	4.33	0.58	4.33	0.58
1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน	3.67	0.58	5.00	0.00	4.00	0.00
1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน	3.67	0.58	4.67	0.58	4.00	0.00
1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.67	0.58	5.00	0.00	3.33	0.58

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
1.6 มีการตกแต่งลดทลายกราฟิกที่เหมาะสม	3.67	0.58	3.33	0.58	4.33	0.58
1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม	3.00	0.00	3.67	0.58	3.33	0.58
รวม	3.44	0.38	4.33	0.38	3.89	0.38
ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์						
2.1 มีการป้องกันแรงสัมผัสความชื้นและอากาศ	3.67	0.58	4.33	0.58	3.67	0.58
2.2 มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	3.67	0.58	4.33	0.58	4.67	0.58
2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน	4.00	0.00	4.33	0.58	3.67	0.58
รวม	3.56	0.31	4.20	0.54	3.84	0.54
ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์						
3.1 ความเป็นไปได้ในการใช้งาน	3.67	0.58	5.00	0.00	4.00	0.00
3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้	4.33	0.58	4.67	0.58	3.33	0.58
3.3 มีความเหมาะสมกับยุคทุกสมัย	4.00	0.00	4.00	0.00	3.67	0.58
3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	4.00	0.00	4.33	0.58	4.33	0.58
3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน	3.67	0.58	3.67	0.58	3.33	0.58
รวม	3.93	0.35	4.33	0.35	3.73	0.46

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.12 (ต่อ)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านอำนวยความสะดวก						
4.1 สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	4.33	0.58	4.00	0.00	3.67	0.58
4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้สะดวกต่อการใช้งาน	3.33	0.58	4.33	0.58	3.67	0.58
รวม	3.85	0.42	4.13	0.42	3.75	0.55
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย						
5.1 รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจต่อการจดจำ	3.67	0.58	3.67	0.58	4.33	0.58
5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	3.67	0.58	4.33	0.58	3.67	0.58
5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม	3.67	0.58	5.00	0.00	4.00	1.00
5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย	3.67	0.58	4.33	0.58	4.00	0.00
รวม	3.70	0.55	4.29	0.43	3.95	0.54
ค่าเฉลี่ยการประเมิน	3.70	0.43	4.32	0.40	3.87	0.48

จากตารางที่ 4.12 พบว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี รูปแบบที่ 2 อยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย $\mu = 4.32$ โดยพิจารณาได้ ดังนี้

(1) ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.32$) ($\sigma = 0.40$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 6 ลำดับ ดังนี้ เมืองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$), มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0.00$), มีการตกแต่งลวดลายที่เหมาะสมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 3.33$) ($\sigma = 0.58$), และมีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.67$) ($\sigma = 0.58$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(2) **ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.32$) ($\sigma = 0.40$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 3 ลำดับ ดังนี้ มีการป้องกันแรงสั่นผัดความชื้นและอากาศมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเปิดปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$)

(3) **ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.32$) ($\sigma = 0.40$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 5 ลำดับ ดังนี้ ความเป็นไปได้ในการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0.00$), มีความสะดวกในการนำไปใช้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.67$) ($\sigma = 0.58$), มีความเหมาะสมกับทุกยุคทุกสมัยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), มีความชัดเจนเข้าใจง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), มีความคุ้มค่าต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.67$) ($\sigma = 0.58$)

(4) **ด้านการอำนวยความสะดวก** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.32$) ($\sigma = 0.40$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 2 ลำดับ ดังนี้ สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma = 0$), สามารถเปิด-ปิดได้สะดวกง่ายต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$)

(5) **ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย** พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.32$) ($\sigma = 0.40$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 4 ลำดับ ดังนี้ รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจง่ายต่อการจดจำมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.67$) ($\sigma = 0.58$), รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$), รูปแบบมีความทันสมัยสวยงามมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma = 0$), รูปแบบมีเอกลักษณ์ผู้บริโภครู้จักจำได้ง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma = 0.58$)

สรุปผลของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเห็นต่อชุดรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี มีความคิดเห็นในภาพรวมตามลำดับ ดังนี้

ลำดับที่ 1 คือ บรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้ารูปแบบที่ 2 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.32$, $\sigma = 0.40$)

ลำดับที่ 2 คือ บรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้ารูปแบบที่ 3 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.87$, $\sigma = 0.48$)

ลำดับที่ 3 คือ บรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้ารูปแบบที่ 1 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.70$, $\sigma = 0.43$)

สรุปรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าพันคอสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเห็นว่าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 4.30 แสดงแบบภาพบรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้า รูปแบบที่ 2

ตารางที่ 4.13 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ด้านความคิดเห็นของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับชั้นวางสินค้าของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ (N=3)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านการออกแบบชั้นวางสินค้า						
1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน	4.33	0.58	4.00	1.00	3.33	0.58
1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสม	4.00	0.00	4.33	0.58	4.33	0.58
1.6 มีการตกแต่งลวดลายกราฟิกที่เหมาะสม	3.00	0.00	4.33	0.58	4.00	0.00
รวม	3.78	0.19	4.22	0.72	3.89	0.38

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.13 (ต่อ)

รายการประเมิน	N=3					
	รูปแบบที่ 1		รูปแบบที่ 2		รูปแบบที่ 3	
	μ	σ	μ	σ	μ	σ
ด้านประโยชน์ใช้สอย						
1.1 ชั้นวางสินค้าสามารถใช้งานได้จริง	4.33	0.58	4.00	0.00	4.33	0.58
1.2 ชั้นวางสินค้ามีความสะดวกในการเคลื่อนย้าย	3.67	0.58	3.00	0.00	4.33	0.58
รวม	3.76	0.27	3.98	0.37	4.18	0.42
ด้านการใช้งาน						
3.1 มีความเป็นไปได้ในการใช้งาน	5.00	0.00	3.67	0.58	4.33	0.58
3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้	4.00	0.00	3.67	0.58	4.33	0.58
3.4 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน	4.33	0.58	4.33	0.58	3.67	1.15
รวม	4.15	0.28	3.73	0.42	4.17	0.66
การเลือกวัสดุและคุณภาพการผลิต						
2.1 วัสดุมีความเหมาะสมต่อการเคลื่อนย้ายสำหรับออกงาน	4.00	0.00	3.33	0.58	4.00	1.00
2.2 วัสดุมีความแข็งแรงปลอดภัย	5.00	0.00	2.67	0.58	4.33	0.58
รวม	4.30	0.17	3.55	0.55	4.10	0.79
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย						
5.1 รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	4.33	0.58	4.33	0.58	4.00	0.00
5.2 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม	4.33	0.58	4.00	0.00	3.67	0.58
รวม	4.39	0.27	3.58	0.46	4.02	0.59
ค่าเฉลี่ยการประเมิน	4.19	0.29	3.81	0.47	4.06	0.56

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

จากตารางที่ 4.13 พบว่ากลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นวางสินค้าสำหรับ ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี รูปแบบที่ 1 อยู่ในระดับมาก โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย $\mu = 4.19$ โดยพิจารณาได้ ดังนี้

(1) ด้านการออกแบบชั้นวางสินค้า พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu=4.19$) ($\sigma=0.29$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 3 ลำดับ ดังนี้ มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma =0.58$), มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma =0.00$), มีการตกแต่งลวดลายกราฟิกที่เหมาะสมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 3.00$) ($\sigma =0$),

(2) ด้านประโยชน์ใช้สอย พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.19$) ($\sigma =0.29$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 2 ลำดับ ดังนี้ ชั้นวางสินค้าสามารถใช้งานได้จริงมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma =0.58$), ชั้นวางสินค้ามีความสะดวกในการเคลื่อนย้ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.67$) ($\sigma =0.58$)

(3) ด้านการใช้งาน พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu=4.19$) ($\sigma=0.29$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 3 ลำดับ ดังนี้ ความเป็นไปได้ในการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma =0.00$), มีความสะดวกในการนำไปใช้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma =0$), มีความคุ้มค่าต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma =0.58$)

(4) ด้านการเลือกวัสดุและคุณภาพการผลิต พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.19$) ($\sigma =0.29$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 2 ลำดับ ดังนี้ วัสดุมีความเหมาะสมต่อการเคลื่อนย้ายความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.00$) ($\sigma =0$), วัสดุมีความแข็งแรงปลอดภัยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\mu = 5.00$) ($\sigma =0$)

(5) ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu=4.32$) ($\sigma=0.40$) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 2 ลำดับ ดังนี้รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma =0.58$), รูปแบบมีความทันสมัยสวยงามมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.33$) ($\sigma =0.58$)

สรุปผลของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเห็นต่อชั้นวางสินค้าสำหรับ ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี มีความคิดเห็นในภาพรวมตามลำดับ ดังนี้

ลำดับที่ 1 คือ ชั้นวางสินค้านำรูปแบบที่ 1 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu=4.19$, $\sigma=0.29$)

ลำดับที่ 2 คือ ชั้นวางสินค้านำรูปแบบที่ 3 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu=4.06$, $\sigma=0.56$)

ลำดับที่ 3 คือ ชั้นวางสินค้านำรูปแบบที่ 2 มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก ($\mu=3.81$, $\sigma=0.47$)

สรุปรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าพันคอสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีที่กลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความเห็นว่าเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีมากที่สุด คือ รูปแบบที่ 1



ภาพที่ 4.31 แสดงแบบภาพชั้นวางสินค้า รูปแบบที่ 1

4.4 ผลการวิเคราะห์ทางเลือกช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์สำหรับผลิตภัณฑ์ ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

4.4.1 ผลการวิเคราะห์ทางเลือกช่องทางการจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยประเมินจากกลุ่มผู้บริโภคนจำนวน 20 คน



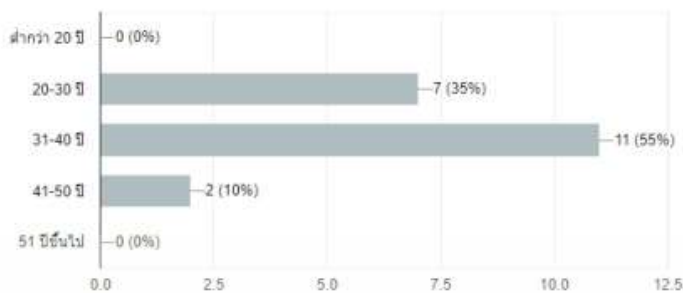
ภาพที่ 4.32 ภาพแสดงการประเมินผลสื่อสิ่งพิมพ์ด้านสถานภาพ (เพศ)

สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคสินค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป จำนวน 20 คน เพศหญิงค่าเฉลี่ย จำนวน 14 คน เท่ากับ 70% คน คิดเป็น เพศชาย 6 คน คิดเป็น 30%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

อายุ

20 responses

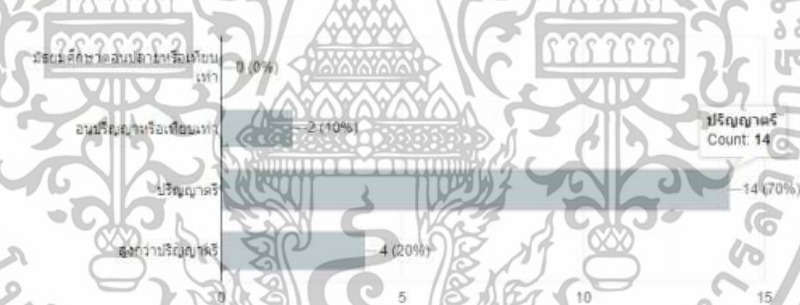


ภาพที่ 4.33 ภาพแสดงสถานภาพของผู้บริโภค (อายุ)

สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคสินค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป อายุ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 0 คน คิดเป็น 0% อายุ 20-30 ปี จำนวน 7 คน คิดเป็น 35% อายุ 31-40 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็น 55% อายุ 41-50 ปี จำนวน 2 คน คิดเป็น 10% อายุ 51 ปี ขึ้นไป จำนวน 0 คน คิดเป็น 0%

การศึกษา

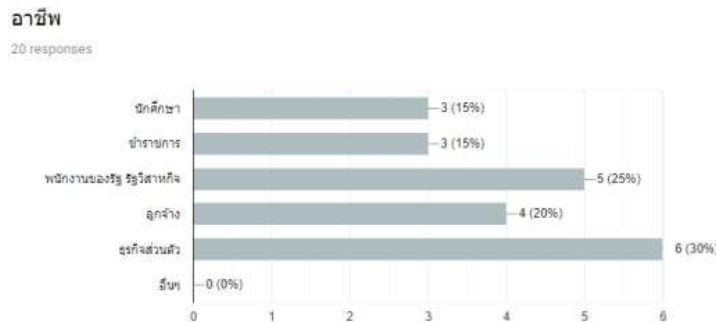
23 responses



ภาพที่ 4.34 ภาพแสดงสถานภาพของผู้บริโภค (การศึกษา)

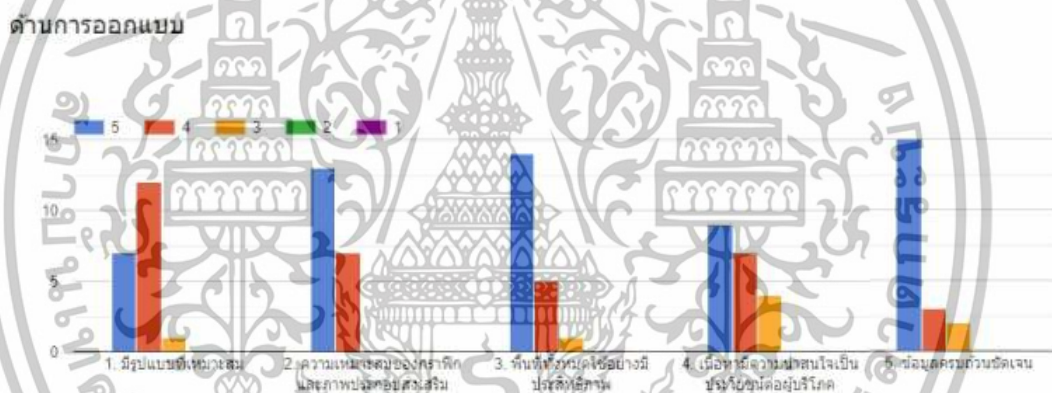
สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคสินค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป การศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 0 คน คิดเป็น 0% อนุปริญาหรือเทียบเท่า จำนวน 2 คน คิดเป็น 10% ปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็น 70% และ สูงกว่าปริญญาตรี 4 คน คิดเป็น 20%

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.35 ภาพแสดงสถานภาพของผู้บริโภค (อาชีพ)

สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคสินค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป อาชีพ นักศึกษา จำนวน 3 คน คิดเป็น 15% ข้าราชการ จำนวน 3 คน คิดเป็น 15% พนักงานของรัฐ จำนวน 5 คน คิดเป็น 25% ลูกจ้าง จำนวน 4 คน คิดเป็น 20% ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 6 คน คิดเป็น 30% และ อื่นๆ จำนวน 0 คน คิดเป็น 0%



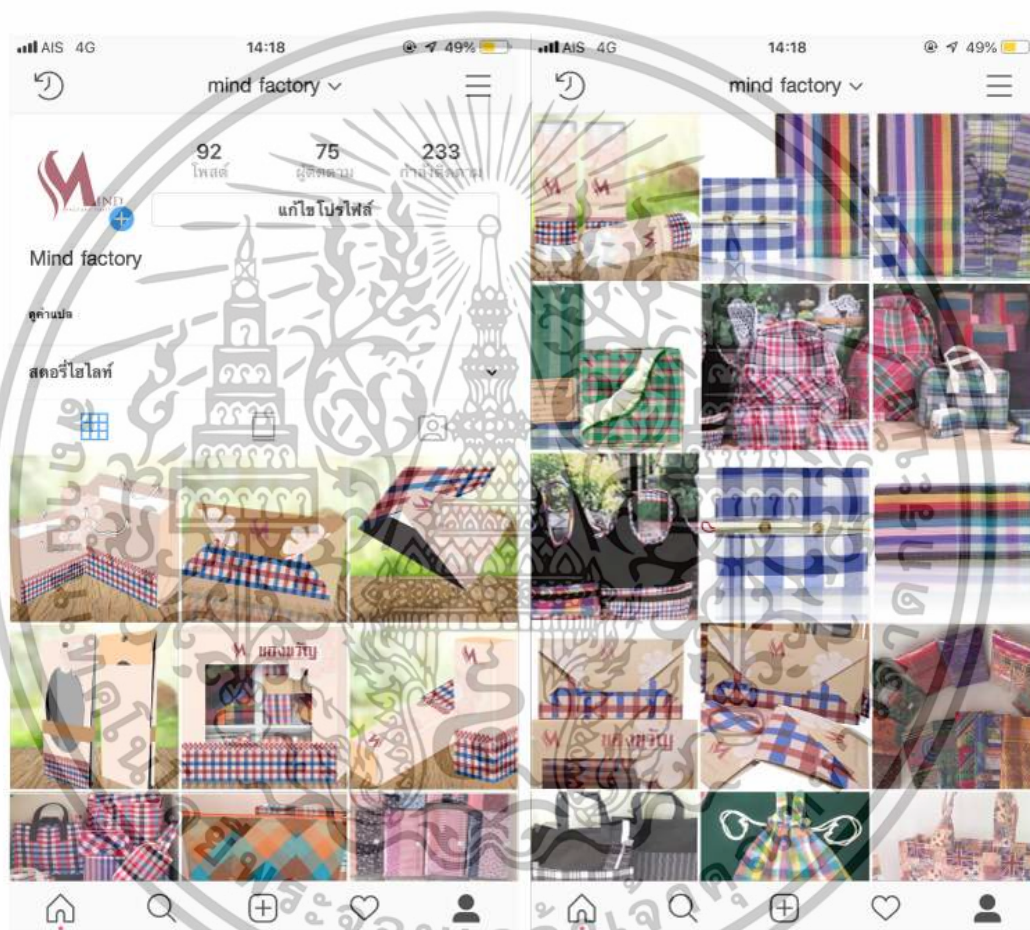
ภาพที่ 4.36 ภาพแสดงการประเมินผลด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคสินค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีตอนที่ 2 ด้านการการอำนวยความสะดวก โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 5 ลำดับ ดังนี้ สื่อสิ่งพิมพ์ที่มีรูปแบบที่เหมาะสมได้คะแนนมากที่สุดในเกณฑ์ระดับ 4 มีความเหมาะสมมาก, ความเหมาะสมของกราฟิกและภาพประกอบส่งเสริมเนื้อหาได้คะแนนมากที่สุดในเกณฑ์ระดับ 5 มีความเหมาะสมมาก, พื้นที่ทั้งหมดใช้อย่างมีประสิทธิภาพได้คะแนนมากที่สุดในเกณฑ์ระดับ 5 มีความเหมาะสมมากที่สุด, เนื้อหาที่มีความน่าสนใจเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคได้คะแนนมากที่สุดในเกณฑ์ระดับ 5 มีความเหมาะสมมากที่สุด และ ข้อมูลครบถ้วนชัดเจนได้คะแนนมากที่สุดในเกณฑ์ระดับ 5 มีความเหมาะสมมากที่สุด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 4.37 ภาพแสดงการต้นแบบสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ



ภาพที่ 4.38 ภาพแสดงช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

สรุปผลการวิเคราะห์ภาพที่ 4.16 ช่องทางการจำหน่ายสินค้าออนไลน์สำหรับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีเนื่องจากในปัจจุบันตัวเลือกในการจำหน่ายสินค้าไม่ได้มีแค่ทางออฟไลน์เพียงอย่างเดียว ซึ่งผู้บริโภคส่วนใหญ่หันมาเลือกซื้อสินค้าและหาข้อมูลผ่านทางออนไลน์มากขึ้น ทางผู้ทำวิจัยได้ทำการศึกษาโซเซียลมีเดียช่องทางต่าง ๆ และพบว่าทางเลือกจำหน่ายผ่านอินสตาแกรมน่าจะเหมาะกับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มากที่สุด เพราะกลุ่มลูกค้าสามารถเข้าถึงโพสต์ได้ง่ายกว่าช่องทางอื่น ยกตัวอย่างเช่น เฟสบุ๊ค ซึ่งปัจจุบันได้เกิดปัญหาจากปริมาณคอนเทนต์ที่มากขึ้น จึงได้ปรับการเอกสารนี้เป็นเอกสารที่สว่นไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่นอนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มองเห็นโพสต์ลดลง ส่งผลให้โอกาสการขายสินค้าลดลงตามไปด้วย ซึ่งช่องทางอินสตาแกรมน่าจะตอบ
โจทย์สำหรับผลิตภัณฑ์ประเภทนี้มากกว่า ด้วยความเป็นสื่อที่มีจุดเด่นในเรื่องของภาพที่มีความสวย
งามเป็นเอกลักษณ์จึงเหมาะกับตัวผลิตภัณฑ์ที่ต้องการโปรโมทการขายสินค้าแบบเน้นสื่อสารด้วยภาพ
มากกว่าข้อความ อีกทั้งการใช้งานก็ไม่ยากอีกด้วย

4.5 ผลการวิเคราะห์การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคสำหรับสินค้าศูนย์ส่งเสริม อาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

4.5.1 การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคจำนวน 50 คน แบ่งเป็น 2 กลุ่มผู้บริโภคโดย
แยกออฟไลน์ 30 คน ออนไลน์ 20 คน โดยการวิเคราะห์ด้านออฟไลน์จะสรุปผลแบ่งออกเป็นทั้งหมด
2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สรุปผลด้านสถานภาพทั่วไปของผู้บริโภคสินค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ
จังหวัดนนทบุรี โดยวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยออกมาเป็นแผนภูมิค่าร้อยละดังนี้

- (1) เพศ จำนวน 30 คน แบ่งออกเป็นเพศชาย 26.66% เพศหญิง 73.33%
- (2) อายุ จำนวน 30 คน แบ่งออกเป็นช่วงอายุ ต่ำกว่า 20 ปี 0% ช่วงอายุ 20-30 ปี 30%
ช่วงอายุ 31-40 ปี 43.33% ช่วงอายุ 41-50 ปี 20% และช่วงอายุ 51 ปีขึ้นไป 6.66%
- (3) การศึกษา จำนวน 30 คน แบ่งออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ มัธยมศึกษาตอนปลาย 0% อนุ
ปริญญาหรือเทียบเท่า 10% ปริญญาตรี 70% และ สูงกว่าปริญญาตรี 20%
- (4) อาชีพ จำนวน 30 คน แบ่งออกเป็น 6 ประเภท ได้แก่ นักศึกษา 13.33% ข้าราชการ
26.66% พนักงานของรัฐ 46.66% ลูกจ้าง 0% ธุรกิจส่วนตัว 13.33 % และ อื่นๆ 0%

ตารางที่ 4.14 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ด้านการประเมินความพึงพอใจ
ของผู้บริโภคจำนวน 30 คน ที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ
จังหวัดนนทบุรี

รายการประเมินความพึงพอใจ	ระดับการประเมินความพึงพอใจของ ผู้บริโภค (N=30)		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
1. มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน	4.60	0.50	มากที่สุด
2. มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน	4.23	0.43	มาก
3. มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน	4.30	0.53	มาก
4. มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	3.87	0.51	มาก
5. มีการตกแต่งลวดลายกราฟิกที่เหมาะสม	3.77	0.43	มาก
6. มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับ วัฒนธรรม	3.83	0.38	มาก
7. มีการป้องกันแรงสัมผัสความชื้นและอากาศ	4.17	0.38	มาก
8. มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	4.37	0.56	มาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ 4.14 (ต่อ)

รายการประเมินความพึงพอใจ	ระดับการประเมินความพึงพอใจของ ผู้บริโภคร (N=30)		
	\bar{X}	S.D.	ความหมาย
9. มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อ คุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน	3.90	0.55	มาก
10. มีความเป็นไปได้ในการใช้งาน	4.47	0.51	มาก
11. มีความสะดวกในการนำไปใช้	4.37	0.56	มาก
12. มีความเหมาะสมกับยุคทุกสมัย	4.10	0.55	มาก
13. มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	4.27	0.54	มาก
14. มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน	4.23	0.43	มาก
15. สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	4.40	0.56	มาก
16. สามารถ เปิด-ปิด ได้สะดวกง่ายต่อการใช้งาน	4.17	0.53	มาก
17. รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบ นำเสนอใจง่ายต่อการจดจำ	4.43	0.57	มาก
18. รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	4.27	0.52	มาก
19. รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม	4.13	0.51	มาก
20. รูปแบบมีเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย	4.17	0.70	มาก
ค่าเฉลี่ยรายการการประเมินพฤติกรรม	4.17	0.57	มาก

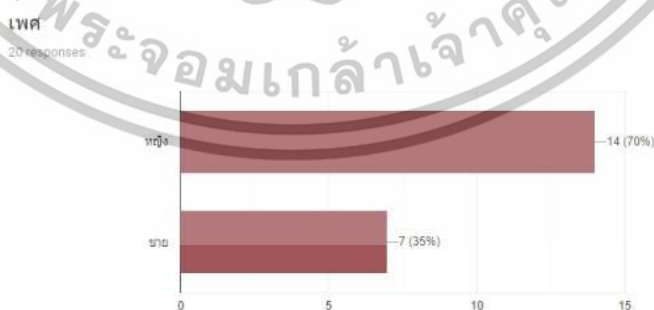
จากตารางที่ 4.9 พบว่าการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าสำหรับ
ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ยผลรวมความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 4.17$) (S.D. =0.50) โดยพิจารณาได้ ดังนี้ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ใน
ระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) (S.D.=0.48) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 7 ลำดับ ดังนี้องค์ประกอบครบถ้วน
ชัดเจนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$) (S.D. =0.50), ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน
มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) (S.D. =0.43), ความเรียบง่ายไม่ซับซ้อนของผลิตภัณฑ์
ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$) (S.D. =0.53), สัดส่วนที่เหมาะสม
กับผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) (S.D. =0.51), การตกแต่งลวดลายที่
เหมาะสมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) (S.D. =0.43), และมีการสร้างเอกลักษณ์สวยงาม
กลมกลืนกับวัฒนธรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) (S.D. =0.38) ด้านการปกป้อง
ผลิตภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) (S.D. =0.46) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อ
ย่อย 3 ลำดับ ดังนี้ การป้องกันแรงสั่นผัดความชื้นและอากาศมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} =$
4.17) (S.D. =0.38), มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก
($\bar{X} = 4.37$) (S.D. =0.56), มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเปิดปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในมี
ความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) (S.D. =0.55) ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ พบว่า ภาพรวม
อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$) (S.D. =0.52), โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 5 ลำดับ ดังนี้ ความเป็นไป
ได้ในการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.47$) (S.D. =0.51), ความสะดวกในการนำไปใช้มี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.37$) (S.D. =0.56), เหมาะสมกับทุกยุคทุกสมัยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) (S.D. =0.55), มีความชัดเจนเข้าใจง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) (S.D. =0.54), ความคุ้มค่าต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) (S.D. =0.43) ด้านการอำนวยความสะดวก พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) (S.D. =0.54), โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 2 ลำดับ ดังนี้ สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.40$) (S.D. =0.56), สามารถเปิด-ปิดได้สะดวกง่ายต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) (S.D. =0.53) ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$) (S.D. =0.57), โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 4 ลำดับ ดังนี้ รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจง่ายต่อการจดจำมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$) (S.D. =0.57), รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27$) (S.D. =0.52), รูปแบบมีความทันสมัยสวยงามมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) (S.D. =0.51), รูปแบบมีเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) (S.D. =0.70)

สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของคุณยี่ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีค่าเฉลี่ยผลการประเมินมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากผู้บริโภคให้ความสนอกสนใจกับบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างดี ตัวบรรจุภัณฑ์มีข้อมูลครบถ้วนอีกทั้งรูปแบบการผลิตหรือการขึ้นรูปไม่ซับซ้อนข้อดีของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยออกแบบทุกตัวจะไม่ใช้กาวในการยึดบรรจุภัณฑ์เข้าด้วยกัน แต่จะใช้วิธีการขัดล็อกเข้าหากันและสามารถนำมารีไซเคิลได้จึงเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอีกด้วยด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เปิด-ปิดได้สนิทสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ด้านในได้เป็นอย่างดีด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์มีความสะดวกในการใช้งานเป็นอย่างดีอีกทั้งยังคุ้มค่าต่อการใช้งานด้านการอำนวยความสะดวกบรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงซ้อนกันได้และด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความทันสมัยสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ของคุณยี่ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีที่ใช้ในเรื่องของอินโฟกราฟิกเข้ามาช่วยในการออกแบบลดทลายของบรรจุภัณฑ์ให้เป็นเซตและสอดคล้องกันทุกรูปแบบ

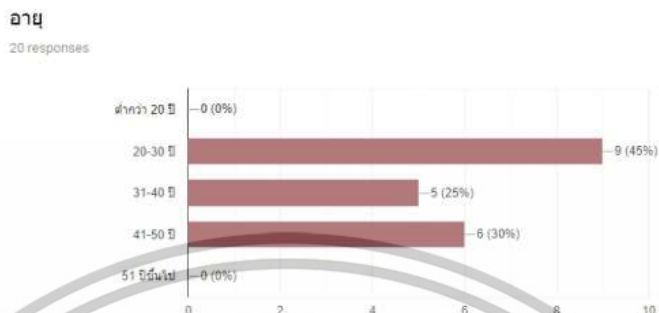
4.5.2 การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคออนไลน์ จำนวน 20 คน โดยการวิเคราะห์ด้านออนไลน์จะสรุปผลแบ่งออกเป็นทั้งหมด 2 ตอน ดังนี้



ภาพที่ 4.39 ภาพแสดงสถานภาพของผู้บริโภค (เพศ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคนักค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป เพศ หญิงค่าเฉลี่ย จำนวน 20 คน เท่ากับ 14 คน คิดเป็น 70 % เพศชาย 7 คน คิดเป็น 35%

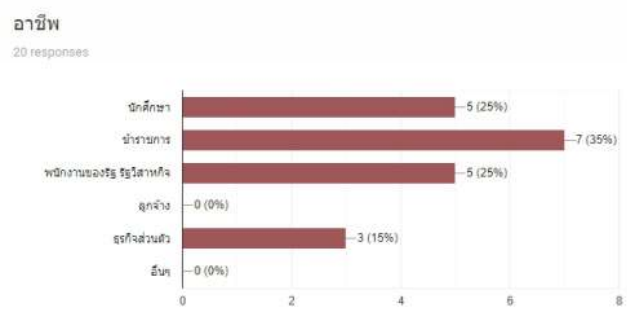


ภาพที่ 4.40 ภาพแสดงสถานภาพของผู้บริโภค (อายุ)

สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคนักค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป อายุ ต่ำกว่า 20 ปี จำนวน 0 คน คิดเป็น 0% อายุ 20-30 ปี จำนวน 9 คน คิดเป็น 45% อายุ 31-40 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็น 25% อายุ 41-50 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็น 30% อายุ 51 ปีขึ้นไป จำนวน 0 คน คิดเป็น 0%

ภาพที่ 4.41 ภาพแสดงสถานภาพของผู้บริโภค (การศึกษา)

สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคนักค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป การศึกษา มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า จำนวน 0 คน คิดเป็น 0% อนุปริญญา หรือเทียบเท่า จำนวน 3 คน คิดเป็น 15% ปริญญาตรี จำนวน 14 คน คิดเป็น 70% และ สูงกว่าปริญญาตรี 3 คน คิดเป็น 15%

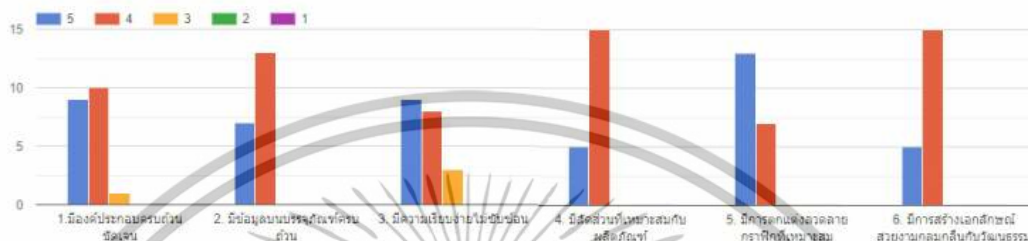


ภาพที่ 4.42 ภาพแสดงสถานภาพของผู้บริโภค (อาชีพ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์สงเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป อาชีพ นักศึกษา จำนวน 5 คน คิดเป็น 25% ข้าราชการ จำนวน 7 คน คิดเป็น 35 พนักงานของรัฐ จำนวน 5 คน คิดเป็น 25% ลูกจ้าง จำนวน 0 คน คิดเป็น 0% ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 3 คน คิดเป็น 15% และ อื่น ๆ จำนวน 0 คน คิดเป็น 0%

ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4.43 ภาพแสดงการประเมินผลด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคนักศึกษาคณะศึกษาศาสตร์สงเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีตอนที่ 2 ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 6 ลำดับ ดังนี้ มีองค์ประกอบครบถ้วนอยู่ได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 4 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ข้อมูลบรรจุภัณฑ์ครบถ้วนได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 4 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ความเรียบง่ายไม่ซับซ้อนได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 5 มีความเหมาะสมมากที่สุด สัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ได้คะแนนมากสุดเกณฑ์ระดับ 4 มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก การตกแต่งลวดลายได้คะแนนมากสุดอยู่ในระดับ 5 มีความเหมาะสมมากที่สุด และการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมได้คะแนนมากสุดอยู่ในระดับ 4 มีความเหมาะสมในระดับมาก

ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์

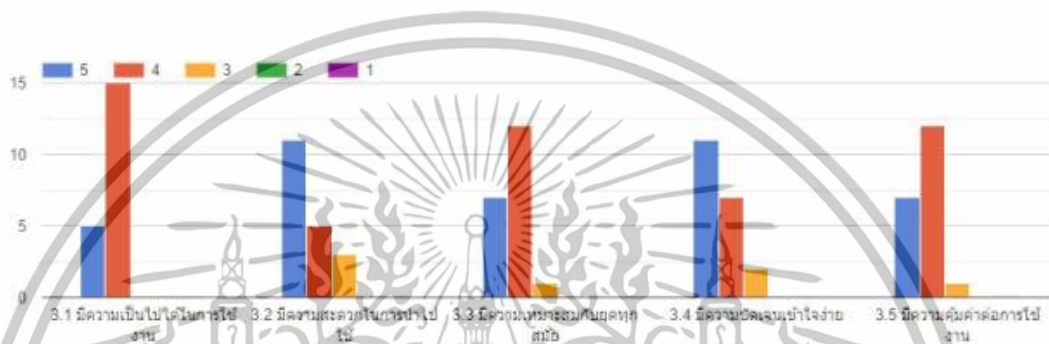


ภาพที่ 4.44 ภาพแสดงการประเมินผลด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคลีนค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีตอนที่ 2 ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 3 ลำดับ ดังนี้ มีการป้องกันแรงสัมผัส ความชื้นและอากาศได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 4 มีความเหมาะสมมาก มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 5 มีความเหมาะสมมากที่สุด มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเปิดปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 5 และระดับ 4 มีสอดคล้องกันความเหมาะสมอยู่ที่มาก-มากที่สุด

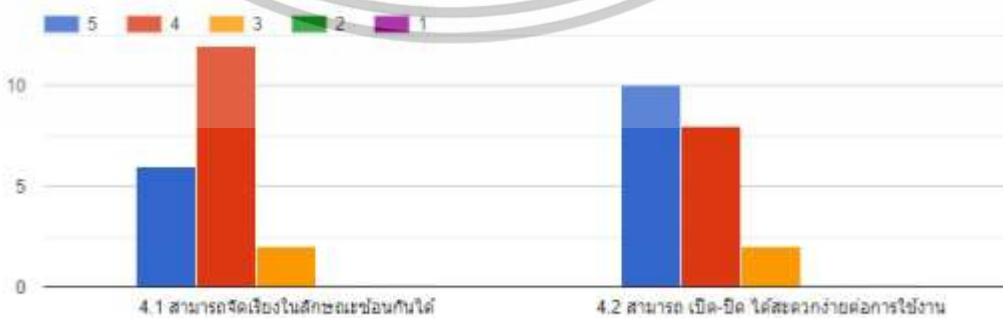
ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์



ภาพที่ 4.45 ภาพแสดงการประเมินผลด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์

สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคลีนค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีตอนที่ 2 ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 5 ลำดับ ดังนี้ ความเป็นไปได้ในการใช้งาน ได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 4 มีความเหมาะสมมาก ความสะดวกในการนำไปใช้ได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 5 มีความเหมาะสมมากที่สุด, ความเหมาะสมกับทุกยุคทุกสมัยได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 4 มีความเหมาะสมมาก, ความชัดเจนเข้าใจง่ายได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 5 มีความเหมาะสมมากที่สุด, และความคุ้มค่าต่อการใช้งานได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 4 มีความเหมาะสมมาก

ด้านอำนวยความสะดวก

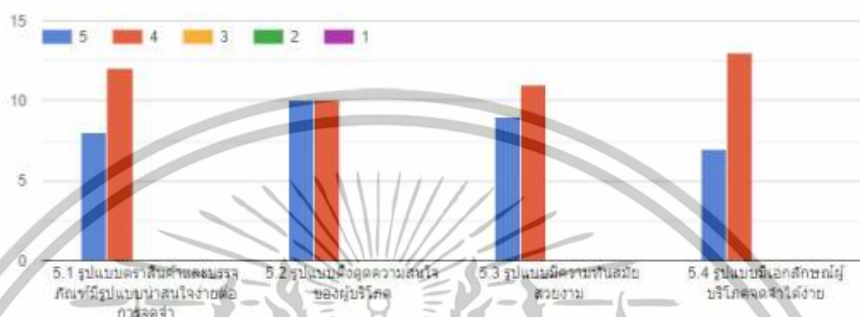


ภาพที่ 4.46 ภาพแสดงการประเมินผลด้านอำนวยความสะดวก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคลินค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีตอนที่ 2 ด้านการการอำนวยความสะดวก โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 3 ลำดับ ดังนี้ สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 4 มีความเหมาะสมมาก, สามารถเปิด-ปิดได้สะดวก ง่ายต่อการใช้งานได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 4 มีความเหมาะสมมาก

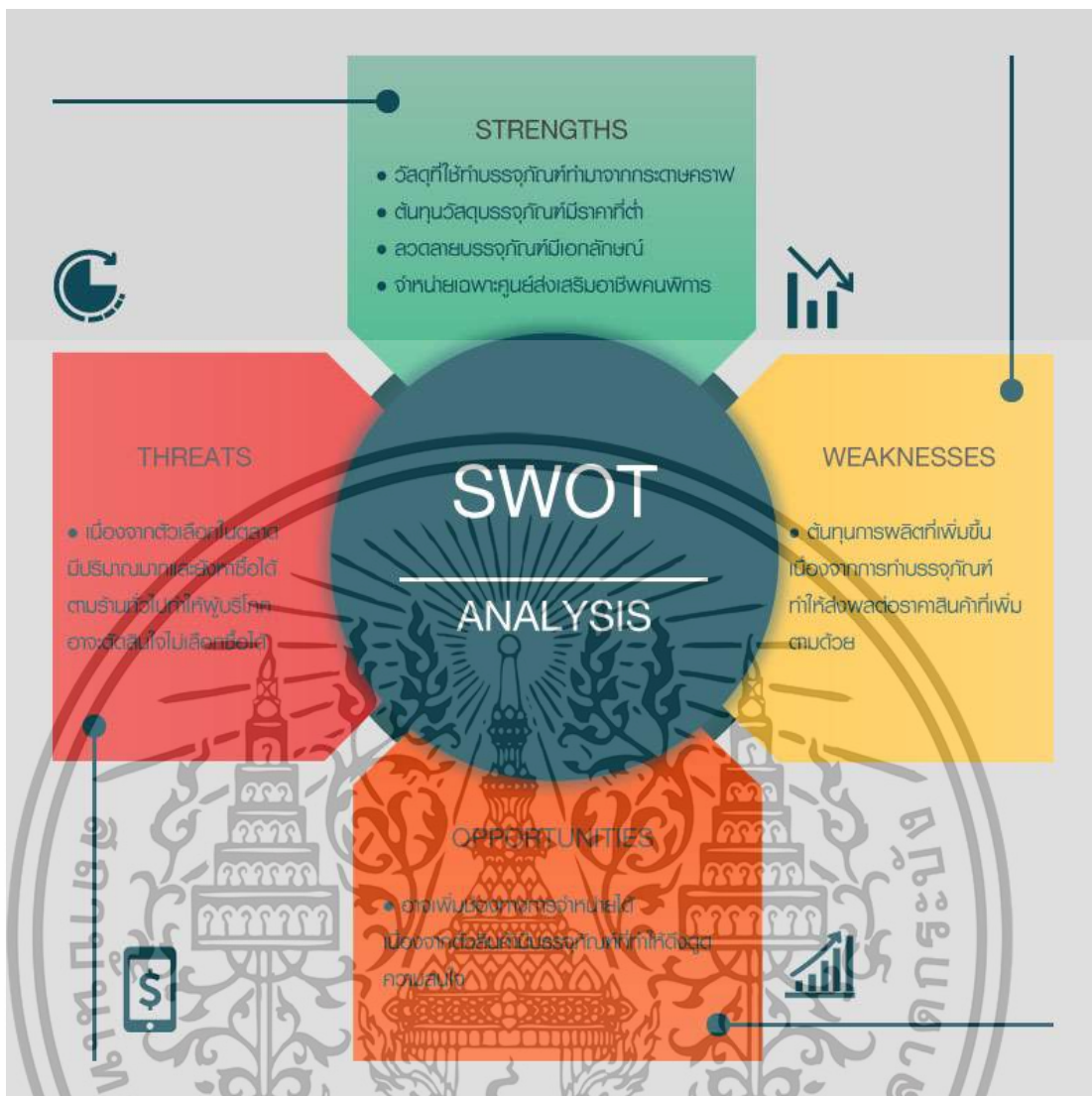
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย



ภาพที่ 4.47 ภาพแสดงการประเมินผลด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย

สรุปผลการวิเคราะห์กลุ่มผู้บริโภคลินค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีตอนที่ 2 ด้านการการอำนวยความสะดวก โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 3 ลำดับ ดังนี้ รูปแบบตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์ที่มีรูปแบบน่าสนใจต่อการจดจำได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 4 มีความเหมาะสมมาก, รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 4 และ 5 มีความสอดคล้องความเหมาะสมมาก-มากที่สุด, รูปแบบมีความทันสมัยสวยงามได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 4 มีความเหมาะสมมาก, รูปแบบมีเอกลักษณ์ผู้บริโภครู้จักจำได้ง่ายได้คะแนนมากสุดในเกณฑ์ระดับ 4 มีความเหมาะสมมาก

4.5.3 ผลการวิเคราะห์รูปแบบแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคลินค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี แบบสอบถามออฟไลน์สร้างความพึงพอใจและเกณฑ์การให้คะแนนที่สูงกว่าแบบออนไลน์ เนื่องจากลูกค้าได้เห็นสินค้าจริงด้านการใช้งานเป็นหลักความสะดวกในการนำไปใช้บรรจุภัณฑ์สามารถ เปิด-ปิดได้สนิทและมีความคุ้มค่าต่อการใช้งานแบบสอบถามออนไลน์สร้างความสะดวกให้แก่ลูกค้ามากกว่าและมีโอกาสสูงที่จะได้รับการประเมินจากลูกค้าหลายกลุ่ม



ภาพที่ 4.48 ภาพแสดงการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการของกลุ่มผู้บริโภค (SWOT)

จากภาพที่ 4.48 พบว่า ผลิตภัณฑ์มีจุดแข็งในเรื่องการเลือกใช้วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ ซึ่งทำมาจากกระดาษคราฟ ส่งผลให้มีต้นทุนที่ถูกและการออกแบบลวดลายที่มีเอกลักษณ์ ทั้งยังมีจำหน่ายเฉพาะศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จุดอ่อนของผลิตภัณฑ์ที่ควรแก้ไข คือ ต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นจากเดิมตัวสินค้าไม่ได้มีบรรจุภัณฑ์ ทำให้ส่งผลกระทบต่อราคาของสินค้าที่เพิ่มตามด้วย โอกาสทางการตลาดคือสามารถเพิ่มช่องทางการจำหน่ายได้ เพราะตัวสินค้ามีบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้ดึงดูดความสนใจ อีกทั้งยังสามารถต่อยอดผลิตภัณฑ์ในอนาคตอีกได้ อุปสรรคทางการตลาด คือ ตัวเลือกในตลาดที่มีค่อนข้างมากและยังหาซื้อได้ง่าย ทำให้ผู้บริโภคอาจตัดสินใจไม่เลือกซื้อได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยข้อเสนอแนะ ดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

จากการวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปผลการวิจัยได้ตามวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้คือ

5.1.1 สรุปผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี
ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี แบ่งออกเป็น 3 ประเภท

- (1) ประเภทผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า
- (2) ประเภทผลิตภัณฑ์กระเป๋า
- (3) ประเภทผลิตภัณฑ์สินค้าเบ็ดเตล็ด

โดยผู้วิจัยได้ศึกษาด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์พบว่าผลิตภัณฑ์ทุกชนิดเหมาะการใช้งานทั่วไปใช้งานง่ายมีความเหมาะสมกับผู้บริโภคทุกยุคทุกสมัยด้านวัสดุผลิตภัณฑ์ทำมาจากผ้าฝ้ายและมีส่วนประกอบใช้ชิบในการยึดติดงานผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่ทำมาจากงานฝีมือมีความปราณีตสวยงามในเรื่องของลวดลายลวดลายปักกรผลิตภัณฑ์มากจากดอกนพรีเป็นเอกลักษณ์อย่างหนึ่งของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี สีของผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นสีโทนเย็นลักษณะสีโดดเด่นเน้นสีสันทัดชัดเจน ผู้วิจัยได้นำผลิตภัณฑ์ที่ทำการออกแบบบรรจุภัณฑ์คัดเลือกจากสินค้าที่มีความนิยมและราคาอยู่ในระดับกลางที่ผู้บริโภคซื้อได้ทุกกลุ่ม (1) บรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญ (2) บรรจุภัณฑ์กล่องเสื้อ (3) บรรจุภัณฑ์ถุงกระดาษ (4) บรรจุภัณฑ์กระเป๋า (5) บรรจุภัณฑ์ใส่กระเป๋าที่ขลุ่ (6) บรรจุภัณฑ์ผ้าพันคอ (7) บรรจุภัณฑ์ผ้าขาม้า (8) ชั้นวางสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

5.1.2 สรุปผลการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

- (1) ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบชุดบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีด้านการอำนวยความสะดวกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รูปแบบที่ 1 โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 4.40$) ($\sigma = 0.39$)
- (2) ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์กล่องเสื้อสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รูปแบบที่ 2 โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 4.23$) ($\sigma = 0.53$)
- (3) ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบถุงกระดาษสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รูปแบบที่ 1 โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 4.50$) ($\sigma = 0.40$)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

(4) ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบกล่องใส่กระเป๋าทีชชู สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีด้านส่งเสริมการจัดจำหน่ายมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รูปแบบที่ 2 โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 4.17$) ($\sigma = 0.48$)

(5) ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์กล่องใส่กระเป๋า สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีด้านอำนวยความสะดวกมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รูปแบบที่ 1 โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 4.48$) ($\sigma = 0.23$)

(6) ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าพันคอ สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีด้านด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รูปแบบที่ 1 โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 4.28$) ($\sigma = 0.35$)

(7) ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้า สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีด้านด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รูปแบบที่ 2 โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 4.32$) ($\sigma = 0.40$)

(8) ผลการประเมินความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบชิ้นวางสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีด้านส่งเสริมการจัดจำหน่ายมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก รูปแบบที่ 1 โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ย ($\mu = 4.19$) ($\sigma = 0.29$)

5.1.3 สรุปผลการประเมินทางเลือกช่องทางจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์ สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

ผลการประเมินทางเลือกช่องทางจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี สื่อสิ่งพิมพ์มีรูปแบบที่เหมาะสมได้คะแนนมากที่สุดในเกณฑ์ระดับ 4 มีความเหมาะสมมาก, ความเหมาะสมของกราฟิกและภาพประกอบส่งเสริมเนื้อหาได้คะแนนมากที่สุดในเกณฑ์ระดับ 5 มีความเหมาะสมมาก, พื้นที่ทั้งหมดใช้อย่างมีประสิทธิภาพได้คะแนนมากที่สุดในเกณฑ์ระดับ 5 มีความเหมาะสมมากที่สุด, เนื้อหามีความน่าสนใจเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภคได้คะแนนมากที่สุดในเกณฑ์ระดับ 5 มีความเหมาะสมมากที่สุด และ ข้อมูลครบถ้วนชัดเจนได้คะแนนมากที่สุดในเกณฑ์ระดับ 5 มีความเหมาะสมมากที่สุด

5.1.4 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคสำหรับสินค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี โดยมีสัดส่วนค่าเฉลี่ยผลรวมความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) (S.D. = 0.50) โดยพิจารณาได้ ดังนี้ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.10$) (S.D. = 0.48) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 7 ลำดับ ดังนี้ องค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$) (S.D. = 0.50), ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วนมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.23$) (S.D. = 0.43), ความเรียบง่ายไม่ซับซ้อนของผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.30$) (S.D. = 0.53), สัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) (S.D. = 0.51), การตกแต่งลวดลายที่เหมาะสมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) (S.D. = 0.43), และมีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) (S.D. = 0.38) ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) (S.D. = 0.46) โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 3 ลำดับ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ดังนั้น การป้องกันแรงสั่นผัดความชื้นและอากาศมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) (S.D.=0.38), มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.37$) (S.D. =0.56), มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเปิดปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$) (S.D. =0.55) ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์ พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.24$) (S.D. =0.52), โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 5 ลำดับ ดังนี้ ความเป็นไปได้ในการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก($\bar{X}=4.47$) (S.D. =0.51), ความสะดวกในการนำไปใช้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.37$) (S.D. =0.56), เหมาะสมกับทุกยุคทุกสมัยมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$) (S.D. =0.55), มีความชัดเจนเข้าใจง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.27$) (S.D. =0.54), ความคุ้มค่าต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.23$) (S.D. =0.43) ด้านการอำนวยความสะดวก พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.23$) (S.D. =0.54), โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 2 ลำดับ ดังนี้ สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.40$) (S.D. =0.56), สามารถเปิด-ปิดได้สะดวกง่ายต่อการใช้งานมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) (S.D. =0.53) ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.25$) (S.D. =0.57), โดยมีรายละเอียดเป็นรายข้อย่อย 4 ลำดับ ดังนี้ รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจง่ายต่อการจดจำมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.43$) (S.D. =0.57), รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.27$) (S.D. =0.52), รูปแบบมีความทันสมัยสวยงามมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.13$) (S.D. =0.51), รูปแบบมีเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่ายมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) (S.D. =0.70)

5.1.4.1 การประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีค่าเฉลี่ยผลการประเมินมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมาก ผู้บริโภคให้ความสนใจกับบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างดี ตัวบรรจุภัณฑ์มีข้อมูลครบถ้วนอีกทั้งรูปแบบการผลิตหรือการขึ้นรูปไม่ซับซ้อนข้อดีของบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยออกแบบทุกตัวจะไม่ใช้กาวในการยึดบรรจุภัณฑ์เข้าด้วยกันแต่จะใช้วิธีการขัดล็อกเข้าหากันและสามารถนำมารีไซเคิลได้จึงเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอีกด้วยด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์เปิด-ปิดได้สนิทสามารถปกป้องผลิตภัณฑ์ด้านในได้เป็นอย่างดี ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์มีความสะดวกในการใช้งานเป็นอย่างดีอีกทั้งยังคุ้มค่าต่อการใช้งานด้านการอำนวยความสะดวกบรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงซ้อนกันได้และด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายรูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความทันสมัยสวยงามและเป็นเอกลักษณ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีที่ใช้ในเรื่องของอินโฟกราฟิกเข้ามาช่วยในการออกแบบสวดลายของบรรจุภัณฑ์ให้เป็นเซตและสอดคล้องกันทุกรูปแบบ

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี เพื่อศึกษาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความเข้าใจและหาจุดบกพร่องในการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นและสามารถนำไปพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าให้แก่ตัวสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี หรือเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายมากยิ่งขึ้นและสร้างความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า

5.2.1 อภิปรายผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

ผลการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลศึกษากระบวนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดย ผลิตภัณฑ์ เป็นองค์ประกอบแรกของส่วนประสมทางการตลาด การศึกษาและทำความเข้าใจอย่างถ่องแท้ในเรื่องผลิตภัณฑ์จึงเป็นพื้นฐานในการเรียนรู้ทางวิชาการด้านการตลาด ซึ่งจะเป็พื้นฐานในการนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ประสบความสำเร็จต่อไปซึ่งสอดคล้องกับ Luca Patrizia de

- (1) รูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์
- (2) การใช้งานผลิตภัณฑ์
- (3) วัสดุ และ สีของผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีมีหลายประเภท แบ่งออกเป็น 3 ประเภทหลักได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า และผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าเบ็ดเตล็ด โดยรูปลักษณ์ผลิตภัณฑ์เป็นทรงสี่เหลี่ยมผืนผ้าโดยหลักมีรูปูปร่างที่ไม่ซับซ้อนใช้งานง่าย และขนาดของผลิตภัณฑ์ที่นำมาออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นขนาดมาตรฐานของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ วัสดุที่ใช้ในการผลิตเป็นผ้าฝ้ายและมีวัสดุรวมเป็นชิบ และ สีของผลิตภัณฑ์เป็นสีโทนร้อนลักษณะโดดเด่น สีที่ได้เป็นสีแดงเลือดหมู หมายถึง เป็นสีหลักของผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า ความมีชีวิตชีวา สีให้ความรู้สึกมั่นคง ลวดลาย สำหรับการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี คือ ดอกนนทรีเป็นดอกไม้ประจำจังหวัดนนทบุรี ก่อกำเนิดของลวดลายบนผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ให้ความหมายเปรียบประดุจทุกคนมีน้ำใจเป็นหนึ่งใจเดียวกัน เปรียบเสมือนความรักสามัคคีไม่ทอดทิ้งกัน

5.2.2 อภิปรายผลการวิเคราะห์การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

5.2.2.1 ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี สามารถสรุปได้ดังนี้ คือ ตราสินค้าบรรจุภัณฑ์ต้องมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ มีความกะทัดรัด สั้น จดจำได้ง่าย บ่งบอกได้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ได้และตราสัญลักษณ์สามารถนำเสนอข้อมูลครบและชัดเจน ซึ่งสอดคล้องกับ (ขวัญใจ สุขก้อนและคณะ. 2555: 33) ผลการชุดบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ได้แนวคิดมากจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์แนวพับขึ้นรูปง่ายและไม่ใช้กาวผลสรุปชุดบรรจุภัณฑ์ของขวัญ รูปแบที่ 1, บรรจุภัณฑ์กล่องสี่อรูปแบที่ 2, ถุงกระดาษ รูปแบที่ 1, กล่องใส่กระเป๋าที่ซุ รูปแบที่ 2, กล่องใส่กระเป๋า รูปแบที่ 1 ผ้าพันคอ รูปแบที่ 1, บรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้า รูปแบที่ 2, ขึ้นวางสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี รูปแบที่ 1 ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี องค์ประกอบข้อมูลครบถ้วนชัดเจน มีความเรียบง่ายของบรรจุภัณฑ์ไม่ซับซ้อนขึ้นรูปง่ายและสะดวกต่อการใช้งาน รูปแบมีสัดส่วนที่ดีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ การกราฟิกลวดลายมีการตกแต่งพอดีเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ และมีความสวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรมและการสร้างเอกลักษณ์ที่ชัดเจน ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ป้องกันการสัมผัสกับความชื้นหรืออากาศที่สามารถวางจำหน่ายตามท้องตลาดไม่เกิดฝุ่นละอองเกาะผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายในและ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้ บรรจุภัณฑ์เหมาะสมกับยุคทุกสมัย เข้าใจง่าย และมีความคุ้มค่า บรรจุภัณฑ์สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกัน

ได้ ใช้งานง่ายเปิด-ปิดสะดวก ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย รูปแบน่าสนใจ ตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เป็นที่จดจำของผู้บริโภค ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค มีความทันสมัย สวยงาม มีเอกลักษณ์ผู้บริโภค จดจำได้ง่าย ซึ่งทั้งหมด สอดคล้องกับ (อารี สุทธิพันธุ์ .2551 42-43)

5.2.3 อภิปรายผลทางเลือกช่องทางจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์สำหรับ ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

5.2.3.1 ผลการประเมินผลการประเมินทางเลือกช่องทางจำหน่ายสินค้าและการประชาสัมพันธ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ช่องทางการจำหน่ายสินค้าช่องทางแรกเป็น ออนไลน์ผ่าน Instagram เพื่อเจาะกลุ่มผู้บริโภค ช่วงวัยรุ่นและนักศึกษา เนื่องจากลูกค้ากลุ่มนี้จะใช้โซเชียลในการเลือกซื้อสินค้ามากกว่าช่องทางอื่น ช่องทางที่ 2 สื่อสิ่งพิมพ์มีรูปแบบที่เหมาะสมกราฟิกและภาพประกอบส่งเสริมเนื้อหา พื้นที่ทั้งหมดใช้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื้อหาที่น่าสนใจเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค ข้อมูลครบถ้วนชัดเจน โดยใช้ทฤษฎีของ วริทธิ อึ้งอาภรณ์. 2545

5.2.4 อภิปรายผลการประเมินประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

5.2.3.1 ผลการประเมินผลการวิเคราะห์รูปแบบแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคสินค้าศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี แบบสอบถามออฟไลน์สร้างความพึงพอใจและเกณฑ์การให้คะแนนที่สูงกว่าแบบออนไลน์ เนื่องจากลูกค้าได้เห็นสินค้าจริงด้านการใช้งานเป็นหลักความสะดวกในการนำไปใช้บรรจุภัณฑ์สามารถ เปิด-ปิดได้สนิทและมีความคุ้มค่าต่อการใช้งานแบบสอบถามออนไลน์สร้างความสะดวกให้แก่ลูกค้ามากกว่าและมีโอกาสสูงที่จะได้รับการประเมินจากลูกค้าหลายกลุ่ม

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

5.3.1.1 การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อส่งเสริมการขายในด้านโครงสร้างที่ควรมีประสิทธิภาพและสามารถรองรับกับผลิตภัณฑ์ได้ทุกตัวได้อย่างสมบูรณ์

5.3.1.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ควรออกแบบรูปแบบลักษณะกล่องใหญ่ขนส่งด้วยเพื่อจำหน่ายในรูปแบบพ่อค้าคนกลางที่มารับซื้อผลิตภัณฑ์ไปขายต่อ

5.3.1.3 บรรจุภัณฑ์ต้นแบบ ควรส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่นและคำนึงถึงในเรื่องของสิ่งแวดล้อมโดยการใช้เทคนิคการพิมพ์แบบสีเดียว บรรจุภัณฑ์สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้และสามารถลดการใช้พลาสติก เพื่อให้สอดคล้องกับความเป็นธรรมชาติ อีกทั้งยังช่วยลดโลกร้อน

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

5.3.2.1 การศึกษาผลิตภัณฑ์รูปแบบบรรจุภัณฑ์และวัสดุบรรจุภัณฑ์เพื่อลดต้นทุนในการผลิตในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ถ้าเลือกใช้วัสดุต้นทุนต่ำอย่างเดียวจะทำให้บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ได้ไม่สมบูรณ์

5.3.2.2 การออกแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทอื่นๆ ทรัพยากรที่มีอยู่ในแต่ละท้องถิ่นสามารถนำมาแปรรูปและก่อให้เกิดประโยชน์ได้ อีกทั้งต้นทุนวัตถุดิบยังราคาต่ำอีกด้วย ควรศึกษารูปแบบของบรรจุภัณฑ์และโครงสร้างที่เป็นปัญญากับตัวผลิตภัณฑ์และความมีการทดสอบการใช้งานจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

เพื่อการวางจัดจำหน่ายเห็นผลจริงและควรออกแบบให้บรรจุภัณฑ์มีเอกลักษณ์เฉพาะเพื่อการส่งเสริม
การท่องเที่ยวของจังหวัดนนทบุรี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณานุกรม

- กมลน สดประเสริฐ. 2540. **ญี่ปุ่น 360 องศา** แปลโดย ปราณี จงสุจริตธรรม. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์ภาษาและวัฒนธรรม
- กมล ชัยวัฒน์. 2551. **การโฆษณาและการส่งเสริมการตลาด**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แมคกรอ-ฮิล.
- กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ. 2560. **แผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ ฉบับที่ 5 พ.ศ.2560-2564. คณะอนุกรรมการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ**
- แก่นจันทน์ มะลิซ้อน. 2546. **การออกแบบให้โดนใจ**. กรุงเทพฯ : สำนักงานพัฒนาอุตสาหกรรม สนับสนุนคณะกรรมการขับเคลื่อนเศรษฐกิจพอเพียง
- จุลสารน้อยก็หนึ่ง ฉบับที่ 17 โดยสถาบันสร้างเสริมสุขภาพคนพิการ. 2560.
- ชัยรัตน์ อัครวงกูร. 2548. **การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผู้ประกอบการและนัก ออกแบบ**. สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุนกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม.
- ธวิศ หาญอุตสาหะ. 2560. **MARKETING EVERYTHING**
- นฤทธิ วัฒนภ. 2555. **การออกแบบหีบห่อของญี่ปุ่น** วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปาพจน์ หนูนภักดี. 2555. **หลักการและกระบวนการออกแบบงานกราฟฟิคดีไซน์**. ไอดีซี พรีเมียร์
- วริทธิ์ อึ้งอารมณ์. 2545. **การออกแบบบรรจุภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์
- บุญธรรม กิจปรีดาภิสุทธิ์. 2535. **Power of Packaging**. กรุงเทพฯ พิมพ์ครั้งที่ 2
- บุญเกื้อ ควรหาเวช. 2543. **นวัตกรรมการศึกษา.ภาควิชาเทคโนโลยีการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**.
- ปูน คงเจริญเกียรติ, สมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. **บรรจุภัณฑ์อาหาร** สำนักพิมพ์บริษัท พริกหวานกราฟฟิค จำกัด.
- พรณี ลีกิจวัฒน์. 2558. **วิธีการวิจัยทางการศึกษา**. พิมพ์ครั้งที่ 10. คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
- ศิริพรรณ ปีเตอร์. 2549. **ออกแบบกราฟฟิค** พิมพ์ครั้งที่ 1 มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช โครงการสาขาวิชาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- เสาวรภย์ กุสุมา ณ อยุธยา. 2553. **หนังสือเศรษฐกิจสร้างสรรค์** พิมพ์ครั้งที่ 2: สำนักพิมพ์ สิปปประชา.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. 2534. **คุณค่าของการออกแบบบรรจุภัณฑ์**. กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สิทธิรัฐ ประพุทธนิตสาร. 2545. **จิตวิทยากับการออกแบบ**. สำนักพิมพ์วาดศิลป์.
- สมิตรา ศรีวิบูลย์. 2547. **การออกแบบอัตลักษณ์: Corporate Identity**. พิมพ์ครั้งที่ 2. แพรวสำนักพิมพ์
- สุชาตินนประสิทธิ์รัฐสินธุ์. 2540. **บรรจุภัณฑ์อาหาร**. กรุงเทพฯ กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม, 2541
- อารี สุทธิพันธุ์ .2551. **กลยุทธ์การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นเครื่องมือในการสื่อสารการตลาด**

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

- จริญญา นวลอินทร์. 2552. **ปัจจัยที่มีผลสำเร็จของโครงการกลุ่มอาชีพ OTOP** กรณีศึกษา การดำเนินงานกลุ่มอาชีพผ้า ทอไหมบ้านสร้อย หมู่ที่ 10 ตำบลจานลาน อำเภอพนา จังหวัด อำนาจเจริญ. การค้นคว้าอิสระปริญญารัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- ทรงชัย บุญส่งรุ่งเรือง. 2548. **กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดผลิตภัณฑ์ดอกไม้ประดิษฐ์** กรณีศึกษาโครงการหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ กลุ่มอาชีพสตรีดอกไม้ประดิษฐ์. วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัย ชุรกิจบัณฑิตย. ฌัญญ์กฤตา ลิมานนท์ดำรง. 2553. **พฤติกรรมการเปิดรับและความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อสื่อประชาสัมพันธ์ของธนาคาร ไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน).** วิทยานิพนธ์หลักสูตร ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการสื่อสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.
- ดารา ทีปะปาล และ ธนวัฒน์ ทีปะปาล. 2553. **การสื่อสารการตลาด** (Marketing Communications) ฉบับปรับปรุง. กรุงเทพฯ : อมรการพิมพ์.
- ประภาพร แสงทอง และคณะ. 2550. **รายงานวิจัยเรื่อง การวิจัยและพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางสมุนไพร** กรณีศึกษา: กลุ่มวิสาหกิจชุมชนสวนสตูลเครื่องสำอางสมุนไพร ตำบลเขารูปช้าง อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา
- ไพศาล มุ่งสมัคร ถนอม สุวรรณน้อย สรชัย พิศาลบุตร และ ศิวศิษย์. 2556. **รูปแบบการจัดการที่ประสบผล สำเร็จของกลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชน ผลิตภัณฑ์สมุนไพรกลุ่ม จังหวัดนครชัยบุรีรินทร์.**
- อุษณีย์ มากประยูร. 2551. **สภาพและปัญหาการสื่อสารการตลาดของธุรกิจหนึ่งตำบลหนึ่ง ผลิตภัณฑ์ในจังหวัดอุดรดิถ์.** วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิถ์. ปีที่ 4
- Luca Patrizia de, 2006:6 **การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม** สำนักพิมพ์ ส.ส.ท. 2548
- อัศววรรณ รอดสมบูรณ์. (2551). **การสื่อสารการตลาดของธุรกิจที่ดำเนินการตามแนวคิด** กระทรวงอุตสาหกรรม. 2559. **ความสำคัญของ Brand.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.industry.go.th/industry/index.php/th/knowledge/item/10602-Brand>
- Suthee wongkham. 2556. **ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์.** [Online]. เข้าถึงได้จาก : http://art-suthee.blogspot.com/2013/10/blog-post_22.html.

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

ชุดที่ 1

แบบสอบถามบันทึกการสัมภาษณ์ผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ

เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

วันที่สัมภาษณ์.....

ตอนที่ 1

- ผู้ให้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านการตลาด อื่นๆ
- อายุ 20-30 ปี มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป
- เพศ ชาย หญิง
- วุฒิการศึกษา ปวช-ปวส ป.ตรี มากกว่า ป.ตรี
- ระยะเวลาการทำงาน 3-5 ปี มากกว่า 5 ปี
- ชื่อสถาบัน/ บริษัท

ตอนที่ 2

1. ผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีมีทั้งหมดกี่ประเภทกี่รูปแบบ

.....

.....

.....

.....

2. ผลิตภัณฑ์ที่ไม่มีบรรจุภัณฑ์หรือควรมีบรรจุภัณฑ์มีอะไรบ้าง

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3. ต้องการบรรจุภัณฑ์แบบไหนเพื่อส่งเสริมด้านการตลาดของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ
จังหวัดนนทบุรี

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

4. สรุปผลแนวทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัด
นนทบุรี

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

5. ข้อเสนอแนะอื่นๆ

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



ผู้ให้สัมภาษณ์

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์แนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ชุดของขวัญ 1) ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดมี 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนดังนี้ 5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด 4 หมายถึงเห็นด้วยระดับมาก 3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง 2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย 1 หมายถึงเห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ข้อ ที่	รายการ	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์															
	1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน															
	1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน															
	1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน															
	1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์															
	1.6 มีการตกแต่งลดทอนกราฟิกที่เหมาะสม															
	1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม															
2.	ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์															
	2.1 มีการป้องกันแรงสั่นพัสความชื้นและอากาศ															
	2.2 มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน															
	2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน															
3.	ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์															
	3.1 ความเป็นไปได้ในการใช้งาน															
	3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้															
	3.3 มีความเหมาะสมกับยุคทุกสมัย															
	3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย															
	3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน															

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 (ต่อ)

ข้อ ที่	รายการ	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
4.	ด้านอำนวยความสะดวก															
	4.1 สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้															
	4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้สะดวกง่ายต่อการใช้งาน															
5.	ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย															
	5.1 รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจง่ายต่อการจดจำ															
	5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค															
	5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม															
	5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย															

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญ

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามบันทึกการสัมภาษณ์บรรณารักษ์ท้องถิ่น

ตอนที่ 1

- ผู้ให้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรณารักษ์ ด้านการตลาด อื่นๆ
- อายุ 20-30 ปี มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป
- เพศ ชาย หญิง
- วุฒิการศึกษา ปวช-ปวส ป.ตรี มากกว่า ป.ตรี
- ระยะเวลาการทำงาน 3-5 ปี มากกว่า 5 ปี
- ชื่อสถาบัน/ บริษัท

ข้อเสนอแนะในการออกแบบบรรณารักษ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี



ตอนที่ 2 การวิเคราะห์แนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (กล่องเสื้อ 2) ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดมี 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนดังนี้ 5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด 4 หมายถึงเห็นด้วยระดับมาก 3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง 2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย 1 หมายถึงเห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ข้อ ที่	รายการ	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์															
	1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน															
	1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน															
	1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน															
	1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์															
	1.6 มีการตกแต่งลวดลายกราฟิกที่เหมาะสม															
	1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม															
2.	ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์															
	2.1มีการป้องกันแรงสั่นพัสความชื้นและอากาศ															
	2.2 มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน															
	2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน															
3.	ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์															
	3.1 ความเป็นไปได้ในการใช้งาน															
	3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้															

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 (ต่อ)

ข้อ ที่	รายการ	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
	3.3 มีความเหมาะสมกับยุค ทุกสมัย															
	3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย															
	3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน															
4.	ด้านอำนวยความสะดวก															
	4.1 สามารถจัดเรียงใน ลักษณะซ้อนกันได้															
	4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้ สะดวกต่อการใช้งาน															
5.	ด้านส่งเสริมการจัด จำหน่าย															
	5.1 รูปแบบตราสินค้าและ บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจ ง่ายต่อการจดจำ															
	5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจ ของผู้บริโภค															
	5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม															
	5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย															

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญ

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามบันทึกการสัมภาษณ์บรรณารักษ์หญิง

ตอนที่ 1

- ผู้ให้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรณารักษ์ ด้านการตลาด อื่นๆ
- อายุ 20-30 ปี มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป
- เพศ ชาย หญิง
- วุฒิการศึกษา ปวช-ปวส ป.ตรี มากกว่า ป.ตรี
- ระยะเวลาการทำงาน 3-5 ปี มากกว่า 5 ปี
- ชื่อสถาบัน/ บริษัท

ข้อเสนอแนะในการออกแบบบรรณารักษ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี



ตอนที่ 2 การวิเคราะห์แนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ถุงกระดาษ 3) ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดมี 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนดังนี้ 5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด 4 หมายถึงเห็นด้วยระดับมาก 3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง 2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย 1 หมายถึงเห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ข้อ ที่	รายการ	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์															
	1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน															
	1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน															
	1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน															
	1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์															
	1.6 มีการตกแต่งลดทอนกราฟิกที่เหมาะสม															
	1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม															
2.	ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์															
	2.1มีการป้องกันแรงสั่นผัด ความชื้นและอากาศ															
	2.2 มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน															
	2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน															
3.	ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์															
	3.1 มีความเป็นไปได้ในการใช้งาน															
	3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้															

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 (ต่อ)

ข้อ ที่	รายการ	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
	3.3 มีความเหมาะสมกับยุค ทุกสมัย															
	3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย															
	3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน															
4.	ด้านอำนวยความสะดวก															
	4.1 สามารถจัดเรียงใน ลักษณะซ้อนกันได้															
	4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้ สะดวกต่อการใช้งาน															
5.	ด้านส่งเสริมการจัด จำหน่าย															
	5.1 รูปแบบตราสินค้าและ บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจ ง่ายต่อการจดจำ															
	5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจ ของผู้บริโภค															
	5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม															
	5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย															

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญ

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามบันทึกการสัมภาษณ์บรรณรักษ์ที่ใส่ทิชชู

ตอนที่ 1

- ผู้ให้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรณรักษ์ ด้านการตลาด อื่นๆ
- อายุ 20-30 ปี มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป
- เพศ ชาย หญิง
- วุฒิการศึกษา ปวช-ปวส ป.ตรี มากกว่า ป.ตรี
- ระยะเวลาการทำงาน 3-5 ปี มากกว่า 5 ปี
- ชื่อสถาบัน/ บริษัท

ข้อเสนอแนะในการออกแบบบรรณรักษ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์แนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (กระเป๋าทิชชู 4) ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดมี 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนดังนี้ 5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด 4 หมายถึงเห็นด้วยระดับมาก 3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง 2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย 1 หมายถึงเห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ข้อ ที่	รายการ	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์															
	1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน															
	1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน															
	1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน															
	1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์															
	1.6 มีการตกแต่งลวดลายกราฟิกที่เหมาะสม															
	1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม															
2.	ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์															
	2.1มีการป้องกันแรงสั่นผัด ความชื้นและอากาศ															
	2.2 มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน															
	2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน															
3.	ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์															
	3.1 มีความเป็นไปได้ในการใช้งาน															
	3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้															

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 (ต่อ)

ข้อ ที่	รายการ	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
	3.3 มีความเหมาะสมกับยุค ทุกสมัย															
	3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย															
	3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน															
4.	ด้านอำนวยความสะดวก															
	4.1 สามารถจัดเรียงใน ลักษณะซ้อนกันได้															
	4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้ สะดวกต่อการใช้งาน															
5.	ด้านส่งเสริมการจัด จำหน่าย															
	5.1 รูปแบบตราสินค้าและ บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจ ง่ายต่อการจดจำ															
	5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจ ของผู้บริโภค															
	5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม															
	5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย															

ลงชื่อ.....
(.....)

ผู้เชี่ยวชาญ
ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง
ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์แนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ผ้าพันคอ 5) ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดมี 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนดังนี้ 5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด 4 หมายถึงเห็นด้วยระดับมาก 3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง 2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย 1 หมายถึงเห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ข้อ ที่	รายการ	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์															
	1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน															
	1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน															
	1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน															
	1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์															
	1.6 มีการตกแต่งลวดลายกราฟิกที่เหมาะสม															
	1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม															
2.	ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์															
	2.1มีการป้องกันแรงสัมผัส ความชื้นและอากาศ															
	2.2 มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน															
	2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน															
3.	ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์															
	3.1 มีความเป็นไปได้ในการใช้งาน															
	3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้															

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 (ต่อ)

ข้อ ที่	รายการ	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
	3.3 มีความเหมาะสมกับยุค ทุกสมัย															
	3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย															
	3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน															
4.	ด้านอำนวยความสะดวก															
	4.1 สามารถจัดเรียงใน ลักษณะซ้อนกันได้															
	4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้ สะดวกต่อการใช้งาน															
5.	ด้านส่งเสริมการจัด จำหน่าย															
	5.1 รูปแบบตราสินค้าและ บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจ ง่ายต่อการจดจำ															
	5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจ ของผู้บริโภค															
	5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม															
	5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย															

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญ

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามบันทึกการสัมภาษณ์บรรณรักษ์ผ้าขาวม้า

ตอนที่ 1

- ผู้ให้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรณรักษ์ ด้านการตลาด อื่นๆ
- อายุ 20-30 ปี มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป
- เพศ ชาย หญิง
- วุฒิการศึกษา ปวช-ปวส ป.ตรี มากกว่า ป.ตรี
- ระยะเวลาการทำงาน 3-5 ปี มากกว่า 5 ปี
- ชื่อสถาบัน/ บริษัท

ข้อเสนอแนะในการออกแบบบรรณรักษ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี



ตอนที่ 2 การวิเคราะห์แนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ผ้าขาวม้า 6) ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดมี 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนดังนี้ 5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด 4 หมายถึงเห็นด้วยระดับมาก 3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง 2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย 1 หมายถึงเห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ข้อ ที่	รายการ	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์															
	1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน															
	1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน															
	1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน															
	1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์															
	1.6 มีการตกแต่งลดทอนกราฟิกที่เหมาะสม															
	1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม															
2.	ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์															
	2.1มีการป้องกันแรงสั่นผัด ความชื้นและอากาศ															
	2.2 มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน															
	2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน															
3.	ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์															
	3.1 มีความเป็นไปได้ในการใช้งาน															
	3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้															

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 (ต่อ)

ข้อ ที่	รายการ	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
	3.3 มีความเหมาะสมกับยุค ทุกสมัย															
	3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย															
	3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน															
4.	ด้านอำนวยความสะดวก															
	4.1 สามารถจัดเรียงใน ลักษณะซ้อนกันได้															
	4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้ สะดวกต่อการใช้งาน															
5.	ด้านส่งเสริมการจัด จำหน่าย															
	5.1 รูปแบบตราสินค้าและ บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจ ง่ายต่อการจดจำ															
	5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจ ของผู้บริโภค															
	5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม															
	5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย															

ลงชื่อ.....
(.....)

ผู้เชี่ยวชาญ
ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง
ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามบันทึกการสัมภาษณ์บรรณรักษ์ที่กระเป่า

ตอนที่ 1

- ผู้ให้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรณรักษ์ ด้านการตลาด อื่นๆ
- อายุ 20-30 ปี มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป
- เพศ ชาย หญิง
- วุฒิการศึกษา ปวช-ปวส ป.ตรี มากกว่า ป.ตรี
- ระยะเวลาการทำงาน 3-5 ปี มากกว่า 5 ปี
- ชื่อสถาบัน/ บริษัท

ข้อเสนอแนะในการออกแบบบรรณรักษ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์แนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (กระเป่า 7) ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดมี 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนดังนี้ 5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด 4 หมายถึงเห็นด้วยระดับมาก 3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง 2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย 1 หมายถึงเห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ข้อ ที่	รายการ	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์															
	1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน															
	1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน															
	1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน															
	1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์															
	1.6 มีการตกแต่งลวดลายกราฟิกที่เหมาะสม															
	1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม															
2.	ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์															
	2.1มีการป้องกันแรงสั่นผัด ความชื้นและอากาศ															
	2.2 มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน															
	2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน															
3.	ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์															
	3.1 มีความเป็นไปได้ในการใช้งาน															
	3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้															

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 (ต่อ)

ข้อ ที่	รายการ	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
	3.3 มีความเหมาะสมกับยุค ทุกสมัย															
	3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย															
	3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน															
4.	ด้านอำนวยความสะดวก															
	4.1 สามารถจัดเรียงใน ลักษณะซ้อนกันได้															
	4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้ สะดวกต่อการใช้งาน															
5.	ด้านส่งเสริมการจัด จำหน่าย															
	5.1 รูปแบบตราสินค้าและ บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจ ง่ายต่อการจดจำ															
	5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจ ของผู้บริโภค															
	5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม															
	5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย															

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญ

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบสอบถามบันทึกการสัมภาษณ์

ตอนที่ 1

- ผู้ให้สัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ด้านการตลาด อื่นๆ
- อายุ 20-30 ปี มากกว่า 30 ปี ขึ้นไป
- เพศ ชาย หญิง
- วุฒิการศึกษา ปวช-ปวส ป.ตรี มากกว่า ป.ตรี
- ระยะเวลาการทำงาน 3-5 ปี มากกว่า 5 ปี
- ชื่อสถาบัน/ บริษัท

ข้อเสนอแนะในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์แนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (ชั้นวางสินค้า 8 ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดมี 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนดังนี้ 5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด 4 หมายถึงเห็นด้วยระดับมาก 3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง 2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย 1 หมายถึงเห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

ข้อ ที่	รายการ	รูปแฉะที่ 1					รูปแฉะที่ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.	ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์															
	1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน															
	1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน															
	1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน															
	1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์															
	1.6 มีการตกแต่งลดทอนกราฟิกที่เหมาะสม															
	1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม															
2.	ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์															
	2.1มีการป้องกันแรงสั่นผัดความชื้นและอากาศ															
	2.2 มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน															
	2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน															
3.	ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์															
	3.1 มีความเป็นไปได้ในการใช้งาน															
	3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้															

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 2 (ต่อ)

ข้อ ที่	รายการ	รูปແຈເທີ 1					รูปແຈເທີ 2					รูปแบบที่ 3				
		5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
	3.3 มีความเหมาะสมกับยุค ทุกสมัย															
	3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย															
	3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน															
4.	ด้านอำนวยความสะดวก															
	4.1 สามารถจัดเรียงใน ลักษณะซ้อนกันได้															
	4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้ สะดวกต่อการใช้งาน															
5.	ด้านส่งเสริมการจัด จำหน่าย															
	5.1 รูปแบบตราสินค้าและ บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจ ง่ายต่อการจดจำ															
	5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจ ของผู้บริโภค															
	5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม															
	5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย															

ลงชื่อ.....

(.....)

ผู้เชี่ยวชาญ

ขอแสดงความขอบคุณอย่างยิ่ง

ผู้วิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความ

แบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์

1. เพศ

 หญิง ชาย

2. อายุ

 ต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

 มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

 นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ
 ลูกจ้าง ธุรกิจส่วนตัว อื่นๆ.....

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในประสิทธิภาพสื่อสิ่งพิมพ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี
ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดมี 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนดังนี้ 5 เห็นด้วยระดับมากที่สุด 4 เห็นด้วยระดับ
มาก 3 เห็นด้วยระดับปานกลาง 2 เห็นด้วยระดับน้อย 1 เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความพึงพอใจ					หมายเหตุ
	5	4	3	2	1	
ด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์						
1. มีรูปแบบที่เหมาะสม						
2. ความเหมาะสมของกราฟิกและภาพประกอบส่งเสริมเนื้อหา						
3. พื้นที่ทั้งหมดใช้อย่างมีประสิทธิภาพ						
4. เนื้อหาที่น่าสนใจเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค						
5. ข้อมูลครบถ้วนชัดเจน						

ข้อเสนอแนะอื่นๆ

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

แบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี วัตถุประสงค์ แบบสอบถามความคิดเห็นฉบับนี้จัดทำขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้บริโภคถึงบรรจุภัณฑ์ให้เกิดประโยชน์และสร้างคุณค่า โดยจะใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำอธิบาย แบบประเมินฉบับนี้มีทั้งหมด 2 ตอน ขอให้ผู้ตอบแบบประเมินตอบให้ครบทั้ง 2 ตอน เพื่อให้การดำเนินการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเพื่อเป็นประโยชน์ในการนำไปใช้ต่อไป

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไป

คำชี้แจง โปรดทำเครื่องหมาย ลงในช่อง หน้าข้อความ

1. เพศ

หญิง ชาย

2. อายุ

ต่ำกว่า 20 ปี 20-30 ปี 31-40 ปี 41-50 ปี 51 ปีขึ้นไป

3. การศึกษา

มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า อนุปริญญาหรือเทียบเท่า
 ปริญญาตรี สูงกว่าปริญญาตรี

4. อาชีพ

นักศึกษา ข้าราชการ พนักงานของรัฐ รัฐวิสาหกิจ
 ลูกจ้าง ธุรกิจส่วนตัว อื่นๆ.....

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ความพึงพอใจในประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ที่มีความเหมาะสมมากที่สุดมี 5 ระดับ โดยกำหนดคะแนนดังนี้ 5 หมายถึง เห็นด้วยระดับมากที่สุด 4 หมายถึง เห็นด้วยระดับมาก 3 หมายถึง เห็นด้วยระดับปานกลาง 2 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อย 1 หมายถึง เห็นด้วยระดับน้อยที่สุด

รายการ	ระดับความพึงพอใจ					หมายเหตุ
	5	4	3	2	1	
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
1.มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน						
2. มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน						
3. มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน						
4. มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์						
5. มีการตกแต่งลวดลายกราฟิกที่เหมาะสม						
6. มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม						
ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์						
1.มีการป้องกันแรงสัมผัสความชื้นและอากาศ						
2. มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน						
3. มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์						
ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์						
3.1 มีความเป็นไปได้ในการใช้งาน						
3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้						
3.3 มีความเหมาะสมกับยุคทุกสมัย						
3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย						
3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน						

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาค้นคว้าเท่านั้น เมื่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า

ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาคผนวก ข
ผลการตรวจสอบเครื่องมือ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ข.1 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับการ
ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

ข้อ ที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			ผล รวม	ค่า IOC	แปลผล
		ท่าน ที่ 1	ท่าน ที่ 2	ท่าน ที่ 3			
ตอนที่ 1 แบบสอบถามตรวจสอบรายการ							
1	โดยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ วุฒิ การศึกษาสูงสุดของผู้ตอบ แบบสอบถาม	+1	+1	+1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
ตอนที่ 2 คำถามปลายเปิด							
1.	ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์						
	- มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- มีการตกแต่งลดทอนกราฟิกที่ เหมาะสม	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงาม กลมกลืนกับวัฒนธรรม	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
2.	ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์						
	- มีการป้องกันแรงสั่นผิความชื้นและ อากาศ	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- มีความกะทัดรัดและพอดีกับ ผลิตภัณฑ์ภายใน	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิด ได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
3.	ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์						
	- ความเป็นไปได้ในการใช้งาน	1	0	1	2	0.7	มีความ สอดคล้อง
	- มีความสะดวกในการนำไปใช้	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- มีความเหมาะสมกับยุคทุกสมัย	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ข้อ ที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			ผล รวม	ค่า IOC	แปลผล
		ท่าน ที่ 1	ท่าน ที่ 2	ท่าน ที่ 3			
4.	ด้านอำนวยความสะดวก						
	- สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- สามารถ เปิด-ปิด ได้สะดวกง่ายต่อ การใช้งาน	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
5.	ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย						
	- รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มี รูปแบบน่าสนใจต่อการจัดจำหน่าย	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- รูปแบบดึงดูดความสนใจของ ผู้บริโภค	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
6.	ด้านการออกแบบชั้นวางสินค้า ประโยชน์ใช้สอย						
	- ชั้นวางสินค้าสามารถใช้งานได้จริง	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- ชั้นวางสินค้ามีความสะดวกในการ เคลื่อนย้าย	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- ชั้นวางสินค้ามีความปลอดภัยในการ ใช้งาน	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
7.	การเลือกวัสดุและคุณภาพการผลิต						
	- วัสดุมีความเหมาะสมต่อการ เคลื่อนย้ายสำหรับออกงาน	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- วัสดุมีความแข็งแรงปลอดภัย	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง

$$\frac{1.0+1.0+1.0+1.0+1.0+1.0+1.0+1.0+1.0+1.0+0.7+1.0+1.0+1.0+1.0+1.0+1.0+1.0+1.0+1.0+1.0+1.0}{24}$$

$$= 0.9$$

สรุปว่า แบบสอบถามที่ 1 ใช้ได้

จากตารางที่ ข.1 แสดงคะแนนและผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบ
สอบถามเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีที่
ได้รับการตรวจจากผู้ทรงคุณวุฒิ จากจำนวนข้อความทั้งหมด 24 ข้อ ได้ข้อความที่ผ่านเกณฑ์ที่มีค่า
0.9 จำนวน 24 ข้อ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ข.2 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

ข้อ ที่	ข้อความคำถามในแบบสอบถาม	ความคิดเห็นของ ผู้เชี่ยวชาญ			ผล รวม	ค่า IOC	แปลผล
		ท่าน ที่ 1	ท่าน ที่ 2	ท่าน ที่ 3			
ตอนที่ 1 แบบสอบถามตรวจสอบรายการ							
1	โดยคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ วุฒิ การศึกษาสูงสุดของผู้ตอบ แบบสอบถาม	+1	+1	+1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
ตอนที่ 2 คำถามปลายเปิด							
1	ด้านการออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์						
	- มีรูปแบบที่เหมาะสม	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- ความเหมาะสมของกราฟิกและภาพประกอบส่งเสริมเนื้อหา	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- พื้นที่ทั้งหมดใช้อย่างมีประสิทธิภาพ	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- เนื้อหาที่น่าสนใจเป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง
	- ข้อมูลครบถ้วนชัดเจน	1	1	1	3	1.0	มีความ สอดคล้อง

$$\begin{aligned} \text{ค่า IOC} &= \frac{1.0+1.0+1.0+1.0+1.0}{5} \\ &= 1.0 \end{aligned}$$

สรุปว่า แบบสอบถามที่ 2 ใช้ได้

จากตารางที่ ข.1 แสดงคะแนนและผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ต่อแบบสอบถามเกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์ด้านสื่อสิ่งพิมพ์ ที่ได้รับการตรวจจากผู้ทรงคุณวุฒิ จากจำนวนข้อความคำถามทั้งหมด 5 ข้อ ได้ข้อความคำถามที่ผ่านเกณฑ์ที่มีค่า 1.0 จำนวน 5 ข้อ



ภาคผนวก ค
หนังสือขอความอนุเคราะห์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 3653

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ถนนฉลองกรุง เขตลาดกระบัง
กรุงเทพฯ 10520

10 ตุลาคม 2560

เรื่อง ขอความอนุเคราะห์ให้นักศึกษา

เรียน นายวินัย เก่งสุวรรณ (ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ) โรงงานปิ่นปักผมการสากล

ด้วยนางสาวภัทรา มั่นโร นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความประสงค์ขอสัมภาษณ์ท่าน เรื่อง ผลิตภัณฑ์ บรรจภัณฑ์ สินค้าที่ผลิต ของที่ระลึก ขอข้อมูลเกี่ยวกับผู้พิการที่อยู่ในศูนย์และกระบวนการผลิตสินค้าต่าง ๆ และขอถ่ายภาพผลิตภัณฑ์ที่มีจำหน่ายในศูนย์ เพื่อประกอบการจัดเตรียมหัวข้อและเค้าโครงวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษารากฐานทางวัฒนธรรมเพื่อออกแบบของที่ระลึกสำหรับส่งเสริมอาชีพกลุ่มคนพิการ”

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ให้นักศึกษาดังกล่าวและหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ดร.ราตรี ศิริพันธ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ

โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692

โทรสาร. 02- 329-8436

ติดต่อนักศึกษา โทร. 088-224-6164

ภาพที่ ค.1 แสดงภาพหนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692

ที่ ศธ 0524.04 / 0703

วันที่ 12 มีนาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถาม

เรียน รศ.ดร.บุญจันทร์ สีสันต์

ด้วย นางสาวกัศรา มั่นโร นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี โดยมี รศ.อุคมศักดิ์ สจจินต เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ได้พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นางสาวกัศรา มั่นโร มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมทั้งได้แบบแบบสอบถามด้วย

จึงขอเรียนเชิญไปรับพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

(ดร.วราตรี ศิริพันธุ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติราชการแทนคณบดี

ภาพที่ ค.2 แสดงภาพหนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / ๕7๐5 วันที่ 12 มีนาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถาม

เรียน รศ.ดร.กาญจนา บุญศักดิ์

ด้วย นางสาวกสิสรา มั่นไธสง นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรวิศวกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์การออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี โดยมี รศ.อุดมศักดิ์ สรวินทร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นคุณหมั่นเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นางสาวกสิสรา มั่นไธสง มีความเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น พร้อมกับมีได้แบบสอบถามตามด้วย

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ในใจของท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่ง
ณ วันที่ ๑๒ มีนาคม ๒๕๖๒



(Signature)
ดร.สมชาย ตรีจันทร์
รองคณบดีกำกับดูแลงานสนับสนุนวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติการแทนคณบดี

ภาพที่ ค.3 แสดงภาพหนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สจล. ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3692
ที่ ศธ 0524.04 / ๐7๐3 วันที่ 12 มีนาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถาม

เรียน ผศ.ดร.กฤษณา ศิลาตี

ด้วย นางสาวภัสรา มั่นไร่ นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี โดยมี รศ.อุษณห์ศักดิ์ สารินันท์ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิตรวจและประเมินแบบสอบถามนี้ว่ามีเนื้อหาถูกต้องและเหมาะสมมากน้อยเพียงใด ซึ่งผลการตรวจและประเมินของท่านจะช่วยให้งานวิจัย ของ นางสาวภัสรา มั่นไร่ มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น พร้อมทั้งได้เสนอแบบสอบถามดังกล่าว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย



(Handwritten signature)
ศิริลักษณ์ ศิริพันธ์

รองคณบดีฝ่ายสนับสนุนด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฎิบัติการแทนตนเอง

ภาพที่ ค.4 แสดงภาพหนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้ทรงคุณวุฒิ 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 0821

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 มีนาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์

เรียน คุณณัฐยา สีนุ่น

ด้วย นางสาวกสิรา มั่นไร นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตรอุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี" โดยมี ศ.อดัมศักดิ์ สารบุตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ของ นางสาวกสิรา มั่นไร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

(ตราครุฑ) ศ.วิพันธุ์

รองคณบดีกำกับดูแลงานด้านวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติทางแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02-329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 088-224-6164

ภาพที่ ค.5 แสดงภาพหนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 0821

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

1๙ มีนาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เรียน อาจารย์ภัทรกร ออศแก้ว

ด้วย นางสาวภัสรา มั่นไร นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง "การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี" โดยมี รศ.อุทิศศักดิ์ สวรรุพร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นว่าท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของ นางสาวภัสรา มั่นไร

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างสูง
ใน โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Smw Wai
(ดร. วรวิ สุวพันธ์)

รองคณบดีฝ่ายสนับสนุนวิชาการและบัณฑิตศึกษา
บัณฑิตวิทยาลัย

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692.
โทรสาร. 02-329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 088-224-6164

ภาพที่ ค.6 แสดงภาพหนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ ศธ 0524.04/ 0821

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ
ทหารลาดกระบัง ถนนฉลองกรุง
เขตลาดกระบัง กรุงเทพฯ 10520

18 มีนาคม 2562

เรื่อง ขอเชิญเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด

เรียน คุณแพร เพ็ชรทรัพย์เจริญ

ด้วย นางสาวกัศรา มั่นไว นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรครุศาสตร์อุตสาหกรรมมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง กำลังทำวิทยานิพนธ์ เรื่อง “การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี” โดยมี รศ.อดิศักดิ์ -สจวิตร เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี พิจารณาแล้วเห็นจ้งท่านเป็นผู้มีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องดังกล่าวเป็นอย่างดี จึงขอเชิญท่านเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด ของ นางสาวกัศรา มั่นไว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาและหวังว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านด้วยดีและขอขอบคุณเป็นอย่างยิ่งมา ณ โอกาสนี้ด้วย

ขอแสดงความนับถือ

Smit alin
(ดร.จตุรี ศิริพันธ์)

รองคณบดีกำกับดูแลงานวิชาการและบัณฑิตศึกษา
ปฏิบัติภาระแทนคณบดี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทร. 02-329-8000 ต่อ 3692
โทรสาร. 02-329-8436
ติดต่อนักศึกษา โทร. 088-224-6164

Puwchu Sat

ภาพที่ ค.7 แสดงภาพหนังสือขอความอนุเคราะห์เป็นผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ตารางที่ ๑.1 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เกี่ยวกับ การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพพัฒนาภาคการจ้างงานบุรีรัมย์ (ชุดบรรจุภัณฑ์ของอายุ 1)

รายการประเมิน	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์															
1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน	5	4	5	4.67	0.58	3	3	4	3.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00
1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน	4	4	4	4.00	0.00	4	4	3	3.67	0.58	4	3	4	3.67	0.58
1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน	4	5	4	4.33	0.58	4	3	2	3.00	1.00	3	3	3	3.00	0.00
1.4 มีสัดส่วนที่ตรงเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	5	4	5	4.67	0.58	2	3	4	3.00	1.00	4	3	4	3.67	0.58
1.6 มีการตกแต่งรายละเอียดกราฟิกที่ตรงเหมาะสม	5	4	4	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00	4	4	2	3.33	1.15
1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะจากผลิตภัณฑ์	4	4	4	4.00	0.00	4	4	2	3.33	1.15	3	3	4	3.33	0.58
				4.83	0.38				3.39	0.72				3.50	0.48
ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์															
2.1 มีการป้องกันแรงรังสีความร้อนและอากาศ	4	5	5	4.67	0.58	4	2	3	3.00	1.00	4	4	4	4.00	0.00
2.2 มีความกะทัดรัดและพอดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	5	4	3	4.00	1.00	3	3	2	2.67	0.58	3	3	3	3.00	0.00
2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน	4	5	3	4.00	1.00	4	4	4	4.00	0.00	2	3	3	2.67	0.58
				4.20	0.59				3.28	0.69				3.30	0.33
ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์															
3.1 ความสะดวกในการนำไปใช้ในการใช้งาน	5	4	5	4.67	0.58	3	2	3	2.67	0.58	4	4	4	4.00	0.00
3.2 ความสะดวกในการนำไปใช้	5	5	5	5.00	0.00	3	3	4	3.33	0.58	3	4	4	3.67	0.58
3.3 ความสะดวกผสมกับอุปกรณ์อื่น	4	4	4	4.00	0.00	4	4	3	3.67	0.58	3	4	3	3.33	0.58
3.4 ความสะดวกเคลื่อนย้ายได้ง่าย	3	4	4	3.67	0.58	4	3	3	3.33	0.58	3	3	3	3.00	0.00
3.5 ความสะดวกต่อการใช้งาน	5	5	5	5.00	0.00	3	5	3	3.67	1.15	4	4	3	3.67	0.58
				4.47	0.23				3.33	0.69				3.53	0.35
ด้านอำนวยความสะดวก															
4.1 สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	5	5	5	5.00	0.00	5	4	4	4.33	0.58	3	4	4	3.67	0.58
4.2 สามารถเปิด-ปิด ได้สะดวกต่อการใช้งาน	4	5	4	4.33	0.58	4	5	4	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00
				4.49	0.28				3.80	0.72				3.57	0.30
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย															
5.1 รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจต่อการจดจำ	4	4	5	4.33	0.58	4	3	4	3.67	0.58	4	4	4	4.00	0.00
5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	5	5	5	5.00	0.00	4	4	3	3.67	0.58	3	4	4	3.67	0.58
5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม	4	5	4	4.33	0.58	3	4	4	3.67	0.58	3	3	3	3.00	0.00
5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย	4	4	4	4.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58	4	3	3	3.33	0.58
				4.43	0.29				3.69	0.61				3.51	0.29
รวม				4.39	0.35				3.50	0.68				3.48	0.35

ตารางที่ ๖.2 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์
 เกี่ยวกับ การ ออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี
 (บรรจุภัณฑ์กระดาษ)

รายการประเมิน	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์															
1.1 มีชื่อประเภทบรรจุภัณฑ์ชัดเจน	4	5	5	4.67	0.58	4	4	3	3.67	0.58	4	4	3	3.67	0.58
1.2 มีชื่อผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน	4	4	4	4.00	0.00	4	3	3	3.33	0.58	4	3	4	3.67	0.58
1.3 มีความเรียบร้อยไม่ซับซ้อน	5	4	4	4.33	0.58	4	4	3	3.67	0.58	4	4	3	3.67	0.58
1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4	4	4	4.00	0.00	3	4	3	3.33	0.58	3	3	3	3.00	0.00
1.6 มีการตกแต่งรายละเอียดภาพที่ทันสมัย	5	5	5	5.00	0.00	4	4	5	4.33	0.58	3	3	2	2.67	0.58
1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์โดยรวมกลมกลืนกับวัฒนธรรม	4	5	4	4.33	0.58	3	4	4	3.67	0.58	5	5	5	5.00	0.00
				4.39	0.29				3.67	0.58				3.61	0.38
ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์															
2.1 มีการป้องกันแสงสว่างและอากาศ	4	4	4	4.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00
2.2 มีความทนทานและยืดหยุ่นดีกับผลิตภัณฑ์ภายใน	4	5	4	4.33	0.58	5	4	5	4.67	0.58	5	4	4	4.33	0.58
2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเปิดได้โดยมือผู้ครอบครองผลิตภัณฑ์ภายใน	5	5	4	4.67	0.58	4	4	3	3.67	0.58	3	4	4	3.67	0.58
				4.34	0.40				3.93	0.46				4.12	0.31
ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์															
3.1 ความสะดวกในการใช้งาน	4	4	4	4.00	0.00	4	4	3	3.67	0.58	4	4	4	4.00	0.00
3.2 ความสะดวกในการนำสินค้าไปใช้	5	4	5	4.67	0.58	4	4	3	3.67	0.58	3	4	4	3.67	0.58
3.3 ความสะดวกในการเก็บรักษา	5	5	5	5.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58	4	3	4	3.67	0.58
3.4 ความสะดวกในการจัดจำหน่าย	4	4	4	4.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58	5	5	5	5.00	0.00
3.5 ความสะดวกต่อการใช้งาน	5	5	5	5.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58	3	4	5	4.00	1.00
				4.53	0.12				3.67	0.58				4.07	0.43
ด้านอำนวยความสะดวก															
4.1 สามารถจัดเรียงสินค้าบนชั้นวางได้	5	5	5	5.00	0.00	3	3	3	3.00	0.00	4	4	3	3.67	0.58
4.2 สามารถเปิดปิดได้สะดวกต่อการใช้งาน	5	5	5	5.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58	4	4	4	4.00	0.00
				4.71	0.02				3.53	0.46				4.15	0.40
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย															
5.1 รูปแบบการสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่น่าสนใจต่อการจัดจำหน่าย	4	5	4	4.33	0.58	4	5	4	4.33	0.58	5	4	4	4.33	0.58
5.2 รูปแบบที่ดูมีความน่าเชื่อถือผู้บริโภค	4	4	4	4.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00	2	3	3	2.67	0.58
5.3 รูปแบบที่ความทันสมัย สวยงาม	5	5	5	5.00	0.00	3	4	3	3.33	0.58	4	5	4	4.33	0.58
5.4 รูปแบบเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย	4	4	5	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00	3	4	3	3.33	0.58
				4.47	0.24				3.84	0.32				3.76	0.54
รวม				4.49	0.23				3.74	0.47				3.85	0.42

ตารางที่ 3.3 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดอำนาจเจริญ (ดูกระดาษ 3)

รายการประเมิน	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	๓	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	๓	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	๓	S.D.
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์															
1.1 ชื่อผลิตภัณฑ์บนฉลาก	5	4	5	4.67	0.58	3	3	3	3.00	0.00	3	4	3	3.33	0.58
1.2 ชื่อผู้ผลิตบนบรรจุภัณฑ์	4	5	4	4.33	0.58	3	4	5	4.00	1.00	3	3	3	3.00	0.00
1.3 ชื่อและเครื่องหมายผู้ผลิต	4	3	5	4.67	0.58	4	4	4	4.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00
1.4 ชื่อผู้ลงทะเบียนผู้ผลิต	5	5	5	5.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00	3	4	3	3.33	0.58
1.6 มีการลงทะเบียนผู้ผลิต	5	4	4	4.33	0.58	5	3	4	4.00	1.00	4	4	4	4.00	0.00
1.7 มีการนำฉลากติดบนผลิตภัณฑ์ในโรงงาน	4	5	4	4.33	0.58	4	5	3	4.00	1.00	3	4	3	3.33	0.58
				4.96	0.48				3.83	0.50				3.50	0.29
ด้านการปิดฉลากผลิตภัณฑ์															
2.1 มีการใช้กาวปิดฉลากบนผลิตภัณฑ์	4	5	4	4.33	0.58	3	2	2	2.33	0.58	4	3	4	3.67	0.58
2.2 มีการใช้ลวดเย็บกระดาษ	5	4	3	4.00	1.00	3	2	2	2.33	0.58	3	3	3	3.00	0.00
2.3 มีการนำบรรจุภัณฑ์ที่ปิดแล้วไปใช้	5	4	3	4.00	1.00	2	3	4	3.00	1.00	4	4	4	4.00	0.00
				4.24	0.78				3.10	0.71				3.50	0.29
ด้านการใช้ฉลากผลิตภัณฑ์															
3.1 ชื่อและโลโก้ในการใช้งาน	4	4	4	4.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00	3	3	3	3.00	0.00
3.2 ชื่อและโลโก้ในการปิดฉลาก	5	5	5	5.00	0.00	3	4	3	3.33	0.58	5	4	3	4.00	1.00
3.3 ชื่อและโลโก้ในการจัดส่ง	4	4	3	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58
3.4 ชื่อและโลโก้ในการใช้	5	5	5	5.00	0.00	3	4	3	3.67	0.58	4	4	3	4.00	0.58
3.5 ชื่อและโลโก้ในการใช้	5	4	5	4.67	0.58	4	3	4	3.67	0.58	4	3	4	3.67	0.58
				4.60	0.27				3.72	0.19				3.67	0.55
ด้านฉลากข้อความ															
4.1 มีการใช้วิธีในฉลากข้อความ	4	5	4	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00	3	3	3	3.00	0.00
4.2 มีการใช้วิธีในฉลากข้อความ	3	5	5	5.00	0.00	3	4	3	3.33	0.58	4	5	3	4.00	1.00
				4.72	0.29				3.68	0.42				3.67	0.54
ด้านผลการผลิตจำหน่าย															
5.1 รูปแบบการดำเนินงาน	5	4	4	4.33	0.58	4	5	4	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00
5.2 รูปแบบการดำเนินงาน	5	4	4	4.33	0.58	4	4	3	3.67	0.58	3	4	3	3.33	0.58
5.3 รูปแบบการดำเนินงาน	5	3	5	5.00	0.00	3	3	3	3.00	0.00	3	4	4	3.67	0.58
5.4 รูปแบบการดำเนินงาน	4	5	5	4.67	0.58	4	3	4	3.67	0.58	3	3	3	3.00	0.00
				4.61	0.40				3.67	0.43				3.53	0.34
รวม				4.52	0.44				3.57	0.47				3.56	0.37

ตารางที่ 9.4 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์
 เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดอำนาจเจริญ
 (บรรจุภัณฑ์กระดาษแข็งรูปสี่เหลี่ยม)

รายการประเมิน	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์															
1.1 มีข้อบกพร่องตามผิวสัมผัส	3	3	4	3.33	0.58	4	5	4	4.33	0.58	4	5	4	4.33	0.58
1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน	4	3	4	3.67	0.58	4	5	4	4.33	0.58	5	4	4	4.33	0.58
1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน	3	4	3	3.33	0.58	5	5	4	4.67	0.58	3	4	3	3.33	0.58
1.4 มีสัดส่วนที่มองเห็นกันได้ดี	4	3	4	3.67	0.58	4	4	4	4.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58
1.6 มีการตกแต่งที่สวยงามเหมาะสม	4	4	4	4.00	0.00	3	4	3	3.33	0.58	5	5	5	5.00	0.00
1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น	4	4	3	3.67	0.58	4	5	4	4.33	0.58	4	5	4	4.33	0.58
				3.61	0.48				4.17	0.48				4.17	0.48
ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์															
2.1 มีการป้องกันแรงกระแทกและความชื้นและอากาศ	4	4	4	4.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00
2.2 มีความคงทนและหยาบกับผลิตภัณฑ์ภายใน	4	3	4	3.67	0.58	4	5	4	4.33	0.58	4	5	3	4.00	1.00
2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน	4	3	3	3.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00	4	5	4	4.33	0.58
				3.66	0.44				4.17	0.33				4.17	0.53
ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์															
3.1 มีความง่ายไปในการใช้งาน	3	3	3	3.00	0.00	5	4	4	4.33	0.58	4	3	4	3.67	0.58
3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้	4	3	4	3.67	0.58	4	5	4	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00
3.3 มีความเหมาะสมกับยุคสมัย	5	4	4	4.33	0.58	3	4	4	3.67	0.58	3	5	4	4.00	1.00
3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	4	4	4	4.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00
3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน	4	3	4	3.67	0.58	5	4	5	4.67	0.58	4	4	5	4.33	0.58
				3.73	0.35				4.20	0.46				4.00	0.43
ด้านอำนวยความสะดวก															
4.1 สามารถสืบย้อนไปถึงลักษณะข้อบกพร่องได้	4	4	3	3.67	0.58	4	5	3	4.00	1.00	4	3	4	3.67	0.58
4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้สะดวกต่อการใช้งาน	4	4	4	4.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58	3	4	4	3.67	0.58
				3.81	0.30				4.11	0.52				3.93	0.43
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย															
5.1 รูปแบบตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจต่อการจดจำ	4	4	5	4.33	0.58	4	5	4	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00
5.2 รูปแบบสีชุดความสนใจของผู้บริโภค	4	4	4	4.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58	5	4	4	4.33	0.58
5.3 รูปแบบข้อความที่สื่อถึง ง่ายอ่าน	3	4	3	3.33	0.58	5	4	5	4.67	0.58	2	4	5	3.67	1.53
5.4 รูปแบบเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย	4	3	4	3.67	0.58	4	5	5	4.67	0.58	4	4	4	4.00	0.00
				3.83	0.41				4.29	0.57				3.99	0.51
รวม				3.71	0.40				4.17	0.48				4.04	0.49

ตารางที่ ๖.๕ คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดอำนาจเจริญ (บรรจุภัณฑ์กล่องสี) 5)

รายการประเมิน	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์															
1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน	3	4	3	3.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00	3	4	3	3.33	0.58
1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน	4	3	4	3.67	0.58	4	4	5	4.33	0.58	3	3	3	3.00	0.00
1.3 มีความเรียบร้อยไม่ซับซ้อน	3	4	4	3.67	0.58	5	5	4	4.67	0.58	4	3	3	3.33	0.58
1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4	4	4	4.00	0.00	4	4	5	4.33	0.58	4	3	2	3.00	1.00
1.6 มีการตกแต่งลดความทึบเกินไปเหมาะสม	3	5	4	4.00	1.00	5	4	4	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00
1.7 มีการสร้างเอกลักษณ์ด้วยทรงกลมกลืนกับสีบนบรรจุภัณฑ์	4	3	4	3.67	0.58	5	4	4	4.33	0.58	3	3	3	3.00	0.00
				3.72	0.55				4.33	0.48				3.28	0.36
ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์															
2.1 มีการป้องกันแรงสั่นไหวและความชื้นแลอากาศ	3	4	3	3.33	0.58	4	5	3	4.00	1.00	4	3	3	3.33	0.58
2.2 มีความคงทนต่อความชื้นและแสงแดด	3	4	3	3.33	0.58	4	3	4	3.67	0.58	4	3	3	3.33	0.58
2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถเปิดได้สะดวกเมื่อต้องการนำออกใช้	3	4	4	3.67	0.58	4	3	3	3.33	0.58	2	3	3	2.67	0.58
				3.54	0.57				3.93	0.64				3.12	0.42
ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์															
3.1 มีความเป็นไปได้ในการใช้งาน	4	4	4	4.00	0.00	5	4	4	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00
3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้	4	4	4	4.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00	3	3	4	3.33	0.58
3.3 มีความเหมาะสมกับยุคทุกสมัย	4	3	3	3.33	0.58	5	5	4	4.67	0.58	4	2	3	3.00	1.00
3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	3	3	3	3.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00	3	3	3	3.00	0.00
3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน	4	3	3	3.33	0.58	4	5	5	4.67	0.58	4	3	4	3.67	0.58
				3.53	0.23				4.33	0.35				3.40	0.43
ด้านอำนวยความสะดวก															
4.1 สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	4	3	4	3.67	0.58	5	5	5	5.00	0.00	3	4	3	3.33	0.58
4.2 สามารถ เปิด-ปิด ได้สะดวกง่ายต่อการใช้งาน	3	3	3	3.00	0.00	3	4	4	3.67	0.58	4	4	3	3.67	0.58
				3.31	0.28				4.33	0.30				3.41	0.43
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย															
5.1 รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจง่ายต่อการจดจำ	4	4	4	4.00	0.00	4	4	5	4.33	0.58	4	3	3	3.33	0.58
5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	3	3	4	3.33	0.58	3	4	5	4.00	1.00	4	4	3	3.67	0.58
5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม	4	3	2	3.00	1.00	4	5	5	4.67	0.58	3	3	3	3.00	0.00
5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ผู้บริโภคจำได้ง่าย	4	3	3	3.33	0.58	5	5	3	4.33	1.15	3	2	3	2.67	0.58
				3.39	0.49				4.33	0.72				3.22	0.43
รวม				3.50	0.42				4.25	0.50				3.29	0.41

ตารางที่ 9.6 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์
 เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดอำนาจเจริญ
 (บรรจุภัณฑ์ฝาผนึก) 6)

รายการประเมิน	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์															
1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน	4	5	5	4.67	0.58	3	4	4	3.67	0.58	4	5	4	4.33	0.58
1.2 มีข้อมูลบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน	5	4	4	4.33	0.58	5	4	4	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00
1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน	5	4	4	4.33	0.58	3	3	5	3.67	1.15	5	4	4	4.33	0.58
1.4 มีสัดส่วนที่กลมกลืนกับผลิตภัณฑ์	4	4	4	4.00	0.00	5	5	5	5.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00
1.6 มีการตกแต่งหลายกราฟิกที่เหมาะสม	5	4	4	4.33	0.58	5	4	4	4.33	0.58	3	3	4	3.33	0.58
1.7 มีการใช้สีเอกลักษณ์รวมกลมกลืนกับวัฒนธรรม	5	4	4	4.33	0.58	3	3	4	3.33	0.58	4	4	3	3.67	0.58
				4.39	0.48				4.06	0.58				3.94	0.38
ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์															
2.1 มีการป้องกันแรงดันต่อความชื้นและอากาศ	4	5	5	4.67	0.58	3	3	3	3.00	0.00	4	4	3	3.67	0.58
2.2 มีความคงที่ระดับและหยาบที่ผลิตภัณฑ์ภายใน	5	5	5	5.00	0.00	4	4	3	3.67	0.58	4	4	3	3.67	0.58
2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถรับได้สภาวะเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน	5	5	5	5.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00	3	2	4	3.00	1.00
				4.67	0.33				3.61	0.35				3.59	0.62
ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์															
3.1 มีความเป็นไปได้ในการใช้งาน	4	4	4	4.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00
3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้	5	4	4	4.33	0.58	4	4	3	3.67	0.58	4	4	4	4.00	0.00
3.3 มีความเหมาะสมกับยุคทันสมัย	4	4	4	4.00	0.00	3	2	3	2.67	0.58	4	4	4	4.00	0.00
3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	3	4	4	3.67	0.58	3	3	3	3.00	0.00	4	3	3	3.33	0.58
3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน	4	3	4	3.67	0.58	4	3	4	3.67	0.58	3	3	3	3.00	0.00
				3.93	0.35				3.40	0.35				3.67	0.12
ด้านอำนวยความสะดวก															
4.1 สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	4	5	4	4.33	0.58	5	5	5	5.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58
4.2 สามารถเปิด-ปิด ได้สะดวกง่ายต่อการใช้งาน	4	4	4	4.00	0.00	4	4	3	3.67	0.58	3	3	3	3.00	0.00
				3.92	0.42				3.75	0.30				3.33	0.25
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย															
5.1 รูปแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจต่อการจดจำ	4	4	4	4.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58
5.2 รูปแบบที่ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	5	4	5	4.67	0.58	3	4	3	3.33	0.58	3	4	3	3.33	0.58
5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม	4	4	4	4.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58
5.4 รูปแบบเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย	5	4	4	4.33	0.58	5	4	4	4.33	0.58	3	4	3	3.33	0.58
				4.18	0.31				3.88	0.29				3.47	0.51
รวม				4.27	0.35				3.80	0.38				3.65	0.39

ตารางที่ ๙.7 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์
 เกี่ยวกับ การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับ ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดอำนาจเจริญ
 (บรรจุภัณฑ์ใส่ข้าวฆ่า 7)

รายการประเมิน	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.
ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์															
1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน	3	3	3	3.00	0.00	5	4	4	4.33	0.58	4	5	4	4.33	0.58
1.2 มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน	4	3	4	3.67	0.58	5	5	5	5.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00
1.3 มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน	4	3	4	3.67	0.58	5	4	5	4.67	0.58	4	4	4	4.00	0.00
1.4 มีสีที่สว่างเกินกว่าจะรบกวนสายตา	4	3	4	3.67	0.58	5	5	5	5.00	0.00	3	4	3	3.33	0.58
1.6 มีการตกแต่งสะดวกควาพิกที่มองเห็น	4	3	4	3.67	0.58	3	3	4	3.33	0.58	4	5	4	4.33	0.58
1.7 มีการใช้งานเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม	3	3	3	3.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58	4	3	3	3.33	0.58
				3.44	0.38				4.33	0.38				3.89	0.38
ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์															
2.1 มีการป้องกันแรงรังสีความร้อนและอากาศ	3	4	4	3.67	0.58	4	4	5	4.33	0.58	3	4	4	3.67	0.58
2.2 มีความทนต่อการขีดข่วนและรอยขีดข่วนที่ภายใน	4	3	4	3.67	0.58	4	5	4	4.33	0.58	5	4	5	4.67	0.58
2.3 มีโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่สามารถบิดได้สีในเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน	4	4	4	4.00	0.00	4	5	4	4.33	0.58	3	4	4	3.67	0.58
				3.56	0.31				4.20	0.54				3.84	0.54
ด้านการใช้งานบรรจุภัณฑ์															
3.1 มีความเป็นไปได้ในการใช้ซ้ำ	4	3	4	3.67	0.58	5	5	5	5.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00
3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้	4	5	4	4.33	0.58	5	5	4	4.67	0.58	3	3	4	3.33	0.58
3.3 มีความเหมาะสมกับยุคเทคโนโลยี	4	4	4	4.00	0.00	4	4	4	4.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58
3.4 มีความชัดเจนเข้าใจง่าย	4	4	4	4.00	0.00	5	4	4	4.33	0.58	5	4	4	4.33	0.58
3.5 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน	4	4	3	3.67	0.58	4	3	4	3.67	0.58	3	4	3	3.33	0.58
				3.93	0.35				4.33	0.35				3.73	0.46
ด้านอำนวยความสะดวก															
4.1 สามารถจัดเรียงในลักษณะซ้อนกันได้	5	4	4	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58
4.2 สามารถเปิด-ปิด ได้สะดวกต่อการใช้งาน	3	4	3	3.33	0.58	4	5	4	4.33	0.58	3	4	4	3.67	0.58
				3.85	0.42				4.13	0.42				3.75	0.55
ด้านส่งเสริมการจัดจำหน่าย															
5.1 รูปแบบวางสินค้าบนบรรจุภัณฑ์มีรูปแบบน่าสนใจต่อการจดจำ	4	3	4	3.67	0.58	4	4	3	3.67	0.58	4	5	4	4.33	0.58
5.2 รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	4	4	3	3.67	0.58	5	4	4	4.33	0.58	3	4	4	3.67	0.58
5.3 รูปแบบมีความทันสมัย สวยงาม	4	3	4	3.67	0.58	5	5	5	5.00	0.00	5	4	3	4.00	1.00
5.4 รูปแบบมีเอกลักษณ์ผู้บริโภคจดจำได้ง่าย	4	3	4	3.67	0.58	4	5	4	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00
				3.70	0.55				4.29	0.43				3.95	0.54
รวม				3.70	0.42				4.31	0.41				3.86	0.48

ตารางที่ ๙.8 คะแนนความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์
เกี่ยวกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี (ชั้น
วางสินค้า 8)

รายการประเมิน	รูปแบบที่ 1					รูปแบบที่ 2					รูปแบบที่ 3				
	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.	คนที่ 1	คนที่ 2	คนที่ 3	x	S.D.
ด้านการออกแบบชิ้นวางสินค้า															
1.1 มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน	4	5	4	4.33	0.58	3	4	5	4.00	1.00	3	3	4	3.33	0.58
1.4 มีสัดส่วนที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4	4	4	4.00	0.00	5	4	4	4.33	0.58	4	4	5	4.33	0.58
1.6 มีการตกแต่งสวยงามกราฟิกที่เหมาะสม	3	3	3	3.00	0.00	5	4	4	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00
				3.78	0.19				4.22	0.72				3.89	0.38
ด้านประโยชน์ใช้สอย															
1.1 ชี้อ้างอิงคำสั่งงานการใช้งานได้จริง	4	4	5	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00	4	4	5	4.33	0.58
1.2 ชี้อ้างอิงคำชี้แจงความสะดวกในการเคลื่อนย้าย	4	4	3	3.67	0.58	3	3	3	3.00	0.00	4	5	4	4.33	0.58
				3.76	0.27				3.98	0.37				4.18	0.42
ด้านการใช้งาน															
3.1 มีความเป็นไปได้ในการใช้งาน	5	5	5	5.00	0.00	4	3	4	3.67	0.58	4	5	4	4.33	0.58
3.2 มีความสะดวกในการนำไปใช้	4	4	4	4.00	0.00	4	4	3	3.67	0.58	4	5	4	4.33	0.58
3.4 มีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน	4	4	5	4.33	0.58	4	5	4	4.33	0.58	3	5	3	3.67	1.15
				4.15	0.28				3.73	0.42				4.17	0.66
การเลือกวัสดุและคุณภาพการผลิต															
2.1 วัสดุมีความเหมาะสมต่อการเคลื่อนย้ายสำหรับใช้งาน	4	4	4	4.00	0.00	4	3	3	3.33	0.58	4	5	3	4.00	1.00
2.2 วัสดุมีความแข็งแรงปลอดภัย	5	5	5	5.00	0.00	2	3	3	2.67	0.58	4	5	4	4.33	0.58
				4.30	0.17				3.55	0.55				4.10	0.79
ด้านส่งเสริมการตลาดจำหน่าย															
5.1 รูปแบบดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	4	4	5	4.33	0.58	4	4	5	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00
5.2 รูปแบบความทันสมัย สวยงาม	4	4	5	4.33	0.58	4	4	4	4.00	0.00	4	4	3	3.67	0.58
				4.39	0.27				3.58	0.46				4.02	0.59
รวม				4.14	0.27				3.82	0.48				4.06	0.56



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ จ.1 แสดงภาพ Idea Sketch



ภาพที่ จ.2 แสดงภาพ ตราสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ จ.3 แสดงภาพ ป้ายสินค้ารูปแบบที่ 1



ภาพที่ จ.4 แสดงภาพ ป้ายสินค้ารูปแบบที่ 2

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ จ.5 แสดงภาพ ป้ายสินค้ารูปแบบที่ 3



ภาพที่ จ.6 แสดงภาพ ภาพร่างชุดบรรจุภัณฑ์ของขวัญทั้งหมด 6 แบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



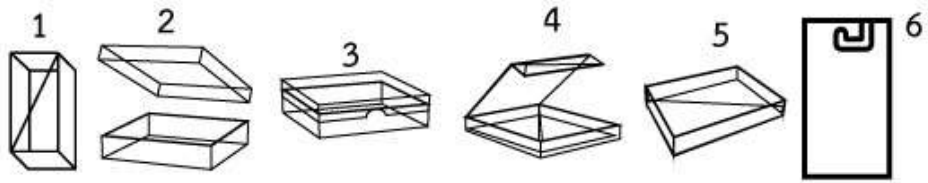
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ จ.8 แสดงภาพ Pattern box ชุดบรรจุภัณฑ์ของขวัญ

ภาพที่ จ.9 แสดงภาพ ต้นแบบชุดบรรจุภัณฑ์ของขวัญ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

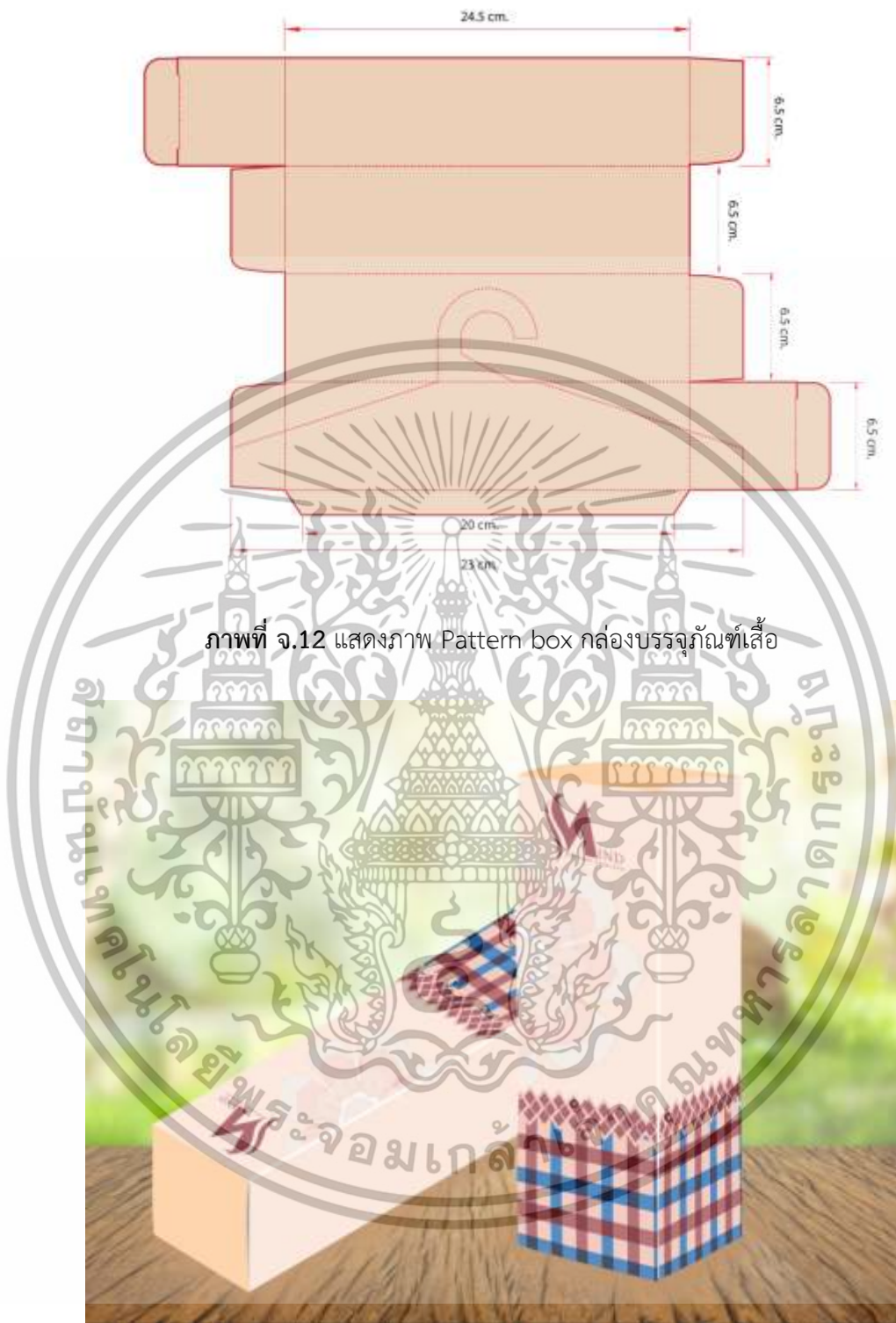


ภาพที่ จ.10 แสดงภาพ ภาพร่างกล่องบรรจุภัณฑ์สี่เหลี่ยม 6 รูปแบบ



ภาพที่ จ.11 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สี่เหลี่ยมให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ

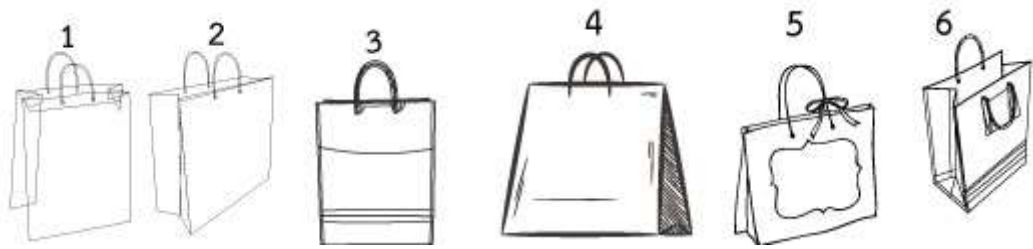
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ จ.12 แสดงภาพ Pattern box กลองบรรจุก้อนที่สี่

ภาพที่ จ.13 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สี่

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

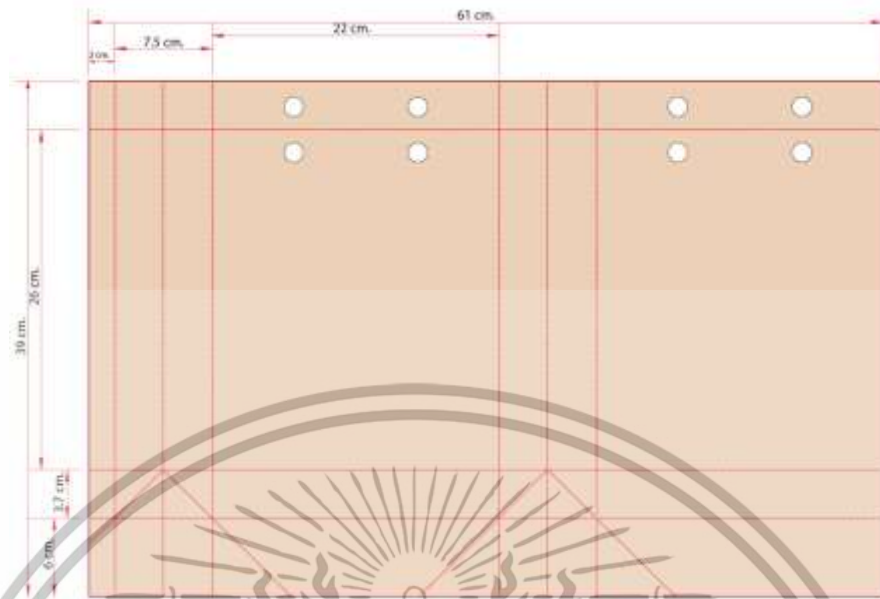


ภาพที่ จ.14 แสดงภาพ ต้นแบบถุงกระดาษสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์



ภาพที่ จ.15 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

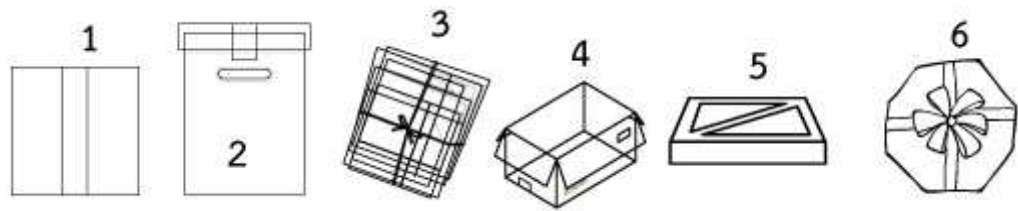


ภาพที่ จ.16 แสดงภาพ Pattern box บรรจุก้อนที่ถูกระดาศ



ภาพที่ จ.17 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุก้อนที่ถูกระดาศ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

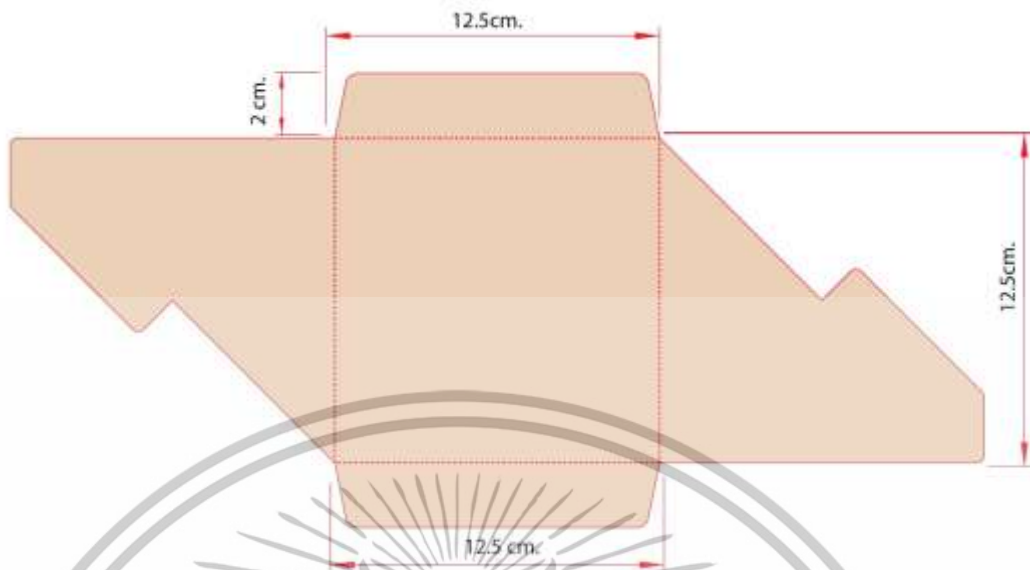


ภาพที่ จ.18 แสดงภาพ ต้นแบบกล่องกระดาษสำหรับใส่ผลิตภัณฑ์



ภาพที่ จ.19 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

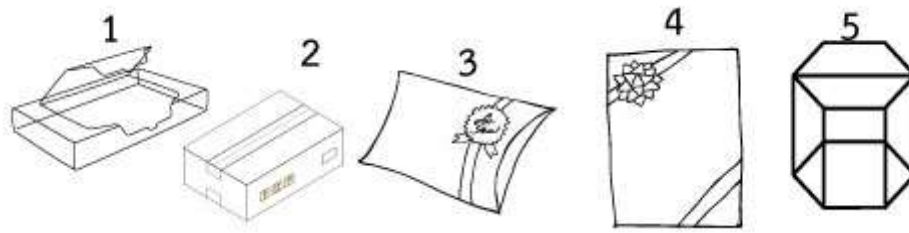


ภาพที่ จ.20 แสดงภาพ Pattern box บรรจุภัณฑ์ใส่กระเป๋าทิชชู



ภาพที่ จ.21 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กระเป๋าทิชชู

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

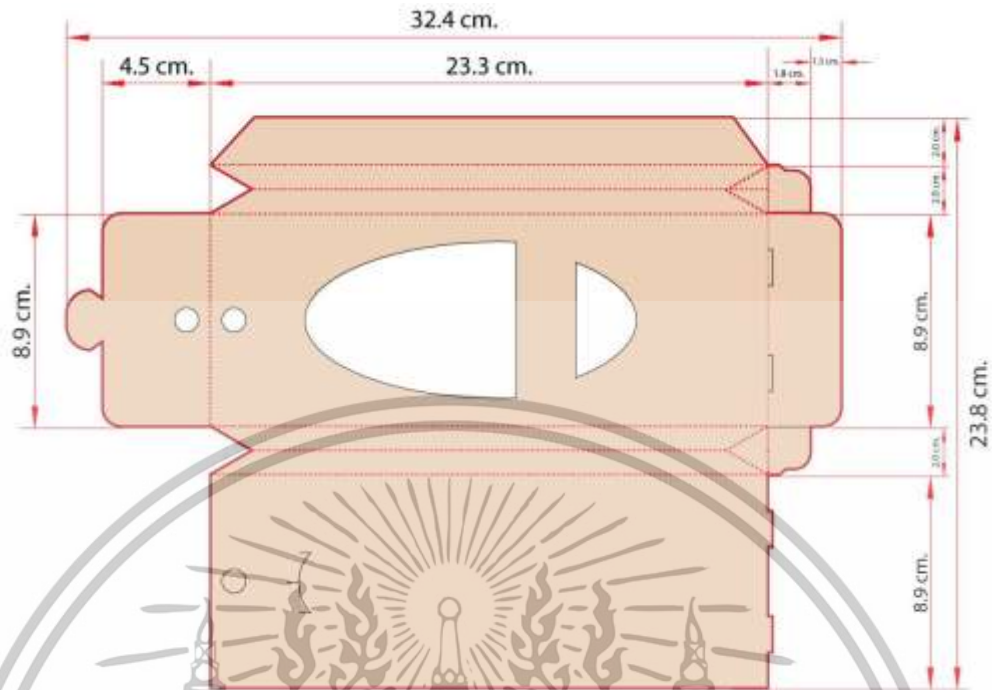


ภาพที่ จ.22 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กระดาษ



ภาพที่ จ.23 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กระดาษให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

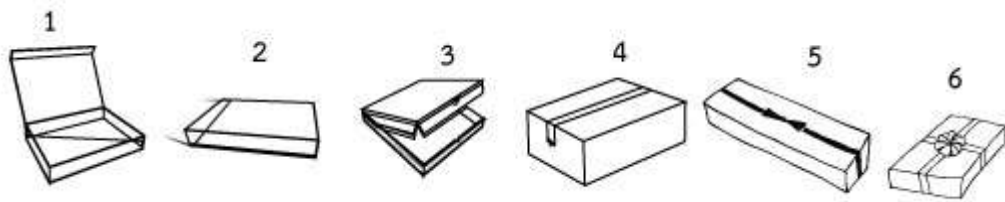


ภาพที่ จ.24 แสดงภาพ Pattern box บรรจุก้อนที่กระเป๋



ภาพที่ จ.25 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุก้อนที่กระเป๋

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

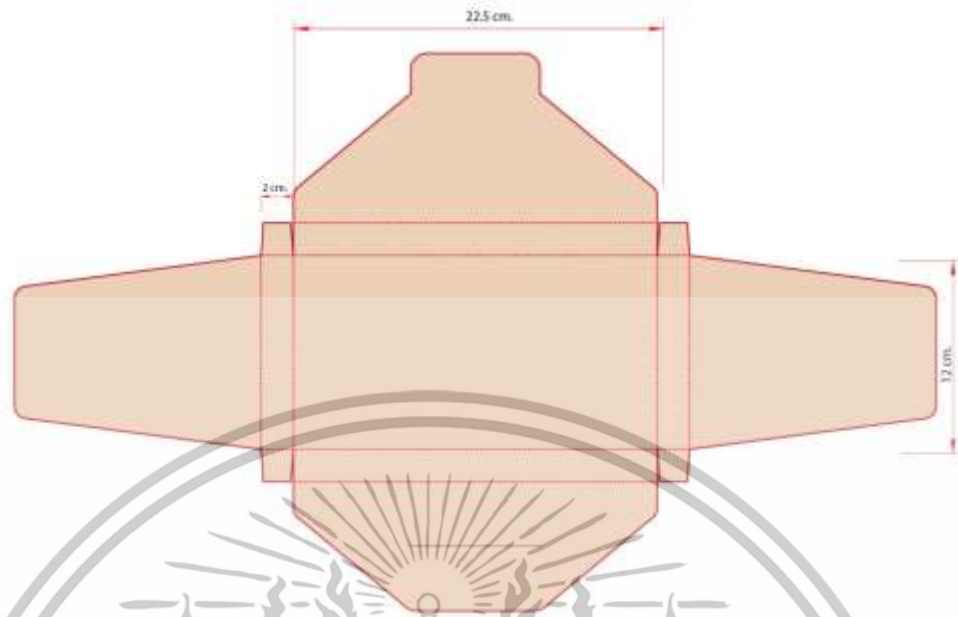


ภาพที่ จ.26 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล่องผ้าพันพอ



ภาพที่ จ.27 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์กล่องผ้าพันคอให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

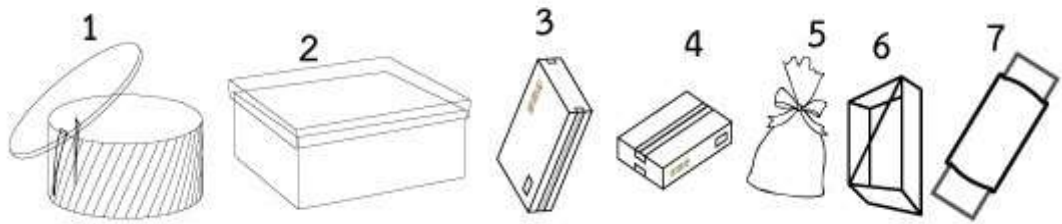


ภาพที่ จ.28 แสดงภาพ Pattern box บรรจุมันต์กล่องผ้าพันคอ

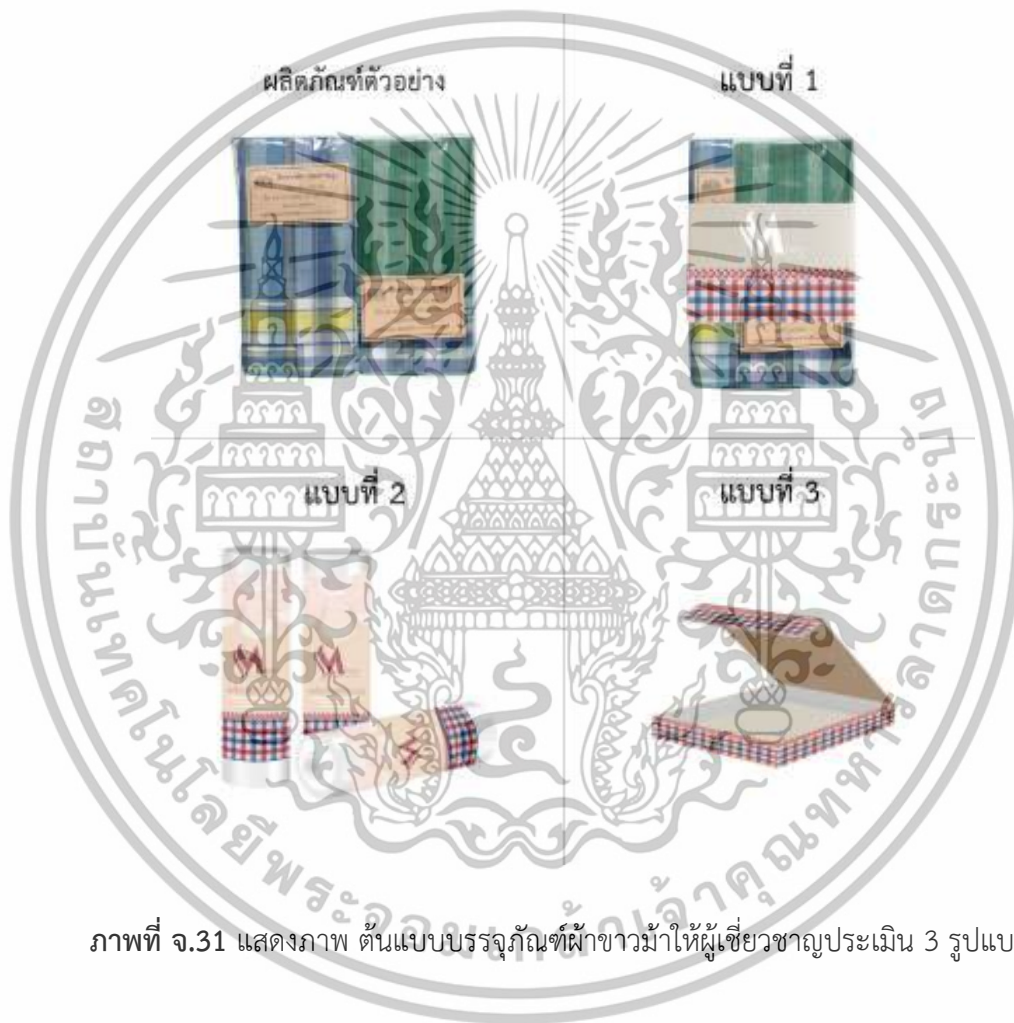


ภาพที่ จ.29 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุมันต์กล่องผ้าพันคอ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ จ.30 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้า



ภาพที่ จ.31 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้าให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

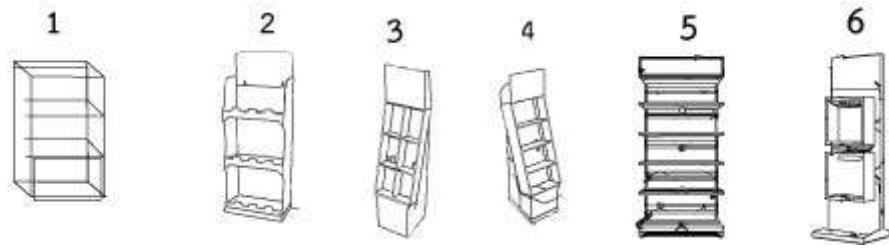


ภาพที่ จ.32 แสดงภาพ Pattern box บรรจุภัณฑ์ผ้าขาม้า



ภาพที่ จ.33 แสดงภาพ ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าขาม้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

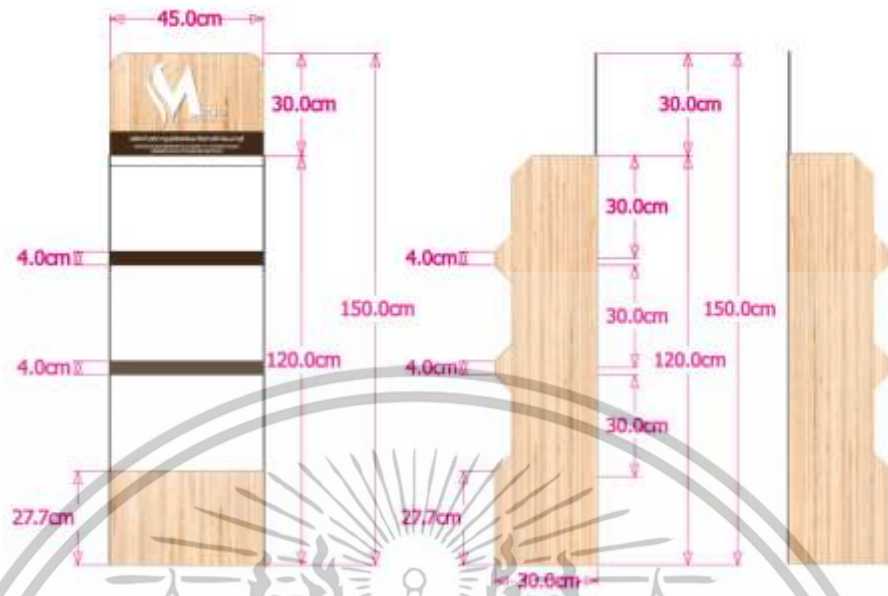


ภาพที่ จ.34 แสดงภาพ ต้นแบบชั้นวางสินค้า

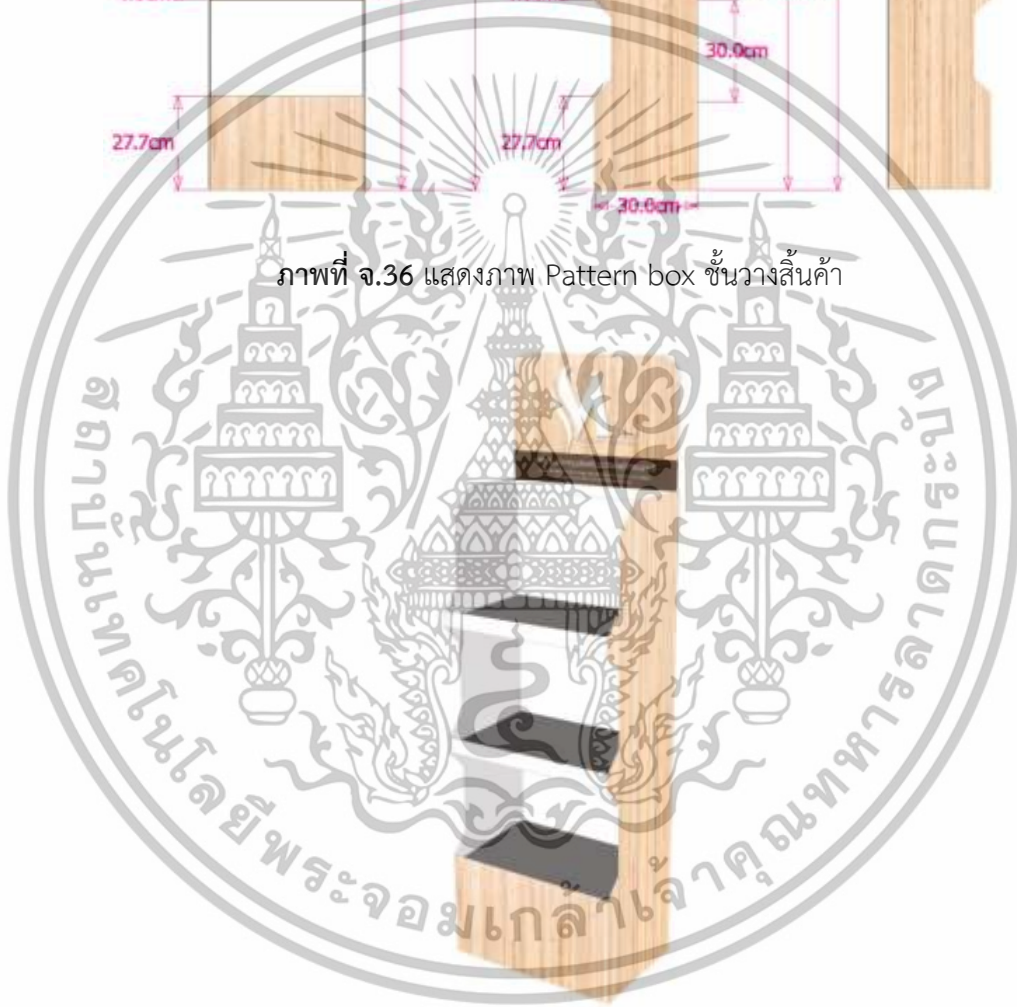


ภาพที่ จ.35 แสดงภาพ ต้นแบบชั้นวางสินค้าให้ผู้เชี่ยวชาญประเมิน 3 รูปแบบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ จ.36 แสดงภาพ Pattern box ชั้นวางสินค้า



ภาพที่ จ.37 แสดงภาพ ต้นแบบชั้นวางสินค้า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ศูนย์ส่งเสริมอาชีพ
คนพิการ
Center for Persons with Disabilities Occupational Promotion
(Shallered Workshop on International Year of Persons with Disabilities)

โรงงานเป็นมิตรสากล
MIND FACTORY THAILAND

หลักฐานการสมัคร

1. สถานะบัตรประชาชน
2. สถานะบัตรประจำตัวคนพิการ
3. สถานะการเป็นบ้าน
4. รุณถิ่น 2, มีว 2, รุป
5. ใบรับรองทางการแพทย์เป็นเสียขา
6. ใบรับรองแพทย์

คุณสมบัติของพนักงานคนพิการ

1. เป็นคนพิการสาขานอกร่างกายหรือคนพิการที่มีใบรับรองชั้น 1 และเข้ารับการบำบัดในศูนย์ส่งเสริมอาชีพหรือศูนย์พัฒนา
2. มีความสามารถและทักษะอาชีพที่ตรงกับตำแหน่งที่ต้องการ
3. ไม่เป็นโรคติดต่อร้ายแรงหรือโรคเอดส์

ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ
ถอย : 78/10 หมู่ 1 ซ.สวนนก-ปิ่นเกล้า 1
ก.สวนนก ๓, บางตลาด
อ.ปิ่นเกล้า จ.นนทบุรี 11120
02 -583-8415

สวัสดิการของพนักงานศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ

- ค่าจ้างตาม แยกห้องเช่า-รถ
- การส่งเสริมทักษะอาชีพ
- การประกันสังคม
- ฝึกอบรมของสถานประกอบการ
- โบนัสตามสัญญาจ้าง

กิจกรรมที่เป็นต้นแบบและงานใหม่ของศูนย์

ภาพที่ จ.38 แสดงภาพ โบวัวร์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ (ด้านหน้า)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โรงงานปิดคนพิการสากล
ศูนย์ส่งเสริมอาชีพ
คนพิการ

Center for Persons with Disabilities Occupational Promotion
(Sheltered Workshop on International Year of Persons with Disabilities)

จำหน่ายผลิตภัณฑ์ประเภท

- ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋า
- ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า
- ผลิตภัณฑ์ประเภทหมวกผ้าใบ

สอบถามเพิ่มเติมได้ที่ ☎ 02 -583-8415

ภาพที่ จ.40 แสดงภาพ ใบปลิวของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



การลงพื้นที่เก็บข้อมูลศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ จ.41 แสดงภาพ การลงพื้นที่ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ จ.42 แสดงภาพ ผู้บริโภคทั่วไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์
สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

A STUDY OF PRODUCT STYLE FOR DESIGNED PACKAGING TO CENTER FOR
PERSONSWITH DISABILITY OCCUPATIONAL PROMOTION NONTHABURI PROVINCE

ภัศรา มั่นไร¹ อุดมศักดิ์ สาริบุตร² และสุธาสิณี บุรีคำพันธ์³

ภาควิชาครุศาสตร์สถาปัตยกรรมและการออกแบบ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง จังหวัดกรุงเทพมหานคร รหัสไปรษณีย์ 10520
Email: pasara01@gmail.com¹, Udomsak.sa@kmitl.ac.th², Suthasini.bu@kmitl.ac.th³

Department of Architecture and Design Education, Faculty of Industrial Education and Technology
King Mongkut's Institute of Technology Ladkrabang, province Bangkok Zip code 10520

Corresponding Author *Udomsak.sa@kmitl.ac.th Tel. 08-6079-4675

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์คือ 1) เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ
จังหวัดนนทบุรี 2) เพื่อพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

ผลการวิจัยของกระบวนการพัฒนาการออกแบบโดยการศึกษาของความเป็นไปได้ในการผลิตบรรจุ
ภัณฑ์ให้ผู้เชี่ยวชาญช่วยคัดเลือกแบบ และแบบสอบถามจากผู้บริโภค ผู้วิจัยได้ทำการออกแบบตราสินค้า ทั้งหมด 5
แบบ จากนั้นทำแบบสอบถามจากกลุ่มผู้บริโภค 50 ท่าน สรุปผลที่ได้ แบบที่ 5 คิดเป็นร้อยละ 50 % และป้ายสินค้า
ทั้งหมด 3 แบบจากกลุ่มผู้บริโภค 20 ท่าน สรุปผลที่ได้แบบที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 65% จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ
ด้านผลิตภัณฑ์ สรุปผลด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญ, บรรจุภัณฑ์กล่องเสื้อ, บรรจุ
ภัณฑ์กล่องกระเป๋า, บรรจุภัณฑ์กล่องผ้าพันคอ, บรรจุภัณฑ์กล่องผ้าขาวม้า, บรรจุภัณฑ์กล่องกระเป๋าทิชชู, บรรจุ
ภัณฑ์ถุงกระดาษ และชั้นวางสินค้า โดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินเลือกรูปแบบจาก 3 รูปแบบ เพื่อคัดเลือกรูปแบบที่มี
ความเหมาะสมมากที่สุด ผลประเมินพบว่า 1) บรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก (\bar{x} =4.40 ,
S.D. = 0.39) 2) บรรจุภัณฑ์กล่องเสื้อแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก \bar{x} =4.23 , S.D. =0.53) 3) บรรจุภัณฑ์กล่อง
กระเป๋าแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก (\bar{x} =4.48 , S.D. =0.23) 4) บรรจุภัณฑ์กล่องผ้าพันคอแบบที่ 1 มีความ
เหมาะสมมาก (\bar{x} =4.28 , S.D. =0.35) 5) บรรจุภัณฑ์กล่องผ้าขาวม้าแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก (\bar{x} =4.32 ,
S.D. =0.43) 6) บรรจุภัณฑ์กล่องกระเป๋าทิชชูแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก (\bar{x} =4.17 , S.D. =0.48) 7) บรรจุ
ภัณฑ์ถุงกระดาษแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก (\bar{x} =4.45 , S.D. =0.4) 8) ชั้นวางสินค้าแบบที่ 1 มีความเหมาะสม
มาก (\bar{x} =4.19 , S.D. =0.29) นำมาผลิตต้นแบบจากนั้นทำการประเมินผลด้านความพึงพอใจจากผู้ใช้อย่าง

คำสำคัญ: ตราสินค้า, ป้ายสินค้า, บรรจุภัณฑ์กล่องเสื้อ, บรรจุภัณฑ์กล่องสินค้าเบ็ดเตล็ด, บรรจุภัณฑ์กล่องกระเป๋า

ABSTRACT

The purposes of this research were: 1) a sample was selected specific from disabled career group of Nonthaburi. 2) To develop and design packaging for disabled career group of Nonthaburi.

The result of research and development that possible to produce packaging, to provide the specialist selected the design and questionnaires from users, the researcher has designed all of 5 brands, then made an questionnaires from 50 users groups, the result obtained from type 5 for 50 percentage and 3 product labels from 20 users groups, result 1 from 65 percentage of product selected by interviewing product specialist, the result of packaging design including gift sets packaging, cloth boxes, bag boxes, scarf boxes, loincloth boxes, tissue boxes, paper bags and shelves by the expert evaluated from 3 models for selected the most appropriate, the result showed that 1) Gift set type 1 is very appropriate ($\bar{x}=4.40$, S.D. = 0.39) 2) Cloth box type 2 is very appropriate ($\bar{x}=4.23$, S.D. = 0.53) 3) Bag box type 1 is very appropriate ($\bar{x}=4.48$, S.D. = 0.23) 4) Scarf box type 1 is very appropriate ($\bar{x}=4.28$, S.D. = 0.35) 5) Loincloth box type 2 is very appropriate ($\bar{x}=4.32$, S.D. = 0.43) 6) Tissue box type 2 is very appropriate ($\bar{x}=4.17$, S.D. = 0.48) 7) Paper bag type 1 is very appropriate ($\bar{x}=4.45$, S.D. = 0.4) 8) Shelve type 1 are very appropriate ($\bar{x}=4.19$, S.D. = 0.29) then produced the prototype and evaluated the satisfaction from users.

Keyword: Brand, Product label packaging, Cloth box packaging, miscellaneous packaging, Bag box packaging

1. ความเป็นมาของปัญหา

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการประกอบอาชีพด้วยการพึ่งพาตัวเองนั้น พื้นฐานที่สำคัญจำเป็นต้องให้ชุมชนเหล่านี้รู้ศักยภาพของตนเอง รู้จักใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ในชุมชนมาใช้ให้เกิดประโยชน์ อันนำไปสู่แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ด้วยตนเอง โดยมีจุดเน้นที่พึ่งพาตัวเอง และใช้ผลิตภัณฑ์ที่ตนเองใช้ชุมชน [1] นฤทธิวัฒน์ ชุมชนบางตลาด กล่าวว่า ทรัพยากรต่าง ๆ ที่มีอยู่ในชุมชนทำให้เกิดประโยชน์สูงสุด นำมาผ่านการร่วมแรงร่วมใจ ร่วมคิด ร่วมทำ แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับบุคคลหลายสถานภาพ และความก้าวหน้าของชุมชนอย่างมีเหตุผล ผู้วิจัยได้ศึกษาสภาพปัญหาของสินค้าผลิตภัณฑ์ดังนี้ ปัญหาบรรจุภัณฑ์ยังคงใช้บรรจุภัณฑ์ ที่ไม่ได้มาตรฐาน ไม่ทันสมัย และไม่โดดเด่น เช่น การใช้บรรจุภัณฑ์สำเร็จรูปที่มีขายตามท้องตลาดมาเป็นบรรจุ สินค้าโดยไม่มีการเพิ่มเติมข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่เป็นประโยชน์ในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า หรือการใช้บรรจุภัณฑ์ที่เหมือนกันคู่แข่ง ทำให้ลูกค้าไม่เห็นความแตกต่างของ สินค้า และได้ศึกษาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค เพื่อนำแนวทาง ในการแก้ปัญหาและพัฒนาในด้านบรรจุภัณฑ์ ฉลาก และ สื่อประชาสัมพันธ์ที่สวยงาม ทำให้ผู้บริโภคเป้าหมายมีความพึงพอใจในการเลือกซื้อมากขึ้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ [2] ชัยรัตน์ อัครวงกร ได้กล่าวว่า รูปแบบการนำเสนอที่เราแทรกเป็นอินโฟกราฟิกลงไป เพราะทำให้ อ่านง่าย เข้าใจง่าย ปัจจุบันการซื้อขายสินค้าบนโลกออนไลน์จะเป็นที่นิยมอย่างมากสำหรับการซื้อขายในยุคนี้ เป็นผลอันเนื่องมาจากการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อพัฒนาสินค้าให้มีมูลค่ามากขึ้นอีกทั้งยังเผยแพร่สินค้าของคุณส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี เป็นต้น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2. วัตถุประสงค์

- 2.1 เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี
- 2.2 เพื่อพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

3. กรอบแนวคิดและสมมติฐาน

3.1 กรอบแนวคิดในการศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์ของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีของ วินัย เก่งสุวรรณ [1] (ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี) ดังนี้ (1) ประเภทของผลิตภัณฑ์ (2) วัสดุในการผลิต

3.2 กรอบแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ดังนี้

3.2.1 กรอบแนวคิดที่ 1 ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของ [3] จีระวรรณ สุทธิลักษณ์ คือ 1) ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ 2) ด้านการใช้งาน 3) ด้านการอำนวยความสะดวก 4) ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อซ้ำ

3.2.2 กรอบแนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของ [4] นวลน้อย บุญวงษ์ ดังนี้ 1) มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน 2) มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน 3) มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน 4) มีรูปแบบสัดส่วนที่เหมาะสม 5) มีการตกแต่งลวดลายกราฟิกที่เหมาะสม 6) มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม ในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี ซึ่งจากกรอบแนวคิดทั้ง 2 ข้อเกิดเป็นตัวแปรการวิจัยดังนี้ ตัวแปรต้น คือ บรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ ตัวแปรตาม คือ ผู้เชี่ยวชาญ และความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการดำเนินงานวิจัยเรื่อง การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรีผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าทฤษฎีประกอบกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องตามวัตถุประสงค์ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัย ตามวัตถุประสงค์ดังนี้

4.1 วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลผลิตภัณฑ์จากการรวบรวมเอกสาร แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างการสังเกต การจดบันทึกและการถ่ายภาพ จากนั้นผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาวิเคราะห์ถึงข้อดี ข้อเสีย ของผลิตภัณฑ์แต่ละชนิด แล้วนำข้อมูลที่นำมาทำการสรุปผลเชิงคุณภาพโดยวิธีการบรรยายเป็นความเรียง

4.2 วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อพัฒนาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี

4.2.1 ผู้วิจัยทำการออกแบบภาพร่างบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี จำนวน 6 รูปแบบ จากนั้นนำมาวิเคราะห์ระดับค่าความสัมพันธ์ทางการออกแบบผลิตภัณฑ์ในการคัดเลือกให้เหลือ 3 แบบ แล้วนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อประเมินความคิดเห็น โดยวิธีจัดลำดับค่าคะแนนมาตราส่วนประมาณ 5 ระดับ(Rating Scale) จากนั้นนำมาวิเคราะห์และสรุปผลโดยวิเคราะห์ผลเป็นเชิงปริมาณหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{x}) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และค่าร้อยละ (Percentage) หารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมเพื่อนำไปสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

4.2.2 ผู้วิจัยนำบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาเป็นแนวทางการออกแบบภาพร่างบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 รูปแบบ แล้วนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อประเมินความคิดเห็น โดยวิธีการจัดลำดับค่าคะแนน เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) จากนั้นนำมาวิเคราะห์และสรุปผลโดยวิเคราะห์ผลเชิงปริมาณหา ค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{x}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่อหารูปแบบของรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีที่มีความเหมาะสมมากที่สุด นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบการ บรรยายผลเพื่อเลือกแบบ และนำข้อเสนอแนะมาปรับปรุงแบบต่อไป

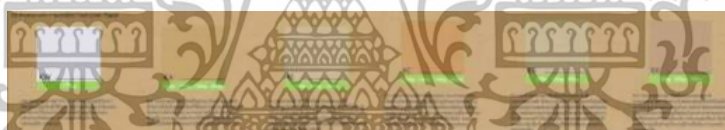
5. ผลการวิจัย

5.1 ผลการวิเคราะห์ผลิตภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

5.1.1 การศึกษาข้อมูลความรู้ด้านผลิตภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีโดย แยกประเภทผลิตภัณฑ์ออกเป็นทั้งหมด 3 ประเภทได้แก่ ผลิตภัณฑ์ประเภทเสื้อผ้า ผลิตภัณฑ์ประเภทกระเป๋าและ ผลิตภัณฑ์ประเภทสินค้าเบ็ดเตล็ดโดยผู้เชี่ยวชาญด้านผลิตภัณฑ์ [5] วินัย เก่งสุวรรณ กล่าวว่า ผลิตภัณฑ์ประเภทที่ นิยมของกลุ่มผู้บริโภคได้แก่ ผลิตภัณฑ์เสื้อผ้า, ผ้าพันคอ, กระเป๋า, ผ้าขาม้า เหมาะสำหรับการนำไปพัฒนาต่อเนื่อง เพิ่มมูลค่าให้กับตัวสินค้าได้เป็นอย่างดี

5.1.2 ผลการวิเคราะห์วัสดุผลิตภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

[6] อุดล ศรีสุข กล่าวว่า กระดาษคราฟท์ที่นำมาทำแผ่นกระดาษลูกฟูก มีหลายประเภท หลาก สีสัน และคุณภาพการนำไปใช้งานก็แตกต่างกัน โดยชนิดของกระดาษคราฟท์ที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ ส่งเสริมอาชีพคนพิการ คือกระดาษคราฟท์ (KA) สำหรับทำผิวกล่อง มีความแข็งแรงทนทานเป็นพิเศษ สามารถ รองรับน้ำหนักได้ดีเยี่ยม ผลิตจากเยื่อ Recycled 100% เพื่อส่งเสริมด้านการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมแต่ยังคงความ สวยงาม มีคุณสมบัติเด่นในเรื่องการวางเรียงซ้อน และป้องกันแรงกระแทกได้อย่างดี น้ำหนักมาตรฐาน 125กรัม/ ตารางเมตร



รูปภาพที่ 1 รูปภาพชนิดวัสดุกระดาษที่ใช้ผลิตสำหรับบรรจุภัณฑ์

5.1.3 ผลการวิเคราะห์โทนสีสำหรับ

โทนสีที่เหมาะสมสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีได้แก่ แทนสีแดงเลือดหมู รหัส สี #993366 มาจากสีผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจากการคัดเลือกสีของพนักงานกลุ่มส่งเสริมอาชีพคน พิการจำนวน 3 ท่าน จึงได้สีที่มีลักษณะโดดเด่น สีที่ได้เป็นสีแดงเลือดหมู หมายถึง เป็นสีหลักของผลิตภัณฑ์ผ้าขาม้า ความมีชีวิตชีวา สีให้ความรู้สึกมั่นคง



รูปภาพที่ 2 รูปภาพโทนสีที่เหมาะสมสำหรับบรรจุภัณฑ์และตราสินค้า

5.1.4 ผลการวิเคราะห์ลวดลายที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม และเอกสารต่างๆทำการร่างแบบ 3 แบบ เลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ กำนผลิตภัณฑ์มา 1 แบบ เพื่อนำไปพัฒนาต่อเนื่องเป็นลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ ซึ่งลวดลายที่มีความเชื่อมโยง และ เข้าใจได้ง่าย อีกทั้งยังเป็นดอกไม้สัญลักษณ์ประจำศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปภาพที่ 3 รูปภาพสัญลักษณ์ลวดลายของศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

5.1.5 ผลการวิเคราะห์ลวดลายที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

ผู้วิจัยได้ทำการคัดเลือกแบบและดีไซน์ Pattern ให้ออกมาเป็นรูปแบบโทนกลางโดยใช้สีโทนหลักและโทนรองจากสีผลิตภัณฑ์จริงมาทำการออกแบบในรูปแบบที่เหมาะสมที่สุดในการนำไปใช้งานและพัฒนาต่อในเรื่องของลวดลายบนบรรจุภัณฑ์



รูปภาพที่ 4 ลวดลายจากผ้าขาวม้าผลิตภัณฑ์จากศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

5.2 ผลการวิเคราะห์บรรจุภัณฑ์ภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

5.2.1 ผลการวิเคราะห์การออกแบบตราสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี
สรุปผลการเลือกตราสินค้า พบว่า ผู้บริโภคเลือกแบบที่ 1 คิดเป็น 15% ผู้บริโภคเลือกแบบที่ 2 คิดเป็น 10% ผู้บริโภคเลือกแบบที่ 3 คิดเป็น 21.7 % ผู้บริโภคเลือกแบบที่ 4 คิดเป็น 5% และผู้บริโภคเลือกแบบที่ 5 คิดเป็น 50% สรุปผลการเลือกตราสินค้าหรือแบรนด์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีจากการประเมินผลผู้บริโภคทั้งหมด 50 คน ผลที่ได้ออกมาเป็น แบบที่ 5

รูปภาพที่ 5 ตราของบรรจุภัณฑ์หรือแบรนด์ (Brand) แบบที่ 5

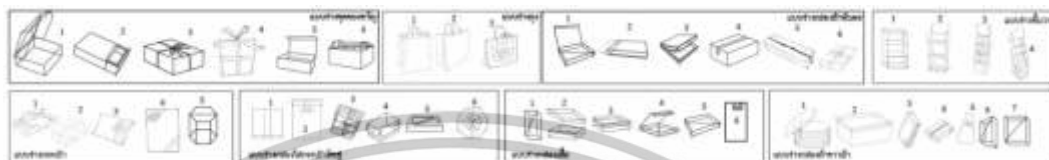
5.2.2 ผลการวิเคราะห์การออกแบบป้ายสินค้าสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี
สรุปผลการเลือกป้ายสินค้า พบว่า ผู้บริโภคเลือกแบบที่ 1 คิดเป็น 65% ผู้บริโภคเลือกแบบที่ 2 คิดเป็น 25% และผู้บริโภคเลือกแบบที่ 3 คิดเป็น 10% สรุปผลการเลือกตราสินค้าหรือแบรนด์ของกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีจากการประเมินผลผู้บริโภคทั้งหมด 20 ท่าน ผลที่ได้ออกมาเป็น แบบที่ 1



รูปภาพที่ 6 ป้ายสินค้าสำหรับแขวนผลิตภัณฑ์ศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.2.3 ผลการวิเคราะห์การออกแบบชุดบรรจุภัณฑ์ของขวัญสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี ได้แก่ 1) ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ 2) ด้านการใช้ 3) ด้านการอำนวยความสะดวก 4) ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย กรอบแนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของ อารี สุทธิพันธุ์ ดังนี้ 1) มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน (2) มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน 3) มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน 4) มีรูปแบบสัดส่วนที่เหมาะสม 5) มีการตกแต่งลวดลายกราฟิกที่เหมาะสม 6) มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม ในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีในขั้นต่อไป



รูปภาพที่ 7 แบบร่างชุดบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี จำนวน 8 แบบ แบบร่างละ 6 แบบ

ผลการเลือกแบบตามหลักการออกแบบโดยการเลือกแบบของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ได้คะแนนความสอดคล้องมากที่สุดได้แก่ แบบที่ 1 แบบที่ 2 และแบบที่ 5

ตารางที่ 1 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญสำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3
		
มาจากแบบร่างที่ 1	มาจากแบบร่างที่ 2	มาจากแบบร่างที่ 5
ค่า \bar{x} =4.40, S.D. =0.39	ค่า \bar{x} =3.50, S.D. =0.64	ค่า \bar{x} =3.40, S.D. =0.35

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีรูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก (\bar{x} =4.40, S.D. =0.39) ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบจากนั้นจึงนำไปประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อไป



รูปภาพที่ 8 แสดงรูปแบบรายละเอียดบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญแบบที่ 1 ที่ผู้เชี่ยวชาญเลือก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการเลือกแบบตามหลักการออกแบบโดยการเลือกแบบของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ได้คะแนนความสอดคล้องมากที่สุดได้แก่ แบบที่ 1 แบบที่ 3 และแบบที่ 4

ตารางที่ 2 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์กล่องสี่เหลี่ยมสำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี


รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3
		
มาจากแบบร่างที่ 1	มาจากแบบร่างที่ 3	มาจากแบบร่างที่ 4
ค่า \bar{x} =4.40, S.D. =0.39	ค่า \bar{x} =4.23, S.D. =0.53	ค่า \bar{x} =3.28, S.D. =0.45

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีรูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก (\bar{x} =4.23, S.D. =0.53) ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบจากนั้นจึงนำไปประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อไป

รูปภาพที่ 9 แสดงรูปแบบรายละเอียดบรรจุภัณฑ์กล่องสี่เหลี่ยมที่ 2 ที่ผู้เชี่ยวชาญเลือก

ผลการเลือกแบบตามหลักการออกแบบโดยการเลือกแบบของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ได้คะแนนความสอดคล้องมากที่สุดได้แก่ แบบที่ 2 แบบที่ 4 และแบบที่ 5

ตารางที่ 3 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ถุงสำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3
		
มาจากแบบร่างที่ 2	มาจากแบบร่างที่ 4	มาจากแบบร่างที่ 5
ค่า \bar{x} =4.50, S.D. =0.40	ค่า \bar{x} =3.57, S.D. =0.46	ค่า \bar{x} =3.55, S.D. =0.36

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีรูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด (\bar{x} =4.50, S.D. =0.4) ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบจากนั้นจึงนำไปประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อไป

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



รูปภาพที่ 10 แสดงรูปแบบรายละเอียดบรรจุภัณฑ์กล่องเสื้อแบบที่ 1 ที่ผู้เชี่ยวชาญเลือก

ผลการเลือกแบบตามหลักการออกแบบโดยการเลือกแบบของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ได้คะแนนความสอดคล้องมากที่สุดได้แก่ แบบที่ 2 แบบที่ 3 และแบบที่ 5

ตารางที่ 4 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์กล่องใส่กระเป๋าที่ชูสำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3
		
มาจากแบบร่างที่ 2	มาจากแบบร่างที่ 3	มาจากแบบร่างที่ 5
ค่า \bar{x} =3.72, s.d. =0.40	ค่า \bar{x} =4.17, s.d. =0.48	ค่า \bar{x} =4.03, s.d. =0.49

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์กล่องใส่กระเป๋าที่ชูสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีรูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก (\bar{x} =4.17, s.d. =0.48) ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบจากนั้นจึงนำไปประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อไป



รูปภาพที่ 11 แสดงรูปแบบรายละเอียดบรรจุภัณฑ์กล่องใส่กระเป๋าที่ชูแบบที่ 2 ที่ผู้เชี่ยวชาญเลือก

ผลการเลือกแบบตามหลักการออกแบบโดยการเลือกแบบของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ได้คะแนนความสอดคล้องมากที่สุดได้แก่ แบบที่ 1 แบบที่ 3 และแบบที่ 4

ตารางที่ 5 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์กล่องกระเป๋าสำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3
		
มาจากแบบร่างที่ 1	มาจากแบบร่างที่ 3	มาจากแบบร่างที่ 4
ค่า \bar{x} =4.48, s.d. =0.23	ค่า \bar{x} =3.75, s.d. =0.46	ค่า \bar{x} =3.82, s.d. =0.43

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีรูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{x} = 4.48$, S.D. = 0.23) ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบจากนั้นจึงนำไปประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อไป



รูปภาพที่ 12 แสดงรูปแบบรายละเอียดบรรจุภัณฑ์กล่องเสื้อแบบที่ 1 ที่ผู้เชี่ยวชาญเลือก

ผลการเลือกแบบตามหลักการออกแบบโดยการเลือกแบบของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ได้คะแนนความสอดคล้องมากที่สุดได้แก่ แบบที่ 1 แบบที่ 5 และแบบที่ 6

ตารางที่ 6 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์กล่องผ้าพันคอสำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3
		
มาจากแบบร่างที่ 1	มาจากแบบร่างที่ 5	มาจากแบบร่างที่ 6
ค่า $\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.35	ค่า $\bar{x} = 3.82$, S.D. = 0.38	ค่า $\bar{x} = 3.65$, S.D. = 0.40

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีรูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{x} = 4.28$, S.D. = 0.35) ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบจากนั้นจึงนำไปประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อไป



รูปภาพที่ 13 แสดงรูปแบบรายละเอียดบรรจุภัณฑ์กล่องผ้าพันคอแบบที่ 1 ที่ผู้เชี่ยวชาญเลือก

ผลการเลือกแบบตามหลักการออกแบบโดยการเลือกแบบของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ได้คะแนนความสอดคล้องมากที่สุดได้แก่ แบบที่ 2 แบบที่ 4 และแบบที่ 6

ตารางที่ 7 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์กล่องผ้าขาวม้าสำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3
		
มาจากแบบร่างที่ 2	มาจากแบบร่างที่ 4	มาจากแบบร่างที่ 6
ค่า \bar{x} = 3.70, S.D. = 0.43	ค่า \bar{x} = 4.32, S.D. = 0.40	ค่า \bar{x} = 3.87, S.D. = 0.48




ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีรูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก (\bar{x} = 4.32, S.D. = 0.40) ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบที่ 2 มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบจากนั้นจึงนำไปประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อไป



รูปภาพที่ 14 แสดงรูปแบบรายละเอียดบรรจุภัณฑ์กล่องเสื้อแบบที่ 2 ที่ผู้เชี่ยวชาญเลือก

ผลการเลือกแบบตามหลักการออกแบบโดยการเลือกแบบของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบที่ได้คะแนนความสอดคล้องมากที่สุดได้แก่ แบบที่ 2 แบบที่ 4 และแบบที่ 5

ตารางที่ 8 แสดงรูปแบบขึ้นวางสินค้าสำหรับกลุ่มส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี

รูปแบบที่ 1	รูปแบบที่ 2	รูปแบบที่ 3
		
มาจากแบบร่างที่ 2	มาจากแบบร่างที่ 4	มาจากแบบร่างที่ 5
ค่า \bar{x} = 4.19, S.D. = 0.29	ค่า \bar{x} = 3.81, S.D. = 0.47	ค่า \bar{x} = 4.06, S.D. = 0.56

ผลการวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญสำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีรูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก (\bar{x} = 4.19, S.D. = 0.29) ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่ารูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบจากนั้นจึงนำไปประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อไป



รูปภาพที่ 15 แสดงรูปแบบรายละเอียดขึ้นวางสินค้าแบบที่ 1 ที่ผู้เชี่ยวชาญเลือก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. อภิปรายและสรุปผล

6.1 จากการศึกษาข้อมูลเบื้องต้นผู้วิจัยพบว่าการศึกษาบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี [7] ผ.ศ.สุมาลี ทองรุ่งโรจน์ บรรจุภัณฑ์คือการใช้แนวคิดสร้างสรรค์ เพื่อออกแบบวัสดุที่นำมาใช้บรรจุสินค้าให้มีความเหมาะสมกับสินค้าที่เราผลิตขึ้นมา สะดวกต่อการเก็บรักษาและขนส่ง ประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ช่วยปกป้องให้สินค้าเสียหายน้อยที่สุด ซึ่งปัญหาเหล่านี้ยังพบในการขนส่งผลิตภัณฑ์ เพื่อช่วยแก้ไขปัญหาก็ได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมด้านการขนส่งด้านการจัดวางด้านการปกป้องสินค้าอีกทั้งสื่อสารข้อมูลบนกล่องบรรจุภัณฑ์ได้ชัดเจนและเพิ่มกำไรสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้า

6.2 ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผู้วิจัยได้ใช้ทฤษฎีแนวคิดด้านการออกแบบของ จีระวรรณ สุทธิลักษณ์ คือ 1) ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ 2) ด้านการใช้งาน 3) ด้านการอำนวยความสะดวก 4) ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย กรอบแนวคิดด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ของ อารี สุทธิพันธ์ ดังนี้ 1) มีองค์ประกอบครบถ้วนชัดเจน 2) มีข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ครบถ้วน 3) มีความเรียบง่ายไม่ซับซ้อน 4) มีรูปแบบสัดส่วนที่เหมาะสม 5) มีการตกแต่งลดทอนกราฟิกที่เหมาะสม (6) มีการสร้างเอกลักษณ์สวยงามกลมกลืนกับวัฒนธรรม ในการศึกษาและพัฒนาผลิตภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีในขั้นต่อไป โดยสรุปผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้ดังนี้ 1) ตรายสินค้าการประเมินผลผู้บริโภคทั้งหมด 50 คน ผลที่ได้ออกมาเป็น แบบที่ 5 คิดเป็น 50 % และแท็กสินค้าผลที่ได้ออกมาเป็น แบบที่ 1 คิดเป็น 55.3% ผลการประเมินแบบบรรจุภัณฑ์ 3 แบบโดยผู้เชี่ยวชาญเลือกสรุปผลได้ดังนี้ 1) บรรจุภัณฑ์ชุดของขวัญแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{x}=4.40$, S.D. = 0.39) 2) บรรจุภัณฑ์กล่องเสื้อแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{x}=4.23$, S.D. =0.53) 3) บรรจุภัณฑ์กล่องกระเป๋าแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{x}= 4.48$, S.D. =0.23) 4) บรรจุภัณฑ์กล่องผ้าพันคอแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{x}=4.28$, S.D. =0.35) 5) บรรจุภัณฑ์กล่องผ้าขาวม้าแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{x}=4.32$, S.D. =0.43) 6) บรรจุภัณฑ์กล่องกระเป๋าทิชชูแบบที่ 2 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{x}=4.17$, S.D. =0.48) 7) บรรจุภัณฑ์ถุงกระดาษแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุด ($\bar{x}=4.50$, S.D. =0.4) 8) ชั้นวางสินค้าแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมาก ($\bar{x}=4.19$, S.D. =0.29) ผู้วิจัยจึงได้ผลสรุปดังนี้และมีความเหมาะสมที่จะนำไปผลิตต้นแบบ ซึ่งการออกแบบตรายสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรีเน้นเรื่องการใช้วัสดุที่ต้นทุนต่ำแต่เป็นสินค้าที่ได้คุณภาพที่เพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า โดยมีรูปแบบที่เรียบง่ายไม่ซับซ้อนตอบโจทย์ด้านความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

7. เอกสารอ้างอิง

[1]	นฤทธิ วัฒนภ. 2559. กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ แผนพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการแห่งชาติ วันที่ค้นข้อมูล 5 ก.ย. 2559, จาก : http://www.ddc.go.th/
[2]	ชัยรัตน์ อัสวางกูร. 2550. ออกแบบยังไงให้โดนใจ น. 87-89 คู่มือการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับนักออกแบบ
[3]	จีระวรรณ สุทธิลักษณ์. 2546.หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ น. 14-19 วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย กระทรวงวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
[4]	นวนลน้อย บุญวงษ์. 2542.หลักการออกแบบ น. 60-62 กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
[5]	วินัย เก่งสุวรรณ. 2559. ผู้อำนวยการศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการจังหวัดนนทบุรี สัมภาษณ์เมื่อวันที่ 1 มิ.ย. 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น เมื่อนำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้าไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ตัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

[6]	อดุล ศรีสุข. 2550.เทคโนโลยีภาษาขณะบรรจุ น. 162-165 กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์
[7]	ผ.ศ.สุมาลี ทองรุ่งโรจน์.2556.บรรจุภัณฑ์สินค้าอุปโภคบริโภค น. 48-49 กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์หทัยเฮง



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ
 ภาควิชาการอธิการบดี
 วันที่ 8/4/62 วันที่ 18 ก.พ. 2562
 เวลา 19.38
 สำนักงานบริหารทรัพยากรบุคคล
 ชั้นที่ e 989
 วันที่ 21 ก.พ. 2562

หน่วยงาน คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี ส่วนสนับสนุนวิชาการ โทร.3720
 ที่ ศธ 0524.04/ 0516 วันที่ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562
 เรื่อง ขออนุมัติจัดประชุมวิชาการระดับชาติทางการศึกษา (ครั้งที่ 9) ประจำปีงบประมาณ 2562

เรียน อธิการบดี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

ด้วยคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง ร่วมกับสภาคนบตี คณะครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์แห่งประเทศไทย ที่ประชุม 16 คนบตีคณะครุศาสตร์/ศึกษาศาสตร์ (กลุ่ม 16 คนบตี) Utah State University, The University of Warwick, National Taiwan Normal University และ Benue State University ได้กำหนดจัดประชุมวิชาการระดับชาติทางการศึกษาครั้งที่ 9 "หารพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง : การเรียนการสอนยุคใหม่" ในวันที่ 30-31 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 ณ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง โดยการจัดประชุมวิชาการดังกล่าว จะเป็นเวทีให้คณาจารย์ นักวิจัย นักวิชาการทางการศึกษาได้นำเสนอผลงานวิจัยเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ ได้ตีพิมพ์หรือเผยแพร่ผลงานวิชาการสู่สาธารณชนในระดับชาติ

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มีความประสงค์ขออนุมัติดังนี้

1. ขออนุมัติจัดประชุมวิชาการระดับชาติทางการศึกษา (ครั้งที่ 9) ในวันที่ 30-31 พฤษภาคม พ.ศ. 2562
2. ขออนุมัติให้ข้าราชการ พนักงาน ลูกจ้างส่วนราชการต่าง ๆ /รัฐวิสาหกิจและเอกชน เข้าร่วมประชุมวิชาการระดับชาติทางการศึกษา (ครั้งที่ 9) ในวันที่ 30-31 พฤษภาคม พ.ศ. 2562 โดยไม่ถือเป็นวันลาและมีสิทธิ์เบิกค่าใช้จ่ายต่าง ๆ จากต้นสังกัดได้ตามระเบียบของราชการเมื่อได้รับอนุมัติจากผู้บังคับบัญชาแล้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติให้ด้วย จักขอคุณยั้ง


 (รองศาสตราจารย์ ดร.กิตติพงศ์ มะโน)
 คนบตี

ภาพที่ ข.1 แสดงภาพ หนังสือการอนุมัติงานวิชาการพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ที่ อว 7004/ 0097

คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
แขวงลาดกระบัง เขตลาดกระบัง

17 พฤษภาคม 2562

เรื่อง หนังสือตอบรับเพื่อนำเสนอขอทศวรรษในการประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 9

เรียน นางสาวภัลลรา มั่นใจ

ด้วยคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง มีความยินดีเรียนเชิญท่านเพื่อนำเสนอขอทศวรรษ เรื่อง "การศึกษารูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ จังหวัดนนทบุรี" ในการประชุมวิชาการทางการศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 9 "การพัฒนาประสบการณ์การเรียนรู้ในชีวิตจริง: การเรียนการสอนยุคใหม่" ซึ่งจะจัดขึ้นในระหว่างวันที่ 30 - 31 พฤษภาคม 2562 ณ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

จึงเรียนมาเพื่อโปรดทราบ

ขอแสดงความนับถือ

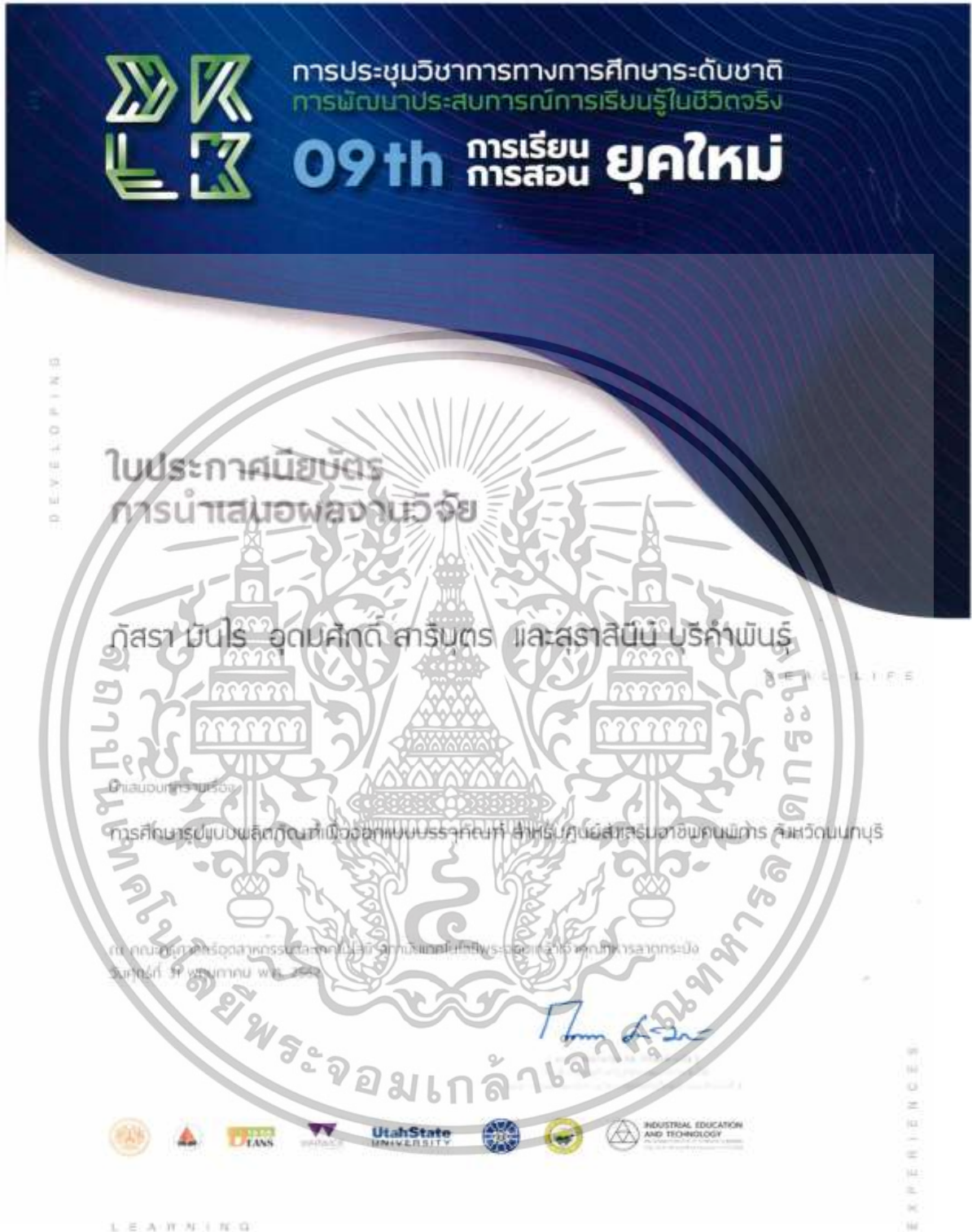
(รองศาสตราจารย์ ดร.กิติพงศ์ มณีโชติ)

คณบดีคณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

ส่วนสนับสนุนวิชาการ
โทรศัพท์ 02 329 8000 ต่อ 3722
โทรสาร 02 329 8435

ภาพที่ ข.2 แสดงภาพ หนังสือตอบรับเพื่อนำเสนอขอทศวรรษในการประชุมวิชาการครั้งที่ 9

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ ข.3 แสดงภาพ ใบประกาศนียบัตรการนำเสนอผลงานวิจัย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล นางสาวภัสร่า มั่นไร
 วัน-เดือน-ปีเกิด 15 พฤศจิกายน พ.ศ. 2535
 สถานที่เกิด จังหวัดลำปาง
 ที่อยู่ปัจจุบัน บ้านเลขที่ 42 หมู่ 6 ตำบลสันตอนแก้ว อำเภอแม่ทะ จังหวัดลำปาง 52150

ประวัติการศึกษา

ปีการศึกษา 2548 ศึกษาระดับชั้นมัธยมศึกษา
 โรงเรียนศึกษาลำปาง

ปีการศึกษา 2554 ศึกษาระดับชั้นปริญญาตรี สาขาออกแบบบรรจุภัณฑ์
 คณะศิลปกรรมสถาปัตยกรรมศาสตร์
 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนาภาคพายัพ จังหวัดเชียงใหม่

ปีการศึกษา 2558 ศึกษาระดับชั้นปริญญาโท สาขาเทคโนโลยีการออกแบบ
 ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
 คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
 สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า
 ไม่ว่าจะกรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้