



รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย

โดย นายทิวา แก้วเสริม

กันยายน 2559

รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย

ผู้จัดทำ สังกัด

นายทิวา แก้วเสริม สังกัด มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

สนับสนุนโดยเครือข่ายการวิจัยภาคเหนือตอนล่างประจำปีงบประมาณ 2557

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการผลิต วัสดุ และกราฟิกภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย คือ กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย และกลุ่มผู้ที่ต้องการซื้อสินค้า ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย จำนวน 50 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามความต้องการด้านต่างๆ ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล และ ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อประเมิน การประเมินคุณภาพบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย วิเคราะห์ค่าสถิติด้วยค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลสรุปตามประเด็นที่ศึกษา พบว่า

1. ด้านรูปภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.68)
2. ด้านสีสันท ลวดลาย โดดเด่นสะดุดตา มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.52)
3. ด้านมองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างชัดเจน มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.62)
4. ด้านมีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.58)
5. ด้าน มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ครบถ้วน และชัดเจน มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.60)
6. ด้านมีเครื่องหมายมาตรฐานและสัญลักษณ์ระบุไว้บนบรรจุภัณฑ์ มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.64)
7. ด้าน ค่าเฉลี่ยโดยรวมของคุณลักษณะต่างๆทางด้านกราฟิก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.61) มีระดับคุณภาพมากที่สุด

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ.....	ก
Abstract.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ง
สารบัญ.....	จ
สารบัญตาราง.....	ญ
สารบัญภาพ.....	ฉ
 บทที่ 1 บทนำ	
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ.....	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษาโครงการ.....	1
1.3 ขอบเขตของการศึกษาโครงการ.....	2
1.4 วิธีการดำเนินการ.....	2
1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ.....	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	3
 บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	
2.1 ข้อมูลเอกลักษณ์จังหวัดเพชรบูรณ์.....	4
2.2 ข้อมูลกลุ่มรัฐวิสาหกิจชุมชน.....	5
2.2.1 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.....	5
2.3 วัตถุดิบและวัสดุที่ทำผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน.....	8
2.3.1 กัญญาป่า.....	8
2.3.2 วัสดุที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์.....	8
2.3.3 กระบวนการและขั้นตอนในการสานต้นกล้วย	9
2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับงานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	12
2.4.1 การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์การตลาด.....	12
2.4.2 เทคนิคการออกแบบ.....	16
2.4.3 กฎหมายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์.....	18
2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	22
2.5.1 ประวัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	22
2.5.2 โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของ (มผช.).....	23
2.5.3 ข้อเสนอแนะในการจัดทำร่างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน.....	24
2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	25

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีการดำเนินงานวิจัย	
3.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูล.....	29
3.1.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง.....	29
3.1.2 ด้านการศึกษาแนวทางการพัฒนากราฟิกบรรจุภัณฑ์.....	29
3.1.3 ด้านพัฒนารูปแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์.....	29
3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย.....	30
3.2.1 แบบสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย.....	30
3.2.2 แบบสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายสินค้า	30
3.2.3 เนิ้นผลงานออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ดัดแปลงจากตัวอย่างโดยผู้ เชี่ยวชาญ.....	30
3.3 การพัฒนากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	30
3.3.1 การสร้างแนวคิดในการพัฒนา.....	30
3.3.2 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	31
3.3.3 การประเมินผลงานออกแบบ.....	31
3.3.4 สร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype).....	31
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	32
3.4.1 ขั้นตอนศึกษาแนวทางการออกแบบพัฒนากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	32
3.4.2 ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์.....	33
3.5 สรุปและอภิปรายผล.....	33
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	
ตอนที่ 1 การศึกษาแนวทางการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่ดัดแปลงจากตัวอย่าง.....	34
1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสอบถามความต้องการของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล.....	34
1.2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายเกี่ยวกับสินค้า และ.....	38
บรรจุภัณฑ์	
1.3 ผลวิเคราะห์จากการสำรวจสินค้า บรรจุภัณฑ์และสภาพท้องถิ่น.....	39
1.4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบกราฟิก.....	40
บรรจุภัณฑ์	
1.5 ผลจากการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ดัดแปลงจากตัวอย่าง.....	41
กลุ่มที่ดัดแปลงจากตัวอย่าง	

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ตอนที่ 2 ออกแบบตราสัญลักษณ์ และ บรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย.....	41
2.1 การออกแบบตราสัญลักษณ์ และ บรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย.....	41
2.2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ.....	42
 บทที่ 5 สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	44
5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย.....	44
5.1.2 แหล่งที่มาของข้อมูล.....	44
5.1.3 เครื่องมือในการวิจัย.....	44
5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล.....	45
5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล.....	45
5.1.6 ผลการวิจัย.....	46
5.2 อภิปรายผล.....	47
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	48
5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้.....	48
5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป.....	48
 บรรณานุกรม.....	49
ภาคผนวก	
ภาคผนวก ก. เครื่องมือในการวิจัย.....	51
ภาคผนวก ข.....	61
ภาคผนวก ค.....	65
- ขั้นตอนการสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์.....	66
- ภาพแสดงกิจกรรมกลุ่ม ร่วมกันหาแนวคิดบรรจุภัณฑ์.....	68
- ภาพกิจกรรมจัดแสดงผลงาน.....	69
- ภาพกิจกรรม ถ่ายทอดผลงานวิจัย / เทคโนโลยีสู่กลุ่มเป้าหมายและได้รับ การรับรองการใช้ประโยชน์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง.....	70

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
ตารางที่ 4.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม	35
ตารางที่ 4.2 แบ่งกลุ่มตามเพศเป็นชนิดของหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ที่ต้องการซื้อมากที่สุด.....	35
ตารางที่ 4.3 แบ่งกลุ่มตามเพศความต้องการให้พัฒนารูปภาพบรรจุภัณฑ์ในด้านต่างๆ	36
ตารางที่ 4.4 เวกลักษณะประจำท้องถิ่นที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูล แบ่งตามกลุ่มเพศ.....	37

สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
ภาพที่ 2.1 ตราสัญลักษณ์ ตราประจำจังหวัดเพชรบูรณ์	5
ภาพที่ 2.2 ภาพขณะใส่ของจากกะลาและเชือกกล้วย.....	10
ภาพที่ 2.3 ถาดใส่ผลไม้จากซี่เลื่อยและเชือกกล้วย.....	10
ภาพที่ 2.4 ถาดใส่ผลไม้จากไม้ไผ่และเชือกกล้วย.....	11
ภาพที่ 2.5 โคมไฟตั้งโต๊ะจาก กะลา ไม้ไผ่และเชือกกล้วย.....	11
ภาพที่ 2.6 เครื่องหมายมาตรฐานทั้ง 2 แบบ.....	20
ภาพที่ 2.7 ระบบรหัสแท่งไทย.....	21
ภาพที่ 3.1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน	25
ภาพที่ 4.1 ถาดใส่ผลไม้.....	38
ภาพที่ 4.2 โคมไฟแบบตั้งโต๊ะ.....	38
ภาพที่ 4.3 ตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย.....	41
ภาพที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย.....	42

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญ

จากรายงานการวิจัยเรื่องการออกแบบทดลองสร้างผลิตภัณฑ์จากกากกล้วยโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน กลุ่มชุมชนคนรักป่าบ้านหนองแม่นา อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์ พบว่าผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานจำนวน 5 อย่างซึ่งได้แก่ ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน ถื่อ กระเป่าสะพาย กระเป่าถื่อ ถาดผลไม้ ที่รองแก้ว ที่รองของร้อน ที่ภาพรวมทุกด้านมีความเหมาะสมมาก และยังมีผลิตภัณฑ์หัตถกรรมซึ่งอยู่ในช่วงพัฒนาอีกหลายอย่าง ที่พร้อมจำหน่าย แต่อย่างขาด บรรจุภัณฑ์และตราสินค้า ที่เป็นที่จดจำและสร้างภาพลักษณ์ให้กับสินค้าดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมให้กับผลิตภัณฑ์ดังกล่าว

ปัญหาของกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วยของชุมชน คือไม่มีบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ผู้วิจัยคิดว่าจะนำผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยมาศึกษาและออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย ให้มีโครงสร้างตัวบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม และมีความสวยงาม สะดวกสบายในการใช้งาน ซึ่งสามารถนำไปบรรจุผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยได้จริง สะดุดตาและเป็นที่พึงพอใจแก่ผู้บริโภค ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มัน ผู้วิจัยจึงศึกษาการออกแบบลายกราฟิกให้มีความสวยงามและแปลกใหม่ไม่เหมือนใครในท้องตลาด ทำให้บรรจุภัณฑ์มีความโดดเด่นและเป็นที่น่าสนใจแก่ผู้บริโภค

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ครั้งนี้ศึกษาและนำเอาหลักการในการออกแบบผลิตภัณฑ์เชิง

นิเวศเศรษฐกิจ Eco Design มาใช้ในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยอีกด้วยเพื่อเป็นการสร้างภาพลักษณ์และปลูกจิตสำนึกการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ศึกษาการออกแบบบรรจุภัณฑ์โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์และตัวผลิตภัณฑ์ ศึกษาวัสดุที่สามารถนำมาใช้เป็นตัวบรรจุภัณฑ์ที่มีคุณสมบัติในการช่วยป้องกันและรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย ศึกษาส่วนประกอบของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องมีในตัวบรรจุภัณฑ์ภายนอก เช่น โลโก้ ตราสัญลักษณ์ ฉลาก และลายกราฟิก สี ตัวหนังสือ เป็นต้น เพื่อให้ประสบความสำเร็จนำไปสู่เป้าหมาย ผู้วิจัยมุ่งหวังให้บรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยนี้ ทำหน้าที่ด้านการตลาดได้อย่างสมบูรณ์ และ นอกจากนี้ ผู้วิจัยคาดว่าจะประโยชน์เพื่อศึกษาเป็นกรณีตัวอย่าง

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษาโครงการ

2.1 เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชน ด้านการผลิต วัสดุ และกราฟิกภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์

1.3 ขอบเขตของการศึกษาค้นคว้า

ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย วิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตการวิจัยการวิจัย ดังนี้

1.3.1 ขอบเขตการศึกษาวัสดุและรูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

- ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ วัสดุ รูปแบบ ประสิทธิภาพปกป้องผลิตภัณฑ์ ตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยใช้เครื่องมือ แบบทดสอบ สถานที่มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

- ด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เครื่องหมายและฉลาก ฉลากหรือภาชนะบรรจุผลิตภัณฑ์ทุกหน่วย อย่างน้อยต้องมีเลข อักษร หรือเครื่องหมายแจ้งรายละเอียดให้เห็นได้ง่าย ชัดเจน

- ชื่อเรียกผลิตภัณฑ์
- ขนาดหรือมิติ
- เดือนปีที่ทำ
- ข้อเสนอแนะในการใช้และการดูแลรักษา
- ชื่อที่ทำหรือสถานที่ทำพร้อมสถานที่ตั้งหรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียนในกรณีที่ใช้ภาษา

ต่างประเทศต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ข้างต้น

1.3.2 สร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์

- ต้นทุนการผลิตเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ชุมชน
- การใช้วัสดุที่มีในท้องถิ่นหรือภายในประเทศ
- บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

1.3.3 การประเมินความพึงพอใจด้านการบรรจุ และเครื่องหมายและฉลากบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยโดยกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถาม

1.3.4 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ผลิตและผู้ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย

1.4 วิธีการดำเนินการ

1. ศึกษาผลิตภัณฑ์จากเชือกกล้วย
2. คัดเลือกผลิตภัณฑ์จากเชือกกล้วย
3. ออกแบบสร้างต้นแบบ บรรจุภัณฑ์
 - ออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์
 - คัดเลือกแบบ
 - สร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์
4. ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์
5. จัดแสดงผลงาน-ส่งเสริมการขาย-จัดจำหน่าย

6. ประเมินผล

7.สรุปอภิปรายผล

1.5 คำนิยามศัพท์เฉพาะ

1.5.1 กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ หมายถึง ภาพประกอบ ข้อความโฆษณา ลวดลายและสีสันทึ่อยู่บนบรรจุภัณฑ์

1.5.2 การออกแบบกราฟิก หมายถึง การสร้างสรรค์ ลักษณะภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อสาร สื่อความหมาย ความเข้าใจ (To Communicate) ในอันที่จะให้ผลทางจิตวิทยา (Psychology Effects) ต่อมาผู้บริโภคและอาศัยหลักศิลปะการจัดภาพให้เกิดการประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงาม ตามวัตถุประสงค์ที่วางไว้

1.5.3 ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย หมายถึง การรวมตัวของกลุ่มแม่บ้านที่ว่างจากการทำไร่ ทำนา ได้ทำอาชีพผลิต ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย เป็นอาชีพเสริมเพื่อเพิ่มรายได้แก่กลุ่มแม่บ้าน

1.5.4 ความพึงพอใจด้านกราฟิก หมายถึง ความรู้สึกยินดีและยอมรับด้านลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม และสามารถสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย

1.5.5 ภาพประกอบ หมายถึง รูปภาพที่นำมาใช้เป็นส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สื่อถึงภาพลักษณ์ของกลุ่ม ผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย ให้ชัดเจนมากขึ้น

1.5.6 เครื่องหมายสัญลักษณ์ หมายถึง สัญลักษณ์ที่ไม่มีตัวอักษร ใช้แสดงบริษัท ห้างร้าน สถาบัน ควรมีลักษณะกลมกลืนเป็นเอกภาพ และมีผลกระทบอย่างรวดเร็วทันที่ทันใด

1.5.7 ข้อความโฆษณา หมายถึง ข้อความที่แสดงอยู่บนบรรจุภัณฑ์ เพื่ออธิบายรายละเอียดของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

1.5.8 ลวดลายและสีสันทึ่ คือ การใช้สีกับงานออกแบบนั้น อยู่ที้นักออกแบบมีจุดมุ่งหมายใดที่จะสร้างความสนใจ ความเร้าใจ ต่อผู้ดู เพื่อให้เข้าถึงจุดมุ่งหมายที่ตนต้องการ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย

10.1 เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ให้มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น

10.2 เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐานเพื่อการขนส่ง เช่นลดการเสียหายของผลิตภัณฑ์ ระหว่าง การขนส่ง

บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

“การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของตกแต่งจากไม้มะขามเทศ จังหวัดเพชรบูรณ์ ” โดยได้การศึกษาข้อมูล ค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 ข้อมูลเอกลักษณ์จังหวัดเพชรบูรณ์
 1. ตราประจำจังหวัดเพชรบูรณ์
- 2.2 ข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มกลุ่มประดิษฐ์กรรมไม้เหลือใช้ชุมชนน้ำซับเจริญ
 1. โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์
 2. คุณลักษณะของผลิตภัณฑ์จากเชือกกล้วย
- 2.3 วัตถุดิบและวัสดุที่ทำผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน
 1. กล้วยป่า
 2. วัสดุที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์
 3. กระบวนการและขั้นตอนในการสานต้นกล้วย
- 2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับงานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
 1. การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์การตลาด
 2. เทคนิคการออกแบบ
 3. กฎหมายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์
- 2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
 1. ประวัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
 2. ครรงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของ (มผช.)
 3. ข้อเสนอแนะในการจัดทำร่างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
- 2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลเอกลักษณ์จังหวัดเพชรบูรณ์

2.1.1 ตราประจำจังหวัดเพชรบูรณ์

ตราประจำจังหวัดเพชรบูรณ์ ประกอบด้วยเพชรกับภูเขาและ ไร่ยาสูบ อยู่ในรูปวงกลมมีลายกนกไทยล้อมโดยรอบ เพชรเจียรนัยเป็นรูปหัวแหวน รูปคล้ายสามเหลี่ยมหัวกลับลงดินลอยอยู่บนท้องฟ้า เหนือภูเขา พื้นดินเป็นไร่ยาสูบ และมีอักษรเขียนว่า “จังหวัดเพชรบูรณ์”



ภาพที่ 2.1 ตราสัญลักษณ์ ตราประจำจังหวัดเพชรบูรณ์

ความหมายเกี่ยวกับเพชร มีความหมาย เนื่องจากจังหวัดเพชรบูรณ์ มีทรัพยากรธรรมชาติ ที่มีคุณค่าสมบูรณ์เช่น ไม้สักและแร่ธาตุที่มีค่าจนประมาณค่ามิได้ ซึ่งนับว่ามีค่าสูงเช่นเดียวกับค่าของ เพชรที่เดียวและประกว่าในเขตตำบลน้ำก้อ อำเภอหล่มสัก เดิมชาวบ้านเรียกว่า “บ้านน้ำก้อบ่อ คำ” ซึ่งมีประวัติว่าเคยเป็นที่ตั้งโรงหล่อแร่ทองคำของฝรั่งเศสชาวยุโรป

ความหมายเกี่ยวกับภูเขา เนื่องด้วยพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ มีภูเขามากมายสลับซับซ้อน เป็นทิวเขาเทือกใหญ่เรียกว่า “เทือกเขาเพชรบูรณ์”

ความหมายเกี่ยวกับไร่ยาสูบ เนื่องจากจังหวัดเพชรบูรณ์มียาสูบพื้นเมืองพันธุ์ดีเป็นสินค้าสำคัญของ จังหวัดเพชรบูรณ์แต่ดั้งเดิม มีรสเลิศกว่ายาสูบที่อื่นทั้งหมดของเมืองไทย ยาสูบพันธุ์ดีที่มีชื่อเสียงนี้ ปลูกได้ผลดีที่บ้านป่าแดง อำเภอเมืองเพชรบูรณ์ แต่ปัจจุบันนี้ยาสูบพื้นเมืองชนิดนี้มีน้อยลง เพราะ ราษฎรชาวบ้านกลับมานิยมปลูกยาสูบพันธุ์เบอร์เลย์เพื่อบ่มให้แก่สำนักงานยาสูบ เพราะได้ราคาดี กว่ายาสูบพื้นเมือง(ศูนย์วัฒนธรรมจังหวัดเพชรบูรณ์ .2539:12)

2.2 ข้อมูลกลุ่มรัฐวิสาหกิจชุมชน

2.2.1 โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์

โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ รัฐบาลภายใต้การนำของ ฯพณฯ นายกรัฐมนตรีพัน ดำรงจิวโททักษิณ ชินวัตร ที่ต้องการส่งเสริมกระบวนการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชน ให้เข้มแข็งพึ่ง ตนเองได้ ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการสร้างงานสร้างรายได้ด้วยการนำทรัพยากร ภูมิปัญญาท้องถิ่น มาพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์และบริการคุณภาพที่มีจุดเด่น และมูลค่าเพิ่มเป็นที่ต้องการของตลาดทั้งใน และต่างประเทศ สอดคล้องกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของท้องถิ่น ผู้เกี่ยวข้องในขบวนการนี้จำเป็นต้อง อดุทิศพลังงาน (Energy) ความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) และความปรารถนา (Desire) ที่จะใช้ ทรัพยากรที่หาพบในท้องถิ่นเป็นหลัก เพื่อที่จะเกิดการสร้างงานสร้างรายได้ และนำไปสู่เป้าหมาย

ของการกินดีอยู่ดี คุณภาพที่ดีของประชาชน แสงสว่างรากฐานที่สำคัญของประเทศ นอกจากนี้ เป็นการสืบสานวัฒนธรรมที่ดีงามของท้องถิ่นให้คงอยู่ต่อไป สร้างความภาคภูมิใจให้กับคนรุ่นต่อไป และวางรากฐานที่สำคัญของประเทศและสังคมไทย

นอกจากนี้ เป็นแนวคิดที่ต้องการให้แต่ละหมู่บ้านมีผลิตภัณฑ์ (หลัก) 1 ประเภท เป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้วัตถุดิบ ทรัพยากรของท้องถิ่น ลดปัญหาการอพยพท้องถิ่นไปสู่เมืองใหญ่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการสร้างเศรษฐกิจชุมชนให้เกิดขึ้น เป็นแนวคิดที่สอดคล้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจพอเพียงตามแนวพระราชดำริของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวและเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของประชาชน เกิดการดำเนินงานพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยพัฒนา (unit of development) ซึ่งผลิตภัณฑ์ไม่ได้หมายถึงตัวสินค้าเพียงอย่างเดียว แต่เป็นกระบวนการทางความคิดรวมถึงการบริการดูแลอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม การรักษามรดกภูมิปัญญาไทย การท่องเที่ยว ศิลปวัฒนธรรมประเพณี การต่อยอดภูมิปัญญาไทย การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพมีจุดเด่นจุดขายที่รู้จักกันแพร่หลายไปทั่วประเทศและทั่วโลก

ดังนั้น “ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ” จึงเป็นแนวทางการส่งเสริมและสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ โดยมีกิจกรรมทางการตลาด การผลิต การบริหารจัดการ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีทางด้านการผลิต ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาชุมชน และสร้างความเจริญให้แก่ชุมชน สามารถยกระดับฐานะความเป็นอยู่ของคนในชุมชนให้ดีขึ้น โดยการผลิตหรือจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นให้กลายเป็นสินค้าที่มีคุณภาพ ที่จุดเด่นและจัดขายและสอดคล้องกับวัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้รู้จักแพร่หลายทั่วประเทศ และทั่วโลก

กิจกรรมทางเศรษฐกิจ “ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ” นี้จะเป็นเครื่องมือที่กระตุ้นให้เกิดกระบวนการเรียนรู้ของชุมชน เกิดการดำเนินการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง นับเป็นกลยุทธ์การพัฒนาที่อาศัยหมู่บ้านเป็นหน่วยการพัฒนา (unit of development) หลักการพื้นฐาน 3 ข้อ ได้แก่

1. ภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่สากล (local yet global) ผลิตสินค้าและบริการที่ใช้ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. พึ่งตนเองและคิดอย่างสร้างสรรค์ (self – reliance – creativity) ทำความฝันให้เป็นจริงด้วยกระบวนการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ โดยสร้างกิจกรรมที่อยู่อาศัยศักยภาพของท้องถิ่น
3. การสร้างทรัพยากรมนุษย์ (human resource development) พูมฝึกประชาชนให้ใช้ชีวิตด้วยความท้าทาย และจิตวิญญาณแห่งการสร้างสรรค์

หลักการของขบวนการนี้ไม่เน้นการให้เงินสนับสนุน (subsidy) แก่ท้องถิ่น เพราะอาจจะไปทำลายความสามารถในการพึ่งตนเองของชุมชน รัฐบาลเพียงให้การสนับสนุนแก่ชุมชนด้านเทคนิค เพื่อที่จะพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ตลอดจนช่วยเหลือในด้านโฆษณาประชาสัมพันธ์การตลาดชุมชนท้องถิ่นจะรับความช่วยเหลือเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์เพื่อเพิ่มยอดขายหรืออาจจะจัดตั้งบริษัทหนึ่งผลิตภัณฑ์ (one product corporation) เพื่อให้เป็นช่องทางการกระจายสินค้าสู่ตลาดต่างๆ เพื่อนำไปสู่เป้าหมายหลัก 3 ประการ คือ

1. มาตรฐานผลิตภัณฑ์คุณภาพระดับโลก ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นต้องมีคุณภาพได้มาตรฐานมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับวัฒนธรรมและมีจุดเด่นเฉพาะ เป็นที่ยอมรับของตลาดภายในประเทศและตลาดโลก

2. มีเอกลักษณ์เป็นที่ลือชื่อเพียงหนึ่งเดียว ต้องมีการระดมความคิดในการคิดค้น และพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อให้ได้สิ่งที่ดีที่สุดเท่าที่จะช่วยกันทำได้ โดยคำนึงถึงการรื้อฟื้นวัฒนธรรมประเพณีในแต่ละท้องถิ่นให้สอดคล้องอย่างเหมาะสมไม่ซ้ำแบบกันและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของหมู่บ้านหรือตำบลให้เป็นที่ยอมรับทั่วไป

3. พัฒนาทรัพยากรมนุษย์และการปรับปรุงเทคโนโลยี การสร้างบุคคลที่มีความคิดกว้างไกล มีความรู้ ความสามารถให้เกิดขึ้นในสังคม มีการวางแผน การตลาด มุ่งเน้นการผลิตและบริการโดยคำนึงถึงผู้บริโภคเป็นหลัก (คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดเพชรบูรณ์. 2548)

ยุทธศาสตร์ OTOP ของจังหวัดเพชรบูรณ์ 2548 จากวิสัยทัศน์จังหวัดเพชรบูรณ์ ที่ว่า “เพชรบูรณ์: ดินแดนแห่งความสุขของคนอยู่และผู้มาเยือน ” และยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดเพชรบูรณ์แบบบูรณาการ “พัฒนาเพื่อเป็นดินแดนแห่งความสุข ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดี และเป็นเมืองท่องเที่ยวที่ปลอดภัย” จังหวัดเพชรบูรณ์ได้กำหนดเป้าประสงค์ของยุทธศาสตร์พัฒนาจังหวัดแบบบูรณาการเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน 4 ข้อ ดังนี้

1. มีการพัฒนาเกษตรกรรมที่มีคุณภาพ โดยการมุ่งเน้นการพัฒนาแหล่งน้ำ การบริหารจัดการน้ำเพื่อการเกษตรและเพื่อแก้ไขปัญหาอุทกภัยและภัยแล้ง ตลอดจนส่งเสริมการเกษตรแบบครบวงจร และการผลิตสินค้าเกษตรที่ปลอดภัย

2. มีการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรมและธรรมชาติและการท่องเที่ยวประทับใจ ปลอดภัย เพื่อเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยว รวบรวมเพิ่มรายได้จากการท่องเที่ยวให้มากขึ้น

3. เป็นดินแดนเชื่อมต่อภาคเหนือ- ภาคอีสาน โดยพัฒนาให้เป็นแหล่งกระจายสินค้า

4. มุ่งไปสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

สำหรับเป้าประสงค์ กลยุทธ์ / โครงการของจังหวัดที่เกี่ยวข้องกับ นตผ. นั้น ได้กำหนดตามเป้าประสงค์ที่ 2 เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และกลยุทธ์ที่ 5 การส่งเสริมการท่องเที่ยวตลอดปีประทับใจ โดยจะจัดให้มีโครงการรองรับโดยมุ่งหวัง 2 โครงการ คือ

1. โครงการเที่ยวเพชรบูรณ์ไม่ไกล ไปได้ 12 เดือน เพื่อให้มีรายได้จากการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ OTOP เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 จาก ปีที่แล้ว

2. โครงการบูรณาการพัฒนาแหล่งจำหน่ายสินค้า นตผ. มุ่งเน้นให้มียอดจำหน่ายสินค้า นตผ. เพิ่มขึ้นร้อยละ 5 และมีสถานที่จำหน่ายสินค้า นตผ. เพิ่มขึ้นปีละไม่น้อยกว่า 5 แห่ง

นอกจากนี้ยังได้กำหนดยุทธศาสตร์เพื่อการดังกล่าวแบ่งได้เป็น 4 ด้าน คือ

1. การส่งเสริมการผลิตให้ “ผลิตสินค้าได้มาตรฐานสากล” โดยมียุทธศาสตร์ในการลดต้นทุน เพิ่มผลผลิต และมีคุณภาพระดับสากล

2. การส่งเสริมการตลาด “นำตลาด ขยายช่อง ส่งของ (OTOP) รอบโลก”โดยใช้ยุทธศาสตร์การขายสู่มืออาชีพเพื่อเสริมคุณค่าภูมิปัญญาท้องถิ่น

3. การส่งเสริมมาตรฐานและพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ สินค้า นตผ. มีคุณภาพได้มาตรฐาน และเป็นที่พอใจของผู้บริโภค โดยอาศัยยุทธศาสตร์การบูรณาการหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ นตผ. ให้ได้รับการรับรองคุณภาพมาตรฐาน มผช. อย. มอก. ฮาลาล รหัสแห่งประเทศไทย และ GMP(คณะอนุกรรมการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์จังหวัดเพชรบูรณ์. 2548:73)

2.3 วัตถุดิบและวัสดุที่ทำผลิตภัณฑ์เครื่องจักสาน

เครื่องจักสานเป็นงานหัตถกรรมเก่าแก่อย่างหนึ่งที่มีมนุษย์สร้างขึ้นเป็นเครื่องมือเครื่องใช้โดยใช้วัตถุดิบจากธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาแปรรูปเป็นวัสดุ สร้างเป็นเครื่องจักสานประเภทต่างๆ

ประเทศต่างๆในเอเชียเป็นแหล่งผลิตเครื่องจักสานที่สำคัญของโลก ทั้งนี้เพราะภูมิภาคนี้มีพืชพันธุ์ไม้นานาชนิดที่มีคุณสมบัติเหมาะสมที่จะนำมาเป็นเครื่องจักสาน นอกจากนี้ประชากรส่วนใหญ่ยังประกอบอาชีพเกษตรกรรมแบบดั้งเดิม ยังไม่ได้พัฒนาเป็นการเกษตรแบบอุตสาหกรรมที่ใช้เครื่องกล ดังนั้น เครื่องมือเครื่องใช้ที่เกษตรกรในภูมิภาคนี้ใช้ในการประกอบอาชีพจึงยังเป็นเครื่องมือพื้นบ้านมากกว่าที่จะใช้เครื่องมือที่มีเทคโนโลยีสูง โดยเฉพาะประเทศกลุ่มเอเชียตะวันออกเฉียงใต้หรือเอเชียอาคเนย์ เช่น ประเทศไทย ในอดีตประชากรส่วนใหญ่มีอาชีพเกษตรกรรมและเป็นเกษตรแบบดั้งเดิมที่ใช้เครื่องมือเครื่องใช้พื้นบ้านเป็นส่วนใหญ่นอกจากนี้แล้วประชาชนที่อาศัยอยู่ในชนบทยังดำรงชีพตามสภาพสังคมเกษตรกรรม ที่ยังใช้เครื่องมือเครื่องใช้พื้นบ้านที่ใช้กันแพร่หลายที่สุดในทุกภาคของประเทศ

มนุษย์มีความเฉลียวฉลาดในการเลือกสรรวัตถุดิบแต่ละชนิดจาก ธรรมชาติ มาทำเป็นเครื่องจักสานให้สอดคล้องเหมาะสมกับการใช้สอย เช่น นำกิ่งไม้มาสอดขัดกันอย่างง่าย ๆ เป็นรั้วเพื่อแสดงอาณาเขตของตนนำใบไม้ที่มีลักษณะเป็นเส้นแบนๆอย่าง ใบตาล ใบมะพร้าว ใบลาน ใบลำเจียก มาจักเป็นเส้นแล้วสานเป็นเครื่องจักสานประเภทต่างๆนำไม้ไผ่และหวายมาจักเป็นเส้นเพื่อสานเป็นเครื่องจักสานไม้ไผ่มีหลายชนิด แต่ละชนิด เหมาะกับงานแต่ละอย่าง และไม้ไผ่ที่นิยมนำมาทำกระติบข้าวคือไม้ไผ่บ้านหรือไม้ไผ่ใหญ่ อายุประมาณ 10 เดือน ถึง 1 ปี เพราะมีปล้องใหญ่และปล้องยาวเนื้อไม้เหนียวกำลังดีไม่เปราะง่าย ทำเป็นเส้นตรอกสวยงาม

2.3.1 กล้วยป่า เป็นพรรณไม้ล้มลุกในสกุล *Musa* และเป็นกล้วยชนิดหนึ่งซึ่งมีถิ่นกำเนิดในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เป็นต้นตระกูลของกล้วยที่รับประทานได้ในปัจจุบัน ร่วมกับกล้วยตานี (*Musa balbisiana*) ถูกเพาะปลูกโดยมนุษย์ครั้งแรก เป็นพืชชนิดแรกที่มีมนุษย์นำมาปลูกเลี้ยง กล้วย เป็นพรรณไม้ล้มลุกในสกุล *Musa* มีหลายชนิด เช่น กล้วยน้ำว่า กล้วยน้ำไท กล้วยหอมทอง กล้วยหอมเขียว กล้วยไข่ กล้วยตานี กล้วยหักมุก กล้วยเล็บมือนาง กล้วยนิ้วมือนาง กล้วยส้ม กล้วยนาค กล้วยหิน กล้วยงาช้าง กล้วยป่า ฯลฯ บางชนิดก็ออกหน่อแต่บางชนิดก็ไม่ออกหน่อ ใบแบนยาวใหญ่ ก้านใบตอนล่างเป็นกาบยาวหุ้มห่อซ้อนกันเป็นลำต้น ออกดอกที่ปลายลำต้นเป็น ปลี และมักยาวเป็นวง มีลูกเป็นหวี ๆ รวมเรียกว่า เครือ พืชบางชนิดมีลำต้นคล้ายปาล์ม ออกใบเรียงกันเป็นแถวทำนองพัดคลี่ คล้ายใบกล้วย เช่น กล้วยพัด (*Ravenala madagascariensis*) ทว่าความจริงแล้วเป็นพืชในสกุลอื่น ที่มีใช้ทั้งปาล์มและกล้วย

2.3.2 วัสดุที่ใช้ทำผลิตภัณฑ์

1. กาบกล้วยป่า
2. มีดปลายแหลม มีดโต้
3. กรรไกร
4. เหล็กหมาด (เหล็กแหลม)
5. เข็ม

6. เครื่องรีด

7. น้ำมันวานิช (แอลกอฮอล์)

2.3.3 กระบวนการและขั้นตอนในการสานต้นกล้วย

1. การตัด ใช้ต้นกล้วยที่ตัดเครือแล้ว ตัดมาทั้งต้น และตัดส่วนปลายจากโคนของก้านใบลงมา ประมาณ 15 เซนติเมตรเหลือไว้เฉพาะลำต้น

2. การลอก ลอกเอากาบของลำต้นข้างนอก ซึ่งมีสีเขียวทิ้งไว้ประมาณ 2-3 กาบ จนถึงกาบชั้นในที่มีสีขาวแล้วลอกออกทีละกาบจนถึงแกน

3. การกรีด นำเอากาบที่มีสีขาวไปกรีดเป็นเส้นๆ ขนาดกว้างประมาณ 1 นิ้ว ด้วยมีดปลายแหลมการกรีดให้กรีดตามด้านยาวของกาบกล้วยเป็นเส้นตรงตลอดออกเป็นเส้น ๆ

4. การตาก เมื่อกรีดออกเป็นเส้น ๆ แล้วนำเส้นกาบกล้วยไปแขวนตากแดดบนราวหรือตากกับพื้นที่สะอาดแห้งสนิทเชือกกล้วยที่ตากแห้งแล้วจะมีสีค่อนข้างขาว

5. การอบ ถ้าสีของเชือกกล้วยไม่ขาว คือเป็นสีน้ำตาล จะต้องใช้วิธีการฟอกขาว โดยการอบ กำมะถันก็จะได้เชือกกล้วยสีขาวขึ้น การอบ อบในตู้อบที่ปิดอากาศภายนอกผ่านไม่ได้ตู้อบนี้สามารถทำขึ้นเองได้ ข้างในทำเป็นไม้โปร่ง 2-3 ชั้น เพื่อใช้วางเส้นเชือกกล้วยในเวลาอบโดยใช้ไม้ระแนงตีห่างๆ หรือจะใช้ลวดตะแกรงแทนก็ได้หรือใช้อบในโอ่งเวลาอบนำเส้นเชือกวางหรือแขวนไว้โปร่ง ๆ อย่าให้แน่น แล้วเอาถ่านเผาไฟให้แดงจัดใส่เตาขนาดเล็กตั้งไว้ใต้ชั้นที่ต่ำสุด แล้วโรยกำมะถันเป็นผงลงไปบนถ่านถ่านก็จะเกิดเป็นควันสีขาวอบไปทั่วทั้งตู้หรือภายในโอ่ง แล้วรีบปิดตู้อบหรือฝาโอ่งทันที อบไว้ประมาณ 2-3 ชั่วโมงก้านกล้วยหรือเชือกกล้วยก็จะมีสีขาวขึ้น

6. การย้อมสี (1.) การย้อมสีเพื่อให้วัสดุทำผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานเส้นใยกล้วยให้มีสีสันตามต้องการ สีที่ใช้ เฉพาะ คือ สีเบสิค

(2.) ละลายน้ำร้อนพอประมาณจนสีละลายแล้วมาผสมน้ำ 30 ลิตร

(3.) นำเส้นใยกาบกล้วยที่ผ่านการต้มเพื่อขจัดสิ่งสกปรกและไขมันในใยกล้วยออกแล้ว

(4.) ย้อมในน้ำเดือด 20 - 30 วินาที จากนั้นนำออกล้างน้ำตากให้แห้ง

7. การรีด และสานนำเชือกกล้วยที่อบแล้วมารีดด้วยเครื่องรีดและนำมาสานเป็นผลิตภัณฑ์ต่างๆตามที่ต้องการ เสร็จแล้วนำไปตากแดด

8. ทาแอลกอฮอล์ เพื่อความสวยงามและคงทนนำไปตากแดดอีกครั้งจะได้ผลิตภัณฑ์ที่สวยงาม ประณีต คงทนและที่สำคัญเป็นผลิตภัณฑ์จากคนในชุมชนและใช้วัตถุดิบที่มีอยู่ในชุมชนเอง

กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย อ.เมือง เพชรบูรณ์ เป็นผลิตภัณฑ์ตกแต่งบ้านมีความสวยงาม มีประโยชน์ใช้สอยหลายประการ ซึ่งมีจำนวนมากในท้องถิ่น-ถาดใส่ผลไม้ ขายส่ง 250 บาท ขายปลีก 350 บาท ภาชนะใส่ของ ขายส่ง 500 บาท ขายปลีก 600 บาท โคมไฟตั้งโต๊ะ ราคาตั้งแต่ 1,500 บาท 3,000 บาท



ภาพที่ 2.2 ภาชนะใส่ของจากกะลาและเชือกกล้วย



ภาพที่ 2.3 ถาดใส่ผลไม้จากขี้เลื่อยและเชือกกล้วย



ภาพที่ 2.4 ถาดใส่ผลไม้จากไม้ไผ่และเชือกกล้วย



ภาพที่ 2.5 โคมไฟตั้งโต๊ะจาก กะลา ไม้ไผ่และเชือกกล้วย

2.4 ข้อมูลเกี่ยวกับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางด้านการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ เปรียบเสมือนกุญแจดอกสุดท้ายที่จะไขผ่านประตูแห่งการตัดสินใจซื้อ บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นงานพิมพ์ 3 มิติและมีด้านทั้งหมดถึง 6 ด้าน ที่จะสามารถใช้เป็นสื่อโฆษณาได้ดีกว่าแผ่นโฆษณาที่มีเพียง 2 มิติหรือด้านเดียว

นักออกแบบบางท่านได้เปรียบเทียบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ว่าเปรียบเสมือนร่างกายของมนุษย์ เริ่มจากรูปร่างของบรรจุภัณฑ์ อันได้แก่ ทรงสี่เหลี่ยมของกล่อง ทรงกลมของขวด หรือกระป๋อง เป็นต้น รูปร่างเหล่านี้เปรียบได้กับตัวโครงร่างกายของมนุษย์ สีที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนผิวหนังของมนุษย์ คำบรรยายบนบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนระบบการทำงานของมนุษย์ ในการออกแบบนั้นการออกแบบจะนำเอาองค์ประกอบต่าง ๆ อันได้แก่ กลยุทธ์การตลาด ช่องทางการจัดจำหน่ายและสถานะคู่แข่งขึ้นมาเป็นแนวความคิดในการออกแบบให้สนองกับจุดมุ่งหมายที่ตั้งไว้ด้วยเหตุนี้ในแง่ของนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ การออกแบบอาจเขียนเป็นสมการอย่างง่าย ๆ ได้ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{การออกแบบ} &= \text{คำบรรยาย} + \text{สัญลักษณ์} + \text{ภาพพจน์} \\ \text{Design} &= \text{Words} + \text{Symbols} + \text{Image}\end{aligned}$$

ในสมการนี้ คำบรรยายและสัญลักษณ์มีความเข้าใจตามความหมายของคำ ส่วนภาพพจน์นั้นค่อนข้างจะเป็นนามธรรม เนื่องจากการออกแบบภาพพจน์เป็นศิลปะอย่างหนึ่งซึ่งอาจแสดงออกได้ด้วย จุด สัน สี รูปวาด และรูปถ่าย ผสมผสานกันออกมาเป็นพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์ ด้วยหลักการง่าย ๆ 4 ประการ คือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

- S = Simple เข้าใจง่ายสบายตา
- A = Aesthetic มีความสวยงาม ชวนมอง
- F = Function ใช้งานได้ง่าย สะดวก
- E = Economic ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

2.4.1 การใช้บรรจุภัณฑ์เป็นกลยุทธ์การตลาด

บรรจุภัณฑ์มีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ในเวลาเดียวกันมีโอกาสดึงดูดต้นทุนสินค้าอันจะนำไปสู่ยอดกำไรสูงซึ่งเป็นเป้าหมายของทุกองค์กรในระบบการค้าเสรี

คำนิยาม การตลาด คือ กระบวนการทางด้านบริหารที่รับผิดชอบต่อกลุ่มเป้าหมายโดยการค้นหาความต้องการและสนองความต้องการนั้นเพื่อบรรลุถึงกำไรตามที่ต้องการ

ตามคำนิยาม การตลาดประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ กลุ่มเป้าหมาย การสนองความต้องการ และกำไร การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะนั้น จำเป็นต้องหาข้อมูลจากตลาดพร้อมทั้งค้นหาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในรูปของการบริโภคสินค้าหรือบริการ ส่วนการตอบสนองความต้องการนั้น ต้องใช้กลไกทางด้านส่วนผสมทางการตลาด เพื่อชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ซื้อเลือกซื้อสินค้าเราแทนที่จะซื้อของคู่แข่งเพื่อบรรลุถึงกำไรที่ได้กำหนดไว้

2.4.1.1 แหล่งข้อมูลที่ใช้ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์เป็นการออกแบบงานพิมพ์แบบ 3 มิติที่เป็นพาณิชย์ศิลป์ ดังนั้น บุคลากรที่รับผิดชอบการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทางกราฟิก นอกจากเป็นนักออกแบบแล้วยังจะต้องเป็นคนช่างสังเกตมีความรู้ทางด้านธุรกิจ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบนั้นเป็นสื่อและเกี่ยวข้องกับกิจกรรมต่าง ๆ ทางธุรกิจการจำหน่าย ในการออกแบบข้อมูลสำหรับผู้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ควรรู้ มีดังนี้

1.) ด้านการตลาด เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เป็นองค์ประกอบส่วนหนึ่งของการตลาด การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงต้องคำนึงถึงหลักการและเทคนิคทางด้านการตลาด อันประกอบด้วย การตั้งเป้าหมาย การจัดกลยุทธ์ การวางแผนการตลาด การส่งเสริมการจำหน่าย เป็นต้น นอกจากนี้ยังต้องทราบวิธีการจัดเรียงและบรรยากาศของการจำหน่าย ณ จุดขาย การคำนึงถึงสถานที่ที่วางขายสินค้าเป็นปัจจัยแรกในการออกแบบ เช่น การวางขายในตลาดสดหรือวางขายในห้าง เป็นต้น

2.) ตัวสินค้าที่จะใช้บรรจุ การออกแบบบรรจุภัณฑ์จะประสบความสำเร็จได้ต่อเมื่อผู้ออกแบบและผู้ที่เกี่ยวข้องทราบถึงคุณลักษณะของตัวสินค้าอย่างถ่องแท้ คุณสมบัติเด่นของสินค้าที่จะสนองความต้องการของลูกค้าหรือกลุ่มเป้าหมายเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องสร้างขึ้นมานั้นจะไม่ทราบเลยว่าเสนออะไรเพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อและกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็เลยไม่สามารถบรรลุถึงเป้าหมาย ท้ายที่สุดการตลาดของสินค้านั้นก็ พังพินาศ

3.) กลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มผู้ซื้อ ซึ่งอาจเป็นผู้บริโภคสินค้าเองหรือไม่ ได้เป็นผู้บริโภคอาจแยกตามสถานะทางสังคม การออกแบบที่ดีจะต้องทราบความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ปริมาณที่บริโภค ความสะดวกในการนำอาหารออกจากบรรจุภัณฑ์มาบริโภค

4.) กฎข้อบังคับ ในกรณีของบรรจุภัณฑ์อาหาร องค์กรของรัฐที่เข้ามามีบทบาทควบคุมดูแล คือ สำนักงานคณะกรรมการอาหารและยา หรือ ออย. สำหรับผลิตภัณฑ์อาหารที่บรรจุในภาชนะบรรจุภัณฑ์ปิดสนิท จำต้องขออนุญาตจาก ออย. พร้อมหมายเลขกำกับ

5.) ช่องทางการจำหน่าย กฎเกณฑ์สำคัญของผลิตภัณฑ์อาหาร คือ อายุการเก็บของสินค้าโดยปกติอาหารสด เช่น กว๊ายเตี๋ยสด กระยาสารท เป็นต้น มีอายุการเก็บที่สั้นเพียงไม่กี่วันเนื่องจากสูญเสียสภาวะคุณสมบัติของอาหาร ด้วยวิวัฒนาการทางเทคโนโลยีของบรรจุภัณฑ์ เช่น ถ้ามีการประยุกต์ ใช้วิธีการปรับสภาวะบรรยากาศภายในบรรจุภัณฑ์ (Modified Atmosphere Packaging) สำหรับกว๊ายเตี๋ยสด พร้อมกับการเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ ที่ถูกต้องเพื่อช่วยยืดอายุการเก็บสินค้าและส่งขายได้ทั่วราชอาณาจักรแทนที่จะขายเฉพาะที่ตลาดสดหรือส่งขายวันต่อวัน

6.) สภาวะการแข่งขัน การเก็บข้อมูลของคู่แข่งเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะทำให้บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบมาเด่นกว่าคู่แข่งภายใต้สภาวะช่องทางการจำหน่ายหรือจุดขายที่เป็นจริง เช่น การวางขาย ณ แหล่งท่องเที่ยวซึ่งไม่มีชั้นหิ้งวางอย่างเรียบร้อยเช่นเดียวกับในซูเปอร์มาร์เก็ต การออกแบบบรรจุภัณฑ์ย่อมต้องคำนึงถึงความสามารถในการวางเรียงซ้อนได้อย่างมั่นคง เนื่องจากไม่มีชั้นหิ้งรองรับ เป็นต้น

7.) สิ่งแวดล้อม แม้ว่าในประเทศไทยยังไม่มีองค์กรใดหรือหน่วยงานของรัฐออกกฎข้อบังคับต่อการควบคุมดูแลปัญหาของบรรจุภัณฑ์ที่มีผลกระทบต่อสภาพสิ่งแวดล้อมอย่างจริงจัง แต่กระแสการรณรงค์ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสภาพสิ่งแวดล้อมได้รับความสนใจจากชุมชนเมืองมากยิ่งขึ้นการออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยใช้วัสดุที่นำกลับมาผลิตใหม่สามารถลดปริมาณขยะและกำจัดได้ง่าย จึงเป็นจุดขายเพื่อเป็นการส่งเสริมการจำหน่ายได้อย่างดี

สิ่งสำคัญที่สุดของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ คือ การพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพราะว่าปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลในการออกแบบอาจเปลี่ยนแปลงได้อยู่เสมอ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยทางด้านตลาดและช่องทางการจำหน่าย ด้วยเหตุนี้ความต้องการด้านตัวสินค้าและบรรจุภัณฑ์จึงต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงดังกล่าว โดยคำนึงถึงปัจจัยทางด้านการผลิตและความสามารถในการแปรรูปบรรจุภัณฑ์เป็นเกณฑ์(ปูน และสมพร คงเจริญเกียรติ.2541:179)

2.4.1.2 องค์ประกอบการออกแบบ ตามที่ได้ทราบกันแล้ว องค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีอยู่หลากหลายประเภท ณ จุดขายที่มีสินค้าเป็นร้อยให้เลือก องค์ประกอบต่าง ๆ ที่ออกแบบไว้บนบรรจุภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์และสินค้านั้น รายละเอียดหรือส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์จะแสดงออกถึงจิตสำนึกของผู้ผลิตสินค้าและสถานะ (Class) ของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถยัดเป็นสื่อโฆษณาระยะยาว ส่วนประกอบที่สำคัญบนบรรจุภัณฑ์อย่างน้อยที่สุดควรประกอบด้วย ชื่อสินค้า ตราสินค้า สัญลักษณ์ทางการค้า รายละเอียดของสินค้า รายละเอียดส่งเสริมการขาย รูปภาพ ส่วนประกอบของสินค้า ปริมาตรหรือปริมาณ ชื่อผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่าย (ถ้ามี) รายละเอียดตามข้อบังคับของกฎหมาย เช่น วันผลิต วันหมดอายุ เป็นต้น เมื่อมีการเก็บข้อมูลของรายละเอียดต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้วจึงเริ่มกระบวนการออกแบบด้วยการเปลี่ยนข้อมูลที่ได้รับมาเป็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จุดมุ่งหมายทั่ว ๆ ไปในการออกแบบมีดังนี้

1.) เต้น (Stand Out) ภายใต้สภาวะการแข่งขันอย่างรุนแรง ตัวบรรจุภัณฑ์จำต้องออกแบบให้เด่นสะดุดตา (Catch the Eye)จึงจะมีโอกาสได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมายเมื่อวางประกบกับบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง เทคนิคที่ใช้กันมากคือ รูปทรงและขนาดซึ่งเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของบรรจุภัณฑ์หรืออาจใช้การตั้งตราสินค้าให้เด่น เป็นต้น

2.) ตราภาพพจน์และความแตกต่าง (Brand Image Differentiate) เป็นความรู้สึกที่จะต้องก่อให้เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายเมื่อมีการสังเกตเห็น แล้วจึงให้อ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์การออกแบบตราภาพพจน์ให้มีความต่างดังนี้

3.) ความรู้สึกร่วมที่ดี การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นพาณิชย์ศิลป์ที่สร้างขึ้นเพื่อให้ผู้ซื้อเกิดความรู้สึกที่ดีต่อศิลปะที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์โดยรวมทั้งหมดเริ่มจากการก่อให้เกิดความสนใจด้วยความเด่น เปรียบเทียบรายละเอียดต่าง ๆ เพื่อจูงใจให้ตัดสินใจซื้อ สร้างความมั่นใจเพิ่มขึ้นสำหรับกลุ่มเป้าหมายบางกลุ่ม และจบลงด้วยความรู้สึกที่ดีที่สามารถสนองต่อความต้องการของผู้ซื้อได้ จึงก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ ชื่อฉันทสิ (Buy Me) จึงนับเป็นรูปธรรมสุดท้ายที่บรรจุภัณฑ์ต้องทำให้เกิดขึ้นด้วยเหตุนี้ การชักจูงหวานล่อมโดยรูป คำบรรยาย สัญลักษณ์ หรือรางวัลที่ได้รับย่อมสร้างให้เกิดความรู้สึกอยากเป็นเจ้าของและอยากทดลองสินค้าพร้อมบรรจุภัณฑ์นั้น

4.) ตราสินค้า (Brand) และสัญลักษณ์ทางการค้า (Logo) จากที่กล่าวมาแล้วจะพบว่าตราสินค้าเป็นการรวมสิ่งที่มีคุณค่า (Set of Values) ของตัวบรรจุภัณฑ์ไว้ในความทรงจำของกลุ่มเป้าหมาย ตราสินค้าที่ดีจะสื่อให้ทราบถึงกลุ่มบริโภคสินค้า ช่องทางการจัดจำหน่ายของสินค้าและความรู้สึกที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ สืบเนื่องจากตราสินค้ามีหน้าที่ทำให้ผู้ซื้อ / กลุ่มเป้าหมายจำสินค้าได้ (Recognition) โดยมีสัญลักษณ์ทางการค้า และการออกแบบกราฟิกผนวกอยู่บนบรรจุภัณฑ์ เราจึงกล่าวได้ว่าสัญลักษณ์ทางการค้าเป็นส่วนหนึ่งของตราสินค้า

การใช้ตราสินค้าในเมืองไทยนั้น ยังนิยมใช้รูปของเจ้าของกิจการมาเป็นสัญลักษณ์ทางการค้า ซึ่งอาจจะเป็นสมัยนิยมในอดีต แต่ในปัจจุบันนี้ถ้าใช้หลักทางด้านการตลาดสมัยใหม่ในการออกแบบตราสินค้าแล้ว จะพบว่าสัญลักษณ์ทางการค้าดังกล่าวไม่สามารถสนองกับจุดมุ่งหมาย

ในการออกแบบตราสินค้าได้ดึ้นัก เนื่องจากการสร้างภาพพจน์และการจำได้เป็นไปได้ยาก ยกเว้นว่ารูปเจ้าของกิจการที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ทางการค้านั้นเป็นที่รู้จักของคนทั่วประเทศหรือทั่วโลกที่ต้องการสินค้านั้นไปจำหน่าย (ปูน และสมพร คงเจริญเกียรติ.2541:185)

5.) ความชัดเจนในการอ่าน บรรจุ ภัณฑ์นอกจากจะสวยดึงดูดสายตาแล้ว ข้อความบรรจุภัณฑ์นั้นก็ต้องอ่านง่าย ชัดเจน เพราะรายละเอียดเหล่านั้นคือสิ่งที่เราต้องการสื่อสารสู่ผู้บริโภคจากการศึกษาพบว่าขนาดของตัวอักษรที่เป็นเนื้อความภาษาอังกฤษขนาด 10-12 พอยท์ (สำหรับภาษาไทยราว 14-16 พอยท์) เหมาะสำหรับการอ่าน ตัวอักษรแบบมีเชิงและน้ำหนักเส้นขนาดกลางก็ช่วยให้อ่านง่ายยิ่งขึ้น ส่วนตัวอักษรเอนจะทำให้อ่านได้ช้าลงนอกจากนั้นยังพบว่าเด็กจะชอบตัวอักษรแบบไม่มีเชิง (sans serif) หากจำเป็นต้องพิมพ์อักษรขนาดเล็ก ขนาดของตัวอักษรบนพื้นขาวไม่ควรเล็กกว่า 3.5 พอยท์ (ภาษาอังกฤษ) ส่วนตัวเจาะขวานั้นจะอ่านยากกว่าและอาจเกิดการอุดตันในขั้นตอนในการพิมพ์ จึงไม่ควรมีขนาดเล็กกว่า 4.5 พอยท์ และควรเลือกฟอนท์แบบไม่มีเชิงและเส้นอักษรหนา

การกำหนดสีให้ตัวอักษรที่มีขนาดเล็ก ไม่ควรให้มีการผสมแม่สี (cmyk) มากกว่า 2 สี เพื่อป้องกันการพิมพ์เลื่อม และหากต้องการเว้นขอบขาวรอบตัวอักษรขนาดเล็ก ควรเว้นไม่น้อยกว่า 0.5 มิลลิเมตร เพื่อป้องกันการพิมพ์เลื่อมเช่นกัน ส่วนเรื่องความชัดเจนในการมองเห็นนั้นสีดำบนพื้นสีเหลืองนั้นให้ความชัดเจนสูงสุด นั้นเป็นเหตุผลที่ป้ายเครื่องหมายจราจรบนท้องถนนใช้คู่สีนี้(ชัยรัตน์ อังศวางกูร.2548:127)

6.) ภาพประกอบ ภาพที่ปรากฏบนบรรจุภัณฑ์นั้นเป็นเรื่องที่สำคัญ ซึ่งนักออกแบบจะละเอียดเสียมิได้ เพราะภาพนั้นมีบทบาทสำคัญทั้งในเรื่องการดึงดูดสายตา สร้างความแตกต่าง สิ่งเร้า และการจดจำเพื่อให้ง่ายต่อการพิจารณาเลือกใช้ภาพ เราอาจแบ่งภาพประกอบออกเป็น 2 กลุ่มหลัก คือภาพถ่าย ซึ่งมีคุณสมบัติเด่นคือสื่อสารให้ผู้บริโภครู้สึกได้ว่าเป็นของจริง และภาพวาดซึ่งได้เปรียบตรงที่สามารถตรงตามความคิดความต้องการมากกว่า ด้วยเทคนิคที่หลากหลาย ทั้งภาพถ่ายเส้น และภาพวาดต่างๆ(ชัยรัตน์ อังศวางกูร.2548:133)

7.) หลักการใช้สีในการออกแบบ แม่สีมีความแตกต่างตามรูปแบบการใช้งาน ได้ 3 ประเภทคือ

- แม่สีที่ใช้ในงานศิลปะการออกแบบ คือ แดง เหลือง น้ำเงิน
- แม่สีของแสง คือ แดง เขียว น้ำเงิน
- แม่สีที่ใช้ในการพิมพ์ ได้แก่ บานเย็น(magenta)เหลือง(yellow) ฟ้า(cyan)

ไม่มีสีที่เรียกว่าสีหรือเฉด เราสามารถเลือกใช้สีต่างๆในการสื่อสารให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะมีอิทธิพลโดยตรงต่อพฤติกรรมผู้บริโภค

ผลิตภัณฑ์ทุกวันนี้ ไม่ใช่จะมีจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ก็จบ หากแต่หน้าตาต้องดูดีและดึงดูดใจเมื่ออยู่บนชั้นขาย การเลือกสีอย่างระมัดระวังจะช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค และส่งสารที่ถูกต้องเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์นั้นออกไป การเลือกใช้สี แม้ไม่ใช่เรื่องง่าย แต่ก็ไม่ยากเกิน หากมีความเข้าใจในพื้นฐานของสีและการใช้งาน ต้องทำความเข้าใจก่อนว่าในการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้น แม่สีซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของสีสันทันต่างๆที่เราใช้คือ แม่สีที่ใช้งานศิลปะ อันได้แก่ สีแดง(red) เหลือง(yellow) น้ำเงิน(blue) เมื่อจะเลือกใช้สี เราควรมาทำความรู้จักกับวงจรสี ซึ่งเป็นพื้นฐานของสีสันทันและการใช้งาน

อารมณ์ไม่มีสิ่งใดสร้างอารมณ์ได้มากกว่าสี สีส่งผลต่อมุมมองและพฤติกรรมของมนุษย์เรา คู่สีที่น่าสนใจสามารถดึงดูดใจให้หยุด เปลี่ยนมุมมอง หรือทำให้มองผลิตภัณฑ์นั้นในมุมมองใหม่ๆ ในวันที่อากาศร้อนจัด คุณอยากกระโดดลงไปสระน้ำสีส้มหรือสีแดงหรือเปล่า เพื่อให้ได้อารมณ์ตามความต้องการ คุณจำเป็นต้องเลือกสีมาใช้ให้เหมาะสม สำหรับการรับรู้สีของคนไทยนั้นผู้เขียนได้รับการสนับสนุนเป็นอย่างดีจากภาควิชาวิทยาศาสตร์ทางภาพถ่ายและเทคโนโลยีทางการพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ในการดำเนินการวิจัยเรื่อง อารมณ์สีของคนไทย ผลวิจัย นี้คงจะช่วยให้ผู้ประกอบการและนักออกแบบบรรจุภัณฑ์ได้มาก

สุขภาพดี สีโทนเย็น ให้ความรู้สึกมีสุขภาพแข็งแรง อายุยืนยาว เป็นกลุ่มที่ดูสบายตา อาจจะไม่โดดเด่น แต่ไม่น่าเบื่อ ให้ความรู้สึกอ่อนโยนและผ่อนคลาย

มีรสชาติ ร้อนในโทนสีแดงรวมถึงสีตรงข้ามอย่างสีเขียว ที่ให้ความรู้สึกที่มีรสชาติ มีชีวิตชีวา สนุกสนานรื่นเริง กลุ่มสีนี้ดูโดดเด่นสะดุดตาชวนให้ลิ้มลอง

มีพลัง สีโทนเข้ม สื่อถึงความมีอำนาจ พลิกกำลัง การควบคุม เป็นสัญลักษณ์ถึงอารมณ์ที่เข้มข้นของมนุษย์ในทางารโฆษณาประชาสัมพันธ์ ส่วนผสมของสีที่มีพลังจะใช้ในการส่งเสริมได้แรง ดึงดูดความสนใจได้เสมอ

เยือกเย็น สีโทนเย็น เช่น สีฟ้าหรือเขียวอมเหลือง พบเห็นได้ในธรรมชาติทำให้เกิดความรู้สึกสดชื่น ผ่อนคลาย และสงบเยือกเย็น

สีผ่อนคลาย สีโทนนุ่ม เหมาะแก่การแต่งบ้าน สีกลุ่มนี้ให้ความรู้สึกผ่อนคลาย แต่แฝงไว้ด้วยความร่าเริงและเชื้อเชิญ

คลาสสิก เก๋แก่ เครื่องครีมี แต่ดูดีไม่ล้าสมัย บ่งบอกถึงความแข็งแรงและอำนาจ ความจริง ความรับผิดชอบและความไว้วางใจ

สดชื่น สีที่ให้ความรู้สึกสดชื่น มีชีวิตชีวา สดใส มีสีสัน สุขภาพแข็งแรง กระชุ่มกระชวยและมันคั่ง

ตื่นเต้น สีสดใสฉูดฉาด เมื่อเห็นแล้วจะคึกคัก หัวใจเต้นเร็วความดันเลือดเพิ่ม หายใจเร็ว เป็นปฏิกิริยาโดยอัตโนมัติของร่างกายที่เราไม่สามารถควบคุม

เป็นผู้หญิง สีที่ให้ความรู้สึกนุ่มนวลเป็นผู้หญิง มีความอ่อนโยน มักใช้สำหรับบรรจุภัณฑ์เครื่องสำอางและผลิตภัณฑ์สำหรับผู้หญิง

หรูหรา หูหรมีระดับ ดูมีคุณค่า ให้ความรู้สึกถึงความมั่งคั่ง ร่ำรวย มีชนชั้น ช่วยเสริมให้ผลิตภัณฑ์ดูมีราคา

เป็นธรรมชาติ สีโทนธรรมชาติ คือกลุ่มสีเอิร์ธโทนและสีเขียว เมื่อเห็นแล้วชวนให้นึกถึงธรรมชาติ ต้นไม้ใบหญ้า โดยเฉพาะสีเขียวที่มีหลายเฉดสีให้ความรู้สึกที่แตกต่างกันออกไป เช่น สีเขียวสดนึกถึงการเริ่มต้นใหม่ ความสดชื่น สีเขียวมรกตสง่างาม เขียวใสมีเกียรติและมั่นคง

สนุกสนาน สีสดใส ให้ความรู้สึกสนุกสนาน ร่าเริง ลักษณะเด่นของสีกลุ่มนี้คือ ความสว่าง ช่วยให้รู้สึกมีความสุข ความมุ่งมั่น พร้อมก้าวไปด้วยความเบิกบาน(ชัยรัตน์ อังศวางกูร.

2548:173)

2.4.2 เทคนิคการออกแบบ

รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถจับต้องได้ ซึ่งโดยปกติแล้วมักจะเป็นรูปทรงเรขาคณิต เช่น สีเหลี่ยมและทรงกลมรูปที่แตกต่างกันย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการออกแบบรูปทรงต่างๆ กันของวัสดุหลัก 4

ประเภทอันได้แก่ กระดาษ โลหะ แก้ว และพลาสติกที่เห็นได้ชัด คือ กระป๋องโลหะที่แต่เดิมมักเป็นรูปทรงกระบอกเทคโนโลยีสมัยใหม่ สามารถออกแบบเป็นรูปทรงอื่นที่เรียกว่า Contour Packaging รูปลักษณะใหม่นี้ย่อมก่อให้เกิดความสะดุดตาและสร้างความสนใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย นอกจากรูปลักษณะของตัวบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกตามที่ได้บรรยายอย่างละเอียดมาแล้ว ย่อมมีบทบาทอย่างมากในการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีแก่กลุ่มเป้าหมาย

2.4.2.1 การออกแบบเป็นชุด (Package Uniform)

การออกแบบเป็นชุดเป็นเทคนิคที่มีความนิยมใช้กันมาก จากกราฟิกง่าย ๆ ที่เป็นจุดเส้นและภาพ มาจัดเป็นรูปแบบบนบรรจุภัณฑ์ สร้างอารมณ์ร่วมจากการสัมผัสด้วยสายตา หลักเกณฑ์ในการออกแบบ คือ ให้ง่ายสะอาดตา แต่ต้องทันสมัยและเหมาะสมแก่การใช้งาน ความง่ายสะอาดตามีผลต่อการดึงดูดความสนใจ ความทันสมัยช่วยสร้างความแปลกใหม่เสริมความรู้สึกว่าคุ้มค่าเงินและความมั่นใจในตัวสินค้า อาจใช้สัญลักษณ์ทางการค้า ใช้สไตล์การออกแบบ ใช้การจัดเรียงรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ให้อยู่ในระดับเดียวกัน นอกจากนี้รูปแบบของตัวอักษรจะต้องเป็นแบบสไตล์เดียวกัน เป็นตัวอย่างเทคนิคการออกแบบเป็นชุด

2.4.2.2 การเรียงต่อเป็นภาพ ณ จุดขาย

เทคนิคการออกแบบวิธีนี้ยึดหลักในการสร้างภาพ ณ จุดขายให้เป็นภาพใหญ่ อาจจะเป็นภาพที่ปะติดปะต่อ หรืออาจเป็นภาพกราฟิกขนาดใหญ่โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในระยะทางไกลตามรายละเอียดเรื่องสรีระในการอ่านและประสาทสัมผัสของผู้ซื้อ ณ จุดขาย เนื่องจากโอกาสที่ตัวบรรจุภัณฑ์และรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์จะสามารถมองเห็นในระยะเกิน 10 เมตร ขึ้นไปนั้นเป็นไปได้ยาก ด้วยเหตุนี้จึงต้องใช้พื้นที่บนห้างที่วางสินค้านั้นจัดเป็นภาพใหญ่เพื่อดึงดูดความสนใจ สิ่งพึงระวังในภาพที่ต่อขึ้นจากการเรียงบรรจุภัณฑ์นั้น จะต้องเป็นภาพที่สร้างความประทับใจหรือกระตุ้นให้เกิดความอยากได้ของกลุ่มเป้าหมายที่อาจเคยเห็นภาพดังกล่าวจากสื่ออื่นๆ เช่น บนตัวบรรจุภัณฑ์ที่เคยบริโภค หรือสื่อโฆษณาต่างๆ เป็นต้น การต่อเป็นภาพของบรรจุภัณฑ์นี้ยังต้องระมัดระวังขั้นตอนการแปรรูปบรรจุภัณฑ์ เช่น การพับเส้น การพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์จะต้องแน่นอนมีคุณภาพดี เพื่อว่าภาพที่ต่อขึ้นมาจะเป็นภาพที่สมบูรณ์ตามต้องการ

2.4.2.3 การออกแบบศิลปะท้องถิ่น

เทคนิคการออกแบบวิธีนี้มีจุดมุ่งหมายอันดับแรก คือ การส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่นเพื่อเสนอแก่นักท่องเที่ยวให้ซื้อกลับไปเป็นของฝาก ถ้าสินค้าดังกล่าวได้รับความนิยมในวงกว้างก็สามารถนำออกขายในตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้นหรืออาจส่งขายออกยังต่างประเทศได้ ถ้าสามารถควบคุมคุณภาพการผลิตและมีวัตถุดิบมากพอ พร้อมทั้งกระบวนการผลิตแบบอัตโนมัติที่สามารถวางแผนงานการผลิตได้

รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สื่อความหมายเพื่อเป็นของฝากนี้ มักจะใช้สิ่งที่รู้จักกันดีในท้องถิ่น ภูมิประเทศในท้องถิ่น เป็นต้นในบางกรณีอาจนำวัสดุที่ผลิตได้ในท้องถิ่นมาใช้เป็นบรรจุภัณฑ์ เพื่อความแปลกใหม่ รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ประเภทนี้ มักจะพบว่ามีภาพพิมพ์ประโยคที่ว่า “ของฝาก” เพื่อเน้นหรือกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่อ่านพบเกิดความต้องการที่จะซื้อเป็นของฝากไปให้ทางบ้านหรือญาติมิตร นอกเหนือจากรายละเอียดของกราฟิก การออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อซื้อไปเป็นของฝากจำเป็นต้องพิจารณาถึงความสะดวกในการนำกลับของผู้ซื้อและความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ในการนำมาเป็นของขวัญ ตัวอย่างของกล่องบรรจุอาหารทะเลอบแห้งมีการออกแบบหิ้วเพื่อความสะดวกในการนำกลับ(ปูน และสมพร คงเจริญเกียรติ.2541:199)

2.4.3 กฎหมายเกี่ยวกับบรรจุกัญท์

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุกัญท์นับวันมีบทบาทมากยิ่งขึ้น เนื่องจากความตื่นตัวของผู้บริโภคและกระแสโลกาภิวัตน์กระตุ้นให้รัฐต้องออกกฎหมายมาควบคุม ในบทนี้จะได้บรรยายกฎหมายและข้อบังคับที่มีความสำคัญต่อการบรรจุกัญท์ พร้อมทั้งแหล่งที่จะค้นหารายละเอียดข้อมูลเหล่านี้

2.4.3.1 พระราชบัญญัติ มาตราชั่งตวงวัด พ.ศ. 2466 พ.ร.บ. ฉบับนี้ร่างขึ้น เพื่อคุ้มครองผู้บริโภคให้ได้บริโภคสินค้าตามปริมาณที่กำหนด ซึ่งจะได้ผลดีเพียงใดอยู่ด้วยความร่วมมือของผู้ประกอบการในการดูแลเอาใจใส่ในการบรรจุสินค้าของตนเองให้ถูกต้องตามกฎหมาย โดยครอบคลุมสินค้าที่ผลิตแล้วจัดจำหน่ายภายในประเทศ และยักรวมถึงสินค้าที่นำเข้าหรือส่งออกนอกราชอาณาจักร ดังนั้น อุปกรณ์หรือเครื่องจักรใดๆ ที่ใช้ในการชั่งตวงวัดจะต้องได้รับใบรับรอง ส่วนหน่วยที่แสดงปริมาณของสินค้าตามตราชั่งตวงวัด ควรใช้ระบบเมตริกและตัวเลขที่ใช้สามารถใช้ตัวเลขอารบิกหรือตัวเลขไทยได้ ขนาดของตัวเลขและตัวอักษรที่ใช้ต้องไม่เล็กกว่า 2 มิลลิเมตร นอกจากนี้ในประกาศกระทรวงพาณิชย์ฉบับล่าสุดคือ ฉบับที่ 13 ปี พ.ศ. 2539 ได้กำหนดให้สินค้าบางประเภทบรรจุสินค้าตามปริมาณที่กำหนด ผลผลิตอาหารที่กำหนดให้บรรจุตามปริมาณที่กำหนดระบุอยู่ในบัญชีท้ายประกาศดังกล่าวประกอบด้วย อาหารปรุงแต่ง เครื่องดื่ม และน้ำส้มสายชู(ปูน และสมพร คงเจริญเกียรติ.2541:307)

2.4.3.3 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ถือได้ว่าเป็นกฎหมายฉบับแรกของประเทศไทยที่มีการจัดตั้งหน่วยงานของรัฐขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยตรง เนื่องจากกฎหมายอื่น ๆ บัญญัติขึ้นควบคุมการประกอบธุรกิจนั้นเป็นการคุ้มครองผู้บริโภคทางอ้อม ผู้บริโภคจึงไม่อาจใช้สิทธิในการฟ้องร้องผู้ประกอบการต่อศาลอาญาได้ ส่วนการดำเนินทางแพ่งก็เป็นภาระและเสียค่าใช้จ่ายมาทั้งผู้บริโภคส่วนใหญ่ยังไม่อยู่ในฐานะที่จะดำเนินคดีด้วยตนเองได้

วิธีดำเนินการตามพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 ได้บัญญัติให้องค์กรของรัฐมีอำนาจหน้าที่ในการควบคุม กำกับดูแล และประสานงานปฏิบัติงานของส่วนราชการต่าง ๆ เพื่อให้ความคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งเป็นหน่วยงานที่ให้ผู้บริโภคได้ใช้สิทธิร้องเรียนเพื่อขอให้ได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหายเมื่อถูกผู้ประกอบการธุรกิจละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

1. สิทธิของผู้บริโภค ผู้บริโภคมีสิทธิจะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย 4 ข้อ ดังนี้ สิทธิที่ได้รับข่าวสาร รวมทั้งคำพรรณนาคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการ สิทธิที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าและบริการ โดยปราศจากการผูกขาด สิทธิที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ สิทธิที่จะได้รับชดเชยความเสียหายจากการใช้สินค้าหรือบริการ

2 องค์กรของรัฐตาม พ.ร.บ. องค์กรของรัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคทั้ง 4 ข้อข้างต้นนี้ คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค(สคบ.) มีการแบ่งการคุ้มครองผู้บริโภคเป็น 2 ด้านใหญ่ คือ ด้านโฆษณา (มีคณะกรรมการว่าด้วยการโฆษณา) และด้านฉลาก (มีคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก) และต่างก็มีคณะอนุกรรมการย่อยลงไปอีกเพื่อสอดส่องดูแล รับเรื่องราวทุกข์พิจารณาความผิดที่เกิดขึ้นทั้งในกรุงเทพฯและจังหวัดอื่น ๆ

3. การคุ้มครองผู้บริโภคด้วยฉลากสินค้า ความหมายของฉลากพระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 มีดังนี้ คือ คำว่า ฉลาก ตามมาตรา 3 แห่งพระราชบัญญัติ

คุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522 กำหนดให้หมายความถึง รูป รอยประดิษฐ์ กระดาษหรือสิ่งอื่นใดที่ทำให้ปรากฏข้อความเกี่ยวกับสินค้าซึ่งแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหีบห่อบรรจุสินค้า หรือ สอดแทรกหรือรวมไว้กับสินค้าหรือภาชนะบรรจุหรือหีบห่อบรรจุสินค้าและหมายความรวมถึงเอกสาร หรือคู่มือสำหรับใช้ประกอบสินค้าพร้อมทั้งป้ายที่ติดตั้งหรือแสดงไว้ที่สินค้าหรือภาชนะบรรจุหีบห่อที่ บรรจุสินค้านั้น ส่วนสินค้าควบคุมฉลากจากต่างประเทศที่นำเข้ามารขายในประเทศไทย ต้องทำ ฉลากเป็นข้อความภาษาไทย มีความหมายตรงกับข้อความในภาษาต่างประเทศ โดยระบุชื่อพร้อม สถานที่ประกอบการของผู้ได้รับใบอนุญาตให้นำเข้าสินค้านั้นและต้องมีรายละเอียดเกี่ยวกับสินค้าตาม ประกาศที่คณะกรรมการว่าด้วยฉลากกำหนดไว้ในแต่ละประเภทของสินค้า(ปูน และสมพร คงเจริญ เกียรติ.2541:310)

2.4.3.4 พระราชบัญญัติมาตรฐานอุตสาหกรรม พ. ศ. 2511

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมหรือที่รู้จักกันในนามของ สมอ. เป็น หน่วยงานระดับกรม สังกัดกระทรวงอุตสาหกรรม โดยได้รับการจัดตั้งตามพระราชบัญญัติมาตรฐาน ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 จึงนับได้ว่า สมอ. เป็นสถาบันมาตรฐานแห่งชาติ โดยมีหน้าที่หลักคือ การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) การรับรองระบบคุณภาพและ รับรองความสามารถของห้องปฏิบัติการทดสอบและสอบเทียบ นอกจากนี้ ยังทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง กับองค์กรที่เกี่ยวข้องทั้งโลก เช่น องค์การการค้าระหว่างประเทศว่าด้วยมาตรฐาน (International Organization for Standardization) หรือที่รู้จักกันแพร่หลายว่า ISO องค์การโลก (World Trade Organization หรือ WTO) และองค์กรอื่นๆ

การจัดหมวดหมู่ผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่มีอยู่มากมายนั้น ทางสมอ. มีระบบการจัดหมวดหมู่เป็นไปตามที่ ISO ได้พัฒนาขึ้นมีชื่อว่า International Classification for Standards หรือเรียกย่อว่า ICS และประกาศใช้เป็นครั้งแรกในปี พ.ศ. 2535 โดยแยกหมวดหมู่ สาขาวิชาออกเป็น 40 สาขาแต่หมายเลขไม่ได้เรียงกัน โดยมีสาขาการบรรจุหีบห่อและการแจกจ่าย สินค้าอยู่สาขาที่ 55 ส่วนเทคโนโลยีอาหารอยู่ในสาขาที่ 67

1. ความหมายของมาตรฐานอุตสาหกรรม มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คือ ข้อกำหนดทางวิชาการที่สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมได้จัดทำขึ้น เพื่อเป็นแนวทางแก่ ผู้ประกอบธุรกิจ ในการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพระดับที่เหมาะสมกับการใช้งานมากที่สุด เครื่องหมาย มาตรฐานเหล่านี้จะเป็นหลักฐานของทางการและเป็นเครื่องพิสูจน์หรือบ่งชี้ว่า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ ทำขึ้นได้ตามมาตรฐาน เครื่องหมายมาตรฐานจะช่วยเพิ่มความเชื่อถือในสินค้าธุรกิจ ข้อสำคัญที่สุดก็ คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่กำหนดในมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมนั้นจะอยู่ในระดับที่เหมาะสม เป็นที่ยอมรับ ผู้ประกอบธุรกิจสามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สม่ำเสมอได้ตลอดสำนักงาน มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมดำเนินการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมขึ้นเพื่อเป็น แนวทางแก่ผู้ประกอบธุรกิจให้ผลิตสินค้าที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน อันเป็นการเพิ่มความเชื่อถือใน คุณภาพของสินค้าไทยและเพื่อประหยัดทรัพยากร พร้อมทั้งลดต้นทุนการผลิต

เมื่อผู้ประกอบธุรกิจใดที่ต้องการแสดงเครื่องหมายมาตรฐานหรือเครื่องหมายรับรอง คุณภาพของผลิตภัณฑ์จะต้องยื่นคำขอรับใบอนุญาตเมื่อสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมตรวจ สอบโรงงานและผลิตภัณฑ์แล้วว่าสามารถทำได้ ตามมาตรฐานอย่างสม่ำเสมอ จะอนุญาตให้แสดง เครื่องหมายมาตรฐานที่ผลิตภัณฑ์ได้ตาม รูปที่ 2.28 ซึ่งมี 2 แบบ ดังนี้



เครื่องหมายมาตรฐาน



เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ

รูปที่ 2.6 เครื่องหมายมาตรฐานทั้ง 2 แบบ

2.1 เครื่องหมายมาตรฐาน เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ทั่วไป เช่น เครื่องอุปโภคบริโภค เป็นต้น

2.2 เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ ผลิตภัณฑ์ที่กำหนดไว้ว่าเป็นมาตรฐานบังคับ ผู้ผลิต ผู้นำเข้า และผู้จำหน่ายจะต้องผลิต นำเข้า และจำหน่ายเฉพาะผลิตภัณฑ์ที่เป็นไปตามมาตรฐานเท่านั้น โดยมีเครื่องหมายมาตรฐานบังคับแสดง เช่น ผงซักฟอก ถังก๊าซปิโตรเลียม บัลลัสต์สำหรับหลอดฟลูออเรสเซนต์ เหล็กเส้นเสริมคอนกรีต เป็นต้น(ปูน และสมพร คงเจริญเกียรติ.2541:312)

2.4.3.5 รหัสแท่งหรือบาร์โค้ด (Bar Code)

รหัสแท่งหรือบาร์โค้ดเป็นเลขหมายประจำตัวสินค้า ผู้ประกอบการใดที่ได้ลงทะเบียนกับสถาบันสัญลักษณ์รหัสแท่งไทยจะได้หมายเลขประจำขององค์กร และเมื่อองค์กรนั้นกำหนดหมายเลขจำนวน 5 หน่วยให้แก่สินค้าแล้ว หมายเลขประจำสินค้านั้นๆ จะเป็นหมายเลขเฉพาะของสินค้านั้นๆ โดยไม่มีสินค้าใด ๆ ในโลกนี้จะมีหมายเลขซ้ำกันอีก เนื่องจากการจัดระบบการให้หมายเลขเป็นระบบเดียวกับทั่วโลก แม้ว่าในปัจจุบันนี้มีระบบ UPC ของสหรัฐ และ EAN ของยุโรป แต่ทั้งมองฝ่ายใดตกลงกันที่จะรวม 2 ระบบใหญ่นี้ให้เป็นระบบเดียวในอนาคตอันใกล้

1.) ระบบรหัสแท่งที่ใช้กัน

1.1) UPC (Universal Product Code) เริ่มใช้เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2513 โดยตั้งมาตรฐานรหัสแท่งระบบ UPC ขึ้นสำหรับพิมพ์บนสินค้าอุปโภคบริโภค เช่น ฉลากและหีบห่อในปัจจุบันใช้อยู่ในประเทศสหรัฐอเมริกาและแคนาดาเท่านั้น

1.2) EAN (European Article Numbering) กลุ่มประเทศทางยุโรปจัดตั้งคณะทำงานด้านวิชาการเพื่อสร้างระบบบาร์โค้ดขึ้นในปีพ.ศ. 2520 ระบบ EAN International มีสำนักงานใหญ่อยู่ที่กรุงบรัสเซล ประเทศเบลเยียม สำหรับประเทศไทยกระทรวงอุตสาหกรรมได้กำหนด มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมสัญลักษณ์รหัสแท่งตามระบบมาตรฐาน ของ EAN โดยมีสถาบันสัญลักษณ์รหัสแท่งไทย ของสภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทยเป็นผู้กำหนดเลขหมายประจำตัวให้แก่เครื่องอุปโภคบริโภคของแต่ละบริษัทระบบ EAN ยังแบ่งออกเป็น 2 ระบบย่อยคือ ระบบ EAN - 13 (Standard Version) ใช้กับผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดกลางและใหญ่ และระบบ EAN - 8 (Short Version) ใช้กับผลิตภัณฑ์ขนาดเล็ก

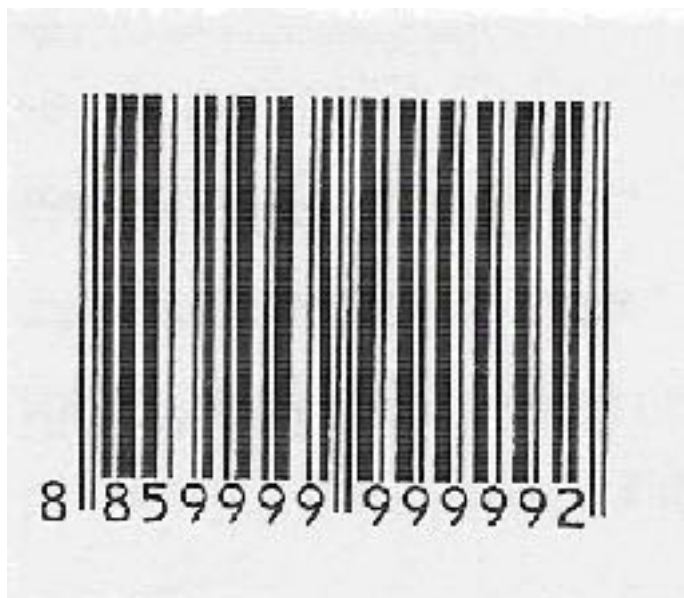
1.3) ITF (Interleaved 2 of 5) เป็นรหัสแท่งที่ดัดแปลงจากระบบ EAN ส่วนใหญ่ใช้พิมพ์ด้านนอกของกล่องลูกฟูกหรือหน่วยขนส่ง

1.4) Code 39 เป็นรหัสที่นิยมใช้กันในการอุตสาหกรรมทั่วไป สามารถเข้ารหัสได้ทั้งตัวเลขและตัวอักษร (0- 9, A -Z , \$, % , / , + และ -) และมีความยืดหยุ่นของจำนวนหลักที่ใช้ในการเข้ารหัส

2.) รายละเอียดของรหัสแท่ง รหัสแท่งที่ทางสำนักมาตรฐานอุตสาหกรรมอนุมัติให้ใช้กับสินค้าอุปโภคบริโภค ในประเทศไทยเป็นระบบยุโรป (EAN) ประกอบด้วย 2 ส่วนคือ

2.1) ส่วนที่สำหรับให้คอมพิวเตอร์อ่าน ด้วยเครื่องสแกนเนอร์ประกอบ ด้วยเส้นสีเข้มและสีอ่อนที่มีความกว้างแตกต่างกัน

2.2) ส่วนที่เป็นเลขอารบิก เป็นตัวเลขที่มีไว้อ่าน พิมพ์อยู่ตรงส่วนล่าง ประกอบด้วย 13 ตัวเลข



รูปที่ 2.7 ระบบรหัสแท่งไทย

2.3) ข้อควรปฏิบัติในการออกแบบบรรจุภัณฑ์พร้อมรหัสแท่ง

2.3.1) ขนาดความกว้างของรหัสแท่ง ควรจะเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด การขยายหรือย่อส่วนควรปรึกษาที่สถาบัน ฯ ก่อน อย่างไรก็ตามความสูงของแท่งไม่ควรน้อยกว่า 15 มิลลิเมตร

2.3.2) พื้นที่ว่างก่อนและหลังของตัวสัญลักษณ์รหัสแท่ง ควรจะมากกว่า 3.6 มิลลิเมตรทั้ง 2 ข้าง พื้นที่ว่างทั้งสองข้างนี้มักจะได้รับการละเลยทำให้การอ่านไม่ได้ประสิทธิภาพเท่าที่ควร

2.3.3) การพิมพ์สัญลักษณ์บาร์โค้ดบนหีบห่อที่เป็นวัสดุโปร่งใส เช่น การใช้พลาสติกใสเป็นพื้นที่ว่างด้านหลังของสัญลักษณ์บาร์โค้ด แสงที่ออกมาจากเครื่องสแกนเนอร์จะมองผ่านทะลุวัสดุได้ทำให้เกิดปัญหาในการอ่าน เช่น พลาสติกที่มีสีนวลเมื่อไม่มีพิมพ์พื้นว่างด้านหลังแท่งบาร์ เวลาอ่านบาร์โค้ดของพลาสติกใสจึงควรใช้สีพิมพ์พื้นด้านหลังแท่งบาร์ อาทิเช่น สีขาว สีเหลือง สีส้ม ฯลฯ

2.3.4) สีนํ้าตาลเข้มเป็นสีมืดจึงใช้เป็นสีของแท่งบาร์ได้ แต่ต้องมีความระมัดระวังเป็นพิเศษเนื่องจากสีนํ้าตาลมีส่วนของสีแดงอยู่ด้วย ถ้ามีส่วนผสมของสีแดงมากเกินไปเครื่องสแกนเนอร์อาจประสบปัญหาในการแยกสีระหว่างแท่งบาร์และพื้นที่ด้านหลัง และทำให้ไม่สามารถอ่านบาร์โค้ดได้

2.3.5) ความหนาของสีที่พิมพ์แตกต่างกัน แม้ว่าจะเป็นสีเดียวกันก็ตามมีผลต่อประสิทธิภาพในการอ่าน

2.3.6) ควรหลีกเลี่ยงการใช้สีสะท้อนแสงสำหรับแท่งบาร์ และพื้นที่ว่างด้านหลังของแท่งบาร์เพราะสีสะท้อนแสงทำให้เครื่องสแกนเนอร์อ่านบาร์โค้ดได้ยากหรืออ่านไม่ได้เลย

2.3.7) ผลิตภัณฑ์ที่มีหีบห่อเป็นผ้าหรือบรรจุรูปร่างไม่อยู่ตัว จะไม่สามารถพิมพ์รหัสแท่งได้ เนื่องจากเส้นใยจะทำให้เครื่องสแกนเนอร์อ่านผิดพลาดได้ วิธีที่ดีที่สุดคือการพิมพ์รหัสแท่งบนแผ่นป้ายสินค้าที่แขวนติดกับตัวสินค้านั้น (ปูน คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. 2541:316)

2.5 ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.5.1 ประวัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม หรือที่เรียกย่อๆ ว่า สมอ. ได้มีโครงการจัดทำมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือระดับพื้นที่ที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ซึ่งวัตถุประสงค์ของโครงการที่สำคัญคือส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรองและแสดงเครื่องหมายการรับรอง เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ ให้เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลายและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนทั้งในประเทศและต่างประเทศ เน้นให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืน อีกทั้งสนับสนุนนโยบายสำคัญของรัฐบาลโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ ในการแก้ไขปัญหาความยากจนของชุมชน โดยมุ่งให้ความสำคัญของการนำภูมิปัญญาชาวบ้าน และทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น มาพัฒนาและสร้างมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น มีคุณภาพ มีจุดเด่น มีเอกลักษณ์ มีการพัฒนาท้องถิ่น สร้างชุมชนให้เข้มแข็งพึ่งตนเองได้ สร้างงาน สร้างรายได้

2.5.2 โครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของ (มผช.)

2.5.2.1 สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.)

ได้จัดทำโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนขึ้น โดยมีระยะเวลาดำเนินการ 5 ปี วงเงินประมาณ 112,475,000 บาท (หนึ่งร้อยสิบสองล้านสี่แสนเจ็ดหมื่นห้าพันบาท) เพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน หรือระดับพื้นที่ที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาเท่าที่ควร ขณะเดียวกันรัฐบาลมีนโยบายจัดตั้งโครงการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อเสริมสร้างให้แต่ละชุมชนได้ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นเพื่อผลิตจำหน่ายสู่ตลาดผู้บริโภค ฉะนั้นโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จึงเป็นแนวทางที่สอดคล้องและสนับสนุนในด้านมาตรฐานและการรับรองคุณภาพของผลิตภัณฑ์ที่ได้จากโครงการ หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับและสามารถประกันคุณภาพให้กับผู้บริโภค ซึ่งเป็นแนวทางหนึ่งที่

เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์ จากชุมชนสู่ตลาดผู้บริโภคทั้งในประเทศ และต่างประเทศ โดยมีวัตถุประสงค์ที่สำคัญ คือ

- ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ได้รับการรับรองและแสดงเครื่องหมายการรับรอง
- เพื่อส่งเสริมด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์ให้ เป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย และสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งในประเทศและต่างประเทศ
- เพื่อเน้นให้มีการพัฒนาแบบยั่งยืน อีกทั้งสนับสนุนนโยบายเร่งด่วนของรัฐบาลในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์

2.5.2.2 ต่อมากระทรวงอุตสาหกรรม โดยปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมได้มอบหมายให้ สมอ.ดำเนินการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนตามความเห็นของคณะกรรมการวิจัย พัฒนาคุณภาพและพัฒนาเทคโนโลยี ในคณะกรรมการอำนวยการ หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์แห่งชาติ (กอ. นตผ.) ที่ได้มอบหมายงานให้ กอ. เป็นผู้พิจารณาดำเนินการทั้งนี้ ได้เสนอจัดสรรเงินงบประมาณปี 2546 ให้จำนวน 15 ล้านบาท โดยมีกรมส่งเสริมอุตสาหกรรม เป็นผู้ประสานงานและสนับสนุนข้อมูลของการดำเนินการในเรื่องนี้

2.5.2.3 ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรม มีคำสั่งกระทรวงอุตสาหกรรมที่ 400/2545 สั่ง ณ วันที่ 30 กันยายน 2545 แต่งตั้งคณะกรรมการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (กมช.) ขึ้น โดยมีเลขาธิการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เป็นประธานคณะกรรมการชุดนี้ เพื่อดำเนินการโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนมีอำนาจและหน้าที่ คือ

1. พิจารณากำหนด แก๊ซ และยกเลิกมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน
2. ให้การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยการออกใบรับรองและการติดตามผลภายหลังที่ได้รับการรับรองแล้ว
3. ส่งเสริม พัฒนา และประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถและข้อมูลให้กับผู้ผลิตในชุมชน
4. แต่งตั้งคณะกรรมการ เพื่อช่วยเหลือดำเนินการตามที่ได้รับมอบหมาย
5. ติดตามประเมินผล และรายงานความก้าวหน้าการดำเนินงานให้คณะกรรมการวิจัยพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์และเทคโนโลยี ใน กอ. นตผ. แห่งชาติ
6. ดำเนินการอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องกับการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนชุมชน ตามที่ปลัดกระทรวงอุตสาหกรรมมอบหมายและให้ความเห็นชอบแนวทางการดำเนินงานโครงการมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ของ สมอ. คือ

2.5.2.4 การกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

สมอ. จะกำหนดมาตรฐาน โดยมีข้อกำหนดที่เหมาะสมกับสภาพของผลิตภัณฑ์เป็นที่ยอมรับของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีแนวทางปฏิบัติไม่ซับซ้อน เพื่อให้ผู้ผลิตเข้าถึงมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ง่ายและคำนึงถึงระยะเวลาในการกำหนดมาตรฐาน โดยใช้ข้อมูลจากประชุมสัมมนาเพื่อจัดทำมาตรฐาน โดย สมอ. หรือจัดจ้างกลุ่มนักวิชาการ และให้ผ่านการปรึกษาพิจารณาจากผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายก่อนประกาศใช้

2.5.2.5 การรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ชุมชน

สมอ. จะให้การรับรองและการตรวจติดตามผล เพื่อสนับสนุนผู้ทำให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีคุณภาพเป็นที่เชื่อถือของผู้บริโภค โดยการเก็บตัวอย่างทดสอบ และค่าใช้จ่าย

ในการทดสอบตัวอย่างทางโครงการฯ จะให้การสนับสนุน สมอ. จะกำหนดรูปแบบเครื่องหมายรับรอง และจะประชาสัมพันธ์เผยแพร่ เพื่อให้ผู้บริโภคทราบและยอมรับอย่างทั่วถึง

2.5.2.6 ด้านพัฒนาผู้ผลิตในชุมชน

ในกรณีที่ผู้ผลิตบางรายมีปัญหาในการทำผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพตามมาตรฐานกำหนด สมอ. จะส่งผู้เชี่ยวชาญหรือนักวิชาการเข้าไปให้ความรู้เบื้องต้นโดยการฝึกอบรมและให้คำปรึกษาแนะนำ ณ ตำบลสถานที่ผลิตจนมีขีดความสามารถขอรับการรับรองได้

2.5.2.7 ด้านส่งเสริมและประชาสัมพันธ์

สมอ. จะสร้างการรับรู้เพื่อให้รู้จักและเกิดความตระหนักตื่นตัว โดยเปิดตัวและแนะนำโครงการผ่านสื่อต่างๆ เช่น สื่อวิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ ฯลฯ สร้างแรงจูงใจทั้งทางตรงและทางอ้อมกล่าวคือ จัดประชุมผู้นำชุมชนหมู่บ้านที่มีผลิตภัณฑ์ชุมชน และเผยแพร่โครงการให้ทราบด้วยวิธีการต่างๆ เน้นใช้สื่อในท้องถิ่นในรูปแบบต่างๆ เช่น สปอตโฆษณา ทางวิทยุโทรทัศน์ ฯลฯ ตอกย้ำความสำเร็จของผู้ได้รับการรับรอง และยกย่องเชิดชูเพื่อเป็นแบบอย่างความสำเร็จของผลิตภัณฑ์ชาวบ้านภูมิปัญญาไทย และให้ผู้ผลิตเกิดภาพพจน์ที่ดีว่าเป็นสินค้าคุณภาพเทียบสินค้าแบรนด์เนมทั้งหลาย

2.5.3 ข้อเสนอแนะในการจัดทำร่างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน

รูปแบบของร่างมาตรฐานประกอบด้วยหัวข้อต่างๆ ดังนี้

2.5.3.1 ขอบข่าย เป็นการกล่าวถึงสาระสำคัญของมาตรฐาน หรือขอบเขตการนำไปใช้งาน หรือลักษณะการใช้งานของผลิตภัณฑ์นั้น ๆ

2.5.3.2 บทนิยาม เป็นการขยายความผลิ ตภัณฑ์ที่กำหนดให้ชัดเจนยิ่งขึ้น ส่วนใหญ่จะระบุถึงวัตถุดิบที่ใช้ และกรรมวิธีการทำผลิตภัณฑ์นั้นๆ

2.5.3.3 ประเภท หากผลิตภัณฑ์ที่กำหนดมีการแบ่งประเภท หรือชนิด ให้ระบุไว้

2.5.3.4 คุณลักษณะที่ต้องการ เป็นส่วนสำคัญของมาตรฐาน เป็นการกำหนดเกณฑ์คุณภาพ หรือสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ที่ต้องการจะกำหนดไว้ในมาตรฐาน ในการเขียนข้อกำหนดดังกล่าวให้เขียนแยกเป็นข้อๆ เพื่อให้ชัดเจนและสะดวกในการทดสอบ โดยทั่วไปจะกำหนดหัวข้อลักษณะทั่วไปเป็นหัวข้อแรก กรณีมาตรฐานอาหารส่วนใหญ่จะมีข้อกำหนดเรื่อง สี กลิ่นรส สิ่งแปลกปลอม วัตถุเจือปนอาหาร และจุลินทรีย์

2.5.3.5 สุขลักษณะ กรณีมาตรฐานอาหารต้องมีข้อกำหนดนี้ไว้ในมาตรฐานด้วย โดยใช้รูปแบบข้อกำหนดสุขลักษณะตามที่ สมอ. จัดทำขึ้น

2.5.3.6 การบรรจุ กรณีมีการบรรจุผลิตภัณฑ์ในภาชนะบรรจุ ให้กล่าวถึงภาชนะบรรจุไว้ด้วยกรณีมีการห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ด้วยวัสดุที่เหมาะสม ให้กล่าวถึงวัสดุไว้ด้วยกรณีมีปริมาณสุทธิให้ระบุเป็นน้ำหนักสุทธิหรือจำนวนชิ้น หรือปริมาตรสุทธิไว้ด้วยโดยระบุไว้ในแต่ละภาชนะบรรจุต้องไม่น้อยกว่าที่ระบุไว้ที่ฉลาก

2.5.3.7 เครื่องหมายและฉลาก เป็นส่วนจำเป็นของมาตรฐานเพราะจะเป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภค ข้อความที่ระบุไว้ในหัวข้อนี้หมายความว่า เป็นข้อความที่ผู้ทำต้องระบุไว้ที่ฉลากทุกข้อโดยให้คำนึงถึงความจำเป็น ประโยชน์ของผู้บริโภค รวมทั้งความเป็นไปได้ของผลิตภัณฑ์ แต่ไม่ได้หมายความว่าผู้ทำจะระบุข้อความอื่นที่ฉลากอีกไม่ได้ กรณีของการระบุชื่อผลิตภัณฑ์ที่ฉลาก อาจระบุเป็นชื่อผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐาน หรืออาจระบุให้ใช้ชื่ออื่นที่สื่อความหมายว่าเป็นผลิตภัณฑ์ตามมาตรฐานนี้ก็ได้แล้วแต่เหมาะสม

2.5.3.8 การยกตัวอย่างและเกณฑ์ตัดสิน ในการยกตัวอย่างเพื่อส่งทดสอบจำเป็นต้องกำหนดนิยามของคำว่ารุ่นไว้ด้วย โดยทั่วไปจะระบุว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนประกอบเดียวกัน ทำโดยกรรมวิธีเดียวกัน ที่ทำหรือส่งมอบหรือซื้อขายในระยะเวลาเดียวกัน แล้วแต่ความเหมาะสมของผลิตภัณฑ์นั้นๆ

2.5.3.9 การทดสอบ การกำหนดเกณฑ์คุณภาพหรือสมบัติต่างๆ ของผลิตภัณฑ์ต้องกำหนดวิธีทดสอบของแต่ละข้อกำหนดไว้ด้วย โดยอาจกำหนดเป็นโดยการตรวจพินิจ การวัดด้วยเครื่องมือที่เหมาะสม หรืออ้างอิงวิธีทดสอบ ตามเอกสารอ้างอิงที่รู้จักและยอมรับ เช่น AOAC (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. 2546 :7)

2.6 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และการผลิตเครื่องจักสาน

2.7.1 ขุนแผน ต้มทองคำ ได้ทำการวิจัยเรื่อง การออกแบบตราสัญลักษณ์บรรจุภัณฑ์ขนมจีนสุภาพหล่มเก่าทำการศึกษาแนวทางการออกแบบตราสัญลักษณ์บรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้างและด้านกราฟิก ผลของการวิเคราะห์ความต้องการด้านต่างๆ ได้ 3 แนวทางด้านโครงสร้างมีประสิทธิภาพในการปกป้อง รักษาสินค้า ทิวถือนำพาได้สะดวก การทดสอบสมบัติทางกายภาพของกล่องกระดาษแข็งบรรจุขนมจีน รหัส 1 รหัส 2 รหัส 3 ที่ระยะการสั้น 25 มิลลิเมตร ระดับความถี่ 240 รอบ / นาที เทียบได้กับการเดินทาง 1,500 กิโลเมตร / ชั่วโมง โดยตั้งระยะเวลาทดสอบ 60 นาที น้ำหนัก 0.9 กิโลกรัม จึงสามารถสรุปได้ว่าระดับการสั้นที่ตั้งให้ใกล้เคียงกับการสั้นขณะการเดินทางโดยรถยนต์ ด้านกราฟิกรูปแบบที่สวยงาม โดดเด่น สะดุดตาใช้ภาพของ จิตรกรรมฝาผนังวัดนาทราย และภาพของภูทับเบิกมาเป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ขนมจีหล่มเก่า เลือกข้อมูลเกี่ยวกับ คุณค่าทางโภชนาการขนมจีนสุภาพหล่มเก่า มานำเสนอไว้บนบรรจุภัณฑ์ (ขุนแผน ต้มทองคำ.2549)

2.7.2 จิตรพร ลีละวัฒน์ ได้ทำการวิจัยเรื่องบรรจุภัณฑ์ศาสตร์และศิลป์ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารให้กับรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมได้ผลวิจัยภายใต้ภาวการณ์แข่งขันอันเข้มข้นของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลากหลายเพื่อสร้างความดึงดูดใจให้กับผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้บรรจุภัณฑ์นับเป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญสร้างความสนใจต่อผู้บริโภค บรรจุภัณฑ์เป็นความประทับใจสิ่งแรกทันทีที่ผู้บริโภคมองเห็นสินค้าบรรจุภัณฑ์เป็นตัวกำหนดให้เกิดมูลค่าเพิ่มในตัวสินค้าและยังเป็นสิ่งสำคัญที่สุดที่มีอำนาจต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ผู้ประกอบการรัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่สามารถยืนหยัดอยู่ในสนามการแข่งขันได้ต้องให้ความสำคัญในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์แบบยั่งยืนทั้งด้านโครงสร้างและกราฟิก อาทิรูปทรง ขนาดสี ฉลาก ตราสินค้าสัญลักษณ์ที่ถูกต้องตามมาตรฐานสากลและให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการและสร้างความประทับใจแก่ผู้บริโภค(จิตรพร ลีละวัฒน์. 2548 : 17)

2.7.3 พณฯ ตั้งวรรณวิทย์และอัคระศักดิ์คน ปาทาน ได้ทำการวิจัยเรื่องการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาศักยภาพบรรจุภัณฑ์ OTOP พื้นที่ทำการวิจัยเขตพื้นที่จังหวัดเพชรบูรณ์ ออกสำรวจข้อมูลและสัมภาษณ์ระหว่างวันที่ 1 มกราคม ถึง 23 กรกฎาคม 2549 ได้ผลการวิจัย ความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์ประเภทกระดาษสำหรับสินค้าแปรรูปมะขามในจังหวัดเพชรบูรณ์ ความ

ต้องการส่วนใหญ่ของกลุ่มประชากรสะท้อนให้เห็นว่าต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์จำนวน 6 ขนาดคือ ประเภทน้ำหนักต่ำว่า 1 ชีด ประเภทน้ำหนักต่ำว่า 2-4 ชีด ประเภทน้ำหนักต่ำว่า 4-6 ชีด ประเภทน้ำหนักต่ำว่า 6-8 ชีด ประเภทน้ำหนักต่ำว่า 8-10 ชีด ชนิดของกระดาษลักษณะแบบบาง และแบบหนา (พณฯ ตั้งวรรณวิทย์และอัคระศักดิ์ คาน ปาทาน.2549)

2.7.4 ศักดิ์ดา บุญยิต ได้ทำการวิจัยเรื่องปัจจัยด้านกราฟิกบนซองบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความเข้าใจในรสชาติของบะหมี่สำเร็จรูป พบว่าตัวผลิตภัณฑ์มีผลอย่างสำคัญที่สุดต่อผู้บริโภคในเรื่องความพึงพอใจและองค์ประกอบหนึ่งของผลิตภัณฑ์อย่างหนึ่งก็คือความดึงดูดใจ ความเย้ายวน หรือความสวยงามของการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ส่งผลต่อการจดจำการรับรู้ของผู้บริโภคและต่อเนื่องไปถึงการทำให้ผู้ซื้อหันมาเลือกซื้อสินค้าตัวนั้นได้จากภาพลักษณ์ของการออกแบบ อาหารกระป๋อง นม เครื่องดื่มต่างๆ อาหารสำเร็จรูป อาหารกึ่งสำเร็จรูป (พรเทพ เลิศเทวศิริ.2545:87)

2.7.5 มยุรี ภาคลำเจียก ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนากล่องกระดาษลูกฟูกบรรจุทุเรียนเพื่อการส่งออก การศึกษาวิธีการบรรจุ รวมทั้งการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างช่องระบายอากาศกับความสุกของทุเรียน ได้ดำเนินการวิจัยในระดับห้องปฏิบัติการ กล่องเป็นแบบ regular slooted container มีมิติภายนอก 480x450x225 มม. บรรจุทุเรียนได้เฉลี่ย 13 กก. กล่องมีความปลอดภัย 6.60-8.98 และสามารถใช้น้ำที่ระวางสินค้าของตู้คอนเทนเนอร์ แบบ LD -3 ได้ประมาณ 90% ทุเรียนที่ใช้ในการศึกษา มีน้ำหนักและขนาดต่างๆกัน การเลือกขนาดผลให้เหมาะสมและการใช้แผ่นกระดาษลูกฟูกชนิด 2 ชุด เป็นแผ่นกั้นเป็นวิธีการบรรจุที่เหมาะสม การระบายอากาศรอบๆผลมีความจำเป็นต่อกระบวนการสุก แต่พื้นที่ระบายอากาศที่แตกต่างกันที่ตัวกล่องไม่แสดงผลแตกต่างกันนักในด้านการสุกของทุเรียน กล่องที่มีช่องมีอิมบิมีพื้นที่ระบายอากาศ 2.5% ได้รับการเลือกใช้ภาชนะบรรจุที่เหมาะสม การทดสอบส่งออก(ศูนย์การบรรจุหีบห่อไทย. 2550) [on-line]

ชุมชนเมือง ที่ปรกกุล (ม.ป.ป. : 54-112) ได้วิจัยเรื่องจักสานพื้นบ้าน ตำบลบ้านโพธิ์ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การจักสานได้ทำต่อ ๆ กันมาจากบรรพบุรุษ ในปัจจุบันพบว่า เครื่องจักสานบางชนิดยังเป็นที่ยอมรับใช้กันอยู่และบางชนิด ได้เลิกทำไปแล้ว เครื่องจักสานที่นิยมใช้ในปัจจุบันแบ่งตามลักษณะการใช้สอยได้ดังนี้ คือ เครื่องภาชนะ เครื่องใช้ในครัว เครื่องจับสัตว์ เครื่องเรือน และเครื่องปลูก เครื่องขนส่งสิ่งของเครื่องจักสานที่เลิกทำเพราะไม่จำเป็นต่อการใช้สอยแต่ยังมีการเก็บรักษาไว้ เช่น อึ้งฟุ้ง กะโหล่ ฝาบ้าน เครื่องสีข้าว ประทุนเกวียน เป็นต้น

2.7.6 มาโนช กงกะนันทน์ (2526 : 183-186) ได้ทำวิจัยเรื่องจักสานของจังหวัด ราชบุรี ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ชาวบ้านในจังหวัดราชบุรีนิยมใช้ไม้ไผ่สีสุก ไม้ไผ่เหลือง และไม้ไผ่ เลี้ยงมาทำเครื่องจักสาน และใช้วัสดุหลักอีก 2 ชนิด คือ หวายและเถาว์วัลย์ ซึ่งมีคุณสมบัติพิเศษ สำหรับใช้สร้างส่วนสำคัญในการทำเครื่องจักสาน ทั้งนี้เนื่องจากความจำเป็นในการทำโครงสร้าง เพื่อความคงทนและถาวรเครื่องจักสานที่ชาวบ้านผลิตแบ่งตามหน้าที่ใช้สอยออกเป็น 4 ประเภท คือเครื่องมือกลสิกรรม ได้แก่ โขงโลง เช่น ขลุ่ย คราด บั้งก็ สุ่มไก่ ฯลฯ เครื่องมือจับสัตว์น้ำ ได้แก่ ชะนาง ข้อง กระชัง ลอบไซ สุ่ม ฯลฯ เครื่องใช้ภายในบ้าน ได้แก่ ชะลอม ฝาชี กระบุง กระจาดหาง กระซอน กระดัง ฯลฯ สิ่งของเบ็ดเตล็ด ได้แก่ กระจี๋ เข่งปลา ที่ซ้อนฟอง น้ำตาล หมวกใบตาล งาม เกลวปักหม้อยา ตะกร้อ ฯลฯ สำหรับประโยชน์ใช้สอย ชาวบ้านสร้างเครื่องจักสานเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ในการดำรงชีวิตประจำวันอันประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การกสิกรรม การทำงาน การเล่น และความเชื่อซึ่งเป็นทางที่ก่อให้เกิดพิธีกรรมต่าง ๆ

2.7.7 วินัย วิริยะปานนท์ (2527 : 1-12) ได้ทำวิจัยเครื่องจักสานอำเภอพนัสนิคม จังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยสรุปว่า การประดิษฐ์เครื่องจักสาน มีจุดมุ่งหมายเปลี่ยนไปจากเดิมจาก ประโยชน์ใช้สอยในครัวเรือน เป็นหัตถกรรมประยุกต์ โดยดัดแปลงให้ก้าวหน้าตามกาลสมัยและ ผลิตให้ได้ปริมาณมากตามความต้องการของตลาด ทั้งเด็กและผู้ใหญ่มีความสามารถในการจักสาน เป็นอย่างดี ส่วนใหญ่จะได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษหลายชั่วอายุคน และได้แบ่ง เครื่องจักสานออกเป็นประเภทต่าง ๆ ได้แก่ เครื่องจักสานที่เป็นภาชนะ เช่น กระบุง กระจาด กระติบ ตะกร้า เครื่องจักสานที่ใช้เป็นเครื่องตวง เช่น กระออม กระชู่ เครื่องจักสานที่ใช้ ในครัวเรือน เช่น กระซอน กระดัง พัด เครื่องจักสานที่ใช้ในการขนส่งสินค้า เช่น เข่ง หลัว เครื่องจักสานที่ใช้จับและดักสัตว์ เช่น กระจู้ สุ่ม กระชัง เครื่องจักสานประเภทเครื่องเรือน เครื่องปูลาด เครื่องเล่น เป็นต้น

2.7.8 พิทักษ์ น้อยวังคลัง (2531 : 210-213) ได้วิจัยลายสานไม้ไผ่ในเขตอำเภอ สุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัยพบว่า ลายสานไม้ไผ่ที่สานเป็นส่วนประกอบ ในเครื่องจักสานเพื่อนำมาตอบสนองความต้องการทางด้านใช้สอยในชีวิตประจำวัน ได้รับการ สืบทอดต่อเนื่องกันมาจาก บรรพบุรุษตามคตินิยมของคนในท้องถิ่น โดยอาศัยความสะดวกและ ความเหมาะสมกับสภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์และทางสังคม เครื่องจักสานไม้ไผ่ให้ประโยชน์ต่อ การใช้สอยในชีวิตประจำวัน ด้านต่าง ๆ คือ ใช้เป็นภาชนะประกอบอาหาร เครื่องมือจับสัตว์ เครื่องใช้ภายในบ้าน เครื่องสุขภัณฑ์ เครื่องใช้สำหรับเลี้ยงสัตว์ เครื่องมือเพาะปลูก ส่วนประกอบสิ่งก่อสร้าง เครื่องมือประกอบสันทนาการ และเครื่องใช้ประกอบความเชื่อ ซึ่งการสร้าง เครื่องจักสานไม้ไผ่ต่าง ๆ มีรูปแบบสอดคล้องและกลมกลืนกับวิถีการใช้สอยในแต่ละประเภท อย่างเหมาะสม รูปแบบของลายสานที่นำมาสานเป็นส่วนประกอบในเครื่องจักสานไม้ไผ่มากที่สุด คือ ลายขัด ซึ่งลายสานชนิดนี้ได้ถูกดัดแปลงรูปแบบและวิธีการให้เกิดความเหมาะสมกับการ นำไปใช้สานเป็นส่วนประกอบในเครื่องจักสานแตกต่างกันออกไป ส่วนรูปแบบของลายขัดจะถูก นำมาใช้สานเป็นส่วนประกอบในเครื่องจักสานน้อยที่สุด คุณค่าทางประโยชน์และคุณลักษณะ ของลายสานในเครื่องจักสานไม้ไผ่จะชี้ให้เห็นถึงการเลือกใช้ลายสานแต่ละชนิดเพื่อความสะดวก ต่อการสานหรือเพื่อความเหมาะสมต่อการนำไปใช้สอยให้เกิดประโยชน์ในส่วนประกอบเครื่อง จักสานประเภทต่าง ๆ เช่น ช่วยตอบสนองความต้องการทางด้านร่างกายเกี่ยวกับการ ให้ได้มาซึ่งอาหารและน้ำ ช่วยตอบสนองความปลอดภัยแห่งชีวิตเกี่ยวกับการใช้ลายสานเป็นส่วนประกอบสิ่งก่อสร้าง และใช้เป็นสัญลักษณ์ประกอบในพิธีกรรมความเชื่อ ช่วยตอบสนองความสุขทางใจเกี่ยวกับการใช้สำหรับเป็นเครื่องเล่นสิ่งเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความรู้ความสามารถหรือความฉลาด เพื่อนำมาซึ่งสิ่งจำเป็นพื้นฐานบางอย่างต่อการดำรงชีพในชีวิตประจำวัน จากการศึกษาลายสานที่ปรากฏในเครื่องจักสาน พบว่า ลายกลมนิยมนำมาใช้สานเป็นส่วนประกอบเครื่องจักสานมากที่สุดในส่วนของลายขัดด้วยกัน ส่วนลายสานที่สานเป็นส่วนประกอบในเครื่องจักสานน้อยที่สุดหรือใช้สานประกอบเครื่องจักสานเฉพาะอย่างคือ ลายกระด้าง ลายไส้จ่อ และลายตาแหลวฮ่อ นอกจากนี้รูปทรงของเครื่องจักสานที่ตอบสนองความต้องการด้านใช้สอยในชีวิตประจำวัน มากที่สุด คือ เครื่องจักสานไม้ไผ่รูปแบบ ส่วนเครื่องจักสานรูปครึ่งวงกลมรูปถ้วย และเครื่อง จักสานที่ใช้เป็นสัญลักษณ์ประกอบพิธีกรรมถูกนำมาใช้ในชีวิตประจำวันน้อยที่สุด

2.7.9 วิบูลย์ ลีสุวรรณ (2532 : 8-9) ได้ทำวิจัยเครื่องจักสานในประเทศไทย ผลการวิจัยสรุปได้ว่า การสร้างเครื่องจักสานในประเทศไทยจะขึ้นอยู่กับเงื่อนไขตามความต้องการด้านประโยชน์ใช้สอย สภาพทางภูมิศาสตร์ ประสานกับขนบประเพณี ความเชื่อ ศาสนา และวัสดุในท้องถิ่นนั้น ๆ ประกอบกันขึ้นเป็นเครื่องจักสาน และเครื่องจักสานโดยทั่วไปจะหมายถึงสิ่งที่ประดิษฐ์ขึ้นด้วยมือโดย

วิธีจักสาน ถัก และทอ เป็นหลัก ในด้านโครงสร้างและรูปแบบ การจักสานของไทยแต่ละชนิดได้ออกแบบให้สัมพันธ์กับลวดลายซึ่งมีผลต่อโครงสร้างไว้อย่างแยบยล ทั้งรูปทรงและลวดลายโครงสร้างจะนำไปสู่ประโยชน์ใช้สอยที่สมบูรณ์ นักคณิตศาสตร์ และวิศวกรโครงสร้างจัดเครื่องจักสานอยู่ในประเภท “โครงสร้างเปลือกบาง” (Shell Structure) มีผนังเป็นรูปโค้ง (Curve Structure) ซึ่งอาจจะเป็นรูปทรงกระบอก (Cylindrical) หรือเป็นรูปพาราโบลา (Parabola) ความโค้งจะติดตึงบังคับให้รูปทรงมีกำลังเทียบได้กับการม้วนตัวของกระดาษเป็นทรงกระบอกซึ่งจะรับน้ำหนักได้มากกว่าแผ่นเรียบ เครื่องจักสานจะมีโครงสร้างอยู่ 2 ชนิด คือ โครงสร้างที่เกิดขึ้นด้วยลายสานของวัสดุที่ใช้ในการสานเป็นตัวบังคับ มี 3 ลักษณะ คือ โครงสร้างของเครื่องจักสานที่ใช้ลายขัดกันธรรมดา (Twinning and Worberwork) ใช้ลายขด (Coiling) เป็นโครงสร้างในตัวเอง และการสานด้วยลายเส้นทแยง (Diagonal) ประเภทที่สองเป็นโครงสร้างที่เกิดจากการใช้วัสดุหรือวัสดุชนิดเดียวกัน เข้ามาเป็นโครงสร้างเสริมเพื่อให้เครื่องจักสานคงรูปอยู่ได้ดี และแบ่งลวดลายเครื่องจักสานออกเป็น 4 แบบ คือ ลายขัด ลายขด ลายทแยง และลายอิสระ

2.7.10 ชูศักดิ์ เพรสะคอทท์ และคณะ (2533 : 115–116) ได้วิจัยการพัฒนางาน หัตถกรรมพื้นบ้านเพื่อการสร้างงานและรายได้ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยพบว่า งานหัตถกรรมที่มีศักยภาพเพียงพอที่จะสนับสนุนและส่งเสริมให้เป็นอาชีพหลักต่อไปได้ โดยถือเกณฑ์ทางการใช้วัตถุดิบในท้องถิ่น ความสามารถของประชาชน เงินทุน การสร้างรายได้ และตลาดสินค้าหัตถกรรม มี 3 ประเภท ได้แก่ งานทอผ้า ทอเสื่อ และจักสาน การดำเนินการ ผลิตสินค้าหัตถกรรมส่วนใหญ่จะทำภายในตัวบ้าน ใช้เครื่องมือและอุปกรณ์อย่างง่าย ๆ วัตถุดิบ ก็หาซื้อหรือผลิตได้ในหมู่บ้าน เงินทุนที่ใช้หมุนเวียนในการผลิตประมาณครัวเรือนละ 200–500 บาท และใช้แรงงานประมาณครัวเรือนละ 2–3 คน ทำการผลิตในช่วงหลังฤดูการเกษตร ประมาณ 4–6 เดือนต่อปี มูลค่าการผลิตสำหรับงานจักสานครัวเรือนละ 30,000–36,000 บาทต่อปี ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับจำนวนแรงงาน เวลาที่ทำงานและชนิดของสินค้าที่ผลิต การผลิตสินค้าหัตถกรรมในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือยังประสบปัญหาหลายประการ การขาดแคลนวัตถุดิบ วัตถุดิบยังมีราคาสูง แรงงานมีความรู้ ความสามารถในการผลิตต่ำ ขาดแคลนเงินทุนที่จะนำมาใช้จ่ายทางการตลาด ตลาดสินค้าหัตถกรรมแคบ ทำให้ผู้ผลิตต้องเป็นผู้รับราคาทั้งทางด้านราคาวัตถุดิบและราคา ผลิตภัณฑ์ ขาดศูนย์พาณิชย์เพื่อจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมโดยเฉพาะในแต่ละจังหวัด แนวทาง และมาตรการในการพัฒนางานหัตถกรรมพื้นบ้าน เพื่อการสร้างงานและรายได้ในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ต้องดำเนินการให้ครบวงจรและร่วมกันระหว่างภาครัฐบาลและเอกชน กล่าวคือ ควรส่งเสริมการปลูกไม้ไผ่ พัฒนาหนองน้ำ เพื่อปลูกกกและผือ ส่งเสริมการปลูกหม่อน เพื่อเลี้ยงไหม จะได้มีวัตถุดิบใช้ตลอดปี ส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน การนำเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ทันสมัยเข้ามาใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ และการจัดตั้งศูนย์พาณิชย์ประจำจังหวัดเพื่อขยายตลาดสินค้าหัตถกรรมให้กว้างขวางขึ้น ตลอดจนการส่งเสริมการวิจัยด้านการผลิตและการตลาดเพื่อผลิตสินค้าให้ตรงกับความต้องการของตลาด

2.7.11 บุญเลิศ สดสุขชาติ (2535 : 35–36) ได้วิจัยหัตถกรรมไม้ไผ่ในภาค ตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ช่างชาวบ้านในภาคตะวันออกเฉียงเหนือนิยมใช้ไม้ไผ่ สีสุกในงานหัตถกรรมประเภทเครื่องจักสาน หัตถกรรมที่ชาวบ้านผลิตใช้ในชีวิตประจำวันแบ่งเป็น 9 ประเภท คือ ภาชนะประกอบอาหาร เครื่องใช้สำหรับจับสัตว์น้ำ เครื่องใช้ภายในบ้าน เครื่องใช้สำหรับเลี้ยงสัตว์ เครื่องมือเพาะปลูก ส่วนประกอบสิ่งก่อสร้าง เครื่องมือประกอบนันทนาการ เครื่องใช้ประกอบความเชื่อ และเครื่องใช้เบ็ดเตล็ด สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์หัตถกรรมไม้ไผ่นั้นพบว่า ต้องพัฒนาช่างชาว

บ้านให้มีแนวคิดที่จะสร้างสรรค์ผลงานที่มีคุณภาพให้สามารถยึดเป็นอาชีพได้ ด้านรูปแบบควรรอนุรักษ์คุณลักษณะที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นไว้กรรมวิธีการผลิตควรใช้ตามแบบเดิม สำหรับการพัฒนาด้านเนื้อหาหรือประโยชน์ใช้สอย ควรเปลี่ยนแปลงใหม่ตามความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ควรพัฒนาเปลี่ยนแปลงในด้านสัดส่วน รูปทรง พื้นผิว สี และลวดลาย ด้านสัดส่วนและรูปทรง ให้มีการปรับเปลี่ยน ย่อ ขยาย เพิ่มเติมได้อย่างอิสระ

2.7.12 กิตติศักดิ์ แสนประดิษฐ์ (2539:118-120) ได้วิจัยการประกอบอาชีพหัตถกรรมสานกระติบข้าวของชาวบ้านนาสะไมย์ อำเภอมือง จังหวัดยโสธร ผลการวิจัยพบว่า การประกอบอาชีพหัตถกรรมสานกระติบข้าวของชาวบ้านนาสะไมย์ มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อเอาไว้นขาย การจักสานเพื่อเอาไว้ใช้สอยมีเพียงเล็กน้อย ดังนั้นจึงมีการประกอบอาชีพหัตถกรรมการจักสาน กระติบข้าวทุกครัวเรือน แรงจูงใจในการประกอบอาชีพหัตถกรรมสานกระติบข้าวของชาวบ้าน นาสะไมย์มีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน คือ

(1) มีการสืบทอดอาชีพหัตถกรรม สานกระติบข้าวจากบรรพบุรุษ จึงทำให้ชาวบ้านประกอบอาชีพหัตถกรรมสานกระติบข้าวจนถึงปัจจุบัน

(2) ชาวบ้าน มีรายได้หลักจากการประกอบอาชีพสานกระติบข้าว

(3) แหล่งความรู้ที่มีส่วนช่วยในการตัดสินใจ ประกอบอาชีพหัตถกรรมสานกระติบข้าว คือ การรับรู้ข้อมูล การเปรียบเทียบผลผลิตต่อไร่ ระหว่างการสานกระติบข้าวกับการทำไร่ ทำนา

(4) ประสบการณ์ในการประกอบอาชีพหัตถกรรม สานกระติบข้าว ประสบการณ์ในการสานกระติบข้าวถือเป็นอีกสำนหนึ่งที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจประกอบอาชีพนี้ปัจจัยสำคัญของการประกอบอาชีพหัตถกรรมสานกระติบข้าว คือ การมีวัสดุอุปกรณ์ที่หาได้ง่าย การมีแรงงานการมีกลุ่มและมีผู้นำที่เข้มแข็ง การลงทุน ชาวบ้านใช้ทุนที่มีอยู่ในครอบครัว ไม่ได้กู้ยืมจากสถาบันการเงินแต่อย่างใดเพราะการสาน กระติบข้าวใช้ทุนไม่มาก หากต้องการขยายการลงทุนก็เพราะเกิดจากความต้องการกระติบข้าว ของตลาดมีมากขึ้น วัสดุอุปกรณ์การสานกระติบข้าว ได้แก่ มีด กบเหลาดอก ก้านตาล ด้ายไนลอนหรือหวายไม้ไผ่ ในการสานกระติบข้าวจะนิยมสานลายสองธรรมดา การตัดสินใจขาย กระติบข้าวจะตัดสินใจร่วมกันทั้งพ่อบ้านและแม่บ้าน ส่วนการขายจะมีพ่อค้าในหมู่บ้านมารับซื้อถึงที่บ้าน หรือถ้าตลาดต้องการมากพ่อค้าก็จะสั่งจองล่วงหน้าโดยนำเงินมัดจำไว้ ด้านความคิดเห็นต่อการประกอบอาชีพหัตถกรรมสานกระติบข้าวชาวบ้านเห็นว่าการประกอบอาชีพนี้มีความมั่นคงเพราะตลาดมีความต้องการกระติบข้าวเป็นจำนวนมาก ปัญหาในการประกอบอาชีพหัตถกรรมสานกระติบข้าว ได้แก่ วัสดุอุปกรณ์ เช่น ไม้ไผ่ก้านตาลมีราคาแพงขึ้น และทำให้สุขภาพอนามัยไม่ดี เช่น ปวดหลัง ปวดเอว เหนื่อยอ่อนเพลียจากการนั่งสานกระติบข้าวนานๆ การเก็บหอมจากการจำหน่ายกระติบข้าวโดยฝากธนาคาร และเก็บหอมไว้ในรูปสิ่งของ การใช้งาน ชาวบ้านนาสะไมย์ จะไม่นิยมไปทำงานต่างถิ่น จะทำงานอยู่ที่บ้านโดยจะช่วยกันสานกระติบข้าว เพราะทำรายได้ดีอยู่แล้ว จากผลการประกอบอาชีพหัตถกรรมสานกระติบข้าว ที่มีต่อเศรษฐกิจทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น และมีการสะสมทุนเพิ่มขึ้น

บทที่ 3

วิธีการดำเนินงานวิจัย

ในการจัดทำโครงวิจัยนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลต่างๆ ซึ่งเป็นการศึกษาเบื้องต้นของโครงวิจัยเพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

ในการศึกษาเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ของงานวิจัย คณะผู้วิจัยได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินการศึกษาโครงการพิเศษดังนี้

- 3.1 ศึกษาผลิตภัณฑ์จากเชือกกล้วย
- 3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คัดเลือกผลิตภัณฑ์จากเชือกกล้วย
- 3.3 การพัฒนากرافิกบนบรรจุภัณฑ์ ออกแบบสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์
- 3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล ตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์
- 3.5 สรุปและอภิปรายผล

3.1 ศึกษาและรวบรวมข้อมูล

การศึกษาและรวบรวมข้อมูล ที่มาของข้อมูลในการวิจัย “บรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย” คือ

3.1.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

กลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย

- ศึกษาเกี่ยวกับชนิดของผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ถาดรองจาน รองแก้วน้ำ ถาดใส่ผลไม้ กระเป๋าทอของสตรี โคมไฟแบบตั้งโต๊ะ โคมไฟแขวน
- ศึกษาทางด้านลวดลายกราฟิก สีเส้น ภาพประกอบ ตัวอักษร และเครื่องหมาย

3.1.2 ด้านการศึกษาแนวทางการพัฒนากرافิกบรรจุภัณฑ์

1) ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 50 คน ประกอบด้วยกลุ่ม กลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย และผู้ที่ต้องการซื้อสินค้า หัตถกรรมจากเชือกกล้วย โดยวิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยการสุ่มผู้ให้ข้อมูลเมื่อมีผู้ให้ข้อมูลมารอให้สุ่มที่ร้านจำหน่าย

2) ศึกษาคุณสมบัติทางกายภาพของผลิตภัณฑ์เชือกจากกล้วย มีปัจจัยหลายด้านของบุคลิคมุมมองผลิตภัณฑ์ที่น่าสนใจเพื่อนำมาเป็นแนวคิดทางด้านการออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์

3) ลวดลายสีเส้น ที่ใช้ในการพัฒนากرافิกบรรจุภัณฑ์

3.1.3 ด้านพัฒนารูปแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

1. ผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ท่าน ดังนี้

1.1 อาจารย์ขุนแผน ตุ่มทองคำ

อาจารย์ประจำวิชา สาขาวิชา ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีการเกษตร

1.2 อาจารย์มานะ อินพรมมี

อาจารย์ประจำวิชา สาขาวิชา ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีการเกษตร

1.3 อาจารย์น้ำผึ้ง พูนวิวัฒน์

อาจารย์ประจำวิชา สาขาวิชา ออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีการเกษตร

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ในการวิจัยเรื่อง “การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย” และมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย 3 ประเภทคือ

- แบบสอบถาม
- แบบสัมภาษณ์
- แบบสำรวจ

3.2.1 แบบสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

เพื่อใช้สำหรับการศึกษาลักษณะทั่วไป และความต้องการในด้านต่างๆ ของกลุ่มเป้าหมาย โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สถานภาพของกลุ่มเป้าหมาย เป็นคำถามแบบตรวจสอบ (Checklist)

ตอนที่ 2 สอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในการซื้อผลิตภัณฑ์ เป็นคุณลักษณะต่างๆ ของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการให้ออกแบบ เอกลักษณ์ที่สะท้อนความเป็นท้องถิ่นกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วยที่ต้องการให้ระบุไว้บนบรรจุภัณฑ์

3.2.2 แบบสำรวจสินค้า / บรรจุภัณฑ์ และสภาพท้องถิ่นกลุ่มหัตถกรรมเชือกกล้วย

เพื่อใช้สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย บรรจุภัณฑ์ และสภาพท้องถิ่น แบ่งออกเป็น 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วยและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ตอนที่ 2 สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับสภาพท้องถิ่นของกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย

3.2.3 เมินผลงานออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วยโดยผู้เชี่ยวชาญ

ตรวจสอบคุณภาพบรรจุภัณฑ์ โดยการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ 3 ท่าน ดังนี้

1. อาจารย์ขุนแผน ตุ่มทองคำ อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
2. อาจารย์มานะ อินพรมมี อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
3. อาจารย์น้ำผึ้ง พูนวิวัฒน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

3.3 การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์

3.3.1 การสร้างแนวคิดในการพัฒนา

นำผลสรุปของการศึกษาแนวทางการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ตามข้อกำหนดของผลิตภัณฑ์ชุมชนในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย โดยยึดข้อกำหนดการจัดทำร่างมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมเกี่ยวกับเครื่องหมายผลิตภัณฑ์ชุมชน สัญลักษณ์ ลวดลายสีสันตัวอักษร และภาพประกอบให้ตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย มาใช้ในการกำหนดแนวคิดในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์จำนวน 3 ทางเลือก

โดยการกำหนดแนวทางการออกแบบของแต่ละทางให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย มีรสนิยมและความต้องการให้พัฒนาปรับปรุงลักษณะของกราฟิกบรรจุภัณฑ์ด้านต่างๆ ในระดับใด

3.3.2 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

- ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ การใช้รูปภาพ สี สัน ลวดลาย สัญลักษณ์ และข้อมูลต่างๆ ที่เป็นตัวอักษร นำมาจัดองค์ประกอบ (Composition) โดยมุ่งเน้นเพื่อสนองประโยชน์ทางการตลาดในด้านต่างๆ ได้แก่ มีรูปแบบที่สวยงามโดดเด่นสะดุดตา มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่นที่แตกต่างจากสินค้าแหล่งอื่น มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์เกี่ยวกับสินค้าที่ครบถ้วนและชัดเจน มีเครื่องหมายมาตรฐานและสัญลักษณ์ต่างๆ ระบุไว้บนบรรจุภัณฑ์

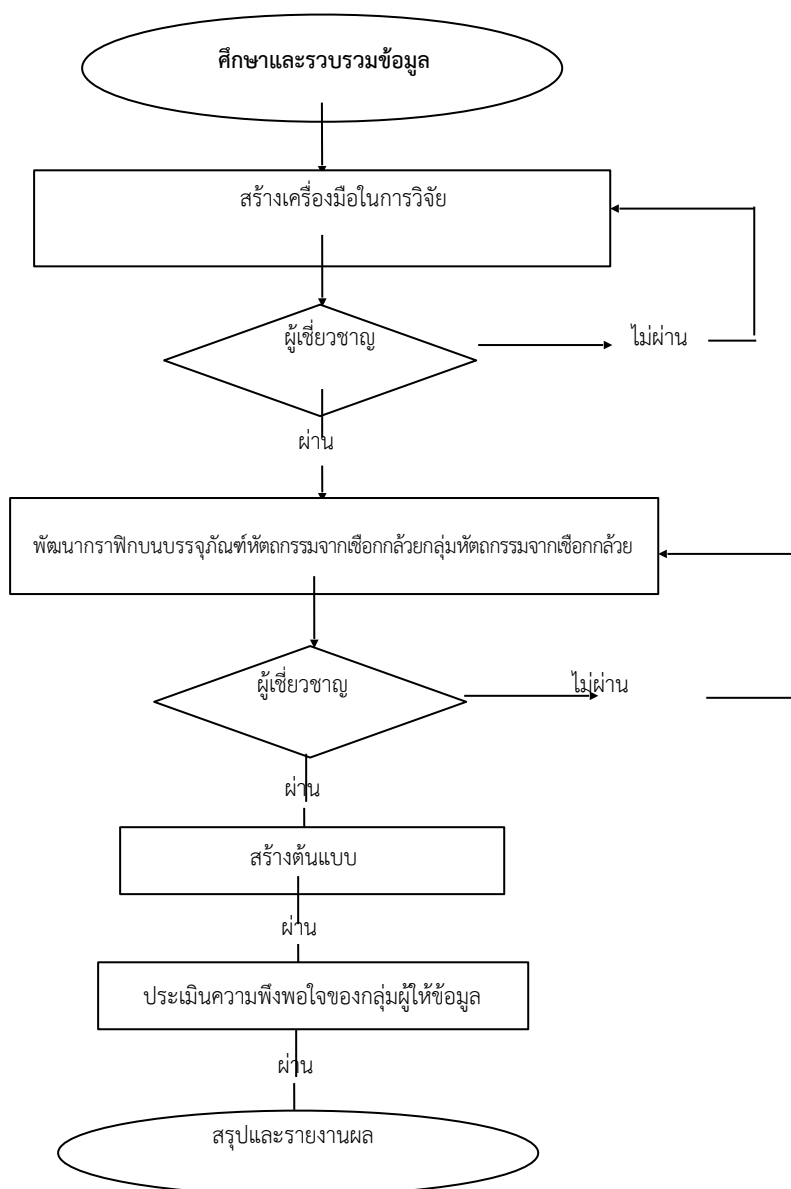
นำไปสอบถามความพึงพอใจ เพื่อใช้สอบถามข้อคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ

3.3.3 การประเมินผลงานออกแบบ

การประเมินผลงานออกแบบสอบถามความพึงพอใจจากผู้เชี่ยวชาญในผลงานออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ จำนวน 3 ทางเลือก เพื่อสรุปผลให้เหลือจำนวน 1 ทางเลือกเพื่อนำไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไป

3.3.4 สร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (Prototype)

นำผลงานที่ผ่านการพัฒนาขั้นสุดท้ายไปสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบเพื่อการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลทางด้านกราฟิก



ภาพที่ 3.1 แสดงขั้นตอนการดำเนินงาน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย เรื่องการศึกษาและพัฒนารูปแบบการเก็บรวบรวมข้อมูลหัตถกรรมจากเชือกกล้วย กลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย มีรูปแบบการใช้สถิติและการแปรผลข้อมูลแบ่งออกเป็นกลุ่มตามขั้นตอนการศึกษาวิจัย 3 ขั้นตอนดังนี้

3.4.1 ขั้นตอนศึกษาแนวทางการออกแบบพัฒนารูปแบบการเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีดำเนินการในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่

นำผลข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผู้ที่ต้องการซื้อสินค้า
ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย และผู้จำหน่ายหัตถกรรมจากเชือกกล้วย กลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย

1. มาวิเคราะห์หาร้อยละ และค่าเฉลี่ย แล้วนำมาแปรผลโดยการบรรยายโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบจากระดับความต้องการ 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด ใช้การแปรความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยที่ได้โดยให้

4.50-5.00	หมายถึง มากที่สุด
3.50-4.49	หมายถึง มาก
2.50-3.49	หมายถึง ปานกลาง
1.50-2.49	หมายถึง น้อย
1.00-1.49	หมายถึง น้อยที่สุด

2. นำข้อมูลที่ได้จากการสำรวจและจากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายเกี่ยวกับสภาพทางการตลาดของสินค้าผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย เอกลักษณ์บรรจุกัญท์ และความต้องการของผู้จำหน่ายมาสรุปและแปรผลโดยการบรรยาย

3.4.2 ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงกราฟิกบนบรรจุกัญท์

วิธีดำเนินงานในการวิเคราะห์ ได้แก่

การนำข้อมูลที่ได้จากการ ตรวจสอบคุณภาพบรรจุกัญท์ จากผู้เชี่ยวชาญในครั้งที่ 1 มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย เพื่อนำไปพัฒนาในขั้นตอนต่อไปและแปรผลโดยการบรรยายโดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกตอบจากระดับความพึงพอใจ 5 ระดับ ดังนี้

4.50-5.00	หมายถึง มากที่สุด
3.50-4.49	หมายถึง มาก
2.50-3.49	หมายถึง ปานกลาง
1.50-2.49	หมายถึง น้อย
1.00-1.49	หมายถึง น้อยที่สุด

3.5 สรุปผลและอภิปรายผล

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย ให้มีประสิทธิภาพทางด้านกราฟิก ตรงตามความต้องการของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยผู้วิจัยได้แบ่งการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละขั้นตอนการศึกษาวีจยออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาแนวทางการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย กลุ่มสหัตถกรรมจากเชือกกล้วย

- 1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสอบถามความต้องการของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล
 - 1.1.1 ผลการวิเคราะห์สถานภาพของกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูล
 - 1.1.2 ผลวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูล
- 1.2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายเกี่ยวกับสินค้า และบรรจุภัณฑ์
- 1.3 ผลวิเคราะห์จากการสำรวจสินค้า บรรจุภัณฑ์และสภาพท้องถิ่น
- 1.4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

ตอนที่ 2 การพัฒนาปรับปรุงกราฟิกบรรจุภัณฑ์

- 2.1 การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์
- 2.2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ
- 2.3 การสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ

ตอนที่ 1 การศึกษาแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย

การศึกษาแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการสอบถามความต้องการของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยได้ผลวิเคราะห์ดังนี้

1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสอบถามความต้องการของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจำนวน 50 คน ประกอบด้วย ผู้จำหน่ายและผู้สนใจในการซื้อสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ได้ผลวิเคราะห์ดังนี้

- 1.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในด้านเพศและสถานภาพของกลุ่มเป้าหมายผู้ให้ข้อมูล ดังนี้

ตารางที่ 4.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 50 คน จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล (N = 50)

กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม		ความถี่	ร้อยละ	รวม
สถานภาพ	กลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย	20	40	40
	ผู้ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย	30	60	60
เพศ	ชาย	11	22.0	22.0
	หญิง	39	78.0	78.0

จากตารางที่ 4.1 สามารถจำแนกสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ดังนี้
 สถานภาพกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย (ร้อยละ 40) กลุ่มผู้ที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย จำนวน (ร้อยละ 60) ส่วนใหญ่แล้วผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิง (ร้อยละ 78.0) รองลงมาคือเพศชาย (ร้อยละ 22.0)

1.1.2 ผลวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ความต้องการของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจำนวน 50 คน ประกอบด้วยกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย และผู้ที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย โดยใช้วิธีสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยการสุ่มผู้ให้ข้อมูลเมื่อมีผู้ข้อมูลมารอให้สุ่มที่ร้านจำหน่าย คุณลักษณะต่างๆ ที่ต้องการให้พัฒนาปรับปรุงทางด้านกราฟิก บรรจุภัณฑ์ เครื่องหมายสัญลักษณ์ ภาพประกอบ ตัวหนังสือ และลวดลายสีสันบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ ดังต่อไปนี้

1. ชนิดของสินค้าที่ต้องการซื้อมากที่สุด

จากการให้ผู้ตอบแบบสอบถามเรียงลำดับความต้องการในการซื้อสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ชนิดสินค้าทั้งหมด 3 ชนิด ได้แก่ ถาดใส่ผลไม้ โคมไฟแบบตั้งโต๊ะ โคมไฟแขวน

ตารางที่ 4.2 แบ่งกลุ่มตามเพศเป็นชนิดของหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ที่ต้องการซื้อมากที่สุด (N = 50)

ชนิดของสินค้า	ชนิดของสินค้าที่ต้องการซื้อมากที่สุด				รวมทั้งหมด	
	ชาย		หญิง			
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ถาดใส่ผลไม้	6	12	16	32	22	44
โคมไฟแบบตั้งโต๊ะ	4	8	15	3	19	38
โคมไฟแขวน	2	0.4	7	14	9	18
รวม	12	50	38	50	50	100

จากตารางที่ 4.2 แสดงให้เห็นว่าสินค้าที่เพศหญิงซื้อมากที่สุด คือ ถาดใส่ผลไม้ (ร้อยละ 32) โคมไฟแบบตั้งโต๊ะ (ร้อยละ 3) โคมไฟแขวน (ร้อยละ 14)

สินค้าที่เพศชายซื้อมากที่สุด คือ ถาดใส่ผลไม้ (ร้อยละ 12) โคมไฟแบบตั้งโต๊ะ (ร้อยละ 8) โคมไฟแขวน (ร้อยละ 0.4)

ในภาพรวมสินค้าที่ต้องการซื้อมากที่สุด คือ ถาดใส่ผลไม้ (ร้อยละ 44) โคมไฟแบบตั้งโต๊ะ (ร้อยละ 38) โคมไฟแขวน (ร้อยละ 18)

2. ปริมาณการซื้อสินค้า / ครั้ง

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ปริมาณการซื้อสินค้าของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลจำนวน 50 คน ประกอบด้วยกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย และผู้ที่ต้องการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย โดยวิธีการสุ่มโดยบังเอิญโดยการสุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ร้านจำหน่าย เนื่องจากลักษณะของคำตอบที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นมีตัวเลขที่ซ้ำกันเป็นกลุ่มๆ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ค่านิยามเป็นค่าตัวแทนของจำนวนชิ้นที่ต้องการซื้อของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยค่านิยาม ที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม คือ 2 ชิ้น

3. การนำไปใช้ประโยชน์

เนื่องจากลักษณะของคำตอบที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลนั้นมีตัวเลขที่ซ้ำกันเป็นกลุ่มๆ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้ค่านิยามเป็นค่าตัวแทนของจำนวนการนำไปใช้ประโยชน์ของสินค้าหลังการซื้อของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล โดยค่านิยามที่ได้จากการตอบแบบสอบถาม คือ การนำไปเป็นภาชนะใส่ของ

4. คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ด้านต่างๆ ที่ต้องการให้พัฒนา

จากการสอบถามความต้องการให้พัฒนา ปรับปรุง ทางด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์ หัตถกรรมจากเชือกกล้วย ที่วางจำหน่ายในปัจจุบันในด้านกราฟิก ปรากฏผล ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.3 แบ่งกลุ่มตามเพศความต้องการให้พัฒนารูปภาพบรรจุภัณฑ์ในด้านต่างๆ

รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์	ปริมาณของผู้ที่ต้องการเลือกเป็นลำดับแรก				รวม	
	ชาย		หญิง			
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ภาพประกอบแบบรูปถ่าย	2	4	17	34	19	38
ภาพประกอบแบบภาพเขียน	1	2	1	2	2	4
สีโทนร้อน	1	2	10	20	11	22
สีโทนเย็น	3	6	13	26	16	32
ลดทอนเป็นแบบธรรมชาติ	5	10	6	12	11	22
ลดทอนเป็นแบบอิสระ	5	10	3	6	8	16

ตัวอักษรชัดเจนในการอ่าน	2	4	11	22	13	26
มีเครื่องหมายครบถ้วน	2	4	12	24	14	28

จากตารางที่ 4.3 แสดงให้เห็นว่าเพศหญิง มีความต้องการให้บรรจุภัณฑ์มีลวดลายและสีสนั ดังนี้ ภาพประกอบแบบรูปถ่าย (ร้อยละ 34) สีโทนเย็น (ร้อยละ 26) ตัวอักษรชัดเจนในการอ่าน (ร้อยละ 22) และสีโทนร้อน (ร้อยละ 20)

เพศชาย มีความต้องการให้บรรจุภัณฑ์มีลวดลายและสีสนั ดังนี้ ลวดลายเป็นแบบธรรมชาติ (ร้อยละ 10) ลวดลายเป็นแบบอิสระ (ร้อยละ 10) และสีโทนเย็น (ร้อยละ 6)

ในภาพรวมข้อมูลมีความต้องการให้บรรจุภัณฑ์มีลวดลายและสีสนั ดังนี้ ภาพประกอบแบบรูปถ่าย (ร้อยละ 38) สีโทนเย็น (ร้อยละ 32) มีเครื่องหมายครบถ้วน (ร้อยละ 28)

ตารางที่ 4.4 เอกลักษณะประจำท้องถิ่นที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูล แบ่งตามกลุ่มเพศ

เอกลักษณะประจำท้องถิ่นด้านต่างๆ	ปริมาณการเลือกเป็นอันดับแรก					
	ชาย		หญิง		รวม	
	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
รูปเชือกกล้วย	9	18	26	52	35	70
รูปเพชร	6	12	8	16	14	28
รูปมะขาม	1	2	4	8	5	10
ตราสัญลักษณ์ประจำกลุ่ม หรือ หมู่บ้าน หรือ ตำบล	1	2	3	6	4	8
ต้นกล้วย	0	0	0	0	0	0
ลายสาน	0	0	0	0	0	0

จากตารางที่ 4.4 แสดงให้เห็นว่าเอกลักษณะประจำท้องถิ่นที่กลุ่มเพศหญิงเลือกปริมาณสูงที่สุดคือรูปเชือกกล้วย (ร้อยละ 52) รองลงมาคือ รูปเพชร (ร้อยละ 16) รองลงมา รูปมะขาม (ร้อยละ 8) ตราสัญลักษณ์ประจำกลุ่ม หรือ หมู่บ้าน หรือ ตำบล (ร้อยละ 6) เอกลักษณะประจำท้องถิ่นที่กลุ่มเพศชายเลือกสูงที่สุดคือ รูปเชือกกล้วย (ร้อยละ 18) รองลงมาคือ รูปเพชร (ร้อยละ 12)

ในภาพรวมเอกลักษณะประจำท้องถิ่นผู้ให้ข้อมูลทั้งหมดเลือกปริมาณสูงที่สุดคือ รูปเชือกกล้วย (ร้อยละ 70) รองลงมาคือ รูปเพชร (ร้อยละ 28)

5. ภาพประกอบ สีสนั ลวดลาย ตัวอักษร และเครื่องหมายที่ต้องการ

จากการสอบถามกลุ่มผู้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับ ภาพประกอบ สีสนั ลวดลาย ตัวอักษร และเครื่องหมาย ของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ ได้ผลวิเคราะห์ข้อมูล ดังต่อไปนี้

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายเกี่ยวกับหัตถกรรมจากเชือกกล้วย กลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลชนิดของสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย กลุ่มผู้ให้ข้อมูลต้องการซื้อสินค้าประเภท **ถาดใส่ผลไม้ โคมไฟแบบตั้งโต๊ะ** ผู้วิจัยจึงนำสินค้าทั้ง 2 ชนิดนี้มาศึกษาในรายละเอียด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากาแฟบนบรรจุภัณฑ์ต่อไป

จากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วยสรุปได้ว่าหัตถกรรมจากเชือกกล้วยของกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย มีเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นที่แตกต่างจากท้องถิ่นอื่นๆ มีการจัดวางตามชนิดของสินค้าเพื่อสะดวกในการจัดจำหน่าย สินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วยจึงเป็นสินค้าประจำจังหวัด คนส่วนใหญ่ที่ได้มีโอกาสเข้ามาเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์มักจะซื้อสินค้าประเภทหัตถกรรมจากเชือกกล้วย เป็นของฝากผู้ใหญ่หรือเพื่อนร่วมงาน โดยมีช่องทางในการจัดจำหน่ายในรูปแบบของการเปิดร้านจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย และในเทศกาลงานต่างๆ เช่น งานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และงานกาชาดมะขามหวานจังหวัดเพชรบูรณ์ เป็นต้น



ภาพที่ 4.1 ถาดใส่ผลไม้

ถาดใส่ผลไม้ มีรูปร่างเป็นวงกลม ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 25 เซนติเมตร วางกับพื้นแบบปกติ สูง 6 เซนติเมตร ราคา ขายส่ง 250 บาท ขายปลีก 350 บาท



ภาพที่ 4.2 โคมไฟแบบตั้งโต๊ะ

โคมไฟแบบตั้งโต๊ะ มีรูปร่างเป็นวงกลม ขนาด ความกว้าง 20 เซนติเมตร ความยาว 25 เซนติเมตร วางกับพื้นแบบปกติ สูง 55 เซนติเมตร ราคา ขายส่ง 2,000 บาท ขายปลีก 3,000 บาท

สินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วยเป็นสินค้าที่ผู้ซื้อต้องการที่จะซื้อมากลับไปใช้เองหรือฝากเพื่อนร่วมงาน เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในด้านต่างๆ จึงควรมีบรรจุภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่น เพื่อสร้างจุดจดจำให้แก่ผู้ซื้อ และช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้า คู่มือราคา สวยงาม

1.3 ผลสำรวจวิเคราะห์ข้อมูลจากการสำรวจสินค้าบรรจุภัณฑ์และสภาพท้องถิ่น

โดยการสำรวจเกี่ยวกับ ช่องทางการจัดจำหน่ายตลอดจนสภาพท้องถิ่น ของกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับบนบรรจุภัณฑ์เดิมดังต่อไปนี้

1.3.1 ข้อมูลจากการสำรวจสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ประเภท ถาดผลไม้

วิธีการบรรจุ

สินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย บรรจุโดยใช้แรงงานคน 1 คน ไม่มีเครื่องจักรช่วยในการบรรจุและมีการใช้บรรจุภัณฑ์ตามขนาดของ **ถาดใส่ผลไม้** มีรูปร่างเป็นวงกลม ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 20 เซนติเมตร วางกับพื้นแบบปกติ สูง 6 เซนติเมตร **โคมไฟแบบตั้งโต๊ะ** มีรูปร่างเป็นวงกลม ขนาด ความกว้าง 20 เซนติเมตร ความยาว 25 เซนติเมตร วางกับพื้นแบบปกติ สูง 55 เซนติเมตร ราคา ขายส่ง 2,000 บาท ขายปลีก 3,000 บาท

1.3.2 สภาพท้องถิ่นและสภาพการจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย

จากการสำรวจพบว่า สินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ถูกวางจำหน่ายรวมกันที่ร้าน โดยสินค้าภายในร้าน สามารถแบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม คือ

1. ถาดใส่ผลไม้
2. ถาดรองภาชนะบนโต๊ะอาหาร
3. โคมไฟ

สภาพท้องถิ่นกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย

จากการสำรวจพบว่า เอกลักษณ์ที่สื่อถึงกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย มีดังนี้

1. รูปเชือกกล้วย
2. รูปเพชร
3. รูปมะขาม
4. ตราสัญลักษณ์ประจำกลุ่ม หรือ หมู่บ้าน หรือ ตำบล
5. ต้นกล้วย
6. ลายสาน

1.4 สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากาแฟกบอบรรจุภัณฑ์จากการสอบถาม การสัมภาษณ์และการสำรวจ

ผู้วิจัยสามารถสรุปการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในขั้นตอนการออกแบบกาแฟกบอบรรจุภัณฑ์ ได้ดังนี้

1. สถานภาพของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั้งเพศชายและเพศหญิงในปริมาณแตกต่างกัน เป็นกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วยและผู้ต้องการซื้อสินค้า

2. ชนิดของสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ที่กลุ่มผู้ให้ข้อมูลต้องการซื้อมากที่สุด คือ ถาดใส่ผลไม้

รองลงมา คือ โคมไฟ

3. ปริมาณการซื้อสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลมีจำนวนอยู่ในช่วง 2 ชิ้น

4. ความต้องการของผู้จำหน่ายสินค้า

ในด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้จำหน่ายต้องการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าในด้านความงาม ด้วยการเน้นภาพประกอบของสินค้าที่เหมือนจริง สีสดใสดูดี และสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย เหมาะเป็นของฝากที่ล้ำค่า

5. เกล็ดขนที่ท้องถิ่น

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับเอกลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วยที่มีปริมาณของผู้ที่เลือกเป็นลำดับแรกสูงสุด คือ รูปเชือกกล้วย

6. ลำดับความชอบของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลต้องการ ในรูปแบบสีสันทดลวดลาย เพศชายและหญิงชอบรูปแบบภาพถ่ายที่มีภาพประกอบเป็นภาพเหมือนจริง น้ำหนักของสีส่วนใหญ่ต้องการให้เป็นน้ำหนักปานกลางและใช้โทนสีโทนเย็นเพื่อแสดงถึงความเป็นธรรมชาติ

7. สาเหตุของการเสื่อมสภาพหรือเสียหายของสินค้า

- สาเหตุที่ทำให้สินค้าเสื่อมสภาพ

ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย สิ่งที่ทำให้เสื่อมสภาพ คือ ฝุ่น ทำให้เกิดความรู้สึกสกปรก ซึ่งจะทำให้สินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย เสื่อมโทรม ไม่เป็นที่สนใจต่อผู้ซื้อ

- สาเหตุที่ทำให้สินค้าเสียหาย

- ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย เกิดจากการวางจำหน่ายของสินค้าที่วางทับซ้อนกัน ทำให้บรรจุภัณฑ์เกิดการเสียรูปทรง

8. สภาพปัญหาของบรรจุภัณฑ์เดิมทางด้านการกราฟิก

- ขาดความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย
- รายละเอียดระบุไม่ครบตาม มผช. ที่กำหนด
- ขาดสัญลักษณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น สัญลักษณ์ (Recycle)

10. แนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีภาพลักษณ์เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

โดยเฉลี่ยการใช้วัสดุประเภทโฟม และนำวัสดุธรรมชาติ หรือกระดาษน้ำตาลมาใช้ในการตกแต่ง ประกอบการใช้ภาพตราสัญลักษณ์ที่แสดงถึงการเลือกใช้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อม เช่น สัญลักษณ์ของวัสดุที่นำมาใช้ที่สามารถหมุนเวียนกลับมาใช้ใหม่ได้อีก

(Recycle) เลือกใช้สีบนบรรจุภัณฑ์ที่น้อยสี ไม่ใช่สีพิเศษ เช่น สีเงิน และสีทอง เพราะมีโลหะหนักเป็นส่วนผสมควรใช้สีฐานน้ำ (Water based color)

1.5 ผลจากการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย กลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย

จากการข้อมูลจากแบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยของกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ทำให้สรุปประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยต้นแบบ โดยประเมินผลหาความเหมาะสมของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย กลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ได้ดังนี้

ตอนที่ 2 ออกแบบตราสัญลักษณ์ และ บรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย

2.1 การออกแบบตราสัญลักษณ์ และ บรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย



ภาพที่ 4.3 ตราสัญลักษณ์ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย

ตราสัญลักษณ์ ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย โดยให้ชื่อ ว่า ประกายแสง ซึ่ง ผมสมคำระหว่าง ประกาย กับ แสง คำว่า “ประกาย” ตัดทอนมาจาก มะขามพันธุ์ ประกายทอง และ ประกายเพชร คำว่า “แสง” หมายความว่า มีแสงก็มีความสว่าง รวมกันเป็น ประกายแสง หมายความว่า แสงที่ปร่งออกมาอย่างสวยงาม เป็นรัศมี เจริญรุ่งเรือง

ภาพสัญลักษณ์ ลักษณะเป็นเส้นของเชือกกล้วยม้วนพันกันในลักษณะที่เรียบร้อย โค้งม้วนเป็นรูปสัญลักษณ์ หัวใจ ซึ่งหมายถึงการหลอมรวมหัวใจของคนในชุมชน



ภาพที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย

ทำมาจากกล่องกระดาษลูกฟูก มีความแข็งแรงสามารถวางซ้อนกันได้ 5 ชั้น มีตราสัญลักษณ์อยู่บนหน้ากล่องสามารถมองเห็นชัดเจน มีราคา และวิธีใช้อย่างละเอียด ข้างกล่องยังพิมพ์ลายสานสื่อให้เห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน และมีการเจาะช่องให้สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ชัดเจน

2.2 ผลวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ

ตารางที่ 4.5 การประเมินคุณภาพบรรจุภัณฑ์ ออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ด้านกราฟิก	ระดับการ ประเมินของผู้เชี่ยวชาญ	
	ค่าเฉลี่ย	ระดับความพึงพอใจ
1. รูปภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม	4.68	ดีมากที่สุด
2. สี สัน ลวดลาย โดดเด่นสะดุดตา	4.52	ดีมากที่สุด
3. มองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างชัดเจน	4.62	ดีมากที่สุด
4. มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น	4.58	ดีมากที่สุด
5. มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ครบถ้วนและชัดเจน	4.60	ดีมากที่สุด

6. มีเครื่องหมายมาตรฐานและสัญลักษณ์ระบุไว้บนบรรจุภัณฑ์	4.64	ดับมากที่สุด
รวม	4.61	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.5 แสดงให้เห็นว่าผู้เชี่ยวชาญได้ประเมินคุณภาพบรรจุภัณฑ์ การ ออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ที่ลดผลกระทบจากเชื้อกักลัย ดังนี้

- **คุณลักษณะด้านกราฟิก**

เรียงลำดับคะแนนเฉลี่ยดังนี้ รูปภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.68) สี สัน ลวดลาย โดดเด่นสะดุดตา มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.52) มองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างชัดเจน มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.62) มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.58) มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ครบถ้วน และชัดเจน มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.60) มีเครื่องหมายมาตรฐานและสัญลักษณ์ระบุไว้บนบรรจุภัณฑ์ มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.64) ค่าเฉลี่ยโดยรวมของคุณลักษณะต่างๆทางด้านกราฟิก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.61) มีระดับคุณภาพมากที่สุด

บทที่ 5

สรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย ผู้วิจัยได้สรุปขั้นตอนของการวิจัย ไว้ดังต่อไปนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

5.1.2 แหล่งที่มาของข้อมูล

5.1.3 เครื่องมือในการวิจัย

5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1.6 ผลการวิจัย

5.2 อภิปรายผล

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

5.1.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1) เพื่อศึกษาและพัฒนากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยให้สื่อถึงภาพลักษณ์กลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย

2) เพื่อประเมินความพึงพอใจด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย

5.1.2 แหล่งที่มาของข้อมูล

โดยการกำหนดแหล่งที่มาของข้อมูลแบ่งตามขั้นตอนการศึกษาวิจัย ดังนี้

1) ขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ผู้ให้ข้อมูลจำนวน 50 คน ประกอบด้วยกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย จำนวน 20 คน และผู้ที่ต้องการซื้อสินค้า จำนวน 30 คน โดยวิธีการสุ่มโดยบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยสุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ร้านจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย

2) ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงแบบบรรจุภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ทั้งที่เป็นนักวิชาการและนักออกแบบ 3 ท่าน

3) การประเมินกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูล จำนวน 50 คน ประกอบด้วยกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย จำนวน 20 และผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย จำนวน 30 คน โดยการสุ่มบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยการสุ่มผู้ให้ข้อมูลที่ร้านจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย

5.1.3 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง “การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย” และมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัย 4 ประเภท คือ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ แบบสำรวจ ดังต่อไปนี้

1) แบบสอบถาม เพื่อใช้สำหรับศึกษาสภาพของผู้ให้ข้อมูล และความต้องการในด้านต่างๆ ของผู้ให้ข้อมูลโดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ตอน คือ

2) ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้ข้อมูล เป็นคำถามแบบตรวจสอบ (Checklist)

ตอนที่ 2 สอบถามความต้องการของผู้ให้ข้อมูลในการซื้อผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย เป็นคุณลักษณะด้านต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการให้ออกแบบ เอกลักษณ์ที่สะท้อนถึงความเป็นท้องถิ่น ข้อมูลที่ต้องการให้ระบุไว้บนบรรจุภัณฑ์ และลวดลายสีสันทันที่ต้องการให้ใส่ลงในบรรจุภัณฑ์ ด้วยแบบประเมินค่า (Scale questions) คำถามแบบเรียงลำดับ (Rank questions) คำถามที่เลือกตอบได้หลายคำตอบ (Multiple Responses)

3) แบบสัมภาษณ์ เพื่อใช้สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าของบรรจุภัณฑ์และใช้รูปแบบการสัมภาษณ์แบบเป็นมาตรฐาน (Structured interview) แบ่งออกเป็น 4 ตอน คือ

ตอนที่ 1 สอบถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ให้สัมภาษณ์ เป็นคำถามแบบเปิด (Open- end items)

ตอนที่ 2 สอบถามข้อมูลด้านการตลาดของสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย เป็นคำถามแบบเปิด

ตอนที่ 3 สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย เป็นคำถามแบบเปิด

ตอนที่ 4 สอบถามความต้องการของผู้จำหน่ายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย เป็นคำถามแบบเปิด

4) แบบสำรวจ เพื่อใช้สำรวจข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย และสภาพท้องถิ่นของกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย

5.1.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์

- สอบถามความต้องการของผู้ให้ข้อมูล
- สอบถามข้อมูลจากผู้จำหน่าย
 - สำรวจข้อมูลเบื้องต้นเกี่ยวกับสินค้า บรรจุภัณฑ์ และสภาพท้องถิ่นของกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย

2. ขั้นตอนการพัฒนาปรับปรุงกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

- การประเมินคุณภาพของบรรจุภัณฑ์โดย ผู้เชี่ยวชาญผลงานออกแบบ

5.1.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ขั้นตอนการศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

- นำข้อมูลที่ได้จากการสอบถามความต้องการของผู้ให้ข้อมูล ทั้งผู้จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย และผู้ที่ต้องการซื้อสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย แล้วนำมาแปลผลโดยการบรรยาย

2. นำข้อมูลที่ได้จากการประเมินคุณภาพของบรรจุภัณฑ์ ของผู้เชี่ยวชาญ และความพึงพอใจของผู้ให้ข้อมูล เพื่อการประเมินผลงานออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ มาวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย และแปลผลโดยการบรรยาย

5.1.6 ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาและรวบรวมข้อมูล

ผลสรุปของการวิเคราะห์ความต้องการด้านต่างๆ ของผู้ให้ข้อมูลจำนวน 50 คน ซึ่งได้แก่ ความต้องการออกแบบปรับปรุงบรรจุภัณฑ์เดิมทางด้านกราฟิก

1) ผลวิเคราะห์ความต้องการซื้อของกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ความต้องการของผู้ให้ข้อมูลในการซื้อสินค้าคุณลักษณะด้านต่างๆ ที่ต้องการให้พัฒนาปรับปรุง และลดทอน สีส้นของบรรจุภัณฑ์ ที่ต้องการในภาพรวม คือ รูปภาพประกอบที่เป็นรูปถ่าย ที่มีภาพเหมือนจริงน้ำหนักสีเป็นสีโทนเย็น

เอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นผู้ให้ข้อมูลต้องการนำไปเป็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ตราสัญลักษณ์ประจำกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย

ชนิดของสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ที่ต้องการซื้อมากที่สุด คือ **ถาดใส่ผลไม้**

2) ผลวิเคราะห์จากการสำรวจข้อมูลจากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย

จากการสำรวจข้อมูลของสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย พบว่ามีชนิดของสินค้าที่ต้องการให้พัฒนาทางด้านกราฟิก ดังนี้ สินค้า **ถาดใส่ผลไม้ , โคมไฟแบบตั้งโต๊ะ และ โคมไฟแขวน** ผู้วิจัยจึงนำสินค้าทั้ง 3 ชนิดนี้มาศึกษาข้อมูลในรายละเอียด เพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ต่อไป

จากการสัมภาษณ์ผู้จำหน่ายสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วยสรุปได้ว่าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย เป็นเอกลักษณ์ประจำท้องถิ่นที่แตกต่างจากท้องถิ่นอื่นๆ มีการจัดวางตามชนิดของสินค้าเพื่อสะดวกในการจัดจำหน่าย สินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย จึงเป็นสินค้าประจำจังหวัด คนส่วนใหญ่ที่ได้มีโอกาสเข้ามาเที่ยวในจังหวัดเพชรบูรณ์มักจะซื้อสินค้าประเภท **ถาดใส่ผลไม้** กลับไปใช้เอง หรือเป็นของฝากให้เพื่อนร่วมงาน โดยมีช่องทางในการจัดจำหน่ายในรูปแบบของการเปิดร้านจำหน่ายสินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย และในเทศกาลงานต่างๆ เช่น งานหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์และงานกาชาดมะขามหวานจังหวัดเพชรบูรณ์

3) ผลวิเคราะห์จากการสำรวจสินค้า บรรจุภัณฑ์และสภาพท้องถิ่น

โดยการสำรวจเกี่ยวกับ มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ ข้อมูลจากการสำรวจสินค้า หัตถกรรมจากเชือกกล้วย มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อรองรับการพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์สินค้าหัตถกรรมจากเชือกกล้วย บรรจุโดยใช้แรงงานคน 1 คน ไม่มีเครื่องจักรช่วยในการบรรจุและมีการใช้บรรจุภัณฑ์ตามขนาดของ **ถาดใส่ผลไม้** มีรูปร่างเป็นวงกลม ขนาดเส้นผ่านศูนย์กลาง 25 เซนติเมตร วางกับพื้นแบบปกติ สูง 6 เซนติเมตร ราคา ขายส่ง 250 บาท ขายปลีก 350 บาท **โคมไฟแบบตั้งโต๊ะ** มีรูปร่างเป็นวงกลม ขนาด ความกว้าง 20 เซนติเมตร ความยาว 25 เซนติเมตร วางกับพื้นแบบปกติ สูง 55 เซนติเมตร ราคา ขายส่ง 2,000 บาท ขายปลีก 3,000 บาท หลังจากนั้นนำใส่ลงถุงพลาสติกแล้วจึงนำไปใส่ลงกล่องบรรจุภัณฑ์

4) ผลการพัฒนาแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

นำข้อมูลจากการสรุปการศึกษาแนวทางการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ มาใช้กำหนดเป็นแนวคิดในการออกแบบทางด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สรุปได้ดังนี้

บรรจุภัณฑ์ ลักษณะเด่นของผลงาน ภาพประกอบที่ใช้เป็นแบบภาพถ่ายเหมือนจริง ทำให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พื้นหลัง เป็นสีน้ำตาล จัดอยู่ในสีโทนร้อน คือ สีที่ให้ความรู้สึกเร้าร้อน กระฉับกระเฉง ตัวหนังสืออ่านง่าย เครื่องหมายและตราสัญลักษณ์ครบถ้วน มีช่องสำหรับโชว์ผลิตภัณฑ์เป็นลายไทยสอดคล้องกับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นสินค้าได้ชัดเจน

5.1.7 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนการประเมินผลงานออกแบบ

เพื่อประเมิน การประเมินคุณภาพบรรจุภัณฑ์ ออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน

2) รูปภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.68) สี สัน ลวดลาย โดดเด่นสะดุดตา มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.52) มองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างชัดเจน มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.62) มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.58) มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ครบถ้วน และชัดเจน มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.60) มีเครื่องหมายมาตรฐานและสัญลักษณ์ระบุไว้บนบรรจุภัณฑ์ มีคุณภาพในระดับมากที่สุด (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.64) ค่าเฉลี่ยโดยรวมของคุณลักษณะต่างๆทางด้านกราฟิก (ค่าคะแนนเฉลี่ย 4.61) มีระดับคุณภาพมากที่สุด

5.2 อภิปรายผล

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

จากการศึกษาและพัฒนากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ผู้วิจัยได้ จัดทำขึ้นเพื่อศึกษา ออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยให้สามารถสื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วยได้อย่างชัดเจน สวยงาม โดดเด่นเป็นที่สะดุดตาต่อผู้ที่ต้องการซื้อสินค้า

โดยกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่นั้น ยังสามารถมองเห็นสินค้าที่อยู่ภายในได้อย่างชัดเจน เนื่องจากมีช่องโชว์ผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดใหญ่ จึงทำให้เห็นสินค้าที่อยู่ภายในได้อย่างชัดเจน มีเอกลักษณ์ท้องถิ่น มีเครื่องหมายมาตรฐานและสัญลักษณ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมคือ สัญลักษณ์ (Recycle) มีข้อมูลที่เป็นประโยชน์ครบถ้วนและชัดเจน

ผลการประเมินหาประสิทธิภาพ ทางด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยของกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ได้ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ผลการประเมิน ประสิทธิภาพ โดยภาพรวม (ค่าคะแนนเฉลี่ยรวม 4.61) ผลการประเมิน อยู่ในระดับมากที่สุด

5.3 ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาและออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย กลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลวิจัยไปใช้ และเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป ดังนี้

5.3.1 ข้อเสนอแนะเพื่อการนำผลการวิจัยไปใช้

โดยการแบ่งระดับการใช้ประโยชน์การนำผลการวิจัยไปใช้เป็น 2 ระดับ ดังนี้

1) การนำผลวิจัยไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าต่างๆ สำหรับกลุ่มสินค้าของฝากประจำท้องถิ่นต่างๆ

ผู้ประกอบการในกลุ่มสินค้าของฝากส่วนใหญ่ มักมีค่านิยมที่มุ่งมั่นให้เน้น ให้สินค้าของตนมีความโดดเด่นด้วยการใช้โทนสีที่ฉูดฉาด และใช้สีที่ตัดกันอย่างรุนแรงเพียงเพื่อเรียกร้องความสนใจของผู้ซื้อ และผลักให้สินค้าของตนเองโดดเด่นกว่าสินค้าชนิดอื่นที่วางจำหน่ายอยู่ด้วยกัน แต่ผลที่ได้รับกลับกลายเป็นความล้มเหลวในด้านยอดขาย เพราะสินค้าบางกลุ่ม เช่น สินค้าประเภทอาหาร การใช้สีที่รุนแรงมีผลต่อความรู้สึกไม่ปลอดภัยในการนำมาบริโภคโดยเฉพาะการซื้อเพื่อนำไปเป็นของฝากนั้น ผู้ซื้อไม่ได้ซื้อไปบริโภคเองดังนั้นจึงต้องคำนึงถึงความสวยงาม อย่างมีรสนิยมในรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่คู่ควรและเหมาะสมกับผู้รับฝากด้วย จึงสามารถช่วยแก้ปัญหาโดยเฉพาะในด้านการตลาดให้สินค้าในทุกท้องถิ่นที่ประสบอยู่ได้อย่างยั่งยืนมากกว่าการแก้ปัญหาด้วยการปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์แบบลองผิดลองถูกไปเรื่อยๆ จนผู้ซื้อสับสนอย่างสำหรับผู้ประกอบการหลายรายประสบปัญหาอยู่

2) การนำผลการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วยสำหรับกลุ่มหัตถกรรมจากเชือกกล้วย ของจังหวัดเพชรบูรณ์

5.3.2 ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยต่อไป

บทบาทหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ทั้งในด้านการใช้งานและด้านการตลาด สามารถเปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการของผู้บริโภคและกระแสของเทคโนโลยีได้ตลอดเวลา

การใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อเป็นเครื่องมือในการจำหน่ายสินค้า จำเป็นต้องศึกษาการเปลี่ยนแปลงไปของแต่ละปัจจัยที่เกี่ยวข้องอยู่เสมอ เพราะหน้าที่สำคัญของบรรจุภัณฑ์ คือ การทำให้น่าสนใจผู้บริโภคให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างรวดเร็วอย่างไม่ลังเล

ผลงานวิจัยในครั้งนี้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้เพราะพื้นที่หนึ่ง ในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้นการศึกษาในเชิงลึกของแต่ละปัจจัยที่เกี่ยวข้องในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของแต่ละพื้นที่ เช่น ศิลปวัฒนธรรม ตลอดจนภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่น่าสนใจและมีเสน่ห์ที่แตกต่างกัน

ผลสรุปที่ได้ สามารถนำไปประยุกต์ใช้ประโยชน์จริงกับสินค้าจากชุมชนนั้นๆ โดยเฉพาะสินค้าในโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ เพื่อให้สินค้าของฝากจากชุมชนมีบรรจุภัณฑ์ที่ได้มาตรฐาน เป็นที่ยอมรับ ตรงตามความต้องการที่แท้จริงของผู้ซื้อมากยิ่งขึ้นโดยผู้สนใจสามารถนำรูปแบบในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสินค้าของฝากในกลุ่มอื่นๆ หรือท้องถิ่นอื่นๆ ได้อย่างกว้างขวางต่อไป

บรรณานุกรม

- กลุ่มสตรีทอผ้าบ้านวังด่าน ต.คลองกระจิง อ.ศรีเทพ จ.เพชรบูรณ์ .ประวัติ และข้อมูลของกลุ่ม
สตรีทอผ้าบ้านวังด่าน.
- ขุนแผน ตุ่มทองคำ.2549.การออกแบบตราสัญลักษณ์บรรจุภัณฑ์ขนมจีนสุภาพหล่มเก่า.
มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- จิตรพร ลีละวัฒน์. 2548.บรรจุภัณฑ์ศาสตร์และศิลป์ในการเพิ่มมูลค่าสินค้าอาหารให้กับ
รัฐวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม.
- ชัยรัตน์ อัสวาทกุล. 2548. ออกแบบให้โดนใจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :วิฑูรย์บุ๊คส์
- ทิวา แก้วเสริม. 2555. จากรายงานการวิจัยเรื่องการออกแบบทดลองสร้างผลิตภัณฑ์จากกากกล้วย
โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน. มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์.
- นิรัช สุดสังข์ . การวิจัย การออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม.กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียนสโตร์.
2548
- ประชิด ทิณบุตร. การออกแบบกราฟิก .กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์, 2530
- ประชิด ทิณบุตร. การออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ: โอ.เอส.พรีนติ้งเฮาส์, 2531
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ. บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ: แพคเมทส์, 2541
- พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. 2545. วิธีวิทยาการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย
- ศูนย์ความเป็นเลิศเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (XCEP).2552.การออกแบบ+
สิ่งแวดล้อม. กรุงเทพฯ:ศูนย์ความเป็นเลิศเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม.
- ศูนย์บรรจุหีบห่อไทย สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. รายการบริการ
ทดสอบวัสดุปะบรรจุภัณฑ์.กรุงเทพฯ : 2548
- สีห์ภูมิ ศรีโสภา. การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของฝากสำหรับผลิตภัณฑ์ปลาช่อนแปรรูปจังหวัด
สิงห์บุรี.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารศาสตรบัณฑิตสาขาเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม สถาบัน
เทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง, 2548
- วิรุณ ตั้งเจริญ.2531. ออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์วิมวอล อาร์ต

ภาคผนวก

ภาคผนวก ก
เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

เรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย

โดยนายทิวา แก้วเสริม และคณะ

สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีการเกษตร

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดใส่เครื่องหมาย ☒ ลงใน ☐ ที่ตรงตามความเป็นจริง

1.1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

☐ กลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย ☐ ผู้ต้องการซื้อสินค้า

1.2 เพศ

☐ ชาย ☐ หญิง

ตอนที่ 2 ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

2.1 ท่านคิดว่าสิ่งใดต่อไปนี้สะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วยที่แตกต่างจากท้องถิ่นอื่นได้อย่างชัดเจนมากที่สุด (จัดลำดับโดยใส่หมายเลข 1- 3 ให้หมายเลข 1 เท่ากับลำดับแรกสะท้อนความเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย มากที่สุด)

[.....] ตราสัญลักษณ์ประจำกลุ่ม หรือ หมู่บ้าน หรือ ตำบล

[.....] รูปเพชร

[.....] รูปมะขาม

[.....] รูปเชือกกล้วย

[.....] ต้นกล้วย

[.....] ลายสาน

2.2 ท่านต้องการให้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย ในด้านต่างๆ นี้ ในระดับใด

คุณลักษณะของบรรจุภัณฑ์ด้านต่างๆที่ต้องการให้พัฒนา	ระดับความต้องการ				
	5	4	3	2	1
1. ภาพประกอบ (แบบรูปถ่าย)					
2. ภาพประกอบ (แบบภาพเขียน)					
3. สีที่ใช้ควรเป็นสีโทนร้อน ซึ่งได้แก่ สีเหลือง สีชมพู สีแดง สีส้ม สีม่วง และสีน้ำตาล					
4. สีที่ใช้ควรเป็นสีโทนเย็น ซึ่งได้แก่ สีเทา สีฟ้า สีน้ำเงิน และสีเขียว					
5. ลวดลายที่ใช้ควรเป็นแบบธรรมชาติ					
6. ลวดลายที่ใช้ควรเป็นแบบอิสระ					
7. ตัวอักษรชัดเจนในการอ่าน					
8. มีการแสดงเครื่องหมายครบถ้วน					

ขอขอบพระคุณทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามครั้งนี้

แบบประเมินผลงานออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย โดยผู้เชี่ยวชาญ

เรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย

โดยนายทิวา แก้วเสริม และคณะ

สาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม คณะเทคโนโลยีการเกษตร

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

บรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย : แนวทางเลือกที่ 1

แนวความคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย : แนวทางเลือกที่ 1
แนวความคิดในการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ลวดลายบนบรรจุภัณฑ์เป็นแบบลายเส้น ให้ความรู้สึกพลิ้วไหว อ่อนช้อย ภาพประกอบที่ใช้เป็นภาพถ่ายเหมือนจริง ทำให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พื้นหลัง เป็นสีส้ม จัดอยู่ในสีโทนร้อน คือ สีที่ให้ความหมาย รื่นเริง สดชื่น อุดมคติ ตัวหนังสืออ่านง่าย เครื่องหมายและตราสัญลักษณ์ครบถ้วน มีช่องสำหรับโชว์ผลิตภัณฑ์เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นสินค้าได้ชัดเจน

ความพึงพอใจคุณลักษณะต่างๆ ในด้านกราฟิกของบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย	ระดับความพึงพอใจในแนวทางที่ 1				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม					
2. สีเส้น ลวดลาย โดดเด่นสะดุดตา					
3. มองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างชัดเจน					
4. มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น					
5. มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ครบถ้วนและชัดเจน					
6. มีเครื่องหมายมาตรฐานและสัญลักษณ์ระบุไว้บนบรรจุภัณฑ์					

บรรจุกฎบัตรและตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย : แนวทางเลือกที่ 2

แนวความคิดในการออกแบบบรรจุกฎบัตร ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย : แนวทางเลือกที่ 2 แนวความคิดการออกแบบกราฟิกบนบรรจุกฎบัตร ภาพประกอบที่ใช้เป็นแบบภาพถ่ายเหมือนจริง ทำให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พื้นหลัง เป็นสีเขียว จัดอยู่ในสีโทนเย็น คือ สีที่ให้ความหมาย สะอาด และเย็นสบาย เป็นธรรมชาติ ตัวหนังสืออ่านง่าย เครื่องหมายและตราสัญลักษณ์ครบถ้วน มีช่องสำหรับโชว์ผลิตภัณฑ์เป็นรูปกล้วย เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นสินค้าได้ชัดเจน

ความพึงพอใจคุณลักษณะต่างๆ ในด้านกราฟิกของบรรจุกฎบัตรผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย	ระดับความพึงพอใจในแนวทางที่ 2				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปภาพประกอบบนบรรจุกฎบัตรมีความเหมาะสม					
2. สี สัน ลวดลาย โดดเด่นสะดุดตา					
3. มองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างชัดเจน					
4. มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น					
5. มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ครบถ้วนและชัดเจน					
6. มีเครื่องหมายมาตรฐานและสัญลักษณ์ระบุไว้บนบรรจุกฎบัตร					

บรรจุก๊าซและตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย : แนวทางเลือกที่ 3

แนวความคิดในการออกแบบบรรจุก๊าซ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย : แนวทางเลือกที่ 3 แนวความคิดการออกแบบกราฟิกบนบรรจุก๊าซ ภาพประกอบที่ใช้เป็นแบบภาพถ่ายเหมือนจริง ทำให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พื้นหลัง เป็นสีน้ำตาล จัดอยู่ในสีโทนร้อน คือ สีที่ให้ความรู้สึกเร้าร้อน กระฉับกระเฉง ตัวหนังสืออ่านง่าย เครื่องหมายและตราสัญลักษณ์ครบถ้วน มีช่องสำหรับโชว์ผลิตภัณฑ์เป็นลายไทยสอดคล้องกับกราฟิกบนบรรจุก๊าซ เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นสินค้าได้ชัดเจน

ความพึงพอใจคุณลักษณะต่างๆ ในด้านกราฟิกของบรรจุก๊าซหัตถกรรมเชือกกล้วย	ระดับความพึงพอใจในแนวทางที่ 3				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปภาพประกอบบนบรรจุก๊าซมีความเหมาะสม					
2. สี สัน ลวดลาย โดดเด่นสะดุดตา					
3. มองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างชัดเจน					
4. มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น					
5. มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ครบถ้วนและชัดเจน					
6. มีเครื่องหมายมาตรฐานและสัญลักษณ์ระบุไว้บนบรรจุก๊าซ					

บรรจุกฎบัตรและตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย : แนวทางเลือกที่ 4

แนวความคิดในการออกแบบบรรจุกฎบัตร ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย : แนวทางเลือกที่ 4 แนวความคิดการออกแบบกราฟิกบนบรรจุกฎบัตร ภาพประกอบที่ใช้เป็นแบบภาพถ่ายเหมือนจริง ทำให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พื้นหลัง เป็นสีสีจาง (สีอ่อน) Light Colors ให้ความหมายที่ดูอ่อนโยน เบาหวานเหมือนคลื่นเมฆหรือปุ๋ยฝ่ายช่วยทำให้พื้นที่แคบดูให้กว้างขึ้น เครื่องหมายและตราสัญลักษณ์ครบถ้วน มีช่องสำหรับโชว์ผลิตภัณฑ์เป็นลายไทยสอดคล้องกับกราฟิกบนบรรจุกฎบัตร เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นสินค้าได้ชัดเจน

ความพึงพอใจคุณลักษณะต่างๆ ในด้านกราฟิกของบรรจุกฎบัตรหัตถกรรมเชือกกล้วย	ระดับความพึงพอใจในแนวทางที่ 4				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปภาพประกอบบนบรรจุกฎบัตรมีความเหมาะสม					
2. สีสันท ลวดลาย โดดเด่นสะดุดตา					
3. มองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างชัดเจน					
4. มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น					
5. มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ครบถ้วนและชัดเจน					
6. มีเครื่องหมายมาตรฐานและสัญลักษณ์ระบุไว้บนบรรจุกฎบัตร					

บรรจุกฎบัตรและตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย : แนวทางเลือกที่ 5

แนวความคิดในการออกแบบบรรจุกฎบัตร ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย : แนวทางเลือกที่ 5 แนวความคิดการออกแบบกราฟิกบนบรรจุกฎบัตร ภาพประกอบที่ใช้เป็นแบบภาพถ่ายเหมือนจริงทำให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พื้นหลัง เป็นสีชมพูและสีเขียว จัดอยู่ในสีโทนเย็นให้ความรู้สึก สงบ สะอาด เย็นสบาย เครื่องหมายและตราสัญลักษณ์ครบถ้วน มีช่องสำหรับชื่อผลิตภัณฑ์ สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นสินค้าได้ชัดเจน

ความพึงพอใจคุณลักษณะต่างๆ ในด้านกราฟิกของบรรจุกฎบัตรผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย	ระดับความพึงพอใจในแนวทางที่ 5				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปภาพประกอบบนบรรจุกฎบัตรมีความเหมาะสม					
2. สี สัน ลวดลาย โดดเด่นสะดุดตา					
3. มองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างชัดเจน					
4. มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น					
5. มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ครบถ้วนและชัดเจน					
6. มีเครื่องหมายมาตรฐานและสัญลักษณ์ระบุไว้บนบรรจุกฎบัตร					

บรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย : แนวทางเลือกที่ 6

แนวความคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย : แนวทางเลือกที่ 6 แนวความคิดการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ภาพประกอบที่ใช้เป็นแบบภาพถ่ายเหมือนจริง ทำให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน พื้นหลัง เป็นสีเขียว จัดอยู่ในสีโทนเย็นให้ความรู้สึก สงบ สะอาด เย็นสบาย เป็นธรรมชาติ มีเครื่องหมายและตราสัญลักษณ์ครบถ้วน มีช่องสำหรับโชว์ผลิตภัณฑ์ เป็นรูปดอกมะขาม สื่อถึงความเป็นเอกลักษณ์ประจำจังหวัดได้เป็นอย่างดี เพื่อให้ผู้บริโภคได้เห็นสินค้าได้ชัดเจน

ความพึงพอใจคุณลักษณะต่างๆ ในด้านกราฟิกของบรรจุ ภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย	ระดับความพึงพอใจในแนวทางที่ 6				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
1. รูปภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม					
2. สี สัน ลวดลาย โดดเด่นสะดุดตา					
3. มองเห็นผลิตภัณฑ์ภายในได้อย่างชัดเจน					
4. มีลักษณะเฉพาะของท้องถิ่น					
5. มีการนำเสนอข้อมูลที่เป็นประโยชน์ครบถ้วนและชัดเจน					
6. มีเครื่องหมายมาตรฐานและสัญลักษณ์ระบุไว้บนบรรจุภัณฑ์					

ตอนที่ 2 บรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย 6 แนวทาง และข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

2.1 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ในแนวทางใด ที่ท่านคิดว่าจะมีความเหมาะสมที่จะนำไปทำการผลิตเพื่อนำไปพัฒนากราฟิกบน บรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หัตถกรรมเชือกกล้วย มากที่สุด
(จัดลำดับโดยใส่หมายเลข 1 - 6 ลงในช่องว่าง, ให้หมายเลข 1 = มีความเหมาะสมเป็นลำดับแรก)

[.....] แนวทางที่ 1 [.....] แนวทางที่ 2 [.....] แนวทางที่ 3
[.....] แนวทางที่ 4 [.....] แนวทางที่ 5 [.....] แนวทางที่ 6

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงเพิ่มเติม

แนวทางที่ 1.....
.....
.....
แนวทางที่ 2.....
.....
.....
แนวทางที่ 3.....
.....
.....
แนวทางที่ 4.....
.....
.....
แนวทางที่ 5.....
.....
.....
แนวทางที่ 6.....
.....
.....

ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญทุกท่านที่ให้ความกรุณาในการตอบแบบประเมินผลงานออกแบบกราฟิกบน
บรรจุภัณฑ์ครั้งนี้

ภาคผนวก ข



ภาพที่ ข. 1 ตราสัญลักษณ์ของมูลนิธิที่ดัดแปลงจากเชือกกล้วย



ภาพที่ ข. 2 บรรจุภัณฑ์ ของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมจากเชือกกล้วย



แนวความคิดในการออกแบบ : รูปภาพประกอบเป็นภาพเหมือนจริง ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ของจังหวัดเพชรบูรณ์ ทำมาจากกล่องกระดาษลูกฟูก มีความแข็งแรงสามารถวางซ้อนกันได้ 5 ชั้น มีตราสัญลักษณ์ อยู่บนหน้ากล่องสามารถมองเห็นชัดเจน มีราคา และวิธีใช้อย่างละเอียด ข้างกล่องยังพิมพ์ลายสานสื่อให้เห็นผลิตภัณฑ์ที่อยู่ด้านใน และมีการเจาะช่องให้สามารถมองเห็นผลิตภัณฑ์ชัดเจน

ภาคผนวก ค

ขั้นตอนการสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์

- ภาพกิจกรรม - ออกแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์
- คัดเลือกแบบ
 - สร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์

ภาพกิจกรรมตรวจสอบคุณภาพผลิตภัณฑ์ โดยผู้เชี่ยวชาญ

ภาพกิจกรรมจัดแสดงผลงาน

ขั้นตอนการสร้างต้นแบบบรรจุภัณฑ์



ภาพแสดง ต้นแบบผลิตภัณฑ์ภัณฑ์



ภาพแสดงกิจกรรมการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ภัณฑ์ เพื่อทำบรรจุภัณฑ์ก่อนการสร้างต้นแบบ



ภาพแสดงกิจกรรมการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ภัณฑ์ เพื่อทำบรรจุภัณฑ์ก่อนการสร้างต้นแบบ



ภาพแสดงกิจกรรมการคัดเลือกผลิตภัณฑ์ภัณฑ์ เพื่อทำบรรจุภัณฑ์ก่อนการสร้างต้นแบบ



ภาพแสดงกิจกรรมสาธิตการประกอบผลิตภัณฑ์ ก่อนนำลงกล่องบรรจุภัณฑ์



ภาพแสดงกิจกรรมสาธิตการประกอบผลิตภัณฑ์ ก่อนนำลงกล่องบรรจุภัณฑ์

ภาพแสดงกิจกรรมกลุ่ม ร่วมกันหาแนวคิดบรรจุภัณฑ์



ภาพแสดงกิจกรรมกลุ่ม ร่วมกันหาแนวคิด ร่างแบบ ตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์



ภาพแสดงกิจกรรมกลุ่ม ร่วมกันหาแนวคิด ร่างแบบ บรรจุภัณฑ์ก่อนการสร้างต้นแบบ

ภาพกิจกรรมจัดแสดงผลงาน



กิจกรรมจัดแสดงผลงาน วันที่ 27-28 มกราคม 2559 ณ งานมะขามหวานจังหวัดเพชรบูรณ์



กิจกรรมจัดแสดงผลงาน วันที่ 27-28 มกราคม 2559 ณ งานมะขามหวานจังหวัดเพชรบูรณ์

ภาพกิจกรรม ถ่ายทอดผลงานวิจัย / เทคโนโลยีสู่กลุ่มเป้าหมายและได้รับการรับรอง
การใช้ประโยชน์จากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง



กิจกรรม โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเชือกกล้วย
ชุมชน ต.นาป่า อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ วันที่ 9-10 กรกฎาคม 2558



กิจกรรม โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์จากเชือกกล้วย
ชุมชน ต.นาป่า อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ วันที่ 9-10 กรกฎาคม 2558



กิจกรรม โครงการบริการวิชาการการออกพื้นที่ให้บริการคลินิกเทคโนโลยี
โรงเรียนเมืองราดวิทยาคม ต.นาซำ อ.หล่มเก่า จ.เพชรบูรณ์ วันที่ 3-4 กุมภาพันธ์ 2559



กิจกรรม โครงการบริการวิชาการการออกพื้นที่ให้บริการคลินิกเทคโนโลยี
โรงเรียนเมืองราดวิทยาคม ต.นาซำ อ.หล่มเก่า จ.เพชรบูรณ์ วันที่ 3-4 กุมภาพันธ์ 2559



กิจกรรม โครงการบริการวิชาการการออกพื้นที่ให้บริการคลินิกเทคโนโลยี
โรงเรียนเมืองราดวิทยาคม ต.นาซำ อ.หล่มเก่า จ.เพชรบูรณ์ วันที่ 3-4 กุมภาพันธ์ 2559



กิจกรรม โครงการบริการวิชาการการออกพื้นที่ให้บริการคลินิกเทคโนโลยี
โรงเรียนบ้านวังโบสถ์ ต.วังโบสถ์ อ.หนองไผ่ จ.เพชรบูรณ์ วันที่ 15-16 กุมภาพันธ์ 2559



กิจกรรม โครงการบริการวิชาการการออกพื้นที่ให้บริการคลินิกเทคโนโลยี
โรงเรียนบ้านวังโบสถ์ ต.วังโบสถ์ อ.หนองไผ่ จ.เพชรบูรณ์ วันที่ 15-16 กุมภาพันธ์ 2559



กิจกรรม โครงการบริการวิชาการการออกพื้นที่ให้บริการคลินิกเทคโนโลยี
โรงเรียนบ้านวังโบสถ์ ต.วังโบสถ์ อ.หนองไผ่ จ.เพชรบูรณ์ วันที่ 15-16 กุมภาพันธ์ 2559



กิจกรรม โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการแปรรูปเส้นใยจากเศษวัสดุทางการเกษตรเพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรม กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์ 24-25 มีนาคม 2559



กิจกรรม โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการแปรรูปเส้นใยจากเศษวัสดุทางการเกษตรเพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรม กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์ 24-25 มีนาคม 2559



กิจกรรม โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการแปรรูปเส้นใยจากเศษวัสดุทางการเกษตรเพื่อสร้างเป็นผลิตภัณฑ์หัตถกรรม กลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์หัตถกรรมในจังหวัดเพชรบูรณ์ 24-25 มีนาคม 2559



กิจกรรม โครงการอบรมเรื่อง การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์
ณ รร.เพชรบูรณ์วิทยา อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ วันที่ 23 มิถุนายน 2559



กิจกรรม โครงการอบรมเรื่อง การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์
ณ รร.เพชรบูรณ์วิทยา อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ วันที่ 23 มิถุนายน 2559



กิจกรรม โครงการอบรมเรื่อง การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์
ณ รร.เพชรบูรณ์วิทยา อ.เมือง จ.เพชรบูรณ์ วันที่ 23 มิถุนายน 2559