



การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า  
จากเส้นใยไผ่หลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์  
ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

Study and Development of Packaging for Loincloth Products Made  
From Lotus Fiber Cotton of Cotton Design Community Enterprise  
Bangtoey Sub-District Samkhok District Pathum Thani Province

กนกสิริ เรืองปราษฎ์  
KANOKSIRI RUENGPRACH

ศิลปนิพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต  
สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า  
จากเส้นใยไผ่หลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์  
ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

Study and Development of Packaging for Loincloth Products Made  
From Lotus Fiber Cotton of Cotton Design Community Enterprise  
Bangtoey Sub-District Samkhok District Pathum Thani Province

กนกสิริ เรืองปราชญ์  
KANOKSIRI RUENGPRACH

ศิลปนิพนธ์เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต  
สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์  
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

2566

ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

STUDY AND DEVELOPMENT OF PACKAGING  
FOR LOINCLOTH PRODUCTS MADE FROM LOTUS FIBER  
COTTON DESIGN COMMUNITY ENTERPRISE BANGTOEY  
SUB-DISTRICT SAMKROK DISTRICT PATHUM THANI PROVINCE

KANOKSIRI RUENGPRACH

ARTS THESIS SUBMITTED IN PARTIAL FULFILLMENT OF  
THE REQUIREMENT FOR THE DEGREE OF BACHELOR OF TECHNOLOGY  
PROGRAM IN PACKAGING DESIGN AND PRINTING  
FACULTY OF ARCHITECTURE AND DESIGN  
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY PHRA NAKHON

2023

ชื่อศิลปินพันธ์	การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
ชื่อ สกุล	กนกสิริ เรืองปราชญ์
ชื่อปริญญา	เทคโนโลยีบัณฑิต
สาขาวิชา	การออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
ปีการศึกษา	2566

### บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เพื่อพัฒนารูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ให้สามารถนำกลับมาสร้างประโยชน์ใช้สอยในรูปแบบผลิตภัณฑ์อื่นได้ และเพื่อออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ โดยใช้เทคนิคการออกแบบเป็นของขวัญ และเพื่อออกแบบแท่นจัดแสดงสินค้าให้เกิดการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและแสดงถึงเอกลักษณ์ของทางวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน และ กลุ่มผู้บริโภค หรือนักท่องเที่ยว กลุ่มผู้ที่มีความสนใจและผู้ที่สนใจในรูปแบบออนไลน์

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ศึกษา ที่ผ่านการออกแบบและพัฒนาแล้ว จำนวน 5 รูปแบบ ผลการประเมินประสิทธิภาพของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ของผู้เชี่ยวชาญพบว่า บรรจุภัณฑ์ที่ผ่านการพัฒนาแล้ว 5 รูปแบบและแท่นจัดแสดงสินค้า มีประสิทธิภาพในการใช้งานโดยเฉลี่ยอยู่ในระดับดีมาก ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ 5 ผลิตภัณฑ์ พบว่า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าฝืน ( $\bar{X} = 4.50$ , S.D. = 0.55) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เนคไท ( $\bar{X} = 4.13$ , S.D. = 0.66) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง ( $\bar{X} = 4.42$ , S.D. = 1.40) รูปแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กระเป๋า ( $\bar{X} = 4.84$ , S.D. = 0.22) รูปแบบ

บรรจุกฎเกณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ ( $\bar{x} = 4.52$ , S.D. = 0.76) ตามลำดับ และผลการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อแทนจัดแสดงสินค้า ( $\bar{x} = 4.29$ , S.D. = 0.69)



Arts Thesis Title	Study and Development of Packaging for Loincloth Products Made From Lotus Fiber Cotton of Cotton Design Community Enterprise Bangtoey Sub-District Samkhok District Pathum Thani Province
Author	Kanoksiri Ruengprach
Degree	Bachelor of Technology
Major Program	Packaging Design and Printing, Faculty of Architecture and Design
Academic Year	2023

## ABSTRACT

Subject research Study and development of packaging for loincloth products from lotus fiber cotton threads of the Cotton Design Community Enterprise, Bang Toei Subdistrict, SamKhok District, Pathum Thani Province To develop a packaging structure for loincloth products made from cotton and lotus fibers of the Cotton Design Community Enterprise so that they can be reused in the form of other products. and to design graphics on packaging for loincloth products made from lotus fiber cotton of the Cotton Design Community Enterprise. Using gift design techniques and to design a product display stand to stimulate consumer purchasing decisions and showcase the uniqueness of the Cotton Design Community Enterprise. A group of 3 experts and a group of consumers or tourists. Group of people who are interested and those who are interested in online formats.

The results of the study found that Packaging format for loincloth products made from lotus fiber cotton threads of the Cotton Design Study Community Enterprise. that have been designed and developed in 5 formats. The results of the evaluation of the efficiency of packaging formats by experts found that 5 developed packaging formats and product display stands It has average efficiency in use at a very good level. The results of evaluating consumer satisfaction with the packaging format for 5 products found that the packaging format for cloth products ( $\bar{x} = 4.50$ ,  $SD = 0.55$ ), the packaging format for necktie products ( $\bar{x} = 4.13$ ,  $SD = 0.66$ ) Cushion cover product

packaging format ( $\bar{x}$  = 4.42, SD = 1.40), Bag product packaging format ( $\bar{x}$  = 4.84, SD = 0.22), Headdress product packaging format ( $\bar{x}$  = 4.52), SD = 0.76), respectively, and the results of evaluating consumer satisfaction with product display stands ( $\bar{x}$  = 4.29, SD = 0.69).



## กิตติกรรมประกาศ

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดีจาก อาจารย์ ดร.ธานี สุคนธ์ชาติ อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์ ผู้ให้ความกรุณาในการให้คำปรึกษา แนะนำ และแก้ไขข้อบกพร่องในการทำศิลปนิพนธ์ จนเสร็จสมบูรณ์ ผู้วิจัยขอกราบขอบพระคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

ขอกราบขอบพระคุณคณะกรรมการสอบศิลปนิพนธ์ทุกท่าน ที่กรุณาใช้เวลาในการเข้าร่วมเป็นกรรมการสอบศิลปนิพนธ์ในครั้งนี้พร้อมทั้งให้คำแนะนำในการแก้ไขส่วนที่บกพร่อง เพื่อให้ศิลปนิพนธ์เล่มนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ คณาจารย์ในคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ทุกท่านที่ได้ประสิทธิ์ประสาทวิชาความรู้ให้เป็นอย่างดี

ขอขอบพระคุณ ผู้เชี่ยวชาญที่ให้ความอนุเคราะห์ ให้สัมภาษณ์เชิงลึก และ ประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ และชั้นจัดแสดงสินค้า

ขอขอบพระคุณเจ้าหน้าที่ฝ่ายวิชาการและวิจัย คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ ที่ช่วยประสานงานจัดทำเอกสารราชการสำหรับการทำวิจัยเพื่อส่งไปยังกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตลอดจนส่วนงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย

ขอขอบพระคุณ คุณวรเทพ ลิมตียะโยธิน ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลต่าง ๆ อันเป็นประโยชน์ต่อการวิจัย รวมถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวและผู้สนใจในผลิตภัณฑ์ชุมชน ทุกท่านที่ให้ความร่วมมือในการตอบแบบสอบถาม จนทำให้งานวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี

ขอขอบพระคุณ บริษัท ไทยเบฟเวอเรจ จำกัด (มหาชน) ที่สนับสนุนทุนเพื่อการวิจัยภายใต้โครงการ Creative Young Designers เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทอมือ

ท้ายที่สุด ขอกราบขอบพระคุณครู อาจารย์ ทั้งในอดีตและปัจจุบัน รวมถึงผู้ให้ความสว่างทางปัญญา ผู้มีพระคุณทุกท่าน ครอบครัวที่มีให้ทั้งแรงกาย กำลังใจและกำลังใจที่ส่งเสริมเลี้ยงดูจนจบกระทั่งมีวันนี้ รวมถึงเพื่อน ๆ สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ รุ่นที่ 63 ที่ให้ความช่วยเหลือ และให้กำลังใจ ทำให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้สำเร็จได้ด้วยดี



## สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	(ก)
Abstract	(ค)
กิตติกรรมประกาศ	(จ)
สารบัญ	(ฉ)
สารบัญต่าง	(ณ)
สารบัญภาพ	(ญ)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย	4
1.3 ที่มาและความสำคัญของปัญหา	5
1.4 แนวทางการแก้ปัญหา	5
1.5 ขอบเขตการศึกษาข้อมูลของงานวิจัย	5
1.6 กรอบแนวความคิดในการวิจัย	9
1.7 วิธีการดำเนินงานวิจัย	9
1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	11
1.9 นิยามศัพท์	12
1.10 คำสำคัญ	12
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	13
2.1 ศึกษาความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไฮน์	13
2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ	15
2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์และเทคนิคการออกแบบ	23
2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือ	30
2.5 ศึกษาข้อมูลจิตวิทยาสีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์	34

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า	
2.6	ศึกษาข้อมูลสรีรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์	38
2.7	ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีการพิมพ์และการผลิตบรรจุภัณฑ์	40
2.8	ศึกษาข้อมูลการตลาดสมัยใหม่และพฤติกรรมผู้บริโภค	45
2.9	ศึกษาหลักการออกแบบแทนจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ	51
2.10	ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการทดสอบความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค	57
2.11	ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	59
บทที่ 3	วิธีดำเนินงานวิจัย	65
3.1	การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	65
3.2	การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย	70
3.3	การเก็บรวบรวมข้อมูล	74
3.4	ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	75
3.5	การวิเคราะห์ข้อมูล	75
3.6	สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	78
บทที่ 4	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล	79
4.1	ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	80
4.2	ผลการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี	84
บทที่ 5	สรุปผลและข้อเสนอแนะ	114
5.1	สรุปผลภาพรวมของการวิจัย	114
5.2	อภิปรายผลการวิจัย	116
5.3	ข้อเสนอแนะ	118
	เอกสารอ้างอิง	119
	ภาคผนวก	124
	ภาคผนวก ก ผู้เชี่ยวชาญเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกและประเมินด้านการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์	125

## สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึก และประเมินด้านการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์	128
ภาคผนวก ค เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย	132
ภาคผนวก ง การลงพื้นที่เก็บข้อมูล	166
ภาคผนวก จ ผลงานการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์	170
ประวัติการศึกษา	181



## สารบัญตาราง

ตาราง	หน้า	
2.1	หมายเลขมาตรฐานของพลาสติก	18
2.2	ตัวอย่างอิทธิพลของสติต่อจิตใจของมนุษย์	34
3.1	ตัวอย่างแสดงการแจกแจงค่าความถี่คะแนนสอบวิชาประวัติศาสตร์	76
4.1	ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม	87
4.2	ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผ้าฝืน	90
4.3	ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ในคไท	92
4.4	ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีต่อโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ปลอกหมอนอิง	94
4.5	ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อโครงสร้างบรรจุภัณฑ์กระเป๋า	96
4.6	ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ผ้าโพกศีรษะ	98
4.7	ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผ้าฝืน	100
4.8	ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ในคไท	103
4.9	ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ปลอกหมอนอิง	105
4.10	ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีต่อกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์กระเป๋า	108
4.11	ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ผ้าโพกศีรษะ	110
4.12	ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบแทนจัดแสดง	113

## สารบัญญภาพ

ภาพ	หน้า
1.1 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ นายวรวเทพ ลิ้มติยะโยธิน	3
1.2 กรอบแนวความคิด	9
2.1 ถุงประเภท PE	19
2.2 ถุงประเภท HDPE	19
2.3 ถุงประเภท PVC	20
2.4 ถุงประเภท LDPE	20
2.5 ถุงประเภท PP	21
2.6 บรรจุภัณฑ์ผ้า	22
2.7 วัฒนธรรมการห่อแบบฟูโรซิกิ	22
2.8 หมวดสัญลักษณ์การชัก	32
2.9 หมวดสัญลักษณ์การชักแห้ง	32
2.10 หมวดสัญลักษณ์สารฟอกขาว	32
2.11 หมวดสัญลักษณ์อบแห้ง	33
2.12 หมวดสัญลักษณ์การตาก	33
2.13 หมวดสัญลักษณ์การรีด	33
2.14 วรรณะสีร้อนและเย็น	35
2.15 การใช้สีเดียว	36
2.16 สีวรรณะเดียว	37
2.17 สีคู่ตรงข้าม	37
2.18 ระยะเวลาสายตา	38
2.19 สรีระการอ่าน ณ จุดขาย	39
2.20 ผลการศึกษาโอกาสถูกหยิบ ณ ความสูงที่แตกต่างกัน	39
2.21 ระยะขอบ	40
2.22 ระยะตัดตก	41
2.23 แบบกระจายรัศมี	53
2.24 แบบขึ้นบันได	54

## สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพ	หน้า
2.25 แบบปิระมิด	54
2.26 แบบซิกแซ็ก	54
2.27 แบบซ้ำซ้อน	55
2.28 แบบลำดับขั้น	55
2.29 แบบแทรกสอด	55
2.30 แบบให้เกิดความเด่น	56
3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย	75



# บทที่ 1

## บทนำ

### 1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

กระแสนิยมของผู้บริโภคที่ตื่นตัวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น พร้อมกับที่ภาครัฐก็กระตุ้นให้ผู้ผลิตปรับตัวและปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิตมากขึ้น รวมถึงมีการส่งเสริมการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Eco Design) มากขึ้นด้วยในขณะเดียวกันองค์กรพัฒนาอุตสาหกรรมแห่งสหประชาชาติ (UNIDO) ด้วยการสนับสนุนของสหภาพยุโรป ก็ได้ดำเนินการสนับสนุน “การบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืน (Sustainable Consumption and Production : SCP) ในภูมิภาคเอเชียมากขึ้น โดยมุ่งหวังให้ทั้งผู้บริโภคและผู้ผลิตปรับตัวเพื่อการพัฒนาอย่างยั่งยืนในส่วนของประเทศไทยก็ได้จัดทำหลักเกณฑ์เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (Green Product) ที่มีความเข้มงวด เพื่อให้ผู้บริโภคมั่นใจในการเลือกซื้อและเป็นทางเลือกเพื่อการบริโภคที่ยั่งยืน (วิฑูรย์ สิมะโชคดี, 2555) สอดคล้องกับแนวโน้ม “กระแสสีเขียว” ที่มีมากขึ้นสืบเนื่องจากที่ในปัจจุบันโลกมีการพัฒนาจนเกินขีดความสามารถในการรองรับของธรรมชาติ ทำให้หลายภาคส่วนต้องมาร่วมกันดำเนินการให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนเพื่อลดภาระให้สิ่งแวดล้อมที่นับวันจะมีแนวโน้มแย่ลง สำหรับในประเทศไทย THAILAND 4.0 จึงเป็นการขับเคลื่อนประเทศการผลิตและการบริโภคที่ยั่งยืน กระแสสีเขียวได้แทรกเข้าไปอยู่ในหลายส่วน ทั้งกระบวนการผลิต การออกแบบ การให้บริการ และในตัวของสินค้าเอง การปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ให้เหมาะสมเพื่อที่จะยกระดับกระแสสีเขียวสู่ “สีเขียวแห่งความยั่งยืน” โดยผ่านการยกระดับของการบริโภคผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม, 2561)

ผ้าเส้นใยบัวหลวงนี้เป็นผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่เกิดจากการนำบัวซึ่งเป็นไม้ดอกที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นแถบเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ เช่น พม่า ลาว กัมพูชา รวมถึงประเทศไทยและมีราคาถูก ด้วยลักษณะเฉพาะของก้านบัวที่มีใยเหนียวและยาวเป็นพิเศษ (ผ้าทอใยบัว แฟชั่นร่วมสมัย, 2556) การผลิตเส้นใยบัวหลวงนั้น ใช้ส่วนที่เป็นก้านดอกบัวหลวงเนื่องจากดอกบัวหลวงมีใยบัวที่มีความหนากว่าก้านใบและก้านฝักบัว เลือกที่เป็นบัวเต็มวัยแต่ไม่แก่ตัดก้านที่อวบให้ยาวได้มากที่สุดตัดให้ใกล้ดอกมากที่สุด โดยขั้นตอนการผลิตเส้นใยบัวจะเริ่มจาก 1) ล้างทำความสะอาดก้านดอกบัวและแช่ก้านบัวในน้ำ 2) ใช้มีดกรีดบางบางที่ก้านบัวที่ก้านรวมกันและดึงเส้นใยออกมาเมื่ออีกข้างที่ถือก้านบัวตั้งขึ้นเฉียง 45° องศาหรือเส้นใย

ออกมาให้มากที่สุด 3) ใช้มือจุ่มน้ำในขันให้ชุ่มผืนเส้นใยบัวให้เชื่อมต่อกับเส้นใยบัวเดิมเพื่อให้เข้า  
 กว้างต่อเป็นเส้นเดียวกัน 4) ดึงเส้นใยบัวจนหมดก้าน 5) นำเส้นใยที่ได้มาวางในกระดิ่งและนำถั่ว  
 แดงมาโปรยเพื่อไม่ให้เส้น พันกันและดูความชื้น 6) นำเส้นใยมาปั่นในกงและเก็บม้วนไว้ และ  
 นำไปทอเป็น ผืนผ้าด้วยการทอแบบโบราณ (สำนักงานข่าวแห่งชาติ, 2565)

จากวัสดุทางธรรมชาติที่มีต้นทุนไม่สูง แต่ด้วยกรรมวิธีการผลิตแบบดั้งเดิมที่พิถีพิถันและ  
 สะท้อนกลิ่นอายของวัฒนธรรมพื้นถิ่น ผ่านกระบวนการออกแบบเพื่อนำมาประยุกต์ให้เข้ากับ  
 โลกแฟชั่นสมัยใหม่ ทำให้ผ้าทอมือใยบัวสามารถสร้างรายได้และอัตลักษณ์ให้แก่ชุมชน อีกทั้งยังมี  
 ความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ซึ่งนี้อาจเป็นอีกหนึ่งแรงบันดาลใจที่กระตุ้นให้ผู้ประกอบการแฟชั่น  
 ไทยนำวัตถุดิบที่หาได้ง่ายในท้องถิ่นอย่างดอกบัวหรือพรรณไม้อื่น ๆ มาสร้างคุณค่าให้กับ  
 ผลิตภัณฑ์ได้ (ผ้าทอใยบัว แฟชั่นร่วมสมัย, 2556)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ จังหวัดปทุมธานี เป็นกลุ่มที่ผลิตผ้าขาวม้าอัตลักษณ์  
 ประจำชุมชน วิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตั้งอยู่ ณ บ้านเลขที่ 46/200 หมู่ 4 ตำบลบางเตย  
 อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีนางสุภัสชา ลิมตียะโยธิน เป็นหัวหน้ากลุ่ม โดยดำเนินการ  
 ทอผ้าขาวม้าเป็นผลิตภัณฑ์หลัก อัตลักษณ์และจุดเด่นของผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มวิสาหกิจ  
 ชุมชนคอตตอนดีไซน์ จังหวัดปทุมธานี คือ เนื้อดี ทอละเอียด สีสดใส และได้มีการนำเส้นฝ้าย  
 ใยบัวหลวงทอด้วยที่บ้าน ปั่นรวมกับเส้นฝ้าย โดยแนวคิดในการออกแบบได้รับแรงบันดาลใจ  
 จากดอกบัวหลวง ซึ่งมีอยู่มากในจังหวัดปทุมธานี โดยนำเส้นใยจากก้านบัวมาสืบสานความเป็น  
 อัตลักษณ์ลงบนผืนผ้า ถึงแม้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์จังหวัดปทุมธานีจะมีผลิตภัณฑ์  
 ผ้าขาวม้าที่ทอหรือทำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไปแล้วบ้าง แต่ยังคงขาดการทำการตลาดที่เป็นการตลาด  
 สมัยใหม่ ด้วยอัตลักษณ์ของชุมชน ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ผ้าขาวม้า กลุ่มวิสาหกิจ  
 ชุมชนคอตตอนดีไซน์ ได้พัฒนาโดยเน้นการออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มช่วงวัยต่าง ๆ ให้  
 สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภค เพิ่มนวัตกรรมการตลาด การเปลี่ยนแปลงวิธีการทางการ  
 ตลาดรูปแบบใหม่ ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์การจัดวางสินค้า และการกำหนด  
 ราคาของผลิตภัณฑ์และบริการ ช่วยขยายฐานผู้บริโภคด้วยระบบการค้าปลีก ยกกระดับศักยภาพ  
 ผู้ประกอบการเข้าสู่ช่องทางทางการตลาด เพื่อสร้างตัวตนให้ตรงกับความต้องการของตลาดในปัจจุบัน  
 และให้ความสำคัญกับการเพิ่มช่องทางทางการตลาดเพื่อกระตุ้นยอดขาย (จรินทร์ จารุเสน และ ธันยนิชา  
 วิโรจน์รุจน์, 2565)





ภาพ 1.1 สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ นายวรเทพ ลิมตียะโยธิน

จากการสัมภาษณ์ คุณวรเทพ ลิมตียะโยธิน (2566) ตำแหน่ง รองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ กล่าวถึง คุณสุภัชชา ลิมตียะโยธิน มีแนวคิดในการสร้างมูลค่าและพัฒนาหัตถกรรมสิ่งทอโดยยังใช้รูปแบบการทอผ้าขาวม้าแบบเดิม ทั้งนี้เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตั้งอยู่ในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นพื้นที่ปลูกดอกบัวมากจึงนำดอกบัวมาใช้ประโยชน์เชิงสร้างสรรค์โดยผ่านกระบวนการวิจัยด้านสิ่งทอมาพัฒนาเป็นเส้นใยธรรมชาติสู่ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ จึงได้นำเส้นใยบัวหลวงซึ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติมาผสมผสานกับวิธีการทอผ้าขาวม้าโดยนำแนวคิด "ท้องถิ่นนิยม" มาใช้เป็นแนวทางประกอบการธุรกิจ เนื่องจากแนวคิดท้องถิ่นนิยม (Internationnal Localism) หมายถึงการสนับสนุนชุมชนที่ผลิตสินค้ามากกว่าชุมชนที่ผู้บริโภคอาศัยอยู่ โดยการสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นและการพัฒนาชุมชนให้เป็นองค์กรที่ยั่งยืนเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยผลประกอบการพบว่า สินค้าประเภทผ้าทอใยบัวแบบผ้าขึ้นและแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าได้รับความสนใจจากผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก จึงได้มีการสะท้อนกลับของผู้บริโภคในเรื่องบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้ผู้บริโภคมีความสนใจในการซื้อเป็นของฝากเพื่อใช้เป็นของขวัญตามเทศกาลต่าง ๆ จึงมีความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับเป็นของฝากและสามารถนำกลับไปใช้งานอื่น ๆ ต่อได้โดยไม่เสียเปล่า ซึ่งเป็นไปตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์จึงมีแนวคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มากกว่าการบรรจุตามแนวทางความยั่งยืนแนวโน้มเทรนด์ 2023 ว่าด้วยบรรจุภัณฑ์คือผลิตภัณฑ์

จากสภาพปัญหาและโอกาสในกระแสของโลกในปัจจุบันด้านสิ่งแวดล้อมที่กล่าวมาแล้วข้างต้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นและการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นใยบัวหลวงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นใยบัวหลวงที่เกิดจากผลผลิตในชุมชนให้มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ตลอดจนศึกษา

แนวทางร่วมสมัย เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของผู้บริโภค มีต้นทุนที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ รวมทั้งสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ สร้างจุดเด่นโดยการนำเอกลักษณ์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าสำหรับมอบให้เป็นของขวัญ โดยใช้เทคนิคการออกแบบให้เป็นของขวัญ เพื่อแสดงให้เห็นถึงคุณค่าของผลิตภัณฑ์มากที่สุดโดยการนำความรู้เรื่องของศิลปะมาใช้เกี่ยวกับการกำหนดแนวความคิด คอนเซ็ปต์ รูปแบบการจัดวางภาพ ตลอดจนโทนสีที่ใช้สื่อถึงแต่ละช่วงเทศกาลหรือโอกาสสำคัญเพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายและการซื้อในช่วงเวลานั้น รวมถึงการออกแบบชั้นจัดแสดงสินค้าให้เหมาะสมสำหรับการออกบูธ การขนย้าย โดยสามารถสร้างรายได้ให้กับคนในชุมชนและกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีความกินดีอยู่ดี อีกทั้งเป็นการสืบสานส่งเสริมการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ผลิตจากเส้นใยธรรมชาติเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ตลอดจนกระทั้งการต่อยอดสู่การส่งออกไปยังต่างประเทศและใช้เป็นของขวัญเพื่อมอบให้กันตามวันสำคัญหรือเทศกาลต่าง ๆ นำไปสู่การพัฒนาผู้คนในชุมชนและสิ่งแวดล้อมควบคู่กันไปอย่างยั่งยืน

## 1.2 วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

1.2.1 เพื่อพัฒนารูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ให้สามารถนำกลับมาสร้างประโยชน์ใช้สอยในรูปแบบผลิตภัณฑ์อื่นได้

1.2.2 เพื่อออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดยใช้เทคนิคการออกแบบเป็นของขวัญ

1.2.3 เพื่อออกแบบชั้นจัดแสดงสินค้าให้เกิดการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและแสดงถึงเอกลักษณ์ของทางวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

### 1.3 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การวิจัย เรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากผู้ประกอบการก่อนดำเนินการจัดทำโครงการวิจัยพบว่าผู้ประกอบการมีความต้องการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากส่วนมากผู้บริโภคมีความต้องการบรรจุภัณฑ์ที่สอดคล้องกับเทศกาล หรือสามารถให้เป็นของขวัญได้ผู้วิจัยจึงได้พบที่มาของปัญหาการวิจัย ดังนี้

1.3.1 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เดิมยังไม่สามารถตอบสนองตามความต้องการในเรื่องการคำนึงถึงสิ่งแวดล้อมโดยนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ประโยชน์ต่อได้

1.3.2 ราคาสินค้ายังไม่สื่อผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายและไม่เป็นเอกภาพเดียวกันทั้งหมด

1.3.3 ไม่มีแท่นจัดแสดงสินค้าที่เหมาะสมกับการขายของผู้ประกอบการและการออกบูธจัดแสดงสินค้าตามงานต่าง ๆ

### 1.4 แนวทางการแก้ไข้ปัญหา

จากการศึกษาสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นและความต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางในการแก้ไข้ปัญหาดังนี้

1.4.1 พัฒนาโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สามารถนำกลับมาใช้งานต่อได้โดยใช้แนวคิดรักษ์โลก

1.4.2 ทำการออกแบบและพัฒนารูปแบบของตราสินค้าและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้สื่อถึงผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายให้มีจุดดึงดูดที่น่าสนใจ

1.4.3 ออกแบบพัฒนารูปแบบของแท่นจัดแสดงสินค้าให้เหมาะสมสอดคล้องกับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวง ภายใต้ ตราชื่อสินค้า “วรชา” (Worlacha)

### 1.5 ขอบเขตการศึกษาข้อมูลของงานวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1.5.1 ขอบเขตด้านเนื้อหาจาก เอกสาร ตำรา หนังสือ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การศึกษาในครั้งนี้ จะมุ่งศึกษาด้านเนื้อหาที่สอดคล้องต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์

สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ประกอบด้วย

- 1.5.1.1 ศึกษาความเป็นมาของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์
- 1.5.1.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ
- 1.5.1.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์และเทคนิคการออกแบบ
- 1.5.1.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือ
- 1.5.1.5 ศึกษาข้อมูลจิตวิทยาสีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 1.5.1.6 ศึกษาข้อมูลวัสดุศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 1.5.1.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีการพิมพ์และการผลิตบรรจุภัณฑ์
- 1.5.1.8 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการตลาดสมัยใหม่และพฤติกรรมผู้บริโภค
- 1.5.1.9 ศึกษาเกี่ยวกับแท่นจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ
- 1.5.1.10 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการทดสอบความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค
- 1.5.1.11 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

**1.5.2 ขอบเขตด้านข้อมูล** จากผู้ประกอบการ บุคคลในพื้นที่ ปราชญ์ชุมชน ผู้ทรงคุณวุฒิ ผู้เชี่ยวชาญ และผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสอบถาม การประเมิน และข้อเสนอแนะของผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่สัมพันธ์กับการตัดสินใจในการให้คะแนนในแบบสอบถาม ความต้องการในการซื้อสินค้านี้เมื่อมีการวางจำหน่ายในอนาคต

**1.5.3 ขอบเขตด้านพื้นที่** ผู้วิจัยจะทำการเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ในพื้นที่ที่ประกอบด้วย สถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลบางเตย จังหวัดปทุมธานี 5 แห่ง ได้แก่ วัดโบสถ์หลวงพ่อโตองค์ใหญ่ กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ สถานที่ท่องเที่ยวภายในจังหวัดปทุมธานี สถานที่จำหน่ายและจัดแสดงตามบูธ นอกจากนี้ยังแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์สำหรับผู้สนใจผลิตภัณฑ์ อีกช่องทางหนึ่ง

**1.5.4 ขอบเขตด้านประชากร** ผู้วิจัยจะทำการศึกษาเฉพาะผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวัดโบสถ์สามโคก ที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป

#### **1.5.5 ขอบเขตในการออกแบบบรรจุภัณฑ์**

ในการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลจากผู้ประกอบการก่อนการดำเนินการจัดทำโครงการวิจัย พบว่าผู้ประกอบการมีความต้องการในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เนื่องจากในการออกร้านในงานต่างๆ ผู้บริโภคมีความสนใจในผลิตภัณฑ์ และมีความประสงค์ในการนำกลับไปเป็นของฝาก ทั้งนี้จากผลการสะท้อนกลับของนักท่องเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวต้องการให้มีการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์นำร่อง รองรับความต้องการของผู้บริโภคในการซื้อสินค้านี้เมื่อมีการวางจำหน่ายในอนาคต ผู้วิจัยได้กำหนดของเขตงานวิจัยด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ดังนี้

## 1. การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

### 1.1 ผลิตภัณฑ์ผ้าฝืน

ขนาดบรรจุ (กว้าง×ยาว) 75 ×180 ซม. จำนวน 1 โครงสร้าง

### 1.2 ผลิตภัณฑ์เนคไท

บรรจุภัณฑ์รวมหน่วย 3 ชั้น

ขนาดบรรจุ (กว้าง×ยาว) 6.35×47.32 ซม. จำนวน 1 โครงสร้าง

### 1.3 ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง

บรรจุภัณฑ์รวมหน่วย 2 ชั้น

ขนาดบรรจุ (กว้าง× ยาว) 50×30 ซม. จำนวน 1 โครงสร้าง

### 1.4 ผลิตภัณฑ์กระเป๋า

ขนาดบรรจุ (กว้าง×ยาว) 20×10 ซม. จำนวน 1 โครงสร้าง

### 1.5 ผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ

บรรจุภัณฑ์รวมหน่วย 3 ชั้น

ขนาดบรรจุ (กว้าง×ยาว) 33×76 ซม. จำนวน 1 โครงสร้าง

## 2. การออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์

### 2.1 ตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม

จำนวน 1 รูปแบบ

### 2.2 ผลิตภัณฑ์ผ้าฝืน

ขนาดบรรจุ (กว้าง×ยาว) 75 ×180 ซม. จำนวน 1 รูปแบบ

### 2.3 ผลิตภัณฑ์เนคไท

บรรจุภัณฑ์รวมหน่วย 3 ชั้น

ขนาดบรรจุ (กว้าง×ยาว) 6.35×47.32 ซม. จำนวน 1 รูปแบบ

### 2.4 ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง

บรรจุภัณฑ์รวมหน่วย 2 ชั้น

ขนาดบรรจุ (กว้าง×ยาว) 50×30 ซม. จำนวน 1 รูปแบบ

#### 2.5 ผลิตภัณฑ์กระดาษ

ขนาดบรรจุ (กว้าง×ยาว×หนา) 20×10×2.5 ซม. จำนวน 1 รูปแบบ

#### 2.6 ผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ

ขนาดบรรจุภัณฑ์รวมหน่วย 3 ชิ้น

ขนาดบรรจุ (กว้าง×ยาว) 33×76 ซม. จำนวน 1 รูปแบบ

#### 3. การออกแบบแทนจัดแสดงสินค้า

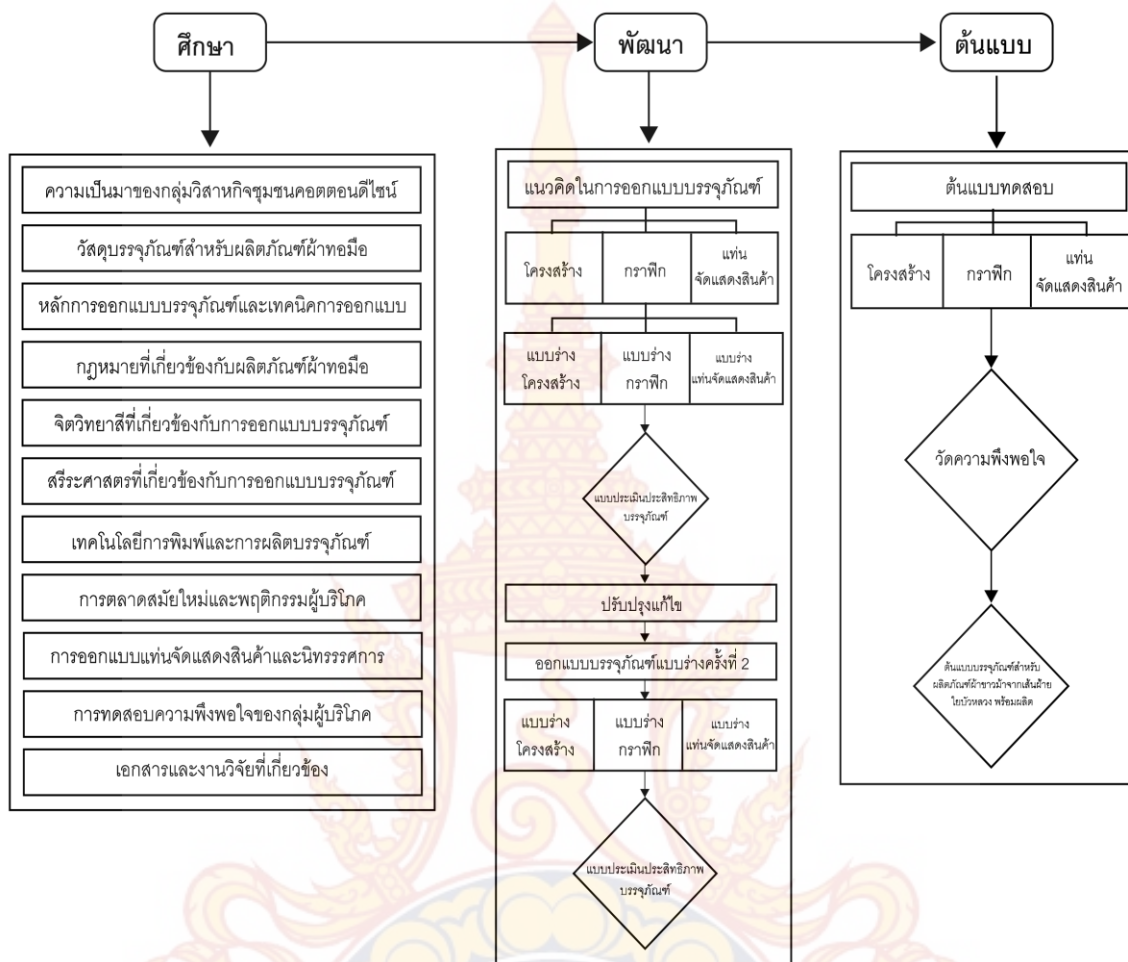
แทนจัดแสดงสินค้า จำนวน 1 รูปแบบ

#### 1.5.6 ขอบเขตด้านเวลา

การศึกษานี้ใช้เวลา 3 เดือน ตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน 2566 - เดือน มกราคม 2567



## 1.6 กรอบแนวความคิดในการวิจัย



ภาพ 1.2 กรอบแนวความคิด

## 1.7 วิธีการดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือจากเส้นฝ้ายไทยวังหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไชน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีวิธีการดำเนินงานวิจัย ดังนี้

### 1.7.1 การศึกษาข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่ได้ทำการศึกษาค้นคว้าจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากงานวิจัยที่หอสมุดแห่งชาติ หอสมุดโซติเวช มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร สำนักบรรณสารการพัฒนา ศูนย์การเรียนรู้การพัฒนาเส้นใยและผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากใยบัวหลวง จังหวัดปทุมธานี และเอกสารตำราทางเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่ผู้วิจัยได้นำมาศึกษาและนำผลมาวิเคราะห์ เพื่อเป็นแนวทางในการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อความยั่งยืนสำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์

ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

### 1.7.2 การดำเนินการศึกษาจากข้อมูลเบื้องต้น

ผู้วิจัยรวบรวมจากแหล่งข้อมูลด้วยวิธีการดังต่อไปนี้

#### 1.7.2.1 การสำรวจพื้นที่การศึกษา

2. พื้นที่การศึกษาในตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
3. ศึกษาข้อมูลและสัมภาษณ์เชิงลึกวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์

#### 1.7.2.2 การศึกษาข้อมูลเพื่อใช้เป็นแนวทางก่อนการออกแบบ

สร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อทิศทางในการออกแบบเพื่อนำไปสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ 3 คน เพื่อนำไปวิเคราะห์ศึกษาแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

### 1.7.3 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์และแท่นจัดแสดงสินค้า

#### 1.7.3.1 การร่างแบบ (Idea Sketch)

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก สูการร่างแบบ จำนวน 5 ผลิตภัณฑ์ และ 1 แท่นจัดแสดงสินค้า จำนวนอย่างละ 20 แบบ เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกแบบที่มีความสอดคล้องต่อผลิตภัณฑ์ชุมชนต่อไป

#### 1.7.3.2 การคัดเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมให้เหลือ อย่างละ 5 ผลิตภัณฑ์

#### 1.7.3.3 การประเมินประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์

1. ศึกษาวิธีการจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบประเมินประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์
2. สร้างแบบประเมินประสิทธิภาพบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์โดยผู้วิจัยจะทำการประเมิน 4 ด้าน โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ดังนี้

##### 2.1 ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

##### 2.2 ด้านตราสัญลักษณ์กลุ่ม

##### 2.3 ด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

##### 2.4 ด้านแท่นจัดแสดงสินค้า



3. การพัฒนาแบบร่าง โดยการเลือกแบบประเมินประสิทธิภาพบรรจุภัณฑ์ โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์

#### 1.7.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้เป็นการประเมินประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ เพื่อให้สอดคล้องต่อความต้องการของผู้บริโภค และสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคโดยนำข้อมูลที่ได้จากข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อที่จะกำหนดขอบเขตของงานในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ จำนวนทั้งสิ้น 5 ผลิตภัณฑ์ และชั้นจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย 1 ต้นแบบ ใช้เทคนิคการออกแบบเป็นของขวัญเป็นแนวทางการออกแบบ

1.7.5 ขั้นตอนการสร้างแบบผลิตภัณฑ์ ทดลอง แก้ไขปรับปรุงและผลิตผลงานจริง ที่สมบูรณ์และนำเสนอต่อกรรมการควบคุมศิลปนิพนธ์

### 1.8 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.8.1 รูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ที่ผู้บริโภคสามารถนำไปใช้สอยต่อได้ และจัดแสดงบนแท่นจัดแสดงสินค้า ณ จุดขาย

1.8.2 รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ภายใต้ชื่อ "วรชา" ที่สามารถ สื่อสารต่อผู้บริโภคได้เป็นอย่างดีและตอบสนองการประชาสัมพันธ์ด้านการตลาดสมัยใหม่

1.8.3 รูปแบบของแท่นจัดแสดงสินค้าที่เป็นแนวทางให้วิสาหกิจชุมชนนำไปประยุกต์ใช้เกิดประโยชน์ต่อชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

1.8.4 เป็นต้นแบบและแนวทางในการพัฒนาสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์

## 1.9 นิยามศัพท์

1.9.1 บรรจุภัณฑ์ หมายถึง วัสดุเพื่อการห่อหุ้มหรือปกป้องและคุ้มครองผลิตภัณฑ์ โดยรูปแบบเกิดจากการสร้างสรรค์และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถพึ่งพาตัวเองได้

1.9.2 วิสาหกิจชุมชน หมายถึง การรวมกลุ่มของผู้ประกอบอาชีพการทำตาลโตนดในพื้นที่ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เพื่อสร้างเป็นธุรกิจแบบพอเพียง

1.9.3 เทคนิคออกแบบของขวัญ คือ การออกแบบโดยคำนึงถึงประสบการณ์หรือช่วงเวลาเทศกาลต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคมักซื้อกันเพื่อมอบให้เป็นของขวัญ

1.9.4 ผู้บริโภค คือ ผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ หรือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาศูนย์การเรียนรู้การพัฒนาเส้นใยและผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากใยบัวหลวง จังหวัดปทุมธานีที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป และมีความต้องการซื้อสินค้าเมื่อมีการวางจำหน่ายในอนาคต

1.9.5 การตลาด คือกระบวนการของการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการไปยังลูกค้า การตลาดอาจถูกตีความว่าเป็นศิลปะแห่งการขายสินค้าในบางครั้ง แต่การขายนั้นเป็นเพียงส่วนเล็ก ๆ ส่วนหนึ่งของการตลาด

1.9.6 การตลาดสมัยใหม่ คือ วิธีการที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลาง ผ่านความเข้าใจอย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับความต้องการ ความชอบ เพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้าในยุคดิจิทัล

## 1.10 คำสำคัญ

บรรจุภัณฑ์ (Package) ผ้าขาวม้า (Loincloth) ผ้าฝ้ายใยบัวหลวง (Lotus Fiber Cotton) วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) เทคนิคออกแบบของขวัญ (Gift Design Techniques) ผู้บริโภค (Consumers) การตลาดสมัยใหม่ (Modern Marketing)

## บทที่ 2

### เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไชนส์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

- 2.1 ศึกษาความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไชนส์
- 2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ
- 2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์และเทคนิคการออกแบบ
- 2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือ
- 2.5 ศึกษาข้อมูลจิตวิทยาสีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.6 ศึกษาข้อมูลสรีรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีการพิมพ์และการผลิตบรรจุภัณฑ์
- 2.8 ศึกษาข้อมูลการตลาดสมัยใหม่และพฤติกรรมผู้บริโภค
- 2.9 ศึกษาหลักการออกแบบแทนจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ
- 2.10 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการทดสอบความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค
- 2.11 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

#### 2.1 ศึกษาความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไชนส์

##### 2.1.1 บริบทตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

###### 2.1.1.1 ประวัติความเป็นมา

"หัตถกรรมดอกบัว" เป็นการรักษาศิลปวัฒนธรรมโดยการถ่ายทอดให้คนรุ่นหลังได้สืบสานและเรียนรู้ อนุรักษ์ภูมิให้คงอยู่ตลอดไป นางสาวฐิติณัฐ สมบัติศิริ วัฒนธรรมจังหวัดปทุมธานี เปิดเผยว่า ด้วยผลิตภัณฑ์ภูมิปัญญาและทุนทางวัฒนธรรม (CPOT) หรือผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการที่สะท้อนภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมอันมีความโดดเด่นของชุมชนในท้องถิ่น ส่งเสริมให้ศักยภาพการบริหารจัดการพยากรวัฒนธรรมในพื้นที่ให้สามารถสร้างอาชีพ สร้างคุณค่าทางสังคมและมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจให้กับประชาชนให้สูงขึ้น และสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืนได้ไปพร้อม ๆ กัน

จากการสัมภาษณ์ คุณวรเทพ ลิมตียะโยธิน ตำแหน่ง รองประธาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ได้กล่าวถึงจุดเริ่มต้นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ว่า “เริ่มต้นเมื่อตอนช่วงปี พ.ศ. 2549 ได้มีการรวมกลุ่มกันของชาวบ้านในชุมชนเพื่อจัดตั้งกลุ่มอาชีพ การผลิตและแปรรูปฝ้ายทอมือขึ้นมา โดย ณ ตอนนั้นจะเป็นการแปรรูปผ้าฝ้ายทอมือเป็นหลัก ต่อมาทางกลุ่มได้มีแนวคิดในการทดลองที่จะนำก้านบัวมาใช้ประโยชน์ในเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้าง เป็นผลิตภัณฑ์และจัดจำหน่ายสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านในท้องถิ่น เนื่องจากได้เล็งเห็นว่าจังหวัด ปทุมธานีเป็นพื้นที่ที่มีแหล่งปลูกบัวจำนวนมากและไม่ค่อยมีผู้คนนิยมนำก้านบัวไปใช้ประโยชน์ต่อ จึงได้ทดลองนำเส้นใยที่ได้จากก้านบัวมาแปรรูปเพื่อให้เกิดเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากเส้นใย ธรรมชาติ เส้นใยที่ได้จึงมีความแตกต่างจากเส้นใยทั่วไปทำให้มีผู้รู้จักมากขึ้น จากนั้นจึงมีการ พัฒนาออกมาเป็นหลาย ๆ ผลิตภัณฑ์ อีกทั้งต่อมาจากกลุ่มได้รับเลือกเป็นตัวแทนในการพัฒนา ความแข็งแรงของเส้นใยผ้าให้สามารถแข่งกับตลาดโลกได้เพื่อนำไปเป็นผ้าลินินของไทย โดยได้รับการ สนับสนุนจากผู้ว่าราชการจังหวัดปทุมธานี ในด้านการอบรมองค์ความรู้เพื่อเพิ่มศักยภาพใน การเรียนรู้ทั้งด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์และการต่อยอดอย่างยั่งยืนต่อไปในอนาคต”

#### 2.1.1.2 ลักษณะที่ตั้ง

จังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคกลางของประเทศไทย โดย ศูนย์การเรียนรู้การผลิตเส้นใยและผลิตภัณฑ์จากใยบัวหลวงจัดตั้งอยู่ ณ วัดโบสถ์ อ.สามโคก จ.ปทุมธานี ซึ่งเป็นวัดเก่าแก่โบราณในสมัยกรุงศรีอยุธยา วัดโบสถ์ หรือรู้จักในชื่อ วัดโบสถ์หลวง พ่อโตองค์ใหญ่ มีเนื้อที่ 30 ไร่เศษ มีหลวงพ่อดี พระศักดิ์สิทธิ์คู่บ้านคู่มือง สามโคก จ.ปทุมธานี ตั้งอยู่ริมฝั่งแม่น้ำเจ้าพระยาด้านตะวันตก ทำให้มีนักท่องเที่ยวทั้งที่เดินทางมาจากทางบกและทางน้ำ

#### 2.1.1.3 ทรัพยากรธรรมชาติ

จังหวัดปทุมธานีพื้นที่ส่วนใหญ่เป็นที่ราบลุ่มริมสองฝั่งแม่น้ำ มีแม่น้ำ เจ้าพระยาไหลผ่านใจกลางจังหวัดในเขตอำเภอเมืองปทุมธานีและอำเภอสสามโคก ส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพทางการเกษตรเป็นหลัก (กรมพัฒนาที่ดิน : 2562) "หัตถกรรมดอกบัว"

### 2.1.2 ขั้นตอนกระบวนการแปรรูปเส้นใยบัว

2.1.2.1 ทำการสำรวจจนบัว เพื่อคัดก้านดอกที่มีคุณภาพและเส้นใยที่เหนียวแน่น โดยเลือกใช้ก้านที่แก่จะให้เส้นใยที่แข็งแรงและยาว เสร็จแล้วจัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์ ล้างทำความสะอาด แล้วทำการแช่ก้านบัวในน้ำเพื่อไม่ให้ก้านบัวแห้งขาด

2.1.2.2 ดึงใยบัว ใช้มีดกรีดบาง ๆ เพื่อให้ได้ใยบัวออกมา 1 วันทำได้ประมาณ 200 ก้านต่อคน ขึ้นอยู่กับความชำนาญของแต่ละคน

2.1.2.3 ทำการย้อมสีเส้นใยด้วยสีจากธรรมชาติเพื่อให้ได้สีที่เป็นเอกลักษณ์

2.1.2.4 จากนั้นทำการทอออกมาให้เกิดลวดลายที่สวยงามและสร้างเป็นสินค้า

2.1.2.5 จัดจำหน่ายและสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านและชุมชน (สำนักงาน  
ประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี, 2565)

## 2.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับวัสดุบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ

วัสดุบรรจุภัณฑ์ที่ใช้ (Material) โดยแบ่งตามลักษณะของวัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์เป็นหลัก ซึ่งสามารถแบ่งได้เป็น 6 ชนิด คือ บรรจุภัณฑ์กระดาษ บรรจุภัณฑ์พลาสติก บรรจุภัณฑ์ผ้า บรรจุภัณฑ์โลหะ บรรจุภัณฑ์แก้ว บรรจุภัณฑ์ไม้ ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกศึกษาวัสดุบรรจุภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับโครงการวิจัยบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือประกอบด้วย

### 2.2.1 บรรจุภัณฑ์กระดาษ (Paper Packaging)

เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใ้การใ้ใช้อย่างแพร่หลาย เพราะมีราคาถูก สามารถขึ้นรูปทรงต่าง ๆ ได้ง่าย บรรจุภัณฑ์กระดาษมีหลากหลายชนิด ผลิตมาจากเยื่อกระดาษที่มีคุณภาพแตกต่างกันตามความเหนียว ความทนทาน ต่อการฉีกขาด ดึงขาด ดันทะลุสามารถตัด ดัด พับ งอ ได้ง่าย สามารถออกแบบได้มากแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาถูกและน้ำหนักเบาที่สุด โดยทั่วไปกระดาษจะยอมให้น้ำและก๊าซซึมผ่านได้ดีไม่สามารถป้องกัน ความชื้น เสียความแข็งแรงเมื่อถูกน้ำหรืออยู่ในสภาวะที่เปียกชื้นมีความคงรูป พิมพ์ได้งดงามและสามารถใช้ หมุนเวียน (Recycle) ได้ จึงไม่ก่อปัญหามลภาวะสามารถทำเป็นหีบห่อได้มากมาย ตั้งแต่ถุงชนิดต่าง กล่องกระดาษ ฯลฯ ซึ่งแต่ละชนิดมีความเหมาะสมกับการใช้งานแตกต่างกันออกไปตามลักษณะของสินค้าและสิ่งแวดล้อม ดังนั้นคุณสมบัติของกระดาษที่ทำจากเยื่อไม้ธรรมชาติจึงได้รับการพัฒนาปรับปรุงคุณภาพขึ้นโดยการผนึกหรือเคลือบเข้ากับวัสดุอื่น ๆ เพื่อให้สร้างสรรค์เป็นโครงสร้างใหม่ของบรรจุภัณฑ์และทำหน้าที่บรรจุห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ได้หลายประเภทขึ้น (รูปแบบของบรรจุภัณฑ์กระดาษ, ม.ป.ป.)

### 2.2.2 ชนิดของกระดาษ

2.2.2.1 กระดาษการ์ดบอร์ด (Art Cardboard Paper) เป็นกระดาษที่มีการเคลือบผิวด้วยตัวเติมต่าง ๆ เพื่อช่วยให้กระดาษมีสภาพพิมพ์ได้ดีขึ้นกว่าแบบไม่เคลือบผิว กระดาษเคลือบผิวจะมีความเรียบมาก สารที่ใช้เคลือบ เหมาะสำหรับการพิมพ์งานที่ต้องการความอึดตัวของสีและมีรายละเอียดของงานมาก ๆ เช่น การพิมพ์ 4 สี กระดาษการ์ดบอร์ด มีทั้งชนิดมันและด้านมีทั้งชนิดเคลือบผิวหน้าเดียวและเคลือบผิวสองหน้า กระดาษชนิดนี้มีราคาค่อนข้างสูงยิ่งกระดาษที่มีน้ำหนักมากก็จะมีราคาสูงตามไปด้วย กระดาษการ์ดบอร์ดได้รับ

2.2.2.2 กระดาษเหนียว หรือกระดาษคราฟต์ (Kraft Paper) เป็นกระดาษที่ผลิตจากเคมี (Chemical Pulp) เป็นการใช้เทคโนโลยีในการแปลง ภาพจากเนื้อไม้เป็นเยื่อกระดาษไม้ โดยใช้สารเคมีและความร้อนในการแยกเยื่อและกำจัดลิกนิน เยื่อกระดาษที่ได้จากกระบวนการคราฟต์นี้จะได้กระดาษที่มีความแข็งแรงหรือเหนียวกว่ากระดาษชนิดอื่น ทนทานต่อแรงฉีกขาดแรงดึงทนต่อการการหักพับได้ดี ด้านแรงดันทะลุได้ดี ด้านทานการเปียกน้ำ ด้านทานการเสียดสี โดยปกติกระดาษคราฟต์จะมีสีน้ำตาลคล้ำจนถึงสีน้ำตาลอ่อน ตามสีของเนื้อไม้ในนำมาใช้ผลิตเยื่อ

2.2.2.3 กระดาษแข็ง (Paperboard) เป็นกระดาษหลายชั้นที่มีความทรงตัวในเชิงมิติได้ดีโดยเฉพาะในแนวตั้ง มีความแข็งแรง และความหนา เหมาะสมต่อการแปรรูปหลังพิมพ์ เป็นบรรจุภัณฑ์ได้ สามารถผลิตได้ทั้งกระดาษหนาชั้นเดียว หรือกระดาษหลายชั้นยึดติดกันโดยภายในตัวกระดาษแข็งประกอบด้วยเยื่อกระดาษอาจจะต่างชนิดกันหรือชนิดเดียวกันก็ได้ ดังนั้นจึงสามารถเพิ่มคุณสมบัติต่าง ๆ ลงไปในแต่ละชั้นของกระดาษ กระดาษแข็งมีทั้งชนิดเคลือบผิวและไม่เคลือบผิว มีทั้งสองด้านหรือเคลือบด้านเดียวก็ได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความต้องการของผู้ใช้กระดาษแข็งมีด้วยกันหลายชนิด

2.2.2.4 กระดาษดูเพลกซ์ (Duplex Board Paper) เป็นกระดาษที่ผิวกระดาษด้านหน้าเป็นเยื่อกระดาษฟอกขาวคล้ำๆ ผิวหน้าของกระดาษปอนด์ ผิวหน้าของกระดาษเรียบแต่ไม่เนียนมากนัก ช่วงกลางของกระดาษเป็นเยื่อเศษกระดาษ ส่วนผิวกระดาษด้านหลังอาจมีการเคลือบหรือไม่เคลือบก็ได้ ผิวด้านหลังกระดาษจะเป็นสีเทาหรือสีน้ำตาลอ่อน ซึ่งขึ้นอยู่กับเยื่อเศษกระดาษและการฟอกสีเยื่อเศษกระดาษ แต่ส่วนใหญ่จะเป็นสีเทา ซึ่งเรามักเรียกว่า กระดาษกล่องหน้าขาวหลังเทา

2.2.2.5 กระดาษฟอกขาวที่ทำจากเยื่อไม้เนื้อที่ได้รับการฟอกกระดาษฟอกขาวหรือกระดาษปอนด์ (Wood Free Paper)

2.2.2.6 กระดาษทริเพลกซ์ (Triplex Board Paper) บางทีก็เรียกว่า "กระดาษเคลือบอาร์ตหลังขาว (White Back Board)" เป็นกระดาษที่ผิวกระดาษด้านหน้าเป็นเยื่อกระดาษฟอกขาวและเคลือบด้วยสารประเภทดินขาว ผิวหน้าของกระดาษเรียบ

2.2.2.7 กระดาษชิปบอร์ด (Chipboard Paper) เป็นกระดาษที่ทำจากเยื่อเศษกระดาษซึ่งเป็นเยื่อเก่าผ่านการใช้งานมาแล้วสีของกระดาษไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับชนิดของเยื่อเศษกระดาษส่วนใหญ่จะเป็นสีเทาหรือสีน้ำตาล ผิวไม่เรียบ จะพบเป็นจุดดำ ๆ เล็ก ๆ ทั่วไปบนกระดาษซึ่งเกิดจากสิ่งปนเปื้อนต่าง ๆ ในเยื่อเศษกระดาษ ในประเทศไทยเรียกกระดาษชนิดนี้ว่า กระดาษจั่วปัง ซึ่งใช้กันอย่างแพร่หลายในอุตสาหกรรมการพิมพ์และบรรจุภัณฑ์กระดาษชิปบอร์ดมักจะมีราคาถูกกว่า

เมื่อเทียบกับกระดาษชนิดอื่นเพราะใช้เยื่อกระดาษเก่าและไม่มีการปรับผิวหน้าใด ๆ ของกระดาษ จึงไม่นิยมนำมาใช้พิมพ์เป็นตัวบรรจุภัณฑ์โดยตรงส่วนใหญ่จะไว้สำหรับประกบติดกับวัสดุประเภทอื่น ๆ ในการทำบรรจุภัณฑ์ เช่น กระดาษ ผ้า กระดาษชนิดนี้จะมีความหนา แข็งแรง

2.2.2.8 กระดาษแข็งประกบวัสดุอื่น (Laminated Board Paper) เป็นการนำประกบกับวัสดุอื่นเพื่อให้เกิดเนกระดาษที่มีคุณสมบัติพิเศษในการนำไปทำบรรจุภัณฑ์ด้วยวัสดุที่ใช้ประกบกับกระดาษแข็งจะเป็นฟิล์มบาง ๆ ซึ่งในปัจจุบันมีการใช้ฟิล์มการประกบติด

2.2.2.9 กระดาษแข็งเคลือบไข (Wax Coated Board Paper) เป็นการนำกระดาษแข็งซึ่งส่วนใหญ่จะใช้กระดาษดิวเพลกซ์ไปเคลือบผิวด้านหลังด้วยไขพาราฟิน (Parafin Wax) เป็นสารสีขาวถึงสีเหลืองอ่อน เป็นของแข็งคล้ายขี้ผึ้ง ไม่มีกลิ่นไม่มีสี คุณสมบัติของไขพาราฟินคือไม่ละลายในน้ำ หากต้องการนำกระดาษแข็งเคลือบไขไปทำบรรจุภัณฑ์ที่ต้องติดด้วยกาวอาจทำให้ประสิทธิภาพการติดของกาวน้อยกว่าการติดบนกระดาษทั่วไป (วิระ ไชติธรรมภรณ์, 2564)

## 2.2.3 กระดาษที่นิยมใช้ทำถุงกระดาษ

2.2.3.1 กระดาษอาร์ตการ์ด (Artcard Paper) กระดาษชนิดนี้เป็นกระดาษที่มีความแข็งแรงตามปริมาณแกรม ซึ่งสามารถเลือกใช้ได้ตั้งแต่ 190 - 400 แกรม ขึ้นอยู่กับน้ำหนักของสินค้าที่จะใส่ลงในถุง กระดาษอาร์ตการ์ดเหมาะสำหรับนำมาทำถุงกระดาษใส่สินค้าแทบจะทุกชนิด โดยเฉพาะถุง Shopping และเมื่อพิมพ์งานลงบนกระดาษอาร์ตการ์ดนั้น สีที่ออกมาจะสดและสวยงามกว่ากระดาษชนิดอื่น ๆ ถุงกระดาษอาร์ตการ์ดจะต้องเคลือบทุกครั้งหากไม่เคลือบจะทำให้ตัวกระดาษแตกบริเวณรอยพับได้

2.2.3.2 กระดาษปอนด์ (Pond Paper) กระดาษปอนด์ เหมาะสำหรับนำมาทำถุงกระดาษใส่สินค้าที่มีน้ำหนักเบา เนื่องจากกระดาษปอนด์มีปริมาณแกรมอยู่ที่ 80 - 100 แกรม ซึ่งค่อนข้างบาง และไม่แข็งแรงเท่ากระดาษอาร์ตการ์ด เนื้อกระดาษมีสีขาวและเมื่อพิมพ์งานลงบนกระดาษชนิดนี้ ตัวกระดาษจะขยับหมึกพิมพ์ทำให้สีไม่สดใส เหมาะสำหรับการพิมพ์สีเดียว หรือการพิมพ์ LOGO ถุงกระดาษปอนด์จะราคาถูกกว่าชนิดอื่น ๆ และไม่ต้องเคลือบงานพิมพ์







2.2.3.3 กระดาษคราฟท์ (Kraft Paper) หรือกระดาษ Recycle กระดาษคราฟท์มีสีน้ำตาล เนื่องจากเป็นกระดาษที่ถูกนำมา Recycle เพื่อใช้ใหม่ มีตั้งแต่ 75 - 250 แกรม เมื่อพิมพ์งานลงกระดาษชนิดนี้ สีงานพิมพ์จะค่อนข้างเพี้ยน เนื่องจากตัวกระดาษมีสีน้ำตาล และขยับหมึกเหมาะสำหรับการพิมพ์ 1 สี มากกว่าหลาย ๆ สี ถุงกระดาษคราฟท์จะรับน้ำหนักสินค้าได้ในระดับหนึ่งไม่มาก นิยมใช้ในการสร้างแบรนด์ให้ภาพลักษณ์ด้านการรักษ์โลก (กระดาษแบบไหนนิยมใช้ทำถุงกระดาษ, ม.ป.ป.)

## 2.2.4 บรรจุภัณฑ์พลาสติก (Plastic Packaging)

เป็นบรรจุภัณฑ์อีกชนิด ที่มีพลาสติกหลากหลายชนิดให้สามารถเลือกใช้ให้เหมาะสมกับการนำไปใช้บรรจุผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทนอกจากนี้ยังสามารถพิมพ์ลวดลายสีต่าง ๆ ได้อย่างสวยงาม พลาสติกนำมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์ได้หลากหลายชนิด ใช้วัสดุจำนวนน้อยในการทำบรรจุภัณฑ์ สามารถเปลี่ยนรูปได้ง่าย นอกจากนี้ยังมีความแข็งแรงทนทาน และพลาสติกประเภทเทอร์โมพลาสติก ยังสามารถนำกลมขึ้นรูปใหม่ได้ รูปแบบของบรรจุภัณฑ์พลาสติกพลาสติกที่นำไปใช้งานทางบรรจุภัณฑ์แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ เทอร์โมพลาสติก และ เทอร์โมเซตติงพลาสติก

2.2.4.1 เทอร์โมพลาสติก (Thermoplastic) หรือเรซิน เป็นพลาสติกที่ใช้กันแพร่หลายที่สุดในโลก ได้รับความร้อนจะอ่อนตัว และเมื่อเย็นลงจะแข็งตัว สามารถเปลี่ยนรูปได้ โดยหากพลาสติกใดสามารถนำมารีไซเคิลได้ จะมีสัญลักษณ์ที่ถูกกำหนดโดย สมาคมอุตสาหกรรมพลาสติกแห่งอเมริกา (The Society of the Plastics Industry, Inc) ข้างในเป็นตัวเลข 1 - 7 ซึ่งแสดงถึงประเภทต่าง ๆ ของพลาสติก ดังนี้

ตาราง 2.1 หมายเลขมาตรฐานของพลาสติก

หมายเลข	ชื่อย่อ	ชื่อเต็ม	ตัวอย่างผลิตภัณฑ์
	PET	Poly Ethylene Terephthalate	ขวดน้ำดื่ม, ขวดน้ำมันพืช
	HDPE	High Density Polyethylene	ถุงร้อน (ซุ่น), ถุงหิ้ว, ขวดแชมพู
	PVC	Poly Vinyl Chloride	ท่อน้ำ, หนังสืเยียม
	LDPE	Low Density Polyethylene	ถุงเย็น, แผ่นฟิล์มห่ออาหาร
	PP	Polypropylene	ถุงร้อน (ใส), จาน-ชาม
	PS	Polystyrene	โฟม, แก้วโถก, กล่องใส่เทปเพลง
	Other	พลาสติกชนิดอื่นๆ	อื่นๆ นอกจาก 6 ชนิดข้างต้น

ที่มา : เชาวลิต เจริญรักษา (2554)



1. พอลิเอทิลีน (Polyethylene : PE) เป็นพลาสติกที่ไอน้ำซึมผ่านได้เล็กน้อยแต่ อากาศผ่านเข้าออกได้ มีลักษณะขุ่นและทนความร้อนได้พอควร เป็นพลาสติกที่นำมาใช้มากที่สุด ในอุตสาหกรรม



ภาพ 2.1 ถุงประเภท PE

ที่มา : <https://ถุงขยะคุณภาพดี.com>

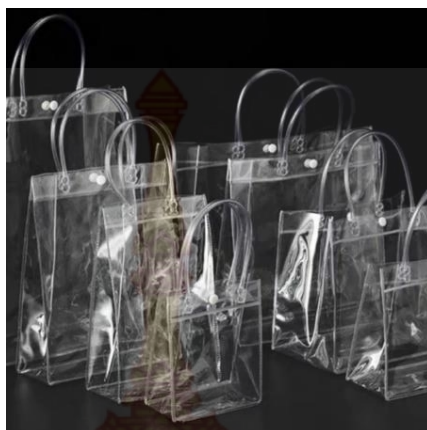
2. พอลิเอทิลีนความหนาแน่นสูง (High-Density Polyethylene : HDPE) คุณสมบัติ พลาสติกชนิดนี้มีความหนาแน่นสูง ทำให้แข็งแรง แต่โปร่งแสงน้อยกว่าโพลีเอทิลีน ความหนาแน่น ต่ำ ทนกรดและด่าง ทั้งยังป้องกันการแพร่ผ่านของกลิ่นได้ดีมักใช้เป็นถุงหิ้วตามร้านสะดวกซื้อ



ภาพ 2.2 ถุงประเภท HDPE

ที่มา : <https://www.ommas.co.th>

3. พอลิไวนิลคลอไรด์ (Polyvinylchloride : PVC) ไอน้ำและอากาศซึมผ่านได้ พอควร และป้องกันไขมันได้ดีมีลักษณะใส ใช้ทำขวดบรรจุน้ำมันและไขมันปรุงอาหาร ขวดบรรจุ เครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ เช่น ใช้ทำแผ่นพลาสติก ห่อเนยแข็ง



ภาพ 2.3 ถุงประเภท PVC

ที่มา : <https://www.ommas.co.th>

4. โพลีเอทิลีนความหนาแน่นต่ำ (Low-Density Polyethylene : LDPE) เป็นพลาสติกโปร่งแสง ที่มีปริมาณสูง แต่ความหนาแน่นต่ำ นำไปใช้ในการผลิตถุงบรรจุอาหาร แช่แข็ง แผ่นฟิล์ม ถุงใส่ของมักใช้เป็นถุงห่อแพ็คสินค้าที่มีน้ำหนักมาก เช่น ถุงบรรจุน้ำแข็ง และถุงหิ้วชนิดเหนียวพิเศษ



ภาพ 2.4 ถุงประเภท LDPE

ที่มา : <https://www.manapackage.com>

5. โพลีโพรพิลีน (Polypropylene : PP) เป็นพลาสติกที่มีน้ำหนักเบาที่สุด แต่มีความแข็งแรง ทนทานต่อแรงกระแทกและความร้อนสูงนำไปใช้ในการผลิตฉนวนไฟฟ้าถุงร้อนมักใช้เป็นถุงบรรจุอาหาร เช่น ถุงร้อน ถุงหิ้วแบบใส่



ภาพ 2.5 ถุงประเภท PP

ที่มา : <https://ถุงขยะคุณภาพดี.com>

6. พอลิสไตรีน (Polystyrene : PS) มีลักษณะโปร่งใส เปราะ ทนต่อกรดและด่าง ใสน้ำและอากาศซึมผ่านได้พอควร ใช้ทำชิ้นส่วนอุปกรณ์ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์

7. พลาสติกอื่น ๆ เช่นอะคริลิกไนลอนโพลีคาร์บอเนตและกรดโพลิแลกติก (พลาสติกชีวภาพหรือที่เรียกว่า PLA) และพลาสติกหลายชั้นผสมกัน

2.2.4.2 เทอร์โมเซตติงพลาสติก (Thermosetting Plastic) เป็นพลาสติกที่มีสมบัติพิเศษ คือทนทานต่อการเปลี่ยนแปลงอุณหภูมิและทนปฏิกิริยาเคมีได้ดี เกิดคราบและรอยเปื้อนได้ยาก คงรูปหลังการผ่านความร้อนหรือแรงดันเพียงครั้งเดียว เมื่อเย็นลงจะแข็งมาก ทนความร้อนและความดัน ไม่อ่อนตัวและเปลี่ยนรูปร่างไม่ได้ (7 ประเภทขยะพลาสติกที่ใช้รีไซเคิลได้, 2564)

### 2.2.5 บรรจุภัณฑ์จากผ้า

เป็นการนำวัสดุเหลือใช้มาสร้างมูลค่าเพิ่มโดยที่ยัง คงความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของสีผ้า ลวดลาย เนื้อผ้า มาผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยการใช้นวัตกรรมในการส่งเสริมให้ภาคอุตสาหกรรมลดของเสียจากกระบวนการผลิตและเพิ่มขีดความสามารถในการนำของเหลือจากการผลิตอุตสาหกรรมไปใช้ประโยชน์ ตามหลัก 3Rs คือ Reduce (ลดการใช้หรือใช้น้อยเท่าที่จำเป็น) Reuse (การใช้ซ้ำ) และ Recycle (แปรรูปมาใช้ใหม่) ตามนโยบายของกระทรวงอุตสาหกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ (สุวัฒน์ชัยไชยพันธ์, 2557)



ภาพ 2.6 บรรจุกุณฑ์ผ้า

ที่มา : <https://i.pinimg.com>

ศิลปะการห่อของขวัญด้วยผ้าแบบดั้งเดิมที่เอาไว้ใช้สำหรับห่อของขวัญในวันเทศกาลเรียกว่าฟูโรชิกิ คือผ้าขนาดสี่เหลี่ยมจัตุรัสแบบดั้งเดิมของญี่ปุ่น ที่นิยมนำมาห่อสิ่งของต่าง ๆ โดยไม่จำกัดรูปร่างหรือขนาด เพื่อให้สะดวกแก่การพกพาสัมภาระขณะเดินทาง และเพื่อมอบเป็นของขวัญในวาระต่าง ๆ เป็นวัฒนธรรมการห่ออุปกรณ์สำหรับการไปอาบน้ำที่ห้องน้ำสาธารณะของชาวญี่ปุ่น โดยไม่ต้องพึ่งพากระเป๋าใบเล็ก หรือ ถุงพลาสติกในการใส่ของเลย เรียกว่า แค่พกผ้าหนึ่งผืนก็เหมือนมีกระเป๋าใส่ของพร้อมใช้งาน สามารถนำไปห่ออะไรก็ได้ โดยอาศัยเทคนิคการ จับ พับ ม้วน ผูก พอถึงบ้านก็คลายผ้าออกมา แล้วพับเก็บเข้าตู้ ซึ่งช่วยเรื่องประหยัดพื้นที่จัดเก็บ และใช้ซ้ำได้เรื่อย ๆ นอกจากของขวัญदानในแล้ว ผ้าห่อที่มีสีสันและลวดลายสวยงามยังสามารถนำไปใช้ต่อได้อีกหลายโอกาสอีกด้วย เอามาผูกเป็นผ้าพันคอ หรือผ้าโพกหัวเก้ ๆ ก็ได้



ภาพ 2.7 วัฒนธรรมการห่อแบบฟูโรชิกิ

ที่มา : <https://th.pinkoi.com>

เป็นการลดต้นทุนการผลิตและสื่อถึงวัฒนธรรมในปัจจุบันล้วนมีอิทธิพลต่อการกระตุ้นการตัดสินใจทางธุรกิจมากขึ้น (วิธีสื่อความห่วงใย ผ่านการห่อของขวัญให้คนที่คุณรักด้วยผ้าฝ้ายเดียว, 2565)

### 2.2.6 บรรจุภัณฑ์ไม้ (Wood Packaging)

มักเป็นการทำบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง เพราะแบบของบรรจุภัณฑ์ไม้ค่อยเปลี่ยนแปลงมากนัก จะมีการเปลี่ยนแปลงตามกลยุทธ์ทางการตลาดเท่านั้น เช่น กล่องไม้ กล่องหวาย เข่งไม้ ภาชนะบรรจุภัณฑ์จากวัตถุดิบธรรมชาติ

### 2.2.7 บรรจุภัณฑ์แก้ว (Glass Packaging)

เป็นบรรจุภัณฑ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้หลายครั้ง เมื่อเทียบกับวัสดุอื่น ๆ วัสดุที่มีความใสทำเป็นสีต่าง ๆ ได้และรักษาคุณภาพสินค้าภายในได้ดีมาก ๆ นิยมนำมาบรรจุน้ำเพราะสามารถทนต่อแรงกดได้สูงแต่เปราะง่าย (สมพงษ์ เพ็ญอารมณ์, 2551)

## 2.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์และเทคนิคการออกแบบ

องค์ประกอบหลักของบรรจุภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 อย่างคือโครงสร้างและกราฟิกการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การกำหนดลักษณะรูปร่าง รูปทรง ขนาด ปริมาตรปริมาตรอื่น ๆ ของวัสดุที่จะนำมาผลิตและประกอบเป็นภาชนะบรรจุให้เหมาะสมกับหน้าที่ตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษาและการขนส่ง การสร้างสรรคัลักษณะส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อความหมายความเข้าใจในอันที่จะให้ผลทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภคบริโภคและการออกแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างสรรคัลักษณะ 2 มิติ บนพื้นผิวแผ่นราบของวัสดุ ลักษณะกราฟิกบรรจุภัณฑ์และสลากได้แสดงบทบาทหน้าที่สำคัญ

### 2.3.1 องค์ประกอบหลักของบรรจุภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 อย่างประกอบด้วย

1. โครงสร้าง เป็นการกำหนดลักษณะรูปร่าง รูปทรง ขนาด ปริมาตรปริมาตรอื่น ๆ ของวัสดุที่จะนำมาผลิตและประกอบเป็นภาชนะบรรจุให้เหมาะสมกับหน้าที่ตลอดจนกรรมวิธีการผลิต การบรรจุ การเก็บรักษาและการขนส่ง การสร้างสรรคัลักษณะส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อความหมายความเข้าใจ

2. กราฟิก เป็นการสร้างสรรคัลักษณะส่วนประกอบภายนอกของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ให้สามารถสื่อความหมายความเข้าใจในอันที่จะให้ผลทางจิตวิทยาต่อผู้บริโภคบริโภค เช่น ให้ผลในการดึงดูดความสนใจ การให้มโนภาพถึงสรรพคุณ ประโยชน์ของผลิตภัณฑ์ ยี่ห้อผลิตภัณฑ์ ผู้ผลิต ด้วยการใช่วิธีการออกแบบ การจัดวางรูป ตัวอักษร ถ้อยคำ โฆษณา เครื่องหมาย

และสัญลักษณ์ทางการค้า และอาศัยหลักศิลปะการจัดภาพให้เกิดการประสานกลมกลืนกันอย่างสวยงามตามวัตถุประสงค์ที่ได้วางไว้

### 2.3.2 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ 5W+1H

1. ทำไม (WHY) เหตุการณ์หรือปัจจัยอะไรที่ทำให้ต้องออกแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่  
ทำไมกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ ทำไมไม่แก้ไขปรับปรุงพัฒนาอย่างอื่นแทน
2. ใคร (WHO) ผู้รับผิดชอบในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์นี้ บุคคลหรือแผนกที่เกี่ยวข้อง  
มีใครบ้าง
3. ที่ไหน (WHERE) สถานที่ที่จะวางจำหน่ายสินค้าอยู่ที่ไหน ขอบเขตพื้นที่ที่จะ  
วางขายสินค้าบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบครอบคลุมพื้นที่มากน้อยแค่ไหน
4. อะไร (WHAT) จุดมุ่งหมายการพัฒนาบรรจุภัณฑ์คืออะไร ข้อจำกัดในการ  
ออกแบบมีอะไรบ้าง ขยายของสินค้าคืออะไร การใช้งานของบรรจุภัณฑ์คืออะไร
5. เมื่อไร (WHEN) ควรจะเริ่มงานการพัฒนาเมื่อไร จะพัฒนาเสร็จเมื่อไร วางตลาด  
เมื่อไร อย่างไร(HOW) จะใช้เทคโนโลยีแบบใด อย่างไร
6. เท่าไร (HOW MUCH) ค่าใช้จ่ายที่จะใช้ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์มีงบประมาณ  
เท่าไรโดยคำตอบที่ได้รับจากคำถาม 5W + 1H นี้จะนำไปสู่การวางแผนพัฒนาบรรจุภัณฑ์ได้  
บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบอย่างไร

### 2.3.3 ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.3.3.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ถือเป็นเรื่องสำคัญของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพราะกลุ่มเป้าหมายสามารถส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง ผู้ประกอบการจะต้องศึกษา และเรียนรู้ความต้องการของตลาดและความต้องการของผู้บริโภค โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อที่จะได้สามารถออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด

2.3.3.2 กำหนดชื่อตราสินค้า (Brand) ตราสินค้าใช้เป็นชื่อหรือเครื่องหมายสำหรับการเรียกขานผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจะต้องทำการกำหนดชื่อตราสินค้าให้เรียบร้อยก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยกำหนดให้ชื่อตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ ชัดเจน น่าสนใจ ที่สำคัญจะต้องเป็นที่จดจำได้ง่ายแก่ผู้บริโภค ลักษณะที่ดีของตราสินค้าที่ดี สั้น กระชับ จดจำได้ง่าย ออกเสียงได้ง่าย มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แปลเป็นภาษาต่างประเทศได้ง่าย มีความหมายที่เหมาะสมสามารถบอกถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์สอดคล้องกับค่านิยมและวัฒนธรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถนำไปจดทะเบียนการค้าได้ต้องไม่ซ้ำกับของเดิมที่มีอยู่

2.3.3.3 รูปทรง บรรจุกฎเกณฑ์ ที่มีรูปร่างสวยงาม สามารถสร้างความประทับใจให้กับ ผู้บริโภค ถึงแม้ผู้บริโภคจะยังมิได้สัมผัสกับตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน รูปทรงของบรรจุกฎเกณฑ์ สามารถสร้างความเป็นเอกลักษณ์ได้ กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคเห็นรูปทรงสามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็น ผลิตภัณฑ์อะไรและมีชื่อตราสินค้าอะไร หรือจะเป็นผลิตภัณฑ์เดี่ยวแตกต่างกันที่ชื่อตราสินค้า

2.3.3.4 สี สันและกราฟิก สี สันและกราฟิกนี้คือการรวมของการใช้สัญลักษณ์ ตัวอักษร ภาพประกอบ ลวดลายและพื้นผิว ซึ่งส่วนประกอบทั้งหมดสามารถบ่งบอกถึง ชื่อตราสินค้า ลักษณะผลิตภัณฑ์ ที่บรรจุอยู่ภายในได้และสามารถแสดงถึงแหล่งที่มาของ ผลิตภัณฑ์ได้ด้วย

2.3.3.5 วัสดุที่ใช้ทำบรรจุกฎเกณฑ์ วัสดุมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการออกแบบ บรรจุกฎเกณฑ์ การที่ผู้ประกอบการตัดสินใจว่าจะใช้วัสดุอะไรมาผลิตเป็นบรรจุกฎเกณฑ์นั้น ท่านควร คำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และคุณสมบัติของวัสดุแต่ละ ประเภท

#### 2.3.4 องค์ประกอบในการออกแบบกราฟิกบรรจุกฎเกณฑ์ (Element of Design)

เป็นการนำสิ่งต่าง ๆ ที่ถูกนำมาเรียงร้อยกันจน เป็นภาพแสดงอารมณ์อารมณ์หนึ่ง องค์ประกอบหลักในงานกราฟิกจะแบ่งเป็น เส้น รูปร่าง รูปทรง น้ำหนัก พื้นผิว ที่ว่าง สี และ ตัวอักษร

2.3.4.1 เส้น (Line) เส้นมีความยาว และมีมิติเดียว ในทางเรขาคณิต เส้น หมายถึง จุดที่มาเรียงกัน จนสามารถแสดงเป็นแนวตั้ง แนวอน เป็นเส้นโค้ง เป็นเส้นหัก แสดงทิศทางทำให้เกิดรูปร่าง เส้นสามารถแสดงให้เห็นความเคลื่อนไหว แสดงความเร็วได้ เส้นในลักษณะต่าง ๆ เมื่อนำมาบรรจบกันก็จะทำให้เกิดรูปร่างขึ้น เนื่องจากเส้นมีหลายลักษณะต่างกัน จึงมีความหมาย และคุณค่าไม่เหมือนกัน ซึ่งพอจะแยกลักษณะ และคุณค่าของเส้นแต่ละชนิดได้

2.3.4.2 รูปร่าง (Shape) เป็นองค์ประกอบต่อเนื่องมาจากเส้นเกิดจากการนำเส้นใน รูปแบบต่าง ๆ มาต่อกันจนได้เป็นรูปร่าง 2 มิติที่มีความกว้างและความยาวในทางศิลปะจะแบ่ง 2 แบบรูปร่างแบบอิสระ (Free Form) เป็นแนวทางที่ใช้รูปร่างสื่อความหมายที่จินตนาการเอาไว้ออกมารูปทรงที่ที่แน่นอนแต่ดูแล้วเกิดการจินตนาการสื่อถึงอารมณ์ที่ต้องการสื่อได้

2.3.4.3 รูปทรง (Form) เป็นรูปร่างที่มีมิติเพิ่มขึ้นมากลายเป็นงาน 3 มิติ คือ มีความลึกเพิ่มเข้ามาด้วย

2.3.4.4 น้ำหนัก (Value) เป็นส่วนที่มาเสริมให้ดูออกว่ารูปทรงนี้มีน้ำหนักขนาดไหนเบาหนัก ทึบหรือโปร่งแสง น้ำหนักเกิดจากการเติมสีและแสงเงาลงไปในรูปทรงจะได้ผลลัพธ์ออกมาตามที่ต้องการ

2.3.4.5 พื้นผิว (Texture) ในทางศิลปะสามารถอธิบายได้ว่าพื้นผิว คือ สิ่งที่แสดงให้เห็นรูปร่างหรือรูปทรงที่นำมาใช้งานนั้นมีผิวสัมผัสอย่างไรโดยแบ่งเป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1. การสัมผัสด้วยมือ เช่น ผิวขรุขระ ผิวเรียบมันวาว เป็นต้น 2. การสัมผัสด้วยตาในการออกแบบกราฟิกพื้นผิวจะเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่ช่วยสื่ออารมณ์ของงานออกมาได้ชัดเจนมากขึ้น เช่น ถ้าเราเลือกพิมพ์งานลงในกระดาษที่เงาและแวววาว งานนั้นจะสื่อออกได้ทันทีว่าสวยงามมีระดับ ขึ้นอยู่กับลวดลายที่เราเลือกใช้ ดังนั้นในการทำงานนักออกแบบจึงควรเลือกสร้างพื้นผิวทั้งในองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ใส่ลงไปในภาพรวมทั้งวัสดุที่จะใช้พิมพ์ก็สามารถช่วยสื่อความหมายที่ต้องการได้อย่าง

2.3.4.6 ที่ว่าง (Space) อาจเกิดจากความตั้งใจหรือไม่ตั้งใจของนักออกแบบ หมายถึงรวมไปถึงพื้นที่สำคัญด้วย ในการออกแบบที่ว่างจะช่วยให้งานไม่หนักเกินไปและถ้าควบคุมที่ว่างให้ดีที่ว่างก็จะเป็นตัวเสริมจุดเด่นของงานให้เด่นชัดขึ้น

2.3.4.7 สี (Color) สีกับงานกราฟิกถือเป็นหัวใจหลักสำคัญเพราะการเลือกใช้สีใดแสดงถึงอารมณ์ที่ต้องการได้ชัดเจนมากกว่าส่วนประกอบอื่น ๆ ทั้งหมด เช่น สีโทนร้อนสำหรับงานที่ต้องการความตื่นเต้นท้าทาย หรือโทนเย็นสำหรับงานที่ต้องการให้ดูสุขภาพสบายตา

2.3.4.8 ตัวอักษร (Type) ตัวอักษรเป็นสิ่งสำคัญไม่เป็นรองใครเมื่อต้องการทำงานออกแบบกราฟิก (Graphic Design) ในการออกแบบอาจจะใช้เพียงแค่ตัวอักษรและสีเป็นส่วนประกอบเพียง 2 อย่างเพื่อสร้างสรรค์งานที่สามารถสื่อความหมายออกมาได้มีการออกแบบที่สวยงามตัวอักษรมีหลากหลายรูปแบบการเลือกตัวอักษรให้เหมาะสมกับงานกราฟิกมีดังนี้

1. รูปแบบตัวอักษร
2. ลักษณะและขนาดตัวอักษร
3. ระยะช่องไฟและการจัดวางตัว

ส่วนประกอบที่สำคัญบนบรรจุภัณฑ์อย่างน้อยที่สุดควรมี ดังนี้

1. ชื่อสินค้า
2. ตราสินค้า
3. สัญลักษณ์ทางการค้า
4. รายละเอียดของสินค้า



5. รายละเอียดส่งเสริมการขาย
6. รูปภาพ
7. ส่วนประกอบของสินค้า
8. ปริมาตรหรือปริมาณ
9. ชื่อผู้ผลิตและผู้จำหน่าย (ถ้ามี)
10. รายละเอียดตามข้อบังคับของกฎหมาย

หลังจากที่มีการเก็บข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ ดังกล่าวมาแล้ว จึงเริ่มกระบวนการออกแบบ ด้วยการเปลี่ยนข้อมูลที่ได้รับมาเป็นกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์

### 2.3.5 หลักการออกแบบประกอบด้วย

1. จังหวะ (Rhythm) เป็นหลักการหนึ่งของการออกแบบซึ่งมีพื้นฐานมาจากการซ้ำกัน (Repetition) จังหวะเป็นการนำเอาส่วนประกอบของการออกแบบรวมเข้าไว้ด้วยกัน
2. การแปรเปลี่ยน (Gradation) คือการแปรเปลี่ยนรูปร่าง รูปทรง ทิศทาง จากสถานะหนึ่งไปยังอีกสถานะหนึ่ง เช่น เปลี่ยนจากขนาดเล็กไปหาใหญ่ เปลี่ยนสีหรือความเข้มจากค่าความเข้มหนึ่ง จะเป็นอ่อนหรือแก่ก็ได้ไปในทางตรงกันข้าม
3. ความกลมกลืน (Harmony) หมายถึงการประสานให้กลมกลืน เป็นพวกเป็นหมู่ให้เกิดความเหมาะสมสวยงาม เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ไม่ขัดแย้งซึ่งกันและกัน
4. การตัดกัน (Contrast) การตัดกัน หมายถึง ความไม่ประสานสัมพันธ์กัน หรือสิ่งที่ตรงข้ามกัน การนำความแตกต่างกันมาใช้ในงานศิลปะ มาใช้อย่างพอเหมาะจะช่วยแก้ปัญหาความน่าเบื่อหน่ายในงานนั้น ๆ ได้และนอกจากจะช่วยแก้ปัญหาความน่าเบื่อหน่ายแล้วยังช่วยให้เกิดความตื่นเต้น เด่นชัด น่าสนใจขึ้นอีกด้วย การตัดกันจะตรงข้ามกับความกลมกลืน
5. สัดส่วน (Proportion) หมายถึง ความสัมพันธ์ของส่วนต่าง ๆ ในตัวของวัตถุเอง และความสัมพันธ์เมื่อเทียบกับวัตถุอื่น สำหรับงานออกแบบที่นำสัดส่วนมาใช้ต้องคำนึงถึงความสัมพันธ์และเหมาะสมกับรูปร่างนั้น ๆ ข้อคิดในการนำสัดส่วนมาใช้ในงานออกแบบ
6. ความสมดุล (Balance) หมายถึง ความเท่ากัน หรือการถ่วงเพื่อให้เกิดการเท่ากัน การเท่ากันนี้อาจจะไม่เท่ากันจริงก็ได้ แต่เท่ากันในความรู้สึกของมนุษย์
7. การเน้น (Emphasis) การเน้นเพื่อให้เกิดจุดเด่นสามารถเน้นด้วยรูปร่าง เน้นด้วยสี ฯลฯ ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้เกิดความสนใจแก่ผู้พบเห็นได้ได้แบ่งระดับจุดสนใจในงานออกแบบเป็น 3 ระดับด้วยกัน คือ

7.1 จุดสำคัญของงาน (Dominant)

7.2 จุดสำคัญรอง (Subdominant)

7.3 จุดสำคัญย่อย (Subordinant)

8. เอกภาพ (Unity) หมายถึง ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันไม่แตกแยกกัน หรืออยู่รวมกันได้ระหว่างองค์ประกอบ เช่น เส้น รูปร่าง รูปทรง ซึ่งสายตามองเห็น และรู้สึกได้ว่าจะมีความกลมกลืนต่อเนื่องเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน (สุธานันท์ บุรีคำพันธุ์, 2564)

### 2.3.6 บทบาทหน้าที่สำคัญของกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

1. การสร้างทัศนคติที่ดึงดูดต่อผลิตภัณฑ์และผู้ผลิตกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และแผ่นสติกได้ทำหน้าที่ เปรียบเสมือนสื่อประชาสัมพันธ์ของผลิตภัณฑ์ในอันที่จะเสนอต่อผู้บริโภค บริโภค แลดูออกถึงคุณภาพความดีของผลิตภัณฑ์ และความรับผิดชอบต่อผลิตภัณฑ์นั้น ๆ โดยที่ลักษณะทางกราฟิกจะสื่อความหมาย และปลูกฝังความรู้ความเข้าใจการนำผลิตภัณฑ์ไปใช้ตลอดทั้งสร้างความต่อเนื่องของการใช้ การเชื่อถือในคุณภาพจนกระทั่งเกิดความศรัทธาเชื่อถือในผู้ผลิตในผลผลิตที่ด้วย

2. การชี้แจงและบ่งชี้ให้ผู้บริโภคทราบถึงชนิดประเภทของผลิตภัณฑ์ ลักษณะกราฟิกสามารถสื่อความหมายหรือถ่ายทอดความรู้สึกได้ว่า ผลิตภัณฑ์คืออะไร และผู้ใดเป็นผู้ผลิตนั้น มักนิยมอาศัยใช้ภาพและอักษรเป็นหลัก แต่ก็ยังอาศัยองค์ประกอบอื่น ๆ มาช่วยในการออกแบบ เช่น รูปทรง เส้น สี ฯลฯ ซึ่งสามารถสื่อให้เข้าใจความหมายได้ เช่น เดียวกับการใช้ภาพและข้อความอธิบายอย่างชัดเจน

3. การแสดงเอกลักษณ์เฉพาะ สำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการลักษณะ รูปทรง และโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ส่วนใหญ่มักมีลักษณะที่คล้ายคลึงกัน ในผลิตภัณฑ์แต่ละประเภท ทั้งนี้เพราะกรรมวิธีการบรรจุภัณฑ์ ใช้เครื่องจักรผลิตขึ้นมาภายใต้มาตรฐานเดียวกัน ประกอบกับผู้แข่งขันในตลาดมีมาก

4. การแสดงสรรพคุณและวิธีใช้ ของผลิตภัณฑ์เป็นการให้ข่าวสารข้อมูล ส่วนประสมหรือส่วนประกอบที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ภายในว่ามีคุณสมบัติ สรรพคุณและวิธีการใช้อย่างถูกต้องอย่างไรบ้าง ทั้งนี้โดยการอาศัย การออกแบบการจัดวาง ภาพประกอบข้อความสั้นๆ ข้อมูลรายละเอียด ตลอดจนตรารับรอง คุณภาพและอื่น ๆ ให้สามารถเรียกกรองความสนใจจากผู้บริโภคให้หยิบยกเอาผลิตภัณฑ์ขึ้นมาพิจารณา เพื่อตัดสินใจเลือกซื้อ การออกแบบกราฟิกเพื่อแสดงบทบาทในหน้าที่นี้จึงเปรียบจึงเปรียบเสมือนการสร้างบรรจุภัณฑ์ให้เป็นพนักงานขายเงียบที่ทำหน้าที่โฆษณา ประชาสัมพันธ์แทนคน ณ บริเวณจุดซื้อนั่นเอง (สุกฤตา หิรัณยชวลิต, ม.ป.ป)

### 2.3.7 เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบของขวัญมาประยุกต์ใช้ นภวรรณ คณานุกรณ์ (2547) ได้กล่าวถึงเทคนิคในการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบของขวัญค่อนข้างแตกต่างกับเทคนิคต่าง ๆ สาเหตุเนื่องจากผู้ซื้อที่ซื้อสินค้าเป็นของขวัญไม่มีโอกาสบริโภค และหลายครั้งที่การตัดสินใจซื้อเกิดขึ้น ณ จุดขาย ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขวัญที่ดีจึงมีบทบาทสำคัญมากต่อความสำเร็จของการขายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเทศกาลต่าง ๆ

สุกฤตา หิรัณยชวลิต (ม.ป.ป) กล่าวว่าบรรจุภัณฑ์เป็นตัวแทนของกระบวนการส่งเสริมการขายทางการตลาด ณ จุดขายที่สามารถจับต้องได้ เปรียบเสมือนกุญแจดอกสุดท้ายที่จะไขผ่านประตูแห่งการตัดสินใจซื้อบรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อโฆษณาได้อย่างดีเยี่ยม ณ จุดขาย เพราะบรรจุภัณฑ์เป็นงานพิมพ์ 3 มิติ และมีด้านทั้งหมดถึง 6 ด้าน ที่สามารถใช้เป็นสื่อโฆษณา ได้ดีกว่าแผ่นโฆษณาที่มีเพียง 2 มิติ หรือด้านเดียว การออกแบบพาณิชย์ศิลป์บนบรรจุภัณฑ์อาจคำนึงถึงหลักการง่าย ๆ 4 ประการ คือ SAFE ซึ่งมีความหมายว่า

S = Simple เข้าใจง่ายสบายตา

A = Aesthetic มีความสวยงาม ชวนมอง

F = Function ใช้งานได้ง่าย สะดวก

E = Economic ต้นทุนหรือค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม

ออกแบบบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษให้เข้ากับเทศกาลฤดูพิเศษ (2565) กล่าวถึงการออกแบบบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษ สำหรับเทศกาลเฉลิมฉลอง การปรับดีไซน์กล่องผลิตภัณฑ์ให้สื่อถึงช่วงเทศกาลในแต่ละปี เป็นหนึ่งในกลยุทธ์การตลาดตามฤดูกาล (Seasonal Marketing) ที่ จะช่วยให้แบรนด์ของคุณดูมีชีวิตมากขึ้น ดึงดูดและน่าสนใจในช่วงเวลาตามฤดูกาลเพื่อสร้างความหมายที่ดีและเข้ากับบรรยากาศแบรนด์

ปุ่น คงเจริญเกียรติ (2544-2547) กล่าวถึง การออกแบบเพื่อสิ่งแวดล้อมเพื่อชีวิตที่ยั่งยืน (Eco Design) การลดต่อสิ่งแวดล้อมอย่างมีประสิทธิภาพมากที่สุด กระบวนการออกแบบการออกแบบเชิงนิเวศเศรษฐกิจ (Eco Design) มามีบทบาทสำคัญต่อกระบวนการผลิตสินค้า โดยเป็นกระบวนการที่ผนวกแนวคิดด้านเศรษฐกิจและด้านสิ่งแวดล้อมเข้าไปในขั้นตอนการออกแบบเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม

Loco Pack (2564) กล่าวถึง แนวคิด Designing the Best Garbage ถึงแม้ว่าจะหมดหน้าที่ของแพคเกจจิ้งแล้วจะต้องกลายเป็นขยะ แต่อย่างน้อยก็ต้องเป็นขยะที่ดี ขยะที่ดีในที่นี้หมายถึง ขยะที่ไม่ทำลายธรรมชาติหรือสภาวะแวดล้อมต่าง ๆ บนโลกใบนี้ เป็นแนวคิดที่แสดงถึงความรับผิดชอบต่อเพื่อนร่วมโลกทุกชีวิต

## 2.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุกภัณฑ์ผ้าทอมือ

### 2.4.1 พระราชบัญญัติคุ้มครองผู้บริโภค พ.ศ. 2522

เป็นกฎหมายฉบับแรกของประเทศไทย ที่มีการจัดตั้งหน่วยงาน ของรัฐขึ้น เพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคโดยตรง พ.ร.บ. ฉบับนี้ได้บัญญัติให้องค์กรของรัฐมีอำนาจหน้าที่ในการควบคุม การดูแล และประสานการปฏิบัติงานของส่วนราชการต่าง ๆ เพื่อให้ความคุ้มครองผู้บริโภค รวมทั้งเป็นหน่วยงานที่ให้ผู้บริโภคได้ใช้สิทธิร้องเรียนเพื่อขอให้ได้รับการพิจารณาและชดเชยความเสียหายเมื่อถูกผู้ประกอบการฉ้อโกงละเมิดสิทธิของผู้บริโภค

นิยาม มาตรา 4 ในพระราชบัญญัติ

“ภาชนะบรรจุ ” หมายความว่า วัสดุใด ๆ ที่ใช้บรรจุหรือห่อหุ้ม

### 2.4.2 สิทธิของผู้บริโภคจะได้รับความคุ้มครองตามกฎหมาย มี 4 ข้อดังนี้

2.4.2.1 สิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับข่าวสาร รวมทั้งรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพที่ถูกต้องและเพียงพอเกี่ยวกับสินค้าและบริการที่ระบุไว้บนกล่องกระดาษ กล่องลูกฟูกหรือบรรจุกภัณฑ์ต่าง ๆ

2.4.2.2 สิทธิของผู้บริโภคที่จะมีอิสระในการเลือกหาสินค้าและบริการ โดยปราศจากการผูกขาด

2.4.2.3 สิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับความปลอดภัยจากการใช้สินค้าหรือบริการ

2.4.2.4 สิทธิของผู้บริโภคที่จะได้รับการชดเชยความเสียหายจากการใช้สินค้า

2.4.2.5 องค์กรของรัฐตาม พ.ร.บ. องค์กรของรัฐที่จัดตั้งขึ้นเพื่อคุ้มครองสิทธิของผู้บริโภคทั้ง 4 ข้อข้างต้นนี้ คือ สำนักงานคณะกรรมการคุ้มครองผู้บริโภค (สคบ.) มีการแบ่งการคุ้มครองผู้บริโภคเป็น 2 ด้าน คือ ด้านโฆษณา (มีคณะกรรมการว่าด้วยโฆษณา) และด้านฉลาก (มีคณะกรรมการว่าด้วยฉลาก) ต่างก็มีคณะกรรมการย่อยลงไปอีก เพื่อสอดส่องดูแลรับเรื่องร้องทุกข์ พิจารณาความผิดที่เกิดขึ้นในกรุงเทพฯ และจังหวัดอื่น ๆ (กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุกภัณฑ์และความสำคัญที่นักธุรกิจ SMEs, ม.ป.ป.)

### 2.4.3 มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน กระเป๋าผ้า (มผช.417/2558)

การบรรจุให้ห่อหุ้มหรือบรรจุกระเป๋าผ้าในบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม แห่ง สะอาด ป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดกับกระเป๋าผ้าได้ การตรวจสอบให้ทำโดยการตรวจพินิจ เครื่องหมายและฉลากที่ฉลากหรือบรรจุภัณฑ์กระเป๋าผ้าทุกหน่วย ต้องแจ้งรายละเอียดให้ชัดเจน เห็นได้ง่าย

2.4.3.1 ชื่อผลิตภัณฑ์ (ตามชื่อ มผช.) อาจตามด้วยชื่อเรียกผลิตภัณฑ์

2.4.3.2 ความกว้าง ความยาว ความสูง (ถ้ามี) เป็นนิ้วหรือเซนติเมตร

2.4.3.3 ข้อเสนอแนะในการใช้และการดูแลรักษา

2.4.3.4 ประวัติผลิตภัณฑ์ (ถ้ามี)

2.4.3.5 เดือน ปีที่ทำ

2.4.3.6 ชื่อผู้ทำหรือสถานที่ทำ พร้อมสถานที่ตั้งหรือเครื่องหมายการค้าที่จดทะเบียน ในกรณีที่ใช้ภาษาต่างประเทศ ต้องมีความหมายตรงกับภาษาไทยที่กำหนดไว้ (กระทรวง อุตสาหกรรม, 2558)

### 2.4.4 กฎหมาย ระเบียบ และข้อกำหนดอื่นๆ

การปิดฉลากและข้อความที่ต้องแสดงบนฉลากของบรรจุภัณฑ์ องค์ประกอบที่มีในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ องค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ มีอยู่หลากหลายประเภท ณ จุดขายที่มีสินค้าเป็นร้อยให้เลือกองค์ประกอบต่าง ๆ ที่ออกแบบไว้บนบรรจุภัณฑ์ จึงเป็นปัจจัยสำคัญในการเลือกซื้อบรรจุภัณฑ์และสินค้านั้น รายละเอียดหรือส่วนประกอบบนบรรจุภัณฑ์จะแสดงออกถึงจิตสำนึกของผู้ผลิตสินค้าและสถานะ (Class) ของบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถขยับเป็นสื่อโฆษณา ระยะยาว ส่วนประกอบที่สำคัญบนบรรจุภัณฑ์อย่างน้อยที่สุดควรประกอบด้วย

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

10. รายละเอียดตามข้อบังคับของกฎหมาย เช่น วันผลิต วันหมดอายุ เป็นต้น (สุธาสินีณ์ บุรีคำพันธุ์, 2664)

#### 2.4.5 สัญลักษณ์การดูแลเสื้อผ้าตามสากลแบ่งออกเป็น 6 หมวด ได้แก่

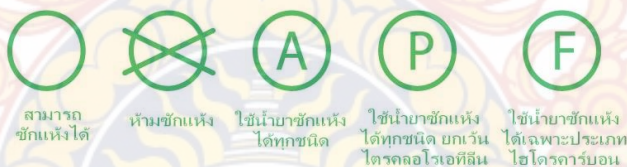
2.4.5.1 หมวดสัญลักษณ์การซัก วิธีการซักผ้าโดยหลักจะมี 3 สัญลักษณ์ คือ สัญลักษณ์ที่แสดงว่าสามารถซักได้ทั้งแบบมือและเครื่อง, สัญลักษณ์ที่แสดงว่าซักได้แบบมือเท่านั้น และสัญลักษณ์ที่แสดงว่าห้ามซัก จะซักได้แบบวิธีการซักแห้งเท่านั้นอ้างอิง (สัญลักษณ์บนป้ายเสื้อผ้า, 2565)



ภาพ 2.8 หมวดสัญลักษณ์การซัก

ที่มา : <https://www.chrisvun.com> (2566)

2.4.5.2 หมวดสัญลักษณ์การซักแห้ง สำหรับเสื้อผ้าที่มีสัญลักษณ์ป้ายวงกลมระบุอยู่นั้น จะบอกว่าเสื้อผ้าชนิดนั้นต้องการการดูแลความใส่ใจอย่างดี ซึ่งหากเห็นสัญลักษณ์ดังกล่าว นั้นแล้วจะมีความหมายถึง “การซักแห้ง” ซึ่งในสัญลักษณ์นี้จะมีจุดสังเกตเพิ่มเติมเล็กน้อยเกี่ยวกับการใช้น้ำยาซักแห้ง



ภาพ 2.9 หมวดสัญลักษณ์การซักแห้ง

ที่มา : <https://www.chrisvun.com> (2566)

2.4.5.3 หมวดสัญลักษณ์สารฟอกขาว สัญลักษณ์รูปสามเหลี่ยม จะเป็นการแสดงถึงข้อควรระวังในการใช้สารฟอกขาวกับเสื้อผ้า ซึ่งหลัก ๆ จะมีสัญลักษณ์ด้วยกัน 4 ประเภท คือ



ภาพ 2.10 หมวดสัญลักษณ์สารฟอกขาว

ที่มา : <https://www.chrisvun.com> (2566)

2.4.5.4 หมวดสัญลักษณ์อบแห้ง และปั่นแห้ง ในส่วนของสัญลักษณ์ของหมวดอบแห้ง และปั่นแห้งจะมีสัญลักษณ์หลัก คือ กรอบสี่เหลี่ยม และวงกลมในสี่เหลี่ยม ซึ่งหมวดนี้จะแบ่งหมวดย่อย ๆ 2 หมวดคือ อุณหภูมิ และรอบในการปั่น



ห้ามใช้  
ความร้อน

ไม่จำกัด  
ความร้อน

ใช้ความร้อน  
ต่ำ

ใช้ความร้อน  
ปานกลาง

ใช้ความร้อน  
สูง

ภาพ 2.11 หมวดสัญลักษณ์อบแห้ง

ที่มา : <https://www.chrisvun.com> (2566)

2.4.5.5 หมวดสัญลักษณ์การตาก การทำให้เสื้อผ้าแห้งก็เป็นอีกหนึ่งขั้นตอนสำคัญในการดูแลรักษาเสื้อผ้า ไม่ว่าจะผ้าจะซิด จะหด หรือจะยับย ในการทำให้ผ้าแห้ง



ตากด้วย  
วิธีการแขวน

ไม่การบิดผ้า  
ตากด้วยการ  
แขวนจนแห้ง

ตากแนวราบ  
(ไม่แขวน)

ตากในที่ร่ม

ห้ามบิดผ้า

ภาพ 2.12 หมวดสัญลักษณ์การตาก

ที่มา : <https://www.chrisvun.com> (2566)

2.4.5.6 หมวดสัญลักษณ์การรีด รูปเตารีด คือ สามารถใช้อุณหภูมิใดก็ได้ในการรีดผ้า



อุณหภูมิใดก็ได้

ห้ามรีดผ้า

ห้ามใช้เตารีดไอน้ำ

รีดด้วยอุณหภูมิสูง  
(200°C)

รีดด้วยอุณหภูมี่ปานกลาง  
(150°C)

รีดด้วยอุณหภูมิต่ำ  
(100°C)

ภาพ 2.13 หมวดสัญลักษณ์การรีด

ที่มา : <https://www.chrisvun.com> (2566)

## 2.5 ศึกษาข้อมูลจิตวิทยาสีที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

### 2.5.1 อิทธิพลของสีที่มีต่อมนุษย์

สีเป็นที่ยอมรับกันโดยทั่วไปแล้วว่ามีอิทธิพลต่อจิตใจของมนุษย์ ทำให้มนุษย์เกิดความรู้สึกและอารมณ์แตกต่างกันออกไปทั้งในทางบวกและทางลบ อาทิ ความอบอุ่น ความเยือกเย็น ความสงบความตื่นเต้น ความมีชีวิตชีวา ความสิ้นหวัง ความมีพลัง และความบริสุทธิ์ เป็นต้น สีที่เราพบเห็นกันในปัจจุบันจะมีทั้งสีที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และสีที่มนุษย์ได้สร้างสรรค์ขึ้นมาทั้งสิ้น

### 2.5.2 สีที่มีผลต่อจิตใจมนุษย์

ประณต กุลประสูตร (2566) ได้กล่าวถึง ความรู้สึกชอบในสีใด ๆ ของมนุษย์หรือไม่ นั้น จะขึ้นอยู่กับสาเหตุหลายประการ ตั้งแต่มรดกเชื้อชาติ สภาพแวดล้อม ตลอดจนความคิดเห็นส่วนตัวนั้นอาจจะเป็นผลสืบเนื่องมาพื้นฐานทางการศึกษาและประสบการณ์ที่มีและอื่น ๆ จึงทำให้มนุษย์มีความรู้สึกต่อสีแตกต่างกันออกไป ดังนั้นปฏิกิริยาของมนุษย์ที่มีต่อสีจึงแตกต่างกันออกไปด้วยอิทธิพลของสีต่าง ๆ ที่มีผลต่อจิตใจของมนุษย์ มีดังนี้

ตาราง 2.2 ตัวอย่างอิทธิพลของสีต่อจิตใจของมนุษย์

สี	อิทธิพลต่อจิตใจ
1. สีน้ำเงิน	ให้ความรู้สึกที่ทำให้เกิดความเยือกเย็น ความสงบ ความมั่นคง
2. สีเหลือง	ให้ความรู้สึกที่ทำให้เกิดความสุข ความสดใส ความสนุกสนานร่าเริง
3. สีแดง	ให้ความรู้สึกที่ทำให้เกิดความตื่นเต้น ความมีชีวิตชีวา ความรุนแรง
4. สีส้ม	ให้ความรู้สึกที่ทำให้เกิดความอบอุ่น ความสนุกสนานร่าเริง
5. สีเขียว	ให้ความรู้สึกที่ทำให้เกิดความสงบ ความหวัง และความรู้สึกที่ค่อนข้างเยือกเย็น
6. สีม่วง	ให้ความรู้สึกที่ทำให้เกิดความห่อเหี่ยว ความอาลัย

ที่มา : ประณต กุลประสูตร (2566)

### 2.5.3 ประเภทของสีแบ่งออกเป็น 2 ประเภท ดังนี้

#### 1. สีที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ

สีที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ ได้แก่ สีของต้นไม้ใบหญ้า สีของดอกไม้ สีของดิน หิน สีของน้ำทะเล สีของท้องฟ้า และสีของแสงอาทิตย์ เป็นต้น ซึ่งแหล่งกำเนิดสีแต่ละประเภทเหล่านี้ ก็จะมี สีแตกต่างกันออกไป เช่น น้ำทะเลเป็นสีคราม ท้องฟ้าเป็นสีฟ้าหรือเทา ดินและหิน



อาจเป็นสีแดง น้ำตาลหรือเทาก็ได้ ทั้งนี้จะขึ้นอยู่กับแร่ธาตุที่ผสมอยู่ ดอกไม้และใบไม้ก็อาจมีสีสดที่แตกต่างกันออกไปตามสายพันธุ์ของต้นไม้แต่ละชนิด

## 2. สีที่มนุษย์สร้างขึ้น

สีที่มนุษย์สร้างขึ้น จัดเป็น ประเภทของสี ที่ได้จากการสังเคราะห์ เพื่อใช้ประโยชน์ในงานต่าง ๆ เช่น งานศิลปะ อุตสาหกรรม การพาณิชย์และในชีวิตประจำวัน โดยสังเคราะห์จากวัสดุธรรมชาติ

### 2.5.4 วรรณะสี

วรรณะของสีบางทีเราเรียกทับศัพท์ว่า โทนสี คือส่วนของสีที่ถูกแบ่งออกว่าจะจะเป็นสีแท้ (Hue) นำหนักของสี (Value) หรือความสดของสี (Intensity) ที่ประกอบอยู่ในแต่ละสี

1. วรรณะสีร้อน เป็นสีที่ดูแล้วให้ความรู้สึกที่เร้าใจ เป็นสีที่ช่วยสร้างควมมีชีวิตชีวา วรรณะสีนี้จะอยู่ในช่วงระหว่างสีเหลืองถึงสีแดงโดยจะเริ่มตั้งแต่สีเหลือง เหลืองอมส้ม ส้ม แดงอมส้ม แดง แดงอมม่วง ม่วง

2. วรรณะสีเย็น สำหรับวรรณะสีเย็น เป็นสีที่ดูแล้วให้ความรู้สึกเย็นตา รู้สึกสงบ วรรณะสีนี้จะอยู่ในช่วงระหว่างสีเขียวถึงสีม่วง โดยจะเริ่มตั้งแต่สีเหลือง (Yellow) สีเหลืองอมเขียว (Yellow Green) สีเขียว (Green) สีน้ำเงินอมเขียว (Blue Green) สีน้ำเงิน (Blue) สีน้ำเงินอมม่วง (Blue Violet) และสีม่วง เกิดความรู้สึกผ่อนคลายและมีสมาธิในการทำงานแต่ก็จะต้องไม่ใช่สีที่เย็นจนเกินไป เพราะจะทำให้เกิดความซึมเศร้าไม่มีชีวิตชีวา



ภาพ 2.14 วรรณะสีร้อนและเย็น

ที่มา : <https://sites.google.com>

### 2.5.5 แม่สี

แม่สี คือ สีที่นำมาผสมกันแล้วทำให้เกิดสีใหม่ ที่มีลักษณะแตกต่างไปจากสีเดิม แม่สีมีอยู่ 2 ชนิด คือ

1. แม่สีของแสง เกิดจากการหักเหของแสงผ่านแท่งแก้วปริซึมมี 3 สี คือ สีแดง สีเขียว และสีน้ำเงิน อยู่ในรูปของแสงรังสีซึ่งเป็นพลังงานชนิดเดียวที่มีสี คุณสมบัติของแสงสามารถนำมาใช้ ในการถ่ายภาพ ภาพโทรทัศน์ การจัดแสงสี ในการแสดงต่าง ๆ เป็นต้น

2. แม่สีวัตถุธาตุ เป็นสีที่ได้มาจากธรรมชาติ และจากการสังเคราะห์โดยกระบวนการทางเคมี มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน

แม่สีวัตถุธาตุเป็นแม่สีที่นำมาใช้งานกันอย่างกว้างขวาง ในวงการศิลปะ วงการอุตสาหกรรม ฯลฯ (วิกิพีเดีย สารานุกรมเสรี, ม.ป.ป)

### 2.5.6 ทฤษฎีสี

เป็นการแนะแนวทางปฏิบัติสำหรับผสมสีและผลทางตาของการผสมสีบางอย่าง มีนิยาม (หรือหมวดหมู่) ของสีโดยอาศัยวงล้อสี ได้แก่ แม่สี สีทุติยภูมิและสีตติยภูมิ

1. การใช้สีเดียว (Monochromatic) เป็นการเลือกสีใดสีหนึ่งจากวงล้อสีมา โดยใช้ร่วมกันกับสีขาว-ดำ เมื่อตัวสีหลักจะมีเพียงสีเดียวเราจะควบคุมงานของเราได้ง่ายขึ้น และการนำสีขาวและดำเข้ามาใช้ร่วมด้วย จะทำให้งานดูน่าสนใจเนื่องจากเป็นสีกลางที่เข้าได้กับทุกสี การใช้สีแบบนี้นอกจากทำให้เราสนใจสีหลักเพียงสีเดียว เรายังสามารถสร้างมิติให้กับสี โดยการเพิ่มความเข้ม (Shade) ความอ่อน (Tint) ความสด และความชัด (Tone) ก็จะทำให้งานไปในทางเดียวกัน และมีสมดุลมากขึ้น



ภาพ 2.15 การใช้สีเดียว

ที่มา : <https://www.jallearnmedia.com>

2. การใช้สีวรรณะเดียว (Tone) สีสามารถแบ่งออกได้เป็น 2 วรรณะ คือ สีวรรณะร้อน (Warm Tone) ได้แก่ สีเหลือง สีส้ม สีแดง และสีม่วง สีวรรณะเย็น (Cold Tone) ได้แก่ สีเหลือง สีเขียว สีน้ำเงิน และสีม่วง (สีเหลืองและสีม่วงเป็นสีที่อยู่ได้ทั้งสองวรรณะ) การใช้สีวรรณะเดียวในงานออกแบบ จะทำให้ตัวงานมีสีไปในทางเดียวกัน เข้ากัน และมีอิทธิพลในการสื่อสารที่ชัดเจน



ภาพ 2.16 สีวรรณะเดียว

ที่มา : <https://www.jallearnmedia.com>

3. การใช้สีต่างวรรณะ คือการใช้สีโทนร้อนและเย็นจากวงล้อสีในงานเดียวกัน โดยใช้ในสัดส่วนที่ไม่เท่ากัน เพื่อให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งโดดเด่นออกมาอย่างตั้งใจ อัตราส่วนมาตรฐาน คือ 80:20 (โทนเย็น 80 : โทนร้อน 20 หรือ โทนเย็น 20 : โทนร้อน 80) ซึ่งเราสามารถใช้อัตราส่วนอื่น ๆ ได้ เช่น 90:10 หรือ 70:30 ก็จะทำให้การนำเสนอและถ่ายทอดออกมาในอารมณ์ที่ต่างกัน แต่ไม่ควรใช้ในสัดส่วนที่เท่ากัน 50:50 เพราะจะทำให้งานออกมาแบน ทุกอย่างดูเท่ากันไปหมด และหาจุดเด่นได้ยาก

4. การใช้สีคู่ตรงข้าม (Complementary) คือการใช้สีที่อยู่ตรงข้ามกันในวงล้อสี จะทำให้เกิดการตัดกันของสีอย่างรุนแรง ทำให้เกิดความขัดแย้งที่ทำให้งานโดดเด่นอย่างเห็นได้ชัด สีคู่ตรงข้ามในวงล้อสีมีทั้งหมด 6 คู่ การใช้สีคู่ตรงข้ามจึงควรใช้อัตราส่วน 80:20 เพื่อให้โดดเด่นเพียงสีเดียว และถ้าหากมีจุดที่ใกล้กันเกินไปให้ใช้สีขาว-ดำเข้ามาช่วย รวมถึงใช้สีคู่ตรงข้ามผสมกันเพื่อทำให้งานมีมิติและสมดุลมากยิ่งขึ้น (การใช้สีในการออกแบบ, 2565)



ภาพ 2.17 สีคู่ตรงข้าม

ที่มา : <https://www.jallearnmedia.com>

## 2.6 ศึกษาข้อมูลสรีรศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

นภวรรณ คณานุรักษ์ (2547) กล่าวว่าส่วนประกอบต่าง ๆ ที่ออกแบบบรรจุภัณฑ์จะได้รับ การอ่านโดยทางประสาทตา ประสาทความรู้สึกของคนจะอ่านข้อมูลเปรียบเทียบกับประสบการณ์ เดิมที่มี เช่น ยี่ห้อ สีสັນในการออกแบบ หรืออาจมีการเปรียบเทียบกับข้อมูลของบรรจุภัณฑ์คู่แข่งที่ อยู่ใกล้ ๆ แล้วทำการวิเคราะห์ กระบวนการตัดสินใจดังกล่าวนี้จะกระทำอย่างรวดเร็วมากโดยใช้เวลา เพียงไม่กี่วินาทีภายใต้สภาวะการจดจำภายในซูบเปอร์มาร์เก็ต ขั้นตอนของความสนใจใน บรรจุภัณฑ์ใด ๆ ที่วางอยู่บนชั้นมัก จะเกิดในระยะประมาณ 3 เมตรขึ้นไป หรือในระยะที่คน ผ่านห้องชั้น การออกแบบให้เกิดความสนใจในระยะนี้มักเกิดจากรูปทรงและส่วนประกอบ โดยรวมของบรรจุภัณฑ์ เช่น ตราสินค้า เป็นต้นบ่อยครั้งที่เกิดจากโฆษณาหรือมีความทรงจำที่ดีมา ก่อน ในบางครั้งอาจเกิดจากป้ายโฆษณา ณ จุดขายราคาที่ถูกพิเศษหรือมีการส่งเสริมการขาย เป็นต้นขั้นตอนความประทับใจในบรรจุภัณฑ์จะเกิดในระยะไม่เกิน 3 เมตร ซึ่งเป็นระยะที่ กลุ่มเป้าหมายเริ่มอ่านได้ว่าเป็นสินค้าอะไร ผลิตโดยใคร ในช่วงระยะไม่เกิน 3 เมตร ที่กลุ่มเป้าหมาย เริ่มอ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ได้ ส่วนประกอบ ในการออกแบบที่สำคัญ คือ ต้องทราบจุดเด่น ของสินค้า ซึ่งบรรจุภัณฑ์พยายามจะอวดและเชิญชวนให้ติดตามรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์



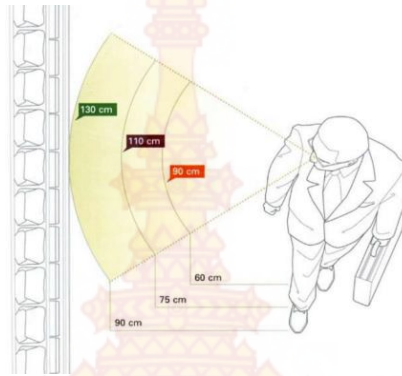
ภาพ 2.18 ระยะการสายตา

ที่มา : เขาวนาถ นรินทร์สรศักดิ์ (2552)

### สรีระการอ่าน ณ จุดขาย

ภายในซูเปอร์มาร์เก็ต ชั้นวางสินค้ามีหลายประเภท สินค้าในแต่ละส่วนจะถูก จัดวางเรียง เป็นชั้น ๆ จากการศึกษาสรีระการอ่านของคนจะพบว่าโดยเฉลี่ยการอ่านรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ ที่อยู่บนชั้นวางสินค้าจะอยู่ที่ระยะห่างไม่เกิน 1 เมตร จากชั้นวางสินค้า ณ ระยะห่างประมาณ 90 เซนติเมตร สายตาที่กวาดอ่านไปตามแนวราบหรือแนวของชั้นวางสินค้าจะอยู่ในระยะประมาณ

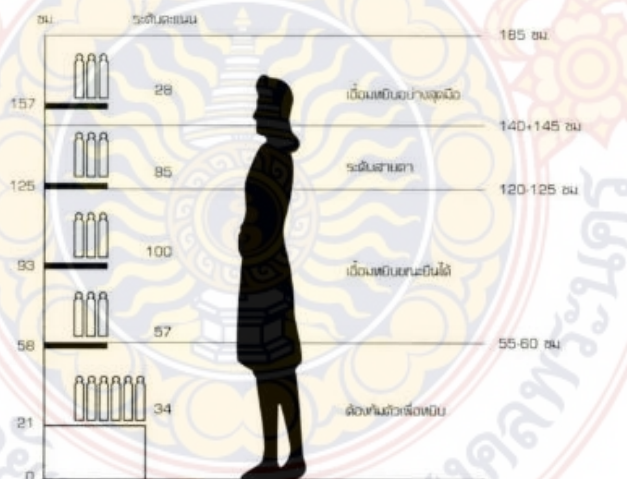
130 เซนติเมตร ซึ่งจากการศึกษาการอ่านในแนวตั้งพบว่า ระดับความสูงที่สายตาจะให้ความสนใจมากที่สุดอยู่ที่ระดับความสูงจากพื้นประมาณ 110 เซนติเมตร ชั้นวางสินค้าที่อยู่สูงจากพื้นตั้งแต่ระดับ 60 เซนติเมตร ถึง 125 เซนติเมตร จะเป็นระยะความสูงของชั้นวางสินค้าที่ได้รับความสนใจมากกว่าระยะความสูงอื่น ๆ



ภาพ 2.19 สรีระการอ่าน ณ จุดขาย

ที่มา : เขาวนาถ นรินทร์สรศักดิ์ (2552)

นอกจากนี้แล้วยังได้ศึกษาถึงโอกาสที่ผู้บริโภคจะหยิบสินค้าจากชั้นวางสินค้าที่มีความสูงต่าง ๆ กัน พบว่าผู้บริโภคจะหยิบสินค้าที่วางอยู่ในระดับความสูงที่ 93 - 100 เซนติเมตร จากพื้นมากที่สุด เพราะผู้บริโภครู้สึกหยิบสินค้าได้สะดวกมากที่สุด ระดับชั้นวางสินค้าที่ผู้บริโภคมองเห็นโอกาสหยิบสินค้าน้อยลงมาก คือระดับความสูงจากพื้น 120 - 145 เซนติเมตร



ภาพ 2.20 ผลการศึกษาโอกาสถูกหยิบ ณ ความสูงที่แตกต่างกัน

ที่มา : เขาวนาถ นรินทร์สรศักดิ์ (2552)

กล่าวโดยสรุปแล้วเมื่อเปรียบเทียบความสูงของชั้นวางสินค้าที่มีระดับความสูงกว่าใหญ่ กับชั้นวางสินค้าที่มีระดับความสูงต่ำกว่าไหลลงมาผู้บริโภคจะหยิบสินค้าจากชั้นวางสินค้าที่อยู่ระดับต่ำกว่าใหญ่

## 2.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีการพิมพ์และการผลิตบรรจุภัณฑ์

ขั้นตอนการผลิตสิ่งพิมพ์ แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน

2.7.1 งานก่อนพิมพ์ (Prepress) ประกอบด้วย การเรียงพิมพ์, การพิสูจน์อักษร, การถ่ายฟิล์ม, การวางรูปแบบฟิล์ม, การเตรียมแม่พิมพ์

### 2.7.1.1 การพิสูจน์ (Proof)

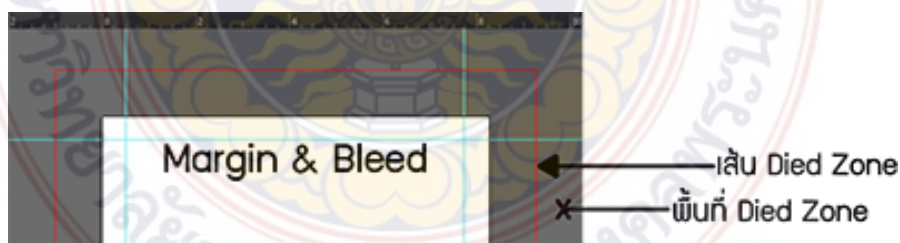
คือการตรวจสอบความถูกต้องตัวอย่างงานก่อนผลิตจริง เพื่อป้องกันความผิดพลาด เป็นขั้นตอนสำคัญในการดูการสะกดคำของเนื้อหา สี ความคมชัดของรูปภาพ การพับ การจัดเรียงหน้า การเข้าเล่ม ระยะตัดตกสำหรับการตัดเจียน รวมถึงเอฟเฟกต์ต่าง ๆ ว่า ได้ตามที่ต้องการหรือไม่

### 2.7.1.2 ปรับโหมดสี CMYK

งานที่ต้องการจะส่งให้โรงพิมพ์เพื่อพิมพ์ชิ้นงาน ไฟล์งานควรอยู่ในโหมด CMYK เพื่อที่เวลาพิมพ์ออกมา ผลงานจริงกับสีในจอจะได้ตรงกันเนื่องจากเป็นสีที่ใช้สำหรับงานพิมพ์

### 2.7.1.3 ระยะขอบและระยะตัดตก (Margin & Bleed)

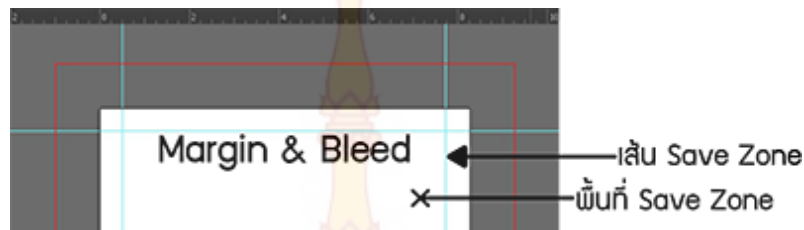
ระยะขอบ : ควรวางตัวหนังสือหรือรูปที่ต้องการพิมพ์ไว้ใน Save Zone คือจะอยู่ด้านในของของชิ้นงาน (Artboard) เข้ามาสัก 3-4 มม. Save Zone คือพื้นที่ที่ปลอดภัยจากการความคลาดเคลื่อนในการตัดชิ้นงาน



ภาพ 2.21 ระยะขอบ

ที่มา : <https://www.smile-siam.com>

ระยะตัดตก : ควรเผื่อพื้นที่หลังชิ้นงาน (Background) ให้ใหญ่กว่า Artboard ลึก 3-4 มม. เพื่อป้องกันการเกิดขอบขาวหลังพิมพ์และความคลาดเคลื่อนในการตัดชิ้นงาน



ภาพ 2.22 ระยะตัดตก

ที่มา : <https://www.smile-siam.com>

2.7.1.4 เปลี่ยน Font ให้เป็น Graphic (Create Outline & Convert to Shape) เพื่อไม่ให้เกิดปัญหา ตัวอักษร (Font) เพี้ยน ก่อนส่งงานให้โรงพิมพ์ควรแปลงตัวอักษร (Font) ให้เป็นวัตถุ (Object) ก่อนทุกครั้ง

#### 2.7.1.5 ผังไฟล์รูปภาพ (Include Linked Files)

การผังไฟล์รูปภาพ (Include Linked Files) ในไฟล์งานเพื่อป้องกันการเกิดปัญหาการเปิดไฟล์งาน แล้วโปรแกรมถามหารูป หรือรูปสูญหาย เนื่องจากเราไม่ได้แนบไฟล์รูปไปให้ด้วย แต่หากได้ทำการผังไฟล์ปัญหาแบบนี้ก็จะไม่เกิด

2.7.2 งานพิมพ์ (Press) ระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์การพิมพ์บรรจุภัณฑ์เป็นการทำให้เกิดภาพหรือข้อความต่าง ๆ ตามที่ได้ออกแบบเทคโนโลยีการพิมพ์ในระบบต่าง ๆ มาใช้ ระบบการพิมพ์ (Packaging Printing) ที่นำใช้พิมพ์บรรจุภัณฑ์นั้น มีการแบ่งระบบในลักษณะต่าง ๆ หลายลักษณะ โดยแบ่งออกเป็น 5 ระบบ ได้แก่

1. การพิมพ์แม่พิมพ์พื้นนูน (Relief Printing)
2. การพิมพ์แม่พิมพ์พื้นราบ (Planographic Printing)
3. การพิมพ์แม่พิมพ์พื้นลึก (Recess Printing)
4. การพิมพ์แม่พิมพ์พื้นฉลุ (Stencil Printing)
5. การพิมพ์ดิจิทัล (Digital Printing)

ซึ่งการพิมพ์ทั้ง 5 ระบบนี้เป็นระบบการพิมพ์ที่มีคุณลักษณะแตกต่างกัน บางระบบก็เหมาะสมสำหรับบรรจุภัณฑ์บางประเภท บางระบบก็ช่วยในการตกแต่งบรรจุภัณฑ์ให้ดูดีขึ้น ซึ่งสามารถอธิบายระบบการพิมพ์ที่ใช้พิมพ์บรรจุภัณฑ์แต่ละระบบได้ดังต่อไปนี้

2.7.2.1 การพิมพ์แม่พิมพ์พื้นนูน ในระบบการพิมพ์บริเวณที่ต้องการให้เกิดภาพหรือข้อความซึ่งบริเวณที่ไม่ต้องการให้เกิดภาพหรือข้อความ เราจะเรียกว่า (Non-Image Areas) การพิมพ์แม่พิมพ์พื้นนูน (Relief Printing) เป็นระบบการพิมพ์ที่มีลักษณะของในบริเวณภาพจะนูนสูงขึ้นกว่าบริเวณภาพ เมื่อหมึกผ่านบริเวณภาพบนแม่พิมพ์ซึ่งอยู่สูง หมึกพิมพ์จะเกาะบนแม่พิมพ์ ส่วนที่ไร้ภาพจะอยู่ต่ำกว่า จึงไม่มีหมึกพิมพ์อยู่บนบริเวณ ไร้ภาพ เมื่อถ่ายทออดหมึกไปยังวัสดุจะมีเพียงหมึกพิมพ์ที่ติดอยู่บนแม่พิมพ์ที่เป็นบริเวณภาพเท่านั้นที่จะสามารถถ่ายทอระบบการพิมพ์แม่พิมพ์พื้นนูนที่ใช้กันในปัจจุบัน

1. การพิมพ์เลตเตอร์เพรสส์ (Letterpress Printing) เป็นระบบการพิมพ์ที่เก่าแก่ที่สุดแต่ยังใช้เป็นระบบที่ยังใช้งานได้ในปัจจุบัน แต่อาจมีการพัฒนาการของเทคโนโลยีไม่มากนัก การพิมพ์เลตเตอร์เพรสส์นี้เป็นระบบการพิมพ์ที่แม่พิมพ์ทำจากวัสดุ (Material) หลายชนิด

2. การพิมพ์เฟล็กโซกราฟี (Flexography Printing) เดิมเรียกว่า การพิมพ์แอนิลีน (Aniline Printing) เป็นระบบการพิมพ์แม่พิมพ์พื้นนูนที่ได้รับการนิยมอย่างมาก ในการพิมพ์ลงวัสดุพิมพ์ประเภทกระดาษลูกฟูก และฟิล์มพลาสติก ปัจจุบันการพิมพ์เฟล็กโซกราฟีสามารถพิมพ์งานได้มีความละเอียดเทียบเท่ากับการพิมพ์ออฟเซต การพิมพ์เฟล็กโซกราฟีนอกจากพิมพ์ลงบนกระดาษลูกฟูกและฟิล์มพลาสติกแล้ว ยังสามารถพิมพ์ลงบนวัสดุพิมพ์ประเภทแผ่นเปลาอะลูมิเนียมได้ด้วย บรรจุภัณฑ์ที่พิมพ์ด้วยเฟล็กโซกราฟี เช่น ถุงกระดาษ กล่องลูกฟูก ถุงพลาสติก พลาสติก กระดาษชำระ กระดาษปิดผนัง (Wallpaper) กระดาษน้ำตาล ถุงพลาสติก บรรจุอาหาร เป็นต้น (มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 2557)

2.7.2.2 การพิมพ์แม่พิมพ์พื้นราบ (Planographic Printing หรือ Flat Plate Printing) ระบบการพิมพ์ที่บริเวณภาพและบริเวณไร้ภาพอยู่ในระนาบเดียวกันใช้ในการพิมพ์ บรรจุภัณฑ์มีเพียงระบบเดียวคือ การพิมพ์ออฟเซตลิโทกราฟี (Offset Printing) หรือเรามักเรียกสั้น ๆ ว่า การพิมพ์ออฟเซต แม่พิมพ์ออฟเซตเป็นแม่พิมพ์พื้นราบ ระหว่างบริเวณภาพและบริเวณไร้ภาพ อาศัยหลักการน้ำกับน้ำมันไม่รวมกัน กล่าวคือแม่พิมพ์ผ่านระบบน้ำก่อน น้ำจะเคลือบบนแม่พิมพ์ บริเวณภาพจะเป็นตัวรับหมึกพิมพ์และผลัดดันน้ำที่คงอยู่ เพราะหมึกพิมพ์มีคุณสมบัติเป็นไขมัน จึงไปจับบนบริเวณภาพ ส่วนบริเวณไร้ภาพจะรับน้ำและดันหมึกออก เพราะบริเวณไร้ภาพไม่มีส่วนของไขมัน จึงทำให้น้ำเข้าไปอยู่ในบริเวณนั้นและทำให้ไม่สามารถเข้าไปได้ การพิมพ์ออฟเซตเป็นการพิมพ์โดยอ้อมลักษณะเดียวกับการพิมพ์ตรงออกต่างกันตรงที่การพิมพ์ตรง ออฟเซตเป็นแม่พิมพ์พื้นนูนและไม่มีน้ำมาเกี่ยวข้องกับกระบวนการ



การพิมพ์ออฟเซตแห้ง หรือการพิมพ์ทรายออฟเซต (Dry Offset Printing) บางทีก็เรียก การพิมพ์เลตเตอร์เซ็ท (Letterset Printing) เป็นระบบการพิมพ์แม่พิมพ์พื้นนุ่มมีลักษณะของหลักการพิมพ์แตกต่างกับการพิมพ์เลตเตอร์เพรสส์และการพิมพ์เฟล็กโซกราฟี เพราะทั้งสองเทคโนโลยีจะเป็นการพิมพ์โดยตรง (Direct Printing) หมายความว่าแม่พิมพ์จะสัมผัสกับวัสดุพิมพ์โดยตรง ส่วนการพิมพ์ทรายออฟเซตจะเป็นการพิมพ์โดยอ้อม (Indirect Printing) โดยแม่พิมพ์จะไม่สัมผัสกับวัสดุพิมพ์แต่จะมีการถ่ายโอนหมึกจากแม่พิมพ์ไปสู่ตัวกลางในการรับถ่ายโอนหมึกแล้วจึงถ่ายโอนหมึกจากตัวกลางไปสู่วัสดุพิมพ์ ซึ่งตัวกลางในการรับถ่ายโอนหมึกนี้จะมีลักษณะเป็นไม้วาง เราเรียกว่าแบล็งค์เด็ท (Blanket) หรือแบล็งค์เก็ตลักษณะของแม่พิมพ์ทรายออฟเซตก็จะเป็นแม่พิมพ์ตัวตรง (สุกฤดา นิธิณยชวลิต, 2565)

2.7.2.3 การพิมพ์แม่พิมพ์พื้นลึก (Recess Printing) เป็นระบบการพิมพ์ที่บริเวณในแม่พิมพ์มีความลึกลงไปกว่าพื้นปกติ แต่ระดับความลึกไม่ได้ลึกมากมีหน่วยเป็นไมครอนการพิมพ์แบบนี้เป็นการพิมพ์โดยตรงที่แม่พิมพ์จะสัมผัสกับวัสดุพิมพ์โดยตรงโดยมีหลักการพิมพ์คือหมึกพิมพ์จะมีความเหลวเพื่อให้สามารถไหลลงไปในพื้นที่ลึกของแม่พิมพ์ได้ หมึกพิมพ์จะถูกปาดลงบนแม่พิมพ์ส่วนที่เป็นบริเวณภาพจะขังหมึกไว้ ส่วนบริเวณไร้ภาพบนแม่พิมพ์ (ฝ่ายตำราวิชาการคอมพิวเตอร์, 2558)

2.7.2.4 ระบบการพิมพ์กราเวียร์ (Gravure Printing) หรือการพิมพ์กราวััวร์เป็นวิธีการพิมพ์พื้นลึกที่นิยมใช้ในงานพิมพ์สิ่งพิมพ์บรรจุภัณฑ์ประเภทพลาสติก หมึกพิมพ์มีความใสทำให้พิมพ์ลงบนผิวพลาสติกได้สวยงาม แม่พิมพ์จะทำด้วยโลหะประเภททองแดงและเคลือบด้วยโครเมียมบาง ๆ เพื่อป้องกันผิวแม่พิมพ์ไม่ให้สึกกร่อนได้ง่าย มีความคงทนสูง สามารถพิมพ์สิ่งพิมพ์ได้จำนวนมาก ๆ มีความเร็วในการพิมพ์สูง ลักษณะของแม่พิมพ์จะเป็นโมทรกกระบอกแม่พิมพ์มีลักษณะเป็นบ่อเล็ก ๆ เรียกว่า เซลล์ (Cell) แต่ละเซลล์จะแยกจากกันโดยมีผนังเซลล์ (Wall Cell) หรือกำแพงมาขึ้น ซึ่งส่วนที่เป็นผนังเซลล์นี้คือส่วนบริเวณไร้ภาพของแม่พิมพ์กราเวียร์แม่พิมพ์จะมีบ่อเล็ก ๆ นับหมื่นบ่อต่อตารางนิ้ว ขนาดของบ่อไม่เท่ากันแต่ความลึกของบ่อเท่ากันหรืออาจจะเป็นชนิดขนาดของบ่อเท่ากันแต่ความลึกของบ่อไม่เท่ากัน บ่อเหล่านี้จะรับหมึกพิมพ์สำหรับถ่ายโอนหมึกพิมพ์ลงวัสดุพิมพ์ เมื่อวัสดุพิมพ์ถูกแรงกดลงบนผิวแม่พิมพ์ ความเข้มของสีหมึกพิมพ์ขึ้นอยู่กับความลึกหรือขนาดของบ่อ

2.7.2.5 การพิมพ์ดิจิทัล (Digital Printing) เป็นการพิมพ์ระบบไร้แม่พิมพ์ ระบบไร้แรงกดบางทีก็เรียกระบบการพิมพ์ไม่สัมผัส (Non-Impact Printing) หรือระบบไร้สัมผัส (Non-Contact Impactless Printing) เป็นระบบการพิมพ์ที่ไม่มีแม่พิมพ์มาเกี่ยวข้องกับกระบวนการ

การพิมพ์ ช่วยให้ลดต้นทุนการผลิตสิ่งพิมพ์ลงได้มากในกรณีที่พิมพ์จำนวนไม่มาก หากพิมพ์สิ่งพิมพ์จำนวนมากแล้วการพิมพ์ในระบบที่ใช้แม่พิมพ์จะมีต้นทุนต่อหน่วยค่อนข้างถูกกว่าการพิมพ์ไร้แม่พิมพ์อาศัยเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าและระบบการผลิตต่าง ๆ ด้วยคอมพิวเตอร์สามารถพิมพ์สิ่งพิมพ์ต่าง ๆ โดยไม่ต้องใช้แม่พิมพ์ แม้ว่าการพิมพ์ไร้แม่พิมพ์บางประเภทจะมีลักษณะคล้าย ๆ มีแม่พิมพ์ ระบบการพิมพ์นี้สามารถปรับเปลี่ยนบริเวณภาพได้เรื่อย ๆ จึงเป็นข้อได้เปรียบกว่าระบบการพิมพ์ที่ต้องมีแม่พิมพ์ การพิมพ์ไร้แม่พิมพ์มีต้นทุนในการผลิตสิ่งพิมพ์ใกล้เคียงกันในหนึ่งหน่วยการพิมพ์ ดังนั้นการพิมพ์ไร้แม่พิมพ์จึงอาจไม่เหมาะกับกับการพิมพ์สิ่งพิมพ์จำนวนมาก นอกจากนี้ยังมีการนำมาใช้พิมพ์บรรจุภัณฑ์สำหรับการทดลองตลาด การเปลี่ยนรูปลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ การพิมพ์เพื่อส่งเสริมการขายในช่วงเหตุการณ์สำคัญ ๆ ผู้บริโภคเลือกซื้อ ก็สามารถส่งเสริมการขายได้เป็นจำนวนมาก นับว่าระบบการพิมพ์ไร้แม่พิมพ์ก็สามารถช่วยในการส่งเสริมการขายได้ ปัจจุบันมีการนำการพิมพ์แบบนี้มาใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์มากขึ้นเรื่อย ๆ เพราะมีราคาถูกกว่าในอดีต รวมทั้งคุณภาพของงานพิมพ์ได้ก็มีความสวยงามไม่น้อยกว่าการพิมพ์แบบใช้แม่พิมพ์ จนผู้บริโภคอาจไม่สามารถระบุถึงแต่ละชิ้นการพิมพ์ระบบใดซึ่ง ระบบการพิมพ์ไร้แม่พิมพ์ที่นำมาใช้พิมพ์บรรจุ (วีระ ชาติธรรมาภรณ์, 2564)

### 2.7.3 หลังพิมพ์ (After Press) การพับวัสดุพิมพ์ การเก็บเล่ม การแปรสภาพงานพิมพ์

#### 2.7.3.1 การอบมัน (Varnishing)

#### 2.7.3.2 การเคลือบพลาสติก (Laminating)

#### 2.7.3.3 การพิมพ์นูน (Embossing)

#### 2.7.3.4 เทคนิคการทำเล่ม, วิธีใส่สันทากาว, วิธีการเย็บลวด, วิธีใส่เกลียวลวด

2.7.4 การสกรีน DFT (Digital Film Transfer) สามารถเรียกได้อีกอย่างว่าการสกรีน DTF (Direct to Film) เป็นการสกรีนเสื้อหรือวัสดุอื่น ๆ ด้วยหมึกพิมพ์แบบพิเศษลงบนแผ่นฟิล์มทรานเฟอร์ โดยเครื่องพิมพ์ DFT จะส่งพิมพ์ภาพด้วยโปรแกรม RIP ลงไปบนแผ่นฟิล์มโดยตรง เมื่อพิมพ์เสร็จแล้วจึงนำมาโรยด้วยผงกาวก่อนจะอบ จากนั้นจึงนำไปรีดลงบนวัสดุต่าง ๆ เทคนิคสกรีน DFT เป็นวิธีที่ไม่จำเป็นต้องไดคัท เพราะสามารถพิมพ์ออกมาตามไฟล์งานที่ออกแบบไว้ได้ทันที

#### ขั้นตอนการสกรีน DFT

1. พิมพ์ภาพลงบนแผ่นฟิล์ม ขั้นตอนแรกคือการพิมพ์ภาพที่ต้องการลงบนแผ่นฟิล์มก่อน โดยเครื่อง DFT จะพิมพ์สกรีนภาพด้วยหมึก Inkjet No Cut (DTF) สีน้ำเงิน แดง เหลือง ดำ และขาวลงบนฟิล์มใส โดยเครื่องพิมพ์จะพิมพ์สีลงไปก่อนจากนั้นจึงพิมพ์ทับด้วยสีขาว

เพื่อเป็นการรองพื้น ทำให้มีสีสวยคมชัด แม้จะสกรีนบนผ้าสีเข้ม

2. โรยผงขาว หลังจากพิมพ์ภาพเสร็จแล้วเครื่อง DFT จะโรยผงขาวอัตโนมัติเพื่อให้ยึดติดกับหมึกพิมพ์สีขาว โดยผงขาวจะมีหลายประเภทให้เลือกใช้งานตามความเหมาะสมและถูกออกแบบมาเพื่อใช้กับอุตสาหกรรมสิ่งทอโดยตรง

3. อบแผ่นฟิล์ม ก่อนนำฟิล์มไปใช้เราจำเป็นต้องนำไปอบก่อน นำตัวฟิล์มที่ผ่านการพิมพ์และโรยผงขาวแล้วไปอบด้วยความร้อนให้กาละลายโดยจะใช้ความร้อนอุณหภูมิในช่วง 130 - 160 องศาเซลเซียส ขึ้นอยู่กับตัวฟิล์ม และผงขาว จากนั้นจึงรอให้ฟิล์มเย็นถือว่าเป็นขั้นตอนสุดท้ายของการพิมพ์ภาพลงบนฟิล์มก่อนนำไปรีด

4. นำฟิล์มไปรีดติดกับวัสดุที่ต้องการ เมื่อได้พิมพ์ฟิล์ม DFT เรียบร้อยแล้วนำแผ่นฟิล์มมารีดติดบนเสื้อ หรือพื้นผิววัสดุต่าง ๆ ที่ต้องการด้วยความร้อน หลังจากนั้นจึงลอกฟิล์มออก หมึกบนฟิล์มจะละลาย และติดลงไปในเนื้อผ้า และได้ผลงานที่สวยงาม มีสีสดใส ไม่ดรอป ไม่เพี้ยน มีรายละเอียดคมชัด

## 2.8 ศึกษาข้อมูลการตลาดสมัยใหม่และพฤติกรรมผู้บริโภค

### 2.8.1 กิจกรรมทางการตลาดของบรรจุกัญท์

Makoto Ogawa แปลโดย อัจฉรา โหตรภวานนท์ (2565) ได้กล่าวถึง การใช้บรรจุกัญท์เป็นกลยุทธ์ทางการตลาด บรรจุกัญท์มีบทบาทที่สำคัญยิ่งต่อผู้ผลิตสินค้า เนื่องจากบรรจุกัญท์สามารถทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย กระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น ในเวลาเดียวกันมีโอกาสลดต้นทุนสินค้าอันจะนำไปสู่ยอดกำไรสูงซึ่งนับเป็นเป้าหมายของทุกองค์กรในระบบการค้าเสรีค่านิยมการตลาด คือ กระบวนการทางด้านบริหารที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมเป้าหมาย โดยการค้นหาความต้องการและสนองความต้องการนั้นเพื่อบรรลุถึงกำไรตามที่ต้องการ ตามค่านิยมการตลาดประกอบด้วย องค์ประกอบสำคัญ 3 ประการ คือ กลุ่มเป้าหมาย การสนองความต้องการและกำไร การกำหนดกลุ่มเป้าหมายเฉพาะนั้นจำเป็นต้องหาข้อมูล พร้อมทั้งค้นหาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายในรูปแบบของการบริโภค สินค้าหรือบริการ ส่วนการตอบสนองความต้องการนั้น ต้องใช้กลไกทางด้านส่วนผสมทางการตลาด เพื่อชักจูงให้กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ซื้อให้เลือกซื้อสินค้าเราแทนที่จะซื้อของคู่แข่งเพื่อบรรลุถึงกำไรที่ได้กำหนด

2.8.1.1 การพัฒนาคอนเซ็ปต์ "ควรเน้นส่วนใดของสินค้าเพื่อสร้างแรงจูงใจให้ลูกค้าหยิบมันขึ้นมา" กล่าวคือบางครั้งจุดเริ่มต้นอาจจะอยู่ที่การสร้างสรรคดีไซน์โดยพุ่งเป้าไปที่คุณค่าแท้จริงที่สำคัญที่สุดของสินค้านั้น แต่ก็มีวิธีการใช้ดีไซน์โดยการแปลงไอเดียออกมาเป็นดีไซน์ก่อน

เพื่อคิดคอนเซ็ปต์สินค้าขึ้นมาด้วย นอกจากนี้แล้ว ก็จำเป็นที่จะต้องสร้างแนวคิด ในการออกแบบ (Design Idea) ที่คำนึงถึงวิธีการใช้งานหลังจากซื้อสินค้าขึ้นไปแล้วจนถึงวิธีการกำจัดด้วย กระบวนการสร้างสรรค์ดีไซน์ของบรรจุภัณฑ์ก็นับว่าเป็นการพัฒนาคอนเซ็ปต์ด้วยเช่นกัน

2.8.1.2 กลยุทธ์การสื่อสาร ดีไซน์ของบรรจุภัณฑ์เกี่ยวข้องอย่างลึกซึ้งกับกลยุทธ์ทางการสื่อสารที่จะเกิดขึ้นหลังจากนั้น การสื่อสารและโฆษณาควรเป็นหนึ่งเดียวและสอดคล้องไปกับข้อความหรือโลกทัศน์ที่ถ่ายทอดผ่านบรรจุภัณฑ์ นอกจากนี้แล้ว อีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญเช่นเดียวกัน คือ กำหนดให้ดีไซน์ของบรรจุภัณฑ์มีบทบาทอย่างไร เมื่อพิจารณาถึงลักษณะของสื่อต่าง ๆ ที่นำสินค้าไปลง

2.8.1.3 การบริหารจัดการแบรนด์ดีไซ์นของบรรจุภัณฑ์ คือ องค์ประกอบใหญ่ของแบรนด์ ในบางกรณีดีไซ์นของบรรจุภัณฑ์เองได้กลายมาเป็นสินทรัพย์ของแบรนด์ด้วย ดีไซ์นของบรรจุภัณฑ์ต้องรวบรวมเอาคุณค่า บุคลิกภาพและหัวใจหลักที่แบรนด์นำเสนอมาแสดงให้เห็นเป็นรูปร่าง นอกจากนี้แล้ว ในการปรับโฉมดีไซ์นของบรรจุภัณฑ์ก็ต้องคงองค์ประกอบของดีไซ์นซึ่งเป็นสินทรัพย์ของแบรนด์ได้แก่ โลโก้ หรือรูปทรงไว้ ในขณะที่ต้องนำเสนอความแปลกใหม่ไปพร้อม กัน

2.8.1.4 กลยุทธ์การแข่งขันดีไซ์นจะปรับไปตามกลยุทธ์ในการแข่งขัน ดีไซ์นจะต่างไปอย่างมากตามกลยุทธ์การแข่งขันที่บริษัทของเราควรเลือก เช่น เป็นผู้นำหรือผู้ตาม ตลาดในตอนนี้อยู่ในช่วงแนะนำหรือช่วงอิ่มตัว อยากรจะครองตำแหน่งใดในการแข่งขัน หากเป็นสินค้าที่ผลิตขึ้นมาเพื่อเปิดตลาดใหม่ ก็จำเป็นจะต้องมีดีไซ์นของบรรจุภัณฑ์ที่ไม่เคยมีมาก่อนหรือหากอยู่ในฐานะผู้นำตลาด

## 2.8.2 การส่งเสริมทางการตลาด

ส่วนประสมการส่งเสริมการตลาด ประกอบด้วย 4 ประการคือ

2.8.2.1 การโฆษณา (Advertising) "เป็นรูปแบบการเสนอขาย ความคิด สินค้าหรือบริการ โดยไม่ใช้พนักงานขาย และต้องมีการจ่ายเงิน โดยผู้อุปถัมภ์รายการ" การโฆษณาจึงมีลักษณะเฉพาะ คือเป็นการเสนอขายสินค้า บริการ หรือความคิดโดยการใส่สื่อ

2.8.2.2 การขายโดยใช้พนักงานขาย (Personal Selling) เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่คาดหวัง" การขายโดยใช้พนักงานขาย ถือเป็น การติดต่อสื่อสารแบบสองทาง (Two Way Communication)

2.8.2.3 การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) หมายถึง "กิจกรรมระยะสั้นที่ใช้ส่งเสริมการขายที่นอกเหนือจากการ โฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขายและการประชาสัมพันธ์

ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจ การทดลองใช้ หรือการซื้อของลูกค้าชั้นสุดท้ายหรือบุคคลอื่นในช่องทางกำรจัดจำหน่ายแต่ละระดับ" หรืออาจหมายถึง "กิจกรรมระยะสั้นซึ่งใช้ช่วยและเสริมการขายโดยใช้พนักงานและการโฆษณา" การส่งเสริมการขายอาจใช้ร่วมกับการ โฆษณา หรือการขายโดยพนักงาน

2.8.2.4 การให้ข่าวและการประชาสัมพันธ์ (Publicity and Public Relation) การให้ข่าว เป็นการส่งเสริมการขายโดยไม่ใช้บุคคลโดยไม่มีกำรจ่ายเงินจากองค์กรที่ได้รับผลประโยชน์จากการให้ข่าวนั้น

### 2.8.3 สภาวะการจำหน่ายสมัยใหม่

ระบบจำหน่ายสมัยใหม่ เช่น ในซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งมีสินค้าวางขายอยู่บนชั้นประเภท แต่ละประเภทจะมีสินค้าที่เป็นคู่แข่งวางขายกันเป็นสิบเพื่อการเปรียบเทียบเลือกซื้อภายใต้สภาวะการขายเช่นนี้ผู้ซื้อใช้เวลาประมาณเศษ 2 ใน 3 ของเวลาที่อยู่ในร้านเดินจากสินค้าประเภทหนึ่งไปยังสินค้าอีกประเภท ตัวอย่างเช่น ถ้าผู้ซื้อโดยเฉลี่ยใช้เวลา 10 - 15 นาที ในการเลือกซื้อสินค้าและสมมติว่าโดยเฉลี่ยผู้ซื้อแต่ละคนจะซื้อสินค้าประมาณ 12 ชิ้น นั่นก็หมายความว่า เวลาที่ใช้ในการตัดสินใจซื้อสินค้านั้นมีเวลาเพียง 1 นาที ในสภาพความเป็นจริงเวลาที่ใช้ในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าอาจแปรเปลี่ยนแต่ประเภทของสินค้า

### 2.8.4 การสร้างคุณค่าของสินค้าเพื่อยกระดับคุณค่าสินค้าให้สูงขึ้น

2.8.4.1 การพัฒนาคุณค่าด้านการใช้งาน (Functional Value) สามารถแบ่งได้ตามวัตถุประสงค์ได้เป็น 3 ประเภทใหญ่ ดังนี้

1. แบบแก้ปัญหา โดยการปรับปรุงการใช้งานให้ดีขึ้นแก้ปัญหาอย่างใส่ใจด้วยการออกแบบ
2. แบบสร้างสถานการณ์ใหม่ เป็นการสร้างสถานการณ์การใช้งานใหม่ เช่น รูปทรง วิธีนี้จะช่วยสร้างตลาดใหม่ขึ้นมาได้
3. แบบสร้างประสบการณ์ใหม่ เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้ไม่เพียงแต่เพิ่มความสะดวกสบายในการใช้งานแล้วยังนำเสนอความสนุกสนาน ความประหลาดใจให้ผู้ใช้งานด้วย

2.8.4.2 การสร้างคุณค่าด้านอารมณ์ สิ่งสำคัญในการแสดงคุณค่าด้านอารมณ์คือ จะกำหนดเป้าหมายอย่างไร เช่น ถึงจะบอกถึงความรู้สึกหรือหลายแบบ สิ่งสำคัญคือการแสดงให้เห็นถึงความความรู้สึกหรือที่มีแค่ในสินค้าของเราซึ่งแตกต่างจากบริษัทอื่น ๆ เช่นการดีไซน์บรรจุภัณฑ์ให้สื่อถึงอารมณ์ความรู้สึกหรือ ประวัติศาสตร์ยาวนาน เรื่องราว

### 2.8.5 กลยุทธ์การตลาด 7Ps ประกอบด้วย

1. Product คือตัวสินค้าและบริการที่ไม่ใช่แค่คุณภาพหรือตรงกลุ่มเป้าหมายเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการทำสินค้าที่สื่อถึงภาพลักษณ์ของแบรนด์ออกมาได้ชัดเจน รูปภาพสินค้า การใช้งานสินค้า ช่วงเวลาที่เหมาะกับการใช้งาน

2. Price คือราคาของผู้ประกอบการใช้เป็นรูปแบบหลักในการตั้งราคาสินค้าและบริการ ส่วนนี้ส่งผลกับผู้บริโภคโดยตรงอยู่แล้ว

3. Promotion คือ วิธีที่แบรนด์ใช้สื่อสารกับผู้บริโภคและผู้ที่เกี่ยวข้องกับสินค้า

4. Place คือสถานที่ในการกระจายสินค้า ยิ่งหลากหลายช่องทาง

5. People คือปัจจัยที่เกี่ยวกับคน ซึ่งจะครอบคลุมทั้งพนักงานในองค์กรและบุคคลที่มีส่วนร่วมตั้งแต่กระบวนการตัดสินใจซื้อและหลังการซื้อสินค้าของผู้บริโภค

6. Process คือขั้นตอน หรือกระบวนการในการให้บริการของแบรนด์ที่นำมาใช้กับสินค้าและบริการ ปัจจัยนี้จะช่วยให้เข้าใจลูกค้าและสร้าง Customer Experience ได้ดียิ่งขึ้น

7. Physical Evidence ปัจจัยนี้หมายถึงประสบการณ์ที่ลูกค้าจะได้รับจากการซื้อสินค้า เช่น การมองเห็น การได้กลิ่น การได้ยิน การรับรู้ และความรู้สึกทางร่างกาย ซึ่งเป็นสิ่งที่แบรนด์จะสร้างความน่าเชื่อถือ (7Ps Marketing Mix กลยุทธ์ใหม่พิชิตใจผู้บริโภคในยุคโควิด, 2564)

ชฎานิน ขนอม (ม.ป.ป.) ได้กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมา มีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางด้านการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

### 2.8.6 ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภค

ชูชัย สมितिไกล (2553) พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่มีผลของความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อ การซื้อ การใช้และการกำจัดส่วนที่เหลือ สินค้าและบริการ

ต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการหรือความปรารถนาส่วนตัว และอาจมีบุคคลอื่นเป็นส่วนร่วมในกระบวนการบริโภคด้วย

ปริญญ์ ถักษิตานนท์ (2544) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภค คือ การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการจัดหาและการใช้ผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้หมายถึง กระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนการกำหนดให้มีการกระทำ

นที บุญพราหมณ์ (2546) กล่าวถึงความหมายพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) หมายถึง พฤติกรรมการแสดงออกของบุคคลแต่ละบุคคลในการค้นหา การเลือกซื้อ การใช้ หรือจัดการกับสินค้าและบริการ ซึ่งผู้บริโภคคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนเองได้ ซึ่งเหตุผลที่คุณจำเป็นต้องศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเพราะพฤติกรรมผู้บริโภคมีผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ ดังนั้นการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคจะทำให้คุณสามารถสร้างกลยุทธ์ทางการตลาดที่สร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคและความสามารถในการค้นหาทางแก้ไขพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในสังคมได้ถูกต้องและสอดคล้องกับความสามารถในการตอบสนองของธุรกิจมากยิ่งขึ้น ที่สำคัญจะช่วยในการพัฒนาตลาดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ของคุณให้ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง

ชัชสรวิญ รอดยิ้ม (2564) กล่าวถึง พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของผู้ซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อนำผลิตภัณฑ์ไปใช้บริโภคให้กับตนเอง ให้คนในครอบครัว รวมถึงการใช้ในองค์กรที่เป็นสำนักงานหรืออุตสาหกรรม โดยมีพฤติกรรมตั้งแต่การตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ การใช้ผลิตภัณฑ์ และสุดท้ายคือการประเมินผลการใช้ผลิตภัณฑ์ อาจหมายถึงกระบวนการตัดสินใจและกิจกรรมทางกายภาพที่บุคคลเข้าไปเกี่ยวข้องเมื่อมีการประเมินการได้มา การใช้หรือการจับจ่ายใช้สอย ซึ่งสินค้าและบริการ" ประชาชนต่างเป็นผู้บริโภคแต่ไม่จำเป็นที่ประชาชนทุกคนจะต้องเป็นผู้บริโภคของผลิตภัณฑ์อย่างเดียวกัน ผู้บริโภคอาจต้องการผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้เสนอขายโดยชุมชน ซึ่งความปรารถนาสามารถได้รับการบำบัดให้พอใจได้ถ้าชุมชนได้ตระหนักถึงความต้องการ และผลิตผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นออกจำหน่าย และผู้บริโภคอาจซื้อผลิตภัณฑ์เพื่อสนองความพึงพอใจส่วนบุคคลได้ หรือสำหรับตอบสนองความต้องการของครัวเรือน หรือชุมชนบางแห่งที่มีความต้องการที่เหมือนกัน ผู้บริโภคจึงเป็นหัวใจสำคัญของพฤติกรรมผู้บริโภค เมื่อชุมชนเข้าใจผู้บริโภคแต่ละคนในแง่ของความต้องการที่อยากได้ กระบวนการทางความคิด ความประทับใจ ปัญหา และการกระทำ ชุมชนจะเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคการพิจารณาผู้บริโภคในแง่ของความเป็นศักยภาพ หรือความแท้จริงที่ปรากฏในการซื้อสินค้าและบริการ บุคคลคนหนึ่งอาจเป็นผู้ที่กระทำการซื้อหรือไม่ได้ซื้อสำหรับผลิตภัณฑ์หรือตราผลิตภัณฑ์ชนิดใดชนิดหนึ่งโดยเฉพาะก็ได้ ดังนั้นจึง

เป็นสิ่งสำคัญสำหรับชุมชนที่จะต้องทราบถึงสถานภาพของผู้บริโภคในกระบวนการการบริโภคว่าเป็นผู้บริโภคแบบใด ชุมชนสามารถกำหนดสถานภาพที่เป็นไปได้ 3 ประการของผู้บริโภคในกระบวนการการบริโภค คือ

1. ผู้ที่ไม่ใช่ผู้บริโภค หมายถึง บุคคลใด ๆ ผู้ซึ่งไม่มีความต้องการสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในปัจจุบันและมีแนวโน้มว่าจะไม่มีความต้องการสำหรับอนาคตอันใกล้
2. ผู้บริโภคที่มีศักยภาพ หมายถึง บุคคลใด ๆ ที่ปัจจุบันยังไม่ได้ซื้อแต่เป็นผู้ซึ่งอาจได้รับอิทธิพลบางอย่างในเวลาต่อมาให้ซื้อได้
3. ผู้บริโภคที่แท้จริง หมายถึง ผู้ซื้อหรือผู้จ่ายตลาด

### 2.8.7 ลักษณะของผู้บริโภค

ชมพูนุท นรินทรางกูร ณ อยุธยา และ ศศิณีภา ศรีกัลยานิวัต (2562) กล่าวถึงผู้ที่มีความต้องการซื้อ (Need) มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior) และพฤติกรรมการใช้ (Using Behavior) ดังนี้

1. ผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ การที่บุคคลนั้นจะต้องมีความต้องการผลิตภัณฑ์ซึ่งบางคนถ้าไม่มีความต้องการก็ถือว่าไม่ใช่ผู้บริโภค ดังนั้น ถ้าจะวัดว่าใครเป็นผู้บริโภคต้องวัดที่ความต้องการและความต้องการมีใช้รูปธรรม แต่เป็นนามธรรม
2. ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ (Purchasing Power) ผู้บริโภคจะมีแค่เพียงความต้องการอย่างเดียวไม่ได้แต่จะต้องมีอำนาจซื้อด้วย
3. การเกิดพฤติกรรมการซื้อ (Purchasing Behavior) เมื่อผู้บริโภคมีความต้องการและมีอำนาจซื้อแล้วก็จะเกิดพฤติกรรมการซื้อ เช่น ซื้อที่ไหน เมื่อใด ใช้มาตรการอะไรในการตัดสินใจซื้อ ซื้อมากน้อยแค่ไหน
4. พฤติกรรมการใช้ (Using Behavior) ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการใช้อย่างไร จากการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคนั้น ทำให้ทราบถึงลักษณะต่าง ๆ ของผู้บริโภค ไม่ว่าจะเป็นผู้บริโภคเป็นบุคคลที่มีความต้องการ ผู้บริโภคเป็นผู้ที่มีอำนาจซื้อ การเกิดพฤติกรรมการซื้อ และพฤติกรรมการใช้ ที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกใช้สินค้าและบริการของผู้บริโภคนั้น โดยเริ่มตั้งแต่บทบาทของผู้บริโภคจนถึงกระบวนการรับรู้และการตัดสินใจเลือกใช้สินค้าและบริการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนมีอิทธิพลต่อกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภคที่แตกต่างกันออกไป

### 2.8.8 พฤติกรรมผู้บริโภคที่สนับสนุนชุมชนเพื่อสังคมและความยั่งยืน

ปัญหาสิ่งแวดล้อมและการสร้างสังคมให้ดีขึ้น คือสิ่งที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญ เราเคยเขียนไปก่อนหน้านี้ว่ากระแส ESG กระแทกกับธุรกิจในทุกภาคส่วน เทรนด์นี้อาจเป็นตัวช่วย



หนึ่งที่ยกมาอธิบายได้ของหรือใช้ผลิตภัณฑ์จากท้องถิ่นคือการสนับสนุนแนวคิดเรื่องความยั่งยืน เพราะเป็นการสนับสนุนชุมชน คืบหน้าให้สังคมและรักษ์โลกเพราะลด Carbon Footprint ที่เกิดจากการขนส่ง นอกนั้นสินค้าชุมชนยังเอื้อประโยชน์ให้ผู้บริโภคมากกว่าเพราะมีราคาถูกไม่มีต้นทุนแฝงบักยิบย่อยและส่งได้ไวกว่า แถมผู้ประกอบการท้องถิ่นยังพัฒนาคุณภาพและดีไซน์ของสินค้า มีคุณภาพดีเท่าสินค้านำเข้าจากภายนอกผู้บริโภคยังสนับสนุนตัวอย่างแบรนด์ที่ตอบรับพฤติกรรมนี้ของผู้บริโภค (PeerPower Team, 2565)

### 2.8.9 การตัดสินใจซื้อ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) กล่าวถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อ (Decision Process) หมายถึง ขั้นตอนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์จากสองทางเลือกขึ้นไป โดยพิจารณาในส่วนที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการตัดสินใจทั้งด้านจิตใจและพฤติกรรมทางกายภาพ การซื้อเป็นกิจกรรมด้านจิตใจและทางกายภาพ ซึ่งเกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาหนึ่ง กิจกรรมเหล่านี้ทำให้เกิดการซื้อและเกิดพฤติกรรมการซื้อตามบุคคลอื่นซึ่งกระบวนการตัดสินใจซื้อประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ดังนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือรับรู้ปัญหา
2. การค้นหาข้อมูลหรือการค้นหาข้อมูลก่อนการซื้อ
3. การประเมินผลทางเลือก
4. การตัดสินใจซื้อ
5. การประเมินผลภายหลังการซื้อ

## 2.9 ศึกษาหลักการออกแบบแทนจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

### 2.9.1 ความหมายของการจัดแสดงสินค้า (Display)

อุษณีย์ จิตตะปาโล (2552) ได้รวบรวมความหมายของการจัดแสดงสินค้าไว้ดังนี้ การจัดแสดงสินค้าคือการจัดแสดงสินค้าออกสู่สายตาประชาชน โดยการสร้างกิจกรรมอย่างมีคุณค่าทางสุนทรียศาสตร์ศิลปศาสตร์ซึ่งมีผลต่อยอดขายสินค้า

การจัดแสดงสินค้า คือ สื่อกลางในการขายสินค้า หรือนับเป็นการโฆษณา ส่งเสริมการขาย ซึ่งส่งผลต่อภาพพจน์ของคนภายนอกที่มีต่อร้านค้า

การจัดแสดงสินค้า คือ ศิลปะในการนำเสนอและแนะนำสินค้า

การจัดแสดงสินค้าคือการจัดสินค้าและวัสดุตกแต่งอื่น ๆ อย่างมีศิลปะ เพื่อให้ทำให้เกิดการขายสินค้าและบริการซึ่งการจัดแสดงนั้นถือเป็นกิจกรรมหนึ่งที่สนับสนุนการขาย

การจัดนิทรรศการ (Exhibition) หมายถึง การจัดแสดงข้อมูล เนื้อหาผลงานต่าง ๆ ด้วยวัสดุสิ่งของอุปกรณ์และกิจกรรมที่หลากหลาย แต่มีความสัมพันธ์กันในแต่ละเรื่อง โดยมี

จุดมุ่งหมายที่ชัดเจน มีการวางแผนที่ตั้งใจดูความสนใจให้ผู้ชมมีส่วนร่วมในการดู การฟัง การสังเกต การจับต้อง และการทดลองด้วยสื่อที่หลากหลาย เช่น รูปภาพ ของจริง หุ่นจำลอง ป้ายนิเทศ และกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การประกวด การแข่งขัน การบรรยาย การสาธิต การอภิปราย และการตอบปัญหาในระดับชาติหรือนานาชาติ

### 2.9.2 การจัดแสดงสินค้า (Display)

การจัดแสดงสินค้าเป็นกระบวนการหนึ่งในการสร้างการรับรู้การกระตุ้น เสริมสร้างคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์และบริการรวมถึงสร้างความสนใจและเรียกร้องให้เกิดการตัดสินใจซื้อจากผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดีโดยการจัดแสดงสินค้านั้นต้องใช้องค์ความรู้ทางด้านการตลาดและองค์ประกอบทางศิลป์เพื่อสร้างโอกาสทางการตลาด การจัดแสดงสินค้าจึงสามารถเสริมสร้างให้เครื่องมือการส่งเสริมทางการตลาดในแต่ละประเภทมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นเครื่องมือการส่งเสริมทางการตลาดโดยการโฆษณาการประชาสัมพันธ์การส่งเสริมการขาย การตลาดทางตรง หรือการจัดเหตุการณ์พิเศษ ล้วนแล้วแต่ต้องใช้การจัดแสดงสินค้าเป็นสื่อในการสร้างประสิทธิภาพในการส่งเสริมทางการตลาดทั้งสิ้น

หลักในการจัดองค์ประกอบของการจัดนิทรรศการมีดังนี้

1. ความเด่น เช่นทิศทางของเส้น ความเด่นของแบบ หรือรูปร่าง ขนาดและสี สิ่งเหล่านี้จะทำให้นิทรรศการดึงดูดความสนใจและสะดุดสายตาของผู้ชม ไม่ควรใช้สีเกินกว่า 2 - 3 สี โดยใช้สีที่เป็นกลางเป็นพื้นหลัง และใช้สีที่เข้มเพื่อเน้นจุดสนใจ

2. ความไม่ซ้ำซาก ทำให้เกิดความสนใจของผู้ดูอยู่ได้นาน

3. ความสมดุล (BALANCING) ทำให้ความสนใจของผู้ดูไม่หันเหออกจาก

4. ความต่อเนื่อง การใช้เส้น สี และแบบ จะช่วยแนะให้ผู้ดูสามารถดูและเข้าใจเนื้อหาได้ตามช่วงและจังหวะที่จัดไว้

5. การเน้นจุดสนใจ (EMPHASIS) ในป้ายนิทรรศการ เป็นการจัดให้ภาพ และข้อความที่มีความสำคัญเด่นชัดขึ้นซึ่งอาจทำได้โดยยึดหลักภาพที่แยกจากภาพอื่น จะทำให้ดูว่ามีความสำคัญและภาพที่มีขนาดใหญ่กว่าภาพอื่นทั้งหมดย่อมดึงดูดความสนใจ

6. สีและรูปทรงของภาพสามารถแข่งกับขนาดได้ หลักสำคัญในการวาง จุดสนใจ คือ วางไว้ในระดับสายตาสูงจากพื้นขึ้นประมาณ 5 ฟุต ระดับ ที่อยู่เหนือ 7 ฟุต ขึ้นไป และต่ำกว่า 3 ฟุต ลงมา จะไม่อยู่ในระดับที่ผู้ดูให้ความสนใจ

7. การจัดให้มีเอกภาพ (UNITY)

8. ความแตกต่าง (CONTRAST) เป็นการจัดที่มีความประสงค์ให้มีการขัดแย้งเพื่อแก้ปัญหา ความซ้ำซากจำเจ หรือเบี่ยงหนีจากการจัด

9. ความกลมกลืน (HARMONY) หมายถึง การพิจารณาในส่วนรวมทั้งหมดแม้จะมีบางอย่างที่แตกต่างกันก็ตาม แต่เมื่อมองดูแล้วให้ความรู้สึกผสมผสานกลมกลืนเข้ากันได้

10. ความเรียบง่าย (SIMPLICITY) เป็นสิ่งสำคัญในการจัดนิทรรศการ เพราะสิ่งต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นภาพตัวอักษรที่สื่อความหมายชัดเจนจะช่วยให้ผู้ชมเกิดการเข้าใจได้เร็วขึ้น ควรระลึกเสมอว่าจุดมุ่งหมายที่สำคัญของการจัดนิทรรศการ เพื่อให้คนดูเข้าใจเรื่องราวที่เราแสดง การใช้วัสดุหรือสิ่งที่แสดงเกินความจำเป็น ไม่ตรงกับเนื้อหาจะไม่เกิดผลดี ดังนั้นการประหยัดและความชัดเจนเรียบง่ายจะทำให้นิทรรศการนั้นน่าสนใจมีใช้น้อย

11. ความสมบูรณ์ขั้นสำเร็จ (FINISH) เป็นการสำรวจขั้นสุดท้ายที่จะสรุปผลการออกแบบอันมีผลโดยตรงต่อส่วนรวมทั้งหมด มีส่วนใดบกพร่องไม่เหมาะสมต้องปรับปรุงเปลี่ยนแปลง แก้ไข โดยใช้ความคิด หรือถ้ายังไม่พอใจ อาจต้องมีการทดลองจัดตามที่คิดว่าถูกต้องเหมาะสมแล้ว ก็พิจารณาเปรียบเทียบกับประสบการณ์ที่เคยจัดมาแล้ว เมื่อรู้สึกไม่ดีเท่าที่โยกย้ายกลับที่เดิมถือว่าเป็นการประลองความคิดเมื่อได้ทดลองเช่นนี้ ก็จะช่วยให้การตัดสินใจที่ถูกต้องยิ่งขึ้นอันเป็นผลดีแก่การจัดนิทรรศการ (หลักการจัดนิทรรศการ, ม.ป.ป.)

### 2.9.3 การจัดวางสินค้า (Patterns of Arrangement)

การจัดวางสินค้าแบบต่าง ๆ มีวัตถุประสงค์เพื่อให้เกิดความกลมกลืนหรือการตัดกันหรือเกิดจังหวะการนำสายตา ในเนื้อที่ของการจัดแสดงนั้นและแบบต่าง ๆ ของการจัดวาง เป็นหลักที่ใช้ได้กับสินค้าทุกประเภทไม่ว่าจะเป็นการจัดของห้างสรรพสินค้าหรือร้านจำหน่ายสินค้าแบบต่าง ๆ ของการจัดวางมีดังต่อไปนี้

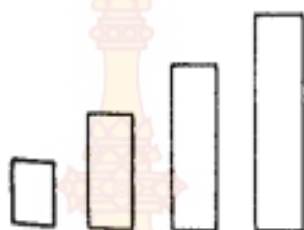
1. แบบกระจายรัศมี (Radiation) เป็นการจัดที่สร้างจุดสนใจให้สินค้าที่อยู่ตรงกลางมีความเด่นกว่าส่วนประกอบอื่น ๆ ที่อยู่โดยรอบ



ภาพ 2.23 แบบกระจายรัศมี

ที่มา : การจัดการแสดงสินค้า (2562)

2. แบบขั้นบันได (Stair-Step) เป็นการจัดโดยการวางสินค้าเป็นชั้นๆ เหมือนขั้นบันไดอาจจะเรียงจากต่ำไปสูงหรือสูงไปต่ำก็ได้ ลักษณะการจัดแบบขั้นบันไดนี้เป็นการจัดเพื่อให้เกิดความกลมกลืนและให้ความรู้สึกของความเคลื่อนไหวตามไปกับการจัดนั้น



ภาพ 2.24 แบบขั้นบันได

ที่มา : การจัดการแสดงสินค้า (2562)

3. แบบปิระมิด (Pyramid) การจัดแบบปิรามิดมีลักษณะเหมือนรูปสามเหลี่ยม กล่าวคือ มีฐานกว้างและค่อยๆ แคบสูงขึ้นมาเป็นยอดมักจะเป็นที่นิยมในการจัดแสดงสินค้าที่มีลักษณะเป็นกระป๋องหรือเป็นกล่องจำนวนมาก ๆ



ภาพ 2.25 แบบปิระมิด

ที่มา : การจัดการแสดงสินค้า (2562)

4. แบบซิกแซก (Zig-Zag) การจัดแบบนี้มีลักษณะคล้ายแบบปิรามิด กล่าวคือ มีฐานกว้างเช่นเดียวกันแต่จะต่างกันในส่วนของการจัดวางให้สินค้าซิกแซกขึ้นไปแทนที่จะขึ้นไปเป็นเส้นตรง เหมาะกับการจัดสินค้าไม่เกินกว่า 3 รายการ



ภาพ 2.26 แบบซิกแซก

ที่มา : การจัดการแสดงสินค้า (2562)

5. แบบซ้ำซ้อน (Repetition) เป็นการจัดวางสินค้าที่เหมือนกันไว้ด้วยกันโดยอาจจะหลีกเลี่ยงความน่าเบื่อได้ โดยการจัดบนแท่นยกพื้นหรือแผ่นกระดานที่วางไว้ให้เอียงเพื่อให้สินค้าที่นำมาแสดงมีลักษณะหมวดเดียวกันและเห็นได้ชัดเจน



ภาพ 2.27 แบบซ้ำซ้อน

ที่มา : การจัดการแสดงสินค้า (2562)

6. แบบลำดับขั้น (Gradation) เป็นการจัดที่ค่อยๆ แสดงความเปลี่ยนแปลงทีละน้อย ๆ เช่น อาจเปลี่ยนแปลงจากขนาด สี รูปทรง ทำให้ผู้ชมเห็นความรู้สึกเคลื่อนไหวเป็นการเพิ่มความสนใจ



ภาพ 2.28 แบบลำดับขั้น

ที่มา : การจัดการแสดงสินค้า (2562)

7. แบบแทรกสอด (Interference) เป็นการจัดโดยใช้สินค้าหรือวัสดุตกแต่งอื่น ๆ วางต่อกันโดยให้มีการเหลื่อมล้ำกันเล็กน้อย ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความรู้สึกรวมตัวกันเป็นกลุ่มและผู้ที่สามารถมองทั่วได้โดยเร็ว



ภาพ 2.29 แบบแทรกสอด

ที่มา : การจัดการแสดงสินค้า (2562)

8. แบบให้เกิดความเด่น (Dominance) การจัดวางแบบนี้เป็นการจัดวางให้แสดงถึงความเด่นโดยการวางสินค้าชิ้นใหญ่ หรือสีเข้มที่ต่างกันชัดเจน



ภาพ 2.30 แบบให้เกิดความเด่น

ที่มา : การจัดการแสดงสินค้า (2562)

### 2.9.4 การวางแผนการจัดแสดงสินค้า (Planning Displays)

งานขั้นแรกของการจัดแสดงสินค้าคือการกำหนดแนวทาง (Theme) หรือความคิด (Idea) ในการจัดแต่ละครั้ง และเนื่องจากการจัดแสดงสินค้าเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้เกิดการขาย ผู้จัดจึงต้องจัดให้สามารถแสดงแนวคิดได้โดยชัดเจนเพื่อจะชักจูงลูกค้าให้ตัดสินใจการจัดแสดงสินค้าต้องมีการวางแผนไว้ล่วงหน้า เพราะนอกจากจะจัดให้สวยงามแล้วยังต้องสามารถเป็นสื่อบอกความคิดให้กับผู้ชมได้ด้วย ฉะนั้น การวางแผนจึงเป็นการเตรียมเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปได้ตามความมุ่งหมาย

ข้อควรปฏิบัติในการวางแผนการจัดแสดงสินค้า

1. กำหนดวัตถุประสงค์ในการจัด
2. กำหนดแนวคิดเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ การกำหนดแนวความคิดนี้จะทำได้โดยการศึกษารายละเอียดเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ที่จะนำมาแสดง เพื่อให้ทราบข้อมูลสำคัญ ๆ เช่น ผลิตภัณฑ์นั้นใช้อย่างไร นำไปใช้ที่ไหน ผลิตจากอะไร จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ที่จะทำให้อขายได้คืออะไร ใครคือกลุ่มลูกค้าที่คาดหวัง คำตอบที่ได้จะเป็นแนวทางสำหรับเลือกกำหนดความคิดที่ใช้ในการจัดแสดงสินค้านั้น

นอกจากจะทำความเข้าใจกับตัวผลิตภัณฑ์ดังกล่าวแล้วแนวความคิดต่าง ๆ ยังสามารถกำหนดได้จากการศึกษาสิ่งแวดล้อมและเหตุการณ์รอบ ๆ ตัว เช่น การจัดแสดงสินค้าตามฤดูกาล การจัดให้สอดคล้องกับวันหยุดพิเศษ หรือวันที่มีความหมายสำคัญ เพื่อส่งเสริมการขาย เป็นต้น

3. แสดงแนวคิดอย่างเดี่ยว เป็นการแสดงให้เห็นถึงแนวคิดที่ชัดเจนเพื่อไม่ให้ลูกค้าสับสน

4. ร่างภาพคล้ายๆ โดยไม่จำเป็นต้องแสดงศิลปะหรือวาดสวยงามการร่างภาพเป็นเพียงการกำหนด รูปร่างว่าจะออกมาเป็นแบบใด หรือจะเน้นที่ใด จัดวางแบบไหน

5. เตรียมสินค้าและอุปกรณ์ที่ต้องใช้ การร่างภาพจะทำให้เป็นประโยชน์แก่ผู้จัดเตรียมสินค้าและอุปกรณ์ที่จะใช้เสริมการจัดวางให้พร้อมเพื่อความสะดวกในเวลาจัด

การเตรียมในขั้นนี้ต้องเตรียมสิ่งที่จะใช้ในการจัดจริงทุกสิ่งตั้งแต่ตัวสินค้าที่ต้องการกำหนดสี ขนาดและแบบที่แน่นอน บ้ายราคา บ้ายบอกข้อมูลสำคัญอื่น ๆ เครื่องหมาย ตลอดจนอุปกรณ์อื่น ๆ เช่น อุปกรณ์ติดตั้งที่จะใช้รองรับตัวสินค้าหรือเสริมให้ดูสวยงาม แบบมีพื้นหลังและไม่มีพื้นหลังและต้องกำหนดแสงไฟในการส่องถึง

## 2.10 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการทดสอบความพึงพอใจของกลุ่มผู้บริโภค

ทำการประเมินความคิดเห็นต่อต้นแบบรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือที่ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้กับวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดยผู้นำกลุ่ม สมาชิกกลุ่ม ผู้เชี่ยวชาญ/นักวิชาการด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยแบบสอบถามที่มีลักษณะเป็นแบบมาตราประเมินค่า (Rating Scale) 5 ระดับ โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้

ระดับ 5 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด

ระดับ 4 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับมาก

ระดับ 3 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับปานกลาง

ระดับ 2 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อย

ระดับ 1 หมายถึง มีความเหมาะสมในระดับน้อยที่สุด

จากนั้นทำการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

### 2.10.1 การวัดความพึงพอใจ

1. Net Promoter Score เป็นการวัดความภักดีของลูกค้า

โดยจะสอบถามความเป็นไปได้ที่ลูกค้าจะแนะนำธุรกิจให้คนอื่นรู้ หลังจากที่ใช้บริการเสร็จแล้ว เช่น “ คุณอยากจะแนะนำบริการของเราให้กับเพื่อนของคุณมากน้อยแค่ไหน ” โดยผู้ตอบจะเลือกระดับความเป็นไปได้เป็นตัวเลขตั้งแต่ 1 ถึง 10 โดย 1 คือเป็นไปได้น้อยที่สุด และ 10 คือเป็นไปได้มากที่สุด (COSTOMER SATISFACTION คืออะไร, 2564)

ภณิดา ชัยปัญญา (2541) ได้กล่าวไว้ว่า การวัดความพึงพอใจนั้น สามารถทำได้หลายวิธีดังต่อไปนี้

2. การใช้แบบสอบถาม โดยผู้ออกแบบสอบถาม ต้องการทราบความคิดเห็นที่สามารถกระทำได้ในลักษณะกำหนดคำตอบให้เลือก หรือตอบคำถามอิสระ คำถามดังกล่าว อาจถามความพอใจในด้านต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ตอบทุกคนมาเป็นแบบแผนเดียวกัน มักใช้ในกรณีที่ต้องการข้อมูลกลุ่มตัวอย่างมาก ๆ วิธีนี้นับเป็นวิธีที่นิยมใช้กันมากที่สุดในการวัดทัศนคติ รูปแบบของแบบสอบถามจะใช้มาตรวัดทัศนคติ ซึ่งที่นิยมใช้ในปัจจุบันวิธีหนึ่ง คือ มาตราส่วนแบบลิเคิร์ต ประกอบด้วยข้อความที่แสดงถึงทัศนคติของบุคคลที่มีต่อสิ่งเร้าอย่างใดอย่างหนึ่งที่มีคำตอบที่แสดงถึงระดับความรู้สึก 5 คำตอบ เช่น มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

3. การสัมภาษณ์ เป็นวิธีการที่ผู้วิจัยจะต้องออกไปสอบถามโดยการพูดคุย โดยมีการเตรียมแผนงานล่วงหน้า เพื่อให้ได้ข้อมูลที่แท้จริงมากที่สุด

4. การสังเกต เป็นวิธีวัดความพึงพอใจ โดยการสังเกตพฤติกรรมของบุคคล เป้าหมายไม่ว่าจะแสดงออกจากการพูดจา กริยา ท่าทาง วิธีนี้ต้องอาศัยการกระทำอย่างจริงจัง และสังเกตอย่างมีระเบียบแบบแผน วิธีนี้เป็นวิธีการศึกษาที่เก่าแก่ และยังเป็นที่ยอมรับใช้อย่างแพร่หลายจนถึงปัจจุบัน

### 2.10.2 การตรวจสอบบรรจุภัณฑ์

การตรวจสอบคุณภาพขั้นสุดท้ายของผลิตภัณฑ์ที่บรรจุให้ความเชื่อมั่นกับผู้ซื้อว่าตรงตามเกณฑ์คุณภาพของผลิตภัณฑ์ทั้งหมด มีเทคโนโลยีการตรวจสอบที่หลากหลาย การเลือกใช้เทคโนโลยีที่ถูกต้องจะขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการตรวจสอบ การใช้งานในกระบวนการ มาตรฐานคุณภาพที่จะต้องสอดคล้องและกำหนดพารามิเตอร์การตรวจสอบ

2.10.2.1 การตรวจสอบด้วยสายตา สามารถตรวจสอบความถูกต้อง

2.10.2.2 การตรวจสอบโดยผ่านระบบคอมพิวเตอร์ผ่านการสแกน เพื่อนับจำนวนการผลิต ความถูกต้องของสี ข้อความ โครงสร้าง

2.10.2.3 Mock Up คือการร่างแบบ หรือการขึ้นแบบตัวอย่างจำลองที่เสมือนจริงที่สุด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อใช้เป็นต้นแบบก่อนผลิตงานจริง หรือใช้เป็นแบบจำลองในการเสนองานต่าง ๆ โดยเฉพาะกับนำเสนอลูกค้านั่นเอง ซึ่งในการจัดทำสินค้าต่าง ๆ นั้น ขั้นตอนของการทำ Mock Up นั้นควรเริ่มจากการ Design ให้ตอบใจลูกค้ามากที่สุด จากนั้นจึงนำไปจัดทำภาพสามมิติ หรือ 3D เพื่อให้เห็นภาพชัดเจน

1. เพื่อเป็นตัวอย่างให้เห็นภาพชัดเจน เมื่อนำเสนองานลูกค้า
2. เพื่อควบคุมงบประมาณ และวางแผนการผลิต



3. เพื่อทดสอบคุณสมบัติ และองค์ประกอบต่าง ๆ ของสินค้าว่าสามารถใช้งานได้จริงหรือไม่

4. เพื่อกำหนดพื้นที่การจัดวางและการขนส่ง เป็นต้น

## 2.11 ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.11.1 จรินทร์ จารุเสน และ ธันยนิชา วิโรจน์รุจน์ (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การบริหารช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าบนอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ จังหวัดปทุมธานี บทความนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาแนวทางในการบริหารช่องทางการตลาดออนไลน์ ของผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ จ.ปทุมธานี 2) เพื่อศึกษาแนวทางในการบริหารช่องทางการตลาดออฟไลน์ ของผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ จ.ปทุมธานี การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตลาดผ่านช่องทางการตลาดดิจิทัล กลุ่มตัวอย่าง คือ กลุ่มผู้สนใจและผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ จ.ปทุมธานี จำนวน 400 ราย เครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบสอบถามออนไลน์ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ และใช้การคำนวณทางสถิติ CHAID Decision Tree ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มผู้สนใจและผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ให้ความสนใจกลยุทธ์ช่องทางการตลาดออนไลน์ด้าน การส่งเสริมการขาย และสื่อออนไลน์ รวมทั้งความสะดวกในการค้นหาสินค้า รวมถึงช่องทางการตลาดที่เหมาะสมสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ จ.ปทุมธานี มากที่สุดคือเฟซบุ๊ก แฟนเพจ (Facebook Fanpage) 2) กลุ่มผู้สนใจและผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ให้ความสนใจกลยุทธ์ช่องทางการตลาดออฟไลน์ด้าน การโฆษณาส่งเสริมการขายผ่านสื่อ การจูงใจ การค้นหา การมีส่วนร่วม และความมั่นใจในการซื้อสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ จ.ปทุมธานี มากที่สุดคือ สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ โบรชัวร์

2.11.2 กาญจนภรณ์ และคณะ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าครามที่เป็นเอกลักษณ์ของบ้านนาขาม อำเภอพรหมณานิคม จังหวัดสกลนคร งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มทอผ้าฝ้ายย้อมครามที่เป็นเอกลักษณ์ของบ้านนาขาม เป็นงานวิจัยปฏิบัติแบบมีส่วนร่วม (PAR) ทำการศึกษาความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ข้อมูลการตลาด ความต้องการของผู้บริโภค และพฤติกรรมผู้บริโภค ทำการวิเคราะห์ขั้นตอนการปฏิบัติการออกแบบร่างบรรจุภัณฑ์ จากการระดมแนวความคิดที่เกี่ยวข้องมาพัฒนาร่างต้นแบบ และเลือกต้นแบบที่ยอมรับได้ จำนวน 4 แบบ เน้น

องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ ด้านตัวอักษร ข้อความใช้สี ภาพประกอบกราฟิก รูปแบบ รูปทรง ใช้ งานสะดวก คงทน สวยงาม ปกป้องผลิตภัณฑ์ความต้องการของผู้บริโภคได้ และเป็นเอกลักษณ์ ของบ้านนาขาม ขึ้นตอนการสังเกต และขึ้นสะท้อนผล นำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบไปทดสอบตลาด ณ ถนนผ้าคราม อ.เมือง จ.สกลนคร เพื่อหาต้นแบบที่เหมาะสม 1 แบบผลการทดสอบตลาดพบว่า บรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 2 ค่าเฉลี่ยรวมมากที่สุด ผลการยอมรับร้อยละ 4.42 รองลงมาในรูปแบบที่ 1 ค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.40 รูปแบบที่ 3 ค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.39 และรูปแบบที่ 4 ค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.38 ตามลำดับ

2.11.3 ธนิง ชาญกิจชญญ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านวังยาว ตำบลคลองหินปูน อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว งานวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความความต้องการที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือ ซึ่งถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยผลจากการสำรวจพบว่าด้าน ความต้องการต่อตราสัญลักษณ์บริโภคเลือกอุทยานแห่งชาติปางสีดาเป็นตัวแทนของจังหวัด สระแก้วและให้นำเอาอัตลักษณ์ของอุทยานแห่งชาติปางสีดาไปใช้เป็นองค์ประกอบในตรา สัญลักษณ์ ส่วนด้านรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ผู้บริโภคเลือกบรรจุภัณฑ์ถุงกระดาษ เนื่องจากมี รูปแบบที่เหมาะสมต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ของกลุ่มผ้าทอรวมถึงวัสดุที่ใช้ในการผลิตยังสามารถนำ กลับมาใช้ซ้ำได้อีกหลายรอบ 2) เลือกรูปแบบตราสัญลักษณ์และรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือ ซึ่ง ถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วน โดยผลการประเมินตราสัญลักษณ์ผ้าทอมือจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการ ออกแบบพบว่าตราสัญลักษณ์รูปแบบที่ 1 มีความเหมาะสมมากที่สุดซึ่งมีระดับคะแนนอยู่ในระดับ มาก ( $\bar{x} = 3.33$ ) (S.D. = 0.57) ส่วนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือผู้เชี่ยวชาญเลือกบรรจุภัณฑ์ รูปแบบที่ 3 ซึ่งมีความเหมาะสมมากที่สุด และมีระดับคะแนนอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 3.66$ ) (S.D. = 0.57) 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้บริโภค และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการ ออกแบบที่มีต่อตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์กลุ่มผ้าทอมือบ้านวังยาวจังหวัดสระแก้ว โดยผล จากการประเมินความพึงพอใจทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ ด้านรูปแบบ ด้านการใช้งาน และด้านการตลาด จากกลุ่มผู้ผลิตกลุ่มผู้บริโภคและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการออกจำหน่าย 105 คน พบว่าโดยภาพรวม ของผลการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือกลุ่มผ้าทอมือบ้าน วังยาวจังหวัดสระแก้วอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.37$ ) (S.D. = 0.84) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทั้ง 3 ด้าน พบว่าด้านรูปแบบมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.39$ ) (S.D. = 0.79) ด้านการใช้งาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.41$ ) (S.D. = 0.79) และด้านการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับดี มาก ( $\bar{x} = 4.30$ ) (S.D. = 0.93)

2.11.4 พรพิมล ศักดา และ วรารัตน์ วัฒนชนโนบล (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือโดยใช้วัสดุท้องถิ่น กรณีศึกษา กลุ่มอาชีพเสริมบ้านสุขเกษม อำเภอ บางเลน จังหวัดนครปฐม มีจุดประสงค์เพื่อออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือโดยใช้วัสดุท้องถิ่น และเพื่อประเมินแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือที่ออกแบบและพัฒนาจากวัสดุท้องถิ่นให้กับกลุ่มอาชีพเสริมบ้านสุขเกษม อำเภอ บางเลน นครปฐม ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือกลุ่มผู้ผลิตผ้าทอมือ กลุ่มอาชีพเสริมบ้านสุขเกษม จำนวน 15 คน ได้จากการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจากประธานกลุ่ม เป็นผู้แนะนำ และกลุ่มผู้บริโภคทั่วไป จำนวน 122 คน จากการเก็บข้อมูลแบบบังเอิญพบที่กลุ่มเข้าร่วมออกร้านแสดงสินค้าในสถานที่ต่าง ๆ

ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือจากวัสดุท้องถิ่น ที่ออกแบบและพัฒนาขึ้นจำนวน 5 รูปแบบ และผลการประเมินความคิดเห็นต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ พบว่าด้านวัสดุที่ใช้มีความเหมาะสมในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.36$ ) (S.D. = 0.49) รองลงมาคือค่าเฉลี่ยเท่ากันจัดอยู่ในระดับมาก ได้แก่ ด้านความงาม ( $\bar{x} = 4.27$ ) (S.D. = 0.46) และด้านความคงทนแข็งแรงในการใช้งาน ( $\bar{x} = 4.27$ ) (S.D. = 0.70) และด้านที่มีค่าน้อยที่สุด คือ ด้านประโยชน์ใช้สอยของบรรจุภัณฑ์จัดอยู่ในระดับมาก ( $\bar{x} = 4.16$ ) (S.D. = 0.37) และผลการประเมินความพึงพอใจใน รูปแบบที่ 5 เป็นลำดับที่ 1 โดยมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ( $\bar{x} = 4.57$ ) (S.D. = 0.50) ลำดับที่ 2 คือรูปแบบที่ 2 ( $\bar{x} = 4.50$ ) (S.D. = 0.50) ลำดับที่ 3 มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน คือ รูปแบบที่ 3 ( $\bar{x} = 4.49$ ) (S.D. = 0.53 และ 0.05 ตามลำดับ)

2.11.5 ปฐพี สุทธิวัฒนกุล (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยการสนับสนุนการปกป้องสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ประสิทธิภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียว ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของบริษัท และความดึงดูดทางสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อมที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร ระเบียบวิธีวิจัยเป็นเชิงปริมาณด้วยวิธีการสำรวจโดยใช้ถาม ประชากรที่ศึกษาคือผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร และเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก จำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการทดสอบสมมติฐานใช้สถิติวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ ที่ค่านัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ส่วนใหญ่เป็นชายอายุ 21-30 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงาน/ลูกจ้างบริษัทเอกชน รายได้ต่อเดือน 15,001-30,000 บาท ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การสนับสนุนการปกป้องสิ่งแวดล้อม ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ประสิทธิภาพเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์สีเขียว

ความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมของบริษัท และความดึงดูดทางสังคมในเรื่องสิ่งแวดล้อมต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.11.6 ปณิชาমন ตระกูลสม (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ของการจัดแสดงสินค้าเครื่องมือสื่อสารการตลาด สร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภค บทความนี้เป็นการศึกษากลยุทธ์ในการจัดงานแสดงสินค้า ขั้นตอนการดำเนินงานการจัดงานแสดงสินค้าที่เป็นโอกาสในการสร้างตราสินค้าผ่านกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภค เนื่องจากในปัจจุบันการจัดงานแสดงสินค้าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่เป็นกิจกรรมทางการตลาดแบบพบผู้บริโภคโดยตรง ปัจจัยหลักที่ทำให้งานแสดงสินค้าเป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ คือการให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการนำเสนอหรือสาธิตผลิตภัณฑ์ การสอบถามข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ จะทำให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดระหว่างลูกค้าและผู้บริโภค ซึ่งการนำแนวคิดการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) มาเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย จึงทำให้การจัดกิจกรรมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่นักการตลาดนำมาใช้ การจัดกิจกรรมและการสื่อสารการตลาดผ่านงานแสดงสินค้าเป็นวิธีการหนึ่งที่จะสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเป้าหมายหรือผู้บริโภคกับ แปรนด์ได้เป็นอย่างดี ซึ่งปฏิสัมพันธ์นี้จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วม จึงเกิดความผูกพันทางจิตใจ รวมทั้งประสบการณ์กับสินค้าและบริการ ประสบการณ์และความรู้สึกนี้จะนำไปสู่ความชอบในสินค้า บริการ และอาจทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อจนเกิดความจงรักภักดีต่อแบรนด์หรือองค์กรในที่สุด

2.11.7 อังกาบ บุญสูง (2556) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมืองอำเภอปากท่า จังหวัดอุตรดิตถ์ การวิจัยนี้มีจุดประสงค์เพื่อศึกษารวบรวมข้อมูลของเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นและความเหมาะสมสอดคล้องต่อการใช้งานเพื่อเป็นตัวกำหนดรูปแบบที่ใช้ในการออกแบบ และเพื่อยกระดับคุณภาพโดยใช้เกณฑ์มาตรฐานของ มผช. ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์จากการศึกษาและสังเคราะห์เอกลักษณ์ด้านประเพณีและวิถีชีวิตของชุมชนกลุ่มผ้าทอพื้นเมือง อำเภอปากท่า จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า มีการนำมาถักทอเป็นลวดลายลงบนผืนผ้า ได้แก่ ประเพณีแห่ข้าวพันก้อน ซึ่งเป็นประเพณีดั้งเดิมของชาวปากท่า จัดขึ้นในเดือนเมษายนของทุกปี สืบทอดกันจนถึงปัจจุบัน และได้ใช้เป็นชื่อของการทอลวดลายข้าวพันก้อน ส่วนอัตลักษณ์ด้านการใช้สีในการย้อมผ้าทอจากกลุ่มผ้าทอพื้นเมืองในอำเภอปากท่า 3 กลุ่ม พบว่า ผู้ผลิตผ้าทอพื้นเมืองมีความนิยมใช้สีแดงมากที่สุดในส่วนของความเหมาะสมสอดคล้องต่อการใช้งาน ผู้บริโภคมีความต้องการบรรจุภัณฑ์เป็นถุงแบบแนวนอน วัสดุที่เหมาะสมเลือกใช้กระดาษคราฟท์

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลจึงนำมาทำการออกแบบเป็นบรรจุภัณฑ์ 3 รูปแบบโดยเน้นถึงความเป็นไปได้จริงในการผลิตและเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานของ มผช.828/2548 จากนั้นสรุปผลข้อมูลความคิดเห็นของผู้บริโภคเพื่อใช้ในการเลือกรูปแบบก่อนการทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ โดยเน้นกระบวนการผลิตที่ไม่ซับซ้อนเพื่อให้กลุ่มชุมชนเกิดความรู้ความเข้าใจขั้นตอนได้โดยง่าย เมื่อทำการผลิตต้นแบบแล้วเสร็จจึงนำไปสอบถามความพึงพอใจโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง ทำการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติและบรรยายเชิงพรรณนา

สรุปผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง อำเภอปากท่า จังหวัดอุดรธานี โดยใช้เอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญทางการออกแบบเขียนแบบ และกลุ่มผู้ผลิตผู้จำหน่าย ผู้บริโภค พบว่า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.18 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.30

2.11.8 สหสวรรค์ บันทา (2554) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าฝ้ายทอมือในอำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ การตลาดมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ในประเด็นย่อย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในประเด็นย่อยมากที่สุดคือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในประเด็นน้อยมากที่สุดคือ ราคามีความเหมาะสม ปัจจัยด้านสถานที่โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ในประเด็นน้อยมากที่สุดคือ ที่ตั้งของร้านใกล้แหล่งชุมชน หาง่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยรวมมีผลต่อการตัดสินใจอยู่ในระดับมากในประเด็นน้อยมากที่สุดคือ การลดราคา ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า อายุ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนมีผลต่อปัจจัยทางการตลาดแตกต่างกันในด้านสถานที่และด้านการส่งเสริมการตลาด อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติสำหรับอาชีพผลต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันทุกด้าน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดไม่มีผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภค

2.11.9 สุทธิชาติ ใจชอบสันเทียะ (2552) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ กรณีศึกษา : กลุ่มชาวบ้านผลิตผ้าไหมทอมือในจังหวัดนครราชสีมา การศึกษาวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษารูปแบบเพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำ สำหรับผ้าไหมทอมือในจังหวัดนครราชสีมา โดยการศึกษามุ่งเน้นเรื่องของการนำวัสดุธรรมชาติที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาออกแบบบรรจุภัณฑ์ตามแนวคิด ซึ่งวัสดุในการศึกษาทดลอง ได้แก่ ไม้ไผ่กึ่งจักสาน กาบหมาก ผ้าด้ายดิบ เศษผ้ามา่น ดินเผาด่านเกวียน เศษผ้าไหม เชือกจากเส้นใยพืช และกระดาษ วิธีการขึ้นโครงสร้าง ศึกษาวิธีการตัดเย็บ การทำบล็อกอัดขึ้นรูปทรงที่ต้องการกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ศึกษาการพิมพ์สกรีน ตราลายง บล็อกบีบลาย การพิมพ์แบบอิงค์เจ็ททั่วไป ซึ่ง

กระบวนการทั้งหมด กลุ่มชาวบ้านสามารถผลิตขึ้นเองได้ จากนั้นก็ทำการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์จนได้แบบที่สมบูรณ์ 3 แบบ คือ 1) แบบถุงหิ้ว 2) แบบกล่อง 3) แบบม้วน จากนั้นนำไปทดสอบ สำรวจความนิยม โดยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักออกแบบบรรจุภัณฑ์และศิลปิน จำนวน 5 ท่าน และกลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน โดยแบบคำถามครอบคลุมกับหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูล นำคะแนนที่ได้มาคำนวณหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (X) และค่าร้อยละ หลังจากกลุ่มตัวอย่างได้ทดสอบความนิยมแล้ว

ผลจากการวิจัยพบว่า กลุ่มนักออกแบบบรรจุภัณฑ์และศิลปิน จำนวน 5 ท่าน ให้ความนิยมต่อบรรจุภัณฑ์โดยรวม ดังนี้ บรรจุภัณฑ์แบบกล่องเป็นอันดับ 1 หรือคิดเป็นร้อยละ 92.70 บรรจุภัณฑ์แบบม้วนมาอันดับที่ 2 หรือคิดเป็นร้อยละ 91.52 และบรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้วเป็นอันดับที่ 3 หรือคิดเป็นร้อยละ 90.82 ส่วนกลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ราย ให้ความเห็นต่อบรรจุภัณฑ์โดยรวม ดังนี้ บรรจุภัณฑ์แบบถุงหิ้วเป็นอันดับ 1 หรือคิดร้อยละ 81.41 บรรจุภัณฑ์แบบม้วนมาอันดับที่ 2 หรือคิดเป็นร้อยละ 79.52 และบรรจุภัณฑ์แบบกล่องเป็นอันดับที่ 3 หรือคิดเป็นร้อยละ 76.47



## บทที่ 3

### วิธีดำเนินงานวิจัย

การวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยประกอบด้วย

- 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง
- 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
- 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.4 ขั้นตอนในการดำเนินการวิจัย
- 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

#### 3.1 การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างเพื่อให้สอดคล้องต่อการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ดังนี้

##### 3.1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

3.1.1.1 ประชากรในการศึกษา คือ บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี พร้อมตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม

3.1.1.2 ประชากรในการศึกษาและพัฒนา คือ จำนวนแบบร่างโครงสร้าง และแบบร่างกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และแท่นจัดแสดงสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ผลิตภัณฑ์เนคไท ผลิตภัณฑ์กระเป๋า ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง และ

ผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ พร้อมตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม ซึ่งผู้วิจัยได้ออกแบบร่างบรรจุภัณฑ์  
อย่างละ 5 แบบร่างรวม 30 แบบร่าง

3.1.1.3 ประชากรในการประเมินความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์  
ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์แล้ว โดยผู้ประเมินมีความ  
ต้องการในการซื้อสินค้านี้เมื่อมีการวางจำหน่าย แก่ ผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ หรือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่  
เดินทางมาท่องเที่ยวในวัดโบสถ์ อายุตั้งแต่อายุ 25 ปีขึ้นไป

### 3.1.2 กลุ่มตัวอย่าง

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มตัวอย่างให้สอดคล้องต่อกระบวนการวิจัยเพื่อ  
การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชน  
คอตตอนดีไซน์ โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่

3.1.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ ในด้านต่าง ๆ จำนวน 3 คน โดยผู้เชี่ยวชาญ  
ผู้ให้ความเห็น และวิเคราะห์ความเหมาะสมหรือความพร้อมของรูปแบบโครงสร้าง บรรจุภัณฑ์  
และแท่นจัดแสดงสินค้า ก่อนการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ สำหรับ  
ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ ผลิตภัณฑ์เนคไท ผลิตภัณฑ์กระเป๋าผ้า ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอน  
อิง และผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ พร้อมตราสัญลักษณ์กลุ่ม โดยจะประเมินรูปแบบ บรรจุภัณฑ์  
แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยได้ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating  
Scale) ซึ่งกำหนดค่าคะแนน (Weight) ออกเป็น 3 ระดับ ประกอบด้วย

#### 1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาณัฐ ศิริพิชญ์ตระกูล

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

#### 2. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นุจรี บุรีรัตน์

อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีมีเดีย

คณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



### 3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิรพร มหาอินทร์

อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ

คณะบริหารธุรกิจ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

3.1.2.2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มผู้บริโภครวม ได้แก่ ผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ หรือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเดินทางมาท่องเที่ยวในวัดโบสถ์ โดยที่มีอายุตั้งแต่อายุ 25 ปีขึ้นไป ทั้งนี้เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงเลือกใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ W.G. Cochran (ยุค ไทยวรรณ : 2545) โดยกำหนดระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 3 ดังนั้นขนาดตัวอย่างสามารถคำนวณได้จากสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-p)z^2}{d^2}$$

d = แทนค่าความผิดพลาดสูงสุดที่เกิดขึ้น = .05

$$\begin{aligned} \text{ตัวอย่างการแทนค่า } n &= \frac{(.05)(1-.5)(1.96)^2}{(.05)^2} \\ &= 384.16 \end{aligned}$$

n แทน จำนวนกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

P แทน สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยต้องการจะสุ่ม ซึ่งสามารถนำค่าสถิติในอดีตมาใช้แทนได้

Z แทน ความมั่นใจผู้วิจัยกำหนดไว้ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ เช่น

Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 มีค่าเท่ากับ 1.96 (มั่นใจ 95%)

Z ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 มีค่าเท่ากับ 2.58 (มั่นใจ 99%)

d แทน สัดส่วนของของความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้นได้

ใช้ขนาดตัวอย่าง อย่างน้อย 384 คน จึงจะสามารถประมาณค่าร้อยละโดยมีความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เพื่อความสะดวกในการประเมินผลและการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง แล้วจึงทำการสุ่มตัวอย่างแบบตามความ

สะดวก (Convenience Sampling) โดยการสุ่มแบบบังเอิญ เนื่องจากมีข้อจำกัดด้านจำนวนและเป็นช่วงสถานการณ์โควิด-19

### 3.1.2.3 ตัวแปรที่ศึกษา

การวิจัยเรื่องการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวง ของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้ทำการประเมินรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม บรรจุภัณฑ์ และแทนจัดสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวง โดยการศึกษาครั้งนี้มี 2 ตัวแปร ประกอบด้วย

1. ตัวแปรต้น คือ รูปแบบโครงสร้าง กราฟิกบรรจุภัณฑ์ และแทนจัดแสดงสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวง ของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์

2. ตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ โดยแบ่งออกเป็น 6 ด้าน ได้แก่

2.1 ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี (มหาวิทยาลัยราชภัฏรำปาง, ม.ป.ป.) ประกอบด้วย

2.1.1 การป้องกันผลิตภัณฑ์

2.1.2 เก็บรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์

2.1.3 การยืดอายุผลิตภัณฑ์

2.1.4 ความสะดวกในการใช้งาน

2.1.5 ความประหยัดในการขนส่ง

2.2 ด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ผู้วิจัยได้ใช้ข้อควรพิจารณาในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ปัยลักษณ์ เบญจดล, 2549) เป็นโครงสร้างในการตั้งประเด็นคำถามในการประเมินรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ประกอบด้วย

2.2.1 การดึงดูดผู้ซื้อ

2.2.2 การสื่อสารกับผู้ซื้อ

2.2.3 การสร้างให้เกิดความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์

2.2.4 การขายสินค้า

2.3 ด้านตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม ผู้วิจัยได้ใช้หลักการสร้างตราสัญลักษณ์ของกลุ่มของ (อุษณีย์ จิตตะปาโล และ นุศประวีณ์ เลิศกาญจนวัตติ, ม.ป.ป.) ประกอบด้วย

2.3.1 คุณสมบัติ

2.3.2 คุณประโยชน์

2.3.3 คุณค่า

2.3.4 วัฒนธรรม

2.3.5 บุคลิกภาพ

2.3.6 ผู้ใช้

2.4 ด้านแทนจัดแสดงสินค้า ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้หลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ 10 ประการ (อุดมศักดิ์ สาริบุตร, 2549) เป็นโครงสร้างในการตั้งประเด็นคำถามในการประเมิน แทนจัดแสดงสินค้า ประกอบด้วย

2.4.1 หน้าที่ใช้สอย (Function)

2.4.2 ความงาม (Aesthetics)

2.4.3 ความสะดวกในการใช้ (Ergonomics)

2.4.4 ความปลอดภัย (Safety)

2.4.5 โครงสร้าง (Construction)

2.4.6 ราคา (Cost)

2.4.7 วัสดุ (Materials)

2.4.8 กรรมวิธีการผลิต (Production)

2.4.9 การซ่อมบำรุงรักษา (Ease of Maintenance)

2.4.10 การขนส่ง (Transportation)

2.5 ด้านความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดคุณสมบัติของบรรจุภัณฑ์ (ชัยรัตน์ อิศวาทกูร, 2548) ประกอบด้วย

2.5.1 ปกป้อง สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายใน

2.5.2 สื่อสาร ให้ข้อมูลหรือรายละเอียดสำคัญแก่ผู้บริโภค

2.5.3 โฆษณา ประชาสัมพันธ์ตัวสินค้าหรือผลิตภัณฑ์

2.5.4 ให้ความสะดวกสบาย ในการใช้งาน การเก็บหอบหิ้ว หรือ การขนส่ง

2.6 ด้านการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่เกิดจากแทนจัดแสดงสินค้า ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดของ กันดิซัด หอทอง (2563) กล่าวถึง AIDA คือกลยุทธ์การตลาดที่ใช้อธิบายกระบวนการของการทำการตลาดให้เห็นต้องการ

ของผู้บริโภค ตั้งแต่ขั้นตอนการทำให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าจนถึงการตัดสินใจ ซึ่งประกอบไปด้วย ปัจจัยทั้ง 4 ตามตัวอักษร AIDA ดังนี้

2.6.1 Attention (ทำให้รู้จัก) คือ การดึงความสนใจของผู้ที่คาดว่าจะเป็  
ลูกค้า

2.6.2 Interest (ทำให้สนใจ) คือ การทำให้ผู้บริโภคที่รับรู้ถึงตัวตนของ  
ธุรกิจ

2.6.3 Desire (ทำให้เกิดความต้องการ) คือ การทำให้ผู้บริโภคมีความ  
ต้องการ

2.6.4 Action (ทำให้เกิดการตัดสินใจ) คือ ผู้บริโภคพร้อมที่จะซื้อสินค้า

### 3.2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และแท่นจัดแสดงสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล มีกระบวนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

3.2.1 เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ แบบ  
ประเมิน และแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ส่วนดังนี้

3.2.1.1 ส่วนแบบสัมภาษณ์ สำหรับการสัมภาษณ์ 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่

1. แบบสัมภาษณ์ชนิดไร้โครงสร้าง (Unstructured Interview) สำหรับ  
สัมภาษณ์ผู้ประกอบการ ได้แก่ นายวรเทพ ลิ้มதியโยธิน ตำแหน่งรองประธาน วิสาหกิจชุมชน  
คอตตอนดีไซน์ เพื่อศึกษาปัญหาที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบโครงสร้าง กราฟิกบรรจุภัณฑ์ และ  
แท่นจัดแสดงสินค้า ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ และการปกป้องคุ้มครอง  
ผลิตภัณฑ์

ข้อมูลด้านกราฟิกและการสื่อสารกับผู้บริโภค

ข้อมูลด้านการตลาดและการจัดแสดงสินค้า

ตอนที่ 3 ระบุปัญหาและข้อเสนอแนะ

แบบสัมภาษณ์ที่จัดทำขึ้นนี้เป็นประเด็นหรือแนวข้อคำถาม โดยผู้สัมภาษณ์จะเป็นผู้ทำหน้าที่จดบันทึกคำตอบทั้งหมดของผู้ถูกสัมภาษณ์ลงในแบบสัมภาษณ์ด้วยตนเองหรือใช้เครื่องบันทึกเสียงและการบันทึกภาพเคลื่อนไหวช่วย

2. แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ 5 ด้าน เพื่อหาทิศทางก่อนการออกแบบให้มีความสอดคล้องต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามความต้องการของผู้บริโภค ประกอบด้วย 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

ตอนที่ 2 ข้อมูลกลยุทธ์ส่วนผสมทางการตลาด

โดยแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) นี้ผู้วิจัยได้นำผลสรุปที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการ มากระจายลงในประเด็นคำถามสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ 5 ด้าน และใช้ทฤษฎีส่วนผสมทางการตลาด 7Ps ของ Kotler (โสภิตา รัตนสมโชค, 2558) ในการตั้งโครงข้อคำถามการสัมภาษณ์ โดยเลือกประเด็นที่สำคัญลงแบบฟอร์มที่มีการเตรียมการ

ตอนที่ 3 ระบุปัญหาและข้อเสนอแนะ

3.2.1.2 ส่วนแบบประเมินสำหรับสำหรับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ 5 ด้าน เพื่อให้ความเห็นต่อรูปแบบโครงสร้าง กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และแทนจัดแสดงสินค้า เพื่อการปรับปรุงแก้ไข และวิเคราะห์ความเหมาะสมหรือความพร้อมของแบบประเมินก่อนการสำรวจความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ ได้แก่ ผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ หรือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวัดโบสถ์สามโคก โดยมีอายุตั้งแต่อายุ 25 ปีขึ้นไป โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้เชี่ยวชาญ 5 ด้าน จะประเมินรูปแบบบรรจุภัณฑ์ แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม และให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ โดยได้ใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งกำหนดค่าคะแนน (Weight) ออกเป็น 5 ระดับ ประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้วสำหรับ 5 ผลิตภัณฑ์

### 3.2.2 ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือ

3.2.2.1 ศึกษาและรวบรวมเอกสารที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ รวมทั้งศึกษาวิธีการสร้างมือ เพื่อเป็นความรู้พื้นฐานในการสร้างเครื่องมือต่อไป

3.2.2.2 สร้างแบบสัมภาษณ์สำหรับผู้ประกอบการ ชนิดไร้โครงสร้าง (Unstructured Interview) เพื่อศึกษาปัญหาที่เกี่ยวข้องกับบรรจุกภัณฑ์ และแทนจัดแสดงสินค้า ประกอบด้วย โครงสร้างกราฟิกบนบรรจุกภัณฑ์ และแทนจัดแสดงสินค้า

3.2.2.3 สร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึกสำหรับผู้เชี่ยวชาญโดยใช้การสัมภาษณ์มีโครงสร้าง (Stuctured Interview) เพื่อหาทิศทางในการออกแบบให้มีความสอดคล้องต่อการพัฒนา บรรจุกภัณฑ์ตามความต้องการของผู้บริโภค โดยใช้ประยุกต์ทฤษฎีปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) เป็นการตั้งโครงข้อคำถาม 7 ด้าน ในการสัมภาษณ์ ประกอบด้วย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)
2. ด้านราคา (Price)
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)
5. ด้านบุคลากร (People)
6. ด้านหลักฐานทางกายภาพ (Physical Evidence)
7. ด้านกระบวนการ (Process)

3.2.2.4 สร้างแบบประเมินสำหรับผู้เชี่ยวชาญในการประเมินแบบร่างบรรจุกภัณฑ์เพื่อ คัดเลือกรูปแบบที่เหมาะสมต่อการใช้งานโดยประเมิน 3 ด้าน ได้แก่ โครงสร้าง กราฟิก บน บรรจุกภัณฑ์ และแทนจัดแสดงสินค้า

3.2.2.5 สร้างแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุกภัณฑ์สำหรับ ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว จำนวนผลิตภัณฑ์ละ 3 แบบ รวม 15 แบบ และแทนจัดแสดงสินค้า 3 แบบ โดยคัดเลือกให้เหลือ รูปแบบบรรจุกภัณฑ์อย่างละ 1 แบบ และ แทนจัดแสดงสินค้า 1 แบบ โดยใช้แบบสอบถามความ พึงพอใจของผู้ที่สนใจในผลิตภัณฑ์ หรือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในวัด โบสถ์ สามโคก ที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป ซึ่งเป็นการประเมินแสดงความคิดเห็นและเลือกรูปแบบ บรรจุกภัณฑ์ที่มีความพึงพอใจมากที่สุด และใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่ง กำหนดค่าคะแนนออกเป็น 5 ระดับ โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ซึ่งมีความหมายของ ค่าระดับความคิดเห็น ดังนี้

พัฒนาแล้ว

1. แบบประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภคในรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการ

5 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับดีมาก

4 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับดี

3 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

2 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย

1 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

2. การแปลความหมาย

4.21 - 5.00 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับดีมาก

3.41 - 4.20 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับดี

2.61 - 3.40 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

1.81 - 2.60 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อย

1.00 - 1.80 หมายถึง มีความพึงพอใจในระดับน้อยที่สุด

3.2.2.6 วิธีการหาคุณภาพเครื่องมือ

การศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือ ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์ แบบประเมิน และแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภค โดยวิธีการหาคุณภาพเครื่องมือเพื่อให้เกิดความแม่นยำและเที่ยงตรง ดังนี้

1. แบบสัมภาษณ์

ผู้วิจัยนำแบบสร้างสัมภาษณ์ก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ที่มีข้อคำถาม ความสอดคล้องต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ตามความต้องการของผู้บริโภค ใช้สำหรับผู้เชี่ยวชาญ 3 คนเป็นผู้ตอบคำถาม ทั้งนี้ก่อนการสัมภาษณ์เพื่อใช้หาทิศทางในการออกแบบ

2. แบบประเมิน

การทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย จำนวน 30 คน เพื่อหาคำความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอดท่าครอนนบัค (ชูศรีวงค์ศิริตนะ, 2558, น.74-75) ปรับปรุงแก้ไข ตรวจสอบความถูกต้องแล้วจัดทำแบบประเมินฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บ ข้อมูลจริง

### 3. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภค

ที่ผ่านการกลั่นกรองจากที่ปรึกษาและผ่านการคุณภาพหาค่า โดยผู้เชี่ยวชาญในการตรวจประเมินจำนวน 3 คน แล้วนำแบบประเมินไปปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ

### 3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ดังนี้

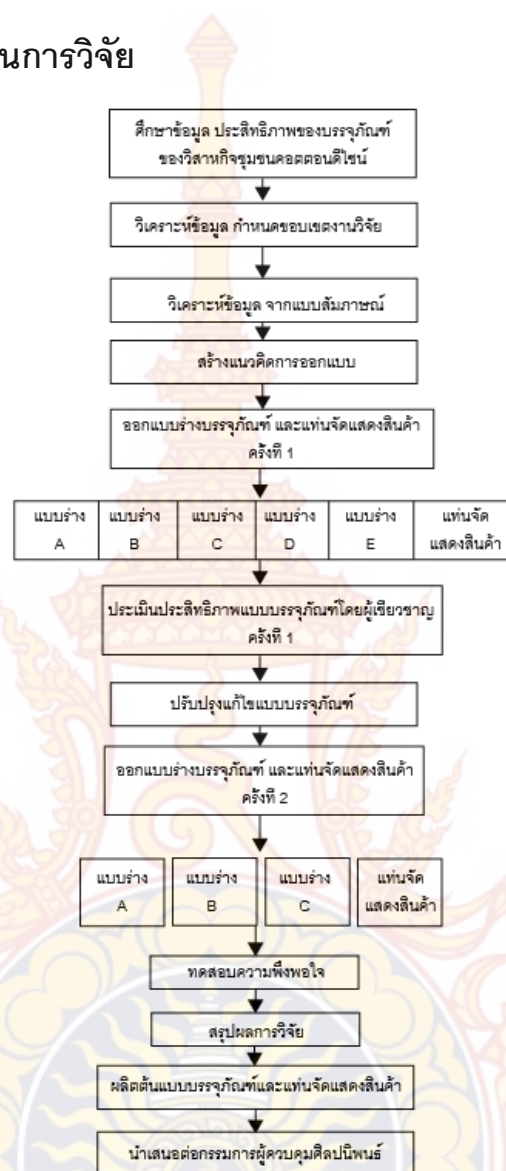
3.3.1 ศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยเกี่ยวข้อง ที่ได้ข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิ

3.3.2 ข้อมูลภาคสนาม เป็นข้อมูลที่ได้จากบุคคล โดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ โดยผู้เชี่ยวชาญ ผู้บริโภคและประชาชนในพื้นที่ ที่ทำการวิจัย โดยกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มผู้บริโภค ได้แก่ ผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ หรือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในชุมชนอำเภอสามโคก โดยมีอายุตั้งแต่อายุ 25 ปีขึ้นไป โดยเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี 5 แห่ง ได้แก่ วัดโบสถ์หลวงพ่อโตองค์ใหญ่ กลุ่มเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ นอกจากนั้นยังแจกแบบสอบถามแบบออนไลน์สำหรับผู้สนใจผลิตภัณฑ์และนักท่องเที่ยว

3.3.3 ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล ตั้งแต่ เดือนพฤศจิกายน 2566 - เดือน มกราคม 2567



### 3.4 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย



ภาพ 3.1 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

### 3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากเอกสาร งานวิจัยและการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม มาทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามจุดมุ่งหมายและประเด็นที่ได้กำหนดไว้ในขอบเขตเนื้อหา ตามขั้นตอนดังนี้

3.5.1 นำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร งานวิจัย แบบสอบถามมาทำการจัดระบบข้อมูล

3.5.2 ทำการวิเคราะห์และบันทึกข้อมูลอย่างเป็นระบบ นำเสนอผลงานการวิจัยพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงค่าความถี่ (Frequency Distribution) คือการนำข้อมูลที่ได้มารวบรวมจัดใหม่ให้เป็นระเบียบ เป็นหมวดหมู่ เรียงจากค่ามากไปหาน้อย หรือเรียงจากค่าน้อยไปหามากเพื่อแสดงให้เห็นทราบว่าคุณสมบัติแต่ละกลุ่ม เกิดซ้ำ ๆ กันกี่ครั้ง ซึ่งเป็นการย่อข้อมูลเพื่อแปลความหมายให้ได้มากขึ้น โดยจะสร้างตารางแจกแจงความถี่ขึ้น ตารางจะประกอบด้วยส่วนประกอบที่สำคัญ 3 ส่วน คือ ส่วนที่หนึ่งเป็นคะแนน แทนด้วย  $x$  ส่วนที่สองเป็นขีดรอยคะแนน (Tally) และส่วนที่สามเป็นค่าของความถี่แทนด้วย  $f$  ซึ่งนับได้จากจำนวนขีดรอยคะแนน

**ตัวอย่าง** สมมติว่ามีการทดสอบย่อยวิชาประวัติศาสตร์กับนิสิต 10 คน โดยใช้แบบทดสอบแบบ อัตนัย คะแนนเต็ม 10 คะแนน ผลการสอบปรากฏดังนี้

8 10 9 7 9 8 7 6 8 7

จะสังเกตเห็นว่า 10 คะแนนมี 1 จำนวน 9 คะแนน มี 2 จำนวน 8 คะแนนมี 3 จำนวน และ 6 คะแนนมี 1 จำนวน ถ้าใช้สัญลักษณ์  $X$  แทนค่าของคะแนน แล้วขีดรอยคะแนน (Tally) ว่าคะแนนแต่ละตัวเกิดขึ้นกี่ครั้ง การทำเช่นนี้เรียกว่า การแจกแจงความถี่ดังปรากฏดังตาราง 3.1 ซึ่งช่อง  $f$  จะชี้ให้เห็นว่าแต่ละค่าของตัวแปร  $x$  มีกี่จำนวน (ชูศรี วงศ์รัตน์, 2553, น.16-17)

**ตาราง 3.1** ตัวอย่างแสดงการแจกแจงค่าความถี่คะแนนสอบวิชาประวัติศาสตร์

X	Tally	F
10	/	1
9	//	2
8	///	3
7	///	3
6	/	1
		N = 10

ที่มา : ชูศรี วงศ์รัตน์. 2553. หน้า 17

- ร้อยละ (Percentage) (ครูเชียงราย, 2562)

$$P = \frac{F \times 100}{n}$$

P แทน ร้อยละ

F แทน ความถี่ที่ต้องการแปลค่าให้ร้อยละ

N แทน จำนวนความถี่ทั้งหมด

- ค่าเฉลี่ย (Mean) (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2547)

$$\bar{X} = \frac{\sum x}{n}$$

$\bar{X}$  แทนค่า ค่าเฉลี่ย

$\sum x$  แทนค่า ผลรวมทั้งหมดของความถี่ คูณ คะแนน

n แทนค่า ผลรวมทั้งหมดของความถี่ซึ่งมีค่าเท่ากับจำนวนข้อมูลทั้งหมด

- ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \mu)^2}{N}}$$

$$S. หรือ S.D. = \sqrt{\frac{\sum (x_i - \mu)^2}{N-1}}$$

ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิเคราะห์ข้อมูล โดยวิเคราะห์เป็นรายข้อเฉพาะด้านแล้ว รวบรวมทุกด้านนำเสนอในรูปแบบตาราง พร้อมคำบรรยายประกอบการวิเคราะห์

3.5.3 สังเคราะห์ข้อมูล นำผลการวิเคราะห์มากำหนดรูปแบบในการออกแบบและรูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์

3.5.4 ดำเนินการร่างแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม และแท่นจัดแสดงสินค้า

3.5.5 สร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ และแท่นจัดแสดงสินค้าแบบย่อ (Mode) ตามข้อมูลที่ได้

3.5.6 ประเมินรูปแบบครั้งที่ 1 โดยผู้เชี่ยวชาญและปรับแก้ไขแบบตามข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญ โดยการประเมินนี้ ชุมชนและผู้บริโภค จะเป็นผู้มีส่วนร่วมในการให้ความเห็น

3.5.7 พัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ และทำการประเมินครั้งที่ 2 โดยผู้เชี่ยวชาญ

3.5.8 สร้างต้นแบบทดสอบบรรจุกัณฑ์ (Mock Up) และแทนจัดแสดงสินค้าเสมือนจริง

3.5.9 ทดสอบความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์

3.5.10 สรุปการวิจัยและจัดทำรูปเล่มรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

3.5.11 เผยแพร่งานวิจัย

### 3.6 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (Description Analysis)

3.6.1 การหาความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อให้ทราบถึงข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

3.6.2 การหาค่าเฉลี่ย (Mean) และ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อให้ทราบถึงความพึงพอใจในรูปแบบบรรจุกัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ และปัญหาที่เกิดจากองค์ประกอบของบรรจุกัณฑ์ของกลุ่มตัวอย่าง

3.6.3 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Analysis) ใช้เพื่อหาความสัมพันธ์และอ้างอิงไปยังกลุ่มตัวอย่างและประชากร โดยตั้งระดับความเชื่อมั่นที่ 95%

## บทที่ 4

### ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอนตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยประกอบด้วย 1. เพื่อพัฒนารูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอนตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ให้สามารถนำกลับสร้างใช้ประโยชน์ใช้สอยในรูปแบบผลิตภัณฑ์อื่นได้ 2. เพื่อออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอนตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดยใช้เทคนิคการออกแบบเป็นของขวัญ 3. เพื่อออกแบบแท่นจัดแสดงสินค้าให้เกิดการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและแสดงถึงเอกลักษณ์ของทางวิสาหกิจชุมชนคอนตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ใช้วิธีการวิจัยแบบบูรณาการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพได้ ข้อมูลซึ่งนำมาวิเคราะห์ตามกระบวนการดังนี้

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สรุปได้ดังนี้

##### 4.1.1 ข้อมูลทุนชุมชนและการพัฒนาธุรกิจชุมชน

##### 4.1.2 ข้อมูลด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์และวัสดุสำหรับแท่นจัดแสดงสินค้า

##### 4.1.3 ข้อมูลด้านหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

##### 4.1.4 ข้อมูลด้านวิธีการทดสอบบรรจุภัณฑ์

##### 4.1.5 ข้อมูลด้านการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

#### 4.2 ผลการศึกษาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอนตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

##### 4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินประสิทธิภาพบรรจุภัณฑ์ และแท่นจัดแสดงสินค้า

##### 4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภค

#### 4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ประกอบการวิเคราะห์ข้อมูลของการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอนตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี สามารถสรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลที่มีความเชื่อมโยงต่อกันโดยแบ่งได้เป็น 5 ด้าน ดังนี้

##### 4.1.1 ข้อมูลทุนชุมชนและการพัฒนาธุรกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชนคอนตตอนดีไซน์ตั้งอยู่ที่ อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดยดำเนินการทอผ้าขาวม้าเป็นผลิตภัณฑ์หลัก ผ้าขาวม้าของวิสาหกิจชุมชนคอนตตอนดีไซน์มีความพิเศษในเรื่องการใช้เส้นใยที่มาจากธรรมชาติโดยการนำก้านบัวมาผ่านเป็นเส้น ๆ เพื่อให้เกิดเป็นเส้นใยอีกทั้งสีที่ใช้ยังเป็นสีที่ได้จากธรรมชาติอีกด้วย โดยแนวคิดในการออกแบบได้รับแรงบันดาลใจจากดอกบัว ซึ่งมีอยู่มากในจังหวัดปทุมธานี โดยนำเส้นใยจากก้านบัวมาสืบสารความเป็นอัตลักษณ์การทอลงบนผืนผ้าให้เกิดลวดลายที่สวยงาม ใช้วัตถุดิบทางภูมิศาสตร์ ด้วยการนำเส้นใยจากก้านดอกบัวหลวงมาทอ และตั้งให้ยี่ดอออกแล้วบิดเป็นเกลียวเพื่อนำมาใช้ในการทอร่วมกับเส้นฝ้าย มีผู้บริโภคสนใจและให้การตอบรับกับผลิตภัณฑ์เป็นอย่างดีเนื่องด้วยคุณภาพและกระบวนการทำที่ใช้เวลา ทั้งนี้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการส่งเสริมและพัฒนาผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงไม่ว่าจะเป็นผู้นำชุมชนและเครือข่ายท่องเที่ยวจังหวัดปทุมธานี หน่วยงานภาครัฐ และชาวบ้านเพื่อเพิ่มรายได้และการจ้างงานของคนในชุมชน

4.1.2 ข้อมูลด้านวัสดุบรรจุภัณฑ์และวัสดุสำหรับแทนจัดแสดงสินค้าผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอนตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้าฝืน ผลิตภัณฑ์เนคไท ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง ผลิตภัณฑ์กระเป๋า และผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ

4.1.2.1 วัสดุโครงสร้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าฝืน ประกอบ การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์บรรจุภัณฑ์กระดาษ (Paper Packaging) กระดาษแข็ง (Paperboard) เป็นกระดาษหลายชั้นที่มีความทรงตัวในเชิงมิติได้ดีโดยเฉพาะในแนวดิ่ง มีความแข็งแรง และความหนา เหมาะสมต่อการแปรรูปหลังพิมพ์เป็นบรรจุภัณฑ์ได้ สามารถผลิตได้ทั้งกระดาษหนาชั้นเดียว หรือกระดาษหลายชั้นยึดติดกัน โดยภายในตัวกระดาษแข็งประกอบด้วยเยื่อกระดาษอาจจะต่างชนิดกันหรือชนิดเดียวกันก็ได้ โดยใช้วิธีการทำกล่องแบบจั่วบังให้เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้และมีความแข็งแรง คงทน และใช้วิธีการพิมพ์ดิจิทัลลงบนกระดาษก่อนและนำมาประกบกับกระดาษแข็งโดยการห่อให้มิดโดยไม่ให้เห็นกระดาษแข็งภายในเนื่องจากการพิมพ์ดิจิทัลสามารถผลิตตามความต้องการของผู้ผลิตได้อีกทั้งยังมีราคาไม่สูงมาก

#### 4.1.2.2 วัสดุโครงสร้าง สำหรับผลิตภัณฑ์เนคไท ประกอบ การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์กระดาษ (Paper Packaging) กระดาษแข็ง (Paperboard) เป็นกระดาษหลายชั้นที่มีความทรงตัวในเชิงมิติได้ดีโดยเฉพาะในแนวตั้ง มีความแข็งแรง และความหนา เหมาะสมต่อการแปรรูปหลังพิมพ์เป็นบรรจุภัณฑ์ได้ สามารถผลิตได้ทั้งกระดาษหนาชั้นเดียวหรือกระดาษหลายชั้นยึดติดกัน โดยการทำให้เป็นกล่องจั่วบัง เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้และมีความแข็งแรง คงทน และใช้วิธีการพิมพ์ดิจิทัลลงบนกระดาษก่อนและนำมาประกบกับกระดาษแข็งโดยการห่อให้มิดโดยไม่ให้เห็นกระดาษแข็งภายในเนื่องจากการพิมพ์ดิจิทัลสามารถผลิตตามความต้องการของผู้ผลิตได้อีกทั้งยังมีราคาไม่สูงมาก

#### 4.1.2.3 วัสดุโครงสร้าง สำหรับผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง การใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์กระดาษ (Paper Packaging) กระดาษแข็ง (Paperboard) เป็นกระดาษหลายชั้นที่มีความทรงตัวในเชิงมิติได้ดีโดยเฉพาะในแนวตั้ง มีความแข็งแรง และความหนา เหมาะสมต่อการแปรรูปหลังพิมพ์เป็นบรรจุภัณฑ์ได้ สามารถผลิตได้ทั้งกระดาษหนาชั้นเดียวหรือกระดาษหลายชั้นยึดติดกัน โดยการทำให้เป็นกล่องจั่วบัง เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้และมีความแข็งแรง คงทน และใช้วิธีการพิมพ์ดิจิทัลลงบนกระดาษก่อนและนำมาประกบกับกระดาษแข็งโดยการห่อให้มิดโดยไม่ให้เห็นกระดาษแข็งภายในเนื่องจากการพิมพ์ดิจิทัลสามารถผลิตตามความต้องการของผู้ผลิตได้อีกทั้งยังมีราคาไม่สูงมาก

#### 4.1.2.4 วัสดุโครงสร้าง สำหรับผลิตภัณฑ์กระเป๋า ประกอบด้วยวัสดุดังนี้

บรรจุภัณฑ์จากผ้า เป็นการนำวัสดุที่หาง่ายในชุมชนมาสร้างมูลค่าเพิ่ม มาผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยการใช้แนวคิดในการส่งเสริมให้ภาคอุตสาหกรรมลดของเสียจากกระบวนการผลิตและเพิ่มขีดความสามารถในการนำของเหลือจากการผลิตอุตสาหกรรมไปใช้ประโยชน์ ตามหลัก 3Rs คือ Reduce (ลดการใช้หรือใช้น้อยเท่าที่จำเป็น Reuse (การนำกลับมาใช้ใหม่) และ Recycle (แปรรูปมาใช้ใหม่) ตามนโยบายของกระทรวงอุตสาหกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาอุตสาหกรรมเชิงนิเวศ ใช้วิธีการสกรีนแบบ DFT (Digital Film Transfer) คือ การพิมพ์ภาพลงบนแผ่นฟิล์ม ด้วยหมึกสำหรับการย้อมผ้า แล้วนำแผ่นฟิล์มที่พิมพ์แล้วมารีดร้อนติดบนเสื้อ จะใช้ความร้อนเยอะพอสมควรอยู่ที่ประมาณ 170 - 180 องศาเซลเซียส แต่ก่อนที่จะรีดร้อนนั้นต้องทำการโรยผงกาวก่อน ซึ่งเป็นผงกาวที่ใช้กับอุตสาหกรรมสิ่งทอโดยตรง จะทำหน้าที่เป็นตัวยึดติดกับผ้าซึ่งมีข้อดีทางด้านราคาและจำนวนที่สามารถกำหนดจำนวนความต้องการผลิตได้ในแต่ละครั้งและราคาไม่สูงมาก

#### 4.1.2.5 วัสดุโครงสร้าง ผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ ประกอบด้วยวัสดุดังนี้

กระดาษแข็ง (Paperboard) เป็นกระดาษหลายชั้นที่มีความทงตัวในเชิงมิติได้ดีโดยเฉพาะในแนวตั้ง มีความแข็งแรง และความหนา เหมาะสมต่อการแปรรูปหลังพิมพ์เป็นบรรจุภัณฑ์ได้ สามารถผลิตได้ทั้งกระดาษหนาชั้นเดียว หรือกระดาษหลายชั้นยึดติดกัน โดยการทำให้เป็นกล่องจั่วบัง เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้และมีความแข็งแรง คงทน และใช้วิธีการพิมพ์ดิจิทัลลงบนกระดาษก่อนและนำมาประกบกับกระดาษแข็งโดยการห่อให้มิดโดยไม่ให้เห็นกระดาษแข็งภายในเนื่องจากการพิมพ์ดิจิทัลสามารถผลิตตามความต้องการของผู้ผลิตได้อีกทั้งยังมีราคาไม่สูงมาก

#### 4.1.2.6 แผ่นจัดแสดงสินค้า

โครงสร้าง แผ่นจัดแสดงสินค้า ได้แก่ ไม้ปาติเกิล ปาร์ติเกิลบอร์ด (Particle Board) หรือ ไม้ปาติเกิล คือ ไม้อัดที่ผลิตขึ้นมาจากการนำเศษชิ้นไม้ ชี้เลื่อย และเศษวัสดุต่าง ๆ ที่เหลือใช้ของไม้มาประสานเข้าด้วยกัน โดยบดอัดด้วยความดันสูงกับกาวชนิดพิเศษให้ประสานเป็นเนื้อเดียว สามารถปิดผิวเพื่อเพิ่มความสวยงามของแผ่นไม้ได้ อาจจะมีการปิดผิวหน้าด้วยวีเนียร์ เช่น วีเนียร์ไม้สัก ไม้เบิร์ช จึงมีความสวยงาม น่าหลงใหล แผ่นไม้มีน้ำหนักเบา ใช้งานง่าย อีกทั้งยังมีราคาถูกด้วย

#### 4.1.3 ข้อมูลด้านหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ผ้าฝืน ผลิตภัณฑ์เนคไท ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง ผลิตภัณฑ์กระเป๋า และผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาข้อมูลด้านหลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง โดยมีสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังนี้

##### 4.1.3.1 เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกใช้เทคนิคการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบของขวัญมาประยุกต์ใช้ นภวรรณ คณานุรักษ์ (2547) ได้กล่าวถึงเทคนิคในการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบของขวัญค่อนข้างแตกต่างกับเทคนิคต่าง ๆ สาเหตุเนื่องจากผู้ซื้อที่ซื้อสินค้าเป็นของขวัญไม่มีโอกาสบริโภค และหลายครั้งที่การตัดสินใจซื้อเกิดขึ้น ณ จุดขาย ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของของขวัญที่ดีจึงมีบทบาทสำคัญมากต่อความสำเร็จของการขายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเทศกาลต่าง ๆ



#### 4.1.3.2 กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบบรรจุภัณฑ์

ผู้วิจัยได้เลือกใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน ของสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรมด้านการบรรจุ และมาตรฐานที่เกี่ยวข้องตามประกาศของส่วนราชการหรือหน่วยงานที่ได้เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์และเครื่องหมายฉลาก ดังนี้

1. ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย
2. ผลิตภัณฑ์เนคไท
3. ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง
4. ผลิตภัณฑ์กระเป๋า
5. ผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ

เนื่องจากทุกผลิตภัณฑ์เป็นผลิตภัณฑ์ที่ทำจากผ้าขาวม้าและผลิตภัณฑ์มีเลข มผช. ที่ใช้ผู้วิจัยจึงได้เลือกใช้มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน เลขที่ มผช. 417/2558

#### 4.1.4 ข้อมูลการจัดแสดงสินค้าและนิทรรศการ

4.1.4.1 ความหมายของการจัดแสดงสินค้า หมายถึง การจัดแสดงสินค้าคือการจัดสินค้าและวัสดุตกแต่งอื่น ๆ อย่างมีศิลปะเพื่อนำไปสู่การขายและการบริการ การจัดแสดงสินค้าต้องจัดให้ถึงจุดสายตาและก่อให้เกิดการกระทำเพื่อประโยชน์ของการขาย หรือจะกล่าวอีกนัยหนึ่ง การจัดแสดงสินค้าก็คือการขายโดยจัดแสดงให้ผู้ชมได้เห็นตัวสินค้าจริง ๆ (Visual Selling) ซึ่งมีลักษณะเหมือนกับเป็นพนักงานที่ทำหน้าที่ขายโดยไม่ส่งเสียง (Silent Salesperson)

4.1.4.2 สภาวะการจัดจำหน่ายสมัยใหม่ ในระบบจำหน่ายสมัยใหม่ เช่น ในซูเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งมีสินค้าวางขายอยู่บนชั้นประเภท แต่ละประเภทจะมีสินค้าที่เป็นคู่แข่งวางขายกันเป็นสิบเพื่อการเปรียบเทียบเลือกซื้อ ภายใต้สภาวะการขายเช่นนี้ ผู้ซื้อจะใช้เวลาประมาณ 2 ใน 3 ของเวลาที่อยู่ในร้านเดินจากสินค้าประเภทหนึ่งไปยังสินค้าอีกประเภทหนึ่ง จะเห็นได้ว่าในยุคนี้ผู้ซื้อใช้เวลาอย่างมาก ณ จุดขายสินค้าให้เลือกมากมาย ด้วยเหตุนี้บรรจุภัณฑ์ยุคนี้จึงจำเป็นต้องออกแบบให้ได้รับแรงรืบ โดยมีเวลาผ่านตาบ่งทั้งในช่วงเวลา 10 - 50 วินาที ที่จะสร้างความมั่นใจให้ (มาโกโตะ โองาวะ, 2565)

## 4.2 ผลการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้าย ใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

### 4.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ในการสัมภาษณ์เชิงลึกจะประกอบด้วย การสัมภาษณ์ 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้ประกอบการ จำนวน 1 คน และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ การสัมภาษณ์นี้เป็นการใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสำหรับผู้ประกอบการ และแบบมีโครงสร้างสำหรับผู้เชี่ยวชาญ เพื่อให้ผู้สัมภาษณ์ได้ข้อมูลอันจะนำไปสู่การพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ด้วยการสกัดข้อมูลจากคำสัมภาษณ์ผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน

#### 4.2.1.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้ประกอบการ

ผู้ประกอบการได้แก่คุณวรเทพ ลิมตียะโยธิน (2566) ตำแหน่ง รองประธาน กลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ กล่าวถึง คุณสุภัชชา ลิมตียะโยธิน มีแนวคิดในการสร้างมูลค่าและพัฒนาหัตถกรรมสิ่งทอโดยยังใช้รูปแบบการทอผ้าขาวม้าแบบเดิม ทั้งนี้เนื่องจากวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตั้งอยู่ในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งเป็นพื้นที่ปลูกดอกบัวมากจึงนำดอกบัวมาใช้ประโยชน์เชิงสร้างสรรค์โดยผ่านกระบวนการวิจัยด้านสิ่งทอมาพัฒนาเป็นเส้นใยธรรมชาติสู่ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ จึงได้นำเส้นใยบัวหลวงซึ่งเป็นเส้นใยธรรมชาติมาผสมผสานกับวิธีการทอผ้าขาวม้าโดยนำแนวคิด "ท้องถิ่นนิยม" มาใช้เป็นแนวทางประกอบการธุรกิจ เนื่องจากแนวคิดท้องถิ่นนิยม (Internationnal Locolism) หมายถึงการสนับสนุนชุมชนที่ผลิตสินค้ามากกว่าชุมชนที่ผู้บริโภคอาศัยอยู่ โดยการสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นและการพัฒนาชุมชนให้เป็นองค์กรที่ยั่งยืนเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม โดยผลประกอบการพบว่า สินค้าประเภทผ้าทอใยบัวแบบผ้าขึ้นและแบบผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้าได้รับความนิยมจากผู้บริโภคเป็นจำนวนมาก จึงได้มีการสะท้อนกลับของผู้บริโภคในเรื่องบรรจุภัณฑ์ ทั้งนี้ผู้บริโภคมีความสนใจในการซื้อเป็นของฝากเพื่อใช้เป็นของขวัญตามเทศกาลต่าง ๆ จึงมีความต้องการบรรจุภัณฑ์สำหรับเป็นของฝากและสามารถนำกลับไปใช้งานอื่น ๆ ต่อได้โดยไม่เสียเปล่า ซึ่งเป็นไปตามนโยบายด้านสิ่งแวดล้อมของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์จึงมีแนวคิดในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มากกว่าการบรรจุตามแนวทางความยั่งยืน แนวโน้มเทรนด์ 2023 ว่าด้วย "บรรจุภัณฑ์คือผลิตภัณฑ์"

#### 4.2.1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน

##### 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)

1.1 ตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม จะต้องสอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อสร้างการจดจำและตราสินค้าจะต้องสื่อสารให้เข้าใจได้ง่าย รวดเร็ว

1.2 ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย ให้ความคิดเห็นว่าบรรจุภัณฑ์ควรกระดาษแข็ง เพื่อให้คงสภาพของผ้าและให้ความรู้สึกมีคุณค่าเหมาะกับการนำไปใช้เป็นแฟ้มต่อ ควรเป็นรูปแบบที่ใช้เสร็จสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้ กราฟิกที่ใช้เป็นโทนสีที่สื่อถึงแบรนด์วีรชา โทนสี ขาว น้ำเงิน เพราะต้องการขายความเป็น Brand Identity คือ อัตลักษณ์ขององค์กรหรือแบรนด์ ที่กำหนดไว้ เพื่อวัตถุประสงค์ทางการตลาดและเพื่อสร้างการจดจำให้กับผู้บริโภค ภาพเกี่ยวกับขั้นตอนการทำที่พิถีพิถันและดอกบัวที่เป็นวัตถุดิบหลักในการทำผลิตภัณฑ์ ตัวอักษรและการใช้สีต้องชัดเจนมองเห็นได้ง่ายการออกแบบต้องโดดเด่นด้วยลายเส้นที่แสดงกรรมวิธีการทำ

1.3 ผลิตภัณฑ์เนคไท วัสดุควรเป็นกระดาษแข็งเพราะมีความแข็งแรงคงรูป รูปแบบบรรจุภัณฑ์ควรเป็นลักษณะ 4 เหลี่ยม เพื่อถ่ายต่อการใช้งานเป็นผลิตภัณฑ์ต่อ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ควรใช้รูปแบบที่สามารถสื่อถึงกระบวนการทำ การทอ

1.4 ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง ควรเป็นวัสดุกระดาษแข็ง รูปทรงควรเป็นเหลี่ยม เพื่อให้เหมาะสมกับการนำไปใช้ประโยชน์เป็นผลิตภัณฑ์กล่องใส่ทิชชูแบบพกพาต่อ โทนสีที่ใช้ควรเป็นสีที่แสดงถึง CI ของแบรนด์วีรชา หรือทำให้สอดคล้องกับตัวผลิตภัณฑ์

1.5 ผลิตภัณฑ์กระเป๋า ควรเป็นวัสดุผ้า สีที่ใช้ควรเป็นสีน้ำเงินขาว เพื่อให้สอดคล้องกับ CI ของแบรนด์วีรชาและกราฟิกที่ใช้ควรแสดงถึงความเป็นธรรมชาติ ดอกบัว หรือความเป็นชุมชน

1.6 ผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ ควรเป็นกระดาษแข็ง เพราะสามารถคงรูปได้และราคาไม่สูงมากจนเกินไป สีที่ใช้จะเป็นสีขาว น้ำเงิน ที่เป็นสีของแบรนด์ และแสดงถึงความกลมกลืนเพื่อให้ผู้บริโภครับรู้ถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของผลิตภัณฑ์

1.7 แทนจัดแสดงสินค้า วัสดุควรเป็นพาสวูด เนื่องจากน้ำหนักเบา พกพาสะดวก รูปแบบแทนจัดแสดงสินค้าควรเป็นรูปแบบที่สามารถถอดประกอบได้ เพื่อสามารถถ่ายต่อการขนย้าย

2. ด้านราคา (Price) ราคาของบรรจุภัณฑ์ควรขึ้นอยู่กับต้นทุนของตัวผลิตภัณฑ์ และกระบวนการผลิตในแต่ละขั้นตอน และราคาต้องไม่ต่ำกว่าตลาดหรือสูงกว่าตลาดและการกำหนดราคาของสินค้า

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) สิ่งที่ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ คือ การแสดงให้เห็นถึงการเป็น CI ของแบรนด์ บรรจุภัณฑ์ต้องใช้ง่ายไม่ซับซ้อนและแสดงถึงแบรนด์ได้อย่างชัดเจน การออกแบบนั้นต้องใส่ความเป็นวิถีชุมชนเพื่ออำนวยความสะดวกและการตัดสินใจซื้อ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) การส่งเสริมการขายบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างความประทับใจ การที่สามารถนำบรรจุภัณฑ์มาปรับใช้เป็นอย่างอื่นได้ หลังจากได้สินค้า การออกแบบบรรจุภัณฑ์และป้ายฉลากก็เป็นส่วนในการตัดสินใจซื้อได้

5. ด้านบุคคล (People) ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นใยบัวหลวง บรรจุภัณฑ์จะต้องมีลักษณะที่ดึงดูดลูกค้า เช่น บรรจุภัณฑ์ที่ทำให้เกิดการรับรู้ถึงแบรนด์ และต้องบอกเล่าเรื่องราว ทำให้ผู้รับข้อมูลทราบและเข้าใจเรื่องราวได้ง่ายขึ้น และเกิดจุดประทับใจ จากการได้รับรู้เรื่องราวเหล่านั้นและคุณภาพของตัวผลิตภัณฑ์

สรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ดังนี้ พบว่าจากการตั้งโครงสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ด้วยทฤษฎี 7PS (ปัญญาภา นาคสินธุ์, 2559) พบว่าองค์ประกอบที่สำคัญด้านส่วนประสมทางการตลาดสำหรับการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ครั้งนี้ ประกอบด้วย 1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) 2. ด้านราคา (Price) 3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) 4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) และ 5. ด้านบุคคล (People)

#### 4.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ และแท่นจัดแสดง

การประเมินประสิทธิภาพองค์ประกอบหลักของบรรจุภัณฑ์ และแท่นจัดแสดงสินค้า ประกอบด้วย ด้านตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม ด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และแท่นจัดแสดงสินค้า โดยมีผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินประสิทธิภาพ ดังนี้

##### 4.2.2.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินประสิทธิภาพด้านตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม

โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์ในการพัฒนารูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม เพื่อให้สอดคล้องต่อวัตถุประสงค์ของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินประสิทธิภาพด้านตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม โดยสรุปเฉพาะความคิดเห็นโดยรวม

ของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนที่ลงคะแนนในระดับคะแนนสูงที่สุด เพื่อนำมาสู่การคัดเลือก  
ได้ผลวิเคราะห์ ดังนี้

**รูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้าย  
ใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี**



การวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ทั้ง 3 คน ที่มีต่อ รูปแบบ  
ตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม ผลการวิเคราะห์ รูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม สำหรับผลิตภัณฑ์  
ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย  
อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของ  
ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับตราสัญลักษณ์ของกลุ่มที่ได้รับการลงคะแนนใน  
ระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 3 ดังรายละเอียดในตาราง 4.1 ดังนี้

**ตาราง 4.1 ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม**

ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ รูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม แบบที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านคุณสมบัติ (Attributes)</b>						
1. สามารถจดจำตราสัญลักษณ์ของ กลุ่มที่เห็นได้เป็นอย่างดี	5	5	4	4.70	0.60	ดี
2. ตราสัญลักษณ์ของกลุ่มมีความ ทันสมัย แตกต่างจากตรา สัญลักษณ์ของกลุ่มอื่น	4	4	5	4.30	0.60	ดี
<b>รวม</b>				<b>4.50</b>	<b>0.60</b>	<b>ดี</b>

ตาราง 4.1 (ต่อ)

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ รูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม แบบที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านคุณประโยชน์ (Benefits) และด้านคุณค่า (Values)</b>						
1. ทำให้รู้สึกมีความเป็นเอกลักษณ์	5	4	4	4.30	0.60	ดี
2. แสดงให้เห็นถึงคุณประโยชน์ตาม การใช้งาน	3	5	5	4.30	1.20	ดี
3. สามารถสร้างความเชื่อมั่นได้	4	4	5	4.30	0.60	ดี
<b>รวม</b>				<b>4.30</b>	<b>0.80</b>	<b>ดี</b>
<b>ด้านวัฒนธรรม (Culture)</b>						
1. สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ความ เป็นชุมชนได้อย่างดี	3	5	4	4.00	1.00	ดี
2. สร้างแรงจูงใจในการกลับมาซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่	4	4	5	4.30	0.60	ดี
<b>รวม</b>				<b>4.15</b>	<b>0.80</b>	<b>ดี</b>
<b>ด้านบุคลิกภาพ (Personality) และด้านผู้ใช้ (User)</b>						
1. ตราสินค้าสามารถบ่งบอกถึงคุณภาพ ของสินค้าได้เป็นอย่างดี	3	5	4	4.00	1.00	ดี
2. ตราสัญลักษณ์ของกลุ่มออกแบบ รูปลักษณ์ได้อย่างสวยงาม และ ทันสมัย	4	4	5	4.30	0.60	ดี
<b>รวม</b>				<b>4.15</b>	<b>0.80</b>	<b>ดี</b>
<b>ความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน</b>				<b>4.28</b>	<b>0.75</b>	<b>ดี</b>

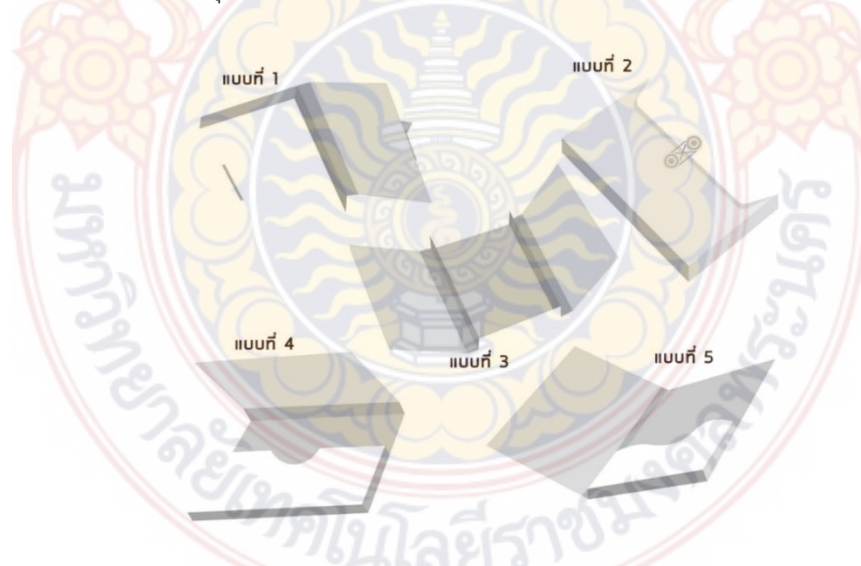
จากตาราง 4.1 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน สำหรับตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม แบบที่ 3 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับดี ( $\bar{x} = 4.28$ , S.D. = 0.75)

สรุป รูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม แบบที่ 3 สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้าย ไยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอนตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม ที่ได้ รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 3 โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ยจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน พบว่า แบบที่ 3 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดี ( $\bar{x} = 4.28$ , S.D. = 0.75) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านคุณสมบัติ (Attributes) ( $\bar{x} = 4.50$ , S.D. = 0.60) ด้านคุณประโยชน์ (Benefits) และด้านคุณค่า (Values) ( $\bar{x} = 4.30$ , S.D. = 0.80) ด้านวัฒนธรรม (Culture) ( $\bar{x} = 4.15$ , S.D. = 0.80) และด้านบุคลิกภาพ (Personality) และด้านผู้ใช้ (User) ( $\bar{x} = 4.15$ , S.D. = 0.80) ตามลำดับ

4.2.2.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินประสิทธิภาพด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอนตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์ในการพัฒนารูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องต่อวัตถุประสงค์ของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินประสิทธิภาพโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โดยสรุปเฉพาะความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนที่ลงคะแนนในระดับคะแนนสูงที่สุด เพื่อนำมาสู่การคัดเลือก ได้ผลวิเคราะห์ ดังนี้

1. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้าย สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอนตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี



การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ทั้ง 3 คน ที่มีต่อรูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ผ้าฝ้าย ผลการวิเคราะห์ รูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้าย สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอนตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย

อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผ้าฝืน ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุด ได้แก่ แบบที่ 4 ดังรายละเอียดในตาราง 4.2 ดังนี้

ตาราง 4.2 ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผ้าฝืน

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 4	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์</b>						
1. สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ได้	5	4	5	4.67	0.58	ดีมาก
2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความ เหมาะสมกับขนาดบรรจุ	4	5	5	4.67	0.58	ดีมาก
3. โครงสร้างมีความแข็งแรงรับน้ำหนัก ของสินค้าที่บรรจุ อยู่ภายในได้	4	4	4	4.00	0.00	ดี
4. สามารถนำเอาไปใช้ประโยชน์ต่อได้	5	5	4	4.67	0.58	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.50</b>	<b>0.44</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ด้านความสะดวกในการใช้งาน</b>						
1. สามารถเคลื่อนย้ายไปที่ต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายได้โดยสะดวก	3	5	4	4.00	0.71	ดี
2. สามารถหยิบจับได้ สะดวกต่อ การใช้งาน เช่น จับ ถือ หิ้ว หรือ ขนย้าย	4	5	5	4.67	0.58	ดีมาก
3. สามารถเปิดใช้งานได้อย่างสะดวก	4	4	5	4.33	0.58	ดี
<b>รวม</b>				<b>4.33</b>	<b>0.62</b>	<b>ดี</b>
<b>ด้านความประหยัดในการขนส่ง</b>						
1. สะดวกต่อการขนย้ายและการ กระจายสินค้า	4	5	5	4.67	0.58	ดีมาก
2. ขนาดของปริมาณบรรจุ พกพาได้ สะดวก	4	5	5	4.67	0.58	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.67</b>	<b>0.58</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน</b>				<b>4.50</b>	<b>0.55</b>	<b>ดีมาก</b>



จากตาราง 4.2 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้าย แบบที่ 4 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.50$ , S.D. = 0.55)

สรุป รูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้าย สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้ายที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 4 โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ยจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน พบว่า แบบที่ 4 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.50$ , S.D. = 0.55) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 4.50$ , S.D. = 0.44) ด้านความสะดวกในการใช้งาน ( $\bar{x} = 4.33$ , S.D. = 0.62) ด้านความประหยัดในการขนส่ง ( $\bar{x} = 4.50$ , S.D. = 0.55) ตามลำดับ

2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เนคไท สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี



การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ทั้ง 3 คน ที่มีต่อโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เนคไท ผลการวิเคราะห์โครงสร้างบรรจุภัณฑ์เนคไทสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เนคไท ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 5 ดังรายละเอียดในตาราง 4.3 ดังนี้

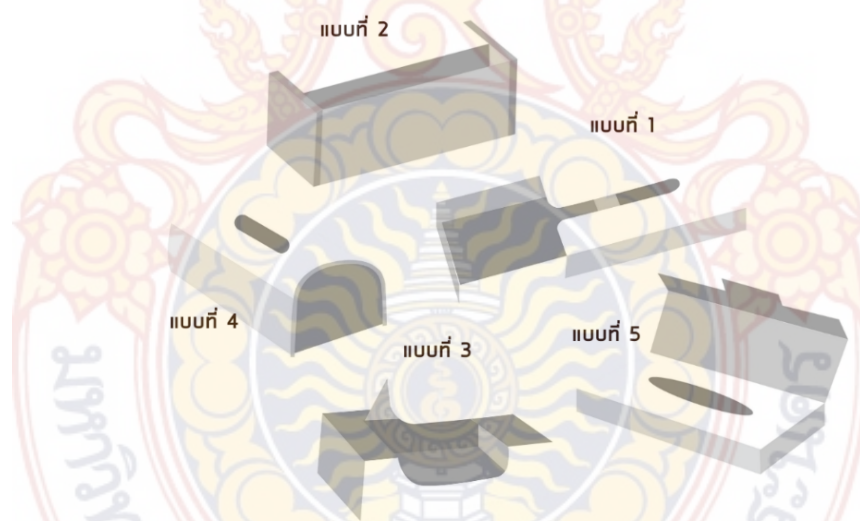
ตาราง 4.3 ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เนคไท

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 5	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์</b>						
1. สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ ไม่ให้เสียหาย	4	5	5	4.67	0.58	ดีมาก
2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความ เหมาะสมกับขนาดบรรจุ	5	3	5	4.33	1.15	ดี
3. โครงสร้างมีความแข็งแรงรับน้ำหนัก ของสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในได้	4	5	5	4.67	0.58	ดีมาก
4. สามารถนำเอาไปใช้ประโยชน์ต่อได้	5	4	4	4.33	0.58	ดี
<b>รวม</b>				<b>4.50</b>	<b>0.72</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ด้านความสะดวกในการใช้งาน</b>						
1. สามารถเคลื่อนย้ายไปที่ต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายได้โดยสะดวก	4	4	4	4.00	0.00	ดี
2. สามารถหยิบจับได้ สะดวกต่อ การใช้งาน เช่น จับ ถือ หิ้ว	3	5	5	4.33	1.55	ดี
3. สามารถเปิดใช้งานได้อย่างสะดวก	4	3	3	3.33	0.58	ดี
4. ง่ายและสะดวกต่อการวางซ้อน	4	3	3	3.33	0.58	ดี
<b>รวม</b>				<b>3.89</b>	<b>0.68</b>	<b>ดี</b>
<b>ด้านความประหยัดในการขนส่ง</b>						
1. สะดวกต่อการขนย้าย และ การกระจายสินค้า	3	4	4	3.67	0.58	ดี
2. ขนาดของปริมาณบรรจุ พกพาได้ สะดวก	5	4	4	4.33	0.58	ดี
<b>รวม</b>				<b>4.00</b>	<b>0.58</b>	<b>ดี</b>
<b>ความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน</b>				<b>4.13</b>	<b>0.66</b>	<b>ดี</b>

จากตาราง 4.3 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เนคไท แบบที่ 5 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดี

สรุป รูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ เนคไท สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ เนคไท ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 5 โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ยจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน พบว่า แบบที่ 5 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดี ( $\bar{x} = 4.13$ , S.D. = 0.66) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 4.50$ , S.D. = 0.72) ด้านความสะดวกในการใช้งาน ( $\bar{x} = 3.89$ , S.D. = 0.68) ด้านความประหยัดในการขนส่ง ( $\bar{x} = 4.00$ , S.D. = 0.58) ตามลำดับ

3. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ปลอกหมอนอิง สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี



การวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ทั้ง 3 คน ที่มีต่อ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ปลอกหมอนอิง ผลการวิเคราะห์โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ปลอกหมอนอิง สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ปลอกหมอนอิงที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 1 ดังรายละเอียดในตาราง 4.4 ดังนี้

ตาราง 4.4 ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีต่อโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ปลอกหมอนอิง

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์</b>						
1. สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ ไม่ให้เสียหาย	4	3	5	4.00	1.00	ดี
2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความ เหมาะสมกับขนาดบรรจุ	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
3. โครงสร้างมีความแข็งแรงรับน้ำหนัก ของสินค้าที่บรรจุ อยู่ภายในได้	4	4	4	4.00	0.00	ดี
4. สามารถนำเอาไปใช้ประโยชน์ต่อได้	4	5	5	4.67	0.58	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.42</b>	<b>0.40</b>	<b>ดี</b>
<b>ด้านความสะดวกในการใช้งาน</b>						
1. สามารถเคลื่อนย้ายไปที่ต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายได้โดยสะดวก	4	3	3	3.33	0	ดี
2. สามารถหยิบจับได้ สะดวก ต่อการใช้งาน เช่น จับ ถือ หิ้ว	5	3	5	4.33	0.58	ดี
3. สามารถเปิดใช้งานได้อย่างสะดวก	5	3	5	4.33	1.54	ดี
<b>รวม</b>				<b>3.97</b>	<b>0.71</b>	<b>ดี</b>
<b>ด้านความประหยัดในการขนส่ง</b>						
1. สะดวกต่อการขนย้ายและการ กระจายสินค้า	5	4	5	4.67	0.58	ดีมาก
2. ขนาดของปริมาณบรรจุ พกพาได้ สะดวก	4	4	4	4.00	0.00	ดี
<b>รวม</b>				<b>4.34</b>	<b>0.29</b>	<b>ดี</b>
<b>ความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 5 คน</b>				<b>4.24</b>	<b>1.40</b>	<b>ดี</b>

จากตาราง 4.4 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ปลอกหมอนอิง แบบที่ 1 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดี

สรุป รูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์พลาสติกหุ้มห่อ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้าย ไยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์พลาสติกหุ้มห่อ ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 1 โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ยจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน พบว่า แบบที่ 1 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดี ( $\bar{x} = 4.24$ , S.D. = 1.40) เมื่อพิจารณาทางด้าน พบว่า ด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 4.42$ , S.D. = 0.40) ด้านความสะดวกในการใช้งาน ( $\bar{x} = 3.97$ , S.D. = 0.71) ด้านความประหยัดในการขนส่ง ( $\bar{x} = 4.34$ , S.D. = 0.29) ตามลำดับ

4. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ กระเป๋า สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้าย ไยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี



การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ทั้ง 3 คน ที่มีต่อ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์กระเป๋า ผลการวิเคราะห์ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์กระเป๋า สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้าย ไยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์กระเป๋า ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 1 ดังรายละเอียดในตาราง 4.5 ดังนี้

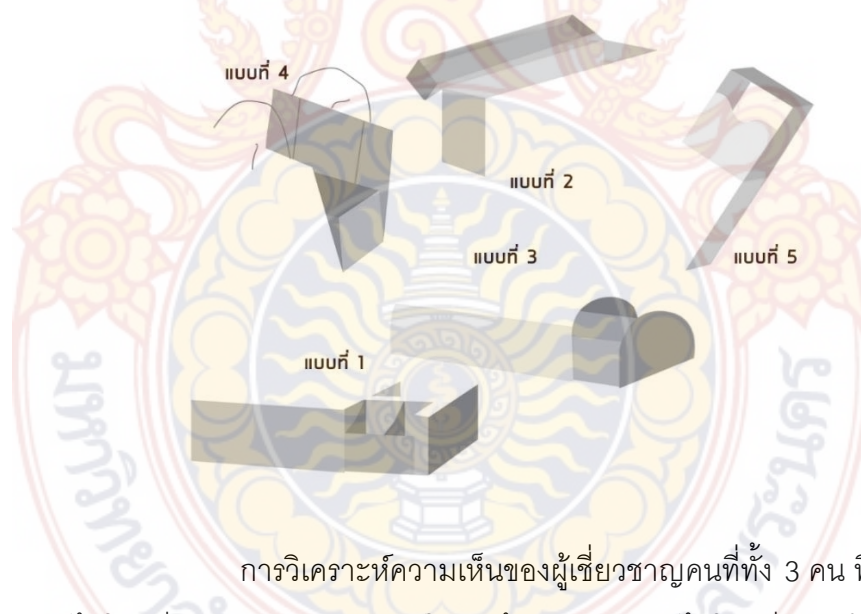
ตาราง 4.5 ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อโครงสร้างบรรจุภัณฑ์กระเป่า

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ แบบที่	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์</b>						
1. สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ ไม่ให้เสียหาย	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความ เหมาะสมกับขนาดบรรจุ	3	5	5	4.33	1.15	ดี
3. โครงสร้างมีความแข็งแรงรับน้ำหนัก ของสินค้าที่บรรจุ อยู่ภายในได้	4	5	5	4.33	0.58	ดี
4. สามารถนำเอาไปใช้ประโยชน์ต่อได้	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.67</b>	<b>0.43</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ด้านความสะดวกในการใช้งาน</b>						
1. สามารถเคลื่อนย้ายไปที่ต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายได้โดยสะดวก	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
2. สามารถหยิบจับได้ สะดวกต่อ การใช้งาน เช่น จับ ถือ หิ้ว	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
3. สามารถเปิดใช้งานได้อย่างสะดวก	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
4. ง่ายและสะดวกต่อการวางซ้อน	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>5.00</b>	<b>0.00</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ด้านความประหยัดในการขนส่ง</b>						
1. สะดวกต่อการขนย้ายและการ กระจายสินค้า	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
2. ขนาดของปริมาณบรรจุ พกพาได้ สะดวก	4	5	5	4.67	0.58	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.84</b>	<b>0.29</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน</b>				<b>4.84</b>	<b>0.22</b>	<b>ดีมาก</b>

จากตาราง 4.5 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์กระเป๋าสองแบบที่ 1 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดีมาก

สรุป รูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ กระเป๋า สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์กระเป๋าสองแบบที่ 1 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.84$ , S.D. = 0.22) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 4.67$ , S.D. = 0.43) ด้านความสะดวกในการใช้งาน ( $\bar{x} = 5.00$ , S.D. = 0.00) ด้านความประหยัดในการขนส่ง ( $\bar{x} = 4.84$ , S.D. = 0.29) ตามลำดับ

5. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี



การวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ทั้ง 3 คน ที่มีต่อโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ ผลการวิเคราะห์โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 5 ดังรายละเอียดในตาราง 4.6 ดังนี้

ตาราง 4.6 ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 5	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์</b>						
1. สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ ไม่ให้เสียหาย	5	4	5	4.33	0.78	ดี
2. โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความ เหมาะสมกับขนาดบรรจุ	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
3. โครงสร้างมีความแข็งแรงรับน้ำหนัก ของสินค้าที่บรรจุ อยู่ภายในได้	4	5	5	4.33	0.78	ดี
4. สามารถนำเอาไปใช้ประโยชน์ต่อได้	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.67</b>	<b>0.98</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ด้านความสะดวกในการใช้งาน</b>						
1. สามารถเคลื่อนย้ายไปที่ต่าง ๆ เพื่อจำหน่ายได้โดยสะดวก	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
2. สามารถหยิบจับได้ สะดวกต่อ การใช้งาน เช่น จับ ถือ หิ้ว	4	5	5	4.33	0.78	ดี
3. สามารถเปิดใช้งานได้อย่างสะดวก	5	5	4	4.33	0.78	ดี
4. ง่ายและสะดวกต่อการวางซ้อน						ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.55</b>	<b>0.52</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ด้านความประหยัดในการขนส่ง</b>						
1. สะดวกต่อการขนย้ายและการ กระจายสินค้า	4	5	5	4.33	0.78	ดี
2. ขนาดของปริมาณบรรจุ พกพาได้ สะดวก	4	5	5	4.33	0.78	ดี
<b>รวม</b>				<b>4.33</b>	<b>0.78</b>	<b>ดี</b>
<b>ความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน</b>				<b>4.52</b>	<b>0.76</b>	<b>ดีมาก</b>



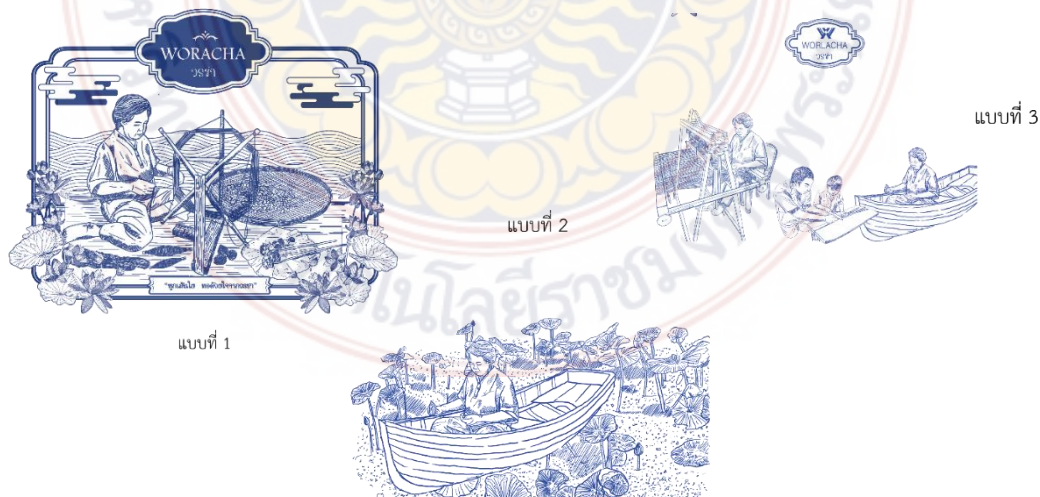
จากตาราง 4.6 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ผ้าโพกศีรษะ แบบที่ 5 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับดีมาก

สรุป รูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ผ้าโพกศีรษะ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 5 โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ยจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน พบว่า แบบที่ 5 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.52$ , S.D. = 0.76) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์ ( $\bar{x} = 4.67$ , S.D. = 0.98) ด้านความสะดวกในการใช้งาน ( $\bar{x} = 4.55$ , S.D. = 0.52) ด้านความประหยัดในการขนส่ง ( $\bar{x} = 4.33$ , S.D. = 0.78) ตามลำดับ

#### 4.2.2.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินประสิทธิภาพด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์

โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์ในการพัฒนารูปแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์เพื่อให้สอดคล้องต่อวัตถุประสงค์ของการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินประสิทธิภาพกราฟิกบรรจุภัณฑ์ โดยสรุปเฉพาะความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนที่ลงคะแนนในระดับคะแนนสูงที่สุด เพื่อนำมาสู่การคัดเลือกได้ผลวิเคราะห์ ดังนี้

1. กราฟิกบรรจุภัณฑ์ ผ้าฝ้าย สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี



การวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ทั้ง 3 คน ที่มีต่อกราฟิกบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้าย ผลการวิเคราะห์กราฟิกบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้าย สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับกราฟิกบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้าย ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 1 ดังรายละเอียดในตาราง 4.7 ดังนี้

ตาราง 4.7 ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อกราฟิกบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้าย

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ กราฟิกบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการดึงดูดผู้ซื้อ</b>						
1. สามารถทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อเมื่อพบเห็น	5	4	5	4.67	0.58	ดีมาก
2. สามารถแสดงถึงความเป็นชุมชนได้เป็นอย่างดี	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
3. สามารถสร้างความแตกต่างเมื่อวางอยู่กับสินค้าอื่น ๆ	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
4. สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายหลักของสินค้า	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.92</b>	<b>0.15</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ด้านการสื่อสารกับผู้ซื้อ</b>						
1. สีและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งบอกถึงสินค้า	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
2. มีการนำเสนอทั้งข้อความและภาพ กราฟิกได้เหมาะสม	4	5	4	4.33	0.58	ดี
3. สีบนบรรจุภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับตัวผลิตภัณฑ์	4	5	5	4.67	0.58	ดีมาก
4. สามารถสื่อตัวผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	5	5	4	4.67	0.58	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.67</b>	<b>0.44</b>	<b>ดีมาก</b>

ตาราง 4.7 (ต่อ)

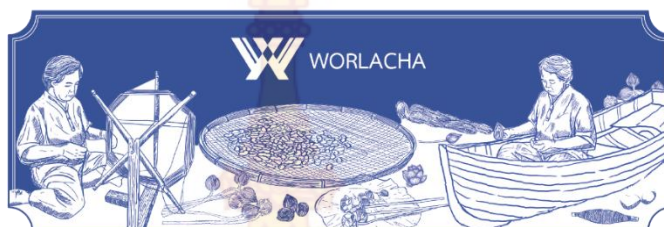
ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์</b>						
1. สามารถสื่อสารข้อมูลรายละเอียด ของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้	4	5	5	4.67	0.58	ดีมาก
2. กราฟิกที่ใช้ประกอบบน บรรจุภัณฑ์สามารถสร้าง ความน่าสนใจ	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.84</b>	<b>0.29</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ด้านการขายสินค้า</b>						
1. สามารถทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
2. สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับ ผลิตภัณฑ์ เร่งการตัดสินใจซื้อ ของผู้บริโภค	5	5	5	4.67	0.58	ดีมาก
3. สามารถสร้างแรงจูงใจในการ กลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่	4	4	5	4.67	0.58	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.78</b>	<b>0.58</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน</b>				<b>4.76</b>	<b>0.44</b>	<b>ดีมาก</b>

จากตาราง 4.7 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน สำหรับกราฟิกบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้าย แบบที่ 1 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับดีมาก

สรุป รูปแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ผ้าฝ้าย สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 1 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.76$ , S.D. = 0.15)

3. กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เนคไท สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

แบบที่ 1



แบบที่ 2



แบบที่ 3



การวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ทั้ง 3 คน ที่มีต่อกราฟิกบรรจุภัณฑ์เนคไท ผลการวิเคราะห์กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เนคไท สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เนคไท ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 3 ดังรายละเอียดในตาราง 4.8 ดังนี้

ตาราง 4.8 ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์เนคไท

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ กราฟิกบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการดึงดูดผู้ซื้อ</b>						
1. สามารถทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อ เมื่อพบเห็น	5	4	5	4.67	0.98	ดีมาก
2. สามารถแสดงถึงความเป็นชุมชนได้ เป็นอย่างดี	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
3. สามารถสร้างความแตกต่างเมื่อวาง อยู่กับสินค้าอื่น ๆ	4	5	5	4.67	0.98	ดีมาก
4. สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายหลัก ของสินค้า	4	5	5	4.67	0.98	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.80</b>	<b>0.74</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ด้านการสื่อสารกับผู้ซื้อ</b>						
1. สีและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถ บ่งบอกถึงสินค้า	4	5	5	4.67	0.98	ดีมาก
2. มีการนำเสนอทั้งข้อความและภาพ กราฟิกได้เหมาะสม	4	5	5	4.67	0.98	ดีมาก
3. สีบนบรรจุภัณฑ์มีความสัมพันธ์ กับตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน	4	5	5	4.67	0.98	ดีมาก
4. สามารถสื่อสารข้อมูลถึงตัว ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	5	4	4	4.33	0.78	ดี
<b>รวม</b>				<b>4.60</b>	<b>0.93</b>	
<b>ด้านการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์</b>						
1. สามารถสื่อสารข้อมูลรายละเอียด ของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>5.00</b>	<b>0.00</b>	<b>ดีมาก</b>

ตาราง 4.8 (ต่อ)

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ กราฟิกบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการขายสินค้า</b>						
1. สามารถทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
2. สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เร่งการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	4	4	5	4.33	0.78	ดี
3. สามารถสร้างแรงจูงใจในการกลับมา ซื้อผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่	4	4	5	4.33	0.78	ดี
<b>รวม</b>				<b>4.55</b>	<b>0.52</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน</b>				<b>4.74</b>	<b>0.55</b>	<b>ดีมาก</b>

จากตาราง 4.8 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน สำหรับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เนคไท แบบที่ 3 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดีมาก

สรุป รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ เนคไท สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 3 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.74$ , S.D. = 0.55)

3. กราฟิคนบรจกัณท์ปลอกหมอนอิง สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี



การวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ทั้ง 3 คน ที่มีต่อกราฟิคนบรจกัณท์ปลอกหมอนอิง ผลการวิเคราะห์กราฟิคนบรจกัณท์ปลอกหมอนอิง สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับกราฟิคนบรจกัณท์ปลอกหมอนอิงที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 1 ดังรายละเอียดในตาราง 4.9 ดังนี้

ตาราง 4.9 ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อกราฟิคนบรจกัณท์ปลอกหมอนอิง

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ กราฟิคนบรจกัณท์ แบบที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการดึงดูดผู้ซื้อ</b>						
1. สามารถทำให้เกิดแรงจูงใจใน การซื้อเมื่อพบเห็น	5	4	5	4.67	0.98	ดีมาก
2. สามารถแสดงถึงความเป็น ชุมชนได้เป็นอย่างดี	5	4	5	4.67	0.98	ดีมาก
3. สามารถสร้างความแตกต่าง เมื่อวางอยู่กับสินค้าอื่น ๆ	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
4. สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย หลักของสินค้า	5	4	5	4.67	0.98	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.80</b>	<b>0.74</b>	<b>ดีมาก</b>

ตาราง 4.9 (ต่อ)

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ กราฟิกบรรจุกฎบัตร แบบที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการสื่อสารกับผู้ซื้อ</b>						
1. สีและกราฟิกบนบรรจุกฎบัตร สามารถบ่งบอกถึงสินค้า	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
2. มีการนำเสนอทั้งข้อความและ ภาพ กราฟิกได้เหมาะสม	5	4	4	4.33	0.78	ดี
3. สีบนบรรจุกฎบัตรมี ความสัมพันธ์กับตัว ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน	4	4	5	4.33	0.78	ดี
4. สามารถสื่อสารข้อมูลถึงตัว ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.67</b>	<b>0.39</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ด้านการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในบรรจุกฎบัตร</b>						
1. สามารถสื่อสารข้อมูล รายละเอียด ของผลิตภัณฑ์ที่ อยู่ภายในได้	5	4	4	4.33	0.78	ดี
<b>ด้านการขายสินค้า</b>						
1. สามารถทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
2. สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับ ผลิตภัณฑ์ แรงกระตุ้นใจซื้อ ของผู้บริโภค	4	5	4	4.67	0.98	ดีมาก
3. สามารถสร้างแรงจูงใจในการ กลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.89</b>	<b>0.33</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน</b>				<b>4.67</b>	<b>0.56</b>	<b>ดีมาก</b>



จากตาราง 4.9 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน สำหรับกราฟิกบรรจุภัณฑ์ปลอกหมอนอิง แบบที่ 1 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดีมาก

สรุป รูปแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ปลอกหมอนอิง สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 1 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.67$ , S.D. = 0.56)

4. กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ กระเป๋า สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี



การวิเคราะห์ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ทั้ง 3 คน ที่มีต่อ กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์กระเป๋า ผลการวิเคราะห์กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ กระเป๋า สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของ

ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์กระเป๋ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่แบบที่ 2 ดังรายละเอียดในตาราง 4.10 ดังนี้

ตาราง 4.10 ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญมีต่อกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์กระเป๋

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ กราฟิกบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการดึงดูดผู้ซื้อ</b>						
1. สามารถทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อ เมื่อพบเห็น	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
2. สามารถแสดงถึงความเป็นชุมชนได้ เป็นอย่างดี	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
3. สามารถสร้างความแตกต่างเมื่อวาง อยู่กับสินค้าอื่น ๆ	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
4. สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายหลัก ของสินค้า	4	5	5	4.67	0.58	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.92</b>	<b>0.16</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ด้านการสื่อสารกับผู้ซื้อ</b>						
1. สีและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถ บ่งบอกถึงสินค้า	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
2. มีการนำเสนอทั้งข้อความและ ภาพกราฟิกได้เหมาะสม	5	5	4	4.67	0.58	ดีมาก
3. สีบนบรรจุภัณฑ์มีความสัมพันธ์ กับตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน	5	5	4	4.67	0.58	ดีมาก
4. สามารถสื่อสารข้อมูลถึงตัว ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.84</b>	<b>0.29</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ด้านการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์</b>						
1. สามารถสื่อสารข้อมูลรายละเอียด ของผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายในได้	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>5.00</b>	<b>0.00</b>	<b>ดีมาก</b>

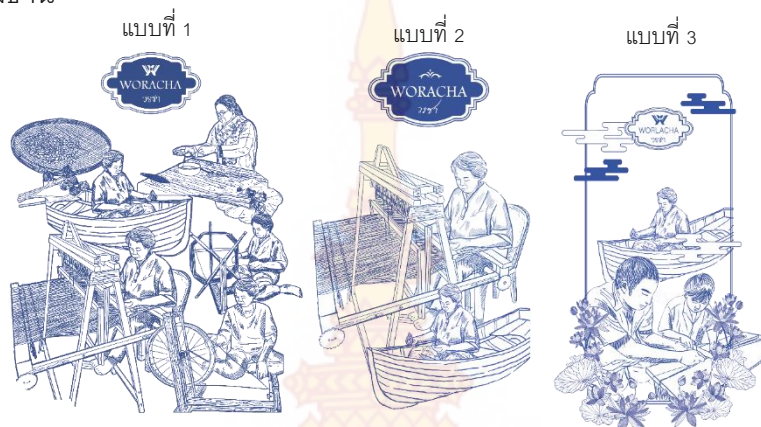
ตาราง 4.10 (ต่อ)

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ กราฟิกบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 2	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการขายสินค้า</b>						
1. สามารถทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่	5	4	5	4.67	0.58	ดีมาก
2. สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เร่งการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค	5	4	5	4.67	0.58	ดีมาก
3. สามารถสร้างแรงจูงใจในการกลับมา ซื้อผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.78</b>	<b>0.39</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน</b>				<b>4.89</b>	<b>0.21</b>	<b>ดีมาก</b>

จากตาราง 4.10 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน สำหรับกราฟิกบรรจุภัณฑ์กระเป๋่า แบบที่ 2 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดีมาก

สรุป รูปแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์กระเป๋่า สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 2 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{x} = 4.89$ , S.D. = 0.21)

5. กราฟิคนบรจักษ์ณ์ ผ้าโพกศีระะ สำหรับผลิตักษ์ณ์ผ้าขาวม้า จากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี



การวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ทั้ง 3 คน ที่มีต่อกราฟิคนบรจักษ์ณ์ผ้าโพกศีระะ ผลการวิเคราะห์กราฟิคนบรจักษ์ณ์ผ้าโพกศีระะ สำหรับผลิตักษ์ณ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับกราฟิคนบรจักษ์ณ์ผ้าโพกศีระะ ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 1 ดังรายละเอียดในตาราง 4.11 ดังนี้

ตาราง 4.11 ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อกราฟิคนบรจักษ์ณ์ผ้าโพกศีระะ

คิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ กราฟิคนบรจักษ์ณ์ แบบที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการดึงดูดผู้ซื้อ</b>						
1. สามารถทำให้เกิดแรงจูงใจใน การซื้อเมื่อพบเห็น	5	4	5	4.67	0.58	ดีมาก
2. สามารถแสดงถึงความเป็น ชุมชนได้เป็นอย่างดี	4	5	5	4.67	0.58	ดีมาก
3. สามารถสร้างความแตกต่างเมื่อ วางอยู่กับสินค้าอื่น ๆ	4	5	4	4.67	0.58	ดีมาก
4. สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย หลักของสินค้า	4	5	4	4.67	0.58	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.67</b>	<b>0.58</b>	<b>ดีมาก</b>

ตาราง 4.11 (ต่อ)

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ กราฟิกบรรจุภัณฑ์ แบบที่ 1	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
<b>ด้านการสื่อสารกับผู้ซื้อ</b>						
1. สีและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ สามารถบ่งบอกถึงสินค้า	5	4	5	4.67	0.58	ดีมาก
2. มีการนำเสนอทั้งข้อความและ ภาพ กราฟิกได้เหมาะสม	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
3. สีบนบรรจุภัณฑ์มีความสัมพันธ์ กับตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน	4	5	5	4.67	0.58	ดีมาก
4. สามารถสื่อสารข้อมูลถึงตัว ผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.84</b>	<b>0.29</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ด้านการสร้างให้เกิดความพึงพอใจในบรรจุภัณฑ์</b>						
1. สามารถสื่อสารข้อมูล รายละเอียด ของผลิตภัณฑ์ที่ อยู่ภายในได้	4	5	5	4.67	0.58	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.67</b>	<b>0.58</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ด้านการขายสินค้า</b>						
1. สามารถทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจ ซื้อผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่	5	4	4	4.67	0.58	ดีมาก
2. สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับ ผลิตภัณฑ์ เรื่องการตัดสินใจซื้อ ของผู้บริโภค	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
3. สามารถสร้างแรงจูงใจในการ กลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่	4	5	4	4.33	0.62	ดีมาก
<b>รวม</b>				<b>4.67</b>	<b>0.4</b>	<b>ดีมาก</b>
<b>ความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน</b>				<b>4.71</b>	<b>0.46</b>	<b>ดีมาก</b>

จากตาราง 4.11 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน สำหรับกราฟิกบรรจุภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ แบบที่ 1 โดยรวมพบว่าอยู่ในระดับดีมาก

สรุป รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 1 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดีมาก ( $\bar{X} = 4.71$ , S.D. = 0.46)

#### 4.2.2.4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินประสิทธิภาพแทนจัดแสดงสินค้า

โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอ สามโคก จังหวัดปทุมธานี มีวัตถุประสงค์ในการพัฒนารูปแบบแทนจัดแสดงสินค้าให้เกิดการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินประสิทธิภาพแทนจัดแสดงสินค้า โดยสรุปเฉพาะความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญแต่ละคนที่ลงคะแนนในระดับคะแนนสูงสุด เพื่อนำมาสู่การคัดเลือก ได้ผลวิเคราะห์ ดังนี้

1. แทนจัดแสดงสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี



การวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญคนที่ทั้ง 3 คน ที่มีต่อรูปแบบแทน  
จัดแสดง ผลการวิเคราะห์รูปแบบแทนจัดแสดง สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวง  
ของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการ  
วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับรูปแบบ  
แทนจัดแสดงที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุด ได้แก่ แบบที่ 3 ดังรายละเอียดในตาราง 4.12 ดังนี้  
ตาราง 4.12 ผลการวิเคราะห์ความเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อรูปแบบแทนจัดแสดง

ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญที่มีต่อ แทนจัดแสดงสินค้า แบบที่ 3	ผู้เชี่ยวชาญคนที่			$\bar{x}$	S.D.	ระดับ ความคิดเห็น
	1	2	3			
1. หน้าที่ใช้สอย (Function)	4	5	4	4.33	0.58	ดี
2. ความงาม (Aesthetics)	3	5	4	4.00	1.00	ดี
3. ความสะดวกในการใช้ (Ergonomics)	5	4	4	4.33	0.58	ดี
4. ความปลอดภัย (Safety)	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
5. โครงสร้าง (Construction)	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
6. ราคา (Cost)	3	5	4	4.00	1.00	ดี
7. วัสดุ (Materials)	2	3	5	3.33	1.53	ปานกลาง
8. กรรมวิธีการผลิต (Production)	3	5	3	3.67	1.15	ปานกลาง
9. การซ่อมบำรุงรักษา (Ease of Maintenance)	5	5	5	5.00	0.00	ดีมาก
10. การขนส่ง (Transportation)	5	3	5	4.33	1.15	ดี
<b>รวม</b>				<b>4.29</b>	<b>0.69</b>	<b>ดี</b>
<b>ความคิดเห็นโดยรวมของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน</b>				<b>4.29</b>	<b>0.69</b>	<b>ดี</b>

จากตาราง 4.12 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็น  
ของผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 คน สำหรับแทนจัดแสดงสินค้า แบบที่ 3 โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดี

สรุป รูปแบบแทนจัดแสดงสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของ  
วิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีผลการวิเคราะห์  
ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 คน สำหรับแทนจัดแสดง  
สินค้า ที่ได้รับการลงคะแนนในระดับสูงที่สุดได้แก่ แบบที่ 3 โดยใช้วิธีหาค่าเฉลี่ยจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน  
โดยรวมพบว่า อยู่ในระดับดี ( $\bar{x} = 4.29$ , S.D. = 0.69)

## บทที่ 5

### สรุปผลและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยประกอบด้วย 1. เพื่อพัฒนารูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ให้สามารถนำกลับมาสร้างประโยชน์ใช้สอยในรูปแบบผลิตภัณฑ์อื่นได้ 2. เพื่อออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สำหรับ ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดยใช้เทคนิคการออกแบบเป็นของขวัญ 3. เพื่อออกแบบแท่นจัดแสดงสินค้าให้เกิดการกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคและแสดงถึงเอกลักษณ์ของทางวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยมีลำดับขั้นการสรุปภาพรวมของการวิจัย อภิปรายผล และข้อเสนอแนะดังนี้

#### 5.1 สรุปภาพรวมของการวิจัย

##### 5.1.1 ความนำ

คุณวรเทพ ลิมตียะโยธิน ตำแหน่ง รองประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ กล่าวถึง คุณสุภัชชา ลิมตียะโยธิน มีแนวคิดในการสร้างมูลค่าและพัฒนาหัตถกรรมสิ่งทอโดยยังใช้รูปแบบการทอผ้าขาวม้าแบบเดิมโดยต้องการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ทั้ง 5 อย่างได้แก่ 1. บรรจุภัณฑ์ผ้าฝืน 2. บรรจุภัณฑ์เนคไท 3. บรรจุภัณฑ์ปลอกหมอนดึง 4. บรรจุภัณฑ์กระเป๋า 5. บรรจุภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ ทั้งนี้การยกระดับผลิตภัณฑ์เกิดจากผลผลิตในชุมชนให้มีคุณภาพและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ตรงต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวตลอดจนมีต้นทุนที่เหมาะสมกับสภาพเศรษฐกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน รวมทั้งสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีความน่าสนใจ สร้างจุดเด่นให้ผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือมีความแปลกใหม่ภายใต้แนวคิด "ท้องถิ่นนิยม" โดยเป็นการสนับสนุนชุมชนที่ผลิตสินค้ามากกว่าชุมชนที่ผู้บริโภคอาศัยอยู่ โดยการสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่นและการพัฒนาชุมชนให้เป็นองค์กรที่ยั่งยืนเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม



### 5.1.2 วิธีการดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นแบบบูรณาการการวิจัยเชิงปริมาณและคุณภาพ โดยมีขั้นตอนการดำเนินการวิจัยดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลการวิจัย จากผู้ประกอบการ และแหล่ง ข้อมูลเกี่ยวกับสภาพปัญหาของบรรจุภัณฑ์ เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี และนำข้อมูลที่ได้ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก

ขั้นตอนที่ 2 สัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ ในด้านที่มีความสอดคล้องต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ และชั้นจัดแสดงสินค้า ที่จำนวน 3 คน โดยเป็นผู้เชี่ยวชาญที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามที่กำหนดคือ ผู้เชี่ยวชาญด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์ และผู้เชี่ยวชาญด้านการตลาด

ขั้นตอนที่ 3 ร่างแบบตราสินค้า ร่างแบบบรรจุภัณฑ์ (Sketch) และ ร่างแบบแท่นจัดแสดง อย่างละ 20 แบบ ตามแนวทางที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญและข้อมูลที่สืบค้นพร้อมนำร่างแบบที่ได้ผ่านการกลั่นกรองจากที่ปรึกษาโครงการวิจัย จำนวนรูปแบบอย่างละ 5 แบบเข้าสู่กระบวนการคัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ด้วยวิธีการแจกแจงค่าความถี่ (Frequency Distribution) นำข้อมูลที่ได้มารวบรวมจัดกลุ่มเรียงจากค่ามากไปหาน้อย โดยคัดเลือกให้เหลืออย่างละ 1 แบบ โดยใช้แบบประเมินประสิทธิภาพแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ขั้นตอนที่ 4 พัฒนารูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์และตราสัญลักษณ์ของกลุ่มที่ผ่านการคัดเลือกแล้วจนเหลือ 1 รูปแบบ และนำมาจัดองค์ประกอบร่วมกับกราฟิก ในการออกแบบร่าง (Sketch Design)

ขั้นตอนที่ 5 นำแบบร่างบรรจุภัณฑ์ (Sketch Design) และ แบบร่างแท่นจัดแสดง จาก 5 ผลิตภัณฑ์ และ 5 แท่นจัดแสดงสินค้า ผ่านกระบวนการประเมินประสิทธิภาพแบบมาตราส่วนประมาณค่า ให้เหลืออย่างละ 3 แบบ เพื่อนำผลที่ได้เข้าสู่กระบวนการสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคต่อไป

ขั้นตอนที่ 6 การสร้างแบบสอบถามเพื่อหาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว ซึ่งมีความต้องการในการซื้อสินค้านี้เมื่อมีการวางจำหน่ายในอนาคต โดยแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ขั้นตอนที่ 7 นำแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้วตรวจสอบคุณภาพ

ขั้นตอนที่ 8 นำแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภคที่ได้รับการพัฒนาแล้วทำการทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มที่ไม่ใช้กลุ่มตัวอย่างของงานวิจัย จำนวน 30 คน ซึ่งเป็นกลุ่มนักศึกษาที่เดินทางมาศึกษาดูงานซึ่งเป็นกลุ่มผู้ที่สนใจ

ขั้นตอนที่ 9 เก็บรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ทั้งรูปแบบตอบในเอกสาร และตอบด้วยระบบดิจิทัล (QR Code) และนำข้อมูลมาวิเคราะห์และแปลผลข้อมูล

ขั้นตอนที่ 10 ปรับปรุงรูปแบบบรรจุภัณฑ์และแท่นจัดแสดงสินค้าตามข้อเสนอแนะสรุปว่า แท่นจัดแสดงสินค้ามีประสิทธิภาพในการ กระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ขั้นตอนที่ 11 ตรวจสอบระยะเวลาเฉลี่ยของแบบเพื่อส่งไปยังผู้ผลิตบรรจุภัณฑ์ และแท่นจัดแสดงสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ขั้นตอนที่ 12 นำเสนอผลงานวิจัย และจัดทำรายงานการวิจัยฉบับสมบูรณ์

## 5.2 อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีข้อคิดเห็นเพื่อประกอบการอภิปรายผล กล่าวได้คือ

5.2.1 รูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสมต่อวิสาหกิจชุมชน ควรเป็นรูปทรงที่สามารถหยิบจับได้ง่าย สะดวก และเหมาะสมกับขนาดที่บรรจุภายใน ใช้เทคโนโลยีการบรรจุที่เหมาะสมกับชุมชน (Appropriate Technology) ชุมชนสามารถเข้าถึงได้ และมีจำหน่ายอย่างแพร่หลาย ผ่านการตลาดออนไลน์และออฟไลน์ สอดคล้องต่อ จรินทร์ จารุเสน และ ธันยนิชา วิโรจน์รุ่งจัน (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การบริหารช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าบนอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ จังหวัดปทุมธานี พบว่ากลุ่มผู้สนใจและผู้ซื้อผลิตภัณฑ์ ให้ความสนใจกลยุทธ์ช่องทางการตลาดออฟไลน์ด้าน การโฆษณาส่งเสริมการขายผ่านสื่อ การจูงใจ การค้นหา การมีส่วนร่วมและความมั่นใจในการซื้อสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ จ.ปทุมธานี มากที่สุดคือ สื่อสิ่งพิมพ์ แผ่นพับ

5.2.2 รูปแบบกราฟิกที่เหมาะสมต่อวิสาหกิจชุมชน ควรมีประสิทธิภาพในการสื่อสารและเป็นนักขายไร้เสียงในการวางขาย และใช้เทคโนโลยีการพิมพ์ที่เหมาะสมกับเศรษฐกิจชุมชน ชุมชนสามารถเข้าถึงได้ และสามารถผลิตได้อย่างต่อเนื่อง และตราสัญลักษณ์ต้องสื่อถึงเอกลักษณ์ สอดคล้อง

ต่อการวิจัยของ ธนัง ชาญกิจชัยญโญ (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านวังยาว ตำบลคลองหินปูน อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับศึกษาความต้องการที่มีต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือพบว่า การนำเอกลักษณ์หรืออัตลักษณ์ในท้องถิ่นมาใช้ในการประกอบการทำตราสัญลักษณ์ของกลุ่มทำให้ผู้บริโภครับรู้และเข้าใจความหมายและสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค สร้างการจดจำได้มาก สอดคล้องกับการวิจัยของ ชลธิชา แสนสนิท และ จิตติมา เสือทอง (2562) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ศศิมาสมุนไพร่ จ.ปทุมธานี ใช้แนวคิด “Natural Choice From the Garden” ให้มีความเป็นธรรมชาติและตรงตามกลุ่มเป้าหมาย 2) ใช้โทนสีธรรมชาติ สบายตา และคลาสสิก 3) ใช้ภาพ ประกอบแบบลายเส้น และใช้ตัวอักษรประดิษฐ์ให้ดูเป็นธรรมชาติ สร้างเอกลักษณ์ทำให้เกิดการจดจำและประทับใจในการนำไปเป็นของฝากในเทศกาลพิเศษต่าง ๆ ได้ เพราะออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีการบ่งชี้ถึงประวัติความเป็นมาของผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับการวิจัยของ ขวัญใจ สุขก้อน น้ำฝน ลูกคำ และ บัญชนร สันฐาน (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การออกแบบตราสัญลักษณ์บรรจุภัณฑ์งานประดิษฐ์จากดินไทย ของกลุ่มงานประดิษฐ์จากดินไทย จังหวัดนนทบุรี กล่าวถึง ตราสัญลักษณ์มีความสวยงาม โดดเด่น สามารถนำไปจดทะเบียนการค้าได้ มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ มีความกะทัดรัด สั้น จดจำได้ง่าย บ่งบอกได้ถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ได้ และตราสัญลักษณ์สามารถนำเสนอข้อมูลครบและชัดเจน

5.2.3 รูปแบบแทนจัดแสดงที่เหมาะสมต่อวิถีชีวิตชุมชน ควรมีประสิทธิภาพในด้านสีเขียวศาสตร์ มีความสามารถในการสื่อสาร ใช้เทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสมกับเศรษฐกิจชุมชนสามารถซ่อมแซมได้ง่าย ใช้เทคโนโลยีการบรรจุที่เหมาะสมกับชุมชน (Appropriate Technology) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปณิชามน ตระกูลสม (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง กลยุทธ์ของการจัดแสดงสินค้าเครื่องมือสื่อสารการตลาด สร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภค บทความนี้เป็นการศึกษากลยุทธ์ในการจัดงานแสดงสินค้า ขั้นตอนการดำเนินงานการจัดงานแสดงสินค้าที่เป็นโอกาสในการสร้างตราสินค้าผ่านกิจกรรมเพื่อสร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภค เนื่องจากในปัจจุบันการจัดงานแสดงสินค้าเป็นเครื่องมือหนึ่งที่เป็นกิจกรรมทางการตลาดแบบพบผู้บริโภคโดยตรง ปัจจัยหลักที่ทำให้งานแสดงสินค้าเป็นเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ คือการให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการนำเสนอหรือสาธิตผลิตภัณฑ์ การสอบถามข้อมูลต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้านั้น ๆ จะทำให้เกิดประสิทธิผลสูงสุดระหว่างลูกค้าและผู้บริโภค ซึ่งการนำแนวคิดการตลาดเชิงประสบการณ์ (Experiential Marketing) มาเป็นปัจจัยสนับสนุนให้ได้รับความสนใจจากกลุ่มเป้าหมาย จึงทำให้การจัดกิจกรรมทางการตลาดเป็นเครื่องมือที่นักการตลาดนำมาใช้ การจัดกิจกรรมและการสื่อสารการตลาดผ่านงานแสดงสินค้าเป็นวิธีการหนึ่งที่จะสามารถสร้าง

ปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มเป้าหมาย หรือผู้บริโภคกับ แปรนตได้เป็นอย่างดี ซึ่งปฏิสัมพันธ์นี้จะทำให้กลุ่มเป้าหมายเกิดความรู้สึกมีส่วนร่วม จึงเกิดความผูกพันทางจิตใจ รวมทั้งประสบการณ์กับสินค้าและบริการ ประสบการณ์และความรู้สึกนี้จะนำไปสู่ความชอบในสินค้า

### 5.3 ข้อเสนอแนะ

#### 5.3.1 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี มีข้อเสนอแนะดังนี้

5.3.1.1 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เป็นผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ในการพัฒนาต้องคำนึงถึงต้นทุนและการนำไปใช้ในชุมชนเพื่อให้ทางชุมชนมีแรงผลักดัน ชักจูงและมีการร่วมมือกันในการพัฒนาเพื่อให้เกิดเป็นชุมชนที่ยั่งยืนให้เกิดแนวทางในการนำรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไปสู่การขยายผล

5.3.1.2 รูปแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี สามารถนำมาทดลองใช้ในพื้นที่การจัดแสดงสินค้า เช่น การออกร้าน โดยใช้รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว เป็นแนวทางการสร้างรูปแบบของชุมชนอื่น ๆ

#### 5.3.2 ข้อเสนอแนะในการวิจัยในครั้งต่อไป

5.3.2.1 ควรมีการศึกษาหารูปแบบวิสาหกิจเพื่อสังคมของชุมชนที่เชื่อมต่อกิจการบรรจุภัณฑ์หัตถกรรมที่ขับเคลื่อนโดยกลุ่มสังคมผู้สูงอายุ และนวัตกรรมชุมชนเป็นฐาน

5.3.2.2 ควรทำการวิจัยและพัฒนาวัสดุเหลือทิ้งจากการตัดเย็บเพื่อใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเป็นสินค้าของที่ระลึกหรือบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองเชิงการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5.3.2.3 ควรศึกษาปัจจัยความสำเร็จและปัจจัยที่ส่งผลต่อการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีประสิทธิภาพ

## เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. 2561. รายงานผลการวิเคราะห์การสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามโครงการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคในการบริโภคสินค้าที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมในพื้นที่กรุงเทพมหานคร. ม.ป.ท.
- กรมพัฒนาที่ดิน. 2562. รายงานโครงการจัดทำแผนที่แสดงความลาดชันของพื้นที่เพื่อการพัฒนาที่ดิน จังหวัดปทุมธานี. ม.ป.ท.
- กรุงเทพธุรกิจ. 2556. ผ้าทอใยบัว แฟชั่นร่วมสมัย. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <https://www.bangkokbiznews.com/tech/510950>, 18 มีนาคม 2566.
- กระทรวงอุตสาหกรรม, 2558. มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <https://www.tisi.go.th/cps>, 19 มีนาคม 2566.
- กาญจนาภรณ์ และคณะ. 2564. "การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ผ้าครามที่เป็นเอกลักษณ์ของบ้านนาขาม อำเภอพรหมณานิคม จังหวัดสกลนคร". คณะวิทยาการการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- จรินทร์ จารุเสน และ ธันย์นิชา วิโรจน์รุจน์. 2565. "การบริหารช่องทางการตลาดสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้า บนอัตลักษณ์ชุมชนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ จังหวัดปทุมธานี." คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. คณะวิทยาการการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ชฎานิน ชนอม. ม.ป.ป. ส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) สำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สาขา เขาปีบ จังหวัดชุมพร. ม.ป.ท.
- ชูชัย สมितिไกล. 2553. พฤติกรรมผู้บริโภค. พิมพ์ครั้งที่ 6. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ชัชสรวิทย์ รอดยิ้ม. 2564. การตลาดชุมชน. คณะวิทยาการการจัดการ. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ชมพูนุท นรินทรางกูล ณ อยุธยา และ ศศิณีภา ศรีกัลยานิวัต. 2562. ลักษณะของผู้บริโภคและพฤติกรรมการใช้งาน. ม.ป.ท.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- ธันิง ชาญกิกิจัญญู. 2564. ผลการศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อตราสัญลักษณ์และบรรจุภัณฑ์ผ้าทอมือ กลุ่มผ้าทอมือบ้านวังยาว ตำบลคลองหินปูน อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว. สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. จังหวัดปทุมธานี.
- นที บุญพรหมณ์. 2546. การวิเคราะห์พฤติกรรมของพฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพมหานคร. นภาวรรณ คณานุรักษ์. 2547. Power of Packaging. พิมพ์ครั้งที่ 1. บริษัท ทีปโป่ง พอยท์ จำกัด, กรุงเทพฯ.
- นันทนา จำลอง และ สมคภรณ์ ชื่นเอี่ยม. 2558. การผลิตสื่อสิ่งพิมพ์. พิมพ์ครั้งที่ 1. บริษัท ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน), กรุงเทพฯ.
- บริษัท สไมล์ สยาม พรินต์ติ้ง เซอร์วิส จำกัด. ม.ป.ป. กระดาษแบบไหนนิยมใช้ทำถุงกระดาษ. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <https://www.smilesiam.com/2020/10/21/paperforpaperbag/>, 19 มีนาคม 2566.
- บริษัท ศรีสวัสดิ์ อีเตอร์ คัลเลอร์ จำกัด. 2564. 7 ประเภทขยะพลาสติกที่ใช้รีไซเคิลได้. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <https://www.srisawatcolour.co.th/article/>, 21 มีนาคม 2566.
- ปุ่น คงเจริญเกียรติ. 2544 - 2547. บรรจุภัณฑ์. ม.ป.ท.
- ปริญญา ถักษิตานนท์. 2544. จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. เจริญบุญการพิมพ์, กรุงเทพฯ.
- ประชิด ทิถบุตร. 2531. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ Packaging Design. พิมพ์ครั้งที่ 1. โอ.เอส.พรินต์ติ้ง เฮ้าส์, กรุงเทพฯ.
- ประณต กุลประสูตร. ม.ป.ป. เทคนิคงานสี. พิมพ์ครั้งที่ 7. สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, กรุงเทพฯ.
- ปฐวี สุทธิวัฒนกุล. 2559. "ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าที่ใช้บรรจุภัณฑ์สีเขียวของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร." บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปณิชามน ตระกูลสม. 2559. กลยุทธ์ของการจัดงานแสดงสินค้าเครื่องมือสื่อสารการตลาดสร้างประสบการณ์ให้ผู้บริโภค. วารสารการสื่อสารและการจัดการ. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

พรพิมล ศักดา และ วรารัตน์ วัฒนชนิโบล. 2559. "การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือโดยใช้วัสดุท้องถิ่น กรณีศึกษา กลุ่มอาชีพเสริมบ้านสุขเกษม อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม." คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. นครปฐม.

ภณิดา ชัยปัญญา. 2541. การวัดความพึงพอใจ. แสงอักษร, กรุงเทพฯ.

**รูปแบบของบรรจุภัณฑ์กระดาษ.** ม.ป.ป. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

[https://packaging.oie.go.th/new/admin\\_control\\_new/html-demo/file\\_technology/2435197680.pdf](https://packaging.oie.go.th/new/admin_control_new/html-demo/file_technology/2435197680.pdf), 20 มีนาคม 2566.

วิฑูรย์ สิมะโชคดี. 2555. ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม. **วารสาร TPA News.** 16, 188 (สิงหาคม).

**วิกิพีเดียสารานุกรมเสรี.** ม.ป.ป. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<https://th.wikipedia.org/wiki/พลาสติก>, 18 มีนาคม 2566.

วีระ โชติธรรมมาภรณ์. 2564. **เทคโนโลยีการพิมพ์บรรจุภัณฑ์.** มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. พิมพ์ครั้งที่ 1. บริษัท เอส.ซี. ปรีนท์แพค จำกัด, กรุงเทพฯ.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. 2552. **การบริหารการตลาด ยุคใหม่.** มหาวิทยาลัยแม่โจ้. ม.ป.ท. ศระวี วายทองคำ. 2557. **การผลิตสิ่งพิมพ์ทางการศึกษา.** พิมพ์ครั้งที่ 1. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, กรุงเทพฯ.

สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดปทุมธานี. 2565. **ผ้าใยบัวหลวง ผ้าอัตลักษณ์ ประจำจังหวัดปทุมธานี เริ่มขับเคลื่อน ตามพระราชวินิจฉัย สมเด็จพระเจ้าลูกเธอ เจ้าฟ้าสิริวัณณวรี นารีรัตนราชกัญญา ที่จะต่อยอดให้เป็นผ้าลินินรายแรกของเมืองไทย.** [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<https://thainews.prd.go.th/th/news/detail/TCATG220909095215625>, 17 มีนาคม 2566.

## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

- สุกฤดา หิรัณยชวลิต. 2565. **ออกแบบบรรจุภัณฑ์ about package design**. พิมพ์ครั้งที่ 1, สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยกรุงเทพฯ, ปทุมธานี.
- สมพงษ์ เฟื่องอารมณ. 2551. **ความรู้ทั่วไปเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์**. พิมพ์ครั้งที่ 1. วิทยาลัยการ  
จัดการเพื่อการพัฒนา. ฝ่ายวิชาการ. มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- สหสวรรค์ ปันทา. 2554. **"ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์แปรรูปจากผ้า  
ฝ้ายทอมือ ในอำเภอสนักำแพง จังหวัดเชียงใหม่."** สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. สำนัก  
บริหารและพัฒนาวิชาการ. มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สุธาสินี บุรีคำพันธ์. 2664. **การออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์**. พิมพ์ครั้งที่ 1.  
หจก. มิน เซอร์วิส ซัพพลาย, กรุงเทพมหานคร.
- สุทธิชาติ ใจชอบสันเทียะ. 2552. **การออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้นทุนต่ำสำหรับผ้าไหมทอมือ  
กรณีศึกษา : กลุ่มชาวบ้านผลิตผ้าไหมทอมือในจังหวัดนครราชสีมา**. สาขาวิชาการ  
ออกแบบนิเทศศิลป์. ภาควิชาการออกแบบนิเทศศิลป์. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุวัฒน์ชัย ไชยพันธ์. 2557. **การนำวัสดุเหลือใช้มาทำบรรจุภัณฑ์**. ม.ป.ท.
- หงส์ไทย. ม.ป.ป. **กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์และความสำคัญที่นักธุรกิจ SMEs**.  
[ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <https://hongthaipackaging.com/blog/packaging-related-laws/>, 19 มีนาคม 2566.
- หลักการจัดนิทรรศการ**. ม.ป.ป. [ออนไลน์] เข้าถึงจาก :  
<https://home.kku.ac.th/kchaiy/361-471Exhibition/lesson7ex.html>, 20 มีนาคม 2566
- อุษณีย์ จิตตะปาโล. 2552. **การจัดแสดงสินค้า**.  
[ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <https://www.ssobooks.com>, 17 มีนาคม 2566.
- อังกาบ บุญสูง. 2556. **"การออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าทอพื้นเมือง อำเภอปากท่า จังหวัด  
อุตรดิตถ์." (เทคโนโลยีการออกแบบผลิตภัณฑ์)**. คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม.  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- อังกาบ บุญสูง. 2561. **"การออกแบบบรรจุภัณฑ์รองเท้าผ้าไหมแบรนด์วาไลตีไซน์ จังหวัด  
อุตรดิตถ์."** หลักสูตรเทคโนโลยีออกแบบผลิตภัณฑ์. คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม.  
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.



## เอกสารอ้างอิง (ต่อ)

COSTOMER SATISFACTION คืออะไร. 2564. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<https://www.hsbrandsth.com/thai-mysteryshopping-articles/what-is-customer-satisfaction.html>, 19 มีนาคม 2566.

Digimusketeers. 2564. 7Ps Marketing Mix กลยุทธ์ใหม่พิชิตใจผู้บริโภคในยุคโควิด, ม.ป.ป.

[ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<https://digimusketeers.co.th/blogs/online-marketing/7ps-marketing-mix>,  
18 มีนาคม 2566.

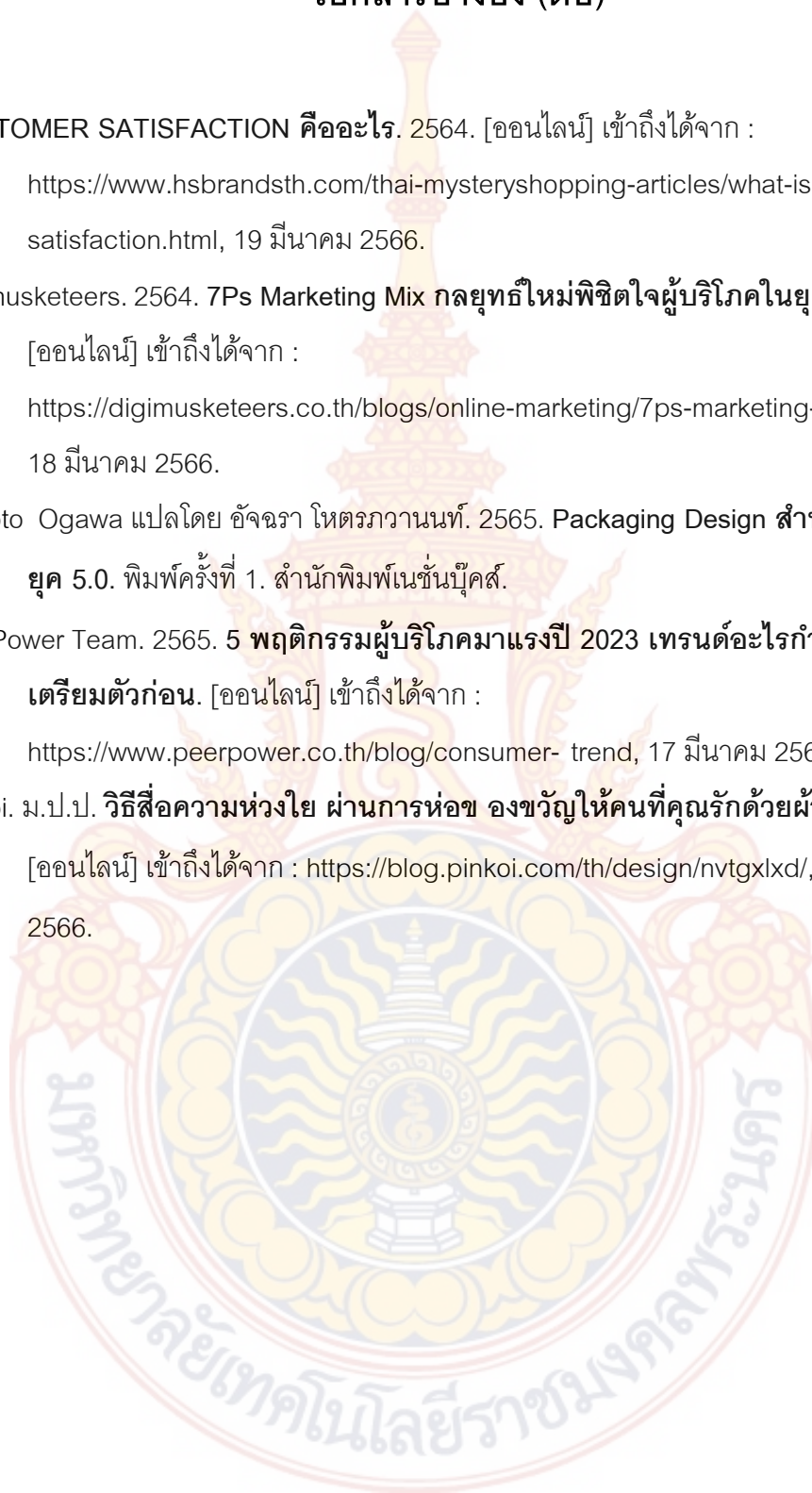
Makoto Ogawa แปลโดย อัจฉรา ไตรภวานนท์. 2565. Packaging Design สำหรับการตลาด ยุค 5.0. พิมพ์ครั้งที่ 1. สำนักพิมพ์เนชั่นบุ๊คส์.

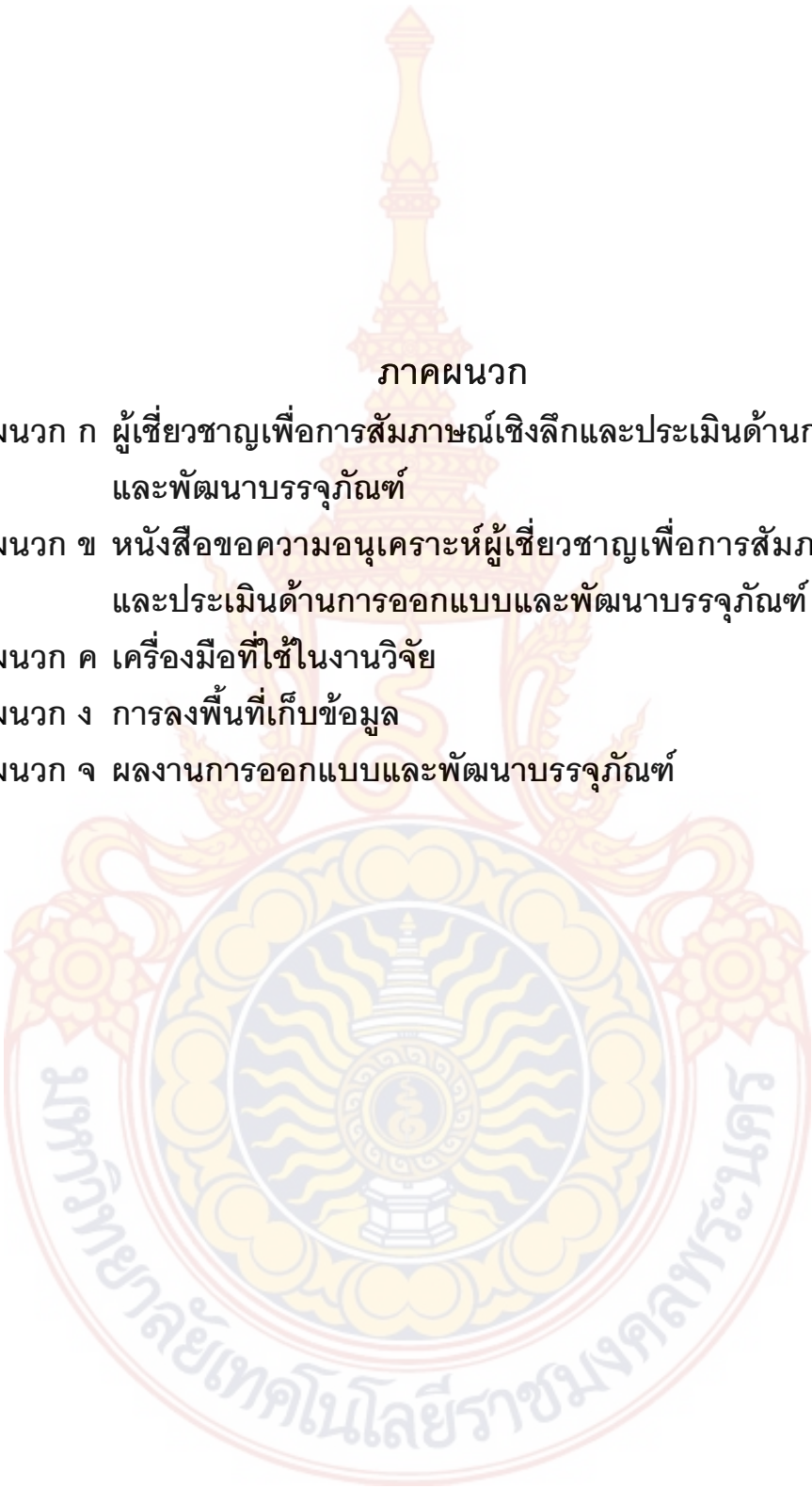
PeerPower Team. 2565. 5 พฤติกรรมผู้บริโภคมาแรงปี 2023 เทรนด์อะไรกำลังมา รู้ก่อนเตรียมตัวก่อน. [ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก :

<https://www.peerpower.co.th/blog/consumer-trend>, 17 มีนาคม 2566.

Pinkoi. ม.ป.ป. วิธีสื่อความหวังใจ ผ่านการห่อของขวัญให้คนที่คุณรักด้วยผ้าฝ้ายเดียว.

[ออนไลน์] เข้าถึงได้จาก : <https://blog.pinkoi.com/th/design/nvtgxlxd/>, 17 มีนาคม 2566.





ภาคผนวก

ภาคผนวก ก ผู้เชี่ยวชาญเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกและประเมินด้านการออกแบบ  
และพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ภาคผนวก ข หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึก  
และประเมินด้านการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ภาคผนวก ค เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

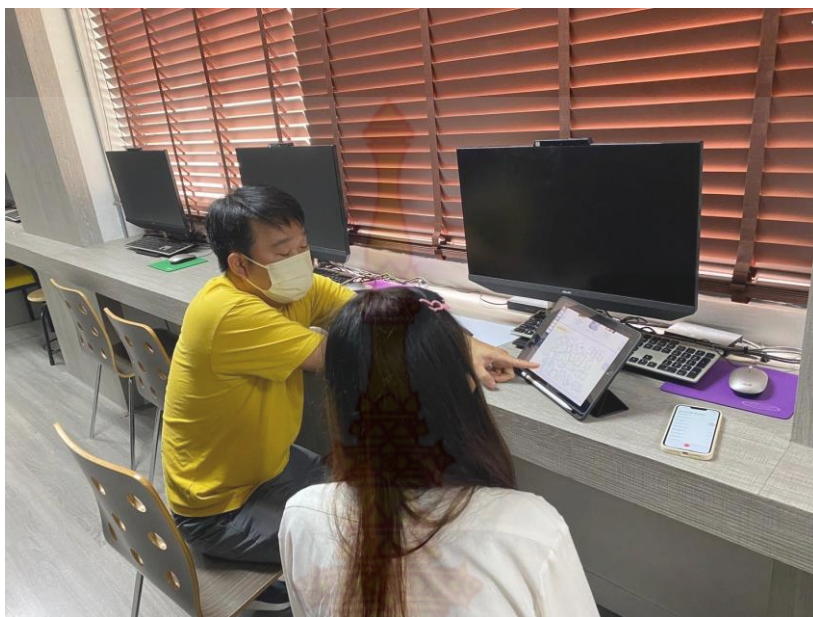
ภาคผนวก ง การลงพื้นที่เก็บข้อมูล

ภาคผนวก จ ผลงานการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์



ภาคผนวก ก

ผู้เชี่ยวชาญเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึกและประเมินด้านการออกแบบ  
และพัฒนาบรรจุภัณฑ์



การเข้าพบผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 1  
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาณัญญ์ ศิริพิชญ์ตระกูล  
 อาจารย์ประจำสาขาวิชาการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม  
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



การเข้าพบผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 2  
 ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นุจรี บุรีรัตน์  
 อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยีมีัลติมีเดีย  
 คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



การเข้าพบผู้เชี่ยวชาญ ท่านที่ 3  
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จิรพร มหาอินทร์  
อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ  
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



ภาคผนวก ข

หนังสือขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญเพื่อการสัมภาษณ์เชิงลึก  
และประเมินด้านการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์





## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ ฝ่ายวิชาการและวิจัย โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๘๘ ต่อ ๕๐๒๔

ที่ อว ๐๖๕๒.๑๐/๑๕๔๗

วันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขออนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ

เรียน ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อาณัญ ศิริพิชญ์ตระกูล

ด้วย นางสาวกนกสิริ เรืองปราชญ์ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ ๔ หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้รับการอนุมัติและอยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัย เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี”

ทั้งนี้ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ พิจารณาเห็นท่านเป็นผู้ที่มีความรู้ และความสามารถ จึงขอเรียนเชิญท่านเป็นผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ซึ่งผลการพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ของท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยของนักศึกษาเป็นอย่างยิ่ง โดยคณะฯ มอบหมายให้ อาจารย์ ดร.ธานี สุนทรชาติ โทรศัพท์ ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๘๘ ต่อ ๘๑๒๔ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประชา พิจักขณา)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มีข้อ ๐๘๕ ๘๔๐ ๔๕๓๔ (นักศึกษา)

ร่าง/พิมพ์/ตรวจ



## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ ฝ่ายวิชาการและวิจัย โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๘๘ ต่อ ๕๐๒๔  
ที่ อว ๐๖๕๒.๑๐/๑๕๔๓ วันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขออนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ

เรียน คณบดีคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ

ด้วย นางสาวกนกสิริ เรืองปราชญ์ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ ๔ หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้รับการอนุมัติและอยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัย เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี”

ทั้งนี้ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ พิจารณาเห็นว่าหน่วยงานของท่านมีผู้ที่มีความรู้และความสามารถ จึงขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นุจรี บุรีรัตน์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาเทคโนโลยี มัลติมีเดีย เป็นผู้ทรงคุณวุฒิทางด้านกราฟิกบรรจุภัณฑ์ ซึ่งผลการพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ของท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยของนักศึกษาเป็นอย่างยิ่ง โดยคณะฯ มอบหมายให้ อาจารย์ ดร.ธานี สุนทรชาติ โทรศัพท์ ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๘๘ ต่อ ๕๐๐๕ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประชา พิจักขณา)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มีถือ ๐๘๕ ๒๙๔ ๒๗๒๔ (นักศึกษา)

..... ร่าง/พิมพ์/ตรวจ





## บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ ฝ่ายวิชาการและวิจัย โทร. ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๘๘ ต่อ ๕๐๒๔

ที่ อว ๐๖๕๒.๑๐/๑๙๔๔

วันที่ ๑๐ พฤศจิกายน ๒๕๖๖

เรื่อง ขออนุเคราะห์บุคลากรในสังกัดเป็นผู้ทรงคุณวุฒิ

เรียน คณบดีคณะบริหารธุรกิจ

ด้วย นางสาวกนกสิริ เรืองปราษฎ์ นักศึกษาระดับปริญญาตรีชั้นปีที่ ๔ หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ได้รับการอนุมัติและอยู่ระหว่างการดำเนินการวิจัย เรื่อง “การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวมาจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี”

ทั้งนี้ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ พิจารณาเห็นว่าหน่วยงานของท่านมีผู้ที่มีความรู้และความสามารถ จึงขอเรียนเชิญ ผู้ช่วยศาสตราจารย์จิราพร มหาอินทร์ อาจารย์ประจำสาขาวิชาการจัดการ เป็นผู้ทรงคุณวุฒิทางการตลาด ซึ่งผลการพิจารณาให้ความอนุเคราะห์ของท่านจะเป็นประโยชน์ต่อการวิจัยของนักศึกษาเป็นอย่างยิ่ง โดยคณะฯ มอบหมายให้ อาจารย์ ดร.ธานี สุนทรชาติ โทรศัพท์ ๐ ๒๖๖๕ ๓๘๘๘ ต่อ ๕๐๐๕ เป็นอาจารย์ที่ปรึกษาโครงการ

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และขอขอบพระคุณมา ณ โอกาสนี้

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประชา พิจักขณา)

คณบดีคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มือถือ ๐๙๕ ๒๙๔ ๒๗๒๔ (นักศึกษา)

..... ร้าง/พิมพ์/ตรวจ

ภาคผนวก ค  
เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย



### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี
2. แบบสัมภาษณ์เชิงลึกด้านการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน
3. แบบประเมินประสิทธิภาพ ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน
  - 3.1 ประสิทธิภาพด้านตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม
  - 3.2 ประสิทธิภาพด้านโครงสร้างบรรจุภัณฑ์
  - 3.3 ประสิทธิภาพด้านกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์
  - 3.4 ประสิทธิภาพด้านแทนจัดแสดงสินค้า
4. แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภค ผู้บริโภค จำนวน 385 คน





## แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ

(ก่อนการออกแบบ)

(In - Depth Interview)

โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

**คำชี้แจง** การสัมภาษณ์ในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อใช้ประกอบเป็นแนวทางการออกแบบโครงสร้างกราฟิกบรรจุภัณฑ์ และ แทนจัดแสดงสินค้า ให้สอดคล้องกับการเรียนการสอนในรายวิชาศิลปนิพนธ์ (AD2022414)

**ชื่อโครงการ** การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

### เกริ่นนำ

สวัสดีค่ะ ดิฉันนางสาวกนกสิริ เรืองปราษฎ์ นักศึกษาจากมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ ได้ทำการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนของท่าน เพื่อใช้ประกอบเป็นแนวทางการออกแบบโครงสร้าง กราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์และแทนจัดแสดงสินค้า ภายใต้หัวข้อ " การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี "

จากผลการสืบค้นข้อมูลเบื้องต้น พบว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ภายใต้การควบคุมของท่านมีความน่าสนใจอันเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้ครั้งนี้ในหลายประเด็น เช่น ความเป็นมาของกลุ่มฯ ผลิตภัณฑ์ต่างๆ และการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชน ทั้งนี้หากผลลัพธ์ที่ได้จากการออกแบบบรรจุภัณฑ์สามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ของท่านสามารถขอใช้ประโยชน์ภายใต้เงื่อนไขของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ต่อไป

ในการสัมมนาครั้งนี้ ดิฉันขออนุญาตถ่ายภาพนิ่ง ภาพเคลื่อนไหว บันทึกเสียง และ  
ขออนุญาตนำข้อมูลดังกล่าวเผยแพร่ในรายวิชาตามสมควร ดิฉันขอขอบพระคุณท่านที่สละเวลา  
มา ณ โอกาสนี้

นางสาวกนกสิริ เรืองปราชญ์  
นักศึกษาระดับปริญญาตรี และผู้วิจัย  
สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์  
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



### ตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่ม

1. ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์..... ตำแหน่งในกลุ่มฯ.....  
วันที่ เดือน ปี สัมภาษณ์..... เวลา..... สถานที่สัมภาษณ์.....  
ที่อยู่ผู้ให้สัมภาษณ์.....  
โทรศัพท์..... ID LINE :..... Facebook :.....
2. ประวัติความเป็นมาของการจัดตั้งกลุ่มฯ  
.....
3. วัตถุประสงค์ในการแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ชุมชนของท่านได้มาจากที่ใด เช่น ปลูกเอง รับมาจากชุมชน ฯลฯ  
.....
4. สถานที่ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์  
.....
5. เครื่องหมายรับรองสำหรับผลิตภัณฑ์ของกลุ่มฯ มีเครื่องหมายหรือรับรองอย่างไรบ้าง เช่น เลข อย.  
มผช. ฯลฯ  
.....
6. หน่วยงานที่เข้ามาสนับสนุนกลุ่มฯ เช่น สนง.พัฒนาชุมชน สนง.เกษตรอำเภอ อุตสาหกรรมจังหวัด  
.....
7. จุดเด่นของวัตถุประสงค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนของท่าน จะนำมาเขียนเล่าเรื่องราว (Story Telling) เช่น เป็น  
Gi ของจังหวัด วัตถุประสงค์ปลูกบนแปลงภูเขาไฟ  
.....

### ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านบรรจุภัณฑ์

1. ผลิตภัณฑ์ที่ต้องการให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ (เรียงอันดับความสำคัญ 5 อันดับ)
  - 1.1 ..... ขนาดบรรจุ..... ราคา.....  
เหตุผลที่ต้องการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์.....
  - 1.2 ..... ขนาดบรรจุ..... ราคา.....  
เหตุผลที่ต้องการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์.....
  - 1.3 ..... ขนาดบรรจุ..... ราคา.....  
เหตุผลที่ต้องการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์.....
  - 1.4 ..... ขนาดบรรจุ..... ราคา.....  
เหตุผลที่ต้องการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์.....

- 1.5 ..... ขนาดบรรจุ ..... ราคา .....
- เหตุผลที่ต้องการเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ .....
- 1.6 อื่น ๆ ที่ต้องการให้พัฒนา ได้แก่ .....
- เนื่องจาก .....
2. ผลิตรภัณฑ์ของท่านวางจำหน่ายที่ใดบ้าง เช่น งานโอทอป วางที่กลุ่ม มีคนรับไปขาย .....
3. ท่านวางแผนในการตั้งเป้าหมายกลุ่มลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์ของท่านเป็นกลุ่มใด เช่น อายุ 18 - 35 ปี .....
4. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ และแท่นจัดแสดงสินค้า ที่ท่านคาดหวังหลังการพัฒนา (ด้านโครงสร้าง)
- 4.1 ผลิตรภัณฑ์ .....
- วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 .....
- วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 .....
- 4.2 ผลิตรภัณฑ์ .....
- วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 .....
- วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 .....
- 4.3 ผลิตรภัณฑ์ .....
- วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 .....
- วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 .....
- 4.4 ผลิตรภัณฑ์ .....
- วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 .....
- วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 .....
- 4.5 ผลิตรภัณฑ์ .....
- วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 .....
- วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 .....
- 4.6 ผลิตรภัณฑ์ .....
- วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 .....
- วัสดุบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 .....
5. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ท่านคาดหวังหลังการพัฒนา (ด้านกราฟิก)
- 5.1 สีสีนของตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม .....

- 5.2 รูปแบบของตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม (Logo).....
- 5.3 ผลิตรภัณฑ์.....
- ลักษณะสีสรร.....
- ภาพประกอบ.....
- ข้อมูลที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์.....
- อื่น ๆ ที่ต้องการใส่หรือเพิ่มเติมบนบรรจุภัณฑ์.....
- 5.4 ผลิตรภัณฑ์.....
- ลักษณะสีสรร.....
- ภาพประกอบ.....
- ข้อมูลที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์.....
- อื่น ๆ ที่ต้องการใส่หรือเพิ่มเติมบนบรรจุภัณฑ์.....
- 5.5 ผลิตรภัณฑ์.....
- ลักษณะสีสรร.....
- ภาพประกอบ.....
- ข้อมูลที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์.....
- อื่น ๆ ที่ต้องการใส่หรือเพิ่มเติมบนบรรจุภัณฑ์.....
- 5.6 ผลิตรภัณฑ์.....
- ลักษณะสีสรร.....
- ภาพประกอบ.....
- ข้อมูลที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์.....
- อื่น ๆ ที่ต้องการใส่หรือเพิ่มเติมบนบรรจุภัณฑ์.....
- 5.7 ผลิตรภัณฑ์.....
- ลักษณะสีสรร.....
- ภาพประกอบ.....
- ข้อมูลที่ต้องมีบนบรรจุภัณฑ์.....
- อื่น ๆ ที่ต้องการใส่หรือเพิ่มเติมบนบรรจุภัณฑ์.....



### ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านชั้นจัดแสดงสินค้า

1. เหตุผลความต้องการแทนจัดแสดงสินค้า.....
2. รูปแบบแทนจัดแสดงที่คาดหวัง.....
3. ลักษณะการใช้สอยแทนจัดแสดงสินค้าที่ต้องการ.....
4. วัสดุที่คาดหวังในการเป็นส่วนประกอบแทนจัดแสดง.....
5. อุปกรณ์ตกแต่งที่สำคัญที่ต้องการนำเสนอความเป็นเอกลักษณ์ของชุมชน.....
6. อื่น ๆ ที่ต้องการนำเสนอเพิ่มเติม.....

### ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

ในเบื้องต้นจากข้อมูลที่ได้ ดิฉันจะนำข้อมูลที่ได้ไปสู่การขยายผลในการ ออกแบบบรรจุภัณฑ์ หากดิฉันต้องการข้อมูลเพิ่มเติม ขออนุญาตโทรติดต่อก่อน ผ่านช่องทางการสื่อสารอื่น ๆ ในนามสาขา วิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ขอขอบพระคุณท่านที่สละเวลาให้ข้อมูล ดิฉันจะนำไปออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ชุมชนสำหรับกลุ่มฯ ของท่าน ให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

นางสาวกนกสิริ เรืองปราชญ์

นักศึกษาสาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



## แบบสัมภาษณ์เชิงลึกผู้เชี่ยวชาญ

(ก่อนการออกแบบ)

(In - Depth Interview)

โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้น  
ฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

ผู้วิจัย นางสาว กนกสิริ เรืองปราชญ์

สาขาวิชา การออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์

ชื่อที่ปรึกษา อาจารย์ ดร.ธานี สุคนธาชาติ

### ตอนที่ 1 รายละเอียดผู้ให้ข้อมูล

ชื่อผู้ให้สัมภาษณ์.....

ตำแหน่ง..... ประสพการณ์..... ปี

สถานที่/ หน่วยงาน..... จังหวัด.....

สัมภาษณ์วันที่..... เดือน..... พ.ศ..... เริ่มเวลา..... น.

สถานที่สัมภาษณ์..... ผู้สัมภาษณ์ นางสาวกนกสิริ เรืองปราชญ์

### การเกริ่นนำ

โครงการนี้เป็นการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจาก  
เส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกนี้เป็นการศึกษา  
ข้อมูลจากท่านเพื่อนำมาวิเคราะห์และนำไปพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้งานวิจัยนี้บรรลุ  
วัตถุประสงค์นำผลที่ได้จากการวิจัยนี้ไปสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงสร้างสรรค์ต่อไป ทั้งนี้ผู้วิจัยจะขอ  
อนุญาตบันทึก เสียง บันทึกภาพนิ่งและเคลื่อนไหวในขณะที่ทำการสัมภาษณ์ และขอขอบพระคุณ  
มา ณ โอกาสนี้

กนกสิริ เรืองปราชญ์

นักศึกษาสาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

### นิยามศัพท์ที่ใช้ในแบบสัมภาษณ์เชิงลึก

1. **บรรจุภัณฑ์** หมายถึง วัสดุเพื่อการห่อหุ้มหรือปกป้องและคุ้มครองผลิตภัณฑ์ โดยรูปแบบเกิดจากการสร้างสรรค์และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถพึ่งพาตัวเองได้
2. **วิสาหกิจชุมชน** หมายถึง การรวมกลุ่มของผู้ประกอบอาชีพการทำตาลโตนดในพื้นที่ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เพื่อสร้างเป็นธุรกิจแบบพอเพียง
3. **เทคนิคออกแบบของขวัญ** คือ การออกแบบโดยคำนึงถึงประสบการณ์หรือช่วงเวลาเทศกาลต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคมักซื้อกันเพื่อมอบให้เป็นของขวัญ
4. **ผู้ประกอบการ** คือ ผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ หรือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาศูนย์การเรียนรู้การพัฒนาเส้นใยและผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากใยบัวหลวง จังหวัดปทุมธานีที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป และมีความต้องการซื้อสินค้าเมื่อมีการวางจำหน่ายในอนาคต
5. **การตลาด** คือกระบวนการของการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการไปยังลูกค้า การตลาดอาจถูกตีความว่าเป็นศิลปะแห่งการขายสินค้าในบางครั้ง แต่การขายนั้นเป็นเพียงส่วนเล็ก ๆ ส่วนหนึ่งของการตลาด

### ผลิตภัณฑ์ที่ใช้ในการศึกษา

#### 1. การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

1.1 ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย				
ขนาดบรรจุ (กว้าง×ยาว)	75 × 180 ซม.	จำนวน	1	โครงสร้าง
1.2 ผลิตภัณฑ์เนคไท				
บรรจุภัณฑ์รวมหน่วย	3 ชิ้น			
ขนาดบรรจุ (กว้าง×ยาว)	6.35×47.32 ซม.	จำนวน	1	โครงสร้าง
1.3 ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง				
บรรจุภัณฑ์รวมหน่วย	2 ชิ้น			
ขนาดบรรจุ (กว้าง×ยาว)	50×30 ซม.	จำนวน	1	โครงสร้าง
1.4 ผลิตภัณฑ์กระเป๋า				
ขนาดบรรจุภัณฑ์ (กว้าง×ยาว×หนา)	20×10×2.5 ซม.	จำนวน	1	โครงสร้าง
1.5 ผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ				
บรรจุภัณฑ์รวมหน่วย	3 ชิ้น			
ขนาดบรรจุ (กว้าง×ยาว)	33×76 ซม.	จำนวน	1	โครงสร้าง
2. แทนจัดแสดงสินค้า		จำนวน	1	โครงสร้าง

## ตอนที่ 2 ข้อคำถามในประเด็นการสัมภาษณ์

1. ท่านคิดว่าปัจจัยใดที่ทำให้ลูกค้าสนใจซื้อผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวง
 

.....
2. ท่านคิดว่าแนวทางการออกแบบเครื่องหมาย หรือตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม เพื่อการสร้างความจดจำให้กับผู้บริโภคเกิดความประทับใจและเกิดความภาคภูมิใจต่อตราสินค้าควรเป็นอย่างไร
 

.....
3. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงควรเลือกใช้วัสดุบรรจุภัณฑ์ประเภทใด เช่น วัสดุธรรมชาติ กระดาษ พลาสติก
  - 3.1 ผลิตภัณฑ์ผ้าฝืน
 

.....
  - 3.2 ผลิตภัณฑ์เนคไท
 

.....
  - 3.3 ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง
 

.....
  - 3.4 ผลิตภัณฑ์กระเป๋า
 

.....
  - 3.5 ผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ
 

.....
4. ท่านคิดว่าบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงในแต่ละชนิด ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อจากสิ่งใด เช่น รูปแบบ สี และขนาดที่เหมาะสม
 

.....
5. ท่านคิดว่าแนวทางการใช้สีในการนำเสนอรูปแบบบรรจุภัณฑ์ควรเป็นโทนสีใดเพราะอะไร และแนวทางการใช้ภาพในการสื่อความหมายบนบรรจุภัณฑ์ควรใช้โทนสีแบบใดแนวภาพแบบใดเพราะอะไร
  - 5.1 ผลิตภัณฑ์ผ้าฝืน
 

.....
  - 5.2 ผลิตภัณฑ์เนคไท
 

.....

- 5.3 ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง
- .....
- 5.4 ผลิตภัณฑ์กระเป๋า
- .....
- 5.5 ผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ
- .....
6. ท่านคิดว่าผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงควรปรับเปลี่ยนรูปแบบบรรจุภัณฑ์  
ไปในทิศทางใดให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย
- 6.1 ผลิตภัณฑ์ผ้าผืน
- .....
- 6.2 ผลิตภัณฑ์เนคไท
- .....
- 6.3 ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง
- .....
- 6.4 ผลิตภัณฑ์กระเป๋า
- .....
- 6.5 ผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ
- .....
7. ท่านคิดว่าการกำหนดราคาในการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวง  
ที่มีความเหมาะสมต่อต้นทุน บรรจุภัณฑ์ควรเป็นเท่าใดในแต่ละชนิด
- 7.1 ผลิตภัณฑ์ผ้าผืน
- .....
- 7.2 ผลิตภัณฑ์เนคไท
- .....
- 7.3 ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง
- .....
- 7.4 ผลิตภัณฑ์กระเป๋า
- .....

### 7.5 ผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ

8. ท่านคิดว่าการส่งเสริมการขายบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสร้างความประทับใจควรใช้แนวทางใด
9. ท่านคิดว่ารูปแบบแทนจัดแสดงสินค้าควรมีรูปแบบใด และ ลักษณะแทนแสดงควรทำจากวัสดุชนิดใด
10. ท่านคิดว่าการนำวัสดุชนิดใดควรทำเป็นแทนจัดแสดงสินค้า และวัสดุตกแต่งในการส่งเสริมการขายได้หรือไม่เพราะเหตุใด เช่น ก้านบัว และ ผ้าขาวม้า วัสดุในท้องถิ่น
11. ท่านคิดว่ารูปแบบการนำเสนอบนแทนจัดแสดงสินค้าที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจและกลับมาซื้อสินค้าของท่านซ้ำได้ด้วยวิธีใด

### ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ขอขอบพระคุณท่าน มา ณ โอกาสนี้

นางสาวกนกสิริ เรืองปราชญ์

นักศึกษาศาखाวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



## แบบประเมินประสิทธิภาพ

### ตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม

(สำหรับผู้เชี่ยวชาญ)

โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้น  
ฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

#### คำชี้แจง

แบบประเมินประสิทธิภาพชุดนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ  
เพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์จากผลผลิตผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัว  
หลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดย  
ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้หลักแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับตัวแปรเรื่อง ภาพลักษณ์ตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม  
เป็นแนวทางในการตั้งประเด็นคำถามเพื่อให้การประเมิน ประสิทธิภาพสำหรับตราสินค้าบนบรรจุ  
ภัณฑ์สอดคล้องต่อการใช้งานอย่างแท้จริง ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่าน  
ผู้เชี่ยวชาญพิจารณาประเมินประสิทธิภาพตราสินค้าบนบรรจุภัณฑ์ในทุกข้อตามความเป็นจริง  
และตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญเป็นอย่างยิ่งที่โปรดสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์  
ต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของ  
วิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ท่านสามารถเลือกประเมินประสิทธิภาพตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม  
ผ่านการสแกน QR CODE ได้อีก 1 ช่องทางเพื่อความสะดวก

กนกสิริ เรืองปราษฎ์

นักศึกษาด้านวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

การประเมินประสิทธิภาพตราสัญลักษณ์ของกลุ่มสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ผ้าฝืน ผลิตภัณฑ์เนคไท ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง ผลิตภัณฑ์กระเป๋า และผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ แบบประเมินประสิทธิภาพนี้ มี 3 ตอนประกอบด้วย

ตอนที่ 1 สถานภาพของประเมินประสิทธิภาพตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

### ตอนที่ 1 สถานภาพของประเมินประสิทธิภาพตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม

1. ชื่อ.....นามสกุล.....
2. คุณวุฒิทางการศึกษา
 

<input type="checkbox"/> ปริญญาตรี	<input type="checkbox"/> ปริญญาโท	<input type="checkbox"/> ปริญญาเอก
------------------------------------	-----------------------------------	------------------------------------
3. ประสบการณ์การทำงาน
 

<input type="checkbox"/> 5 ปีขึ้นไป	<input type="checkbox"/> 10 ปีขึ้นไป	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
-------------------------------------	--------------------------------------	---
4. อาชีพปัจจุบัน
 

<input type="checkbox"/> อาจารย์	<input type="checkbox"/> ธุรกิจส่วนตัว (โปรดระบุ).....
<input type="checkbox"/> พนักงานหน่วยงานเอกชน	<input type="checkbox"/> อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

### ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม

**คำชี้แจง** การประเมินประสิทธิภาพรูปแบบตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม กำหนดความหมาย ดังนี้

- 5 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก
- 4 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี
- 3 หมายถึง ผลการประเมินในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อยมาก



ข้อพิจารณา	แบบที่ 1					แบบที่ 2					แบบที่ 3				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1.1 สามารถแสดงถึงเอกลักษณ์ความเป็นชุมชนได้เป็นอย่างดี															
1.2 สร้างแรงจูงใจในการกลับมาซื้อผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่															
2.1 ตราสัญลักษณ์ของกลุ่มสามารถบ่งบอกถึงสินค้าที่จำหน่ายได้เป็นอย่างดี															
2.2 ตราสัญลักษณ์ของกลุ่มออกแบบรูปลักษณ์ได้อย่างสวยงาม และทันสมัยเหมาะสม															

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

ลงชื่อ ..... ผู้ประเมิน  
(.....)



## แบบประเมินประสิทธิภาพ

### โครงสร้างบรรจุกัณฑ์

(สำหรับผู้เชี่ยวชาญ)

โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุกัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้าย  
ใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

#### คำชี้แจง

แบบประเมินประสิทธิภาพชุดนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเพื่อการศึกษาและพัฒนาบรรจุกัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้หลักการออกแบบบรรจุกัณฑ์ที่ดี เป็นแนวทางในการตั้งประเด็นคำถามเพื่อให้การประเมินประสิทธิภาพสำหรับโครงสร้างบรรจุกัณฑ์สอดคล้องต่อการใช้งานอย่างแท้จริง ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้เชี่ยวชาญพิจารณาประเมินประสิทธิภาพบรรจุกัณฑ์ด้านโครงสร้างในทุกข้อตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญเป็นอย่างยิ่งที่โปรดสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบรรจุกัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ท่านสามารถเลือกประเมินประสิทธิภาพตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม ผ่านการสแกน QR CODE ได้อีก 1 ช่องทางเพื่อความสะดวก

กนกสิริ เรืองปราชญ์

นักศึกษาศาสาวิชาการออกแบบบรรจุกัณฑ์และการพิมพ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

การประเมินประสิทธิภาพรูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้น  
ฝ้ายใยบัวหลวง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ผ้าฝืน ผลิตภัณฑ์เนคไท ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง  
ผลิตภัณฑ์กระเป๋า และผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ แบบประเมินประสิทธิภาพนี้มี 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 สถานภาพของประเมินประสิทธิภาพโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อรูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

### ตอนที่ 1 สถานภาพของประเมินประสิทธิภาพโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

1. ชื่อ..... นามสกุล.....
2. คุณวุฒิทางการศึกษา
  - ปริญญาตรี      ปริญญาโท      ปริญญาเอก
3. ประสบการณ์การทำงาน
  - 5 ปีขึ้นไป       10 ปีขึ้นไป       อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
4. อาชีพปัจจุบัน
  - อาจารย์       ธุรกิจส่วนตัว (โปรดระบุ).....
  - พนักงานหน่วยงานเอกชน       อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

### ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

**คำชี้แจง** การประเมินประสิทธิภาพรูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ กำหนดความหมาย ดังนี้

- 5 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก
- 4 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี
- 3 หมายถึง ผลการประเมินในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อยมาก

โครงสร้างบรรจุภัณฑ์																									
ข้อพิจารณา	บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 1					บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 2					บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 3					บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 4					บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 5				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
<b>1. ด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์</b>																									
1.1 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมกับขนาดบรรจุ																									
1.2 โครงสร้างมีความแข็งแรงรับน้ำหนักของสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในได้																									
1.3 สามารถนำเอาไปใช้ประโยชน์ต่อได้																									
<b>2. ด้านความสะดวกในการใช้งาน</b>																									
2.1 สามารถเคลื่อนย้ายไปที่ต่างๆ เพื่อจำหน่ายได้โดยสะดวก																									
2.2 สามารถหยิบจับได้ สะดวกต่อการใช้งาน																									
2.3 สามารถเปิดใช้งานได้อย่างสะดวก ไม่ซับซ้อน																									
2.4 ง่ายและสะดวกต่อการเรียง ซ้อนในชั้นวาง																									

โครงสร้างบรรจุกณฑ์																									
ข้อพิจารณา	บรรจุกณฑ์ แบบที่ 1					บรรจุกณฑ์ แบบที่ 2					บรรจุกณฑ์ แบบที่ 3					บรรจุกณฑ์ แบบที่ 4					บรรจุกณฑ์ แบบที่ 5				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
<b>3. ด้านความประหยัดในการขนส่ง</b>																									
3.1 สะดวกต่อการขนย้ายและการกระจายสินค้า																									
3.2 ขนาดของปริมาณบรรจุ พกพาได้สะดวก																									

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน  
(.....)





**แบบประเมินประสิทธิภาพ  
กราฟิกบรรจุภัณฑ์  
(สำหรับผู้เชี่ยวชาญ)**

โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้าย  
ใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

**คำชี้แจง**

แบบประเมินประสิทธิภาพชุดนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญเพื่อการศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี โดยผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี เป็นแนวทางในการตั้งประเด็นคำถามเพื่อให้การประเมินประสิทธิภาพสำหรับโครงสร้างบรรจุภัณฑ์สอดคล้องต่อการใช้งานอย่างแท้จริง ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้เชี่ยวชาญพิจารณาประเมินประสิทธิภาพบรรจุภัณฑ์ด้านโครงสร้างในทุกข้อตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญเป็นอย่างยิ่งที่โปรดสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ท่านสามารถเลือกประเมินประสิทธิภาพตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม ผ่านการสแกน QR CODE ได้อีก 1 ช่องทางเพื่อความสะดวก

กนกสิริ เรืองปราชญ์

นักศึกษาศาखाวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

การประเมินประสิทธิภาพรูปแบบกราฟิกบรรจุกฎบัตรสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้าย  
ใยบัวหลวง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย ผลิตภัณฑ์เนคไท ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง ผลิตภัณฑ์  
กระเป๋า และผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ แบบประเมิน ประสิทธิภาพนี้มี 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ประเมินประสิทธิภาพกราฟิกบรรจุกฎบัตร

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อรูปแบบกราฟิกบรรจุกฎบัตร

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

### ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ประเมินประสิทธิภาพโครงสร้างบรรจุกฎบัตร

1. ชื่อ..... นามสกุล.....
2. คุณวุฒิทางการศึกษา  
ปริญญาตรี    ปริญญาโท    ปริญญาเอก
3. ประสบการณ์การทำงาน  
 5 ปีขึ้นไป     10 ปีขึ้นไป     อื่น ๆ (โปรดระบุ).....
4. อาชีพปัจจุบัน  
 อาจารย์     ธุรกิจส่วนตัว (โปรดระบุ).....  
 พนักงานหน่วยงานเอกชน     อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

### ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบกราฟิกบรรจุกฎบัตร

**คำชี้แจง** การประเมินประสิทธิภาพกราฟิกบรรจุกฎบัตร กำหนดความหมาย ดังนี้

- 5 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก
- 4 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี
- 3 หมายถึง ผลการประเมินในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อยมาก

กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์																									
ข้อพิจารณา	บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 1					บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 2					บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 3					บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 4					บรรจุภัณฑ์ แบบที่ 5				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
<b>1. ด้านการดึงดูดผู้ซื้อ</b>																									
1.1 สามารถทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อเมื่อพบเห็น																									
1.2 สามารถแสดงถึงความเป็นชุมชนได้เป็นอย่างดี																									
1.3 สามารถสร้างความแตกต่างเมื่อวางอยู่กับ สินค้าอื่น ๆ																									
1.4 สามารถดึงดูดกลุ่มเป้าหมายหลักของ สินค้า																									
<b>2. ด้านการสื่อสารกับผู้ซื้อ</b>																									
2.1 สีและกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สามารถบ่งบอกถึง สินค้า																									
2.2 สร้างการจดจำภาพลักษณ์ของแบรนด์																									
2.3 สีบนบรรจุภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับตัว ผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน																									



ข้อพิจารณา	บรรจุกณฑ์ แบบที่ 1					บรรจุกณฑ์ แบบที่ 2					บรรจุกณฑ์ แบบที่ 3					บรรจุกณฑ์ แบบที่ 4					บรรจุกณฑ์ แบบที่ 5				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
2.4 สามารถสื่อสารข้อมูลถึงตัวผลิตภัณฑ์ได้ อย่างชัดเจน																									
<b>3. ด้านการขายสินค้า</b>																									
3.1 สามารถทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์ได้ หรือไม่																									
3.2 สามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ กระตุ้นการ ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค																									
3.3 สามารถสร้างแรงจูงใจในการกลับมาซื้อ ผลิตภัณฑ์ได้หรือไม่																									

**ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม**

รูปแบบที่ 1.....รูปแบบที่ 2.....  
 รูปแบบที่ 3.....รูปแบบที่ 4.....รูปแบบที่ 5.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน  
 (.....)



**แบบประเมินประสิทธิภาพ  
แท่นจัดแสดงสินค้า  
(สำหรับผู้เชี่ยวชาญ)**

โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้าย  
ใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

**คำชี้แจง**

แบบประเมินประสิทธิภาพชุดนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสอบถามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อการพัฒนาแท่นจัดแสดงสินค้า สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์จากท่านผู้เชี่ยวชาญพิจารณาประเมินประสิทธิภาพแท่นจัดแสดงสินค้าในทุกข้อตามความเป็นจริงและตรงกับความคิดของท่านมากที่สุด

ผู้วิจัยขอขอบพระคุณท่านผู้เชี่ยวชาญเป็นอย่างยิ่งที่โปรดสละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ท่านสามารถเลือกประเมินประสิทธิภาพตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม ผ่านการสแกน QR CODE ได้อีก 1 ช่องทางเพื่อความสะดวก

กนกสิริ เรืองปราชญ์

นักศึกษาศาखाวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

การประเมินประสิทธิภาพแทนจัดแสดงสินค้าสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้าย  
ใยบัวหลวง ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย ผลิตภัณฑ์เนคไท ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง ผลิตภัณฑ์  
กระเป๋า และผลิตภัณฑ์ผ้าโพกศีรษะ แบบประเมิน ประสิทธิภาพนี้แบบประเมินประสิทธิภาพนี้  
มี 3 ตอน ประกอบด้วย

ตอนที่ 1 สถานภาพของประเมินประสิทธิภาพแทนจัดแสดงสินค้า

ตอนที่ 2 ความคิดเห็นต่อรูปแบบแทนจัดแสดงสินค้า

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

**ตอนที่ 1 สถานภาพของประเมินประสิทธิภาพโครงสร้างบรรจุภัณฑ์**

1. ชื่อ..... นามสกุล.....

2. คุณวุฒิทางการศึกษา

ปริญญาตรี ปริญญาโท ปริญญาเอก

3. ประสบการณ์การทำงาน

5 ปีขึ้นไป  10 ปีขึ้นไป  อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

4. อาชีพปัจจุบัน

อาจารย์  ธุรกิจส่วนตัว (โปรดระบุ).....

พนักงานหน่วยงานเอกชน  อื่น ๆ (โปรดระบุ).....

**ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญต่อรูปแบบแทนจัดแสดงสินค้า**

**คำชี้แจง** การประเมินประสิทธิภาพรูปแบบแทนจัดแสดงสินค้า กำหนดความหมาย ดังนี้

- 5 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก
- 4 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี
- 3 หมายถึง ผลการประเมินในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อยมาก

รูปแบบแทนจัดแสดงสินค้า																									
ข้อพิจารณา	บรรจุกฎเกณฑ์ แบบที่ 1					บรรจุกฎเกณฑ์ แบบที่ 2					บรรจุกฎเกณฑ์ แบบที่ 3					บรรจุกฎเกณฑ์ แบบที่ 4					บรรจุกฎเกณฑ์ แบบที่ 5				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
1. หน้าที่ใช้สอย (Function)																									
2. ความงาม (Aesthetics)																									
3. ความสะดวกในการใช้ (Ergonomics)																									
4. ความปลอดภัย (Safety)																									
5. โครงสร้าง (Construction)																									
6. ราคา (Cost)																									
7. วัสดุ (Materials)																									
8. กรรมวิธีการผลิต (Production)																									
9. การซ่อมบำรุงรักษา (Ease of Maintenance)																									
10. การขนส่ง (Transportation)																									

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

ลงชื่อ.....ผู้ประเมิน  
(.....)



## แบบประเมิน

### ความพึงพอใจของผู้บริโภค

โครงการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับสำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้าย  
ใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์ ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี

#### คำชี้แจง

แบบประเมินประสิทธิภาพชุดนี้เป็นแบบสอบถามสำหรับการวิจัยเรื่อง การศึกษาและพัฒนา  
บรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจากเส้นฝ้ายใยบัวหลวงของวิสาหกิจชุมชนคอตตอนดีไซน์  
ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี ของนางสาวกนกสิริ เรื่องปราชญ์ นักศึกษาระดับ  
ปริญญาตรี สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการ  
ออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร โดยมี อาจารย์ ดร.ธานี สุขนระชาติ เป็น  
อาจารย์ที่ปรึกษา มีจุดมุ่งหมายเพื่อสอบถามความพึงพอใจของผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์วิสาหกิจชุมชน  
คอตตอนดีไซน์

ในการนี้จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ผู้ที่สนใจ ได้กรุณาตอบแบบสอบถามชุดนี้ทุกข้อเพื่อให้  
ข้อมูลที่ได้มีความสมบูรณ์และเป็นประโยชน์ต่อการสร้างสรรค์ผลงานทางวิชาการ ในโอกาสนี้ผู้วิจัย  
ขอขอบพระคุณทุกท่านที่สละเวลาให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าจาก  
เส้นฝ้ายใยบัวหลวง

ผู้วิจัยขอขอบคุณท่านที่ให้ความอนุเคราะห์มา ณ โอกาสนี้

กนกสิริ เรื่องปราชญ์

นักศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

### นิยามศัพท์ที่ใช้ในแบบสอบถามความพึงพอใจของผู้บริโภค

1. **บรรจุภัณฑ์** หมายถึง วัสดุเพื่อการห่อหุ้มหรือปกป้องและคุ้มครองผลิตภัณฑ์ โดยรูปแบบเกิดจากการสร้างสรรค์และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และสามารถพึ่งพาตัวเองได้
2. **วิสาหกิจชุมชน** หมายถึง การรวมกลุ่มของผู้ประกอบอาชีพการทำตาลโตนดในพื้นที่ตำบลบางเตย อำเภอสามโคก จังหวัดปทุมธานี เพื่อสร้างเป็นธุรกิจแบบพอเพียง
3. **เทคนิคออกแบบของขวัญ** คือ การออกแบบโดยคำนึงถึงประสบการณ์หรือช่วงเวลา เทศกาล ต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคมักซื้อกันเพื่อมอบให้เป็นของขวัญ
4. **ผู้บริโภค** คือ ผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ หรือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาศูนย์การเรียนรู้การ พัฒนาเส้นใยและผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากใยบัวหลวง จังหวัดปทุมธานีที่มีอายุตั้งแต่ 25 ปีขึ้นไป และมีความ ต้องการซื้อสินค้าเมื่อมีการวางจำหน่ายในอนาคต
5. **การตลาด** คือกระบวนการของการสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์หรือบริการไปยังลูกค้า การตลาด อาจถูกตีความว่าเป็นศิลปะแห่งการขายสินค้าในบางครั้ง แต่การขายนั้นเป็นเพียงส่วนเล็ก ๆ ส่วนหนึ่งของการตลาด

### คำชี้แจงสำหรับผู้ตอบแบบสอบถาม

1. กรุณาตอบแบบสอบถามให้ครบทั้งหมด 3 ตอน
2. ท่านสามารถเลือกตอบแบบสอบถาม ได้ 2 วิธีโดย วิธีใดวิธีหนึ่ง
  - 2.1 ตอบในเอกสารฉบับนี้
  - 2.2 ตอบด้วยระบบสแกน (Scan) รหัสสัญลักษณ์สี่เหลี่ยม คิวอาร์โค้ด (QR Code)



**\*\* ถ้าท่านเลือกตอบแบบสอบถามโดยวิธีที่ 2.2 ไม่จำเป็นต้องตอบในเอกสาร**

### ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

**คำชี้แจง** โปรดทำเครื่องหมาย  ลงใน  หน้าข้อความให้ตรงกับความเป็นจริง

1. กลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม
  - ท่านเป็นผู้สนใจในผลิตภัณฑ์
  - ท่านเป็นนักท่องเที่ยวผู้มาเยือนตำบลหนองขาว
2. เพศ
  - ชาย
  - หญิง

3. อายุ
- 20 - 30 ปี                       31 - 40 ปี
- 41 - 50 ปี                       51 - 60 ปี
- 60 ปี ขึ้นไป
4. สถานภาพ
- โสด                                       สมรส
5. ระดับการศึกษา
- มัธยมศึกษาตอนต้น/ ต่ำกว่า       มัธยมศึกษาตอนปลาย
- ประกาศนียบัตรวิชาชีพ           ประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง
- ปริญญาตรี                               ปริญญาโทหรือสูงกว่า
6. รายได้ต่อเดือน
- ไม่เกิน 10,000 บาท                   10,001 - 15,000 บาท
- 15,001 - 20,000 บาท               21,001 - 25,000 บาท
- มากกว่า 25,000 บาท
7. อาชีพปัจจุบัน
- นิสิต/ นักศึกษา                       ธุรกิจส่วนตัว
- รับราชการ/ รัฐวิสาหกิจ           แม่บ้าน
- อื่น ๆ

**ตอนที่ 2 ความคิดเห็นของตอบแบบสอบถามในความถึงพอใจของผู้บริโภค**

**คำชี้แจง** การประเมินประสิทธิภาพรูปแบบโครงสร้าง กราฟิกบรรจุภัณฑ์ และ แทนจัดแสดงสินค้าดังนี้

- 5 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดีมาก
- 4 หมายถึง ผลการประเมินในระดับดี
- 3 หมายถึง ผลการประเมินในระดับปานกลาง
- 2 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อย
- 1 หมายถึง ผลการประเมินในระดับน้อยมาก

โครงสร้างกราฟิกบรรจุภัณฑ์																									
ข้อพิจารณา	บรรจุภัณฑ์แบบที่ 1					บรรจุภัณฑ์แบบที่ 2					บรรจุภัณฑ์แบบที่ 3					บรรจุภัณฑ์แบบที่ 4					บรรจุภัณฑ์แบบที่ 5				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
<b>1. ด้านการปกป้อง</b>																									
1.1 สามารถปิดได้สนิท เพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน																									
1.2 โครงสร้างมีความแข็งแรงในการรับน้ำหนักของสินค้าที่บรรจุอยู่ภายในได้																									
1.3 สามารถป้องกันผลิตภัณฑ์ไม่ให้เกิดความเสียหายจากการขนส่ง																									
<b>2. ด้านการสื่อสาร</b>																									
2.1 ข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์สามารถแจ้งรายละเอียดให้แก่ผู้ซื้อได้เป็นอย่างดี																									
2.2 ภาพประกอบที่ใช้บนบรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้าได้																									
2.3 สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ ชุมชนได้เป็นอย่างดี																									



ข้อพิจารณา	บรรจุกฎบัตร แบบที่ 1					บรรจุกฎบัตร แบบที่ 2					บรรจุกฎบัตร แบบที่ 3					บรรจุกฎบัตร แบบที่ 4					บรรจุกฎบัตร แบบที่ 5				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
<b>3. ด้านการโฆษณา</b>																									
3.1 สามารถนำโครงสร้างหลังการใช้ผลิตภัณฑ์แล้วนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้																									
3.2 สามารถทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อเมื่อพบเห็น																									
3.3 ภาพรวมของบรรจุกฎบัตรสามารถจดจำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชุมชนได้ง่าย																									
<b>4. ด้านการให้ความสะดวกสบาย</b>																									
4.1 สามารถนำโครงสร้างผลิตภัณฑ์ไปใช้ประโยชน์ต่อได้																									
4.2 สามารถทำให้เกิดแรงจูงใจในการซื้อเมื่อพบเห็น																									
4.3 ภาพรวมของบรรจุกฎบัตรสามารถจดจำผลิตภัณฑ์ของกลุ่มชุมชนได้ง่าย																									

แทนจัดแสดงสินค้า															
ข้อพิจารณา	แทนจัดแสดง สินค้า 1					แทนจัดแสดง สินค้า 2					แทนจัดแสดง สินค้า 3				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
<b>1. ด้านทำให้รู้จัก (Attention)</b>															
1.1 มีการสื่อสารผ่านเทคโนโลยี (QR Code)															
1.2 มีการเล่าเรื่องราวของชุมชนผ่านสื่อให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้															
1.3 สามารถบ่งบอกถึงเรื่องราวของชุมชน															
<b>2. ด้านทำให้สนใจ (Interest)</b>															
2.1 สินค้ามีความเชื่อมโยงกับแทนจัดแสดงได้เป็นอย่างดี															
2.2 อุปกรณ์ประกอบการจัดแสดงช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้าได้															
2.3 สามารถสื่อถึงเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ชุมชนได้เป็นอย่างดี															
<b>3. ด้านทำให้เกิดความต้องการ (Desire)</b>															
3.1 สามารถกระตุ้นความต้องการซื้อผลิตภัณฑ์															
3.2 สามารถสร้างความเชื่อมั่นให้ตัวผลิตภัณฑ์															

ข้อพิจารณา	แทนจัดแสดง สินค้า 1					แทนจัดแสดง สินค้า 2					แทนจัดแสดง สินค้า 3				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
<b>4. ด้านทำให้เกิดการตัดสินใจ (Action)</b>															
4.1 สามารถสื่อสารคุณค่าของ ผลิตภัณฑ์ได้ชัดเจน															
4.2 มีขนาดเหมาะสม															
4.3 แทนจัดแสดงช่วยส่งเสริมให้ ผลิตภัณฑ์ดูเด่นขึ้น															

### ตอนที่ 3 ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

.....

.....

.....

ขอขอบพระคุณท่าน มา ณ โอกาสนี้

นางสาวกนกสิริ เรืองปราชญ์

นักศึกษาสาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์

คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ภาคผนวก ง  
การลงพื้นที่เก็บข้อมูล





ลงพื้นที่ศึกษาข้อมูล ณ วัดโบสถ์ สามโคก จังหวัดปทุมธานี



ลงพื้นที่พบผู้ประกอบการ



ลงพื้นที่เรียนรู้วิถีชีวิตและความเป็นมาของกลุ่มวิสาหกิจ



การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ประกอบการ



ลงพื้นที่แจกแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อบรรจุกัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว  
สำหรับผู้ที่สนใจผลิตภัณฑ์ และนักท่องเที่ยว



พบอาจารย์ที่ปรึกษา

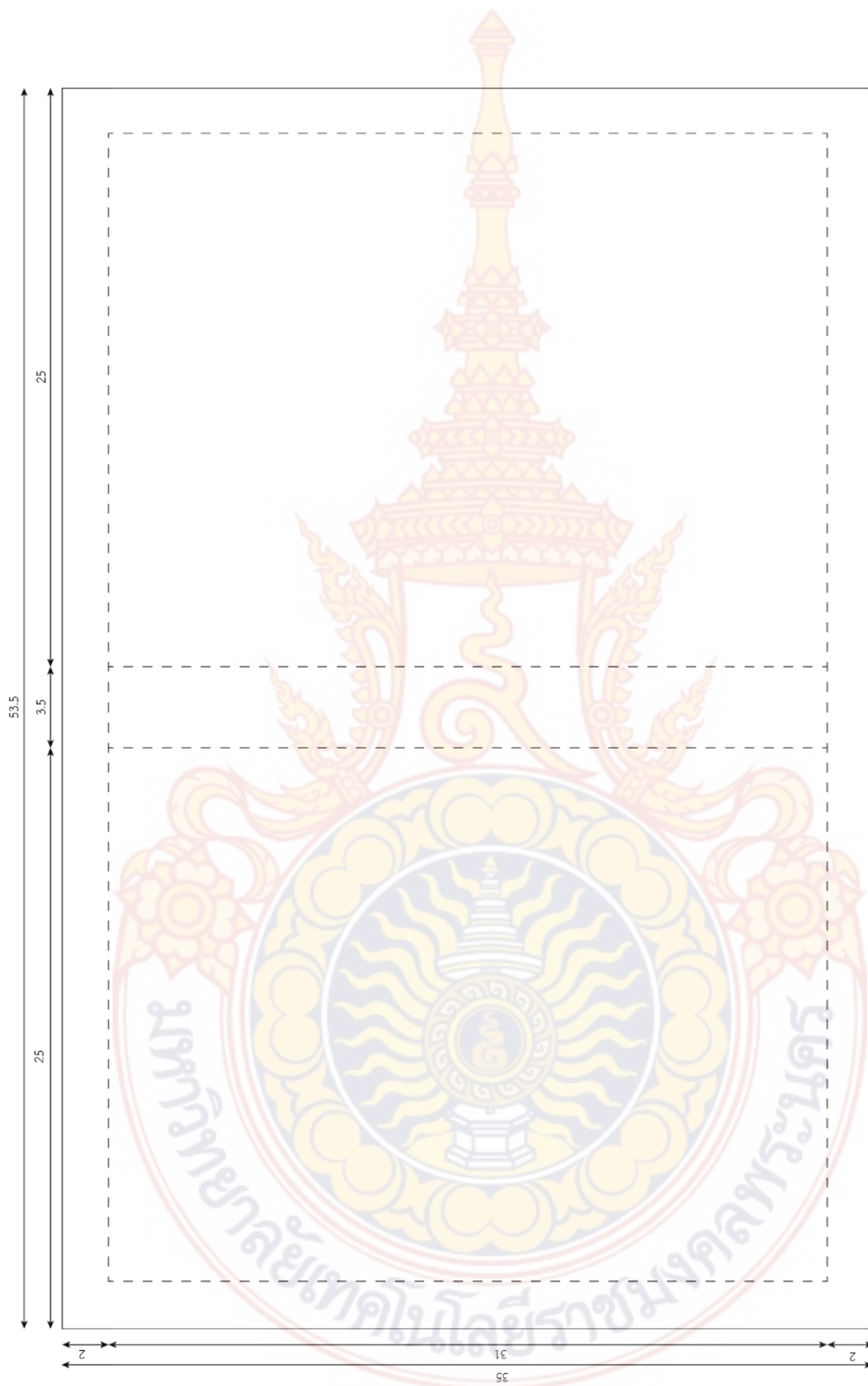
อาจารย์ ดร.ธานี สุคนระชาติ



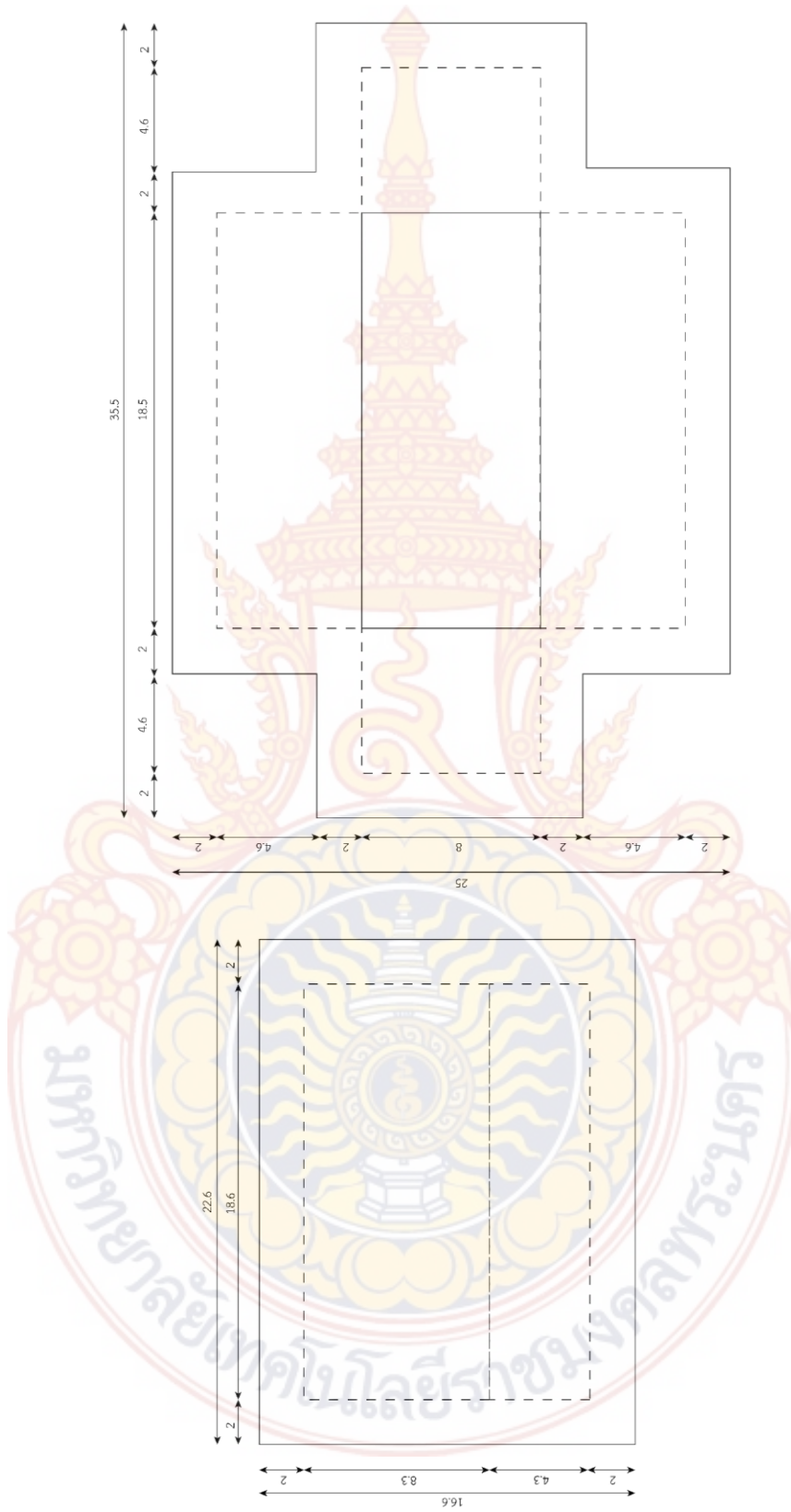
ภาคผนวก จ


ผลงานการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์

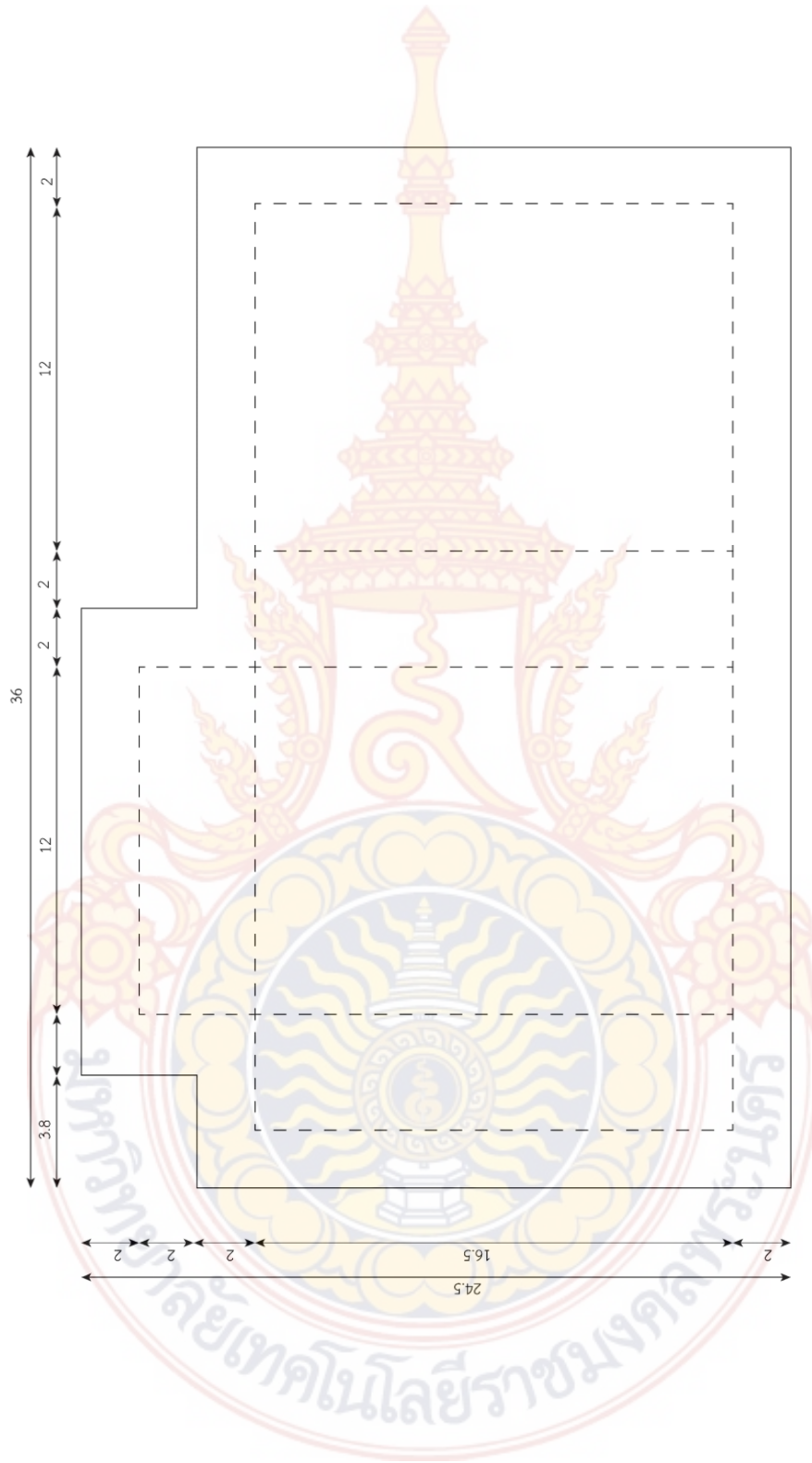





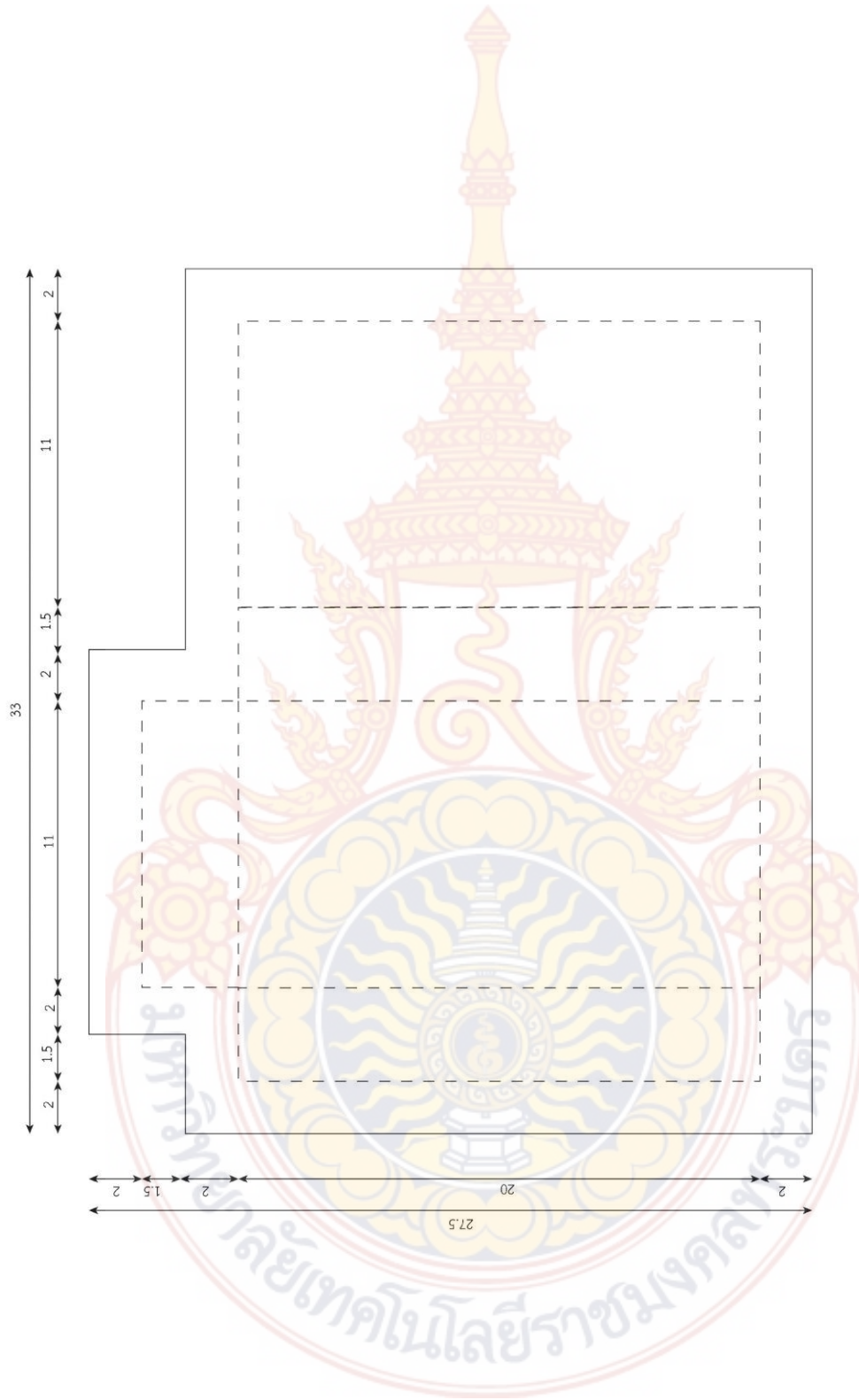
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	
ชื่อผลงาน : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์เส้น	
ชื่อผู้ออกแบบ : นางสาวกมลสิริ เรืองปราชญ์	รหัสนักศึกษา : 126350902013-0
สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์	UNIT OF CM.




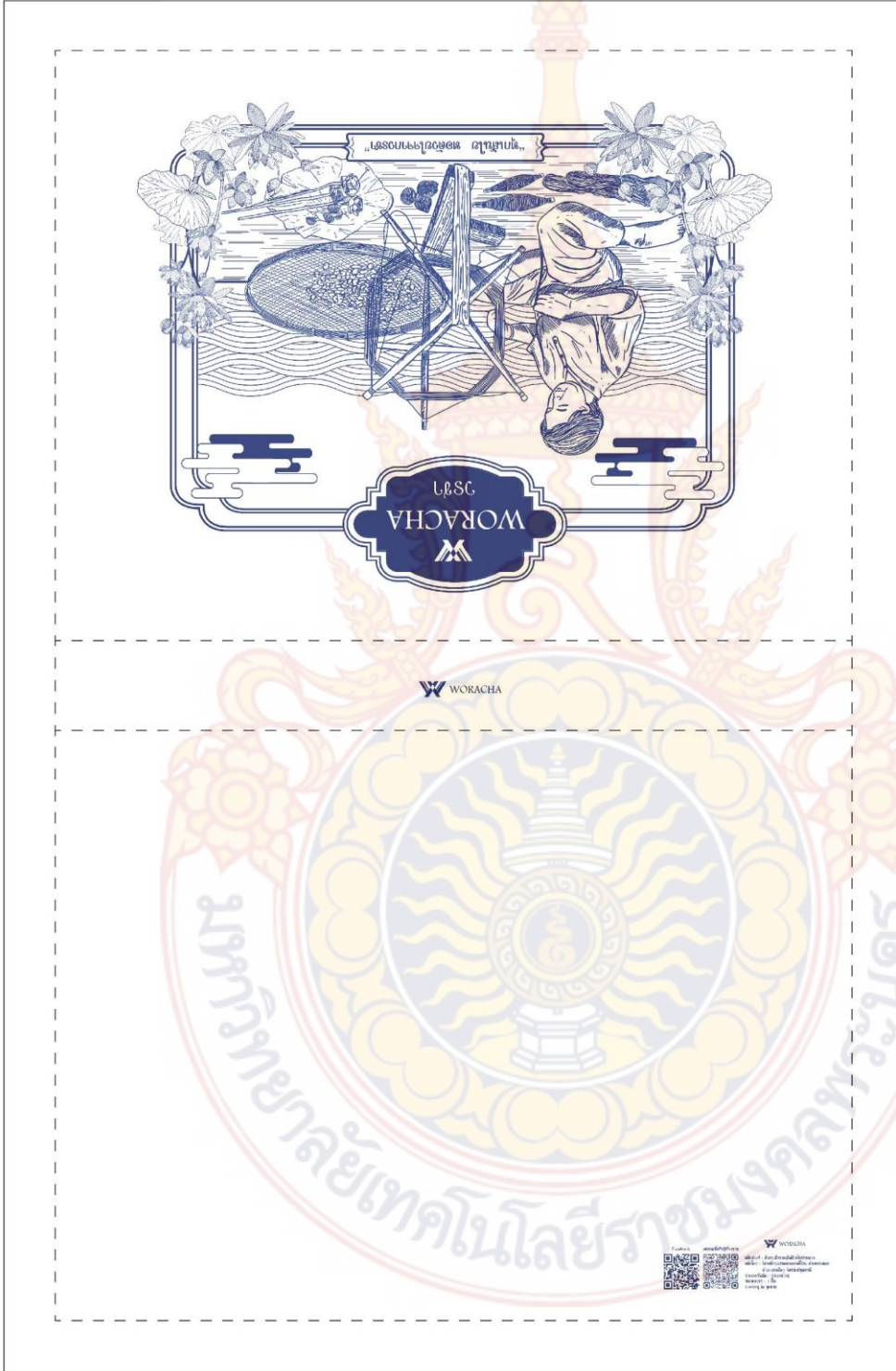
	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	
	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	
	ชั้นเรียน : วิชาช่างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ทั่วไป	รหัสวิชา : 12615020113-0
	ชื่อผู้สอน : นางสาวกมลธิ์ เรืองราษฎร์	ภาควิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์
		UNIT OF CM.



	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	
	ชื่อผลงาน : โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ลอกทอนอิง ชื่อผู้ออกแบบ : นางสาวนภสิรี เรืองราษฎร์ รหัสนักศึกษา : 126350902013-0 สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์ UNIT OF CM.	

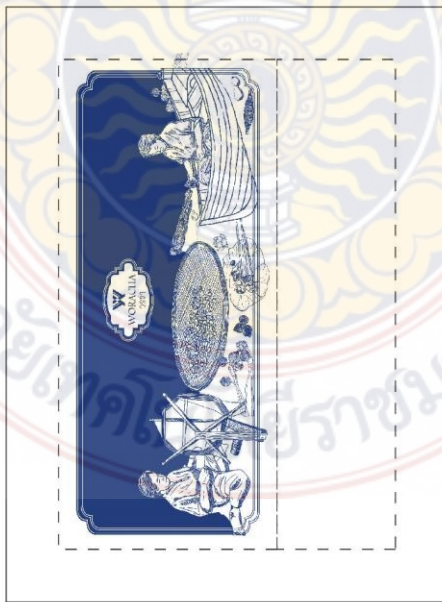
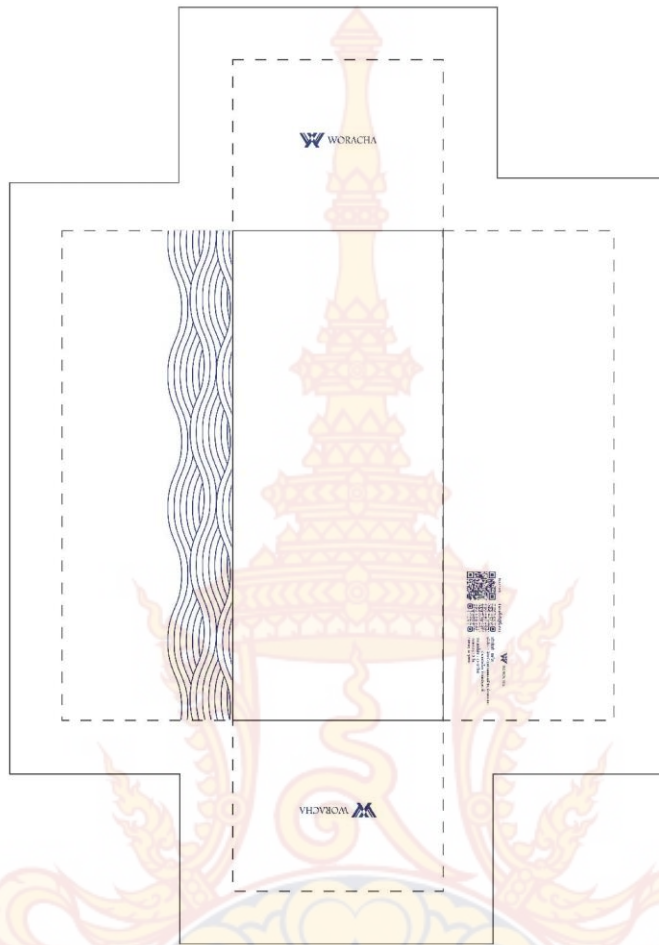
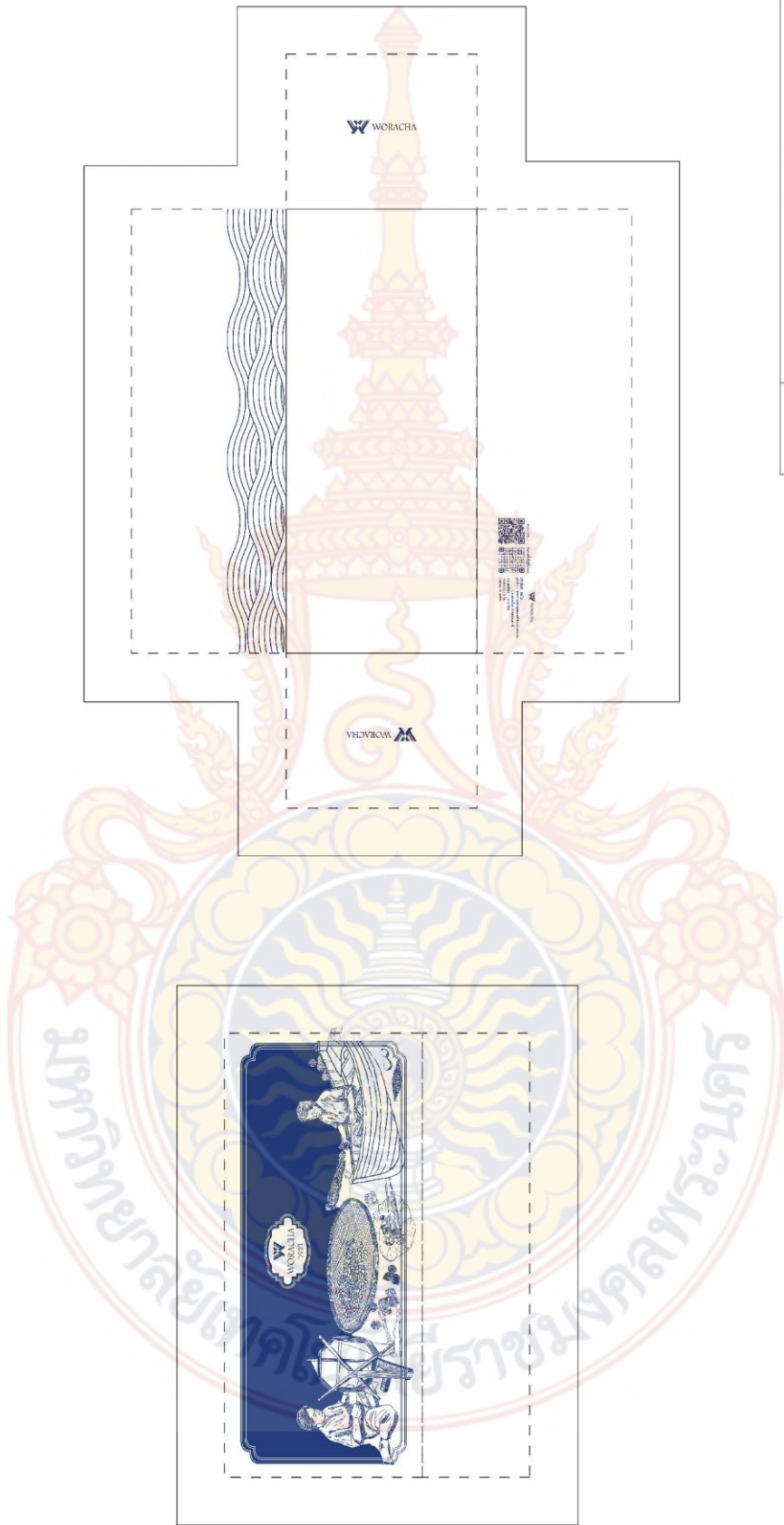



	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล	
	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	
ชื่อผลงาน : โครงสร้างรูปปั้นหลังวัดวัดโคกศิระ		
ชื่อผู้ออกแบบ : นางสาวนสริณี เรืองประยูร		รหัสนักศึกษา : 12635092013-0
สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์		UNIT OF CM.

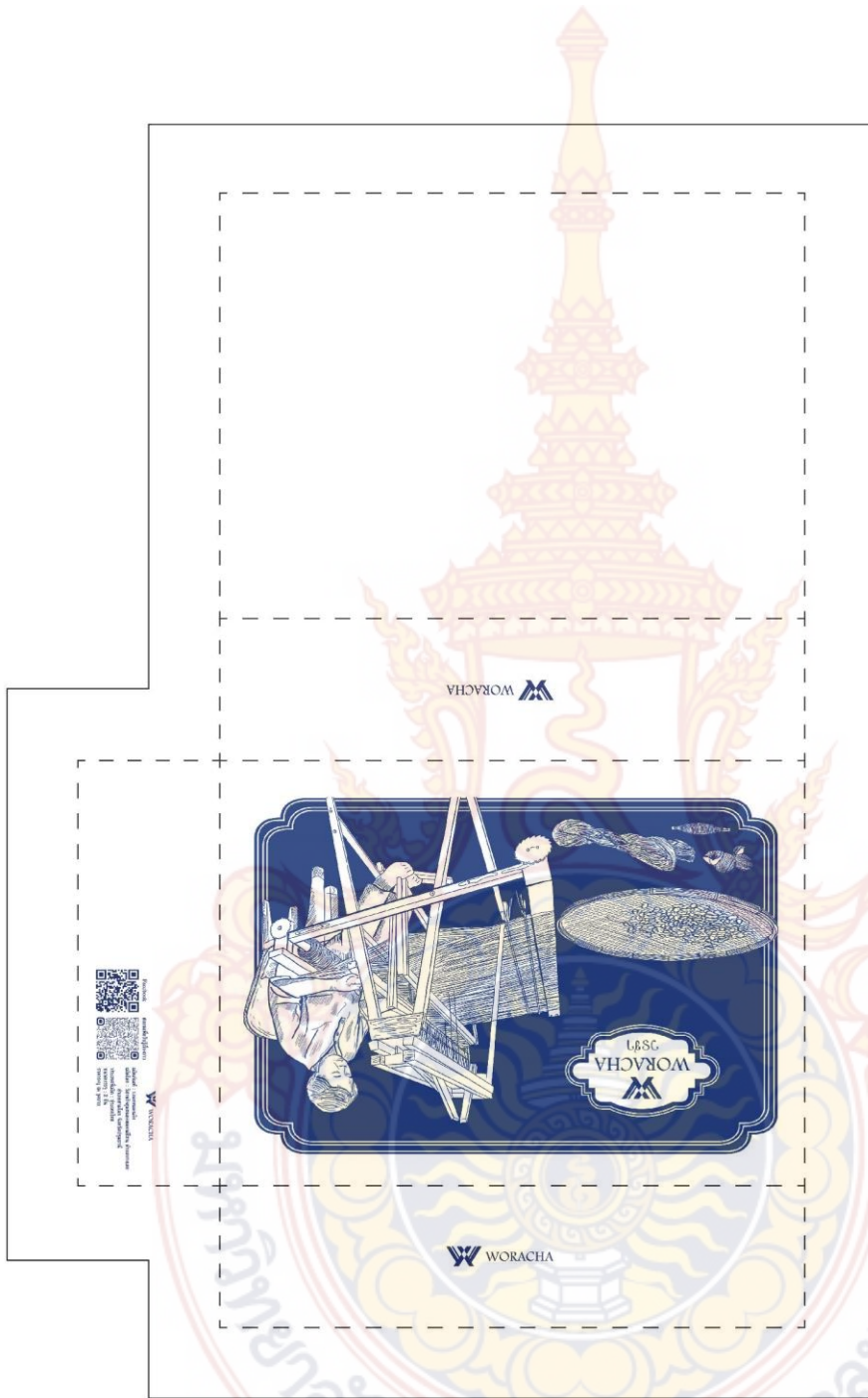



	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	
	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	
ชื่อผลงาน : กราฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้าย	รหัสนักศึกษา : 12635092013-0	
ชื่อผู้ออกแบบ : นางสาวกมลสิริ เรืองปราชญ์	สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์	
	UNIT OF CM.	


 WORACHA  
 มหาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร  
 คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ  
 สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์




	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
	ชื่อสถานที่ : การศึกษารัฐธรรมนูญและวัฒนธรรม
	ชื่อผู้จัดทำ : นางสาวนภสร เรืองราษฎร์ รหัสนักศึกษา : 126350902013-0
สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์	UNIT OF CMU

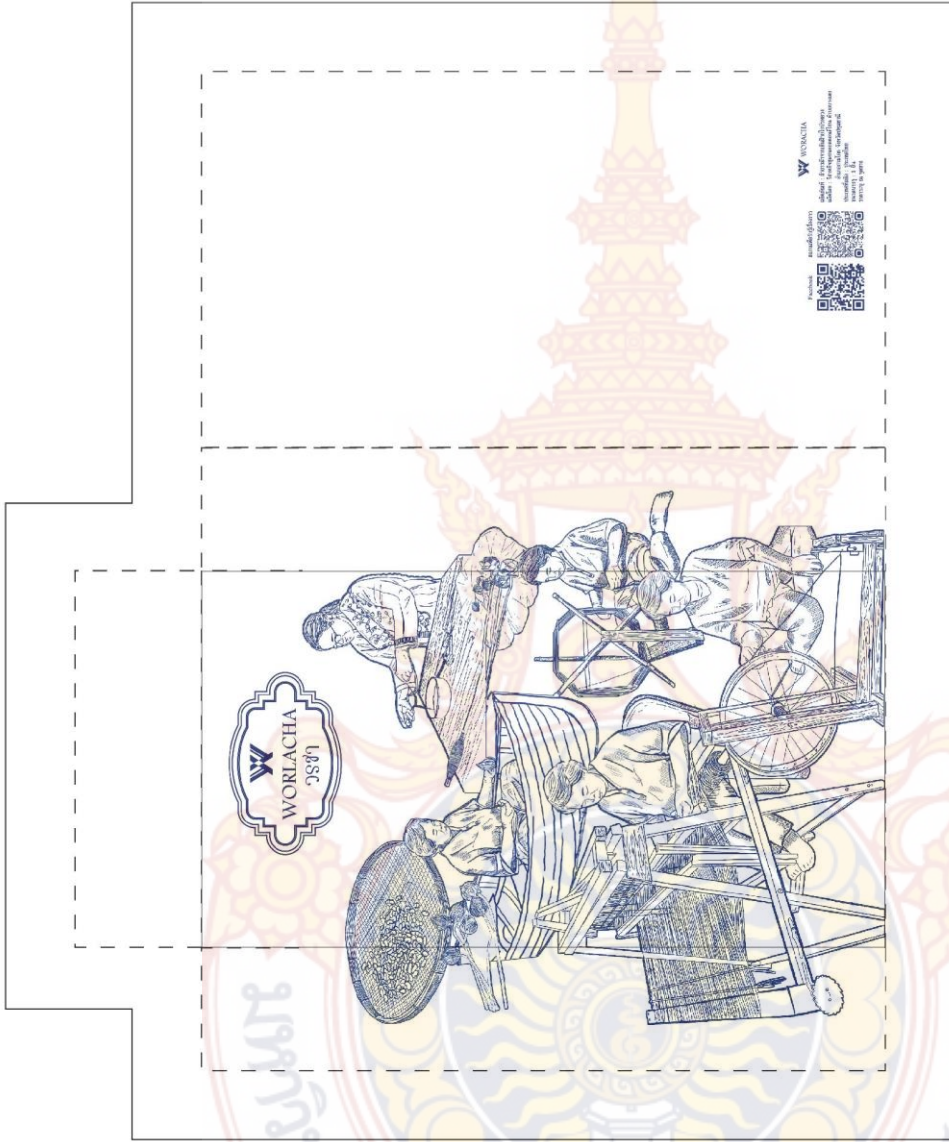



	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ
	ชื่อผลงาน : กราฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ปลอกหมอนอิง
	ชื่อผู้ออกแบบ : นางสาวกมลสิริ เรืองประาษฎ์
	รหัสนักศึกษา : 126350902013-0
	สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์
	UNIT OF CIM.




	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	
	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	
	ชื่อผลงาน : กราฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์กระเป่า	
	ชื่อผู้ออกแบบ : นางสาวนกสิริ เรืองปราชญ์	รหัสนักศึกษา : 126350902013-0
สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์	UNIT OF CM.	






	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	
	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	
ชื่อผลงาน : กราฟิกบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมศรีราชะ		
ชื่อผู้ออกแบบ : นางสาวนทีศรี เวียงปราชญ์		
สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์		รหัสนักศึกษา : 126350902013-0
		UNIT OF CM.



	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	
	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	
	ชื่อผลงาน : กราฟฟิกป้ายห้อยสินค้า	
	ชื่อผู้ออกแบบ : นางสาวกมลสิริ เรืองปราชญ์	รหัสนักศึกษา : 126350902013-0
	สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์	UNIT OF CM.



ศูนย์เรียนรู้การพัฒนาศูนย์ใยและผลิตภัณฑ์สิ่งทอจากใยบัวหลวง  
จังหวัดปทุมธานี

	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	
	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ	
	ชื่อผลงาน : กราฟฟิกตราสัญลักษณ์ของกลุ่ม	
	ชื่อผู้ออกแบบ : นางสาวกมลสิริ เรืองปราชญ์	รหัสนักศึกษา : 126350902013-0
	สาขาวิชาออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์	UNIT OF CM.