



การถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่ม
มูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง

Technology transfer of the branding and packaging to
increase the value of product from textile material waste

อจรรววรรณ ฤ สงขลา
ณัฐชยา เปี้ยแก้ว
ไตรธิกา พิชิตเดช
มัลลิกา จงจิตต์

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายจ่าย

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร



การถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า
ผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง

Technology transfer of the branding and packaging to
increase the value of product from textile material waste

คณะผู้วิจัย

อัจฉราวรรณ ณ สงขลา
ณัฐชยา เปี้ยแก้ว
ไตรธิดา พิษิตเดช
มัลลิกา จงจิตต์

สังกัด

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

สนับสนุนโดย

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณประจำปี พ.ศ. 2556

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ชื่อเรื่อง : การถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง

ผู้วิจัย : อัจฉราวรรณ ณ สงขลา

ณัฐชยา เปี้ยแก้ว

ไตรธิกา พิษิตเดช

มัลลิกา จงจิตต์

พ.ศ. : 2557



บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้งแก่กลุ่มชุมชนและผู้สนใจ ประเมินผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้ ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น กลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง ตำบลดงแดง อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

โดยพิจารณาคัดเลือกตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ต้นแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์จากผลงานวิจัยเรื่องการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง (งบประมาณ พ.ศ. 2556) ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่มีการจัดจำหน่าย คือ ป้ายตราสินค้าสำหรับบรรจุภัณฑ์รูปกลีบดอกไม้ทรงหัวใจ มาจากการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ในส่วนของการออกแบบตราสินค้าจำนวน 25 แบบ เพื่อให้เหลือ 1 แบบ และนำไปใช้ในการทำป้ายตราสินค้าสำหรับบรรจุภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง ขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 8 กลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ บรรจุภัณฑ์สำหรับกระเป๋า บรรจุภัณฑ์สำหรับหมวก บรรจุภัณฑ์สำหรับโคมไฟ บรรจุภัณฑ์สำหรับรองเท้า บรรจุภัณฑ์สำหรับกล่องผ้า บรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าคลุมเตียง บรรจุภัณฑ์สำหรับพรม เบาะรองนั่ง หมอนอิง ผ้าปูโต๊ะ และบรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าแขวนผนังพร้อมกรอบไม้ จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่คัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน พิจารณาคัดเลือกเพียง 2 กลุ่มผลิตภัณฑ์ คือ บรรจุภัณฑ์สำหรับกระเป๋า และ บรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าแขวนผนังพร้อมกรอบไม้ เพื่อนำไปถ่ายทอดความรู้ให้กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 คน สัมภาษณ์ความพึงพอใจที่มีต่อการฝึกอบรมของผู้เข้าอบรม โดยใช้แบบสอบถามในการประเมินผล เก็บรวบรวมข้อมูล นำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติค่าความถี่ ค่าร้อยละ และค่าเฉลี่ย ซึ่งได้ผลสรุปดังนี้

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง ผลสรุปคือ ผู้เข้าร่วมการอบรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 43.34 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีอาชีพเกษตรกรและเย็บผ้า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 ความพึงพอใจเกี่ยวกับหลักสูตร โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านวัตถุประสงค์ของโครงการ ด้านโครงสร้างหลักสูตร ด้านเนื้อหาสาระของหลักสูตร ในด้านวัตถุประสงค์ของโครงการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.68 ด้านโครงสร้างหลักสูตร มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.97 และด้านเนื้อหาสาระของหลักสูตร มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.45 ตามลำดับ ความพึงพอใจต่อการจัดโครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ ในด้านกระบวนการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.50 ด้านด้านวิทยากร มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็น

ค่าเฉลี่ย 4.68 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.63 ตามลำดับ

กลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดงมีค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจโดยรวมของโครงการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.48

คำสำคัญ : ตราสินค้า, บรรจุภัณฑ์, เศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง



Title : Technology transfer of the branding and packaging to increase the value of product from textile material waste

Researcher : Acharawan Na Songkhla
 Nutchaya Piakaew
 Tritika Pichitdej
 Manlika Jongchit

Year : 2014

ABSTRACT

The research's purpose is the knowledge transfer of the technology about branding and packaging to increase product's value from waste textiles for the community groups and interested person. The assessment method for evaluation is studying the local product's information, the processing rag's group in Ban Dongdang, Tambon Dongdeang, Jaturapakpiman, Roy-ed.

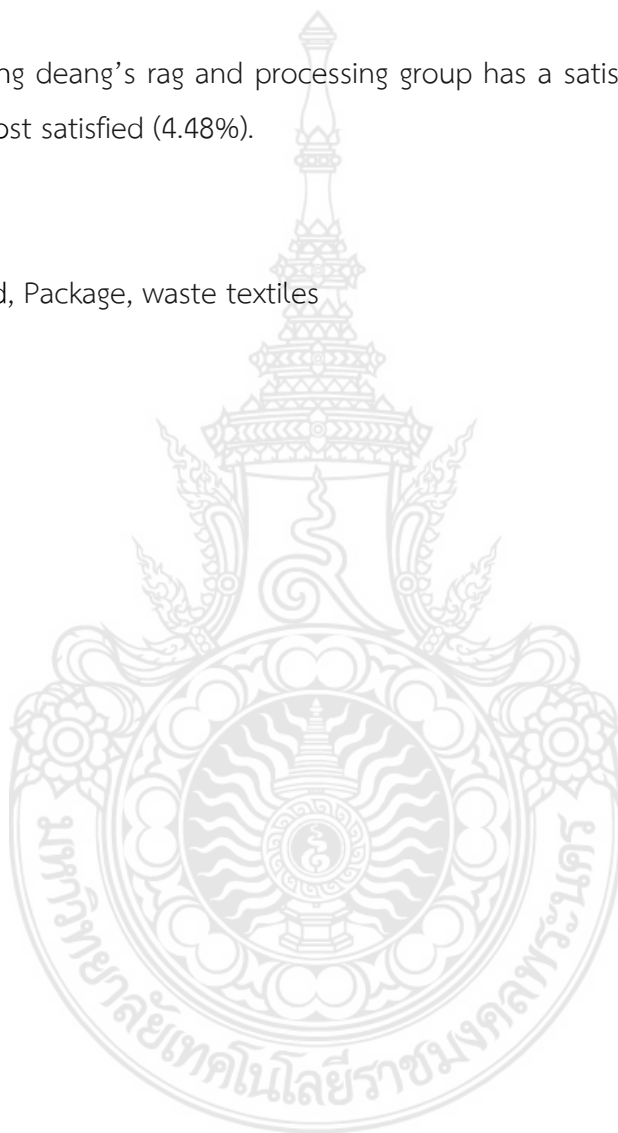
The researcher selected the brand and packaging prototypes and the product from the research about branding and packaging to increase product's value from waste textiles (Fiscal year in 2013) which are appropriate to the product being sold. Because that research has the heart shape petal's brand label for packaging, the winner from 25 styles that selected from 5 experts. And has been applied to a prototype of 8 products. The 8 products are The packaging for bag, The packaging for hat, The packaging for lamp, The packaging for shoe, The packaging for textile's box, The packaging for bedspread, The packaging for carpet, The packaging for Cushions, The packaging for Scatter cushion, The packaging for tablecloth, The packaging for fabric wall and frame. The goal of knowledge transfer are 30 persons. The survey of the participants' satisfaction by the questionnaires, data collection, the data from the frequency statistic, percentage and median.

The result is the participants 25 persons (50 %) were mostly female, 13 persons (43.34%) with secondary education, 15 persons (50%) between the ages of 31-40 years old, 10 persons (33.33%) a farmer and seamstress, 18 persons (60%) with monthly income less than 5,000 bath. Satisfaction is divided into 3 topics, the purpose of project, the structure of the course, the content of the course.

The purpose of project is the most satisfied (4.68%). The structure of the course is satisfactory (3.97%). The content of the course is satisfactory (4.45%). And the satisfaction to the reproductive technology about branding and packaging to increase product's value from waste textiles project in the service processes is satisfactory (4.50%), Lecturer team is the most satisfied (4.68%), The facilities is the most satisfied (4.68%).

Ban Dong deang's rag and processing group has a satisfaction's average of the project is the most satisfied (4.48%).

Keywords: Brand, Package, waste textiles



กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยเรื่องการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ ได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากเงินรายจ่ายประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ขอขอบคุณคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ที่ให้การสนับสนุนงบประมาณ รวมทั้งให้ความอนุเคราะห์ในการใช้เครื่องมือเครื่องใช้ อุปกรณ์ และสถานที่ในการดำเนินงานวิจัย

ขอขอบคุณกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง ตำบลดงแดง อำเภोजตุรพิตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด ร่วมรับการถ่ายทอดเทคโนโลยีในครั้งนี้ รวมทั้งให้ความอนุเคราะห์สถานที่และเครื่องอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่ใช้ในการถ่ายทอดเทคโนโลยี

ขอขอบคุณท่านผู้เชี่ยวชาญ ท่านวิทยากร และบุคลากรทุกท่าน ของคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ ที่กรุณาให้ความร่วมมือที่เป็นประโยชน์ต่อการวิจัยจนทำให้งานวิจัยสำเร็จได้ตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

คณะผู้วิจัย



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อ	1)
ABSTRACT	3)
กิตติกรรมประกาศ	5)
สารบัญ	6)
สารบัญตาราง	8)
สารบัญภาพ	9)
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 กรอบแนวคิดในการวิจัย	2
1.4 ขอบเขตของการวิจัย	3
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	4
2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตราสินค้า	4
2.2 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับการออกแบบ	8
2.3 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์	19
2.4 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเศษวัสดุสิ่งทอ	30
2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	30
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	32
3.1 วิธีดำเนินการวิจัย	32
3.2 การถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ	37
3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล	38
3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล	38
3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล	38
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	39
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป	39
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจเกี่ยวกับหลักสูตร	42
บทที่ 5 สรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	47
5.1 สรุปผลการวิจัย	47
5.2 อภิปรายผล	48
5.3 ข้อเสนอแนะ	48
บรรณานุกรม	49
ภาคผนวก	49
ภาคผนวก ก หนังสือเชิญวิทยากร	50

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
ภาคผนวก ข แบบประเมิน	59
ภาคผนวก ค ภาพกิจกรรมการฝึกอบรม	63
ภาคผนวก ง ประวัตินักวิจัย	74



สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1	39
4.2	40
4.3	40
4.4	41
4.5	41
4.6	43
4.7	44
4.8	46
4.9	47
4.10	48



สารบัญภาพ

ภาพที่		หน้า
1	ตราสินค้าที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ	32
2	ป้ายตราสินค้าสำหรับบรรจุภัณฑ์	33
3	ประเภทที่ 1 บรรจุภัณฑ์สำหรับกระเป๋า	33
4	ประเภทที่ 2 บรรจุภัณฑ์สำหรับหมวก	34
5	ประเภทที่ 3 บรรจุภัณฑ์สำหรับคอมพิวเตอร์	34
6	ประเภทที่ 4 บรรจุภัณฑ์สำหรับรองเท้า	34
7	ประเภทที่ 5 บรรจุภัณฑ์สำหรับกล่องผ้า	35
8	ประเภทที่ 6 บรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าคลุมเตียง	35
9	ประเภทที่ 7 บรรจุภัณฑ์สำหรับพรม เบาะรองนั่ง หมอนอิง ผ้าปูโต๊ะ	36
10	ประเภทที่ 8 บรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าแขวนผนังพร้อมกรอบไม้	36
11	รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการพัฒนาและปรับปรุง	37



บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความสำคัญและที่มาของปัญหาการวิจัย

1.1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การสร้างผลิตภัณฑ์เศรษฐกิจสิ่งทอเหลือทิ้งเป็นผลิตภัณฑ์เส้นด้ายพิเศษ ผืนผ้า และการผลิตผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเป็นเครื่องใช้ในบ้านและของที่ระลึก เป็นแนวทางในการสร้างสินค้า เพื่อให้มีคุณภาพและได้มาตรฐาน จำเป็นต้องมีการสร้างตราสินค้า เพื่อเป็นสัญลักษณ์ที่ถ่ายทอดถึงคุณลักษณะ คุณประโยชน์ ความเชื่อและคุณค่าของสินค้านั้น ๆ และยังสามารถสื่อความหมายให้ผู้ซื้อรู้จักและจดจำสินค้า ช่วยในกระบวนการจัดจำหน่ายสินค้า สร้างแรงจูงใจในการซื้อให้กับลูกค้า รวมทั้งช่วยในการเพิ่มมูลค่าสินค้าให้ประสบความสำเร็จทั้งตลาดในประเทศและตลาดต่างประเทศได้ การสร้างตราสินค้าจึงเป็นกลยุทธ์หนึ่ง ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับกลุ่มลูกค้าและช่วยสร้างความแตกต่างให้กับสินค้า ซึ่งต้องอาศัยองค์ประกอบต่าง ๆ ในการสร้างตราสินค้า เช่น การทำโลโก้ หรือสัญลักษณ์ (Logo/Symbol) ของสินค้าลงบนนามบัตร ป้ายฉลาก หรือบรรจุภัณฑ์ของสินค้านั้น ๆ

การสร้างบรรจุภัณฑ์ที่มีตราสินค้าเป็นสัญลักษณ์ ไม่ได้เป็นแค่ประโยชน์ในการห่อหุ้มตัวสินค้า เพื่อป้องกันรักษาไม่ให้ตัวสินค้าได้รับความเสียหายเพียงอย่างเดียว แต่สามารถสร้างเอกลักษณ์ และคุณค่าของสินค้านั้นได้เป็นอย่างดี และยังช่วยดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคมากขึ้นด้วย ดังนั้น บรรจุภัณฑ์พร้อมสินค้าที่ได้รับการรับรองตามมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน จะเป็นการสร้างอาชีพให้กับชุมชนให้มีความมั่นคงมากขึ้น

กลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง ตั้งอยู่ที่ตำบลดงแดง อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด เป็นกลุ่มแปรรูปเศษผ้าเป็นสินค้าของที่ระลึกที่จำหน่ายเป็นของขวัญของฝากสำหรับนักท่องเที่ยวที่ได้มาเยือนตำบลดงแดง เป็นสินค้าชุมชนที่ได้รับการรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน (มผช.) จากสำนักมาตรฐานอุตสาหกรรม ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายเช่น หมอน หมอนข้าง หมอนอิง พรมเช็ดเท้า ผ้าห่ม ผ้าม่าน เป็นต้น โดยวัสดุที่นำมาทำผลิตภัณฑ์เป็นเศษผ้าประเภทใยสังเคราะห์ที่ได้จากโรงงานอุตสาหกรรมในพื้นที่ใกล้เคียง มีความต้องการแปรรูปผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ทำจากเศษผ้าเป็นเอกลักษณ์ชุมชน

โดยคณะผู้วิจัยเล็งเห็นว่า กลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง ในจังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งเป็นชุมชนที่มีการแปรรูปเศษผ้าเป็นสินค้าของชุมชน ควรได้รับการสนับสนุนในการสร้างตราสินค้า และบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับเศษวัสดุสิ่งทอ และตรงกับความต้องการของตลาด ทำให้เกิด

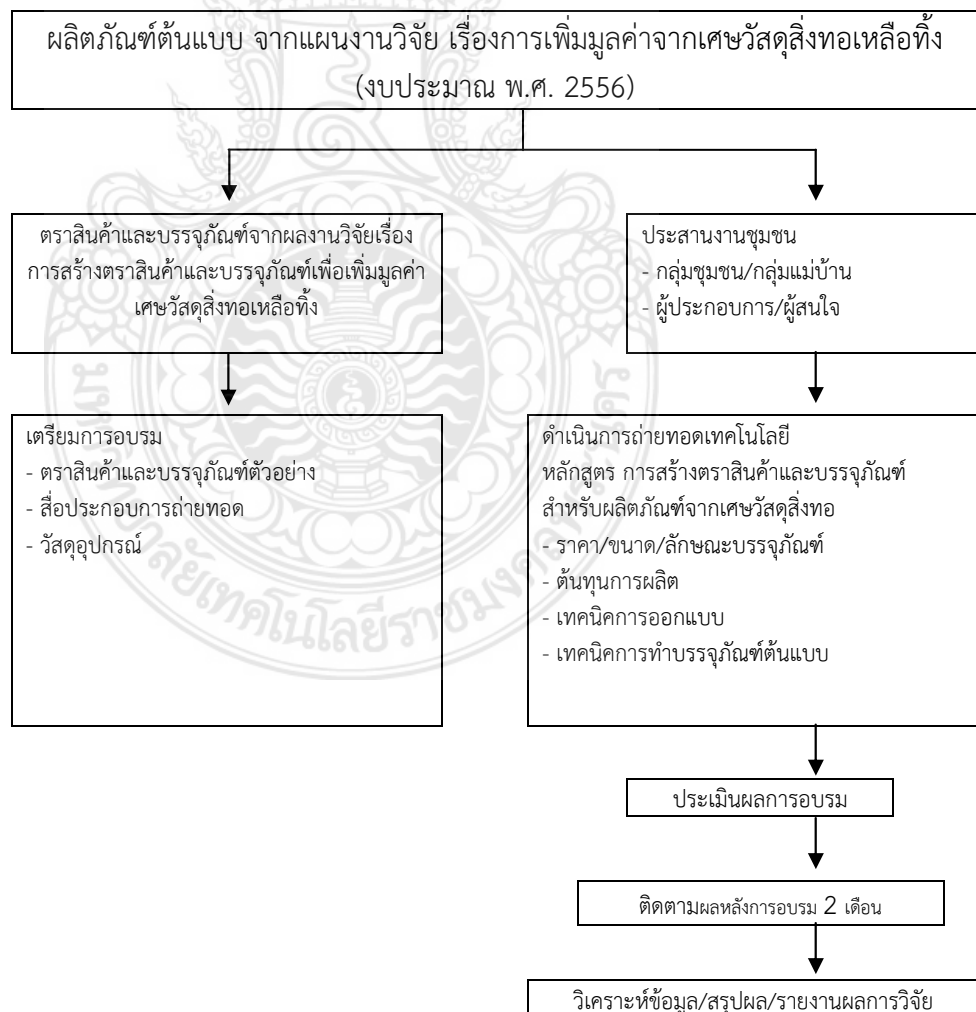
การพัฒนาองค์ความรู้และต่อยอดภูมิปัญญาท้องถิ่น เกิดประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะ สามารถช่วยสร้างรายได้ เสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนท้องถิ่น ทั้งของธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprise - SME) ด้านการท่องเที่ยวในส่วนของ การจำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นที่ระลึก ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน ทำให้เกิดความมั่นคงทางเศรษฐกิจแก่ชุมชนและสังคมต่อไป

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้งแก่กลุ่มชุมชนและผู้สนใจ

1.2.2 ประเมินผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ จากเศษวัสดุสิ่งทอ

1.3 กรอบแนวคิดของการวิจัย



1.4. ขอบเขตของการวิจัย

การสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อส่งเสริมการจำหน่ายสำหรับผลิตภัณฑ์ ดังต่อไปนี้

1.4.1 ถ่ายทอดการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ให้กับกลุ่มผลิตภัณฑ์ต้นแบบจากผลงานวิจัยเรื่องการเพิ่มมูลค่าเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้งเป็นผลิตภัณฑ์เครื่องใช้ในบ้านและของที่ระลึก ที่ได้รับการสนับสนุนให้ดำเนินงานวิจัยในปีงบประมาณ พ.ศ. 2556

1.4.2 วัสดุหลักของการถ่ายทอด คือ วัสดุในการผลิตบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่มีในชุมชนหรือพื้นที่ใกล้เคียง ใช้ในการถ่ายทอดเทคโนโลยีแก่ชุมชนและผู้สนใจ



บทที่ 2

เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่ม ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารตำรา บทความ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในประเด็นต่างๆ ดังต่อไปนี้

2.1 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับตราสินค้า

2.1.1 การสร้างตราสินค้า

ตราสินค้า หมายถึง ชื่อ คำ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ หรือการออกแบบ หรือการประสมประสานสิ่งดังกล่าวเข้าด้วยกัน เพื่อระบุถึงผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการหนึ่งๆ เมื่อได้ออกแบบแบรนด์เรียบร้อยแล้ว สิ่งสำคัญประการแรกคือ สำนวความพึงพอใจของผู้บริโภค กลุ่มเป้าหมายว่าคิดเห็นเช่นไรกับองค์ประกอบต่าง ๆ ที่รวมตัวกันเป็นแบรนด์หากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ และเห็นด้วยภารกิจต่อไปของกิจการคือการสร้างแบรนด์ซึ่งแยกได้ดังนี้

1) การสร้างตราสินค้าภายใน (Internal Branding) ในมิติเดิม ๆ เกี่ยวกับการสร้างแบรนด์นั้นผู้บริหารมักให้ความสนใจกับการสื่อสารไปยังลูกค้า เรียกว่า External Branding โดยขาดความใส่ใจในองค์ประกอบสำคัญของธุรกิจนั่นคือ พนักงานแนวคิดใหม่ของการสร้างแบรนด์ จึงแนะนำให้เริ่มต้นจากการสร้างแบรนด์ภายในหรือที่เรียกว่า Internal Branding หมายถึงการสร้างแบรนด์กับพนักงานก่อน ด้วยนักสร้างแบรนด์ที่ประสบความสำเร็จต่างเชื่อกันว่า พนักงาน ที่มีความเข้าใจแบรนด์เป็นอย่างดีมีความเชื่อมั่นในแบรนด์ จะเป็นตัวแทนที่ดีของแบรนด์ไม่ว่าพนักงานผู้นั้นจะอยู่ที่ไหน พนักงานจะส่งสาร บอกต่อ และสร้างประสบการณ์ที่ดีให้แก่ผู้บริโภคได้วิธีการสื่อสารภายในมักเริ่มด้วยการอธิบายตัวตนของแบรนด์ และสร้างวัฒนธรรมองค์กรให้มีความสอดคล้องกับบุคลิกของแบรนด์ที่ทันสมัย ปรับเปลี่ยนวิธีการแต่งกายของพนักงาน เป็นต้น

2) การสร้างตราสินค้ากับภายนอก หมายถึง การสื่อสารกับลูกค้า กลุ่มเป้าหมาย หลักการสำคัญคือสื่อสารในลักษณะ IMC Integrated Marketing Communication นั่นคือการสื่อสารครบวงจรใช้สื่อครบทุกรูปแบบ เช่น การโฆษณา การจัดกิจกรรมทางการตลาดการประชาสัมพันธ์ เป็นต้น สื่อออนไลน์ เช่น การทำเว็บไซต์ การสื่อสารผ่านอีเมล และการสื่อสารในลักษณะไร้เสียง (Non - voice) ผ่านโทรศัพท์ การสื่อสารกับภายนอกนี้ เป็นกิจกรรมที่ต้องใช้เวลาต่อเนื่องต้องประสานพลังสื่อทุกประเภทให้เหมาะสม กิจการขนาดใหญ่จะมีการตั้งหน่วยงาน ทำหน้าที่เฉพาะมีชื่อเรียกที่แตกต่างกันออกไป เช่น แผนกสื่อสารองค์กร แผนกสื่อสารการตลาด แผนกโฆษณาประชาสัมพันธ์ เป็นต้น ส่วนใหญ่มักเป็นแผนกที่ทำ การถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับแบรนด์ให้บริษัทตัวแทนโฆษณาหรือที่เรียกว่า เอเจนซี ให้ทำหน้าที่ พัฒนาสื่อโฆษณาให้ ข้อดีคือ สามารถเลือกใช้ผู้เชี่ยวชาญที่มีประสบการณ์ มีความชำนาญและ

เข้าใจการสื่อสารไปยังเบื้องลึกความคิดของลูกค้าเป้าหมาย (Consumer Insight) ข้อเสียที่สำคัญคือ ค่าใช้จ่ายค่อนข้างสูง หลายกิจการจึงมักทำเองแต่ก็ไม่ประสบความสำเร็จ เพราะการสื่อสารเป็นศาสตร์เฉพาะทางภารกิจแท้จริงของกิจการ คือ การผลิตสินค้าหรือจำหน่ายบริการความเชี่ยวชาญในการสื่อสารจึงมักทำได้ไม่เท่าตัวแทนโฆษณา สร้างโอกาสธุรกิจในการต่อยอดขยายแบรนด์หรือทำธุรกิจอื่น แบรนด์ที่แข็งแกร่ง และเป็นที่ยอมรับมักจะได้รับการยอมรับอย่างง่าย และรวดเร็วเมื่อนำเสนอสินค้าหรือบริการใหม่ เช่น กรณีร้านอาหาร S&P ที่แต่เดิมเชี่ยวชาญทางการทำขนม และได้รับการยอมรับว่าขนมอร่อยเมื่อขยายธุรกิจสู่ร้านอาหารผู้บริโภครักยอมรับได้ดี เพราะมีความเชื่อมั่นในรสชาติมาก่อนหน้าแล้วประเมินเป็นมูลค่าเพื่อการค้าขายได้แบรนด์ที่ประสบความสำเร็จมีราคาให้มูลค่าเป็นเงินได้เมื่อกิจการต้องการขายต่อให้กับผู้อื่นถือเป็นทรัพย์สินสำคัญของกิจการ

(ธนเดช, ม.ป.ป.)

นถาวรณ (2549) ให้ความหมายของ การสร้างตราสินค้า ว่าหมายถึง ชื่อ คำ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ หรือการออกแบบ หรือการประสมประสานสิ่งดังกล่าวเข้าด้วยกัน เพื่อระบุถึงผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือบริการหนึ่ง ๆ เมื่อได้ออกแบบแบรนด์เรียบร้อยแล้ว สิ่งสำคัญประการแรกคือ สำนวนความพึงพอใจ ของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายว่าคิดเห็นเช่นไร กับองค์ประกอบต่าง ๆ ที่รวมตัวกันเป็นแบรนด์หากผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ และเห็นด้วยภารกิจต่อไปของกิจการคือ การสร้างแบรนด์ ความหมายของตราสินค้า หรือ แบรนด์ (Brand) ตราสินค้า หมายถึง ชื่อ (Name) คำ (Term) เครื่องหมาย (Sign) สัญลักษณ์ (Symbol) การออกแบบ (Design) หรือส่วนประสมของสิ่งเหล่านี้รวมกันเพื่อใช้ในการแสดงให้เห็นถึงความแตกต่างของสินค้าหรือบริการของผู้ขาย นอกจากนี้ยังมีการใช้การสำรวจความคิดเห็นกับองค์ประกอบของตราสินค้า ซึ่งมีความสำคัญหรือมีประโยชน์ต่อผู้ซื้อและผู้ขาย เช่น สามารถทำให้ผู้ซื้อเรียกชื่อสินค้าได้ถูกต้อง ทราบถึงคุณสมบัติ และความแตกต่างของสินค้า ทำให้ผู้ขายสามารถช่วยแนะนำสินค้าให้กับผู้ซื้อได้ และสามารถช่วยกำหนดตำแหน่งผลิตภัณฑ์ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายได้ชัดเจนขึ้น

2.1.2 ส่วนประสมการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (Marketing Mix) เป็นหัวใจสำคัญของการบริหารการตลาด และเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่ถูกใช้เพื่อสนองความต้องการและความพึงพอใจของผู้บริโภคที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ทางการตลาดที่ทางธุรกิจได้กำหนดไว้

ส่วนประสมการตลาด ประกอบด้วย 4 ปัจจัย คือ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) และสถานที่จัดจำหน่าย (Place) หรือ 4Ps (Kotler and Keller, 2002)

2.1.2.1 ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่เสนอขายเพื่อสนองความต้องการของลูกค้าให้พึงพอใจ ผลิตภัณฑ์ที่เสนอขายอาจจะมีตัวตนหรือไม่มีตัวตนก็ได้ ดังนั้นผลิตภัณฑ์จึงประกอบด้วยสินค้า บริการ ความคิด สถานที่ องค์กรหรือบุคคล โดยผลิตภัณฑ์ที่มีประโยชน์ มีมูลค่าในสายตาของลูกค้าจะทำให้ผลิตภัณฑ์นั้นสามารถขายได้ ซึ่ง Kotler and Keller (2002) อธิบายว่าส่วนประกอบของ ส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ประกอบด้วยการผลิตผลิตภัณฑ์

ที่หลากหลาย จุดเด่น คุณภาพ รูปแบบ ตราสินค้า การบรรจุภัณฑ์ ขนาด การบริการ การรับประกันและการรับคืนสินค้า

2.1.2.2 ราคา (Price) หมายถึง จำนวนเงินที่มีมูลค่าเท่ากับสินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการ เต็มใจ และมีศักยภาพในการจ่ายไปเพื่อให้ได้รับสินค้าและบริการที่ต้องการ (ศิริฤทธิ , 2547) ทั้งนี้ ราคาและมูลค่าของผลิตภัณฑ์มีการเปลี่ยนแปลงตามปัจจัยด้านเวลาและสถานที่ นอกจากนี้ ราคาเป็นปัจจัยต้น ๆ ในการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในสินค้าและบริการเกือบทุกชนิด (วิหวัส, 2552)

2.1.2.3 การส่งเสริมการตลาด (Promotion) เป็นการติดต่อสื่อสารเกี่ยวกับข้อมูลระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรมการซื้อ การติดต่อสื่อสารอาจใช้พนักงานขาย ทำการขายและการติดต่อสื่อสารโดยใช้สื่อ เครื่องมือในการติดต่อสื่อสารมีหลายประเภท ผู้ผลิตอาจเลือกใช้ประเภทใดประเภทหนึ่งหรือหลายประเภทจากเครื่องต่อไปนี้ การโฆษณา การขายโดยใช้พนักงานขาย การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดทางตรง

2.1.2.4 สถานที่จัดจำหน่าย (Place) หมายถึง โครงสร้างของช่องทางที่ใช้ในการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์และบริการของธุรกิจหรือองค์การไปยังตลาด ควรคำนึงถึงเรื่องความสะดวกสบาย ในการเข้าถึงสินค้าของกลุ่มเป้าหมาย ในเรื่องของการจัดจำหน่ายประกอบด้วย 2 ส่วน ช่องทางการ จัดจำหน่าย และการกระจายตัวสินค้า

2.1.3 ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของแต่ละบุคคลที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการได้รับและการใช้สินค้าและบริการทางเศรษฐกิจ รวมถึงกระบวนการตัดสินใจที่เกิดขึ้นก่อนและที่เป็นตัวกำหนดให้เกิดการกระทำต่างๆขึ้น (สมจิตร์, 2546)

ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ของผู้บริโภค ที่สามารถสร้างผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ขั้นตอนการยอมรับความต้องการที่เป็นกระบวนการพื้นฐานก่อนเกิดการตัดสินใจซื้อ ประกอบด้วย (วิหวัส, 2552)

2.1.3.1 ปัจจัยด้านสังคม เป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องในชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ นอกจากนี้ยังรวมถึงวัฒนธรรมที่ถือเป็นปัจจัยที่ทำให้พฤติกรรมในการเลือกซื้อของ แต่ละบุคคลซึ่งจะแปรเปลี่ยนเป็นค่านิยมในการเลือกซื้อสินค้าและบริการ

2.1.3.2 ปัจจัยด้านจิตวิทยา ประกอบด้วย การจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ ความเชื่อและทัศนคติส่วนบุคคล

2.1.3.3 ปัจจัยด้านข่าวสารและข้อมูล ประกอบด้วย 1) ข่าวสารและข้อมูลเพื่อการค้า จัดเป็นข่าวสารและข้อมูลที่กระจายไปยังผู้บริโภคผ่านช่องทางต่างๆ เพื่อให้ข้อมูลนั้นเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ และ 2) ข่าวสารและข้อมูลทั่วไป เป็นข่าวสารและข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าที่ผู้บริโภคไม่ได้รับรู้จากแหล่งข่าวสารและข้อมูลทางการค้า

2.1.3.4 ปัจจัยด้านสถานการณ์ เช่น เงื่อนไขด้านเวลา สถานที่ บรรยากาศ เหตุผลในการซื้อ และวิธีการซื้อ เป็นต้น

2.1.4 กลุ่มเป้าหมาย

กลุ่มเป้าหมายส่งผลต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นอย่างยิ่ง เช่น ถ้าเราจะขายของให้กับเด็ก บรรจุภัณฑ์ก็ควรจะมีสีสันสดใสหรือมีลักษณะเป็นรูปการ์ตูนตามสมัยนิยมให้เด็กสนใจ และซื้อสินค้า แต่บางครั้ง เช่น ขายนมผงสำหรับทารก กลุ่มเป้าหมายก็ต้องเป็นแม่ หรือผู้ปกครองของเด็กซึ่งเป็นผู้ซื้อ ดังนั้นรูปแบบหรือการออกแบบก็แปรเปลี่ยนสภาพตามผู้บริโภค ในที่นี้ผู้เขียนได้เสนอกลุ่มเป้าหมายหลักเป็น 4 กลุ่ม คือ วัยเด็ก วันทำงาน วัยรุ่นหนุ่มสาว วัยชรา โดยลักษณะการออกแบบบรรจุภัณฑ์ก็จะแปรเปลี่ยนตามสถานะ แต่มีบางตำราแข่งกลุ่มผู้บริโภคตามปฏิริยาต่อนวัตกรรมเร็วช้าแตกต่างกัน การยอมรับในระยะแรกๆจะเป็นไปอย่างช้าๆ แล้วเพิ่มขึ้นในอัตราเพิ่ม หลังจากนั้นจะเพิ่มในอัตราลดจนกระทั่งทรงตัว แล้วการยอมรับจะลดลงในอัตรารต่ำ และเพิ่มอัตราลดเร็วขึ้นในตอนท้ายสุด ซึ่งจะสามารถแบ่งกลุ่มผู้ยอมรับได้ 5 ประเภท คือ

กลุ่มที่ 1 กลุ่มล้ำสมัย (Innovators) มีอยู่ประมาณ 2.5% ของจำนวนผู้บริโภคที่ยอมรับ ผลิตภัณฑ์ใหม่ไปใช้ เป็นผู้ที่มีลักษณะนิสัยชอบเสี่ยงชอบทดลองของแปลกใหม่ ชอบอยู่ในเมืองมากกว่าในชนบท เป็นผู้นำสังคม มีการศึกษาดี มีรายได้ดี มักมีอิทธิพลเหนือการตัดสินใจของบุคคลอื่น

กลุ่มที่ 2 กลุ่มนำสมัย (Early Adopters) มีอยู่ประมาณ 13.5% มีลักษณะเป็นผู้ที่มีหน้ามีตาในสังคม เป็นที่เคารพนับถือ มักเป็นผู้นำทางความคิดในกลุ่ม มีความพร้อมในการยอมรับสิ่งแปลกใหม่หลังจากที่ได้พิจารณาโดยรอบคอบ

กลุ่มที่ 3 กลุ่มทันสมัย (Early Majority) เป็นกลุ่มที่ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ไปใช้กลุ่มใหญ่ที่สุด เท่ากับกลุ่มที่ 4 มีประมาณ 34% เป็นผู้บริโภคที่ความละเอียดรอบคอบในการตัดสินใจ มีความพอใจที่ได้มีโอกาสใช้ผลิตภัณฑ์ใหม่ก่อนคนอื่น ๆ

กลุ่มที่ 4 กลุ่มตามสมัย (Late Majority) เป็นกลุ่มที่ใหญ่พอๆกับกลุ่มที่ 3 คือ 34% เป็นบุคคลช่างสงสัยจะรอจนแน่ใจจึงจะยอมรับ จะรอดูผลจากการนำไปใช้ของกลุ่มอื่นๆ เสียก่อน ต้องการพิสูจน์ยืนยันว่าดีจริงจึงจะตาม

กลุ่มที่ 5 กลุ่มล้ำสมัย มีประมาณ 16% เป็นกลุ่มอนุรักษ์นิยม ไม่ชอบการเปลี่ยนแปลง จะคบค้าสมาคมเฉพาะในกลุ่มที่มีความคิดเห็นแนวเดียวกัน จะยอมรับนวัตกรรมใดต่อเมื่อสิ่งนั้นมีการยอมรับจนกลายเป็นสิ่งปกติในชีวิตประจำวันทั่วไปเสียก่อน

การกำหนดอัตราร้อยละดังกล่าวของแต่ละกลุ่ม ไม่ใช่ตัวเลขตายตัว เป็นเพียงสัดส่วนที่จะแสดงให้เห็นภาพเปรียบเทียบจำนวนผู้ยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ในกลุ่มต่างๆ การแบ่งกลุ่มดังกล่าวเพื่อให้แนวคิดแก่เจ้าของผลิตภัณฑ์ใหม่ในการเลือกตลาดเป้าหมาย (ธานี, 2546.)

2.2 ข้อมูลเกี่ยวข้องเกี่ยวกับการออกแบบ

2.2.1 หลักการออกแบบ

2.2.1.1 ความมีเอกภาพ (Unity) ผลรวมของส่วนประกอบที่แตกต่างกัน การรวมตัวก็ต้องเป็นไปเพื่อสร้างเอกภาพ หรือสร้างสัมพันธ์ขององค์ประกอบให้เป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน ให้เกิดขึ้น โดยเกี่ยวข้องกับส่วนที่โดดเด่นและส่วนเสริม เพราะถ้าขาดซึ่งองค์ประกอบเสริมก็จะไม่สามารถสนับสนุนให้มีลักษณะที่มีความโดดเด่นเกิดขึ้นมาได้ และต้องไม่ใช้การนำส่วนประกอบมา แข่งกันเด่น ซึ่งจะเป็นการทำลายเอกภาพ นักออกแบบต้องมองให้ออกว่าสิ่งใดเด่น วางลง ตรงไหนจึงจะเด่นได้อย่างมีความหมายและน่าสนใจขึ้นด้วย (ศักดิ์ชัย, 2554)

2.2.1.2 เอกภาพ คือคุณลักษณะของส่วนรวมหรือเฉพาะหน่วยที่มีความเกี่ยวเนื่องสัมพันธ์กัน มีลักษณะใกล้เคียงกันหรือเข้าชุดกัน การจัดองค์ประกอบศิลป์ในงาน ออกแบบหรืองานจิตรกรรมควรจัดให้เป็นกลุ่มที่เชื่อมโยงกัน (Linking Object Together) จนเกิด เอกภาพซึ่งจะนำสายตาให้รวมอยู่ในภาพ

2.2.1.3 ความกลมกลืนและขัดแย้ง (Harmony and Contrast) การออกแบบ กลมกลืนเป็นการออกแบบด้วยการจัดองค์ประกอบที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน ไม่แตกต่างกันมากนัก มาจัดวางไว้ด้วยกัน ก่อให้เกิดความคล้ายคลึงกัน (Harmony or Balance Tones) เช่น การนำ รูปร่างวงกลมมาจัดวางกับรูปร่างแปดเหลี่ยม การมาใช้สีเหลือง ส้ม แดงในภาพเดียวกัน เป็นต้น ในทางตรงข้าม การนำองค์ประกอบที่มีลักษณะไม่คล้ายคลึงกันมาจัดวางไว้ด้วยกัน จะก่อให้เกิด ความขัดแย้ง เช่น การนำวงกลมมาวางคู่กับสามเหลี่ยม การใช้สีเหลืองกับสีม่วง ซึ่งเป็นสีคู่ตรงข้าม ในวงจรัส เป็นต้น ออกแบบขัดแย้งให้ความรู้สึกสนุกสนาน ไม่เป็นทางการ การลดหลั่น (Gradation) การออกแบบด้วยการจัดรูปร่าง รูปทรง น้ำหนักสี ตัวอักษร สัดส่วน ค่าน้ำหนักหรือ องค์ประกอบศิลป์ด้วยการลดหลั่นขนาด สัดส่วน และน้ำหนักความอ่อนเข้ม ก่อให้เกิดระยะใกล้ไกล ความลึก และการเคลื่อนไหว

2.2.1.4 ความสมดุล (Balance) หมายถึง ความเท่ากันจากการแบ่งการถ่วง น้ำหนักซ้ายขวาในความรู้สึก โดยเสมือนมีแกนสมมติแบ่งกึ่งกลางของภาพ ทั้งในแนวตั้งและ แนวนอน หรือจากแกนกลาง เป็นความสมดุลแบบสองข้างเท่ากัน (Symmetrical Balance หรือ Formal Balance) และความสมดุลแบบสองข้างเหมือนเท่ากัน (Asymmetrical Balance หรือ Informal Balance)

2.2.1.5 จังหวะ (Rhythm) เกิดจากการทำซ้ำ (Repetition) เป็นไปในลักษณะที่ เหมือนกันตลอด ถ้าเป็นไปในรูปแบบเดิมๆ ก็อาจทำให้เกิดความน่าเบื่อ จึงต้องมีความแตกต่าง (Variety) เข้ามาสอดแทรกเพื่อเปลี่ยนแปลงบ้าง แต่การเปลี่ยนแปลงถ้ามีมากเกินไป ก็อาจทำให้ไม่ เกิดการซ้ำและสูญเสียจังหวะในองค์ประกอบนั้นด้วย

2.2.1.6 สัดส่วน (Proportion) หมายถึง ความสัมพันธ์ของส่วนต่างๆ ในตัววัตถุเอง เป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับขนาด ไม่ว่าจะเป็นความสัมพันธ์ระหว่างส่วนกว้างกับส่วนยาว และการเทียบเคียงกับวัตถุอื่น สัดส่วน ขนาดที่สัมพันธ์ระหว่างสิ่งนั้นกับสิ่งอื่นๆ เช่น การนำส่วนต่างๆ มาจัดรวมกัน จำเป็นต้องมีการกำหนดขนาดของรูปร่าง ขนาดของรูปทรง ลักษณะและขนาดของพื้นผิวให้มีอัตราส่วนที่ส่งผลถึงการสื่อความที่ต้องการ

2.2.2 การออกแบบฉลากและป้ายสินค้า (Label & Tag Design)

ฉลาก (Label) และป้าย (Tag) คือ สิ่งพิมพ์บิงซ์ผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจจะสัมผัสผลิตภัณฑ์โดยตรงหรือปิดบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อแสดงชื่อ สถานภาพ ความเป็นเจ้าของ คุณลักษณะ เอกลักษณ์ คุณประโยชน์ วิธีใช้ ข้อมูล ภาพและตราสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ จึงเป็นเหมือนบัตรประจำสินค้าที่แสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์

คุณลักษณะของฉลากและป้ายจะเหมือนกันด้านประโยชน์ใช้สอย มีความต่างกันเล็กน้อย คือ ฉลาก เป็นสิ่งพิมพ์ติดอยู่กับบรรจุภัณฑ์ตลอดเวลา ในขณะที่ป้าย เป็นสิ่งพิมพ์ที่ผูกคล้องอยู่กับผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงความเด่นและแตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น อีกทั้งยังสามารถใช้ป้ายเป็นการช่วยพรได้อีกด้วย

การออกแบบฉลากและป้าย นอกจากจะมีหน้าที่หลักในการให้ข้อมูลสินค้าแล้วยังทำหน้าที่ส่งเสริมสินค้าให้เป็นสินค้าให้เป็นสินค้านี้หรือแบรนด์ (Brand) สร้างภาพลักษณ์ความน่าสนใจ และการจดจำสินค้า การออกแบบฉลากและป้ายควรสร้างจุดเด่นให้เกิดความแตกต่างจากสินค้าในลักษณะเดียวกัน เพื่อสร้างต้นทุนการผลิต คุณภาพการพิมพ์ที่เหมาะสมกับราคาสินค้า กลุ่มเป้าหมายและตำแหน่งสินค้า รวมถึงสินค้านิตเดียวกันแต่มีส่วนผสมต่างกัน เช่น แชมพูเหมือนกัน แต่มีส่วนผสมมะกรูด ว่านหางจระเข้ การออกแบบฉลากหรือป้ายควรให้มีความหลากหลายแต่มีเอกภาพ และควรเปลี่ยนฉลากและป้ายใหม่ตามเทศกาลหรือระยะเวลาที่เหมาะสมเพื่อสร้างภาพลักษณ์สินค้าให้ใหม่อยู่เสมอ

2.2.2.1 องค์ประกอบฉลากและป้ายสินค้า

การออกแบบฉลากและป้ายสินค้าควรคำนึงถึงองค์ประกอบดังต่อไปนี้

1) ชื่อและตราสินค้า (Brand) ควรออกแบบตัวอักษรให้มีลักษณะอ่านง่าย เช่น สินค้าที่เป็นขนมขบเคี้ยวควรออกแบบตัวอักษรและสีให้มีความสนุกสนาน ร่าเริง น่ารับประทาน สินค้าที่มีราคาแพงควรเป็นแบบเรียบง่าย มีรสนิยม

2) ข้อมูล (Information) ควรระบุข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์ให้ครบถ้วน ข้อมูลที่ฉลากสินค้า ประกอบด้วย ประเภทสินค้า คุณลักษณะสินค้า ลักษณะเด่น การใช้งาน การดูแลรักษาสินค้า การนำเสนอข้อมูลอาจระบุภาษาสากลหรือภาษาอื่นที่ตอบสนองการตลาดที่หลากหลาย เป็นต้น

3) ภาพประกอบและลวดลาย การออกแบบฉลากและป้ายจะมีภาพประกอบที่เกี่ยวข้องกับสินค้า ภาพผู้ผลิต การใช้สินค้า หรือวัตถุที่เป็นส่วนผสม รวมถึงลวดลายประดิษฐ์ (Graffiti) หรือลายเซ็นที่แสดงความเป็นเจ้าของ เพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

4) เครื่องหมาย เครื่องหมายที่ระบุบนฉลากหรือป้ายประกอบด้วยสัญลักษณ์การค้าหรือหน่วยงาน เครื่องหมายรับรองการค้าอาหารและยา รหัสสินค้า บาร์โค้ด ซึ่งควรออกแบบให้มีขนาดและจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม ไม่รบกวนข้อมูลสำคัญของสินค้า

2.2.3 การออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ (Packaging) คือ วัสดุห่อหุ้ม ปกป้อง ค้ำครองสินค้าให้มีคุณลักษณะและคุณสมบัติเหมือนเดิมมากที่สุดตั้งแต่แหล่งผลิตจนถึงผู้ใช้ อีกทั้งยังทำหน้าที่ให้ข้อมูลสินค้า และนำเสนอสินค้าให้สวยงามเพื่อดึงดูดใจผู้บริโภค

2.2.3.1 แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์นอกจากจะทำหน้าที่ปกป้องสินค้าให้ปลอดภัยและให้ข้อมูลสินค้าแก่ผู้บริโภคแล้ว ยังทำหน้าที่เป็นผู้นำเสนอสินค้าและโน้มน้าวใจให้ตัดสินใจซื้อสินค้า บรรจุภัณฑ์จึงได้รับการขนานนามว่าเป็น เซลแมนเงียบ (Silent Salesman) ทำหน้าที่เหมือนบุคคลที่ตอบข้อสงสัยเกี่ยวกับสินค้า เปิดโอกาสให้เห็นและสัมผัสสินค้าภายในกล่อง มีความสวยงามโดดเด่นและสะดวกในการจัดเรียงชั้นเพื่อเป็นการเชื่อเชิญผู้บริโภค การออกแบบบรรจุภัณฑ์จึงต้องคำนึงถึงลักษณะโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรง รูปทรงเหมาะสม ความเป็นไปได้ในการผลิตเชิงอุตสาหกรรม รวมถึงระบุข้อมูลสินค้าและกราฟิกที่สวยงามบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อสื่อสารและสร้างภาพพจน์ให้แก่สินค้าและผู้บริโภค

2.2.3.2 องค์ประกอบบรรจุภัณฑ์

1) โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ คือ รูปทรงกล่อง สิ่งห่อหุ้ม สิ่งมัดร้อยและค้ำครองผลิตภัณฑ์ให้ปลอดภัยไม่เสียหาย การออกแบบโครงสร้างควรคำนึงถึงรูปทรงที่เหมาะสม สะดวกต่อการใช้งาน การจัดวางเพื่อการขายปลีกและการเรียงชั้นเพื่อการขนส่ง ความสวยงาม การใช้วัสดุที่ประหยัดแต่ได้ประโยชน์สูงสุด ความเป็นไปได้ในการผลิต ความปลอดภัยต่อผู้ใช้และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2) กราฟิกบรรจุภัณฑ์ คือ ภาพ ลวดลาย ตัวอักษร และข้อมูลประกอบสินค้าที่อยู่ภายนอกบรรจุภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกและตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ควรบ่งชี้และให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ภายในและสร้างความสวยงาม เพิ่มมูลค่าสินค้าและดึงดูดใจผู้บริโภค

2.2.3.3 ข้อมูลเบื้องต้นที่ต้องคำนึงถึงในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1) สินค้า - ต้องมีข้อมูลสินค้าอย่างเพียงพอ ได้แก่ ประเภท คุณสมบัติ ขนาด รูปทรง ปริมาตร ส่วนประกอบหรือส่วนผสม การตรวจสอบคุณภาพ ข้อเสนอแนะ เพื่อจะได้นำมาออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์และสีสันทันอย่างเหมาะสม

2) ประโยชน์และความต้องการของผู้บริโภค - ได้แก่ ปริมาณการซื้อในแต่ละครั้ง การนำไปใช้ โอกาสในการเลือกซื้อ เพื่อให้สามารถออกแบบได้สอดคล้องกับความต้องการ สอดคล้องกับเทศกาล ซึ่งสามารถสนองความต้องการของผู้ซื้อและทำให้สินค้ามีความแตกต่าง หรือสร้างคุณประโยชน์ที่มากกว่าได้

3) ผู้รับรองคุณภาพสินค้า อาหาร ได้แก่ สถาบันที่ออกตรารับรองต่างๆ เช่น สถาบันมาตรฐานสินค้าอุตสาหกรรม สถาบันรับรองมาตรฐานคุณภาพ ISO สถาบันรับรองมาตรฐานสิ่งแวดล้อม สัญลักษณ์กลุ่มแม่บ้าน สัญลักษณ์ประจำจังหวัด สัญลักษณ์เทศกาล เป็นต้น

ในระบบการตลาดสมัยใหม่ บรรจุภัณฑ์มักจะถูกพิจารณาให้เป็น P ตัวที่ 5 ของ 4 P's Concept ทั้งนี้ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เป็นองค์ประกอบที่เข้าไปเกี่ยวข้องกับ P ทั้ง 4 ขององค์ประกอบทางการตลาด (Marketing Mix) อย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ กล่าวคือ บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ป้องกันผลิตภัณฑ์ (Product) ตั้งแต่ขบวนการผลิตจนกระทั่งผู้อุปโภคบริโภค ทำการแบ่งปริมาณของผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับผู้ใช้ พร้อมทั้งต้องสนองความต้องการจากการใช้ผลิตภัณฑ์ทั้งหมด บรรจุภัณฑ์ยังทำหน้าที่ก่อให้เกิดความสะดวกในการจัดส่ง (Place) ทำให้ลดต้นทุนในการขนส่ง และนำส่งผลิตภัณฑ์ไปยังจุดหมายได้ตามกำหนดในบริเวณที่ขาย (Point of Purchase) บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ส่งเสริมการขาย โดยการสื่อข้อมูล รายละเอียดเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ให้แก่ผู้ใช้ และยังเป็นสิ่งเร้าให้ผู้ซื้อทำการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อีกด้วย

นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ยังมีส่วนในการกำหนดราคาของผลิตภัณฑ์ (Price) ผลิตภัณฑ์ที่มีราคาสูงย่อมจะต้องบรรจุหีบห่อด้วยวัสดุที่มีค่า และตกแต่งอย่างสวยงามเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ให้สูงขึ้น

ด้วยเหตุนี้ การออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จึงต้องทำการวิเคราะห์และออกแบบพัฒนาไปพร้อมๆกับผลิตภัณฑ์ เพื่อสอดคล้องกับกลยุทธ์ทางการตลาดที่ได้วางไว้ เมื่อไรก็ตามที่ผู้ประกอบการมีความคิดที่ลดต้นทุนของบรรจุภัณฑ์ เป้าหมายแรกของการลดต้นทุนมักจะมุ่งไปสู่การลดน้ำหนักของวัสดุบรรจุภัณฑ์ แล้วถึงจะคำนึงถึงการลดคุณภาพ วิธีการลดต้นทุนดังกล่าวมักจะได้ผลตามต้องการแค่เป็นการหวังผลในระยะสั้น เพื่อการลดต้นทุนในระยะยาวและยังรักษาคุณภาพไว้ได้ใกล้เคียงเหมือนเดิม อย่างไรก็ตาม ไม่สามารถเจาะลึกไปสู่วัสดุบรรจุภัณฑ์ทุกชนิด หรือผลิตภัณฑ์หลายๆประเภท แต่ทว่าจุดมุ่งหมายเพื่อพยายามชี้แนะให้เห็นถึงวิธีการลดต้นทุนของผลิตภัณฑ์ พร้อมทั้งปรับปรุงคุณภาพและประสิทธิผลการทำงานของระบบบรรจุภัณฑ์ (สมพงษ์, 2550.)

2.2.4 การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสาร (Communicative Graphic Design)

ภาพกราฟิก (Graphic) ตรงกับรากศัพท์ภาษากรีกว่า Graphe หมายถึง ภาพหรืออักษรศิลป์ (Typography) ที่ออกแบบขึ้นเพื่อเป็นตัวแทนความคิดและสาร (Representation of Ideas and Messages) เพื่อสื่อสารไปยังผู้รับสาร

การออกแบบกราฟิกเพื่อการสื่อสารเชิงภาพ เป็นการศึกษากระบวนการสื่อสารองค์ประกอบการสื่อสาร ผู้ส่งสาร สื่อ ช่องทางและผู้รับสาร แล้วสร้างสรรค์ออกมาเป็นภาพวาดเส้น ภาพวาด ตัวอักษร ตัวเลข ลาดลาย ลายมือเขียน สัญลักษณ์ สี ฯลฯ เพื่อนำมาใช้ในการสื่อสารหรือเป็นผลงานศิลปะ

ภาพกราฟิกมักนำมาใช้ในการแจ้งข่าวสาร เช่น ภาพกราฟิก หัวจดหมาย ของจดหมาย กระดาษเขียนจดหมาย ป้ายบอกทาง ป้ายบอกสถานที่ ภาพการ์ตูน ตัวอักษร สัญลักษณ์ ภาพกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และงานสิ่งพิมพ์ รวมถึงใช้ในการจัดทำแผนที่และภาพไอคอนในคอมพิวเตอร์ เป็นต้น

2.2.4.1 แนวคิดการออกแบบกราฟิก

การออกแบบกราฟิกนอกจากจะเกี่ยวข้องกับความรู้ความสามารถทางศิลปะและการใช้คอมพิวเตอร์ในการสร้างภาพแล้ว การสื่อสารยังเกี่ยวข้องกับการรับรู้และการตีความของผู้รับสารที่มีความแตกต่างกันด้านภาษา เชื้อชาติ และวัฒนธรรมให้สามารถเข้าใจตรงกัน แต่ละสังคมจะมีกระบวนการรับรู้และตีความแตกต่างกัน การจะบอกว่าภาพนั้นหมายถึงอะไร ต้องการให้ผู้ดูปฏิบัติอย่างไร นักออกแบบจะต้องสื่อความหมายให้สามารถเข้าใจได้ถูกต้อง ชัดเจน และรวดเร็ว

การออกแบบเพื่อให้รับรู้ร่วมกันจึงมีข้อตกลงร่วมกันในเรื่องสี กล่าวคือ สีเหลืองสื่อความหมายถึงการเตือนให้ระวัง การเตรียมตัว สีแดงสื่อความหมายถึงการห้าม การบังคับ สิ่งอันตราย สีเขียวหมายถึงความปลอดภัย สีฟ้าหมายถึงการให้บริการสาธารณะ การบอกข่าว เช่น ป้ายสีเหลืองระวางไฟฟ้าแรงสูง ป้ายคาดสีแดงห้ามสูบบุหรี่ ป้ายสีเขียวทางหนีไฟ ป้ายสีฟ้าที่พักระหว่างทาง (Rest Area) เป็นต้น

การออกแบบกราฟิกเป็นการออกแบบเพื่อนำไปใช้ประโยชน์ในสังคม ทั้งด้านอุตสาหกรรม การพาณิชย์ การจราจร ที่อยู่อาศัย งานศิลปะ สิ่งพิมพ์ คอมพิวเตอร์และการสื่อสาร การออกแบบจึงควรออกแบบให้สื่อความหมายเข้าใจง่าย รวดเร็ว ชัดเจน ตอบสนองประโยชน์ใช้สอยอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ยังต้องคำนึงถึงความสวยงาม ความพึงพอใจและสุนทรียภาพที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมและผู้เกี่ยวข้อง เช่น การจัดทำป้ายในเขตโบราณสถาน สถานบันเทิง สถานที่พักตากอากาศ ควรให้รูปแบบภาพสอดคล้องกับพื้นที่ เป็นต้น

นักออกแบบสามารถสร้างผลงานให้เกิดความงามและประโยชน์ใช้สอย ผลงานการออกแบบไม่ว่าจะเป็นสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณา ประชาสัมพันธ์ กราฟิก บรรจุภัณฑ์ และสื่อ อินเทอร์เน็ต ต่างล้วนมีบทบาทในชีวิตประจำวันมากยิ่งขึ้น การออกแบบจึงมีความสำคัญยิ่งที่ต้อง ศึกษาหลักการออกแบบ การจัดองค์ประกอบศิลป์ สี และสัญลักษณ์ เพื่อนำหลักการดังกล่าวมาใช้ ในการออกแบบเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าและบริการ อีกทั้งสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจ แก่ผู้บริโภค

2.2.4.2 ความน่าสนใจและรูปแบบ

การสร้างความน่าสนใจสามารถสร้างได้ด้วยรูปแบบที่เป็นเอกลักษณ์ (Design Style) ที่เกิดจากความคิดสร้างสรรค์ตามลักษณะเฉพาะของตน เห็นได้จากการออกแบบ ของแต่ละเชื้อชาติและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกแบบแนวบาวเฮาส์ (Bauhaus Style) ที่มีแนวทางการออกแบบเรียบง่าย เน้นสุนทรียภาพและประโยชน์ใช้สอยกับการออกแบบแนวเมม ฟิส (Memphis Style) ที่เน้นรูปแบบสีสัน ลวดลายโฉบเฉี่ยวสะดุดตา ซึ่งทั้งสองแนวสร้างความ น่าสนใจและมีอิทธิพลต่อการออกแบบต่อมาในยุคปัจจุบัน

1) การออกแบบแนวบาวเฮาส์ (Bauhaus Style) เป็นแนวทางการ ออกแบบของกลุ่มนักออกแบบและสถาปนิกชาวเยอรมัน ในช่วงปี 1919-1933 ที่มีลักษณะเรียบ ง่าย รูปร่างเรขาคณิต การรับรู้ภาพส่วนรวมและเน้นประโยชน์ใช้สอยนำการออกแบบ (Form Follow Function) บาวเฮาส์ เป็นโรงเรียนศิลปะสถาปัตยกรรมที่เริ่มดำเนินการในเยอรมัน ช่วงปี ค.ศ.1919-1933 เพื่อสร้างงานออกแบบและพัฒนาการเรียนการสอนศิลปะ ความหมายของ คำว่า บาวเฮาส์ ในภาษาเยอรมันคือ สร้าง สื่อความถึง บ้านสถาปัตยกรรม ผลงานของสถาบันบาวเฮาส์ เป็นแนวคิดที่ทรงอิทธิพลยิ่งต่อนักออกแบบสถาปัตยกรรมสมัยใหม่ในยุคปัจจุบัน

2) การออกแบบแนวเมมฟิส (Memphis Style) การออกแบบแนว เมมฟิสเกิดขึ้นจากกลุ่มนักออกแบบและสถาปนิกชาวอิตาลี ในทศวรรษที่ 1980 ที่มีลักษณะ ผสมผสานระหว่างสี วัสดุ การจัดวางองค์ประกอบที่ไม่ยึดแนวสากล หรือระบบวิชาการ แต่เน้น ความหลากหลายของรูปร่าง รูปทรง วัสดุ ใช้กลุ่มสีตัดกันรุนแรงใช้เส้นเฉียง เส้นหยัก เส้นซิกแซก ควบคู่กับเส้นแนวระนาบ จัดองค์ประกอบแบบสมดุลซ้ายขวาไม่เหมือนกันทุกประการ เพื่อสร้าง ความรู้สึกเคลื่อนไหว แปลกใหม่ นอกจากนี้ การออกแบบของกลุ่มชนในท้องถิ่นยังมีรูปแบบที่เป็น ลักษณะเฉพาะของตนที่น่าสนใจอีกด้วย สมาชิกของกลุ่มเมมฟิสเป็นทั้งนักออกแบบและสถาปนิก ผลงานของกลุ่มจึงหลากหลาย ทั้งเฟอร์นิเจอร์ เครื่องแก้ว เครื่องปั้นดินเผา เครื่องประดับ สถาปัตยกรรมและออกแบบอุตสาหกรรม ผลงานที่มีลักษณะผสมผสานความหลากหลายของศิลปะ ศตวรรษที่ 20 มีรูปลักษณ์ไม่ปกติ เน้นการใช้สอยเชิงแฟชั่น และการสื่อความหมายมากกว่าที่จะ ยึดถือหลักการออกแบบทางวิชาการ การผลิตมักมีจำนวนจำกัด

แนวทางการออกแบบของกลุ่มเมฟิสจะมีลักษณะหลักหนึ่งแนวทางปกติที่ใช้กันทั่วไป นักออกแบบเลือกใช้สี ลวดลาย และวัสดุสีสดใสสะท้อนความสว่าง เป็นมันวาวด้วยวัสดุเคลือบผิวที่เป็นพลาสติกหรือลามิเนท กล้าใช้สีสันตักันรุนแรง มีการนำวัสดุหลากหลายมาใช้ ออกแบบ แรงผลักดันแนวคิดของกลุ่มเมฟิสมาจากอิทธิพลของศิลปะอาร์ตเดโค (Art Deco) และศิลปะประชานิยม (Pop Art) ในทศวรรษ 1950 กลุ่มเมฟิสออกแบบงานศิลปะด้วยการก้าวข้ามหลักการออกแบบสร้างกระแสสำคัญในวงการออกแบบของอิตาลีในทศวรรษ 1980 จนกลุ่มล่มสลายไปในปี 1988 แต่แนวคิดและอิทธิพลยังคงดำรงอยู่จนปัจจุบันนี้ (ศักดิ์ชัย, 2554)

2.2.5 การออกแบบหีบห่อ (Package Design)

การออกแบบหีบห่อ เป็นผลงานที่สะท้อนให้เห็นความเปลี่ยนแปลงไปอันเนื่องมาจากอิทธิพลของแนวความคิดทางศิลปะ วัฒนธรรม และวิถีชีวิต รวมไปถึงการสร้างภาพประกอบ การออกแบบหีบห่อก็ได้รับอิทธิพลมาจากศิลปะ ภาพยนตร์ และแฟชั่น เป็นองค์ประกอบหนึ่งของการตลาดของสินค้านั้น ไม่ว่าสินค้าใดที่ต้องการเข้าสู่ตลาด นั้นหมายความว่า การแข่งขันได้เกิดขึ้น แข่งขันเพื่อให้เป็นที่รู้จัก แข่งขันเพื่อเรียกร้องความสนใจ แข่งขันเพื่อให้ขายได้ แข่งขันเพื่อให้มียอดจำหน่าย แข่งขันเพื่อให้ยอดขายเพิ่ม แข่งขันเพื่อแย่งส่วนแบ่งหรือครอบครองตลาดซึ่งเพียงแค่เริ่มเข้าสู่ตลาดการแข่งขัน หากลักษณะของรูปแบบหีบห่ออันเป็นด่านแรกต้องเรียกร้องความสนใจได้ ส่วนผลสมการตลาดอื่นๆไม่ว่าจะเป็นการโฆษณาและการส่งเสริมการขายก็จะราบรื่นขึ้น

หีบห่อ หรือ บรรจุภัณฑ์ หมายถึงรูปแบบวัตถุภายนอกที่ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ภายในให้ปลอดภัย สะดวกต่อการขนส่ง เอื้ออำนวยให้เกิดผลประโยชน์ในทางการค้าและการบริโภค

2.2.5.1 ประโยชน์และหน้าที่สำคัญของบรรจุภัณฑ์ จึงได้แก่

- 1) เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจจะเกิดขึ้นกับสินค้าที่บรรจุอยู่ภายใน
- 2) มีความเหมาะสมและอำนวยความสะดวกในการใช้งาน
- 3) ช่วยชักจูงใจในการซื้อสินค้า
- 4) ช่วยเพิ่มผลกำไร
- 5) บทบาทหน้าที่ทางการตลาด
- 6) การบรรจุและคุ้มครองป้องกัน
- 7) การบ่งชี้ผลิตภัณฑ์
- 8) การอำนวยความสะดวกในแง่การผลิตและการตลาด
- 9) การดึงดูดความสนใจผู้บริโภค
- 10) การค้ำค่าทางเศรษฐกิจ

2.2.5.2 ลักษณะของหีบห่อหรือบรรจุภัณฑ์

นักออกแบบหีบห่อ จำเป็นต้องมีข้อมูลเกี่ยวกับตัวสินค้าเท่าที่จะสามารถทำงานได้ เช่น การวางเป้าหมายของตราสินค้า บุคลิกภาพของสินค้า การแข่งขันทางการตลาด การจัดจำหน่าย ฯลฯ การออกแบบหีบห่อที่ดีต้องสามารถแสดงให้เห็นการตัดสินใจตามข้อมูลที่ได้รับมา ประกอบกับประสบการณ์การทำงานและทักษะฝีมือในการออกแบบหีบห่อให้ได้ตามวัตถุประสงค์

งานออกแบบจึงสะท้อนให้เห็นถึงมุมมองของนักออกแบบและแสดง มุมมองนั้นโดยใช้อุปกรณ์ประกอบทางศิลปะทั้งหมด หรือบางส่วน เช่น งานออกแบบโครงสร้างจะใช้ รูปทรงใด ทำหน้าที่ใด ใช้วัสดุใด เพื่อสามารถปกปิด หรือห่อหุ้มได้ และงานออกแบบกราฟิกที่หีบ ห่อจะจัดวางตำแหน่งของตราสินค้า/เครื่องหมายการค้า การจัดวางตัวอักษรข้อความต่างๆ การใช้ ภาพต่างๆ และสี ซึ่งงานออกแบบโครงสร้างและการออกแบบกราฟิกบนหีบห่อเป็นงานซึ่งไม่ สามารถแยกกันได้ ตัวอย่างเช่น การออกแบบฉลากปิดจะทำได้อย่างไร ถ้าไม่รู้ขนาดหรือรูปร่างของ หีบห่อหรือลักษณะของบรรจุภัณฑ์ (ธารทิพย์, 2550)

2.2.6 การออกแบบฉลาก และป้ายสินค้า (Label & Tag Design)

ฉลาก (Label) และป้าย (Tag) คือ สิ่งพิมพ์ป้องกันผลิตภัณฑ์ ซึ่งอาจจะสัมผัสผศบต ภัณฑ์โดนตรงหรือปิดบนบรรจุภัณฑ์ เพื่อแสดงชื่อ สถานภาพ ความเป็นเจ้าของ คุณลักษณะ เอกลักษณ์ คุณประโยชน์ วิธีใช้ ข้อมูล ภาพและตราสัญลักษณ์ที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ จึงเป็น เสมือนบัตรประจำสินค้าที่แสดงข้อมูลผลิตภัณฑ์

คุณลักษณะของฉลากและป้ายจะเหมือนกันด้านประโยชน์ใช้สอย มีความแตกต่าง กันเล็กน้อย คือ ฉลาก เป็นสิ่งพิมพ์เสริมที่ผูกคล้องอยู่กับผลิตภัณฑ์เพื่อแสดงความเด่น และ แตกต่างจากผลิตภัณฑ์อื่น อีกทั้งยังสามารถใช้ป้ายเป็นการดอวยพรได้อีกด้วย

2.2.6.1 แนวคิดการออกแบบฉลากและป้ายสินค้า

นอกจากจะมีหน้าที่หลักในการให้ข้อมูลสินค้าแล้ว ยังทำหน้าที่ส่งเสริม สินค้าให้เป็นสินค้ามีชื่อหรือแบรนด์ (Brand) สร้างภาพลักษณ์ ความน่าสนใจ และการจดจำสินค้า การออกแบบฉลากและป้ายควรสร้างจุดเด่นให้เกิดความแตกต่างจากสินค้าในลักษณะเดียวกัน เพื่อ สร้างการจดจำและจำแนกสินค้า นอกจากนี้ควรคำนึงถึงต้นทุนการผลิต คุณภาพการพิมพ์ที่ เหมาะสมกับราคาสินค้า กลุ่มเป้าหมายและตำแหน่งสินค้า รวมถึงสินค้าชนิดเดียวกันแต่มีส่วนผสม ต่างกัน การออกแบบฉลากและป้ายควรให้มีความหลากหลายแต่มีเอกภาพ และควรเปลี่ยนฉลาก และป้ายใหม่ตามเทศกาลหรือระยะเวลาที่เหมาะสม เพื่อสร้างภาพลักษณ์สินค้าให้ใหม่อยู่เสมอ

2.2.6.2 องค์ประกอบของฉลากและป้ายสินค้า

1) ชื่อและตราสินค้า (Brand) ควรออกแบบตัวอักษรให้มีลักษณะเฉพาะที่สัมพันธ์กับผลิตภัณฑ์ มีความโดดเด่น ชัดเจน เหมาะสม อ่านง่าย

2) ข้อมูล (Information) ควรระบุข้อมูลสำคัญของผลิตภัณฑ์ให้ครบถ้วน ข้อมูลที่ฉลากสินค้าประกอบด้วย ประเภทสินค้า คุณลักษณะสินค้า ลักษณะเด่น การใช้งาน การดูแลรักษาสินค้า ข้อควรระวัง ส่วนผสม กลุ่มผู้ใช้ที่เหมาะสม ภูมิหลัง ประวัติสินค้า การนำเสนอ ข้อมูลอาจจะระบุภาษาสากลหรือภาษาอื่นที่ตอบสนองการตลาดที่หลากหลาย เป็นต้น

3) ภาพประกอบและลวดลาย การออกแบบฉลากและป้ายจะมีภาพประกอบที่เกี่ยวข้องกับสินค้า ภาพผู้ผลิต การใช้สินค้า หรือวัตถุที่เป็นส่วนผสม รวมถึงลวดลายประดิษฐ์ (Graffiti) หรือลายเซ็นที่แสดงความเป็นเจ้าของ เพื่อสร้างความเข้าใจระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภค

4) เครื่องหมาย เครื่องหมายที่ระบุบนฉลากหรือป้ายประกอบด้วย สัญลักษณ์การค้า หรือหน่วยงาน เครื่องหมายรับรองการค้าอาหารและยา รหัสสินค้า บาร์โค้ด ซึ่งควรออกแบบให้มีขนาดและจัดวางในตำแหน่งที่เหมาะสม ไม่รบกวนข้อมูลสำคัญของสินค้า

ฉลากและป้ายเป็นสิ่งพิมพ์ประกอบบรรจุภัณฑ์ที่เปรียบเสมือนบัตรประจำตัวสินค้าที่แสดงชื่อ คุณลักษณะ คุณประโยชน์ ข้อมูลสำคัญและภาพที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ซึ่งนอกจากจะเป็นสิ่งพิมพ์ที่สะดวกในการจัดพิมพ์และราคาประหยัดแล้ว ยังเป็นการเพิ่มมูลค่าสินค้า สร้างรสนิยม ตำแหน่งทางการตลาดและความน่าเชื่อถือให้แก่ผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี

2.2.7 การออกแบบเครื่องหมายและสัญลักษณ์

เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์เป็นภาพ ตัวอักษร ลายเส้น หรือภาพกราฟิกที่ออกแบบขึ้นให้มีลักษณะเรียบง่าย สวยงามและเหมาะสม โดยมีลักษณะเฉพาะตนเพื่อสื่อความหมายถึงบุคคล องค์กร โครงการหรือกิจกรรม เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ยังเป็นตัวแทนของเจ้าของเครื่องหมายที่สร้างภาพลักษณ์ ความน่าเชื่อถือ คุณลักษณะ และการรับรองที่สร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคอีกด้วย

การออกแบบเครื่องหมายมีกระบวนการออกแบบเริ่มจากความต้องการที่จะส่งสารสู่ผู้รับสาร หลังจากนั้นจะค้นหาสื่อเพื่อใช้เป็นตัวแทนในการส่งสารว่าคืออะไร เมื่อได้สื่อแล้วจึงออกแบบให้เกิดความสวยงาม เรียบง่ายต่อการรับรู้อย่างรวดเร็ว

2.2.7.1 ประเภทสัญลักษณ์

การออกแบบเครื่องหมายและสัญลักษณ์มีรูปแบบหลากหลายในการออกแบบ และการสื่อความหมาย สามารถจำแนกประเภทของสัญลักษณ์ได้ดังนี้

1) Symbols เป็นเครื่องหมายประเภทภาพที่ไม่มีตัวอักษรประกอบ มักเป็นภาพที่ใช้สื่อความหมายที่มีนัยทางสัญลักษณ์บอกถึงที่มา แนวคิดของหน่วยงาน สถาบัน องค์กร บริษัท

2) Pictographs เป็นภาพที่ใช้สื่อสารแทนตัวอักษรหรือภาษาพูด การสื่อความหมายจะตรงไปตรงมา รวดเร็ว ไม่ซับซ้อนหรืออ่อนนัยที่จะต้องตีความมากเกินไป เช่น ภาพบอกทิศทางการคมนาคม การจราจร ภาพข้างกล่องบรรจุภัณฑ์ที่บอกวิธีใช้ ภาพสถานที่สาธารณะ เป็นต้น ภาพที่ใช้สื่อสารยังสามารถจำแนกเป็นภาพที่ใช้ในพื้นที่และวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกัน เช่น การให้บริการสาธารณะ (Public Service) พื้นที่อนุญาต (Concessions) พื้นที่สำหรับดำเนินการกิจกรรม (Processing Activities) และพื้นที่ควบคุมหรือต้องห้าม (Regulations) เป็นต้น

3) Letter Marks เป็นเครื่องหมายตัวอักษรย่อที่นำตัวอักษรตัวแรกออกมาจากคำเต็มของชื่อองค์กร ชื่อหน่วยงาน หรือชื่อรุ่นสินค้า เวลาอ่านมักอ่านทีละตัวอักษร ไม่อ่านเป็นคำ เช่น S&P เป็นต้น

4) Logos เป็นเครื่องหมายตัวอักษรที่เป็นคำอ่านออกเสียงได้ตามหลักภาษา เครื่องหมายโลโก้มีเฉพาะตัวอักษรหรือลวดลายประดับบ้างแต่ไม่มีภาพประกอบ

5) Combination Marks เป็นเครื่องหมายที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างภาพและตัวอักษร โดยภาพและตัวอักษรจะสื่อความหมายสัมพันธ์เป็นแนวคิดเดียวกัน

6) Trademarks เป็นเครื่องหมายที่ออกแบบแล้วนำไปใช้เพื่อประโยชน์ทางการค้า ซึ่งส่วนมากแล้วจะไปจดทะเบียนเครื่องหมายการค้า เพื่อป้องกันการลอกเลียนแบบสังเกตได้จากจะมีเครื่องหมาย ® หรือ Registered หรือ TM หรือ Trade Mark ประกอบภาพเครื่องหมายการค้าอยู่ด้วย

2.2.7.2 การสร้างสรรค์สัญลักษณ์

ผู้ออกแบบสามารถสร้างสรรค์สัญลักษณ์ได้หลายวิธีการ การออกแบบโดยใช้หลักการจัดองค์ประกอบศิลป์เป็นหลักสำคัญที่นำมาช่วยในการออกแบบได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ยังสามารถใช้รูปแบบการแสดงออกของภาพในระดับรูปธรรมจนถึงนามธรรม เพื่อสร้างการรับรู้และการสื่อความหมายที่แตกต่างกัน ดังนี้

1) ภาพเหมือนจริง (Exact Picture) เป็นเครื่องหมายที่ใช้ภาพจริงหรือเสมอเหมือนจริง เช่น ภาพถ่าย ภาพเขียนลายเส้นที่มีลักษณะเหมือนจริง เพื่อให้สื่อสารได้ง่าย มักใช้กับหน่วยงานหรือสินค้าทั่วไปในระดับมวลชน

2) ภาพดัดแปลง (Altered Picture) เป็นเครื่องหมายที่เกิดจากการดัดแปลงภาพเหมือนจริงด้วยการสร้างสรรค์ศิลปะของนักออกแบบ เช่น การออกแบบรูปแบบพื้นสลับกัน การทำภาพเงาดำ (Silhouette) หรือจากเทคนิคของคอมพิวเตอร์หรือจากการขยายเม็ดสกรีนภาพทางการพิมพ์ เพื่อสร้างลักษณะเฉพาะของภาพให้แตกต่างไปจากภาพเหมือนจริง มักใช้กับหน่วยงานหรือสินค้าประเภทของที่ระลึก สิ่งบันเทิงและผลิตภัณฑ์สวยงาม

3) ภาพลายเส้นอย่างง่าย (Simplified Picture) เป็นเครื่องหมายที่เกิดจากการใช้ลายเส้นทอดออกมาเป็นภาพเรียบง่าย ลดทอนรายละเอียดของภาพเหมือนจริงออกไป ลักษณะภาพจะเป็นกราฟิกที่แสดงแต่ส่วนสำคัญของภาพ การสื่อสารและการจดจำเครื่องหมายจะรวดเร็วขึ้น

4) ภาพเสียง (Phonic Name) เป็นเครื่องหมายที่ใช้คำหรือโลโก้ที่สามารถอ่านออกเสียงตามหลักภาษาได้ เพื่อมุ่งให้เกิดการอ่านออกเสียงได้

5) ภาพอักษร (Letters Only) เป็นเครื่องหมายที่ใช้ตัวอักษร Letter Mark ต้องการสื่อให้อ่านตัวอักษรทีละคำ ไม่อ่านเป็นคำ

6) ภาพนามธรรม (Abstract) เป็นเครื่องหมายที่นักออกแบบดัดแปลงหรือลดทอนรูปภาพเหมือนจริงจนเป็นภาพนามธรรมที่แฝงความหมาย สามารถทำความเข้าใจได้โดยไม่ต้องตีความมากนัก

2.2.7.3 หลักการออกแบบสัญลักษณ์

หลักการออกแบบสัญลักษณ์เป็นเครื่องหมายบ่งชี้บุคคล องค์กร หน่วยงาน และสินค้าที่สร้างลักษณะเฉพาะตน การออกแบบสัญลักษณ์จึงมีความหมายและคุณค่าซ่อนอยู่เสมอ ผู้ออกแบบจึงควรคำนึงถึงหลักการออกแบบสัญลักษณ์ที่สำคัญ ดังนี้

1) สุนทรียภาพ สัญลักษณ์ควรมีลักษณะทางความงามเพื่อสร้างคุณค่าและความพึงพอใจ

2) ยุคสมัย สัญลักษณ์เป็นสื่อที่มีกาลเวลา อายุ และประวัติ การออกแบบสัญลักษณ์จึงควรคำนึงยุคสมัยของการออกแบบว่าต้องการใช้เครื่องหมายมีรูปแบบที่อยู่ในช่วงสมัยใด เช่น ดั้งเดิม ทันสมัย ทั่วไป และยุคเทคโนโลยี เป็นต้น

3) ท้องถิ่นและชนชาติ สัญลักษณ์เป็นสื่อที่แสดงถึงความเป็นตัวตนของบุคคลและองค์กร จึงมีลักษณะของความเป็นชุมชน ท้องถิ่น และชนชาติ เช่น กลุ่มสินค้าโอท็อป ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคตะวันออก ภาคใต้ สินค้าจากต่างประเทศ เป็นต้น

4) ความหลากหลาย สัญลักษณ์ที่ออกแบบแล้วสามารถปรับรูปแบบให้มีความหลากหลายในการแสดงออก หรือสามารถใช้ในโอกาสต่างๆได้ หรือผลิตเป็นสื่อที่หลากหลาย เช่น ผลิตเป็นป้ายไฟ ป้ายโลหะ การนำไปพิมพ์เป็นลวดลายผ้า และการจัดทำเป็นของที่ระลึก เป็นต้น

การออกแบบสัญลักษณ์เป็นศาสตร์การออกแบบสื่อสารที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่งต่อบุคคลหรือองค์กร ในการออกแบบเครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ของหน่วยงาน โครงการหรือกิจกรรมเพื่อสื่อสารถึงผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายให้รับทราบ จดจำและสร้างภาพลักษณ์ได้เป็นอย่างดี ทั้งนี้ การออกแบบจำเป็นต้องอาศัยหลักการออกแบบศิลปะ ทฤษฎีสี ความคิดสร้างสรรค์ รสนิยมและวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น เพื่อให้การออกแบบสามารถสื่อสารได้ถูกต้อง สวยงาม และได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางต่อไป

2.3 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) คือ กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการตลาด ในการใช้วัสดุชนิดใดชนิดหนึ่งมาสร้างภาชนะบรรจุหรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ปกป้องความเสียหายของผลิตภัณฑ์รักษาคุณภาพ เกิดความสะดวกในการใช้สอย สะดวกในการขนส่งและเพื่อการสื่อสารต่างๆ และการตลาด โดยมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม โดยการใช้ทั้งศาสตร์ ศิลปะ และเทคโนโลยีร่วมกัน

การบรรจุภัณฑ์อาจเกิดขึ้นได้ในทุกระดับของธุรกิจ ผู้ผลิตต้องมีการบรรจุภัณฑ์ให้เรียบร้อยก่อนออกจากโรงงานเพื่อป้องกันไม่ให้สินค้าเสียหาย คลังสินค้าต้องการบรรจุภัณฑ์ เพื่อความสะดวกในการส่งมอบ สะดวกในการขนส่ง พ่อค้าส่งต้องการบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดส่งสินค้าตามที่ลูกค้าสั่ง พ่อค้าปลีกต้องมีบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้าสามารถนำกลับบ้านได้ รวมทั้งต้องการบรรจุภัณฑ์เพื่อช่วยเรียกร้องความสนใจจากลูกค้า

ผลิตภัณฑ์ที่จำหน่ายอยู่ในท้องตลาดในปัจจุบัน จะมีบรรจุภัณฑ์ที่สวยงาม ลักษณะแปลกใหม่ ทั้งรูปทรง วัสดุ และเทคโนโลยีการบรรจุหีบห่อ ผู้บริโภคเกิดความคุ้นเคยกับความสวยงามและสะดวก ที่บรรจุภัณฑ์ใหม่ของผลิตภัณฑ์เอื้ออำนวยให้ ผู้จำหน่ายต่างนำบรรจุภัณฑ์มาใช้เป็นเครื่องมือในการแข่งขันอย่างมากในตลาดผู้บริโภค จนกระทั่งนักการตลาดหลายท่านมีความเห็นว่าบรรจุภัณฑ์น่าจะเป็น P ตัวที่ 5 ใน Marketing Mix

2.3.1 หน้าที่หลักของบรรจุภัณฑ์

ความต้องการใช้บรรจุภัณฑ์ในสมัยก่อน คือ ความสามารถในการเก็บรักษาสินค้าให้คงสภาพในระยะเวลาหนึ่งหรือจนกว่าจะนำไปใช้ เช่น การเก็บรักษาอาหาร ต่อมาตลาดของสินค้ากระจายกว้างขวางขึ้น จึงเกิดความต้องการบรรจุภัณฑ์เพื่อความสะดวกในการส่งมอบต่อลูกค้า เพื่อความปลอดภัยในการขนส่งและเพื่อมีขีดความสามารถแข่งขันมากขึ้น บรรจุภัณฑ์จึงมีบทบาทในด้านการส่งเสริมการตลาด การเลือกบรรจุภัณฑ์ เริ่มเน้นเรื่องความสวยงาม สะดุดตา เรียกร้องความสนใจได้ดีกว่า ตลอดจนพิจารณาถึงความสะดวกในการนำไปใช้

1. การรับรองสินค้า (Contain) บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่รองรับสินค้า ให้รวมกันเป็นกลุ่มและหมวดหมู่ หรือตามรูปร่างของภาชนะ ทำให้สะดวกในการเก็บรักษา ขนส่ง และการบริโภค

2. การปกป้องผลิตภัณฑ์ (Protection) บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่รักษาสภาพสินค้า ให้คงอยู่ในสภาพที่ดี และป้องกันคุ้มครองสินค้าที่อยู่ภายในจากความเสียหายด้วยเหตุต่างๆ ทั้งจากสภาพแวดล้อม มนุษย์ สัตว์ การขนส่งโยกย้าย เพื่อให้สินค้าคงสภาพเดิมเหมือนเมื่อออกจากแหล่งผลิต หรือโรงงานได้มากที่สุด มิให้เกิดการขีดข่วน ยุบ สลาย แตกหัก เสียรูป รั่วซึม ระเบิด สูญหาย ถูกลักขโมย ชนสนิม วัตถุประสงฆ์พื้นฐานในการนำบรรจุภัณฑ์มาใช้กับผลิตภัณฑ์ใดๆ คือ การป้องกันมิให้ผลิตภัณฑ์นั้นเกิดความเสียหายขึ้นจากสาเหตุต่างๆ จะมีความเสียหายที่จะเกิดกับผลิตภัณฑ์ได้ 2 ลักษณะ คือ เสียหายทางกายภาพ เสียหายทางเคมี

3. เคลื่อนย้ายได้ (Handling) บรรจุภัณฑ์ช่วยรักษาคุณภาพของสินค้าให้คงเดิมโดยสะดวก เช่น ถ้าใส่กล่องต้องเป็นกล่องที่มีหูหิ้วหรือช่องสำหรับสอดมือหรือจับยกได้สะดวก น้ำหนักของบรรจุภัณฑ์ไม่หนักมากเกินไปจนทำให้ยกหรือขนย้ายไม่สะดวก

4. การรักษา (Preserve) บรรจุภัณฑ์ช่วยรักษาคุณภาพของสินค้าให้คงเดิมตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงมือผู้บริโภคคนสุดท้าย รวมทั้งในระหว่างการใช้งานของผู้บริโภคด้วย เช่น สินค้าประเภทอาหาร บรรจุภัณฑ์จะต้องทำหน้าที่ถนอมและช่วยรักษาคุณภาพ ให้คงมีคุณภาพได้ในระยะเวลาหนึ่ง ในขณะที่ผู้บริโภคยังใช้สินค้าไม่หมด โดยที่บรรจุภัณฑ์อาจมีคุณสมบัติในการรักษาสินค้า ที่เก็บไว้ในอุณหภูมิห้องปกติ หรืออาจมีการใช้ระบบควบคุมอุณหภูมิเข้ามาช่วย

5. การขนส่ง (Transportation) บรรจุภัณฑ์ช่วยทำให้การส่งสินค้าไปยังแหล่งตลาด เป็นไปด้วยความสะดวกรวดเร็ว ปลอดภัย ใช้ต้นทุนที่เหมาะสม เช่น การใช้ตู้คอนเทนเนอร์ในการขนส่งสินค้าจำนวนมากไปยังระยะทางไกลๆ รวมทั้งการใช้บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งแบบต่างๆ เช่น กล่อง ลัง กระบะ ฯลฯ การขนส่งสินค้าออกสู่ตลาดมีหลายวิธีและใช้พาหนะแตกต่างกัน รวมทั้งระยะทางที่ต้องส่งย่อมหมายถึงความคงทน แข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ที่ปกป้องสินค้า ใน

ระหว่างการขนส่งให้ปลอดภัยได้ดีเพียงไร วิธีการเคลื่อนย้ายสินค้าด้วยอุปกรณ์แตกต่างกันจะเกิดผลเสียหายต่อผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน ดังนั้น กิจการจึงต้องคำนึงถึงวิธีการขนส่งที่ใช้ เพื่อพิจารณาเปรียบเทียบผลเสียที่จะเกิดขึ้นให้น้อยที่สุด รวมทั้งความประหยัดในการขนส่งด้วย ปัจจัยเรื่องสภาพดินฟ้าอากาศเป็นสิ่งที่ต้องพิจารณาประกอบด้วย

6. เอกลักษณ์ของตัวเอง บรรจุภัณฑ์ต้องมีเอกลักษณ์ของตัวเอง เพื่อให้ผู้บริโภคแยกแยะได้ว่าผลิตภัณฑ์แต่ละชนิดไม่เหมือนกัน

7. สร้างความสะดวก ใช้บรรจุภัณฑ์ที่เปิดปิดง่าย เอื้ออำนวยความสะดวกในการนำไปใช้ประโยชน์ในภายหลัง สามารถนำไปตั้งโชว์ขายได้ทั้งบรรจุภัณฑ์นั้นๆ แยกหน่วยขายได้ง่ายหรือเพิ่มยอดขายด้วยหีบห่อรวม (Multi-Packs) ในโรงงานผลิตสินค้า บรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความสะดวกและช่วยลดค่าใช้จ่ายในการผลิตได้จากการที่สามารถเชื่อมต่อเข้าไปในขบวนการผลิต หรือสามารถขึ้นรูปได้ทันที และด้วยวิธีการบรรจุต่อเนื่องได้ เวลาเคลื่อนย้ายหรือนำมาเก็บรักษาไว้ก่อนใช้งาน พับเก็บเรียงซ้อนได้ ม้วนได้ จะทำให้สามารถลดต้นทุนการผลิตได้มาก

8. ดึงดูดความสนใจ (Attractiveness) หน้าที่หลักที่สำคัญของบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์ที่ขายในร้านค้าสมัยใหม่ ซึ่งไม่มีพนักงานขาย บรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่แทนพนักงานขาย กล่าวคือ ในร้านค้ารูปแบบเดิม พนักงานขายจะทำหน้าที่ชักจูงผู้บริโภคให้สนใจผลิตภัณฑ์ โดยการอธิบายสรรพคุณของผลิตภัณฑ์นั้น แต่ในร้านค้าสมัยใหม่ บรรจุภัณฑ์ต้องทำหน้าที่ในการเรียกร้องความสนใจจากผู้ซื้อให้เดินเข้ามาหาผลิตภัณฑ์นั้น

9. ช่วยสื่อสารการตลาด (Communication) บรรจุภัณฑ์ที่นำมาใช้บรรจุหีบห่อผลิตภัณฑ์ทุกชนิด ย่อมจะมีพื้นที่บนบรรจุภัณฑ์นั้น ซึ่งสามารถนำมาใช้ประโยชน์ทางการสื่อสารข้อมูลต่างๆกับผู้ซื้อได้ ด้วยตราสินค้า (Brand) เพื่อจะสื่อให้ทราบว่าผลิตภัณฑ์นั้นมาจากใคร และมีคุณภาพระดับใด สามารถอธิบายคุณสมบัติของผลิตภัณฑ์ได้ บอกวิธีการใช้ บอกส่วนประกอบต่างๆของผลิตภัณฑ์ได้ บอกปริมาณบรรจุ อายุการใช้งาน ค่าเตือน รวมทั้งสร้างรูปภาพเพื่ออธิบายถึงตัวผลิตภัณฑ์ด้วยสิ่งที่เรียกว่า ฉลาก (Label) การขายสินค้าในปัจจุบัน นิยมใช้ระบบ Self-service มากขึ้น ดังนั้น ผู้ซื้อจะแสวงหาข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อประกอบการตัดสินใจซื้อจากรายละเอียดที่ปรากฏบนฉลากหรือบนหีบห่อเหล่านั้น

10. ช่วยส่งเสริมการตลาด (Promotion) ผลิตภัณฑ์ต่างๆ เมื่อนำมาใช้ในภาชนะบรรจุที่ออกแบบแตกต่างกัน ใช้วัสดุแตกต่างกัน จะให้ภาพพจน์ในด้านคุณค่า (Value) ของผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน สื่อสำเร็จรูปที่ไม่มีหีบห่อวางกองไว้ขาย สื่อที่ใส่ช่อง สื่อที่ใส่กล่อง ให้ความรู้สึกแก่ผู้ซื้อแตกต่างกันในคุณค่าของสินค้านั้น การใส่ขวด ตลับ หลอด หรือซอง สำหรับผลิตภัณฑ์ที่เป็นของเหลว เป็นครีม ให้คุณค่าที่แตกต่างกันเช่นกัน หรือระหว่างขวดแก้ว กับขวดพลาสติก อาหารที่ใส่จานกระเบื้อง จานพลาสติก หรือสังกะสี ย่อมให้ความรู้สึกถึงคุณค่าของอาหาร

งานนั้นแตกต่างกัน ดังนั้น จะเห็นได้ว่าบรรจุภัณฑ์ช่วยเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์เหล่านั้นได้ ทำให้จำหน่ายได้ราคาสูงขึ้น

การเพิ่มคุณค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้ด้วยการบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ย่อมจะนำมาซึ่งการเพิ่มกำไรแก่กิจการด้วย จากการสามารถจำหน่ายได้ในราคาที่สูงขึ้น การประหยัดที่เกิดขึ้นจากการขนส่ง การประหยัดที่เกิดขึ้นจากการลดการสูญเสียต่างๆได้ และสามารถยืดอายุการจำหน่ายได้เพิ่มอุปสงค์ในสินค้าได้เพิ่มขึ้น ขยายตลาดให้ใหญ่ขึ้น กระจายกว้างขวางขึ้นได้

ความสะดวกของบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งจูงใจให้เกิดการซื้อสินค้าในปริมาณเพิ่มขึ้นได้ ทั้งในเรื่องความสะดวกในการหยิบใช้ การนำติดตัวไป หรือการเปลี่ยนสถานที่ใช้สินค้าได้สะดวกขึ้น เช่น นมบรรจุกล่อง ขวด One-way ขวดน้ำอัดลม หรือกระป๋อง ถุงพลาสติก ที่เข้ามาแทนที่ขวดหรือห่อที่ไม่สะดวกในการหยิบฉวยใช้งานต่างๆ

จากบทบาทต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์ จะเห็นได้ว่าบรรจุภัณฑ์มีความสัมพันธ์กับ Marketing Mix อย่างมาก

Product บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่ป้องกันให้ผลิตภัณฑ์นั้นอยู่ในสภาพที่ดี ตั้งแต่ในขบวนการผลิต จนกระทั่งส่งถึงมือผู้ซื้อ ผู้บริโภค ช่วยรักษารูปทรง รักษาคุณภาพ รักษาคุณสมบัติต่างๆของผลิตภัณฑ์นั้น แบ่งแยกปริมาณตามที่ผู้ซื้อต้องการหรือเหมาะสมแก่การใช้ รวบรวมผลิตภัณฑ์ที่เป็นหน่วยเล็กๆ ให้รวมกันอยู่ ทำให้สามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์ต่อผู้ซื้อได้ ช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์

Price ผลิตภัณฑ์ที่ดีช่วยในลดต้นทุน ค่าใช้จ่ายต่างๆในการผลิต ในการจัดจำหน่าย ทำให้สามารถลดราคาลงได้ บรรจุภัณฑ์ช่วยกำหนดคุณค่าในสายตาของผู้ซื้อได้ ผลิตภัณฑ์ที่ราคาสูงย่อมต้องใช้บรรจุภัณฑ์ที่มีคุณค่า หูหระ ด้วยการใช้วัสดุที่มีค่า ตกแต่งอย่างสวยงาม ทำให้เพิ่มมูลค่าของสินค้าได้ หากต้องการจำหน่ายสินค้าในราคาต่ำ ก็สามารถใช้อุณหภูมิเป็นสื่อแสดงถึงราคาได้เช่นกัน

Place การจัดจำหน่ายจะดีราบรื่น เมื่อสามารถส่งมอบผลิตภัณฑ์นั้นได้ง่าย การบรรจุหีบห่อที่ดีทำให้ขนย้ายง่าย ประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง สามารถวางขายได้เลย แยกเป็นหน่วยย่อยสะดวกแก่การจำหน่าย ย่อมจะเพิ่มพูนยอดขายได้

Promotion ข้อมูล รูปภาพ ที่ปรากฏบนหีบห่อ รูปทรงที่แปลกตา การใช้วัสดุใหม่ๆก่อให้เกิดการเร่งเร้า กระตุ้นความสนใจ ความต้องการของผู้บริโภคได้ และจัดเป็นสื่อ Point of Purchase ที่มีประสิทธิภาพมากในปัจจุบัน การวางโชว์มากๆเรียกกร้องสายตากระตุ้นความต้องการได้ดี

11. ความต้องการของลูกค้า ก่อนจะหีบห่อสินค้า ผู้ส่งออกควรจะต้องศึกษาอย่างถ่องแท้เสียก่อนว่าใครคือลูกค้า และลูกค้าในแต่ละประเทศมีลักษณะและรสนิยมคล้ายกันหรือแตกต่างกันอย่างไร ลักษณะและอุปนิสัยในการซื้อของผู้บริโภคเป็นอย่างไร นิยมซื้อสินค้าครั้งเดียวคราวละมากๆ หรือแบ่งซื้อครั้งละน้อยๆ

12. ราคาของสินค้า สินค้าที่มีราคาสูง ผู้ส่งออกควรจะต้องมีการหีบห่อที่ดี เพื่อป้องกันการแตกหักเสียหาย ในขณะที่เดียวกันก็ต้องออกแบบให้เหมาะสม สวยงาม ประณีต และให้ถูกกับรสนิยมของผู้บริโภคด้วย

13. ต้นทุนที่เหมาะสม (Suitable Cost) ต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์ ต้องเหมาะสมตามวัตถุประสงค์และกลุ่มเป้าหมาย กล่าวคือ ถ้าเป็นบรรจุภัณฑ์ของสินค้าอุตสาหกรรม เช่น ถุงปูนซีเมนต์ ไม่จำเป็นต้องมีลวดลายสวยงาม แต่ต้องปกป้องปูนซีเมนต์ได้ แต่ขวดใส่น้ำหอมที่ขายสุภาพสตรีชั้นสูง จำเป็นต้องเลือกวัสดุที่ดี เช่น แก้วเจียรระโน และออกแบบให้มีความหรูหราซึ่งทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

14. คู่แข่งขันรายอื่นๆ คู่แข่งขันที่ขายในต่างประเทศ มีการหีบห่อสินค้าอย่างไร ใช้วัสดุอะไร และมีการออกแบบอย่างไร ซึ่งผู้ส่งออกจะต้องพยายามทำให้ดีกว่าคู่แข่ง เพื่อชนะใจลูกค้า (สมพงษ์,2550.)

2.3.2 ประเภทของบรรจุภัณฑ์

2.3.2.1 บรรจุภัณฑ์ปฐมภูมิ (Primary or Individual Packaging) คือ บรรจุภัณฑ์ชั้นในสุดที่สัมผัสกับสินค้าโดยตรง มีคุณสมบัติถนอมและรักษาผลิตภัณฑ์ให้คงคุณภาพเดิมจากแหล่งผลิตให้ได้มากที่สุดจนถึงผู้ใช้ วัสดุที่ใช้จึงทนความร้อน ทนไขมัน ไม่ทำปฏิกิริยากับสินค้า เช่น ซองขนม ขวดแชมพู กระจุกครีมถนอมผิว กระจุกนมข้น เป็นต้น

2.3.2.2 บรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ (Secondary or Inner Packaging) คือ บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สองที่ห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นแรก ไม่สัมผัสกับสินค้าโดยตรง มีคุณสมบัติป้องกันสินค้าให้ดูแข็งแรงยิ่งขึ้น รวมถึงเพื่อการจำหน่าย การจัดวางเรียงบนชั้นสินค้า การให้ข้อมูลสินค้า และการใช้งานบนบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ชั้นนี้จึงถูกออกแบบให้มีความสวยงามเพื่อให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อ เช่น กล่องใส่สบู่ กล่องใส่ผลิตภัณฑ์สปา กล่องใส่ผลิตภัณฑ์อาหารและยา เป็นต้น

2.3.2.3 บรรจุภัณฑ์ตติยภูมิ (Tertiary or Outer Packaging) คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ภายนอกสุดของสินค้า ทำหน้าที่ห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นในทั้งหมดเพื่อการขนส่งสินค้า บรรจุภัณฑ์ชั้นนี้จึงได้รับการออกแบบให้มีความแข็งแรงและประหยัดเนื้อที่ในการขนส่ง สามารถจำแนกลักษณะบรรจุภัณฑ์ตติยภูมิได้ 3 ลักษณะ คือ

1. บรรจุภัณฑ์จากโรงงานถึงโรงงาน เป็นบรรจุภัณฑ์ใช้ขนส่งสินค้า ระหว่างโรงงานผลิตด้วยกันเอง เช่น ลังบรรจุอาหารปลาหรือพริกที่เป็นวัตถุดิบนำส่งโรงงานผลิต ปลากระป๋อง เป็นต้น
2. บรรจุภัณฑ์จากแหล่งผลิตถึงแหล่งขายปลีก เป็นบรรจุภัณฑ์ขนส่งสินค้าจากโรงงานผลิตสู่ร้านค้า เน้นการป้องกันสินค้าไม่ให้เสียหาย จึงมักทำด้วยกระดาษลูกฟูกที่แข็งแรง มีขนาดเหมาะสมต่อการจัดเรียงในตู้ขนส่งสินค้า (Container)
3. บรรจุภัณฑ์จากแหล่งขายปลีกถึงผู้บริโภค เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ขนส่งสินค้านำมาจากร้านค้าสู่ผู้บริโภค เน้นความสะดวกในการถือหิ้วสินค้าเป็นหลัก ในขณะที่เดียวกันก็สามารถช่วยประชาสัมพันธ์ร้านค้า การรณรงค์ทางสังคมและสิ่งแวดล้อมไปด้วย (ศักดิ์ชัย, 2554.)

2.3.3 องค์ประกอบของบรรจุภัณฑ์ (Components of Packaging)

ในการจัดสร้างบรรจุภัณฑ์ใดๆ จะมีองค์ประกอบที่ก่อเกิดการบรรจุภัณฑ์ที่ดี คือ ตัวบรรจุภัณฑ์ วัสดุที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์ เครื่องจักรที่เกี่ยวข้องกับบรรจุภัณฑ์ และบุคลากรที่มีความรู้ด้านบรรจุภัณฑ์

2.3.3.1 ตัวบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์มีรูปทรงเรขาคณิตที่แตกต่างกัน อาจเป็นสี่เหลี่ยม อาจเป็นทรงกลม ทรงแบน หรือมีส่วนสูงและเป็นรูปวงรี หรือลักษณะใดๆ ขึ้นอยู่กับการใช้ประโยชน์ บรรจุภัณฑ์จะแบ่งออกได้ 3 ประเภท คือ

2.3.3.2 บรรจุภัณฑ์หลัก (Primary Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่สัมผัสอยู่กับตัวผลิตภัณฑ์ หรือเป็นสิ่งที่บรรจุผลิตภัณฑ์ไว้ จะทำหน้าที่ป้องกันแก่ผลิตภัณฑ์โดยตรง อาจจะใช้วัสดุชนิดต่างๆได้ เช่น ขวดน้ำปลา หลอดยาสีฟัน กระดาษห่อขนม ตลับยา กระปุกเครื่องสำอาง ขวดแก้วบรรจุน้ำหอม ขวดพลาสติกใส่ครีมบำรุงผิว กุญพลาสติกใส่ขนม

2.3.3.3 บรรจุภัณฑ์รอง (Secondary Package) คือ บรรจุภัณฑ์ที่อยู่ถัดออกมาอีกชั้นหนึ่ง ทำหน้าที่รวบรวมผลิตภัณฑ์หรือบรรจุภัณฑ์หลัก จำนวนมากกว่า 2 ชิ้น เข้าด้วยกัน เพื่อความสะดวกในการจำหน่ายหรือการขนส่งจำนวนมาก เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกบรรจุนมกล่อง 1 โหล หรือแผ่นพลาสติกรัดรูปที่ก่อนม 6 กล่องเข้าด้วยกัน ลังพลาสติกใส่ขวดน้ำอัดลม เป็นต้น บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 นี้ นอกจากทำหน้าที่รวบรวมหน่วยบรรจุของผลิตภัณฑ์แล้ว อาจเพื่อป้องกันการแตกหักเสียหายของสินค้าเพิ่มขึ้น เช่น สบู่แต่ละก้อนจะห่อด้วยกระดาษไข 1 ชิ้น แล้วใส่กล่องกระดาษ หรือห่อด้วยกระดาษลามิเนตที่พิมพ์ไว้สวยงามทับอีกชั้นหนึ่ง หรือขวดเหล้าจะบรรจุในกล่องกระดาษอีกชั้นหนึ่ง วัตถุที่เป็นรูปทรงกลมมักจะต้องการบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 เพิ่มขึ้น เพื่อใช้แก้ปัญหาในด้านการวางเรียงซ้อน และเพื่อความสวยงามในการวางโชว์ขายในร้านค้าปลีก

2.3.3.4 บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping Package) บรรจุภัณฑ์ลักษณะนี้มักไม่ต้องการความสวยงาม จัดทำเพื่อความสะดวกในการเคลื่อนย้ายสินค้าหน่วยเล็กจำนวนมาก เพื่อความประหยัดในการใช้พื้นที่เก็บรักษาหรือขนส่ง ป้องกันความเสียหายที่จะเกิดขึ้นได้จากการขนส่งหรือเก็บรักษาได้ ต้องการความแข็งแรง ทนทานมากที่สุด เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกที่ใส่เครื่องอุปกรณ์ไฟฟ้าต่างๆ ถังไม้ที่ใส่เครื่องจักร เป็นต้น ในปัจจุบันแนวโน้มของบรรจุภัณฑ์กล่องกระดาษลูกฟูกถูกนำมาใช้งานด้านบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งมากขึ้น เกิดขึ้นแทนที่ไม้ซึ่งนับวันจะหายากขึ้นและใช้ลวดลาย สีสนสวยงามเพื่อใช้ประโยชน์ด้าน Display ด้วย เช่น กล่องใส่ผลไม้ต่างประเทศ กล่องใส่บะหมี่สำเร็จรูปต่างๆ เป็นต้น

2.3.4 วัสดุประเภทกระดาษที่ใช้ในการผลิตบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้มีประสิทธิภาพดี จำเป็นต้องเลือกใช้วัสดุที่เหมาะสมกับการใช้งาน กระดาษเป็นวัสดุที่ค่อนข้างเป็นที่นิยมนำมาใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ ซึ่งสามารถจำแนกตามลักษณะการใช้งาน ดังนี้

2.3.4.1 ซองกระดาษ (Paper Envelope) ใช้กับผลิตภัณฑ์เมล็ดพืช ยา ยาเม็ด กันฝุ่น สิ่งสกปรก ขนาดเหมาะสมกับการใช้งาน

2.3.4.2 ถุงกระดาษ (Paper Bag) ใช้กับคุกกี้ ขนม กระดาษเคลือบไข/พลาสติก ป้องกันน้ำมัน พับเป็นถุง ขยายข้างหรือผนึกด้านข้าง

2.3.4.3 ถุงกระดาษหลายชั้น (Multiwall Paper Sack) ใช้กับอาหารสัตว์ ปูนซีเมนต์ เม็ดพลาสติก สารเคมี ผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำหนักประมาณ 10 กิโลกรัม ส่วนใหญ่ใช้กระดาษคราฟท์ (Kraft) เหนียว ทำจากเส้นใยยาว เคลือบพลาสติกหรือยางมะตอย ซ้อนหลายชั้น

2.3.4.4 เยื่อกระดาษขึ้นรูป (Moulded Pulp Container) ใช้ใส่ผลไม้ ผัก อาหารสำเร็จรูป อุปกรณ์ไฟฟ้า ทำจากเยื่อบริสุทธิ์ ใช้บรรจุอาหารได้ และเยื่อเศษกระดาษที่ทำเป็นวัสดุกันกระแทก เยื่อกระดาษ นับได้ว่าเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้มากที่สุด และมีแนวโน้มใช้มากขึ้น เนื่องจากรีไซเคิลได้ง่าย อันเป็นผลจากการรณรงค์สิ่งแวดล้อม กระดาษที่ใช้ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ มีหลายประเภท และสามารถพิมพ์ตกแต่งได้ง่ายและสวยงาม นอกจากนี้ยังสะดวกต่อการขนส่งจากผู้ผลิตไปยังผู้ใช้เนื่องจากสามารถพับได้ ทำให้ประหยัดค่าใช้จ่ายในการขนส่ง นอกจากนี้การเลือกกระดาษให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เพื่อที่จะนำมาทำเป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการจัดจำหน่ายนับว่ามีความสำคัญมาก ดดยทั่วไป กระดาษที่ใช้ตามโรงพิมพ์จะเรียกว่า “กระดาษกล่อง” หรือบางทีเรียกว่า “กล่องแป้ง” หรือบางครั้ง อาจจะได้ยินที่เรียกว่า “กระดาษขาวเทา” แล้วแต่จะเรียกกัน แต่เรื่องความหนาจะมีมาตรฐานบอกขนาดเป็นน้ำหนัก ซึ่งมีหน่วยเป็นกรัม/ตารางเมตร ในที่นี้จะกล่าวถึงเฉพาะกระดาษกล่อง คือ จะมีน้ำหนักดังนี้ 270, 300, 310, 350, 400, 450, 500 ตัวเลข

น้อยๆจะมีความบางกว่าตัวเลขมากๆ การเลือกใช้คงต้องขึ้นอยู่กับขนาด และน้ำหนักของผลิตภัณฑ์ หรืออาจใช้วิธีสังเกตผลิตภัณฑ์อื่นที่ใกล้เคียงกันแล้วเอามาเทียบกัน (ธานี,2546.)

2.3.4.5 กระจงกระดาษ (Paper/Composite Can) ใส่อาหารแห้ง ขนมอบ เคี้ยว ใช้กระดาษพื้นเป็นเกลียว (Paper Can) ใช้ร่วมกับอลูมิเนียมพอยล์/พลาสติก (Composite Can) จะรักษาคุณภาพอาหารดี พิมพ้ง่าย สวยงาม ต้นทุนน้อยกว่าโลหะ

2.3.4.6 ถังกระดาษ (Fiber Drum) สารเคมี เม็ดพลาสติก ผลิตเช่นเดียวกับ กระจงกระดาษ แต่ใช้กระดาษหนาเพื่อการขนส่ง แข็งแรง ต้านแรงกดทับดี

2.3.4.7 กล่องกระดาษแข็ง (Paperboard Box) 1.7.1 กระดาษขาวไม่เคลือบ ใช้ กับของใช้ รองเท้า เนื้อหยาบ ราคาถูกสำหรับงานที่ไม่เน้นความประณีต / 1.7.2 กระดาษขาว เคลือบ ใช้กับผลไม้ อาหารแห้ง เนื้อละเอียด พิมพได้ประณีต เพิ่มมูลค่าสินค้า

2.3.4.8 กล่องกระดาษลูกฟูก (Corrugated Fiberboard Box) บรรจุภัณฑ์เพื่อ ขยายปลีก/ขนส่ง น้ำหนักเบา แข็งแรง ออกแบบให้รับน้ำหนักหรือรูปแบบได้ตามความต้องการโดย ใช้ขนาดกระดาษให้เหมาะสม “กระดาษลูกฟูก” หรือ “กระดาษกล่อง (สี) น้ำตาล” โดยทั่วไปจะ เน้นเอาไว้เรื่องการขนส่งมากกว่า เช่น กล่องสำหรับใส่ขวดเบียร์ “กล่องเหล้า” หรือที่เรียกกันติด ปากว่า “กล่องแม็ซง” จะมีชื่อเรียกตามจำนวนของแผ่นลูกฟูกที่นำมาประกบ คือ

- แผ่นกระดาษลูกฟูก 2 ชั้น ประกอบด้วยกระดาษปะหน้า 1 แผ่นที่เป็น ลอน แผ่นลูกฟูกสามชั้นลอน C ดดยทั่วไปจะใช้ในการห่อและเป็นสิ่งที่บรรจุอยู่ภายใน นอกจากนี้ พบว่ามีการนำมาทำเป็นกล่องเพื่อการขนส่งของที่มีขนาดเล็กเช่นกัน

- แผ่นกระดาษลูกฟูก 2 ชั้น หรือที่รู้จักในนามสองหน้านั้นประกอบด้วย กระดาษแผ่นเรียบปะหน้า 2 แผ่น ปะกาวติดกับแผ่นลูกฟูกที่เป็นลอนคนละด้าน บางทีก็เรียกว่า แผ่นลูกฟูกสามชั้นลอน B หรือ แผ่นลูกฟูกสามชั้นลอน C แผ่นลูกฟูกสามชั้นลอน E หรือ F ทั้งนี้ ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการใช้ แต่โดยทั่วไปจะใช้ในการทำเป็นแพนวางชิดกล่องกันกระแทก หรือทำเป็นแผ่นกัน นอกจากนี้ยังนำมาทำเป็นกล่องเพื่อการขนส่งเช่นกัน

- แผ่นกระดาษลูกฟูก 5 ชั้น ประกอบด้วยแผ่นเรียบปะหน้า 3 แผ่นและ กระดาษเป็นลอนลูกฟูก 2 แผ่นปะติดกันตามลำดับ บางทีก็เรียกว่า “แผ่นลูกฟูก 5 ชั้นลอน AA” หรือ “แผ่นลูกฟูก 5 ชั้นลอน AB” ส่วนใหญ่จะทำเป็นกล่องขนาดใหญ่ขึ้นที่สามารถรับน้ำหนักได้ มากกว่าแบบ 3 ชั้น รวมถึงมีความแข็งแรงในด้านการวางซ้อนได้สูงขึ้น รวมถึงสามารถดัดแปลงได้ อย่างกว้างขวางในการบรรจุผลิตภัณฑ์ที่มีน้ำหนักมากและยุ่งยากในการบรรจุ

- แผ่นกระดาษลูกฟูก 7 ชั้น ทำด้วยกระดาษแผ่นเรียบ 4 ชั้น และ แผ่นกระดาษที่เป็นลอนลูกฟูกเรียงกัน 7 ชั้น กระดาษชนิดนี้สร้างขึ้นเพื่อบรรจุสิ่งของที่มีขนาด ใหญ่โตหรือใช้ร่วมกับไม้เพื่อการบรรจุสิ่งของที่ใหญ่โตมากๆ (ธานี,2546)

2.3.4.9 ถ้วยกระดาษเคลือบไขพลาสติก PE/อลูมิเนียมฟอยล์ (Aluminium Foil) ใช้ใส่น้ำ เครื่องดื่ม เก็บความเย็น รักษาสิ่งแวดล้อม ได้รับการยอมรับจากประเทศอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม

2.3.4.10 กระดาษแก้ว หรือเซลโลเฟน (Cellophane) ใช้กับลูกอม ขนม ป้องกันขึ้นพมสมควร ใช้ห่อขนมบิดปลาย (Twist Wrap)

2.3.5 ข้อพิจารณาในการเลือกบรรจุภัณฑ์ (Packaging Considerations)

2.3.5.1 ลักษณะของสินค้า - สินค้าที่จำหน่ายมีลักษณะเป็นน้ำ คริม ผง เม็ด ก้อน ก๊าซ หรือลักษณะอื่นๆ มีคุณสมบัติทางฟิสิกส์ หรือทางเคมีอย่างไร เพื่อที่จะได้เลือกใช้วัสดุให้ถูกต้อง เพื่อให้บรรจุภัณฑ์นั้นทำหน้าที่ป้องกันรักษาได้ดี การเลือกใช้วัสดุไม่ถูกต้อง หรือชนิดของบรรจุภัณฑ์รูปทรงที่ไม่ถูกต้องจะทำให้สินค้าเสียหายได้ง่าย ต้นทุนสูง อีกทั้งลูกค้าจะขาดความนิยมจำหน่ายได้ยากหรือจำหน่ายไม่ได้

2.3.5.2 ตลาดเป้าหมาย - การที่มีบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพอใจ ยอมรับในผลิตภัณฑ์มากขึ้น ดังนั้นการจะสร้างบรรจุภัณฑ์ที่ช่วยเพิ่มมูลค่าให้แก่ผลิตภัณฑ์ จึงต้องศึกษาความต้องการของลูกค้าเป้าหมาย แต่ละกลุ่มจะมีรสนิยมต่างกัน พฤติกรรมในการซื้อแตกต่างกัน ซื้อทีละหน่วย หรือซื้อทีครั้งละหลายหน่วย นิยมไปซื้อที่ไหน ลักษณะของแหล่งขายจัดวางสินค้าอย่างไร ผู้บริโภคซื้อแล้วนำไปใช้อย่างไร เป็นพฤติกรรมที่จะต้องศึกษาให้่องแท้เพื่อจะได้เลือกใช้บรรจุภัณฑ์ที่จะตรงกับความต้องการของตลาดเป้าหมายได้

2.3.5.3 วิธีการจัดจำหน่าย - ผลิตภัณฑ์เมื่อออกจากโรงงานจะไปสู่ตลาดเป้าหมายได้โดยวิธีการจัดจำหน่าย การจำหน่ายโดยตรงไม่ผ่านคนกลางไปสู่ผู้บริโภคเลย ย่อมต้องการบรรจุภัณฑ์ลักษณะหนึ่ง หากจำหน่ายผ่านคนกลาง คนกลางมีวิธีการซื้อสินค้าเข้าร้านอย่างไร วางสินค้าอย่างไร เช่น กรณีร้านค้าปลีกเป็นร้านขายของชำ ร้านค้าเบ็กเตล็ด ร้านสรรพสินค้า ร้าน Supermarket หรือแผงลอย การเก็บรักษาสินค้าคงคลังย่อมต่างกัน การจำหน่ายมีพนักงานแนะนำสินค้าหรือไม่ หรือใช้ใช้ระบบ Self-services พฤติกรรมของร้านค้าย่อมมีอิทธิพลต่อโอกาสของการขายผลิตภัณฑ์นั้นๆ รวมทั้งต้องพิจารณาถึงผลิตภัณฑ์คู่แข่งที่จำหน่ายในแหล่งเดียวกันด้วย

2.3.5.4 การเก็บรักษา - ผลิตภัณฑ์ต่างๆ ที่ผลิตแล้วกว่าจะไปถึงมือผู้บริโภคจะถูกนำไปเก็บรักษาไว้เป็นช่วงๆ ตั้งแต่การเก็บรักษาไว้รอการขายของผู้ผลิต ส่งออกไปพักในพาหนะขนส่ง ไปเก็บที่คลังสินค้า พักที่คนกลาง หรือร้านค้าปลีก วิธีการเก็บรักษา ระยะเวลาในการเก็บ จึงเป็นปัจจัยที่จะต้องหยิบขึ้นมาพิจารณา การซ้อนกันหลายๆชั้นเพื่อประหยัดพื้นที่อาจไม่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์บางประเภทที่ไม่มีความแข็งแรงพอ สภาพความชื้น อุณหภูมิของสถานที่เก็บ การเคลื่อนย้ายก็สามารถส่งผลให้สินค้าเสียหายได้

2.3.5.5 ลักษณะการนำไปใช้งาน – บรรจุกฎเกณฑ์ที่จะต้องนำไปใช้งานได้สะดวก เช่น เปิดปิดง่าย สามารถใช้ทั้งบรรจุกฎเกณฑ์ได้ หรือนำไปเข้าต่อเนื่องกับขบวนการผลิตได้ เพื่อประหยัดเวลาและแรงงาน ค่าใช้จ่าย ภาชนะที่บรรจุสามารถนำไปใช้งานต่อได้หรือไม่

2.3.5.6 ต้นทุนของบรรจุกฎเกณฑ์ – ต้นทุนเป็นปัจจัยที่กิจการคงจะต้องคำนึงถึงมาก ทุกกิจการต้องการประหยัดต้นทุนของการบรรจุกฎเกณฑ์ทั้งสิ้น หากแต่คงต้องคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อยอดขาย หรือความสูญเสียค่าใช้จ่ายอื่นๆมาชดเชยด้วย การเลือกบรรจุกฎเกณฑ์อาจต้องจ่ายสูงขึ้น หากแต่มีผลต่อการดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อทำให้ขายสินค้าได้ในราคาสูงขึ้น หรือเพิ่มปริมาณการขายได้ ย่อมเป็นสิ่งที่ดีชดเชยกัน (สมพงษ์,2550.)

ซีลาพร (2541) กล่าวว่า การบรรจุกฎเกณฑ์ เป็นกระบวนการหรือวิธีการในการห่อหุ้มสินค้า เพื่อการขนส่งที่ปลอดภัยไปยังผู้บริโภคสุดท้าย ในสภาวะแวดล้อมต่างๆโดยเสียต้นทุนต่ำที่สุด หรือ เป็นกิจกรรมทั้งหมดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบและผลิตภาชนะบรรจุ หรือสิ่งห่อหุ้มสินค้า ซึ่งเป็นสิ่งที่มีความเกี่ยวพันอย่างใกล้ชิดกับฉลาก (Label) และตราสินค้า (Brand name) โดยบทบาทหน้าที่ ทางการตลาดของบรรจุกฎเกณฑ์ มีดังนี้

1.บทบาทในด้านการสื่อสารทางการตลาด โดยบรรจุกฎเกณฑ์ทำหน้าที่ในการสื่อสารไปยังผู้บริโภคได้หลายทาง ได้แก่

- 1) การบ่งชี้ (identity) เพื่อบอกให้ผู้บริโภคทราบว่า สินค้าคืออะไรเป็นสินค้าของบริษัทใด
- 2) การให้ข้อมูล (inform) ส่วนของฉลาก (Label) ช่วยให้ข้อมูลกับผู้บริโภคในด้านต่างๆ เช่น สรรพคุณ ส่วนผสม วิธีการใช้งาน หรือข้อควรระวังอื่นๆ รวมทั้งเพื่อจูงใจสร้างความมั่นใจ
- 3) การแสดงสินค้า และบรรจุกฎเกณฑ์ แสดงถึงบุคลิกภาพของสินค้า ภาพลักษณ์ของสินค้า โดยผ่านรูปร่างลักษณะ การออกแบบ การใช้สีหรือพื้นผิวต่างๆ ตัวอย่าง เช่น ขวดแชมพูสำหรับเด็ก Johnson Kid ที่ใช้สีสดใส
- 4) การดึงดูดความสนใจ กระตุ้นและดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคได้ สามารถทำให้ผู้ซื้อหยุดดู หยิบชม และเลือกซื้อสินค้าได้

2. การส่งเสริมทางการตลาด

- 1) การสร้างเสริมภาพลักษณ์ของสินค้า บรรจุกฎเกณฑ์มีส่วนช่วยส่งเสริมการขาย และสามารถทำให้สินค้าดูดีมีเก๋จริงเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าได้
- 2) การส่งเสริมการขาย เช่น การบรรจุแบบขายส่ง ทำให้ผู้บริโภคซื้อสินค้าในจำนวนมากขึ้นต่อครั้ง หรือการเพิ่มปริมาณสินค้า ทำให้ขายได้มากขึ้น
- 3) กระตุ้นการซื้อแบบฉับพลัน บรรจุกฎเกณฑ์ ณ จุดที่มีการส่งเสริมการขาย ช่วยให้ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อโดยมิได้วางแผนมาก่อน

4) ผลด้านการขาย เช่น การขยายตลาด รักษาส่วนครองตลาดผ่านบรรจุภัณฑ์ เช่น รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคจดจำสินค้าได้ง่าย การเปลี่ยนแปลงหีบห่อ ทำให้เกิดความตื่นตัว จึงเป็นการเพิ่มยอดขายได้

3. การบรรจุภัณฑ์ (Packaging) คือ กิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบ และการผลิตสิ่งบรรจุหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ เพื่อความปลอดภัยและประโยชน์ใช้สอย เป็นเครื่องมือในการกำหนดโปรแกรมการตลาด เพิ่มโอกาสในการสร้างกำไร

ลักษณะของการบรรจุภัณฑ์ มีดังนี้

1) บรรจุภัณฑ์ชั้นที่หนึ่ง (Primary packaging) หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่มาห่อหุ้มตัวสินค้า เพื่อป้องกันรักษาไม่ให้ตัวสินค้าได้รับความเสียหาย หรือเพื่อความสะดวกในการนำไปใช้งาน ตัวอย่างเช่น หลอดยาสีฟัน

2) บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง (Secondary packaging) หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่มาห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ชั้นที่หนึ่ง เพื่อป้องกันไม่ให้ตัวสินค้าได้รับความเสียหาย อีกทั้งยังช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับตัวสินค้า ช่วยในการขายสินค้าโดยการดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค ตัวอย่างเช่น กล่องยาสีฟัน

3) บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping packaging) หมายถึง บรรจุภัณฑ์ที่ทำหน้าที่ในการเก็บรักษาและขนส่งสินค้า ตัวอย่างเช่น ลัง ตู้คอนเทนเนอร์ เป็นต้น

2.3.6 หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1. สะดวกในการนำไปใช้ และเก็บรักษา
2. ช่วยรักษาคุณภาพของสินค้า
3. มีความสวยงาม โดดเด่น
4. สอดคล้องกับตำแหน่งของผลิตภัณฑ์
(Product Positioning)
5. ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

การออกแบบบรรจุภัณฑ์สิ่งที่มีชื่อเสียงมากที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถทำงานได้ตามต้องการหรือ ไม่สามารถทำงานได้ตามที่บรรยายไว้บนบรรจุภัณฑ์ เพราะการออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นส่วนหนึ่งกับการขายในระดับหนึ่ง

ขั้นตอนการออกแบบบรรจุภัณฑ์การตั้งจุดมุ่งหมาย ในการตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์มีสิ่งจำเป็นที่ต้องรู้หรือศึกษาข้อมูล คือ ตำแหน่ง (Positioning) ของบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์มีอยู่ในตลาดแล้ว ย่อมทำให้ตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบได้ง่ายนอกจากตำแหน่งของสินค้าสิ่งที่จำต้องค้นหาคือ จุดขาย หรือ USP (Unique Selling Point) ของสินค้าที่จะจุดมุ่งหมายของการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สิ่งที่มีชื่อเสียงมากที่สุด คือ บรรจุภัณฑ์ที่ไม่สามารถทำงานได้ตามต้องการหรือไม่สามารถทำงานได้ตามที่บรรยายบนบรรจุภัณฑ์ตัวอย่างเช่น มีการโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ ว่าเป็นซองออกแบบใหม่ฉีกเปิดได้ง่ายแต่พอเปิดซองแล้วสินค้าเกลื่อนกระจายไปทั่วพื้น เป็นต้น เหตุการณ์เช่นนี้ผู้บริโภคจะไม่ตำหนิบรรจุภัณฑ์แต่จะไม่ยอมรับสินค้านั้น ๆ เพราะถือว่าถูกหลอกไม่ว่าบรรจุภัณฑ์ที่วางนี้จะออกแบบมาสวยงามน่าประทับใจเพียงใดในฐานะเจ้าของสินค้าจำต้องยอมรับว่าออกแบบบรรจุภัณฑ์มาไม่ดี เป็นที่ประจักษ์ว่าจุดมุ่งหมายในการออกแบบไม่รอบคอบโดยไม่ใส่ใจ

ในสิ่งเล็กน้อยดังกล่าวนี้จะมีผลกระทบต่อยอดขายของสินค้าเนื่องจากประสบการณ์อันเลวร้ายที่เกิดขึ้น ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์จำเป็นต้องมีการวางแผนงาน และกำหนดจุดมุ่งหมายรองรับซึ่งมีหลายประการไว้อย่างชัดเจน

การวางแผนปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์รวบรวมข้อมูลขั้นต้นเพื่อเตรียมร่างจุดมุ่งหมายและขอบเขตการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ก่อนที่จะปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ อาจวางแผนได้ 2 วิธีคือ ปรับปรุงพัฒนาให้ฉีกแนวแตกต่างจากคู่แข่ง และปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้สามารถแข่งขันกับคู่แข่งโดยตรงได้ด้วย บรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่าหรือด้วยค่าใช้จ่ายที่ถูกกว่าการตั้งเป้าหมายและวางแผนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ย่อมต้องศึกษาสถานภาพบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง พร้อมกับล่องรู้ถึงนโยบายของบริษัทตัวเองและกลยุทธ์การตลาดที่จะแข่งขันกับคู่แข่ง

2.4 ข้อมูลที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับเศษวัสดุสิ่งทอ

การนำเอาสิ่งเหลือใช้หรือสิ่งที่ไม่ได้ใช้แล้วมาทำให้เกิดประโยชน์เป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่วัสดุนั้นๆ เศษผ้าจัดเป็นวัสดุที่เหลือจากกระบวนการผลิตของอุตสาหกรรมเสื้อผ้า สามารถนำมาใช้ประโยชน์ได้หลากหลาย เช่น การทำตุ๊กตา พรมเช็ดเท้า ผ้าเช็ดของ ผ้ามาบ โคมไฟ หรือนำไปตกแต่งผลิตภัณฑ์เครื่องแต่งกาย ปัจจุบันการเพิ่มขึ้นของค่าครองชีพและราคาสินค้าทำให้เราต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มขึ้น ดังนั้นการใช้ประโยชน์จากสิ่งของเหลือทิ้งจะเป็นการลดภาระค่าใช้จ่ายและสามารถสร้างอาชีพเป็นรายได้เสริมแก่ครอบครัวได้ สมจินต์ (2535) อธิบายถึงแหล่งที่มาของวัสดุเหลือใช้มาจากแหล่งต่าง ๆ ดังนี้

1. วัสดุที่ได้จากของเหลือใช้ในชีวิตประจำวัน เช่น กล่องกระดาษ ขวดพลาสติก
2. วัสดุเหลือใช้ที่ได้จากทรัพยากรธรรมชาติ เช่น เปลือกหอย ลูกสน เมล็ดพืช
3. วัสดุเหลือใช้จากโรงงานอุตสาหกรรม เช่น แกนหลอดด้ายจากโรงงานทอผ้าเศษผ้าจากโรงงานอุตสาหกรรมเสื้อผ้า

หลักสำคัญในการประดิษฐ์สิ่งของเหลือใช้ คือ การเลือกแบบโดยดัดแปลงจากสิ่งที่พบเห็น ประกอบกับความทนทานในการใช้งาน การเลือกวัสดุที่นำมาประกอบโดยพิจารณาจากความเข้ากันได้ของวัสดุและความทนทาน การเลือกใช้สีส้น การใช้ฝีมือที่ประณีต การคิดราคาต้นทุน (สมจินต์, 2535) ประโยชน์ของการนำวัสดุเหลือใช้มาใช้จัดเป็นการใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์ สร้างความเพลิดเพลินด้านจิตใจ ฝึกให้เกิดความรู้จักคุณค่าของสิ่งของนอกจากนี้สิ่งที่ตามมาคือการสร้างอาชีพและรายได้ให้เกิดขึ้นอีกทางหนึ่งด้วย

2.5 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุหงา (2553) ศึกษาเรื่องการประกวดสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้ เพื่อลดภาวะโลกร้อน เป็นโครงการที่สนองนโยบายกระทรวงศึกษาธิการและปฏิบัติการตามแผนปฏิบัติการโดยวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์ โดยวัตถุประสงค์ เพื่อช่วยลดปัญหาการตกค้างของขยะ ลดการใช้พลังงานโดยการรีไซเคิล และเป็นการกระตุ้นเสริมสร้างให้ผู้เรียนเกิดจิตสำนึก มีส่วนร่วมในการ

จัดการและแก้ไขปัญหาสิ่งแวดล้อม เกิดแนวคิดสร้างสรรค์ออกแบบในการรักษาสิ่งแวดล้อม เห็นคุณค่าของวัสดุรีไซเคิลแล้ว ปัญหาการจัดการขยะ และเพื่อคัดเลือกสิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้ และมีกลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักเรียน นักศึกษา ครู ซึ่งผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง เห็นว่าเป็นการส่งเสริมให้นำวัสดุเหลือใช้ไปดัดแปลงให้เกิดประโยชน์ก่อนนำไปกำจัด และเป็นการรณรงค์ช่วยลดปัญหาภาวะโลกร้อนโดยการนำวัสดุรีไซเคิลแล้วมาทำให้เกิดประโยชน์ได้

ศีกดา (2545) ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านกราฟิกบนซองบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความเข้าใจในรสชาติของเบหมิ่กึ่งสำเร็จรูป เป็นงานวิจัยที่พยายามนำเสนอภาพลักษณ์ของสินค้าให้เกิดผลต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อสร้างเอกลักษณ์เฉพาะสำหรับผลิตภัณฑ์และผู้ประกอบการ ซึ่งสามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยด้านกราฟิกและด้านภาพประกอบมีผลต่อความเข้าใจในรสชาติของเบหมิ่กึ่งสำเร็จรูปได้



บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

โครงการวิจัยการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง เป็นการศึกษาการจำหน่ายผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้งในกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดงจังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อนำมาออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์ต่างๆ ภายในชุมชนเพื่อจำหน่ายเป็นสินค้า OTOP จากนั้นนำความรู้ที่ได้จากการศึกษาวิจัยไปถ่ายทอดสู่ชุมชนในจังหวัดร้อยเอ็ด โดยมีการดำเนินงานตามขั้นตอนดังนี้

3.1 วิธีดำเนินการวิจัย

3.1.1 ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้อง

สำรวจพื้นที่และประสานงานกับหัวหน้า/ตัวแทนชุมชน เพื่อศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มชุมชน/ผู้สนใจที่จะดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยี เช่น ลักษณะของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สินค้าในท้องถิ่นและพื้นที่ใกล้เคียง ความพร้อมด้านเครื่องมือ อุปกรณ์ สถานที่จัดอบรม ฯลฯ

3.1.2 จัดทำต้นแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

พิจารณาคัดเลือกตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ต้นแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์จากผลงานวิจัยเรื่องการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง (งบประมาณ พ.ศ. 2556) ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ที่มีการจัดจำหน่ายของกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง

ตราสินค้านี้ออกแบบโดยไม่มีทรงหัวใจ มาจากการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ในส่วนของการออกแบบตราสินค้าจำนวน 25 แบบ เพื่อให้เหลือ 1 แบบ และนำไปใช้ในการทำป้ายตราสินค้าสำหรับบรรจุภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง



ภาพที่ 1 ตราสินค้าที่ได้รับการคัดเลือกจากผู้เชี่ยวชาญ



ภาพที่ 2 ป้ายตราสินค้าสำหรับบรรจุภัณฑ์

3.1.2.2 ขึ้นรูปบรรจุภัณฑ์ต้นแบบจำนวน 8 กลุ่มผลิตภัณฑ์ จากผลการวิเคราะห์ ข้อมูลรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่คัดเลือกโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ได้รูปแบบดังนี้

(1) ประเภทที่ 1 บรรจุภัณฑ์สำหรับกระเป่า



ภาพที่ 3 ประเภทที่ 1 บรรจุภัณฑ์สำหรับกระเป่า

(2) ประเภทที่ 2 บรรจุภัณฑ์สำหรับหมวก



ภาพที่ 4 ประเภทที่ 2 บรรจุภัณฑ์สำหรับหมวก

(3) ประเภทที่ 3 บรรจุภัณฑ์สำหรับคอมพิวเตอร์



ภาพที่ 5 ประเภทที่ 3 บรรจุภัณฑ์สำหรับคอมพิวเตอร์

(4) ประเภทที่ 4 บรรจุภัณฑ์สำหรับรองเท้า



ภาพที่ 6 ประเภทที่ 4 บรรจุภัณฑ์สำหรับรองเท้า

(5) ประเภทที่ 5 บรรจุกุณฑ์สำหรับกล่องผ้า



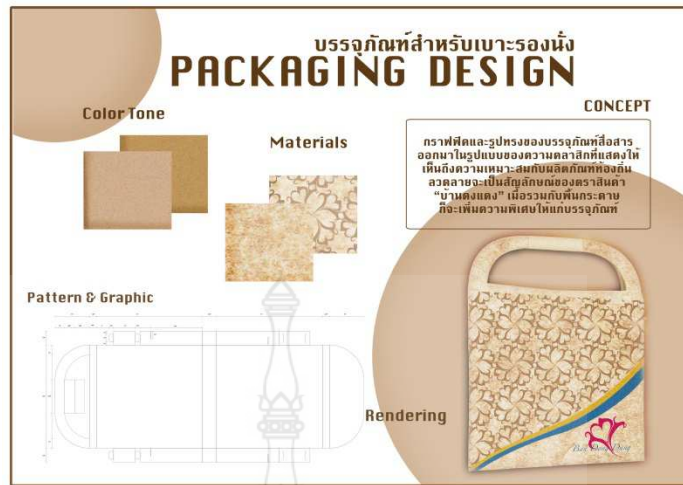
ภาพที่ 7 ประเภทที่ 5 บรรจุกุณฑ์สำหรับกล่องผ้า

(6) ประเภทที่ 6 บรรจุกุณฑ์สำหรับผ้าคลุมเตียง



ภาพที่ 8 ประเภทที่ 6 บรรจุกุณฑ์สำหรับผ้าคลุมเตียง

(7) ประเภทที่ 7 บรรจุภัณฑ์สำหรับพรม เบาะรองนั่ง หมอนอิง ผ้าปูโต๊ะ



ภาพที่ 9 ประเภทที่ 7 บรรจุภัณฑ์สำหรับพรม เบาะรองนั่ง หมอนอิง ผ้าปูโต๊ะ

(8) ประเภทที่ 8 บรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าแขวนผนังพร้อมกรอบไม้



ภาพที่ 10 ประเภทที่ 8 บรรจุภัณฑ์สำหรับผ้าแขวนผนังพร้อมกรอบไม้

จากนั้นจึงทำการคัดเลือกรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่จะสามารถใช้งานได้หลากหลาย และเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์หลักที่จัดจำหน่ายในขณะนั้น ของกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง จังหวัดร้อยเอ็ด มาพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบอีกครั้งเพื่อนำไปเผยแพร่ให้กับชุมชนของกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง



ภาพที่ 11 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้รับการคัดเลือก

3.2 การถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง

โครงการอบรมเชิงปฏิบัติการการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ มีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

คัดเลือกรูปแบบบรรจุภัณฑ์ 2 แบบ คือ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่เป็นผ้า และกระดาษ เพื่อนำไปเป็นต้นแบบในการถ่ายทอดความรู้ โดยพิจารณาแบบที่เหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างและระยะเวลาในการฝึกอบรม

3.2.1 กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ประชากรและกลุ่มเป้าหมายในการถ่ายทอดความรู้และเทคโนโลยี

เป็นกลุ่มชุมชน และบุคคลทั่วไปที่สนใจในพื้นที่กลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับกลุ่มเป้าหมายจำนวน 1 ครั้ง สำหรับจำนวนกลุ่มเป้าหมายโครงการกำหนดไว้ 30 คน โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นกลุ่มชุมชน กลุ่มแม่บ้าน และบุคคลทั่วไปที่สนใจในการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์

3.2.2 สืบหาข้อมูล ติดต่อประสานงานกับชุมชน โดยติดต่อประสานงานกับสำนักงานพัฒนา

ชุมชนอำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด เพื่อร่วมกันกำหนดเวลาและสถานที่ที่เหมาะสมในการถ่ายทอดความรู้สู่ชุมชน โดยได้กำหนดสถานที่คือ กลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง หมู่ที่ 14 ตำบลดงแดง อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด และกำหนดดำเนินการถ่ายทอดความรู้ในวันที่ 20 -21 มิถุนายน 2557 จากนั้นทำหนังสือจากหน่วยงานถึงผู้ว่าราชการจังหวัดร้อยเอ็ดเพื่อขอความอนุเคราะห์สถานที่และบุคลากร

3.2.3 สร้างเครื่องมือที่ใช้ในการถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยการจัดทำเอกสาร/สื่อประกอบการอบรมดังนี้

3.2.3.1 เอกสารประกอบการ การอบรม

3.2.3.2 ผลิตรายการตัวอย่าง

3.2.4 ดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยมีขั้นตอนดังนี้

3.2.4.1 ขออนุมัติโครงการอบรมเชิงปฏิบัติการถ่ายทอดเทคโนโลยี จัดเตรียมสถานที่ วัสดุอุปกรณ์ วิทยากร ผู้เข้าอบรม ผู้ประสานงาน คณะกรรมการดำเนินงาน และสิ่งอำนวยความสะดวก

3.2.4.2 ดำเนินการถ่ายทอดเทคโนโลยี โดยจัดอบรมเชิงปฏิบัติการระยะเวลาในการอบรมเชิงปฏิบัติการ จำนวน 2 วัน วันละ 6 ชั่วโมง

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลความรู้ได้รับการอบรม เมื่อเสร็จสิ้นการอบรม แจกแบบสอบถามเพื่อสำรวจความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรม รวบรวมข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์ข้อมูลและประเมินผล และติดตามผลหลังการถ่ายทอดเทคโนโลยี 2 เดือน

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของโครงการโดยมีเป้าหมายของโครงการดังนี้
 ผู้เข้ารับการอบรม จำนวน 30 คน
 ผู้เข้ารับการอบรมมีความพึงพอใจในการดำเนินการอบรม มากกว่าร้อยละ 80
 ผู้เข้ารับการอบรมนำความรู้ที่ได้รับไปใช้ในการประกอบอาชีพหรือใช้ประโยชน์มากกว่าร้อยละ 50

3.5 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การประเมินผลโดยใช้แบบสอบถามความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรม โดยใช้ค่าสถิติร้อยละ และค่าเฉลี่ย

สรุปผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ สรุปและการประเมินผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ และจัดทำรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์นำเสนอต่อมหาวิทยาลัย

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลและอภิปรายผล

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ค่าสถิติพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามตัวแปรที่ศึกษาโดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 การศึกษาความพึงพอใจเกี่ยวกับการฝึกอบรม โดยการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย

ตอนที่ 3 การแสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง การวิเคราะห์ค่าสถิติข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง จำแนกตามตัวแปรที่ศึกษาโดยหาค่าความถี่ และค่าร้อยละ ดังแสดงในตารางที่ 4.1 – 4.5

ตารางที่ 4.1 ค่าร้อยละ ของกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	ร้อยละ
หญิง	25	83.33
ชาย	5	16.67
รวม	30	100.00

จากตารางที่ 4.1 กลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง จำแนกตามเพศ ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 83.33 และเพศชาย จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67

ตารางที่ 4.2 ค่าร้อยละ ของกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง จำแนกตามอายุ

อายุ	จำนวน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 21 ปี	2	6.66
21-30 ปี	5	16.67
31-40 ปี	15	50.00
41-50 ปี	5	16.67
51 - 60 ปี	3	10.00
มากกว่า 60 ปี	-	-
รวม	30	100.00

จากตารางที่ 4.2 แสดงว่า กลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดงส่วนใหญ่มีอายุ 31 - 40 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 รองลงมาคืออายุ 21-30 ปี และอายุ 41-50 ปี จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 16.67 และอายุ 51- 60 ปี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และอายุต่ำกว่า 21 ปี มีจำนวนน้อยที่สุดคือจำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.66

ตารางที่ 4.3 ค่าร้อยละ ของกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง จำแนกตามระดับการศึกษา

ระดับ	จำนวน	ร้อยละ
ประถมศึกษา	12	40.00
มัธยมศึกษา	13	43.34
อนุปริญาหรือเทียบเท่า	2	6.66
ปริญญาตรี	3	10.00
อื่นๆ โปรรตระนุ	-	-
รวม	30	100.00

จากตารางที่ 4.3 แสดงว่ากลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดงส่วนใหญ่ มีระดับการศึกษา มัธยมศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 43.34 รองลงมาคือ ระดับประถมศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 ระดับปริญญาตรี จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 10.00 และระดับอนุปริญาหรือเทียบเท่า จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.66

ตารางที่ 4.4 ค่าร้อยละ ของกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง จำแนกตามอาชีพ

อาชีพ	จำนวน	ร้อยละ
เกษตรกร	10	33.33
ค้าขาย	6	20.00
เย็บผ้า	10	33.33
อื่น ๆ (แม่บ้าน)	4	13.34
รวม	30	100.00

จากตารางที่ 4.4 แสดงว่ากลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดงส่วนใหญ่ มีอาชีพเกษตรกรและเย็บผ้า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 รองลงมาคือ อาชีพค้าขาย จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 และ น้อยที่สุดคือ แม่บ้าน จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13.34

ตารางที่ 4.5 ค่าร้อยละของกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง จำแนกตามรายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน	ร้อยละ
ไม่มีรายได้	-	-
ต่ำกว่า 5,000 บาท	18	60.00
5,001-10,000 บาท	8	26.68
10,001-15,000 บาท	2	6.66
15,001-20,000 บาท	2	6.66
มากกว่า 20,000 บาท	-	-
รวม	30	100.00

จากตารางที่ 4.5 แสดงว่ารายได้ต่อเดือนของกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดงส่วนใหญ่คือ ต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 รองลงมาคือ 5,001-10,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 26.68 และมีรายได้ 10,001-15,000 บาท และ มีรายได้ 15,001-20,000 บาท จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 6.66

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความพึงพอใจเกี่ยวกับหลักสูตร

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับหลักสูตร โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านวัตถุประสงค์ของโครงการ ด้านโครงสร้างหลักสูตร ด้านเนื้อหาสาระของหลักสูตร

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการจัดโครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านวิทยากร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

โดยแบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับดังนี้ ลักษณะแบบสอบถามเป็นคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating scale) ที่กำหนดให้กลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง ประเมินค่า (1-5) ด้วยการเลือกเพียงคำตอบเดียว โดยผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนค่าน้ำหนักของตัวเลือกไว้ดังนี้

5	หมายถึง	มากที่สุด
4	หมายถึง	มาก
3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด

การแปลความหมายค่าเฉลี่ยน้ำหนักคำตอบแบ่งเป็น 5 ระดับ

ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	4.55-5.00	หมายถึง	มีความพึงพอใจมากที่สุด
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	3.55-4.54	หมายถึง	มีความพึงพอใจมาก
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	2.55-3.54	หมายถึง	มีความพึงพอใจปานกลาง
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	1.55-2.54	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อย
ค่าเฉลี่ยตั้งแต่	1.00-1.54	หมายถึง	มีความพึงพอใจน้อยที่สุด

ตารางที่ 4.6 ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับหลักสูตร

ประเด็นคำถาม	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านวัตถุประสงค์ของโครงการ					
1. สอดคล้องกับความต้องการของ ผู้เข้ารับการอบรม	26 (86.66)	4 (13.33)	-	-	-
2. สอดคล้องกับความต้องการของ ชุมชน	15 (50.00)	15 (50.00)	-	-	-
ด้านโครงสร้างหลักสูตร					
3. ระยะเวลาเวลาที่จัดอบรม	5 (16.66)	9 (30.00)	14 (46.66)	2 (6.66)	-
4. จำนวนวันที่จัดอบรม	15 (50.00)	12 (40.00)	2 (6.66)	1 (3.33)	-
ด้านเนื้อหาสาระของหลักสูตร					
5. สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของ หลักสูตร	18 (60.00)	9 (30.00)	3 (10.00)	-	-
6. เนื้อหาสาระถูกต้อง	18 (60.00)	12 (40.00)	2 (6.66)	1 (3.33)	-
7. เรียงลำดับได้เหมาะสม	14 (46.00)	14 (46.00)	-	2 (6.66)	-
8. เป็นความรู้ที่ทันสมัย เหมาะสม กับสถานการณ์	15 (50.00)	15 (50.00)	-	-	-

จากตารางที่ 4.6 แสดงว่ากลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดงส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจเกี่ยวกับหลักสูตร ด้านวัตถุประสงค์ของโครงการ ด้านโครงสร้างหลักสูตร และด้านเนื้อหาสาระของหลักสูตรมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด และมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลางและน้อย

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการจัดโครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ

ตารางที่ 4.7 ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดโครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ

ประเด็นคำถาม	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านกระบวนการให้บริการ					
1. การประชาสัมพันธ์การจัดโครงการอย่างทั่วถึง	15 (50.00)	8 (26.66)	7 (23.33)		
2. กำหนดระยะเวลา สถานที่จัดอบรมไว้อย่างชัดเจน	13 (43.33)	12 (40.00)	5 (16.66)		
3. ความเหมาะสมของระยะเวลาในการจัดโครงการ	15 (50.00)	12 (40.00)	3 (10.00)		
4. ประเด็นเนื้อหาการอบรมมีความเหมาะสม	24 (80.00)	6 (20.00)			
5. ทีมผู้จัดโครงการมีการเตรียมตัวและมีความตั้งใจที่จะให้บริการเป็นอย่างดี	23 (76.66)	7 (23.33)			
6. คุณสมบัตินักวิทยากรมีความเหมาะสม	26 (86.66)	4 (13.33)			
7. ความเชี่ยวชาญ/ความรู้ในเนื้อหาของการอบรม	26 (86.66)	4 (13.33)			
8. ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้เข้าใจ	18 (60.00)	12 (40.00)			
9. ความสามารถในการสร้างบรรยากาศการอบรม	13 (43.33)	17 (56.66)			
10. เทคนิควิธีการถ่ายทอดความรู้มีความน่าสนใจ	23 (76.66)	7 (23.33)			
11. การรักษาเวลาในการอบรมได้อย่างเหมาะสม	14 (46.66)	16 (53.33)			
12. ความชัดเจนในการตอบคำถาม/ข้อซักถาม	23 (76.66)	7 (23.33)			

ตารางที่ 4.7 ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ของระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดโครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ (ต่อ)

ประเด็นคำถาม	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด 5	มาก 4	ปานกลาง 3	น้อย 2	น้อยที่สุด 1
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
13. ความเหมาะสมของสถานที่จัด อบรม	14 (46.66)	16 (53.33)			
14. ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวก ความสะอาดทั่วไป	19	11			
15. การจัดรายการอาหารว่างและ อาหารกลางวัน มีความเหมาะสม และเพียงพอ	23 (76.66)	7 (23.33)			
16. มีการให้บริการและอำนวยความสะดวก ของทีมงานผู้จัด โครงการเป็นอย่างดี	23 (76.66)	7 (23.33)			

จากตารางที่ 4.7 แสดงว่ากลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดงส่วนใหญ่ มีความพึงพอใจเกี่ยวกับการจัดโครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอด้านกระบวนการให้บริการ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด และมีเพียงส่วนน้อยเท่านั้นที่มีความพึงพอใจในระดับปานกลาง

ตารางที่ 4.8 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับหลักสูตร

ประเด็นคำถาม	\bar{X}	ระดับความพึงพอใจ
ด้านวัตถุประสงค์ของโครงการ		
1. สอดคล้องกับความต้องการของผู้เข้ารับการอบรม	4.87	มากที่สุด
2. สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน	4.50	มาก
รวม	4.68	มากที่สุด
ด้านโครงสร้างหลักสูตร		
3. ระยะเวลาเวลาที่จัดอบรม	3.57	มาก
4. จำนวนวันที่จัดอบรม	4.37	มาก
รวม	3.97	มาก
ด้านเนื้อหาสาระของหลักสูตร		
5. สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร	4.50	มาก
6. เนื้อหาสาระถูกต้อง	4.47	มาก
7. เรียงลำดับได้เหมาะสม	4.33	มาก
8. เป็นความรู้ที่ทันสมัย เหมาะสมกับสถานการณ์	4.50	มาก
รวม	4.45	มาก

จากตารางที่ 4.8 แสดงว่ากลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดงมีค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจเกี่ยวกับหลักสูตร ในด้านวัตถุประสงค์ของโครงการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.68 ด้านโครงสร้างหลักสูตร มีระดับความพึงพอใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.97 และด้านเนื้อหาสาระของหลักสูตร มีระดับความพึงพอใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.45 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับการจัดโครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยี การสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ

ประเด็นคำถาม	\bar{X}	ระดับความพึงพอใจ
ด้านกระบวนการให้บริการ		
1. การประชาสัมพันธ์การจัดโครงการอย่างทั่วถึง	4.27	มาก
2. กำหนดระยะเวลา สถานที่จัดอบรมไว้อย่างชัดเจน	4.27	มาก
3. ความเหมาะสมของระยะเวลาในการจัดโครงการ	4.40	มาก
4. ประเด็นเนื้อหาการอบรมมีความเหมาะสม	4.80	มากที่สุด
5. ทีมผู้จัดโครงการมีการเตรียมตัวและมีความตั้งใจ ที่จะให้บริการเป็นอย่างดี	4.77	มากที่สุด
รวม	4.50	มาก
ด้านวิทยากร		
6. คุณสมบัติและบุคลิกภาพมีความเหมาะสม	4.87	มากที่สุด
7. ความเชี่ยวชาญ/ความรู้ในเนื้อหาของการอบรม	4.87	มากที่สุด
8. ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้เข้าใจ	4.60	มากที่สุด
9. ความสามารถในการสร้างบรรยากาศการอบรม	4.43	มาก
10. เทคนิควิธีการถ่ายทอดความรู้มีความน่าสนใจ	4.77	มากที่สุด
11. การรักษาเวลาในการอบรมได้อย่างเหมาะสม	4.47	มาก
12. ความชัดเจนในการตอบคำถาม/ข้อซักถาม	4.77	มากที่สุด
รวม	4.68	มากที่สุด
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก		
13. ความเหมาะสมของสถานที่จัดอบรม	4.47	มาก
14. ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไป	4.63	มากที่สุด
15. การจัดรายการอาหารว่างและอาหารกลางวัน มีความเหมาะสม และเพียงพอ	4.77	มากที่สุด
16. การให้บริการและอำนวยความสะดวกของทีมงานผู้จัดโครงการเป็นอย่างดี	4.67	มากที่สุด
รวม	4.63	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.9 แสดงว่ากลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดงมีค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจ เกี่ยวกับการจัดโครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่า ผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ ในด้านกระบวนการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจมาก คิดเป็น ค่าเฉลี่ย 4.50 ด้านด้านวิทยากร มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.68 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.63 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.10 ค่าเฉลี่ย และระดับความพึงพอใจ โดยรวมในแต่ละด้านของโครงการ

ประเด็นคำถาม	\bar{X}	ระดับความพึงพอใจ
ด้านวัตถุประสงค์ของโครงการ	4.68	มากที่สุด
ด้านโครงสร้างหลักสูตร	3.97	มาก
ด้านเนื้อหาสาระของหลักสูตร	4.45	มาก
ด้านกระบวนการให้บริการ	4.50	มาก
ด้านวิทยากร	4.68	มากที่สุด
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.63	มากที่สุด
โดยรวม	4.48	มาก

จากตารางที่ 4.10 แสดงว่ากลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดงมีค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจโดยรวม มีระดับความพึงพอใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.48

ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ

กลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง มีความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับโครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ ดังนี้

1. อยากให้จัดกิจกรรมแบบนี้บ่อยๆ
2. ต้องการให้มีการสอนต่อยอด บรรจุภัณฑ์แบบอื่น
3. ต้องการให้สอนทำบรรจุภัณฑ์หลายๆ แบบ
4. ถ้ามีโอกาสอยากให้มีการอบรมและนำชิ้นงานใหม่ๆ มาถ่ายทอดอีก

บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาเพื่อถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้งแก่กลุ่มชุมชนและผู้สนใจ ประเมินผลการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้ ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่น โดยพิจารณาคัดเลือกตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์จากเศษผ้าประเภทต่างๆ จากนั้นนำมาขึ้นต้นแบบเพื่อใช้ในการถ่ายทอดความรู้ให้กับกลุ่มเป้าหมาย กลุ่มแปรรูปเศษผ้า บ้านดงแดง หมู่ที่ 14 ตำบลดงแดง อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด ใช้ระยะเวลาในการฝึกอบรม 2 วัน 2 หลักสูตร แบ่งเป็นหลักสูตรบรรจุภัณฑ์จากกระดาษ และบรรจุภัณฑ์จากผ้า มีผู้เข้าร่วมโครงการฝึกอบรมหลักสูตร 30 คน และเมื่อเสร็จสิ้นการอบรมมีการประเมินความพึงพอใจต่อการฝึกอบรมของผู้เข้าอบรม โดยใช้แบบสอบถามในการประเมินผล ซึ่งได้ผลสรุปและข้อเสนอแนะดังนี้

5.1 สรุปผลการวิจัย

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง ผลสรุปคือ ผู้เข้าร่วมการอบรมส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีระดับการศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 13 คน คิดเป็นร้อยละ 43.34 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 50.00 มีอาชีพเกษตรกรและเย็บผ้า จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33.33 มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 5,000 บาท จำนวน 18 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00

ตอนที่ 2 ความพึงพอใจเกี่ยวกับหลักสูตร โดยแบ่งออกเป็น 3 ด้าน คือ ด้านวัตถุประสงค์ของโครงการ ด้านโครงสร้างหลักสูตร ด้านเนื้อหาสาระของหลักสูตร ในด้านวัตถุประสงค์ของโครงการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.68 ด้านโครงสร้างหลักสูตร มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 3.97 และด้านเนื้อหาสาระของหลักสูตร มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.45 ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจต่อการจัดโครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ ในด้านกระบวนการให้บริการ มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.50 ด้านด้านวิทยากร มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.68 และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.63 ตามลำดับ

กลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดงมีค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจโดยรวมของโครงการ มีระดับความพึงพอใจมาก คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.48

5.2 อภิปรายผล

จากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่ากลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดงส่วนใหญ่เป็นกลุ่มเกษตรกรและเย็บผ้า มีทักษะความชำนาญในด้านการตัดเย็บผ้าอยู่เป็นพื้นฐานเดิม เพียงแต่ขาดความปราณีตและความเรียบร้อย ในการทำบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่มีชั้นตอนสลับซับซ้อนได้ แต่อย่างไรก็ตามกลุ่มแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง ส่วนใหญ่มีความรู้สึกพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ด้วยส่วนใหญ่มีทักษะมีทักษะในด้านการเย็บผ้าอยู่แล้วจึงทำให้ชิ้นงานออกมาสวยงาม ส่วนบรรจุภัณฑ์ที่ทำจากกระดาษกลุ่มเป้าหมายยังต้องฝึกทักษะการทำบรรจุภัณฑ์เพิ่มขึ้น แต่เนื่องมาจากมองเห็นประโยชน์ที่จะได้รับและมีความสนใจอยากอบรมเพราะความรู้ที่ได้รับจากการอบรมสามารถนำไปใช้สร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้นได้ แต่อย่างไรก็ตามผลิตภัณฑ์ต้นแบบในการวิจัยนี้ เป็นเพียงจุดเริ่มต้นที่ยังต้องมีการพัฒนาเพิ่มเติม เพื่อเป็นการส่งเสริมการขายให้กับสินค้ายิ่งขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะ

1. กลุ่มชุมชนท้องถิ่นควรฝึกทักษะการเย็บผ้าให้มีความปราณีต เพื่อให้ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพในเชิงพาณิชย์
2. ควรเผยแพร่ให้กับกลุ่มชุมชนท้องถิ่น กลุ่มอื่น ๆ ที่ต้องการตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์สำหรับผลิตภัณฑ์

บรรณานุกรม

- ชีลาพร อินทร์อุดม. 2541. การบรรจุภัณฑ์. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ.
- ชนเดช กุลปิติวัน. ม.ป.ป. คัมภีร์สร้างแบรนด์สู่ตลาดโลก. กรุงเทพมหานคร. เลิฟ แอนด์ เลิฟ.
- ธานี สุคนธชาติ. 2546. คู่มือเตรียมตัวก่อนออกแบบบรรจุภัณฑ์. กรุงเทพฯ : จิรายา คอมมูนิเคชั่น. (สำนักพัฒนาอุตสาหกรรมสนับสนุน กรมส่งเสริมอุตสาหกรรม).
- ธารทิพย์ เสรินทวัฒน์. 2550. ทักษะศิลป์ : การออกแบบพาณิชย์ศิลป์. กรุงเทพฯ.
- นภวรรณ คณานุกัษ. 2549. นโยบายผลิตภัณฑ์และราคา. ซี.วี.แอล.การพิมพ์ส่งออก, กรุงเทพฯ.
- บุหงา ไสวภาค. 2553. รายงานการประเมินโครงการ “การประกวดสร้างสรรค์สิ่งประดิษฐ์จากวัสดุเหลือใช้ เพื่อลดภาวะโลกร้อน”. วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุรินทร์, สุรินทร์.
- วิหวัศ รุ่งเรืองผล. 2552. ตำราหลักการตลาด. โรงพิมพ์ บริษัท มิสเตอร์ก็อปปี (ประเทศไทย) จำกัด, กรุงเทพฯ.
- ศักดา บุญยิต. 2545. "ปัจจัยด้านกราฟิกบนซองบรรจุภัณฑ์ที่ส่งผลต่อความเข้าใจในรสชาติของขนมที่สำเร็จรูป" ใน Design Education 1 : รวมบทความและรายงานด้านการวิจัย ศาสตร์แห่งการออกแบบ. กรุงเทพฯ, บริษัท ธนาเพรส แอนด์กราฟฟิค จำกัด.
- ศักดิ์ชัย เกียรตินาคินทร์. 2554. @design : หลักการออกแบบศิลปะ Principles of Design. กรุงเทพฯ : ไร่ลาय.
- ศิวฤทธิ์ พงศกรรังศิลป์. 2547. หลักการตลาด. ท้อป, กรุงเทพฯ.
- สมจิตร ล้วนจำเจริญ. 2546. พฤติกรรมผู้บริโภค ฉบับปรับปรุงปี 2546. มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพฯ.
- สมจินต์ มนุษย์ศิลป์. 2535. วัสดุเหลือใช้ได้ประโยชน์. บพิธการพิมพ์, กรุงเทพฯ.
- สมพงษ์ เฟื่องอารมย์. 2550. บรรจุภัณฑ์กับการส่งออก. กรุงเทพฯ : จามจุรีโปรดักท์.
- .Kotler, P. and K. L. Keller. 2002. Marketing Management. 12th ed. Pearson Prentice Hall, Boston.



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ แผนงานวิจัย เรื่อง การเพิ่มมูลค่าจากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง.....
ที่ พศ./2557 วันที่ 16 มิถุนายน 2557
เรื่อง ขออนุมัติรายชื่อวิทยากรฝึกอบรม.....

เรียน คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

ด้วยโครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ ภายใต้แผนงานวิจัย เรื่อง การเพิ่มมูลค่าจากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง ได้ดำเนินการจัดอบรมถ่ายทอดเทคโนโลยีให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผ้าบ้านดงแดง ตำบลดงแดง อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 4 หลักสูตร ระหว่างวันที่ 21 – 22 มิถุนายน 2557 ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผ้าบ้านดงแดง ตำบลดงแดง อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด และเพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปด้วยความเรียบร้อย ทางคณะผู้วิจัยจึงมีความประสงค์ขออนุมัติรายชื่อวิทยากรฝึกอบรมหลักสูตรบรรจุภัณฑ์จากผ้า หลักสูตรบรรจุภัณฑ์จากกระดาษ จำนวน 4 ท่าน ดังรายชื่อต่อไปนี้

หลักสูตรบรรจุภัณฑ์จากผ้า

1. นางสาวอัจฉราวรรณ ณ สงขลา
2. นางสาวมัลลิกา จงจิตต์

หลักสูตรบรรจุภัณฑ์จากกระดาษ

3. นางสาวไตรธิกา พิษิตเดช
4. นางสาวณัฐชยา เปี้ยวแก้ว

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณาอนุมัติ

(นางสาวอัจฉราวรรณ ณ สงขลา)

หัวหน้าโครงการวิจัย

ที่ ศธ 0581.03/



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
พระนคร
168 ถ.ศรีอยุธยา เขตดุสิต
กรุงเทพฯ 10300

มิถุนายน 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร

เรียน นางสาวอัจฉราวรรณ ณ สงขลา

ด้วยโครงการวิจัย การถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง ได้รับงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 เป็นเงินจำนวน 90,000 บาท (เก้าหมื่นบาทถ้วน) เพื่อให้ดำเนินโครงการเป็นไปตามแผนที่วางไว้ คณะเทคโนโลยี- คหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กำหนดจัดโครงการวิจัยฯ ขึ้นในระหว่างวันที่ 21 - 22 มิถุนายน 2557 ณ ตำบลบ้านดงแดง อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

ในการนี้ทางโครงการพบว่าท่านมีความรู้ความสามารถ และเชี่ยวชาญในการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จึงขอเรียนเชิญท่าน ให้ความรู้แก่ชุมชนและผู้เรียน จำนวน 30 คน ระหว่างวันที่ 21 - 22 มิถุนายน 2557 ณ ตำบลบ้านดงแดง อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด ทางโครงการได้มอบหมายให้ นางสาวมัลลิกา จงจิตต์ เบอร์โทรศัพท์ 08-6398-7821 เป็นผู้ประสานงาน

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ จากท่านพร้อมทั้งขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(นางสาวอัจฉราวรรณ ณ สงขลา)

หัวหน้าโครงการ

การถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์
เพื่อเพิ่มมูลค่าเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง

ที่ ศธ 0581.03/



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
พระนคร
168 ถ.ศรีอยุธยา เขตดุสิต
กรุงเทพฯ 10300

มิถุนายน 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร
เรียน นางสาวณัฐชยา เปี้ยแก้ว

ด้วยโครงการวิจัย การถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจสิ่งทอเหลือทิ้ง ได้รับงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 เป็นเงินจำนวน 90,000 บาท (เก้าหมื่นบาทถ้วน) เพื่อให้ดำเนินโครงการเป็นไปตามแผนที่วางไว้ คณะเทคโนโลยี- คหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กำหนดจัดโครงการวิจัยฯ ขึ้นในระหว่างวันที่ 21 - 22 มิถุนายน 2557 ณ ตำบลบ้านดงแดง อำเภोजตุรพัตตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

ในการนี้ทางโครงการพบว่าท่านมีความรู้ความสามารถ และเชี่ยวชาญในการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จึงขอเรียนเชิญท่าน ให้ความรู้แก่ชุมชนและผู้เรียน จำนวน 30 คน ระหว่างวันที่ 21 - 22 มิถุนายน 2557 ณ ตำบลบ้านดงแดง อำเภोजตุรพัตตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ จากท่านพร้อมทั้งขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชญาภัทร์ ก่อาริโย)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

ที่ ศธ 0581.03/



คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
พระนคร
168 ถ.ศรีอยุธยา เขตดุสิต
กรุงเทพฯ 10300

มิถุนายน 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร
เรียน นางสาวไตรถิกา พิซิตเดช

ด้วยโครงการวิจัย การถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจสิ่งทอเหลือทิ้ง ได้รับงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 เป็นเงินจำนวน 90,000 บาท (เก้าหมื่นบาทถ้วน) เพื่อให้ดำเนินโครงการเป็นไปตามแผนที่วางไว้ คณะเทคโนโลยี- คหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กำหนดจัดโครงการวิจัยฯ ขึ้นในระหว่างวันที่ 21 - 22 มิถุนายน 2557 ณ ตำบลบ้านดงแดง อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

ในการนี้ทางโครงการพบว่าท่านมีความรู้ความสามารถ และเชี่ยวชาญในการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จึงขอเรียนเชิญท่าน ให้ความรู้แก่ชุมชนและผู้เรียน จำนวน 30 คน ระหว่างวันที่ 21 - 22 มิถุนายน 2557 ณ ตำบลบ้านดงแดง อำเภอจตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์จากท่านพร้อมทั้งขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชญาภัทร์ กี่อารีโย)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์



ที่ ศธ 0581.03/

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
พระนคร
168 ถ.ศรีอยุธยา เขตดุสิต
กรุงเทพฯ 10300

มิถุนายน 2557

เรื่อง ขอเชิญเป็นวิทยากร
เรียน นางสาวมัลลิกา จงจิตต์

ด้วยโครงการวิจัย การถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจสิ่งทอเหลือทิ้ง ได้รับงบประมาณรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557 เป็นเงินจำนวน 90,000 บาท (เก้าหมื่นบาทถ้วน) เพื่อให้ดำเนินโครงการเป็นไปตามแผนที่วางไว้ คณะเทคโนโลยี- คหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กำหนดจัดโครงการวิจัยฯ ขึ้นในระหว่างวันที่ 21 - 22 มิถุนายน 2557 ณ ตำบลบ้านดงแดง อำเภोजตุรพัตร์พิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

ในการนี้ทางโครงการพบว่าท่านมีความรู้ความสามารถ และเชี่ยวชาญในการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ จึงขอเรียนเชิญท่าน ให้ความรู้แก่ชุมชนและผู้เรียน จำนวน 30 คน ระหว่างวันที่ 21 - 22 มิถุนายน 2557 ณ ตำบลบ้านดงแดง อำเภोजตุรพัตร์พิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าจะได้รับความอนุเคราะห์ จากท่านพร้อมทั้งขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

ขอแสดงความนับถือ

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ชญากัณฑ์ กี่อารีโย)
คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์

แบบตอบรับการเป็นวิทยากรพิเศษ

เลขที่ 168 ถ.ศรีอยุธยา
เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

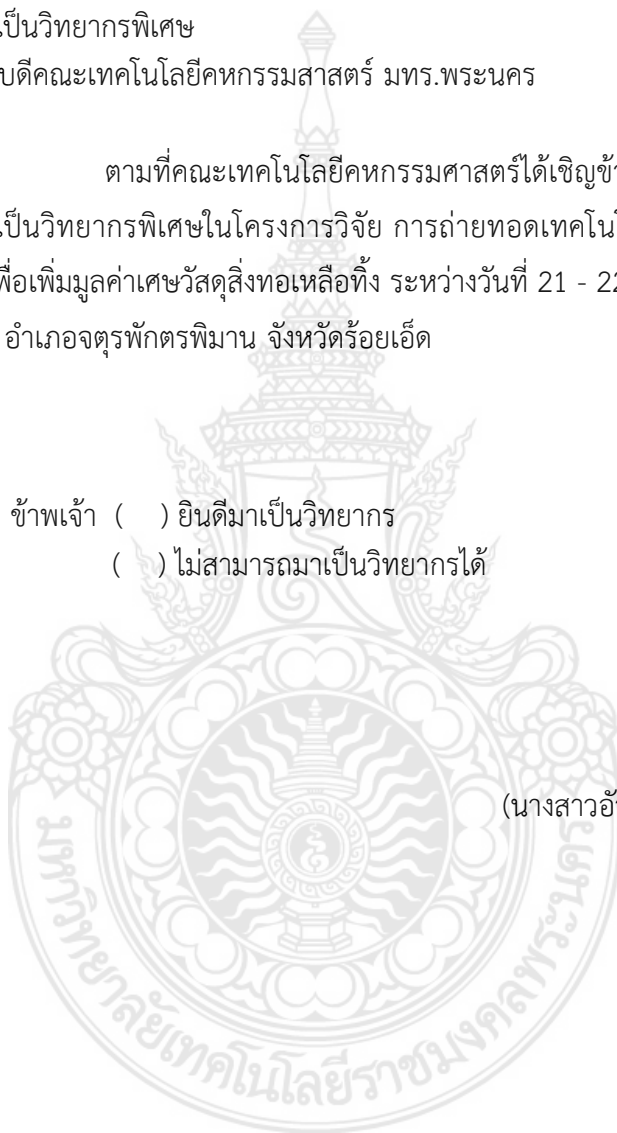
มิถุนายน 2557

เรื่อง การเป็นวิทยากรพิเศษ
เรียน คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร

ตามที่คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ได้เชิญข้าพเจ้า นางสาวอัจฉราวรรณ ฦ สงขลา เป็นวิทยากรพิเศษในโครงการวิจัย การถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง ระหว่างวันที่ 21 - 22 มิถุนายน 2557 ณ ตำบลบ้านดงแดง อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

ข้าพเจ้า () ยินดีมาเป็นวิทยากร
() ไม่สามารถมาเป็นวิทยากรได้

(นางสาวอัจฉราวรรณ ฦ สงขลา)



แบบตอบรับการเป็นวิทยากรพิเศษ

เลขที่ 168 ถ.ศรีอยุธยา

เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

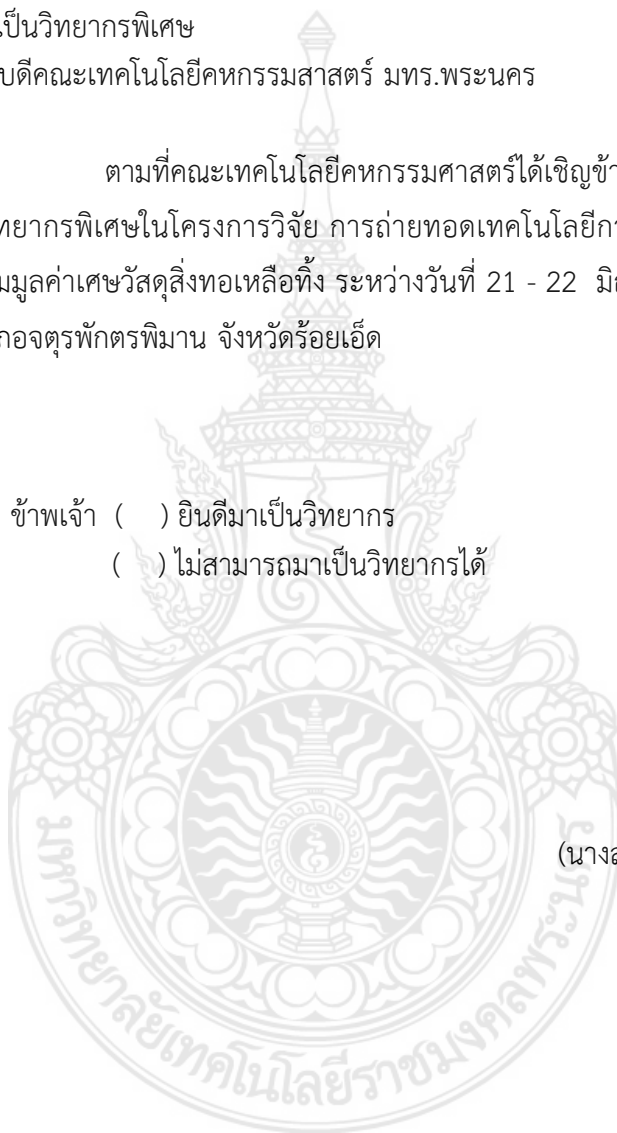
มิถุนายน 2557

เรื่อง การเป็นวิทยากรพิเศษ
เรียน คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร

ตามที่คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ได้เชิญข้าพเจ้า นางสาวณัฐชยา เปี้ยแก้ว เป็นวิทยากรพิเศษในโครงการวิจัย การถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจสิ่งทอเหลือทิ้ง ระหว่างวันที่ 21 - 22 มิถุนายน 2557 ณ ตำบลบ้านดงแดง อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

ข้าพเจ้า () ยินดีมาเป็นวิทยากร
() ไม่สามารถมาเป็นวิทยากรได้

(นางสาวณัฐชยา เปี้ยแก้ว)



แบบตอบรับการเป็นวิทยากรพิเศษ

เลขที่ 168 ถ.ศรีอยุธยา
เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

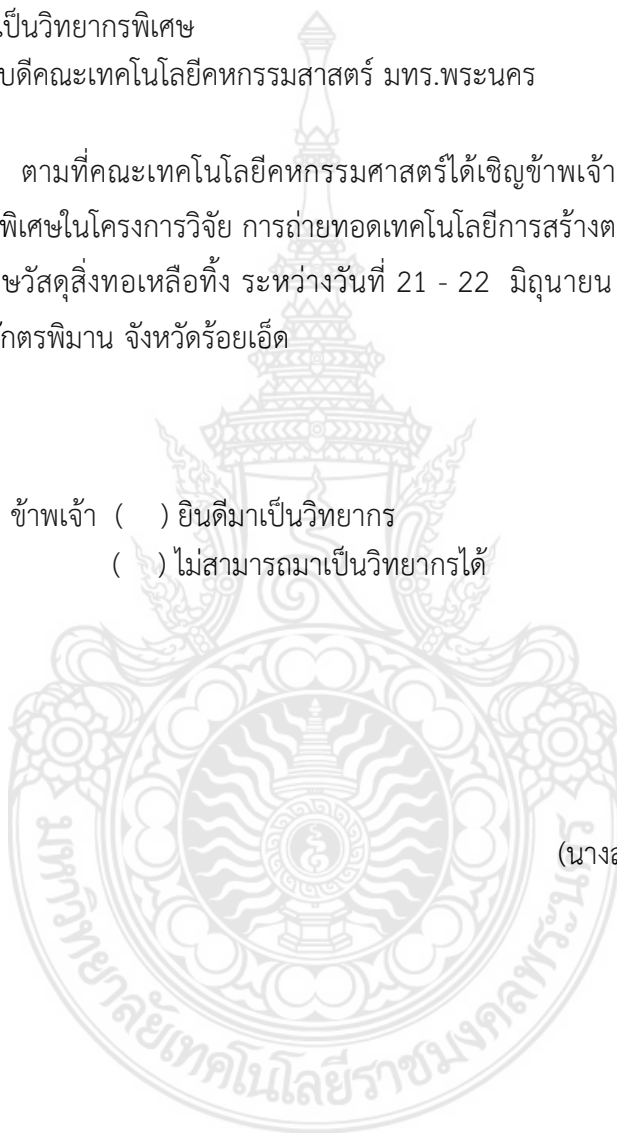
มิถุนายน 2557

เรื่อง การเป็นวิทยากรพิเศษ
เรียน คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร

ตามที่คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ได้เชิญข้าพเจ้า นางสาวไตรศิกา พิษิตเดช เป็นวิทยากรพิเศษในโครงการวิจัย การถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง ระหว่างวันที่ 21 - 22 มิถุนายน 2557 ณ ตำบลบ้านดงแดง อำเภोजตุรพักตรพิมาน จังหวัดร้อยเอ็ด

ข้าพเจ้า () ยินดีมาเป็นวิทยากร
() ไม่สามารถมาเป็นวิทยากรได้

(นางสาวไตรศิกา พิษิตเดช)



แบบตอบรับการเป็นวิทยากรพิเศษ

เลขที่ 168 ถ.ศรีอยุธยา
เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300

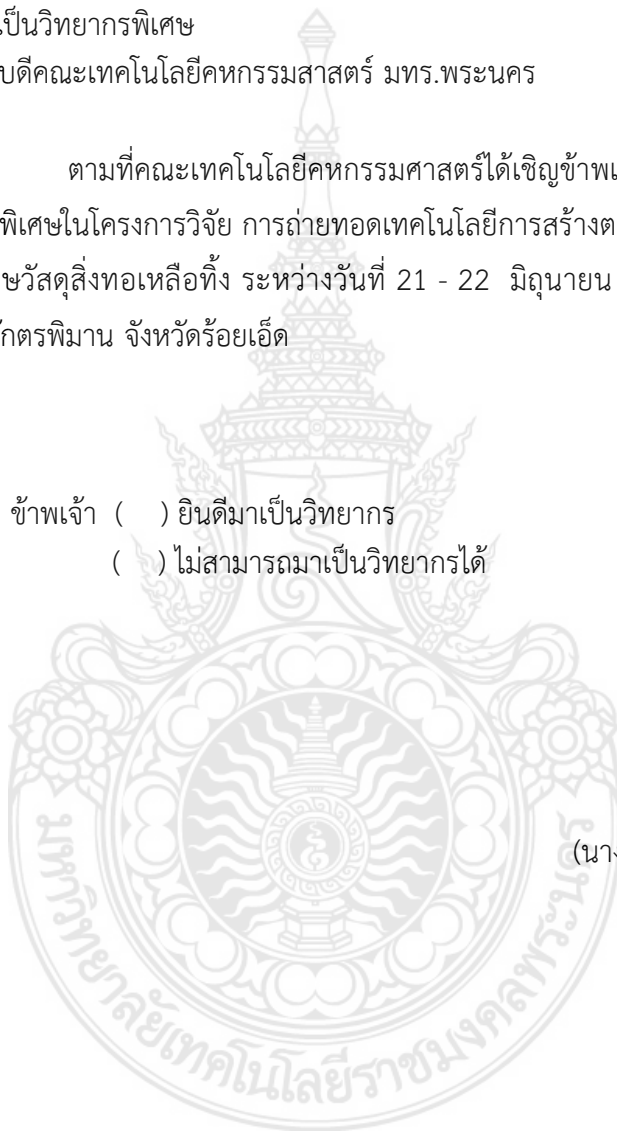
มิถุนายน 2557

เรื่อง การเป็นวิทยากรพิเศษ
เรียน คณบดีคณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มทร.พระนคร

ตามที่คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ได้เชิญข้าพเจ้า นางสาวมัลลิกา จงจิตต์ เป็นวิทยากรพิเศษในโครงการวิจัย การถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง ระหว่างวันที่ 21 - 22 มิถุนายน 2557 ณ ตำบลบ้านดงแดง อำเภोजตุรพัตร์พิมาณ จังหวัดร้อยเอ็ด

ข้าพเจ้า () ยินดีมาเป็นวิทยากร
() ไม่สามารถมาเป็นวิทยากรได้

(นางสาวมัลลิกา จงจิตต์)





โครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยี
การสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ
แบบทดสอบความรู้ก่อนและหลังการอบรม
เรื่อง บรรจุภัณฑ์จากผ้า และจากกระดาษ สำหรับปกหมอน หรือผ้าคลุมที่นอน

คำชี้แจง :

- แบบทดสอบนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อทดสอบวัดความรู้ก่อนและหลังการอบรม เรื่อง บรรจุภัณฑ์จากผ้า และ จากกระดาษ สำหรับปกหมอน หรือผ้าคลุมที่นอน
- โปรดทำเครื่องหมาย X ลงบนตัวเลือกที่ท่านพิจารณาว่าถูกต้องที่สุด

- ข้อใดไม่ใช่ขั้นตอนของการประดิษฐ์บรรจุภัณฑ์
 - การสำรวจวัสดุที่มีในท้องถิ่น
 - การสร้างภาพสามมิติของบรรจุภัณฑ์
 - การขึ้นรูปของบรรจุภัณฑ์
 - การใช้บรรจุภัณฑ์ห่อหุ้มสินค้า
- ข้อใดเป็นหลักสำคัญในการประดิษฐ์สิ่งของเหลือใช้
 - ใช้เวลาว่างให้เกิดประโยชน์
 - สร้างความเพลิดเพลินด้านจิตใจ
 - สร้างอาชีพและรายได้
 - ถูกทุกข้อ
- บรรจุภัณฑ์ชนิดใดไม่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม
 - กระเช้าพลาสติก
 - กระป๋องโลหะมีฝาปิด
 - กล่องโฟม
 - กล่องกระดาษคงรูป
- เพราะเหตุใดจึงต้องใช้คัตเตอร์กรีดตามรอยพับกล่อง.
 - เพราะต้องการให้เห็นรอยพับชัดเจน
 - เพราะต้องการให้พับเป็นรูปทรงได้ง่าย
 - เพราะต้องการให้กล่องเรียบตรงไม่หักงอ
 - เพราะต้องการให้กล่องมีลวดลายงาม
- การเย็บตะเข็บถุงผ้าด้วยมือให้ทนทานควรใช้การเย็บวิธีใด.
 - การด้นถอยหลัง
 - การสอยพันริม
 - การเนาแบบเท่ากัน
 - การด้นตะลุยก
- วัสดุอุปกรณ์ข้อใดที่ใช้สำหรับสร้างบรรจุภัณฑ์ด้วยกระดาษ
 - ดินสอ ยางลบ ไม้บรรทัดเหล็ก คัตเตอร์ แผ่นรองตัด
 - ดินสอ ยางลบ ไม้บรรทัดเหล็ก แบบตัด ผ้า
 - ดินสอ ยางลบ ไม้บรรทัดเหล็ก คัตเตอร์ ผ้า
 - ดินสอ ยางลบ ไม้บรรทัดเหล็ก แบบตัด แผ่นรองตัด
- สิ่งของในข้อใดประดิษฐ์ขึ้นโดยใช้ความรู้จากการเย็บถุงผ้า
 - ถุงผ้าแก้วใส่ของชำร่วยในงานแต่งงาน
 - ผ้าเช็ดมือในห้องครัว
 - ถุงเท้าสำหรับเด็กอ่อน
 - ซองผ้าใส่กรรไกร
- ข้อใดคือประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์
 - ป้องกันสินค้าเสียหาย
 - ป้องกันสิ่งสกปรก
 - ให้ความสวยงาม น่าสนใจ
 - ถูกทุกข้อ
- การเลือกบรรจุภัณฑ์ เน้นเรื่องใดบ้าง
 - ความสวยงาม
 - สะดวกตา
 - เรียกร้องความสนใจ
 - ไม่มีข้อผิด
- ความหมายของตราสินค้า คือข้อใด
 - ชื่อ คำ เครื่องหมาย การออกแบบ เงิน
 - ชื่อ คำ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ ชุมชน
 - ชื่อ คำ เครื่องหมาย สัญลักษณ์ การออกแบบ
 - ชื่อ คำ เครื่องหมาย การออกแบบ สินค้า



**แบบประเมินผลโครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยี
การสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ
ระหว่างวันที่ ๒๐ - ๒๑ มิถุนายน ๒๕๕๗**

ณ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปเศษผ้าบ้านดงแดง ต.ดงแดง อ.จตุรพักตรพิมาน จ.ร้อยเอ็ด

คำชี้แจง : แบบประเมินนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตร และความพึงพอใจต่อการจัดโครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ โดยแบบประเมินแบ่งออกเป็น ๓

ตอน ดังนี้

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

ตอนที่ ๒ ความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตร

ตอนที่ ๓ ความพึงพอใจต่อการจัดโครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ และข้อคิดเห็น/ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

ตอนที่ ๑ ข้อมูลทั่วไป

๑. เพศ

ชาย

หญิง

๒. สถานะภาพ

โสด

สมรส

อยู่ย่ำร้าง

หม้าย

๓. อายุ

ต่ำกว่า ๒๑ ปี

๒๑ - ๓๐ ปี

๓๑ - ๔๐ ปี

๔๑ - ๕๐ ปี

๕๑ - ๖๐ ปี

มากกว่า ๖๐ ปี

๔. ระดับการศึกษา

ประถมศึกษา

มัธยมศึกษา

อนุปริญญาหรือเทียบเท่า

ปริญญาตรี

อื่น ๆ โปรดระบุ.....

๕. อาชีพ โปรดระบุ.....

๖. รายได้ต่อเดือน

ไม่มีรายได้

ต่ำกว่า ๕,๐๐๐ บาท

๕,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท

๑๐,๐๐๑ - ๑๐,๐๐๐ บาท

๑๕,๐๐๐ - ๒๐,๐๐๐ บาท

มากกว่า ๒๐,๐๐๐ บาท

๗. ท่านเคยเข้ารับการอบรมการทำผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอหรือไม่

ไม่เคย

เคย ถ้าเคยโปรดระบุ

ชื่อหน่วยงานที่ฝึกอบรม.....

หน่วยงานที่จัด.....

ตอนที่ ๒ ความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตร

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ประเด็นคำถาม	ระดับความเหมาะสม				
	มากที่สุด (๕)	มาก (๔)	ปานกลาง (๓)	น้อย (๒)	น้อยที่สุด (๑)
ด้านวัตถุประสงค์ของโครงการ					
๑. สอดคล้องกับความต้องการของผู้เข้ารับ การอบรม					
๒. สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน					
ด้านโครงสร้างหลักสูตร					
๓. ระยะเวลาเวลาที่จัดอบรม					
๔. จำนวนวันที่จัดอบรม					
ด้านเนื้อหาสาระของหลักสูตร					
๕. สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของหลักสูตร					
๖. เนื้อหาสาระถูกต้อง					
๗. เรียงลำดับได้เหมาะสม					
๘. เป็นความรู้ที่ทันสมัย เหมาะสมกับ สถานการณ์					



ตอนที่ ๓ ความพึงพอใจต่อการจัดโครงการการถ่ายทอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและ
บรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอ

โปรดทำเครื่องหมาย ✓ ในช่องที่ตรงกับความคิดเห็นของท่านมากที่สุด

ประเด็นคำถาม	ระดับความพึงพอใจ				
	มากที่สุด (๕)	มาก (๔)	ปานกลาง (๓)	น้อย (๒)	น้อยที่สุด (๑)
ด้านกระบวนการให้บริการ					
๑. การประชาสัมพันธ์การจัดโครงการ อย่างทั่วถึง					
๒. กำหนดระยะเวลา สถานที่จัดอบรมไว้ อย่างชัดเจน					
๓. ความเหมาะสมของระยะเวลาในการจัดโครงการ					
๔. ประเด็นเนื้อหาการอบรมมีความเหมาะสม					
๕. ทีมผู้จัดโครงการมีการเตรียมตัวและความตั้งใจ ที่จะให้บริการเป็นอย่างดี					
ด้านวิทยากร					
๖. คุณสมบัตินักวิทยากรมีความเหมาะสม					
๗. ความเชี่ยวชาญ/ความรู้ในเนื้อหาของการ อบรม					
๘. ความสามารถในการถ่ายทอดความรู้ให้เข้าใจ					
๙. ความสามารถในการสร้างบรรยากาศการอบรม					
๑๐. เทคนิควิธีการถ่ายทอดความรู้มีความน่าสนใจ					
๑๑. การใช้เวลาในการอบรมได้อย่างเหมาะสม					
๑๒. ความชัดเจนในการตอบคำถาม/ข้อซักถาม					
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก					
๑๓. ความเหมาะสมของสถานที่จัดอบรม					
๑๔. ความเพียงพอของสิ่งอำนวยความสะดวกทั่วไป					
๑๕. การจัดรายการอาหารว่างและอาหารกลางวันมี ความเหมาะสม และเพียงพอ					
๑๖. มีการให้บริการและอำนวยความสะดวกของ ทีมงาน ผู้จัดโครงการเป็นอย่างดี					

ความคิดเห็น/ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

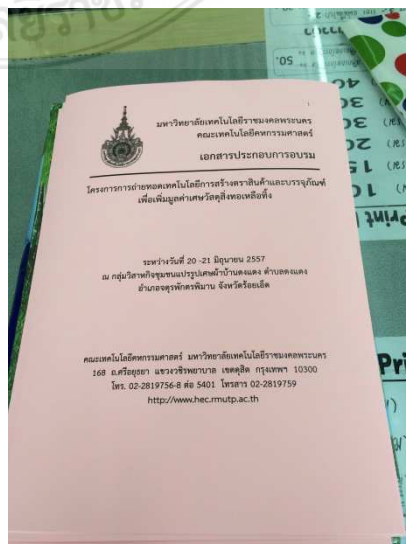
.....
.....

ขอขอบพระคุณ
ในความอนุเคราะห์ตอบแบบประเมิน

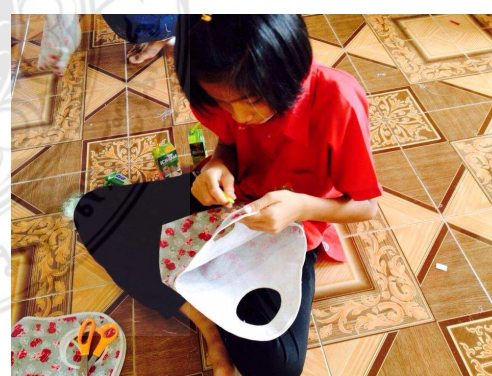
การจัดเตรียมสถานที่ฝึกอบรม



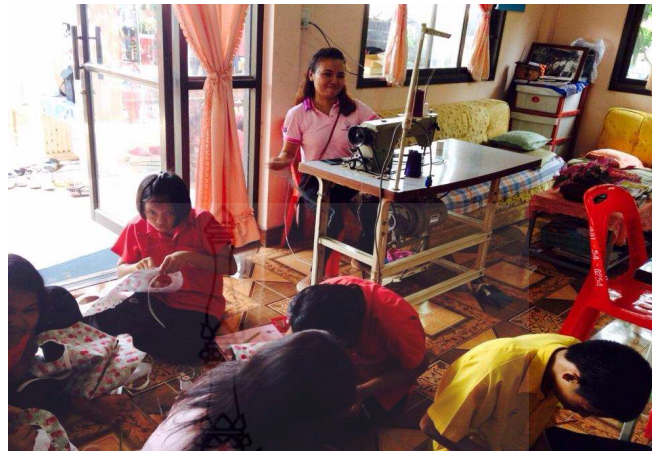
การลงทะเบียน



การฝึกอบรม



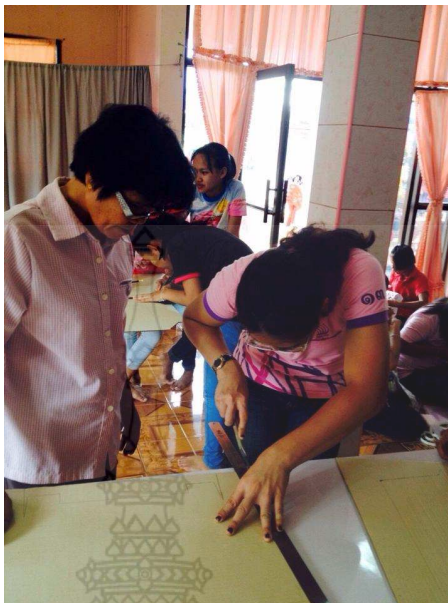
การฝึกอบรม



การฝึกอบรม



การฝึกอบรม



ภาพผลิตภัณฑ์สำเร็จ



ภาพผลิตภัณฑ์สำเร็จ



ภาพผู้เข้ารับการอบรมและผลิตภัณฑ์สำเร็จ



ภาพผู้เข้ารับการอบรมและผลิตภัณฑ์สำเร็จ



ภาพผู้เข้ารับการอบรมและผลิตภัณฑ์สำเร็จ



ประวัตินักวิจัย

หัวหน้าโครงการวิจัย

: ประวัติคณะผู้วิจัย

1. ชื่อ - นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวอัจฉราวรรณ ณ สงขลา
 ชื่อ - นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) MISS ACHARAWAN NA SONGKHLA
2. เลขหมายประจำตัวประชาชน 3 1299 00217 65 2
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ระดับ 7
4. หน่วยงานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และ E-mail
 คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
 168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
 โทรศัพท์ 0 2281 9321-4 ต่อ 5401 โทรสาร 0 2281 9759
 E-mail acharawann@hotmail.com
5. ประวัติการศึกษา A. Fashion. Birmingham Institute of Art & Design UCE,UK.
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ :
 สาขาเกษตรศาสตร์และชีววิทยา
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำงานวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการวางแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย
 - 7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย -
 - 7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย -
 - 7.2.1 โครงการวิจัยสิ่งประดิษฐ์การถ่ายทอดเทคโนโลยีเครื่องรีดถ่ายความร้อนสู่ชุมชน
 - 7.2.2 การศึกษากระบวนการทำงานของโรงงานเสื้อผ้าอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาบริษัทบูติกนิวซิติ้ จำกัด (มหาชน)

7.2.3 โครงการวิจัยเปรียบเทียบกระบวนการทำงานของผู้จัดการสินค้าเสื้อผ้าในการผลิตเสื้อผ้าแฟชั่นแบรนด์และเสื้อผ้าอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (งบประมาณปี พ.ศ. 2553)

7.2.4 โครงการวิจัยคุณลักษณะบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการสินค้าแฟชั่นที่พึงประสงค์ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (งบประมาณปี พ.ศ. 2554)

7.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว

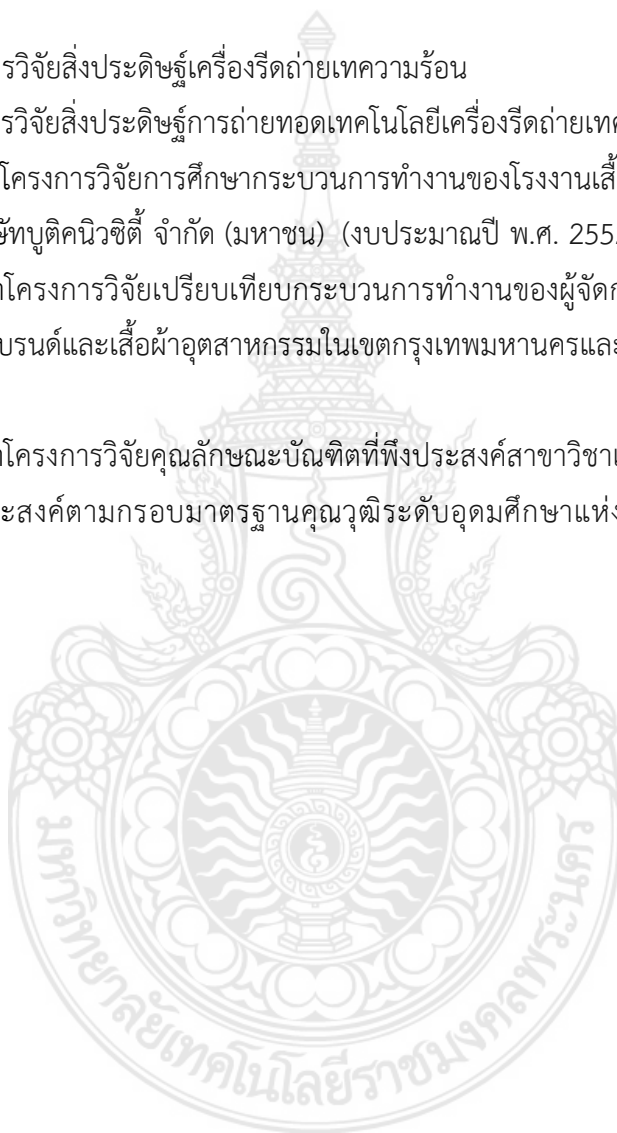
7.3.1 โครงการวิจัยสิ่งประดิษฐ์เครื่องรีดถ่ายเทความร้อน

7.3.2 โครงการวิจัยสิ่งประดิษฐ์การถ่ายเทเทคโนโลยีเครื่องรีดถ่ายเทความร้อนสู่ชุมชน

7.3.3 หัวหน้าโครงการวิจัยการศึกษากระบวนการทำงานของโรงงานเสื้อผ้าอุตสาหกรรม : กรณีศึกษาบริษัทตินิวซิติ จำกัด (มหาชน) (งบประมาณปี พ.ศ. 2552)

7.3.4 หัวหน้าโครงการวิจัยเปรียบเทียบกระบวนการทำงานของผู้จัดการสินค้าเสื้อผ้าในการผลิตเสื้อผ้าแฟชั่นแบรนด์และเสื้อผ้าอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (งบประมาณปี พ.ศ. 2553)

7.3.5 หัวหน้าโครงการวิจัยคุณลักษณะบัณฑิตที่พึงประสงค์สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการสินค้าแฟชั่นที่พึงประสงค์ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (งบประมาณปี พ.ศ. 2554)



ผู้ร่วมวิจัย คนที่ 1

1. ชื่อ – นามสกุล (ภาษาไทย) นางสาวนัฐชยา เปี้ยแก้ว
ชื่อ – นามสกุล (ภาษาอังกฤษ) MISS NUTCHAYA PIAKAEW
2. เลขหมายประจำตัวประชาชน 3 1002 00936 91 7
3. ตำแหน่งปัจจุบัน พนักงานมหาวิทยาลัย
4. หน่วยงานที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และ E-mail
คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิระพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
โทรศัพท์ 0 2281 9321-4 ต่อ 5401 โทรสาร 0 2281 9759
E-mail n26_26n@hotmail.com
5. ประวัติการศึกษา
 - คหกรรมศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร วิทยาเขตโชติเวช
 - ศิลปกรรมศาสตรมหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
6. สาขาวิชาการที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ :
สาขาเกษตรศาสตร์และชีววิทยา
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำงานวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการวางแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละข้อเสนอการวิจัย
 - 7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย -
 - 7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย -
 - 7.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว

7.3.1 โครงการวิจัยเปรียบเทียบกระบวนการทำงานของผู้จัดการสินค้าเสื้อผ้าในการผลิตเสื้อผ้าแฟชั่นแบรนด์และเสื้อผ้าอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (งบประมาณปี พ.ศ. 2553)

7.4 งานวิจัยที่กำลังทำ

7.4.1 โครงการวิจัยคุณลักษณะบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการสินค้าแฟชั่นที่พึงประสงค์ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (งบประมาณปี พ.ศ. 2554)



7.3.1 โครงการวิจัยเปรียบเทียบกระบวนการทำงานของผู้จัดการสินค้าเสื้อผ้าในการผลิตเสื้อผ้าแฟชั่นแบรนด์และเสื้อผ้าอุตสาหกรรมในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (งบประมาณปี พ.ศ. 2553)

7.4 งานวิจัยที่กำลังทำ

7.4.1 โครงการวิจัยคุณลักษณะบัณฑิตสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการสินค้าแฟชั่นที่พึงประสงค์ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (งบประมาณปี พ.ศ. 2554)



ผู้ร่วมวิจัย คนที่ 3

1. ชื่อ- สกุล (ภาษาไทย) นางสาวมัลลิกา จงจิตต์
(ภาษาอังกฤษ) MISS. MANLIKA CHONGJITH
2. เลขหมายบัตรประจำตัวประชาชน : 3 8013 00618 61 0
3. ตำแหน่งปัจจุบัน อาจารย์ (พนักงานมหาวิทยาลัย)
4. หน่วยงานและสถานที่อยู่ที่ติดต่อได้สะดวก พร้อมหมายเลขโทรศัพท์ โทรสาร และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-mail)

คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
168 ถนนศรีอยุธยา แขวงวชิรพยาบาล เขตดุสิต กรุงเทพฯ 10300
โทรศัพท์ 0 2281 9321-4 ต่อ 5301 โทรสาร 0 2281 9759
E-mail orange_tan@hotmail.com
5. ประวัติการศึกษา
- คหกรรมศาสตรบัณฑิต คศ.บ. (คหกรรมศาสตร์-ออกแบบแฟชั่นผ้าและเครื่องแต่งกาย)
คณะคหกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล
- วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต วท.ม. (คหกรรมศาสตร์ - สิ่งทอและเครื่องนุ่งห่ม) คณะเกษตร
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
6. สาขาวิชาที่มีความชำนาญพิเศษ (แตกต่างจากวุฒิการศึกษา) ระบุสาขาวิชาการ :
สาขาสังคมวิทยา กลุ่มวิชาภูมิปัญญาท้องถิ่น
7. ประสบการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิจัยทั้งภายในและภายนอกประเทศ โดยระบุสถานภาพในการทำการวิจัยว่าเป็นผู้อำนวยการแผนงานวิจัย หัวหน้าโครงการวิจัย หรือผู้ร่วมวิจัยในแต่ละผลงานวิจัย

7.1 ผู้อำนวยการแผนงานวิจัย -

7.2 หัวหน้าโครงการวิจัย -

7.3 งานวิจัยที่ทำเสร็จแล้ว -

7.4 งานวิจัยที่กำลังทำ

7.4.1 โครงการวิจัยในชั้นเรียน





การถ่ายถอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง
งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557



การถ่ายถอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง
งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557



การถ่ายถอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง
งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557



การถ่ายถอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง
งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557



การถ่ายถอดเทคโนโลยีการสร้างตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากเศษวัสดุสิ่งทอเหลือทิ้ง
งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากงบประมาณเงินรายจ่าย ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2557