

แนวทางการวิจัยเพื่อพัฒนากาแฟและบรรจุภัณฑ์ : กรณีศึกษา
บริษัท อาร์แอนด์ดีฟู้ดส์โปรดักส์ จังหวัดราชบุรี
RESEARCH GUIDELINE FOR DEVELOPMENT OF GRAPHIC AND PACKAGING :
A CASE STUDY OF R&D FOODS PRODUCT COMPANY RATCHABURI PROVINCE

สมชาย ดิษฐาภรณ์

SOMCHYE DISTAPOHN

อาจารย์ สาขาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี,
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ, กรุงเทพมหานคร
Lecturer Department of Industrial Product Design, Faculty of Science and Technology,
Rajamangala University of Technology Krungthep, Bangkok

*Corresponding author: e-mail:Somchye.d@mail.rmutk.ac.thCenter)

บทคัดย่อ

แนวทางการวิจัยเพื่อพัฒนากาแฟและบรรจุภัณฑ์ : กรณีศึกษา บริษัท อาร์แอนด์ดีฟู้ดส์โปรดักส์ จังหวัดราชบุรี โดยมีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1. เพื่อศึกษากาแฟและบรรจุภัณฑ์สินค้าบริษัท อาร์แอนด์ดีฟู้ดส์โปรดักส์ 2. เพื่อพัฒนากาแฟบรรจุภัณฑ์สินค้าบริษัท อาร์แอนด์ดีฟู้ดส์ โปรดักส์ 3. เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมชุดของฝากอัตลักษณ์ราชบุรี 4. เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อกาแฟและบรรจุภัณฑ์ บริษัท อาร์แอนด์ดีฟู้ดส์โปรดักส์ ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคสินค้าตราแม่บ้านในเขตจังหวัดราชบุรี กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคที่เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตราแม่บ้านในห้างสรรพสินค้าในจังหวัดราชบุรี รวมจำนวน 100 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ด้านออกแบบตราสินค้า มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 คือ สัญลักษณ์มีความสวยงามเป็นรูปแบบภาพกราฟิกลายเส้น เหมาะสมกับกาลเวลา สามารถการย่อ แล้วมองเห็นได้ชัดเจน ด้านพัฒนากาแฟบนบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจในระดับมาก คือ มีค่าเฉลี่ย 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 คือกราฟิกสามารถบ่งชี้ประเภทของผลิตภัณฑ์ แสดงบุคลิกสินค้าผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน สื่อสารสรรพคุณของสินค้าได้ดี ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค สื่อสารเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ดี ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจระดับมากคือ มีค่าเฉลี่ย 4.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 คือ มีขนาดที่เหมาะสมกับการบรรจุสินค้า สามารถปกป้องสินค้าที่อยู่ด้านในได้ดี โครงสร้างมีความแข็งแรง ผู้บริโภคสามารถหยิบจับสินค้าได้สะดวก มีความสวยงาม มีอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างชัดเจน และผลความพึงพอใจที่มีต่อกล่องบรรจุภัณฑ์รวมชุดของฝากจากราชบุรี ด้านการออกแบบกราฟิก มีความพึงพอใจในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 คือ คือกราฟิกสามารถบ่งชี้ประเภทของผลิตภัณฑ์ แสดงบุคลิกสินค้าผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน สื่อสารสรรพคุณของสินค้าได้ดี ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค สื่อสารเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ได้ดี ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยมีความพึงพอใจระดับมากคือ มีค่าเฉลี่ย 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 มีขนาดที่เหมาะสมกับการบรรจุสินค้า สามารถปกป้องสินค้าที่อยู่ด้านในได้ดี โครงสร้างมีความแข็งแรง ผู้บริโภคสามารถหยิบจับสินค้าได้สะดวก มีความสวยงาม มีอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างชัดเจน

คำสำคัญ: กาแฟและบรรจุภัณฑ์, อาร์แอนด์ดีฟู้ดส์โปรดักส์, เอกลักษณ์จังหวัดราชบุรี

Abstract

This Research Guidelines for Development of graphic and packaging : A Case Study of R & D Food Products Company Ratchaburi .Objectives 1. To study the graphics and product packaging of R & D Food Products Company 2. To develop graphics for product packaging R & D Food Products 3. To design the packaging of the Ratchaburi Identity Gift set 4. To assess the satisfaction with graphics and packaging. R&D Products Company. The population used in the study was consumers in Ratchaburi province. The sample group consisted of 100 consumers in department stores in Ratchaburi. The statistics used in this study were average values and standard deviations.

The research found that the brand design highly satisfied with the average value of 4.39 standard deviation 0.60.. means that the symbol is beautiful as a graphic image. Suitable with time, can be summarized and clearly visible. Graphic development on packaging highly satisfied with the average value of 4.28. and standard deviation of 0.71 means that the graphics can tell the product type. Communicate the product personality clearly. Good communication of product properties. Can attract the attention of consumers and communicate product identity. Packaging design highly satisfied with the average value of 4.41 and standard deviation of 0.65 means that the size is suitable for packing products. Can protect the product inside. The package is Strong structure. Consumers can conveniently pick up products. Packaging is beauty. Communicate the identity of the community clearly. Assessment results of satisfaction with the packaging of Ratchaburi gift sets Graphic design highly satisfied with the average value of 4.46 and standard deviation of 0.59 means that the graphics can indicate the type of product. Communicate the product personality clearly. Communicate the benefits of the product well. Can attract the attention of consumers. Communicate the product identity well. Packaging design highly satisfied with the average value of 4.20 and standard deviation of 0.74 means suitable size for packing the products inside the package. Can protect the goods inside well The structure is strong. Consumers are able to easily pick up products that are beautiful and have a clear identity of the community.

Keywords: Graphic and Packaging, R &D foods product company, Ratchaburi Provinc

1. บทนำ

โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างงาน สร้างรายได้ แก่ชุมชน สร้างความเข้มแข็งแก่ชุมชน ในการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของชุมชน ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยสอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรม ท้องถิ่นส่งเสริมการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ในภาวะที่เศรษฐกิจของประเทศกำลังแข่งขันกันอย่างมากทั้งด้านการค้า การลงทุน และการสื่อสาร OTOP เป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศอีกทางหนึ่งที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์การพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของไทย พร้อมกับสร้างจุดแข็งและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ เพื่อดึงดูดความสนใจจากตลาด นอกจากนี้จะเป็นส่วนหนึ่งของการเสริมรายได้ ส่งเสริมการใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่น และสร้างความแข็งแกร่งแก่ชุมชนระดับฐานรากแล้ว ในระดับมหภาคยังเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืน

ปัญหาของบริษัท อาร์แอนด์ดีฟู้ดส์ โปรดักส์ จำกัด ซึ่งเป็นผู้ประกอบการ OTOP ผลิตผักดองรูปแบบต่างๆ หัวไชโป้วหวาน และหน่อไม้ดอง ตราแม่บ้าน ก่อตั้งธุรกิจปี พ.ศ.2547 จากการสำรวจความต้องการของสถานประกอบการมีประเด็นปัญหา คือ ผลิตภัณฑ์ยังเป็นบรรจุภัณฑ์แบบถุงสำหรับจำหน่ายปลีกทั่วไป ไม่มีความน่าสนใจ รูปแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ยังไม่ชัดเจนเกี่ยวกับอัตลักษณ์หรือลักษณะเฉพาะที่ไม่ชัดเจน ตลอดจนกราฟิกและโลโก้ที่ไม่ทันต่อยุคสมัยที่มีรูปแบบกราฟิกเปลี่ยนแปลงไป

แล้วในท้องตลาด การจัดการขนส่งในปัจจุบันมีการขายผ่านออนไลน์ แต่รูปแบบบรรจุภัณฑ์ยังไม่เหมาะสมกับการขนส่ง ต้องการยกระดับผลิตภัณฑ์ผ่านรูปแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ การออกแบบการขายตามเทศกาลในรูปแบบชุดกล่องของฝาก (Gift set) ยังมีรูปแบบที่ไม่สวยงาม ไม่น่าสนใจ

จากปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยมีแนวทางพัฒนาจากการศึกษาเชิงลึกร่วมกับสถานประกอบการ จัดทำแผนพัฒนาเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ ออกแบบและพัฒนากราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ถ่ายทอดองค์ความรู้สู่สถานประกอบการและผู้เกี่ยวข้องกับสถานประกอบการ ทำการทดสอบเชิงการตลาดวัดความพึงพอใจที่มีต่อกับกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ใหม่ เพื่อให้ได้กราฟิกและบรรจุภัณฑ์ที่มีความแตกต่าง น่าสนใจ มีอัตลักษณ์เฉพาะตนของสินค้าให้ชัดเจน เพื่อยกระดับสินค้าให้มีคุณภาพน่าเชื่อถือ เพิ่มขีดความสามารถการขายสินค้าและยกระดับสถานะ OTOP ที่สูงขึ้นไป เพื่อเพิ่มโอกาสช่องทางการสื่อสารถึงผู้บริโภคและการขายสมัยใหม่ที่แตกต่างจากอดีตได้มากขึ้น

วัตถุประสงค์ของงานวิจัย

- 1) เพื่อศึกษากราฟิกและบรรจุภัณฑ์สินค้า บริษัท อาร์แอนด์ดีฟูดส์โปรดักส์
- 2) เพื่อพัฒนากราฟิกและบรรจุภัณฑ์สินค้า บริษัท อาร์แอนด์ดีฟูดส์โปรดักส์
- 3) เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมชุดของฝากอัตลักษณ์ราชบุรี
- 4) เพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อกับกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ บริษัท อาร์แอนด์ดีฟูดส์โปรดักส์

การทบทวนวรรณกรรม

มีการทบทวนวรรณกรรมเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดเพื่อการศึกษาข้อมูล เพื่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์และชุดกล่องบรรจุภัณฑ์ และเพื่อประเมินความพึงพอใจที่มีต่อกับกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ บริษัทอาร์แอนด์ดีฟูดส์โปรดักส์ กำหนดดังนี้

กรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ (เรียบเรียงจาก ปูน และสมพร คงเจริญเกียรติ (2530 : 253) ประกอบด้วยหลักสำคัญดังนี้

- 1) การบรรจุผลิตภัณฑ์ คือ การห่อสินค้า ด้วยการ ชั่ง ตวง วัด
- 2) การคุ้มครองป้องกันผลิตภัณฑ์ คือ การปกป้องมิให้สินค้าภายในไม่ให้เกิดเสียรูป แฉก หัก ไหล ซึม
- 3) การอำนวยความสะดวกในการจำหน่าย คือ บรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสินค้าภายใน ที่สามารถวาง ตั้ง หรือนอน ได้โดยสินค้าไม่ได้รับความเสียหาย ขนาดสินค้าที่สะดวกต่อการขนส่ง และการวาง หยิบ จับ ขณะอยู่บนชั้นวางสินค้า
- 4) การดึงดูดความสนใจ คือ บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม เหมาะสมกับสินค้า ต้องเลือกใช้รูปแบบใหม่ๆที่น่าสนใจ มีอัตลักษณ์ชัดเจน

กรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ (เรียบเรียงจาก ประชิต ทิณบุตร (2531 : 86) ประกอบด้วยหลักสำคัญดังนี้

- 1) ป่งชี้ประเภทผลิตภัณฑ์ คือ การออกแบบกราฟิกควรให้ความชัดเจน สัมพันธ์กับประเภทของผลิตภัณฑ์สินค้าภายในบรรจุภัณฑ์
- 2) แสดงบุคลิกสินค้า คือ การแสดงบุคลิกสินค้าผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ให้อารมณ์ความรู้สึกตามที่มาของสินค้า อัตลักษณ์ชุมชน หรือท้องถิ่น สินค้าอื่นๆ
- 3) แสดงคุณประโยชน์/สรรพคุณ คือกราฟิกต้องสามารถสื่อสารคุณประโยชน์ได้อย่างตรงไปตรงมา เช่น ข้อมูลที่จำเป็น ปริมาณ ส่วนประกอบ วันหมดอายุ เป็นต้น
- 4) ดึงดูดความสนใจ คือ กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ดี ด้วยการออกแบบได้อย่างน่าสนใจ ตรงกับความสนใจของผู้ใช้

- 5) รักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์ คือ กราฟิกต้องรักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สินค้านั้นไว้ เพื่อให้ผู้รับสื่อรับรู้ถึงอัตลักษณ์และเอกลักษณ์สินค้าได้อย่างชัดเจน

กรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบตราสัญลักษณ์สินค้า (เรียบเรียงจาก พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์ (2547) ในการออกแบบตราสัญลักษณ์ ให้บรรลุเป้าหมาย นักออกแบบควรคำนึงถึงหลักสำคัญ 3 ประการ คือ

- 1) ความหมายของสัญลักษณ์จะต้องเกี่ยวกับสุนทรียภาพ(Aesthetic Form) คือความงดงามของรูปแบบสัญลักษณ์ไม่ว่าจะเป็น Representation หรือ Abstract ก็ตาม
- 2) ต้องเหมาะสมกับกาลเวลายุคสมัย ควรหลีกเลี่ยงสิ่งที่เป็นความนิยมชั่วคราว
- 3) ต้องนำไปใช้ประโยชน์หลายประการ สามารถลอกเลียนด้วยวิธีต่างๆ เช่น การย่อ หรือขยายได้

งานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง

ภัทรพร อัญริยะศิลป์ (2550) การศึกษาเรื่องการออกแบบเรขาคณิตสำหรับบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อสารประเภทของผลิตภัณฑ์นมโค ซึ่งสื่อสาร สี แบบตัวอักษร และรูปภาพ พบว่า บรรจุภัณฑ์ที่สามารถสื่อสารประเภทของนมโคได้ชัดเจนควรมีองค์ประกอบดังนี้

1) การใช้สี ควรจะใช้สีหลักๆ 1 สี โดยความเข้ม-อ่อนของสีนั้น 2) การใช้แบบตัวอักษรพบว่า ความหนา-บางของตัวอักษรขึ้นอยู่กับปริมาณไขมันในแต่ละชนิดของนมโคเช่นเดียวกับสี 3) การใช้รูปภาพนั้น ภาพวาดประกอบเป็นภาพที่ถูกเลือกมากที่สุด

มัทธรา อรุณสวัสดิ์ (2545) การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อสารรสชาติอาหารขบเคี้ยว โดยศึกษาวิธีการใช้สีบนงานออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ในตลาด ผลจากการศึกษาวิจัย พบว่า ตราสินค้ามีขนาดใหญ่ เป็นตัวหนา วางสีพื้นและมีขอบสีชัดเจน ซึ่งส่วนใหญ่จะใช้สีโทนร้อน วางตราสินค้าในตำแหน่งกึ่งกลางก่อนไปทางด้านบนของซอง การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์ ใช้สีหลักๆ 2-3 สี มีการไล่โทนสีเพื่อความกลมกลืน ใช้เส้นตกแต่งบนบรรจุภัณฑ์มักเป็นเส้นตัวด และเส้นคล้ายเขียนด้วยปากกาปากตัด หรือสีที่วาดบนพื้นผิวขรุขระเพื่อเกิดความรู้สึกเคลื่อนไหวมีชีวิตชีวา การระบุประเภทของขนมและรสชาติ ส่วนบนสุดของซอง การระบุรสชาติมักนิยมวางตัวหนังสือบอกไว้ข้างใต้ตราสินค้า หรือบริเวณที่ต่ำลงมาจากจนถึงมุมของด้านขวา ภาพประกอบที่เป็นภาพถ่ายขนม เน้นแสงเงาและสีดูเหลืองน่ารับประทานและควรทำภาพให้ดูนุ่ม นุ่มนวล เหมือนวางขนมจริงอยู่บนซอง ส่วนภาพประกอบเพื่อช่วยให้สื่อถึงรสชาติในกลุ่มของภาพทริคหรือขวดซอสควรมีขนาดที่ไม่รบกวนกับองค์ประกอบโดยรวม

กรอบแนวทางการวิจัย

| Input | Process | Output | Outcome |
|--|--|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> - เกล็ดลักษณะของชุมชน - ผลิตภัณฑ์สินค้าเดิมของผู้ประกอบการ - เทคโนโลยี | <p>รวบรวมข้อมูล</p> <ul style="list-style-type: none"> - ศึกษาเอกลักษณ์จังหวัดราชบุรี - ศึกษาข้อมูลผลิตภัณฑ์สินค้าบรรจุภัณฑ์เดิม <p>ออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์</p> <ul style="list-style-type: none"> - ประชุมกลุ่มย่อยร่วมกับสถานประกอบการ - ออกแบบภาพสเก็ตช์ แนวทางหลากหลาย - ประชุมสรุปเลือกรูปแบบกราฟิกบรรจุภัณฑ์ - ออกแบบกราฟิกและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ - สร้างต้นแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ <p>การประเมินคุณภาพ</p> <ul style="list-style-type: none"> - จัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า - ศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อกราฟิกบรรจุภัณฑ์ | <ul style="list-style-type: none"> - รูปแบบโลโก้ - รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ และรูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าตราแม่บ้าน - ชุดกล่องบรรจุภัณฑ์รวมชุดของฝากจากราชบุรี | <ul style="list-style-type: none"> - เพิ่มแรงจูงใจให้กับผู้บริโภค ส่งเสริมการจำหน่าย - สร้างมูลค่าเพิ่มกับสินค้าและชุมชน |

2. วิธีการศึกษา

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาและพัฒนากราฟิกและบรรจุภัณฑ์สำหรับ บริษัท อาร์แอนด์ดีฟู้ด โปรดักส์ บริษัท อาร์แอนด์ดีฟู้ดส์ โปรดักส์

2.1 ขอบเขตการศึกษาและพัฒนา

: ศึกษาและพัฒนาตราสัญลักษณ์สินค้า ตราแม่บ้าน ให้สามารถนำไปใช้กับการสื่อสินค้าได้หลากหลายรูปแบบ
: ศึกษาและพัฒนากราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบกราฟิกและรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ที่มีอัตลักษณ์เป็นหนึ่งเดียว
: ศึกษาและพัฒนาการออกแบบชุดกล่องรวมให้เป็นของฝากจากราชบุรี เน้นรูปแบบให้เป็นอัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี ประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ ผู้บริโภคสินค้าตราแม่บ้านในเขตจังหวัดราชบุรี เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ทั้งหมดและความพึงพอใจในการออกแบบที่สื่ออัตลักษณ์จังหวัดราชบุรี โดยสุ่มเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงเฉพาะผู้บริโภคที่เข้ามาเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ตราแม่บ้านในห้างสรรพสินค้า จังหวัดราชบุรี รวมจำนวน 100 คน

ตัวแปรต้น คือ

- : สัญลักษณ์ตราสินค้า (โลโก้)
- : รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์สินค้า
- : กราฟิกและบรรจุภัณฑ์ชุดกล่องของฝากจากราชบุรี

ตัวแปรตาม คือ

- : ผลประเมินความพึงพอใจที่มีต่อกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ตราแม่บ้าน
- : ผลประเมินความพึงพอใจที่มีต่อชุดสินค้ากล่องของฝากจากราชบุรี

2.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนากราฟิกและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ บริษัท อาร์แอนด์ดีฟู้ดส์ โปรดักส์ จังหวัดราชบุรี เป็นแบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ในการประเมินค่าแบ่งออกเป็น 5 ระดับ (นिरซ์ สุตสังข์: 2548)

2.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลได้มุลได้ใช้สถิติในการดำเนินการวิจัยในรูปแบบการจัดลำดับของคุณภาพคะแนน (Rating Scale) โดยใช้สูตรของค่าระดับความคิดเห็นหาค่าสถิติพื้นฐาน คือ ค่าร้อยละและ ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังนี้

- การวิเคราะห์ความพึงพอใจแต่ละด้านของรูปแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์ ใช้การหาค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน
- การวิเคราะห์ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะของผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อปรับปรุงรูปแบบในด้านต่างๆ

2.4 วิธีการดำเนินการวิจัย

- ศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล อัตลักษณ์สินค้าและอัตลักษณ์จังหวัดร่วมกับสถานประกอบการ
- ออกแบบพัฒนากราฟิก โลโก้ และบรรจุภัณฑ์
- ประชุมกลุ่มร่วมกับสถานประกอบการเลือกรูปแบบกราฟิก และบรรจุภัณฑ์
- ออกแบบต้นแบบชุดกล่องของฝากจากราชบุรี
- ประเมินคัดเลือกแบบร่วมกันกับสถานประกอบการ
- ทำต้นแบบผลิตภัณฑ์
- ประเมินตลาดวัดความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนากราฟิกและบรรจุภัณฑ์โดยกลุ่มตัวอย่าง
- สรุปผลและรายงานผลการวิจัย

3. ผลการศึกษาและการวิจารณ์

3.1 ผลการศึกษาข้อมูล

3.1.1 ข้อมูลการศึกษากกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

- ด้านการบ่งชี้ประเภทของผลิตภัณฑ์ การทำกราฟิกควรทำให้มีความชัดเจน สัมพันธ์กับประเภทของผลิตภัณฑ์นั้นๆ เพื่อไม่ให้เกิดความเข้าใจผิด และเกิดปัญหาอื่นๆ ตามมาได้

- ด้านบุคลิกสินค้า กราฟิกต้องมีบุคลิกที่ชัดเจน ให้อารมณ์ความรู้สึกที่น่าใช้สอย น่าสนใจ แสดงอัตลักษณ์สินค้านั้นๆ

- ด้านคุณสมบัติ/สรรพคุณของสินค้า กราฟิกต้องสามารถสื่อสารคุณสมบัติอย่างตรงไปตรงมา

- ด้านการดึงดูดความสนใจ กราฟิกต้องดึงดูดความสนใจได้ดี ด้วยการออกแบบได้อย่างน่าสนใจ ตรงกับความสนใจของผู้ใช้

- ด้านเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สินค้า กราฟิกต้องรักษาเอกลักษณ์และรับรู้ถึงอัตลักษณ์สินค้าได้อย่างชัดเจน

3.1.2 ข้อมูลการศึกษารูปแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

- ด้านการบรรจุผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ควรมีขนาดเหมาะสมสำหรับจำนวน หรือปริมาณการบรรจุสินค้าที่ต้องการ รวมถึงการบรรจุสินค้าเพื่อการขนส่งได้อย่างเหมาะสม

- ด้านการคุ้มครองป้องกันผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ควรมีประสิทธิภาพในการปกป้องสินค้าที่อยู่ด้านใน ไม่ให้เกิดความเสียหาย หรือชำรุด หรือโครงสร้างบรรจุภัณฑ์เองต้องมีความแข็งแรง

- ด้านการอำนวยความสะดวกในการจำหน่าย รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ควรมีขนาดที่เหมาะสมหรือพอดีสินค้าเพื่อการจัดจำหน่ายตามช่องทางต่างๆ และสามารถหยิบ จับ ได้สะดวกของผู้บริโภคขณะการใช้งานทุกช่วงเวลา

- ด้านการดึงดูดความสนใจ รูปแบบบรรจุภัณฑ์ควรมีความสวยงาม เหมาะสมกับสินค้าภายใน ต้องเลือกใช้รูปแบบใหม่ๆที่น่าสนใจ มีอัตลักษณ์ของชุมชนอย่างชัดเจน

3.2 ผลการออกแบบ

3.2.1 ผลการออกแบบตราสินค้า (Logo)



ภาพที่ 1 แสดงภาพตราสินค้าเดิมเป็นภาพถ่าย

- ตราสินค้าเดิม ใช้ภาพถ่ายของคุณแม่ในวงกลม ซึ่งมีปัญหาในการนำไปใช้ในรูปแบบต่างๆ เช่น ปัญหาการย่อขนาด การพิมพ์รูปแบบอื่นๆ และดูไม่โดดเด่น ไม่น่าสนใจ ไม่ก่อให้เกิดการจดจำที่ดี

- ตราสินค้าที่พัฒนาใหม่ จะลดรายละเอียดจากภาพถ่ายมาใช้สีพื้นแบบง่ายๆ ไม่ไล่เฉดสีมากเกินไป เน้นการใช้น้ำหนักสีอ่อน-กลาง-เข้ม ตัดทอนเพียง 3 น้ำหนัก เพื่อให้โลโก้ตราแม่บ้าน ดูมีน้ำหนักที่ชัดเจน สามารถย่อหรือขยายขนาด โดยไม่มีผลกระทบต่อการเห็นส่วนรวม



ภาพที่ 2 แสดงภาพตราสินค้าที่พัฒนา

3.2.2 ผลการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์

- รูปแบบกราฟิกเดิม มีรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ไม่แตกต่างจากตลาดสินค้าทั่วไป มีรูปแบบที่ยังไม่น่าสนใจ และไม่
มีอัตลักษณ์ความเป็นราชบุรี

- บรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่ มีลักษณะโครงสร้างเป็นถุงบรรจุภัณฑ์ในลักษณะแบบถุงตั้ง ขนาดบรรจุ 250 ml
เป็นแบบถุงที่สามารถวางบนชั้นสินค้าแล้วเห็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน รูปแบบกราฟิกสัมพันธ์กับประเภทของ
ผลิตภัณฑ์ แสดงบุคลิกสินค้าผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ให้อารมณ์ความรู้สึกที่น่าใช้สอย น่าสนใจ แสดงอัตลักษณ์สินค้า โดย
ออกแบบให้โปร่งใสบางส่วนสามารถเห็นผักภายใน เพื่อให้สามารถดูเนื้อผักภายในได้ มีกราฟิกที่มีอัตลักษณ์ของโอ่งมังกร
ราชบุรี สามารถมองเห็นและรับรู้ความเป็นอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน และมีสีที่สะอาด สดใส ขวนรับประทาน



ภาพที่ 3 แสดงภาพกราฟิกและบรรจุภัณฑ์เดิม



ภาพที่ 4 แสดงภาพกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่

3.2.3 ผลการออกแบบชุดกล่องบรรจุภัณฑ์รวมชุดของฝากจากราชบุรี

- รูปแบบบรรจุภัณฑ์ชุดของฝากเดิม เพื่อการจำหน่ายยังไม่มีรูปแบบที่เหมาะสมและไม่มีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตน และทั้งรูปแบบการใช้งานยังไม่เหมาะสม คือยังเป็นชุดของขวัญแบบทั่วไป และเป็นกล่องธรรมดา ไม่น่าสนใจ
- รูปแบบบรรจุภัณฑ์ชุดของฝากราชบุรีที่พัฒนา คือ กล่องบรรจุภัณฑ์สามารถรวมผลิตภัณฑ์ภายในขนาด 250 ml. ได้ 3 ชนิด คือ ผักกาดตอง หน่อไม้ต้ม และไข่โป้วหวาน โดยพัฒนาให้กล่องบรรจุภัณฑ์รวมสามารถวางโฉบบนชั้นวางสินค้าได้อย่างโดดเด่น และมีความน่าสนใจ สามารถจัดวางในกล่องเพื่อส่งไปรษณีย์ ขนาด Size C หรือขนาด 11x20x30 cm. ได้ กล่องบรรจุภัณฑ์รวมมีอัตลักษณ์ราชบุรีอย่างชัดเจน คือใช้มังกร และโองมังกรเป็นอัตลักษณ์ และกล่องบรรจุภัณฑ์รวมสามารถมีความแข็งแรง สามารถรองรับน้ำหนัก และการขนส่ง และการปกป้องสินค้าภายในได้ดี



ภาพที่ 5 แสดงภาพกล่องบรรจุภัณฑ์ชุดของฝากเดิม และภาพกล่องบรรจุภัณฑ์ชุดของฝากที่พัฒนาใหม่ที่แสดงอัตลักษณ์โองมังกรราชบุรี

3.2.4 ผลสรุปการประเมินความพึงพอใจ

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาตราสินค้า (Logo)

| รายการ | ระดับความพึงพอใจ | | |
|--|------------------|-------------|------------|
| | X | S.D | ความหมาย |
| 1.สื่อความหมายได้ชัดเจน | 4.51 | 0.61 | มากที่สุด |
| 2.มีความสวยงาม น่าสนใจ | 4.37 | 0.67 | มาก |
| 3.มีความเรียบง่าย จดจำง่าย | 4.41 | 0.66 | มาก |
| 4.ใช้สีเหมาะสมกับสินค้า | 4.45 | 0.60 | มาก |
| 5.มีความแปลกสะดุดตา น่าสนใจ | 4.35 | 0.67 | มาก |
| 6.มีลักษณะเฉพาะตนชัดเจนไม่เลียนแบบใคร | 4.43 | 0.623 | มาก |
| 7.โทนสีมีความเหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ | 4.36 | 0.64 | มาก |
| 8.ใช้สีที่มีความเป็นเอกลักษณ์ขององค์กร | 4.31 | 0.69 | มาก |
| รวม | 4.39 | 0.60 | มาก |

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนากราฟิกและบรรจุภัณฑ์

| รายการ | ระดับความพึงพอใจ | | |
|-----------------------------------|------------------|-------------|------------|
| | x | S.D | ความหมาย |
| 1.ด้านออกแบบกราฟิก | | | |
| การบ่งชี้เข้าใจถึงผลิตภัณฑ์ | 4.46 | 0.70 | มากที่สุด |
| การแสดงถึงบุคลิกสินค้า | 4.30 | 0.64 | มาก |
| การแสดงความโดดเด่น/สรรพคุณ | 4.51 | 0.65 | มากที่สุด |
| ความสวยงาม น่าสนใจ | 3.91 | 0.73 | มาก |
| การแสดงถึงอัตลักษณ์ราชบุรี | 4.23 | 0.66 | มาก |
| รวม | 4.28 | 0.71 | มาก |
| 2. ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ | | | |
| การบรรจุผลิตภัณฑ์ภายใน | 4.35 | 0.74 | มาก |
| การคุ้มครองป้องกันผลิตภัณฑ์ | 4.52 | 0.57 | มากที่สุด |
| การอำนวยความสะดวกในการจำหน่าย | 4.40 | 0.60 | มาก |
| ความสะดวกในการใช้บรรจุภัณฑ์ | 4.22 | 0.73 | มาก |
| ความสวยงาม ดึงดูดน่าสนใจ | 4.60 | 0.55 | มากที่สุด |
| รวม | 4.41 | 0.65 | มาก |

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพึงพอใจที่มีต่อการพัฒนาต่อชุดกล่องบรรจุภัณฑ์รวมของฝากราชบุรี

| | ระดับความพึงพอใจ | | |
|-----------------------------------|------------------|-------------|------------|
| | X | S.D | ความหมาย |
| 1.ด้านออกแบบกราฟิก | | | |
| การบ่งชี้เข้าใจถึงประเภทผลิตภัณฑ์ | 4.50 | 0.55 | มากที่สุด |
| การแสดงถึงบุคลิกสินค้า | 4.41 | 0.65 | มาก |
| การแสดงความโดดเด่น/สรรพคุณ | 4.36 | 0.61 | มาก |
| ความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ | 4.60 | 0.53 | มากที่สุด |
| รวม | 4.46 | 0.59 | มาก |
| 2. ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ | | | |
| การบรรจุผลิตภัณฑ์ภายใน | 4.24 | 0.69 | มาก |
| การคุ้มครองป้องกันผลิตภัณฑ์ | 3.83 | 0.75 | มาก |
| การอำนวยความสะดวกในการจำหน่าย | 4.44 | 0.70 | มาก |
| ความสะดวกในการใช้บรรจุภัณฑ์ | 4.27 | 0.63 | มาก |
| ความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ | 4.54 | 0.65 | มากที่สุด |
| การแสดงถึงอัตลักษณ์ราชบุรี | 3.89 | 0.72 | มาก |
| รวม | 4.20 | 0.74 | มาก |

4. สรุปผลการวิจัย

4.1 ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อการพัฒนาตราสินค้า พบว่ามีความพึงพอใจระดับมาก มีค่าเฉลี่ยรวม 4.39 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.60 สอดคล้องกับกรอบแนวคิดการออกแบบตราสัญลักษณ์สินค้า (พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์ : 2547) สัญลักษณ์จะต้องเกี่ยวกับสุนทรียภาพ คือความงดงามของรูปแบบสัญลักษณ์ไม่ว่าจะเป็น Representation หรือ Abstract ก็ตามตราสินค้าต้องเหมาะสมกับกาลเวลายุคสมัย และต้องนำไปใช้ประโยชน์หลายประการ สามารถลอกเลียนด้วยวิธีต่างๆ เช่น การย่อหรือขยายได้ โดยภาพสัญลักษณ์ตราสินค้าใหม่ มีการลดรายละเอียดจากภาพถ่ายมาใช้สีพื้นแบบง่าย ๆ ไม่ไล่เฉดสีมากเกินไป ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์กราฟิกแทนการใช้ภาพถ่ายเหมาะสมกับกาลเวลา เน้นการใช้น้ำหนักสี ขาว เทา-ดำ-ตัดทอนเพียง 3 น้ำหนัก โดยไม่ใช้สีอื่นเพื่อสุนทรียภาพและความสวยงาม เรียบง่าย เพื่อให้โลโก้ตราแม่บ้าน ดูมีน้ำหนักที่ชัดเจน สามารถย่อหรือขยายขนาดโดยไม่มีผลกระทบต่อการเห็นส่วนรวม

4.2 ผลประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ โดยด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวม คือ 4.28 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.71 สอดคล้องกับกรอบแนวคิดการออกแบบกราฟิก (ประชิด ทิณบุตร : 2531) คือ การบ่งชี้ประเภทผลิตภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกควรให้มีความชัดเจน สัมพันธ์กับประเภทของผลิตภัณฑ์สินค้าภายใน การแสดงบุคลิกสินค้าผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ให้อารมณ์ความรู้สึกตามที่อัตลักษณ์ชุมชน การแสดงคุณประโยชน์/สรรพคุณ สามารถสื่อสารคุณประโยชน์ได้อย่างตรงไปตรงมา กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ดี ด้วยการออกแบบได้อย่างน่าสนใจ ตรงกับความสนใจของผู้ใช้ กราฟิกรักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สินค้านั้นไว้ เพื่อให้ผู้รับสื่อรับรู้ถึงอัตลักษณ์และเอกลักษณ์สินค้าได้อย่างชัดเจน บรรจุภัณฑ์รูปแบบใหม่เห็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน รูปแบบกราฟิกสัมพันธ์กับประเภทของผลิตภัณฑ์ แสดงบุคลิกสินค้าผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ให้อารมณ์ความรู้สึกที่นำใช้สอย น่าสนใจ แสดงอัตลักษณ์สินค้า มีกราฟิกที่มีอัตลักษณ์ของโอ่งมังกรราชบุรี สามารถมองเห็นและรับรู้ความเป็นอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน และมีสีสันที่สะอาด สดใส ชวนรับประทาน และด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจระดับมากคือ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.41 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.65 สอดคล้องกับกรอบแนวคิดการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ (ปูน และสมพร คงเจริญเกียรติ) คือ การบรรจุผลิตภัณฑ์ คือ การห่อสินค้า ด้วยการ ชั่ง ตวง วัด บรรจุภัณฑ์ควรมีขนาดเหมาะสมสำหรับจำนวน หรือปริมาณการบรรจุสินค้าที่ต้องการ รวมถึงการบรรจุสินค้าเพื่อการขนส่งได้อย่างเหมาะสม การคุ้มครองป้องกันผลิตภัณฑ์ ต้องปกป้องมีให้สินค้าภายในไม่ให้เกิดรูป แดก หัก ไหล ซึม การอำนวยความสะดวกในการจำหน่าย บรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสินค้าภายใน ที่สามารถวาง ตั้ง หรือนอน ได้ โดยสินค้าไม่ได้รับความเสียหาย ขนาดสินค้าที่สะดวกต่อการขนส่ง และการวาง หยิบ จับ ขณะอยู่บนชั้นวางสินค้า การดึงดูดความสนใจ บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องมีความสวยงาม เหมาะสมกับสินค้า ต้องเลือกใช้รูปแบบใหม่ๆที่น่าสนใจ มีอัตลักษณ์ชัดเจน บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบรูปแบบใหม่ศึกษาลักษณะบรรจุภัณฑ์ในลักษณะแบบถ่วงตั้ง ขนาดบรรจุ 250 ml เป็นแบบถ่วงที่สามารถวางบนชั้นสินค้าแล้วเห็นกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ออกแบบให้โปร่งใสบางส่วนสามารถเห็นฝักทองภายใน เพื่อให้สามารถดูเนื้อฝักภายในได้ มีกราฟิกที่มีอัตลักษณ์ของโอ่งราชบุรี สามารถมองเห็นและรับรู้ความเป็นอัตลักษณ์ได้อย่างชัดเจน

4.3 ผลความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อกล่องบรรจุภัณฑ์รวมชุดของฝักจากราชบุรี ด้านการออกแบบกราฟิก มีความพึงพอใจในระดับมาก คือมีค่าเฉลี่ยรวม คือ 4.46 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.59 สอดคล้องกับกรอบแนวคิดการออกแบบกราฟิก (ประชิด ทิณบุตร : 2531) คือ การบ่งชี้ประเภทผลิตภัณฑ์ การออกแบบกราฟิกควรให้มีความชัดเจน สัมพันธ์กับประเภทของผลิตภัณฑ์สินค้าภายใน การแสดงบุคลิกสินค้าผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน ให้อารมณ์ความรู้สึกตามที่อัตลักษณ์ชุมชน การแสดงคุณประโยชน์/สรรพคุณ สามารถสื่อสารคุณประโยชน์ได้อย่างตรงไปตรงมา กราฟิกสามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคได้ดี ด้วยการออกแบบได้อย่างน่าสนใจ ตรงกับความสนใจของผู้ใช้ กราฟิกรักษาเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์สินค้านั้นไว้ เพื่อให้ผู้รับสื่อรับรู้ถึงอัตลักษณ์และเอกลักษณ์สินค้าได้อย่างชัดเจน และด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์มีความพึงพอใจระดับมากคือ มีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.20 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.74 สอดคล้องกับกรอบแนวคิดการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ (ปูน และสมพร คงเจริญเกียรติ) คือ การบรรจุผลิตภัณฑ์ ควรมีขนาดเหมาะสมสำหรับจำนวน หรือปริมาณการบรรจุสินค้าที่ต้องการ

รวมถึงการบรรจุสินค้าเพื่อการขนส่งได้อย่างเหมาะสม การคุ้มครองป้องกันผลิตภัณฑ์ ต้องปกป้องมิให้สินค้าภายในไม่ให้เสียรูป
แตก หัก โหล ซึ่ม การอำนวยความสะดวกในการจำหน่าย บรรจุภัณฑ์ที่บรรจุสินค้าภายใน ที่สามารถวาง ตั้ง หรือนอน ได้โดย
สินค้าไม่ได้รับความเสียหาย ขนาดสินค้าที่สะดวกต่อการขนส่ง และการวาง หีบ จับ ขณะอยู่บนชั้นวางสินค้า การดึงดูดความ
สนใจ บรรจุภัณฑ์ที่ดีต้องมีความสวยงาม เหมาะสมกับสินค้า ต้องเลือกใช้รูปแบบใหม่ๆที่น่าสนใจ มีอัตลักษณ์ชัดเจน รูปแบบ
บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนา รูปแบบบรรจุภัณฑ์ชุดของฝากราชบุรีที่พัฒนา เป็นกล่องบรรจุภัณฑ์สามารถรวมผลิตภัณฑ์ภายในขนาด 250
ml. ได้ 3 ชนิด คือ ฝักกาดทอง หน่อไม้ต้ม และไขเปื้อหวาน โดยพัฒนาให้กล่องบรรจุภัณฑ์รวมสามารถวางโซว์บนชั้นวางสินค้าได้
อย่างโดดเด่น และมีความน่าสนใจ สามารถจัดวางในกล่องเพื่อส่งไปรษณีย์ ขนาด Size C หรือขนาด 11x20x30 cm. ได้ กล่อง
บรรจุภัณฑ์รวมมีอัตลักษณ์ราชบุรีอย่างชัดเจน คือไข่มังกร และโอ่งมังกรเป็นอัตลักษณ์ และกล่องบรรจุภัณฑ์รวมสามารถมีความ
แข็งแรง สามารถรองรับน้ำหนัก และการขนส่ง และการปกป้องสินค้าภายในได้ดี

5. กิตติกรรมประกาศ

ผลงานวิจัยนี้สำเร็จลงได้ด้วยคุณูปการของผู้เกี่ยวข้องหลายท่าน ที่อำนวยความสะดวกให้โครงการวิจัยประสบความสำเร็จ

ขอขอบพระคุณสำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ผู้อนุมัติงบประมาณดำเนินการ
วิจัย และนำเสนอข้อคิดเห็น การปรับปรุงแก้ไขในการดำเนินการต่างๆด้วยดีเสมอ

ขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา ฝ่ายฝึกอบรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ ช่วยอำนวยความสะดวกในการ
ดำเนินการวิจัยตลอดโครงการ

ขอขอบพระคุณผู้ที่เกี่ยวข้องทั้งหมดในสถานประกอบการ บริษัท อาร์แอนด์ดีฟู๊ดส์โปรดักส์ จังหวัดราชบุรี ที่ได้ให้ความ
ร่วมมือประชุมสรุปประเด็นสำคัญต่างๆในการออกแบบและพัฒนากราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ทำให้ได้ผลงานเพื่อประโยชน์ของสถาน
ประกอบการ ชุมชนที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยขอขอบคุณความกรุณาอย่างสูง

ขอกราบขอบพระคุณ คุณพ่อ คุณแม่ ผู้เป็นที่เคารพรักยิ่ง และทุกคนในครอบครัวที่ให้กำลังใจ ให้ความช่วยเหลือจน
ประสบความสำเร็จ

คุณค่าและประโยชน์ใดๆ ที่เป็นผลมาจากโครงการวิจัยเล่มนี้ผู้เขียนขอมอบแต่ คุณพ่อ คุณแม่ และคณาจารย์ทุกท่านด้วย
ความเคารพยิ่ง ที่อบรมสั่งสอนผู้เขียนจนสำเร็จการศึกษา หากมีข้อบกพร่องผิดพลาดประการใด ขออภัยมา ณ ที่นี้ด้วย

6. เอกสารอ้างอิง

- (1) ชัยรัตน์ อัครวงกูร. 2548. ออกแบบให้โดนใจ. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์วิธอินปั๊คส์.
- (2) ชัยมิตร แสงวงมจล. 2548. ออกแบบกราฟิก.เอกสารประกอบการสอนรายวิชาสาขาวิชาออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
- (3) ประชิต ทินบุตร. 2530.การออกแบบกราฟิก. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์โอเดียน สโตร์.
- (4) ปุ่น คงเจริญเกียรติ, สมพร คงเจริญเกียรติ. 2541. บรรจุภัณฑ์อาหาร. กรุงเทพฯ. ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- (5) พงษ์ศักดิ์ ไชยทิพย์. 2544. เทคนิคการออกแบบงานกราฟิก. กรุงเทพฯ. ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- (6) ภัทรพร อธิริยะศิลป์. 2550 การศึกษาเรื่องการออกแบบเรขาคณิตสำหรับบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อสารประเภทของผลิตภัณฑ์นมโค.
วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- (7) ปรวี ศรีโสภาก. 2553. การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร : กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรสงคราม วิสาหกิจ
ชุมชนของไทย. วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.
- (8) มหิศรา อรุณสวัสดิ์. 2545. การใช้สีบนบรรจุภัณฑ์เพื่อสื่อสารรสชาติอาหารขบเคี้ยววัยรุ่น. วิทยานิพนธ์ศิลปกรรมศาสตร์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย. กรุงเทพฯ.