



รายงานโครงการวิจัยฉบับสมบูรณ์

การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น สู่อการยกระดับมูลค่าเพิ่ม
ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่

Tourism Integration from a local Identity base to Enhance the added value of
The Product and Innovative OTOP Product Packaging from the use of New Innovations

รหัสโครงการ : 196121

มัทธนี ปราโมทย์เมือง
หัวหน้าโครงการวิจัย

สาขาวิชาการออกแบบบรรจุภัณฑ์และการพิมพ์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

เดือน ตุลาคม ปี พ.ศ. 2567

งบประมาณสนับสนุนงานมูลฐาน (Fundamental Fund)

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

จากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม

- ชื่อเรื่อง** : การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมี้จากการใช้นวัตกรรมใหม่
- ผู้วิจัย** : มัทธนี ปราโมทย์เมือง หัวหน้าโครงการวิจัย
- พ.ศ.** : 2567

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อหาอัตลักษณ์ท้องถิ่นของพื้นที่การวิจัย 2) เพื่อสร้างและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมี้ 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อการพัฒนาและยกระดับมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมี้ โดยใช้เครื่องมือในงานวิจัยรูปแบบผสมผสาน ใช้วิธีดำเนินการวิจัย เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูล การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มย่อย แบบสอบถาม โดยนำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์ผล เพื่อกำหนดแนวความคิด นำสู่กระบวนการออกแบบ การพัฒนา การสร้างและผลิตต้นแบบผลงาน และประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมี้ จากกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ประชาชนและนักท่องเที่ยวภายในจังหวัดสระบุรี จำนวน 50 คน ผลการวิจัย พบว่า อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี และพื้นที่วิจัย คือ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนาโมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี เป็นพื้นที่เกษตรกรรม คือ การทำนาข้าวเจ้าเขยเสนาให้ และมีการปลูกต้นมะม่วงมันหนองแซง ซึ่งถือเป็นสินค้าเกษตรตามสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของจังหวัดสระบุรี และมี “ฟางข้าว” เป็นวัสดุที่เหลือทิ้งจากการทำนา ดังนั้นชุมชนจึงต้องการให้นำฟางข้าวและใบมะม่วงมันหนองแซงมาใช้ประโยชน์ มาทำการสกัดสี ย้อมสีจากธรรมชาติแล้วสร้างลวดลายมัดย้อมลงบนผืนผ้า แล้วนำมาต่อยอดสู่กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ประเภทต่างๆ อาทิ ชุดผลิตภัณฑ์บนโต๊ะรับประทานอาหาร ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก เพื่อใช้จำหน่ายและรับรองแขกผู้มาเยือนของการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นของกลุ่ม และมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหารและขนมจากอัตลักษณ์ท้องถิ่น ได้แก่ ข้าวผัดข้าวเจ้าเขย, ขนมดอกจอก, ขนมข้าวแต๋น เป็นลักษณะของฉลากสติ๊กเกอร์ ป้ายแขวนสินค้า และกล่องอาหารเบรคสำหรับการวางจำหน่ายแบบปลีก (รายหน่วย) เพื่อให้เกิดการยกระดับมูลค่าเพิ่มของสินค้า โดยภาพรวมของการประเมินผลต่อรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมี้ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 โดยแยกเป็นรายด้านของการออกแบบผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 และด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ มีความพึงพอใจระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05

Title : Tourism Integration from a local Identity base to enhance the added value of The Product and Innovative OTOP Product Packaging from the use of New Innovations

Author : Mattanee Parmotmuang

Year : 2024

ABSTRACT

The objectives of this research are 1) to perceive the local identity of the research vicinity, 2) to create and produce prototypes of OTOP Nawatwithi products and packaging, and 3) to evaluate the satisfaction Continuing the development and enhancement of added value to OTOP Nawatwithi products and packaging. This research uses mixed research tools, consisting of data study, interviews, focus group discussions, questionnaires, data analysis, and data synthesis to determine concepts leading to the design process, developing prototypes, and evaluating satisfaction with new forms of creative products from the sample group of 50 people, The study found that Sao Hai District, Saraburi Province, The research site. the Sufficiency Economy Learning Center under the Khok Nong Na Model, known as "Hor Chao Na Khok Na Sai" in Sao Hai District. are agricultural areas. The region is primarily engaged in cultivating "Jek Chuey Sao Hai" rice and "Mun Nong Saeng" mangoes, both of which are recognized as Geographical Indications (GI) products of Saraburi Province. Additionally, rice straw is a byproduct of rice farming. To add value to agricultural waste, the community seeks to repurpose rice straw and Mun Nong Saeng mango leaves by extracting natural dyes, applying tie-dye techniques on fabric, and developing various product designs. These include tableware sets and souvenir items, which can be sold or used as gifts for visitors, enhancing the local identity-based tourism experience. Furthermore, the project integrates local identity into food and snack packaging designs, such as Jek Chuey fried rice, Dok Jok snacks, and Khao Taen rice crackers. These packaging designs feature sticker labels, product tags, and break-time meal boxes, catering to retail sales and increasing the value of local products.

Overall, the assessment of the new designs of merchandise and packaging for OTOP Nawatwithi showed a excessive level of satisfaction, with a median rating of 4.08. Separated into Product Design with a high level of satisfaction with an average of 4.12, and Packaging Design with a high level of satisfaction with an average of 4.05.

กิตติกรรมประกาศ

โครงการวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567

โดยขอขอบคุณคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ที่ให้การสนับสนุนและเห็นความสำคัญในการทำวิจัยในครั้งนี้ ขอขอบคุณผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการร้านค้าและประชาชนของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนาโมเดล “หอชวาณา โคกนาคัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี รวมทั้งหน่วยงานราชการภายในพื้นที่และผู้ที่เกี่ยวข้อง ที่ได้เสียสละเวลาในการให้ข้อมูลต่าง ๆ อย่างมีส่วนร่วมกับชุมชน ของการพูดคุย สอบถาม การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่มและการประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาประกอบการทำงานโครงการวิจัยครั้งนี้ ให้สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ได้อย่างดี

สุดท้ายนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่า โครงการบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น สู่อุตสาหกรรมมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมต่าง ๆ จากการใช้นวัตกรรมใหม่ จะเป็นประโยชน์ทางการศึกษาและการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ในการส่งเสริมอาชีพและการสร้างงานจากการยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ให้แก่ชุมชน ในการต่อยอดผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมในเชิงพาณิชย์ต่อไป หากการวิจัยนี้มีข้อบกพร่องประการใด ผู้วิจัยใคร่ขออภัยมา ณ ที่นี้ ขอขอบคุณค่ะ

มัทณี ปราโมทย์เมือง

หัวหน้าโครงการวิจัย

สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ	ข
กิตติกรรมประกาศ	ค
สารบัญ	ง
สารบัญตาราง	ฉ
สารบัญภาพ	ช
บทที่ 1 บทนำ	1
1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	1
1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย	3
1.4 วิธีดำเนินงานการวิจัย	4
1.5 สมมุติฐานการวิจัย	6
1.6 กรอบแนวความคิดการวิจัย	7
1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	9
1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ	9
บทที่ 2 เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	10
2.1 ข้อมูลบริบทพื้นที่วิจัยของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี	10
2.2 ข้อมูลการออกแบบกราฟิก	18
2.3 ข้อมูลการออกแบบบรรจุภัณฑ์	39
2.4 ข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์	50
2.5 ข้อมูลวัสดุและระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์	57
2.6 ข้อมูลแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	58
2.7 ข้อมูลเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	63
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	66
3.1 รูปแบบการวิจัย	66
3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง	73

สารบัญ (ต่อ)

	หน้า
บทที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย	
3.3 ระยะเวลาดำเนินงานวิจัย	68
3.4 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล	69
3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล	70
3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล	71
3.7 การสรุปผลและนำเสนอข้อมูล	72
บทที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูล	73
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นของพื้นที่การศึกษา ผลิตภัณฑ์และ บรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมต่าง ๆ ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคนาคัย” อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี	73
4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสร้างและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่ ให้เกิดการยกระดับมูลค่าเพิ่มสินค้าจากการ บูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น	76
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาและ ยกระดับมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม ของศูนย์เรียนรู้ เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคนาคัย” อ.เส้าไห้ จ.สระบุรี	99
บทที่ 5 สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ	104
5.1 สรุปผลการวิจัย	104
5.2 อภิปรายผลการวิจัย	107
5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย	108
บรรณานุกรม	109
ภาคผนวก	111
ประวัติผู้วิจัย	119

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
1 ตารางการย้อมสีจากฟางข้าวเจ็กเซยเสาให้	80
2 ตารางการย้อมสีจากใบมะม่วงมันหนองแซง	83
3 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 50)	99
4 แสดงการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมใหม่ของนวัตกรรมใหม่จากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น	100



สารบัญภาพ

ภาพที่	หน้า
1 กรอบแนวคิดการวิจัย	8
2 จุดประชาสัมพันธ์แผนที่เส้นทาง	11
3 การลงพื้นที่วิจัย “หอชาวนา โคกนาคัย”	11
4 พันธุ์ข้าวแจ็กเชยเสาไห้	12
5 มะม่วงมันพันธุ์หนองแซง	13
6 ข้าวผัดข้าวแจ็กเชยเสาไห้	14
7 ขนมหอกจอก	15
8 ขนมห้าวแต่น	15
9 ตะกร้าสานเส้นพลาสติก	16
10 โคกนาคัย cafe	17
11 ตัวอย่างงานศิลปะกราฟิก	20
12 ตัวอย่างงานกราฟิกแบบมีเรื่องราว	20
13 ตัวอักษรแบบมาตรฐานหรือแบบราชการ	22
14 ตัวอักษรแบบคัดลายมือหรือตัวเขียน	23
15 ตัวอักษรแบบตัวเขียนอิสระหรือตัวเขียนหวัด	23
16 ตัวอักษรแบบประดิษฐ์	24
17 กรอบของตัวอักษร	24
18 ความกว้างของตัวอักษร	25
19 ความสูงของตัวอักษร	26
20 การแบ่งส่วนสูงตัวพิมพ์	26
21 ชื่อเรียกและขอบเขตตัวอักษร	27
22 วรรณะสี	32
23 สีคู่ตรงข้าม	32
24 ภาพถ่ายเหมือนจริง	36
25 ภาพวาดลายเส้น	36
26 ภาพวาดน้ำหนักสีต่อเนื่องและภาพระบายสี	37
27 ภาพพิมพ์	37
28 ภาพดิจิทัล	38

สารบัญภาพ (ต่อ)

ภาพที่	หน้า
29 ภาพกราฟิกในคอมพิวเตอร์	39
30 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 หรือชั้นปฐมภูมิ	41
31 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 หรือชั้นทุติยภูมิ	41
32 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 3 หรือชั้นตติยภูมิ	42
33 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์	46
34 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	47
35 การออกแบบฉลากสินค้าอาหาร	50
36 กระดาษอาร์ต	57
37 เครื่องพิมพ์ดีดจิตรอล	58
38 การออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น	62
39 การสร้างเครื่องมือวิจัย	69
40 เส้นทางการเดินทาง	74
41 การย้อมสีจากฟางข้าวเจ็กเซยเสาให้	76
42 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายที่มัดและย้อมสีด้วยสีจากฟางข้าวเจ็กเซยเสาให้	79
43 การย้อมสีจากใบมะม่วงมันหนองแซง	81
44 ผลงานต้นแบบ กระเป๋ากระบอกลูกแก้ว	84
45 ผลงานต้นแบบ หมวก	85
46 ผลงานต้นแบบ พวงกุญแจดอกไม้	86
47 ผลงานต้นแบบ ผ้ารองจาน-รองแก้ว	87
48 ผลงานต้นแบบ ผ้ารองชุดเครื่องปรุงอาหาร	88
49 ผลงานต้นแบบ ผ้าพันสำหรับรองแก้ว	89
50 ผลงานต้นแบบ ซองผ้าใส่ชุดชั้นใน-ส้อม	90
51 ผลงานต้นแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ OTOP นวัตกรรม จากฐานอัตลักษณ์พืชท้องถิ่น	91
52 ผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวผัดข้าวเจ็กเซย	93
53 ผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์อาหารเบรก / ชุดอาหารว่าง	94
54 ผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์ขนมดอกจอก	95
55 ผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์ขนมข้าวแต๋น	96
56 ผลงานต้นแบบ ป้าย tag ตะกร้าจักสาน	97
57 ผลงานต้นแบบ ออกแบบตราขาย	98

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนที่มีส่วนร่วมในการบริหารจัดการท่องเที่ยว การจัดการทรัพยากรของชุมชนอย่างเป็นธรรมและเหมาะสมกับพื้นที่ และเกิดความสามัคคีของชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่ใช้ฐานทรัพยากรในท้องถิ่น ที่มีความโดดเด่นและมีอัตลักษณ์เฉพาะตัวมาสร้างจุดขายทางการท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็สิ่งที่จับต้องได้หรือสิ่งที่จับต้องไม่ได้ก็ตาม อาทิ วัฒนธรรมท้องถิ่น เทศกาลงานประเพณี หัตถกรรมพื้นบ้าน อาหารพื้นถิ่น การแต่งกายแบบท้องถิ่น ศิลปะการแสดงต่างๆ เป็นต้น (ธารณี นวสันธิ์และสุชุม คงดิษฐ์, 2561) ขณะเดียวกัน ก็เป็นเครื่องมือที่ทำให้คนในชุมชนเห็นคุณค่าของฐานทรัพยากรที่ตนเองมีมาตั้งแต่อดีตและยังสามารถสืบทอดและอนุรักษ์มาถึงปัจจุบันและยังเป็นสิ่งที่ให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ที่ไม่เคยได้รับมาก่อนในการเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างเจ้าของพื้นที่กับผู้มาเยือน นักท่องเที่ยวให้เกิดความประทับใจ

ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาให้จังหวัดสระบุรี ถูกผลักดันให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่น โดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์บนวิถีชาวนาแบบพอเพียงให้บริการทางการท่องเที่ยวของชุมชน ประกอบไปด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ กิจกรรมปักข้าวดำนา ให้เรียนรู้วิธีการดำนาและปลูกข้าวพันธุ์พื้นเมืองแจ็กเซย กิจกรรมดำข้าวครกมองโบราณ ร่อนรำ ผัดข้าว สาธิตการตำข้าว ครกกระเดื่อง แทนการสีข้าว แสดงให้เห็นถึงวิถีชีวิตประเพณีชาติพันธุ์ลาวเวียง กิจกรรมเก็บผักสวนครัวในโคกหนองนา โมเดล กิจกรรมล่องแพปริมน้ำ กินขนมโบราณ โดยมีนางสาววนิดา ศรีเม่น กำนันตำบลม่วงงาม เป็นหัวหน้าท้องถิ่นในการดำเนินงานโครงการ ซึ่งเปิดเผยว่า ชุมชนเสนาให้ มีกลุ่มที่ดำเนินการท่องเที่ยวโดยชุมชน วิถีชาวนา คือ กลุ่มโคกนาศัย จากการรวมกลุ่มของคนในชุมชน เพื่อเชื่อมโยงการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์วิถีชาวนาของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง จังหวัดสระบุรี และนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบนวิถีแบบพอเพียง ซึ่งเป็นการช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชน โดยนำผลิตภัณฑ์แปรรูปทางเกษตร อาหารและขนมท้องถิ่น พืชผักปลอดสารเคมีและงานหัตถกรรมต่าง ๆ ที่เป็นจุดเด่นมาจัดกิจกรรมและจัดจำหน่ายสินค้าของชุมชนตามหลักเศรษฐกิจพอเพียงนำไปสู่ชุมชนท่องเที่ยว OTOP นวัตวิถี

จากการลงพื้นที่ พบว่า ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเส้าให้ จังหวัดสระบุรี เป็นแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ บนวิถีชาวนาแบบพอเพียงเป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมให้แก่ผู้มาเยือนและนักท่องเที่ยว อาทิ ข้าวเจ๊กเขย ผลิตภัณฑ์แปรรูปทางการเกษตร อาหารและขนมท้องถิ่น พืชผักปลอดสารเคมี รวมทั้งงานหัตถกรรมต่าง ๆ อย่างพรมเช็ดเท้า เครื่องจักสานและไม้กวาด ซึ่งสมาชิกกลุ่มแต่ละคน รวมกลุ่มทำหรือแยกไปผลิตและนำมาวางจำหน่ายร่วมกัน ที่ “หอชาวนา โคกนาศัย” และตามตลาดนัดชุมชนต่าง ๆ จากการสังเกต สอบถามและสัมภาษณ์ถึงรูปแบบ ลักษณะของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ในชุมชนนี้ นั้นยังคงมีรูปแบบลักษณะแบบเดิม พื้น ๆ คุ้นเคยง่าย ทั้งผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการใช้งานบรรจุภัณฑ์แบบสำเร็จรูป ใช้ถุงพลาสติกแบบใส ทำให้เกิดการฉีกขาดง่าย งดดูยับย่น ทำให้อาหารที่บรรจุภายในดูไม่สะอาด ดูไม่น่ารับประทานเท่าใดนัก ไม่มีฉลากสินค้าและตราสินค้าที่บ่งบอกผู้ผลิตทางการตลาดที่ชัดเจน อีกทั้งส่วนกลุ่มงานหัตถกรรมที่ผลิตงานสินค้าภายในชุมชน มีรูปแบบลักษณะที่ยังขาดความน่าสนใจ รูปแบบยังไม่หลากหลายสำหรับการใช้งาน จึงทำให้ราคาจำหน่ายไม่สูงมากนัก ผลผลิตที่ขายได้จึงมีจำนวนไม่มากนัก อีกทั้งภาพรวมของการผลิตและจำหน่ายยังมองไม่เห็นเป็นเอกภาพ ที่สื่อถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันของแหล่งท่องเที่ยวนี้ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัย จึงได้เล็งเห็นความสำคัญในการพัฒนาและยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมให้กับศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเส้าให้ จังหวัดสระบุรี ให้เกิดคุณค่าทั้งทางการใช้งานและความงาม ที่จะช่วยดึงดูดความสนใจแก่ผู้บริโภค โดยนำฐานอัตลักษณ์ของชุมชน ท้องถิ่นมานำเสนอและสื่อสารให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนได้เห็น ภายใต้การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น สู่การยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม จากการใช้นวัตกรรมใหม่ ทางด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ของรูปแบบ สี สัน ลวดลาย วัสดุและกระบวนการผลิต ที่ทำให้เกิดการยกระดับและสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจฐานรากที่มั่นคงแบบพึ่งพาตนเองของชุมชนได้อย่างยั่งยืน

1.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.2.1 เพื่อหาอัตลักษณ์ท้องถิ่นของพื้นที่การศึกษา ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมต่าง ๆ ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนาโมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเส้าให้ จังหวัดสระบุรี

1.2.2 เพื่อสร้างและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่ให้เกิดการยกระดับมูลค่าเพิ่มสินค้าจากบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

1.2.3 เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาและยกระดับมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

1.3.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ผู้วิจัยได้ทำการกำหนดขอบเขตด้านเนื้อหา โดยมุ่งศึกษาจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง, การลงพื้นที่วิจัยสำหรับการสำรวจ การสัมภาษณ์ การสอบถาม และข้อมูลความรู้จากผู้เชี่ยวชาญด้านต่าง ๆ ดังนี้

1.3.1.1 ข้อมูลบริบทพื้นที่วิจัยของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา

โมเดล “หอชาวนา โคนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

1.3.1.2 ข้อมูลการออกแบบกราฟิก

1.3.1.3 ข้อมูลการออกแบบบรรจุภัณฑ์

1.3.1.4 ข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์

1.3.1.5 ข้อมูลวัสดุและระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์

1.3.1.6 ข้อมูลแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1.3.1.7 ข้อมูลเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

1.3.2 ขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย โดยเลือกพื้นที่วิจัยของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ซึ่งเป็นการศึกษาสภาพปัจจุบันของพื้นที่วิจัย ข้อมูลวัฒนธรรมท้องถิ่น อาหารพื้นถิ่น หัตถกรรมพื้นบ้าน แล้วนำมาคัดเลือกเฉพาะที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น ชุมชนของพื้นที่วิจัย ที่มีศักยภาพข้อมูลสูงสุด ได้แก่ สภาพบริบทพื้นที่ กิจกรรมท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหารและขนมท้องถิ่น แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวชุมชนของ “หอชาวนา โคนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

1.3.3 ขอบเขตการออกแบบและการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

ตามโครงการวิจัย เรื่อง “การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่” มีการออกแบบและการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ จำนวน 12 ต้นแบบ ดังนี้

1.3.3.1 ผลิตภัณฑ์ OTOP นวัตกรรม จากการใช้นวัตกรรมใหม่

เป็นผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนักท่องเที่ยวและผลิตภัณฑ์ของใช้บนโต๊ะอาหารของผ้าฝ้ายอม สีสรรมาติจากฟางข้าว-ตอซังข้าวเจ๊กเซย และ ใบมะม่วงมันหนองแขง ที่เป็นอัตลักษณ์ทางการเกษตร ของพื้นที่วิจัย ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคนาศัย” อำเภอเสา ให้ จังหวัดสระบุรี จำนวน 7 ผลงาน ดังนี้

- กระเป๋ากระบอ/แก้วเยติ จำนวน 1 ผลงาน
- หมวก จำนวน 1 ผลงาน
- พวงกุญแจดอกไม้ จำนวน 1 ผลงาน
- ผ้ารองจาน-รองแก้ว จำนวน 1 ผลงาน
- ผ้ารองชุดเครื่องปรุงอาหาร จำนวน 1 ผลงาน
- ผ้าพันสำหรับรองแก้ว จำนวน 1 ผลงาน
- ซองผ้าใส่ชุดช้อน-ส้อม จำนวน 1 ผลงาน

1.3.3.2 บรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารและขนมท้องถิ่น จำนวน 4 ผลงาน ดังนี้

- อาหาร : ข้าวผัดข้าวเจ๊กเซย จำนวน 1 ผลงาน
- อาหารเบรค / ชุดอาหารว่าง จำนวน 1 ผลงาน
- ขนม : ขนมดอกจอก จำนวน 1 ผลงาน
- ขนม : ขนมข้าวแต๋น จำนวน 1 ผลงาน

1.3.3.3 ป้าย tag ตะกร้าจักสาน จำนวน 1 ผลงาน

1.4 วิธีดำเนินการวิจัย

ตามโครงการวิจัย เรื่อง “การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่” มีจุดมุ่งหมาย เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของพื้นที่วิจัย ข้อมูลวัฒนธรรมท้องถิ่น อาหารพื้นถิ่น หัตถกรรมพื้นบ้าน แล้วนำมาคัดเลือกเฉพาะที่เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น ชุมชนของพื้นที่วิจัย ที่มีศักยภาพข้อมูลสูงสุดได้แก่ สภาพบริบทพื้นที่ กิจกรรมท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหารและขนมท้องถิ่น แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวชุมชนของ “หอชาวนา โคนาศัย” อำเภอเสาให้ จังหวัดสระบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาสรุปผล และเข้าสู่กระบวนการออกแบบและพัฒนาสินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่ มีขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลขั้นพื้นฐาน คือ การเก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การสำรวจ การสัมภาษณ์ การสอบถาม การลงพื้นที่วิจัยและการเก็บข้อมูลจากผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญ โดยการใช้เครื่องมือในการทำวิจัยในขั้นตอนที่ 1 ดังนี้

- 1) แบบสำรวจ การลงพื้นที่วิจัย เพื่อการศึกษาเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันของพื้นที่วิจัย

สภาพบริบทพื้นที่ กิจกรรมท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหารและขนมท้องถิ่น แหล่งจำหน่ายสินค้าและบริการการท่องเที่ยวชุมชนของ “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี และการเก็บข้อมูลรายละเอียดต่าง ๆ โดยการจัดบันทึกข้อมูลและการบันทึกภาพ

2) แบบสัมภาษณ์ ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไปภายในพื้นที่ตำบลม่วงงาม อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

3) แบบสอบถาม ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไปภายในพื้นที่ตำบลม่วงงาม อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

ขั้นตอนที่ 2 การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ขั้นตอนที่ 3 การแจก การเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

ขั้นตอนที่ 4 การหาแรงบันดาลใจ แนวคิด (Concept Design) และแนวทางการออกแบบ

ขั้นตอนที่ 5 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่ เพื่อยกระดับมูลค่าเพิ่มแก่สินค้าแบบบูรณาการเชิงพื้นที่ โดยใช้เครื่องมือในการทำวิจัยในขั้นตอนที่ 3 ดังนี้

1) แบบสอบถาม สำหรับผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไปภายในพื้นที่ของตำบลม่วงงาม อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี เพื่อสอบถามความต้องการเบื้องต้นของชุมชน ผู้บริโภคและใช้ประเมินผลต่อการออกแบบ

2) แบบสังเกต แบบการมีส่วนร่วม สำหรับขั้นตอนกระบวนการผลิตและสร้างสรรค์งานผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม เพื่อรวบรวมข้อมูลที่ได้นำมาวิเคราะห์ผล ใช้เป็นแนวทางกำหนดแนวคิด (Concept Design) สำหรับประกอบการพัฒนางานออกแบบประเภทต่าง ๆ

3) การกำหนดแนวคิด (Concept Design) และแนวทางการออกแบบ ได้แก่ การออกแบบร่างของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่

ขั้นตอนที่ 6 การสร้างและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม

1) การมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยมีผู้ประกอบการ และประชาชนทั่วไปภายในพื้นที่ตำบลม่วงงาม อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ผู้เชี่ยวชาญและคณะทำงาน

ขั้นตอนที่ 7 แบบประเมินผลและสรุปผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม เป็นการนำเสนอผลงาน เพื่อเผยแพร่และนำผลมาวิเคราะห์ข้อมูลของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เครื่องมือการวิจัยในขั้นตอนที่ 4 ดังนี้

1) แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม เพื่อประเมินคุณภาพของผลงานต่อกลุ่มเป้าหมาย/กลุ่มผู้บริโภค

ขั้นตอนที่ 8 การสรุปผลและจัดทำรูปแบบรายงานฉบับสมบูรณ์

ขั้นตอนที่ 9 การจดลิขสิทธิ์ / จัดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา

(สิทธิบัตรการออกแบบผลิตภัณฑ์)

ขั้นตอนที่ 10 การฝึกอบรม การเผยแพร่และนำไปใช้ประโยชน์ โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีต่อชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มทักษะและการประกอบอาชีพให้แก่ประชาชนและผู้สนใจภายในพื้นที่ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี และพื้นที่ใกล้เคียง

ขั้นตอนที่ 11 การตีพิมพ์บทความวิจัย/วารสาร ระดับนานาชาติ

1.5 สมมุติฐานการวิจัย

ตามโครงการวิจัย เรื่อง “การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่” มีสมมุติฐานการวิจัยที่ต้องการนำฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ชุมชนของพื้นที่วิจัย มาใช้ประกอบการออกแบบให้สามารถพัฒนาและยกระดับมูลค่าเพิ่มรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่ได้ ดังนี้

1.5.1 กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล

1.5.1.1 กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ

- ผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ และ/หรือ ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน ประชาชน ภายในศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

1.5.1.2 ตัวแปรที่ศึกษา

- ตัวแปรต้น ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ และ/หรือ ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน ประชาชน ภายในศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

- ตัวแปรตาม ได้แก่ ข้อมูลและข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ และ/หรือ ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน ประชาชน ภายในศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจ

- ตัวแปรควบคุม ได้แก่ ทรัพยากรที่ได้ศึกษา แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ ทรัพยากรจากสภาพพื้นที่วิจัย และทรัพยากรจากมนุษย์ ที่มีอยู่ภายในท้องถิ่น ชุมชน

1.5.2 กลุ่มเป้าหมาย/ผู้บริโภค

เกิดความพึงพอใจและทัศนคติที่ดีต่อการประเมินผลงานรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์

และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม ที่นำฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นของพื้นที่วิจัย อาทิ ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหารและขนมท้องถิ่น มาใช้นำเสนอประกอบผลงานการออกแบบ ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

1.5.2.1 ตัวแปรต้น ได้แก่

- รูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม

1.5.2.2 ตัวแปรตาม ได้แก่

- การเลือกนำฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นของพื้นที่วิจัย อาทิ ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหารและขนมท้องถิ่นมาใช้นำเสนอ เพื่อแสดงออกถึงอัตลักษณ์ชุมชนให้เกิดการจดจำและช่วยยกระดับมูลค่าเพิ่มให้แก่ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

- ความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า

OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่

1.6 กรอบแนวความคิดในการวิจัย

1.6.1 กรอบแนวความคิดการวิจัย

1) ตัวแปรต้น

- นวัตกรรมใหม่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม

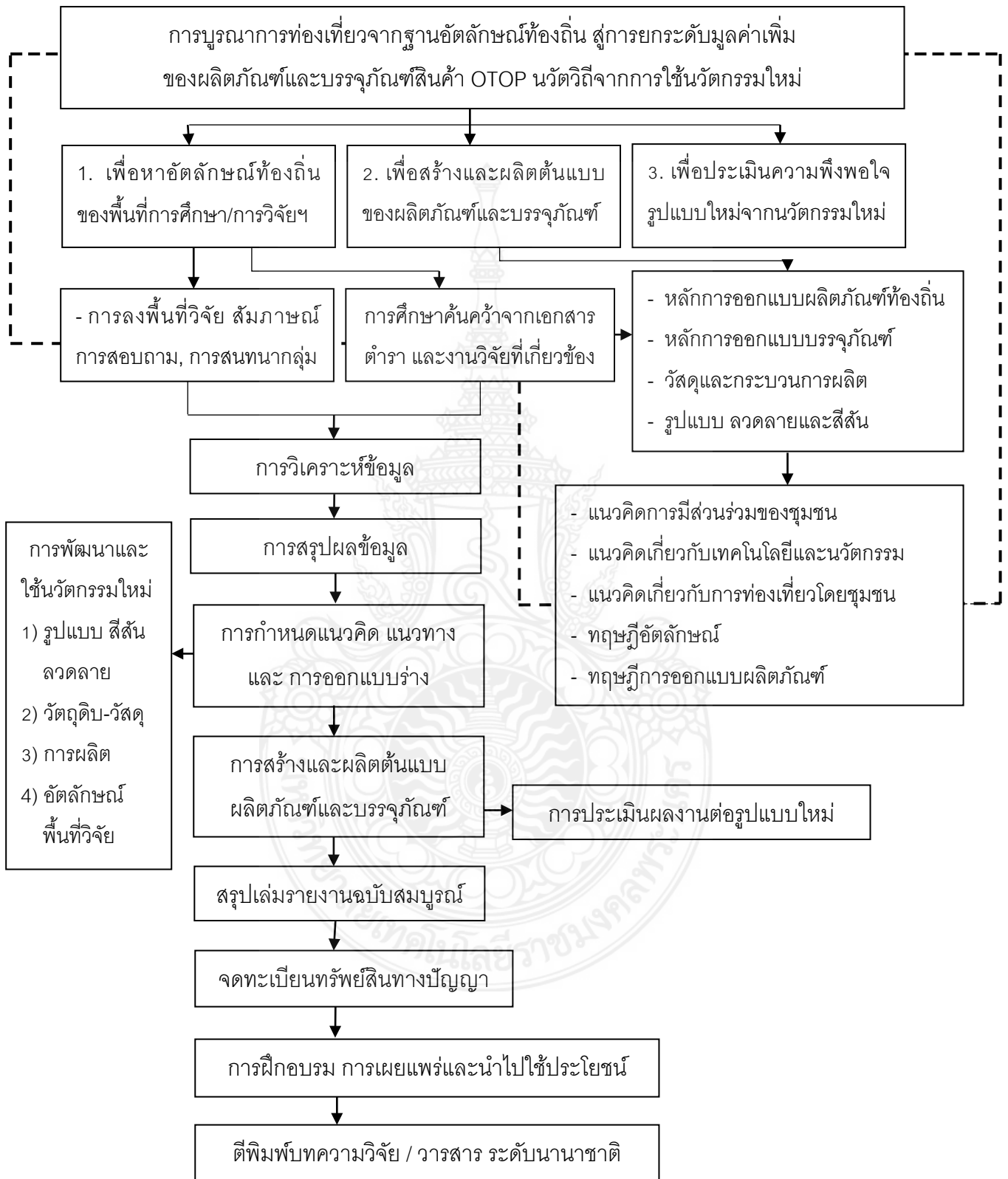
2) ตัวแปรตาม

- ประสิทธิภาพจากการรับรู้ของนวัตกรรมใหม่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม
- ประสิทธิภาพของการปฏิบัติในการฝึกอบรมและการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่ต่อชุมชน

1.6.2 ตัวชี้วัดของโครงการ

ตัวชี้วัดผลของโครงการที่คาดว่าจะได้รับจะเกิดประโยชน์ต่อองค์ความรู้ทางวิชาการ และจากการฝึกอบรม การเผยแพร่และนำไปใช้ประโยชน์ โดยการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีฯ ต่อชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มทักษะและการประกอบอาชีพให้แก่ชุมชน บทความวิจัย การจดทะเบียนทรัพย์สินทางปัญญา (การออกแบบผลิตภัณฑ์) ทำให้ชุมชนเกิดการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในพื้นที่วิจัยได้อย่างดี

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

1.7 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

- 1.7.1 ด้านเศรษฐกิจและการสร้างรายได้
 - 1.1 ช่วยเพิ่มมูลค่าให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนโดยพัฒนาให้มีอัตลักษณ์และนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ตลาด
 - 1.2 ขยายช่องทางรายได้ใหม่แก่ชุมชนจากกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์
 - 1.3 ลดการพึ่งพาดตลาดกลางหรือพ่อค้าคนกลาง ชุมชนสามารถจำหน่ายตรงให้กับนักท่องเที่ยวได้
 - 1.4 ส่งเสริมการทำงานในชุมชน ทั้งในภาคการผลิต การบริการ และภาคอุตสาหกรรม
- 1.7.2 ด้านสังคมและวัฒนธรรม
 - 2.1 ส่งเสริมความภาคภูมิใจของอัตลักษณ์ท้องถิ่นและภูมิปัญญาอันทรงคุณค่า
 - 2.2 ช่วยสร้างแรงจูงใจให้คนรุ่นใหม่กลับมาพัฒนาบ้านเกิด แทนการย้ายถิ่นฐานไปทำงานในเมือง
 - 2.3 สร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชนกับนักท่องเที่ยว ที่มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ด้านวัฒนธรรม
 - 2.4 ส่งเสริมแนวคิดการมีส่วนร่วมภายในชุมชน ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ ตลอดทุกระบวนการ
- 1.7.3 ด้านสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน
 - 3.1 สนับสนุนแนวคิดการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นอย่างรู้คุณค่า และการนำวัสดุเหลือใช้กลับมาใช้ใหม่ (upcycling)
 - 3.2 ช่วยกระตุ้นการผลิตและบริโภคอย่างมีความรับผิดชอบ (Sustainable Production & Consumption)
 - 3.3 ส่งเสริมการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมควบคู่กับกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การทำของที่ระลึกจากวัสดุธรรมชาติหรือรีไซเคิล
 - 3.4 ลดภาวะโลกร้อนจากการเดินทางระยะไกล โดยส่งเสริมการท่องเที่ยวในท้องถิ่น
- 1.7.4 ด้านการพัฒนาองค์ความรู้และนโยบาย
 - 4.1 องค์กรความรู้ต้นแบบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชุมชนอื่นในประเทศได้
 - 4.2 ช่วยส่งเสริมนโยบายการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (Creative Economy) ของประเทศ
 - 4.3 เป็นแนวทางให้หน่วยงานภาครัฐและเอกชนนำไปพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมหรือโครงการส่งเสริมอาชีพ
 - 4.4 สนับสนุนการขับเคลื่อนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs) โดยเฉพาะในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

1.8 นิยามศัพท์เฉพาะ

1.8.1 **ฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น** เป็นการจัดการทรัพยากรของชุมชนให้เหมาะสมกับพื้นที่ ดึงความโดดเด่นและอัตลักษณ์เฉพาะตัวของอำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรีมาสร้างเป็นจุดขาย เป็นสิ่งที่จับต้องได้หรือสิ่งที่จับต้องไม่ได้ก็ตาม อาทิ วัฒนธรรม ประเพณีท้องถิ่น หัตถกรรมพื้นบ้าน อาหารพื้นถิ่น การแต่งกายท้องถิ่น เป็นต้น ในที่นี้ใช้ฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น คือ คือ ฟางข้าวเจ็กเซยเส้าไห้ และใบมะม่วงมันหนองแซง ที่เป็นพืชเศรษฐกิจจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี

1.8.2 **การยกระดับ** เป็นการพัฒนางานทั้งของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์จากการออกแบบที่นำนวัตกรรมใหม่ ของ 1) รูปแบบ สีล้น ลวดลาย 2) วัสดุ-วัสดุ 3) การผลิต 4) อัตลักษณ์พื้นที่วิจัยมาใช้ เพื่อช่วยยกระดับและกระตุ้นเศรษฐกิจของชุมชน ให้เกิดการสร้างรายได้แก่ชุมชน

1.8.3 **ผลิตภัณฑ์ชุมชน (OTOP)** เป็นผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน ส่วนใหญ่เกิดจากวัตถุดิบ หรือทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่น คือ ฟางข้าวเจ็กเซยเส้าไห้ ที่นำมาผสมผสานกับภูมิปัญญาของคนภายในชุมชน ที่รวมกลุ่มกันผลิตและจำหน่ายสินค้า เกิดการสร้างรายได้ให้แก่ตนเอง ครอบครัวและชุมชน

1.8.4 **นวัตกรรมใหม่** เป็นแนวความคิด การปฏิบัติหรือสิ่งประดิษฐ์ใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยมีใช้มาก่อน หรือเป็นการพัฒนาดัดแปลงมาจากของเดิมที่มีอยู่แล้ว ให้มีความทันสมัยและใช้ได้ผลที่ดีกว่าขึ้น การวิจัยนี้ เป็นการสกัดสีและย้อมสีผลิตภัณฑ์ของพืชจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

1.8.5 **OTOP นวัตกรรม** เป็นการนำเอาผลิตภัณฑ์งานหัตถกรรม ผลิตภัณฑ์ชุมชน ที่ตนเองเป็นคนทำ เป็นคนผลิตในชุมชน ดึงเอาอัตลักษณ์ จุดเด่นเฉพาะของชุมชนนำมาใช้ ให้เกิดความน่าสนใจของพื้นที่ชุมชน ออกมาจำหน่าย เป็นการสร้างเสน่ห์ ให้เกิดความประทับใจแก่นักท่องเที่ยว เป็นงานหัตถกรรมจักสาน และอาหารและขนมท้องถิ่น เป็นต้น

บทที่ 2

เอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ตามโครงการวิจัย เรื่อง “การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม จากการใช้นวัตกรรมใหม่” มีเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

- 2.1 ข้อมูลบริบทพื้นที่วิจัยของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคนาศัย” อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี
- 2.2 ข้อมูลการออกแบบกราฟิก
- 2.3 ข้อมูลการออกแบบบรรจุภัณฑ์
- 2.4 ข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์
- 2.5 ข้อมูลวัสดุและระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์
- 2.6 ข้อมูลแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
- 2.7 ข้อมูลเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ข้อมูลบริบทพื้นที่วิจัยของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคนาศัย” อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี

ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคนาศัย” อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี เป็นการจัดการพื้นที่การเกษตร ซึ่งเป็นการผสมผสานเกษตรทฤษฎีใหม่ เข้ากับภูมิปัญญาพื้นบ้านที่อยู่อย่างสอดคล้องกับธรรมชาติในพื้นที่ โดยมีผู้นำชุมชน ชาวบ้านและพื้นที่ชุมชน มีส่วนร่วมส่งเสริมให้สำเร็จอย่างเป็นระบบ “หอชาวนา โคนาศัย” อยู่ห่างจากตัวเมืองสระบุรี ประมาณสิบกว่า กิโลเมตร มีพื้นที่เกือบ 5 ไร่ ตั้งอยู่เลขที่ 18/4 หมู่ที่ 8 ตำบลม่วงงาม อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี โดยมี นางสาววนิดา ศรีเม่น กำนันตำบลม่วงงาม เป็นหัวหน้าท้องถิ่นและผู้จัดการของศูนย์ฯ ที่นำเสนอการท่องเที่ยวชุมชนบนวิถีพอเพียง ของวิถีชาวนากลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง จังหวัดสระบุรี แสดงถึงวิถีชีวิตการทำนา การสร้างขี้วัวแบบโบราณตามแบบชาวลาวเวียง ภายในสถานที่จัดแสดงอุปกรณ์การทำนาแบบดั้งเดิมและการแปรรูปผลผลิตจากพันธุ์ข้าวแจ๊กเซยเสนาห์ ทั้งกิจกรรม จากภูมิปัญญา อาทิ การทำตาแหลวมงคล การจักสานจากไม้ไผ่ เส้นพลาสติกและการทำอาหารและขนมท้องถิ่น ของที่ระลึกแบบ DIY ที่ได้ออกแบบสร้างสรรค์และลงมือทำด้วยตนเอง ซึ่งเป็นการช่วยกระจายรายได้สู่ชุมชน โดยนำจุดเด่นของชุมชน ที่มีการให้ความรู้การท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์ อันแสดงถึงวิถีชีวิต ประเพณีชาติพันธุ์

ลาวเวียงด้านต่าง ๆ มานำเสนอทั้งเรียนรู้งานศิลปประดิษฐ์ งานหัตถกรรม การทำอาหารและขนม
ท้องถิ่น อีกทั้งยังเป็นแหล่งจำหน่ายสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชน พี่ชผักปลอดสารเคมี เป็นต้น



ภาพที่ 2 จุดประชาสัมพันธ์แผนที่เส้นทาง
ที่มา : มัทฉะ ปราโมทย์เมือง



ภาพที่ 3 การลงพื้นที่วิจัย “หอชาวนา โคกนาค้าย”
ที่มา : มัทฉะ ปราโมทย์เมือง

2.1.1 ฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น : ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล
“หอชาวนา โคกนาค้าย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

1) กลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง ภายในพื้นที่อำเภอเส้าไห้ เป็นผู้สืบเชื้อสายคนลาวจากเมืองเวียงจันทน์ ซึ่งอพยพหลบหนีกองทัพพม่า เข้ามาบนแผ่นดินสยาม เมื่อครั้งกองทัพพม่ายกทัพเข้าตีกรุงศรีสัตนาคณหุต ตรงกับยุคแผ่นดินสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ มีบันทึกว่ากลุ่มคนลาวจากเวียงจันทน์ส่วนหนึ่งได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานในพื้นที่จังหวัดสระบุรี หลายครอบครัวตั้งบ้านเรือนอยู่ในพื้นที่อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี (อ้างอิง : <https://waymagazine.org/rice-life-sao-hai-saraburi>)

2) พื้นที่อำเภอเส้าไห้ เป็นที่ราบลุ่มติดกับแม่น้ำป่าสัก มีคลองชลประทาน ลักษณะของดินอุ้มน้ำได้ดี พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่การเกษตร เหมาะสำหรับการเพาะปลูกข้าว ซึ่งเป็นพันธุ์ข้าวแจ็กเซยเส้าไห้ ซึ่งเป็นข้าวพันธุ์พื้นเมืองของเส้าไห้มานานมากแล้ว มีคุณสมบัติข้าวที่มีน้ำตาลน้อย หุงขึ้นหม้อ 2 เท่า เม็ดข้าวร่วนไม่อ่อนหรือแข็งจนเกินไป หุงเสร็จแล้วยังไม่บูดง่าย เป็นข้าวนาปี ปลูกเพียงปีละครั้ง เป็นข้าวปลอดสารพิษ นานวันเข้าข้าวพันธุ์นี้ก็ถูกเรียกว่า “ข้าวเส้าไห้” ประกาศขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2550



ภาพที่ 4 พันธุ์ข้าวแจ็กเซยเส้าไห้

ที่มา : เพจหอชวาณาโคกนาศัย และตลาดลาวเวียง

3) พื้นที่อำเภอหนองแซง ซึ่งแต่ก่อนขึ้นอยู่กับอำเภอเส้าไห้ ก่อนแยกเป็นอำเภอหนองแซงในปัจจุบันที่มีพื้นที่ติดต่อกัน เป็นแหล่งปลูกมะม่วงมันพันธุ์หนองแซง ที่มีผลทรงรีปลายมน แก้มผลอวบ ผิวเปลือกสีเขียวนวล มีลายเส้นเล็กละเอียดกระจายทั่วผล นิยมบริโภคดิบ โดยเมื่อแก่จัดจะมีรสมันหวาน กรอบ ไม่มีรสเปรี้ยว โดยปลูกและผลิตครอบคลุมพื้นที่ 6 อำเภอของจังหวัดสระบุรี ได้แก่ อำเภอหนองแซง อำเภอเมืองสระบุรี อำเภอแก่งคอย อำเภอเฉลิมพระเกียรติ อำเภอเส้าไห้และอำเภอหนองแค

กรมทรัพย์สินทางปัญญา ประกาศขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) “มะม่วงมันหนองแขงสระบุรี” เมื่อ 9 กันยายน 2563 โดยผู้ขอขึ้นจดทะเบียน ได้แก่ จังหวัดสระบุรี



ภาพที่ 5 มะม่วงมันพันธุ์หนองแขง

ที่มา : <https://www.dailynews.co.th/news>

4) อาหารและขนมท้องถิ่น

ข้าวเจ๊กเซยเส้าไห่ เป็นข้าวพันธุ์พื้นเมือง อำเภอเส้าไห่มาช้านาน คุณสมบัติของข้าวที่มีน้ำตาลน้อย อิ่มนาน หุงขึ้นหม้อ เป็นข้าวนาปี ปลูกเพียงปีละครั้ง เป็นข้าวปลอดสารพิษ ที่พื้นที่วิจัยใช้เพาะปลูกในการดำรงชีวิตและเป็นพื้นเศรษฐกิจ มีการจำหน่ายข้าวเจ๊กเซยและคิดเมนูการแปรรูปอาหารจากข้าวเจ๊กเซย อาทิ ข้าวห่อลาวเวียง ข้าวผัดข้าวเจ๊กเซย ข้าวแต่นและขนมดอกจอกจากข้าวเจ๊กเซย ขนมดาดกะทะ เป็นต้น

ข้าวผัดข้าวเจ๊กเซย ที่เป็นการนำข้าวพันธุ์พื้นเมืองมาประกอบอาหาร มีวัตถุดิบหลักคือ ข้าวเจ๊กเซยและไข่ผ่า เป็นสูตรอาหารที่ผู้คิดค้นเมนู คือ นางสาวนิตา ศรีเม่น (กำนันไถ่) และทีมงานชาวโคกนาศัย หอชาวนาโคกนาศัย ตำบลม่วงงาม อำเภอเส้าไห่ จังหวัดสระบุรี เป็นข้าวผัด Super Food ที่ได้รับรางวัล 1 จังหวัด 1 เมนู เชิดชูอาหารถิ่น จากกระทรวงวัฒนธรรม เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2567 ที่ผ่านมา



Saraburi Best Local Food

ข้าวผัดข้าวเจ๊กเซย
"THE LOST TASTE"

ตำนานข้าวเจ๊กเซย
ข้าวเจ๊กเซยเสาไห้ เป็นข้าวพันธุ์พื้นเมือง ของคนจังหวัดสระบุรีมา 100 กว่าปี นิยมปลูกมากในอำเภอเสาไห้ ทั้งนี้ได้ดำเนินการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เมื่อนำเอามาทำเมนูข้าวหรือหวาน จะมีคุณประโยชน์มากมาย โดยพบว่า เป็นข้าวที่มีคุณสมบัติน้ำตาลน้อย เหมาะกับคนที่รักษาสุขภาพ หุงขึ้นหม้อเป็น 2 เท่า ทำได้ฤดูกาลเดียว คือนานปี ใช้น้ำฝนในการทำนา ใช้กระบวนการปลูกแบบเกษตรอินทรีย์

วัตถุดิบ ข้าวเจ๊กเซย / ไข่ผ่า หรือ ผ่า / กระเทียม ผักชี / แครอท / ไข่ไก่

วิธีทำ
1.นำข้าวสารที่เป็นข้าวเจ๊กเซย แยกๆ ไปหุงให้เมล็ดสวยจน
2.'ไข่ผ่า' หรือ 'ผ่า' ที่ขยับใบขุมขม
3.เครื่องปรุง
4.ผัดด้วยสูตรเฉพาะของชุมชน

เคล็ดลับความอร่อย ผัดด้วยไฟเตาถ่านจะทำให้หอมเตาถ่าน ใช้น้ำมันหมูจะหอม โรยหน้าด้วยกากหมูกรอบๆ ทานคู่กับพริกน้ำปลาโรยด้วยพริกคั่วหอม ๆ

สรรพคุณสมุนไพร
ข้าวเจ๊กเซย
: มีปริมาณน้ำตาลต่ำ เหมาะกับผู้ป่วยที่เป็นเบาหวาน
ไข่ผ่า
: มีกรดอะมิโนจำเป็นครบถ้วน และอุดมด้วยสารอาหารที่จำเป็น เหล็ก แคลเซียม สังกะสี วิตามิน บี 12 / วิตามิน เอ สูงขึ้น ชี้อาแซนกัน ช่วยบำรุงสายตา
กระเทียม
: ชื่นชม บรรเทาอาการลมจุกเสียด บรรเทาท้องอืดท้องเฟ้อ

บริการ
New Saraburi Station
ผลิตโดย กลุ่มงานการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก
สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสระบุรี
☎ 036-223118 ต่อ 117 📧 @009fbbgf

ภาพที่ 6 ข้าวผัดข้าวเจ๊กเซยเสาไห้

ที่มา : เพจหอชาวนาโคกนาศั่ย และตลาดลาวเวียง

ขนมดอกจอก เป็นขนมไทยท้องถิ่น ที่มีลักษณะคล้ายดอกไม้ ทำจากแป้งข้าวเจ้า แป้งมัน หัวกะทิ น้ำตาลทราย ไข่ไก่ นำมาผสมกัน มีรสชาติหวานและมันของกะทิ กรอบหอม ใช้รับประทานเป็นอาหารว่าง



ภาพที่ 7 ขนมดอกจอก

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

ขนมข้าวแต๋น หรือเรียกว่า “ขนมนางเล็ด” หรือ “ขนมข้าวพอง” เป็นขนมไทยท้องถิ่น ที่มีจุดเริ่มต้นมาจากการถนอมอาหารแบบดั้งเดิม ทำจากข้าวเหนียวสุกที่เหลือจากการบริโภค นำมาปั้นเป็นก้อนกลม กดให้แบน จากนั้นตากแดดไว้ เติมน้ำตาลทรายและหัวกะทิให้พอง จากนั้นราดด้วยน้ำตาลอ้อยเคี้ยว ที่มีลักษณะเป็นแผ่นบาง กรอบมัน ใช้รับประทานเป็นอาหารว่าง



ภาพที่ 8 ขนมข้าวแต๋น

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

5) งานหัตถกรรมท้องถิ่น

ตะกร้าสาน เป็นงานหัตถกรรมการจักสาน ที่มีลวดลายสวยงาม การออกแบบ มีสีสัน ลวดลายของเส้นพลาสติกต่างๆ ตามความต้องการของลูกค้า ที่มีความละเอียดประณีต แข็งแรงคงทน ราคาไม่แพง โดยมีการพัฒนาด้านการใช้งานและรูปแบบที่หลากหลายและร่วมสมัยอย่างต่อเนื่อง อาทิ ตะกร้าสาน แก้วयेติ กระจาด เป็นต้น ถือเป็นผลงานการสร้างสรรคผลงานที่ประสานภูมิปัญญาของคน รุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ภายในชุมชน ให้เข้ากันได้อย่างลงตัวและเหมาะสม



ภาพที่ 9 ตะกร้าสานเส้นพลาสติก
ที่มา : เพจหอชอานาโคกนาคัย และตลาดลาวเวียง

6) กิจกรรมการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

- 6.1 แหล่งสาธิต เรียนรู้และให้ความรู้ ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง
โคก-หนอง-นา โมเดล
- 6.2 แหล่งสาธิต เรียนรู้และให้ความรู้ของประเพณี วัฒนธรรมของวิถีชอานา
ของกลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง อำเภอเสอให้ จังหวัดสระบุรี
- 6.3 เป็นเครือข่ายของศูนย์เรียนรู้ ศึกษาดูงานและฝึกอบรม ตามหลัก
เศรษฐกิจพอเพียง และมีการจัดการแบบวิถีชุมชนต้นแบบเกษตร
ท่องเที่ยว วิถีชอานาลาวเวียง ฯลฯ

6.4 เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรสร้างสรรค์บนฐานอัตลักษณ์วิถีชุมชนต้นแบบ
เกษตรท่องเที่ยว วิถีชาวนากลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี

6.5 ให้บริการด้านที่พักอาศัย แบบโฮมสเตย์ แก่นักท่องเที่ยว

6.6 เปิดเป็นร้านประกอบกิจการเกี่ยวกับเครื่องดื่มแบบร้อน เย็น ชา กาแฟ
อาหารว่าง ซึ่งมีการตกแต่งด้วยบรรยากาศท่ามกลางธรรมชาติ ทุ่งนาและตติริมสระน้ำ

6.7 เป็นแหล่งผลิตและจำหน่ายสินค้า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนเกษตร พืชผักปลอด
สารเคมี อาหารและขนมท้องถิ่น และงานหัตถกรรมจักสาน เป็นต้น



ภาพที่ 10 โคกนาศัย cafe

ที่มา : มัทธนี ปรามิทยเมือง

2.2 ข้อมูลการออกแบบกราฟิก

2.2.1 ความหมายของการออกแบบงานกราฟิก

กราฟิก (Graphic) หมายถึง ภาพลายเส้นหรือภาพที่เกิดจากการวัด การขีดเขียน ที่แสดงด้วยตารางหรือแผนภาพ การวาดเขียนหรือการระบายสี การสร้างงานศิลปะบนพื้นระนาบหรือกระบวนการออกแบบต่าง ๆ สิ่งที่เป็นวัสดุ 2 มิติคือ มีความกว้างและความยาว เช่น งานออกแบบบ้าน ขอสถาปนิกในการเขียนแบบตัวภาพและรายละเอียดบนแปลนบ้าน เรียกว่า เป็นงานกราฟิก การเขียนภาพเหมือนจริงของจิตรกร การออกแบบภาพโฆษณาของนักออกแบบ การออกแบบฉลากหรือลวดลายหรือภาพประกอบหรือตัวอักษรที่ปรากฏบนฉลากสินค้า บนตัวสินค้า หรือบนภาชนะบรรจุภัณฑ์สินค้า ฯลฯ

การออกแบบ หมายถึง การวางแผนสร้างสรรค์รูปแบบ โดยเป็นการวางแผนจัดสัดส่วน ประกอบของการออกแบบ ให้สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย วัสดุและกรรมวิธีการผลิตของสิ่งที่ต้องการออกแบบนั้น ซึ่งเป็นองค์ประกอบทางความงามและพิจารณาถึงประโยชน์ใช้สอยการออกแบบที่ดีนั้น ควรจะคำนึงถึงปัจจัย ต่อไปนี้

1. รูปแบบที่สร้างสรรค์
2. มีความงามที่น่าสนใจ
3. สัมพันธ์กับประโยชน์ใช้สอย
4. เหมาะสมกับวัสดุ
5. สอดคล้องกับการผลิต

การออกแบบงานกราฟิก จึงหมายถึง กระบวนการทางความคิดสร้างสรรค์ ที่ใช้ความรู้ ศิลปะร่วมกับหลักการออกแบบและเทคโนโลยีเพื่อผลิตผลงาน ซึ่งงานสามารถถ่ายทอดและสื่อความหมายไปยังผู้รับสารได้เข้าใจกันอย่างตรงกัน

2.2.2 ความสำคัญของการออกแบบกราฟิก

กราฟิก สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้มากมาย ดังนี้

- 2.2.2.1 ใช้ในด้านการโฆษณาและประชาสัมพันธ์
- 2.2.2.2 ใช้ในการโน้มน้าวจิตใจ ปลูกฝังค่านิยม เปลี่ยนแปลงเจตคติ และสร้างความเข้าใจอันดี
- 2.2.2.3 ใช้ในการจัดนิทรรศการ
- 2.2.2.4 ใช้กับสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ เช่น หนังสือ หนังสือพิมพ์ วารสาร และอื่น ๆ
- 2.2.2.5 ใช้ในการเรียนการสอน

วรวงษ์ วรชาติอุดมพงศ์ (2545) ได้กล่าวถึง คุณค่าของงานกราฟิก ไว้ดังนี้

- 1) เป็นสื่อกลางสื่อความหมายให้เกิดความเข้าใจตรงกันจากจุดหนึ่งไปจุดหนึ่งได้ดีชัดเจน
- 2) สามารถทำหน้าที่เป็นสื่อฯ เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ เกิดการศึกษาเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายได้ดี
- 3) ช่วยทำให้เกิดความน่าสนใจ ความประทับใจ และความน่าเชื่อถือแก่ผู้บริโภค
- 4) เกิดการกระตุ้นทางความคิดและการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็ว
- 5) เกิดความคิดสร้างสรรค์และกระตุ้นให้เกิดการปฏิบัติตามหรือเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมความคิดได้

2.2.3 หลักพิจารณาที่สำคัญในการออกแบบกราฟิก

2.2.3.1 รูปแบบตัวอักษรและขนาด การสร้างรูปแบบตัวอักษร ให้มีรูปแบบแปลกตา สวยงาม จะช่วยเร่งรัดความรู้สึกตอบสนองได้เป็นอย่างดี โดยเน้นความชัดเจนสวยงามสอดคล้องกับจุดประสงค์สำหรับข้อความนำเรื่องและข้อความรายละเอียด ขนาดของตัวอักษรก็สำคัญ ขนาดของตัวอักษรบนชิ้นงาน ต้องมีความพอเหมาะพอดี อ่านได้ง่าย สื่อความหมายได้ดี นอกจากนั้นการจัดวางรูปแบบข้อความที่ดี ก็จะช่วยให้การสื่อความหมายเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2.2.3.2 การกำหนดระยะห่างและพื้นที่ว่าง การจัดพื้นที่ว่าง ในการออกแบบกราฟิกมีวัตถุประสงค์เพื่อการจัดระเบียบของข้อมูล ช่วยเน้นความเป็นระเบียบและความชัดเจน ระยะห่างหรือพื้นที่ว่างจะช่วยพักสายตาในการอ่าน ดูสบายตา สร้างจังหวะขององค์ประกอบภาพให้เหมาะสมสวยงาม

2.2.3.3 การกำหนดสี สีมีบทบาทอย่างมากที่ช่วยเน้นความชัดเจนทำให้สะดุดตา สร้างสรรค์ความสวยงาม การกำหนดสีขึ้นอยู่กับประเภทของงานนั้นๆ ข้อสำคัญที่ควรคำนึง คือ สีบนตัวภาพ พื้นภาพและตัวอักษรต้องมีความเด่น ชัดเจน เหมาะกับกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งมีความชอบที่แตกต่างกัน นักออกแบบจะพยายามใช้สีเพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์มากที่สุด

2.2.3.4 การจัดวางตำแหน่ง เป็นการจัดวางโครงร่างทั้งหมดที่กำหนดตำแหน่งขนาดของภาพประกอบ ตำแหน่งของข้อความทั้งหมดและส่วนประกอบอื่น ๆ ที่ปรากฏ ซึ่งต้องคำนึงถึงจุดเด่นที่ควรเน้น ความสมดุลต่าง ๆ ความสบายตาในการมอง นักออกแบบต้องให้ความสำคัญต่อทุก ๆ ส่วน ที่ปรากฏบนชิ้นงานเท่ากันทั้งหมด ความพอเหมาะพอดีช่วยให้งานออกแบบมีความเชื่อถือน่าสนใจ



ภาพที่ 11 ตัวอย่างงานศิลปะกราฟิก

ที่มา : สุทธิวิทย์ (2558)

2.2.4 ประเด็นสำคัญในการออกแบบกราฟิก

2.2.4.1 ความสวยงาม (Aesthetic) เป็นความพึงพอใจแรกที่สามารถสัมผัสได้เป็นอันดับแรก มนุษย์เราต่างมีการรับรู้เรื่องความสวยงามและความพึงพอใจได้ไม่เท่ากัน ความงาม จึงเป็นประเด็นที่ถกเถียงกันมากและไม่มีการเกณฑ์การตัดสินใด ๆ ที่เป็นตัวกำหนดความแน่ชัด แต่ถ้าหากงานที่มีองค์ประกอบที่ดี คนส่วนใหญ่ก็จะมองว่ามีความสวยงาม

2.2.4.2 มีประโยชน์ใช้สอยที่ดี (Function) การมีประโยชน์ใช้สอยที่ดี เป็นเรื่องสำคัญในการออกแบบทุกประเภท โดยเฉพาะตัวหนังสือที่อยู่ในงานออกแบบสื่อสิ่งพิมพ์ ตัวหนังสือที่อยู่ในงานต้องอ่านง่าย ไม่ต้องเพ่งสายตา ถึงจะเรียกว่าเป็นงานออกแบบที่มีประโยชน์ใช้สอยที่ดีได้ เป็นต้น

2.2.4.3 มีแนวคิดในการออกแบบที่ดี (Concept) แนวความคิดในการออกแบบที่ดีนั้นคือ หนทางความคิดที่ทำให้งานออกแบบที่ได้ตอบสนองต่อความรู้สึกพึงพอใจ ชื่นชม เรื่องนี้นับว่าเป็นเรื่องที่มีผู้ให้ความสนใจไม่มากนัก



ภาพที่ 12 ตัวอย่างงานกราฟิก แบบมีเรื่องราว

ที่มา : สุทธิวิทย์ (2558)

2.2.5 ประเภทของงานกราฟิก

การออกแบบงานกราฟิก มีวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่แตกต่างกันไป ตามลักษณะเฉพาะของงานหรือเงื่อนไขต่าง ๆ ของงาน และวิธีการดำเนินงานต้องสอดคล้องกับปัจจัยทุกด้าน ในการสร้างงานออกแบบ จึงควรศึกษาองค์ประกอบสำคัญ ๆ หลาย ๆ ด้าน ตามแนวทางในการคิดงานกราฟิกจะแปรเปลี่ยนไปตามลักษณะของสื่อหรืองานแต่ละประเภท สามารถจัดหมวดหมู่ ได้ดังนี้

2.2.5.1 งานกราฟิกบนสื่อโฆษณาสิ่งพิมพ์ คือ สื่อสำหรับการโฆษณาประชาสัมพันธ์สินค้าหรือบริการหรือองค์กร ได้แก่ แผ่นป้ายโฆษณาหรือโปสเตอร์ แผ่นพับ แผ่นปลิว และบัตรเชิญ

2.2.5.2 งานกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ที่มีหน้าที่หลัก คือ เป็นตัวภาชนะสำหรับบรรจุสินค้า มีหลายรูปแบบแตกต่างกัน ตามลักษณะสินค้า เช่น หีบ ห่อ กล่อง ขวด ลัง กระป๋อง ฯลฯ บรรจุภัณฑ์จะมีขนาดต่าง ๆ ตามขนาดที่บรรจุสินค้า โดยแบ่งเป็นกลุ่มใหญ่ ๆ ได้ 3 กลุ่ม คือ

1) บรรจุภัณฑ์สำหรับค้าปลีก มักออกแบบสวยงาม สะดวกในการใช้สอย นำใช้บางชนิดจะเน้นความสวยงามเป็นพิเศษ จะมีรายละเอียดของสินค้าบรรจุอยู่ภายใน

2) บรรจุภัณฑ์เพื่อการค้าส่ง เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบ สำหรับบรรจุสินค้าจำนวนมาก โดยการกำหนดรายละเอียดจะแตกต่างกันออกไป

3) บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง จะเน้นเรื่องความสะดวก ความปลอดภัยและความประหยัดในการขนส่ง การออกแบบฉลากของบรรจุภัณฑ์ ต้องอยู่ภายใต้เงื่อนไขและข้อกำหนดหลายอย่าง นักออกแบบมักจะต้องสร้างภาพลักษณ์ของตัวสินค้าให้เกิดความน่าเชื่อถือ สวยงาม ส่วนการออกแบบหีบห่อบรรจุภัณฑ์ ก็มีจุดประสงค์อย่างเดียวกันกับฉลากสินค้า แต่มีจุดเด่น คือ เพื่อความสะดวกในการขนส่ง

2.2.5.3 งานกราฟิกบนเครื่องหมายและสัญลักษณ์ คือ เครื่องหมายหรือสัญลักษณ์ที่สื่อด้วยรูปภาพ เพื่อต้องการสื่อความหมาย และสังเคราะห์ให้เป็นรูปสัญลักษณ์ที่เป็นสิ่งแทนอันสามารถบอกถึงความหมายได้ โดยนักออกแบบต้องออกแบบให้ประณีต มีความคมชัด สามารถสื่อสาร เพื่อสื่อความหมายได้อย่างถูกต้อง

2.2.6 องค์ประกอบในการออกแบบกราฟิก ได้แก่

2.2.6.1 ตัวอักษร (Typography)

2.2.6.2 สี (Colour)

2.2.6.3 รูปภาพ (Picture)

2.2.6.1 ตัวอักษร (Typography)

1) ตัวอักษร เพื่อการออกแบบ

ตัวอักษร เป็นรูปแบบหนึ่งที่ใช้ในการติดต่อสื่อสารกันจากคนหนึ่งไปยังอีกคนหนึ่งสะท้อนอารมณ์ เหตุผล ความคิด ความต้องการ ความรู้สึก และตัวอักษรสามารถบันทึก

รวบรวมความรู้ลึกต่าง ๆ ไปได้เป็นระยะเวลายาวนาน

การใช้ตัวอักษรและตัวพิมพ์ ประชิด ทิณบุตร (2530) กล่าวไว้ว่า ตัวอักษรหรือตัวพิมพ์ จัดว่าเป็นองค์ประกอบพื้นฐานที่สำคัญของการออกแบบ การออกแบบโดยทั่วไป มีการนำตัวอักษรมาใช้ เพื่อการออกแบบ เป็น 2 ลักษณะ ดังนี้

1.1 ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนดึงดูดตา มีลักษณะตัวอักษรแบบ (Display face) เพื่อต้องการตกแต่งหรือการเน้นข้อความข่าวสารให้สามารถดึงดูดความสนใจของผู้ดูผู้อ่าน ด้วยการใช้นิพจน์ รูปแบบตัวอักษรที่มีขนาดใหญ่ มีความเด่นเป็นพิเศษ

1.2 ใช้ตัวอักษรเป็นส่วนบรรยายหรืออธิบายเนื้อหา คือ การใช้ตัวอักษรเป็น (Book face) หรือเป็นตัว Text ที่มีขนาดเล็กในลักษณะของการเรียงพิมพ์ข้อความ เพื่อการบรรยายหรืออธิบายส่วนประกอบปลีกย่อยและเนื้อหาที่สื่อสารเผยแพร่

2) ประเภทของตัวอักษร

ลักษณะเด่นชัดของตัวอักษร ที่ทำให้เกิดรูปแบบที่หลากหลายรูปแบบ เนื่องมาจากการออกแบบ เพื่อให้มีความสอดคล้องและเหมาะสมกับลักษณะการใช้งานที่แตกต่างกัน การประดิษฐ์ ให้เกิดรูปแบบตัวอักษรใหม่ ๆ เกิดจากปัจจัยหลายอย่าง ได้แก่ การสร้างเครื่องมือที่ใช้เขียนตัวอักษร การประดิษฐ์ตัวอักษร เพื่อใช้เฉพาะงาน การพัฒนาเทคโนโลยี ทำให้มีเครื่องมือและอุปกรณ์ที่จะช่วยสนับสนุนให้การออกแบบ ทำได้อย่างสะดวกและประณีตสวยงามมากยิ่งขึ้น

ตัวอักษรภาษาไทย แบ่งได้ตามรูปลักษณะได้ 4 ประเภทใหญ่ ๆ ดังนี้

2.1 ตัวอักษรแบบมาตรฐานหรือแบบราชการ ตัวอักษรแบบนี้มีลักษณะเรียบง่าย มีระเบียบ มีหัวอักษร เรียกว่า เป็นแบบมาตรฐานหรือแบบราชการ เพราะได้รับการรับรองโดยทางราชการ มีลักษณะแบบตัวเรียงพิมพ์ในระบบงานพิมพ์หรือแบบตัวอักษรในเครื่องพิมพ์ดีด มีทั้งแบบตัวธรรมดา ตัวหนา ตัวบาง

คณิตศาสตร์

ถ้าเจอคนที่ดีแล้ว

ควรรักษาไว้ให้ดีๆ

ภาพที่ 13 ตัวอักษรแบบมาตรฐานหรือแบบราชการ

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/343469909079473365/>

2.2 ตัวอักษรแบบคัดลายมือหรือตัวเขียน ตัวอักษรประเภทนี้เกิดจากการคัดหรือเขียนด้วยวัสดุหรือปากกาประเภทต่าง ๆ อาจเป็นการเขียนโดยอิสระ หรืออาจมีเครื่องมือ

ประกอบบ้างก็ได้ เมื่อต้องการเน้นความประณีต ความแตกต่างของรูปแบบตัวอักษร ส่วนหนึ่งจึงเป็นแบบอักษร สำหรับงานเฉพาะกิจ ความสวยงามของตัวอักษร จึงเกิดจากความพอดีขององค์ประกอบต่าง ๆ และความแม่นยำในการเขียนแบ่งออกเป็น 4 ลักษณะด้วยกัน คือ แบบตัวอาลักษณ์ แบบตัวไทยย่อ แบบตัววิบบิ้น และแบบตัวเขียนอิสระหรือตัวเขียนหวัด

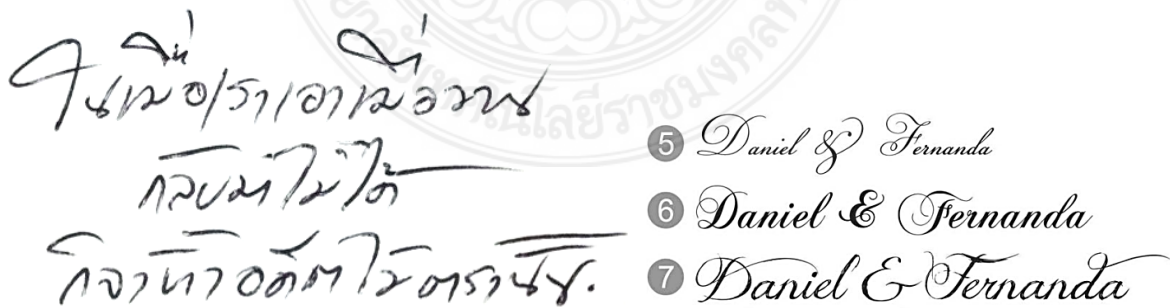


ภาพที่ 14 ตัวอักษรแบบคัดลายมือหรือตัวเขียน

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/267823509084542222/>

2.3 ตัวอักษรแบบตัวเขียนอิสระหรือตัวเขียนหวัด เขียนด้วยวัสดุต่าง ๆ

อาจเขียนด้วยปากกา ดินสอหรือวัสดุอื่น ๆ โดยอิสระ ทำให้มีรูปแบบและรูปลักษณ์ของแบบตัวอักษรหลากหลาย แตกต่างกันไปตามลักษณะการเลือกใช้วัสดุ ไม่มีกฎระเบียบที่กำหนดอย่างชัดเจน การประดิษฐ์ตัวอักษรแบบนี้ ใช้หลักการทางศิลปะเป็นข้อพิจารณา เช่น ทฤษฎีเกี่ยวกับองค์ประกอบศิลป์ หลักแห่งความสมดุล เป็นต้น ความสวยงามและความโดดเด่นของตัวอักษร จึงต้องดูความสัมพันธ์และความสอดคล้องของลักษณะตัวอักษรทั้งข้อความ ข้อควรระวังการเขียนตัวอักษรแบบนี้ คือ ลีลาการเขียนแต่ละตัว แต่ละข้อความต้องเน้นลักษณะที่อ่านง่าย ไม่ยุ่งเหยิงเกินไป เนื่องจากการวัดทางอักษร ตัวอักษรแบบนี้นิยมนำมาเขียนหัวเรื่อง เช่น หัวคอลัมน์ หัวเรื่องนวนิยาย หัวเรื่องปกหนังสือ ใช้เขียนแสดงข้อความสั้น ๆ ได้แก่ คำบรรยายประกอบภาพ ข้อความสื่อโฆษณา



ภาพที่ 15 ตัวอักษรแบบตัวเขียนอิสระหรือตัวเขียนหวัด

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/37788084370255231/>

เพื่อใช้งานโดย

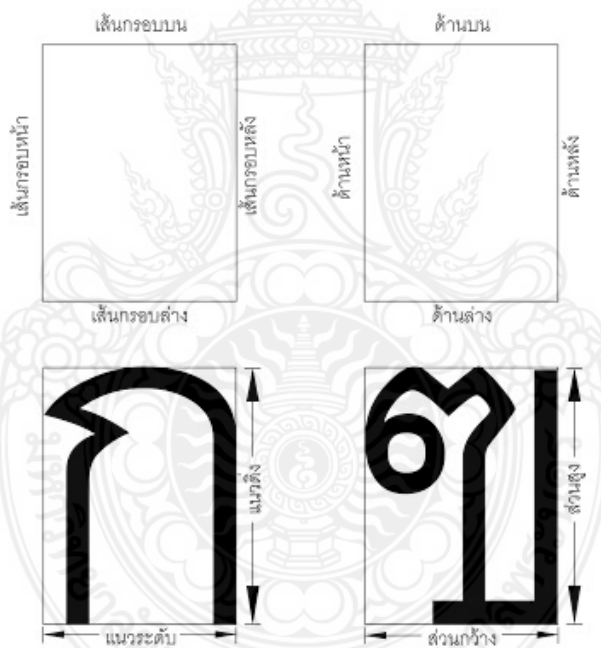
เติม การประดิษฐ์รูปแบบตัวอักษรจึงไม่มีกฎใด ๆ ที่แน่นอน อาจมีหัวตัวอักษรหรือไม้ก็ได้ เป็นการเน้นขอบหรือการไล่ลดลอยลงบนตัวอักษรหรือใส่เงาตัวอักษร เน้นเส้นหนบาง ฯลฯ การประดิษฐ์จะเน้นให้

เกิดความดึงดูดใจ น่าสนใจและประทับใจ ตัวอักษรแบบประดิษฐ์ นิยมใช้ในงานหัวเรื่อง ชื่อหนังสือ ชื่อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ใหม่ หัวเรื่องงานโฆษณา หัวเรื่องป้ายนิเทศและป้ายโฆษณา เป็นต้น



ภาพที่ 16 ตัวอักษรแบบประดิษฐ์

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/37788084370255231/>



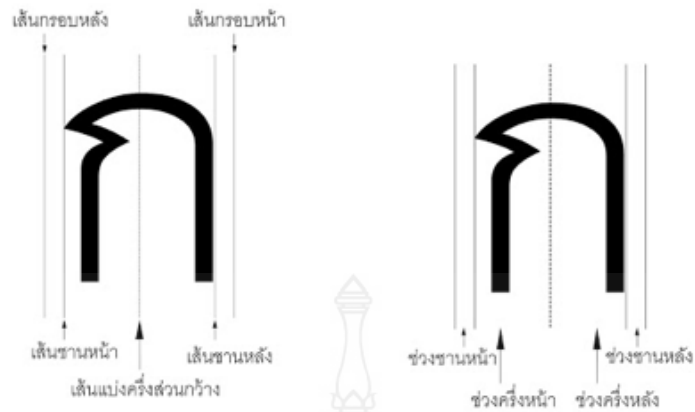
ภาพที่ 17 กรอบของตัวอักษร

ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงษ์ วรชาติอุดมพงศ์, 2545)

3) กรอบของตัวอักษร

ตัวอักษรไทยแต่ละตัวมีรูปแบบโครงสร้างอยู่ในกรอบสี่เหลี่ยมภายในเส้นที่สมมุติขึ้น เรียกว่า เส้นกรอบ ได้แก่ เส้นกรอบบน เส้นกรอบล่าง เส้นกรอบหน้าและเส้นกรอบหลัง

ตัวอักษรไทยแต่ละตัวมีด้าน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านบน ด้านล่าง ด้านหน้า และ ด้านหลัง แนวที่ทอดไปตามส่วนสูง เรียกว่า แนวตั้ง ระยะที่ทอดไปตามเส้นกรอบหน้าและเส้นกรอบหลังตามแนวตั้ง เรียกว่า ส่วนสูง



ภาพที่ 18 ความกว้างของตัวอักษร

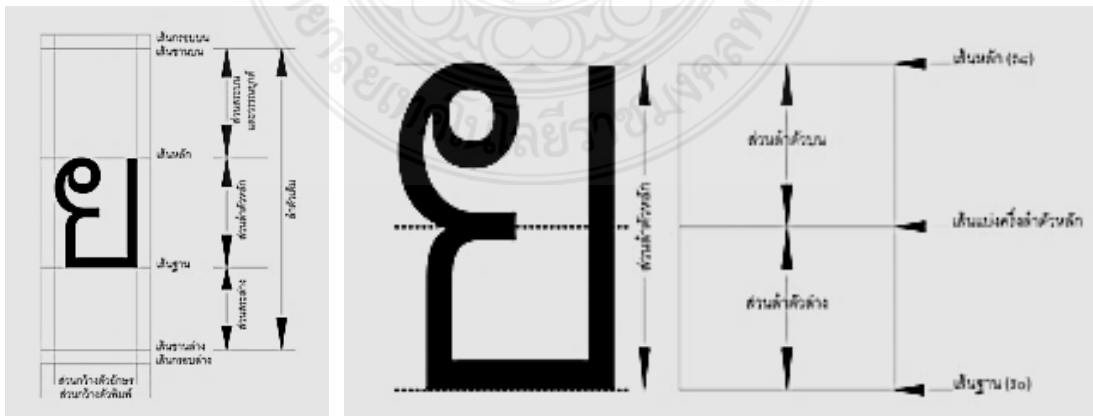
ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2545)

เส้นกำหนดส่วนกว้างของตัวอักษร โดยเรียงลำดับจากด้านหน้าไปด้านหลัง ดังนี้

1. เส้นกรอบหน้า
2. เส้นชานหน้า
3. เส้นแบ่งครึ่งส่วนกว้าง
4. เส้นชานหลัง
5. เส้นกรอบหลัง

ความกว้างของตัวอักษรแบ่งออกเป็นช่วงต่าง ๆ เรียงลำดับจากด้านหน้าไปด้านหลัง ดังนี้

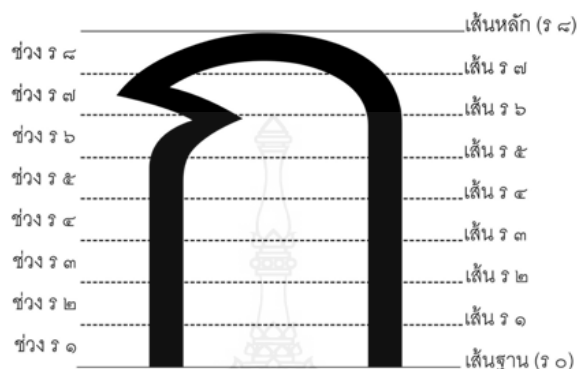
1. ช่องชานหน้า
2. ช่องครึ่งหน้า
3. ช่องครึ่งหลัง
4. ช่องชานหลัง



ภาพที่ 19 ความสูงของตัวอักษร

ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2545)

เส้นลำดับหลักแบ่งออกเป็น 2 ส่วนเท่า ๆ กัน ตามแนวระดับให้ส่วนที่อยู่ระหว่างเส้นหลักกับเส้นแบ่งครึ่งลำตัวหลักเป็นส่วนลำตัวบนและส่วนที่อยู่ระหว่างเส้นแบ่งครึ่งลำตัวหลักกับเส้นฐานเป็นส่วนลำตัวล่าง



ภาพที่ 20 การแบ่งส่วนสูงตัวพิมพ์

ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2545)

4) การแบ่งส่วนสูงตัวพิมพ์

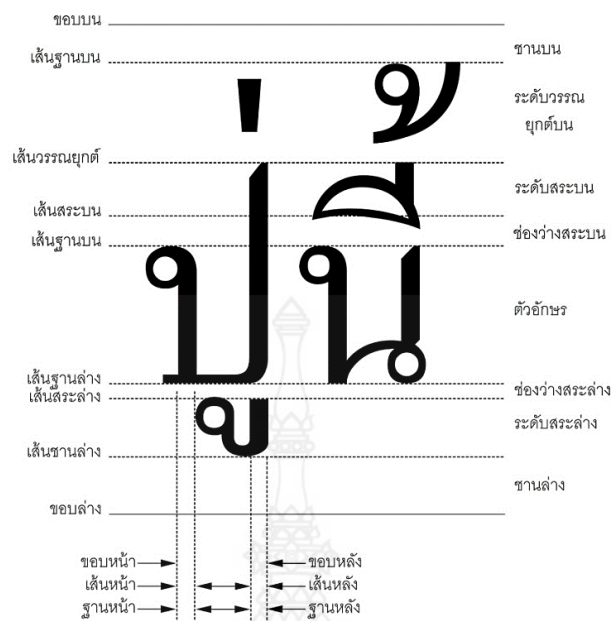
การแบ่งส่วนสูงตัวพิมพ์ตามแนวระดับ โดยแบ่งจากเส้นหลักขึ้นไปด้านบนจนถึงเส้นกรอบบน โดยให้ระยะห่างของเส้นแต่ละเส้นเท่ากับหนึ่งหน่วยอักษร กำหนดให้เป็นเส้น ร๙, ร๑๐, ร๑๑ ไปตามลำดับ จนจุดเส้นกรอบบนและให้แบ่งในลักษณะเดียวกันจากเส้นฐานลงมาจนถึงเส้นกรอบล่าง กำหนดให้เป็นเส้น ร-๑, ร-๒, ร-๓ ไปตามลำดับจนถึงเส้นกรอบล่าง

กำหนดให้ระยะห่างระหว่างเส้น ร๘ ถึงเส้น ร๙ เป็นช่วง ร๙ ระยะห่างระหว่างเส้น ร๙ ถึงเส้น ร๑๐ เป็นช่วง ร๑๐ ไปตามลำดับและระยะห่างระหว่างเส้น ร๐ ถึงเส้น ร-๑ เป็นช่วง ร-๑ ระยะห่างระหว่างเส้น ร-๑ ถึงเส้น ร-๒ เป็นช่วง ร-๒ ตามลำดับ

ส่วนลำตัวหลักของตัวอักษร คือ ระยะระหว่างเส้นฐานถึงเส้นหลัก แบ่งออกตามแนวระดับเป็น 8 ส่วนเท่า ๆ กัน เรียกว่า “หนึ่งหน่วยอักษร” โดยมีเส้นแบ่งระดับหรือเรียกย่อว่าเส้น “ร” ดังนี้

- 1) เส้น ร๐ เป็นเส้นฐาน
- 2) เส้น ร๑
- 3) เส้น ร๒
- 4) เส้น ร๓
- 5) เส้น ร๔ เป็นเส้นแบ่งครึ่งลำตัวหลัก
- 6) เส้น ร๕
- 7) เส้น ร๖
- 8) เส้น ร๗
- 9) เส้น ร๘ เป็นเส้นหลัก

กำหนดให้ระยะห่างระหว่างเส้น ร๐ ถึงเส้น ร๑ เป็นช่วง ร๑ ระยะห่างระหว่างเส้น ร๑ ถึง ร๒ เป็นช่วง ร๒ ไปตามลำดับจนถึงช่วง ร๘



ภาพที่ 21 ชื่อเรียกและขอบเขตตัวอักษร

ที่มา : หนังสืออักษรประดิษฐ์ (วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. 2545)

5) สัดส่วนและโครงสร้างตัวอักษร

การออกแบบตัวอักษร ให้มีความสวยงามต้องมีความเข้าใจเกี่ยวกับเรื่องสัดส่วนและโครงสร้างตัวอักษร สัดส่วนตัวอักษรจะมีความสัมพันธ์กับโครงสร้างตัวอักษรอย่างแน่นแฟ้น ก่อนเริ่มต้นออกแบบตัวอักษรควรเขียนรูปร่างเค้าโครงตัวอักษรก่อนเสมอ เพื่อให้เห็นรูปร่างและสัดส่วนในภาพรวมเสียก่อน ในขั้นตอนนี้ผู้ออกแบบสามารถที่จะปรับแต่งสัดส่วนและรูปร่างให้ได้ตามความต้องการ ความพอดีของเค้าโครงตัวอักษรและรูปร่างจะมีผลทำให้สามารถอ่านตัวหนังสือได้ง่ายขึ้น ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญที่นักออกแบบจะต้องระลึกไว้อยู่เสมอ ในการจัดเค้าโครงร่างตัวอักษรนอกจากจะต้องพิจารณาเรื่องสัดส่วนแล้ว ยังต้องศึกษาเกี่ยวกับพื้นที่ว่างภายในและภายนอกตัวอักษรด้วย เกี่ยวกับเรื่องนี้ส่วนใหญ่ นักออกแบบไม่ค่อยเข้าใจเรื่องนี้จึงไม่ได้เน้นเรื่องพื้นที่ว่างภายในตัวอักษร มักจะเน้นเฉพาะเรื่องเส้นตัวอักษรเสียมากกว่า จึงมีผลทำให้รูปตัวอักษรโดยรวม ไม่สม่ำเสมอ เน้นไปข้างหรืออาจว่างมากเกินไป การออกแบบให้ตัวอักษรจึงต้องเน้นภาพโดยรวมของตัวอักษรทุกรูปแบบ ทั้งภาษาไทย ภาษาอังกฤษและภาษาอื่น ๆ เพื่อให้มีความชัดเจนมากยิ่งขึ้น ในการออกแบบจึงควรได้ทำความเข้าใจดังต่อไปนี้

- 1) สัดส่วนเกี่ยวกับตัวอักษร
- 2) โครงสร้างตัวอักษร
- 3) ขนาดของตัวอักษร
- 4) พื้นที่ว่างภายในและภายนอกตัวอักษร
- 5) ลักษณะของเส้นอักษร

- 6) หัวของตัวอักษร
- 7) ลักษณะของเชิง
- 8) ช่องไฟ
- 9) สัดส่วนเกี่ยวกับตัวอักษร

สัดส่วนที่จะกล่าวถึง หมายถึง สัดส่วนความกว้างและความสูงของตัวอักษร จะต้องสัมพันธ์กับรูปแบบตัวอักษรที่ออกแบบในแต่ละตัว สัดส่วนของอักษรทุกตัวจะต้องสัมพันธ์กันมิได้หมายถึง จะต้องให้เท่ากันหมด แต่ต้องไม่ขัดแย้งกันจนเกินไป จุดที่ต้องเน้นในที่นี้คือ ความสัมพันธ์ของขนาด สัดส่วนระหว่างตัวอักษร คือ การได้ส่วนกันของความกว้างและความสูงของตัวอักษรเกือบทุกตัว ต้องได้ส่วนของกันเสมอ

6) โครงสร้างตัวอักษร

ลักษณะของโครงสร้างตัวอักษร หมายถึง ลักษณะโดยรวมของตัวอักษรที่จะเห็นส่วนประกอบของเส้นที่ประกอบกันเป็นตัวอักษร ผู้ออกแบบต้องจัดกลุ่มตัวอักษร ที่มีลักษณะคล้ายกันแบ่งให้เป็นหมวดหมู่ เพื่อจะได้เขียนหรือกำหนดให้โครงสร้างนั้นมีขนาดที่สม่ำเสมอและทำการออกแบบให้รายละเอียดโครงสร้างตัวอักษรทั้งหมด ให้มีความสัมพันธ์กันโดยตลอด

7) ขนาดของตัวอักษร

ขนาดของตัวอักษรไทย ไม่เท่ากันบางตัวกว้างบางตัวแคบ นอกจากจะแบ่งตัวอักษรตามสัดส่วนแล้ว อาจแบ่งตัวอักษรตามขนาดความกว้างเป็นพวก ๆ ได้ดังนี้

- 1) อักษรที่มีขนาดเท่ากัน มีมากที่สุด เรียกว่าอักษร "ตัวเต็ม" ได้แก่ อักษร ก ค ต ง จ ช ซ
- 2) อักษรที่มีขนาดโตกว่าปกติ มีอยู่ไม่มากนัก ซึ่งมีขนาดโตกว่าพวกแรกไปครึ่งตัว เรียกว่าอักษร "ตัวครึ่ง" ได้แก่ ณ ญ ฒ ฒ
- 3) ตัวอักษรที่มีลักษณะบางพิเศษ เรียกว่า "ครึ่งตัว" ได้แก่ เ โ ใ ใ ะ

8) พื้นที่ว่างภายในและภายในตัวอักษร

จะเห็นได้ว่าตัวอักษรทุกตัวจะต้องมีพื้นที่ว่างภายในและพื้นที่ว่างรอบนอก ตัวอักษรเสมอ พื้นที่ว่างภายในตัวอักษรจะมีผลให้เกิดความสวยงามมากน้อยของแต่ละตัวอักษร ส่วนพื้นที่ว่างรอบนอกก็จะมีผลต่อการเห็นรูปร่างของตัวอักษรแต่ละตัวเช่นกัน รวมทั้งผลกระทบทั้งในแง่บวกและแง่ลบเสมอ เมื่อต้องนำมารวมกันตัวอักษรอื่นเพื่อให้เป็นคำหรือข้อความ

9) ลักษณะของเส้นอักษร ได้แก่ ความหนาบางของเส้น ตัวอักษรบาง

แบบอาจเป็นเส้นหนา บางแบบอาจจะเป็นเส้นบาง หรืออาจจะเป็นลักษณะเส้นหนาบางรวมกัน นอกจากนี้ยังรวมถึงลักษณะของเส้นในแนวดิ่ง แนวนราบ แนวเฉียง หรือเส้นโค้งด้วยการออกแบบต้องกำหนดให้เส้นอักษรทุกตัวเป็นไปในลักษณะเดียวกัน เช่น หนาเท่ากันหมด บางเท่ากันทุกตัว หรือเส้นแนวดิ่งเป็นแบบเส้นหนา เส้นแนวนราบต้องเป็นเส้นบาง เป็นต้น

10) หัวของตัวอักษร

โดยเฉพาะการออกแบบตัวอักษรไทย ส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะแบบมีหัวทั้งสิ้น หากกำหนดให้เป็นแบบอย่างใดก็จะต้องเป็นแบบอย่างเดียวกันตลอด การออกแบบหัวอักษรต้องให้ความสอดคล้องกับรูปแบบโดยรวมของตัวอักษรด้วย มิฉะนั้นจะขัดแย้งกับความรู้สึกเสมอแบบหัวอักษรอาจเป็นแบบกลม แบบเหลี่ยม มีลักษณะโปร่งหรือแบบหัวตัด (สำหรับตัวอักษรเว็บ) เป็นต้น การกำหนดตำแหน่งและขนาดของหัวตัวอักษรต้องเท่ากันและตำแหน่งเดียวกันสำหรับอักษรที่อยู่ในกลุ่มเดียวกันหรือลักษณะคล้ายกัน

ลักษณะของเชิงตัวอักษรโรมันบางแบบจะมีเชิง หรือ Serif ในการออกแบบให้เกิดรูปแบบใหม่ อาจกำหนดให้เชิงเป็นลักษณะอย่างไรก็ได้ แต่เมื่อกำหนดให้เป็นอย่างไรก็ต้องให้เหมือนกันทุกตัวอักษร การออกแบบตัวอักษรไทย เพื่อใช้ร่วมกับตัวอักษรโรมันในภาษาอังกฤษก็สามารถออกแบบให้ตัวอักษรมีเชิงได้อย่างสวยงามได้เช่นกัน

11) ช่องไฟ

ช่องไฟของตัวอักษร เป็นสิ่งสำคัญมากในการออกแบบตัวอักษร เพราะการเว้นระยะช่องไฟที่เหมาะสม ช่วยให้คำหรือข้อความที่เขียนสวยงาม อ่านง่าย ดูสบายตา น่าอ่าน การจัดช่องไฟของตัวอักษรมีแนวการจัดอยู่ 2 ประการ คือ

1) ระยะช่องไฟระหว่างตัวอักษร เป็นการกำหนดระยะช่องไฟระหว่างตัวอักษร และตัวที่ต้องมีระยะห่างกันพองามไม่ติดกันหรือห่างกันจนเกินไป การเว้นระยะช่องไฟแต่ละตัวไม่ควรกำหนดว่าจะต้องห่างกันเท่าไร เพราะว่าตัวอักษรแต่ละตัวจะมีลักษณะที่แตกต่างกันเสมอ ควรจัดระยะช่องไฟโดยคำนึงถึงปริมาตรที่มีความสมดุลโดยประมาณในระหว่างตัวอักษร

2) ระยะช่องไฟระหว่างบรรทัด การเว้นระยะระหว่างบรรทัด จุดประสงค์เพื่อให้อ่านง่ายและดูสวยงาม หลักสำคัญในการกำหนดระยะระหว่างบรรทัด คือ วัดระยะจากตัวอักษรต่ำสุดของแถวบนกับตัวอักษรสูงสุดของแถวล่างให้ระยะห่างพอสมควร เมื่อจัดวางตัวอักษรทั้งสองแถวแล้วอักษรต้องไม่ซ้อนทับกัน

2.2.6.2 สี (COLOUR)

1) ความรู้เกี่ยวกับสี

สี (COLOUR) หมายถึง ลักษณะการกระทบต่อสายตาให้เห็นเป็นสีมีผลถึงจิตวิทยา คือ มีอำนาจให้เกิดความเข้มของแสงที่อารมณ์และความรู้สึกที่ได้จากการที่ได้เห็นสีจากสายตา สายตาจะส่งความรู้สึกไปยังสมอง ทำให้เกิดความรู้สึกต่าง ๆ ตามอิทธิพลของสี เช่น สดชื่น ร้อนหนาว ตื่นเต้น เศร้า สี จึงมีความหมายอย่างมากเพราะศิลปินต้องการใช้สีเป็นสื่อสร้างความประทับใจในผลงานของศิลปะและช่วยสะท้อนความประทับใจนั้นให้บังเกิดแก่ผู้ดู มนุษย์เกี่ยวข้องกับสีต่างๆอยู่ตลอดเวลาเพราะทุกสิ่งที่อยู่รอบตัวล้วนมีสีอันแตกต่างกันมากมาย สี มีหลักวิชาเป็นวิทยาศาสตร์ จึง

ควรทำความเข้าใจวิทยาศาสตร์ของสี ให้ได้บรรลุผลสำเร็จในงานมากขึ้น ถ้าได้ศึกษาเรื่องสีดีพอแล้ว งานศิลปะก็จะประสบความสำเร็จเป็นอย่างดี

2) คุณลักษณะของสี

2.1) สีแท้ (HUE) คือ สีที่ยังไม่ถูกสีอื่นเข้าผสม เป็นลักษณะของสีแท้ที่มีความสะอาดสดใส เช่น สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน เป็นต้น

2.2) สีอ่อนหรือสีจาง (TINT) ใช้เรียกสีแท้ที่ถูกผสมด้วยสีขาว เช่น สีเทา สีชมพู เป็นต้น

2.3) สีแก่ (SHADE) ใช้เรียกสีแท้ที่ถูกผสมด้วยสีดำ เช่น สีน้ำตาล

3) สี แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ สีธรรมชาติและสีที่มนุษย์สร้างขึ้น

3.1) สีธรรมชาติ เป็นสีที่เกิดขึ้นเองธรรมชาติ เช่น สีของแสงอาทิตย์ สีของท้องฟ้ายามเช้า เย็น สีของรุ่งกีนน้ำ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเองธรรมชาติ ตลอดจนถึงของ ดอกไม้ ต้นไม้ พื้นดิน ท้องฟ้า น้ำทะเล

3.2) สีที่มนุษย์สร้างขึ้นหรือได้สังเคราะห์ขึ้น เช่น สีวิทยาศาสตร์ มนุษย์ ได้ทดลองจากแสงต่าง ๆ เช่น ไฟฟ้า นำมาผสมโดยการทอแสงประสานกัน นำมาใช้ประโยชน์ในด้านการละคร การจัดฉากเวที โทรทัศน์ การตกแต่งสถานที่

4) แม่สี มี 2 ชนิด ได้แก่

4.1) แม่สีของแสง เกิดจากการหักเหของแสงผ่านแท่งแก้วปริซึม มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลืองและสีน้ำเงิน อยู่ในรูปของแสงรังสี ซึ่งเป็นพลังงานชนิดเดียวที่มีสี คุณสมบัติของแสงสามารถนำมาใช้ในการถ่ายภาพ ภาพโทรทัศน์ การจัดแสงสีในการแสดงต่าง ๆ เป็นต้น

4.2) แม่สีวัตถุธาตุ เป็นสีที่ได้มาจากธรรมชาติและจากการสังเคราะห์ โดยกระบวนการเคมี มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลืองและสีน้ำเงิน แม่สีวัตถุธาตุเป็นแม่สีที่นำมาใช้งานกันอย่างกว้างขวางในวงการศิลปะ วงการอุตสาหกรรม ฯลฯ แม่สีวัตถุธาตุ เมื่อนำมาผสมกันตามหลักเกณฑ์จะทำให้เกิดวงจสี ซึ่งเป็นวงสีธรรมชาติ เกิดจากการผสมกันของแม่สีวัตถุธาตุเป็นสีหลักที่ใช้งานกันทั่วไป วงจสีแสดงสิ่งต่าง ๆ ดังนี้

5) วงจสี (Colour Circle) ได้แก่

5.1) สีขั้นที่ 1 คือ แม่สี ได้แก่ สีแดง สีเหลือง สีน้ำเงิน

5.2) สีขั้นที่ 2 คือ สีที่เกิดจากสีขั้นที่ 1 หรือแม่สีผสมกันในอัตราส่วนที่เท่ากันจะทำให้เกิดสีใหม่ 3 สี ได้แก่ สีส้ม สีม่วง สีเขียว

5.3) สีขั้นที่ 3 คือ สีที่เกิดจากสีขั้นที่ 1 ผสมกับสีขั้นที่ 2 ในอัตราส่วนที่เท่ากัน จะได้สีอื่น ๆ อีก 6 สี คือ

สีแดง ผสมกับสีส้ม ได้สีส้มแดง

สีแดง ผสมกับสีม่วง ได้สีม่วงแดง
 สีเหลือง ผสมกับสีเขียว ได้สีเขียวเหลือง
 สีนํ้าเงิน ผสมกับสีเขียว ได้สีเขียวนํ้าเงิน
 สีนํ้าเงิน ผสมกับสีม่วง ได้สีม่วงนํ้าเงิน
 สีเหลือง ผสมกับสีส้ม ได้สีส้มเหลือง

6) **วรรณะของสี** ซึ่งแบ่งที่สีม่วงกับสีเหลือง ซึ่งเป็นได้ทั้ง 2 วรรณะ คือ

6.1) วรรณะร้อน (Warm Tone) ประกอบด้วย สีเหลือง สีส้ม สีแดง สีม่วง สีเหล่านี้ให้อิทธิพลต่อความรู้สึก ตื่นเต้น ใจ กระฉับกระเฉง ถือว่าเป็นวรรณะร้อน

6.2) วรรณะเย็น (Cool Tone) ประกอบด้วย สีเหลือง สีเขียว สีนํ้าเงิน สีม่วง สีเหล่านี้ให้ความรู้สึก เย็นตา สงบ สดชื่น (สีเหลืองกับสีม่วงอยู่ได้ทั้งสองวรรณะ) การใช้สีแต่ละครั้งควรใช้สีวรรณะเดียวในภาพทั้งหมด เพราะจะทำให้ภาพความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

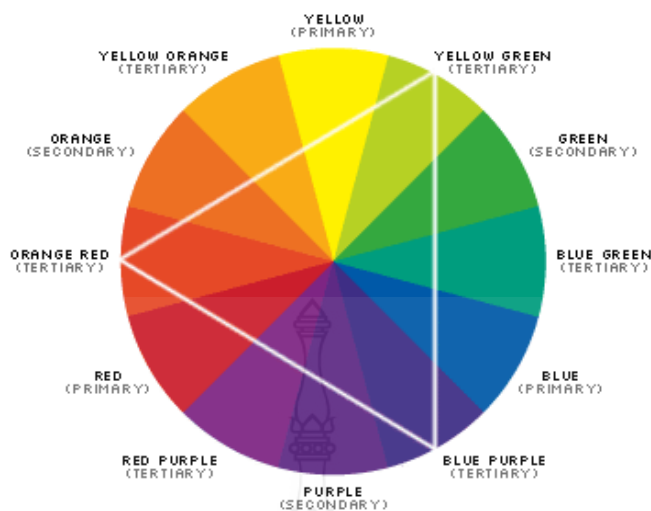


ภาพที่ 22 วรรณะสี

ที่มา : [สงัด \(2557\)](#)

7) **สีตรงข้าม หรือ สีตัดกัน หรือ สีคู่ปฏิปักษ์** เป็นสีที่มีค่าความเข้มของสีตัดกันอย่างรุนแรง ในทางปฏิบัติไม่นิยมนำมาใช้ร่วมกันเพราะทำให้แต่ละสีไม่สดใสเท่าที่ควร การนำสีตรงข้ามกันมาใช้ร่วมกัน อาจกระทำได้ ดังนี้

- 7.1) มีพื้นที่ของสีหนึ่งมาก อีกสีหนึ่งน้อย
- 7.2) มีการผสมสีอื่น ๆ ลงไป สีใดสีหนึ่ง หรือทั้งสองสี
- 7.3) มีการผสมสีตรงข้ามลงไปในสีทั้งสองสี



ภาพที่ 23 สีคู่ตรงข้าม
ที่มา : NovaBizz (2005)

8) จิตวิทยาและความหมายของสี

ตารางที่ 1 จิตวิทยาและความหมายของสี

ชื่อสี	ความหมาย-อารมณ์
Yellow-Green	การเจ็บป่วย – ความอิจฉา – ซ้ำฉลาด – การแตกแยก
Yellow	ความสุข – พลังงาน – ความเจริญ – การเรียนรู้ – การสร้างสรรค์
White	ความบริสุทธิ์ – ความดี – ความดีพร้อม – ความเรียบง่าย – ความยุติธรรม
Red	พลัง – อันตราย – สงคราม – อำนาจ
Purple	ความหยิ่งรู้ – ความทะเยอทะยาน – ความก้าวหน้า – ความสง่างาม – อำนาจ
Pink	เป็นมิตร – ความรัก – ความโรแมนติก – ความเคารพ
Orange	กำลัง – ความมีโชค – พลังชีวิต – การให้กำลังใจ – ความสุข
Light Yellow	ปัญญา – ความฉลาด
Light Red	ความรู้สึกดีใจ – เรื่องทางเพศรส – ความรู้สึกของความรัก
Light Purple	เรื่องรักใคร่ – ความสงบ
Light Green	ความกลมกลืน – ความสงบ – สันติภาพ
Light Blue	การหยิ่งรู้ – โอกาส – ความเข้าใจ – ความอดทน – ความอ่อนโยน
Green	ความอุดมสมบูรณ์ – การเติบโต – การกลับมาของมิตรภาพ
Gold	สติปัญญา – ความร่ำรวย – ความสว่าง – ความสำเร็จ – โชคลาภ

Dark Yellow	การตกเดือน – การเจ็บป่วย – ความเลื่อม – ความอิจฉา
Dark Red	ความโกรธ – ความรุนแรง – ความกล้าหาญ – กำลังใจ
Dark Purple	ความสูงส่ง – ความปรารถนาอันแรงกล้า – ความหุนหาว
Dark Green	ความทะเยอทะยาน – ความโลภ – ความริษยา
Dark Blue	ความจริง – ศัจธรรม – อำนาจ – ความรู้ – ความซื่อสัตย์ – การป้องกัน
Brown	ความอดทน – ความมั่นคง
Blue	สุขภาพ – ความเชื่อถือ – ไหวพริบ – จงรักภักดี – ความเลื่อมใส
Black	ความลึกลับ – ความตาย – อำนาจ – พลัง – ความแรงแ – สิ่งชั่วร้าย
Aqua	การป้องกัน – สุขภาพ

9) จิตวิทยาสีกับความรู้สึก (Psychology of Colour)

ด้านจิตวิทยาสี สี เป็นตัวกระตุ้นความรู้สึกและมีผลต่อจิตใจของมนุษย์ สีต่าง ๆ จะให้ความรู้สึกที่แตกต่างกัน ดังนั้นจึงมักใช้สี เพื่อสื่อความรู้สึกและความหมายต่าง ๆ ได้แก่

สีแดง	ให้ความรู้สึก เปรี้ยวร้อน รุนแรง อันตราย ตื่นเต้น
สีเหลือง	ให้ความรู้สึก สว่าง ออบอุ่น แจ่มแจ้ง ร่าเริง ศรัทธา มั่งคั่ง
สีเขียว	ให้ความรู้สึก สดใส สดชื่น เย็น ปลอดภัย สบายตา มุ่งหวัง
สีฟ้า	ให้ความรู้สึก ปลอดภัย แจ่มใส กว้าง ปรารถนา
สีม่วง	ให้ความรู้สึก เศร้า หม่นหมอง ลึกลับ
สีดำ	ให้ความรู้สึก มีดมืด เศร้า น่ากลัว หนักแน่น
สีขาว	ให้ความรู้สึก บริสุทธิ์ ผุดผ่อง ว่างเปล่า จืดชืด
สีแดง	ให้ความรู้สึก สดใส ร้อนแรง เจิดจ้า มีพลัง อำนาจ
สีเทา	ให้ความรู้สึก เศร้า เจ็บขริม สงบ แก่ชรา
สีน้ำเงิน	ให้ความรู้สึก เจ็บขริม สงบสุข จริงจัง มีสมาธิ
สีน้ำตาล	ให้ความรู้สึก แห้งแล้ง ไม่สดชื่น น่าเบื่อ
สีชมพู	ให้ความรู้สึก อ่อนหวาน เป็นผู้หญิง ประณีต ร่าเริง

2.2.6.3 รูปภาพ (Picture)

รูปภาพและส่วนประกอบการตกแต่งภาพ ที่ต้องการเน้นให้เกิดคุณค่าทางความงาม ทำหน้าที่ในการถ่ายทอดจินตนาการออกมาเป็นรูปแบบและนำเสนอแนวคิดให้เป็นรูปธรรมตามความคิดของตน เพื่อต้องการให้เกิดประสิทธิผลในการสื่อสารมากที่สุด งานออกแบบที่ดี ควรนำภาพมาใช้ให้เหมาะสมกับโอกาสและหน้าที่อย่างกลมกลืน คือ

- 1) เมื่อต้องการดึงดูดความสนใจ
- 2) เมื่อต้องการใช้ประกอบการอธิบายความรู้
- 3) เมื่อต้องการคำอธิบายความคิดรวบยอด
- 4) เมื่อต้องการอ้างอิงสิ่งที่ปรากฏขึ้นจริง
- 5) เมื่อต้องการใช้ประกอบข้อมูลทางสถิติ

1) ความหมายของภาพประกอบสิ่งพิมพ์

ภาพประกอบสิ่งพิมพ์ หมายถึง เนื้อหาส่วนที่เป็นภาพที่ปรากฏในเอกสารสิ่งพิมพ์ต่าง ๆ นอกเหนือจากเนื้อหาข้อความที่เป็นตัวอักษร ภาพเหล่านี้อาจเป็นภาพวาดหรือภาพถ่ายก็ได้และยังรวมถึงภาพกราฟิกต่าง ๆ เช่น จุด เส้น สี แถบกราฟิก หรือ ภาพลายเส้น เรขาคณิตอื่น ๆ ที่ใช้ในการตกแต่งสิ่งพิมพ์อีกด้วย

2) ความสำคัญของภาพประกอบสิ่งพิมพ์

ภาพประกอบ มีความสำคัญต่อสิ่งพิมพ์มากโดยเฉพาะในด้านการสื่อความหมายและการถ่ายทอดความรู้ด้านวิชาการ เพราะภาพประกอบสามารถให้รายละเอียด และความเหมือนจริงเหนือคำบรรยาย ให้ความสวยงามและความประทับใจหรือใช้เป็นหลักฐานอ้างอิง

2.1) ความสำคัญของภาพประกอบสิ่งพิมพ์ มีสาระสำคัญสรุป ดังนี้

2.1.1) ใช้สร้างความเข้าใจ การอธิบายถึงสิ่งหนึ่งสิ่งใดบางครั้งตัวอักษรก็มีข้อจำกัดที่จะบ่งบอกถึงสิ่งที่อธิบายนั้นว่าเป็นอย่างไร ในบางกรณีแม้ว่าผู้บรรยายจะมีความสามารถในการใช้ถ้อยคำมากสักเพียงใดก็ไม่อาจทำให้เกิดความเข้าใจได้โดยง่าย เช่น การจะอธิบายความแตกต่างระหว่างม้ากับลา ให้กับคนที่ไม่เคยเห็นสัตว์ทั้งสองชนิดนี้คงเป็นเรื่องที่ลำบากมาก

2.1.2) ใช้เสริมความเข้าใจ การนำภาพประกอบมาใช้ ในกรณีที่ข้อความสามารถสร้างความเข้าใจได้ระดับหนึ่งแล้วแต่ยังไม่ชัดเจน จึงจำเป็นต้องใช้ภาพประกอบ เพื่อเสริมความเข้าใจให้ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น ในการอธิบายพุทธลักษณะของพระพุทธรูปสมัยต่าง ๆ ถ้ามีภาพประกอบเพื่อเสริมความเข้าใจในรายละเอียดเพิ่มเติมก็จะทำให้เข้าใจมากยิ่งขึ้น

2.1.3) ใช้เป็นหลักฐานเพื่อบ่งบอกถึงตัวบุคคล ไม่อาจใช้ข้อความอธิบายให้เห็นภาพหรือเข้าใจได้ว่า บุคคลผู้นี้มีหน้าตาเป็นอย่างไร แต่ถ้าพิมพ์ภาพลงแล้วบอกชื่อ ผู้ที่เห็นก็จะรู้จักและจดจำได้ทันที

2.1.4) ใช้เป็นหลักฐานอ้างอิงหรือแสดงเหตุการณ์ภาพประกอบสามารถนำมาใช้เป็นหลักฐานประกอบคำบรรยายในกรณีเหตุการณ์นั้นสำคัญขนาดต้องบันทึกเป็นประวัติศาสตร์ หรือเหตุการณ์นั้นต้องการความรวดเร็วเพื่อการนำเสนอเป็นภาพข่าวลงในสื่อสารมวลชนต่าง ๆ เป็นบอกเล่าเหตุการณ์ให้เข้าใจโดยง่าย

2.1.5) ใช้ตกแต่งหน้าสิ่งพิมพ์ ภาพประกอบช่วยให้สิ่งพิมพ์สวยงาม น่าอ่านมากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีการถ่ายภาพ ตกแต่งภาพและการพิมพ์ปัจจุบันเอื้ออำนวยให้การทำงานกับภาพประกอบ สะดวกยิ่งขึ้น การถ่ายภาพทำได้ง่ายขึ้น ลดขั้นตอนการตกแต่งภาพลง ใช้เวลาน้อยลง การจำลองภาพ อย่างการถ่ายเอกสารหรือการสแกนภาพ ทำให้คุณภาพดีและสะดวก รวดเร็ว อีกทั้งเทคโนโลยี คอมพิวเตอร์ ยังช่วยให้การตกแต่งดัดแปลงภาพทำได้หลายรูปแบบ

2.2) ประเภทของภาพประกอบสิ่งพิมพ์

2.2.1) ภาพถ่าย

ภาพถ่าย เป็นภาพที่เกิดจากกรรมวิธีการถ่ายภาพที่ใช้ประโยชน์ได้ดีในงานพิมพ์ เพราะภาพถ่าย มีคุณลักษณะเฉพาะตัวหลายอย่าง ทั้งแง่ความเหมือนจริงและความละเอียดละออ สามารถสร้างสรรค์งานได้ตามความรู้สึกของการถ่ายภาพ เพื่อนำมาใช้ประกอบสิ่งพิมพ์ การได้มองเห็นภาพ จะทำให้เกิดความเข้าใจได้ทันที โดยไม่ต้องใช้เวลาตีความหรือทำความเข้าใจมากนัก ปัจจุบัน จะนิยมใช้กล้องดิจิตอล ผลที่ได้สวยงามใหญ่จึงออกมาเป็นภาพสี (Colour Print) ถ้าต้องการภาพขาว-ดำ มักใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์ช่วยแปลงภาพได้

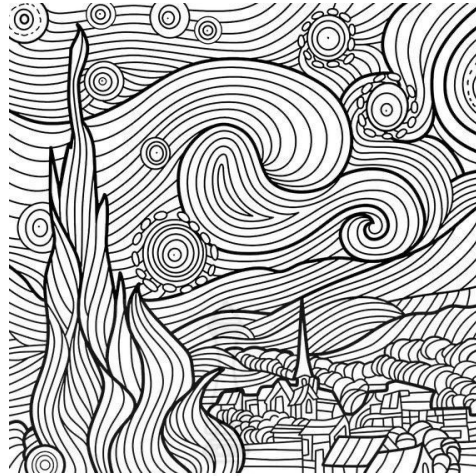


ภาพที่ 24 ภาพถ่ายเหมือนจริง

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง

2.2.2) ภาพวาดลายเส้น

ภาพวาดลายเส้น เป็นภาพที่ใช้ประกอบสิ่งพิมพ์มาตั้งแต่ยุคแรก ๆ และยังคงได้รับความนิยมอยู่จนถึงปัจจุบัน มีการใช้เทคนิคการวาดภาพผสมผสานกันหลายอย่าง เช่น การวาดลายเส้นแบบภาพการ์ตูน โดยการใช้นิตินสอ พู่กัน ปากกาหมึกดำ รวมทั้งการผสมสกรีนหรือการสร้างพื้นผิว ลวดลายต่าง ๆ ร่วมกัน



ภาพที่ 25 ภาพวาดลายเส้น

ที่มา : <https://www.pinterest.com>

2.2.3) ภาพวาดและภาพระบายสี

ภาพวาดและภาพระบายสี มีลักษณะภาพคล้ายคลึงกัน จะประกอบด้วยสีต่างๆ มากมายหลายสี โดยการเขียนหรือระบายสีด้วยกรรมวิธีหรือเทคนิคต่างๆ กันไป



ภาพที่ 26 ภาพวาดน้ำหนักสีต่อเนื่องและภาพระบายสี

ที่มา : <https://www.pinterest.com>

2.2.4) ภาพพิมพ์

ภาพพิมพ์ เป็นภาพที่ผ่านการพิมพ์แล้ว มีทั้งชนิดที่พิมพ์เป็นภาพลายเส้น และพิมพ์เป็นภาพเม็ดสกรีน ภาพทั้งสองประเภทนี้สามารถนำมาพิมพ์ซ้ำได้ถ้าเป็นภาพลายเส้นจะได้คุณภาพใกล้เคียงของเดิมแต่ภาพที่เป็นเม็ดสกรีนรายละเอียดอาจหายไปบ้าง



ภาพที่ 27 ภาพพิกเซล

ที่มา : <https://www.pinterest.com>

2.2.5) ภาพดิจิทัล

ภาพดิจิทัล เป็นภาพที่ได้ผ่านกระบวนการจัดการโดยคอมพิวเตอร์มาแล้ว ทำให้ภาพทุกชนิดที่จะเข้าสู่ระบบการพิมพ์ ต้องผ่านกระบวนการแปลงรูปภาพนั้นให้เป็นภาพดิจิทัลเสียก่อน เช่น การถ่ายภาพด้วยกล้องดิจิทัลและการสแกน เป็นต้น



ภาพที่ 28 ภาพดิจิทัล

ที่มา : <https://www.salika.co/2022/07/21/8-dimensions-of-organization-for-digital-world/>

2.3) ภาพกราฟิก ในงานคอมพิวเตอร์ สามารถแบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

2.3.1) ภาพกราฟิก ชนิดบิตแมป (Bitmap) เป็นภาพที่ประกอบจากการจุดสีขนาดเล็ก ๆ จำนวนมากเรียงเรียงตัวกันในลักษณะรูปแบบตาราง เรียกว่า พิกเซล (pixel) ในแต่ละภาพจะมีค่าและขนาดที่แน่นอน ถ้ามีการขยายเพิ่มมากขึ้นจากขนาดเดิมจะทำให้มองเห็นเป็นภาพหยابหรือรูปภาพแตกอย่างชัดเจน

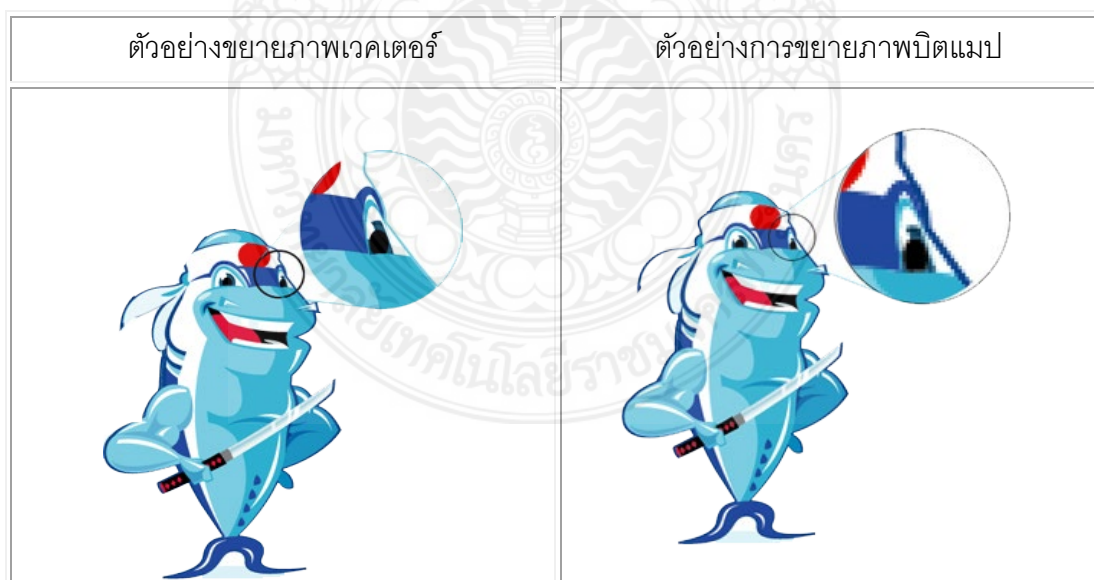
ข้อดี : ภาพชนิดนี้สามารถแสดงรายละเอียดได้ใกล้เคียงภาพจริง เช่น ภาพถ่ายที่มีรายละเอียดสูง เพราะเป็นการใช้พิกเซลจำนวนมากมาประกอบกัน

ข้อเสีย : ภาพชนิดนี้จะมีขนาดใหญ่ตามความละเอียดภาพ เพราะต้องใช้จำนวนพิกเซลเพิ่มขึ้นตาม นอกจากนั้นการนำภาพมาขยายให้ใหญ่กว่าขนาดปกติจะทำให้ภาพที่ได้ไม่ชัดเจน

2.3.2) ภาพกราฟิก ชนิดเวกเตอร์ (Vector) เป็นภาพประเภท Resolution-Independent ลักษณะการสร้าง ให้แต่ละส่วนเป็นอิสระต่อกัน โดยแยกชิ้นส่วนภาพทั้งหมดออกเป็นเส้นตรง รูปทรง หรือส่วนเป็นการรวมเอา Object ต่างชนิดมาผสมกัน มีทิศทางลากเส้นไปในแนวต่างๆ เพื่อสร้างภาพที่แตกต่างกัน โดยใช้คำสั่งง่าย ๆ จึงเรียกภาพนี้ว่า Vector Graphic

ข้อดี : ภาพชนิดนี้ปรับหรือย่อขนาดได้ตามที่ต้องการโดยไม่มีผลต่อความละเอียดของภาพเพราะไม่ว่าภาพจะเล็กหรือใหญ่ ความคมชัดก็ไม่เปลี่ยนแปลง เพราะคอมพิวเตอร์จะสร้างภาพขึ้นมา โดยใช้วิธีการคำนวณไม่ได้ถูกจำกัดด้วยพิกเซลในภาพว่ามีมากน้อยเพียงใด นอกจากนั้นภาพชนิดเวกเตอร์ มีขนาดไฟล์เล็กกว่าบิตแมป เพราะไม่ได้ใช้พิกเซลจำนวนมากมาสร้างเป็นภาพ แต่มีเพียงคำสั่งสร้างลวดลาย เพื่อใช้ในการประกอบเป็นภาพเท่านั้น

ข้อเสีย : เนื่องมาจากลักษณะภาพที่สร้างจากการใช้คอมพิวเตอร์จะสร้างเส้นและรูปทรงมาประกอบกัน ภาพชนิดนี้มีข้อจำกัดในการแสดงภาพถ่าย แต่เหมาะกับภาพกราฟิกแนวลายเส้น ที่มีสีค่อนข้างต่อเนื่อง



ภาพที่ 29 ภาพกราฟิกในคอมพิวเตอร์

ที่มา : <http://www.elearning.msu.ac.th>

2.3 ข้อมูลการออกแบบบรรจุภัณฑ์

2.3.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์

สมพงษ์ เฟื่องอารมณ (2550) กล่าวว่า บรรจุภัณฑ์ คือ กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้นตลอดกระบวนการตลาด ในการใช้วัสดุชนิดใดชนิดหนึ่งมาสรรค์สร้าง ภาชนะบรรจุ หรือหีบห่อให้กับผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ปกป้องความเสียหายของผลิตภัณฑ์รักษาคุณภาพ เกิดความสะดวกในการใช้สอยสะดวกในการขนส่งและเพื่อการสื่อสารต่างๆ และการตลาด โดยมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม โดยการใช้ทั้งศาสตร์ศิลปะและเทคโนโลยีร่วมกัน

สถาบันพัฒนาคุณภาพวิชาการ (พว.) (2558) กล่าวว่า วัสดุหรือวัตถุที่ใช้ใส่ ห่อ หุ้ม สินค้าหรือผลิตภัณฑ์อย่างปกปิดมิดชิด โดยที่วัสดุหรือวัตถุนั้นต้องปกป้องคุ้มครองสิ่งที่อยู่ภายในให้มีความปลอดภัยสะดวกแก่การใช้งาน การขนส่งการเคลื่อนย้าย และช่วยส่งเสริมการจัดจำหน่าย

2.3.2 ความสำคัญและประโยชน์การบรรจุภัณฑ์

การบรรจุภัณฑ์เป็นขั้นตอนหนึ่งที่มีความสำคัญเป็นอย่างมาก กล่าวคือ ผลผลิตจะมีคุณค่ามีความสวยงามหรือน่าสนใจเพียงใด จะรู้สึกได้จากการมองเห็นจากรูปลักษณ์ภายนอกเป็นอันดับแรก ดังนั้นบรรจุภัณฑ์ที่สะดุดตาและน่าสนใจมีส่วนช่วยส่งเสริมผลผลิตให้มีคุณค่ามากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการบรรจุภัณฑ์หรือการออกผลผลิตเพื่อจำหน่าย ซึ่งมีการแข่งขันและพัฒนารูปแบบอย่างหลากหลายเพราะบรรจุภัณฑ์จะส่งผลถึงความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ ดังนั้นจึงนับได้ว่าบรรจุภัณฑ์มีความสำคัญและประโยชน์ต่อผลผลิตไม่น้อย (วรรณิพา วงศ์นิชย์, ม.ป.ป.)

2.3.2.1. การป้องกัน (Protection) บรรจุภัณฑ์จะทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ที่บรรจุอยู่ภายในไม่ให้เกิดการยุบตัว สลาย เสียรูปร่าง แตกหัก ไหลซึม ซึ่งเป็นความเสียหายทางกายภาพ อันเกิดจากการเก็บรักษาสภาพสิ่งแวดล้อม สภาพดินฟ้าอากาศ สภาพการใช้งาน สภาพการขนส่งให้สมบูรณ์ก่อนถึงผู้บริโภคหรือผู้ใช้งานได้ ดังนั้นจึงต้องมีการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ให้สมบัติในการป้องกันผลิตภัณฑ์หรือสินค้าภายใน และป้องกันสิ่งที่จะให้บรรจุภัณฑ์เสียสภาพด้วย

2.3.2.2 การรักษาคุณภาพ (Preserve) คุณภาพของผลิตภัณฑ์หรือสินค้าให้คงเดิมตั้งแต่ผู้ผลิตจนถึงผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าบางชนิดไม่สามารถทนต่อแสงได้ หรือห้ามโดนอากาศจากภายนอกเข้าไปในบรรจุภัณฑ์เพราะอาจทำให้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าเสีย หรือเสื่อมสภาพ ดังนั้นการเลือกวัสดุที่นำมาใช้ต้องมีความรู้ความเข้าใจถึงสมบัติในการช่วยรักษาผลิตภัณฑ์หรือสินค้าได้

2.3.2.3 ความสะดวกในการใช้ (Enhancing Convenience) เป็นการสร้างความสะดวกในการใช้ผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในบรรจุภัณฑ์ กล่าวคือ บรรจุภัณฑ์ต้องง่ายต่อการใช้งานการหยิบจับ การเปิด การปิดได้ แต่ต้องมีความปลอดภัยสูงในการเปิดโดยไม่ได้ตั้งใจ เช่น การเปิดถุงบรรจุขนมขบเคี้ยว ไม่ต้องใช้กรรไกรช่วยตัด เพียงฉีกตามรอยที่ปากไว้ก็สามารถเปิดถุงบรรจุได้

2.3.2.4 มีเอกลักษณ์ (Identification) บรรจุกภัณฑ์จะเป็นตัวช่วยสร้างเอกลักษณ์ให้เป็นที่จดจำต่อผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ให้สามารถแยกแยะได้ว่าผลิตภัณฑ์ของตนเอง แตกต่างจากผลิตภัณฑ์ของผู้อื่นโดยปกติมักอาศัยการออกแบบกราฟิกเป็นตัวสร้างเอกลักษณ์ของบรรจุกภัณฑ์

2.3.2.5 การส่งเสริมการขาย (Promotion) เป็นบทบาทหน้าที่สำคัญของบรรจุกภัณฑ์ที่จะช่วยส่งเสริมการขายของผลิตภัณฑ์ ถ้าผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการบรรจุในบรรจุกภัณฑ์ที่น่าสนใจ สวยงาม แปลกใหม่ ถูกใจ ก็ถือเป็นสื่อโฆษณาได้ด้วยตัวบรรจุกภัณฑ์เอง ซึ่งจะช่วยให้กระตุ้นความสนใจของพวกเขาที่มีต่อบรรจุกภัณฑ์ และกระตุ้นให้ผู้ใช้ผลิตภัณฑ์สนใจที่จะซื้อ

2.3.3 ระดับชั้นของบรรจุกภัณฑ์

บรรจุกภัณฑ์ ที่นำมาใช้ในการบรรจุผลิตภัณฑ์หรือสินค้า ที่มีลักษณะการใช้งานแตกต่างกันตามบทบาทหน้าที่ ซึ่งจำแนกระดับชั้นของบรรจุกภัณฑ์ โดยแบ่งได้ 3 ระดับ ดังนี้

2.3.3.1 บรรจุกภัณฑ์ชั้นที่ 1 หรือชั้นปฐมภูมิ (Primary Packaging) บางทีก็เรียกบรรจุกภัณฑ์หลักหรือบรรจุกภัณฑ์ชั้นในสุด เพราะเป็นบรรจุกภัณฑ์ที่อยู่ติดกับผลิตภัณฑ์หรือสินค้า มีหน้าที่ในการรองรับ ปกป้องและรักษาให้ผลิตภัณฑ์หรือสินค้าอยู่ในสภาพสมบูรณ์ จนถึงการใช้ของผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ ต้องมีการออกแบบให้สวยงามเมื่อนำวางบนชั้นขาย เพื่อที่จะดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อ เน้นความสวยงาม ความโดดเด่นบรรจุกภัณฑ์ชนิดนี้ เช่น ขวดพลาสติก ขวดพลาสติก ขวดแก้ว กระจุกองโลหะ ซองกระดาษ กล่องน้ำผลไม้ เป็นต้น



ภาพที่ 30 บรรจุกภัณฑ์ชั้นที่ 1 หรือชั้นปฐมภูมิ

ที่มา : <https://www.nescafe.com/th/th-th/coffees/formats/sachets>

2.3.3.2 บรรจุกภัณฑ์ชั้นที่ 2 หรือชั้นทุติยภูมิ (Secondary Packaging) หรือบรรจุกภัณฑ์รองบรรจุกภัณฑ์กลุ่ม (Group Packaging) เป็นบรรจุกภัณฑ์ที่มีหน้าที่ในการรวบรวมบรรจุกภัณฑ์ชั้นที่ 1 เข้าด้วยกัน เพื่อให้สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์หรือสินค้าได้มากขึ้นกว่า 1 หน่วย หรือเพื่อสะดวกต่อการเคลื่อนย้าย การเก็บสินค้าหรือการขนส่ง บรรจุกภัณฑ์รอง ยังมีความจำเป็นต้องออกแบบให้มีความสวยงามดึงดูดความสนใจของผู้ซื้อเช่นเดียวกับบรรจุกภัณฑ์หลัก เพราะต้องมีการนำบรรจุกภัณฑ์วางบน

ชั้นขายเช่นเดียวกัน บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้เช่น กล่องกระดาษ พลาสติกหัดตัว ถุงพลาสติก เป็นต้น



ภาพที่ 31 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 หรือชั้นทุติยภูมิ

ที่มา : <https://www.iat.co.th/shrinkfilm/>

2.3.3.3 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 3 หรือชั้นตติยภูมิ (Tertiary Packaging) หรือบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่งสินค้า (Shipping Packaging) เป็นบรรจุภัณฑ์เพื่อการกระจายสินค้า (Distribution Packaging) หรือบรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Transport Packaging) มีหน้าที่ในการรวบรวมบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 เข้าด้วยกันเพื่อการจัดเก็บสต็อกสินค้า (Stock) รวบรวมจัดส่งและเพื่อการขนส่งจากแหล่งผลิตไปสู่แหล่งจำหน่าย บรรจุภัณฑ์ชั้นนี้มีการออกแบบให้มีความแข็งแรงต่อการขนส่งที่ต้องมีการเคลื่อนที่การขนถ่ายและการใช้เครื่องจักรช่วยในการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ชั้นนี้มักไม่ออกแบบเพื่อความสวยงามเหมือนบรรจุภัณฑ์หลักและบรรจุภัณฑ์รอง แต่เน้นเพื่อความสะดวกในการขนส่ง บรรจุภัณฑ์ชนิดนี้เช่น กล่องกระดาษลูกฟูก ลังไม้ ลังพลาสติก เป็นต้น



ภาพที่ 32 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 3 หรือชั้นตติยภูมิ

ที่มา : <http://www.xn--72c6ck2cvf5a.com/>

2.3.4 แบ่งตามวัตถุประสงค์ของการใช้ แบ่งออกได้เป็น 2 ชนิด ดังนี้

2.3.4.1 บรรจุภัณฑ์เพื่อการขายปลีก (Consumer Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ผู้บริโภคซื้อไปใช้ไป อาจมีชั้นเดียวหรือหลายชั้นก็ได้อาจเป็น Primary Package หรือ Secondary Package

2.3.4.2 บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shopping หรือ Transportation Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ที่ใช้รองรับหรือห่อหุ้มบรรจุภัณฑ์ทุติยภูมิ ทำหน้าที่รวบรวมเอาบรรจุภัณฑ์ขายปลีกเข้าด้วยกันให้เป็นหน่วยใหญ่ เพื่อความปลอดภัยและความสะดวกในการเก็บรักษาและการขนส่ง เช่น กล่องกระดาษลูกฟูกที่ใช้บรรจุยาสีฟัน กล่องละ 3 โหล เป็นต้น

2.3.5 การแบ่งบรรจุภัณฑ์ตามความคงรูป แบ่งออกได้เป็น 3 ชนิด ดังนี้

2.3.5.1 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงแข็งตัว (Rigid Forms) ได้แก่ เครื่องแก้ว (Glass Ware) เซรามิกส์ (Ceramic) พลาสติกจำพวกเทอร์โมเซตติง (Thermosetting) ขวดพลาสติก ส่วนมากเป็นพลาสติกขึ้นรูปด้วยการฉีด เครื่องปั้นดินเผา ไม้และโลหะ มีคุณสมบัติแข็งแรงทนทาน ใช้ออวยต่อการใช้งาน และป้องกันผลิตภัณฑ์จากสภาพแวดล้อมภายนอกได้ดี

2.3.5.2 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงกึ่งแข็งตัว (Semirigid Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากพลาสติกอ่อน กระดาษแข็งและอลูมิเนียมบาง มีคุณสมบัติทั้งด้านราคา น้ำหนักและการป้องกันผลิตภัณฑ์จะอยู่ในระดับปานกลาง

2.3.5.3 บรรจุภัณฑ์ประเภทรูปทรงยืดหยุ่น (Flexible Forms) ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุอ่อนตัว มีลักษณะเป็นแผ่นบาง ได้รับความนิยมสูงมาก เนื่องจากมีราคาถูก (หากใช้ในปริมาณมากและระยะเวลาสั้น) น้ำหนักน้อยมีรูปแบบและโครงสร้างมากมาย

2.3.6 ข้อควรคำนึงถึงในการออกแบบบรรจุภัณฑ์

การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ให้มีเพียงความสวยงามและความแปลกตาเท่านั้น คงไม่เพียงพอสำหรับบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์อาหาร เพราะหัวใจของบรรจุภัณฑ์ คือ การเก็บรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้คงอยู่ยืนยาว ดังนั้นการออกแบบที่ดี ผู้ประกอบการควรคำนึงถึงหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์เป็นสำคัญ ดังนี้

2.3.6.1 ป้องกันผลิตภัณฑ์บรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม ในการบรรจุอาหาร ต้องสามารถป้องกันไม่ให้อาหารสัมผัสกับบรรยากาศภายนอก ซึ่งอาจเกิดจากการรั่วซึม แสง ความร้อนเย็น

2.3.6.2 เก็บรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์จะต้องสามารถรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์มิให้เปลี่ยนแปลงไป ไม่ว่าจะเป็น กลิ่น หรือรสชาติ

2.3.6.3 ยืดอายุผลิตภัณฑ์จะต้องสามารถนำเทคโนโลยีที่สลับซับซ้อนมาช่วยในการออกแบบ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์สามารถยืดอายุการเก็บรักษาผลิตภัณฑ์ให้มีอายุยืนยาว

2.3.6.4 ความสะดวกในการใช้งาน

2.3.6.5 ความประหยัดในการขนส่ง

2.3.7 หลักการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

การออกแบบและโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ ผู้ออกแบบจะต้องมีบทบาทสร้างสรรค์บรรจุภัณฑ์ประเภท Individual Package และ Inner Package ที่สัมผัสอยู่กับผลิตภัณฑ์ชั้นแรกและชั้น

ที่ 2 เป็นส่วนใหญ่ แต่จะมีรูปร่างลักษณะอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับผลิตภัณฑ์ (Product) ว่าเป็นผลิตภัณฑ์ประเภทใดเป็นตัวกำหนดขึ้นมา ซึ่งผู้ออกแบบจะต้องศึกษาข้อมูลของผลิตภัณฑ์ที่จะต้องบรรจุและออกแบบโครงสร้าง เพื่อรองรับการบรรจุให้เหมาะสม โดยอาจกำหนดให้มีลักษณะพิเศษเฉพาะหรือทำให้มีรูปร่างที่เหมาะสมแก่การจับถือ หิ้ว และอำนวยความสะดวกต่อการนำเอาผลิตภัณฑ์ภายในออกมาใช้ พร้อมทั้งทำหน้าที่ป้องกันคุ้มครองผลิตภัณฑ์โดยตรงด้วย เช่น กำหนด Individual Package ครีมเทียมสำหรับชงกาแฟบรรจุในซองอลูมิเนียมฟลอยด์แล้วบรรจุในกล่องกระดาษแข็งแบบพับ (Folding Carton) รูปสี่เหลี่ยมอีกชั้นหนึ่ง ทั้งนี้เพราะผลิตภัณฑ์เป็นแบบผง จึงต้องการวัสดุ สำหรับบรรจุที่สามารถกันความชื้นได้ดี การใช้แผ่นอลูมิเนียมฟลอยด์บรรจุก็สามารถป้องกันความชื้นได้ดี สามารถพิมพ์ลวดลายหรือข้อความบนผิวได้ดีกว่าถุงพลาสติก อีกทั้งเสริมสร้างภาพพจน์ความพอใจในผลิตภัณฑ์ให้เกิดแก่ผู้ใช้และเชื่อถือในผู้ผลิต ต่อมาการบรรจุในกล่องกระดาษแข็งอีกชั้นหนึ่งเพราะว่าบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกเป็นวัสดุประเภทอ่อนตัว (Flexible) มีความอ่อนแอ ด้านการป้องกันผลิตภัณฑ์จากการกระแทก ทำให้ทะลุในระหว่างการขนย้าย ตลอดจนยากแก่การวางจำหน่ายหรือตั้งโชว์ จึงต้องอาศัยบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 2 เข้ามาช่วยเพื่อการทำหน้าที่ประการหลังดังกล่าว

จากที่กล่าวมาจะเห็นได้ว่าเพียงแค่ขั้นตอนการกำหนด การเลือกวัสดุให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์นั้น ผู้ออกแบบต้องอาศัยความรู้และข้อมูลตลอดจนปัจจัยต่าง ๆ เข้ามาพิจารณาตัดสินใจร่วมในกระบวนการออกแบบ เช่น ราคาวัสดุ การผลิตเครื่องจักร การขนส่ง การตลาด การพิมพ์ ฯลฯ ที่จะต้องพิจารณาว่ามีความคุ้มค่า หรือเป็นไปได้ในระบบการผลิต และจำหน่ายเพียงใด แล้วจึงจะมากำหนดเป็นรูปร่างรูปทรง (Shap & Form) ของบรรจุภัณฑ์อีกครั้งหนึ่งว่าบรรจุภัณฑ์ควรจะออกมาในรูปลักษณะอย่างไร ซึ่งรูปทรงเลขาคณิต รูปทรงอิสระก็มีข้อดี-ข้อเสียในการบรรจุ การใช้เนื้อที่และมีความเหมาะสมกับชนิดประเภทของผลิตภัณฑ์ที่แตกต่างกันไป วัสดุแต่ละชนิดก็มีข้อจำกัด และสามารถดัดแปลงประโยชน์ได้เพียงใด หรือใช้วัสดุมาประกอบจึงจะเหมาะสมดีกว่า หรือลดต้นทุนในการผลิตที่ดีที่สุด สิ่งต่าง ๆ เหล่านี้ คือ สิ่งที่ผู้ออกแบบจะต้องพิจารณาประกอบด้วย

การออกแบบโครงสร้าง คือ การกำหนดรูปแบบของบรรจุภัณฑ์ในด้านวัสดุ รูปแบบรูปทรง ขนาด คุณสมบัติ วิธีการผลิต วิธีการบรรจุ หน้าที่เฉพาะที่ต้องการ และการควบคุมคุณภาพ การออกแบบด้านนี้ต้องอาศัยความรู้ทางวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยี ซึ่งมีกระบวนการวิจัย และทดสอบ เพื่อให้บรรจุภัณฑ์มีคุณสมบัติในการป้องกันผลิตภัณฑ์ได้อย่างปลอดภัย สามารถผลิตได้ในเชิงอุตสาหกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสมต่อการลำเลียงขนส่งและใช้งาน ในการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์นั้น ผู้วิจัยต้องอาศัยความรู้และข้อมูลในหลายๆ ด้านอาศัยความช่วยเหลือจากผู้ที่มีความชำนาญ เพื่อเข้ามาพิจารณาตัดสินใจร่วมกันในกระบวนการออกแบบ เพื่อให้ได้ผลงานที่มีความสมบูรณ์มากที่สุด

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่า ในขั้นตอนของการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ นักออกแบบไม่ใช่ว่าจะสร้างสรรค์ได้ตามอำเภอใจ แต่กลับต้องใช้ความรู้และข้อมูลจากหลายด้าน มาประกอบกัน จึงจะ

ทำให้ผลงานออกแบบนั้น มีความสมบูรณ์และสำเร็จออกมาได้ ในขั้นตอนของการออกแบบโครงสร้างนี้ ผู้ออกแบบจึงต้องเริ่มตั้งแต่สร้างแบบ ด้วยการสกัดแนวความคิดของรูปร่าง บรรจุภัณฑ์ และสร้างภาพประกอบรายละเอียดด้วยการเขียนแบบ (Mechanical Drawing) แสดงรายละเอียดมาตราส่วนที่กำหนดแน่นอน เพื่อแสดงให้เห็นให้ผู้ผลิตผู้เกี่ยวข้องเข้าใจอ่านแบบได้ การใช้ทักษะทางศิลปะในการออกแบบก็คือ เครื่องมือที่ผู้ออกแบบจะต้องกระทำขึ้นมา เพื่อการนำเสนอต่อเจ้าของงานหรือผู้ว่าจ้าง ตลอดจนผู้เกี่ยวข้องให้ช่วยพิจารณาปรับปรุง เพื่อให้ได้ผลงาน ที่จะสำเร็จออกมามีประสิทธิภาพในการใช้งานจริง

2.3.7.1 การออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ จึงจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องคำนึงถึงการใช้พื้นที่ภายในกล่องบรรจุ การวางเรียงผลิตภัณฑ์ในทิศทางที่สามารถบรรจุได้จำนวนมากที่สุด รวมทั้งจำเป็นจะต้องศึกษาถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1) การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น (Preliminary Research) ได้แก่ การศึกษาข้อมูลหลักการทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยี และวิศวกรรมทางการผลิต ตลอดจนการค้นพบสิ่งใหม่ ๆ ที่เกิดขึ้นและเกี่ยวข้องสอดคล้องกันกับการออกแบบโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์

2) การศึกษาถึงความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ (Feasibility Study) เมื่อได้ศึกษาข้อมูลต่าง ๆ แล้วก็เริ่มศึกษาความเป็นไปได้ของบรรจุภัณฑ์ด้วยการสกัด (Sketch Design) ภาพแสดงถึงรูปร่างลักษณะและส่วนประกอบของโครงสร้าง 2-3 มิติ หรืออาจใช้วิธีการอื่น ๆ ขึ้นรูปเป็นลักษณะ 3 มิติ ก็สามารถกระทำได้ในขั้นตอนนี้ จึงเป็นการเสนอแนวความคิดสร้างสรรค์ขั้นต้นหลายแบบ (Preliminary Ideas) เพื่อศึกษาความเป็นไปได้ในเทคนิควิธีการบรรจุและการคำนวณเบื้องต้น ตลอดจนเงินทุนงบประมาณดำเนินการและเพื่อพิจารณาคัดเลือกแบบร่างไว้ เพื่อพัฒนาให้สมบูรณ์ในขั้นตอนต่อไป

3) การพัฒนาและแก้ไขแบบ (Design Refinement) ขั้นตอนนี้ ผู้ออกแบบจะต้องขยายรายละเอียดปลีกย่อยต่างๆ (Detailed Design) ของแบบร่างให้ทราบอย่างละเอียด โดยเตรียมเอกสารหรือข้อมูลประกอบ มีการกำหนดเทคนิคและวิธีการผลิต การบรรจุวัสดุ การประมาณราคา ตลอดจนการทดสอบทดลองบรรจุ เพื่อหารูปทรงที่เหมาะสมกับหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ที่ต้องการ ด้วยการสร้างรูปจำลองง่าย ๆ (Mock Up) ขึ้นมา ดังนั้นผู้ออกแบบจึงต้องจัดเตรียมสิ่งต่างๆ เหล่านี้อย่างละเอียดรอบคอบเพื่อการนำเสนอ (Presentation) ต่อลูกค้าและผู้ที่เกี่ยวข้อง ให้เกิดความเข้าใจเพื่อพิจารณาให้ความคิดเห็นสนับสนุนยอมรับหรือเปลี่ยนแปลงแก้ไขเพิ่มเติมในรายละเอียด ที่ชัดเจนยิ่งขึ้น เช่น การทำแบบจำลองโครงสร้างเพื่อศึกษาถึงวิธีการบรรจุ และหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ก่อนการสร้างแบบเหมือนจริง

4) การพัฒนาต้นแบบจริง (Prototype Development) เมื่อแบบโครงสร้างได้รับการแก้ไขและพัฒนาผ่านการยอมรับแล้ว ลำดับต่อมาต้องทำหน้าที่เขียนแบบ (Mechanical

Drawing) เพื่อกำหนดขนาด รูปร่าง และสัดส่วนจริง ด้วยการเขียนภาพประกอบแสดงรายละเอียดของรูปแบบแปลน (Plan) รูปด้านต่างๆ (Elevations) ทศนิยมภาพ (Perspective) หรือภาพแสดงการประกอบ (Assembly) ของส่วนประกอบต่าง ๆ มีการกำหนดมาตราส่วน (Scale) บอกชนิดและประเภทวัสดุที่ใช้มีข้อความ คำสั่ง ที่สามารถสื่อสารความเข้าใจกันได้ในขบวนการผลิตเป็นบรรจุกฎณ์ของจริง แต่การที่จะได้มาซึ่งรายละเอียด เพื่อนำไปผลิตจริงดังกล่าวนี้ ผู้ออกแบบจะต้องสร้างต้นแบบจำลองที่สมบูรณ์ (Prototype) ขึ้นมาก่อนเพื่อวิเคราะห์ (Analysis) โครงสร้างและจำแนกแยกแยะส่วนประกอบต่าง ๆ ออกมาศึกษา จึงควรสร้างด้วยวัสดุที่สามารถให้ลักษณะและรายละเอียดใกล้เคียงกับบรรจุกฎณ์ของจริงให้มากที่สุดเท่าที่จะกระทำได้ และขั้นนี้การทดลองออกแบบกราฟิกบนบรรจุกฎณ์ ควรได้รับการพิจารณาร่วมกันอย่างใกล้ชิด กับลักษณะของโครงสร้างเพื่อสามารถนำผลงานในขั้นนี้มาคัดเลือกพิจารณาความมีประสิทธิภาพ

5) การผลิตจริง (Production) ขั้นตอนนี้ส่วนใหญ่จะเป็นหน้าที่รับผิดชอบของฝ่ายผลิตในโรงงาน ที่ต้องดำเนินการตามแบบแปลนที่นักออกแบบให้ไว้ ซึ่งทางฝ่ายผลิตจะต้องจัดเตรียมแบบแม่พิมพ์ของบรรจุกฎณ์ให้เป็นไปตามกำหนด และจะต้องสร้างบรรจุกฎณ์จริงออกมาจำนวนหนึ่งเพื่อเป็นตัวอย่าง (Pre- Production Prototypes) สำหรับทดสอบ ทดลอง และวิเคราะห์เป็นครั้งสุดท้าย หากพบว่ามีข้อบกพร่องควรรีบดำเนินการแก้ไขให้เป็นที่เรียบร้อย



ภาพที่ 33 การออกแบบโครงสร้างบรรจุกฎณ์

ที่มา : <https://www.thaipackmagazine.com/articles/structure-packaging/>

2.3.8 หลักการออกแบบกราฟิกบนบรรจุกฎณ์

2.3.8.1 หลักการออกแบบกราฟิกบนบรรจุกฎณ์

การออกแบบกราฟิก (Graphic Design) เกี่ยวข้องกับศาสตร์ 2 แขนง คือ ศิลปะ (Arts) และการออกแบบ (Design) โดยศิลปะเป็นศาสตร์แห่งการแสดงออกทางจินตนาการและอารมณ์ คุณค่าทางศิลปะขึ้นอยู่กับความงาม การรับรู้อารมณ์ของงาน โดยศิลปินเป็นผู้สร้างสรรค์ ส่วนงานออกแบบ (Design) คือ ศาสตร์แห่งความคิดการแก้ไขปัญหาที่มีอยู่ เพื่อตอบสนองจุดมุ่งหมาย และสามารถนำกลับมาใช้งานได้อย่างพึงพอใจ สามารถแยกได้ 3 ด้าน คือ

- 1) ความสวยงาม (Aesthetics) เป็นความพึงใจด้านแรกที่คนเราจะสัมผัสได้ก่อน
- 2) ประโยชน์ใช้สอย (Function) เป็นสิ่งสำคัญในการออกแบบ เช่น แก้วที่ดื่มต้องนั่งสบายไม่ปวดหลัง สื่อสิ่งพิมพ์ที่ดี ต้องอ่านง่าย และสื่อสารได้ชัดเจน
- 3) แนวคิดในการออกแบบ (Concept) ที่ดีเป็นตัวช่วยให้งานออกแบบมีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น (Value Added) เป็นแนวทางในการออกแบบให้งานมีเป้าหมายมีรสนิยมชัดเจน



ภาพที่ 34 การออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

ที่มา : <https://arch.rmutp.ac.th/>

2.3.8.2 ขั้นตอนการออกแบบกราฟิก มีดังนี้

1) การตั้งจุดมุ่งหมาย

ในการตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบกราฟิกของบรรจุภัณฑ์ มีสิ่งจำเป็นที่ต้องรู้หรือศึกษาข้อมูลคือ ตำแหน่ง (Positioning) ของบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่งที่มีอยู่ในตลาด ในกรณีที่บรรจุภัณฑ์มีอยู่ในตลาดแล้ว การทราบถึงตำแหน่งย่อมทำให้ตั้งจุดมุ่งหมายในการออกแบบได้ง่าย นอกจากตำแหน่งของสินค้า สิ่งที่ต้องค้นหาออกมาคือ จุดขาย หรือ USP (Unique Selling Point) ของสินค้าที่จะโฆษณาบนบรรจุภัณฑ์ ทั้งสองสิ่งนี้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการตั้งจุดมุ่งหมาย

2) การวางแผน

ปัจจัยต่าง ๆ ที่ได้จากการวิเคราะห์และรวบรวมข้อมูลขั้นต้น เพื่อเตรียมร่างจุดมุ่งหมายและขอบเขตการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ก่อนที่จะปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ดังนี้

2.1) ปรับปรุงพัฒนาให้ฉีกแนวแตกต่างจากคู่แข่ง

2.2) ปรับปรุงพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มาสามารถแข่งขันกับคู่แข่งชั้นโดยตรงได้ด้วยบรรจุภัณฑ์ที่ดีกว่าหรือด้วยค่าใช้จ่ายที่ถูกลงกว่า การตั้งเป้าหมายและวางแผนการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ดังกล่าว ย่อมต้องศึกษาสถานภาพบรรจุภัณฑ์ของคู่แข่ง พร้อมกับล่วงรู้ถึงนโยบายของบริษัทตัวเองและกลยุทธ์การตลาดที่จะแข่งขันกับคู่แข่งชั้น

3) เทคนิคการออกแบบ

รูปลักษณะของบรรจุภัณฑ์นั้นสามารถจับต้องได้ ซึ่งโดยปกติแล้วมักจะเป็นรูปทรงเรขาคณิต เช่น สี่เหลี่ยมและทรงกลมรูปทรงที่แตกต่างกัน ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกที่แตกต่างกัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์ ทำให้เพิ่มขีดความสามารถในการออกแบบรูปทรงต่างๆ กันของวัสดุหลัก 4 ประเภท อันได้แก่ กระดาษ โลหะ แก้ว และพลาสติก ที่เห็นได้ชัด คือ กระจ่างโลหะที่แต่เดิมมักเป็นรูปทรงกระบอกเทคโนโลยีสมัยใหม่ สามารถออกแบบรูปทรงอื่นที่เรียกว่า Contour Packaging รูปลักษณะใหม่นี้ย่อมก่อให้เกิดความสะดุดตา และสร้างความสนใจให้แก่กลุ่มเป้าหมาย

3.1) การออกแบบเป็นชุด (Package Uniform)

การออกแบบเป็นชุด เป็นเทคนิคที่นิยมใช้กันมาก จากกราฟิกง่าย ๆ ที่เป็นจุดเส้นและภาพ มาจัดเป็นรูปแบบบรรจุภัณฑ์สร้างอารมณ์ร่วมจากการสัมผัสด้วยสายตา หลักเกณฑ์ในการออกแบบคือ ให้ง่ายสะอาดตา แต่ต้องทันสมัยและเหมาะสมแก่การใช้งาน ความง่าย สะอาดตามีผลต่อการดึงดูดความสนใจ ความทันสมัยช่วยสร้างความแปลกใหม่ ส่วนความรู้สึกเหมาะสมแก่การใช้งานเสริมความรู้สึกว่าคุ้มค่าเงินและความมั่นใจในตัวสินค้า

การออกแบบเป็นชุดของสินค้า มีผลต่อการทำให้ผู้บริโภคเกิดความทรงจำที่ดี ถ้าออกแบบได้ตรงกับรสนิยมของกลุ่มเป้าหมาย การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดเปรียบเสมือนชุดแบบฟอร์มของเสื้อผ้าที่คนใส่ การออกแบบเสื้อผ้าที่เป็นชุดนี้ เมื่อใครเห็นก็ทราบว่าจะใส่อะไรแม้ว่าจะใช้เสื้อผ้าและสีสันทันทีแตกต่างกัน การออกแบบบรรจุภัณฑ์เป็นชุดนี้ก็มีความคล้ายคลึงกัน

3.2) การเรียงต่อเป็นภาพ ณ จุดขาย

เป็นการสร้างภาพ ณ จุดขาย ให้เป็นภาพใหญ่อาจดูเป็นภาพที่ปะติดปะต่อโดยมีจุดมุ่งหมาย เพื่อดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคในระยะทางไกล ตามรายละเอียด เรื่อง สรีระในการอ่านและประสาทสัมผัสของผู้ซื้อ ณ จุดขาย เนื่องจากโอกาสที่ตัวบรรจุภัณฑ์และรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์จะสามารถมองเห็นในระยะเกิน 10 เมตรขึ้นไปนั้น เป็นไปได้ยาก ด้วยเหตุนี้จึงต้องใช้พื้นที่บนห้างวางสินค้านั้นจัดเป็นภาพใหญ่เพื่อดึงดูดความสนใจ

สิ่งพึงระวังในภาพที่ต่อขึ้นจากการเรียงบรรจุภัณฑ์นั้น จะต้องเป็นภาพที่สร้างความประทับใจ หรือกระตุ้นให้เกิดความอยากได้ของกลุ่มเป้าหมาย ที่อาจเคยเห็นภาพดังกล่าวจากสื่ออื่น ๆ เช่น บนตัวบรรจุภัณฑ์ที่เคยบริโภค หรือสื่อโฆษณาต่าง ๆ เป็นต้น การต่อเป็นภาพของบรรจุภัณฑ์ต้องแน่นอนมีคุณภาพดี เพื่อว่าภาพที่ต่อขึ้นมาจะเป็นภาพที่สมบูรณ์ตามความต้องการ

3.3) การออกแบบแสดงศิลปะท้องถิ่น

เป็นเทคนิคการส่งเสริมสินค้าที่ผลิตภายในท้องถิ่น เพื่อเสนอขายแก่นักท่องเที่ยว ให้ซื้อกลับไปเป็นของฝาก ถ้าสินค้าดังกล่าวได้รับความนิยมในวงกว้างก็สามารถนำออกขายในตลาดที่มีขนาดใหญ่ขึ้น หรืออาจส่งขายไปยังต่างประเทศได้ ถ้าสามารถควบคุมคุณภาพการผลิตและมีวัตถุดิบมากพอ พร้อมทั้งกระบวนการผลิตแบบอัตโนมัติ ที่สามารถวางแผนการผลิตได้

รายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ที่ใช้สื่อความหมาย เพื่อเป็นของฝากนี้ มักจะใช้สิ่งที่รู้จักกันดีในท้องถิ่นนั้น เช่น รูปจระเข้ของชาละวันของจังหวัดพิจิตร รถม้าของจังหวัดลำปาง

3.4) การออกแบบของขวัญ

เทคนิคในการออกแบบบรรจุภัณฑ์แบบของขวัญค่อนข้างจะแตกต่างจากเทคนิคที่ได้กล่าวมา สาเหตุเนื่องจากผู้ซื้อสินค้าที่เป็นของขวัญไม่มีโอกาสบริโภค และหลายครั้งที่การตัดสินใจซื้อเกิดขึ้น ณ จุดขาย ด้วยเหตุนี้การออกแบบบรรจุภัณฑ์ของขวัญที่ดีจึงมีบทบาทสำคัญมากต่อความสำเร็จของการขายสินค้า โดยเฉพาะอย่างยิ่งเทศกาลต่าง ๆ

2.3.9 การออกแบบฉลากสินค้า

ฉลากสินค้า จะติดมากับตัวสินค้าที่บรรจุในรูปขวด ก่อง ห่อ กระจงหรือรูปแบบอื่นตามลักษณะและประเภทของสินค้า ฉลากสินค้า จะช่วยให้ผู้บริโภคได้ทราบถึงรายละเอียดต่าง ๆ เกี่ยวกับสินค้านั้นในบางครั้งฉลากสินค้าจะช่วยให้สามารถตัดสินใจเลือกซื้อเลือกใช้นั้นได้ รายละเอียดที่ปรากฏบนฉลาก ได้แก่ ชื่อผลิตภัณฑ์ ชื่อบริษัท ที่อยู่ของผู้ผลิต ประเภท ชนิด สีของวัสดุที่ใช้ ขนาดน้ำหนักหรือปริมาตร ส่วนผสมวิธีใช้หรือสรรพคุณ

2.3.9.1 ฉลากอาหาร จะแสดงรายละเอียดหลายอย่างให้ทราบ แต่ที่มีความสำคัญและจำเป็น ซึ่งผู้บริโภคควรทราบ มีดังนี้

- 1) ประเภทของอาหาร จะแสดงให้เห็นว่าเป็นอะไร เช่น ของเชื่อม ของต้ม ของทอด รวมทั้งมีส่วนผสม ส่วนประกอบอะไรบ้าง
- 2) ขนาด น้ำหนัก ปริมาณ มาก-น้อย
- 3) คุณภาพของวัตถุดิบ บอกเกรดการคัดเลือกจากชนิดใหญ่หรือเล็ก ผิดมาก ผิดน้อย น้ำเชื่อมอย่างอ่อนหรืออย่างเข้มข้น
- 4) วิธีการปรุงหรือวิธีการทำ เช่น นมผง จะบอกวิธีการชง มีปริมาณเท่าไร สำหรับใช้กับทารก ก็เตือน สำหรับผู้ใหญ่ จะใช้ปริมาณเท่าใด เป็นต้น
- 5) ข้อควรระวัง เช่น การเก็บไว้ในตู้เย็น ควรใช้น้ำร้อน น้ำอุ่น น้ำปกติในการชง หรืออย่าใช้เลี้ยงทารก เป็นต้น



ภาพที่ 35 การออกแบบฉลากสินค้าอาหาร

ที่มา : <https://www.design365days.com/ProjectDetail>

2.4 ข้อมูลการออกแบบผลิตภัณฑ์

2.4.1 ความหมายของการออกแบบผลิตภัณฑ์

ผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สินค้าหรือบริการ ที่ผู้ประกอบการสามารถผลิต หรือ จัดหาเพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดได้ ปัจจุบัน ผลิตภัณฑ์ หมายถึง ตัวสินค้ารวมกับความพึงพอใจและผลประโยชน์อื่นที่ผู้บริโภคได้รับจากการซื้อสินค้านั้น รวมถึงการบรรจุหีบห่อ และยี่ห้อผลิตภัณฑ์ที่นำออกสู่ตลาด ต้องมีคุณภาพดีเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค

การออกแบบผลิตภัณฑ์ (Product Design) เป็นการออกแบบสิ่งของเครื่องใช้ เพื่อนำมาใช้สอยในชีวิตประจำวัน เน้นการผลิตจำนวนมากในรูปสินค้า เพื่อให้ผ่านไปยังผู้บริโภค (Consumer) ในวงกว้าง โดยที่รูปแบบและคุณภาพของผลิตภัณฑ์จะเป็นปัจจัยสำคัญ ชักจูงผู้บริโภคให้เกิดความกระหายที่จะจ่ายเงินซื้อผลิตภัณฑ์นั้น

2.4.2 ข้อควรคำนึงถึงหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ดี ดังนี้

2.4.2.1 หน้าที่ใช้สอย (Function)

หน้าที่ใช้สอย ถือเป็นส่วนสำคัญเพราะผลิตภัณฑ์ที่ดีจะต้องมีหน้าที่ใช้สอยที่ถูกต้องตามความเป็นจริง ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานมากที่สุด สำหรับผลิตภัณฑ์ที่มีกลไกหรือเครื่องจักร ที่เข้ามาประกอบด้วยควรมีระบบการทำงานหรือสมรรถภาพการทำงานที่คล่องตัว ทำงานสะดวก ไม่ขัดข้องได้ง่าย เป็นต้น

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ในลักษณะที่มีส่วนหน้าที่ใช้สอยได้หลายอย่าง เรียกว่า “อเนกประสงค์” นับเป็นหลักการที่น่าสนใจสำหรับปัจจุบันและอนาคตเพราะจะส่งผลในด้านการประหยัดได้อีกทางหนึ่ง เช่น ที่บดอาหารและยังสามารถทำน้ำผลไม้ได้อีกด้วย

2.4.2.2 ความสวยงามน่าใช้ (Aesthetics)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีรูปร่าง มีสีสัมผัสสวยงาม น่าใช้ ชวนให้ผู้ซื้ออยากซื้อ มีความแปลกใหม่ของรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่มีส่วนทำให้น่าสนใจซื้อไว้ทั้ง ๆ ที่ของเดิมยังใช้งานได้อยู่ ทั้งนี้การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความสวยงามได้นั้น นักออกแบบจึงต้องมีความเข้าใจถึงเรื่อง หลักการทางศิลปะ ทฤษฎีแห่งความงามทางสุนทรียภาพ นักออกแบบจึงสามารถช่วยยกระดับบรรณนิยมเกี่ยวกับรูปแบบและสีของผลิตภัณฑ์ได้

2.4.2.3 ความปลอดภัย (Safety)

ในปัจจุบันยอมรับกันว่าสิ่งที่อำนวยความสะดวกได้มากมายย่อมมีโทษผลิตภัณฑ์ ที่ให้ความสะดวกต่าง ๆ มักจะเกิดจากเครื่องจักรกล เครื่องผลิตภัณฑ์ไฟฟ้า การออกแบบควรคำนึงถึง ความปลอดภัย ของผู้ใช้ ถ้าหลีกเลี่ยงไม่ได้ต้องแสดงเครื่องหมายไว้ให้ชัดเจนหรือให้มีคำอธิบายประกอบไว้

2.4.2.4 ความแข็งแรงของโครงสร้าง (Construction)

ความแข็งแรงของผลิตภัณฑ์ นักออกแบบต้องรู้จักเลือกโครงสร้างที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ เพื่อการรองรับน้ำหนักมาก น้อยเพียงใดก็ให้มีความแข็งแรงและต้องประหยัดด้วย ทั้งนี้คุณสมบัติของวัสดุและขนาด รูปแบบของผลิตภัณฑ์ จะต้องมีความสัมพันธ์กัน ปัญหาอยู่ที่ว่ารูปแบบที่มีความแข็งแรงจะขาดความสวยงาม ซึ่งนักออกแบบต้องสามารถแก้ปัญหาให้เหมาะสมได้

2.4.2.5 ความสะดวกสบายในการใช้งาน (Ergonomics)

ความสะดวกในการใช้งานของผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม นักออกแบบจะต้องคำนึงถึงสัดส่วน ขนาดและขีดจำกัดของอวัยวะ ส่วนต่าง ๆ ของผู้ใช้ เช่น แก้ว ต้องมีขนาดความสูงพอเหมาะ มีความนุ่มนวล นั่งสบายหรือด้ามสำหรับจับถือ เป็นเครื่องมือเครื่องใช้ต่าง ๆ ควรคำนึงถึงให้เหมาะสม จับได้สบาย ขนาดพอเหมาะไม่เล็กหรือใหญ่จนเกินไป

2.4.2.6 ราคาพอสมควร (Cost)

นักออกแบบ ต้องรู้จักเลือกใช้ชนิดของวัสดุและกรรมวิธีผลิต เพื่อให้ผลิตได้ง่ายและรวดเร็ว อันเป็นผลให้ผลิตภัณฑ์มีราคาพอสมควร เหมาะสมกับค่าครองชีพ

ราคาพอสมควร อาจแก้ปัญหาโดยทำหลาย ๆ ขนาด โดยให้ผู้ซื้อสามารถเลือกซื้อใช้งานได้ตามความเหมาะสมกับความเป็นอยู่และเศรษฐกิจของตน

2.4.2.7 สามารถซ่อมแซมได้ง่าย (Ease of Maintenance)

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ต้องออกแบบให้มีการซ่อมแซมได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก เมื่อใช้งานแล้วเกิดการชำรุดเสียหายขึ้น การมีอะไหล่ เพื่อให้สามารถเปลี่ยนใหม่อันเกี่ยวพันกับการบริการ ผลิตภัณฑ์บางประเภทมีวัตถุประสงค์ในการใช้สอยเพียงระยะเวลาสั้น ๆ เพื่อให้มีการผลิตชิ้นใหม่ เป็นการตอบสนองความสามารถในการผลิตได้อย่างรวดเร็ว โดยที่การซ่อม ทำให้เสียเวลาและสิ้นเปลืองแรงงานมากกว่า จึงทำให้เกิดระบบผลิต ทำลาย หมุนเวียนกันเท่านั้น

2.4.3 แนวความคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์

การหาแนวความคิดสร้างสรรค์ใหม่ ๆ เป็นขั้นตอนหนึ่งของกระบวนการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ โดยมีแนวความคิดในการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์ ที่หลากหลายประเภท ดังนี้ (ประชิด ทิถบุตร, 2530)

2.4.3.1 การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางความงาม

รูปลักษณ์ที่งดงามสะดุดตา นับเป็นหัวใจพื้นฐานของผลิตภัณฑ์และผลิตภัณฑ์บางประเภท มีประเด็นในการพิจารณาเลือกซื้อของผู้บริโภค อาจไม่ใช่เรื่องของสมรรถนะหรือคุณสมบัติพิเศษโดดเด่น สำหรับการใช้งานของผลิตภัณฑ์นั้น แต่กลับเป็นความพึงพอใจในความงามของรูปลักษณ์ภายนอกเป็นประเด็นสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อ แนวคิดนี้มีลักษณะที่สนองตอบค่านิยมในสังคมมากกว่าความจำเป็นหรือความต้องการขั้นพื้นฐาน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์กลุ่มเครื่องประดับ เสื้อผ้า ของขวัญ เฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้าน เป็นต้น

2.4.3.2 การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอย

การออกแบบผลิตภัณฑ์ จำเป็นต้องมีการศึกษาค้นคว้าข้อมูล เพื่อกำหนดแนวทางให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจนและควรตระหนักอยู่เสมอว่า ผู้บริโภคมักจะซื้อสินค้าที่เขาเชื่อว่าจะแก้ปัญหาที่กำลังเกิดขึ้นกับเขาได้ ดังนั้นปัญหาจึงเป็นตัวกระตุ้นการซื้อของผู้บริโภค แนวคิดนี้จะเน้นการแก้ปัญหาเป็นประเด็นสำคัญ ไม่นิยมการเสริมแต่ง เพื่อความสวยงามจนเกินความจำเป็นแต่เน้นการใช้งานที่คุ้มค่า เกิดประโยชน์สูงสุด

2.4.3.3 การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นความเหมาะสมกับสรีระของผู้ใช้งาน

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ต้องคำนึงถึงสรีระของผู้ใช้งานมาก่อนสิ่งอื่นสิ่งใด รูปแบบของผลิตภัณฑ์เป็นไปในลักษณะที่จูงใจให้เกิดการตอบสนองทางกายภาพที่ดี ที่ไม่ก่อให้เกิดความเมื่อยล้าโดยง่าย กระชับได้สัดส่วนกับสรีระ เป็นต้น

2.4.3.4 การออกแบบที่เน้นการประหยัดเนื้อที่

การออกแบบผลิตภัณฑ์ ต้องคำนึงถึงการประหยัดเนื้อที่ในการขนส่ง การจัดเก็บและการพกพาเป็นสำคัญ รูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่จะก่อให้เกิดการประหยัดเนื้อที่ได้นั้น มักจะเป็นไปในรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่พับได้ ซ้อนได้ ยึดหดได้ ถอดประกอบได้ เป็นต้น

2.4.3.5 การออกแบบที่เน้นความคล่องตัวในการใช้งาน

ความงามที่มองเห็นได้ด้วยตาเปล่าและการรับรู้ถึงคุณค่าได้ด้วยสัมผัส ทำให้เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่เน้นถึงการแก้ปัญหาด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์ให้เกิดความคล่องตัวและสะดวกมากขึ้น รูปแบบของผลิตภัณฑ์มักเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมและวิถีการดำเนินชีวิตทั้งการงานและส่วนตัวควบคู่กับความเจริญก้าวหน้าทางด้านเทคโนโลยี

2.4.3.6 การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นคุณค่าทางวัสดุ

ผู้ประกอบการหลายคนมักหลงใหลในเนื้อแท้ของวัสดุที่ไร้การแต่งเติม แนวคิดที่เน้นการ
แสดงเนื้อแท้และคุณลักษณะพิเศษของวัสดุอย่างเปิดเผยให้แก่มิตรในด้านการปรัชญาและสังคมที่ลุ่มลึก
อีกทั้งยังเป็นการขยายการใช้ประโยชน์จากวัสดุให้กว้างขึ้น

2.4.3.7 การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

แนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือการใช้เทคโนโลยีการผลิต
สะอาด ที่เรียกกันว่า “ผลิตภัณฑ์สีเขียว” (Green Product) นั้นมีสาเหตุมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคของ
มนุษย์ ที่มีแนวโน้มการบริโภคที่เร็วขึ้น เบื่อแล้วทิ้ง ทำให้เกิดขยะมากมาย ที่ไม่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม
ทั้ง ๆ ที่ผลิตภัณฑ์นั้น ยังไม่เสียหรือชำรุดเพียงบางส่วน ซึ่งสามารถซ่อมแซมใช้งานใหม่ได้จากแนวคิดที่
เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมกลายเป็นแรงกดดันให้ทุกฝ่ายต่างต้องมีจิตสำนึกในการสร้าง

สรรค์จรรโลงสภาพแวดล้อมที่สมดุลให้แก่สังคมส่วนรวม ดังนั้นขั้นตอนของกระบวนการออกแบบ นัก
ออกแบบสามารถเลือกใช้แนวทางในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ดังนี้

- ออกแบบให้สามารถถอดออกเป็นชิ้น ๆ เพื่อง่ายต่อการถอดประกอบ ง่ายต่อ
การขนส่งและง่ายต่อการนำกลับมาหมุนเวียนใช้ใหม่ (Recycle)

- เลือกใช้วัสดุที่สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้หรือสามารถย่อยสลายได้ เป็น
การแก้ปัญหาทางด้านนิเวศวิทยาหรือผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น Bio-polymer

- ใช้วัสดุในท้องถิ่นนั้น ๆ เพื่อลดการใช้พลังงานในการเคลื่อนย้าย

- ใช้วัสดุหรือพลังงานในการผลิตให้น้อยลง

- เปลี่ยนพฤติกรรมการบริโภคของมนุษย์ให้บริโภคช้าลง (Slow-Flow)

- ทำให้ผลิตภัณฑ์มีความทนทานใช้งานได้นานขึ้น เช่น กันน้ำ ทนกระแทก

เปลี่ยนเฉพาะฝาครอบแทนการทิ้งทั้งชิ้น

- ผลิตภัณฑ์หนึ่งสามารถปรับเปลี่ยนไปใช้ผลิตภัณฑ์อีกอย่างได้หรือเป็น
ลักษณะอะเนกประสงค์ เช่น เตียนนอนเด็ก เมื่อเด็กโตขึ้นไม่ได้งานแล้วสามารถปรับเปลี่ยนเป็นโซฟา
หรือโต๊ะเขียนหนังสือได้ โทรทัศน์ เมื่อเสียแล้วถอดจอภาพออกกลายเป็นตู้เก็บของที่วางซ้อนกันได้

ผลิตภัณฑ์แนวคิดที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมเป็นสิ่งที่ดีแต่ในแง่ของผู้บริโภค
ปัจจัยพื้นฐานทางเศรษฐกิจและสังคมยังมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้อุปกรณ์การจะประสบ
ความสำเร็จทางการตลาด ต้องสามารถเปรียบเทียบกับคุณภาพและประสิทธิภาพการใช้งานกับผลิต-
ภัณฑ์เดิม เช่น ประหยัดกว่า ราคาถูกกว่า เป็นต้น

2.4.3.8 การออกแบบผลิตภัณฑ์ในลักษณะเชิงชุมชน

เป็นการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ในลักษณะเชิงชุมชนหรือกระตุ้นผู้ประกอบการ
ตอบสนองร่วมกันบนแนวคิดเดียวกัน ประกอบด้วย

- การเชิญชวนด้านเหตุผล (Rational Appeal) เป็นการนำเสนอแนวคิดเพื่อสร้างความสนใจส่วนบุคคลของผู้บริโภค โดยพยายามแสดงว่าผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่นั้น จะให้ประโยชน์อะไรแก่ผู้ใช้ เช่น ประหยัดน้ำมันกว่า กินไฟน้อยกว่า ทนทานกว่า น้ำหนักเบากว่า พกพาสะดวกกว่า ติดตั้งหรือใช้งานง่ายกว่า เป็นต้น

- การเชิญชวนด้านอารมณ์ (Emotional Appeal) เป็นการนำเสนอแนวคิด เพื่อกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกพึงพอใจ เมื่อได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ออกมาใหม่ เช่น เกิดการผ่อนคลาย เกิดความตื่นเต้นเร้าใจ เกิดความสนุกสนาน เกิดความมั่นใจ เกิดความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน

- การเชิญชวนด้านศีลธรรม (Moral Appeal) เป็นการนำเสนอแนวคิด กระตุ้นให้ผู้บริโภครู้สึกว่าการเหมาะสมเมื่อได้ใช้ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบใหม่นั้น เช่น มีส่วนช่วยอนุรักษ์ธรรมชาติ มีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อสังคม เกิดความรักครอบครัว เกิดความรักชาติ เป็นต้น

2.4.3.9 การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นเอกลักษณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรม

ระบบสังคมและวัฒนธรรมมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับผู้บริโภคในสังคมนั้นและมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมการแสดงออกของผู้บริโภคแต่ละคน โดยปกติผู้บริโภคย่อมแสดงพฤติกรรมในทางที่สังคมต้องการ เพื่อให้ตนเองได้อยู่ในสังคมนั้นต่อไป ดังนั้นก่อนที่จะทำการออกแบบอะไรนักออกแบบต้องพิจารณาระบบสังคมของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายว่าสังคมนั้นมีพฤติกรรมแสดงออกและการอยู่ร่วมกันอย่างไรมีการปฏิบัติตามขนบธรรมเนียมประเพณีอย่างไร เพื่อสรุปประเด็นมาสร้างผลงานให้เหมาะสมและเกิดการยอมรับ

ถ้าวัฒนธรรม คือ จุดสร้างความแตกต่าง การใส่จุดเด่นของวัฒนธรรมประจำชาติในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ นอกจากจะทำให้เกิดเอกลักษณ์ทางรูปลักษณ์ที่แตกต่างแล้วยังมีมิติคุณค่าทางวัฒนธรรมและความหมายให้กับชิ้นงานด้วย ทำให้ผู้บริโภคเกิดความรู้สึกทางความคิดที่มีต่อสินค้า นั้น ๆ แตกต่างกันไป ดังคำเปรียบเปรยที่ว่า ชื่อผลิตภัณฑ์อเมริกา เหมือนชื่อความฝัน (ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี) ชื่อผลิตภัณฑ์ฝรั่งเศส เหมือนชื่อความหรูหรา (ความมีรสนิยมและประวัติความเป็นมา) ชื่อผลิตภัณฑ์ญี่ปุ่นเหมือนชื่อความคิดและความสมบูรณ์แบบ (ความเอาใจใส่ในรายละเอียด)

ตัวอย่างความสำเร็จของประเทศเหล่านี้ น่าจะเป็นแนวทางที่ดี สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไทยให้เป็นที่ยอมรับได้ การพัฒนารูปลักษณ์ไปสู่ความเป็นสากลด้านเดียวไม่เพียงพอสำหรับผู้บริโภคในการจดจำสินค้า ความแยบยลในการสอดแทรกวัฒนธรรมแบบไทย ๆ ที่สั่งสมกันมานาน น่าจะเป็นทางออกที่ดีสำหรับการสร้างเอกลักษณ์ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ของเราแต่อาจต้องใช้เทคโนโลยีทางอุตสาหกรรมมาช่วยเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของงานหัตถกรรมในการที่จะทำให้เกิดรูปแบบลักษณะที่แปลกใหม่และการใช้งานที่คาดคิดไม่ถึง อำนวยความสะดวกต่อผู้ใช้งาน

ปัจจุบันการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมซึ่งกันและกันเกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและได้รับการยอมรับมากขึ้นเป็นลำดับ โดยเกิดเป็นแนวทางการออกแบบ ที่เรียกว่า การไขว้ข้ามของวัฒนธรรม

(Cross culture) ซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากการดำเนินชีวิตของคนหลายชาติผสมปนเปกัน เช่น ตะวันออกกับตะวันตก เช่นกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ฯลฯ จนเกิดเป็นความกลมกลืนในรูปแบบใหม่ที่แปลกตา เช่นที่ลึกลับ ๆ ของการออกแบบตามแนวคิดนี้คือ ผู้บริโภคจะได้รับประสบการณ์ที่แปลกใหม่ แตกต่างจากวัฒนธรรมเดิมที่เคยถือปฏิบัติอยู่

2.4.3.10 การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นภูมิปัญญาท้องถิ่น

ความล้าหลังที่เจริญก้าวหน้า ทำให้เราหันกลับไปหาข้อดีของภูมิปัญญาท้องถิ่นซึ่งถูกปฏิเสธคุณค่าไป เมื่อเรามุ่งแต่รับวิทยาการและความเจริญก้าวหน้าในเทคโนโลยีสมัยใหม่

แนวคิดการใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น มักเป็นลักษณะการนำเสนอเรื่องราวของงานออกแบบผลิตภัณฑ์ ด้วยการขยายความว่าสิ่งนั้นสร้างมาจากรากเง้าของเราอย่างไร แฝงเร้น ด้วยปรัชญาของความเชื่อ ความศรัทธาใบบ้างและมันมีเสน่ห์อะไรที่ทำให้ดำรงอยู่ได้ยาวนาน เช่นนั้น แล้วเราในฐานะของชนรุ่นหลังได้ให้คุณค่ากับภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สั่งสมมานานปีนั้นมากน้อยเพียงไร การสร้างสรรค์ผลงานด้วยวิธีนี้นอกจากความภูมิใจของนักออกแบบแล้วยังเป็นความภูมิใจของคนในท้องถิ่นนั้นด้วย

2.4.3.11 การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เน้นการต่อยอดของเก่า

บนความจริงที่ว่าไม่มีความคิดที่จะเป็นเรื่องราวสร้างสรรค์ใหม่โดยสิ้นเชิง ทุกสิ่งล้วนเกิดบนหรือเกิดจากความคิดอันอื่น ๆ เสมอ ดังนั้นการสร้างสรรค์ผลงานออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ด้วยการต่อยอดผลงานวิจัยหรือนวัตกรรมที่จดสิทธิบัตรไว้แล้ว นับเป็นการใช้ฐานข้อมูล (Data-Based) ให้เกิดประโยชน์ได้อย่างมีคุณค่า ทั้งยังเป็นการส่งเสริมการคิดค้นผลิตภัณฑ์ใหม่ในระดับขั้นที่สูงกว่าและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

อีกมุมมองหนึ่งของการตลาดแล้ว การตั้งแนวความคิดรูปแบบใหม่ทั้งหมดสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์นั้น เป็นเรื่องยากเพราะกว่าที่แนวคิดจะเป็นรูปธรรมได้ต้องใช้เวลาและเงินลงทุนสูง รวมทั้งมีภาวะความเสี่ยงสูงทางเลือกหนึ่งที่น่าสนใจ คือ การออกแบบต่อยอดของเก่า โดยนำเอาสิ่งที่มีอยู่แล้วมาดัดแปลง เพิ่มเติมคุณสมบัติบางประการให้เกิดผลดีขึ้นกว่าที่เป็นอยู่ เช่น ปลอดภัยกว่า ประหยัดกว่า กะทัดรัดกว่า ทนทานกว่า ใช้งานง่ายกว่า ดูแลรักษาง่ายกว่า รูปแบบดูดีและทันสมัยกว่า ฯลฯ เช่น พัดลมใบพัด รูปแบบมาตรฐานทั่วไพบ้านนำมาพัฒนาดัดแปลงเป็นพัดลมหลายหัว พัดลมมือถือ พัดลมพับเก็บได้ พัดลมไอน้ำ พัดลมมีกลิ่นหอม เป็นต้น ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นผลจากการคิดต่อยอดของเก่าทั้งสิ้น ทำให้เกิดเป็นทางเลือกใหม่กับผู้ใช้และผู้ผลิตตามมาอีกมากมาย

2.4.4 กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์ มี 3 ขั้นตอน ดังนี้

2.4.4.1. การระดมความคิด

การระดมความคิด เป็นพฤติกรรมเริ่มต้นที่จำเป็นสำหรับการออกแบบ วิธีการระดมความคิดนั้น มีอยู่หลากหลายวิธี ในกรณีที่มีทักษะในการร่างแบบน้อย แต่อาจจะระดมความคิดด้วยการ

บันทึกข้อความ เป็นแนวความคิดแล้ว จึงพัฒนาด้วยการร่างแบบเป็นภาพภายหลัง การแสดงออกในการระดมความคิดนั้น บางท่านแสดงออกได้อย่างรวดเร็วและต่อเนื่องเป็นจำนวนมาก แต่บางคนแสดงออกได้ช้า ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประสบการณ์และความสามารถเฉพาะตน แต่ผลของการแสดงออกอย่างรวดเร็ว นั้น อาจไม่มีคุณภาพก็ได้ ดังนั้นระยะของการระดมความคิดที่แสดงออกยังไม่มีมีความสำคัญนักแต่ควรฝึกฝนให้มีความรวดเร็วในการแสดงออก เพราะจะเป็นประโยชน์

2.4.4.2 การร่างแบบ

การร่างแบบ เป็นการปฏิบัติงานขั้นต้น ซึ่งมีประโยชน์มากเพราะถ้าเกิดการผิดพลาดบกพร่องแล้วจะแก้ไขได้สะดวก โดยปกติแล้วควรทำการร่างแบบหลาย ๆ แบบแล้วนำมาเปรียบเทียบเพื่อเลือกแบบที่พอใจที่สุด “แบบร่าง” มีอยู่ 2 ชนิด คือ 2 มิติ และ 3 มิติ

- การร่างแบบ 2 มิติ นั้นเริ่มต้นด้วยการกำหนดกรอบพื้นที่ ซึ่งมีหลากหลายชนิด เช่น สี่เหลี่ยมผืนผ้า (แนวตั้งและแนวนอน) สี่เหลี่ยมจัตุรัส วงกลม วงรี ฯลฯ นอกจากนี้ยังมีกรอบพื้นที่อีกชนิดหนึ่ง คือ กริด (Grid) ซึ่งมีลักษณะเป็นตารางสี่เหลี่ยมเล็ก ๆ สร้างขึ้นเพื่อใช้กำหนดขนาดและตำแหน่งของภาพที่จะจัดวางในหน้ากระดาษหรือพื้นที่

- การร่างแบบ 3 มิติ นั้นเป็นการสร้างรูปทรง เพื่อจะได้ประสบการณ์ตรงเรื่องมิติ และพื้นที่ว่างและขณะเดียวกัน เพื่อสร้างความเข้าใจ โดยการนำทฤษฎีการออกแบบมาใช้ประกอบด้วย ผู้ที่มีประสบการณ์และทักษะในการสร้างรูป 2 มิติ อาจไม่ชำนาญในการออกแบบสร้างรูป 3 มิติ วัสดุที่ใช้สร้างงานจึงขึ้นอยู่กับกาลคลองตัว อาทิ วัสดุที่เป็นไม้ กระดาษ พลาสติก และอื่น ๆ ตามความเหมาะสมได้

2.4.4.3 การสร้างงาน

การสร้างงาน เป็นการปฏิบัติงานขั้นสุดท้ายให้สำเร็จ ซึ่งอาจใช้เวลามากกว่าการร่างแบบ เพราะต้องใช้ความประณีต ประการสำคัญคือควรเลือกใช้วัสดุและอุปกรณ์ให้พร้อม เพื่อให้เกิดความต่อเนื่องในการปฏิบัติงาน ผลงานที่ดีนั้นควรเป็นผลงานที่บรรลุเป้าหมายและมีรูปลักษณะที่ประณีต (มาโนช กงกะนันท์, 2553 : 86-87)

2.5 ข้อมูลวัสดุและระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์

2.5.1 วัสดุสำหรับการผลิตงานบรรจุภัณฑ์

2.5.1.1 วัสดุกระดาษอาร์ต (Art Paper) เป็นกระดาษที่ทำจากเยื่อเคมี (เยื่อที่ผลิตโดยใช้สารเคมี) และเคลือบผิวให้เรียบด้านเดียวหรือทั้งสองด้าน การเคลือบอาจจะเคลือบมันเงา หรือแบบด้านก็ได้ มีสีขาว ใช้พิมพ์ภาพที่มีรายละเอียดสูง ทำให้ภาพคมชัดและออกมาสวยงาม น้ำหนักอยู่ระหว่าง 80 – 160 กรัม/ตารางเมตร ใช้สำหรับงานพิมพ์ที่ต้องการความสวยงามงานพิมพ์สอดสี เช่น แคตตาล็อก โบรชัวร์

1) กระดาษอาร์ตมัน เนื้อกระดาษเรียบ เป็นมันเงา พิมพ์งานได้ใกล้เคียงกับสีจริง สามารถเคลือบเงาได้ดี ความหนาของกระดาษ มีดังนี้ 85 แกรม, 90 แกรม, 100 แกรม, 105 แกรม, 120 แกรม , 130 แกรม, 140 แกรม, 160 แกรม

2) กระดาษอาร์ตการ์ด 1 หน้าเป็นกระดาษอาร์ต ที่มีความแกร่งกว่ากระดาษอาร์ตการ์ด 2 หน้า หนาตั้งแต่ 190 แกรมขึ้นไป เหมาะสำหรับพิมพ์งานที่ต้องการพิมพ์แค่หน้าเดียว เช่น กล่องบรรจุสินค้าต่าง ๆ โปสเตอร์ โปสการ์ด ปกหนังสือ เป็นต้น



ภาพที่ 36 กระดาษอาร์ต

ที่มา : www.graphicbuffet.co.th

2.5.2 ระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์

2.5.2.1 ระบบการพิมพ์ดิจิทัล

ระบบดิจิทัล เป็นระบบการพิมพ์ ที่ใช้เครื่องพิมพ์ต่อพ่วงกับคอมพิวเตอร์ โดยรับข้อมูลภาพจากคอมพิวเตอร์มาพิมพ์ เครื่อง Digital Press ที่ให้คุณภาพงานพิมพ์รายละเอียดใกล้เคียงกับระบบ offset มากจนแทบแยกไม่ออก และยังสามารถทำได้ทันความต้องการ รวมถึงสามารถพิมพ์ได้หลากหลายวัสดุ เช่น กระดาษปอนด์, กระดาษอาร์ตมัน, กระดาษมีลวดลาย, กระดาษหนาไม่เกิน 300 แกรม, สติกเกอร์ pvc ชุन-ใส, แผ่นใส, สติกเกอร์รอยย่นเปลือกไข่, ฉลากสินค้า, ไฮโลแกรม ฯลฯ

ข้อดี ระบบการพิมพ์ดิจิทัล (Digital Printing)

- 1) ประหยัดเวลาในการทำงาน ความสะดวกรวดเร็ว ลดขั้นตอนการทำฟิล์มและแม่พิมพ์
- 2) แก้ไขงานได้ง่าย ในกรณีที่ต้องการแก้ไขเนื้อหาข้อมูล ก็แค่ส่งไฟล์ใหม่มาแทนไฟล์เดิม ข้อมูลก็จะเป็นข้อมูลใหม่ แก้ไขได้ทันที
- 3) ใช้งบประมาณน้อยกว่า (ในกรณีที่พิมพ์จำนวนน้อย) เพราะไม่ต้องทำเพลทพิมพ์ ที่มีราคาแพง โดยรวมเวลาจัดพิมพ์จะมีราคาถูกกว่า
- 4) ประหยัดทรัพยากร เหมาะกับงานพิมพ์จำนวนน้อย ลดของเสียในกระบวนการผลิต เวลา, กระดาษ, หมึก, แรงงาน

5) มาตรฐานงานพิมพ์ มีระบบการควบคุมคุณภาพงานพิมพ์เท่ากันในทุก ๆ หน้า

6) ผลิตตามจำนวนที่ต้องการ เหมาะสำหรับงานพิมพ์น้อยกว่า 3000 ชุดหากต้องการ 100 เล่ม ก็พิมพ์แค่ 100 เล่มได้ โดยไม่ต้องพิมพ์มากกว่าจำนวนที่ต้องการ มีความยืดหยุ่นในการทำงาน



ภาพที่ 37 เครื่องพิมพ์ดิจิทัล

ที่มา : <https://miwsservices.com/digital-printing>

2.6 ข้อมูลแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

2.6.1 แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน

สากล จริยวิทยานนท์ (2525) การมีส่วนร่วม หมายถึง กระบวนการที่สมาชิกมีการกระทำออกมาในลักษณะการทำงานร่วมกันในการที่จะแสดงให้เห็นถึงความต้องการร่วม ความสนใจร่วม และมีความต้องการที่จะบรรลุถึงเป้าหมายร่วมกันทางเศรษฐกิจ สังคม การเมือง หรือการดำเนินการร่วมกันในการเพิ่มอำนาจต่อการเมือง ทางเศรษฐกิจ ตลอดจนการปรับปรุงสถานภาพทางสังคมของกลุ่มในชุมชน วิธีการแบ่งระดับขั้นการมีส่วนร่วมของประชาชน อาจแบ่งได้หลายวิธี ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์และความละเอียดของการแบ่งเป็นสำคัญ การแบ่งระดับขั้น การมีส่วนร่วมของประชาชนอาจแบ่งได้จากระดับต่ำสุดไปหาระดับสูงสุดออกเป็น 7 ระดับและจำนวนประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมในแต่ละระดับจะเป็นปฏิภาคกับระดับของการมีส่วนร่วม กล่าวคือ ถ้าระดับการมีส่วนร่วมต่ำ จำนวนประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมจะมาก และยิ่งระดับการมีส่วนร่วมสูงขึ้นเพียงใด จำนวนประชาชนที่เข้ามามีส่วนร่วมก็จะลดลงตามลำดับ ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนเรียงตามลำดับจากต่ำสุดไปหาสูงสุด ได้แก่

2.6.1.1 ระดับการให้ข้อมูล เป็นระดับที่ต่ำสุด และเป็นวิธีการที่ง่ายที่สุดของการสื่อสารระหว่างผู้วางแผนโครงการกับประชาชน เพื่อให้ข้อมูลแก่ประชาชน แต่ไม่เปิดโอกาสให้แสดงความคิดเห็นหรือเข้ามาเกี่ยวข้องกับใด ๆ วิธีให้ข้อมูลกระทำได้หลายวิธี เช่น การแจกใบปลิว การจัดนิทรรศการ

หรือการเปิดแถลงข่าว

2.6.1.2 ระดับการเปิดรับความคิดเห็น กล่าวคือ ผู้วางแผนโครงการจะเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงความคิดเห็น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มากขึ้น เพื่อที่จะทำให้มีประเด็นในการประเมินข้อดีข้อเสียที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น เช่น การให้ประชาชนแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการริเริ่มโครงการต่าง ๆ หรือการเปิดประชุมเกี่ยวกับโครงการนั้น ๆ แล้วขอความร่วมมือประชาชนในการแสดงความคิดเห็น เป็นต้น

2.6.1.3 ระดับการปรึกษาหารือ คือ ระดับการมีส่วนร่วมเพื่อประเมินการดำเนินงานหรือระบุประเด็นหรือข้อผิดพลาดต่างๆ เช่น การจัดสัมมนาเชิงปฏิบัติการ การจัดประชุมและการเปิดรับฟังความคิดเห็นในวงกว้าง เป็นต้น

2.6.1.4 ระดับการวางแผนร่วมกัน เป็นระดับที่ทำให้การมีส่วนร่วมที่มีขอบเขตกว้างมากขึ้น ทำให้ทุกฝ่ายต้องรับผิดชอบร่วมกันในการวางแผนเตรียมโครงการ และผลที่จะเกิดขึ้นจากการดำเนินงานโครงการเหมาะสมหรือไม่ ที่ใช้สำหรับเป็นประเด็นในการพิจารณา ที่มีความยุ่งยากซับซ้อนและมีข้อโต้แย้งมาก เช่น การใช้กลุ่มที่ปรึกษาซึ่งเป็นผู้ทรงวุฒิในสาขาต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องการใช้อนุญาตตลาดการเพื่อแก้ปัญหาข้อขัดแย้ง และการเจรจาเพื่อหาทางประนีประนอมกัน เป็นต้น

2.6.1.5 ระดับการร่วมปฏิบัติ เป็นระดับที่ผู้รับผิดชอบโครงการและประชาชนดำเนินงานโครงการร่วมกัน เพื่อให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของโครงการ

2.6.1.6 ร่วมติดตามตรวจสอบ ประเมินผล เป็นระดับการมีส่วนร่วมที่มีผู้เข้าร่วมน้อย แต่มีประโยชน์ที่ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือได้รับผลกระทบสามารถติดตามการดำเนินกิจกรรมนั้น ได้รูปแบบของการติดตามตรวจสอบหรือประเมินผลอาจอยู่ในรูปแบบของการจัดตั้งคณะกรรมการที่มาจากหลายฝ่าย การสอบถามประชาชน โดยการทำการสำรวจเพื่อให้ประชาชนประเมิน เป็นต้น

2.6.1.7 ระดับการควบคุมโดยประชาชน เป็นระดับสูงสุดของการมีส่วนร่วมโดยประชาชน เพื่อจะแก้ปัญหาข้อขัดแย้งที่มีอยู่ทั้งหมด เช่น การลงประชามติ เป็นต้น ข้อสังเกตเกี่ยวกับการลงประชามติ มี 2 ประการ คือ 1) การลงประชามติ จะสะท้อนถึงความต้องการของประชาชนได้ดีเพียงใด อย่างน้อยขึ้นอยู่กับความชัดเจนของประเด็น ที่จะลงประชามติและการกระจายข่าวสารเกี่ยวกับข้อดี-ข้อเสียของประเด็นดังกล่าวให้ประชาชนเข้าใจได้อย่างสมบูรณ์และทั่วถึงเพียงใด และ 2) ในประเทศที่มีการพัฒนาทางการเมืองแล้ว ผลการลงประชามติ จะมีผลบังคับให้รัฐบาลต้องปฏิบัติตาม

2.6.2 แนวคิดเกี่ยวกับเทคโนโลยีและนวัตกรรม

เป็นการใช้เทคโนโลยี เพื่อกระตุ้นประสาทสัมผัสในด้านต่าง ๆ เพื่อก่อให้เกิดประสบการณ์ในเชิงสุนทรียภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การใช้เทคโนโลยีนวัตกรรม เพื่อสร้างสื่อขึ้นมาใหม่ (New Media) สำหรับการท่องเที่ยว แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดทางการตลาดยุคใหม่ที่เรียกว่า “การตลาดเชิงประสาทสัมผัส” (Sensory Marketing) ที่เน้นการสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวผ่านประสาทสัมผัสทั้ง 5 คือ ตา (ดู) หู (ฟัง) จมูก (กลิ่น) ปาก (รสชาติ) และกาย (สัมผัส) ดังนั้นการบูร

ณการดังกล่าวข้างต้นจึงมีเป้าหมายหลัก คือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีความเป็นปัจเจกและมีลักษณะเฉพาะตัวสูงขึ้น การประยุกต์ปรับเปลี่ยนสิ่งเดิมให้เหมาะสมกับยุคสมัยจะทำให้เกิดความแปลกใหม่และน่าสนใจมากขึ้น

2.6.3 แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน) หรือ อพท. (2558) ได้จัดทำกรอบแนวคิดของเกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยมี แนวคิดหลักในการบูรณาการองค์ประกอบของการพัฒนาชุมชนโดยใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหลัก โดยคำนึงถึงความยั่งยืนและความอยู่ดีมีสุขของประชาชน ดังนั้น เกณฑ์มาตรฐานการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงประกอบด้วย 5 ด้านใหญ่ ดังนี้

2.6.3.1 กลุ่มท่องเที่ยวชุมชน มีการจัดการอย่างยั่งยืน

2.6.3.2 การท่องเที่ยวโดยชุมชน มีการกระจายผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น สังคมและคุณภาพชีวิต

2.6.3.3 การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีการอนุรักษ์และส่งเสริมมรดกทางวัฒนธรรม

2.6.3.4 ด้านการจัดการทรัพยากรธรรมชาติหรือสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นระบบและยั่งยืน

2.6.3.5 ด้านบริการและความปลอดภัย

2.6.4 ทฤษฎีอัตลักษณ์

มีกระบวนการสร้าง 3 ขั้นตอน ดังนี้

- 1) ขั้นตอนการหาอัตลักษณ์ของสิ่งที่เป็นจุดหลักและจุดร่วมของสิ่งของนั้น ๆ
- 2) ขั้นตอนการเผยแพร่ ให้เป็นที่รู้จักเกิดการจดจำในเรื่องราวของพื้นที่
- 3) ขั้นตอนการยอมรับ ซึ่งอัตลักษณ์ของสิ่งทอทางวัฒนธรรม จะนำเรื่องการใช้สัญลักษณ์ (Symbol) เป็นการแสดงออกซึ่งความสัมพันธ์ต่าง ๆ ผ่านระบบสัญลักษณ์ ที่มีความหลากหลาย เป็นคุณลักษณะเฉพาะถิ่นเฉพาะตัวที่เป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคมหรือชุมชนนั้น

2.6.5. ทฤษฎีการออกแบบผลิตภัณฑ์จากทุนทางวัฒนธรรม

ที่เน้นความเป็นเอกลักษณ์และคุณค่าจากทุนทางวัฒนธรรม ระบบสังคมและวัฒนธรรม ถือว่ามีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิดกับผู้บริโภคสังคมนั้นและมีอิทธิพลต่อการแสดงออกของผู้บริโภคแต่ละคน นักออกแบบต้องพิจารณาระบบสังคมของกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริโภคว่ามีพฤติกรรมอย่างไร มีหลักการปฏิบัติที่สืบทอดตามขนบธรรมเนียมประเพณีอย่างไร เพื่อทำการวิเคราะห์และสรุปผลประเด็นออกมา เพื่อใช้ในการต่อยอดสร้างสรรค์เป็นผลงานที่เหมาะสม สวยงาม การดึงเอาจุดเด่นทางวัฒนธรรมของท้องถิ่นนั้นมาใช้ในการออกแบบ จะทำให้เกิดเป็นเอกลักษณ์และนำสู่อัตลักษณ์ของพื้นที่

ท้องถิ่นนั้น เป็นการเพิ่มคุณค่าทางวัฒนธรรม เรื่องราว และความหมายให้กับงานได้ ทำให้ผู้บริโภคเกิดการจดจำและเกิดความรู้สึกที่ดีต่อสินค้านั้น

ดังนั้น กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ จะมีแนวความคิดที่หลากหลาย ที่ต้องนำมาพิจารณาร่วมกัน ได้แก่ การออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่เน้นเอกลักษณ์และคุณค่าจากทุนทางวัฒนธรรม มีคุณค่าทางประโยชน์การใช้สอย เพื่อสนองความต้องการหน้าที่การใช้งานให้ได้ครบถ้วน เหมาะสม การออกแบบผลิตภัณฑ์ ควรเน้นคุณค่าทางความงาม ทั้งรูปแบบ สี สัน ลวดลายที่เกิดมีความงาม การออกแบบผลิตภัณฑ์ ที่เน้นถึงคุณค่าทางวัสดุ มีการใช้วัสดุและกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์ที่เกิดในงานในชุมชน มีการนำแนวคิดด้านทางปรัชญาและศีลธรรมมาใช้ โดยรูปแบบของผลิตภัณฑ์มักจะเป็นไปตามการเปลี่ยนแปลงของสังคมและความเจริญก้าวหน้าด้านเทคโนโลยี นวัตกรรมทางการออกแบบสิ่งต่าง ๆ เป็นสิ่งที่จะช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อให้แก่กลุ่มเป้าหมาย/ผู้บริโภคนั่นเอง การออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยจากภูมิปัญญา มีดังนี้ (อรัญ วานิชกร, 2559)

1) การสร้างแรงบันดาลใจจากภูมิปัญญาท้องถิ่น (Inspiration & Appreciation) ซึ่งเป็นการศึกษาคุณค่าเชิงรูปธรรม (Tangible) ได้แก่ เส้นสาย ลวดลาย รูปแบบลักษณะ รูปทรง สี สัน ตลอดจนลักษณะพื้นผิวและวัสดุและคุณค่าเชิงนามธรรม ได้แก่ ความซาบซึ้งในเนื้อหาเรื่องราว คุณค่าและความหมาย จิตวิญญาณที่แอบแฝงอยู่ในภูมิปัญญา ปรัชญาแนวคิด การแก้ปัญหาเชิงความคิดและเชิงช่าง เป็นต้น

2) การร่างภาพ เพื่อศึกษารูปแบบ สัญลักษณ์ของรูปทรงจากมุมมองต่าง ๆ (Study & Sketch) ซึ่งขั้นตอนนี้ ถือเป็นการมุ่งเน้นการศึกษารูปธรรมของผลิตภัณฑ์ (Tangible) จากภูมิปัญญา มีแนวคิดและรูปแบบที่หลากหลาย เพื่อให้งานที่ดีที่สุด

3) การตัดทอนรายละเอียด ลักษณะพื้นผิว ลวดลายของรูปทรง ให้เข้าสู่โครงสร้างรูปทรงที่มีความเรียบง่าย ไม่ซับซ้อน (Simplicity Form) โดยใช้โครงสร้างเรขาคณิต (Geometry Form) เป็นพื้นฐาน ก่อนจะใช้รูปทรงอิสระ (Abstract Form) ในรูปแบบอื่น ๆ เพื่อสร้างความโดดเด่นของงานให้มากขึ้น

4) การถ่ายทอดสัญลักษณ์ (สัญลักษณ์) ของรูปทรงสู่การจัดการรูปทรงองค์ประกอบต่าง ๆ (Elements Design and Principles) โดยถอดองค์ประกอบต่าง ๆ จากรูปทรงเป็นจุด เส้นระนาบ รูปทรงใหม่ เป็นลวดลายหรือลักษณะพื้นผิวที่เปรียบเสมือนการเรียบเรียงองค์ประกอบใหม่ ปรับสัดส่วนใหม่ ประกอบสร้างเป็นรูปแบบลักษณะ รูปทรงขึ้นใหม่ ให้เกิดความรู้สึกใหม่ บรรยากาศใหม่ เพื่อสร้างความแตกต่างจากเดิม สู่งานใหม่ที่ดีกว่า

5) การออกแบบ เป็นการกระตุ้นให้เกิดนวัตกรรมในการออกแบบผลิตภัณฑ์ ได้แก่ การเปลี่ยนวิถีใช้การพลิกมุมมอง การเพิ่มคุณสมบัติ ลดคุณสมบัติ การแทนที่ด้วยสิ่งใหม่ รูปแบบใหม่ การพลิกกลับและผสมผสาน เป็นต้น

6) การผลิตต้นแบบ (Prototype) เป็นกระบวนการสร้าง การผลิต เพื่อใช้ตรวจสอบ ประเมินและใช้ดูผลลัพธ์ของการออกแบบด้านต่าง ๆ ได้แก่ รูปแบบลักษณะของผลิตภัณฑ์ ความงาม ความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้งาน ความเหมาะสมของวัสดุ การลดต้นทุนการผลิต เป็นต้น



ภาพที่ 38 การออกแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น

ที่มา : <https://www.pinterest.com/pin/>

2.7 ข้อมูลเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มัทณี ปราโมทย์เมือง และ รุจิวรรณ อันสงคราม. (2565) โครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์การเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน : กลุ่มข้าวเจ๊กเขยเส้าให้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาบริบทพื้นที่ ความเป็นมาและผลิตภัณฑ์จากข้าวเจ๊กเขยเส้าให้ อำเภอเส้าให้จังหวัดสระบุรี, เพื่อการพัฒนาตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ข้าวเจ๊กเขยและผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ๊กเขยเส้าให้, เพื่อการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรและเพื่อออกแบบศูนย์จัดจำหน่ายสินค้าและแผนที่ชุมชนทางเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น : ข้าวเจ๊กเขยเส้าให้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี ใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสานวิธีดำเนินการวิจัย เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ก่อนนำเข้าสู่กระบวนการออกแบบและการพัฒนารูปแบบใหม่

ผลการวิจัย พบว่า 1) การประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของบรรจุภัณฑ์จากกลุ่มเป้าหมาย ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.17 คือ ชอบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถปกป้องคุ้มครองของผลิตภัณฑ์ภายในได้ดี เหมาะสม กับตัวผลิตภัณฑ์ของปริมาณการบรรจุสินค้าภายในและกราฟิกบรรจุภัณฑ์แสดงจุดเด่นของข้าวและอัตลักษณ์พื้นที่เพาะปลูกข้าว บรรจุภัณฑ์มีสีสันสดใส ร่วมสมัย 2) การประเมินผลรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ (จากเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตร)

ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.23 คือ ชอบกระเป๋าสตางค์ที่นำเทคนิคการจักสานมาผสมผสานในการออกแบบ ทำให้เกิดความน่าสนใจ รวมทั้งการนำเอาลักษณะพื้นผิว สีของกระดาษความหนาบางของกระดาษมาใช้ในงานออกแบบ 3) การประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ศูนย์จำหน่ายสินค้าและแผนที่ชุมชน ภาพรวมความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.22 คือ ชอบแนวคิดที่นำอัตลักษณ์ของพื้นที่การเพาะปลูกข้าว เอารูปแบบของยุ่งข้าวในอดีตมาถ่ายทอดในงานออกแบบให้สามารถเชื่อมโยงกันได้อย่างดี

ยุลดา ทรัพย์สมบูรณ์ และวริยา ภัทรภิญโญพงศ์. (2564) โครงการวิจัย เรื่อง แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง ตำบลม่วงงาม อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี มีวัตถุประสงค์ เพื่อนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ ผ่านกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการเก็บรวบรวมข้อมูล ด้วยการสำรวจภาคสนาม การสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึกและสนทนากลุ่ม ผลการวิจัย พบว่า แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ สำหรับชุมชนลาวเวียงม่วงงาม สามารถดำเนินการต่าง ๆ ต่อไปนี้ 1) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างสร้างสรรค์ ที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชนเกษตรกรรมในรูปแบบการท่องเที่ยววิถีชาวนา ที่มีความโดดเด่นของการเป็นพื้นที่ปลูกข้าวเจ้าเขียวเสนาห์ ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indication : GI) 2) การสร้างสรรค์กิจกรรมการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่สอดคล้องกับฤดูกาลหรือเทศกาลต่าง ๆ และควรเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายที่ประกอบด้วย กลุ่มนักเรียน นักศึกษา กลุ่มศึกษาดูงาน และกลุ่มครอบครัว 3) ด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มผลิตภัณฑ์อาหารท้องถิ่น จากการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับข้าวเจ้าเขียวเสนาห์และแสดงถึงอัตลักษณ์ของชาติพันธุ์ลาวเวียง 4) ด้านการพัฒนาบุคลากรด้านการท่องเที่ยวของท้องถิ่น ในกลุ่มเยาวชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยว 5) ด้านการประชาสัมพันธ์และการตลาด เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้แหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จักมากขึ้น 6) ด้านสุขลักษณะและความปลอดภัยของอาหารท้องถิ่น รวมทั้งการให้บริการที่เป็นมาตรฐาน เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนทรัพยากรการท่องเที่ยวผ่านฐานอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ทางด้านอาหาร วิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่สามารถกระตุ้นเศรษฐกิจฐานรากของชุมชนวิถีเกษตรและเกิดการอนุรักษ์ทรัพยากรข้าว ที่เป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นอย่างยั่งยืน

ศักรินทร์ หงส์รัตนารกิจ, สุกัญญา จันทกุล และ ขจร อิศราสุชีพ. (2567) โครงการวิจัย เรื่อง การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบนโต๊ะรับประทานอาหารจากผ้าทอกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมืองอำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อสำรวจปัญหาและความต้องการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบนโต๊ะรับประทานอาหารจากผ้าทอกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี 2) เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบนโต๊ะรับประทานอาหารจากผ้าทอกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง 3) เพื่อศึกษาความพึงพอใจที่มีต่อผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบนโต๊ะรับประทานอาหาร

จากผ้าทอกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง โดยมีวิธีการวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบบสอบถามผู้เชี่ยวชาญและแบบสอบถามความพึงพอใจกลุ่มเป้าหมาย วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชน มีการทอผ้า ตัดเย็บผลิตภัณฑ์เสื้อผ้ากระเหรี่ยงของใช้ของที่ระลึกของตกแต่งบ้านและผลิตภัณฑ์ มีการปักด้วยลวดลายที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อของชาวกระเหรี่ยง สมาชิกในกลุ่มมีความต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบนโต๊ะรับประทานอาหารด้วยนำผ้าทอกระเหรี่ยงมาตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์และปักลวดลายลงบนผ้าเป็นการเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า การออกแบบผลิตภัณฑ์ของตกแต่งบนโต๊ะรับประทานอาหารจากผ้าทอกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง ได้แก่ ผ้าคาดโต๊ะ ผ้ารองจาน ผ้ารองแก้ว กล่องทิชชู จำนวนผลิตภัณฑ์ละ 3 รูปแบบ เพื่อให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 คน พิจารณาเลือกรูปแบบที่เหมาะสม พบว่า ผู้เชี่ยวชาญส่วนใหญ่เลือกรูปแบบผ้าคาดโต๊ะที่ 3 รูปแบบผ้ารองจานที่ 2 รูปแบบผ้ารองแก้วที่ 3 และรูปแบบกล่องทิชชูที่ 3 จัดทำต้นแบบผลิตภัณฑ์ และประเมินความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความพึงพอใจมีต่อผลิตภัณฑ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 4.25

ณัฐวุฒิ เงามหวาน และ เกษม มานะรุ่งวิทย์. (2565) โครงการวิจัย เรื่อง การศึกษาการย้อมสีเส้นด้ายฝ้ายด้วยสีธรรมชาติจากใบสาบเสือ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อการศึกษาการ ย้อมสีเส้นด้ายฝ้ายด้วยสีธรรมชาติจากใบสาบเสือ 2) เพื่อการศึกษาคุณสมบัติของเส้นด้ายฝ้ายที่ย้อมด้วยสีธรรมชาติ จากใบสาบเสือ การศึกษานี้ พบว่า ขั้นตอนในกระบวนการย้อม คือ กระบวนการเตรียมเส้นด้ายฝ้ายก่อนการทำ ความสะอาดและการย้อม การทำความสะอาดเส้นด้ายฝ้าย การเพิ่มสารปรับสภาพเส้นด้ายฝ้ายก่อน การย้อมสี การย้อมสีโดยใช้ใบสาบเสือด ระยะเวลาในการย้อม การใช้สารช่วยติดสี คือ จุนสี สารส้ม ปูนขาว สนิมเหล็ก และการซักล้างสีส่วนเกินในการย้อม ซึ่งสีเส้นด้ายฝ้ายที่ได้จากการศึกษา คือ สีเขียวอมเหลือง สีเหลืองอมเขียว สีเขียวอมเทาอ่อน และสีเขียวขี้ม้า คุณสมบัติของผ้าที่ใช้ย้อมสีเส้นด้าย ด้วยสีธรรมชาติจากใบสาบเสือ พบว่า เส้นด้ายฝ้ายย้อมสีใบสาบเสือ ไม่มีความคงทนของสีต่อเหงื่อสภาพกรด การแช่สารช่วยติดสี สารส้ม ทำให้มีความคงทนของสีต่อเหงื่อสภาพต่างอยู่ในระดับที่ดี การแช่สารช่วยติดสี ปูนขาว มีความคงทนของ สีต่อน้ำอยู่ในระดับที่ดีที่สุด การแช่สารช่วยติดสี จุนสี สารส้ม และปูนขาว มีความคงทนของสีต่อการซักล้างอยู่ใน ระดับดีถึงดีที่สุดใน การแช่สารช่วยติดสี ทั้ง 4 ชนิด มีความคงทนของสีต่อการขัดถูสภาวะแห้งอยู่ในระดับดีถึงดีที่สุดใน การแช่สารช่วยติดสี ปูนขาว มีความคงทนของสีต่อการขัดถูสภาวะเปียกอยู่ในระดับปานกลางถึงดี การแช่สาร ช่วยติดสี จุนสี กับปูนขาว มีความคงทนของสีต่อแสงอยู่ในระดับดีพอใช้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

ตามโครงการวิจัย เรื่อง “การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่” มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

- 3.1 รูปแบบการวิจัย
- 3.2 ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย
- 3.3 ระยะเวลาดำเนินงานวิจัย
- 3.4 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล
- 3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล
- 3.7 การสรุปผลและนำเสนอข้อมูล

3.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้รูปแบบการวิจัยเป็นแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Approach) ในขั้นตอนของการเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่ การสำรวจ การสัมภาษณ์และการสอบถาม ส่วนวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ อยู่ขั้นตอนการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

3.1.1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ใช้สำหรับกระบวนการเก็บข้อมูลต่าง ๆ เพื่อนำมาใช้พัฒนาต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม ที่มีความร่วมสมัย แสดงถึงฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ที่นำมาใช้ให้สอดคล้องกับผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์และตรงตามความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ที่จะช่วยเพิ่มมูลค่าแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชนได้ ซึ่งผู้วิจัยจะใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลที่หลากหลาย ประกอบด้วย ดังนี้

- การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ ความเป็นอยู่ สภาพแวดล้อมของชุมชน ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชนอาหารและขนมท้องถิ่น ที่มีการผลิตและจำหน่ายภายในชุมชน

- การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสำรวจ การสัมภาษณ์ การสอบถาม ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการหรือผู้ผลิตสินค้าชุมชน รวมถึงกลุ่มประชาชนภายในชุมชนพื้นที่วิจัย

3.1.2 การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ใช้แบบสอบถามประเมินผลหาความพึงพอใจจากกลุ่มเป้าหมายต่อรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ที่ได้รับการพัฒนาแล้ว เพื่อให้ทราบถึงประสิทธิภาพด้านการออกแบบ

3.2 ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

3.2.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างของการวิจัย ดังนี้

3.2.1.1 ศึกษาความเป็นมาและสภาพปัจจุบันของพื้นที่วิจัย ความเป็นอยู่ สภาพ

แวดล้อมของชุมชน ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหารและขนมท้องถิ่นที่มีการผลิตและจำหน่ายภายในชุมชน ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

- กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants)

ได้แก่ ผู้ประกอบการร้านค้า ผู้นำชุมชน หน่วยงานราชการในพื้นที่

- ตัวแปรต้น ได้แก่ แบบสอบถามการสร้างกระบวนการวิเคราะห์สภาพ

ปัจจุบันของพื้นที่วิจัย ความเป็นอยู่ สภาพแวดล้อมของชุมชน ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหารและขนมท้องถิ่นที่มีการผลิตและจำหน่ายภายในชุมชน

- ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ

(Key Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน หน่วยงานราชการในพื้นที่ ผู้เชี่ยวชาญ

3.2.1.2 หาแนวทางการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

- กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) ได้แก่

ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน หน่วยงานราชการในพื้นที่ นักท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญและคณะทำงาน

- ตัวแปรต้น ได้แก่ แบบสอบถาม การสนทนากลุ่มย่อยในการกำหนดแนวคิด

กระบวนการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยมีผู้ประกอบการร้านค้า ผู้นำชุมชน หน่วยงานราชการในพื้นที่ นักท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญและคณะทำงาน ในประเด็นรูปแบบลักษณะของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า ความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและการใช้ฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

- ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ โดยผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ

(Key Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน หน่วยงานราชการในพื้นที่ นักท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญ และคณะทำงาน

3.2.1.3 การสร้างและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม

- กลุ่มตัวอย่างและผู้ให้ข้อมูล คือ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการ ชาวบ้านในชุมชน นักท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญและคณะทำงาน
- ตัวแปรต้น ได้แก่ การสนทนากลุ่มย่อย การมีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ โดยผู้ประกอบการ ชาวบ้านในชุมชน นักท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญ และคณะทำงาน ในประเด็นของขีดความสามารถของชุมชน วัสดุอุปกรณ์และขั้นตอนกระบวนการผลิตงานจริงในการยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์
- ตัวแปรตาม ได้แก่ ความคิดเห็น ข้อเสนอแนะและการปฏิบัติงาน โดยผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) ได้แก่ ผู้ประกอบการ ชาวบ้านในชุมชน นักท่องเที่ยว ผู้เชี่ยวชาญและคณะทำงาน

3.2.1.4 ประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์

สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่

โดยวิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ใช้ในการประมาณค่าสัดส่วนของประชากร และกำหนดให้สัดส่วนของลักษณะที่สนใจในประชากร เท่ากับ 0.5 ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% และระดับความเชื่อมั่น 95%

- ประชากร ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน ประชาชนและนักท่องเที่ยว ภายในศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาคัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี จำนวน 58 คน
- กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ประกอบการ ผู้นำชุมชน ประชาชนและนักท่องเที่ยว ภายในศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาคัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี จำนวน 50 คน

3.3 ระยะเวลาดำเนินงานวิจัย

โครงการวิจัย เรื่อง “การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่” ผู้วิจัยได้ใช้ระยะเวลา 1.3 ปี ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2567 ถึงเดือนมีนาคม 2568

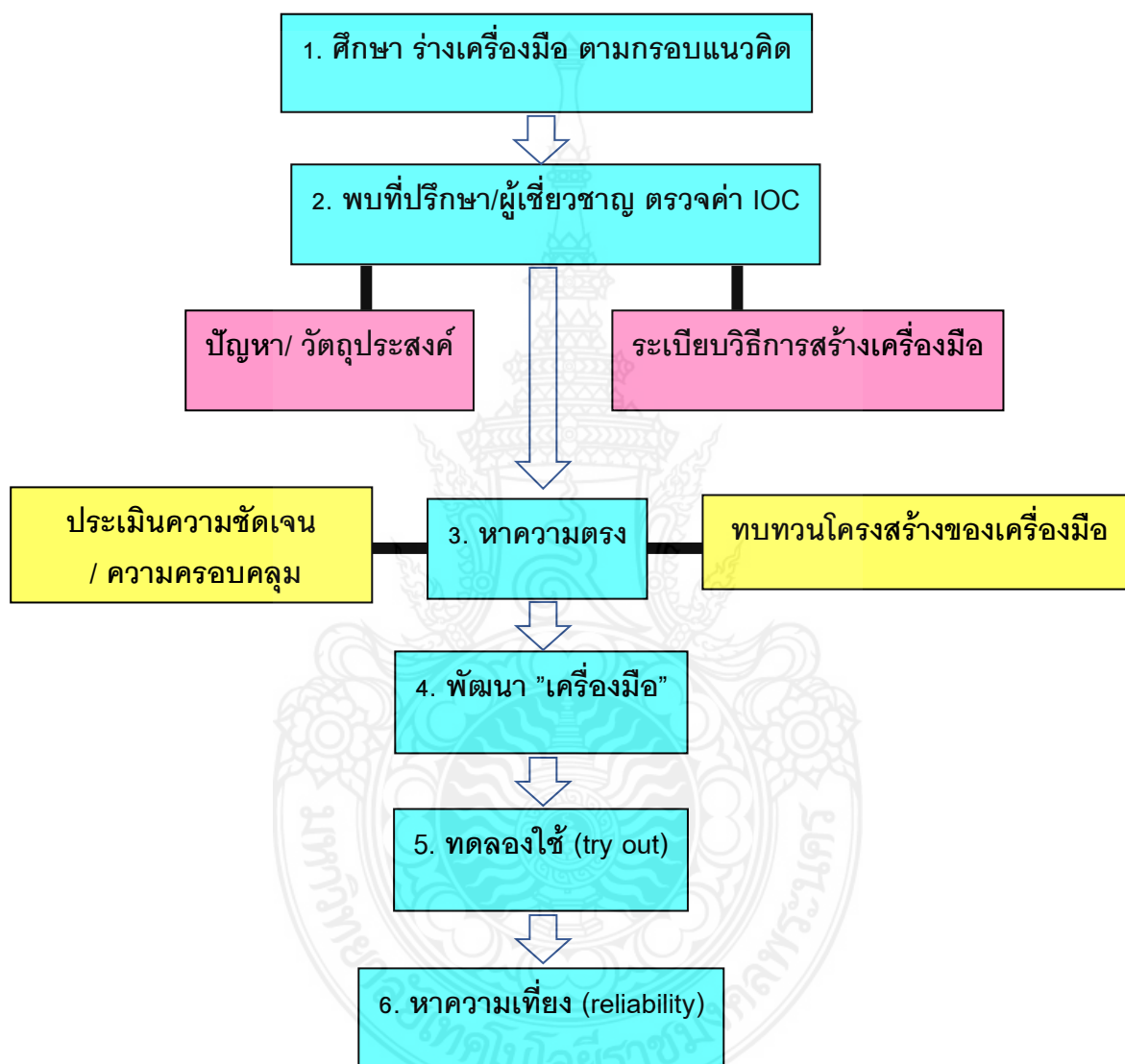
3.4 เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4.1 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดเครื่องมือการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.4.1.1 แบบการสำรวจพื้นที่วิจัย (Survey)

- 3.4.1.2 แบบการสัมภาษณ์ ชนิดมีโครงสร้าง (Structured Interview)
 - 3.4.1.3 แบบประเด็นการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion)
 - 3.4.1.4 แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจ (Satisfaction Questionnaire)
- ผู้วิจัย มีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือวิจัยและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ดังนี้



ภาพที่ 39 การสร้างเครื่องมือวิจัย

ที่มา : <https://www.ict.up.ac.th/surinthips/ResesarchMethodology.ppt>. (2567)

การสร้างเครื่องมือวิจัยและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

- 1) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสาร ตำราและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
- 2) ร่างเครื่องมือประเภทแบบสำรวจพื้นที่วิจัย แบบการสัมภาษณ์ แบบประเด็นการสนทนากลุ่มย่อย ตามกรอบการวิจัยที่กำหนด
- 3) นำเครื่องมือวิจัยที่สร้างขึ้น ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความถูกต้อง ซึ่งหมายถึง

แบบร่างเครื่องมือวิจัย มีความถูกต้องตามหลักวิชาการ, ความเหมาะสม หมายถึง รายการที่นำมาประเมิน มีความเหมาะสมกับสภาพผู้ถูกสัมภาษณ์ มีองค์ประกอบเหมาะสมเป็นไปได้ในทางปฏิบัติและมีความสอดคล้อง ซึ่งหมายถึง รายการที่นำมาประเมิน มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย สอดคล้องกันองค์ประกอบและบริบทต่าง ๆ

- 4) นำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญมาปรับปรุงเครื่องมือการวิจัย
- 5) จัดทำเครื่องมือวิจัยฉบับสมบูรณ์
- 6) นำเครื่องมือวิจัยฉบับสมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล
- 7) ตรวจสอบการใช้งานของเครื่องมือวิจัย

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.5.1 การเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Source of Data) ส่องหนังสือพร้อมการติดต่อประสานงานด้วยตนเองกับบุคคล ชุมชน หน่วยงานราชการหรือพื้นที่ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลของประเภททุติยภูมิจากเอกสาร หนังสือต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง

3.5.2 การเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิหรือข้อมูลภาคสนาม ขอความร่วมมือถึงผู้ที่เกี่ยวข้อง ทั้งชาวบ้านในชุมชน ผู้ประกอบการร้านค้า หน่วยงานราชการในพื้นที่ที่มีส่วนร่วมในการเก็บข้อมูล เป็นการสัมภาษณ์และการสนทนากลุ่มย่อย

3.5.3 การลงพื้นที่สำรวจภาคสนาม แบบสำรวจพื้นที่ภาคสนาม (Survey) โดยการสำรวจ การสัมภาษณ์ถึงฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น สภาพบริบทพื้นที่ปัจจุบันของพื้นที่วิจัย กิจกรรมท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหารและขนมท้องถิ่น แหล่งจำหน่ายสินค้าและแหล่งบริการการท่องเที่ยวชุมชน “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี แต่ละประเภท พร้อมกับการเก็บข้อมูล แบบการสัมภาษณ์และบันทึกภาพในการเก็บข้อมูล

3.5.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล การสัมภาษณ์ (Interview) ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสัมภาษณ์ ชนิดมีโครงสร้าง (Structured Interview) เพื่อการสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการ

3.5.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบบสัมภาษณ์ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) และการสนทนากลุ่มย่อย

3.5.6 การจัดการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Group Discussion) โดยผู้วิจัยจะร่วมสนทนากับผู้นำชุมชน ตัวแทนประชาชนในพื้นที่ กลุ่มเป้าหมาย โดยเป็นผู้ดำเนินการสนทนากลุ่มย่อย เป็นการสอบถามรายละเอียดข้อมูลต่าง ๆ และเป็นผู้คอยจุดประเด็นในการสนทนา เพื่อให้กลุ่มเกิดแนวคิดและแสดงความคิดเห็นต่อประเด็นหรือแนวทางการสนทนาได้อย่างละเอียด กว้างขวาง มีผู้เข้าร่วมสนทนากลุ่มย่อย จำนวน 20 คน ซึ่งเลือกจากกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้รู้และปฏิบัติงาน ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถศึกษา

และสังเกตพฤติกรรมผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้ ทำให้เข้าใจปรากฏการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้สามารถซักถามแบบเจาะลึก การสังเกต โดยการนำผลวิเคราะห์ข้อมูลด้านต่าง ๆ มาอภิปรายจากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ (Key Informants) ในความต้องการทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ ให้ตรงความต้องการของกลุ่มเป้าหมายและนำฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ชุมชนมาใช้ให้เกิดการจดจำได้

3.5.7 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม การพูดคุยถึงความต้องการเบื้องต้นทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ ผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ ผู้นำชุมชน ประชาชนภายในพื้นที่ชุมชน นักท่องเที่ยว และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง

3.5.8 การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถามประเมินความพึงพอใจด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ (Satisfaction Questionnaire) เพื่อใช้ประเมินผลความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของผลงานการออกแบบใหม่

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

3.6.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้น เป็นการวิเคราะห์ผลจากการลงพื้นที่ภาคสนาม เป็นข้อมูลที่แสดงฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น สภาพบริบทพื้นที่ปัจจุบันของพื้นที่วิจัย กิจกรรมท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ผลผลิตทางการเกษตร ผลิตภัณฑ์ชุมชน อาหารและขนมท้องถิ่น แหล่งจำหน่ายสินค้า และแหล่งบริการการท่องเที่ยวชุมชน “หอชามวา โคนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี แต่ละประเภทภายในพื้นที่วิจัย มีการสัมภาษณ์ เพื่อการยืนยันข้อมูลและรายละเอียดต่างๆในการพิจารณาข้อมูลประกอบให้สมบูรณ์

3.6.2 การวิเคราะห์โดยการเปรียบเทียบข้อมูล โดยนำข้อมูลทั้งหมดมาสังเคราะห์ผลและอภิปรายผลตามกรอบแนวคิดวิจัยและมีการนำเสนอผลการวิจัยในรูปแบบการรายงานเชิงพรรณนา

3.6.3 การวิเคราะห์โดยการนำผลฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคนหนองนา โมเดล “หอชามวา โคนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ว่ามีอะไร อย่างไรบ้าง เพื่อนำไปสู่กระบวนการกำหนดแนวคิด และกำหนดแนวทางผลงานการออกแบบภาพร่าง

3.6.4 การวิเคราะห์โดยการสำรวจพื้นที่วิจัย มีการสัมภาษณ์ การบันทึกภาพจากบริบทพื้นที่วิจัยภายในชุมชน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแนวทางในการออกแบบ

3.6.5 การวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำผลที่ได้จากแบบสอบถามความต้องการเบื้องต้น ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์จากผู้ให้ข้อมูลที่สำคัญ ผู้นำชุมชน ประชาชนภายในพื้นที่ชุมชน นักท่องเที่ยว และหน่วยงานราชการที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับการกำหนดแนวคิดและแนวทางของกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน

3.6.6 การวิเคราะห์กระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ ให้เกิดคุณค่าทางประโยชน์ใช้สอยของการใช้งานและคุณค่าทางความสวยงามควบคู่กันให้เกิดความเหมาะสม ก่อนการสร้าง

ต้นแบบผลงาน โดยใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน

3.6.7 การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการนำผลที่ได้จากแบบสอบถามความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ จากกลุ่มตัวอย่าง เพื่อใช้ประเมินผลความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายถึงความพึงพอใจต่อรูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และมีการสรุปผลพร้อมตารางประกอบคำอธิบาย ด้วยวิธีเขียนแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์

3.6.8. การวิเคราะห์ข้อมูล ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (Standard Deviation) และอภิปรายผล ประกอบตารางของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยแบ่งระดับเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	มีความเหมาะสมมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	มีความเหมาะสมน้อยที่สุด

3.7 การสรุปผลและนำเสนอข้อมูล

ใช้การสรุปผลและนำเสนอข้อมูล ด้วยวิธีการแบบผสมผสานการวิจัย ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณเข้าด้วยกัน มีกำหนดกรอบแนวคิด การออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ ใช้แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชน ในการเก็บข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิจัย โดยใช้วิธีการแบบพรรณนาเชิงวิเคราะห์ ประกอบตารางพร้อมคำอธิบาย และใช้การผลิตและการสร้างต้นแบบผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ทั้งหมด โดยพิจารณาจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญทางด้านการออกแบบ เพื่อให้เกิดความถูกต้อง เหมาะสม และแม่นยำ

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

ตามโครงการวิจัย เรื่อง “การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่” มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัย ดังนี้

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นของพื้นที่การศึกษา ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมที่ต่าง ๆ ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนาโมเดล “หอชามนา โคนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสร้างและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่ ให้เกิดการยกระดับมูลค่าเพิ่มสินค้าจากบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาและยกระดับมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชามนา โคนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นของพื้นที่การศึกษาผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมที่ต่าง ๆ ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนาโมเดล “หอชามนา โคนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

4.1.1 สถานที่ตั้งของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล

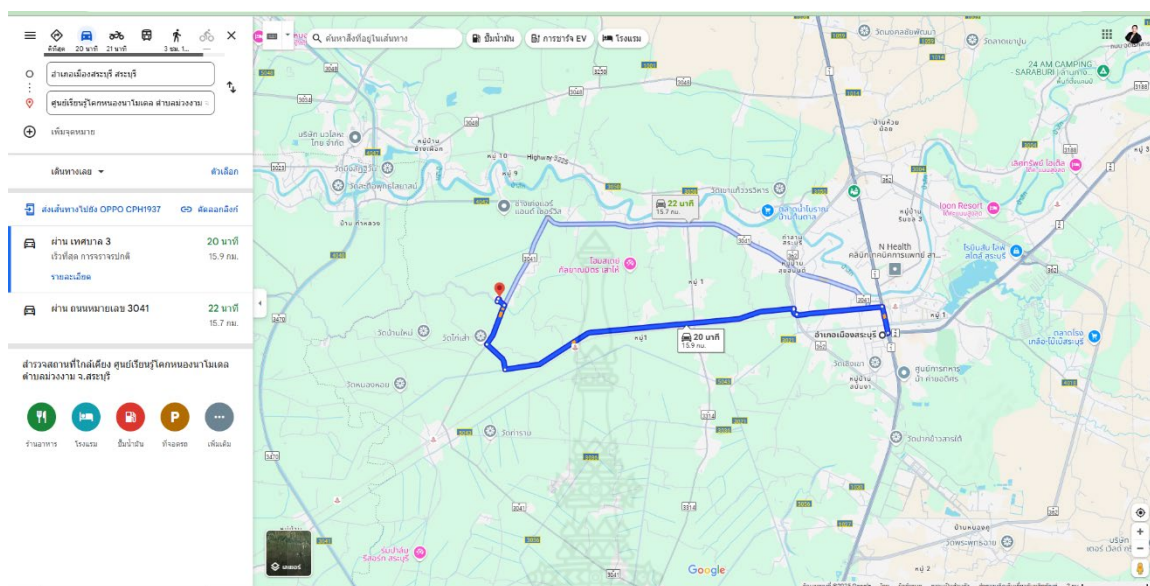
“หอชามนา โคนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

โดยอยู่ห่างจากตัวเมืองสระบุรี ประมาณสิบกว่ากิโลเมตร มีพื้นที่เกือบ 5 ไร่ ตั้งอยู่ที่ 18/4 หมู่ 8 ตำบลม่วงงาม อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี เดินทางจากตัวเมืองจังหวัดสระบุรี ประมาณ 15.9 กิโลเมตร ผ่านถนนเทศบาล 3 ใช้เวลา 20 นาที โดยมีนางสาววนิดา ศรีเม่น กำนันตำบลม่วงงาม เป็นหัวหน้าท้องถิ่นและผู้จัดการของศูนย์ฯ ที่เป็นการนำเสนอของการท่องเที่ยวชุมชนบนวิถีพอเพียงของวิถีชาวนากลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง จังหวัดสระบุรี

ทิศเหนือ ติดต่อกับ ตำบลม่วงงาม อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

ทิศใต้ ติดต่อกับ ตำบลไถ่เสา อำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี

ทิศตะวันออก ติดต่อกับ ตำบลเมืองเก่า อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี



ภาพที่ 40 เส้นทางการเดินทาง

ที่มา : [https://www.google.com/maps/dir/ \(2567\)](https://www.google.com/maps/dir/2567)

4.1.2 สุนัขอัตลักษณ์ท้องถิ่น : ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล

“หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี

1) กลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง ภายในพื้นที่อำเภอเส้าไห้ เป็นผู้สืบเชื้อสายคนลาวจากเมืองเวียงจันทน์ ซึ่งอพยพหลบหนีกองทัพพม่า เข้ามาบนแผ่นดินสยาม เมื่อครั้งกองทัพพม่ายกทัพเข้าตีกรุงศรีสัตนาคนหุต ตรงกับยุคแผ่นดินสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ มีบันทึกว่ากลุ่มคนลาวจากเวียงจันทน์ส่วนหนึ่งได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานในพื้นที่จังหวัดสระบุรี หลายครอบครัวตั้งบ้านเรือนอยู่ในพื้นที่อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี (อ้างอิง : <https://waymagazine.org/rice-life-sao-hai-saraburi>)

2) พื้นที่อำเภอเส้าไห้ เป็นที่ราบลุ่มติดกับแม่น้ำป่าสัก มีคลองชลประทาน ลักษณะของดินอุ้มน้ำได้ดี พื้นที่ส่วนใหญ่เป็นพื้นที่การเกษตร เหมาะสำหรับการเพาะปลูกข้าว ซึ่งเป็นพันธุ์ข้าวแจ็กเซยเส้าไห้ ซึ่งเป็นข้าวพันธุ์พื้นเมืองของเส้าไห้มานานมากแล้ว มีคุณสมบัติข้าวที่มีน้ำตาลน้อย หุงขึ้นหม้อ 2 เท่า เม็ดข้าวร่วนไม่อ่อนหรือแข็งจนเกินไป หุงเสร็จแล้วยังไม่บูดง่าย เป็นข้าวนาปี ปลูกเพียงปีละครั้ง เป็นข้าวปลอดสารพิษ นานวันเข้าข้าวพันธุ์นี้ก็ถูกเรียกว่า “ข้าวเส้าไห้” ประกาศขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2550

3) พื้นที่อำเภอหนองแขง ซึ่งแต่ก่อนขึ้นอยู่กับอำเภอเส้าไห้ ก่อนแยกเป็นอำเภอหนองแขงในปัจจุบันที่มีพื้นที่ติดต่อกัน เป็นแหล่งปลูกมะม่วงมันพันธุ์หนองแขง ที่มีผลทรงรีปลายมน แก้มผลอวบ ผิวเปลือกสีเขียวอมแดง มีลายเส้นเล็กละเอียดกระจายทั่วผล นิยมบริโภคดิบ โดยเมื่อแก่จัดจะมีรสมันหวาน กรอบ ไม่มีรสเปรี้ยว โดยปลูกและผลิตครอบคลุมพื้นที่ 6 อำเภอของจังหวัดสระบุรี ได้แก่ อำเภอหนองแขง อำเภอเมืองสระบุรี อำเภอแก่งคอย อำเภอเฉลิมพระเกียรติ อำเภอเส้าไห้และอำเภอหนองแค

กรมทรัพย์สินทางปัญญา ประกาศขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) “มะม่วงมันหนองแขงสระบุรี” เมื่อ 9 กันยายน 2563 โดยผู้ขอขึ้นจดทะเบียน ได้แก่ จังหวัดสระบุรี

4) อาหารและขนมท้องถิ่น

ข้าวเจ๊กเขยเส้าให้ เป็นข้าวพันธุ์พื้นเมือง อำเภอเส้าให้มาช้านาน คุณสมบัติของข้าวที่มีน้ำตาลน้อย อิ่มนาน หุงขึ้นหม้อ เป็นข้าวนาปี ปลูกเพียงปีละครั้ง เป็นข้าวปลอดสารพิษ ที่พื้นที่วิจัยใช้เพาะปลูกในการดำรงชีวิตและเป็นพื้นที่เศรษฐกิจ มีการจำหน่ายข้าวเจ๊กเขยและคิดเมนูการแปรรูปอาหารจากข้าวเจ๊กเขย อาทิ ข้าวห่อลาวเวียง ข้าวผัดข้าวเจ๊กเขย ข้าวแต่นและขนมดอกจอกจากข้าวเจ๊กเขย ขนมดาตกะทะ เป็นต้น

ข้าวผัดข้าวเจ๊กเขย ที่เป็นการนำข้าวพันธุ์พื้นเมืองมาประกอบอาหาร มีวัตถุดิบหลักคือ ข้าวเจ๊กเขยและไข่ผ่า เป็นสูตรอาหารที่ผู้คิดค้นเมนู คือ นางสาวนิตา ศรีเม่น (ก้านนไก่) และทีมงานชาวโคกนาศัย หอชาวนาโคกนาศัย ตำบลม่วงงาม อำเภอเส้าให้ จังหวัดสระบุรี เป็นข้าวผัด Super Food ที่ได้รับรางวัล 1 จังหวัด 1 เมนู เชิดชูอาหารถิ่น จากกระทรวงวัฒนธรรม เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2567 ที่ผ่านมา

ขนมดอกจอก เป็นขนมไทยท้องถิ่น ที่มีลักษณะคล้ายดอกไม้ ทำจากแป้งข้าวเจ้า แป้งมัน หัวกะทิ น้ำตาลทราย ไข่ไก่ นำมาผสมกัน มีรสชาติหวานและมันของกะทิ กรอบหอม รับประทานเป็นอาหารว่าง

ขนมข้าวแต่น หรือเรียกว่า “ขนมนางเล็ด” หรือ “ขนมข้าวพอง” เป็นขนมไทยท้องถิ่น ที่มีจุดเริ่มต้นมาจากการถนอมอาหารแบบดั้งเดิม ทำจากข้าวเหนียวสุกที่หลีกเลี่ยงการบริโภค นำมาปั้นเป็นก้อนกลม กดให้แบน จากนั้นตากแดดไว้ เามาทอดกรอบให้พอง จากนั้นราดด้วยน้ำตาลอ้อยเคี้ยว ที่มีลักษณะเป็นแผ่นบาง กรอบมัน รับประทานเป็นอาหารว่าง

5) งานหัตถกรรมท้องถิ่น

ตะกร้าสาน เป็นงานหัตถกรรมการจักสาน ที่มีลวดลายสวยงาม การออกแบบ มีสีสันลวดลายของเส้นพลาสติกต่างๆ ตามความต้องการของลูกค้า ที่มีความละเอียดประณีต แข็งแรงคงทน ราคาไม่แพง โดยมีการพัฒนาด้านการใช้งานและรูปแบบที่หลากหลายและร่วมสมัยอย่างต่อเนื่อง อาทิ ตะกร้าสาน แก้วเยติ กระจาด เป็นต้น ถือเป็นผลงานการสร้างสรรค์ผลงานที่ประสานภูมิปัญญาของคนรุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ภายในชุมชน ให้เข้ากันได้อย่างลงตัวและเหมาะสม

4.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสร้างและการผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่ ให้เกิดการยกระดับมูลค่าเพิ่มสินค้าจากบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

4.2.1 ผลการวิเคราะห์จากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น สู่การนำไปใช้นวัตกรรมใหม่

ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเส้าให้ จังหวัดสระบุรี ตั้งอยู่ในอำเภอเส้าให้ จังหวัดสระบุรี เป็นพื้นที่ทำการเกษตรกรรม คือ การปลูกข้าวเจ๊ก

เซยเส้าไห่ ซึ่งเป็นข้าวพันธุ์พื้นเมืองของอำเภอเส้าไห่มาช้านาน และมีการเพาะปลูกต้นมะม่วงมันหนองแขง ซึ่งมีพื้นที่ติดต่อกับอำเภอหนองแขง จังหวัดสระบุรี ซึ่งถูกประกาศขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ของจังหวัดสระบุรี ในโครงการวิจัย เรื่อง “การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น สู่อุตสาหกรรมยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่” ได้นำพืชจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ทั้ง 2 ชนิด คือ ฟางข้าวเจ๊กเซยเส้าไห่ และ ใบมะม่วงมันหนองแขง มาสร้างนวัตกรรมใหม่ คือ การสกัดสีธรรมชาติและการย้อมสีลงบนผืนผ้าจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น แล้วนำผืนผ้าที่ได้เป็นทำการตัดเย็บเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ อาทิ ผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกนักท่องเที่ยว และผลิตภัณฑ์ของใช้บนโต๊ะอาหารของผ้าย้อมสีธรรมชาติจากฟางข้าว-ตอซังข้าวเจ๊กเซย และ ใบมะม่วงมันหนองแขง ที่เป็นอัตลักษณ์ทางการเกษตรของพื้นที่วิจัยมีรายละเอียด ดังนี้

4.2.1.1 การย้อมสีจากฟางข้าวเจ๊กเซยเส้าไห่บนผ้าฝ้าย และ/หรือ ผ้าเรยอน



ภาพที่ 41 การย้อมสีจากฟางข้าวเจ๊กเซยเส้าไห่

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง (2567)

1) การปรับสภาพผืนผ้าให้สามารถย้อมติดสีจากธรรมชาติได้เข้มข้น

1.1 สารเคมี

- 1) สารเพิ่มประจุบวก
- 2) น้ำ

1.2 อัตราส่วนผสม

ปริมาณน้ำสารที่ ต้องการเตรียม	1	2	5
	ลิตร	ลิตร	ลิตร
สารเคมี			
สารเพิ่มประจุบวก (10 กรัมต่อลิตร หรือ 10 ซีซีต่อลิตร)	10 กรัม หรือ 10 ซีซี	20 กรัม หรือ 20 ซีซี	50 กรัม หรือ 50 ซีซี
น้ำ	1 ลิตร	2 ลิตร	5 ลิตร

1.3 การเตรียมสารละลาย และการปรับสภาพเส้นด้าย หรือผ้าก่อนการย้อมสี

- 1) ตวงน้ำตามปริมาณที่ต้องการใส่ลงในภาชนะสเตนเลส
- 2) ตวงหรือชั่งสารเพิ่มประจุบวก ตามสัดส่วนที่ต้องการใส่ลงในน้ำ (ข้อ 1)
- 3) ใส่เส้นด้ายใหม่ หรือผ้ายลงในภาชนะที่มีสารละลายเพิ่มประจุ
- 4) นำไปต้มให้ความร้อนที่อุณหภูมิ 50 องศาเซลเซียส นาน 20 นาที
- 5) นำเส้นด้ายมาบิดหมาด กระตุก และนำไปย้อมต่อไป หรือนำเส้นด้ายมาบิดหมาด กระตุก และตากแห้ง ก่อนนำไปย้อมสี (ห้ามล้างน้ำ)
- 6) นำเส้นด้ายใหม่หรือผ้ายไปทำการย้อมสีธรรมชาติต่อไป

2) การย้อมสีจากฟางข้าวเจ็กเซยเสาให้บนผ้าฝ้าย และ/หรือ ผ้าเรยอน

2.1 วัสดุและสารเคมี

- 1) ผ้าฝ้ายที่ผ่านการกำจัดสิ่งสกปรกและ/หรือฟอกขาว และผ่านการแช่สารเพิ่มประจุ
- 3) ฟางข้าวเจ็กเซยเสาให้
- 4) สารส้ม
- 5) น้ำสนิมเหล็ก หรือ เฟอร์รัสซัลเฟต
- 6) น้ำ

2.2 การสกัดสีจากฟางข้าวเจ็กเซยเสาให้

- 1) นำฟางข้าวฯ ปริมาณ 3 กิโลกรัม นำมาหั่นเป็นชิ้นเล็กและเทใส่ภาชนะสเตนเลส
- 2) เติมน้ำ ใส่ไปประมาณ 30 ลิตร (ฟางข้าวฯ 1 กิโลกรัม ต่อ น้ำ 10 ลิตร)
- 3) ทำการต้มน้ำให้เดือด เป็นเวลา 1 ชั่วโมง
- 4) ทำการกรองฟางข้าวฯ ผ่านผ้าขาวบาง

- 5) เติมน้ำเปล่า ลงให้ปริมาณ ครบ 30 ลิตร
- 6) นำน้ำสีจากฟางข้าวฯ ที่สกัดได้ นำไปใช้ย้อมผ้าฝ้าย







2.3 อัตราส่วนของน้ำที่ใช้ย้อมสีจากฟางข้าวเจ๊กเซยเสาให้

ปริมาณผ้าฝ้าย	0.5	1	2	3
ส่วนผสม	กิโลกรัม	กิโลกรัม	กิโลกรัม	กิโลกรัม
น้ำ	15 ลิตร (ฟางข้าว 0.5 กก.)	30 ลิตร (ฟางข้าว 3 กก.)	60 ลิตร (ฟางข้าว 6 กก.)	90 ลิตร (ฟางข้าว 9 กก.)

2.4 วิธีการย้อมสีจากฟางข้าวเจ๊กเซยเสาให้และการทำมอร์แดนท์หลังย้อมสี







- 1) ตวงน้ำสีตามปริมาณที่ต้องการ ใส่ลงในภาชนะสเตนเลส
- 2) ใส่ผ้าฝ้าย ลงในภาชนะที่มีสารละลายสีย้อมผสมอยู่และใช้มือกดผ้าฝ้าย ให้จมลงในสารละลายสีย้อมและทำการย้อมสี ใช้เวลาประมาณ 5 นาที
- 3) เพิ่มอุณหภูมิให้ร้อนขึ้นถึงเดือด โดยทำการย้อมสีที่อุณหภูมินี้ เป็นเวลา 30 นาที ในระหว่างการย้อมสี ต้องทำให้ผ้าฝ้ายเคลื่อนที่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อป้องกันผ้าฝ้าย สีติดไม่สม่ำเสมอ
- 4) นำผ้าฝ้าย มาบิดหมาด ๆ
- 5) ถ้าต้องการทำให้ผ้าฝ้าย มีสีสว่าง (ภาพด้านล่าง) ให้ใช้สารส้มเป็นสารมอร์แดนท์ ซึ่งการเตรียมสารละลายสารส้ม โดยทำการชั่งสารส้ม 50 กรัม และนำมาละลายในน้ำอุ่น 10 ลิตร (สารส้ม 5 กรัมต่อลิตร)
- 6) ถ้าต้องการทำให้ผ้าฝ้าย มีสีเทาดำ (ภาพด้านล่าง) ให้ใช้เฟอร์รัสซัลเฟตเป็นสารมอร์แดนท์ ซึ่งเตรียมสารละลายเฟอร์รัสซัลเฟต โดยทำการชั่งสารส้มมา 50 กรัม และนำมาละลายในน้ำอุ่น 10 ลิตร (สารส้ม 50 กรัมต่อลิตร)
- 7) ให้นำผ้าฝ้าย ที่ผ่านการย้อมสี ในข้อ 4) ใส่ลงในสารละลายมอร์แดนท์ โดยเลือกลักษณะของสี จากข้อ 5 หรือข้อ 6)
 - 8) แช่ผ้าฝ้าย ในสารละลายมอร์แดนท์ เป็นเวลา 30 นาที สำหรับมอร์แดนท์ สารส้ม ใช้เวลา 2 - 12 ชั่วโมง สำหรับมอร์แดนท์สนิมเหล็ก
 - 9) ล้างน้ำเปล่า ที่อุณหภูมิห้องหลาย ๆ ครั้ง
 - 10) เตรียมสาร เพื่อกำจัดสี ส่วนที่เกิน โดยตวงน้ำเปล่าใส่ภาชนะสเตนเลส ประมาณ 20-30 ลิตร จากนั้นใส่น้ำยาล้างจาน (เช่น ซันต์ไลท์) จำนวน 20-30 ซีซี และคนให้เข้ากัน
 - 11) นำผ้าฝ้าย ที่ผ่านการย้อมสี ใส่ลงในสารละลายที่เตรียมไว้ เพื่อล้างทำความสะอาดสี ส่วนเกินออก เป็นเวลา 3 -5 นาที

- 12) ล้างน้ำที่อุณหภูมิห้องหลาย ๆ ครั้ง และนำผ้าไปบิดหมาด ตามลำดับ
- 13) นำผ้าที่ย้อมสี ไปตากแห้ง ตากลม

		
		
<p>ไม่ใช้ สารมอร์แดนท์</p>	<p>ใช้สารมอร์แดนท์ ประเภทสารส้ม</p>	<p>ใช้สารมอร์แดนท์ ประเภทสนิมเหล็ก</p>
<p>ผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายที่มัดและย้อมสีด้วยสีจากฟางข้าวฟางข้าวเจ็กเซยเสาให้ โดยใช้และไม่ใช้ สารมอร์แดนท์</p>		

ภาพที่ 42 ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายที่มัดและย้อมสีด้วยสีจากฟางข้าวฟางข้าวเจ็กเซยเสาให้
ที่มา : รัตนพล มงคลรัตนาสีทธิ และ หทัยทิพย์ ศรีชมภู (2567)

ตารางที่ 1 ตารางการย้อมสีจากฟางข้าวเจ็กเซยเส้าให้

สถานะการย้อมสี	Multifiber No. 1 (ไม่ได้แช่สารเพิ่มประจุบวก)	Multifiber No. 1 (แช่สารเพิ่มประจุบวก)
ไม้ใส่สารมอร์แดนท์	 <p>Acetate Cotton Nylon Silk Viscose Wool</p>	 <p>Acetate Cotton Nylon Silk Viscose Wool</p>
มอร์แดนท์ด้วยสารส้ม	 <p>Acetate Cotton Nylon Silk Viscose Wool</p>	 <p>Acetate Cotton Nylon Silk Viscose Wool</p>
มอร์แดนท์ด้วยสนิมเหล็ก	 <p>Acetate Cotton Nylon Silk Viscose Wool</p>	 <p>Acetate Cotton Nylon Silk Viscose Wool</p>

4.2.1.2 การย้อมสีจากใบมะม่วงมันหนองแขงบนผ้าฝ้าย และ/หรือ ผ้าเรยอน

1) การย้อมสีจากใบมะม่วงมันหนองแขงบนผ้าฝ้าย และ/หรือ ผ้าเรยอน

1.1 วัสดุและสารเคมี

1) ผ้าฝ้าย ที่ผ่านการกำจัดสิ่งสกปรกและ/หรือฟอกขาว และผ่านการแช่สารส้มเพิ่ม

2) ประจุ

- 3) โใบมะม่วงมันหนองแขง
- 4) สารส้ม
- 5) น้ำส้มเหล็ก หรือ เฟอร์รัสซัลเฟต
- 6) น้ำ



ภาพที่ 43 การย้อมสีจากใบมะม่วงมันหนองแขง

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง (2567)

1.2 การสกัดสีจากใบมะม่วงมันหนองแขง

- 1) นำใบมะม่วงมันหนองแขง ปริมาณ 3 กิโลกรัม นำมาฉีก หรือหั่น เป็นชิ้นเล็ก และเทใส่ภาชนะสแตนเลส
- 2) เติมน้ำ ใส่ไปประมาณ 30 ลิตร
(ใบมะม่วงมันหนองแขง 1 กิโลกรัม ต่อน้ำ 10 ลิตร)
- 3) ทำการต้มน้ำให้เดือด เป็นเวลา 1 ชั่วโมง
- 4) ทำการกรองใบมะม่วงมันหนองแขง ผ่านผ้าขาวบาง
- 5) เติมน้ำเปล่า ลงให้ปริมาณ ครบ 30 ลิตร
- 6) นำน้ำสีจากใบมะม่วงมันหนองแขง ที่สกัดได้ นำไปใช้ย้อมสีลงผ้าฝ้าย

1.3 อัตราส่วนของน้ำที่ใช้ย้อมสีจากใบมะม่วงมันหนองแขง


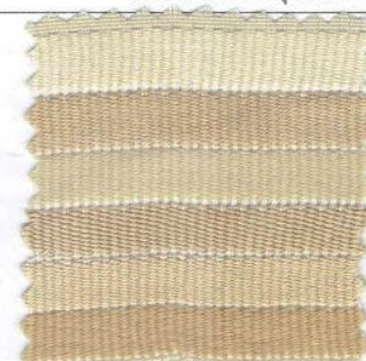




ปริมาณผ้าฝ้าย	0.5	1	2	3
ส่วนผสม	กิโลกรัม	กิโลกรัม	กิโลกรัม	กิโลกรัม
น้ำ	15 ลิตร (ใบมะม่วง 0.5 กก.)	30 ลิตร (ใบมะม่วง 3 กก.)	60 ลิตร (ใบมะม่วง 6 กก.)	90 ลิตร (ใบมะม่วง 9 กก.)

1.4 วิธีการย้อมสีจากฟางข้าวเจ๊กเซยเส้าให้และใบมะม่วงมันหนองแขง

และการทำมอร์แดนท์หลังย้อมสี

- 1) ตวงน้ำสีตามปริมาณที่ต้องการ ใส่ลงในภาชนะสเตนเลส
- 2) ใส่ผ้าฝ้าย ลงในภาชนะที่มีสารละลายสีย้อมผสมอยู่และใช้มือกดผ้าฝ้าย ให้จมลงในสารละลายสีย้อมและทำการย้อมสี ใช้เวลาประมาณ 5 นาที
- 3) เพิ่มอุณหภูมิให้ร้อนขึ้นถึงเดือด โดยทำการย้อมสีที่อุณหภูมินี้ เป็นเวลา 30 นาที ในระหว่างการย้อมสี ต้องทำให้ผ้าฝ้ายเคลื่อนที่ตลอดเวลา ทั้งนี้เพื่อป้องกันผ้าฝ้าย สีติดไม่สม่ำเสมอ
- 4) นำผ้าฝ้าย มาบิดหมาด ๆ
- 5) ถ้าต้องการทำให้ผ้าฝ้าย มีสีสว่าง (ภาพด้านล่าง) ให้ใช้สารส้มเป็นสารมอร์แดนท์ ซึ่งเตรียมสารละลายสารส้ม โดยทำการชั่งสารส้ม 50 กรัม และนำมาละลายในน้ำอุ่น 10 ลิตร (สารส้ม 5 กรัมต่อลิตร)
- 6) ถ้าต้องการทำให้ผ้าฝ้าย มีสีเทาดำ (ภาพด้านล่าง) ให้ใช้เฟอร์รัสซัลเฟตเป็นสารมอร์แดนท์ ซึ่งเตรียมสารละลายเฟอร์รัสซัลเฟต โดยทำการชั่งสารส้มมา 50 กรัม และนำมาละลายในน้ำอุ่น 10 ลิตร (สารส้ม 5 กรัมต่อลิตร)
- 7) ให้นำผ้าฝ้าย ที่ผ่านการย้อมสี ในข้อ 4) ใส่ลงในสารละลายมอร์แดนท์ โดยเลือกลักษณะของสี จากข้อ 5 หรือข้อ 6)
- 8) แช่ผ้าฝ้าย ในสารละลายมอร์แดนท์ เป็นเวลา 30 นาที สำหรับมอร์แดนท์ สารส้ม ใช้เวลา 2 - 12 ชั่วโมง สำหรับมอร์แดนท์ สนิมเหล็ก
- 9) ล้างน้ำเปล่า ที่อุณหภูมิห้องหลาย ๆ ครั้ง
- 10) เตรียมสาร เพื่อกำจัดสี ส่วนที่เกิน โดยตวงน้ำเปล่าใส่ภาชนะสเตนเลส ประมาณ 20-30 ลิตร จากนั้นใส่น้ำยาล้างจาน (เช่น ซันดีไลท์) จำนวน 20-30 ซีซี และคนให้เข้ากัน
- 11) นำผ้าฝ้าย ที่ผ่านการย้อมสี ใส่ลงในสารละลายที่เตรียมไว้ เพื่อล้างทำความสะอาดสี ส่วนเกินออก เป็นเวลา 3 -5 นาที
- 12) ล้างน้ำที่อุณหภูมิห้องหลาย ๆ ครั้ง และนำผ้าไปบิดหมาด ตามลำดับ
- 13) นำผ้าที่ย้อมสี ไปตากแห้ง ตากลม

ตารางที่ 2 ตารางการย้อมสีจากใบมะม่วงมันหนองแขง

สภาวะการย้อมสี	Multifiber No. 1 (ไม่ได้แช่สารเพิ่มประจุบวก)	Multifiber No. 1 (แช่สารเพิ่มประจุบวก)
ไม่ใส่สารมอร์แดนท์	 <p>Acetate Cotton Nylon Silk Viscose Wool</p>	 <p>Acetate Cotton Nylon Silk Viscose Wool</p>
มอร์แดนท์ด้วยสารส้ม	 <p>Acetate Cotton Nylon Silk Viscose Wool</p>	 <p>Acetate Cotton Nylon Silk Viscose Wool</p>
มอร์แดนท์ด้วยสนิมเหล็ก	 <p>Acetate Cotton Nylon Silk Viscose Wool</p>	 <p>Acetate Cotton Nylon Silk Viscose Wool</p>

และด้านการออกแบบและการสร้างต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ มีจำนวน 12 ต้นแบบ ดังนี้

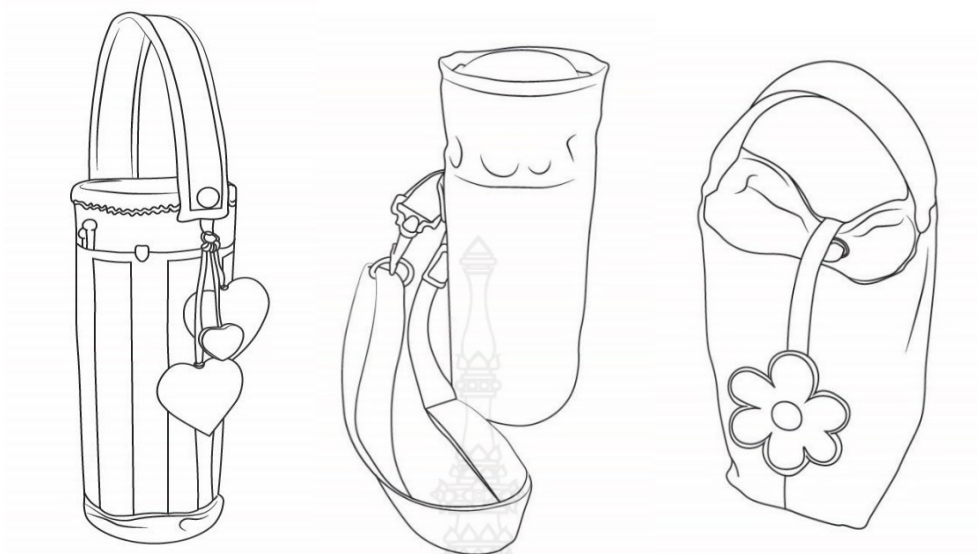
4.2.2 ผลการออกแบบผลิตภัณฑ์ OTOP นวัตกรรม จากการใช้นวัตกรรมใหม่

ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคนาศัย”

อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี จำนวน 7 ผลงาน ดังนี้

4.2.2.1 กระเป๋ากระบอกลูกแก้วเยติ

จำนวน 1 ผลงาน



ผลงาน IDEA SKETCH (ภาพแบบร่าง กระเป๋ากระบอกลูกแก้วเยติ)

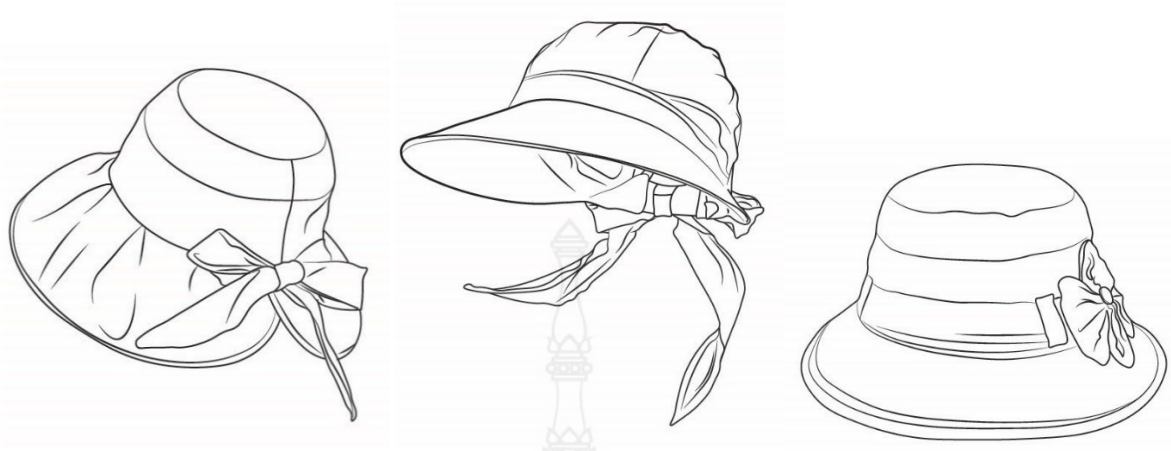


ภาพที่ 44 ผลงานต้นแบบ กระเป๋ากระบอกลูกแก้วเยติ

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง (2567)

4.2.2.2 หมวก

จำนวน 1 ผลงาน



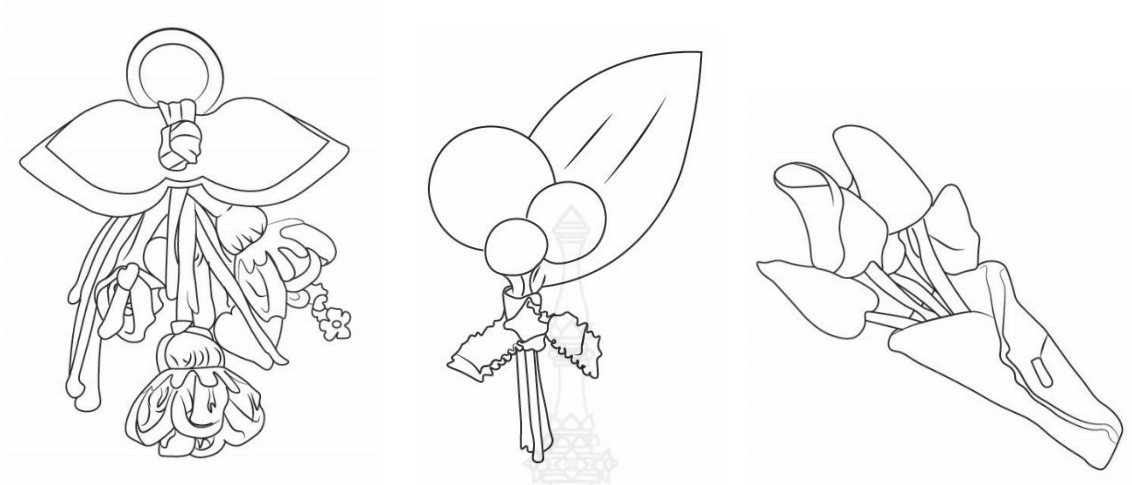
ผลงาน IDEA SKETCH (ภาพแบบร่าง หมวก)



ภาพที่ 45 ผลงานต้นแบบ หมวก
ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง (2567)

4.2.2.3 พวงกุญแจดอกไม้

จำนวน 1 ผลงาน



ผลงาน IDEA SKETCH (ภาพแบบร่าง พวงกุญแจดอกไม้)

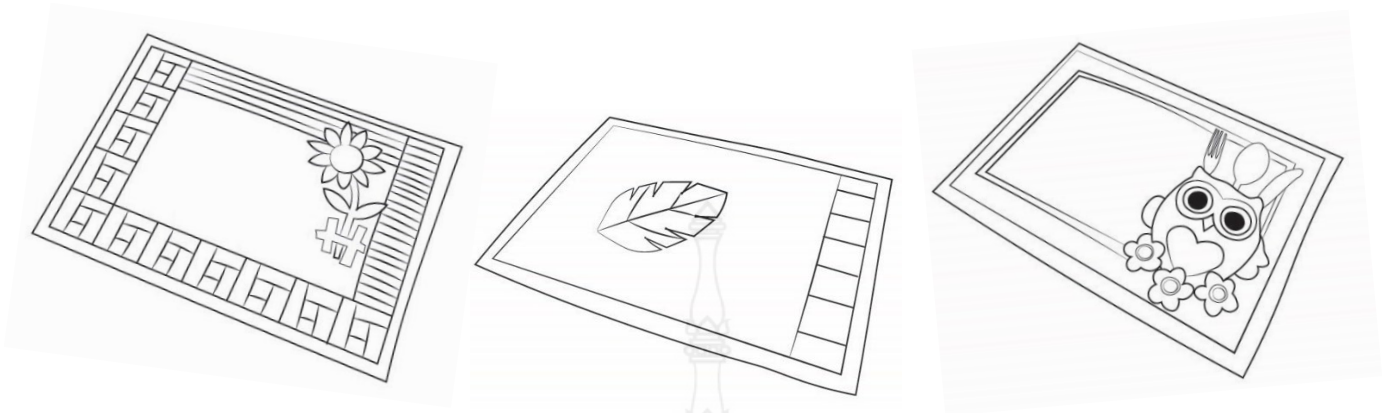


ภาพที่ 46 ผลงานต้นแบบ พวงกุญแจดอกไม้

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง (2567)

4.2.2.4 ผ้ารองจาน-รองแก้ว

จำนวน 1 ผลงาน



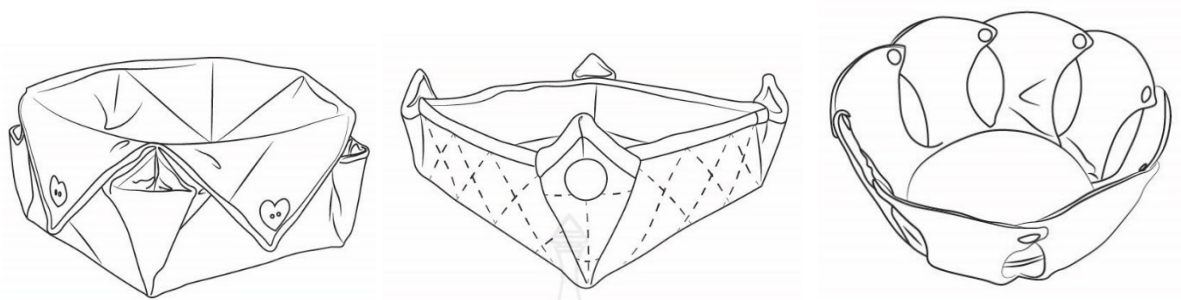
ผลงาน IDEA SKETCH (ภาพแบบร่าง ผ้ารองจาน-รองแก้ว)



ภาพที่ 47 ผลงานต้นแบบ ผ้ารองจาน-รองแก้ว

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง (2567)

4.2.2.5 ผ้ารองชุดเครื่องปรุงอาหาร จำนวน 1 ผลงาน



ผลงาน IDEA SKETCH (ภาพแบบร่าง ผ้ารองชุดเครื่องปรุงอาหาร)

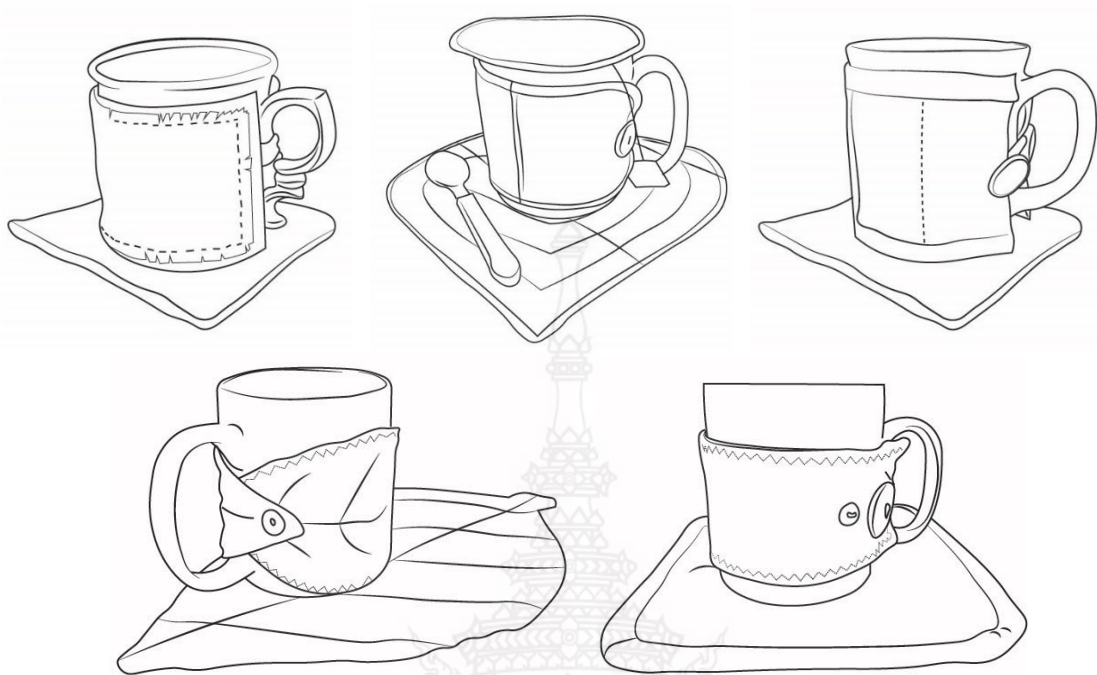


ภาพที่ 48 ผลงานต้นแบบ ผ้ารองชุดเครื่องปรุงอาหาร

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง (2567)

4.2.2.6 ผ้าพันสำหรับรองแก้ว

จำนวน 1 ผลงาน



ผลงาน IDEA SKETCH (ภาพแบบร่าง ผ้าพันสำหรับรองแก้ว)

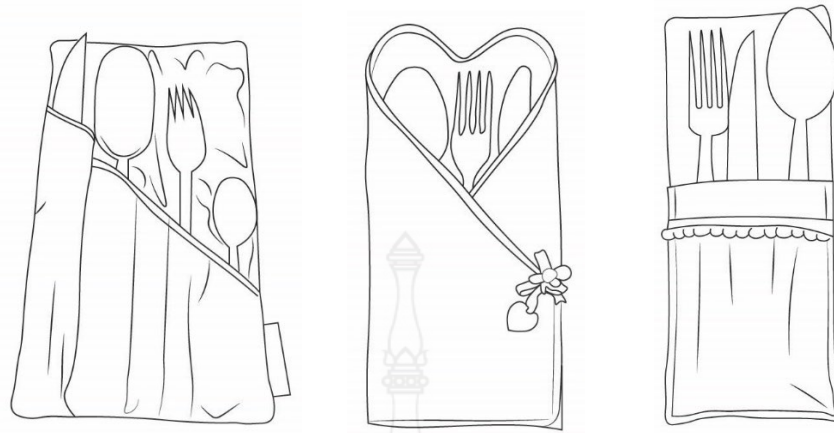


ภาพที่ 49 ผลงานต้นแบบ ผ้าพันสำหรับรองแก้ว

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง (2567)

4.2.2.7 ซองผ้าใส่ชุดช้อน-ส้อม

จำนวน 1 ผลงาน



ผลงาน IDEA SKETCH (ภาพแบบร่าง ซองผ้าใส่ชุดช้อน-ส้อม)



ภาพที่ 50 ผลงานต้นแบบ ซองผ้าใส่ชุดช้อน-ส้อม

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง (2567)



ภาพที่ 51 ผลงานต้นแบบการออกแบบผลิตภัณฑ์ OTOP นวัตกรรมี จากฐานอัตลักษณ์พืชท้องถิ่น
ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง (2567)

4.2.3 ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารและขนมท้องถิ่น

จากการวิเคราะห์ผลของการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารและขนมท้องถิ่น เป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับการจำหน่ายปลีก (รายหน่วย) เพื่อให้เกิดการยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ช่วยส่งเสริมการขายและให้เกิดการจดจำของผู้บริโภค โดยใช้หลักการออกแบบบรรจุภัณฑ์ แบ่งเป็น 2 ด้าน/ประเภท ดังนี้

4.2.3.1 ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์

4.2.3.2 ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์

4.2.3.1 ด้านการออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

- 1) ฉลากป้ายแขวน / ป้าย tag ตะกร้าจักสาน / อาหารเบรก-ชุดอาหารว่าง ใช้กระดาษอาร์ตการ์ด 130-160 แกรมม์ในการผลิตจริง เพื่อให้หนาและแข็งแรงขึ้น ไม่ฉีกขาดง่าย
- 2) ฉลากสติ๊กเกอร์ ข้าวผัดข้าวเจ๊กเซย, ขนมดอกจอก, ขนมข้าวแต๋น ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ได้ใช้กระดาษสติ๊กเกอร์เคลือบเงา ชนิดมันในการผลิตจริง ซึ่งจะได้สีสันทึบและคมชัด ใช้ระบบการพิมพ์แบบระบบดิจิทัล ที่มีระบบการพิมพ์ได้หลากหลายสี คมชัด สวยงาม และพิมพ์ได้สำหรับจำนวนการผลิตที่ไม่มากนักจนถึงจำนวนมาก ๆ ได้ จึงเหมาะสำหรับกลุ่มวิสาหกิจหรือผู้ผลิตฯ ที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจและต้องการต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่ไม่ยุ่งยาก ราคาที่ไม่แพงมากนัก เหมาะสมกับการใช้งานที่ง่าย สะดวก

4.2.3.2 ด้านการออกแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ ได้แก่

เป็นการใช้ภาพถ่ายเส้นกราฟิกในการออกแบบ สามารถสร้างอารมณ์ร่วมจากการสัมผัสด้วยสายตาได้ดี ใช้หลักเกณฑ์การออกแบบ คือ ดูร่วมสมัย เรียบง่าย สะอาดตา และนำอัตลักษณ์ของสินค้าที่ผลิตและจำหน่ายภายในท้องถิ่น ชุมชนมาใช้ประกอบ เพื่อเสนอขายแก่นักท่องเที่ยวและแขกผู้มีเกียรติที่เข้ามาท่องเที่ยวได้ดี

แนวความคิดการออกแบบ เน้นรูปแบบ สีสันทึบที่เป็นลักษณะแบบเอิร์ธโทน สไตล์แบบธรรมชาติ (ออร์แกนิกส์) จากสีสันทึบจากตัวผลิตภัณฑ์แต่ละผลิตภัณฑ์ ให้ดูสดใส มีความชัดเจนเป็นหลักของวัตถุดิบ (ข้าวเจ๊กเซยเสนาให้) และใช้บรรยากาศทุ่งนา ชาวนา รวงข้าว สัญลักษณ์ “ตาแหลว” ภายในพื้นที่การวิจัย มีข้อความในการแสดงรายละเอียดข้อมูลผลิตภัณฑ์ ได้แก่ ข้อมูลแบรนด์สินค้า คุณสมบัติผลิตภัณฑ์ การดูแลรักษา สถานที่และเบอร์ติดต่อของผู้ผลิต อีกทั้งนำอัตลักษณ์จากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น มานำเสนอประกอบแนวความคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์กับนักท่องเที่ยวที่จะได้ทราบข้อมูลและรู้จักผลิตภัณฑ์ในพื้นที่มากขึ้น

4.2.4 รูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับอาหารและขนมท้องถิ่น

ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชอานา โคนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี มีจำนวน 4 ผลงาน ดังนี้

4.2.4.1 อาหาร : ข้าวผัดข้าวเจ๊กเซย จำนวน 1 ผลงาน



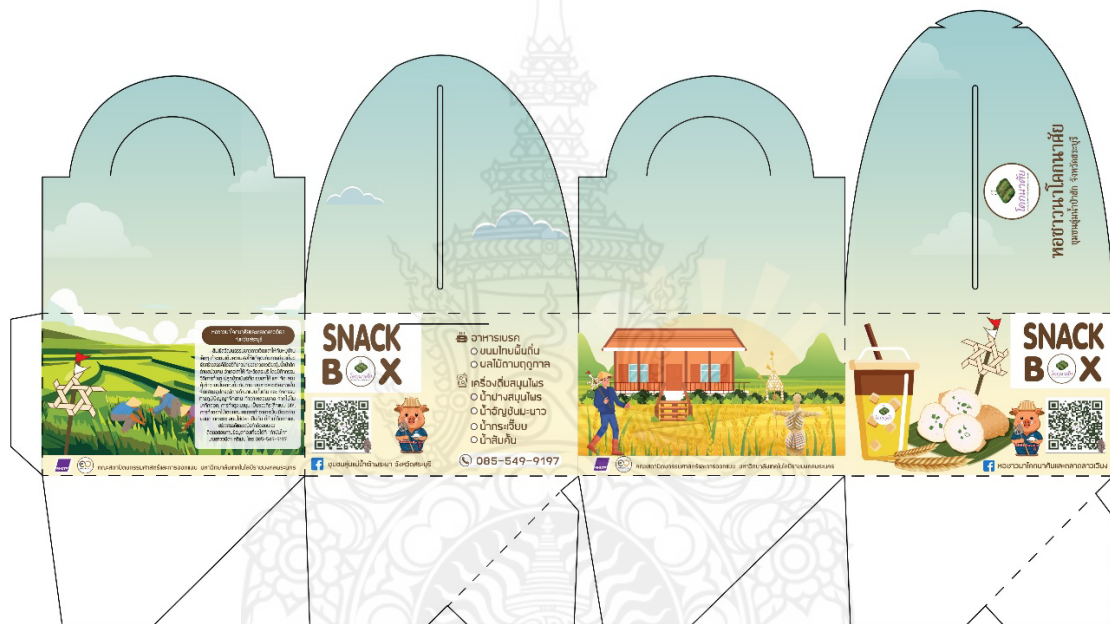
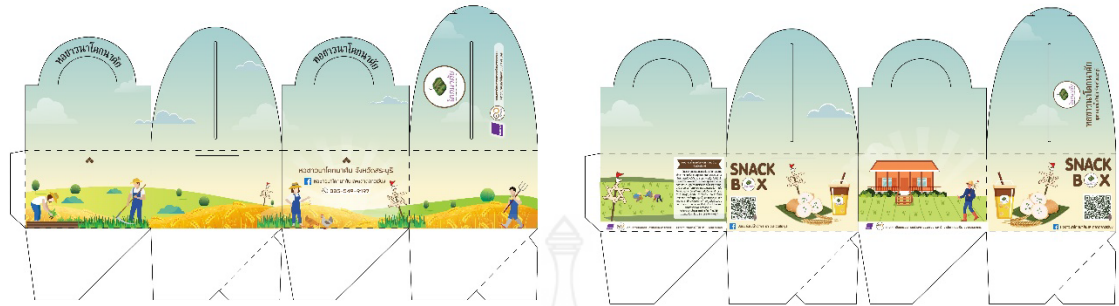
ขนาด 6.5*28 ซม.

ตัวอย่าง



ภาพที่ 52 ผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวผัดข้าวเจ๊กเซย
ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง (2567)

4.2.4.2 อาหารเบรก / ชุดอาหารว่าง จำนวน 1 ผลงาน



ภาพที่ 53 ผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์อาหารเบรก / ชุดอาหารว่าง
 ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง (2567)

4.2.4.3 ชนม : ขนมดอกจอก

จำนวน 1 ผลงาน



ขนาด 6.8*9.5 ซม.

ตัวอย่าง



ภาพที่ 54 ผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์ขนมดอกจอก

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง (2567)

4.2.4.4 ชนม : ชนมข้าวแต๋น

จำนวน 1 ผลงาน



ขนาด 10*14 ซม.

ตัวอย่าง



14

10



ภาพที่ 55 ผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์ขนมข้าวแต๋น

ที่มา : มัทธนีย์ ปรจําโมทย์เมือง (2567)

4.2.5 ผลการออกแบบป้าย tag ตะกร้าจักสาน

จำนวน 1 ผลงาน

ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี จำนวน 1 ผลงาน ดังนี้

4.2.5.1 ป้าย tag ตะกร้าจักสาน

จำนวน 1 ผลงาน



ขนาด 8.5*8 ซม.

ตัวอย่าง



ภาพที่ 56 ผลงานต้นแบบ ป้าย tag ตะกร้าจักสาน

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง (2567)



11 ซม.

11 ซม.



ภาพที่ 57 ผลงานต้นแบบ ออกแบบตราขาย

ที่มา : มัทธนี ปราโมทย์เมือง (2567)

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาและยกระดับมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาและยกระดับมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี ของกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 50 ชุด ซึ่งนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบ ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 3 แสดงข้อมูลความถี่และร้อยละของสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม (n = 50)

สถานภาพ		ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ	ชาย	11	22.00
	หญิง	39	78.00
รวม		50	100
2. ช่วงอายุ	ต่ำกว่าอายุ 20 ปี	2	4.00
	อายุ 21 - 30 ปี	9	18.00
	อายุ 31 - 40 ปี	5	10.00
	อายุ 41 - 50 ปี	16	32.00
	อายุ 51 - 60 ปี	11	22.00
	อายุ 60 ปีขึ้นไป	7	14.00
รวม		50	100
3. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	22	44.00
	ปริญญาตรี	23	46.00
	สูงกว่าปริญญาตรี	5	10.00
รวม		50	100
4. อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	3	6.00
	รับราชการ	12	24.00

	ภาคเอกชน/รัฐวิสาหกิจ	15	30.00
	รับจ้าง/ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	19	38.00
	อื่น ๆ (ว่างงาน/แม่บ้าน)	1	2.00
	รวม	50	100
5. รายได้/เดือน	ต่ำกว่า 15,000 บาท	9	18.00
	ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท	27	54.00
	ระหว่าง 25,001 – 35,000 บาท	12	24.00
	ระหว่าง 35,001 – 45,000 บาท	2	4.00
	สูงกว่า 45,000 บาท ขึ้นไป	-	-
	รวม	50	100

สรุปตารางที่ 3 กลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 50 คน ได้ตอบแบบสอบถาม พบว่า 1) เพศ ส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง (คิดร้อยละ 78.00) 2) ช่วงอายุ ส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุระหว่าง 41 - 50 ปี (คิดร้อยละ 32.00) 3) ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ คือ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (คิดร้อยละ 46.00) 4) การประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่ คือ รับจ้าง / ค้าขาย / ธุรกิจส่วนตัว (คิดร้อยละ 38.00) และ 5) รายได้/เดือน ส่วนใหญ่ คือ มีรายได้ ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท (คิดร้อยละ 54.00)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามแสดงการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาและยกระดับมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี

ตารางที่ 4 แสดงการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม ของนวัตกรรมใหม่จากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

การพัฒนาและยกระดับมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม				
รายการประเมิน	ระดับคะแนน		ระดับความพึงพอใจ	ลำดับที่
	\bar{x}	SD		
1. การออกแบบผลิตภัณฑ์ Otop นวัตกรรมของนวัตกรรมใหม่จากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น				
1.1 โครงสร้างผลิตภัณฑ์ มีความแข็งแรงทนทานต่อการใช้งาน	4.22	0.95	มาก	4

1.2 ผลิตภัณฑ์ที่มีความสะดวกสบาย ใช้งานง่าย ไม่ซับซ้อนต่อลักษณะการใช้งาน	4.24	0.77	มาก	3
1.3 สัดส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีความเหมาะสมกับลักษณะการใช้งาน	3.82	0.89	มาก	9
1.4 รูปแบบ สี สัน ลวดลายของผลิตภัณฑ์ มีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจของผู้บริโภค	4.10	0.97	มาก	5
1.5 รูปแบบผลิตภัณฑ์ มีความร่วมสมัย สามารถใช้งานได้จริง	4.26	0.98	มาก	2
1.6 ผลิตภัณฑ์ มีความเป็นอัตลักษณ์ที่องถิ่น และแสดงความคิดสร้างสรรค์ได้ดี	4.30	0.88	มาก	1
1.7 การเลือกใช้วัสดุ ในการผลิต มีความเหมาะสม สวยงามและเกิดประโยชน์ดี	4.08	0.77	มาก	7
1.8 วัสดุหลักและวัสดุรอง ที่ใช้ผลิตมีความเหมาะสม สอดคล้องกับวัสดุที่มีจากรฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น	4.04	0.78	มาก	8
1.9 ภาพรวมของการออกแบบผลิตภัณฑ์ สามารถช่วยยกระดับมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าผลิตภัณฑ์ Otop นวัตกรรมี ได้ดี	4.10	0.86	มาก	5
รวม	4.12	0.87	มาก	
2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ Otop นวัตกรรมีจากรฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น				
2.1 รูปแบบของโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ โดยรวม มีความเหมาะสมกับตัวผลิตภัณฑ์	3.92	0.89	มาก	8
2.2 บรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดสัดส่วนที่เหมาะสมพอดีต่อจำนวนผลิตภัณฑ์ที่บรรจุภายใน	4.04	1.04	มาก	4
2.3 วัสดุโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม	3.96	0.94	มาก	7
2.4 บรรจุภัณฑ์สามารถปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี	3.98	0.95	มาก	6
2.5 การใช้รูปแบบ สี สัน ลวดลายบนงาน	4.40	0.83	มาก	1

กราฟิกบรรจุภัณฑ์ มีความสวยงาม น่าสนใจแก่ผู้บริโภคได้ดี				
2.6 รูปภาพ เนื้อหา สื่อแสดงถึงฐาน อัตลักษณ์ท้องถิ่นของพื้นที่วิจัย ได้ อย่างเหมาะสม สอดคล้อง สวยงาม	4.32	0.95	มาก	2
2.7 การใช้รูปแบบตัวอักษร มีความสอด คล้อง อ่านง่าย เหมาะสมกับการใช้งาน	3.74	0.94	มาก	9
2.8 การแสดงรายละเอียดข้อมูลบนบรรจุ ภัณฑ์ มีความเหมาะสม ครบถ้วน	4.04	0.90	มาก	4
2.9 ภาพรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ สามารถช่วยยกระดับมูลค่าเพิ่มให้แก่ สินค้าผลิตภัณฑ์ Otop นวัตกรรมได้ดี	4.10	1.03	มาก	3
รวม	4.05	0.94	มาก	
รวมทั้งสิ้น	4.08	0.90	มาก	

สรุปตารางที่ 4.4 กลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 50 คน ได้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม ของนวัตกรรมใหม่จากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคนาค้าย” อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.06 และสามารถแยกรายละเอียดการประเมินผลรายหัวข้อ ดังนี้

1. การออกแบบผลิตภัณฑ์ Otop นวัตกรรมของนวัตกรรมใหม่จากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยพบว่า :

1.1) โดยภาพรวมของการออกแบบผลิตภัณฑ์ Otop นวัตกรรม สามารถจะช่วยยกระดับและ

เพิ่มมูลค่าสินค้าได้ดี อยู่ในระดับความพึงพอใจที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12

1.2) โดยมีข้อ 1.6 คือ เป็นผลิตภัณฑ์ ที่สื่อความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น และแสดงความคิดสร้างสรรค์ได้ดี นำพืชจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ทั้ง 2 ชนิด คือ ฟางข้าวแจ็กเชยเสนาห์และ ใบมะม่วงมันหนองแขง อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี มาสร้างนวัตกรรมใหม่ คือ คือ การสกัดสี การย้อมสีจากธรรมชาติ และมีการสร้างลวดลายมัดย้อมลงบนผืนผ้าจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น แล้วนำผืนผ้าที่ได้เป็นทำการตัดเย็บเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับความพึงพอใจที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.30

2. การออกแบบบรรจุภัณฑ์ Otop นวัตกรรมจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยพบว่า :

2.1) โดยภาพรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ Otop นวัตกรรมจากฐานอัตลักษณ์

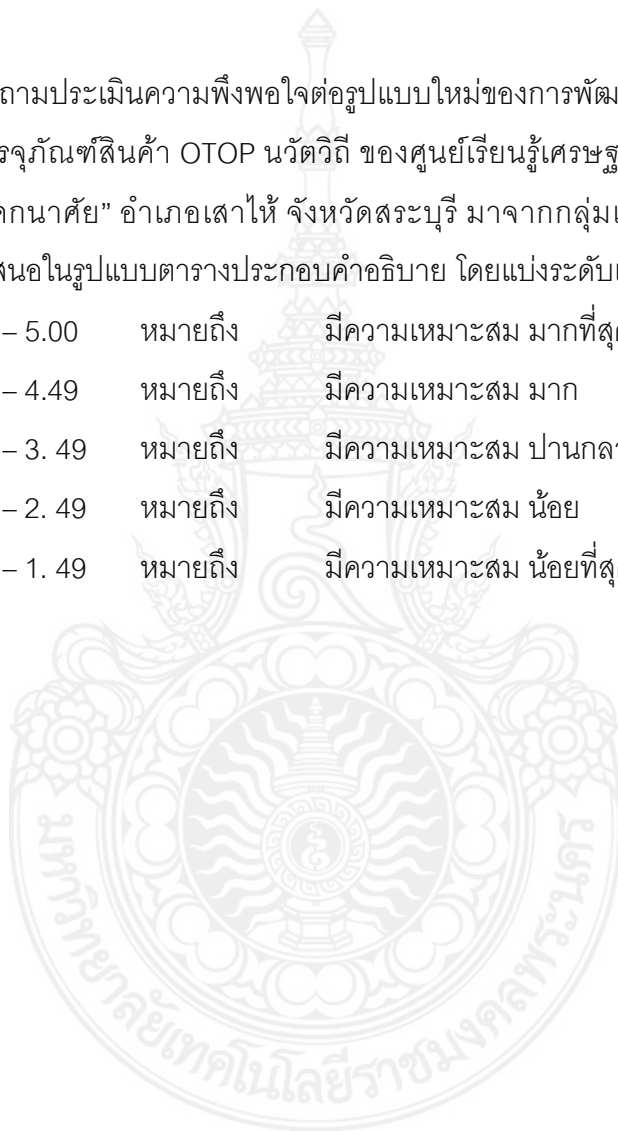
ท้องถิ่น อยู่ในระดับความพึงพอใจที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05

2.2) โดยมีข้อ 2.5 คือ รูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีการใช้รูปแบบ สี สัน และ ลวดลายบนงานกราฟิกบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม สวยงาม น่าสนใจแก่ผู้บริโภคได้ดี อยู่ในระดับ ความพึงพอใจที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40

3) ภาพรวมของโครงการวิจัยนี้ อยู่ในระดับความพึงพอใจที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08

โดยแบบสอบถามประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาและยกระดับมูลค่าเพิ่ม แก่ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี มาจากกลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 50 ชุด ได้นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำอธิบาย โดยแบ่งระดับเกณฑ์ประเมิน ดังนี้

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



บทที่ 5

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

ตามโครงการวิจัย เรื่อง “การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น สู่อุตสาหกรรมมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่” มีการสรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะของการวิจัย ดังนี้

- 5.1 สรุปผลการวิจัย
- 5.2 อภิปรายผลการวิจัย
- 5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

5.1 สรุปผลการวิจัย

โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methodology Research) มีผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ประการ ดังนี้

5.1.1 สรุปผลการหาอัตลักษณ์ท้องถิ่นของพื้นที่การศึกษา ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมต่าง ๆ ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนาโมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี

5.1.1.1) พื้นที่อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี เป็นพื้นที่เกษตรกรรมที่มีการปลูกข้าว เป็นพืชเศรษฐกิจหลักของจังหวัดสระบุรี เป็นอันดับที่ 1 เป็นแหล่งผลิตข้าวที่สำคัญแหล่งหนึ่งของประเทศไทย สามารถปลูกข้าวได้ทั้งข้าวนาปีและข้าวนาปรัง โดยอาศัยน้ำฝนตามธรรมชาติและน้ำ ทำให้เกษตรกรบางส่วนสามารถปลูกข้าวได้ 2-3 ครั้งต่อปี หรือ 5 ครั้งต่อ 2 ปี โดยเฉพาะอำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี ที่มีการปลูกข้าวเจ้าเขยเสนาห์ ที่เป็นข้าวที่ปลูกเฉพาะถิ่นที่ได้รับการรับรองเป็นสินค้าเกษตรตามสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications : GI) (สำนักงานการเกษตรจังหวัดสระบุรี. 2566) แต่หลังจากเก็บเกี่ยวข้าวแล้วพบว่า จะมีเศษวัสดุเหลือทิ้งทางเกษตร อย่างตอซังข้าวและฟางข้าวเจ้าเขยเสนาห์ ที่มีเหลือเป็นจำนวนมาก แล พืชอีกชนิดที่ปลูกภายในพื้นที่จำนวนมาก คือ มะม่วงมันหนองแขง ที่เป็นสินค้าเกษตรตามสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications : GI) (สำนักงานการเกษตรจังหวัดสระบุรี. 2566) ด้วยเช่นกัน ดังนั้นผู้นำชุมชนและประชาชนภายในพื้นที่ จึงอยากนำฟางข้าวเจ้าเขยเสนาห์ และใบมะม่วงมันหนองแขง มาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อไป

5.1.1.2) ฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น : ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนาโมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเสนาห์ จังหวัดสระบุรี

- 1) กลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง ภายในพื้นที่อำเภอเสนาห์ เป็นผู้สืบเชื้อสายคนลาวจาก

เมืองเวียงจันทน์ ซึ่งอพยพหลบหนีกองทัพพม่า เข้ามาบนแผ่นดินสยาม เมื่อครั้งกองทัพพม่ายกทัพเข้าตี กรุงศรีสัตนาคนหุต ตรงกับยุคแผ่นดินสมเด็จพระมหาจักรพรรดิ มีบันทึกว่ากลุ่มคนลาวจากเวียงจันทน์ ส่วนหนึ่งได้เข้ามาตั้งถิ่นฐานในพื้นที่จังหวัดสระบุรี หลายครอบครัวตั้งบ้านเรือนอยู่ในพื้นที่อำเภอเสาให้ จังหวัดสระบุรี (อ้างอิง : <https://waymagazine.org/rice-life-sao-hai-saraburi>)

2) อาหารและขนมท้องถิ่น

ข้าวผัดข้าวเจ๊กเซย ที่เป็นการนำข้าวพันธุ์พื้นเมืองมาประกอบอาหาร มีวัตถุดิบหลัก คือ ข้าวเจ๊กเซยและไข่ผ่า เป็นข้าวผัด Super Food ที่ได้รับรางวัล 1 จังหวัด 1 เมนู เชิดชูอาหารถิ่น จาก กระทรวงวัฒนธรรม เมื่อวันที่ 20 กันยายน 2567 ที่ผ่านมา

ขนมดอกจอก เป็นขนมไทยท้องถิ่น ที่มีลักษณะคล้ายดอกไม้ ทำจากแป้งข้าวเจ้า แป้งมัน หัวกะทิ น้ำตาลทราย ไข่ไก่ นำมาผสมกัน มีรสชาติหวานและมันของกะทิ กรอบหอม รับประทานเป็นอาหารว่าง

ขนมข้าวแต๋น หรือเรียกว่า “ขนมนางเล็ด” หรือ “ขนมข้าวพอง” เป็นขนมไทยท้องถิ่น ที่มีจุดเริ่มต้นมาจากการถนอมอาหารแบบดั้งเดิม ทำจากข้าวเหนียวสุกที่เหลือจากการบริโภค นำมาปั้นเป็นก้อนกลม กดให้แบน จากนั้นตากแดดไว้ เอามาทอดกรอบให้พอง จากนั้นราดด้วยน้ำตาล อ้อยเคี้ยว ที่มีลักษณะเป็นแผ่นบาง กรอบมัน รับประทานเป็นอาหารว่าง

3) งานหัตถกรรมท้องถิ่น

ตะกร้าสาน เป็นงานหัตถกรรมจักสาน ที่มีลวดลาย สีสันสวยงาม การออกแบบ ตามความต้องการของลูกค้า ที่มีความละเอียดประณีต แข็งแรงคงทน ราคาไม่แพง ใช้งานได้เป็น ไม้ไผ่ และเส้นพลาสติก เป็นส่วนใหญ่ มีการพัฒนาด้านการใช้งานและรูปแบบที่หลากหลายและร่วมสมัย อาทิ ตะกร้าสาน แก้วเยติ กระจาด เป็นต้น ถือเป็นผลงานการสร้างสรรค์ผลงานที่ประสานภูมิปัญญาของคน รุ่นเก่ากับคนรุ่นใหม่ภายในชุมชน ให้เข้ากันได้อย่างลงตัวและเหมาะสม

5.1.2 สรุปผลการสร้างและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจาก การใช้นวัตกรรมใหม่ ให้เกิดการยกระดับมูลค่าเพิ่มสินค้าจากบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น

5.1.2.1 การออกแบบ การสร้างและผลิตต้นแบบผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ได้แก่ ชุดผลิตภัณฑ์บนโต๊ะรับประทานอาหาร โดยผลิตภัณฑ์ทั้งหมดเป็นการสกัดสี การย้อมสีและการมัดย้อม ลวดลายบนผ้าฝ้าย ซึ่งเป็นสีจากธรรมชาติ คือ ฟางข้าวเจ๊กเซยเสาให้ และใบมะม่วงมันหนองแซง ที่เป็นพืชเศรษฐกิจจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอเสาให้ จังหวัดสระบุรีและจากศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนาโมเดล “หอชามวา โคกนาศัย” อำเภอเสาให้ จังหวัดสระบุรี จากนั้นนำผ้าฝ้ายที่ได้ไปทำการตัดเย็บเป็นผลิตภัณฑ์รูปแบบต่าง ๆ ได้แก่ กระเป๋ากระบอ/แก้วเยติ, หมวกพวงกุญแจดอกไม้, ผ้ารองจาน-รองแก้ว, ผ้ารองชุดเครื่องปรุงอาหาร, ผ้าพันสำหรับรองแก้ว, ซองผ้าใส่ชุดช้อน-ส้อม โดยใช้การตกแต่งผ้า ด้วยสีสันทันและลวดลายของเมล็ดข้าว ที่ต้องการสื่อถึงวัตถุดิบที่เป็นอัตลักษณ์ของพื้นที่

โดดเด่นทางเกษตรกรรม “การทำนาข้าวเจ้าเขยเส้าไห้” โดยมีหลักแนวคิดในการเลือกผลิตภัณฑ์ชุดดังกล่าว เพื่อใช้ผลิตและจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว และให้แขกผู้มีเกียรติ แขกผู้มาเยือนจากหน่วยงานและองค์กรต่าง ๆ ที่มาเยี่ยมชม ศึกษาดูงานและการฝึกอบรม เพื่อใช้รับรองการรับประทานอาหารกับทางศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนาโมเดล “หอชาวนา โคนาศัย” อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี ดังต่อไปนี้

5.1.2.2 การออกแบบ การสร้างและผลิตต้นแบบบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมได้แก่ บรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวมัดข้าวเจ้าเขยเส้าไห้, ขนมดอกจอก, ขนมข้าวแต๋น และป้ายแขวน tag ของตะกร้าจักสานต่าง ๆ โดยเป็นการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับการจำหน่ายปลีก (รายหน่วย) เพื่อให้เกิดการยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ช่วยส่งเสริมการขาย และเกิดการจดจำของผู้บริโภค เป็นลักษณะของฉลากสติ๊กเกอร์, ฉลากป้าย tag และรูปแบบกล่องสีเหลี่ยมแบบมาตรฐาน ที่เน้นรูปแบบมาตรฐานที่มีจำหน่ายภายในท้องตลาด สีสันทันเป็นลักษณะแบบเอิร์ธโทน สไตล์แบบธรรมชาติ (ออร์แกนิกส์) จากสีสันทันจากตัวผลิตภัณฑ์แต่ละผลิตภัณฑ์ให้ดูสดใส มีความชัดเจนเป็นหลักของวัตถุดิบ (ข้าวเจ้าเขยเส้าไห้) และใช้บรรยากาศทุ่งนา ชาวนา รวงข้าว สัญลักษณ์ “ตาแหลว” ภายในพื้นที่การวิจัย วัสดุที่ใช้ผลิต เป็นกระดาษสติ๊กเกอร์เคลือบเงา ชนิดมัน ใช้ระบบการพิมพ์ แบบระบบดิจิทัล ที่มีระบบการพิมพ์ได้หลากหลายสี คมชัด สวยงามและพิมพ์ได้สำหรับจำนวนการผลิตที่ไม่มากนัก จึงเหมาะสำหรับกลุ่มผู้ผลิตฯ ที่เพิ่งเริ่มต้นธุรกิจได้ดี

5.1.3 สรุปผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาและยกระดับมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนาโมเดล “หอชาวนา โคนาศัย” อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี

5.1.3.1 ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มเป้าหมาย (กลุ่มตัวอย่าง) มีจำนวน 50 คน พบว่า 1) เพศ ส่วนใหญ่ คือ เพศหญิง (คิดร้อยละ 78.00) 2) ช่วงอายุ ส่วนใหญ่ คือ ช่วงอายุระหว่าง 41 - 50 ปี (คิดร้อยละ 32.00) 3) ระดับการศึกษา ส่วนใหญ่ คือ จบการศึกษาระดับปริญญาตรี (คิดร้อยละ 46.00) 4) การประกอบอาชีพ ส่วนใหญ่ คือ รับจ้าง / ค่าขาย / ธุรกิจส่วนตัว (คิดร้อยละ 38.00) และ 5) รายได้/เดือน ส่วนใหญ่ คือ มีรายได้ ระหว่าง 15,001 – 25,000 บาท (คิดร้อยละ 54.00)

5.1.3.2 ตอนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาและยกระดับมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคนาศัย” อำเภอเส้าไห้ จังหวัดสระบุรี ดังนี้

1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ Otop นวัตกรรมของนวัตกรรมใหม่จากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยพบว่า :

1.1) โดยภาพรวมของการออกแบบผลิตภัณฑ์ Otop นวัตกรรม สามารถจะช่วยยก

ระดับและเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ดี อยู่ในระดับความพึงพอใจที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12

1.2) โดยมีข้อ 1.6 คือ เป็นผลิตภัณฑ์ ที่สื่อความเป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่น และแสดงความคิดสร้างสรรค์ได้ดี นำพืชจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ทั้ง 2 ชนิด คือ ฟางข้าวเจ็กเขยเส้าให้ และ ใบมะม่วงมันหนองแขง อำเภอเส้าให้ จังหวัดสระบุรี มาสร้างนวัตกรรมใหม่ คือ การสกัดสี การย้อมสีจากธรรมชาติ และมีการสร้างลวดลายมัดย้อมลงบนผืนผ้าจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น แล้วนำผืนผ้าที่ได้เป็นทำการตัดเย็บเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ อยู่ในระดับความพึงพอใจที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.30

2) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ Otop นวัตกรรมจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยพบว่า :

2.1) โดยภาพรวมของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ Otop นวัตกรรมจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น อยู่ในระดับความพึงพอใจที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05

2.2) โดยมีข้อ 2.5 คือ รูปแบบของการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีการใช้รูปแบบ สี สัน และลวดลายบนงานกราฟิกบรรจุภัณฑ์ มีความเหมาะสม สวยงาม น่าสนใจแก่ผู้บริโภคได้ดี อยู่ในระดับความพึงพอใจที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.40

3) ภาพรวมของโครงการวิจัยนี้ อยู่ในระดับความพึงพอใจที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08

5.2 อภิปรายผลการวิจัย

5.2.1 การอภิปรายผลการวิจัยนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสานวิธี (Mixed Method Approach) ทั้งการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ในการเก็บข้อมูลเชิงพื้นที่ การสำรวจ การสัมภาษณ์และการสอบถาม และการวิจัยเชิงปริมาณ ในการประเมินผลความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายและการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า “การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOp นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่” เป็นการนำฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาศัย” อำเภอเส้าให้ จังหวัดสระบุรี คือ คือ ฟางข้าวเจ็กเขยเส้าให้ และใบมะม่วงมันหนองแขง ที่เป็นพืชเศรษฐกิจจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นของอำเภอเส้าให้ จังหวัดสระบุรี มาใช้ในการสกัดสี การย้อมสีจากธรรมชาติ และมีการสร้างลวดลายมัดย้อมต่าง ๆ ลงบนผืนผ้า แล้วนำผืนผ้าที่ได้เป็นทำการตัดเย็บเป็นรูปแบบผลิตภัณฑ์ประเภทต่าง ๆ ให้เกิดเป็นของที่ระลึกแก่นักท่องเที่ยวและแขกผู้มาเยือน โดยใช้การมีส่วนร่วมของพื้นที่วิจัยภายในท้องถิ่น ชุมชนในการพิจารณาอัตลักษณ์ที่ได้นี้

5.2.2 การอภิปรายผลการออกแบบ การสร้างและการผลิตต้นแบบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOp นวัตกรรม เป็นการลงพื้นที่เก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ แล้วนำมาวิเคราะห์ผล โดยการพิจารณาจากหลักการออกแบบผลิตภัณฑ์ของทุนจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น ให้เกิดผลทั้ง 1) คุณค่าทางด้านประโยชน์ใช้สอย เพื่อสนองความต้องการหน้าที่การใช้งานให้ได้ครบถ้วน เหมาะสม และ 2)

คุณค่าด้านความงาม ทั้งรูปแบบ สี สัน ลวดลาย ให้เกิดความสวยงาม อีกทั้งคุณค่าทางวัสดุ ที่มีการใช้ วัสดุและกระบวนการผลิตของผลิตภัณฑ์ ให้เกิดงานภายในชุมชน โดยสามารถตอบสนองความต้องการ ของพื้นที่วิจัยและความต้องการของผู้บริโภค ซึ่งได้ต้นแบบผลิตภัณฑ์ จำนวน 7 ผลงาน และต้นแบบ บรรจุภัณฑ์ จำนวน 5 ผลงาน โดยใช้การมีส่วนร่วมของพื้นที่วิจัยภายในท้องถิ่น ชุมชนในการทำงานครั้งนี้ ทั้งในทางตรงและทางอ้อมในการกำหนดแนวความคิด แนวทางการออกแบบ การสร้าง-การผลิต ต้นแบบ การประเมินผลงาน และการฝึกอบรม การเผยแพร่และนำไปใช้ประโยชน์ โดยการถ่ายทอดองค์ ความรู้และเทคโนโลยีต่อชุมชน เพื่อเป็นแนวทางในการเพิ่มทักษะและการประกอบอาชีพให้แก่ ประชาชนและผู้สนใจภายในพื้นที่ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาคัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี และพื้นที่ใกล้เคียงต่อไป

5.2.3 การอภิปรายผลประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบใหม่ของการพัฒนาและยกระดับ มูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรม ของศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคก หนองนา โมเดล “หอชาวนา โคกนาคัย” อำเภอเสนาให้ จังหวัดสระบุรี โดยภาพรวม อยู่ในระดับความพึง พพอใจที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.08 และแยกด้านการออกแบบ การสร้างและการผลิตต้นแบบ ดังนี้

1) การออกแบบผลิตภัณฑ์ Otop นวัตกรรม สามารถจะช่วยยกระดับและเพิ่มมูลค่าสินค้าได้ดี อยู่ในระดับ ความพึงพอใจที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.12 และ 2) การออกแบบบรรจุภัณฑ์ Otop นวัตกรรมจากฐานอัต ลักษณะท้องถิ่น อยู่ในระดับความพึงพอใจที่ระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 4.05

5.3 ข้อเสนอแนะการวิจัย

5.3.1 ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ อยากได้และให้เพิ่มเติม ประเภทอาหารและขนมสด ที่เป็นอัตลักษณ์ของชาวลาวเวียงมากขึ้น อาทิ ขนมดาตกระทะ, ขนมเปียกปูนจากข้าวเจ๊กเซยเสนาให้ และ น้ำสมุนไพรต่าง ๆ

5.3.2 การใช้วัสดุในการผลิตของบรรจุภัณฑ์ อยากให้มีวัสดุที่เป็นธรรมชาติเพิ่มเติม โดยเฉพาะ วัสดุดิบในท้องถิ่น

5.3.3 ด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ อาจมีการพัฒนารูปแบบ ลักษณะของผลิตภัณฑ์ให้มีความ หลากหลายมากขึ้น เพราะขยายความต้องการของกลุ่มลูกค้า

5.3.4 อาจมีการออกแบบ ผลิตภัณฑ์ประชาสัมพันธ์ประเภทต่าง ๆ ร่วมเพิ่มขึ้น เพื่อช่วยประชา สัมพันธ์และเกิดการบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นได้กว้างและมากขึ้นต่อไป

บรรณานุกรม

- ณนกร อุไรรัตน์. (2559). **การศึกษาเพื่อพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ข้าวเจ้าเกษงเส้าให้
จังหวัดสระบุรี**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- ณัฐวุฒิ เงาะหวาน และ เกษม มานะรุ่งวิทย์. (2565). **การศึกษาการย้อมสีเส้นด้ายฝ้ายด้วยสี
ธรรมชาติจากใบสาบเสือ**. วารสารสังคมศาสตร์วิชาการ. 15(1), มกราคม-มิถุนายน 2565.
- เทิดชาย ช่วยบำรุง. (2554). **ภูมิปัญญาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์**. พิมพ์ครั้งที่ 1 .
กรุงเทพฯ : บริษัท เอ.พี. กราฟิค ดีไซน์และการพิมพ์ จำกัด.
- ธารณี นวสันธิ์ และ สุชุม คงดิษฐ์. (2561). **แนวทางการบูรณาการรูปแบบการท่องเที่ยวจาก
ฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การท่องเที่ยววิถีไทยอย่างสร้างสรรค์ ในจังหวัด
พระนครศรีอยุธยา**. (รายงานผลการวิจัย). พระนครศรีอยุธยา : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลสุวรรณภูมิ
- นวลน้อย บุญวงษ์. (2542). **หลักการออกแบบ**. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่ง
จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นิรัช สุดสังข์. (2548). **การวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์
- ประชาติ ทินบุตร. (2530). **การออกแบบบรรจุภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : โอเดียนสโตร์.
- มัทณี ปราโมทย์เมือง และ รุจิวรรณ อันสงคราม. (2565). **การพัฒนาและยกระดับผลิตภัณฑ์
การเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนอย่างยั่งยืน : กลุ่มข้าวเจ้า
เกษงเส้าให้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี**. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- มัทณี ปราโมทย์เมือง และคณะ. (2566). **การพัฒนาและยกระดับการท่องเที่ยวชุมชน OTOP
นวัตกรรมแบบบูรณาการเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน : ตำบลบางงาม อำเภอศรีประจันต์ จังหวัด
สุพรรณบุรี**. (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- มานิช กงกะนันท์. (2559). **ศิลปะการออกแบบ**. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ยุลดา ทรัพย์สมบูรณ์ และวริยา ภัทรภิญโญพงศ์. (2564). **แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
อาหารอย่างสร้างสรรค์ กรณีศึกษา กลุ่มชาติพันธุ์ลาวเวียง ตำบลม่วงงาม อำเภอเส้าให้
จังหวัดสระบุรี**. วารสารศิลปศาสตร์ปริทัศน์. 16(2), กรกฎาคม-ธันวาคม 2564.
- รัตนพล มงคลรัตนาลิทธิ, จรุง ค่ายจ้อย และนางสาวหทัยทิพย์ ศรีชมภู. (2566). **การย้อมสีจาก
ฟางข้าวและสีครามจากธรรมชาติบนผ้าฝ้าย**. คณะอุตสาหกรรมสิ่งทอและออกแบบ
แฟชั่น มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

วัชรินทร์ จรุงจิตสุนทร. (2548). **หลักการและแนวคิดการออกแบบผลิตภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : แอ๊ป
บุ๊กพริ้นต์ติ้งกรุ๊ปจำกัด.

ศักรินทร์ หงส์รัตนาวรกิจ, สุภัตญา จันทกุล และ ขจร อิศราสุชีพ. (2567). **การพัฒนาผลิตภัณฑ์
ของตกแต่งบนโต๊ะรับประทานอาหารจากผ้าทอกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าพื้นเมือง
อำเภอบ้านคา จังหวัดราชบุรี**. Suan Sunandha Asian Social Science journal. 18(1),
มกราคม-มิถุนายน 2567.

สุมาลี ทองรุ่งโรจน์. (2555). **Packaging Design ออกแบบบรรจุภัณฑ์**. กรุงเทพฯ : วาดศิลป์.

วรพงศ์ วรชาติอุดมพงศ์. (2545). **การออกแบบกราฟิก**. กรุงเทพฯ : ศิลปাবรรณาการ.

อรัญ วานิชกร. (2559). **การออกแบบผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น**. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย.

องค์การบริหารส่วนตำบลม่วงงาม. (2564). **แผนพัฒนาท้องถิ่น 2561-2565 เพิ่มเติมการแก้ไข
เปลี่ยนแปลง ฉบับที่ 7**. สืบค้น 1 มีนาคม 2565, จาก <http://www.moungngam.go.th>.

https://www.facebook.com/KokNaSai?locale=th_TH

<http://www.moungngam.go.th/index.php>

<https://waymagazine.org/rice-life-sao-hai-saraburi>

<https://saraburi.doae.go.th/province/>

<https://www.pinterest.com>



ภาคผนวก

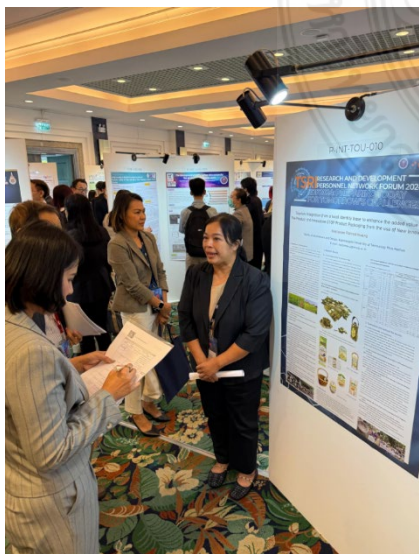
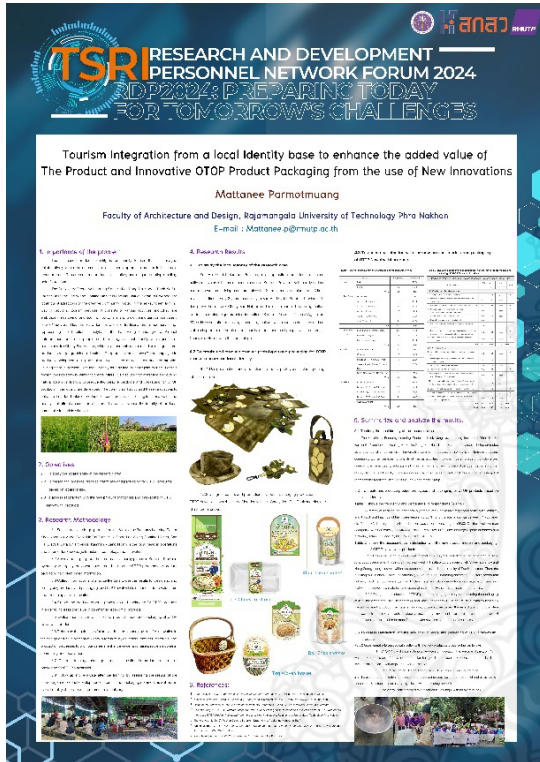


ภาคผนวก ข. การนำเสนอผลงานและเผยแพร่ผลงานการวิจัย

**TSRI Research and Development Personnel Network Forum 2024 TSRI-RDP 2024:
Preparing Today for Tomorrow's Challenges**

"การประชุมเครือข่ายบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม ประจำปี พ.ศ. 2567"

วันที่ 21 - 23 พฤศจิกายน 2567 ณ โรงแรม เดอะรีเจ้นท์ ซะอำบีช รีสอร์ท จังหวัดประจวบคีรีขันธ์



ภาคผนวก ค. การฝึกอบรม และการถ่ายทอดองค์ความรู้-เทคโนโลยีต่อชุมชน

ภาพกิจกรรมการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยี

โครงการวิจัย เรื่อง การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่

กิจกรรมที่ 1 : เทคนิคการย้อมสีธรรมชาติจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น



กิจกรรมที่ 2 : การสร้างสรรค์งานมัดย้อมจากเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติ



ภาคผนวก ค. การฝึกอบรม และการถ่ายทอดองค์ความรู้-เทคโนโลยีต่อชุมชน

กิจกรรมที่ 3 : การพัฒนาผลิตภัณฑ์และตกแต่งงานผ้าจากสีธรรมชาติ (ผ้าไทย)



ภาคผนวก จ. การลงพื้นที่การวิจัย โดยเป็นการทำงานโดยมีส่วนร่วมกับชุมชน

ศูนย์เรียนรู้เศรษฐกิจพอเพียง โคกหนองนา โมเดล “หอชอานา โคนาศัย” อ.เส้าไห้ จ.สระบุรี



ภาคผนวก ฉ. ขอบจริยธรรมวิจัยในมนุษย์



มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
ใบรับรองการประเมินจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

ประเภทโครงการวิจัย : แบบยกเว้น (Exemption Review)
รหัสโครงการ : IRB-010-2024
ชื่อโครงการวิจัย
(ภาษาไทย) : การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น สู่การยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่
(ภาษาอังกฤษ) : Tourism Integration from a local Identity base to Enhance the added value of The Product and Innovative OTOP Product Packaging from the use of New Innovations.
หัวหน้าโครงการวิจัย : นางมีถนั ปราโมทย์เมือง
สถาบันที่สังกัด : คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์และการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
หมายเลขหนังสือรับรอง : IRB-COE-012-2024
วันที่ออกเอกสารรับรอง : 9 เมษายน 2567
วันหมดอายุเอกสารรับรอง : วันที่สิ้นสุดการดำเนินโครงการวิจัย

โครงการวิจัยนี้ได้รับการประเมินจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

ลงนาม.....

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริญญ์ บุญกนิษฐ)

ประธานคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

**** หัวหน้าโครงการวิจัย**

- ปี 2564-2565 โครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการ (1 ตำบล 1 มหาวิทยาลัย) หัวหน้าโครงการ ผู้รับผิดชอบพื้นที่ตำบลบางงาม จังหวัดสุพรรณบุรี
- ปี 2565 โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ๊กเซยเส้าให้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี เพื่อมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ของเศรษฐกิจชุมชน
- ปี 2565 โครงการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ข้าวเจ๊กเซยเส้าให้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี
- ปี 2565 โครงการจัดการความรู้และถ่ายทอดเทคโนโลยีเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์ผ้าขาวม้าทอมือ จังหวัดชลบุรี
- ปี 2566 โครงการพัฒนาและยกระดับมูลค่าผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้าการท่องเที่ยวชุมชน OTOP นวัตกรรมอย่างยั่งยืน จังหวัดสุพรรณบุรี
- ปี 2566 โครงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์และสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ชุมชนบ้านเขาอีสาร อำเภออัมพวา จังหวัดสมุทรสงคราม
- ปี 2567 การบูรณาการท่องเที่ยวจากฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นสู่การยกระดับมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์สินค้า OTOP นวัตกรรมจากการใช้นวัตกรรมใหม่
- ปี 2567 การบูรณาการนวัตกรรมสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์สิ่งทอทางวัฒนธรรม สำหรับส่งเสริมอาชีพและยกระดับรายได้ของกลุ่มผู้สูงอายุ

**** การเผยแพร่/ตีพิมพ์วารสาร :**

- ปี 2565 การสร้างสรรค์สื่อประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมประเพณี “ก้าฟ้า” สืบสานวัฒนธรรมไทยพวนจังหวัดลพบุรี. ตีพิมพ์บทความวิจัยลงวารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก ปีที่ 11 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2563 หน้า 83 – 97.
- ปี 2566 การศึกษาเพื่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ร่วมสมัย ในการเพิ่มยอดขายสินค้าแก่ชุมชนจากผลผลิตคงเหลือทางการเกษตร กรณีศึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปผลผลิต อ.เดิมบางนางบวช จ.สุพรรณบุรี. ตีพิมพ์บทความวารสารศิลปกรรมศาสตร์ วิชาการ วิจัยและงานสร้างสรรค์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. ปีที่ 10 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2566.
- ปี 2567 การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์แปรรูปจากข้าวเจ๊กเซยเส้าให้ (ข้าวGI) จังหวัดสระบุรี เพื่อมูลค่าเพิ่มในเชิงพาณิชย์ของเศรษฐกิจชุมชน. ตีพิมพ์บทความวารสารวิจัยเทคโนโลยี นวัตกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา. ปีที่ 8 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2567.
- ปี 2567 การออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากเศษวัสดุเหลือทิ้งทางการเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น ข้าวเจ๊กเซยเส้าให้ (ข้าว GI) จังหวัดสระบุรี. ตีพิมพ์บทความวารสารสถาปัตยกรรม การออกแบบและการก่อสร้าง. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 พฤษภาคม - สิงหาคม 2567.