



โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา เพื่อสร้างอัตลักษณ์
สำหรับอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

THE CERAMIC PACKAGING DESIGN PROJECT TO ESTABLISH IDENTITY
FOR BUA YAI DISTRICT NAKHON RATCHASIMA PROVINCE



นางสาวกฤตพร ยิ่งทองกลาง

รายงานการวิจัยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563

กันยายน 2564

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา เพื่อสร้างอัตลักษณ์
สำหรับอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา
THE CERAMIC PACKAGING DESIGN PROJECT TO ESTABLISH IDENTITY
FOR BUA YAI DISTRICT NAKHON RATCHASIMA PROVINCE



นางสาวกฤตพร ยิ่งทองกลาง
หลักสูตรปริญญาศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

รายงานการวิจัยได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2563
กันยายน 2564
“ลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา”

หัวข้อวิจัย	โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา เพื่อสร้างอัตลักษณ์ สำหรับอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา
ชื่อผู้วิจัย	นางสาวกฤตพร ยิ่งทองกลาง
หน่วยงาน	โปรแกรมวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ปีที่ทำวิจัยเสร็จ	2564
อาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย	: ดร.อลิศา โชตินนท์ภิกษา

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา เพื่อสร้างอัตลักษณ์ สำหรับอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมา และอัตลักษณ์ของอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โครงการวิจัยนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ ที่มีการเลือกใช้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นประชาชนทั่วไปในท้องที่ จำนวน 30 คน มีการเก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ และการใช้แบบสอบถาม เพื่อศึกษาความพึงพอใจ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย พบว่า ความพึงพอใจด้านการรับรู้จากกลุ่มบุคคลทั่วไป อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.70$) และ (S.D.=0.53) ความพึงพอใจด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์จากกลุ่มบุคคลทั่วไป อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.69$) และ (S.D.=0.48) ความพึงพอใจด้านส่งเสริมการจำหน่ายจากกลุ่มบุคคลทั่วไปอยู่ใน ระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.63$) และ (S.D.=0.66) จากผลการสรุปข้อมูลโดยใช้แบบประเมินในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาแจกแจง หาค่าเฉลี่ยถึงความสามารถในการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจ มีภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดีมาก มีความพึงพอใจเชิงบวก ซึ่งหมายความว่า การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา จะช่วยสร้างความภูมิใจให้กับคนในท้องที่และเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวอำเภอกำหนดให้เศรษฐกิจยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

RESEARCH TITLE	THE CERAMIC PACKAGING DESIGN PROJECT TO ESTABLISH IDENTITY FOR BUA YAI DISTRICT NAKHON RATCHASIMA PROVINCE
RESEARCH	KITTAPORN YANGTHONGLANG
INSTITUTE	VISUAL COMMUNICATION DESIGN FACULTY OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES NAKHON RATCHASIMA RAJABHAT UNIVERSITY
YEAR	2021
RESEARCH ADVISOR	: DR.ALISA CHOTINONPHICHA

Abstract

The research subject ceramic packaging design project to establish identity for Bua Yai District Nakhon Ratchasima Province The research aims to study the history and identity of Bua Yai District. Nakhon Ratchasima Province and designing to design packaging for ceramic this represents the identity of Bua Yai District Nakhon Ratchasima Province this research project is quantitative research. There were 30 people who were selected to use the general population in their area. Data were collected through interviews. And using questionnaires to study satisfaction the data analysis used percentage, mean and standard deviation.

The research revealed that the satisfaction of perception from general public was at the highest level (\bar{x} = 4.70) and (S.D. = 0.53). The satisfaction of product usage from general public is the highest level (\bar{x} = 4.69) and (S.D.=0.48) The satisfaction of sales promotion from general people is the highest level (\bar{x} = 4.63) and (S.D. = 0.66). From the data summarization by using the evaluation form to collect data then bring them to enumerate Find the average of the economic competitiveness. The overall picture is very good. With positive satisfaction this means the development of packaging ceramic will help build local pride and add value to the district, making the economy more sustainable.

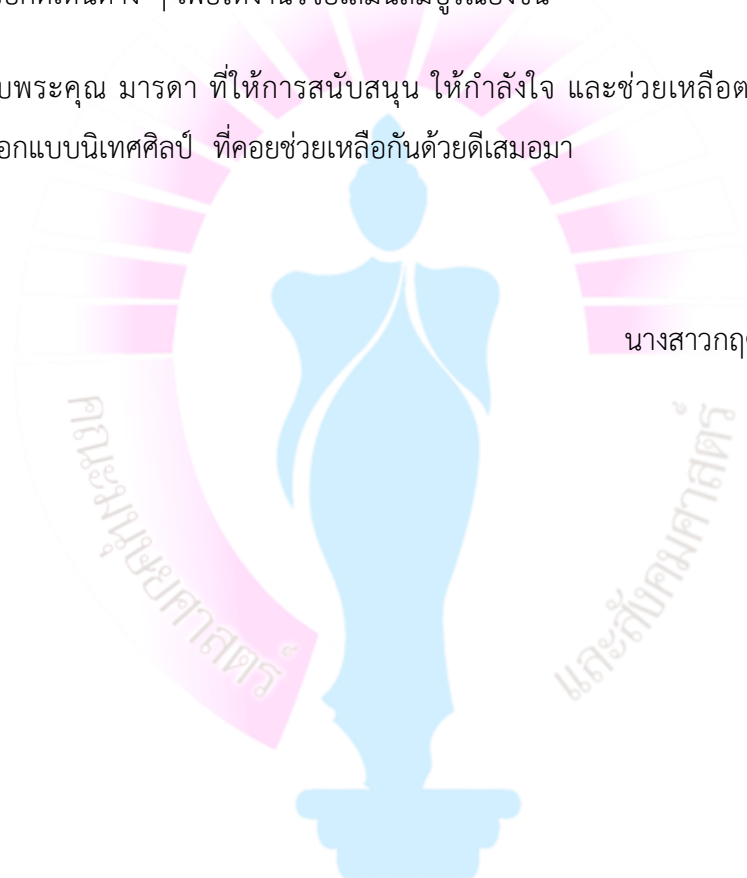
กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบพระคุณ อาจารย์ ดร.อลิศา โชตินนท์ภิกษา ซึ่งเป็นอาจารย์ที่ปรึกษางานวิจัย ที่สละเวลามาให้ความช่วยเหลือและให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้วิจัย ส่งผลให้ศิลปินพจน์เล่มนี้ ถูกต้องและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ตลอดจนคุณอาจารย์โปรแกรมวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ทุกท่าน ที่กรุณาให้คำแนะนำ และคำชี้แนะในการจัดทำงานวิจัยในครั้งนี้

ขอขอบพระคุณ คุณสุกัญญา ชัยศรี นายกองค้การบริหารส่วนตำบลบัวใหญ่ ที่สละเวลามาให้คำแนะนำและข้อคิดเห็นต่าง ๆ เพื่อให้งานวิจัยเล่มนี้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

ขอขอบพระคุณ มารดา ที่ให้การสนับสนุน ให้กำลังใจ และช่วยเหลือตลอดจนเพื่อน ๆ โปรแกรมวิชาออกแบบนิเทศศิลป์ ที่คอยช่วยเหลือกันด้วยดีเสมอมา

นางสาวกฤตพร ยังทองกลาง



สารบัญ

	หน้า
บทคัดย่อภาษาไทย.....	ก
บทคัดย่อภาษาอังกฤษ.....	ข
กิตติกรรมประกาศ.....	ค
สารบัญ.....	ง
สารบัญตาราง.....	ฉ
สารบัญภาพ.....	ช
บทที่	
1. บทนำ.....	1
1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา.....	1
1.2 วัตถุประสงค์.....	2
1.3 ขอบเขตของการวิจัย.....	3
1.4 วิธีการดำเนินงาน.....	3
1.5 กรอบแนวคิด.....	3
1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ.....	4
1.7 คำจำกัดความ.....	4
2. เอกสารและผลงานที่เกี่ยวข้อง.....	5
2.1 การออกแบบ.....	6
2.2 บรรจุภัณฑ์.....	13
2.3 ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา.....	17
2.4 อัตลักษณ์.....	22
2.5 อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา.....	23
2.6 จิตวิทยาผู้บริโภค.....	25
2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง.....	29
3. วิธีดำเนินการวิจัย.....	31
3.1 ศึกษาภาคเอกสาร.....	31

สารบัญ (ต่อ)

บทที่	หน้า
3.2 กำหนดประชากร.....	32
3.3 สร้างเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูล.....	32
3.4 วิเคราะห์ข้อมูล.....	33
3.5 สรุปผล วิเคราะห์ข้อมูล และข้อเสนอแนะ.....	33
3.6 พัฒนาการออกแบบ.....	33
3.7 จัดทำภาคศิลปนิพนธ์.....	33
4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูล.....	34
4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม.....	34
4.2 ผลการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา.....	37
4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจ.....	39
5. สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ.....	44
5.1 สรุปผลการวิจัย.....	44
5.2 อภิปรายผลการศึกษา.....	45
5.3 ข้อเสนอแนะ.....	46
บรรณานุกรม.....	47
ภาคผนวก.....	50
ภาคผนวก ก แบบสอบถามนักวิชาการด้านการออกแบบหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ	51
ภาคผนวก ข พบนักวิชาการด้านการออกแบบหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ.....	55
ภาคผนวก ค แบบประเมินความพึงพอใจ.....	57
ภาคผนวก ง สรุปผลงานต้นแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และผลงานต้นแบบ.....	60
ภาคผนวก จ งานแสดงนิทรรศการงานวิจัย.....	68
ประวัติผู้วิจัย.....	70

สารบัญตาราง

ตารางที่	หน้า
4.1 การออกแบบรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา.....	34
4.2 การออกแบบรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา.....	35
4.3 การออกแบบตราสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา.....	36
4.4 การออกแบบถุงบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่บรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา.....	37
4.5 เพศ.....	39
4.6 อายุ.....	40
4.7 ระดับการศึกษาสูงสุด.....	40
4.8 อาชีพ.....	40
4.9 รายได้ต่อเดือน.....	41
4.10 ผลการประเมินด้านการรับรู้ ที่มีต่อผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา.....	41
4.11 ผลการประเมินด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์ ที่มีต่อผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา.....	42
4.12 ผลการประเมินด้านส่งเสริมการจำหน่าย ที่มีต่อผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์ ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา.....	43

สารบัญรูปร่าง

ภาพที่	หน้า
2.1 ตัวอย่างสัญลักษณ์ หรือโลโก้แบบต่างๆ.....	9
2.2 วงจรสี.....	10
2.3 สีธรรมชาติ เป็นสีที่เกิดขึ้นเองธรรมชาติ.....	11
2.4 สีที่มนุษย์สร้างขึ้นหรือได้สังเคราะห์ขึ้น.....	11
2.5 วรรณะของสี.....	13
2.6 บรรจุภัณฑ์ชั้นแรก ชั้นที่สอง และชั้นที่สาม.....	16
2.7 บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุต่างๆ.....	17
2.8 คนโทน้ำ.....	18
2.9 ภาชนะลายเขียนสีบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี.....	18
2.10 เครื่องถ้วยเบญจรงค์.....	19
3.1 น้ำพุดอกบัวสัญลักษณ์ของ อำเภอบัวใหญ่.....	31
4.1 ผลงานต้นแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ประเภทถ้วย.....	38
4.2 ผลงานต้นแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ประเภทชาม.....	38
4.3 ผลงานต้นแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ประเภทจาน.....	38
4.4 ผลงานต้นแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา.....	39
4.5 ผลงานต้นแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ประเภทแก้ว.....	39

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

ทุนทางวัฒนธรรม คือ มรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของชาติซึ่งกรมส่งเสริมวัฒนธรรมของกระทรวงวัฒนธรรมกำหนดไว้มี 7 สาขา คือ 1) ภาษา 2) วรรณกรรมพื้นบ้าน 3) ศิลปะการแสดง 4) แนวทางปฏิบัติทางสังคม พิธีกรรม และงานเทศกาล 5) งานช่างฝีมือดั้งเดิม 6) ความรู้และแนวปฏิบัติเกี่ยวกับธรรมชาติและจักรวาล 7) กีฬา ภูมิปัญญาไทย นอกจากนั้นยังควรหมายรวมถึงมรดกทางศิลปวัฒนธรรมในรูปแบบของโบราณสถาน โบราณวัตถุ ศิลปวัตถุ ภาษาวรรณกรรมเอกสารโบราณ จดหมายเหตุ ศิลปะการแสดง และงานศิลปกรรมต่าง ๆ ล้วนเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่บรรพบุรุษได้สั่งสมและสร้างสรรค์ไว้จนสืบทอดมาเป็นมรดกวัฒนธรรมให้แก่อนุชนได้นำมาศึกษาเรียนรู้และซาบซึ้งในสุนทรียแห่งความงามของเอกลักษณ์วัฒนธรรมไทยอย่างไม่ขาดสายกล่าวได้ว่ามรดกทางวัฒนธรรมของชาตินับเป็นต้นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศที่มีมรดกทางวัฒนธรรมอย่างมหาศาล(สหวัดน์ แน่นหนา,2556)

อัตลักษณ์ไม่ใช่สิ่งที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติแต่เป็นสิ่งที่เกิดจากการสร้างของวัฒนธรรมในช่วงเวลาหนึ่งและวัฒนธรรมก็เป็นสิ่งก่อสร้างทางสังคม นอกจากนี้วัฒนธรรมก็ไม่ใช่สิ่งที่หยุดนิ่งหรือตายตัว หากแต่มีรูปแบบเป็นวงจรที่เรียกว่า “วงจรแห่งวัฒนธรรม” ดังนั้นอัตลักษณ์ทั้งหลาย จึงมีกระบวนการถูกผลิตให้เกิดขึ้น สามารถถูกบริโภคและถูกควบคุมจัดการอยู่ในวัฒนธรรมเหล่านั้น ทั้งนี้ยังมีการสร้างความหมายผ่านทางระบบต่าง ๆ ของการใช้หรือนำเอามาสร้างเป็นอัตลักษณ์ของเรา อัตลักษณ์ท้องถิ่นเกิดจากสิ่งต่าง ๆ ที่ถูกสร้างขึ้นในแต่ละจังหวัด เช่น ตราสัญลักษณ์ คำขวัญ สัญลักษณ์ประจำจังหวัด ประเพณี การแต่งกาย ภาษาที่ใช้พูด อาหารที่รับประทาน สถานที่ท่องเที่ยว สิ่งเหล่านี้เป็นสิ่งที่สังคมได้สร้างขึ้นเป็นวัฒนธรรมประเพณีท้องถิ่นของแต่ละจังหวัด (อภิญา เพ็ญพสุกุล, 2556 : 125)

สำหรับอำเภอบัวใหญ่แต่เดิมชื่อ อำเภอ “นอก” มาจาก “ด้านนอก” ที่เป็นด้านนอกสุดของเมืองนครราชสีมา เพื่อดูแลเขตชายเมือง ได้เปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอ “บัวใหญ่” ตามชื่อหมู่บ้าน และกิ่งบัวใหญ่ เมื่อปี พ.ศ. 2455 สำหรับ อำเภอบัวใหญ่ เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดนครราชสีมา โดยถือเป็นอำเภอขนาดใหญ่ทางตอนเหนือซึ่งมีชุมทางที่มีทางรถไฟสองสาย ได้แก่ สายนครราชสีมา-หนองคาย และสายแก่งคอย-ลำน้ำพอง-บัวใหญ่ มาบรรจบกัน พื้นที่อำเภอบัวใหญ่เดิม มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน จากหลักฐานทางโบราณสถานและโบราณวัตถุที่พบกระจายอยู่ในเขตพื้นที่เป็นจำนวนมาก อาทิ บ่อไก่อแก้วปราสาท บ้านสีดา ที่อำเภอสีดา ปราสาทนางรำ ที่อำเภอประทาย ปราสาทคูที่บ้านคู ต.ดอนตะหนิน เครื่องภาชนะดินเผาพบที่บริเวณบ้านบัวใหญ่ หลักฐานทั้งหลายเหล่านี้ทำให้น่าเชื่อว่าพื้นที่อำเภอบัวใหญ่เป็นที่ตั้งถิ่นฐานอยู่อาศัยของมนุษย์มาตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ มีอายุไม่น้อยกว่า 4,000 ปีมาแล้ว ร่องรอยทางประวัติศาสตร์เหล่านี้คือแหล่งความรู้ที่ทำให้ประชาชน อำเภอบัวใหญ่ในปัจจุบันสืบสานรับวัฒนธรรมเหล่านั้น มาเป็นขนบธรรมเนียมประเพณีถ่ายทอดมา จนถึงยุคปัจจุบัน (district.cdd.go.th, 2562)

มนุษย์เป็นสัตว์สังคมที่มีการคบหาสมาคมกันจนทำให้ความผูกพันเกิดขึ้น เมื่อเกิดความพึงพอใจหรือเกิดถูกใจแก่กัน ตลอดทั้งสาเหตุอื่นๆ ล้วนอาจเป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการสร้างสรรค์ของที่ระลึกขึ้น เพื่อใช้เป็นตัวกระตุ้นจิตใจให้เกิดการระลึกถึงเรื่องราวที่ได้เกี่ยวข้องอยู่เสมอๆ โดยการออกแบบสร้างสรรค์สื่อหรือสิ่งที่สร้างสรรค์ขึ้น เพื่อจุดประสงค์ในการกระตุ้นเตือนหรือเน้นย้ำความทรงจำนี้

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาจึงอยากนำลวดลายต่างๆ ที่เกิดขึ้นในอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา นำมาเล่าผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผาที่เหมาะสมแก่การเป็นของที่ระลึก เพื่อสร้างความภูมิใจของคนในท้องถิ่น และเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวอำเภอทำให้เศรษฐกิจยั่งยืนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ให้กับอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมาในอีกรูปแบบหนึ่งอีกด้วย

1.2 วัตถุประสงค์

1.2.1 เพื่อศึกษาประวัติความเป็นมาและอัตลักษณ์ของอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

1.2.2 เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของ

อำเภอบัวใหญ่จังหวัดนครราชสีมา

1.3 ขอบเขตของการวิจัย

ประเภทของผลงาน

1.3.1 ชุดภาชนะรับประทานอาหาร

1.3.1.1 บรรจุภัณฑ์ชุดรับประทานอาหาร	1	ขึ้น
1.3.1.2 บรรจุภัณฑ์สำหรับจาน	1	ขึ้น
1.3.1.3 บรรจุภัณฑ์สำหรับชาม	1	ขึ้น
1.3.1.4 บรรจุภัณฑ์สำหรับถ้วย	1	ขึ้น

1.3.2 ชุดแก้วกาแฟ

1.3.2.1 บรรจุภัณฑ์ชุดแก้วกาแฟ 1 ชิ้น

1.3.3 ถุงบรรจุภัณฑ์

1.3.4 นามบัตร

1.3.5 ชั้นวางสินค้า

1.4 วิธีการดำเนินงาน

1.4.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอำเภอบัวใหญ่

1.4.2 ศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา

1.4.3 วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลและแนวคิดเพื่อการออกแบบ

1.4.4 สร้างผลงานครบทั้งชุดและผลิตผลงานตามกระบวนการการผลิตทางเครื่องเคลือบดินเผา

1.4.5 ศึกษาข้อมูลบรรจุภัณฑ์และออกแบบตามกระบวนการ

1.4.6 วิเคราะห์ผลการออกแบบ

1.4.7 สรุปผลการวิจัยและรวบรวมผลงานวิจัยเพื่อจัดทำวิทยานิพนธ์

1.5 กรอบแนวคิด

โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา เพื่อสร้างอัตลักษณ์ สำหรับอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ได้นำรูปร่างของใบบัว มาเป็นแนวความคิดในการออกแบบตราสัญลักษณ์ (Logo) โดยสัญลักษณ์เลือกใช้โทนสีจากใบบัว และในส่วนการออกแบบลวดลายบนบรรจุภัณฑ์ ใช้เอกลักษณ์ของ ใบบัว ดอกบัว มาเป็นแนวความคิดในการออกแบบ

1.6 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1.6.1 ได้ทราบประวัติความเป็นมาและอัตลักษณ์ของอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

1.6.2 ได้ออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา ที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

1.6.3 ได้บรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผาที่สื่อถึงความเป็นอัตลักษณ์ของอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

1.6.4 ได้ของที่ระลึกที่สามารถเพิ่มมูลค่า และมอบความทรงจำให้แก่ผู้รับได้

1.7 คำจำกัดความ

1.7.1 ออกแบบ (Design)

หมายถึง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผาให้ออกมาในรูปแบบต่าง ๆ โดยได้แรงบันดาลใจจาก “ดอกบัว”

1.7.2 บรรจุภัณฑ์(Packaging)

หมายถึง การออกแบบและผลิตสิ่งทีบรรจุหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้บริโภคพิจารณาตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์นั้น

1.7.3 ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา (Ceramics Glazes)

หมายถึง ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผาประเภท จาน ชาม ถ้วย สำหรับใส่อาหาร ที่ผ่านการเผาเคลือบ และการแต่งสี

1.7.4 อัตลักษณ์(Identities)

หมายถึง การสร้างจุดสนใจและสิ่งที่แตกต่างกัน สามารถบ่งบอกความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น เพื่อให้ผู้คนเกิดการจดจำผ่านการมองเห็นและรู้สึกถึงความแตกต่าง

1.7.5 บัวใหญ่ (Buayai)

หมายถึง อำเภอบัวใหญ่แต่เดิมชื่อ อำเภอ “นอก” ได้เปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอ “บัวใหญ่” ตามชื่อหมู่บ้าน และบึงบัวใหญ่ เมื่อปี พ.ศ. 2455 สำหรับอำเภอบัวใหญ่ เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัดนครราชสีมา มีเนื้อที่ประมาณ 548.48 ตารางกิโลเมตร มีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 83,639 คน อำเภอบัวใหญ่แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 10 ตำบล 121 หมู่บ้าน มีเทศบาล 1 แห่ง องค์การบริหารส่วนตำบล ทั้งสิ้น 10 แห่ง (district.cdd.go.th, 2562)

บทที่ 2

เอกสารและผลงานที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาเอกสารและผลงานที่เกี่ยวข้อง ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผาเพื่อสร้างอัตลักษณ์สำหรับอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ได้จัดเสนอไว้ตามลำดับ ดังนี้

2.1 การออกแบบ

2.1.1 ความหมายของการออกแบบ

2.1.2 หลักการออกแบบ

2.1.3 ความหมายขององค์ประกอบศิลป์

2.1.4 ทฤษฎีสี

2.2 บรรจุภัณฑ์

2.2.1 ความหมายของบรรจุภัณฑ์

2.2.2 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

2.2.3 ประเภทบรรจุภัณฑ์

2.3 ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา

2.3.1 ประวัติและความเป็นมา

2.3.2 ประโยชน์ของเครื่องเคลือบดินเผา

2.3.3 ประเภทของเครื่องเคลือบดินเผา

2.4 อัตลักษณ์

2.4.1 ความหมายของอัตลักษณ์

2.4.2 ระดับของอัตลักษณ์

2.5 อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

2.5.1 ประวัติความเป็นมา

2.5.2 คำขวัญอำเภอบัวใหญ่

2.5.3 ที่ตั้งและอาณาเขต

2.5.4 การแบ่งเขตการปกครอง

2.6 จิตวิทยาผู้บริโภค

2.6.1 ความหมายของจิตวิทยาผู้บริโภค

2.6.2 อิทธิพลจากกระบวนการทางจิตวิทยา

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 การออกแบบ

2.1.1 ความหมายของการออกแบบ

การออกแบบ คือ การรวบรวมหรือการจัดองค์ประกอบทั้งที่เป็นงาน 2 มิติและ 3 มิติเข้าด้วยกันอย่างมีหลักเกณฑ์ในการนำองค์ประกอบของการออกแบบมาจัดรวมกัน ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงผลประโยชน์ผู้ใช้สอย ความงามอันเป็นลักษณะสำคัญที่พึงมีของการออกแบบ การออกแบบเป็นศิลปะของมนุษย์เนื่องจากการสร้างค่านิยมทางความงามและตอบสนองการใช้ประโยชน์ใช้สอยที่คุ้มค่าให้แก่ผู้ใช้ (อุดมศักดิ์ สาริบุตร, 2549:21)

การออกแบบ เป็นกิจกรรมอันสำคัญประการหนึ่งของมนุษย์ ซึ่งหมายถึงสิ่งที่มีอยู่ในความนึกคิด อันอาจจะเป็นโครงการหรือรูปแบบที่นำออกแบบกำหนดขึ้นด้วยการจัดทำทาง ถ้อยคำ เส้น สี แสง เสียง รูปแบบ และวัสดุต่างๆ โดยมีกฎเกณฑ์ทางความงาม (สิทธิศักดิ์ ธีรศรีสวัสดิ์กุล, 2529:5)

การออกแบบ หมายถึง การรู้จักวางแผน เพื่อที่จะได้ลงมือกระทำ ตามที่ต้องการและการ รู้จักเลือกวัสดุ วิธีการเพื่อทำตามที่ต้องการนั้น โดยให้สอดคล้องกับลักษณะรูปแบบ และคุณสมบัติ ของวัสดุแต่ละชนิดตามความคิดสร้างสรรค์ สำหรับการออกแบบอีกความหมายหนึ่งที่ได้ให้ไว้ หมายถึง การปรับปรุงรูปแบบผลงานที่มีอยู่แล้ว หรือสิ่งต่างที่มีอยู่แล้วให้เหมาะสม ให้มีความแปลกความใหม่ เพิ่มขึ้น (อารี สุทธิพันธ์, 2527:8)

ความสำคัญของการออกแบบ มีอยู่หลายประการ กล่าวคือ

1. ในแง่ของการวางแผนการทำงาน งานออกแบบจะช่วยให้การทำงานเป็นไปตาม ขั้นตอน อย่างเหมาะสม และประหยัดเวลา
2. ในแง่ของการนำเสนอผลงาน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้องมีความเข้าใจตรงกันอย่างชัดเจน ดังนั้น ความสำคัญในด้านนี้ คือ เป็นสื่อความหมายเพื่อความเข้าใจระหว่างกัน

3. เป็นสิ่งที่อธิบายรายละเอียดเกี่ยวกับงาน งานบางประเภทอาจมีรายละเอียดมากมาย ซับซ้อน ผลงานออกแบบจะช่วยให้ผู้เกี่ยวข้อง และผู้พบเห็นมีความเข้าใจที่ชัดเจนขึ้นหรืออาจกล่าวได้ว่า ผลงานออกแบบ คือ ตัวแทนความคิดของผู้ออกแบบได้ทั้งหมด

4. แบบ จะมีความสำคัญอย่างที่สุด ในกรณีที่ นักออกแบบกับผู้สร้างงานหรือผู้ผลิต เป็น คนละคนกัน เช่น สถาปนิกกับช่างก่อสร้าง นักออกแบบกับผู้ผลิตในโรงงานหรือถ้าจะเปรียบไปแล้ว นักออกแบบก็เหมือนกับคนเขียนบทละครนั่นเอง แบบ เป็นผลงานจากการออกแบบ เป็นสิ่งที่เกิดจาก ความคิดสร้างสรรค์และฝีมือ

2.1.2 หลักการออกแบบ มีดังนี้

2.1.2.1 ความเป็นหน่วย / เอกภาพ (Unity) ในการออกแบบ ผู้ออกแบบจะต้องคำนึงถึงงานทั้งหมดให้อยู่ในหน่วยงานเดียวกันเป็นกลุ่มก้อน หรือมีความสัมพันธ์กันทั้งหมดของงานนั้น ๆ และพิจารณาส่วนย่อยลงไปตามลำดับในส่วนย่อยๆ ก็คงต้องถือหลักการนี้เช่นกันการสร้างเอกภาพในทางปฏิบัติมี 2 แบบคือ

- Static unity การจัดกลุ่มของ form และ shape ที่แข็ง เช่น รูปทรงเรขาคณิต จะ ให้ผลทรงพลังเด็ดขาด แข็งแรง และ แน่นนอน

- Dynamic unity เป็นการเน้นไปทางอ่อนไหวการเคลื่อนไหว ซึ่งอยู่รูปในลักษณะ gradation or harmony or contrast อย่างไม่อย่างหนึ่งให้แสดงออกมาจากงานชิ้นนั้นด้วย จะทำให้ งานสมบูรณ์ขึ้น การจัดองค์ประกอบที่ดีนั้นควรให้ส่วนประกอบรวมตัวเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันไม่แตก กระจาย การรวมตัวกันจะทำให้เกิดหน่วย หรือเอกภาพ จะได้ส่วนประธานเป็นจุดสนใจ และมี ส่วนประกอบต่างๆ ให้น่าสนใจ

2.1.2.2 ความสมดุล (Balance) คือ ความเท่ากันหรือเท่าเทียมกันทั้งสองข้าง แบ่งออกเป็น

- สมดุลแบบทั้ง 2 ข้างเหมือนกัน (Symmetrical balance) ทั้งซ้ายขวาเหมือนกัน การสมดุลแบบนี้จะทำให้ดูมั่นคงหนักแน่น ยุติธรรม เช่น งานราชการ ใบวุฒิบัตร ประกาศนียบัตร การถ่ายรูปติดบัตร เป็นต้น

- สมดุลแบบ 2 ข้างไม่เหมือนกัน (Asymmetrical balance) ด้านซ้ายและขวาจะไม่เหมือนกัน แต่มองดูแล้วเท่ากันด้วยนี้ หนักทางสายตา เช่น สมดุลด้วยน้ำหนักและขนาดของรูปทรง ด้วยจุดสนใจ ด้วยจำนวนด้วยความแตกต่างของรายละเอียดด้วยค่าความเข้ม – จางของสี

2.1.2.3 การเน้นให้เกิดจุดเด่น (Emphasis) ในการออกแบบจะประกอบด้วย จุดสำคัญหรือส่วนประธานในภาพ จุดรองลงมาหรือส่วนรองประธาน ส่วนประกอบหรือพรายละเอียดปลีกย่อย ต่างๆ หลักและวิธีในการใช้การเน้น

2.1.2.4 เส้นแย้ง (Opposition) เป็นการจัดองค์ประกอบโดยการนำเอาเส้นในลักษณะแนวนอนและแนวตั้งฉากมาประกอบกันให้เป็นเนื้อหาที่ต้องการ มีลักษณะของภาพแบบเส้นแย้งในธรรมชาติรอบๆ ตัวเรา อยู่มากมาย นับว่าเป็นรากฐานของการจัดองค์ประกอบ การจัดองค์ประกอบให้เกิดความแตกต่างเพื่อดึงดูดความสนใจหรือให้เกิดความสนุก ตื่นเต้น น่าสนใจ ลดความเรียบ น่าเบื่อ ให้ความรู้สึกผืนใจ ชัดใจ แต่ชวนมอง

2.1.2.5 ความกลมกลืน (Harmony) การจัดองค์ประกอบที่ใกล้เคียงกันหรือคล้ายๆ กันมาจัดภาพท ทำให้เกิดความนุ่มนวลกลมกลืนกันมี 3 แบบดังนี้

- A. กลมกลืนในด้านประโยชน์ใช้สอย คือ ท ทำให้เป็นชุดเดียวกัน
- B. กลมกลืนในความหมาย เช่น การออกแบบเครื่องหมายการค้า และ โลโก้
- C. กลมกลืนในองค์ประกอบได้แก่
 - กลมกลืนด้วยเส้น – ทิศทาง
 - กลมกลืนด้วยรูปทรง – รูปร่าง
 - กลมกลืนด้วยวัสดุ – พื้นผิว
 - กลมกลืนด้วยสี มักใช้โทนสีที่ใกล้กัน
 - กลมกลืนด้วยขนาด – สัดส่วน
 - กลมกลืนด้วยน้ำหนัก

2.1.2.6 จังหวะ (Rhythm) จังหวะเกิดจากการต่อเนื่องกันหรือซ้ำซ้อนกัน จังหวะที่ดี ทำให้ภาพดูสนุก เปรียบได้กับเสียงเพลงอันไพเราะในด้านการออกแบบ แบ่งจังหวะ เป็น 4 แบบคือ

- จังหวะแบบเหมือนกันซ้ำๆกัน เป็นการนำเอาองค์ประกอบหรือรูปที่เหมือนกัน มาจัดวางเรียงต่อกัน ทำให้ดูมีระเบียบ (order) เป็นทางการ การออกแบบลายต่อเนื่อง เช่น ลายเหล็กดัด ลายกระเบื้องปูพื้นหรือผนัง ลายผ้า เป็นต้น

- จังหวะสลับกันไปแบบคงที่ เป็นการนำองค์ประกอบหรือรูปที่ต่างกันมาวางสลับกันอย่างต่อเนื่อง เป็นชุด เป็นช่วง ให้ความรู้สึกเป็นระบบ สม่่าเสมอ ความแน่นอน - จังหวะสลับกันไปแบบไม่คงที่ เป็นการนำองค์ประกอบหรือรูปที่ต่างกันมาวางสลับกัน อย่างอิสระ ทั้งขนาด ทิศทาง ระยะห่าง ให้ความรู้สึกสนุกสนาน

- จังหวะจากเล็กไปใหญ่ หรือจากใหญ่ไปเล็ก เป็นการน ารูปที่เหมือนกัน มาเรียงต่อกันแต่มีขนาดต่างกัน โดยเรียงจากเล็กไปใหญ่ หรือ จากใหญ่ไปเล็กอย่างต่อเนื่อง ท าให้ภาพมีความลึก มีมิติ

2.1.2.7 ความลึก / ระยะ (Perspective) ให้ภาพดูสมจริง คือ ภาพวัตถุโดยอยู่ใกล้ จะใหญ่ถ้าอยู่ไกลออกไปจะมองเห็นเล็กลงตามล าดับ จนสุดสายตา ซึ่งมีมุมมองหลักๆ อยู่ 3 ลักษณะ คือ วัตถุอยู่สูงกว่าระดับตาวัตถุอยู่ในระดับสายตา และวัตถุอยู่ต่ำกว่าระดับสายตา

2.1.2.8 ความขัดแย้ง (Contrast) ความขัดแย้ง หมายถึง ความไม่ลงรอยกันเข้ากันไม่ได้ ไม่ประสานสัมพันธ์กัน ขององค์ประกอบศิลป์ ท าให้ขาดความกลมกลืน ในเรื่อง รูปทรง สี ขนาดลักษณะผิวที่แตกต่างกัน ดังนั้นน้กออกแบบที่ดี จะต้องลดความขัดแย้ง ดังกล่าว ให้เป็นความกลมกลืน จึงจะท าให้งานออกแบบมีคุณค่า ลักษณะของความขัดแย้ง เช่น ความขัดแย้งของรูปร่าง ความขัดแย้งของขนาดต่างๆ เป็นต้น

2.1.2.9 การซ้ำ (Repetition) คือ การปรากฏตัวของหน่วยที่เหมือนกันตั้งแต่ 2 หน่วยขึ้นไปเป็นการรวมตัวกันของสิ่งที่มีอยู่ฝ่ายเดียวเข้าด้วยกัน เช่น การซ้ำของน้ำหนักดำ การซ้ำของเส้นตั้ง การซ้ำของน้ำหนักเทา การซ้ำของรูปทรงที่เหมือนกัน เป็นต้น



ภาพที่ 2.1 ตัวอย่างลักษณะสัญลักษณ์ หรือโลโก้แบบต่างๆ

(ที่มา : <https://itcomgrap.wordpress.com> , 2556)

2.1.3 ความหมายขององค์ประกอบศิลป์ องค์ประกอบศิลป์ หมายถึงสิ่งที่มนุษย์ใช้เป็นสื่อในการแสดงออกอย่างสร้างสรรค์ โดย นำส่วนประกอบของศิลปะมาจัดวางรวมกันอย่างสอดคล้องกลมกลืนและมีความหมายเกิดรูปร่างหรือ รูปแบบต่างๆอันเด่นชัดซึ่งจากความหมายข้างต้น จะเห็นได้ว่าการที่จะเกิดผลงานศิลปะดีๆ สักชิ้นนั้น ผู้สร้างสรรค์จะต้องใช้กระบวนการที่หลากหลายมาประกอบกันได้แก่องค์ประกอบพื้นฐานทางศิลปะ องค์ประกอบของศิลปะ และการจัดองค์ประกอบ

ของศิลปะ มาถ่ายทอดลงในชิ้นงานหรือผลงานนั้น ๆ เพื่อให้ได้ผลงานที่มีคุณค่าทั้งด้านความงามและมีคุณค่าทางจิตใจอันเป็นจุดหมายสำคัญที่ศิลปินทุกคน มุ่งหวังให้เกิดแก่ผู้ชมทั้งหลาย

2.1.5 ทฤษฎีสี

(สมเกียรติ ตั่งนโม .2552) ได้กล่าวถึงทฤษฎีสีไว้ว่าลักษณะของวัตถุที่กระทบต่อสายตาให้เห็นเป็นสีมีผลถึงจิตวิทยาคือมีอำนาจให้เกิดความเข้มของแสงที่อารมณ์และความรู้สึกได้ การ ที่ได้เห็นสีจากสายตาสายตาจะส่งความรู้สึกไปยังสมองทำให้เกิดความรู้สึกต่างๆตามอิทธิพลของสีเช่น สดชื่นร้อนตื่นเต้นเศร้าสีมีความหมายอย่างมากเพราะศิลปินใช้สีเป็นสื่อสร้างความประทับใจในผลงาน ของศิลปะและสะท้อนความประทับใจนั้นให้บังเกิดแก่ผู้ดูมนุษย์เกี่ยวข้องกับสีต่างๆอยู่ตลอดเวลา เพราะทุกสิ่งที่อยู่รอบตัวนั้นล้วนแต่มีสีสันทกต่างกันไปมากมายสีเป็นสิ่งที่ควรศึกษาเพื่อประโยชน์กับ ตนเองและผู้สร้างงานจิตรกรรมเพราะเรื่องของสีนั้นมีหลักวิชาเป็นวิทยาศาสตร์จึงควรทความเข้าใจ วิทยาศาสตร์ของสีจะบรรลุผลสำเร็จในงานมากขึ้นถ้าได้ศึกษาเรื่องสีดีพอแล้วงานศิลปะก็จะประสบ ความสมบูรณ์เป็นอย่างยิ่ง

คำจำกัดความของสี

1. แสงที่มีความถี่ของคลื่นในขนาดที่ตามนุษย์สามารถรับสัมผัสได้
2. แม่สีที่เป็นวัตถุ (Pigmentary Primary) ประกอบด้วยแดงเหลืองน้ำเงิน
3. สีที่เกิดจากการผสมของแม่สี



ภาพที่ 2.2 วงจรสี

(ที่มา : puntharee , 2561)

สีสามารถแยกออกเป็น 2 ประเภทคือ

1. สีธรรมชาติ เป็นสีที่เกิดขึ้นเองธรรมชาติ เช่น สีของแสงอาทิตย์ สีของท้องฟ้ายามเช้า เย็น สีของรุ้งกินน้ำ เหตุการณ์ที่เกิดขึ้นเองธรรมชาติ ตลอดจนสีของ ดอกไม้ ต้นไม้ พื้นดิน ท้องฟ้า น้ำทะเล



ภาพที่ 2.3 สีธรรมชาติเป็นสีที่เกิดขึ้นเองธรรมชาติ
(ที่มา : <https://pbwatercolor.org>, 2560)

2. สีที่มนุษย์สร้างขึ้น หรือได้สังเคราะห์ขึ้น เช่น สีวิทยาศาสตร์ มนุษย์ได้ทดลองจากแสงต่างๆ เช่น ไฟฟ้า นำมาผสมโดยการทอแสงประสานกัน นำมาใช้ประโยชน์ในด้านการละคร การจัดฉากเวที โทรทัศน์ การตกแต่งสถานที่



ภาพที่ 2.4 สีที่มนุษย์สร้างขึ้นหรือได้สังเคราะห์ขึ้น
(ที่มา : <https://pbwatercolor.org>, 2560)

แม่สี (PRIMARIES)

สีต่างๆนั้นมีอยู่มากมายแหล่งกำเนิดของสีและวิธีการผสมของสีตลอดจนรู้สึกที่มีต่อสีของมนุษย์แต่ละกลุ่มย่อมไม่เหมือนกัน สีต่างๆที่ปรากฏนั้นย่อมเกิดขึ้นจากแม่สีในลักษณะที่แตกต่างกันตามชนิดและประเภทของสีนั้น

แม่สี คือ สีที่นำมาผสมกันแล้วท ำให้เกิดสีใหม่ ที่มีลักษณะแตกต่างไปจากสีเดิมแม่สีมีอยู่ 2 ชนิด คือ

1. แม่สีของแสง เกิดจากการหักเหของแสงผ่านแท่งแก้วปริซึม มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน อยู่ในรูปของแสงรังสี ซึ่งเป็นพลังงานชนิดเดียวที่มีสีคุณสมบัติของแสงสามารถนำมาใช้ ในการถ่ายภาพ ภาพโทรทัศน์ การจัดแสงสีในการแสดงต่าง ๆ เป็นต้น (ดูเรื่อง แสงสี)

2. แม่สีวัตถุธาตุ เป็นสีที่ได้มาจากธรรมชาติ และจากการสังเคราะห์โดยกระบวนการทาง เคมี มี 3 สี คือ สีแดง สีเหลือง และสีน้ำเงิน แม่สีวัตถุธาตุเป็นแม่สีที่นำมาใช้งานกันอย่างกว้างขวาง ในวงการศิลปะ วงการอุตสาหกรรม ฯลฯ แม่สีวัตถุธาตุ เมื่อนำมาผสมกันตามหลักเกณฑ์ จะทำให้เกิด วงจรสี ซึ่งเป็นวงสีธรรมชาติ เกิดจากการผสมกันของแม่สีวัตถุธาตุ เป็นสีหลักที่ใช้งานกันทั่วไป ในวงจรสี จะแสดงสิ่งต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

วรรณะของสี คือสีที่ให้ความรู้สึกร้อน-เย็น ในวงจรสีจะมีสีร้อน 7 สี และสีเย็น 7 สี ซึ่ง แบ่งที่ สีม่วงกับสีเหลือง ซึ่งเป็นได้ทั้งสองวรรณะ แบ่งออกเป็น 2 วรรณะ 1. วรรณะสีร้อน (WARM TONE) ประกอบด้วยสีเหลือง สีส้มเหลือง สีส้ม สีส้มแดง สีม่วงแดงและสีม่วง สีใน วรรณะร้อนนี้จะไม่ใช่สีสด ๆ ดังที่เห็นในวงจรสีเสมอไป เพราะสีในธรรมชาติ ย่อมมีสีแตกต่างไปกว่าสีในวงจรสีธรรมชาติอีกมาก ถ้าหากว่าสีใด ค่อนข้างไปทางสีแดงหรือสีส้ม เช่น สีน้ำ ตาลหรือสีเทาอมทอง ก็ถือว่าเป็นสีวรรณะร้อน 2. วรรณะสีเย็น (COOL TONE) ประกอบด้วย สีเหลือง สีเขียวเหลือง สีเขียว สีเขียว น้ำเงิน สีน้ำเงิน สีม่วงน้ำเงิน และสีม่วง ส่วนสีอื่นๆ ถ้าหนักไปทางสีน้ำเงินและสีเขียวก็เป็นสีวรรณะ เย็นดังเช่น สีเทา สีด า สีเขียวแก่ เป็นต้น จะสังเกตได้ว่าสีเหลืองและสีม่วงอยู่ทั้งวรรณะร้อนและ วรรณะเย็น ถ้าอยู่ในกลุ่มสีวรรณะร้อนก็ให้ความรู้สึกร้อนและถ้า อยู่ในกลุ่มสีวรรณะเย็นก็ให้ความรู้สึก เย็นไปด้วย สีเหลืองและสีม่วงจึงเป็นสีได้ทั้งวรรณะร้อนและวรรณะเย็น



ภาพที่ 2.5 วรรณะของสี

(ที่มา : <https://pbwatercolor.org>, 2560)

2.2 บรรจุกฎเกณฑ์

2.2.1 ความหมายของบรรจุกฎเกณฑ์

การบรรจุกฎเกณฑ์ (Packaging) หมายถึง กิจกรรมที่เกี่ยวกับการออกแบบและการผลิตภาชนะที่ใช้บรรจุหรือห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ (Kotler, 2003, 436)

การบรรจุกฎเกณฑ์ หมายถึง วิธีการที่ทาให้ผลิตภัณฑ์ที่เหมือนกันแตกต่างกัน เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (Peter & Donnelly, 2001, 95)

บรรจุกฎเกณฑ์เป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ที่ใช้ในการบรรจุสินค้าในการจำหน่าย เพื่อสนองความต้องการของผู้ซื้อและผู้บริโภคด้วยวัตถุดิบที่เหมาะสม (ปุ่น คงเจริญเกียรติ และสมพร คงเจริญเกียรติ, 2541, 7)

จากความหมายที่กล่าวมาข้างต้น เห็นได้ว่า บรรจุกฎเกณฑ์ทำหน้าที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์ทาให้ ผลิตภัณฑ์แตกต่างกัน เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคแล้ว ยังต้องคำนึงถึงด้านการจัดจำหน่าย และต้นทุนของบรรจุกฎเกณฑ์ด้วย ในการออกแบบบรรจุกฎเกณฑ์ จึงต้องมีความรู้ทั้งศาสตร์และศิลป์ กล่าวคือ ต้องมีความรู้หลาย ๆ สาขามาประยุกต์ใช้เช่น หากเป็นบรรจุกฎเกณฑ์อาหารต้องใช้ความรู้ด้าน เทคโนโลยีอาหารเฉพาะทาง เพื่อวิเคราะห์การเกิดปฏิกิริยาระหว่างอาหารและบรรจุกฎเกณฑ์ต้องมีความรู้ด้านวิศวกรรมผลิตในการผลิตบรรจุกฎเกณฑ์และขั้นตอนในการบรรจุหีบห่อ ตลอดจนต้องมีความรู้ด้านพาณิชย์ศิลป์และการออกแบบด้วยคอมพิวเตอร์เพื่อการออกแบบกราฟิกของบรรจุกฎเกณฑ์ รวมทั้งต้องมีความรู้ด้านการตลาดและพฤติกรรมผู้บริโภคเพื่อให้บรรจุกฎเกณฑ์สามารถสนองตอบความต้องการของผู้บริโภคได้ตลอดจนต้องคำนึงถึงต้นทุนที่เหมาะสมสำหรับบรรจุกฎเกณฑ์

2.1.2 หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์

พฤติกรรมผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า นอกจากต้องการประโยชน์ใช้สอยจากผลิตภัณฑ์ที่เลือกซื้อแล้ว ยังพิจารณาวัสดุที่นำมาห่อหุ้มผลิตภัณฑ์โดยคำนึงว่าวัสดุที่ห่อหุ้มผลิตภัณฑ์นั้นสามารถรักษาคุณภาพของสินค้าไว้ได้หรือไม่ สะดวกในการใช้ และการพกพาหรือไม่ หากมีข้อสงสัยเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคควรแสวงหาข้อมูลประกอบการตัดสินใจด้วยการอ่านฉลาก บรรจุภัณฑ์จึงต้องทำหน้าที่สื่อสารกับผู้บริโภค รวมทั้งดึงดูดความสนใจกระตุ้นให้เกิดการซื้อ นอกจากนี้ในกระบวนการผลิตและการจำหน่าย ต้องมีการเคลื่อนย้ายผลิตภัณฑ์ผ่านพาหนะขนย้ายหลายรูปแบบ บรรจุภัณฑ์จึงต้องอำนวยความสะดวกในการขนส่งและการจัดวางสินค้าในช่องทางจำหน่าย จึงแบ่งหน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ ได้ดังต่อไปนี้

1. ทำหน้าที่บรรจุภัณฑ์ด้วยการชั่งน้ำหนักตวงหรือนับจำนวน เช่น ข้าวสารบรรจุถุง ด้วยการชั่งน้ำหนักขนาดถุงละ 5 กิโลกรัม
2. ทำหน้าที่ปกป้องคุ้มครองผลิตภัณฑ์เพื่อป้องกันไม่ให้เสียรูป แตกหัก รั่วไหล เปลี่ยนรูปทรง เช่น กล่องบรรจุทีวี เพื่อไม่ให้ชำรุดแตกหัก จึงมักห่อหุ้มด้วยโฟม ขึ้นรูปอีกชั้นก่อนบรรจุในกล่องกระดาษ เพื่อป้องกันกระแทกระหว่างการขนส่งในการเคลื่อนย้าย
3. ทำหน้าที่รักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ ป้องกันความชื้นจากภายนอก ป้องกันแสง ป้องกันอากาศซึมผ่านพอรักษาความกรอบ เช่น ยาบางชนิดเสื่อมคุณภาพได้ง่ายหากมีแสงผ่านจึงบรรจุในขวดสีชา ขนมอบเคี้ยวสำหรับเด็กต้องการรักษาความกรอบจึงบรรจุในซองที่ป้องกันอากาศซึมผ่าน
4. ทำหน้าที่อำนวยความสะดวกในการขนส่ง เคลื่อนย้าย บรรจุภัณฑ์จึงต้องแข็งแรง และเหมาะสมกับวิธีการและพาหนะในการขนย้าย เช่น กล่องลูกฟูก ลังโฟม ลังพลาสติก ลังไม้
5. ทำหน้าที่ในการวางจำหน่ายสามารถวางตั้งโชว์ได้หรือซ้อนทับได้หลายชั้น
6. ทำหน้าที่โฆษณาและส่งเสริมการตลาด บรรจุภัณฑ์ที่ได้ชื่อว่าเป็นพนักงานขายเงียบ ที่ทำหน้าที่ขายสินค้าไปในตัว สามารถส่งเสริมการขายได้ เช่น บรรจุภัณฑ์รวมห่อ บรรจุภัณฑ์ส่วนเพิ่ม บรรจุภัณฑ์ที่ออกแบบสวยงาม สามารถเป็นสื่อโฆษณาที่ดีให้แก่สินค้าได้
7. ทำหน้าที่สื่อสารการตลาดแบบผู้บริโภค เช่น ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับสินค้า เช่น ส่วนผสม วันที่ผลิต วันหมดอายุ วิธีใช้ วิธีเก็บรักษา เป็นต้น

8. สร้างความแตกต่างระหว่างสินค้าของบริษัทและคู่แข่ง สินค้าที่ต้องการเจาะกลุ่มเป้าหมายต่างกัน รวมทั้งสร้างความแตกต่างระหว่างสินค้าที่มีเกรดต่างกัน โดยการบรรจุภัณฑ์ที่แตกต่างกันช่วยให้ตั้งราคาต่างกันได้

9. ช่วยให้เกิดความถูกต้องและรวดเร็วในการขายการตรวจนับสินค้าคงคลังและการสั่งซื้อโดยการพิมพ์รหัสแท่งบนบรรจุภัณฑ์

10. ร่วมรักษาสิ่งแวดล้อมและรณรงค์เรื่องต่าง ๆ เช่น นำบรรจุภัณฑ์มาใช้ซ้ำได้ หมุนเวียนมาผลิตใหม่ ใช้บรรจุภัณฑ์ที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม และลดปริมาณขยะ เช่น จำนวนชั้นของผลิตภัณฑ์น้อยขึ้น ทำให้รถขยะลง ตลอดจนร่วมรณรงค์ในโอกาสต่าง ๆ เช่น ส่งเสริมสินค้าไทย ส่งเสริมหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ฉลาดเขียว เป็นต้น

2.1.3 ประเภทบรรจุภัณฑ์

บรรจุภัณฑ์ที่พบเห็นกันทั่วไปในท้องตลาดมีหลายชนิด หลายขนาด และทำจากวัสดุที่แตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับการออกแบบกระบวนการผลิต และการบรรจุ คุณสมบัติของสินค้า ระบบการขนส่ง และกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย การแบ่งประเภทบรรจุภัณฑ์แบ่งเป็นประเภทต่าง ๆ โดยอาศัยการออกแบบ และวัสดุที่ใช้ผลิต ดังนี้

1. การแบ่งประเภทบรรจุภัณฑ์ตามการออกแบบ

ประเภทบรรจุภัณฑ์ที่แบ่งตามการออกแบบ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ชั้นแรก บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง และบรรจุภัณฑ์ชั้นที่สาม รายละเอียดมีดังนี้

1.1 บรรจุภัณฑ์ชั้นแรก (Primary Package) เป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นในสุดติดกับตัวสินค้า เช่น ตลับใส่เครื่องสำอาง ขวดใส่แชมพู สบู่เหลว กะป๋ายน้ำดื่ม เป็นต้น ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นแรกต้องพิจารณาบรรจุภัณฑ์ที่เลือกใช้ให้เข้ากันกับสินค้า เช่น อาหารต้องไม่ทำปฏิกิริยากับบรรจุภัณฑ์ ทำให้เกิดอันตรายกับผู้บริโภค ในกระบวนการบรรจุ ให้ทำให้รูปทรงของบรรจุภัณฑ์เปลี่ยนแปลงไป เช่น หากบรรจุในขณะมีอุณหภูมิสูงหรืออุณหภูมิต่ำลง หากบรรจุภัณฑ์ต้องวางขายบนชั้นวางขาย ต้องคำนึงถึงการจัดวาง ความสวยงามในการดึงดูดผู้ซื้อ นอกจากนั้นยังต้องคำนึงถึงความสะดวกของผู้ใช้ด้วย เช่น หลอดยาสีฟันที่มีฝาเปิด-ปิดได้สะดวก เป็นต้น

1.2 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สอง (Secondary packaging) หมายถึงบรรจุภัณฑ์ที่ห่อหุ้ม บรรจุภัณฑ์ชั้นแรก เพื่อเหตุผลในการป้องกันหรือจำหน่ายสินค้าได้มากขึ้น เช่น กล่องกระดาษใส่ เครื่องสำอาง กล่องกระดาษใส่ขวดยา และถุงใส่กาแฟสำเร็จรูปขนาดบรรจุ 30 ซอง บรรจุภัณฑ์

ชั้นที่สอง มักเป็นบรรจุภัณฑ์ที่ต้องวางขาย ณ จุดขาย การออกแบบจึงต้องเน้นความสวยงาม ดึงดูดใจ แสดงภาพลักษณ์ที่ดีของผลิตภัณฑ์ และสามารถจัดวางโชว์ได้ง่าย

1.3 บรรจุภัณฑ์ชั้นที่สาม (Tertiary packaging) บรรจุภัณฑ์ชั้นนี้ที่ หน้าที่หลักคือ ถูกต้องสินค้าระหว่างทางขนส่ง จึงเรียกอีกอย่างว่า บรรจุภัณฑ์เพื่อการขนส่ง (Shipping package) เช่น ลังกระดาษบรรจุขวดยาลังละ 3 โหล ลังพลาสติกใส่ผักผลไม้ เป็นต้น ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ชั้นที่สาม ต้องคำนึงถึงความสามารถปกป้องสินค้าในระหว่างการขนส่ง ความสะดวกรวดเร็วในการขนส่ง ปริมาณสินค้าที่ขนส่งได้ในการเที่ยว และต้นทุนในการขนส่ง



ภาพที่ 2.6 บรรจุภัณฑ์ชั้นแรก ชั้นที่สอง และชั้นที่สาม
(ที่มา : ปรับปรุงจาก <https://www.makroclick.com/th/products/176700/>)

2. การแบ่งบรรจุภัณฑ์จำแนกตามลักษณะที่ใช้ผลิต

การแบ่งประเภทบรรจุภัณฑ์ตามวัสดุที่ใช้ผลิต ได้แก่ วัสดุจากธรรมชาติ พลาสติก แก้ว โลหะแบ่งเป็น 4 ประเภทดังนี้

2.1 เยื่อและกระดาษ วัสดุที่เป็นเยื่อ เช่น ไม้ ผ้า ใบบัว ส่วนกลางที่เป็นวัสดุที่นิยมใช้ ทำบรรจุภัณฑ์มาก เนื่องจากสามารถนำมาผลิตใช้ซ้ำได้ สามารถปลูกทดแทนได้ย่อยสลายและทำลายง่าย สอดคล้องกับแนวคิดการรณรงค์เรื่องสิ่งแวดล้อม นอกจากนั้นยังมีหลายชนิดให้เลือกใช้ได้ตาม ความเหมาะสม น้ำหนักเบา มีสีสันทากหลาย ออกแบบและตกแต่งได้สวยงาม

2.2 พลาสติก เป็นวัสดุที่นิยมใช้กันมากในปัจจุบัน เนื่องจากมีน้ำหนักเบา เกินไป ในใจเธอดูน้อยไปสามารถทำรูปแบบและรูปทรงได้หลากหลายกว่ากระดาษ ป้องกันการซึมผ่านของอากาศได้ดีกว่ากระดาษ ต้นทุนต่ำหากผลิตจำนวนมาก สามารถนำมาใช้ใหม่ได้ แต่มีข้อเสียด้านการย่อยสลายยาก ทำลายสิ่งแวดล้อม และปัจจุบันการวิจัยใหม่ ๆ พบว่าพลาสติกบางชนิดมีสารที่เป็น

อันตรายต่อผู้บริโภคได้ เช่น หากนำไปบรรจุอาหารขณะยังร้อน กล่องพลาสติกบางชนิดใช้บรรจุอาหารเมื่ออำเข้าเตาไมโครเวฟทำให้เกิดสารฟอร์มัลดีไฮด์ ซึ่งมีผลต่อการทำลายสมอง และก่อมะเร็ง เป็นต้น

2.3 แก้ว เป็นวัสดุที่มีปฏิกิริยาต่อสารเคมีต่างๆกว่าวัสดุอื่นรักษาคุณภาพสินค้าได้ดี สามารถนำมาใช้ใหม่และผลิตใหม่ได้แต่ข้อเสียเรื่องการแตกหักได้ง่ายจึงต้องระมัดระวังในการขนส่ง และการจัดวางโชว์สินค้า

2.4 โลหะ โลหะที่ใช้ในการท าบรรจุภัณฑ์มีหลายชนิด เช่น เหล็กเคลือบตีบุก อลูมิเนียม เป็นต้น เหล็กเคลือบตีบุก สามารถป้องกันอากาศได้ดี และฆ่าเชื้อในกระบวนการผลิตด้วยความร้อนได้ดี อลูมิเนียมมีน้ำหนักเบา มักใช้เคลือบวัสดุอื่น เช่น เคลือบกระดาษ เคลือบสังกะสี หรือขึ้นรูปเป็นกระป๋อง สามารถนำความเย็นได้ดี จึงเหมาะสำหรับใช้เป็นภาชนะในตู้เย็น เช่น น้ำอัดลม กระป๋อง กาแฟกระป๋อง น้ำผลไม้กระป๋อง เป็นต้น



ภาพที่ 2.7 บรรจุภัณฑ์ที่ทำจากวัสดุต่างๆ

(ที่มา : ปัทมาพร ท่อชู, การทำความเข้าใจ การออกแบบการบรรจุภัณฑ์, 2559)

2.3 ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา

2.3.1 ประวัติและความเป็นมา

ภาชนะดินเผา (pottery) เป็นภาชนะยุคแรก ๆ ของมนุษย์ มีประวัติศาสตร์ความเป็นมา ที่ ยาวนาน จากการนำดินมาปั้นเป็นรูปทรง รูปร่างต่าง ๆ กันไป หลังจากดินแห้งแล้วจึงนำไปเผา ไฟในเตาเผาให้เนื้อดินสุกเพื่อให้มีความแข็งแรง สามารถพบได้ในหลากหลายวัฒนธรรมทั่วโลก ถือเป็น หนังสือประวัติศาสตร์ที่เล่าเรื่องราวความเป็นมาวัฒนธรรมการกินอยู่ของชนเผ่าต่าง ๆ ทั่วโลก ใน ประเทศไทยจะใช้หม้อดินเผามาแต่โบราณ ภาชนะดินเผาที่นิยมใช้กันโดยทั่วไป เช่น คนโทน้ำ (เหยือก 18 นิ้ว) จาน ชาม ถ้วย หม้อ และครก ภาชนะดินเผาชนิดนี้เป็นแบบไม่เคลือบ มี ลักษณะสี ส้มจนถึงสี น้ำตาลแดง แบบเรียบๆ ในการประกอบอาหาร ด้วยคุณสมบัติพิเศษของ ภาชนะดินเผาที่มี

รูพรุนเล็ก ๆ (micro-pores) เป็นจำนวนมาก จึงทำให้ภาชนะดินเผา เป็นที่ นิยมในการนำมาเก็บกักน้ำดื่ม น้ำใช้ ในครัวเรือน ดังเห็นได้ทั่วไป ทั่วทุกภาคของประเทศไทย น้ำที่เก็บไว้ในภาชนะดินเผา จะมีลักษณะ พิเศษคือมีความเย็น เนื่องด้วยการแลกเปลี่ยนของ อุณหภูมิภายในกับภายนอกภาชนะผ่านรูพรุนที่ผิว ของภาชนะทำให้น้ำระเหยและคายความร้อน ออกมา จึงทำให้น้ำภายในเย็น



ภาพที่ 2.8 คนโทน้ำ

(ที่มา : <http://www.okmd.or.th,2560>)

ในยุคต่อมาพัฒนาการของเครื่องใช้ใน ครัวเรือนให้มีความทนทานมากยิ่งขึ้น ได้มี การประยุกต์ใช้สารที่สามารถเคลือบเงา ภาชนะดินเผาแบบดั้งเดิมด้วยวัสดุเคลือบ แล้วนำไปเผาเรียกว่า เครื่องเคลือบดินเผา หลายหลายชนิด แต่ชนิดที่เป็นที่รู้จักกันดีคือ ภาชนะเซรามิกซึ่งเป็นภาชนะเนื้อ กระเบื้อง ในปัจจุบันภาชนะเซรามิก เป็นที่นิยมอย่าง แพร่หลาย มีใช้ในทุกบ้านทุกครัวเรือนกว่าได้ งานเครื่องเคลือบดินเผาเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญ ของมนุษยชาติ มีความเกี่ยวข้องและสัมพันธ์ กับการดำรงชีวิตของมนุษย์เรื่องมาทุกยุคทุกสมัย เครื่องเคลือบดินเผาในยุคก่อนประวัติศาสตร์ได้ ค้นพบหลักฐาน บริเวณลุ่มแม่น้ำแควน้อยและแควใหญ่ จังหวัดกาญจนบุรี ต่อมามีการค้นพบภาชนะ ลายเขียนสีบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี และเครื่องเคลือบดินเผาสมัยทวารวดี ศรีวิชัย หริภุญไชย และ ลพบุรี



ภาพที่ 2.9 ภาชนะลายเขียนสีบ้านเชียง จังหวัดอุดรธานี

(ที่มา : <https://gossmanpottery.com/ban-chiang-pottery/> , 2560)

เครื่องเคลือบดินเผาสมัยประวัติศาสตร์ชาติไทย เริ่มตั้งแต่สมัยสุโขทัย ซึ่งมีเครื่องเคลือบ ดินเผาที่มีชื่อเสียงมาก คือ เครื่องถ้วยชามสังคโลก ต่อมาในสมัยอยุธยาพบแหล่งเครื่องปั้นดินเผา บริเวณแม่น้ำน้อย ซึ่งเป็นแหล่งเตาเผาที่ใหญ่มาก สันนิษฐานว่ามีการผลิตเพื่อส่งออกทั้งในและนอกราชอาณาจักร และในสมัยอยุธยาตอนปลาย มีเครื่องถ้วยสำคัญเกิดขึ้น ได้แก่ เครื่องถ้วยเบญจรงค์ ซึ่งได้รับความนิยมมากจนถึงสมัยรัตนโกสินทร์ตอนต้น



ภาพที่ 2.10 เครื่องถ้วยเบญจรงค์

(ที่มา : <https://becommon.co/culture/royal-thai-porcelain/>, 2561)

2.3.2 ประโยชน์ของเครื่องเคลือบดินเผา

เครื่องเคลือบดินเผาเป็นได้ทั้งเครื่องมือ เครื่องใช้ หรือ ของตกแต่งบ้าน ประโยชน์ของมันมีมากมาย และมีบทบาทมากในชีวิตประจำวัน เราสามารถมองเห็นมันอยู่ในบ้าน หรือ ในสวนสาธารณะ ซึ่งสามารถพบเห็นได้ทั่วไป โดยภายในการอุตสาหกรรมนั้น ถูกนำไปใช้ผลิตเป็นชิ้นส่วนของอิเล็กทรอนิกส์ วัสดุที่ใช้สำหรับขัดเจียร ฉนวนไฟฟ้า หรือ กระทั่งเป็นชิ้นส่วนกระสวยอวกาศ และอีกมากมาย ได้แก่

2.3.2.1 จานเซรามิก ถ้วยเซรามิก แก้วเซรามิก ที่ถูกผลิตขึ้นมาเพื่อเป็นภาชนะสำหรับใส่อาหารมีความทนทานกับความร้อนเป็นอย่างดี สามารถใส่อาหารนำไปอุ่นในไมโครเวฟ ได้ทันที โดยที่ไม่เป็นอันตรายกับทางผู้บริโภค

2.3.2.2 แจกันเซรามิก หรือว่ากระถางเซรามิก มักจะถูกนำมาตกแต่งสำนักงาน หรือว่าบ้านเรือนด้วยลวดลายที่สวยงามของเซรามิกและต้นไม้ ดอกไม้ ทำให้บ้านและสำนักงานของท่านน่าอยู่เป็นอย่างมาก

2.3.2.3 ของตกแต่งบ้าน เช่นตุ๊กตาเซรามิกไซส์ต่าง ๆ โมบายเซรามิก ซึ่งท่านสามารถนำไปใช้ตกแต่งภายในบ้านหรือว่าสวนหย่อมของชัวร์ววย เต็มวันการนำเอางานเซรามิกมาทำ

เป็นของชำร่วยค่อยข้างจะได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก เนื่องจากราคาไม่สูงมากและผู้ที่ได้รับยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ต่อได้อีกด้วย

2.3.2.4 พวงกุญแจ ถ้าใครที่เคยไปเดินเล่นตามตลาดนัด คงจะเคยเห็นงานเซรามิค ชิ้นเล็ก ๆ ที่ถูกนำมาทำเป็นพวงกุญแจ โดยนำมาวางขายเป็นของที่ระลึกของจังหวัดต่าง ๆ

2.3.2.5 ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์

2.3.2.6 ฉนวนไฟฟ้า

2.3.2.7 เครื่องสุขภัณฑ์

2.3.2.8 ชิ้นส่วนยานอวกาศ

2.3.2.9 ชิ้นส่วนในร่างกายมนุษย์

2.3.2.10 วัสดุขัดเงียร

2.3.3 ประเภทของเครื่องเคลือบดินเผา

2.3.3.1 พอร์ซเลน (Porcelain) เป็นเซรามิกที่มีเนื้อสีขาว เคลือบผิวเป็นมัน โปร่งแสง มีความแข็งแรงเหมือนแก้วไม่ดูดซึมน้ำ เคาะมีเสียงดังกังวานส่วนผสมของเนื้อดินที่ใช้คือ ดินขาว ดินเหนียว หรือบอลเคลย์ หินไชน่าสโตน แร่ฟันม้าและแร่ควอร์ตซ์ ผลิตภัณฑ์พอร์ซเลนใช้ในงานได้หลากหลายทั้งในชีวิตประจำวันและงานอื่นๆ ดินพอร์ซเลนมี 3 แบบ ดังนี้

1. ดินพอร์ซเลนทั่วไป Common Porcelain Body ใช้สำหรับงานหล่อ ที่มีอัตราการหล่อแบบที่ดี และเผาแบบbrickขึ้น แต่ไม่โปร่งแสง เหมาะสำหรับผลิตภัณฑ์ที่นำมาเขียนลายเบญจรงค์ หรือลายคราม

2. ดินอลูมินาพอร์ซเลน Alumina Porcelain Body ดินอลูมินาพอร์ซเลนเป็นดินที่ใช้กับงานเฉพาะที่ต้องการความแข็งแรงทนทานเช่นลูกถ้วยไฟฟ้า, ลูกบิดและอิฐกรู หรือสเปเซอร์ที่ต้องใช้แขวนสายไฟที่หนักเป็นต้นได้โดยไม่เกิดความเสียหาย ดินในกลุ่มนี้จะมีสมบัติแตกต่างกันไป

3. ดินพอร์ซเลนเนื้อขาว Soft Porcelain Body ดินพอร์ซเลนเนื้อขาวจะแตกต่างกันในเรื่องของสีหลังเผา, ความโปร่งแสง, ความเหนียวของดินเพื่อให้เหมาะสมกับการเลือกใช้งาน มักใช้ทำ โคมไฟประดับ งานปั้น เช่นตุ๊กตาประดับตกแต่ง จานชาม

2.3.3.2 โบนไชน่า (Bone China) เป็นเครื่องปั้นดินเผาชั้นดีที่สุดมีราคาแพงสุดมีความขาวและเคลือบเป็นมันวาวมาก เนื้อละเอียด บางเบา และโปร่งแสงมากมีความแข็งแรงดีมาก ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ประเภทนี้ได้แก่ ถ้วย ชาม เครื่องประดับเป็นต้น โดยทั่วไปโบนไชน่ามีส่วนผสมหลักคือ แก้วกระดูกประมาณร้อยละ 50 โดยน้ำหนัก และมีดินขาวเคโอลิน (kaolin) กับไชน่าสโตน (china 21 stone) อีกประมาณร้อยละ 25 (ในสหรัฐอเมริกาผลิตภัณฑ์ที่จะใช้ชื่อโบนไชน่าได้ต้องมีแก้วกระดูก

เป็นองค์ประกอบอย่างน้อยร้อยละ 25) ซึ่งปริมาณถ้ากระดูกเป็นตัวแปรสำคัญที่ทำให้โบนไซนามีเนื้อละเอียดสีขาว มีลักษณะโปร่งแสง และมีความแข็งมาก ถ้ากระดูกมีองค์ประกอบหลักคือ แคลเซียมฟอสเฟต (calcium phosphate, $\text{Ca}_3(\text{PO}_4)_2$) ได้จากการนำกระดูกสัตว์ต่างๆ เช่น กระดูกวัว ควาย ม้า มากำจัดเศษเนื้อ เอ็นที่ติดอยู่กับกระดูกออก และนำไปเผาที่อุณหภูมิสูงประมาณ 1,000 - 1,100 องศาเซลเซียส เมื่อถ้ากระดูกเย็นตัวลงจึงนำมาบดให้เป็น เนื้อโบนไซนามักจะโปร่งแสง

2.3.3.3 เอิร์ธเวิร์ (Earthenware) เป็นผลิตภัณฑ์เซรามิกเคลือบผิวที่บดแสง มีความพรุนสามารถดูดซึมน้ำได้เนื้อละเอียดสีไม่ขาวมาก ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ ได้แก่ หม้อดินเผา คนโท กระถางต้นไม้กระเบื้องมุงหลังคา

1. ดินเอิร์ทเทิร์นแวร์ไฟสูง Earthenware Body เป็นดินเอิร์ทเทิร์นแวร์ไฟสูงเนื้อหยาบที่ขึ้นรูปงานปั้นได้ดี ทำผลิตภัณฑ์ประเภทกระถางและกระเบื้องลอน เผาที่อุณหภูมิ 1200-1230 C ออกซิเดชั่น

2. ดินเอิร์ทเทิร์นแวร์ไฟต่ำหรือดินโดโลไมท์ Dolomite Earthenware Body เป็นดินโดโลไมท์ที่มีสีขาว น้ำหนักเบา นิยมทำของประดับตกแต่งหรือชุดห้องน้ำมากกว่า ทำผลิตภัณฑ์บนโต๊ะอาหาร

3. ดินเอิร์ทเทิร์นแวร์เนื้อแดงหรือดินเทอราคอตต้า Terra Cotta Body ดินนี้ขึ้นรูปงานปั้นได้ดี และเผาได้ตั้งแต่ 1000-1230 C สีหลังเผาจะเป็นสีส้ม และเข้มตามอุณหภูมิที่เผาสูงขึ้น นิยมทำชุดอาหารและของตกแต่งบ้าน

2.3.3.4 สโตนแวร์ (Stoneware) เป็นกลุ่มดินผลิตภัณฑ์ที่มีความหลากหลายในการเลือกใช้ ทั้งดินงานปั้น, งานหล่อ, งานอัดบีม เหมาะกับผลิตภัณฑ์สำหรับปรุงอาหาร Cookware ลักษณะเด่นของผลิตภัณฑ์สโตนแวร์มักจะขึ้นหนาและหนัก เน้นความแข็งแรงทนทาน

1. ดินสโตนแวร์เนื้อขาว White Stoneware Body เป็นดินสโตนแวร์เนื้อขาว เน้นที่จะใช้งานเคลือบสีตกแต่งด้วยสีได้เคลือบ SAA ใช้ทั้งงานหล่อ, งานปั้นและงานอัด เป็นดินสำหรับการขึ้นรูปแบบ Isostatic press เหมาะ สำหรับผลิตภัณฑ์บนโต๊ะอาหาร

2. ดินสโตนแวร์ธรรมดา Common Stoneware Body เนื่องจากเป็นดินที่มีการสไลด์ตัวได้ดี เหมาะสกรับงานปั้น งานขึ้นรูป ใช้ทำผลิตภัณฑ์บนโต๊ะอาหารชิ้นใหญ่ๆ

3. ดินสโตนแวร์สำหรับงานหล่อชิ้นใหญ่ Stoneware Body for casting เหมาะสำหรับทำชุดห้องน้ำ สุขภัณฑ์ กระเบื้องลอน และกรงลูกแก้ว

4. ดินสโตนแวร์เนื้อแดง Red Stoneware Body เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่สำหรับงานปั้น ที่มีสีหลังเผาแดงเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว เเผาที่อุณหภูมิ 1220-1230 C จะให้ได้ผลิตภัณฑ์ชุดอาหารที่มีความโดดเด่น

5. ดินสโตนแวร์สำหรับงานปั้นชิ้นใหญ่ Stoneware Body for Hand throwing

2.3.3.5 เทอราคอตตา (Terra Cotta) เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีดินเหนียวผิวดินเผาแล้วมักมีสี แดง เนื้อไม่แกร่ง มีความพรุนตัวสูง มักไม่เคลือบผิวนิยมเคลือบด้วยสีต่างๆ ส่วนมากผลิตเป็นวัสดุก่อสร้าง กระเบื้องบุผนัง

2.3.3.6 แก้ว (Glass) เป็นเซรามิกที่โปร่งแสง บางชนิดขุ่น ตัวอย่างผลิตภัณฑ์ได้แก่ หลอดไฟ แก้วน้ำขวด กระຈก

2.3.3.7 วัสดุทนไฟ (Refractories) เป็นวัสดุประเภทอนินทรีย์พวกดิน หิน แร่ธาตุที่หลอมตัวได้ยากในอุณหภูมิสูง ต้องทนอุณหภูมิได้อย่างน้อย 1,600 องศาเซลเซียสตัวอย่างได้แก่ อิฐทนไฟ อิฐฉนวนทนไฟ

2.4 อัตลักษณ์

2.4.1 ความหมายของอัตลักษณ์

(โชติกา ศรีประเสริฐ, 2554) “อัตลักษณ์” (Identity) คุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ของลักษณะเฉพาะ ของบุคคล สังคม ชุมชนหรือประเทศนั้นๆ เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรม ท้องถิ่น และศาสนา ฯลฯ ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือสากลกับสังคม อื่นๆ พูด่ง่ายๆ คือ ลักษณะที่ไม่เหมือนกับของคนอื่นๆ “อัตลักษณ์” มาจากภาษาบาลีว่า อตต + ลักษณะ โดยที่ “อัตตะ” มีความหมายว่า ตัวตน , ของตน ส่วน “ลักษณะ” หมายถึง สมบัติเฉพาะตัว หากมองเพียงแค่ว่ารูปศัพท์ “อัตลักษณ์” จึงเหมาะจะนำมาใช้หมายถึงลักษณะ เฉพาะตัวของสิ่งใดสิ่งหนึ่งมากกว่า “อัตลักษณ์” ไม่มีบันทึกไว้ในพจนานุกรมแต่มีตำราหลายเล่มให้ความหมาย คำว่า “อัตลักษณ์” ไว้ว่าคุณลักษณะเฉพาะตัวซึ่งเป็น ตัวบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคม ชุมชนหรือ ประเทศนั้น เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น และศาสนา ซึ่งมีคุณลักษณะที่ไม่ทั่วไปหรือสากลกับสังคม อื่นๆแต่มีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาการได้ แต่หลายครั้งเรามักสับสนกับคำว่า “เอกลักษณ์” และ “อัตลักษณ์” นั้นมีความแตกต่างกันหรือเหมือนกันหรือไม่ อย่างไรก็ตามแล้วสองคำนี้มีการสะกดคล้ายคลึงกันแต่มีความหมายไม่เหมือนกันและยังมีความหมายทับซ้อน กันอยู่ “เอกลักษณ์” มีคำว่า “เอก” ซึ่งหมายถึงหนึ่งเดียว จึงน่าจะหมายความว่าลักษณะหนึ่งเดียว (ของ หลายๆ สิ่ง) หรือลักษณะที่ของหลายๆ สิ่งมีร่วมกัน ซึ่งเป็นความหมายแรกตามพจนานุกรม คำว่า “เอกลักษณ์” มีความหมายตามพจนานุกรม

ฉบับ ราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ว่าลักษณะที่เหมือนกันหรือมีวัฒนธรรมร่วมกัน เช่น ชุมชนนั้น มีเอกลักษณ์อยู่ที่การทอดผ้าลายน้ำไหลหมายความว่า คนในชุมชนนั้นมี อาชีพ ทอดผ้าลายน้ำไหล เหมือนกันหมดโดยส่วนใหญ่คนทั่วไปยังนิยมใช้คำว่า “เอกลักษณ์” ใน ความหมายว่า ลักษณะ เฉพาะตัวที่ไม่เหมือนใครอย่างกว้างขวางส่วนคำว่า “อัตลักษณ์” นั้นมักจะใช้ในวงแคบๆ เช่นแวดวง วิชาการเท่านั้นและบางครั้งก็ใช้แบบมี ความหมายโดยนัย (แฝง) ดังนั้น “เอกลักษณ์” เป็นสิ่งตายตัว ไม่ สามารถเปลี่ยนแปลงได้อีก ส่วน “อัตลักษณ์” สามารถเปลี่ยนแปลงได้ มีหลายสิ่งตามความจริงที่ ปรากฏต้องดูหลายๆด้านหลายๆมิติ ของสิ่งนั้น ประกอบกันในฐานะภูมิวัฒนธรรมสังคม กล่าวโดยสรุป คำว่า เอกลักษณ์ หมายถึง ลักษณะ เฉพาะตัวหรือลักษณะที่แสดง ความเป็นอย่างเดียวกันของคนใน สังคมซึ่ง แตกต่างจากลักษณะร่วมของคนในสังคมอื่น ๆ ส่วนเป็นเอกเป็นหนึ่งเดียวเท่านั้นคำว่าอัต ลักษณ์หมายถึงความ เป็นตัวตนที่แตกต่างจากสิ่งอื่นใดสามารถบ่งชี้ลักษณะเฉพาะของตัวบุคคล สังคมชุมชน หรือ ประเทศนั้นๆ ได้ 17 เช่น เชื้อชาติ ภาษา วัฒนธรรมท้องถิ่น และ ศาสนา และข้อ แตกต่างที่เห็นได้ชัดจากสองคำนี้คือ “เอกลักษณ์” เป็นสิ่งตายตัวไม่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ส่วน “อัต ลักษณ์” นั้นสามารถเปลี่ยนแปลงหรือพัฒนา ให้ดีขึ้นได้

2.4.2 ระดับของอัตลักษณ์

อัตลักษณ์ (Identity) แบ่งออกเป็น 2 ระดับ คือ อัตลักษณ์ระดับปัจเจก (Individual Identity) และอัตลักษณ์ร่วมของกลุ่ม (Collective Identity) ในระดับปัจเจก บุคคลหนึ่งอาจมี หลายอัตลักษณ์อยู่ในตัวเอง ในขณะที่อัตลักษณ์ร่วมก่อให้เกิดความสงบอยู่ร่วมกันของกลุ่มชน และไม่สามารถแยกออกจากการกระทำหรือละทิ้งสถานภาพของปัจเจกในกลุ่มได้ (ประสิทธิ์ ลิขิต 2547 , : 33, ฝนวันจันทร์ ศรีจันทร์, 2543: 9)

2.5 อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

2.5.1 ประวัติความเป็นมา

อำเภอบัวใหญ่แต่เดิมชื่อ อำเภอ “นอก” ได้เปลี่ยนชื่อเป็นอำเภอ “บัวใหญ่” ตามชื่อ หมู่บ้าน และบึงบัวใหญ่ เมื่อปี พ.ศ. 2455 สำหรับอำเภอบัวใหญ่ เป็นอำเภอหนึ่งของจังหวัด นครราชสีมา โดยถือเป็นอำเภอขนาดใหญ่ทางตอนเหนือซึ่งมีชุมทางที่มีทางรถไฟสองสาย ได้แก่ สาย นครราชสีมา-หนองคาย และสายแก่งคอย-ล านารายณ์-บัวใหญ่ มาบรรจบกัน พื้นที่อำเภอบัวใหญ่ เดิม มีประวัติศาสตร์ความเป็นมายาวนาน จากหลักฐานทางโบราณสถานและโบราณวัตถุที่พบกระจัด กระจายอยู่ในเขตพื้นที่เป็นจำนวนมาก อาทิ บ่อไก่อแก้วปรังค์ บ้านสีดา ที่อ าเภอสีดา ปราสาทนางรำ

ที่อำเภอประทาย ปรากฏที่บ้านกู่ ต.ดอนตะหนิน เครื่องภาชนะดินเผาพบที่บริเวณบ้านบัวใหญ่ หลักฐานทั้งหลายเหล่านี้ทำให้น่าเชื่อว่าพื้นที่อำเภอบัวใหญ่เป็นที่ตั้งถิ่นฐานอยู่อาศัยของมนุษย์มา ตั้งแต่ยุคก่อนประวัติศาสตร์ มีอายุไม่น้อยกว่า 4,000 ปีมาแล้ว ร่องรอยทางประวัติศาสตร์เหล่านี้คือ แหล่งความรู้ที่ทำให้ประชาชนอำเภอบัวใหญ่ในปัจจุบันสืบสานรับวัฒนธรรมเหล่านั้น มาเป็น ขนบธรรมเนียมประเพณีถ่ายทอดมาจนถึงยุคปัจจุบัน

2.5.2 คำขวัญอำเภอบัวใหญ่

นามเดิมต่านนอก	เมืองดอกบัวไหม
ชุมทางรถไฟ	บึงใหญ่ดงาม
ลือนามไต่เงิน	ถิ่นหลานย่าโม

2.5.3 ที่ตั้งและอาณาเขต

อำเภอบัวใหญ่ตั้งอยู่ทางทิศเหนือของจังหวัด มีเนื้อที่ประมาณ 548.48 ตาราง กิโลเมตร มีจำนวนประชากรรวมทั้งสิ้น 83,639 คน มีอาณาเขตติดต่อกับเขตการปกครองข้างเคียง ดังต่อไปนี้

- ทิศเหนือ ติดต่อกับอำเภอแก้งสนามนาง อำเภอแวงน้อย (จังหวัดขอนแก่น) และ อำเภอบัวลาย
- ทิศตะวันออก ติดต่อกับอำเภอบัวลายและอำเภอสีดา
- ทิศใต้ติดต่อกับอำเภอโนนแดงและอำเภอกง
- ทิศตะวันตก ติดต่อกับอำเภอบ้านเหลื่อมและอำเภอแก้งสนามนาง

2.5.4 การแบ่งเขตการปกครอง

2.5.4.1 การปกครองส่วนภูมิภาค

อำเภอบัวใหญ่แบ่งพื้นที่การปกครองออกเป็น 10 ตำบล 121 หมู่บ้าน

1. บัวใหญ่ (Bua Yai)
2. ห้วยยาง (Huai Yang)
3. เสมอใหญ่ (Sema Yai)
4. ดอนตะหนิน (Don Tanin)
5. นองบัวสะอาด (Nong Bua Sa-at)
6. โนนทองกลาง (Non Thonglang)

7. กุดจอก (Kut Chok)
8. ด่านช้าง (Dan Chang)
9. ขุนทอง (Khun Thong)
10. นองแฉ่งใหญ่ (Nong Chaeng Yai)

2.5.4.2 การปกครองส่วนท้องถิ่น

ท้องที่อำเภอบัวใหญ่ประกอบด้วยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น 11 แห่ง ได้แก่

1. เทศบาลเมืองบัวใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลบัวใหญ่
2. เทศบาลตำบลหนองบัวสะอาด ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองบัวสะอาดทั้งตำบล
3. องค์การบริหารส่วนตำบลบัวใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลบัวใหญ่ (เฉพาะนอกเขตเทศบาลเมืองบัวใหญ่)
4. องค์การบริหารส่วนตำบลห้วยยาง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลห้วยยางทั้งตำบล (ตั้งอยู่ที่บ้านขามเตี้ย)
5. องค์การบริหารส่วนตำบลเสมาใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลเสมาใหญ่ทั้งตำบล
6. องค์การบริหารส่วนตำบลดอนตะหนิน ครอบคลุมพื้นที่ตำบลดอนตะหนินทั้งตำบล
7. องค์การบริหารส่วนตำบลโนนทองกลาง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลโนนทองกลางทั้งตำบล
8. องค์การบริหารส่วนตำบลกุดจอก ครอบคลุมพื้นที่ตำบลกุดจอกทั้งตำบล
9. องค์การบริหารส่วนตำบลด่านช้าง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลด่านช้างทั้งตำบล
10. องค์การบริหารส่วนตำบลขุนทอง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลขุนทองทั้งตำบล
11. องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแฉ่งใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองแฉ่งใหญ่ทั้งตำบล

2.6 จิตวิทยาผู้บริโภค

2.6.1 ความหมายของจิตวิทยาผู้บริโภค

การเลือกซื้อของบุคคลได้รับอิทธิพลจากปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological factors) ซึ่งจัดเป็นปัจจัยภายในจิตใจผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและใช้สินค้าโดยปัจจัยทางจิตวิทยาที่สำคัญ 4 ปัจจัยได้แก่ การสนใจ การรับรู้ ความเชื่อและทัศนคติ ที่ทำให้เกิดความพึงพอใจ การสนใจ บุคคลแต่ละคนสามารถเกิดมีความต้องการหลายสิ่งหลายอย่างในช่วงเวลาหนึ่งๆ ความต้องการบางอย่างเป็นความต้องการทางชีววิทยาซึ่งเกิดจากสภาวะความตึงเครียด เช่น ความหิว หรือความลำบาก ส่วนความต้องการทางจิตวิทยาเกิดจากความต้องการยอมรับ การยกย่อง ความต้องการส่วนใหญ่อาจไม่มากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมในช่วงเวลานั้น แต่ความต้องการดังกล่าวจะ

กลายเป็นสิ่งจูงใจ (motive) หรือแรงขับ (drive) เมื่อได้รับการกระตุ้นอย่างเพียงพอจนเกิด เป็นความต้องการที่กดดันมากพอที่จะจูงใจให้บุคคลเกิดพฤติกรรมตอบสนองความต้องการ ทฤษฎีความต้องการมี 2 ทฤษฎี คือ ทฤษฎีของซิกมุนด์ ฟรอยด์และทฤษฎีของอับราฮัม มาสโลว์ ทั้ง 2 ทฤษฎีให้ความหมายของแรงจูงใจแตกต่างกันทั้งในส่วนของวิเคราะห์ผู้บริโภคและการตลาด

2.6.2 อิทธิพลจากกระบวนการทางจิตวิทยา

อิทธิพลจากกระบวนการทางจิตวิทยา 5 ประการ ได้แก่ การจูงใจ การรับรู้การเรียนรู้ ความเชื่อ และทัศนคติ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. การจูงใจ (Motivation) ในทางจิตวิทยาเชื่อกันว่าการเกิดพฤติกรรมของมนุษย์ต้องมี สิ่งจูงใจเป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความต้องการและเกิดพฤติกรรมต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการนั้น ดังนั้นการตลาดจึงพยายามที่จูงใจผู้บริโภค โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการใน ผลิตภัณฑ์ของตน โดยอาศัยสิ่งจูงใจทางการตลาด แต่การที่นักการตลาดจะจัดสิ่งกระตุ้นอย่างไรนั้นจำเป็น ต้องศึกษาถึงความต้องการของมนุษย์ให้เข้าใจก่อน นักจิตวิทยาได้เสนอทฤษฎีการจูงใจของมนุษย์ ไว้มากมาย แต่ทฤษฎีที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับกันทั่วไป ได้แก่ ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์และ ทฤษฎีการจูงใจของฟรอยด์ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ทฤษฎีการจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's Theory of Motivation) มาสโลว์กล่าวว่า บุคคลจะมีล าดับชั้นของความต้องการ (Hierarchy of Needs) ที่สามารถเรียงล าดับความสำคัญจาก มากไปหาน้อยได้ดังนี้คือ ความต้องการของร่างกาย (Physiological Needs) ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการทางสังคมหรือความต้องการการยอมรับและความรัก (Social Needs) ความต้องการการนับถือ (Esteem Needs) และความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต (Self-Actualization Needs) ความต้องการของคนเราอาจเกิดขึ้นได้พร้อม ๆ กันหลายขั้นตอน แต่ละบุคคลจะพยายามตอบสนองความต้องการที่สำคัญที่สุดหรือมากที่สุดก่อน เมื่อบุคคลได้สิ่งที่มาบำบัดความต้องการแล้วความจำเป็นในสิ่งนั้นก็หมดไป ดังนั้นนักการตลาดจะต้องพยายามศึกษาถึงความต้องการในแต่ละขั้นตอนของมนุษย์แล้วนำมาพิจารณาว่าผลิตภัณฑ์ของบริษัทสามารถตอบสนองความต้องการอะไรได้บ้าง แล้วจึงได้ใช้เครื่องมือทางการตลาดเพื่อจูงใจผู้บริโภคให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์ของบริษัท เช่น สำหรับบุคคลที่ต้องการความปลอดภัยในการเดินทาง โดยรถยนต์ รถยนต์ยี่ห้อ ซี. ได้ใช้การพัฒนาผลิตภัณฑ์ (สิ่งกระตุ้นทางการตลาด) ให้เพิ่มความปลอดภัยในการขับขี่โดยใช้เทคโนโลยีจากอากาศยานพร้อมกับการโฆษณา (สิ่งกระตุ้นทางการตลาด) ให้ผู้บริโภคได้รับทราบโดยหวังว่าผู้บริโภคจะเกิดความต้องการและซื้อรถยนต์ยี่ห้อนี้

ทฤษฎีการจูงใจของฟรอยด์ (Freud's Theory of Motivation) ฟรอยด์ค้นพบว่า พฤติกรรมของมนุษย์จะถูกควบคุมโดยความคิดพื้นฐาน 3 ระดับ ที่เรียกว่า อิด (Id) อีโก้หรืออัตตา (Ego) และซูเปอร์อีโก้หรืออีอัตตา (Superego) แล้วแต่ว่าบุคคลนั้น ๆ จะมีความคิดพื้นฐานใน ส่วนใด ที่มีอิทธิพลมากที่สุดและโดยปกติบุคคลจะไม่ทราบถึงความต้องการที่แท้จริงของตนเอง การที่นางสาว สุดสวยเปลี่ยนรถยนต์คันใหม่ที่มีรูปทรงปราดเปรียว และราคาแพง โดยให้เหตุผลว่าเพราะ ต้องการความปลอดภัยในการขับขี่ แต่ลึกลงไปเธออาจต้องการแสดงให้เห็นถึงฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของเธอด้วย และในส่วนลึกที่สุดนางสาวสุดสวยอาจซื้อรถคันนี้เพราะให้ความรู้สึกที่ว่าตัวเองยังเป็นวัยรุ่น (อายุน้อยลง)และสามารถดึงดูดความสนใจของเพศตรงข้ามได้ดีดังนี้นักการตลาดจึงอาจจัดทำ การวิจัยเพื่อวิเคราะห์ถึงสาเหตุหรือสิ่งจูงใจที่แท้จริงในการซื้อของผู้บริโภค โดยทำการเก็บข้อมูลใน ส่วน ความรู้สึกเล็ก ๆ ของผู้บริโภคกลุ่มเล็ก ๆ โดยใช้เทคนิคที่เรียกว่า “Projectivetechniques” เพื่อที่จะดึงเอาอีโก้และซูเปอร์อีโก้ออกไป และให้กลุ่มตัวอย่างตอบความต้องการที่แท้จริง เพื่อนักการตลาดจะได้เข้าใจถึงพฤติกรรมและสิ่งจูงใจที่แท้จริงของผู้บริโภค ตัวอย่างผลของการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคไม่ชอบลูกพรุณเพราะผิวหยาบของลูกพรุณทำให้คิดถึงความเจ็บป่วย และความแก่ หรือการที่แม่บ้านให้ความสำคัญกับการอบขนมเค้กเพราะให้ความรู้สึกเหมือนการให้กำเนิดบุตร เป็นต้น

2. การรับรู้ (Perception) การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือกจัดประเภทตีความ และรับรู้ข้อมูลหรือสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ที่ได้พบเห็นหรือได้รับเมื่อผู้บริโภคได้รับสิ่งกระตุ้นจาก ประสาทสัมผัสทั้ง 5 ไม่ว่าจะเป็นการได้เห็น ได้ยิน ได้กลิ่น การสัมผัส หรือได้ลิ้มรสก็ตามผู้บริโภคแต่ละคนจะ เกิดการรับรู้และตีความข้อมูลด้วยความรู้สึกส่วนตัวของคนที่มึต่อลักษณะทางกายภาพของ สิ่งเร้า ความสัมพันธ์ของสิ่งเร้ากับสิ่งแวดล้อมและเงื่อนไขของแต่ละบุคคล (ประสบการณ์ในอดีต) เช่นนางสาวสุดสวยเห็น สิ่งเร้า xx อาจคิดว่าเป็น ภาพรั้วบ้านหรืออักษร X ในภาษาอังกฤษ แต่หากพบเห็นในชั่วโมงคณิตศาสตร์จะเข้าใจว่าเป็นตัวแปร X ในวิชาคณิตศาสตร์ ในขณะที่เด็กชายอายุ 4 ขวบ อาจคิดว่าเป็นเครื่องหมายผิด (x) ก็ได้ตามปกติผู้บริโภคจะพบเห็นสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ มากมาย เช่นในการดูโทรทัศน์ รายการเกมส์เศรษฐี นางสาวสุดสวยได้เห็นภาพยนตร์โฆษณาสินค้าต่าง ๆ มากมาย แต่จะรับรู้โฆษณาเพียงบางชิ้นเท่านั้น ทั้งนี้เป็นกลไกทางธรรมชาติของมนุษย์ที่จะมีการเลือกรับสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ เพื่อป้องกันการสับสน ตามปกติผู้บริโภคมักจะเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งกระตุ้นที่ตรงกับ ความเชื่อหรือทัศนคติและเป็นสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการหรือการรับรู้ต่อตนเอง (Self-Perception) ตนเท่านั้น และการรับรู้ของบุคคลจะแตกต่างกันไปตามประสบการณ์ของแต่ละบุคคลนักการตลาด จะต้องระลึกว่าบุคคลจะเลือกรับรู้เฉพาะสิ่งที่สอดคล้องกับความต้องการและตรงกับ การรับรู้ต่อตนเอง (Self-Perception) ซึ่งการรับรู้ต่อตนเอง หมายถึงการที่ผู้บริโภครับรู้ต่อตนเองว่าเป็นอย่างไร เช่น

นางสาวสุดสวยรับรู้ว่าเป็นนักธุรกิจ นางสาวสมศรีรับรู้ตนเองว่าเป็น แม่บ้านที่ดี ทั้งสองจะเลือกรับรู้โฆษณาต่าง ๆ ที่พบเห็นที่ต่างกัน เช่น นางสาวสุดสวยจะเลือกรับรู้โฆษณารถยนต์ ยี่ห้อที่สวย ปราดเปรี้ยวเหมาะสมกับสาวนักธุรกิจ ในขณะที่นางสมศรีอาจจะเลือกรับรู้โฆษณาเกี่ยวกับน้ำมันพืช งานเฟอร์นิเจอร์โชว์ต่าง ๆ เป็นต้น ซึ่งในการเลือกรับรู้ของทั้งสองจะดูจากเนื้อหาของโฆษณาและลักษณะของตัวพรีเซ็นเตอร์(Presenter) ด้วย ดังนั้นในการที่จะจัดสิ่งเร้าทางการตลาดเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้ได้ หากเป็นชิ้นงานโฆษณาจะต้องคำนึงถึงลักษณะของพรีเซ็นเตอร์ และหากเป็นสินค้าที่ใช้กันทั่วไป อาจจะต้องเน้นที่บรรจุกฎหมายที่ดูสะอาดตาและตรงกับการรับรู้ของตนเองของกลุ่มเป้าหมาย เช่น แคมเปญของสาววัยรุ่นจะมีสีสันของบรรจุกฎหมายแบบหนึ่ง ขณะที่แคมเปญของวัยรุ่นชายจะมีสีสันของบรรจุกฎหมายอีกแบบหนึ่ง เป็นต้น

3. การเรียนรู้ (Learning) การเรียนรู้เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงหรือประพฤติกรรม ในพฤติกรรมของผู้บริโภค และมีผลเป็นอย่างมากต่อทัศนคติและความเชื่อของบุคคลนั้น ผู้บริโภคอาจ เกิดการเรียนรู้จากพฤติกรรมการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นต่าง ๆ ด้วยตนเอง เช่น นางสาวทาทำเคยใช้ แชมพูยี่ห้อ เอ. แล้วผมนุ่มสวย ครั้งต่อไปจึงซื้อมาใช้อีกเพราะเกิดการเรียนรู้ว่าแชมพูยี่ห้อนี้ดี หรือ ผู้บริโภคอาจเกิดการเรียนรู้จากการบอกเล่าที่เป็นประสบการณ์ของบุคคลอื่น เช่น คุณแม่ บอกว่าดี หรือดาราภาพยนตร์ที่ชื่นชอบบอกว่าใช้แล้วดี เป็นต้น ดังนั้นนักการตลาดอาจใช้วิธีการโฆษณาแบบซ้ำๆ เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการเรียนรู้ในผลิตภัณฑ์ของตนและทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำได้

4. ความเชื่อ (Beliefs) ความเชื่อเป็นความคิดของผู้บริโภคที่ยึดถือต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ซึ่งเป็นผลมาจากประสบการณ์ในอดีต ซึ่งความเชื่อเรื่องนี้อาจไม่มีเหตุผลก็ได้ เช่น การที่คนเชื่อว่าหากจะออกจากบ้านแล้วมีจิ้งจกร้องทักจะพบโชคร้ายจึงไม่ควรออกจากบ้านในวันนั้น หรือเป็นความเชื่อที่เกิดจากประสบการณ์ในการใช้สินค้าของตนโดยตรง เช่น เคยเชื่อมั่นว่าใช้มะกรูดสระผมแล้วดี และมี แชมพูยี่ห้อหนึ่งโฆษณาว่าผสมมะกรูดก็เลยลองซื้อมาใช้ (เพราะตรงกับความเชื่อเดิม) และปรากฏว่า ใช้แล้วผมนุ่มและตกต่ำขึ้น ผู้บริโภครายนี้ก็จะเกิดความเชื่อถือในแชมพูยี่ห้อนี้และอาจจะเชื่อไปถึง ผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ที่มาจากผู้ผลิตรายเดียวกันนี้ด้วย ดังนั้นจะเห็นได้ว่าความเชื่อถือของผู้บริโภคจะมีผล เป็นอย่างมากต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ดังนั้นนักการตลาดจะต้องติดตามอยู่เสมอหากพบว่า ผู้บริโภคมีความเชื่อถือในด้านลบต่อบริษัท หรือผลิตภัณฑ์ของบริษัท จะต้องดำเนินการแก้ไขความเชื่อที่ผิดพลาดนั้น

5. ทัศนคติ (Attitude) ทัศนคติเป็นการประเมินที่บุคคลมีต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่งในด้านบวกและ ลบ เช่น ผู้บริโภคอาจมีทัศนคติต่อการใช้น้ำ ตาลทรายขงกาแพว่าทำให้มีแคลอรีสูง เป็น

อันตรายต่อ สุขภาพ เพราะฉะนั้นน้ำตาลทรายไม่ดีจึงเลิกใช้น้ำตาลทราย เป็นต้น หรืออาจเกิดทัศนคติต่อ ผลิตภัณฑ์ในด้านความพอใจ หรือความไม่พอใจ เช่น เมื่อได้ทดลองสารสังเคราะห์ที่ให้ความหวานเหมือนน้ำตาลแต่ให้แคลอรีต่ำกว่าน้ำตาลยี่ห้อหนึ่ง แล้วชอบรสชาติแต่รู้สึกว่ารากาแพงเกินไปจึงไม่ซื้อมาใช้ จะเห็นได้ว่าทัศนคติจะมีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค นอกจากนี้ผู้บริโภคจะมีทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ เสมอ เช่น ทัศนคติต่อศาสนา การเมือง เสื้อผ้า ดนตรี อาหาร และอื่น ๆ ซึ่งทัศนคติต่อสิ่งต่าง ๆ จะมีความเกี่ยวข้องกันเสมอ นักการตลาดจะต้องพยายามเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่ในทัศนคติของบุคคลแล้วมากกว่าจะพยายามเปลี่ยนทัศนคติของบุคคล เช่น การเสนอผลิตภัณฑ์ที่ไม่ขัดต่อกฎของวัฒนธรรมและสังคมนักการตลาดจำเป็นที่จะต้องศึกษาหลักเกณฑ์การตัดสินใจซื้ออันเป็นผลมาจากปัจจัยทางวัฒนธรรม สังคม ลักษณะส่วนบุคคล และลักษณะทางจิตวิทยา ปัจจัยเหล่านี้มีอิทธิพลต่อนักการตลาด เนื่องจากมีประโยชน์ต่อการพิจารณาความสนใจของผู้ซื้อที่มีต่อผลิตภัณฑ์ เพื่อนำไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ตัดสินใจด้านราคา จัดช่องทางการจัดจำหน่ายและส่งเสริมการตลาด ทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดีต่อผลิตภัณฑ์และบริษัท

2.7 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศิริณฤมล ช้อยเรือง (2558) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การออกแบบอัตลักษณ์จังหวัดปทุมธานีจากหัตถกรรมเศษผ้า มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบอัตลักษณ์สินค้าจังหวัดปทุมธานีจากหัตถกรรมเศษผ้าที่สามารถสื่อสารถึงอัตลักษณ์จังหวัดปทุมธานีและสามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าจังหวัดปทุมธานีโดยพบว่ามีมรดกทางวัฒนธรรมสามารถนำมาสร้างสรรค์เป็นงานออกแบบลวดลาย เพื่อการสื่อสารและเพิ่มมูลค่าให้กับเศษผ้า และนำไปสู่การประยุกต์กับวัสดุอื่นๆ ได้

ฤธรรมรณ ปลัดสงคราม (2560) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชน สับปะรดภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัญหาและความต้องการในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผลิตภัณฑ์สับปะรดภูเก็ต และเพื่อออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ของผลิตภัณฑ์สับปะรดภูเก็ต โดยมุ่งเน้นที่จะออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ให้ความทันสมัย แสดงถึงตัวตนของจังหวัดและสามารถเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์โดยนำภาพประกอบของลักษณะเด่นของสับปะรดภูเก็ตและแหล่งที่มาผสมผสานอย่างลงตัวกับลวดลายพื้นจังหวัดภูเก็ต พบว่า การออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์สามารถแสดงตัวตนของสินค้าในรูปแบบที่มีเอกลักษณ์พื้นถิ่นที่แตกต่างและแสดงได้เห็นถึงแหล่งที่มาได้

อโนทัย เพชรสุวรรณ (2549) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับข้าวแต๋นในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ที่ให้ประโยชน์สูงสุดต่อชุมชน สามารถนำไปใช้ได้จริง สร้างเอกลักษณ์ให้กับสินค้า และเพื่อประเมินประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋นในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์พบว่า บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสม สามารถช่วยป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์ได้ เมื่อได้รับแรงกระแทกจากการขนส่งบรรจุและจัดเรียงได้เป็นระเบียบ นำไปประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์ประเภทขนมขบเคี้ยวที่มีลักษณะเดียวกันได้

ชลิตา รัชตะพงศ์ธร (2556) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องเบญจรงค์ไทย กรณีศึกษา เครื่องเบญจรงค์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลคลองตอโนไถ่ จังหวัดสมุทรสาคร มี วัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาการออกแบบบรรจุภัณฑ์ของกลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องเบญจรงค์ให้สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อนำเสนอรูปแบบผลงานบรรจุภัณฑ์เครื่องเบญจรงค์ที่มีความเป็นเอกลักษณ์ พบว่า การพัฒนารูปแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ช่วยให้กลุ่มผลิตภัณฑ์เครื่องเบญจรงค์มีเอกลักษณ์ สามารถพัฒนาศักยภาพของตนเองและกลุ่มได้ ซึ่งตรงตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้

ปฐวี ศรีโสภา (2553) ได้ทำการศึกษาเรื่อง การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร วัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนประจำจังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อสร้างอัตลักษณ์ และสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และเพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนประเภทอาหารประจำจังหวัดสมุทรสงคราม เพื่อสร้างเป็นแม่แบบ (Models) ให้ผู้ประกอบการได้นำไปประยุกต์ใช้กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรสงคราม พบว่า รูปแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าของชุมชนเหมาะสำหรับการวางจำหน่ายทำให้ชุมชนมีอัตลักษณ์ สามารถใช้เป็น สิ่งเชิญชวนในการซื้อหาเป็นสินค้าของฝากสำหรับนักท่องเที่ยวได้

บทที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีการดำเนินงานและรวบรวมข้อมูลของโครงการ ผู้วิจัยได้ดำเนินงานตามขั้นตอน การดำเนินงานวิจัย ดังนี้

3.1 ศึกษาภาคเอกสาร

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งประเภทดังนี้

3.1.1 ศึกษาภาคเอกสารคือ

ข้อมูลจากหนังสือทางวิชาการและหนังสืออ้างอิงกับงานวิจัยได้แก่

3.1.1.1 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการออกแบบ

3.1.1.2 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์

3.1.1.3 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา

3.1.1.4 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอัตลักษณ์

3.1.1.5 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

3.1.1.6 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับจิตวิทยาผู้บริโภค

3.1.1.7 ศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

3.1.2 การศึกษาจากการลงพื้นที่จริง และบันทึกภาพ

3.1.2.1 ศึกษากลุ่มประชากร และลงพื้นที่จริงในการออกแบบดังนี้



ภาพที่ 3.1 น้ำพุดอกบัว สัญลักษณ์ของอำเภอบัวใหญ่

เนื่องจาก อ.บัวใหญ่ ยังไม่มีของที่ระลึกที่สามารถสื่อถึง อ.บัวใหญ่ ได้ จึงนำลักษณะรูปร่างของ ดอกบัวที่เป็นสัญลักษณ์ของ อ.บัวใหญ่ มาใช้เป็นแรงบันดาลใจในการออกแบบของที่ระลึก

3.2 กำหนดประชากร

ผู้วิจัยได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ไว้จำนวน 2 กลุ่ม คือ

1. กลุ่มนักวิชาการและผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ จำนวน 5 คน
2. กลุ่มบุคคลทั่วไป จำนวน 30 คน

3.3 สร้างเครื่องมือและเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยครั้งนี้ ประกอบไปด้วยแบบสอบถาม และแบบประเมินความพึงพอใจ ดังต่อไปนี้

3.3.1 แบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. แบบสอบถามความคิดเห็นของนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา

3.3.2 แบบประเมินความพึงพอใจ โดยแบ่งออกเป็น 2 ส่วนดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน
2. คำถามเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจ
 - 2.1 แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผา โดยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่ามีเกณฑ์ 5 ระดับของลิเคิร์ต (Likert Scale) เป็นการวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น ซึ่งเกณฑ์การให้คะแนนประกอบด้วย

ระดับของความคิดเห็น	คะแนน
มากที่สุด	5 คะแนน
มาก	4 คะแนน
ปานกลาง	3 คะแนน
น้อย	2 คะแนน
น้อยที่สุด	1 คะแนน

การแปลความหมายค่าคะแนนเฉลี่ยการออกแบบ ซึ่งมีสูตรในการคำนวณ เพื่อหาช่วง ห่างของข้อมูลในแต่ละชั้น (อันตรภาคชั้น) ดังนี้ (ชานินทร์ ศิลป์จารุ 2553 : 142)

$$\begin{aligned} \text{อันตรภาคชั้น} &= \frac{\text{ค่าพิสัย}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ \text{แทนค่า} &= \frac{5-1}{5} \\ &= 0.8 \end{aligned}$$

จากการแทนค่าตามสูตรดังกล่าวข้างต้น จะเห็นได้ว่าช่วงห่างของข้อมูลในแต่ละอันตรภาคชั้นมีค่าเท่ากับ 0.8 ดังนั้น ระดับคะแนนเฉลี่ยการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผา จึงแสดงผลได้ 5 ระดับ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	แปลผล
4.21 - 5.00	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41 - 4.20	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก
2.61 - 3.40	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง
1.80 - 2.60	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย
1.00 - 1.80	มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3.4 วิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญด้านวิชาการและนักออกแบบ จำนวน 5 คน

3.5 สรุปผลวิเคราะห์ข้อมูลและข้อเสนอแนะ

สรุปวิเคราะห์จากตารางวิเคราะห์ข้อมูล และนำแนวทางที่ได้มาทำการออกแบบ

3.6 พัฒนาการออกแบบ

พัฒนาและปรับปรุงแก้ไขในการออกแบบ

3.7 จัดทำภาคศิลปนิพนธ์

เรียบเรียงเนื้อหาจากการวิจัย ในรูปแบบเล่มศิลปนิพนธ์ต่อคณะกรรมการ จำนวน 3 เล่ม

บทที่ 4



ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

จากการศึกษากระบวนการการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา เพื่อสร้างอัตลักษณ์สำหรับ อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผาที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยการนำมาเล่าผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผาที่เหมาะสมแก่การเป็นของที่ระลึก เพื่อสร้าง ความภูมิใจของคนในท้องถิ่น และเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวอำเภอทำให้เศรษฐกิจยั่งยืนมากยิ่งขึ้น สามารถสรุปผลการศึกษา ดังนี้


4.1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม

ผู้วิจัยได้จัดทำคำถามการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้รับคืน เป็นแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์ จำนวน 1 ฉบับ จากกลุ่มนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4.1 การออกแบบรูปทรงของบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา




ลำดับ	รูปทรงบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
1	 กล่องฝาครอบ	5	100
2	 กล่องสไลด์	0	0

ตารางที่ 4.1 (ต่อ)

ลำดับ	รูปทรงบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
3	 กล่องฝาเปิด	0	0

จากตารางที่ 4.1 พบว่ารูปทรงบรรจุภัณฑ์ มีผู้เชี่ยวชาญเลือกแบบที่ 1 จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 100 รองลงมาคือแบบที่ 2 และแบบที่ 3 จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ตารางที่ 4.2 การออกแบบรูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อ้าเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

ลำดับ	รูปแบบกราฟิก	จำนวน	ร้อยละ
1		0	0
2		2	40
3		3	60




จากตารางที่ 4.2 พบว่ารูปแบบกราฟิก มีผู้เชี่ยวชาญเลือกแบบที่ 3 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือแบบที่ 2 จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 40 และแบบที่ 1 จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ตารางที่ 4.3 การออกแบบตราสัญลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อ้าเกอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

ลำดับ	รูปแบบตราสัญลักษณ์	จำนวน	ร้อยละ
1		0	0
2		4	20
3		4	80

จากตารางที่ 4.3 พบว่ารูปแบบตราสัญลักษณ์ มีผู้เชี่ยวชาญเลือกแบบที่ 3 จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 80 รองลงมาคือแบบที่ 2 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20 และแบบที่ 1 จำนวน 0 คน คิดเป็นร้อยละ 0

ตารางที่ 4.4 การออกแบบถุงบรรจุภัณฑ์สำหรับใส่บรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

ลำดับ	รูปแบบถุงบรรจุภัณฑ์	จำนวน	ร้อยละ
1	 ถุง + สติ๊กเกอร์ตราสัญลักษณ์	3	60
2	 ถุง + ป้ายแท็กตราสัญลักษณ์	1	20
3	 ถุง + ตราสัญลักษณ์ปั๊มตรายาง	1	20

จากตารางที่ 4.4 พบว่ารูปแบบถุงบรรจุภัณฑ์ มีผู้เชี่ยวชาญเลือกแบบที่ 1 จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 60 รองลงมาคือแบบที่ 2 และแบบที่ 3 จำนวน 1 คน คิดเป็นร้อยละ 20

4.2 ผลการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

ผู้วิจัยได้นำผลการประเมินของนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ ที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา มาออกแบบและพัฒนา

กราฟิกบนบรรจุภัณฑ์และโครงสร้างของบรรจุภัณฑ์ต้นแบบให้มีความเหมาะสม โดยนำเสนอรูปแบบผลงานบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ดังนี้



ภาพที่ 4.1 ผลงานต้นแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ประเภทถ้วย



ภาพที่ 4.2 ผลงานต้นแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ประเภทชาม



ภาพที่ 4.3 ผลงานต้นแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ประเภทจาน



ภาพที่ 4.4 ผลงานต้นแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์รวมภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา
อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา



ภาพที่ 4.5 ผลงานต้นแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา
อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ประเภทแก้ว

4.3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจ

ผู้วิจัยได้จัดลำดับการนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบประเมินความพึงพอใจที่ได้รับคืนเป็นแบบประเมินความพึงพอใจที่มีความสมบูรณ์ จำนวน 1 ฉบับ จากกลุ่มบุคคลทั่วไป ข้อมูลแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

ข้อมูลส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ข้อมูลส่วนที่ 2 : คำถามเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจ

ข้อมูลส่วนที่ 1 : ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมิน

ตารางที่ 4.5 เพศ

เพศ	จำนวน/คน	ร้อยละ
เพศหญิง	19	63
เพศชาย	11	37

จากตารางที่ 4.5 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 19 คน คิดเป็น ร้อยละ 63 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 37

ตารางที่ 4.6 อายุ

อายุ	จำนวน/คน	ร้อยละ
31-40 ปี	11	36
50 ปีขึ้นไป	8	27
20-30 ปี	6	20
41-50 ปี	5	17

จากตารางที่ 4.6 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 11 คน คิดเป็น ร้อยละ 36 รองลงมาคืออายุ 50 ปีขึ้นไป จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 27 และมีอายุ 20-30 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.7 ระดับการศึกษาสูงสุด

ระดับ	จำนวน/คน	ร้อยละ
ปริญญาตรี	10	33
ปวช. / ปวส.	8	27
มัธยมปลายหรือต่ำกว่า	7	23
สูงกว่าปริญญาตรี	5	17

จากตารางที่ 4.7 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาสูงสุดอยู่ที่ระดับ ปริญญาตรี จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 33 รองลงมาคือระดับ ปวช./ปวส. จำนวน 8 คน คิดเป็น ร้อยละ 27 และระดับมัธยมปลายหรือต่ำกว่า จำนวน 7 คน คิดเป็นร้อยละ 23 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.8 อาชีพ

อาชีพ	จำนวน/คน	ร้อยละ
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	12	40
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	5	17
รับจ้างทั่วไป	4	13

ตารางที่ 4.8(ต่อ)

อาชีพ	จำนวน/คน	ร้อยละ
อาชีพอื่นๆ	4	13
พนักงานบริษัทเอกชน	3	10
นิสิต/นักศึกษา	2	7

จากตารางที่ 4.8 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่ประกอบอาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40 รองลงมาคืออาชีพ รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 17 และอาชีพรับจ้างทั่วไป จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 13 ตามลำดับ

ตารางที่ 4.9 รายได้ต่อเดือน

รายได้ต่อเดือน	จำนวน/คน	ร้อยละ
ต่ำกว่า 10,000 บาท	16	53
10,001 - 20,000 บาท	8	27
20,001 - 30,000 บาท	5	17
40,001 บาท ขึ้นไป	1	3
30,001 - 40,000 บาท	0	0

จากตารางที่ 4.9 พบว่า ผู้ตอบแบบประเมินส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 16 คน คิดเป็นร้อยละ 53 รองลงมามีรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 27 และรายได้ต่อเดือนอยู่ที่ 20,001 - 30,000 บาท จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 17 ตามลำดับ

ข้อมูลส่วนที่ 2 : ความเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจ

ตารางที่ 4.10 ผลการประเมินด้านการรับรู้ ที่มีต่อผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

รายการประเมิน	n=30		ระดับความพึงพอใจ
	\bar{X}	S.D.	
1. ด้านการรับรู้			
1.1 บรรจุภัณฑ์บ่งบอกถึงที่มาและอัตลักษณ์ของอำเภอบัวใหญ่	4.67	0.54	มากที่สุด

ตารางที่ 4.10 (ต่อ)

รายการประเมิน	n=30		ระดับความพึงพอใจ
	\bar{X}	S.D.	
1.2 การสื่อความหมายจากกราฟิกให้รับรู้ถึงตัวผลิตภัณฑ์	4.67	0.54	มากที่สุด
1.3 การรับรู้ได้ว่าการใช้งานของผลิตภัณฑ์ใช้งานแบบใด	4.77	0.50	มากที่สุด
ผลรวมด้านการเรียนรู้	4.70	0.53	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.10 พบว่า ความพึงพอใจด้านการรับรู้จากกลุ่มบุคคลทั่วไป มีความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อ่างอบบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.70$) และ (S.D.=0.53) โดยมีผลรายละเอียดประเด็นในการประเมิน ดังนี้ 1) บรรจุภัณฑ์บ่งบอกถึงที่มาและอัตลักษณ์ของอ่างอบบัวใหญ่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.67$) และ (S.D.=0.54) 2) การสื่อความหมายจากกราฟิกให้รับรู้ถึงตัวผลิตภัณฑ์มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.67$) และ (S.D.=0.54) และการรับรู้ได้ว่าการใช้งานของผลิตภัณฑ์ใช้งานแบบใด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.77$) และ (S.D.=0.50)

ตารางที่ 4.11 ผลการประเมินด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์ที่มีต่อผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อ่างอบบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

รายการประเมิน	n=30		ระดับความพึงพอใจ
	\bar{X}	S.D.	
2. ด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์			
2.1 โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรง สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้	4.77	0.42	มากที่สุด
2.2 บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์ได้ เมื่อรับแรงกระแทกไม่แรงนัก	4.63	0.48	มากที่สุด
2.3 มีความสะดวกต่อการเคลื่อนย้าย หรือขนส่ง	4.67	0.54	มากที่สุด
ผลรวมด้านการเรียนรู้	4.69	0.48	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.11 พบว่า ความพึงพอใจด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์จากกลุ่มบุคคลทั่วไป มีความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อ่างอบบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.69$) และ (S.D.=0.48) โดยมีผลรายละเอียดประเด็นในการประเมิน ดังนี้ 1) โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรง สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.77$) และ (S.D.=0.42) 2) บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์ได้ เมื่อรับ

แรงกระแทกไม่แรงนัก ($\bar{x}= 4.63$) และ (S.D.=0.48) และมีความสะดวกต่อการเคลื่อนย้าย หรือขนส่ง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}= 4.67$) และ (S.D.=0.54)

ตารางที่ 4.12 ผลการประเมินด้านส่งเสริมการจำหน่าย ที่มีต่อผลงานต้นแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะ เครื่องเคลือบดินเผา อ่างเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

รายการประเมิน	n=30		ระดับความพึงพอใจ
	\bar{X}	S.D.	
3. ด้านส่งเสริมการจำหน่าย			
3.1 บรรจุภัณฑ์มีความทันสมัยสวยงาม ดึงดูดความสนใจลูกค้าเมื่อพบเห็น	4.70	0.64	มากที่สุด
3.2 กราฟิกสามารถสร้างแรงจูงใจต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า	4.51	0.62	มากที่สุด
3.3 กราฟิกสามารถแยกแยะความแตกต่างของสินค้าได้เป็นอย่างดี	4.63	0.71	มากที่สุด
ผลรวมด้านการเรียนรู้	4.63	0.66	มากที่สุด

จากตารางที่ 4.1 พบว่า ความพึงพอใจด้านส่งเสริมการจำหน่ายจากกลุ่มบุคคลทั่วไป มีความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อ่างเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}= 4.63$) และ (S.D.=0.66) โดยมีผลรายละเอียดประเด็นในการประเมิน ดังนี้ 1) บรรจุภัณฑ์มีความทันสมัยสวยงาม ดึงดูดความสนใจลูกค้าเมื่อพบเห็น มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด($\bar{x}= 4.70$) และ (S.D.=0.64) 2) กราฟิกสามารถสร้างแรงจูงใจต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}= 4.57$) และ (S.D.=0.62) และกราฟิกสามารถแยกแยะความแตกต่างของสินค้าได้เป็นอย่างดีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}= 4.63$) และ (S.D.=0.71)

บทที่ 5

สรุปผล อภิปราย และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยเรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา เพื่อสร้างอัตลักษณ์สำหรับ อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา วัตถุประสงค์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผาที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของ อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา โดยการนำมาเล่าผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผาที่เหมาะสมแก่การเป็นของที่ระลึก เพื่อสร้างความภูมิใจของคนในท้องถิ่น และเพื่อเป็นการเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวอำเภอทำให้เศรษฐกิจยั่งยืนมากยิ่งขึ้นจากการทำแบบประเมินความพึงพอใจสำหรับกลุ่มบุคคลทั่วไปที่สามารถสรุปได้ดังนี้

5.1.1 ความพึงพอใจด้านการรับรู้จากกลุ่มบุคคลทั่วไป มีความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}= 4.70$) และ (S.D.=0.53) โดยมีผลรายละเอียดประเด็นในการประเมิน ดังนี้ 1) บรรจุภัณฑ์บ่งบอกถึงที่มาและอัตลักษณ์ของอำเภอบัวใหญ่ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}= 4.67$) และ (S.D.=0.54) 2) การสื่อความหมายจากกราฟิกให้รับรู้ถึงตัวผลิตภัณฑ์ มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}= 4.67$) และ (S.D.=0.54) และการรับรู้ได้ว่าการใช้งานของผลิตภัณฑ์ใช้งานแบบใด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}= 4.77$) และ (S.D.=0.50) ทั้งนี้เพราะ การใช้ภาพประกอบบนบรรจุภัณฑ์ที่บ่งบอกถึงที่มา และแสดงถึงอัตลักษณ์ของอำเภอบัวใหญ่ โดยการใช้อาหารที่มีชื่อเสียงของแต่ละร้านค้าในอำเภอบัวใหญ่ มาใช้เป็นภาพประกอบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฤธรรมรงค์ ปลัดสงคราม (2560) ที่กล่าวว่า การออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์จะสามารถแสดงตัวตนของสินค้าในรูปแบบที่มีเอกลักษณ์พื้นถิ่นที่แตกต่าง และแสดงให้เห็นถึงแหล่งที่มา

5.1.2 ความพึงพอใจด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์จากกลุ่มบุคคลทั่วไป มีความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}= 4.69$) และ (S.D.=0.48) โดยมีผลรายละเอียดประเด็นในการประเมิน ดังนี้ 1) โครงสร้างบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงสามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด

(\bar{x} = 4.77) และ (S.D.=0.42) 2) บรรจุกฎบัตรสามารถป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์ได้ เมื่อรับแรงกระแทกไม่แรงนัก (\bar{x} = 4.63) และ (S.D.=0.48) และมีความสะดวกต่อการเคลื่อนย้าย หรือขนส่ง มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.67) และ (S.D.=0.54) ทั้งนี้เพราะ มีการออกแบบโครงสร้างบรรจุกฎบัตรที่มีความแข็งแรงและมีความเหมาะสม สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้อีกทั้งยังมีบรรจุกฎบัตรที่แข็งแรง ทำให้สะดวกต่อการเคลื่อนย้าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลิตา รัชตะพงศ์ธร (2556) ที่กล่าวด้วยเรื่องของขนาดบรรจุกฎบัตรที่เล็กเกินไป ใหญ่เกินไป หรือหนักเกินไป การออกแบบให้มีความพอดีกับตัวผลิตภัณฑ์ จึงนับว่าเป็นเรื่องที่มีความละเอียดอ่อนต้องมีความรอบคอบอยู่เสมอ และสิ่งสำคัญอีกประการหนึ่งสำหรับโครงสร้างบรรจุกฎบัตร คือ การปกป้องความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นระหว่างการขนส่ง

5.1.3 ความพึงพอใจด้านส่งเสริมการขาย จากนายจากกลุ่มบุคคลทั่วไป มีความพึงพอใจต่อด้านแบบบรรจุกฎบัตรภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.63) และ (S.D.=0.66) โดยมีผลรายละเอียดประเด็นในการประเมิน ดังนี้ 1) บรรจุกฎบัตรมีความทันสมัยสวยงาม ดึงดูดความสนใจลูกค้าเมื่อพบเห็น มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} =4.70) และ (S.D.=0.64) 2) กราฟิกสามารถสร้างแรงจูงใจต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.57) และ (S.D.=0.62) และกราฟิกสามารถแยกแยะความแตกต่างของสินค้าได้เป็นอย่างดีมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.63) และ (S.D.=0.71) ทั้งนี้เพราะ กราฟิกบนบรรจุกฎบัตรในแต่ละชนิดมีความแตกต่างกัน ซึ่งง่ายต่อการแยกแยะสินค้า ทำให้เลือกซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ อโนทัย เพชรสุวรรณ (2549) ที่กล่าวว่า ภาพประกอบที่สวยงามจะช่วยให้สินค้าแยกแยะความต่างของกันและกันได้เป็นอย่างดี อีกทั้งยังดึงดูดให้ลูกค้าเกิดการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้มากยิ่งขึ้น

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการสรุปข้อมูลโดยใช้แบบประเมินในการเก็บรวบรวมข้อมูล แล้วนำมาแจกแจงหาค่าเฉลี่ยถึงความสามารถในการแข่งขันทางด้านเศรษฐกิจ มีภาพรวมอยู่ในเกณฑ์ดีมาก มีความพึงพอใจเชิงบวก ซึ่งหมายความว่า การพัฒนารูปแบบบรรจุกฎบัตรภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา จะช่วยสร้างความภูมิใจให้กับคนในท้องถิ่น และเพิ่มมูลค่าให้แก่ตัวอำเภอ ทำให้เศรษฐกิจยั่งยืนมากยิ่งขึ้น ซึ่งตรงตามวัตถุประสงค์ที่ผู้วิจัยได้ตั้งไว้

5.3 ข้อเสนอแนะ

5.3.1 ทางด้านผู้เชี่ยวชาญเสนอให้มีการเพิ่มเติมเทคนิคพิเศษในการผลิตมาเสริม เพื่อเพิ่มความโดดเด่นและความน่าสนใจในชิ้นงาน

5.3.2 ทางด้านนักวิชาการเสนอให้มีการพิมพ์ลวดลายและตราสัญลักษณ์ลงไปในตัวบรรจุภัณฑ์ เพื่อเน้นย้ำอัตลักษณ์ของแบรนด์

5.3.3 ทางด้านบุคคลทั่วไปบางส่วนเสนอให้มีการใช้โทนสีที่โดดเด่นมากขึ้น เพิ่มขนาดของตราสัญลักษณ์ให้ใหญ่ขึ้นเพื่อความชัดเจน

5.3.3 ทางด้านผู้วิจัยเสนอเรื่องความแข็งแรงของบรรจุภัณฑ์ เนื่องจากบรรจุภัณฑ์บางชิ้นมีการบรรจุภาชนะหลายชิ้น ทำให้มีน้ำหนักเยอะ วัสดุที่นำมาใช้สร้างบรรจุภัณฑ์มีความแข็งแรงไม่มากพอ อาจจะทำให้เกิดการชำรุดได้ หากมีผู้สนใจจะนำไปพัฒนาหรือต่อยอดผู้วิจัยมีความเห็นว่าควรคำนึงถึงเรื่องวัสดุที่ใช้ให้เหมาะสม





บรรณานุกรม

- ความหมายของการออกแบบ. [ออนไลน์]. [สืบค้นวันที่ 2 เมษายน 2563]. สืบค้นจาก: <https://jumjaiboon.blog>
- ความหมายขององค์ประกอบศิลป์. [ออนไลน์]. [สืบค้นวันที่ 2 เมษายน 2563]. สืบค้นจาก: <https://sites.google.com>
- ชลิดา รัชตะพงศ์ธร. 2556. การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องเบญจรงค์ไทย กรณีศึกษา เครื่องเบญจรงค์หนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ ตำบลคลองตองไก่ดี จังหวัดสมุทรสาคร. (ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต. สืบค้นจาก:<https://dric.nrct.go.th/index.php?/Search/SearchDetail/291185>
- ทฤษฎีสี่. [ออนไลน์]. [สืบค้นวันที่ 2 เมษายน 2563]. สืบค้นจาก:<https://homegame9.wordpress.com>
- บรรจุภัณฑ์.[ออนไลน์]. [สืบค้นวันที่ 3 เมษายน 2563]. สืบค้นจาก:<http://oservice.skru.ac.th/ebookft/355/chapter4.pdf>
- ประวัติอำเภอบัวใหญ่. [ออนไลน์]. [สืบค้นวันที่ 4 เมษายน 2563]. สืบค้นจาก: <http://www.buayai.go.th/index.php>
- ปริญ ลักษิตานนท์. (2544). จิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภค. (พิมพ์ครั้งที่3). กรุงเทพฯ: บริษัทที่ปรึกษาพอยท์,
- ปฐวี ศรีโสภา. (2553). การสร้างอัตลักษณ์ชุมชนในงานออกแบบบรรจุภัณฑ์อาหาร กรณีศึกษาจังหวัดสมุทรสงคราม. (ปริญญาศิลปศาสตรดุษฎีบัณฑิต). กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นจาก: <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/30696>
- ภาชนะดินเผา.[ออนไลน์]. [สืบค้นวันที่ 3 เมษายน 2563]. สืบค้นจาก: <http://158.108.94.117/Public/PUB0831.pdf>
- ถุธรรมรณง ปลัดสงคราม. (2560). การออกแบบอัตลักษณ์บนบรรจุภัณฑ์สำหรับวิสาหกิจชุมชนลับประตุมุกีต จังหวัดภูเก็ต. (ปริญญาศิลปมหาบัณฑิต). ภูเก็ต. มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. สืบค้นจาก: http://www.thai-explore.net/search_detail/result/5813

บรรณานุกรม (ต่อ)

ศิริณฤมล ช้อยเรือง. (2558). การออกแบบอัตลักษณ์สินค้าจังหวัดปทุมธานีจากหัตถกรรมเศษผ้า.

(ปริญญาศิลปมหาบัณฑิต). ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยศิลปากร. สืบค้นจาก: <http://ithesis-ir.su.ac.th/dspace/handle/123456789/653>

หลักการออกแบบ. [ออนไลน์]. [สืบค้นวันที่ 2 เมษายน 2563]. สืบค้นจาก: <https://sites.google.com>

อโนทัย เพชรสุวรรณ. (2549). การออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับข้าวแต๋น ในโครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์.(ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. สืบค้นจาก: <http://ejournals.swu.ac.th/index.php/jindedu/article/view/2016>







ภาคผนวก ก

แบบสอบถามนักวิชาการด้านการออกแบบหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

แบบสอบถามความคิดเห็นของนักวิชาการด้านการออกแบบหรือ
ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา
เรื่อง โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา
เพื่อสร้างอัตลักษณ์สำหรับอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

ตอนที่ 1 ข้อมูลผู้ตอบแบบประเมิน

ชื่อ(นาย/นาง/นางสาว).....

อาชีพ.....ตำแหน่ง.....

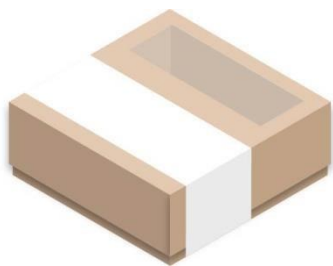
หน่วยงาน.....

ตอนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นของนักวิชาการด้านการออกแบบหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการ
ออกแบบที่มีต่อการออกแบบภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา



(ภาพประกอบภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา)

1. รูปทรงบรรจุภัณฑ์ (จำนวน 1 ตัวเลือก)



กล่องฝาทรง

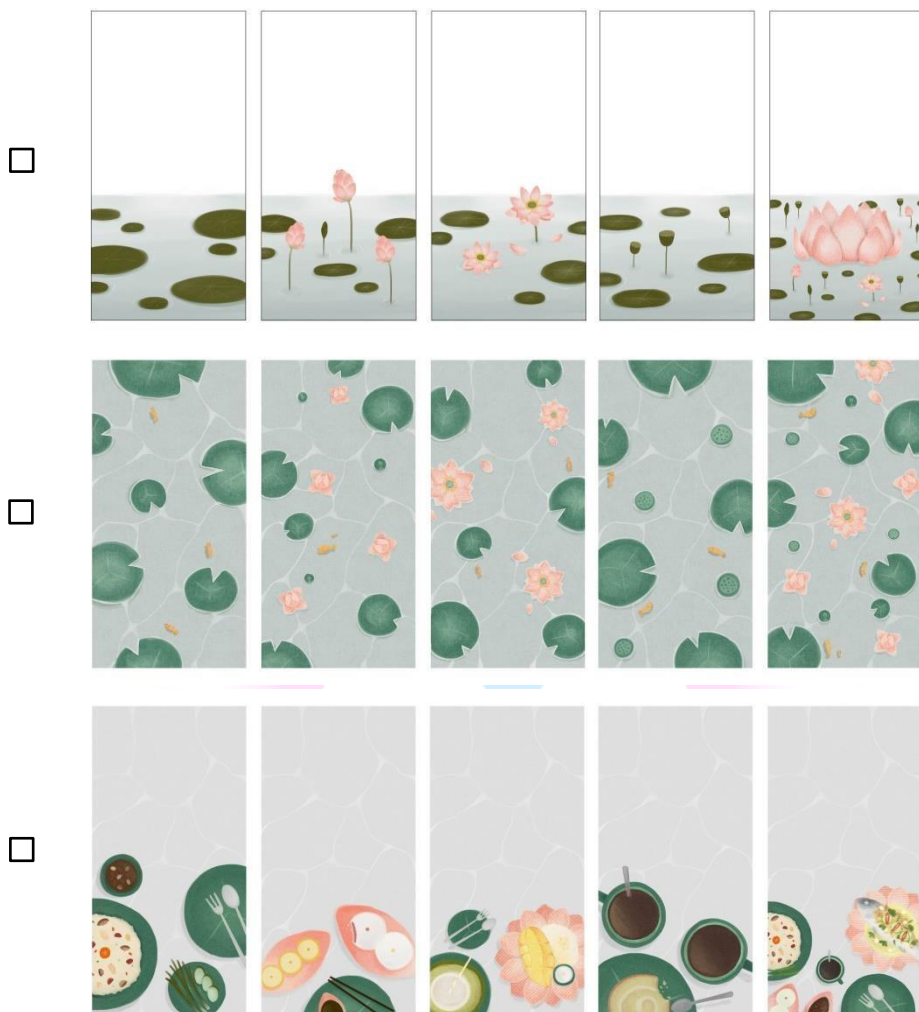


กล่องสไลด์



กล่องฝาเปิด

2. รูปแบบกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์ (จำนวน 1 ตัวเลือก)



3. รูปแบบโลโก้ (จำนวน 1 ตัวเลือก)



สัญลักษณ์

บัวใบใหญ่
BUABAIYAI

ตัวหนังสือ



สัญลักษณ์ + ตัวหนังสือ

4. รูปแบบบรรจุภัณฑ์ (จำนวน 1 ตัวเลือก)

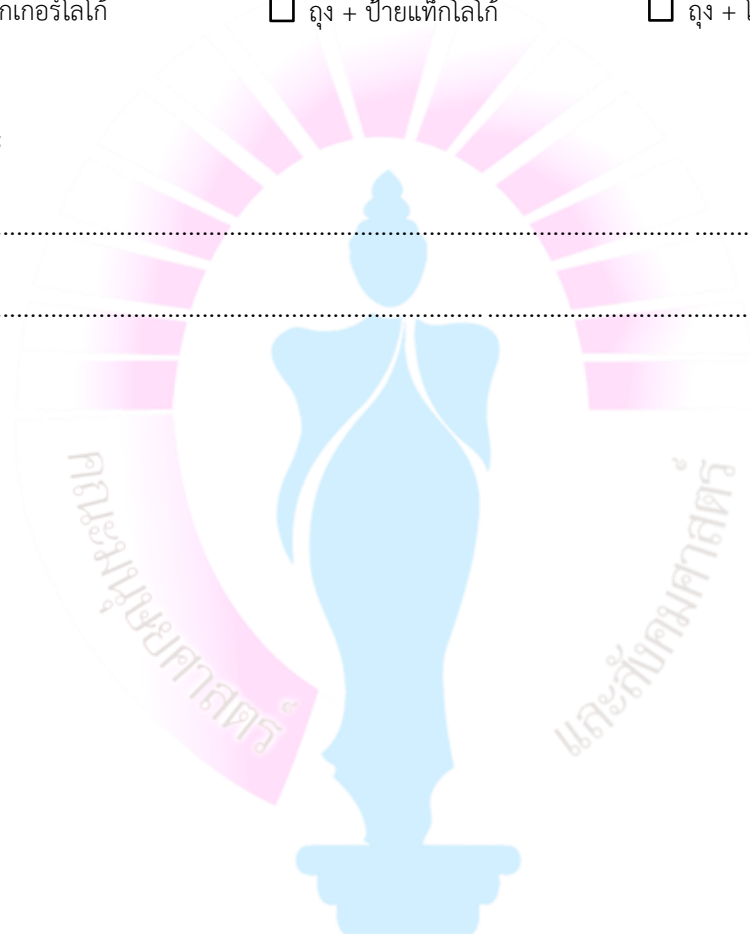


ถุง + สติกเกอร์โลโก้

ถุง + ป้ายแท็กโลโก้

ถุง + โลโก้ปั๊มทรายาง

5. ข้อเสนอแนะ





ภาคผนวก ข

พจนานุกรมวิชาการด้านการออกแบบหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

คณะมนุษยศาสตร์

และศึกษาศาสตร์

พบนักวิชาการด้านการออกแบบหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบ

เรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา เพื่อสร้างอัตลักษณ์สำหรับ อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา





ภาคผนวก ค

แบบประเมินความพึงพอใจ

คณะมนุษยศาสตร์

และสังคมศาสตร์

แบบประเมินความพึงพอใจ

เรื่อง โครงการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา

เพื่อสร้างอัตลักษณ์สำหรับอำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา

คำชี้แจง แบบสอบถามนี้จัดทำขึ้นโดยนักศึกษา ชั้นปีที่ 4 สาขาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา มีวัตถุประสงค์เพื่อการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มเป้าหมายในฐานะคนในท้องถิ่นที่ต้องการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องเคลือบดินเผาเพื่อนำไปเป็นของฝากหรือของที่ระลึก จากการตอบแบบสอบถาม

แบบสอบถามนี้แบ่งออกเป็น 2 ตอนคือ

ตอนที่ 1 : คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 : คำถามเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจ

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

คำชี้แจง : โปรดท าเครื่องหมาย / ลงใน () ในข้อที่เป็นคำตอบของท่านเพียงข้อเดียว

1. เพศ () ชาย () หญิง
2. อายุ () 20-30 ปี () 31-40 ปี () 41-50 ปี () 50 ปีขึ้นไป
3. ระดับการศึกษาสูงสุด

() มัธยมปลายหรือต่ำกว่า	() ปวช. / ปวส.
() ปริญญาตรี	() สูงกว่าปริญญาตรี
4. อาชีพ

() รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	() ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว
() พนักงานบริษัทเอกชน	() รับจ้างทั่วไป
() นิสิต/นักศึกษา	() อาชีพอื่นๆ โปรดระบุฯ
5. รายได้ต่อเดือน

() ต่ำกว่า 10,000 บาท	() 10,001 - 20,000 บาท
() 20,001 - 30,000 บาท	() 30,001 - 40,000 บาท
() 40,001 บาท ขึ้นไป	

ตอนที่ 2 : คำถามเกี่ยวกับการประเมินความพึงพอใจ

คำชี้แจง : โปรดทำเครื่องหมาย / ลงใน () ในข้อที่เป็นคำตอบของท่านเพียงข้อเดียว

รายการประเมิน	ระดับความพึงพอใจ				
	5	4	3	2	1
1. ด้านการรับรู้					
1.1 บรรจุกฎบัตรบ่งบอกถึงที่มาและอัตลักษณ์ของอำเภอบัวใหญ่					
1.2 การสื่อความหมายจากกราฟิกให้รับรู้ถึงตัวผลิตภัณฑ์					
1.3 การรับรู้ได้ว่าการใช้งานของผลิตภัณฑ์ใช้งานแบบใด					
2. ด้านการใช้งานของผลิตภัณฑ์					
2.1 โครงสร้างบรรจุกฎบัตรมีความแข็งแรง สามารถคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายในได้					
2.2 บรรจุกฎบัตรสามารถป้องกันรักษาผลิตภัณฑ์ได้ เมื่อรับแรงกระแทกไม่แรงนัก					
2.3 มีความสะดวกต่อการเคลื่อนย้าย หรือขนส่ง					
3. ด้านส่งเสริมการขาย					
3.1 บรรจุกฎบัตรมีความทันสมัยสวยงาม ดึงดูดความสนใจลูกค้าเมื่อพบเห็น					
3.2 กราฟิกสามารถสร้างแรงจูงใจต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า					
3.3 กราฟิกสามารถแยกแยะความแตกต่างของสินค้าได้เป็นอย่างดี					

ข้อเสนอแนะ

.....

.....

.....



ภาคผนวก ง

สรุปผลงานต้นแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา
อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และผลงานต้นแบบอื่นๆ

สรุปผลงานต้นแบบการออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา
อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา และผลงานต้นแบบอื่นๆ



บรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ประเภทถ้วย



บรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อ่างาบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ประเภทชาม



บรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อําเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ประเภทงาน



รวมบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา



บรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา ประเภทแก้ว



ถุงบรรจุภัณฑ์



นามบัตร



ชั้นวางสินค้า



ภาคผนวก จ

งานแสดงนิทรรศการงานวิจัย

คณะมนุษยศาสตร์

และศึกษาศาสตร์

งานแสดงนิทรรศการงานวิจัย

เรื่อง การออกแบบบรรจุภัณฑ์ภาชนะเครื่องเคลือบดินเผา เพื่อสร้างอัตลักษณ์สำหรับ อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา



มนุษยศาสตร์

และสังคมศาสตร์

ประวัติผู้วิจัย

ชื่อ – สกุล	นางสาวกฤตพร ยิ่งทองกลาง
ที่อยู่	22 หมู่ 4 หมู่บ้านท่าเนิน ตำบลบัวใหญ่ อำเภอบัวใหญ่ จังหวัดนครราชสีมา 30120
โทรศัพท์	093 359 2067
ประวัติการศึกษา	
พ.ศ.2558	สำเร็จการศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) สาขาวิชา คอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยการอาชีวศึกษาบัวใหญ่
พ.ศ.2559	ศึกษาต่อระดับปริญญาตรี หลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชา ออกแบบนิเทศศิลป์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

