

การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ผ้าไหมอีสาน สำหรับกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ ชุมชนของจังหวัดขอนแก่น

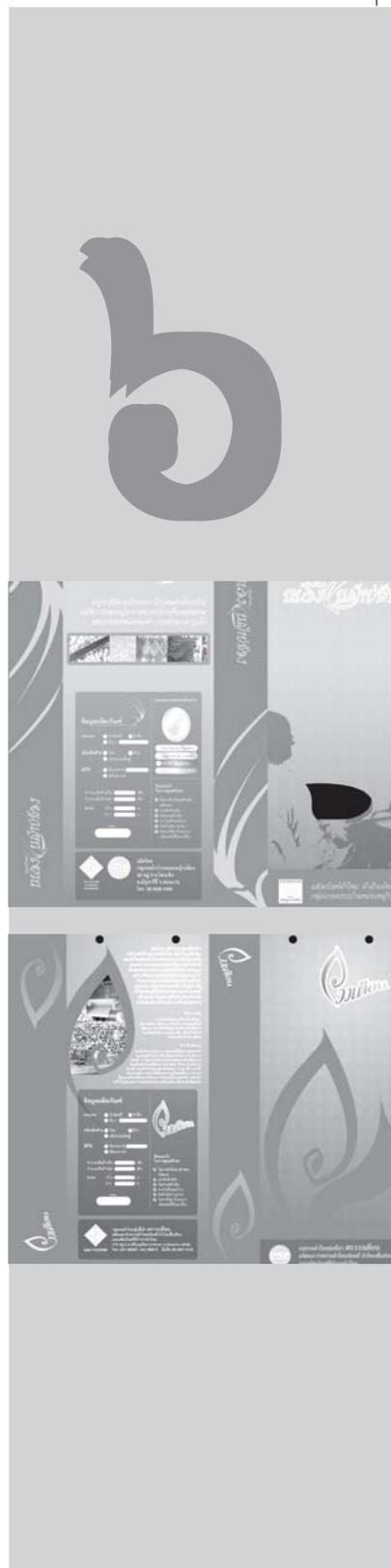
The Packaging Development for I-San
Silk Product of Khonkaen community in
Khonkaen city.

ดวงจันทร์ นาชัยสินธุ์¹

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่องการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสาน สำหรับกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยเพื่อสำรวจข้อมูล วางแนวทางกำหนดกลยุทธ์ด้านการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์ จัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์ สำหรับกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดขอนแก่น ให้เป็นสินค้าที่มีชื่อเสียงและเป็นที่ยอมรับ เสริมภาพลักษณ์ที่ดี มีเอกลักษณ์เฉพาะกลุ่ม ในพื้นที่ของการศึกษาการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสาน 2 กลุ่ม คือกลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง ตำบลโพนศรี อำเภอมัญจาคีรี จังหวัดขอนแก่น และกลุ่มผ้าไหมชนบทอำเภอนบพ จังหวัดขอนแก่น ซึ่งผู้วิจัยถือว่าทั้งสองกลุ่มมีศักยภาพและมีฝีมือด้านการทอผ้าที่มีการสืบทอดมาจากรุ่นบรรพบุรุษ เป็นผ้าทอมือจากธรรมชาติ ที่มี

¹ อาจารย์ประจำสาขาออกแบบนิเทศศิลป์ คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น



ลวดลายเป็นเอกลักษณ์ โดยเฉพาะความเข้มแข็งของกลุ่มในการพัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง ในปัญหาที่พบของกลุ่ม ผ้าไหมอีสานทั้งสองกลุ่มในด้านบรรจุภัณฑ์ ที่ขาดรูปแบบภาพลักษณ์ที่ดีของบรรจุภัณฑ์ที่จะส่งเสริมสินค้าให้เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์ ตลอดจนไม่มีความแตกต่าง ความเป็นเฉพาะของกลุ่ม เช่น ไม่มีตราสัญลักษณ์ (logo) ที่แน่นอน เป็นของตัวเอง ทั้งป้ายสินค้าที่ติดภายในตัวสินค้า และภายนอกสินค้า ไม่มีเอกลักษณ์บรรจุภัณฑ์ที่ดีเป็นเอกลักษณ์ที่บ่งบอกความเป็นท้องถิ่นที่ชัดเจน เฉพาะถิ่น

ผลการวิจัยพบว่าในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสาน ผู้วิจัยได้ทำการสำรวจข้อมูล ในด้านการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นของกลุ่มเป้าหมาย ศึกษาด้านการตลาด แหล่งจำหน่ายคู่แข่งในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกัน กลุ่มลูกค้าที่จำหน่ายใกล้เคียงกัน วัตถุประสงค์การผลิต บรรจุภัณฑ์เดิม การบริหารจัดการในกลุ่ม พร้อมทั้งได้วางแผนทางกำหนดกลยุทธ์ด้านการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์โดยลงพื้นที่ศึกษาทั้งสองกลุ่ม โดยผู้วิจัยลงพื้นที่ในการศึกษาการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 1 เป็นการลงพื้นที่หลังจากได้ข้อมูลดิบ ผู้วิจัยนำมาออกแบบร่างครั้งที่ 1 โดยเป็นความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ การแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ของนักวิจัยกับกลุ่มผู้ผลิต ซึ่งเป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพและใช้กลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจง วางแผนทางการพัฒนาบรรจุภัณฑ์เพื่อให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย พัฒนาด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ออกแบบตราสินค้า ออกแบบป้ายแขวน กำหนดกลุ่มสีในการออกแบบ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของตลาด กำหนดรูปแบบโครงสร้างและวัสดุของบรรจุภัณฑ์ พร้อมทั้งลงพื้นที่ ครั้งที่ 2 เป็นการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ปรับปรุงแก้ไข ในครั้งนี้ผู้วิจัยได้รับข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบด้านการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ ด้านรูปแบบบรรจุภัณฑ์กับ การตลาด โฆษณาและประชาสัมพันธ์ พร้อมทั้งผู้วิจัยนำมาปรับปรุง แก้ไขตามข้อเสนอแนะ พร้อมทั้งจัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์รูปแบบขนาดเท่าจริงสำหรับกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดขอนแก่น ในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสาน สำหรับกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนนั้น การออกแบบบรรจุภัณฑ์มีบทบาทอย่างมากในการส่งเสริม การขายและการสร้างมูลค่าให้สินค้ามากขึ้น รวมทั้งกระตุ้นผู้บริโภคจดจำสินค้าได้เป็นอย่างดี

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553

ABSTRACT

The research purpose of packaging development for I-san silk products within Khonkane province is to gather the information for designing the best strategy of packaging development plan; such as creating the demo of packaging that has a unique brand for silk product in Khonkane community, enhancing the product's appearance for the better impact in the market. Researcher has chosen to study this development in 2 areas: Nong-Yah-Plong Silk group of Tumbon Ponesri, Manchakiri district, Khonkane, and Chon-na-bot silk group in Khonkaen, from the potential groups in silk development. These 2 groups have displayed a strong potential and high quality in producing silk (the silk is all handmade and has their own distinct design) that has been passed on through times. However, the problems of silk product packaging are clearly shown in both groups such lacking of style and design that importantly enhance the product's interest, absence of their own logo trademark as well as product's label which could create a unique identity of the product.

During the research process, researcher has gathered the basic information of those 2 groups and their management styles, studied and compared silk markets as well as other competitors, studied the old packaging that those 2 groups have been using. At the same time, planing the packaging development strategy for both groups. After having studied a raw data receiving from the first survey, researcher has done the first draft written as suggestions and knowledge exchange between researcher and producers which is based on qualitative research method and specific targets. Then, using this knowledge to plan the packaging development according to groups demands, for instance, packaging design development, logo design, color and material design for packaging. The second step is to revise and improve the packaging

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553

development plan through the eyes of experts (graphics and packaging designers) in packaging design and the impact of packaging design to market, and marketing itself. This has giving valuable advice to researcher. Also, the demo of packaging design has been produced in real-size for silk products in these groups. Inevitably, packaging is one of the important factors to create a good first impression and to enhance product's appearance. Thus, encouraging the packaging development and creating a unique brand for silk product in Khonkane is necessary for improving and enhancing the product in the market domestically and internationally.

บทนำ-ภูมิหลัง

ผลิตภัณฑ์ชุมชน(สินค้า OTOP) เป็นผลิตภัณฑ์ที่ผลิตโดยกลุ่มชุมชนที่สะท้อนให้เห็นภูมิปัญญาท้องถิ่นใช้วัตถุดิบในพื้นที่ของแหล่งผลิตหรือพื้นที่ใกล้เคียง พร้อมทั้งกระบวนการผลิตไม่ทำลายสภาพแวดล้อมและทรัพยากรท้องถิ่น เป็นผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนช่วยกันทำ ร่วมแรงทำเป็นกลุ่มการศึกษาประวัติความเป็นมาของบรรจุภัณฑ์เปรียบเสมือนกับการศึกษาอารยธรรมของมนุษย์ความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นของมนุษยชาติจะพัฒนาไปพร้อม ๆ กับมาตรฐานของบรรจุภัณฑ์ สืบเนื่องจากคุณประโยชน์ที่บรรจุภัณฑ์เอื้ออำนวยความเป็นอยู่ให้ดีขึ้น การศึกษาประวัติการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ย่อมจะทำให้มองเห็นถึงความสำคัญและคุณประโยชน์ของบรรจุภัณฑ์ที่มีต่อมนุษยชาติ นอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ที่เกิดขึ้นตามธรรมชาติยังสามารถใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ ด้วยเหตุนี้การศึกษาประวัติการพัฒนาบรรจุภัณฑ์จึงควรเริ่มจากการศึกษาบรรจุภัณฑ์จากธรรมชาติโดยคำนึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ทั้งในด้านเทคนิคและด้านการตลาดควบคู่กันไป

แต่เดิมกลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง ต.โพนสี อ.มัญจาคีรี จ.ขอนแก่น ในหมู่บ้านแห่งนี้มีกลุ่มทอผ้าฝ้ายอยู่แล้วโดยเป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวของสมาชิกที่มีความเข้มแข็งภายในกลุ่มมีความสามัคคี ถือเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและมีฝีมือด้านการทอผ้าเปิดตลาดใหม่ผ้าทอมือธรรมชาติ ติดปีกโอทอปดินแดนราบสูงซึ่งได้

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553

สืบทอดฝีมือการทอมาจากรุ่นบรรพบุรุษ คู่แข่งในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันกลุ่มผ้าไหมของอำเภอชนบทและภายในจังหวัดขอนแก่น โดยจะมีการแข่งขันกันในเรื่องของลวดลาย แต่ทางกลุ่มจะมีจุดเด่นกว่าตรงการผลิตเส้นไหมเอง การฟอกสี การย้อมสีที่ย้อมสีธรรมชาติ ตลอดจนลวดลายที่สวยงาม เช่น ลายดอกแก้ว ลายเกล็ดเต่าลายช่อดอกแก้วผ้าไหมลายมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติ 3 ตะกรอ เอกลักษณ์ของท้องถิ่นทั้งลวดลายและการใช้สีจากธรรมชาติ อย่างมีเอกลักษณ์แตกต่างจากกลุ่ม กลุ่มลูกค้าได้แก่กลุ่มคนที่อายุ 25 ปีขึ้นไป, กลุ่มคนที่ทำงานแล้วและข้าราชการ ตามโรงเรียนและหน่วยงานราชการ นอกจากนี้กลุ่มวัยรุ่นก็เริ่มหันมาสนใจผ้ามัดหมี่มากขึ้น ปัญหาในการออกแบบที่ผู้วิจัยต้องการสร้างมูลค่าของสินค้าเพิ่มทั้งในด้านการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ป้ายแขวน ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม

ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่บ้านคุ้มชีเก้า เป็นผ้าไหมมัดหมี่ทอมือด้วยความประณีต เนื้อผ้าดี สีสันทันและลวดลายสวยงาม มีให้เลือกมากมาย เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ 2, 3 ตะกรอ และผ้าไหมพื้นเรียบ หรือผ้าไหมลายจีเพชร กลุ่มชนบทที่สืบทอดวัฒนธรรมการทอผ้ามัดหมี่ของไทย ผ้าทอของชาวอีสานเป็นผ้าทอที่มีเอกลักษณ์และลักษณะเฉพาะถิ่นเด่นที่สุดเป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวของสมาชิกที่มีความเข้มแข็งภายในกลุ่มมีความสามัคคี มีฝีมือในการผลิตที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่น วัยทำงาน ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและมีฝีมือด้านการทอผ้าเปิดตลาดใหม่ๆ ปัญหาในการออกแบบที่ผู้วิจัยต้องการสร้างมูลค่าของสินค้าเพิ่มทั้งในด้านการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ป้ายแขวน ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อการสำรวจศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าชุมชน บรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสานของจังหวัดขอนแก่น
2. เพื่อวางแนวทางกำหนดกลยุทธ์ด้านการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสานของจังหวัดขอนแก่น ชุมชนอย่างยั่งยืน

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553

3. เพื่อจัดทำต้นแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสานของจังหวัดขอนแก่น

คำสำคัญ : พัฒนา ออกแบบ บรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสาน จังหวัดขอนแก่น

ผลการวิจัย

ในการศึกษาการพัฒนาแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสาน สำหรับกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดขอนแก่นนั้นส่วนสำคัญของการพัฒนาของบรรจุภัณฑ์ของเดิมที่มีประวัติความเป็นมาในการที่ผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลมาที่สอดคล้องกับกระบวนการต่างๆที่นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ต้องดำเนินการในการทำงานที่มีกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ดี

การพัฒนาของบรรจุภัณฑ์ จากความพยายามของการอยู่รอดของมนุษย์เป็นเอกลักษณ์เฉพาะของคน เริ่มต้นจากสมัยการทำเกษตรกรรมสืบต่อกันมา การปฏิวัติอุตสาหกรรมในศตวรรษที่ 20 การประกอบอาชีพได้เปลี่ยนโฉมจากการเพาะปลูกหรือผลิตเพื่อบริโภคเองมาเป็นเพาะปลูกหรือผลิตเพื่อการจำหน่าย เช่นเดียวกับวิวัฒนาการของบรรจุภัณฑ์จากอดีตมาจนถึงปัจจุบันเริ่มด้วยบทบาทจากการปกป้องรักษาคุณภาพสินค้าพัฒนามาเป็นสินค้าอำนวยความสะดวกในการบริโภคและโฆษณาสินค้าไปในตัวนอกจากนี้บรรจุภัณฑ์ยังมีส่วนสำคัญในการช่วยรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมด้วย

(ประชิด ทิณบุตร.2531)

หน้าที่ของบรรจุภัณฑ์ที่สำคัญทางธุรกิจ (การตลาดและการขาย)

การป้องกันและรักษาสินค้า PROTECTION PRESERVATION

ทำงานได้ดีกับเครื่องบรรจุภัณฑ์ MACHINE ABILITY

สะดวกใช้งานง่าย CONVENIENCE AND EASY TO USE

บริโภคได้ทันที CONVENIENCE AND READY TO CONSSUME

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553

เป็นมิตรกับผู้บริโภค CONSUMER FRIENDLY

การสื่อสาร COMMUNICATION AND PRESENTATION

อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ENVIRONMENTAL FRIENDLY

(ชื่นจิตต์ แจ่มเจนนิกจ.2548)

นักออกแบบบรรจุภัณฑ์ เป็นผู้ที่ต้องปฏิบัติงานทางด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่สามารถทำหน้าที่ออกแบบสร้างสรรค์รูปทรงบรรจุภัณฑ์ภาษาหีบห่อสำหรับสินค้า โดยคำนึงถึงความสวยงาม วัสดุที่นำมาใช้ ตลอดจนขั้นตอนการผลิตให้ถูกต้องตามลักษณะของวัสดุ โครงสร้างการผลิตและประโยชน์ในการใช้สอยให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคลักษณะงานผู้ปฏิบัติงานอาชีพนี้จะต้องทำการศึกษาการออกแบบและวิวัฒนาการของภาษาหีบห่อ หรือบรรจุภัณฑ์ วิเคราะห์ศึกษา ลักษณะวัสดุต่างๆที่นำมาใช้ผลิต นำเทคโนโลยีในการผลิตกับการออกแบบมาผสมผสานกัน ในการออกแบบต้องสอดคล้องกับกระบวนการผลิตทางอุตสาหกรรม นอกจากการออกแบบที่สวยงามแล้ว ยังต้องคำนึงถึงปัจจัยต่างๆ ดังนี้

(พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง.2545)

1. สินค้าที่จะบรรจุในภาษาหีบห่อ
2. แนวโน้มทางการตลาดและคู่แข่งชั้นของสินค้า
3. กลุ่มเป้าหมายผู้บริโภค ตลอดจนความสัมพันธ์ สิ่งแวดล้อมทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมของผู้บริโภค
4. วัสดุและคุณภาพของวัสดุที่จะนำมาใช้ แหล่งวัตถุดิบ ราคาวัตถุดิบ จากนั้นนำข้อมูล มาวิเคราะห์ แล้วจึงนำไปออกแบบ ประมาณราคาต้นทุนในการผลิต และแก้ไขปัญหาต่างๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้ ทำแบบจำลอง และทดลองผลิตชิ้นงานต้นแบบ เพื่อให้ผู้ว่าจ้างพิจารณาแก้ไข นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบมาปรับปรุงแก้ไขตรวจสอบความถูกต้องตามเงื่อนไขที่ตกลงกับ ผู้ว่าจ้าง นอกจากนั้น ยังต้องตรวจสอบความปลอดภัย ความแข็งแรง และความทนทานอีกด้วย ควบคุมดูแลงานรายละเอียด ในขั้นตอนการผลิตจนชิ้นงาน ส่งถึงมือลูกค้า สินค้าหรือผลิตภัณฑ์เหล่านั้นต่างต้องการ ภาษาหีบห่อที่ร่วมสมัย และทันสมัยเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีของสินค้า และดึงดูด ความสนใจจากผู้บริโภค นับเป็นโอกาสอีกช่องทางหนึ่ง ที่ผู้ออกแบบ

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553

บรรจุกุณธ์สามารถ มีทางเลือกในการประกอบอาชีพนอกเหนือจากการทำงานในสถานประกอบการและประกอบอาชีพอิสระในการผลิตสินค้าที่ระลึกและของขวัญ และส่วนมากผู้ประกอบอาชีพนี้สามารถสร้างสรรค์งานได้หลากหลายโดยไม่ยึดติดกับรูปแบบของงาน

ขั้นตอนการออกแบบบรรจุกุณธ์ ในการออกแบบบรรจุกุณธ์ประกอบด้วยโครงสร้าง เป็นการออกแบบทางด้านเทคนิคและทางกายภาพของบรรจุกุณธ์ ความเหมาะสมต่อการขนส่งและการขนส่งและการกระจายสินค้า ออกแบบกราฟิก เป็นการออกแบบสื่อสารข้อมูลรายละเอียดบนบรรจุกุณธ์เพื่อสร้างแรงจูงใจในการซื้อและสื่อความหมายให้แก่ผู้บริโภค พร้อมทั้งสามารถโน้มน้าวให้เกิดการสั่งซื้อ การออกแบบกราฟิกจะเน้นในเรื่องของการตกแต่งรูปลักษณ์ด้วยภาพพจน์ที่สร้างความประทับใจ (<http://netra.lpru.ac.th/~weta/m4/index.html>)

ดังนั้นขั้นตอนของการออกแบบบรรจุกุณธ์ผ้าไหมอีสาน เป้าหมายผู้วิจัยกำหนดกรอบวิจัยดังนี้

1. กำหนดกลุ่มเป้าหมาย ถือเป็นเรื่องสำคัญของการออกแบบบรรจุกุณธ์ เพราะกลุ่มเป้าหมายสามารถส่งผลกระทบต่อผลิตภัณฑ์ได้โดยตรง ผู้ประกอบการจะต้องศึกษาและเรียนรู้ความต้องการของตลาดและความต้องการของผู้บริโภค โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อที่จะได้สามารถออกแบบบรรจุกุณธ์ให้ตรงต่อความต้องการของกลุ่มเป้าหมายให้ได้มากที่สุด เช่น วัยรุ่น วัยทำงาน แม่บ้าน ผู้ผลิต เด็ก เป็นต้น ในงานวิจัยนี้ผู้วิจัยได้เลือกกลุ่มเป้าหมายแบบเจาะจงคือกลุ่มผ้าไหมชนบท อ.ชนบท จ.ขอนแก่นและกลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง อ.มัญจาคีรี จ.ขอนแก่น

กลุ่มผ้าไหมชนบท อ.ชนบท จ.ขอนแก่น ผลิตภัณฑ์ผ้าไหมมัดหมี่บ้านคุ้มซี้เก้า เป็นผ้าไหมมัดหมี่ทอมือด้วยความประณีต เนื้อผ้าดี สีสันทันและลวดลายสวยงาม มีให้เลือกมากมาย เช่น ผ้าไหมมัดหมี่ 2, 3 ตะกรอ และผ้าไหมพื้นเรียบหรือผ้าไหมลายจี๋เพชร กลุ่มชนบทที่สืบทอดวัฒนธรรมการทอผ้ามัดหมี่ของไทย ผ้าทอของชาวอีสานเป็นผ้าทอที่มีเอกลักษณ์และลักษณะเฉพาะถิ่นเด่นที่สุดเป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวของสมาชิกที่มีความเข้มแข็งภายในกลุ่มมีความสามัคคี

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553

มีฝีมือในการผลิตที่สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่เป็นวัยรุ่นวัยทำงานถือว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและมีฝีมือด้านการทอผ้าเปิดตลาดใหม่ๆ ปัญหาในการออกแบบที่ผู้วิจัยต้องการสร้างมูลค่าของสินค้าเพิ่ม ทั้งในด้านการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ป้ายแขวน ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม

กลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง อ.มัญจาคีรี จ.ขอนแก่น เป็นกลุ่มที่เกิดจากการรวมตัวของสมาชิกที่มีความเข้มแข็งภายในกลุ่มมีความสามัคคี ถือว่าเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและมีฝีมือด้านการทอผ้าเปิดตลาดใหม่ผ้าทอมีธรรมชาติติดปีกโอท็อปดินแดนราบสูงซึ่งได้สืบทอดฝีมือการทอมาจากรุ่นบรรพบุรุษ คู่แข่งในผลิตภัณฑ์ประเภทเดียวกันกลุ่มผ้าไหมของอำเภอชนบทและภายในจังหวัดขอนแก่น โดยจะมีการแข่งขันกันในเรื่องของลวดลายแต่ทางกลุ่มจะมีจุดเด่นกว่าตรงการผลิตเส้นไหมเอง การฟอกสี การย้อมสีที่ย้อมสีธรรมชาติ ตลอดจนลวดลายที่สวยงาม เช่น ลายดอกแก้ว ลายเกล็ดเต่า ลายช่อดอกแก้วผ้าไหมลายมัดหมี่ย้อมสีธรรมชาติ 3 ตะกรอ เอกลักษณ์ของท้องถิ่นทั้งลวดลายและการใช้สีจากธรรมชาติ อย่างมีเอกลักษณ์แตกต่างจากกลุ่ม กลุ่มลูกค้าได้แก่กลุ่มคนที่อายุ 25 ปีขึ้นไป, กลุ่มคนที่ทำงานแล้วและข้าราชการตามโรงเรียนและหน่วยงานราชการ นอกจากนั้นกลุ่มวัยรุ่นก็เริ่มหันมาสนใจผ้ามัดย้อมมากขึ้น

กลุ่มเป้าหมายที่ได้ยกตัวอย่างนี้ นอกจากจะมีความสนใจและความต้องการที่แตกต่างกันแล้วกลุ่มเป้าหมายเดียวกันแต่ช่วงอายุต่างกันและมีสถานะทางสังคมที่แตกต่างกัน ก็ย่อมมีความต้องการแตกต่างกันด้วยเช่นกัน ซึ่งทำให้ลักษณะของบรรจุภัณฑ์ก็ต้องมีความแตกต่างกันไปตามกลุ่มเป้าหมายนั้นๆ หรือบางครั้งผลิตภัณฑ์บางอย่างผลิตขึ้นมาเพื่อผู้บริโภคกลุ่มหนึ่ง แต่ผู้บริโภคอีกกลุ่มหนึ่งกลับเป็นผู้เลือกและตัดสินใจซื้อ ปัญหาของกลุ่มเป้าหมายทั้ง 2 กลุ่มในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยต้องการสร้างมูลค่าเพิ่มของสินค้า ทั้งในด้านการสร้างภาพลักษณ์ที่ดี ตราสินค้า บรรจุภัณฑ์ ป้ายแขวน ที่เป็นเอกลักษณ์ของกลุ่ม แสดงให้เห็นว่าก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผู้ประกอบการจำเป็นต้องกำหนดกลุ่มเป้าหมาย (ผู้บริโภค) เพื่อทำการศึกษาความต้องการของกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียดรอบครอบ และค้นหาวิธีว่าจะออกแบบอย่างไรให้บรรจุภัณฑ์ของท่าน

สามารถดึงดูดความสนใจของผู้บริโภคตามกลุ่มเป้าหมายให้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ของท่าน

2. กำหนดชื่อตราสินค้า (Brand) ตราสินค้าใช้เป็นชื่อหรือเครื่องหมายสำหรับการเรียกขานผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการจะต้องทำการกำหนดชื่อตราสินค้าให้เรียบร้อยก่อนการออกแบบบรรจุภัณฑ์ โดยกำหนดให้ชื่อตราสินค้ามีความเป็นเอกลักษณ์ ชัดเจน น่าสนใจ ที่สำคัญจะต้องเป็นที่จดจำได้ง่ายแก่ผู้บริโภคตราสินค้าที่ดีนั้นสามารถยกตัวอย่างได้ดังนี้ คือตั้งตามชื่อเจ้าของกิจการ ตั้งตามความเชื่ออันเป็นมงคล ตั้งตามแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ หรือตั้งโดยการผสมคำที่มีความหมายให้เกิดเป็นคำใหม่ที่มีเอกลักษณ์ ฯลฯ เป็นต้น

การออกแบบตราสินค้า กลุ่มผ้าไหมชนบท

แนวคิดของการออกแบบ : ออกแบบสะท้อนให้เห็นความเป็นไทยโดยนำลักษณะของลายไทยมาเล่น โดยเน้นที่ตัวอักษรแรกของชื่อ ตัว ว และแสดงให้เกิดความพลิ้วไหว อ่อนช้อยของตัวอักษร

การออกแบบตราสินค้ากลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง

แนวคิดของการออกแบบ : ออกแบบนำลักษณะของหญ้าปล้องเป็นแรงบันดาลใจในการทำตัวอักษรเพิ่มความอ่อนช้อยของคำโดยเสริมความเป็นธรรมชาติของต้นหญ้าเสริมระหว่างคำ

ลักษณะที่ดีของตราสินค้าที่ดีนั้นสิ่งสำคัญที่นักออกแบบควรคำนึงถึงคือ สั้นกะทัดรัด จดจำได้ง่ายมีความโดดเด่นเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว แปลเป็นภาษาต่างประเทศได้ง่ายมีความหมายที่เหมาะสม สามารถบอกถึงคุณสมบัติที่สำคัญของผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับค่านิยมและวัฒนธรรมของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายสามารถนำไปจดทะเบียนการค้าได้ต้องไม่ซ้ำกับของเดิมที่มีอยู่

3. วัสดุที่ใช้ทำบรรจุภัณฑ์ วัสดุมีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้ประกอบการตัดสินใจว่าจะใช้วัสดุอะไรมาผลิตเป็นบรรจุภัณฑ์นั้น ท่านควรคำนึงถึงความปลอดภัยของผู้บริโภค ความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และคุณสมบัติของวัสดุแต่ละประเภท ที่จะนำมาผลิตบรรจุภัณฑ์เป็นสำคัญ เนื่องจากวัสดุแต่ละชนิดจะมีคุณสมบัติที่เป็นข้อดีและข้อเสีย ในการคุ้มครองผลิตภัณฑ์ให้

คงคุณภาพ การยืดอายุผลิตภัณฑ์ และการนำกลับมาใช้ใหม่ (Recycle) ที่แตกต่างกันไป หากท่านเลือกใช้วัสดุไม่ถูกต้องนอกจากจะทำให้เกิดผลกระทบต่อตัวผลิตภัณฑ์ ผู้บริโภคและสิ่งแวดล้อมแล้ว ยังเป็นสาเหตุให้เกิดต้นทุนในการผลิตบรรจุภัณฑ์ที่เพิ่มขึ้นอีกด้วย ดังนั้นในการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสานสำหรับกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดขอนแก่น วัสดุที่นำมาใช้เป็นกระดาษอาร์ต (Art Paper) 120 แกรม สามารถทรงตัวได้ดีเป็นพิเศษในแนวตั้งกระดาษเคลือบด้วยสารสีขาว เพื่อให้ผิวมัน ซึ่งง่ายในการผลิต สอดคล้องกับสินค้า เป็นมิตรกับสินค้า ลดต้นทุนในการผลิต สามารถนำกลับมาใช้ใหม่ได้

4. รูปทรง บรรจุภัณฑ์ ที่มีรูปร่างสวยงาม สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้บริโภค ถึงแม้ผู้บริโภคจะยังไม่ได้สัมผัสกับตัวผลิตภัณฑ์ที่อยู่ภายใน รูปทรงของบรรจุภัณฑ์สามารถสร้างความเป็นเอกลักษณ์ได้ กล่าวคือเมื่อผู้บริโภคเห็นรูปทรงสามารถรับรู้ได้ทันทีว่าเป็นผลิตภัณฑ์อะไรและมีชื่อตราสินค้าอะไร หรือจะเป็นผลิตภัณฑ์เดี่ยวแตกต่างกันที่ชื่อตราสินค้า

แนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ กลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง : ออกแบบให้รูปทรงมีความสมส่วน สูง สง่า ภาพของกล่องบรรจุสินค้าเล่าเรื่องราวของภาพคนแก่สาวไหม เจาะช่องหน้าต่างโชว์เนื้อผ้าและลวดลายของสินค้า (กรรมวิธีการผลิตผ้าไหม) (โดยรูปแบบทั่วไปจะพบว่าขนาดของกล่องใส่สินค้าจะใหญ่ เทอะทะ และคล้ายกันเป็นส่วนมาก) และเพิ่มความหรูหรา เป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกและชั้นใน โดยมีกล่องใส่สินค้า และถุงคุ้มครองอีกชั้นหนึ่งแสดงภาพของการเน้นย้ำของสีที่เป็นธรรมชาติและเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มผ้าไหมอีสาน

แนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ กลุ่มผ้าไหมชนบท : ออกแบบให้รูปทรง มีความสมส่วน สูง สง่า ภาพของกล่องบรรจุสินค้าเล่าเรื่องราวของภาพลวดลายไทย ออกแบบสะท้อนให้เห็นความเป็นไทยโดยนำลักษณะของลายไทยมาเล่นและขยายใหญ่ให้เกิดความพลิ้วไหว อ่อนช้อยของลวดลาย พร้อมทั้งสีที่ใช้ให้ความทันสมัยและเป็นสากล รูปทรงของกล่องผสมผสานแนวคิดของคนรุ่นใหม่เป็นกล่องใส่สินค้าและเป็นถุงบรรจุในตัวเดียวกัน เหมาะสมในการใช้งานสำหรับทางกลุ่มที่ในบางครั้งฝากขายภายในชุมชนแต่ยังคงของความเป็นตัวตนของกลุ่มสินค้า

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553

5. สีเส้นและกราฟิก สีเส้นและกราฟิกนี้คือภาพรวมขององค์ประกอบการใช้สัญลักษณ์ ตัวอักษร ภาพประกอบ ลวดลายและพื้นผิว ซึ่งส่วนประกอบทั้งหมดสามารถบ่งบอกถึงชื่อตราสินค้า ลักษณะผลิตภัณฑ์ ที่บรรจุอยู่ภายในได้และสามารถแสดงถึงแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ได้ด้วย

แนวความคิดการออกแบบกราฟิกกลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง : เล่าเรื่องราวของภาพคนแก่สาวไหมโดยกรรมวิธีของการผลิตผ้าไหมในสมัยโบราณที่แสดงให้เห็นความประณีตของการผลิตชิ้นงาน การใส่ใจในรายละเอียด สีเขียวบ่งบอกความเป็นพื้นถิ่น อนุรักษ์ธรรมชาติ ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม ความสงบ และสื่อถึงความเป็นตัวตนที่ชัดเจนของกลุ่ม

แนวความคิดการออกแบบกราฟิกกลุ่มผ้าไหมชนบท : เล่าเรื่องราวของภาพลวดลายไทย ออกแบบสะท้อนให้เห็นความเป็นไทยโดยนำลักษณะของลายไทยอีสาน/ขอนแก่นมาเล่นและขยายใหญ่ให้เกิดความพลิ้วไหว อ่อนช้อยของลวดลาย เล่าเรื่องราวเพิ่มเติมด้วยภาพของวิถีการทอผ้าแบบดั้งเดิม พร้อมทั้งสีน้ำเงิน ที่ใช้ให้ความทันสมัยและเป็นสากล

บทสรุป

ดังนั้นจึงเห็นได้ว่าในขั้นตอนของการออกแบบบรรจุภัณฑ์นั้นผู้วิจัยได้ศึกษาสำรวจ ข้อมูลทางด้านวิถีชีวิตของท้องถิ่น ผลิตภัณฑ์ วัตถุประสงค์ การผลิต การตลาด การบริหารงานของธุรกิจคู่แข่ง และบรรจุภัณฑ์เดิมเพื่อหารูปแบบเฉพาะให้กับตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ เพื่อสร้างตำแหน่ง , บุคลิกของสินค้า ให้มีความแตกต่างจากคู่แข่ง เพื่อเป็นที่จดจำและประทับใจ ตลอดจนกระตุ้นให้เกิดการบริโภคสินค้าในที่สุด เกี่ยวกับการพัฒนาสินค้าชุมชน บรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสาน จากหลาย ๆ ด้านมาประกอบกัน จึงจะทำให้ได้ฐานข้อมูลที่ต้องการ ตรงกับสภาพที่เกิดขึ้นเพื่อการพัฒนาเชิงบูรณาการในทิศทางเดียวกัน ในด้านการออกแบบผู้วิจัยได้วางแนวทางกำหนดกลยุทธ์ด้านการออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์สำหรับบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสานของจังหวัดขอนแก่น ผลงานออกแบบโครงสร้างและออกแบบกราฟิกนี้จะสัมฤทธิ์ได้ผู้วิจัยจึงต้องเริ่มตั้งแต่การสร้างแบบ ด้วยการใช้การร่างแบบตามแนวความคิด ซึ่ง

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553

มาจากฐานข้อมูล ของกลุ่มเป้าหมายผู้ผลิต กลุ่มชุมชน ผู้ประกอบการ ที่ให้ข้อเสนอแนะ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นของรูปร่างบรรจุภัณฑ์และสร้างภาพประกอบรายละเอียดด้วยการเขียนแบบ การใช้ทักษะทางด้านกระบวนการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องมือในการดำเนินการวิจัยแบบสัมภาษณ์เชิงลึก วิจัยเชิงคุณภาพ ที่ผู้วิจัยจะต้องกระทำขึ้นมาเพื่อเป็นการนำเสนอต่อผู้ผลิต ผู้ประกอบการ ตลอดจนผู้เชี่ยวชาญให้ข้อเสนอแนะ ในผลงานของการทำแบบร่างครั้งที่ 2 เพื่อพิจารณาข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุง เพื่อให้ได้ผลงานที่สำเร็จออกมามีประสิทธิภาพในการใช้งานจริง ดังจะเห็นรูปแบบบรรจุภัณฑ์กลุ่มผ้าไหมชนบท อ.ชนบท จ.ขอนแก่น ในการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้รูปทรงมีความสมส่วนเป็นทรงสูง ให้ความสง่า และสามารถประหยัดพื้นที่ในการบรรจุสินค้า ที่ขนาดของกล่องแตกต่างในท้องตลาด (ขนาดกล่องบรรจุภัณฑ์ กว้าง 0.14 เมตร ยาว 0.345 เมตร สูง 0.05 เมตร) ภาพกราฟิกบนกล่องบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องราวของภาพลวดลายไทย พร้อมแสดงลวดลายโบราณของผ้า ออกแบบสะท้อนให้เห็นความเป็นไทยโดยนำลักษณะของลายไทยมาเล่นและขยายใหญ่ให้เกิดความพลิ้วไหว อ่อนช้อยของลวดลาย พร้อมทั้งสีที่ใช้ให้ความทันสมัยและเป็นสากล รูปทรงของกล่องผสมผสานแนวคิดของคนรุ่นใหม่ เป็นกล่องใส่สินค้าและเป็นถุงบรรจุในตัวเดียวกัน เหมาะสมในการใช้งานสำหรับเป็นของขวัญ ของฝาก ธุรกิจการขายภายในชุมชนแต่ยังคงของความเป็นตัวตนภาพลักษณ์สินค้าที่ดี และกลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง ต.โพธิ์สี อ.มัญจาคีรี จ.ขอนแก่น ในการออกแบบให้รูปทรงมีความสมส่วน สูง สง่า ภาพของกล่องบรรจุภัณฑ์เล่าเรื่องราวของภาพคนแก่สาวไหม เจาะช่องหน้าต่างโชว์เนื้อผ้าและลวดลายของสินค้า (กรรมวิธีของการผลิตผ้าไหม)(โดยรูปแบบทั่วไปจะพบว่าขนาดของกล่องใส่สินค้าจะใหญ่ เทอะทะ และคล้ายกันเป็นส่วนมาก)ผู้วิจัยได้คำนึงถึงรูปร่างของโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ที่สามารถประหยัดพื้นที่ในการบรรจุสินค้า ที่ขนาดของกล่องแตกต่างในท้องตลาด(ขนาดกล่องบรรจุภัณฑ์ กว้าง 0.14 เมตร ยาว 0.345 เมตร สูง 0.05 เมตร) และเพิ่มความหรูหรา เป็นบรรจุภัณฑ์ชั้นนอกและชั้นใน โดยมีกล่องใส่สินค้า และถุงคลุมครองอีกชั้นหนึ่งแสดงภาพของการเน้นย้ำของสีที่เป็นธรรมชาติและเป็นเอกลักษณ์ของกลุ่มผ้าไหมอีสาน ตลอดจน

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553

ได้ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสาน ของขนาดรูปแบบที่แท้จริงในการเช็คขนาด สัดส่วน รูปแบบกราฟิกความสวยงามเพื่อใช้ในการนำไปผลิตต่อไป ที่ส่งเสริม และพัฒนาชุมชน เพื่อการพัฒนาเชิงบูรณาการในทิศทางเดียวกัน ความแตกต่าง ของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสานสำหรับกลุ่มสินค้าผลิตภัณฑ์ชุมชนของ จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยจะพบว่ารูปแบบที่มีความเฉพาะ สร้างความแตกต่างของ บรรจุภัณฑ์ของแต่ละกลุ่มได้อย่างน่าสนใจ ตรงกับความต้องการของตลาด การ เลือกใช้วัสดุ ตลอดจนแนวคิดบรรจุภัณฑ์เพื่อรักษาสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างเจตคติที่ ดีระหว่างผลิตภัณฑ์กับผู้บริโภคได้ชัดเจนมากขึ้น

บรรจุภัณฑ์สามารถทำหน้าที่สื่อสารการตลาด และสามารถทำหน้าที่ต่าง ๆ ตามที่ต้องการ สามารถดึงดูดความสนใจ ง่ายต่อการจดจำ อ่านได้ชัดเจน ให้ ลายละเอียดกับสิ่งที่บรรจุอยู่ภายใน ก่อให้เกิดผลทางด้านสายตา ซึ่งเป็นด่านแรก ของการมองเห็นสีสันทรงของบรรจุภัณฑ์ที่ตอบสนองต่อการใช้งานที่สมบูรณ์ สอดคล้องกับสภาวะสถานการณ์ปัจจุบันของผ้าไหมอีสาน สำหรับกลุ่มสินค้า ผลิตภัณฑ์ชุมชนของจังหวัดขอนแก่นอย่างแท้จริง เพื่อผลิตภัณฑ์ชุมชนอย่างยั่งยืน ของจังหวัดขอนแก่น ในการเพิ่มมูลค่าและปกป้องสินค้าด้วยบรรจุภัณฑ์ ถือเป็น กลยุทธ์ทางการตลาดที่สำคัญของวิสาหกิจชุมชน (OTOP)

บรรณานุกรม

ภาษาไทย

- ปุ่น คงเจริญเกียรติ. บรรจุภัณฑ์.กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แพคเมทส,2547
 พิชัย ศิริจันทน์. การสร้างแบรนด์.กรุงเทพมหานคร :ทีปป์ พอยท์,2546
 ชื่นจิตต์ แจ้เจนกิจ. กลยุทธ์สื่อสารการตลาด. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ ยูเรก้า, 2548.
 พรสนอง วงศ์สิงห์ทอง. วิธีวิทยาการวิจัยการออกแบบผลิตภัณฑ์. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2545.

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553

ประชิด ทิณบุตร.การออกแบบบรรจุภัณฑ์: กรุงเทพมหานคร : โอ.เอส.พรีนติ้งเฮ้าส์,
2531

นวนน้อย บุญวงษ์. หลักการออกแบบ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์
มหาวิทยาลัย, 2539

ภาษาอังกฤษ

A Design Business Association. 1992. Professional Pracice in Design
Consultancy. London : TheDesign Council.

Braxter, Mile. 1995. Product Desing : A Practical Guide to System-
atic Methods of New Product Development. London : Chapman & Hall.
<http://netra.lpru.ac.th/~weta/m4/index.html> [http://netra.lpru.ac.th/~weta/c1/
index.html](http://netra.lpru.ac.th/~weta/c1/index.html)

ภาคผนวก

กลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยแบบเจาะจง คือ กลุ่มผู้ผลิต (กลุ่มผ้าไหมชนบท อ.ชนบท จ.ขอนแก่น)



ภาพที่ 1 แสดงการลงพื้นที่ครั้งที่ 1 ของกลุ่มเป้าหมายผู้ผลิตและการศึกษาหาข้อมูลเบื้องต้นของการออกแบบ



ภาพที่ 2 แสดงการลงพื้นที่ครั้งที่ 2 เพื่อนำเสนอผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้ากลุ่มผู้ผลิต

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553



ภาพที่ 3 แสดงการลงพื้นที่ครั้งที่ 3 เพื่อนำเสนอผลงานปรับปรุง การออกแบบ
บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า กลุ่มผู้ผลิต
กลุ่มเป้าหมายที่ผู้วิจัยได้ทำการวิจัยแบบเจาะจง คือ กลุ่มผู้ผลิต
(กลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง อ.มัญจาคีรี จ.ขอนแก่น)



ภาพที่ 4 แสดงการลงพื้นที่ครั้งที่ 1 ของกลุ่มเป้าหมายผู้ผลิตและการศึกษา
หาข้อมูลเบื้องต้นของการออกแบบ

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553



ภาพที่ 5 แสดงการลงพื้นที่ครั้งที่ 2 เพื่อนำเสนอผลงาน
การออกแบบบรรจุภัณฑ์ ตราสินค้ากลุ่มผู้ผลิต



ภาพที่ 6 แสดงการลงพื้นที่ครั้งที่ 3 เพื่อนำเสนอผลงานปรับปรุง การออกแบบ
บรรจุภัณฑ์ ตราสินค้า กลุ่มผู้ผลิต

ภาพที่ 7 แสดงภาพผู้เชี่ยวชาญด้านต่างๆในการให้ข้อเสนอแนะของการสร้างสรรค์ผลงาน
กลุ่มผ้าไหมชนบทและกลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง



ผู้เชี่ยวชาญการตลาด
โฆษณาและประชาสัมพันธ์
รศ.ดร.เพ็ญศรี เจริญวิช
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น



ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์
ผศ.วัฒน์พันธุ์ คุรุฑะเสน
คณะทัศนศิลป์ มหาวิทยาลัยศิลปากร



ผู้เชี่ยวชาญการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์
อาจารย์ชลวุฒิ พรหมสาขา ณ สกลนคร
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์



ภาพที่ 8 แสดงการออกแบบตราสินค้า กลุ่มผ้าไหมชนบท อ.ชนบท จ.ขอนแก่น



ภาพที่ 9 แสดงการออกแบบตราสินค้า กลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง อ.มัญจาคีรี จ.ขอนแก่น

รูปแบบบรรจุภัณฑ์ กลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง อ.มัญจาคีรี จ.ขอนแก่น



ภาพที่ 10 แสดงการทำแบบร่างของโครงสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 1

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553



ภาพที่ 11 แสดงการทำแบบร่างแผ่นเคลือบของโครงสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 2



ภาพที่ 12 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ กล่องใส่สินค้า และถุงกระดาษ

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553

แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ กลุ่มผ้าไหมชนบท อ.ชนบท จ.ขอนแก่น



ภาพที่ 13 แสดงการทำแบบร่างของโครงสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 1



ภาพที่ 14 แสดงการทำแบบร่างแผ่นคลี่ของโครงสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 2

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553



ภาพที่ 15 แสดงการทำแบบร่างแผ่นคลี่ของโครงสร้างรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ครั้งที่ 3



ภาพที่ 16 แสดงรูปแบบบรรจุภัณฑ์ กล่องใส่สินค้า

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553



ภาพที่ 17 แสดงสีต้นและกราฟิกของป้ายแขวน กลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้องและกลุ่มผ้าไหมชนบท

ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสาน กลุ่มผ้าไหมชนบท อ.ชนบท จ.ขอนแก่น



ภาพที่ 18 แสดงผลงานทั้งหมดของการออกแบบกลุ่มผ้าไหมชนบท อ.ชนบท จ.ขอนแก่น

ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553

ผลงานการออกแบบบรรจุภัณฑ์ผ้าไหมอีสาน กลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง
อ.มัณฑุจาศิริ จ.ขอนแก่น



ภาพที่ 19 แสดงผลงานทั้งหมดของการออกแบบ กลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง อ.มัณฑุจาศิริ
จ.ขอนแก่น

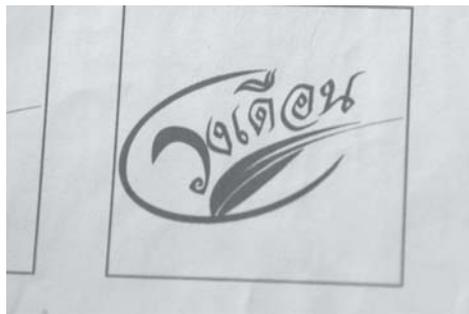
แสดง ตราสินค้า ป้ายแขวน และบรรจุภัณฑ์ของเดิม กลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง
ต.โพนสี อ.มัณฑุจาศิริ จ.ขอนแก่นและกลุ่มผ้าไหมชนบท อ.ชนบท จ.ขอนแก่น



ปีที่ 1 ฉบับที่ 2 เดือนมกราคม 2553



ภาพที่ 20 แสดงถุงกระดาษและป้ายแขวน พร้อมตราสินค้ากลุ่มผ้าไหมหนองหญ้าปล้อง



ภาพที่ 21 แสดงถุงกระดาษ ป้ายแขวน กล่องกระดาษ พร้อมตราสินค้า กลุ่มผ้าไหมชนบท