

บทที่ 4

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความต้องการของรูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อนำมาเป็นข้อมูลพื้นฐานในการออกแบบบรรจุภัณฑ์สำหรับการจัดจำหน่าย ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน เพื่อพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ เพื่อการจัดจำหน่าย ในด้านโครงสร้าง และด้านกราฟิก ของไวน์เม่า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน เพื่อประเมินความพึงพอใจของกลุ่มผู้ผลิต กลุ่มผู้บริโภค กลุ่มผู้จำหน่าย และกลุ่มนักออกแบบ ที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมาใหม่

วิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ รอบแรก มาคำนวณโดยใช้ค่าสถิติคือค่าร้อยละ และนำข้อความที่เป็นคำถามปลายเปิดมาวิเคราะห์ผลข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบความเรียง

แบบสอบถาม รอบที่ 2 สถานภาพของผู้ตอบ มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคในด้าน ต่างๆ วิเคราะห์หาค่าร้อยละ มาสรุปวิเคราะห์ผลข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบความเรียง

แบบสอบถามรอบที่ 3 สถานภาพของผู้ตอบ มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ และแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผู้วิจัยจะนำมาวิเคราะห์ แจกแจงความถี่ของคำตอบแต่ละข้อ แล้วนำมาหาค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน มาสรุปวิเคราะห์ผลข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบความเรียง

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์รอบที่ 1 มาวิเคราะห์ข้อมูลโดยการคำนวณใช้ค่าสถิติ คือ ค่าร้อยละ และนำข้อความที่เป็นคำถามปลายเปิดมาวิเคราะห์เนื้อเรื่อง

แบบสัมภาษณ์ รอบที่ 1 มี 2 ตอน

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ผลิตไวน์เม่า สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า

วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ผลิต ตารางที่ 6

ตารางที่ 5 การกระจายร้อยละของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์

กลุ่มประชากร	แบบสัมภาษณ์ จำนวน	แบบสอบถามที่ได้รับคืน		ฉบับที่สมบูรณ์	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ผู้ผลิต	10	10	100	10	100
รวม	10	10	100	10	100

จากตารางที่ 5 ผู้วิจัยได้ไปสัมภาษณ์ กลุ่มผู้ผลิตจำนวน 10 ท่าน ได้รับแบบสัมภาษณ์ กลับคืนมา จำนวน 10 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 และเมื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามได้แบบสอบถามจำนวน 10 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ของจำนวนแบบสัมภาษณ์ทั้งหมด ผู้วิจัยได้นำแบบสัมภาษณ์ทั้ง 10 ฉบับมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ดังรายละเอียดในตารางที่ 6

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ผลิตไวน์เมา สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ตารางที่ 6 แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานภาพของกลุ่มผู้ผลิต เกี่ยวกับบรรพบุรุษที่ไวน์เมา
ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (10)	ร้อยละ
1.	เพศ		
	ชาย	4	40
	หญิง	6	60
2.	อายุ		
	ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
	21 - 30 ปี	1	10
	31 - 40 ปี	7	70
	41 - 50 ปี	2	20
	51 - 60 ปี	0	0.00
	60 ปี ขึ้นไป	0	0.00
3.	วุฒิทางการศึกษา		
	ต่ำกว่า ม.6	0	0.00
	ม. 6 หรือ ปวช.	0	0.00
	อนุปริญญา	0	0.00
	ปริญญาตรี	0	0.00
	ปริญญาโท	9	90
	ปริญญาเอก	1	10
4.	ภูมิลำเนา		
	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	0	0.00
	จังหวัดอื่นๆ สกลนคร	10	100

ตารางที่ 6 (ต่อ) แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานภาพของกลุ่มผู้ผลิต เกี่ยวกับบรรจุกัญชาไวน์เมา
ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (10)	ร้อยละ
5	อาชีพปัจจุบัน		
	พนักงานเอกชน	0	0.00
	ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ	10	100.00
	รัฐวิสาหกิจ	0	0.00
	ธุรกิจส่วนตัว	0	0.00
6.	ปัจจุบันรับผิดชอบในตำแหน่งหน้าที่		
	ผู้บริหาร / นักวิจัย	1	10
	ครู/ อาจารย์	9	90
	พนักงาน	0	0.00
7.	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า 5,000 บาท	0	0.00
	5,000 - 10,000 บาท	2	20
	10,000 - 15,000 บาท	4	40
	15,000 - 20,000 บาท	3	30
	20,000 - 25,000 บาท	0	0.00
	มากกว่า 25,000 บาท	1	10
8.	ประสบการณ์ในการทำงาน		
	น้อยกว่า 5 ปี	0	0
	5 - 10 ปี	5	50
	11 - 15 ปี	4	40
	16 - 20 ปี	0	0.00
	มากกว่า 20 ปี	1	10

จากตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ผลิต เป็นเพศหญิง มากที่สุด ร้อยละ 60 รองลงมา เพศชาย ร้อยละ 40 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 70 รองลงมาได้แก่อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 20 และอายุระหว่าง 21 - 30 ปี น้อยที่สุด ร้อยละ 10 มีวุฒิทางการศึกษาระดับปริญญาโท มากที่สุด ร้อยละ 90 รองลงมาคือ ระดับปริญญาเอก ร้อยละ 10 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสกลและต่างจังหวัดอื่นๆ มากที่สุด ร้อยละ 100 อาชีพปัจจุบันเป็นข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ ทั้งหมด ร้อยละ 100 ตำแหน่งหน้าที่ส่วนมาก เป็นครู/ อาจารย์ ร้อยละ 90 รองลงมาผู้บริหาร ร้อยละ 10 รายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,000 – 15,000 บาท/ เดือนมากที่สุด ร้อยละ 40 รองลงมา มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,000-20,000 บาท/ เดือน ร้อยละ 30 น้อยที่สุดมีรายได้อยู่ระหว่าง 25000บาท ร้อยละ 10 และประสบการณ์ในการทำงานนั้น ส่วนใหญ่มีประสบการณ์อยู่ระหว่าง 5-10 ปี มากที่สุด ร้อยละ 50 รองลงมาอยู่ระหว่าง 11-15 ปี ร้อยละ 40 และมีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 20 ปี น้อยที่สุด ร้อยละ 10

ตอนที่ 2 แบบสัมภาษณ์ความคิดเห็นเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ไวน์เมา

ผลจากการสัมภาษณ์ผู้ผลิตไวน์เมาสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสานจำนวน 10 ท่าน เกี่ยวกับข้อมูลผลิตภัณฑ์ไวน์เมา เพื่อนำมาออกแบบฉลากและบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา พบว่า ข้อมูลที่เขียนบนฉลากไวน์เมา รายละเอียดเกี่ยวกับที่อยู่ของผู้ผลิต สถานที่ผลิตและผู้จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไวน์เมา ได้แก่ สถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร สถาบันเทคโนโลยีราชมงคล 205 หมู่ 10 ตำบลแร่ อำเภอพังโคน จังหวัดสกลนคร 47160 โทรศัพท์, โทรสาร 0-4277-1460 ซึ่งผู้วิจัยขอปรับชื่อให้สอดคล้องกับปัจจุบัน ที่ได้รับการสถาปนาขึ้นในพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล เมื่อวันที่ 18 มกราคม พ.ศ. 2548 ในการใช้ชื่อสถาบันเทคโนโลยีราชมงคลเป็น " มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน "

นอกจากนี้กลุ่มผู้ผลิต มีความเห็นเกี่ยวกับความต้องการผลิตภัณฑ์ไวน์ แต่เดิมผลิตภัณฑ์ไวน์เมาไม่มีชื่อแสดงเครื่องหมายการค้า ซึ่งแต่เดิมใช้ ชื่อไวน์เมาราชมงคล ชื่อยี่ห้อภาษาอังกฤษ Rajamangala Mao Wine ซึ่งไม่สามารถจดทะเบียนการค้าได้ ดังนั้น ผู้ผลิตได้เห็นความสำคัญจึงได้เสนอใช้ชื่อมาโอ " MA-O " เป็นชื่อเครื่องหมายการค้า สำหรับใช้จดลิขสิทธิ์ทางการค้า สำหรับปริมาณสุทธิที่บรรจุไวน์เมาเพื่อจำหน่าย บรรจุในขวดปริมาณสุทธิ 750 มล. 750 ml. มีปริมาณแอลกอฮอล์ 13 เปอร์เซ็นต์ และเครื่องหมายสัญลักษณ์ที่ต้องการแสดงบนบรรจุภัณฑ์ได้แก่ ช่อมะเม่า การออกแบบฉลากต้องการให้มีเหรียญรางวัล และเอกลักษณ์ของสกลนครโดยให้มีลายผ้าไทย

เพื่อศึกษาภาพ รุปผลมะเฒ่า ข้อความที่ต้องการแสดงบนบรรจุภัณฑ์ ระเบียบข้อกำหนดทางกฎหมายตามประกาศกระทรวงการคลัง และ คำเตือนตามประกาศกระทรวงสาธารณสุข การดื่มสุร่าทำให้ความสามารถในการช้ยานพาหนะลดลง "คำเตือน :ห้ามจำหน่ายสุร่าแก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี การดื่มสุร่าทำให้ความสามารถในการช้ยานพาหนะลดลงเด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ไม่ควรดื่ม"

พบว่าด้านตลาดที่วางจำหน่ายไวน์เฒ่าของสกลนครจำหน่ายที่ ฝ่ายประชาสัมพันธ์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล วิทยาเขตเทเวศร์ วิทยบริการ ศูนย์กลางมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี Impac เมืองทองธานี จังหวัดนนทบุรี ต่างจังหวัด ศูนย์ OTOP จังหวัดสกลนคร ศูนย์ OTOP จังหวัดหนองคาย จำหน่ายผลิตภัณฑ์ไวน์เฒ่า ขายส่ง 380 บาท ขายปลีก 400 บาท คุณภาพเด่นของไวน์เฒ่าที่ผลิต ด้านรสชาติไวน์ เป็นไวน์ที่ผลิตจากผลมะเฒ่าหลวงหมักบ่ม เฒ่าหลวง มีคุณสมบัติที่โดดเด่นทั้งสี สัน รสชาติ คุณค่าทางสมุนไพร และโภชนาการสูง ผลสุกสามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ได้หลายชนิดอย่างได้ผลดี เช่น ไวน์แดง ซึ่งผลิตภัณฑ์คู่แข่งของไวน์เฒ่าในท้องตลาดได้แก่ ไวน์ยี่ห้อโดบ้างไวน์องุ่น ของ ซาโต เดอ เลย ไวน์หม่อน ของ สถาบันวิจัยหม่อนไหมของกรมวิชาการเกษตร วัสดุที่เห็นว่าเหมาะสมในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์เฒ่า ควรใช้วัสดุกระดาษมากที่สุด รองลงมาเป็นผ้าไหม ไม้ หวาย ไม้ไผ่ และต้องการให้ทำบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายเป็นแบบชุด หรือแบบชุดของขวัญบรรจุได้ 1 ชุดหรือ 2 ชุด หรือ เป็นชุดของขวัญ

แบบสอบถาม รอบที่ 2 สถานภาพของผู้ตอบ มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคในด้าน ต่างๆ วิเคราะห์หาค่าร้อยละ มาสรุปวิเคราะห์ผลข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบความเรียง

ตารางที่ 7 แสดงจำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มผู้บริโภคร่วมเกี่ยวกับบรรพบุรุษที่ไวน์
เม้า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (80)	ร้อยละ
1.	เพศ		
	ชาย	33	41.25
	หญิง	47	58.75
2.	อายุ		
	ต่ำกว่า 20 ปี	2	2.50
	21 - 30 ปี	9	11.25
	31 - 40 ปี	17	21.25
	41 - 50 ปี	37	46.25
	51 - 60 ปี	13	16.25
	60 ปี ขึ้นไป	2	2.50
3.	วุฒิการศึกษา		
	ต่ำกว่า ม. 6	5	6.25
	ม. 6 หรือ ปวช.	8	10.00
	อนุปริญญา	4	5.00
	ปริญญาตรี	33	41.25
	ปริญญาโท	25	31.25
	ปริญญาเอก	5	6.25
4.	ภูมิลำเนา		
	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	48	60.00
	ต่างจังหวัด	27	33.75
	ไม่ระบุ	5	6.25
5.	อาชีพปัจจุบัน		
	พนักงานเอกชน	5	6.25
	ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ	36	45.00
	รัฐวิสาหกิจ	1	1.25
	ธุรกิจส่วนตัว	22	27.50

ตารางที่ 7 (ต่อ) จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มผู้บริโภค เกี่ยวกับบรรจุกัณฑ์ ไวน์เม่า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (80)	ร้อยละ
	อื่นๆ	16	20.00
6.	ตำแหน่งหน้าที่		
	ผู้บริหารงาน	0	0.00
	นักวิจัย	1	1.25
	ครู/ อาจารย์	2	2.50
	พนักงาน	0	0.00
	อื่นๆ	0	0.00
	ไม่ระบุ	77	96.25
7.	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า 5,000 บาท	4	5.00
	5,000 - 10,000 บาท	12	15.00
	10,000 - 15,000 บาท	8	10.00
	15,000 - 20,000 บาท	14	17.50
	20,000 - 25,000 บาท	12	15.00
	มากกว่า 25,000 บาท	21	26.25
	ไม่ระบุ	9	11.25

จากตารางที่ 7 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้บริโภคเป็นเพศหญิงมากที่สุดร้อยละ 58.75 รองลงมา เป็นเพศชายร้อยละ 41.25 มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปี มากที่สุด ร้อยละ 46.25 รองลงมา ได้แก่ อายุ ระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 21.25 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 41.25 รองลงมา ได้แก่ ระดับปริญญาโท ร้อยละ 31.25 มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากที่สุด ร้อยละ 60.00 รองลงมา ได้แก่ อยู่ในเขตต่างจังหวัด ร้อยละ 33.75 อาชีพ ข้าราชการ/ พนักงานของ รัฐมากที่สุด ร้อยละ 45.00 รองลงมาได้แก่ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 27.50 มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท/ เดือนมากที่สุด ร้อยละ 26.25 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 15,000-20,000 บาท/เดือน ร้อยละ 17.50

ตารางที่ 8 แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานภาพของกลุ่มผู้จัดจำหน่าย เกี่ยวกับบรรจุกันท์ไวน์เมา
ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (40)	ร้อยละ
1.	เพศ		
	ชาย	2	5.00
	หญิง	38	95.00
2.	อายุ		
	ต่ำกว่า 20 ปี	9	22.50
	21 – 30 ปี	15	37.50
	31 – 40 ปี	16	40.00
	41 – 50 ปี	0	0.00
	51 – 60 ปี	0	0.00
	60 ปี ขึ้นไป	0	0.00
3.	วุฒิการศึกษา		
	ต่ำกว่า ม.6	6	15.00
	ม. 6 หรือ ปวช.	19	47.50
	อนุปริญญา	2	5.00
	ปริญญาตรี	13	32.50
	ปริญญาโท	0	0.00
	ปริญญาเอก	0	0.00
	อื่นๆ	0	0.00
4.	ภูมิลำเนา		
	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	11	27.50
	เขตต่างจังหวัด	29	72.50

ตารางที่ 8 (ต่อ) แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานภาพของกลุ่มผู้จัดจำหน่าย เกี่ยวกับบรรพบุรุษที่
ไว้ม่า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (40)	ร้อยละ
5.	อาชีพปัจจุบัน		
	พนักงานเอกชน	34	85.00
	ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ	0	0.00
	รัฐวิสาหกิจ	0	0.00
	ธุรกิจส่วนตัว	6	15.00
	อื่นๆ	0	0.00
6.	ปัจจุบันรับผิดชอบในตำแหน่งหน้าที่		
	ผู้บริหารงาน	5	12.50
	พนักงาน	35	87.50
	อื่นๆ	0	0.00
7.	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า 5,000 บาท	11	27.50
	5,000 - 10,000 บาท	17	42.50
	10,000 - 15,000 บาท	6	15.00
	15,000 - 20,000 บาท	4	10.00
	20,000 - 25,000 บาท	0	0.00
	มากกว่า 25,000 บาท	2	5.00
8.	ประสบการณ์ในการทำงาน		
	น้อยกว่า 5 ปี	18	45.00
	5 - 10 ปี	13	32.50
	11 - 15 ปี	6	15.00
	16 - 20 ปี	3	7.50
	มากกว่า 20 ปี	0	0.00

จากตารางที่ 8 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้จำหน่ายเป็นเพศหญิงมากที่สุดร้อยละ 95.00 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 5.00 มีอายุอยู่ระหว่าง 31-40 ปีมากที่สุด ร้อยละ 40.00 รองลงมา มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 37.50 มีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับ ม.6 หรือ ปวช. มากที่สุด ร้อยละ 47.50 รองลงมาวุฒิมัธยมศึกษาในระดับปริญญาตรี ร้อยละ 32.50 มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตต่างจังหวัดมากที่สุด (ร้อยละ 72.50) รองลงมาได้แก่ กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ร้อยละ 27.5 มีอาชีพพนักงานเอกชนมากที่สุด ร้อยละ 85.00 รองลงมาได้แก่ประกอบธุรกิจส่วนตัวร้อยละ 15.00 รับผิดชอบในตำแหน่งพนักงาน มากที่สุดร้อยละ 87.50 รองลงมาได้แก่ผู้บริหาร ร้อยละ 12.50 มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 – 10,000 บาท/ เดือนมากที่สุด ร้อยละ 42.50 รองลงมาได้แก่ น้อยกว่า 5,000 บาท/เดือน ร้อยละ 27.50 มีประสบการณ์ในการทำงานนั้น น้อยกว่า 5 ปี มากที่สุด ร้อยละ 45.00 รองลงมาได้แก่ 5-10 ปี ร้อยละ 32.50

ตารางที่ 9 แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานภาพของกลุ่มผู้ผลิต เกี่ยวกับบรรพบุรุษที่ไวน์เมา
ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (10)	ร้อยละ
1.	เพศ		
	ชาย	5	50
	หญิง	5	50
2.	อายุ		
	ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
	21 - 30 ปี	1	10
	31 - 40 ปี	7	70
	41 - 50 ปี	2	20
	51 - 60 ปี	0	0.00
	60 ปี ขึ้นไป	0	0.00
3.	วุฒิทางการศึกษา		
	ต่ำกว่า ม.6	0	0.00
	ม. 6 หรือ ปวช.	0	0.00
	อนุปริญญา	0	0.00
	ปริญญาตรี	0	0.00
	ปริญญาโท	9	90
	ปริญญาเอก	1	10
	อื่นๆ	0	0.00
4.	ภูมิลำเนา		
	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	0	0.00
	จังหวัดอื่นๆ	10	100

ตารางที่ 9 (ต่อ) แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานภาพของกลุ่มผู้ผลิต เกี่ยวกับบรรจุกัญทีไวน์เมา
ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (10)	ร้อยละ
5	อาชีพปัจจุบัน		
	พนักงานเอกชน	0	0.00
	ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ	10	100.00
	รัฐวิสาหกิจ	0	0.00
	ธุรกิจส่วนตัว	0	0.00
	อื่นๆ	0	0.00
6.	ปัจจุบันรับผิดชอบในตำแหน่งหน้าที่		
	ผู้บริหาร / นักวิจัย	1	10
	ครู/ อาจารย์	9	90
	พนักงาน	0	0.00
	อื่นๆ	0	0.00
7.	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า 5,000 บาท	0	0.00
	5,000 - 10,000 บาท	2	20
	10,000 - 15,000 บาท	4	40
	15,000 - 20,000 บาท	3	30
	20,000 - 25,000 บาท	0	0.00
มากกว่า 25,000 บาท	1	10	
8.	ประสบการณ์ในการทำงาน		
	น้อยกว่า 5 ปี	0	0
	5 - 10 ปี	5	50
	11 - 15 ปี	4	40
	16 - 20 ปี	0	0.00
	มากกว่า 20 ปี	1	10

จากตารางที่ 9 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ผลิต เป็นเพศหญิง เพศชาย ร้อยละ 50 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 70 รองลงมาได้แก่อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 20 และอายุระหว่าง 21 - 30 ปี น้อยที่สุด ร้อยละ 10 มีวุฒิทางการศึกษาระดับปริญญาโท มากที่สุด ร้อยละ 90 รองลงมาได้แก่ระดับปริญญาเอก ร้อยละ 10 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสกลและต่างจังหวัดอื่นๆ มากที่สุด ร้อยละ 100 อาชีพปัจจุบันเป็นข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ ทั้งหมด ร้อยละ 100.00 ตำแหน่งหน้าที่ส่วนมาก เป็นครู/ อาจารย์ ร้อยละ 90 รองลงมาผู้บริหาร ร้อยละ 10 รายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,000 - 15,000 บาท/ เดือนมากที่สุด ร้อยละ 40 รองลงมา มีรายได้อยู่ระหว่าง 15,000-20,000 บาท/ เดือน ร้อยละ 30 น้อยที่สุดมีรายได้อยู่ระหว่าง 25000บาท ร้อยละ 10 และประสบการณ์ในการทำงานนั้น ส่วนใหญ่มีประสบการณ์อยู่ระหว่าง 5-10 ปี มากที่สุดร้อยละ 50 รองลงมาอยู่ระหว่าง 11-15 ปี ร้อยละ 40 40 และมีประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 20 ปี น้อยที่สุด ร้อยละ 10

ตารางที่ 10 แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานภาพของกลุ่มนักร้องแบบเกี่ยวกับบรรพบุรุษที่โชนีมา
ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (10)	ร้อยละ
1.	เพศ		
	ชาย	8	80.00
	หญิง	2	20.00
2.	อายุ		
	ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
	21 - 30 ปี	1	10.00
	31 - 40 ปี	3	30.00
	41 - 50 ปี	5	50.00
	51 - 60 ปี	1	10.00
	60 ปี ขึ้นไป	0	0.00
3.	วุฒิการศึกษา		
	ต่ำกว่า ม.6	0	0.00
	ม. 6 หรือ ปวช.	0	0.00
	อนุปริญญา	2	20.00
	ปริญญาตรี	2	20.00
	ปริญญาโท	5	50.00
	ปริญญาเอก	1	10.00
	อื่นๆ	0	0.00
4.	ภูมิลำเนา		
	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	7	70.00
	เขตต่างจังหวัด	3	30.00
5.	อาชีพปัจจุบัน		
	พนักงานเอกชน	2	20.00
	ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ	5	50.00
	รัฐวิสาหกิจ	0	0.00
	ธุรกิจส่วนตัว	3	30.00

ตารางที่ 10 (ต่อ) แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานภาพของกลุ่มนักร้องแบบเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์
ไวน์เม้า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (10)	ร้อยละ
6.	ปัจจุบันรับผิดชอบในตำแหน่งหน้าที่		
	ผู้บริหาร	5	50.00
	นักวิจัย	0	0.00
	ครู/ อาจารย์	4	40.00
	พนักงาน	0	0.00
	อื่นๆ	1	10.00
7.	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า 5,000 บาท	0	0.00
	5,000 - 10,000 บาท	0	0.00
	10,000 - 15,000 บาท	1	10.00
	15,000 - 20,000 บาท	2	20.00
	20,000 - 25,000 บาท	3	30.00
	มากกว่า 25,000 บาท	4	40.00
8.	ประสบการณ์ในการทำงาน		
	น้อยกว่า 5 ปี	0	0.00
	5 - 10 ปี	1	10.00
	11 - 15 ปี	3	30.00
	16 - 20 ปี	2	20.00
	มากกว่า 20 ปี	4	40.00

จากตารางที่ 10 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักออกแบบเป็นเพศชายมากที่สุด ร้อยละ 80 รองลงมา เป็น เพศหญิง ร้อยละ 20 มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปีมากที่สุดร้อยละ 50 รองลงมาได้แก่ อายุ ระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 30 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโท มากที่สุดร้อยละ 50 รองลงมาได้แก่ ระดับปริญญาตรี และระดับอนุปริญญา ร้อยละ 20 มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและ ปริมณฑล ร้อยละ 70 และมีภูมิลำเนาอยู่ในต่างจังหวัด ร้อยละ 30 มีอาชีพเป็นข้าราชการ/ พนักงาน ของรัฐมากที่สุด ร้อยละ 50 รองลงมาได้แก่ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 30 ตำแหน่งหน้าที่ เป็น ผู้บริหาร ร้อยละ 50 รองลงมาได้แก่ครู/ อาจารย์ ร้อยละ 40 มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท/ เดือน มากที่สุด ร้อยละ 40 รองลงมาได้มีรายได้อยู่ระหว่าง 20,000-25,000บาท/เดือน ร้อยละ 30 มี ประสบการณ์ในการทำงานมากกว่า 20 ปีมากที่สุด ร้อยละ 40 รองลงมาได้แก่ 11-15 ปี ร้อยละ 30

ตารางที่ 11 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภครายชื่อ ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ เกี่ยวกับบรรทัดฐานที่นำมา
ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ลำดับที่	รายละเอียด	ผู้บริโภครายชื่อ (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
1	เคยรู้จักไว้มาก่อนหรือไม่										
	เคย	57	71.25	24	60.00	10	100.00	8	80.00	91	70.00
	ไม่เคย	23	28.75	16	40.00	0	0.00	2	20.00	39	30.00
2	เหตุผลในการซื้อไวน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)										
	ชื่อไปรษณีย์	31	38.75	14	35.00	4	28.57	2	18.18	49	36.57
	ชื่อเป็นของฝาก	49	61.25	26	65.00	10	71.43	9	81.82	85	63.43
	อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
3	จำนวนขวดต่อการซื้อในแต่ละครั้ง										
	1 ขวด	29	36.25	11	27.50	3	30.00	3	30.00	43	33.08
	2 ขวด	40	50.00	22	55.00	6	60.00	5	50.00	68	52.31
	3 ขวด	8	10.00	0	0.00	1	10.00	2	20.00	9	6.92
	4 ขวด	3	3.75	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	2.31
	อื่นๆ	0	0.00	7	17.50	0	0.00	0	0.00	7	5.38

ตารางที่ 11 (ต่อ) แสดงจำนวนและค่าร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภค / ผู้จัดจำหน่าย / ผู้ผลิต / นักออกแบบ เกี่ยวกับบรรทัดฐานที่ไว้ม่า
ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกจนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ลำดับที่	รายละเอียด	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
4	เหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อไวน์ (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)										
	รสชาติของไวน์	51	17.83	38	24.20	7	14.89	6	13.95	96	19.59
	รูปแบบที่สวยงามเป็นเอกลักษณ์	25	8.74	18	11.46	6	12.77	4	9.30	49	10.00
	ความเหมาะสมของราคา	49	17.13	24	15.29	7	14.89	6	13.95	80	16.33
	ความสวยงามของบรรจุภัณฑ์	30	10.49	11	7.01	9	19.15	9	20.93	50	10.20
	รูปแบบของสินค้าที่เข้ามามี										
	ความสะดวกในการพกพา	10	3.50	0	0.00	2	4.26	2	4.65	12	2.45
	ขวดสวย	24	8.39	11	7.01	0	0.00	1	2.33	35	7.14
	ฉลาก	13	4.55	16	10.19	4	8.51	4	9.30	33	6.73
	ชื่อของสินค้า	15	5.24	7	4.46	2	4.26	2	4.65	24	4.90
	คุณภาพของไวน์	42	14.69	24	15.29	8	17.02	5	11.63	74	15.10
	รางวัล	9	3.15	4	2.55	1	2.13	0	0.00	14	2.86
	ชุดของขวัญ	18	6.29	4	2.55	1	2.13	4	9.30	23	4.69

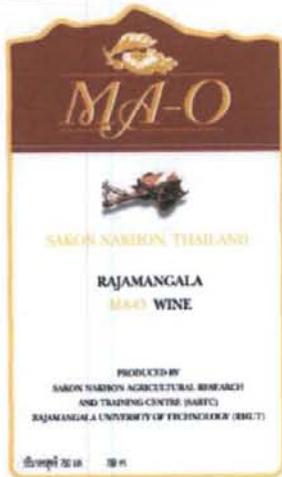
ตารางที่ 11 (ต่อ) แสดงจำนวนและค่าร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภค / ผู้จัดจำหน่าย / ผู้ผลิต / นักออกแบบ เกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา
ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกตนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ลำดับที่	รายละเอียด	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
		จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
5	ประเภทของวัสดุที่เหมาะสมที่สุดในการออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาเพื่อจัดจำหน่าย										
	วัสดุประเภทกระดาษ	34	42.50	18	45.00	7	70.00	8	61.54	59	45.38
	วัสดุประเภทไม้	12	15.00	2	5.00	1	10.00	2	15.38	15	11.54
	วัสดุประเภทผ้าท้องถิ่น	12	15.00	4	10.00	2	20.00	2	15.38	18	13.85
	วัสดุประเภทไม้	22	27.50	16	40.00	0	0.00	1	7.69	38	29.23
	อื่นๆ	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
6	การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาเพื่อจัดจำหน่าย										
	ควรแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น										
	ควร	74	92.50	40	100.00	10	100.00	10	100.00	124	95.38
	ไม่ควร	6	7.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	6	4.62

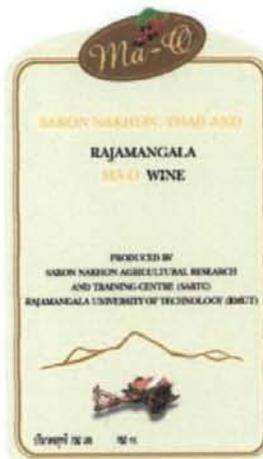
ตารางที่ 11 (ต่อ) แสดงจำนวนและค่าร้อยละของความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภค / ผู้จัดจำหน่าย / ผู้ผลิต / นักออกแบบ เกี่ยวกับบรรพบุรุษที่ไว้ม่า
ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายละเอียด	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
		จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ
7	จากข้อ 6 ถ้าควรมีเอกลักษณ์ของท้องถิ่นได้ควรอยู่บนฉลากไว้ม่า (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)										
	รูปเกวียน	14	10.14	7	7.00	0	0.00	2	8.70	21	8.24
	เทือกเขาภูพาน	33	23.91	29	29.00	2	11.76	3	13.04	64	25.10
	บึงหนองหาน	3	2.17	13	13.00	1	5.88	1	4.35	17	6.67
	สายผ้าที่พื้นหลังฉลาก	16	11.59	7	7.00	2	11.76	4	17.39	25	9.80
	เหรียญรางวัล	13	9.42	15	15.00	4	23.53	5	21.74	32	12.55
	รูปผสมมะม่วง	55	39.86	29	29.00	8	47.06	8	34.78	92	36.08
	อื่นๆ	4	2.90	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4	1.57
8	ต้องการให้รูปแบบบรรพบุรุษที่มีลักษณะเป็นอย่างไร										
	ควรมีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยม										
	ของบรรพบุรุษที่มาตรฐาน	59	73.75	0	0.00	1	100.00	1	100.00	60	74.07
	ควรมีลักษณะเป็นสามเหลี่ยม	3	3.75	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	3.70
	ควรมีลักษณะเป็นหลายเหลี่ยม	18	22.50	0	0.00	0	0.00	0	0.00	18	22.22

จากตารางที่ 11 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ ในภาพรวมส่วนใหญ่เคยรู้จักเม้าไวน์มาก่อน คิดเป็นร้อยละ 70 รองลงมาไม่เคยรู้จักมาก่อน คิดเป็นร้อยละ 30 และ เหตุผลในการซื้อไวน์ ในภาพรวมส่วนใหญ่ซื้อเป็นของฝาก คิดเป็นร้อยละ 63.43 รองลงมาซื้อไปบริโภคเอง คิดเป็นร้อยละ 36.57 จำนวนขวดต่อการซื้อในแต่ละครั้ง ในภาพรวมส่วนใหญ่จำนวน 2 ขวด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 52.31 รองลงมาซื้อจำนวน 1 ขวด คิดเป็นร้อยละ 33.08 เหตุผลในการพิจารณาเลือกซื้อไวน์ในภาพรวมส่วนใหญ่ เลือกเพราะรสชาติของไวน์คิดเป็นร้อยละ 19.59 รองลงมาความเหมาะสมของราคา คิดเป็นร้อยละ 16.33 คุณภาพของไวน์ คิดเป็นร้อยละ 15.10 ประเภทของวัสดุที่เหมาะสมที่สุดในการออกแบบกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าเพื่อจัดจำหน่าย ในภาพรวมส่วนใหญ่ เลือกวัสดุประเภทกระดาษมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.38 รองลงมาเลือกวัสดุประเภทไม้ คิดเป็นร้อยละ 29.23 การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าเพื่อจัดจำหน่ายควรแสดงเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ในภาพรวมส่วนใหญ่คิดว่าควรมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 95.38 และไม่ควรถูกคิดเป็นร้อยละ 4.62 เอกลักษณ์ของท้องถิ่นใดที่ควรอยู่บนฉลากไวน์ ในภาพรวมส่วนใหญ่ เลือกรูปผลมะเม้ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.08 รองลงมาเลือกเทือกเขาภูพาน คิดเป็นร้อยละ 25.10 เหยี่ยวรางวัล คิดเป็นร้อยละ 12.55 และลายผ้าที่พื้นหลังฉลาก คิดเป็นร้อยละ 9.80 ตามลำดับ ส่วนรูปแบบบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมส่วนใหญ่คิดว่าควรมีลักษณะเป็นสี่เหลี่ยมบรรจุภัณฑ์มาตรฐาน คิดเป็นร้อยละ 74.07 รองลงมา ควรมีลักษณะเป็นหลายเหลี่ยม คิดเป็นร้อยละ 22.22



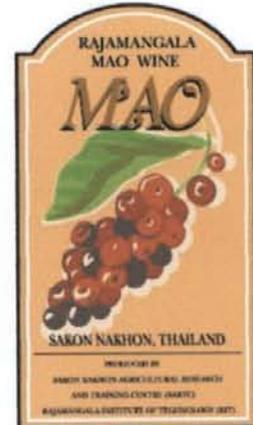
รูปแบบที่ 1



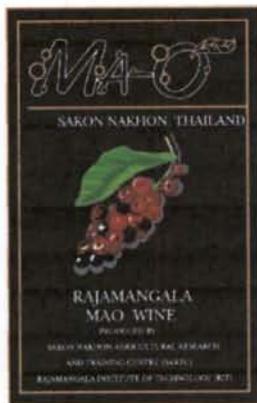
รูปแบบที่ 2



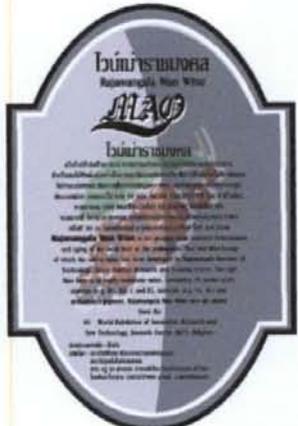
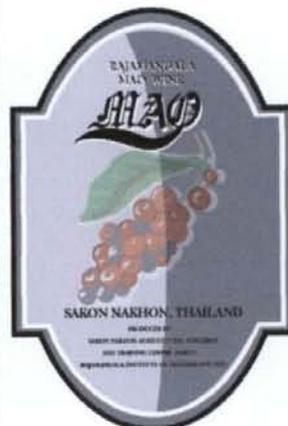
รูปแบบที่ 3



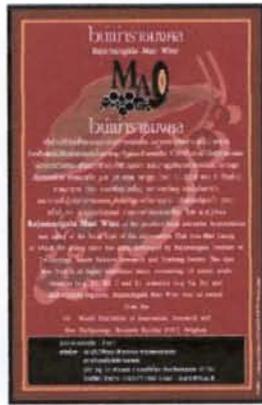
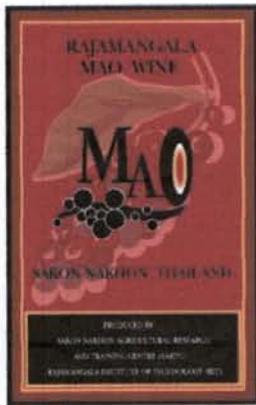
รูปแบบที่ 4



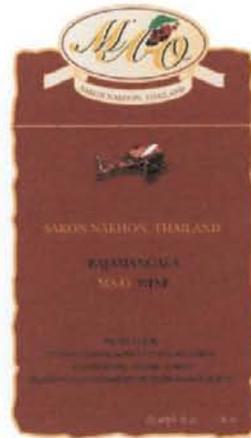
รูปแบบที่ 5



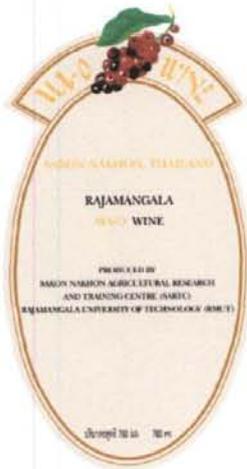
รูปแบบที่ 6



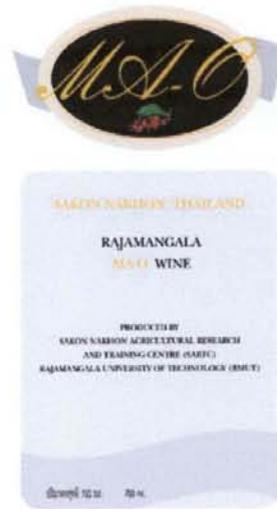
รูปแบบที่ 7



รูปแบบที่ 8



รูปแบบที่ 9



รูปแบบที่ 10

ภาพที่ 31 รูปการออกแบบฉลากไวน์เม้า

ตารางที่ 12 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวอักษร ชื่อสินค้า MA-O
ที่เหมาะสมต่อฉลากไวน์เม่า ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

รายการ 1. ชื่อสินค้า MA O ตัวอักษรเหมาะสม	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	38	17.84	22	15.71	3	7.32	6	21.43	69	16.35
รูปแบบที่ 2	22	10.33	14	10.00	3	7.32	-	-	39	9.24
รูปแบบที่ 3	36	16.90	18	12.86	6	14.63	6	21.43	66	15.64
รูปแบบที่ 4	30	14.08	22	15.71	8	19.51	6	21.43	66	15.64
รูปแบบที่ 5	19	8.92	7	5.00	1	2.44	-	-	27	6.40
รูปแบบที่ 6	16	7.51	11	7.86	3	7.32	-	-	30	7.11
รูปแบบที่ 7	13	6.10	11	7.86	4	9.76	2	7.14	30	7.11
รูปแบบที่ 8	16	7.51	11	7.86	6	14.63	2	7.14	35	8.29
รูปแบบที่ 9	10	4.69	11	7.86	3	7.32	4	14.29	28	6.64
รูปแบบที่ 10	13	6.10	13	9.29	4	9.76	2	7.14	32	7.58
รวม	213	100	140	100	41	100	28	100	422	100

จากตารางที่12 พบว่า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับฉลากไวน์เม่าในภาพรวม ด้านตัวอักษรชื่อสินค้าMA-Oที่เหมาะสม โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ รูปแบบที่ 1 ร้อยละ 16.35รูปแบบที่ 3 และรูปแบบที่ 4 มีค่าความถี่เท่ากัน คือ ร้อยละ 15.64

ตารางที่ 13 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสีส้มของฉลากที่เหมาะสมต่อ
ฉลากไวน์เม่า ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ

รายการ 2. สีส้มของฉลาก เหมาะสม	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	29	14.36	20	17.09	4	9.52	10	18.52	63	15.18
รูปแบบที่ 2	19	9.41	14	11.97	4	9.52	4	7.41	41	9.88
รูปแบบที่ 3	37	18.32	13	11.11	4	9.52	6	11.11	60	14.46
รูปแบบที่ 4	26	12.87	18	15.38	5	11.90	8	14.81	57	13.73
รูปแบบที่ 5	24	11.88	6	5.13	5	11.90	6	11.11	41	9.88
รูปแบบที่ 6	13	6.44	9	7.69	4	9.52	2	3.70	28	6.75
รูปแบบที่ 7	14	6.93	9	7.69	2	4.76	4	7.41	29	6.99
รูปแบบที่ 8	15	7.43	6	5.13	3	7.14	8	14.81	32	7.71
รูปแบบที่ 9	15	7.43	18	15.38	7	16.67	6	11.11	46	11.08
รูปแบบที่ 10	10	4.95	4	3.42	4	9.52	0	0	18	4.34
รวม	202	100	117	100	42	100	54	100	415	100

จากตารางที่ 13 พบว่า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ฉลากไวน์เม่าในภาพรวม ด้านสีส้มของฉลากไวน์ที่มีความเหมาะสม โดยเรียงลำดับจากมากไปหา
น้อย 3 อันดับ ได้แก่ รูปแบบที่ 1 ร้อยละ 15.18 รูปแบบที่ 3 ร้อยละ 14.46 และรูปแบบที่ 4 ร้อยละ
13.73

ตารางที่ 14 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับ ตัวอักษรที่เหมาะสมต่อฉลากไวน์เม่า
ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ

รายการ 3ตัวอักษรเหมาะสม	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	29	15.03	20	13.42	8	13.56	2	5.00	59	13.38
รูปแบบที่ 2	16	8.29	16	10.74	5	8.47	2	5.00	39	8.84
รูปแบบที่ 3	37	19.17	22	14.77	8	13.56	8	20.00	75	17.01
รูปแบบที่ 4	30	15.54	18	12.08	7	11.86	8	20.00	63	14.29
รูปแบบที่ 5	22	11.40	6	4.03	4	6.78	6	15.00	38	8.62
รูปแบบที่ 6	16	8.29	13	8.72	6	10.17	0	-	35	7.94
รูปแบบที่ 7	9	4.66	9	6.04	6	10.17	4	10.00	28	6.35
รูปแบบที่ 8	16	8.29	13	8.72	7	11.86	2	5.00	38	8.62
รูปแบบที่ 9	7	3.63	16	10.74	3	5.08	6	15.00	32	7.26
รูปแบบที่ 10	11	5.70	16	10.74	5	8.47	2	5.00	34	7.71
รวม	193	100	149	100	59	100	40	100	441	100

จากตารางที่ 14 พบว่า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ฉลากไวน์เม่าในภาพรวม ด้านตัวอักษรที่เหมาะสมต่อฉลากไวน์เม่าโดยเรียงลำดับจากมากไปหา
น้อย 3 อันดับ ได้แก่ รูปแบบที่ 3 ร้อยละ 17.01 รูปแบบที่ 4 ร้อยละ 14.29 และรูปแบบที่ 1 ร้อยละ
13.38

ตารางที่ 15 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพประกอบที่เหมาะสมต่อฉลาก
ไวน์เม้าของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ

รายการ 4. ภาพประกอบ เหมาะสม	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	15	7.73	13	9.15	1	2.44	6	15.79	35	8.43
รูปแบบที่ 2	23	11.86	18	12.68	4	9.76	0	0	45	10.84
รูปแบบที่ 3	39	20.10	20	14.08	5	12.20	10	26.32	74	17.83
รูปแบบที่ 4	28	14.43	13	9.15	4	9.76	6	15.79	51	12.29
รูปแบบที่ 5	25	12.89	16	11.27	5	12.20	6	15.79	52	12.53
รูปแบบที่ 6	17	8.76	13	9.15	5	12.20	2	5.26	37	8.92
รูปแบบที่ 7	12	6.19	13	9.15	5	12.20	2	5.26	32	7.71
รูปแบบที่ 8	13	6.70	9	6.34	0	0	0	0	22	5.30
รูปแบบที่ 9	13	6.70	18	12.68	7	17.07	6	15.79	44	10.60
รูปแบบที่ 10	9	4.64	9	6.34	5	12.20	0	0	23	5.54
รวม	194	100	142	100	41	100	38	100	415	100

จากตารางที่ 15 พบว่า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับฉลากไวน์เม้าในภาพรวม ด้านภาพประกอบของฉลากที่เหมาะสม โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ รูปแบบที่ 3 ร้อยละ 17.83 รูปแบบที่ 5 ร้อยละ 12.53 และรูปแบบที่ 4 ร้อยละ 12.29

ตารางที่ 16 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพประกอบและตัวอักษรจัดวาง
เหมาะสมต่อฉลากไวน์เม้าของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ

รายการ 5. ภาพประกอบ และตัวอักษรจัดวาง เหมาะสม	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	31	14.62	20	13.61	4	6.56	4	15.38	59	13.23
รูปแบบที่ 2	21	9.91	18	12.24	5	8.20	2	7.69	46	10.31
รูปแบบที่ 3	41	19.34	23	15.65	8	13.11	4	15.38	76	17.04
รูปแบบที่ 4	26	12.26	14	9.52	8	13.11	8	30.77	56	12.56
รูปแบบที่ 5	23	10.85	11	7.48	9	14.75	4	15.38	47	10.54
รูปแบบที่ 6	18	8.49	13	8.84	6	9.84	0	0	37	8.30
รูปแบบที่ 7	14	6.60	11	7.48	7	11.48	2	7.69	34	7.62
รูปแบบที่ 8	14	6.60	11	7.48	5	8.20	0	0	30	6.73
รูปแบบที่ 9	14	6.60	20	13.61	5	8.20	2	7.69	41	9.19
รูปแบบที่ 10	10	4.72	6	4.08	4	6.56	0	0	20	4.48
รวม	212	100	147	100	61	100	26	100	446	100

จากตารางที่ 16 พบว่า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ฉลากไวน์เม้าในภาพรวม ด้านภาพประกอบและตัวอักษรจัดวางเหมาะสม โดยเรียงลำดับจากมากไป
หาน้อย 3 อันดับได้แก่ รูปแบบที่ 3 ร้อยละ 17.04 รูปแบบที่ 1 ร้อยละ 13.23 และรูปแบบที่ 4
ร้อยละ 12.56

ตารางที่ 17 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย

เหมาะสม ต่อฉลากไวน์เม้าของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

รายการ 6. การสื่อให้ ผู้บริโภคเข้าใจ ได้ง่าย	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	33	13.92	18	11.11	8	11.43	4	13.33	63	12.63
รูปแบบที่ 2	27	11.39	20	12.35	7	10.00	0	0	54	10.82
รูปแบบที่ 3	43	18.14	22	13.58	10	14.29	8	26.67	83	16.63
รูปแบบที่ 4	31	13.08	20	12.35	9	12.86	6	20.00	66	13.23
รูปแบบที่ 5	27	11.39	13	8.02	6	8.57	2	6.67	48	9.62
รูปแบบที่ 6	18	7.59	16	9.88	3	4.29	2	6.67	39	7.82
รูปแบบที่ 7	13	5.49	16	9.88	4	5.71	2	6.67	35	7.01
รูปแบบที่ 8	18	7.59	11	6.79	7	10.00	0	0	36	7.21
รูปแบบที่ 9	16	6.75	15	9.26	9	12.86	6	20.00	46	9.22
รูปแบบที่ 10	11	4.64	11	6.79	7	10.00	0	0	29	5.81
รวม	237	100	162	100	70	100	30	100	499	100

จากตารางที่ 17 พบว่า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับฉลากไวน์เม้าในภาพรวม ด้านการสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายที่เหมาะสมโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ รูปแบบที่ 3 ร้อยละ 16.63 รูปแบบที่ 4 ร้อยละ 13.23 และรูปแบบที่ 1 ร้อยละ 12.63

ตารางที่ 18 แสดงการสรุปภาพรวมจำนวนและค่าร้อยละของความเหมาะสมรูปแบบฉลากไวน์เม่า
ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ความเหมาะสม รูปฉลากที่	ตัวอักษร ชื่อ MA O (140)	สีสัน ของ ฉลาก (140)	ตัวอักษร (140)	ภาพ ประกอบ (140)	การจัดวาง ภาพและ ตัวอักษร (140)	การสื่อให้ ผู้บริโภค เข้าใจได้ ง่าย (140)	รวม (140)	
							จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	69	63	59	35	59	63	348	13.19
รูปแบบที่ 2	39	41	39	45	46	54	264	10.01
รูปแบบที่ 3	66	60	75	74	76	83	434	16.45
รูปแบบที่ 4	66	57	63	51	56	66	359	13.61
รูปแบบที่ 5	27	41	38	52	47	48	253	9.59
รูปแบบที่ 6	30	28	35	37	37	39	206	7.81
รูปแบบที่ 7	30	29	28	32	34	35	188	7.13
รูปแบบที่ 8	35	32	38	22	30	36	193	7.32
รูปแบบที่ 9	28	46	32	44	41	46	237	8.98
รูปแบบที่ 10	32	18	34	23	20	29	156	5.91
รวม	422	415	441	415	446	499	2,638	100

จากตารางที่ 18 พบว่า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับฉลากไวน์เม่าในภาพรวม รูปแบบฉลากสินค้า MA-O มีความเหมาะสม โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ รูปแบบที่ 3 ร้อยละ 16.45 รูปแบบที่ 4 ร้อยละ 13.61 และรูปแบบที่ 1 ร้อยละ 13.19

ตารางที่ 19 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวอักษร ชื่อสินค้า MA O ที่ไม่เหมาะสม ต่อฉลากไวน์เม่า ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ

รายการ 1. ชื่อสินค้า MA O ตัวอักษร ไม่เหมาะสม	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	12	8.45	4	4.88	7	11.86	2	5.56	25	7.84
รูปแบบที่ 2	22	15.49	13	15.85	7	11.86	5	13.89	47	14.73
รูปแบบที่ 3	11	7.75	7	8.54	4	6.78	2	5.56	24	7.52
รูปแบบที่ 4	8	5.63	2	2.44	2	3.39	2	5.56	14	4.39
รูปแบบที่ 5	16	11.27	13	15.85	9	15.25	5	13.89	43	13.48
รูปแบบที่ 6	16	11.27	9	10.98	7	11.86	5	13.89	37	11.60
รูปแบบที่ 7	15	10.56	9	10.98	6	10.17	4	11.11	34	10.66
รูปแบบที่ 8	13	9.15	7	8.54	4	6.78	4	11.11	28	8.78
รูปแบบที่ 9	20	14.08	11	13.41	7	11.86	3	8.33	41	12.85
รูปแบบที่ 10	9	6.34	7	8.54	6	10.17	4	11.11	26	8.15
รวม	142	100	82	100	59	100	36	100	319	100

จากตารางที่ 19 พบว่า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับฉลากไวน์เม่าในภาพรวม ด้านตัวอักษรชื่อสินค้า MA-O ที่ไม่เหมาะสม โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ รูปแบบที่ 2 ร้อยละ 14.73 รูปแบบที่ 5 ร้อยละ 13.48 และ รูปแบบที่ 9 ร้อยละ 12.85

ตารางที่ 20 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับสีส้มของฉลากที่ไม่เหมาะสม
ต่อฉลากไวน์เม่าของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

รายการ สีส้มของฉลาก ไม่เหมาะสม	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	21	13.91	5	5.00	6	10.34	0	0.00	32	9.64
รูปแบบที่ 2	25	16.56	13	13.00	6	10.34	3	13.04	47	14.16
รูปแบบที่ 3	10	6.62	11	11.00	6	10.34	2	8.70	29	8.73
รูปแบบที่ 4	12	7.95	5	5.00	5	8.62	1	4.35	23	6.93
รูปแบบที่ 5	11	7.28	13	13.00	5	8.62	2	8.70	31	9.34
รูปแบบที่ 6	18	11.92	11	11.00	6	10.34	4	17.39	39	11.75
รูปแบบที่ 7	14	9.27	11	11.00	8	13.79	3	13.04	36	10.84
รูปแบบที่ 8	14	9.27	11	11.00	7	12.07	1	4.35	33	9.94
รูปแบบที่ 9	14	9.27	7	7.00	3	5.17	2	8.70	26	7.83
รูปแบบที่ 10	12	7.95	13	13.00	6	10.34	5	21.74	36	10.84
รวม	151	100	100	100	58	100	23	100	332	100

จากตารางที่ 20 พบว่า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับฉลากไวน์เม่าในภาพรวม ด้านสีส้มของฉลากไวน์ที่ไม่เหมาะสม โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ รูปฉลากที่ 2 ร้อยละ 14.16 รูปฉลากที่ 6 ร้อยละ 11.75 รูปฉลากที่ 7 และรูปฉลากที่ 10 มีค่าความถี่เท่ากันคือ ร้อยละ 10.84

ตารางที่ 21 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับตัวอักษรที่ไม่เหมาะสมต่อฉลากไวน์เม่า
ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ

รายการ ตัวอักษร ไม่เหมาะสม	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	21	13.38	5	6.85	2	4.88	4	13.33	32	10.63
รูปแบบที่ 2	27	17.20	11	15.07	5	12.20	4	13.33	47	15.61
รูปแบบที่ 3	9	5.73	5	6.85	2	4.88	1	3.33	17	5.65
รูปแบบที่ 4	9	5.73	2	2.74	3	7.32	1	3.33	15	4.98
รูปแบบที่ 5	12	7.64	11	15.07	6	14.63	2	6.67	31	10.30
รูปแบบที่ 6	15	9.55	9	12.33	4	9.76	5	16.67	33	10.96
รูปแบบที่ 7	19	12.10	11	15.07	4	9.76	3	10.00	37	12.29
รูปแบบที่ 8	13	8.28	4	5.48	3	7.32	4	13.33	24	7.97
รูปแบบที่ 9	21	13.38	11	15.07	7	17.07	2	6.67	41	13.62
รูปแบบที่ 10	11	7.01	4	5.48	5	12.20	4	13.33	24	7.97
รวม	157	100	73	100	41	100	30	100	301	100

จากตารางที่ 21 พบว่า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับฉลากไวน์เม่าในภาพรวม ด้านตัวอักษรที่ไม่เหมาะสมต่อฉลากไวน์เม่าโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ รูปแบบที่ 2 ร้อยละ 15.61 รูปแบบที่ 9 ร้อยละ 13.62 รูปแบบที่ 7 ร้อยละ 12.29

ตารางที่ 22 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพประกอบที่ไม่เหมาะสม
ต่อฉลากไวน์เม่า ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ

รายการ ภาพประกอบ ไม่เหมาะสม	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	34	21.94	11	14.86	9	15.25	2	6.45	56	17.55
รูปแบบที่ 2	19	12.26	9	12.16	6	10.17	5	16.13	39	12.23
รูปแบบที่ 3	9	5.81	4	5.41	5	8.47	0	0.00	18	5.64
รูปแบบที่ 4	11	7.10	7	9.46	6	10.17	2	6.45	26	8.15
รูปแบบที่ 5	9	5.81	2	2.70	5	8.47	2	6.45	18	5.64
รูปแบบที่ 6	14	9.03	7	9.46	5	8.47	4	12.90	30	9.40
รูปแบบที่ 7	16	10.32	9	12.16	5	8.47	4	12.90	34	10.66
รูปแบบที่ 8	16	10.32	9	12.16	10	16.95	5	16.13	40	12.54
รูปแบบที่ 9	14	9.03	7	9.46	3	5.08	2	6.45	26	8.15
รูปแบบที่ 10	13	8.39	9	12.16	5	8.47	5	16.13	32	10.03
รวม	155	100	74	100	59	100	31	100	319	100

จากตารางที่ 22 พบว่า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับฉลากไวน์เม่าในภาพรวม ด้านภาพประกอบของฉลากที่ไม่เหมาะสม โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ รูปแบบที่ 1 ร้อยละ 17.55 รูปแบบที่ 8 ร้อยละ 12.54 รูปแบบที่ 2 ร้อยละ 12.23

ตารางที่ 23 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับภาพประกอบและตัวอักษรจัดวางที่ไม่เหมาะสมต่อฉลากไวน์เมา ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ

รายการ ภาพประกอบและ ตัวอักษร จัดวางไม่เหมาะสม	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	19	13.38	2	2.90	6	15.38	3	8.11	30	10.45
รูปแบบที่ 2	22	15.49	9	13.04	5	12.82	4	10.81	40	13.94
รูปแบบที่ 3	6	4.23	2	2.90	2	5.13	3	8.11	13	4.53
รูปแบบที่ 4	13	9.15	7	10.14	2	5.13	1	2.70	23	8.01
รูปแบบที่ 5	11	7.75	7	10.14	1	2.56	3	8.11	22	7.67
รูปแบบที่ 6	13	9.15	7	10.14	4	10.26	5	13.51	29	10.10
รูปแบบที่ 7	14	9.86	11	15.94	3	7.69	4	10.81	32	11.15
รูปแบบที่ 8	16	11.27	7	10.14	5	12.82	5	13.51	33	11.50
รูปแบบที่ 9	16	11.27	4	5.80	5	12.82	4	10.81	29	10.10
รูปแบบที่ 10	12	8.45	13	18.84	6	15.38	5	13.51	36	12.54
รวม	142	100	69	100	39	100	37	100	287	100

จากตารางที่ 23 พบว่า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับฉลากไวน์เมาในภาพรวม ด้านภาพประกอบและตัวอักษรจัดวางที่ไม่เหมาะสม โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ รูปแบบที่ 2 ร้อยละ 13.94 รูปแบบที่ 10 ร้อยละ 12.54 รูปแบบที่ 8 ร้อยละ 11.50

ตารางที่ 24 แสดงจำนวนและค่าร้อยละความคิดเห็นเกี่ยวกับการสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจง่าย
ที่ไม่เหมาะสมต่อฉลากไวน์เม่า ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ

รายการ การสื่อให้ผู้บริโภค เข้าใจง่าย ว่าเป็นสินค้าอะไร ไม่เหมาะสม	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	18	15.65	4	8.00	2	6.67	3	8.57	27	11.74
รูปแบบที่ 2	16	13.91	9	18.00	3	10.00	5	14.29	33	14.35
รูปแบบที่ 3	4	3.48	2	4.00	0	0.00	1	2.86	7	3.04
รูปแบบที่ 4	8	6.96	2	4.00	1	3.33	2	5.71	13	5.65
รูปแบบที่ 5	7	6.09	4	8.00	4	13.33	4	11.43	19	8.26
รูปแบบที่ 6	13	11.30	4	8.00	7	23.33	4	11.43	28	12.17
รูปแบบที่ 7	15	13.04	4	8.00	6	20.00	4	11.43	29	12.61
รูปแบบที่ 8	11	9.57	7	14.00	3	10.00	5	14.29	26	11.30
รูปแบบที่ 9	12	10.43	7	14.00	1	3.33	2	5.71	22	9.57
รูปแบบที่ 10	11	9.57	7	14.00	3	10.00	5	14.29	26	11.30
รวม	115	100	50	100	30	100	35	100	230	100

จากตารางที่ 24 พบว่า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
ฉลากไวน์เม่าในภาพรวม ด้านการสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่าย ที่ไม่เหมาะสมโดยเรียงลำดับจากมาก
ไปหาน้อย 3 อันดับ ได้แก่ รูปแบบที่ 2 ร้อยละ 14.35 รูปแบบที่ 7 ร้อยละ 12.61 รูปแบบที่ 6 ร้อยละ
12.17

ตารางที่ 25 แสดงการสรุปภาพรวม จำนวนและค่าร้อยละของฉลากไวน์เม่าที่ไม่เหมาะสม
ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ

ไม่เหมาะสม รูปฉลากที่	ตัวอักษร ชื่อ MA O (140)	สีสัน ของ ฉลาก (140)	ตัวอักษร (140)	ภาพ ประกอบ (140)	การจัดวาง ภาพและ ตัวอักษร (140)	การสื่อให้ ผู้บริโภค เข้าใจ (140)	รวม (140)	
							จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	25	32	32	56	30	27	202	11.30
รูปแบบที่ 2	47	47	47	39	40	33	253	14.15
รูปแบบที่ 3	24	29	17	18	13	7	108	6.04
รูปแบบที่ 4	14	23	15	26	23	13	114	6.38
รูปแบบที่ 5	43	31	31	18	22	19	164	9.17
รูปแบบที่ 6	37	39	33	30	29	28	196	10.96
รูปแบบที่ 7	34	36	37	34	32	29	202	11.30
รูปแบบที่ 8	28	33	24	40	33	26	184	10.29
รูปแบบที่ 9	41	26	41	26	29	22	185	10.35
รูปแบบที่ 10	26	36	24	32	36	26	180	10.07
รวม	319	332	301	319	287	230	1788	100

จากตารางที่ 25 พบว่า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับฉลากไวน์เม่าในภาพรวม รูปแบบฉลากสินค้า MA-O ที่ไม่เหมาะสม โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก ได้แก่ รูปแบบที่ 2 ร้อยละ 14.15 รูปแบบที่ 1 และรูปแบบที่ 7 มีค่าความถี่เท่ากันคือ ร้อยละ 11.30

MA-O

รูปแบบที่ 1

MAO

รูปแบบที่ 2

MAO

รูปแบบที่ 3

MAO

รูปแบบที่ 4

MAO

รูปแบบที่ 5

MA-O

รูปแบบที่ 6

MA-O

รูปแบบที่ 7

MA-O

รูปแบบที่ 8

MA-O

รูปแบบที่ 9

Ma-O

รูปแบบที่ 10

MAO

รูปแบบที่ 11

MAO

รูปแบบที่ 12

ภาพที่ 32 รูปแบบแบรนด์สินค้าไวน์เม่า

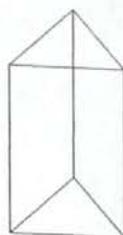
ตารางที่ 26 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของความคิดเห็นเกี่ยวกับแบรนด์สินค้าไวน์เม่า MA-O
ที่เหมาะสมของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ

รายการ แบบที่เหมาะสม กับแบรนด์สินค้า	ผู้บริโภค (80)		ผู้จัดจำหน่าย (40)		ผู้ผลิต (10)		นักออกแบบ (10)		รวม (140)	
	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ	จำนวน ความถี่	ร้อยละ
รูปแบบที่ 1	2	3.08	4	10.00	0	0	0	0	6	4.80
รูปแบบที่ 2	10	15.38	2	5.00	3	30.00	0	0	15	12.00
รูปแบบที่ 3	3	4.62	0	0	2	20.00	1	10.00	6	4.80
รูปแบบที่ 4	3	4.62	4	10.00	0	0	0	0	7	5.60
รูปแบบที่ 5	0	0	0	0	1	10.00	2	20.00	3	2.40
รูปแบบที่ 6	12	18.46	4	10.00	1	10.00	4	40.00	21	16.80
รูปแบบที่ 7	8	12.31	0	0	1	10.00	1	10.00	10	8.00
รูปแบบที่ 8	2	3.08	0	0	0	0	0	0	2	1.60
รูปแบบที่ 9	1	1.54	8	20.00	0	0	0	0	9	7.20
รูปแบบที่ 10	8	12.31	4	10.00	1	10.00	1	10.00	14	11.20
รูปแบบที่ 11	3	4.62	2	5.00	0	0	0	0	5	4.00
รูปแบบที่ 12	13	20.00	12	30.00	1	10.00	1	10.00	27	21.60
รวม	65	100	40	100	10	100	10	100	125	100

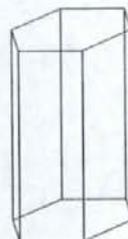
จากตารางที่ 26 พบว่า ผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ มีความคิดเห็นเกี่ยวกับ
แบรนด์ไวน์เม่าในภาพรวม แบรนด์ MA-O ที่เหมาะสม โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 อันดับ
ได้แก่ รูปแบบที่ 12 ร้อยละ 21.60 รูปแบบที่ 6 ร้อยละ 16.80 และรูปแบบที่ 2 ร้อยละ 12.00



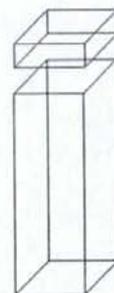
รูปแบบที่ 1



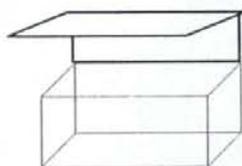
รูปแบบที่ 2



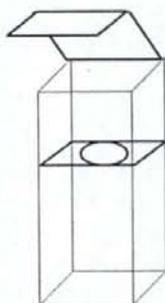
รูปแบบที่ 3



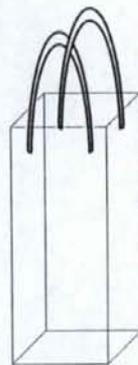
รูปแบบที่ 4



รูปแบบที่ 5



รูปแบบที่ 6



รูปแบบที่ 7



รูปแบบที่ 8

ภาพที่ 33 รูปทรงกล่องบรรจุไวน์เม้าไวน์เม้า MA-O

ตารางที่ 27 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่ออุปทรงที่เหมาะสมต่อการทำกล่องบรรจุไวน์มาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับที่	1		2		3		4		5		6		7		8	
	ความถี่ (80)	ร้อยละ														
รูปแบบที่ 1	1	1.72	2	5.13	0	0.00	1	4.35	2	9.52	4	19.05	6	28.57	7	33.33
รูปแบบที่ 2	1	1.72	2	5.13	1	3.45	1	4.35	2	9.52	4	19.05	8	38.10	5	23.81
รูปแบบที่ 3	7	12.07	2	5.13	1	3.45	5	21.74	5	23.81	3	14.29	4	19.05	2	9.52
รูปแบบที่ 4	6	10.34	4	10.26	8	27.59	4	17.39	2	9.52	1	4.76	0	0.00	2	9.52
รูปแบบที่ 5	3	5.17	1	2.56	2	6.90	3	13.04	4	19.05	5	23.81	2	9.52	2	9.52
รูปแบบที่ 6	17	29.31	11	28.21	5	17.24	2	8.70	2	9.52	1	4.76	0	0.00	0	0.00
รูปแบบที่ 7	17	29.31	7	17.95	5	17.24	3	13.04	2	9.52	1	4.76	0	0.00	1	4.76
รูปแบบที่ 8	6	10.34	10	25.64	7	24.14	4	17.39	2	9.52	2	9.52	1	4.76	2	9.52
รวม	58	100	39	100	29	100	23	100	21	100	21	100	21	100	21	100

จากตารางที่ 27 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค มีความต้องการเลือกรูปทรงที่เหมาะสมต่อการทำกล่องบรรจุไวน์มา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่

ลำดับที่ 1 จัด 3 ลำดับแรก ได้แก่ รูปแบบที่ 6 และรูปแบบที่ 7 มีค่าความถี่เท่ากันคือ ร้อยละ 29.31 รูปแบบที่ 3 ร้อยละ 12.07

ลำดับที่ 2 จัด 3 ลำดับแรก ได้แก่ รูปแบบที่ 6 ร้อยละ 28.21 รูปแบบที่ 8 ร้อยละ 25.64 และรูปแบบที่ 7 ร้อยละ 17.95

ลำดับที่ 3 จัด 3 ลำดับแรกได้แก่ รูปแบบที่ 4 ร้อยละ 27.59 รูปแบบที่ 8 ร้อยละ 24.14 และรูปแบบที่ 6 รูปแบบที่ 7 มีค่าความถี่เท่ากันคือ ร้อยละ 17.24

ตารางที่ 28 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มผู้จำหน่ายที่มีต่อรูปทรงที่เหมาะสมต่อการทำกล่องบรรจุไวน์มาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับที่	1		2		3		4		5		6		7		8	
	ความถี่ (40)	ร้อยละ														
รูปแบบที่ 1	0	0.00	1	7.14	2	16.67	0	0.00	0	0.00	3	30.00	3	33.33	2	22.22
รูปแบบที่ 2	0	0.00	0	0.00	1	8.33	0	0.00	1	10.00	1	10.00	3	33.33	3	33.33
รูปแบบที่ 3	1	6.67	0	0.00	0	0.00	0	0.00	3	30.00	3	30.00	1	11.11	1	11.11
รูปแบบที่ 4	0	0.00	2	14.29	1	8.33	6	54.55	2	20.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รูปแบบที่ 5	1	6.67	2	14.29	1	8.33	3	27.27	2	20.00	1	10.00	1	11.11	2	22.22
รูปแบบที่ 6	3	20.00	3	21.43	3	25.00	1	9.09	0	0.00	1	10.00	1	11.11	0	0.00
รูปแบบที่ 7	8	53.33	3	21.43	2	16.67	0	0.00	1	10.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รูปแบบที่ 8	2	13.33	3	21.43	2	16.67	1	9.09	1	10.00	1	10.00	0	0.00	1	11.11
รวม	15	100	14	100	12	100	11	100	10	100	10	100	9	100	9	100

จากตารางที่ 28 พบว่า กลุ่มผู้จำหน่าย มีความต้องการเลือกรูปทรงที่เหมาะสมต่อการทำกล่องบรรจุไวน์มา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยได้แก่

ลำดับที่ 1 3 ลำดับแรกได้แก่ รูปแบบที่ 7 ร้อยละ 53.33 รูปแบบที่ 6 ร้อยละ 20.00 รูปแบบที่ 8 ร้อยละ 13.33

ลำดับที่ 2 3 ลำดับแรกได้แก่ รูปแบบที่ 6 รูปแบบที่ 7 และรูปแบบที่ 8 มีความถี่เท่ากันคือ ร้อยละ 21.43

ลำดับที่ 3 3 ลำดับแรกได้แก่ รูปแบบที่ 6 ร้อยละ 25 รูปแบบที่ 1 รูปแบบที่ 7 และรูปแบบที่ 8 มีความถี่เท่ากันคือ ร้อยละ 16.67

ตารางที่ 29 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นของผู้ผลิตที่มีต่อรูปทรงที่เหมาะสมต่อการทำกล่องบรรจุไวน์มา เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับที่	1		2		3		4		5		6		7		8	
	ความถี่	ร้อยละ														
รูปทรงกล่องแบบที่ 1	0	0.00	1	10.00	0	0.00	1	11.11	1	11.11	3	33.33	3	33.33	1	11.11
รูปทรงกล่องแบบที่ 2	0	0.00	0	0.00	1	11.11	0	0.00	0	0.00	0	0.00	4	44.44	4	44.44
รูปทรงกล่องแบบที่ 3	0	0.00	3	30.00	0	0.00	2	22.22	2	22.22	0	0.00	2	22.22	0	0.00
รูปทรงกล่องแบบที่ 4	4	40.00	1	10.00	3	33.33	0	0.00	3	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รูปทรงกล่องแบบที่ 5	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	22.22	2	22.22	3	33.33	0	0.00	2	22.22
รูปทรงกล่องแบบที่ 6	1	10.00	4	40.00	3	33.33	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รูปทรงกล่องแบบที่ 7	5	50.00	1	10.00	1	11.11	0	0.00	1	11.11	0	0.00	0	0.00	1	11.11
รูปทรงกล่องแบบที่ 8	0	0.00	0	0.00	1	11.11	4	44.44	0	0.00	3	33.33	0	0.00	1	11.11
รวม	10	100	10	100	9	100	9	100	9	100	9	100	9	100	9	100

จากตารางที่ 29 พบว่า กลุ่มผู้ผลิต มีความต้องการเลือกรูปทรงที่เหมาะสมต่อการทำกล่องบรรจุไวน์มา โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่

ลำดับที่ 1 3 ลำดับแรกได้แก่ รูปแบบที่ 7 ร้อยละ 50.00 รูปแบบที่ 4 ร้อยละ 40.00 รูปแบบที่ 6 ร้อยละ 10.00

ลำดับที่ 2 3 ลำดับแรกได้แก่ รูปแบบที่ 6 ร้อยละ 40.00 รูปแบบที่ 3 ร้อยละ 30.00 และรูปแบบที่ 1 รูปแบบที่ 4 รูปแบบที่ 7

มีค่าความถี่เท่ากันคือ ร้อยละ 10.00

ลำดับที่ 3 3 ลำดับแรกได้แก่ รูปแบบที่ 4 และรูปแบบที่ 6 มีค่าความถี่เท่ากันคือ ร้อยละ 30.00 และรูปแบบที่ 2 รูปแบบที่ 7 รูปแบบที่ 8

มีค่าความถี่เท่ากันคือ ร้อยละ 11.11

ตารางที่ 30 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มนักร้องแบบ ที่มีต่อรูปทรงที่เหมาะสมต่อการทำกล่องบรรจุไวน์เม่า

ลำดับเรียงจากมากไปหาน้อย

ลำดับที่	1		2		3		4		5		6		7		8	
	ความ ดี (10)	ร้อยละ														
รูปแบบที่ 1	2	20.00	4	50.00	0	0.00	1	16.67	0	0.00	0	0.00	1	16.67	2	33.33
รูปแบบที่ 2	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	33.33	0	0.00	3	42.86	0	0.00	2	33.33
รูปแบบที่ 3	0	0.00	0	0.00	2	28.57	0	0.00	1	14.29	0	0.00	3	50.00	0	0.00
รูปแบบที่ 4	2	20.00	0	0.00	0	0.00	2	33.33	3	42.86	0	0.00	0	0.00	1	16.67
รูปแบบที่ 5	0	0.00	2	25.00	1	14.29	0	0.00	0	0.00	2	28.57	0	0.00	1	16.67
รูปแบบที่ 6	0	0.00	2	25.00	3	42.86	0	0.00	0	0.00	2	28.57	0	0.00	0	0.00
รูปแบบที่ 7	4	40.00	0	0.00	1	14.29	0	0.00	0	0.00	0	0.00	2	33.33	0	0.00
รูปแบบที่ 8	2	20.00	0	0.00	0	0.00	1	16.67	3	42.86	0	0.00	0	0.00	0	0.00
รวม	10	100	8	100	7	100	6	100	7	100	7	100	6	100	6	100

จากตารางที่ 30 พบว่า กลุ่มนักร้องแบบมีความต้องการเลือกรูปทรงที่เหมาะสมต่อการทำกล่องบรรจุไวน์เม่า โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่

ลำดับที่ 1 3 ลำดับแรกได้แก่ รูปแบบที่ 7 ร้อยละ 40.00 รูปแบบที่ 1 รูปแบบที่ 4 และรูปแบบที่ 8 มีค่าความถี่เท่ากันคือ ร้อยละ 20.00

ลำดับที่ 2 3 ลำดับแรกได้แก่ รูปแบบที่ 1 ร้อยละ 50.00 รูปแบบที่ 5 และรูปแบบที่ 6 มีค่าความถี่เท่ากันคือ ร้อยละ 25.00

ลำดับที่ 3 3 ลำดับแรกได้แก่ รูปแบบที่ 6 ร้อยละ 42.86 รูปแบบที่ 3 ร้อยละ 28.57 และรูปแบบที่ 5 และรูปแบบที่ 7

มีค่าความถี่เท่ากันคือ ร้อยละ 14.29

ตารางที่ 31 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของข้อมูลความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริหาร ผู้จำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ ที่มีต่อรูปทรงที่เหมาะสมต่อการทำ
กล่องบรรจุไวน์เม่า ลำดับเรียงจากมากไปหาน้อย

ลำดับที่ รูปทรงกล่อง แบบที่	1				2				3			
	ความ ถี่รวม (140)	ร้อยละ	ผู้ บริโภค (80)	ผู้ จำหน่าย (40)	ผู้ ผลิต (10)	นัก ออกแบบ (10)	ความ ถี่รวม (140)	ร้อยละ	ผู้ บริโภค (80)	ผู้ จำหน่าย (40)	ผู้ ผลิต (10)	นัก ออกแบบ (10)
รูปแบบที่ 1	3	3.23	1	0	0	2	8	11.27	2	1	1	4
รูปแบบที่ 2	1	1.08	1	0	0	0	2	2.82	2	0	0	0
รูปแบบที่ 3	8	8.60	7	1	0	0	5	7.04	2	0	3	0
รูปแบบที่ 4	12	12.90	6	0	4	2	7	9.86	4	2	1	0
รูปแบบที่ 5	4	4.30	3	1	0	0	5	7.04	1	2	0	2
รูปแบบที่ 6	21	22.58	17	3	1	0	20	28.17	11	3	4	2
รูปแบบที่ 7	34	36.56	17	8	5	4	11	15.49	7	3	1	0
รูปแบบที่ 8	10	10.75	6	2	0	2	13	18.31	10	3	0	0
รวม	93	100	58	15	10	10	71	100	39	14	10	8

จากตารางที่ 31 โดยภาพรวมของกลุ่มผู้บริหาร ผู้จำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ พบว่ามีความต้องการเลือกรูปทรงที่เหมาะสม

ต่อการทำกล่องบรรจุไวน์เม่า โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่

ลำดับที่ 1 ได้แก่ รูปแบบที่ 7 ร้อยละ 36.56

ลำดับที่ 2 ได้แก่ รูปแบบที่ 6 ร้อยละ 28.17

ลำดับที่ 3 ได้แก่ รูปแบบที่ 6 ร้อยละ 24.56

แบบสอบถาม รอบที่ 3 สถานภาพของผู้ตอบ มาวิเคราะห์หาค่าร้อยละ ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามเกี่ยวกับความต้องการของผู้บริโภคในด้าน ต่างๆ วิเคราะห์หาค่าร้อยละ มาสรุปวิเคราะห์ผลข้อมูลและนำเสนอในรูปแบบความเรียง

ตารางที่ 32 จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มผู้บริโภค เกี่ยวกับบรรทัดที่ไวน์เมาของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (80)	ร้อยละ
1.	เพศ		
	ชาย	57	71.3
	หญิง	23	28.8
2.	อายุ		
	ต่ำกว่า 20 ปี	1	1.3
	21 - 30 ปี	27	33.8
	31 - 40 ปี	18	22.5
	41 - 50 ปี	21	26.3
	51 - 60 ปี	13	16.3
60 ปี ขึ้นไป	-	-	
3.	วุฒิการศึกษา		
	ต่ำกว่า ม. 6	9	11.3
	ม. 6 หรือ ปวช.	8	10.00
	อนุปริญญา	5	6.3
	ปริญญาตรี	47	58.8
	ปริญญาโท	10	12.5
ปริญญาเอก	1	1.3	
4.	ภูมิลำเนา		
	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	46	57.5
	ต่างจังหวัด	34	42.5

ตารางที่ 32(ต่อ) จำนวนและค่าร้อยละเกี่ยวกับสถานภาพของกลุ่มผู้บริโภค เกี่ยวกับบรรพบุรุษ
 ไวน์เม่า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
 ราชมนคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (80)	ร้อยละ
5.	อาชีพปัจจุบัน		
	พนักงานเอกชน	-	-
	ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ	69	86.3
	รัฐวิสาหกิจ	-	-
	ธุรกิจส่วนตัว	-	-
	อื่นๆ	11	13.8
6.	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า 5,000 บาท	2	2.5
	5,000 - 10,000 บาท	24	30
	10,000 - 15,000 บาท	16	20
	15,000 - 20,000 บาท	16	20
	20,000 - 25,000 บาท	13	16.3
	มากกว่า 25,000 บาท	9	11.3
ไม่ระบุ			

จากตารางที่ 32 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้บริโภคเป็นเพศชายมากที่สุดร้อยละ 71.3 รองลงมา เป็นเพศหญิงร้อยละ 28.8 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 33.8 รองลงมา ได้แก่ มีอายุอยู่ ระหว่าง 41-50 ปี ร้อยละ 26.3 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 58.8 รองลงมา ได้แก่ ระดับปริญญาโท ร้อยละ 12.5 มีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลมากที่สุด ร้อย ละ 57.5 รองลงมา ได้แก่ อยู่ในเขตต่างจังหวัด ร้อยละ 42.5 อาชีพ ข้าราชการ/ พนักงานของรัฐมาก ที่สุด ร้อยละ 86.3 รองลงมา ได้แก่ อื่นๆ รับจ้าง ร้อยละ 13.8 มีรายได้มากกว่า 5,000-10,000 บาท/ เดือนมากที่สุด ร้อยละ 30 รองลงมา มีรายได้ระหว่าง 10,000-15,000 และ 15,000-20,000 บาท/ เดือน ร้อยละ 20

ตารางที่ 33 แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานภาพของกลุ่มผู้จัดจำหน่าย เกี่ยวกับบรรพบุรุษ
 ไวน์เม่า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
 ราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (40)	ร้อยละ
1.	เพศ		
	ชาย	17	42.5
	หญิง	23	57.5
2.	อายุ		
	ต่ำกว่า 20 ปี		
	21 – 30 ปี	12	30
	31 – 40 ปี	13	32.5
	41 – 50 ปี	13	32.5
	51 – 60 ปี	2	5
60 ปี ขึ้นไป	-	-	
3.	วุฒิการศึกษา		
	ต่ำกว่า ม.6	1	2.5
	ม. 6 หรือ ปวช.	3	7.5
	อนุปริญญา	8	20
	ปริญญาตรี	28	70
	ปริญญาโท	0	0.00
	ปริญญาเอก	0	0.00
	อื่นๆ	0	0.00
4.	ภูมิลำเนา		
	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	24	60
	เขตต่างจังหวัด	16	40

ตารางที่ 33 (ต่อ) แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานภาพของกลุ่มผู้จัดจำหน่าย เกี่ยวกับบรรพบุรุษ
 ไวน์เม่า ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตรสกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
 ราชมนคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (40)	ร้อยละ
5.	อาชีพปัจจุบัน		
	พนักงานเอกชน	10	25
	ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ	0	0
	รัฐวิสาหกิจ	0	0
	ธุรกิจส่วนตัว	30	75
	อื่นๆ	0	0
6	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า 5,000 บาท		
	5,000 - 10,000 บาท	9	22.5
	10,000 - 15,000 บาท	19	47.5
	15,000 - 20,000 บาท	9	22.5
	20,000 - 25,000 บาท	2	5.0
	มากกว่า 25,000 บาท	1	2.5

จากตารางที่ 33 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้จำหน่ายเป็นเพศหญิงมากที่สุดร้อยละ 57.5 รองลงมาเป็นเพศชาย ร้อยละ 42.5 มีอายุอยู่ระหว่าง 31 - 40 ปีและ 41 - 50 ปีมากที่สุด ร้อยละ 32.5 รองลงมา มีอายุระหว่าง 21-30 ปี ร้อยละ 30 มีวุฒิการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรีมากที่สุด ร้อยละ 70 รองลงมา ระดับอนุปริญญา ร้อยละ 20 มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ร้อยละ 60 รองลงมา ได้แก่ เขตต่างจังหวัด ร้อยละ 40 มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด ร้อยละ 75 รองลงมา พนักงานเอกชน ร้อยละ 25 มีรายได้อยู่ระหว่าง 10,000 - 15,000 บาท/ เดือนมากที่สุด ร้อยละ 47.5 รองลงมา ได้แก่ มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาทและ 15,000 - 20,000 บาท ร้อยละ 22.5

ตารางที่ 34 แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานภาพของกลุ่มผู้ผลิต เกี่ยวกับบรรจุกัญญาที่ไวน์เมา
ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (10)	ร้อยละ
1.	เพศ		
	ชาย	5	50
	หญิง	5	50
2.	อายุ		
	ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
	21 - 30 ปี	1	10
	31 - 40 ปี	7	70
	41 - 50 ปี	2	20
	51 - 60 ปี	0	0.00
	60 ปี ขึ้นไป	0	0.00
3.	วุฒิทางการศึกษา		
	ต่ำกว่า ม.6	0	0.00
	ม. 6 หรือ ปวช.	0	0.00
	อนุปริญญา	0	0.00
	ปริญญาตรี	0	0.00
	ปริญญาโท	9	90
	ปริญญาเอก	1	10
	อื่นๆ	0	0.00
4.	ภูมิลำเนา		
	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	0	0.00
	จังหวัดอื่นๆ	10	100

ตารางที่ 34 (ต่อ) แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานภาพของกลุ่มผู้ผลิต เกี่ยวกับบรรพบุรุษที่ไวน์เมา
ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (10)	ร้อยละ
5	อาชีพปัจจุบัน		
	พนักงานเอกชน	0	0.00
	ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ	10	100.00
	รัฐวิสาหกิจ	0	0.00
	ธุรกิจส่วนตัว	0	0.00
	อื่นๆ	0	0.00
6.	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า 5,000 บาท	0	0.00
	5,000 - 10,000 บาท	3	30
	10,000 - 15,000 บาท	4	40
	15,000 - 20,000 บาท	3	30
	20,000 - 25,000 บาท	0	0.00
	มากกว่า 25,000 บาท	-	-

จากตารางที่ 34 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มผู้ผลิต เป็นเพศหญิง เพศชาย ร้อยละ 50 มีอายุระหว่าง 31-40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 70 รองลงมาได้แก่อายุ 41-50 ปี ร้อยละ 20 และอายุระหว่าง 21 - 30 ปี น้อยที่สุด ร้อยละ 10 มีวุฒิทางการศึกษาระดับปริญญาโท มากที่สุด ร้อยละ 90 รองลงมาได้แก่ ระดับปริญญาเอก ร้อยละ 10 มีภูมิลำเนาอยู่ในจังหวัดสกลและต่างจังหวัดอื่นๆ มากที่สุด ร้อยละ 100 อาชีพปัจจุบันเป็นข้าราชการ/ พนักงานของรัฐ ทั้งหมด ร้อยละ 100.00 รายได้ส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 10,000 - 15,000 บาท/ เดือนมากที่สุด ร้อยละ 40 รองลงมา มีรายได้อยู่ระหว่าง 5,000 - 10,000 บาท และ 15,000-20,000 บาท/ เดือน ร้อยละ 30

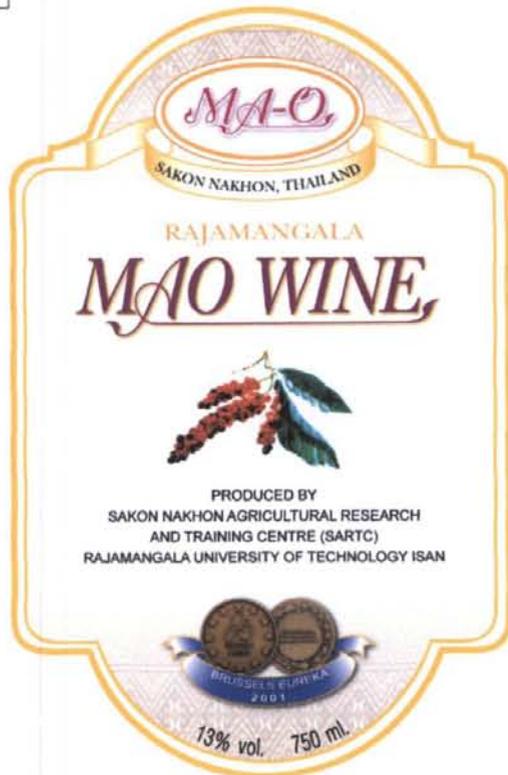
ตารางที่ 35 แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานภาพของกลุ่มนักร้องเกี่ยวกับบรรพบุรุษ
 ไวน์เมา ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
 ราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (10)	ร้อยละ
1.	เพศ		
	ชาย	8	80.00
	หญิง	2	20.00
2.	อายุ		
	ต่ำกว่า 20 ปี	0	0.00
	21 - 30 ปี	1	10.00
	31 - 40 ปี	3	30.00
	41 - 50 ปี	5	50.00
	51 - 60 ปี	1	10.00
	60 ปี ขึ้นไป	0	0.00
3.	วุฒิการศึกษา		
	ต่ำกว่า ม.6	0	0.00
	ม. 6 หรือ ปวช.	0	0.00
	อนุปริญญา	2	20.00
	ปริญญาตรี	2	20.00
	ปริญญาโท	5	50.00
	ปริญญาเอก	1	10.00
	อื่นๆ	0	0.00
4.	ภูมิลำเนา		
	กรุงเทพมหานครและปริมณฑล	7	70.00
	เขตต่างจังหวัด	3	30.00
5.	อาชีพปัจจุบัน		
	พนักงานเอกชน	2	20.00
	ข้าราชการ / พนักงานของรัฐ	5	50.00
	รัฐวิสาหกิจ	0	0.00
	ธุรกิจส่วนตัว	3	30.00

ตารางที่ 35 (ต่อ) แสดงจำนวนและค่าร้อยละสถานภาพของกลุ่มนักร้องแบบเกี่ยวกับบรรพบุรุษ
 ไวน์เมา ของสถาบันวิจัยและฝึกอบรมการเกษตร สกลนคร มหาวิทยาลัย
 เทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

ลำดับที่	รายการ	จำนวน (10)	ร้อยละ
6.	รายได้ต่อเดือน		
	น้อยกว่า 5,000 บาท	0	0.00
	5,000 - 10,000 บาท	0	0.00
	10,000 - 15,000 บาท	1	10.00
	15,000 - 20,000 บาท	2	20.00
	20,000 - 25,000 บาท	3	30.00
	มากกว่า 25,000 บาท	4	40.00

จากตารางที่ 35 แสดงให้เห็นว่ากลุ่มนักร้องแบบเป็นเพศชายมากที่สุด ร้อยละ 80.00 รองลงมาเป็น เพศหญิง ร้อยละ 20.00 มีอายุอยู่ระหว่าง 41-50 ปีมากที่สุดร้อยละ 50.00 รองลงมา ได้แก่ อายุระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 30.00 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาโท มากที่สุดร้อยละ 50.00 รองลงมาได้แก่ ระดับปริญญาตรี และระดับอนุปริญญา ร้อยละ 20.00 มีภูมิลำเนาอยู่ใน กรุงเทพมหานครและปริมณฑล ร้อยละ 70.00 และมีภูมิลำเนาอยู่ในต่างจังหวัด ร้อยละ 30.00 มีอาชีพเป็นข้าราชการ/ พนักงานของรัฐมากที่สุด ร้อยละ 50.00 รองลงมาได้แก่ ประกอบธุรกิจส่วนตัว ร้อยละ 30.00 มีรายได้มากกว่า 25,000 บาท/ เดือนมากที่สุด ร้อยละ 40.00 รองลงมามีรายได้อยู่ระหว่าง 20,000-25,000บาท/เดือน ร้อยละ 30.00



ไวน์เม่าราชมงคล
MAO

Rajamangala Mao Wine is the product from intensive fermentation and aging of the local fruit of the northeastern Thai tree-Mao Laung of which the added value has been developed by Rajamangala University of Technology Isan, Sakon Nakhon Research and Training Centre. The ripe Mao fruit is of highly nutritious value, containing 18 amino acids, vitamins (e.g. B1, B2, C and E), minerals (e.g. Ca, Fe) and anthocyanin pigment. Rajamangala Mao Wine won an award from the 50 World Exhibition of Innovation, Research and New Technology, Brussels Eureka 2001, Belgium.

<input type="checkbox"/> Origin : Sakon Nakhon, Northeastern, Thailand	<input type="checkbox"/> Serving temperature : well chilled, 1° to 5°C
<input type="checkbox"/> Character : fresh, fruity, flavourful finishes with a pleasant touch of sweetness	<input type="checkbox"/> Recommended with : as an aperitif, or with fish, chicken, as well as delicately spiced dishes
<input type="checkbox"/> Mao type : Rajamangala	<input type="checkbox"/> Keep for : up to 3-4 years

Ingredients : Mao
Manufactured By : Sakon Nakhon Agricultural Research and Training Centre (SARTC) Rajamangala University of Technology Isan 205 Moo 10 Tambon Ra Aumperungkon Sakon Nakhon 47160 Tel. (042)771460 e-mail : sarto@rit.ac.th

คำเตือน : ห้ามจำหน่ายสุราแก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี
การดื่มสุราก็ให้ความสามารถในการขับพิษของแอลกอฮอล์

ภาพที่ 34 รูปแบบฉลากไวน์เม่า ชุดที่ 1

ตารางที่ 36 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบรถลากไวน์มา ชุดที่ 1 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภคน n=80	ผู้จัดจำหน่าย n=40			ผู้ผลิต n=10			นักออกแบบ n=10			รวม n=140		
		ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD
1	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ รถลากไวน์มาชุดที่ 1	3.55	.84	3.50	.93	3.80	.63	3.40	.84	3.54	.85	มาก	
	ฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ												
	1.1 เครื่องหมายการค้า การใช้ชื่อ มาโอ MA-O , นีบอกความ หมายถึงประเภท ผลิตภัณฑ์ไวน์ได้ชัดเจน	3.71	.84	3.72	.96	4.50	.70	3.60	.96	3.76	.89	มากที่สุด มาก	
	1.2 ภาพเครื่องหมายการค้ามาโอ MA-O , นี้สามารถจดจำได้ง่าย	3.33	.98	3.37	.89	3.90	.73	3.60	.84	3.40	.93	ปาน กลาง	
	1.3 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย	3.53	0.88	3.53	0.92	4.06	0.68	3.53	0.88	3.56	0.89	มาก	
	รวม												

จากตารางที่ 36 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 1 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.56$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.3 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย ($\bar{X}=3.40$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 1 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.53$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.3 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย ($\bar{X}=3.33$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 1 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.53$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.3 ภาพเครื่องหมายการค้ามาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย ($\bar{X}=3.37$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 1 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.06$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.2 ภาพเครื่องหมายการค้ามาโอ MA-O สามารถจดจำได้ง่าย ($\bar{X}=4.50$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 1 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.53$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.1 เครื่องหมายการค้าการใช้ชื่อมาโอ MA-O บอกความหมายถึงประเภทผลิตภัณฑ์ไวน์ได้ชัดเจน ($\bar{X}=3.40$)

ตารางที่ 37 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลกรออกแบบฉลากไวน์มาซุดี 1 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์มา ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ฉลากไวน์มาซุดีที่ 1	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80		n=40		n=10		n=10		n=10		n=140		ระดับ ความ พึง พอใจ		
		\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD				
2	ความเหมาะสมของการจัด องค์ประกอบของฉลากไวน์มา 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์ มา ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อม่า ลาย ผ้า เหยียดวางวัด	3.45	.88	ปาน กลาง	3.57	1.05	มาก	3.80	.78	มาก	2.90	.87	ปาน กลาง	3.47	.94	ปาน กลาง
	2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของ จังหวัดสกลนคร	3.20	1.03	ปาน กลาง	3.22	1.04	ปาน กลาง	3.40	.84	ปาน กลาง	3.00	.81	ปาน กลาง	3.20	1.00	ปาน กลาง
	รวม	3.32	.95	ปาน กลาง	3.39	1.04	ปาน กลาง	3.60	.81	มาก	2.95	.84	ปาน กลาง	3.33	.97	ปาน กลาง

จากตารางที่ 37 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.33$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อมเม่า ลายผ้า เหยี่ยวรางวัล ($\bar{X}=3.47$) และข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัด สกลนคร ($\bar{X}=3.20$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.32$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อมเม่า ลายผ้า เหยี่ยวรางวัล ($\bar{X}=3.45$) และข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัด สกลนคร ($\bar{X}=3.20$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.39$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อมเม่า ลายผ้า เหยี่ยวรางวัล ($\bar{X}=3.57$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัด สกลนคร ($\bar{X}=3.40$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=2.95$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัด สกลนคร ($\bar{X}=3.00$) และข้อที่ 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อมเม่า ลายผ้า เหยี่ยวรางวัล ($\bar{X}=2.90$)

ตารางที่ 38 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบฉลากไวน์เมาชูตที่ 1 ด้านสีของฉลากไวน์ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ฉลากไวน์เมาชูตที่ 1	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม				
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ
3.	สีของฉลากไวน์																	
	3.1 สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาชูตมีความ สวยงาม	3.30	.86		3.27	.71		3.40	.51		3.40	1.17		3.30	.82		3.30	.82
	3.2 สีของเครื่องหมายการค้าMA-O,มาโอ	3.68	.85		3.50	1.01		4.10	.87		3.50	1.17		3.65	.92		3.65	.92
	3.3 สีของตัวอักษรสีแดงสินค้าMao Wine	3.66	1.00		3.52	1.06		3.60	.96		3.60	.96		3.61	1.00		3.61	1.00
	3.4 สีของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้า ไวน์เมา	3.38	.87		3.60	.98		3.70	1.05		3.60	1.07		3.48	.93		3.48	.93
	3.5 สีของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์ เมา	3.43	.86		3.37	.97		3.10	.87		3.40	.96		3.39	.90		3.39	.90
	3.6 สีของระบบการพิมพ์ฉลากไวน์เมา ความสวยงาม	3.43	1.02		3.50	.78		3.60	.69		3.50	1.17		3.47	.94		3.47	.94
	รวม	3.48	.91		3.46	.92		3.58	.82		3.50	1.08		3.48	.91		3.48	.91

จากตารางที่ 38 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.48$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวม พบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.2 สีของเครื่องหมายการค้าMA-O,มาโอ ($\bar{X}=3.65$) และข้อที่ 3.3 สีของตัวอักษรชื่อสินค้าMao Wine ($\bar{X}=3.61$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.48$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.2 สีของเครื่องหมายการค้าMA-O,มาโอ ($\bar{X}=3.68$) และข้อที่ 3.3 สีของตัวอักษรชื่อสินค้าMao Wine ($\bar{X}=3.66$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.46$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.4 สีของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.60$) ข้อที่ 3.3 สีของตัวอักษรชื่อสินค้าMao Wine ($\bar{X}=3.52$) ข้อที่ 3.2 สีของเครื่องหมายการค้าMA-O,มาโอ ($\bar{X}=3.50$) และข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์มีความสวยงาม ($\bar{X}=3.50$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.58$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีความสวยงาม ($\bar{X}=3.40$) และข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.10$) ตามลำดับ

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.50$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีความสวยงามและข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.40$)

ตารางที่ 39 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบฉลากไวน์เมาซุคที่ 1 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
		n=80		n=40		n=10		n=10		n=10		n=140		ระดับ ความ พึง พอใจ		ระดับ ความ พึง พอใจ	
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
4	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ฉลากไวน์เมาซุคที่ 1	3.63	.91	3.62	.86	3.80	.63	3.60	.84	3.64	.87	3.61	0.87	3.61	0.87	3.61	0.87
	ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบน ฉลากไวน์	3.66	.87	3.40	.90	3.70	.94	3.60	.96	3.58	.88	3.61	0.87	3.61	0.87	3.61	0.87
	4.1. ขนาดตัวอักษรของฉลากไวน์																
	4.2. ขนาดตัวอักษรของเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ	3.73	.86	3.67	.99	3.90	.73	3.80	1.03	3.73	.90	3.61	0.87	3.61	0.87	3.61	0.87
	4.3. ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine	3.63	.86	3.72	.87	3.80	.63	3.50	.84	3.66	.84	3.61	0.87	3.61	0.87	3.61	0.87
	4.4. ขนาดของตัวอักษรข้อความฉลาก ด้านหน้าไวน์เมา	3.43	.89	3.52	.87	3.60	.69	3.00	.94	3.44	.88	3.61	0.87	3.61	0.87	3.61	0.87
	4.5. ขนาดของตัวอักษรข้อความด้านหลัง ไวน์เมา																
	รวม	3.61	0.87	3.58	.89	3.76	0.72	3.5	.92	3.61	0.87	3.61	0.87	3.61	0.87	3.61	0.87

จากตารางที่ 39 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.61$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.5 ขนาดของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.44$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.61$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.5 ขนาดของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.43$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.58$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2 ขนาดตัวอักษรของเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ ($\bar{X}=3.40$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1 ขนาดตัวอักษรของฉลากไวน์ และ ข้อที่ 4.4 ขนาดของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.80$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.50$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อ 4.5 ขนาดของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.00$)

ตารางที่ 40 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบชลากไวน์เมาซุสต์ที่ 1

ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบชลากไวน์เมา ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ชลากไวน์เมาซุสต์ที่ 1	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
5	ความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวาง ภาพประกอบชลากไวน์เมา	3.71	.91	มาก	3.72	.81	มาก	3.80	.78	มาก	3.40	.96	ปาน กลาง	3.70	.87	มาก
	5.1 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ โดยรวมของชลากไวน์เมา	3.71	.71	มาก	3.72	.98	มาก	3.90	.87	มาก	3.60	.84	มาก	3.72	.81	มาก
	5.2 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมาย การค้า MA-O, เมาโอ	3.65	.84	มาก	3.80	.75	มาก	3.90	.56	มาก	3.70	1.15	มาก	3.71	.82	มาก
	5.3 ตำแหน่งการจัดวางตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine	3.72	.95	มาก	3.60	.92	มาก	3.90	.87	มาก	3.50	.84	มาก	3.68	.92	มาก
	5.4 ตำแหน่งการจัดวางข้อความชลาก ด้านหน้าไวน์เมา	3.53	.71	มาก	3.50	1.01	มาก	3.70	.94	มาก	3.50	.84	มาก	3.53	.82	มาก
	5.5 ตำแหน่งการจัดวางข้อความชลาก ด้านหลังไวน์เมา															

ตารางที่ 40 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบชลากไวน์เมา ชุดที่ 1

ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบชลากไวน์เมา ผู้จัดการจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภคน	ผู้จำหน่าย		ผู้ผลิต		นักออกแบบ		รวม	
		n=80	n=40	n=10	n=10	n=10	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ชลากไวน์เมาแนวททางชุดที่ 1	\bar{X}	3.80	3.77	3.70	3.90	3.79	3.79	3.79	3.79
	SD	.91	.89	.67	1.19	.90	.90	.90	.90
5.6 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล ที่ชลากไวน์	\bar{X}	3.86	3.75	4.50	3.60	3.85	3.85	3.85	3.85
	SD	.80	1.08	.52	1.17	.91	.91	.91	.91
5.7 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่ คอขวด	\bar{X}	3.71	3.69	3.91	3.60	3.71	3.71	3.71	3.71
	SD	0.83	0.92	0.74	.99	.86	.86	.86	.86
	รวม								

จากตารางที่ 40 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.71$) เมื่อพิจารณารายข้อ ในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 5.7 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่คอขวด ($\bar{X}=3.85$) ข้อที่ 5.6 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่ฉลากไวน์ ($\bar{X}=3.79$) ข้อที่ 5.2 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ ($\bar{X}=3.72$) ข้อที่ 5.3 ตำแหน่งการจัดวางตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($\bar{X}=3.71$) ข้อที่ 5.1 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบโดยรวมของฉลากไวน์เม่า ($\bar{X}=3.70$) ข้อที่ 5.4 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.68$) และ ข้อที่ 5.5 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.53$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.71$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.1 ตำแหน่งการจัดวางภาพ ประกอบโดยรวมของฉลากไวน์เม่า และข้อที่ 5.2 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O,มาโอ ($\bar{X}=3.71$)

กลุ่มจัดจำหน่ายมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.69$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.1 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบโดยรวมของฉลากไวน์เม่า และข้อที่ 5.2 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ ($\bar{X}=3.72$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.7 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่คอขวด ($\bar{X}=4.50$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.1 ตำแหน่งการจัดวางภาพ ประกอบโดยรวมของฉลากไวน์เม่า ($\bar{X}=3.40$)

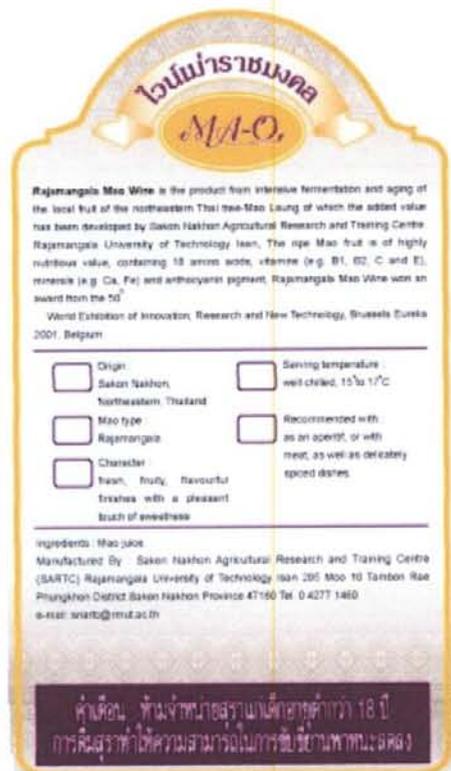
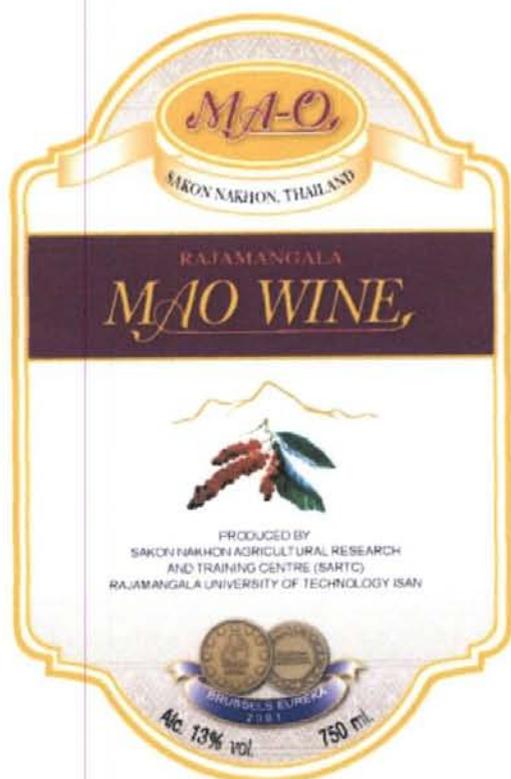
จากตารางที่ 41 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแนวทางชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.65$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 6.5 มีการแสดงรายละเอียดของไวน์ได้ครบถ้วน ($\bar{X}=3.77$) ข้อที่ 6.2 ฉลากสามารถสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายว่าเป็นสินค้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.67$) ข้อที่ 6.4 ความเหมาะสมสวยงามโดยภาพรวมของฉลาก ($\bar{X}=3.65$) ข้อที่ 6.3 ฉลากฉลากสามารถมองเห็นในระยะใกล้และไกล ($\bar{X}=3.60$) และข้อที่ 6.1 ฉลากมีความสวยงามทันสมัย โดดเด่นสะดุดตา น่าสนใจ ($\bar{X}=3.59$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{X}=3.59$)เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 6.4 ความเหมาะสม สวยงามโดยภาพรวมของฉลาก ($\bar{X}=3.67$) ข้อที่ 6.5 มีการแสดงรายละเอียดของไวน์ได้ครบถ้วน($\bar{X}=3.66$) ข้อที่ 6.2 ฉลากสามารถสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายว่าเป็นสินค้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.58$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{X}=3.72$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 6.5 มีการแสดงรายละเอียดของไวน์ได้ครบถ้วน ($\bar{X}=3.85$) ข้อที่ 6.2 ฉลากสามารถสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายว่าเป็นสินค้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.77$) ข้อที่ 6.3 ฉลากสามารถมองเห็นในระยะใกล้และไกล ($\bar{X}=3.75$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย(\bar{X}) เท่ากันจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 6.3 ฉลากสามารถมองเห็นในระยะใกล้และไกล และข้อที่ 6.4 ความเหมาะสมสวยงามโดยภาพรวมของฉลาก($\bar{X}=3.60$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาซุดที่ 1 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากันจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 6.1 ฉลากมีความสวยงามทันสมัย โดดเด่นสะดุดตา น่าสนใจ ข้อที่ 6.2 สามารถสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายว่าเป็นสินค้าไวน์เมา และข้อที่ 6.3 สามารถมองเห็นในระยะใกล้และไกล ($\bar{X} = 3.60$)



ภาพที่ 35 รูปแบบฉลากไวน์เมา ชุดที่ 2

ตารางที่ 42 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุคที่ 2 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
1	ฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ 1.1 เครื่องหมายการค้า การใช้ชื่อ มาโอ MA-O, ไม่บอกความ หมายถึงประเภท ผลิตภัณฑ์ไวน์ได้ชัดเจน	3.65	.90	มาก	3.87	.85	มาก	3.80	.63	มาก	3.70	.94	มาก	3.72	.87	มาก
	1.2 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O, นี้สามารถจดจำได้ง่าย	3.71	.76	มาก	3.82	.93	มาก	4.50	.70	มากที่สุด	3.70	1.0	มาก	3.80	.84	มาก
	1.3 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย	3.40	.98	ปาน กลาง	3.45	.87	ปาน กลาง	3.90	.73	มาก	3.60	.84	มาก	3.46	.93	ปาน กลาง
	รวม	3.58	.88	มาก	3.71	.88	มาก	4.0	.69	มาก	3.66	.94	มาก	3.66	.88	มาก

จากตารางที่ 42 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 2 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมาย และความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.66$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 1.3 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย ($\bar{X}=3.46$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 2 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.58$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 1.3 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย ($\bar{X}=3.40$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 2 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.71$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.3 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย ($\bar{X}=3.45$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 2 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.00$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.2 ภาพเครื่องหมายการค้ามาโอ MA-O สามารถจดจำได้ง่าย ($\bar{X}=4.50$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 2 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.66$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.1 เครื่องหมายการค้าการใช้ชื่อ มาโอ MA-O , นี้บอกความหมายถึงประเภทผลิตภัณฑ์ไวน์ได้ชัดเจน และข้อที่ 1.2 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O , นี้สามารถจดจำได้ง่าย ($\bar{X}=3.70$)

ตารางที่ 43 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบจลาจลไกวโน้มาชุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของจลาจลไกวโน้มา ของกลุ่มผู้บริหาร ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภคน	ผู้จัดจำหน่าย		ผู้ผลิต		นักออกแบบ		รวม	
		n=80	n=40	n=10	n=10	n=10	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	
	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
2	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ จลาจลไกวโน้มาชุดที่ 2	\bar{X} SD							
	ความเหมาะสมของการจัด องค์ประกอบของจลาจลไกวโน้ มา 2.1 ลักษณะของภาพประกอบจลาจลไกวโน้ มา ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อม่า ลาย ผ้า เหรียญรางวัล	3.60 .85	3.75 .89	3.80 .78	3.30 .82	3.63 .85	ปาน กลาง	มาก	มาก
	2.2 จลาจลแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของ จังหวัดสกลนคร	3.52 .96	3.40 .92	3.40 .84	3.20 .78	3.45 .93	ปาน กลาง	ปาน กลาง	ปาน กลาง
	รวม	3.56 .90	3.57 .90	3.60 .81	3.25 .80	3.54 .89	ปาน กลาง	มาก	มาก

จากตารางที่ 43 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์เมา ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับระดับมาก ($\bar{X}=3.54$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.45$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.56$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์เมา ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อมเมา ลายผ้า เหยี่ยวรางวัล ($\bar{X}=3.60$) และข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.52$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่ายมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.57$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.40$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.40$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมา ซุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.25$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.1 ลักษณะของภาพ ประกอบฉลากไวน์เมา ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อมเมา ลายผ้า เหยี่ยวรางวัล ($\bar{X}=3.30$) และข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.20$)

ตารางที่ 44 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบฉลากไวน์มาฮูตที่ 2

ด้านสีของฉลากไวน์ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ฉลากไวน์มาฮูตที่ 2	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
3.	สีของฉลากไวน์															
	3.1 สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์ไม่มีความ สวยงาม	3.52	.85	3.37	.83	3.40	.51	3.40	.84	3.46	.82	3.46	.82	ปาน กลาง	ปาน กลาง	ปาน กลาง
	3.2 สีของเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ	3.63	.91	3.47	.87	4.10	.87	3.50	.97	3.61	.91	3.61	.91	มาก	มาก	มาก
	3.3 สีของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine	3.66	.95	3.82	.84	3.60	.96	3.70	1.05	3.70	.92	3.70	.92	มาก	มาก	มาก
	3.4 สีของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้า ไวน์มา	3.50	.92	3.60	.74	3.70	1.05	3.30	.67	3.52	.86	3.52	.86	ปาน กลาง	ปาน กลาง	ปาน กลาง
	3.5 สีของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์ มา	3.46	.81	3.55	.87	3.10	.87	3.30	.94	3.45	.84	3.45	.84	ปาน กลาง	ปาน กลาง	ปาน กลาง
	3.6 สีของระบบการพิมพ์ฉลากไวน์มาฮี ความสวยงาม	3.55	.91	3.65	.73	3.60	.69	3.60	.96	3.58	.84	3.58	.84	มาก	มาก	มาก
	รวม	3.55	.89	3.57	.81	3.58	.82	3.46	.90	3.55	.86	3.55	.86	ปาน กลาง	ปาน กลาง	ปาน กลาง

จากตารางที่ 44 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 2 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.55$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวม พบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีความสวยงาม ($\bar{X}=3.46$) และข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.45$) ตามลำดับเมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 2 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.55$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เม่ามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.46$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 2 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.57$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางมีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.2 สีของเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ ($\bar{X}=3.47$) และข้อที่ 3.1 สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีความสวยงาม ($\bar{X}=3.37$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 2 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.58$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีความสวยงาม ($\bar{X}=3.40$) และข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.10$) ตามลำดับ

กลุ่มนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 2 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.46$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.3 ของของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($\bar{X}=3.70$) ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์ฉลากไวน์เม่ามีความสวยงาม ($\bar{X}=3.60$) และข้อที่ 3.2 สีของเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ ($\bar{X}=3.50$) ตามลำดับ

ตารางที่ 45 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลกรออกแบบฉลากไวน์เมา ชุดที่ 2

ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
4	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ฉลากไวน์เมาชุดที่ 2															
	ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบน ฉลากไวน์															
	4.1.ขนาดตัวอักษรของฉลากไวน์	3.71	.71	3.72	.78	3.80	.63	3.50	.70	3.70	.72	3.66	.82	3.70	.72	3.66
	4.2.ขนาดตัวอักษรของเครื่องหมายการค้า MA-O, เมาโอ	3.78	.82	3.65	.69	3.70	.94	3.50	1.17	3.72	.82	3.66	.82	3.72	.82	3.66
	4.3.ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine	3.61	.83	3.75	.80	3.90	.73	3.50	.97	3.66	.82	3.66	.82	3.66	.82	3.66
	4.4.ขนาดของตัวอักษรข้อความฉลาก ด้านหน้าไวน์เมา	3.56	.98	3.95	.67	3.80	.63	3.50	.84	3.68	.83	3.68	.83	3.68	.83	3.68
	4.5.ขนาดของตัวอักษรข้อความด้านหลัง ไวน์เมา	3.53	.74	3.55	.90	3.60	.69	3.20	1.03	3.52	.80	3.52	.80	3.52	.80	3.52
	รวม	3.63	.82	3.72	.77	3.76	.72	3.44	.94	3.65	.80	3.65	.80	3.65	.80	3.65

จากตารางที่ 45 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษร บนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.65$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 4.2 ขนาดตัวอักษรของเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ ($\bar{X}=3.72$) ข้อที่ 4.1 ขนาดตัวอักษรของฉลาก ($\bar{X}=3.70$) ข้อที่ 4.4 ขนาดของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม้า ($\bar{X}=3.68$) ข้อที่ 4.3 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($\bar{X}=3.66$) และข้อที่ 4.5 สีขนาดของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เม้า ($\bar{X}=3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.63$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 4.2 ขนาดตัวอักษรของเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ ($\bar{X}=3.78$) ข้อที่ 4.1 ขนาดตัวอักษรของฉลาก ($\bar{X}=3.71$) ข้อที่ 4.3 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($\bar{X}=3.61$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.72$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 4.4 ขนาดของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม้า ($\bar{X}=3.95$) ข้อที่ 4.3 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($\bar{X}=3.75$) ข้อที่ 4.1 ขนาดตัวอักษรของฉลากไวน์ ($\bar{X}=3.72$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1 ขนาดตัวอักษรของฉลากไวน์ และ ข้อที่ 4.4 ขนาดของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม้า ($\bar{X}=3.80$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาซุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.44$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1 ขนาดตัวอักษรของฉลากไวน์ ข้อที่ 4.2 ขนาดตัวอักษรของเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ ข้อที่ 4.3 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine และ ข้อที่ 4.4 ขนาดของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เมา ($\bar{X} = 3.50$)

จากตารางที่ 46 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.73$) เมื่อพิจารณารายข้อ ในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.2 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ และข้อที่ 5.4 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม่า($\bar{X}=3.69$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.71$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.6 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่ฉลากไวน์ และข้อที่ 5.7 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่คอขวด ($\bar{X}=3.80$)

กลุ่มจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.73$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.2 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ และข้อที่ 5.4 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.70$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.7 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่คอขวด ($\bar{X}=4.50$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาซูดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เมา ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (\bar{X} 3.70) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.3 ตำแหน่งการจัดวางตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine และข้อที่ 5.6 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่ฉลากไวน์ (\bar{X} 3.90) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 5.1 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบโดยรวมของฉลากไวน์เมาและข้อที่ 5.2 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ (\bar{X} 3.70) น้อยที่สุดได้แก่ ข้อที่ 5.4 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เมาและ ข้อที่ 5.5 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหลังไวน์เมา (\bar{X} 3.60) ตามลำดับ

ตารางที่ 47 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบฉลากไวน์มาซุคที่ 2

ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ฉลากไวน์มาซุคที่ 2	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม	
		n=80		n=40		n=10		n=10		n=10		n=140		ระดับ ความ พึง พอใจ	รวม
		\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD			
6	ความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์โดยรวม														
	6.1 ฉลากมีความสวยงามทันสมัยโดดเด่น สะดุดตา น่าสนใจ	3.76	.87	มาก	3.52	.84	มาก	3.70	.67	มาก	3.80	.91	มาก	3.69	.85
	6.2 ฉลากสามารถสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ ง่ายว่าเป็นสินค้าไวน์มา	3.66	.85	มาก	3.80	.82	มาก	4.00	.81	มาก	3.80	.78	มาก	3.73	.83
	6.3 ฉลากสามารถมองเห็นในระยะใกล้ และไกล	3.70	.91	มาก	3.77	.89	มาก	3.60	.84	มาก	3.60	.51	มาก	3.70	.87
	6.4 ความเหมาะสม สบายงามโดยภาพรวม ของฉลาก	3.68	.80	มาก	3.60	.74	มาก	3.60	.84	มาก	3.40	.69	ปาน กลาง	3.63	.77
	6.5 มีการแสดงรายละเอียดของไวน์ได้ ครบถ้วน	3.78	.83	มาก	3.80	.82	มาก	4.20	.42	มาก	3.80	.91	มาก	3.82	.81
	รวม	3.71	.85	มาก	3.69	.82	มาก	3.82	.71	มาก	3.68	.76	มาก	3.71	.82

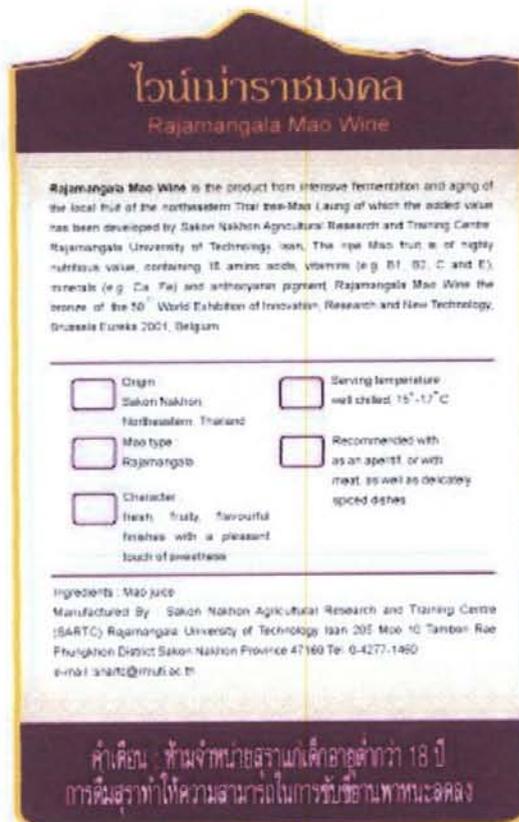
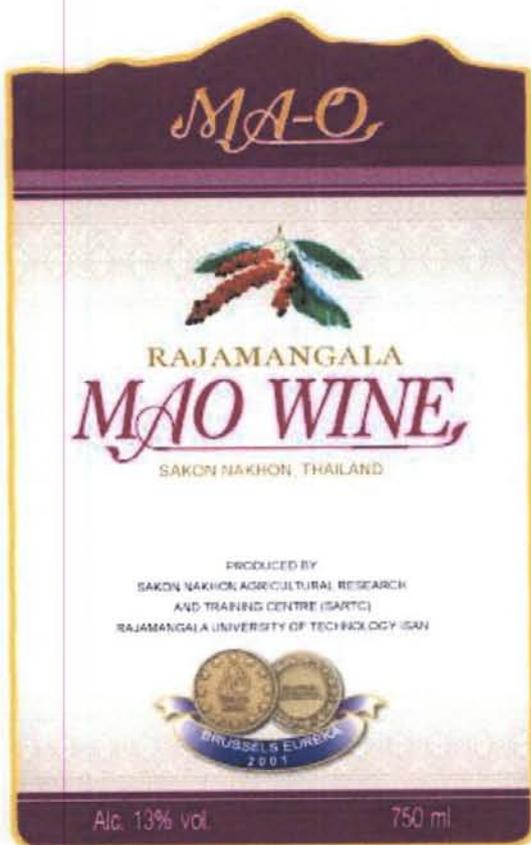
จากตารางที่ 47 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.71$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 6.5 มีการแสดงรายละเอียดของไวน์ได้ครบถ้วน ($\bar{X}=3.82$) ข้อที่ 6.2 ฉลากสามารถสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายว่าเป็นสินค้าไวน์เม้า ($\bar{X}=3.73$) ข้อที่ 6.3 ฉลากสามารถมองเห็นในระยะใกล้และไกล ($\bar{X}=3.70$) ข้อที่ 6.1 ฉลากมีความสวยงามทันสมัย โดดเด่นสะดุดตา น่าสนใจ ($\bar{X}=3.69$) และ ข้อที่ 6.4 ความเหมาะสมสวยงามโดยภาพรวมของฉลาก ($\bar{X}=3.63$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.71$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 6.5 มีการแสดงรายละเอียดของไวน์ได้ครบถ้วน ($\bar{X}=3.78$) ข้อที่ 6.1 ฉลากมีความสวยงามทันสมัย โดดเด่นสะดุดตา น่าสนใจ ($\bar{X}=3.76$) ข้อที่ 6.3 ฉลากสามารถมองเห็นในระยะใกล้และไกล ($\bar{X}=3.70$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.69$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 6.2 ฉลากสามารถสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายว่าเป็นสินค้าไวน์ และ ข้อที่ 6.5 มีการแสดงรายละเอียดของไวน์ได้ครบถ้วน ($\bar{X}=3.80$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 6.3 ฉลากสามารถมองเห็นในระยะใกล้และไกล และ ข้อที่ 6.4 ความเหมาะสมสวยงามโดยภาพรวมของฉลาก ($\bar{X}=3.60$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 2 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 6.4 ความเหมาะสมสวยงามโดยภาพรวมของฉลาก ($\bar{X}=3.40$)



ภาพที่ 36 รูปแบบฉลากไวน์ม่า ชุดที่ 3

ตารางที่ 48 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบจลาจลวงไม่ชัดที่ 3

ด้านจลาจลบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ จลาจลวงไม่ชัดที่ 3	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม						
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	
1	จลาจลบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ 1.1 เครื่องหมายการค้า การใช้ชื่อ มาโอ MA-O, ไม่บอกความ หมายถึงประเภท ผลิตภัณฑ์ไวน์ได้ชัดเจน	3.76	.90	3.62	.80	4.00	.66	3.40	.96	4.00	.66	3.40	.96	3.71	.86	3.75	.88	3.66	.88	มาก
	1.2 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O, นี้สามารถจดจำได้ง่าย	3.83	.77	3.57	1.00	4.20	.78	3.40	1.07	4.20	.78	3.40	1.07	3.75	.88	3.75	.88	3.66	.88	ปาน กลาง
	1.3 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย	3.50	.96	3.42	.81	4.00	.66	3.60	.84	4.00	.66	3.60	.84	3.52	.90	3.52	.90	3.66	.88	มาก
	รวม	3.69	.87	3.53	.87	4.06	.70	3.46	.95	4.06	.70	3.46	.95	3.66	.88	3.66	.88	3.66	.88	ปาน กลาง

จากตารางที่ 48 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 3 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.66$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 1.2 ภาพเครื่องหมายการค้ามาโอ MA-O, นี้สามารถจดจำได้ง่าย ($\bar{X}=3.75$) ข้อที่ 1.1 เครื่องหมายการค้าใช้ชื่อมาโอ MA-O นี้บอกความหมายถึงประเภทผลิตภัณฑ์ไวน์ได้ชัดเจน ($\bar{X}=3.71$) และข้อที่ 1.3 ภาพเครื่องหมายการค้ามาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทยมี ($\bar{X}=3.52$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 3 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.69$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 1.2 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O , สามารถจดจำได้ง่าย ($\bar{X}=3.83$) ข้อที่ 1.1 เครื่องหมายการค้า การใช้ชื่อ มาโอ MA-O , นี้บอกความหมายถึงประเภทผลิตภัณฑ์ไวน์ได้ชัดเจน ($\bar{X}=3.76$) และ ข้อที่ 1.3 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย ($\bar{X}=3.50$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 3 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.53$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางมีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 1.3 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย ($\bar{X}=3.42$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 3 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.06$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากันจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 1.1 เครื่องหมายการค้าการใช้ชื่อมาโอ MA-O นี้บอกความหมายถึงประเภทผลิตภัณฑ์ไวน์ได้ชัดเจนและข้อที่ 1.3 ภาพเครื่องหมายการค้ามาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย ($\bar{X}=4.00$)

กลุ่มนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 3 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสารความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.46$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.3 ภาพเครื่องหมายการค้ามาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย ($\bar{X}=3.60$)

ตารางที่ 49 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบจลาจกไวน์เมาชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของจลาจกไวน์เมา ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
	\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
2	3.61	.92	มาก	3.40	.90	ปาน กลาง	3.80	.78	มาก	3.40	.96	ปาน กลาง	3.55	.90	มาก
	3.51	.92	มาก	3.35	.97	ปาน กลาง	3.70	.94	มาก	3.40	1.07	ปาน กลาง	3.47	.94	ปาน กลาง
	3.56	.92	มาก	3.37	.93	ปาน กลาง	3.75	.86	มาก	3.40	1.01	ปาน กลาง	3.51	.92	มาก
	รวม														

จากตารางที่ 49 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.51$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวม พบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.47$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.56$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อมเม่า ลายผ้า เหยี่ยวรางวัล ($\bar{X}=3.61$) และข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.51$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.37$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อมเม่า ลายผ้า เหยี่ยวรางวัล ($\bar{X}=3.40$) และข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.35$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.75$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อมเม่า ลายผ้า เหยี่ยวรางวัล ($\bar{X}=3.80$) และข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.70$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่า ชุดที่3 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับปานกลางมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อได้แก่ ข้อที่ 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อมเม่า ลายผ้า เหยี่ยวรางวัล และข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X} = 3.40$)

จากตารางที่ 50 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.72$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์ฉลากไวน์เม่ามีความสวยงาม ($\bar{X}=3.82$) ข้อที่ 3.4 สีของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.80$) ข้อที่ 3.3 สีของของตัวอักษรชื่อสินค้าMao Wine ($\bar{X}=3.79$) ข้อที่ 3.1 สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีความสวยงาม ($\bar{X}=3.71$) ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.67$) และ ข้อที่ 3.2 สีของเครื่องหมายการค้าMA-O,มาโอ ($\bar{X}=3.54$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีความสวยงามและข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.75$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่ายมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.69$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.2 สีของเครื่องหมายการค้า MA-O,มาโอมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.45$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.2 สีของเครื่องหมายการค้าMA-O,มาโอและข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.60$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.31$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.4 สีของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.50$)

ตารางที่ 51 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบฉลากไวน์มาซูดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
	\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD		
4	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ฉลากไวน์มาซูดที่ 3														
	ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบน ฉลากไวน์														
	3.81	.76	มาก	3.72	1.06	มาก	4.00	.81	มาก	3.20	1.13	ปาน กลาง	3.75	.89	มาก
	3.88	.84	มาก	3.72	1.08	มาก	4.10	.87	มาก	3.20	1.13	ปาน กลาง	3.80	.95	มาก
	3.88	.82	มาก	3.47	.96	ปาน กลาง	3.50	.52	มาก	3.60	.96	มาก	3.72	.87	มาก
	3.88	.81	มาก	3.62	.92	มาก	3.60	.51	มาก	3.20	.91	ปาน กลาง	3.74	.85	มาก
	3.67	.79	มาก	3.55	.93	มาก	3.60	.69	มาก	3.20	.78	ปาน กลาง	3.60	.82	มาก
	3.82	.80	มาก	3.61	.99	มาก	3.76	.68	มาก	3.28	.98	ปาน กลาง	3.72	.87	มาก
	รวม														

จากตารางที่ 51 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.72$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 4.2 ขนาดตัวอักษรของเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ ($\bar{X}=3.80$) ข้อที่ 4.1 ขนาดตัวอักษรของฉลากไวน์ ($\bar{X}=3.75$) ข้อที่ 4.4 ขนาดของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.74$) ข้อที่ 4.3 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($\bar{X}=3.72$) และข้อที่ 4.5 สีขนาดของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2 ขนาดตัวอักษรของเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ ข้อที่ 4.3 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ข้อที่ 4.4 ขนาดของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.88$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.61$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.3 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($\bar{X}=3.47$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.4 ขนาดของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม่าและข้อที่ 4.5 สีขนาดของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.60$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.28$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อ 4.3 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($\bar{X}=3.60$)

ตารางที่ 52 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบฉลากไวน์เมาซูดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เมา ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผลการออกแบบ	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
5	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ฉลากไวน์เมาซูดที่ 3															
	ความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวาง ภาพประกอบฉลากไวน์เมา															
	5.1 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ โดยรวมของฉลากไวน์เมา	3.86	.86		3.60	.92		4.00	.81		3.30	.67		3.75	.88	มาก
	5.2 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมาย การค้า MA-O, มาโอ	3.78	.89		3.60	1.05		4.00	.66		3.10	.87		3.70	.94	มาก
	5.3 ตำแหน่งการจัดวางตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine	3.75	.87		3.72	.90		3.90	.56		3.40	1.07		3.72	.88	มาก
	5.4 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลาก ด้านหน้าไวน์เมา	3.76	.88		3.67	.91		4.10	.73		3.40	.84		3.73	.88	มาก
	5.5 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลาก ด้านหลังไวน์เมา	3.71	.79		3.60	1.03		4.00	.66		3.60	.84		3.69	.86	มาก

ตารางที่ 52 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบฉลากไวน์เมา ชุดที่ 3

ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เมา ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ฉลากไวน์เมาชุดที่ 3	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ
	5.6 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล ที่ฉลากไวน์	3.85	.85	มาก	3.75	.92	มาก	3.70	.67	มาก	3.70	1.33	มาก	3.80	.89	มาก
	5.7 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่ คอขวด	3.87	.84	มาก	3.80	1.11	มาก	4.50	.52	มากที่สุด	3.50	1.26	มาก	3.87	.95	มาก
	รวม	3.79	.85	มาก	3.67	.97	มาก	4.02	.66	มาก	3.42	.98	ปาน กลาง	3.75	.89	มาก

จากตารางที่ 52 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=3.75$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (X) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 5.7 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่คอขวด ($X=3.87$) ข้อที่ 5.6 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่ฉลากไวน์ ($X=3.80$) ข้อที่ 5.1 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบโดยรวมของฉลากไวน์เม่า ($X=3.75$) ข้อที่ 5.4 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม่า ($X=3.73$) ข้อที่ 5.3 ตำแหน่งการจัดวางตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($X=3.72$) ข้อที่ 5.2 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ ($X=3.70$) ข้อที่ 5.5 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหลังไวน์เม่า ($X=3.69$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=3.79$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (X) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 5.7 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่คอขวด ($X=3.87$) ข้อที่ 5.1 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบโดยรวมของฉลากไวน์เม่า ($X=3.86$) และข้อที่ 5.6 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่ฉลากไวน์ ($X=3.85$)

กลุ่มจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=3.67$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.1 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบโดยรวมของฉลากไวน์เม่า ข้อที่ 5.2 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ และข้อที่ 5.5 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหลังไวน์เม่า ($X=3.60$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=4.02$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุดมีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.7 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่คอขวด ($X=4.50$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาะชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เมาะ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.42$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.6 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่ฉลากไวน์ ($\bar{X}=3.70$) ข้อที่ 5.5 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหลังไวน์เมาะ ($\bar{X}=3.60$) และข้อที่ 5.7 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่คอขวด ($\bar{X}=3.50$) ตามลำดับ

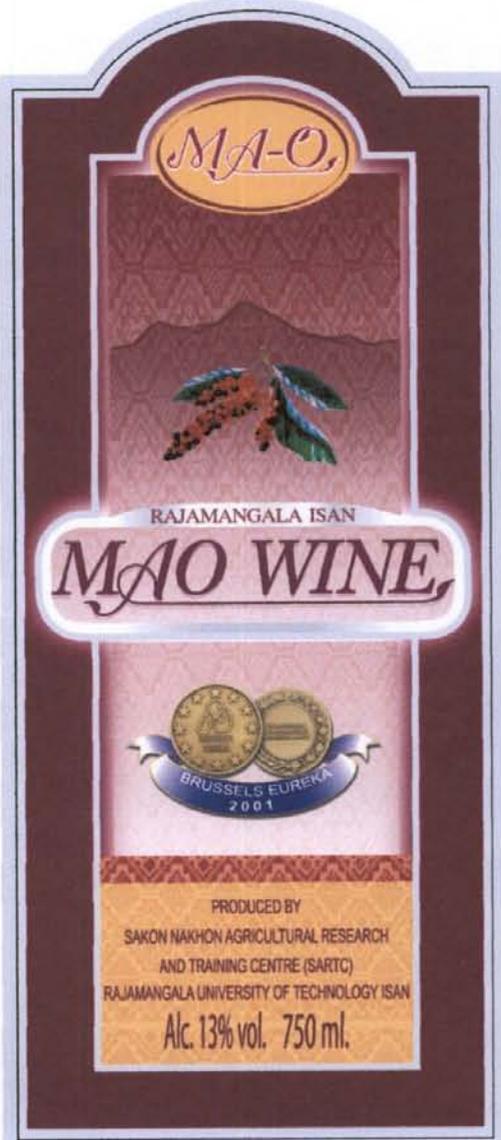
จากตารางที่ 53 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 6.2 ฉลากสามารถสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายว่าเป็นสินค้าไวน์ และ ข้อที่ 6.5 มีการแสดงรายละเอียดของไวน์ได้ครบถ้วน ($\bar{X}=3.85$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{X}=3.89$)เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 6.4 ความเหมาะสมสวยงามโดยภาพรวมของฉลาก ($\bar{X}=4.00$) ข้อที่ 6.1 ฉลากมีความสวยงามทันสมัย โดดเด่นสะดุดตา น่าสนใจ ($\bar{X}=3.92$) และข้อที่ 6.5 มีการแสดงรายละเอียดของไวน์ได้ครบถ้วน ($\bar{X}=3.87$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์ชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.69$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 6.1 ฉลากมีความสวยงามทันสมัย โดดเด่นสะดุดตา น่าสนใจ ($\bar{X}=3.47$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.00$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากันจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 6.3 ฉลากสามารถมองเห็นในระยะใกล้และไกล และข้อที่ 6.5 มีการแสดงรายละเอียดของไวน์ได้ครบถ้วน ($\bar{X}=4.10$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{X}=3.62$)เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางมีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 6.4 ความเหมาะสมสวยงามโดยภาพรวมของฉลาก($\bar{X}=3.30$)



MA-O

RAJAMANGALA ISAN
MAO WINE

BRUSSELS EUREKA
2001

PRODUCED BY
SAKON NAKHON AGRICULTURAL RESEARCH
AND TRAINING CENTRE (SARTC)
RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY ISAN
Alc. 13% vol. 750 ml.



MA-O

Rajamangala Mao Wine is the product from intensive fermentation and aging of the local fruit of the northeastern Thai tree-Mao Laung which has been developed by Sakon Nakhon Agricultural Research and Training Centre, Rajamangala University of Technology Isan. The ripe Mao fruit is of highly nutritious value, containing 18 amino acids, vitamins (e.g. B1, B2, C and E), minerals (e.g. Ca, Fe) and anthocyanin pigment. Rajamangala Mao Wine has won the bronze medal from the 50th World Exhibition of Innovation, Research and New Technology, Brussels Eureka 2001, Belgium.

 Origin Sakon Nakhon Northeastern Thailand	 Serving temperature well chilled, 15 - 17 °C
 Mao type Rajamangala Isan	 Recommended serving : as an aperitif, or with meat, as well as delicatessen and fishes
 Character : fresh, fruity, refreshing, finishes with a pleasant touch of sweetness	

Ingredients : Mao juice
Manufactured By : Sakon Nakhon Agricultural Research and Training Centre (SARTC) Rajamangala University of Technology Isan
205 Moo 10 Tambon Rae Phungkhon District Sakon Nakhon Province 47160
Tel. 0-4277-1480 e-mail: snarto@rmuti.ac.th

คำเตือน : ห้ามจำหน่ายสุราแก่เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี
การดื่มสุราทำให้ความสามารถในการขับขี่ยานพาหนะลดลง
เด็กอายุต่ำกว่า 18 ปี ไม่ควรดื่ม

ภาพที่ 37 รูปแบบฉลากไวน์เมา ชุดที่ 4

ตารางที่ 54 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบฉลากไวน์มาซุสต์ที่ 4

ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ฉลากไวน์มาซุสต์ที่ 4	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
1	ฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ 1.1 เครื่องหมายการค้า การใช้ชื่อ มาโอ MA-O, นีบอกความ หมายถึงประเภท ผลิตภัณฑ์ไวน์ได้ชัดเจน	3.73	1.06	มาก	3.77	.73	มาก	4.00	.66	มาก	4.30	.82	มาก	3.80	.94	มาก
	1.2 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O, นี้สามารถจดจำได้ง่าย	3.63	.88	มาก	3.95	.84	มาก	4.20	.78	มาก	4.20	1.13	มาก	3.80	.90	มาก
	1.3 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย	3.63	1.03	มาก	3.85	.97	มาก	4.00	.66	มาก	4.50	.70	มากที่สุด	3.78	.99	มาก
	รวม	3.66	.99	มาก	3.85	.84	มาก	4.06	.70	มาก	4.33	.88	มาก	3.79	.94	มาก

จากตารางที่ 54 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบจลาจไวน์เม้าซุดที่ 4 ด้านจลาจบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.79$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากันจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.1 เครื่องหมายการค้าการใช้ชื่อมาโอ MA-O บอกความหมายถึงประเภทผลิตภัณฑ์ไวน์ได้ชัดเจน และ ข้อที่ 1.2 ภาพเครื่องหมายการค้ามาโอ MA-O สามารถจดจำได้ง่าย ($\bar{X}=3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบจลาจไวน์เม้าซุดที่ 4 ด้านจลาจบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.66$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.2 ภาพเครื่องหมายการค้ามาโอ MA-O สามารถจดจำได้ง่าย และ ข้อที่ 1.3 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย ($\bar{X}=3.63$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบจลาจไวน์เม้าซุดที่ 4 ด้านจลาจบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{X}=3.85$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 1.2 ภาพเครื่องหมายการค้ามาโอ MA-O สามารถจดจำได้ง่าย ($\bar{X}=3.95$) ข้อที่ 1.3 ภาพเครื่องหมายการค้ามาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย ($\bar{X}=3.85$) และข้อที่ 1.1 เครื่องหมายการค้าการใช้ชื่อมาโอ MA-O บอกความหมายถึงประเภทผลิตภัณฑ์ไวน์ได้ชัดเจน ($\bar{X}=3.77$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบจลาจไวน์เม้าซุดที่ 4 ด้านจลาจบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.06$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.1 เครื่องหมายการค้าการใช้ชื่อ มาโอ MA-O บอกความหมายถึงประเภทผลิตภัณฑ์ไวน์ได้ชัดเจน และข้อที่ 1.3 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย ($\bar{X}=4.00$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบจลาจไวน์เม้าซุดที่ 4 ด้านจลาจบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสารความหมายและความเข้าใจในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{X}=4.33$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.3 ภาพเครื่องหมายการค้า มาโอ MA-O สามารถแสดงบุคลิกความเป็นไทย ($\bar{X}=4.50$)

ตารางที่ 55 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบฉลากไวน์มาซุดีที่ 4
ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์แม่ ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
2	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ฉลากไวน์มาซุดีที่ 4	3.83	.94	3.83	4.25	.83	4.25	3.80	.78	3.80	4.10	.87	4.10	3.97	.91	3.97
	ความเหมาะสมของการจัด องค์ประกอบของฉลากไวน์ 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์ แม่ ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อม่า ลายผ้า เหรียญรางวัล	3.81	1.05	3.81	4.02	1.02	4.02	3.70	.94	3.70	4.20	1.03	4.20	3.89	1.03	3.89
	2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของ จังหวัดสกลนคร	3.82	.99	3.82	4.13	.92	4.13	3.75	.86	3.75	4.15	.95	4.15	3.93	.97	3.93
	รวม															

จากตารางที่ 55 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซุดที่ 4 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์เมา ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์เมา ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อม่า ลายผ้า เหยี่ยวรางวัล ($\bar{X}=3.97$) และข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซุดที่ 4 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์เมา ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อม่า ลายผ้า เหยี่ยวรางวัล ($\bar{X}=3.83$) และข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.81$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่ายมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซุดที่ 4 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.13$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์เมา ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อม่า ลายผ้า เหยี่ยวรางวัล ($\bar{X}=4.25$) และข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=4.02$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซุดที่ 4 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.75$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์เมา ในการจัดวางมีภูเขา ซ่อม่า ลายผ้า เหยี่ยวรางวัล ($\bar{X}=3.80$) และข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.70$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซุดที่ 4 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.2 ฉลากแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=4.20$) และ ข้อที่ 2.1 ลักษณะของภาพประกอบฉลากไวน์เมา ในการจัดวางมีภูเขา ซอเมา ลายผ้า เหยียบรางวัล ($\bar{X}=4.10$)

จากตารางที่ 56 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซูดที่ 4 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.48$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวม พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ข้อที่ 3.1 สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาที่มีความสวยงาม ($\bar{X}=4.11$) ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์มีความสวยงาม ($\bar{X}=3.94$) และข้อที่ 3.4 สีของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เมา ($\bar{X}=3.91$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซูดที่ 4 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 3.1 สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาที่มีความสวยงาม ($\bar{X}=4.10$) ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์มีความสวยงาม ($\bar{X}=3.83$) และข้อที่ 3.3 สีของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($\bar{X}=3.81$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซูดที่ 4 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.46$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 3.1 สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาที่มีความสวยงาม ($\bar{X}=4.17$) ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์มีความสวยงาม ($\bar{X}=4.10$) และข้อที่ 3.4 สีของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เมา ($\bar{X}=4.07$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซูดที่ 4 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.90$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 3.4 สีของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เมา ($\bar{X}=4.20$) ข้อที่ 3.3 สีของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($\bar{X}=4.10$) และข้อที่ 3.1 สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาที่มีความสวยงาม ($\bar{X}=4.00$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซูดที่ 1 ด้านสีของฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.16$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.3 สีของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine และข้อที่ 3.4 สีของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เมา ($\bar{X}=4.30$) ข้อที่ 3.1 สีของฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาที่มีความสวยงาม และข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เมา ($\bar{X}=4.10$)

ตารางที่ 57 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบฉลากไวน์เมาซุคที่ 4 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	
4	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ฉลากไวน์เมาซุคที่ 4	3.72	1.05	3.97	.83	4.00	.81	4.00	.66	3.83	.95	3.84	.93	3.83	.90	3.77	1.07
	ความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบน ฉลากไวน์	3.76	.97	3.87	.91	4.10	.87	4.10	.73	3.84	.93	3.84	.93	3.84	.93	3.84	.93
	4.1. ขนาดตัวอักษรของฉลากไวน์	3.72	.96	4.02	.83	3.50	.52	3.50	.67	4.30	.67	4.30	.67	4.30	.67	4.30	.67
	4.2. ขนาดตัวอักษรของเครื่องหมาย การค้า MA-O, ม้า	3.76	.93	4.30	.72	1.50	.52	1.50	.81	4.00	.81	4.00	.81	4.00	.81	4.00	.81
	4.3. ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine	3.66	.87	3.97	.86	3.10	.56	3.10	.73	3.90	.73	3.90	.73	3.90	.73	3.90	.73
	4.4. ขนาดของตัวอักษรข้อความฉลาก ด้านหน้าไวน์เมา	3.72	.95	4.02	.83	3.24	.65	3.24	.72	4.06	.72	4.06	.72	4.06	.72	4.06	.72
	4.5. ขนาดของตัวอักษรข้อความด้านหลัง ไวน์เมา	3.72	.95	4.02	.83	3.24	.65	3.24	.72	4.06	.72	4.06	.72	4.06	.72	4.06	.72
	รวม	3.72	.95	4.02	.83	3.24	.65	3.24	.72	4.06	.72	4.06	.72	4.06	.72	4.06	.72

จากตารางที่ 57 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 4 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.79$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1 ขนาดตัวอักษรของฉลากไวน์ ข้อที่ 4.3 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($\bar{X}=3.83$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 4 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.72$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2 ขนาดตัวอักษรของเครื่องหมายการค้า MA-O,มาโอ และ ข้อที่ 4.4 ขนาดของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม้า ($\bar{X}=3.76$) ข้อที่ 4.1 ขนาดตัวอักษรของฉลากไวน์ และข้อที่ 4.3 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($\bar{X}=3.72$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 4 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{X}=4.02$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีส่วนใหญ่มุ่งมีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1 ขนาดตัวอักษรของฉลากไวน์ และข้อที่ 4.5 ขนาดของตัวอักษรข้อความด้านหลังไวน์เม้า ($\bar{X}=3.97$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 4 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.24$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 4.2 ขนาดตัวอักษรของเครื่องหมายการค้า MA-O,มาโอ ($\bar{X}=4.10$) ข้อที่ 4.1 ขนาดตัวอักษรของฉลากไวน์($\bar{X}=4.00$) และข้อที่ 4.3 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($\bar{X}=3.50$) ตามลำดับ และ มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.4 ขนาดของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม้า ($\bar{X}=1.50$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาซุดที่ 4 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.06$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1 ขนาดตัวอักษรของฉลากไวน์ และ ข้อที่ 4.4 ขนาดของตัวอักษรข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เมา ($\bar{X}=4.00$)

ตารางที่ 58 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบจลาจลไกว๋นเมาซุดที่ 4

ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบจลาจลไกว๋นเมา ของกลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดการจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ	ผู้บริหาร			ผู้จัดการจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	รวม
	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ จลาจลไกว๋นเมาซุดที่ 4	3.86	.91	3.87	.93	4.40	.69	4.30	.94	3.93	.91	3.86	.94	3.86	.96	มาก
	5.6 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่ จลาจลไกว๋น	3.97	.94	4.12	.93	4.20	.78	4.00	1.24	4.03	.94	4.03	.94	4.03	.94	มาก
	5.7 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่ คอขวด	3.82	.94	3.98	.93	3.52	.41	4.11	.84	3.86	.96	3.86	.96	3.86	.96	มาก
	รวม	3.82	.94	3.98	.93	3.52	.41	4.11	.84	3.86	.96	3.86	.96	3.86	.96	มาก

จากตารางที่ 58 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าชุดที่ 4 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม้า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.86$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 5.7 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่คอขวด ($\bar{X}=4.03$) ข้อที่ 5.1 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบโดยรวมของฉลากไวน์เม้า ($\bar{X}=3.97$) ข้อที่ 5.6 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่ฉลากไวน์ ($\bar{X}=3.93$) ข้อที่ 5.5 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหลังไวน์เม้า ($\bar{X}=3.83$) ข้อที่ 5.3 ตำแหน่งการจัดวางตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($\bar{X}=3.79$) ข้อที่ 5.4 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม้า ($\bar{X}=3.77$) ข้อที่ 5.2 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ ($\bar{X}=3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าชุดที่ 4 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม้า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.1 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบโดยรวมของฉลากไวน์เม้า ข้อที่ 5.3 ตำแหน่งการจัดวางตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine และข้อที่ 5.5 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหลังไวน์เม้า ($\bar{X}=3.77$)

กลุ่มจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าชุดที่ 4 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม้า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.3 ตำแหน่งการจัดวางตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ข้อที่ 5.7 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่คอขวด ($\bar{X}=4.12$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่4 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.52$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.1 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบโดยรวมของฉลากไวน์เม่า ($\bar{X}=5.00$) รองลงมามีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.4 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}= 3.00$) และมีความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.2 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ ข้อที่ 5.3 ตำแหน่งการจัดวางตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine ($\bar{X}=2.00$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่4 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม่า ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 4.11$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5.1 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบโดยรวมของฉลากไวน์เม่า และข้อที่ 5.6 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลที่ฉลากไวน์ ($\bar{X}4.30$) ข้อที่ 5.4 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหน้าไวน์เม่า และข้อที่5.5 ตำแหน่งการจัดวางข้อความฉลากด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.80$)

ตารางที่ 59 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบฉลากไวน์เมาซูดที่ 4 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์โดยรวม ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
	\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
6	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซูดที่ 4														
	4.02	.92	มาก	4.30	.82	มาก	4.40	.51	มาก	4.30	.94	มาก	4.15	.88	มาก
	3.92	.86	มาก	4.05	.87	มาก	4.50	.97	มากที่สุด	4.20	.78	มาก	4.02	.87	มาก
	3.76	.88	มาก	4.02	.80	มาก	4.60	.51	มากที่สุด	4.30	.82	มาก	3.93	.86	มาก
	4.06	.86	มาก	4.20	.75	มาก	4.20	.78	มาก	4.10	.99	มาก	4.11	.83	มาก
	3.96	.89	มาก	4.17	.81	มาก	4.00	.81	มาก	4.40	.84	มาก	4.05	.86	มาก
	3.94	.88	มาก	4.14	.81	มาก	4.34	.71	มาก	4.26	.87	มาก	4.05	.86	มาก
	รวม														

จากตารางที่ 59 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุต์ที่ 4 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 6.1 ฉลากมีความสวยงามทันสมัย โดดเด่นสะดุดตา น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.15$) ข้อที่ 6.4 ความเหมาะสมสวยงามโดยภาพรวมของฉลาก ($\bar{X} = 4.11$) และข้อที่ 6.5 มีการแสดงรายละเอียดของไวน์ได้ครบถ้วน ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุต์ที่ 4 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 6.4 ความเหมาะสมสวยงามโดยภาพรวมของฉลาก ($\bar{X} = 4.06$) ข้อที่ 6.1 ฉลากมีความสวยงามทันสมัย โดดเด่นสะดุดตา น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.02$) และข้อที่ 6.5 มีการแสดงรายละเอียดของไวน์ได้ครบถ้วน ($\bar{X} = 3.96$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุต์ที่ 4 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.14$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 6.1 ฉลากมีความสวยงามทันสมัย โดดเด่นสะดุดตา น่าสนใจ ($\bar{X} = 4.30$) ข้อที่ 6.4 ความเหมาะสมสวยงามโดยภาพรวมของฉลาก ($\bar{X} = 4.20$) และข้อที่ 6.5 มีการแสดงรายละเอียดของไวน์ได้ครบถ้วน ($\bar{X} = 4.17$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุต์ที่ 4 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ ข้อที่ 6.3 ฉลากสามารถมองเห็นในระยะใกล้และไกล ($\bar{X} = 4.60$) และข้อที่ 6.2 ฉลากสามารถสื่อให้ผู้บริโภคเข้าใจได้ง่ายว่าเป็นสินค้าไวน์เม้า ($\bar{X} = 4.50$) ตามลำดับ

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาซุดที่ 4 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.26$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากันจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 6.1 ฉลากมีความสวยงามทันสมัย โดดเด่นสะดุดตา น่าสนใจ และข้อที่ 6.3 ฉลากสามารถมองเห็นในระยะใกล้และไกล ($\bar{X}=4.30$)

ตารางที่ 60 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สรุปภาพรวม 6 ด้าน ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบฉลากไวน์เมาซุสต์ที่ 1 ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การอธิบาย	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
1	ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ	3.53	.88	มาก	3.53	.92	มาก	4.06	.68	มาก	3.53	0.88	มาก	3.56	.89	มาก
2	ด้านความเหมาะสมของการจัด องค์ประกอบของฉลากไวน์	3.32	.95	ปาน กลาง	3.39	1.04	ปาน กลาง	3.60	.81	มาก	2.95	.84	ปาน กลาง	3.33	.97	ปาน กลาง
3.	ด้าน สีของฉลากไวน์	3.48	.91	ปาน กลาง	3.46	.92	ปาน กลาง	3.58	.82	มาก	3.50	1.08	มาก	3.48	.91	ปาน กลาง
4	ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบน ฉลากไวน์	3.61	.87	มาก	3.58	.89	มาก	3.76	.72	มาก	3.5	.92	มาก	3.61	0.87	มาก
5	ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัด วางภาพประกอบฉลากไวน์เมา	3.71	.83	มาก	3.69	.92	มาก	3.91	.74	มาก	3.6	.99	มาก	3.71	.86	มาก
6	ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ โดยรวม	3.59	.93	มาก	3.72	.83	มาก	3.82	.71	มาก	3.68	1.00	มาก	3.65	.89	มาก
	รวม	3.54	.89	มาก	3.56	.92	มาก	3.78	.74	มาก	3.46	.95	มาก	3.55	.89	มาก

จากตารางที่ 60 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 1 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวม พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อที่ 3 ด้านสีของฉลากไวน์ ($\bar{X} = 3.48$) และข้อที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ($\bar{X} = 3.33$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 1 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.54$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อที่ 3 ด้านสีของฉลากไวน์ ($\bar{X} = 3.48$) และข้อที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ($\bar{X} = 3.32$) ตามลำดับ

กลุ่มจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 1 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.56$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อที่ 3 ด้านสีของฉลากไวน์ ($\bar{X} = 3.46$) และข้อที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ($\bar{X} = 3.39$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 1 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ($\bar{X} = 4.06$) ข้อที่ 5 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม้า ($\bar{X} = 3.91$) ข้อที่ 6 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์โดยรวม ($\bar{X} = 3.82$) ข้อที่ 4 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ($\bar{X} = 3.76$) ข้อที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ($\bar{X} = 3.60$) ข้อที่ 3 ด้านสีของฉลากไวน์ ($\bar{X} = 3.58$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 1 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ($\bar{X} = 2.95$)

ตารางที่ 61 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบผลากไวน์มาซูดตี้ 2 ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ผลากไวน์มาซูดตี้ 2 สรุปภาพรวม 6 ด้าน	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
1	ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ	3.58	.88	มาก	3.71	.88	มาก	4.00	.69	มาก	3.66	.94	มาก	3.66	0.88	มาก
2	ด้านความเหมาะสมของการจัด องค์ประกอบของฉลากไวน์	3.56	.90	มาก	3.57	.90	มาก	3.60	.81	มาก	3.25	.80	ปาน กลาง	3.54	.89	มาก
3.	ด้าน สีของฉลากไวน์	3.55	.89	มาก	3.57	.81	มาก	3.58	.82	มาก	3.46	.90	ปาน กลาง	3.55	.86	มาก
4	ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบน ฉลากไวน์	3.63	.82	มาก	3.72	.77	มาก	3.76	.72	มาก	3.44	.94	ปาน กลาง	3.65	0.80	มาก
5	ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัด วางภาพประกอบฉลากไวน์มา	3.71	.84	มาก	3.73	0.86	มาก	3.91	.74	มาก	3.70	.85	มาก	3.73	.84	มาก
6	ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ โดยรวม	3.71	.85	มาก	3.69	.82	มาก	3.82	.71	มาก	3.68	.76	มาก	3.71	.82	มาก
	รวม	3.62	.86	มาก	3.66	.84	มาก	3.77	.74	มาก	3.53	.86	มาก	3.64	.84	มาก

จากตารางที่ 61 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 2 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.64$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวม พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 5 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม้า ($\bar{X}=3.73$) ข้อที่ 6 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์โดยรวม ($\bar{X}=3.71$) และข้อที่ 1 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ($\bar{X}=3.66$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 2 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=62$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 5 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม้า และข้อที่ 6 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์โดยรวม ($\bar{X}=3.71$)

กลุ่มจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 2 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.66$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์และข้อที่ 3 ด้านสีของฉลากไวน์ ($\bar{X}=3.57$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 2 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.77$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ($\bar{X}=4.00$) ข้อที่ 5 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม้า ($\bar{X}=3.91$) ข้อที่ 6 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์โดยรวม ($\bar{X}=3.82$) ข้อที่ 4 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ($\bar{X}=3.76$) ข้อที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ($\bar{X}=3.60$) ข้อที่ 3 ด้านสีของฉลากไวน์ ($\bar{X}=3.58$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาซุดที่ 2 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.53$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ($\bar{x}=3.46$) ข้อที่ 4 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ($\bar{x}=3.44$) และ ข้อที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ($\bar{x}=3.25$) ตามลำดับ

ตารางที่ 62 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สรุปภาพรวม 6 ด้าน ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบฉลากไวน์มาซูดีที่ 3 ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ฉลากไวน์มาซูดีที่ 3 สรุปภาพรวม 6 ด้าน	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	
1	ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ	\bar{X}	.87	มาก	\bar{X}	.87	มาก	\bar{X}	.70	มาก	\bar{X}	.95	ปาน	\bar{X}	3.66	.88	มาก
2	ด้าน ความเหมาะสมของการจัด องค์ประกอบของฉลากไวน์	\bar{X}	.90	มาก	\bar{X}	.93	ปาน	\bar{X}	.86	มาก	\bar{X}	1.01	ปาน	\bar{X}	3.51	.92	มาก
3.	ด้าน สีของฉลากไวน์	\bar{X}	.85	มาก	\bar{X}	.84	มาก	\bar{X}	.81	มาก	\bar{X}	.78	ปาน	\bar{X}	3.72	.84	มาก
4	ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบน ฉลากไวน์	\bar{X}	.80	มาก	\bar{X}	.99	มาก	\bar{X}	.68	มาก	\bar{X}	.98	ปาน	\bar{X}	3.72	0.87	มาก
5	ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัด วางภาพประกอบฉลากไวน์มา	\bar{X}	.85	มาก	\bar{X}	.97	มาก	\bar{X}	.66	มาก	\bar{X}	.98	ปาน	\bar{X}	3.75	.89	มาก
6	ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ โดยรวม	\bar{X}	.82	มาก	\bar{X}	.86	มาก	\bar{X}	.68	มาก	\bar{X}	.95	มาก	\bar{X}	3.82	.84	มาก
	รวม	\bar{X}	.84	มาก	\bar{X}	.91	มาก	\bar{X}	.73	มาก	\bar{X}	.94	ปาน	\bar{X}	3.69	.87	มาก

จากตารางที่ 62 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เมาซุดที่ 3 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.69$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวม พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3 ด้านสีของฉลากไวน์ และข้อที่ 4 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ($\bar{X}=3.72$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาซุดที่ 3 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.75$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 6 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์โดยรวม ($\bar{X}=3.89$) ข้อที่ 4 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ($\bar{X}=3.82$) และข้อที่ 5 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เมา ($\bar{X}=3.79$) ตามลำดับ

กลุ่มจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ซุดที่ 3 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.59$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ($\bar{X}=3.37$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาซุดที่ 3 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 1. ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ($\bar{X}=4.06$) ข้อที่ 5 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เมา ($\bar{X}=4.02$) ข้อที่ 6 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์โดยรวม ($\bar{X}=4.00$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เมาซุดที่ 3 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.41$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ยกเว้นบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 6 ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์โดยรวม ($\bar{X}=3.62$)

ตารางที่ 63 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สรุปรูปภาพรวม 6 ด้าน ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบฉากไวน์เมาซุสต์ที่ 4 ของกลุ่มผู้บริหารระดับสูง ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ ต่อการออกแบบ ฉากไวน์เมาซุสต์ที่ 4 สรุปรูปภาพรวม 6 ด้าน	ผู้บริหารระดับสูง			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม								
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	
1	ด้านฉากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ	3.66	.99	มาก	3.85	.84	มาก	4.06	.70	มาก	3.33	.88	ปาน กลาง	3.79	.94	มาก						
2	ด้าน ความเหมาะสมของการจัด องค์ประกอบของฉากไวน์	3.82	.99	มาก	4.13	.92	มาก	3.75	.86	มาก	4.15	.95	มาก	3.93	.97	มาก						
3.	ด้าน สีของฉากไวน์	3.82	.96	มาก	3.98	.81	มาก	3.90	.81	มาก	4.16	.83	มาก	3.89	.90	มาก						
4	ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบน ฉากไวน์	3.72	.95	มาก	4.02	.83	มาก	3.24	.65	ปาน กลาง	4.06	.72	มาก	3.79	.94	มาก						
5	ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัด วางภาพประกอบฉากไวน์เมา	3.82	.94	มาก	3.98	.93	มาก	3.52	.41	มาก	4.11	.84	มาก	3.86	.96	มาก						
6	ด้านความเหมาะสมของบรรจุภัณฑ์ โดยรวม	3.94	.88	มาก	4.14	.81	มาก	4.34	.71	มาก	4.26	.87	มาก	4.05	.86	มาก						
	รวม	3.79	.95	มาก	4.01	.85	มาก	3.80	.69	มาก	4.01	.84	มาก	3.88	.92	มาก						

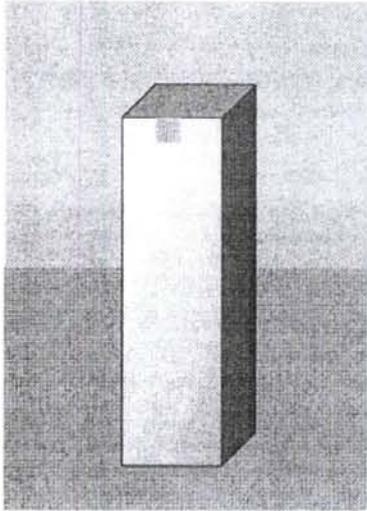
จากตารางที่ 63 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากไวน์เม้าซุดที่ 4 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 ด้าน ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจและข้อที่ 4 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ($\bar{X}=3.79$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 4 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.79$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านความเหมาะสมของการจัดองค์ประกอบของฉลากไวน์ ข้อที่ 3 ด้านสีของฉลากไวน์และข้อที่ 5 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม้า ($\bar{X}=3.82$)

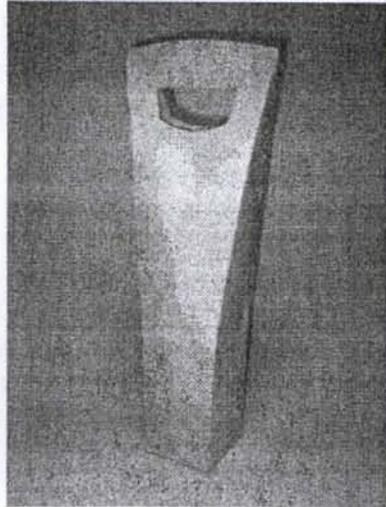
กลุ่มจัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 4 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3 ด้านสีของฉลากไวน์ และข้อที่ 5 ด้านความเหมาะสมของตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบฉลากไวน์เม้า ($\bar{X}=3.98$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 4 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4 ด้านความเหมาะสมของขนาดตัวอักษรบนฉลากไวน์ ($\bar{X}=3.24$)

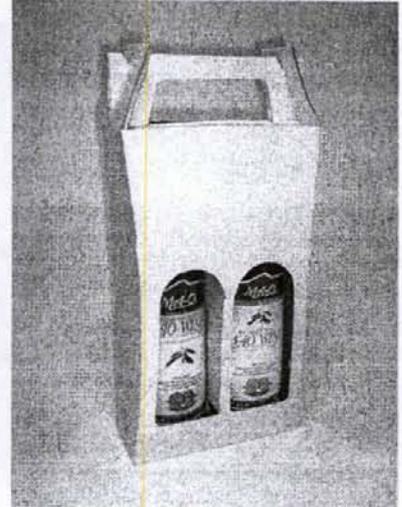
กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบฉลากบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าซุดที่ 4 สรุปภาพรวมทั้ง 6 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านฉลากบรรจุภัณฑ์ในการสื่อสาร ความหมายและความเข้าใจ ($\bar{X}=3.33$)



กล่องบรรจุ 1 ชั้น



ถุงบรรจุ 1 ชั้น



กล่องบรรจุ 2 ชั้น

ภาพที่ 38 โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า

ตารางที่ 64 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายไวน์ กล่องบรรจุ 1 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	
1.	ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า																
	1.1บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมในการ จัดเก็บรักษาชาวดไวน์เม่า	3.85	.84	3.90	1.05	4.20	.63	4.30	.82	3.92	.89	3.75	.82	3.74	.87	3.74	.87
	1.2บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันการเสียหาย ขณะนำพา	3.65	.79	3.85	.86	3.90	.73	4.10	.87	3.75	.82	3.75	.82	3.74	.87	3.74	.87
	1.3บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่เหมาะสม และ สามารถหิ้วถือนำพาเคลื่อนย้ายได้สะดวก	3.36	.91	3.22	1.02	2.90	1.28	3.70	.67	3.31	.96	3.31	.96	3.31	.96	3.31	.96
	1.4บรรจุภัณฑ์มีโครงสร้างที่แข็งแรง	3.77	.81	4.07	.91	4.10	.73	4.30	.82	3.92	.84	3.92	.84	3.92	.84	3.92	.84
	1.5บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่ เหมาะสมต่อการวางโชว์บนชั้นแสดงสินค้า	3.78	.86	3.90	.87	3.80	.91	3.40	.96	3.79	.87	3.79	.87	3.79	.87	3.79	.87
	1.6บรรจุภัณฑ์ มีระบบลอคเปิด-ปิดได้ สะดวก	3.77	.81	3.90	.84	3.90	.73	3.30	1.05	3.78	.83	3.78	.83	3.78	.83	3.78	.83
	รวม	3.69	.83	3.80	.92	3.80	.83	3.85	.86	3.74	.87	3.74	.87	3.74	.87	3.74	.87

จากตารางที่ 64 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจ ผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.3 บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่เหมาะสม และสามารถหิ้วถือ นำพา เคลื่อนย้ายได้สะดวก ($\bar{X}=3.31$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุขวดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.69$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.3 บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่เหมาะสม และสามารถหิ้วถือ นำพา เคลื่อนย้ายได้สะดวก ($\bar{X}=3.36$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุขวดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.80$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.3 บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่เหมาะสม และสามารถหิ้วถือ นำพา เคลื่อนย้ายได้สะดวก ($\bar{X}=3.22$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุขวดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.80$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.3 บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่เหมาะสม และสามารถหิ้วถือ นำพา เคลื่อนย้ายได้สะดวก ($\bar{X}=2.90$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุขวดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.85$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.5 บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมต่อการวางโชว์บนชั้นแสดงสินค้าบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.40$) ข้อที่ 1.6 มีระบบล็อกเปิด-ปิดได้สะดวก ($\bar{X}= 3.30$) ตามลำดับ

ตารางที่ 65 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจ การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์มาเพื่อจัดจำหน่ายใน
ประเภทกล่องบรรจุขวด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
2	3.88	.81	มาก	4.05	.78	มาก	4.30	.67	มาก	4.30	.82	มาก	3.99	.80	มาก
	3.83	.94	มาก	3.97	.83	มาก	4.40	.69	มาก	4.00	1.05	มาก	3.92	.91	มาก
	3.95	.82	มาก	3.82	.93	มาก	4.10	.73	มาก	3.70	1.15	มาก	3.90	.87	มาก
	3.88	.86	มาก	3.94	.84	มาก	4.26	.70	มาก	4.00	1.00	มาก	3.93	.86	มาก
	รวม														

จากตารางที่ 65 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2.1 กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสมสวยงาม ($\bar{X}=3.99$) ข้อที่ 2.2 บรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุที่เหมาะสมไม่ก่อให้เกิดมลพิษและมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=3.92$) ข้อที่ 2.3 ด้านรูปแบบที่เหมาะสมควรผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.3 ด้านรูปแบบที่เหมาะสมควรผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.95$) ข้อที่ 2.1 กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสมสวยงาม ($\bar{X}=3.88$) ข้อที่ 2.2 บรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุที่เหมาะสมไม่ก่อให้เกิดมลพิษและมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=3.83$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.94$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.1 กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสมสวยงาม ($\bar{X}=4.05$) ข้อที่ 2.2 บรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุที่เหมาะสมไม่ก่อให้เกิดมลพิษและมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=3.97$) ข้อที่ 2.3 ด้านรูปแบบที่เหมาะสมควรผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.82$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.26$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.2 บรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุที่เหมาะสมไม่ก่อให้เกิดมลพิษและมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=4.40$) ข้อที่ 2.1 กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสมสวยงาม ($\bar{X}=4.30$) ข้อที่ 2.3 ด้านรูปแบบที่เหมาะสมควรผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.10$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ประเภท
กล่องบรรจุขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.00$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า
ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมาก
ไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.1 กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสมสวยงาม ($\bar{X}=4.30$)
ข้อที่ 2.2 บรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุที่เหมาะสมไม่ก่อให้เกิดมลพิษและมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}= 4.00$)
ข้อที่ 2.3 ด้านรูปแบบที่เหมาะสมควรผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.70$)

จากตารางที่ 66 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจ ผลการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 1.3บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่เหมาะสม และสามารถหิ้วถือ นำพา เคลื่อนย้ายได้สะดวก ($\bar{X}=4.10$) ข้อที่ 1.5บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมต่อการวางโชว์บนชั้นแสดงสินค้า ($\bar{X}=3.90$) ข้อที่ 1.6บรรจุภัณฑ์มีระบบล็อคเปิด-ปิดได้สะดวก($\bar{X}=3.85$) ข้อที่ 1.4บรรจุภัณฑ์มีโครงสร้างที่แข็งแรง($\bar{X}=3.73$) ข้อที่ 1.1บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมในการจัดเก็บรักษาขวดไวน์เม่า ($\bar{X}=3.72$) ข้อที่ 1.2บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันการเสียหายขณะนำพา($\bar{X}=3.55$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.2บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันการเสียหายขณะนำพา($\bar{X}=3.45$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.79$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 1.3บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่เหมาะสม และสามารถหิ้วถือ นำพา เคลื่อนย้ายได้สะดวก($\bar{X}=4.15$) ข้อที่ 1.5บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมต่อการวางโชว์บนชั้นแสดงสินค้า ($\bar{X}=3.85$) ข้อที่ 1.6บรรจุภัณฑ์ มีระบบล็อคเปิด-ปิดได้สะดวก($\bar{X}=3.82$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.16$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.3บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่เหมาะสม และสามารถหิ้วถือ นำพา เคลื่อนย้ายได้สะดวก และข้อที่ 1.6บรรจุภัณฑ์ มีระบบล็อคเปิด-ปิดได้สะดวก($\bar{X}=4.30$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภท
ถุงบรรจุขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า
ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 3 ข้อ ได้แก่
ข้อที่ 1.2 บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันการเสียหายขณะนำพา ข้อที่ 1.4 บรรจุภัณฑ์มีโครงสร้างที่
แข็งแรง และข้อที่ 1.6บรรจุภัณฑ์ มีระบบล็อคเปิด-ปิดได้สะดวก($\bar{X}=3.80$)

จากตารางที่ 67 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ประเภทถุงบรรจุขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวม พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2.1 กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสมสวยงาม ($\bar{X} = 4.12$) ข้อที่ 2.3 ด้านรูปแบบที่เหมาะสมควรผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.03$) ข้อที่ 2.2 บรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุที่เหมาะสมไม่ก่อให้เกิดมลพิษและมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ประเภทถุงบรรจุขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.3 ด้านรูปแบบที่เหมาะสมควรผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.15$) ข้อที่ 2.1 กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสมสวยงาม ($\bar{X} = 4.12$) ข้อที่ 2.2 บรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุที่เหมาะสมไม่ก่อให้เกิดมลพิษและมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.87$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ประเภทถุงบรรจุขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.93$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.1 กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสมสวยงาม ($\bar{X} = 4.07$) ข้อที่ 2.2 บรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุที่เหมาะสมไม่ก่อให้เกิดมลพิษและมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X} = 3.92$) ข้อที่ 2.3 ด้านรูปแบบที่เหมาะสมควรผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.80$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ประเภทถุงบรรจุขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.33$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2.2 บรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุที่เหมาะสมไม่ก่อให้เกิดมลพิษและมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม และ ข้อที่ 2.3 ด้านรูปแบบที่เหมาะสมควรผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.30$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ประเภท
ถุงบรรจุขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า
ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่
ข้อที่ 2.1 กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสมสวยงาม และข้อที่ 2.2 บรรจุภัณฑ์
ใช้วัสดุที่เหมาะสมไม่ก่อให้เกิดมลพิษและมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=4.00$)

ตารางที่ 68 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์มา
ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภค	ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม					
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
1.	ความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายไวน์ กล่องบรรจุ 2 ขวด	3.96	.90	มาก	4.00	.93	มาก	4.60	.51	มาก	3.80	.78	มาก	4.00	.89	มาก
	ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์มา															
	1.1บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมในการ จัดเก็บรักษาขวดไวน์มา	3.67	.93	มาก	3.95	1.01	มาก	4.70	.48	มากที่สุด	3.90	.73	มาก	3.84	.95	มาก
	1.2บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันการเสียหาย ขณะนำพา	4.18	.84	มาก	4.20	.85	มาก	4.50	.70	มากที่สุด	4.00	.81	มาก	4.20	.83	มาก
	1.3บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่เหมาะสม และ สามารถหิ้วถือ นำพา เคลื่อนย้ายได้สะดวก	3.86	.85	มาก	4.07	.82	มาก	4.60	.51	มากที่สุด	4.10	.87	มาก	3.99	.84	มาก
	1.4บรรจุภัณฑ์มีโครงสร้างที่แข็งแรง	4.17	.83	มาก	4.12	.79	มาก	4.50	.70	มากที่สุด	4.20	.78	มาก	4.18	.80	มาก
	1.5บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่ เหมาะสมต่อการวางไว้กับชั้นแสดงสินค้า	3.96	.86	มาก	4.05	.81	มาก	4.30	.67	มากที่สุด	4.30	.94	มาก	4.03	.84	มาก
	1.6บรรจุภัณฑ์มีระบบลิ้นเปิด-ปิดได้ สะดวก															
	รวม	3.96	.86	มาก	4.06	.86	มาก	4.53	.59	มากที่สุด	4.05	.81	มาก	4.04	.85	มาก

จากตารางที่ 68 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจ ผลการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.04$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 1.3บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่เหมาะสม และสามารถหิ้วถือ นำพา เคลื่อนย้ายได้สะดวก ($\bar{X} = 4.20$) ข้อที่ 1.5บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมต่อการวางโชว์บนชั้นแสดงสินค้า ($\bar{X} = 4.18$) ข้อที่ 1.6บรรจุภัณฑ์ มีระบบล็อกเปิด-ปิดได้สะดวก($\bar{X} = 4.03$) ข้อที่ 1.1บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมในการจัดเก็บรักษาขวดไวน์เม่า ($\bar{X} = 4.00$) ข้อที่ 1.4บรรจุภัณฑ์มีโครงสร้างที่แข็งแรง ($\bar{X} = 3.99$) ข้อที่ 1.2บรรจุภัณฑ์สามารถป้องกันการเสียหายขณะนำพา($\bar{X} = 3.84$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.1บรรจุภัณฑ์มีความเหมาะสมในการจัดเก็บรักษาขวดไวน์เม่าและข้อที่ 1.6บรรจุภัณฑ์ มีระบบล็อกเปิด-ปิดได้สะดวก($\bar{X} = 3.96$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 1.3บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบที่เหมาะสม และสามารถหิ้วถือ นำพา เคลื่อนย้ายได้สะดวก($\bar{X} = 4.20$) ข้อที่ 1.5บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมต่อการวางโชว์บนชั้นแสดงสินค้า ($\bar{X} = 4.12$) ข้อที่ 1.6บรรจุภัณฑ์ มีระบบล็อกเปิด-ปิดได้สะดวก($\bar{X} = 4.05$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1.6บรรจุภัณฑ์ มีระบบล็อกเปิด-ปิดได้สะดวก($\bar{X} = 4.30$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภท
กล่องบรรจุ 2 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$) เมื่อพิจารณารายข้อ
พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X})
จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 1.6 บรรจุภัณฑ์ มีระบบล็อคเปิด-ปิดได้สะดวก ($\bar{X} = 4.30$)
ข้อที่ 1.5 บรรจุภัณฑ์มีรูปแบบและโครงสร้างที่เหมาะสมต่อการวางโชว์บนชั้นแสดงสินค้า ($\bar{X} = 4.20$)
ข้อที่ 1.4 บรรจุภัณฑ์มีโครงสร้างที่แข็งแรง ($\bar{X} = 4.10$)

ตารางที่ 69 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจ การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์มาเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภคน n=80	ผู้จัดจำหน่าย n=40		ผู้ผลิต n=10		นักออกแบบ n=10		รวม n=140				
		ระดับ ความ พึง พอใจ										
2	ความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายไวน์ กล่องบรรจุ 2 ขวด	\bar{X} 4.15	SD .74	\bar{X} 4.25	SD .83	\bar{X} 4.40	SD .69	\bar{X} 4.20	SD .91	\bar{X} 4.20	SD .77	มาก
	การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์มา											
	2.1 กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มี ความเหมาะสมสวยงาม	3.97	.92	3.87	.91	4.50	.52	4.10	1.10	3.99	.91	มาก
	2.2 บรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุที่เหมาะสมไม่ ก่อให้เกิดมลพิษและมีผลเสียต่อ สิ่งแวดล้อม	4.20	.80	4.20	.88	4.70	.48	4.20	.78	4.23	.81	มากที่สุด
	2.3 รูปแบบที่เหมาะสมสมควรผลิตบรรจุ ภัณฑ์ไวน์มาเพื่อการจัดจำหน่าย	4.10	.82	4.10	.87	4.53	.56	4.16	.96	4.14	.83	มากที่สุด
	รวม											

จากตารางที่ 69 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.14$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2.3 ด้านรูปแบบที่เหมาะสมควรผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.23$) ข้อที่ 2.1 กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสมสวยงาม ($\bar{X}=4.20$) ข้อที่ 2.2 บรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุที่เหมาะสมไม่ก่อให้เกิดมลพิษและมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=3.99$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.3 ด้านรูปแบบที่เหมาะสมควรผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.20$) ข้อที่ 2.1 กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสมสวยงาม ($\bar{X}=4.15$) ข้อที่ 2.2 บรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุที่เหมาะสมไม่ก่อให้เกิดมลพิษและมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=3.97$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2.1 กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสมสวยงาม ($\bar{X}=4.25$) ข้อที่ 2.3 ด้านรูปแบบที่เหมาะสมควรผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.20$) ข้อที่ 2.2 บรรจุภัณฑ์ใช้วัสดุที่เหมาะสมไม่ก่อให้เกิดมลพิษและมีผลเสียต่อสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}=3.87$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.53$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 2.1 กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสมสวยงาม ($\bar{X}=4.40$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจการผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อจัดจำหน่ายไวน์ ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.16$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2.1 กระดาษที่ใช้ในการทำบรรจุภัณฑ์ไวน์มีความเหมาะสมสวยงาม และข้อที่ 2.3 ด้านรูปแบบที่เหมาะสมควรผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.20$)

ตารางที่ 70 แสดงค่าเฉลี่ย(\bar{X})และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) ภาพรวมของระดับความพึงพอใจผลถาวรออกแบบโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า
ประเภทกล่องบรรจุขวด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภคน	ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
1.	ความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายไวน์ กล่องบรรจุขวด	3.69	.83	3.80	.92	3.80	.83	3.85	.86	3.74	.87	3.83	.86
2.	ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.88	.86	3.94	.84	4.26	.70	4.00	1.00	3.93	.86	3.83	.86
	รวม	3.78	.84	3.87	.88	4.03	.76	3.92	.93	3.83	.86	3.83	.86

จากตารางที่ 70 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจ ผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.83$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.93$) ข้อที่ 1. ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.78$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.88$) ข้อที่ 1. ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.69$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.87$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.94$) ข้อที่ 1. ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.80$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.03$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 4.26$) ข้อที่ 1. ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.80$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 4.00$) ข้อที่ 1. ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.85$)

ตารางที่ 71 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ภาพรวมของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทบรรจุขวด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของถุงบรรจุขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
1.	ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.74	.82	มาก	3.79	.81	มาก	4.16	.80	มาก	3.98	.80	มาก	3.80	.82	มาก
2	การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	4.04	.78	มาก	3.93	.83	มาก	4.33	.66	มาก	3.93	1.07	มาก	4.02	.81	มาก
	รวม	3.89	.80	มาก	3.86	.82	มาก	4.24	.73	มาก	3.95	.93	มาก	3.91	.81	มาก

จากตารางที่ 71 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจ ผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.91$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่อยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 4.02$) ข้อที่ 1. ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุขวดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 4.04$) ข้อที่ 1. ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.74$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุขวดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.93$) ข้อที่ 1. ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.79$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุขวดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 4.33$) ข้อที่ 1. ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 4.16$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.95$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 1. ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.98$) ข้อที่ 2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.93$)

ตารางที่ 72 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ภาพรวมของระดับความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ชนิด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจในคุณลักษณะด้านต่างๆ ของกล่องบรรจุ 2 ชนิด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
1.	ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.96	.86	มาก	4.06	.86	มาก	4.53	.59	มาก ที่สุด	4.05	.81	มาก	4.04	.85	มาก
2.	การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	4.10	.82	มาก	4.10	.87	มาก	4.53	.56	มาก ที่สุด	4.16	.96	มาก	4.14	.83	มาก
	รวม	4.03	.84	มาก	4.08	.86	มาก	4.53	.57	มาก ที่สุด	4.10	.88	มาก	4.09	.84	มาก

จากตารางที่ 72 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจ ผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.09$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.14$) ข้อที่ 1. ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.04$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.03$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.10$) ข้อที่ 1. ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.96$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.10$) ข้อที่ 1. ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.06$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจผลการออกแบบ โครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.53$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า เมื่อ ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้ ข้อที่ 1. ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.53$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจผลการออกแบบโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.10$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2 การผลิตบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.16$) ข้อที่ 1. ด้านโครงสร้างกล่องบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.05$)



ภาพที่ 39 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 1 ด้านหน้า และด้านหลัง

ตารางที่ 73 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 1	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
3	ด้านการออกแบบกราฟิก															
	3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.63	.75	มาก	3.57	.87	มาก	3.30	1.05	ปาน กลาง	3.40	.69	ปาน กลาง	3.57	.80	มาก
	3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้าMao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.61	.83	มาก	3.77	.73	มาก	3.50	.97	มาก	3.50	.70	มาก	3.64	.80	มาก
	3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.62	.76	มาก	3.60	.81	มาก	3.30	.67	ปาน กลาง	3.80	.91	มาก	3.60	.78	มาก
	3.4 นำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.45	.80	ปาน กลาง	3.37	.86	ปาน กลาง	3.10	.99	ปาน กลาง	3.60	.96	มาก	3.41	.84	ปาน กลาง
	3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.62	.87	มาก	3.65	.83	มาก	3.50	.97	มาก	3.80	.91	มาก	3.63	.86	มาก
	3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความ สวยงาม	3.72	.81	มาก	3.70	.82	มาก	3.60	.84	มาก	3.50	1.05	มาก	3.69	.83	มาก

ตารางที่ 73 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย
ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ	ระดับ	n=40	ระดับ	ระดับ	n=10	ระดับ	ระดับ	n=10	ระดับ	ระดับ	n=140	ระดับ	ระดับ
	\bar{X}	SD	ความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ความพึงพอใจ
3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ ไวน์ไม่มีภูเขา, ซ่อม่า, สายผ้า, เหรียญ รางวัล	3.75	.84	มาก	3.40	.92	ปานกลาง	3.30	.94	ปานกลาง	3.50	.70	มาก	3.60	.87	มาก
3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์แม่แสดงเอกลักษณ์ ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร	3.56	.99	มาก	3.42	.81	ปานกลาง	3.60	.84	มาก	3.70	1.05	มาก	3.53	.93	มาก
3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบของ บรรจุภัณฑ์ไวน์แม่	3.70	.76	มาก	3.57	.90	มาก	3.50	.84	มาก	3.70	.82	มาก	3.65	.81	มาก
3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความ บรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์แม่	3.62	.80	มาก	3.45	.81	ปานกลาง	3.50	.97	มาก	3.80	.91	มาก	3.57	.82	มาก
3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ ภัณฑ์ด้านหลังไวน์แม่	3.65	.82	มาก	3.50	.90	มาก	3.20	.78	ปานกลาง	3.70	1.15	มาก	3.57	.87	มาก
3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมาย การค้า MA-O. มาโอ บนบรรจุภัณฑ์	3.68	.86	มาก	3.47	.84	ปานกลาง	3.30	1.05	ปานกลาง	3.70	.94	มาก	3.60	.87	มาก

ตารางที่ 73 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ชุด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์	\bar{X}	SD	ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ความ พึง พอใจ
	3.68	1.00	มาก	3.70	.91	มาก	3.70	1.05	มาก	3.40	.96	ปาน กลาง	3.67	.97	มาก
3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย	\bar{X}	SD	ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ความ พึง พอใจ
	3.80	1.01	มาก	3.75	.86	มาก	3.50	1.17	มาก	3.60	.84	มาก	3.75	.96	มาก
รวม	3.64	.85	มาก	3.56	.84	มาก	3.42	.93	ปาน กลาง	3.62	.89	มาก	3.60	.85	มาก

จากตารางที่ 73 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.41$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.64$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.45$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิกในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.56$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.47$) ข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.45$) ข้อที่ 3.8บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.42$) ข้อที่ 3.7ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา,ช่อเม่า,ลายผ้า,เหรียญรางวัล ($\bar{X}=3.40$) ข้อที่ 3.4น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.37$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.42$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.13ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.70$) และพบว่า มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากันจำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม และข้อที่ 3.8บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.60$) รองลงมา มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.2ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wineบนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.5สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.9ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.10ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.14บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.50$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ชนิดชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.62$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.40$)

ตารางที่ 74 แสดงค่าเฉลี่ย(\bar{X})และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เก่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เก่า ชุดที่ 1	ผู้บริโภค n=80			ผู้จำหน่าย n=40			ผู้ผลิต n=10			นักออกแบบ n=10			รวม n=140		
		ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD									
4	ด้านการตลาด															
	4.1บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา		3.70	.91		3.47	.78		3.30	.94		3.20	1.03		3.57	.89
	4.2บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจ กลุ่มผู้บริโภค		3.66	.82		3.62	.74		3.20	.91		3.40	.96		3.60	.82
	4.3บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ ของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร		3.37	.87		3.37	.86		3.50	.84		3.20	.91		3.37	.86
	4.4บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียด แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน		3.40	.88		3.70	.64		4.00	.66		3.30	.94		3.52	.82
	4.5บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัว ผลิตภัณฑ์ไวน์เก่า		3.63	.87		3.70	.85		4.10	.87		3.50	1.08		3.67	.88
	4.6รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม		3.70	.86		3.62	.77		3.40	.84		3.30	.94		3.62	.84

ตารางที่ 74 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
4.7	3.76	.90	มาก	3.75	.74	มาก	3.60	.69	มาก	3.70	1.15	มาก	3.74	.85	มาก
4.8	3.75	.86	มาก	3.55	.71	มาก	3.50	.70	มาก	3.70	.94	มาก	3.67	.81	มาก
4.9	3.68	.88	มาก	3.62	.62	มาก	3.30	.82	ปาน กลาง	3.70	1.15	มาก	3.64	.83	มาก
	3.62	.87	มาก	3.60	.74	มาก	3.54	.80	มาก	3.44	1.01	ปาน กลาง	3.60	.84	มาก
	รวม														

ตารางที่ 75 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ชุดที่ 1 ถุงบรรจุ 1 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ
3	ด้านการออกแบบกราฟิก																
	3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.70	.86	มาก	3.77	.76	มาก	4.00	.81	มาก	3.90	.73	มาก	3.75	.82	มาก	มาก
	3.2ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้าMao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.82	.88	มาก	3.75	.80	มาก	4.00	1.15	มาก	4.10	.87	มาก	3.83	.87	มาก	มาก
	3.3กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.68	.80	มาก	3.70	.88	มาก	3.80	.78	มาก	4.10	.87	มาก	3.72	.82	มาก	มาก
	3.4น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.58	.82	มาก	3.47	.84	ปาน กลาง	3.60	.96	มาก	3.80	1.03	มาก	3.57	.84	มาก	มาก
	3.5สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.71	.87	มาก	3.65	.83	มาก	3.70	.82	มาก	4.10	.87	มาก	3.72	.85	มาก	มาก
	3.6สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความ สวยงาม	3.82	.88	มาก	3.75	.80	มาก	4.10	.73	มาก	4.00	.81	มาก	3.83	.84	มาก	มาก

ตารางที่ 75 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
	n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}
ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ชุดที่ 1 ถุงบรรจุ 1 ขวด	3.76	.90	3.75	.86	3.90	1.10	3.80	.91	3.77	.90	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ ไวน์เมาที่มีภูเขา, ซ่อมเมา, สายผ้า, เหรียญ รางวัล	3.63	1.00	3.40	.84	3.80	.91	3.70	1.05	3.58	.95	ปาน กลาง	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เมาแสดงเอกลักษณ์ ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร	3.81	.85	3.60	.77	3.90	.99	3.80	.78	3.75	.83	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของ บรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.70	.89	3.55	.87	3.70	1.15	3.90	.73	3.67	.89	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ ภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เมา	3.53	.89	3.75	.80	3.50	1.08	3.90	1.19	3.62	.90	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ ภัณฑ์ด้านหลังไวน์เมา	3.76	.88	3.72	.71	3.80	.91	3.80	1.03	3.75	.84	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก	มาก
3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมาย การค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์																

ตารางที่ 75 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภคน=80	ผู้จัดจำหน่าย n=40			ผู้ผลิต n=10			นักออกแบบ n=10			รวม n=140		
		ระดับ	ความพึงพอใจ	SD	ระดับ	ความพึงพอใจ	SD	ระดับ	ความพึงพอใจ	SD	ระดับ	ความพึงพอใจ	SD
ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า ชุดที่ 1 ถุงบรรจุ 1 ขวด	\bar{X}	3.80	1.07	3.77	3.89	3.77	1.03	3.80	1.03	3.81	0.99	3.72	0.87
3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์	\bar{X}	3.78	.92	3.75	1.03	4.10	1.10	3.50	.84	3.77	.96	3.72	.87
3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย	\bar{X}	3.72	.89	3.67	.83	3.85	.94	3.87	.91	3.72	.87	3.72	.87
		รวม											

จากตารางที่ 75 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=3.72$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม ($X=3.83$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซอเม่า, ลายผ้า, เหยี่ยวรางวัล และข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย ($X=3.77$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และ ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($X=3.75$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($X=3.72$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=3.72$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม ($X=3.82$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซอเม่า, ลายผ้า, เหยี่ยวรางวัล และข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($X=3.76$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และ ข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า ($X=3.70$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=3.67$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($X=3.47$) และข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($X=3.40$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.85$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 12 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลบนบรรจุภัณฑ์ และข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.10$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.00$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัล และ ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.90$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร และ ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.80$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.70$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.10$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า และ ข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.90$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัล ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ และ ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.80$)

ตารางที่ 76 แสดงค่าเฉลี่ย(\bar{X})และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า
ประเภททุบบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 1	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
4	ด้านการตลาด															
	4.1บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา	3.88	.91	มาก	3.67	.79	มาก	4.20	1.13	มาก	3.70	1.05	มาก	3.83	.91	มาก
	4.2บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจ กลุ่มผู้บริโภค	3.87	.83	มาก	3.70	.79	มาก	4.20	1.13	มาก	3.80	1.13	มาก	3.84	.86	มาก
	4.3บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ ของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร	3.50	.91	มาก	3.40	.87	ปาน กลาง	3.70	1.05	มาก	3.70	.82	มาก	3.50	.90	มาก
	4.4บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียด แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน	3.66	.91	มาก	3.70	.79	มาก	4.20	.78	มาก	3.60	.96	มาก	3.70	.84	มาก
	4.5บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัว ผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า	3.66	.88	มาก	3.80	.85	มาก	4.30	.82	มาก	3.70	.94	มาก	3.75	.88	มาก
	4.6รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	3.87	.91	มาก	3.92	.82	มาก	4.20	.91	มาก	3.80	.91	มาก	3.90	.88	มาก

ตารางที่ 76 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 1	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
	4.7บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้าง มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า	3.85	.88	3.82	.84	4.40	.84	3.80	1.03	3.87	.88	3.87	.88	มาก		
	4.8บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและ ความประทับใจ	3.87	.89	3.75	.83	4.20	.91	4.10	.87	3.87	.87	3.87	.87	มาก	มาก	
	4.9บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวาง เรียงบนชั้นจัดจำหน่าย	3.73	.99	3.90	.84	4.30	.94	4.00	.81	3.84	.93	3.84	.93	มาก	มาก	
	รวม	3.76	.90	3.74	.82	4.18	.94	3.80	.94	3.78	.88	3.78	.88	มาก	มาก	

จากตารางที่ 76 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.78$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่าและ ข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X}=3.87$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค และข้อที่ 4.9 บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.84$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค ข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม และ ข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X}=3.87$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจนและ ข้อที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.66$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวดชุดที่ 1 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.40$)

กลุ่มผู้ผลิตมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวดชุดที่ 1 ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.18$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 4.9 บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.30$) รองลงมา ได้แก่ ข้อที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค ข้อที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน และข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X}=4.20$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$) และเมื่อพิจารณา รายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค ข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม และข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.80$) รองลงมา ได้แก่ ข้อที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา ข้อที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร และ ข้อที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.70$)

ตารางที่ 77 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 1 กล่องบรรจุ 2 ขวด	ผู้บริโภค		ผู้จัดจำหน่าย		ผู้ผลิต		นักออกแบบ		รวม	
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
3	ด้านการออกแบบกราฟิก										
	3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O .มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.93	.87	3.85	.66	4.10	3.16	4.20	.63	3.94	.77
	3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	4.01	.81	3.92	.69	4.00	.47	4.40	.51	4.01	.74
	3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	4.00	.96	3.90	.81	4.10	.56	4.10	.56	3.98	.87
	3.4 นำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.80	.93	3.80	.82	4.10	.56	3.90	.73	3.82	.86
	3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.92	.93	3.77	.83	4.00	.66	4.20	.63	3.90	.87
	3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความ สวยงาม	3.96	.90	3.87	.68	4.00	.66	4.00	.66	3.94	.81

ตารางที่ 77 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภคน	ผู้จำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม	
		n=80	n=40	n=10	n=10	n=10	n=10	n=140	ระดับ	ระดับ		
	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ	ระดับ	
	ความ	ความ	ความ	ความ	ความ	ความ	ความ	ความ	ความ	ความ	ความ	
	พึง	พึง	พึง	พึง	พึง	พึง	พึง	พึง	พึง	พึง	พึง	
	พอใจ	พอใจ	พอใจ	พอใจ	พอใจ	พอใจ	พอใจ	พอใจ	พอใจ	พอใจ	พอใจ	
	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	\bar{X}	
	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	SD	
ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าชุดที่ 1 กล่องบรรจุ 2 ขวด	3.86	3.65	3.70	3.90	3.79	3.79	3.97	มาก	มาก	มาก	มาก	
3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ ไวน์เม้ามีภูเขา, ซ่อมเม้า, ลายผ้า, เหรียญ รางวัล	3.85	3.55	3.80	4.20	3.78	3.78	1.03	มาก	มาก	มาก	มาก	
3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าแสดงเอกลักษณ์ ท้องถิ่นของจังหวัดสตูลนคร	3.88	3.77	4.00	4.20	3.88	3.88	.78	มาก	มาก	มาก	มาก	
3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า	3.85	3.75	3.80	3.80	3.81	3.81	.63	มาก	มาก	มาก	มาก	
3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ ภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม้า	3.82	3.70	3.60	4.30	3.80	3.80	.67	มาก	มาก	มาก	มาก	
3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ ภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม้า	3.93	3.80	3.70	4.20	3.90	3.90	.63	มาก	มาก	มาก	มาก	
3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมาย การค้า MA-O .มาโอ บนบรรจุภัณฑ์												

ตารางที่ 77 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ	ระดับ	n=40	ระดับ	ระดับ	n=10	ระดับ	ระดับ	n=10	ระดับ	ระดับ	n=140	ระดับ	ระดับ
	\bar{X}	ความ	ความ	\bar{X}	ความ	ความ	\bar{X}	ความ	ความ	\bar{X}	ความ	ความ	\bar{X}	ความ	ความ
		พึง	พึง		พึง	พึง		พึง	พึง		พึง	พึง		พึง	พึง
		พอใจ	พอใจ		พอใจ	พอใจ		พอใจ	พอใจ		พอใจ	พอใจ		พอใจ	พอใจ
3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์	3.73	1.01	มาก	3.52	1.08	มาก	3.60	1.26	มาก	3.50	.97	มาก	3.65	1.04	มาก
3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย	3.90	.92	มาก	3.97	.83	มาก	4.40	.69	มาก	3.70	.67	มาก	3.94	.87	มาก
รวม	3.88	.92	มาก	3.77	.82	มาก	3.92	.90	มาก	4.04	.71	มาก	3.86	.86	มาก

จากตารางที่ 77 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม และข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.94$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.88$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนครและ ข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.85$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.77$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมา ได้แก่ ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.77$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.92$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.10$) รองลงมา ได้แก่ ข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม และ ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.00$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนครและข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.80$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหยี่ยวรางวัลและข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.70$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=4.20$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหยี่ยวรางวัล ($\bar{X}=3.90$)

ตารางที่ 78 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 1 กล่องบรรจุ 2 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
4	ด้านการตลาด															
	4.1 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา	3.75	.87	มาก	3.67	.82	มาก	4.20	.78	มาก	3.90	.73	มาก	3.77	.85	มาก
	4.2 บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่ม ผู้บริโภค	3.80	.89	มาก	3.77	.83	มาก	3.90	.87	มาก	3.90	.56	มาก	3.80	.84	มาก
	4.3 บรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ ของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร	3.62	.94	มาก	3.52	.90	มาก	3.60	.96	มาก	3.60	.84	มาก	3.50	.92	มาก
	4.4 บรรจุภัณฑ์ที่มีการแสดงรายละเอียด แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน	3.76	.87	มาก	3.80	.79	มาก	4.10	.73	มาก	3.60	.96	มาก	3.78	.84	มาก
	4.5 บรรจุภัณฑ์ที่เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัว ผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า	3.83	.89	มาก	3.87	.82	มาก	4.20	.78	มาก	3.70	.94	มาก	3.86	.86	มาก
	4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม	3.96	.87	มาก	3.90	.87	มาก	4.10	.73	มาก	3.80	.63	มาก	3.94	.84	มาก

ตารางที่ 78 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย(\bar{X})และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 1 กล่องบรรจุ 2 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
	4.7 บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยยกระดับและสร้าง มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า	\bar{X}	.89	มาก	\bar{X}	.74	มาก	\bar{X}	.56	มาก	\bar{X}	.94	มาก	\bar{X}	.83	มาก
	4.8 บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยสร้างการทรงจำและ ความประทับใจ	\bar{X}	.90	มาก	\bar{X}	.77	มาก	\bar{X}	.73	มาก	\bar{X}	.73	มาก	\bar{X}	.84	มาก
	4.9 บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวาง เรียงบนชั้นจัดจำหน่าย	\bar{X}	.95	มาก	\bar{X}	.85	มาก	\bar{X}	.79	มาก	\bar{X}	.66	มาก	\bar{X}	.89	มาก
	รวม	\bar{X}	0.89	มาก	\bar{X}	0.82	มาก	\bar{X}	0.77	มาก	\bar{X}	0.77	มาก	\bar{X}	0.85	มาก

จากตารางที่ 78 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$) และเมื่อพิจารณารายชื่อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม และ ข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.94$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.81$) และเมื่อพิจารณารายชื่อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม($\bar{X}=3.96$) ข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า($\bar{X}=3.95$) ข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X}=3.87$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.78$) ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน และข้อที่ 4.9 บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.80$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$) ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา และข้อที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า($\bar{X}=4.20$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน ข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า ข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจและข้อที่ 4.9 บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.20$)

กลุ่มนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.78$) และ เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา ข้อที่ 4.2บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภคและ ข้อที่ 4.8บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ($\bar{X}=3.90$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 4.5บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า และ ข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.70$)รองลงมา ได้แก่ ข้อที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร และ ข้อที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน($\bar{X}=3.60$)

ตารางที่ 79 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สรุปภาพรวมของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก และด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า ชุดที่ 1	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
		n=80	ระดับ	ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ	ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ	ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ	ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ	ความ พึง พอใจ	
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
1	ด้านการออกแบบกราฟิก	3.64	.85	3.56	.84	3.42	.93	3.62	.89	3.60	.85	3.60	.85	3.60	.85	3.60	.85
2	ด้านการตลาด	3.62	.87	3.60	.74	3.54	.80	3.44	1.01	3.60	.84	3.60	.84	3.60	.84	3.60	.84
	รวม	3.63	.86	3.58	.79	3.48	.86	3.53	.95	3.60	.84	3.60	.84	3.60	.84	3.60	.84

จากตารางที่ 79 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.60$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก และข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.60$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.63$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.64$) และ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.62$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.58$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.60$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.56$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.48$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.54$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.53$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.44$)

ตารางที่ 80 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สรุปภาพรวมของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก และด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า ชุดที่ 1	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
		n=80	ระดับ ความ พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พอใจ	SD	
1	ด้านการออกแบบกราฟิก	3.72	.89	3.72	3.67	.83	3.67	3.85	.94	3.85	3.87	.91	3.87	3.72	.87	3.72	.87
2	ด้านการตลาด	3.76	.90	3.76	3.74	.82	3.74	4.18	.94	4.18	3.80	.94	3.80	3.78	.88	3.78	.88
	รวม	3.74	.89	3.74	3.70	.82	3.70	4.01	.94	4.01	3.83	.92	3.83	3.75	.87	3.75	.87

จากตารางที่ 80 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน ของถุงบรรจุ 1 ขวด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.75$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.78$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.72$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.76$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.72$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.70$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.74$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.67$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านกราฟิกและด้านการตลาดสรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้านมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.18$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.85$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 1 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.87$) และ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.80$)

ตารางที่ 81 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สรุปภาพรวมของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ชนิด ชุดที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก และด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า ชุดที่ 1	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
1	ด้านการออกแบบกราฟิก	3.88	.92	มาก	3.77	.82	มาก	3.92	.90	มาก	4.04	0.71	มาก	3.86	0.86	มาก
2	ด้านการตลาด	3.81	0.89	มาก	3.78	0.82	มาก	4.05	0.77	มาก	3.78	0.77	มาก	3.80	0.85	มาก
	รวม	3.84	0.90	มาก	3.77	0.82	มาก	3.98	0.83	มาก	3.91	0.74	มาก	3.83	0.85	มาก

จากตารางที่ 81 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.86$) และข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.80$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.84$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.88$) และข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.81$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.77$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.78$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.77$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.05$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.92$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 1 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=4.04$) และข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.78$)



ภาพที่40 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 2 ด้านหน้าและด้านหลัง

ตารางที่ 82 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภคน n=80	ผู้จัดจำหน่าย n=40			ผู้ผลิต n=10			นักออกแบบ n=10			รวม n=140	
		ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}
3												
	ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 2 กล่องบรรจุ 1 ขวด											
	3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.41	.75	3.47	.87	3.30	.94	3.30	.82	3.41	.80	ปาน กลาง
	3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.43	.85	3.67	.79	3.60	.69	3.80	.91	3.54	.83	ปาน กลาง มาก
	3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.52	.82	3.62	.86	3.50	.84	3.70	.94	3.56	.84	มาก
	3.4 นำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.32	.83	3.40	.90	3.30	.94	3.60	.96	3.36	.86	ปาน กลาง
	3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.52	.89	3.50	.81	3.00	.66	3.60	.96	3.48	.86	ปาน กลาง
	3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มี ความสวยงาม	3.55	.82	3.60	.90	3.30	1.15	3.50	1.05	3.54	.88	ปาน กลาง มาก

ตารางที่ 82 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภคนักจัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ	ความพึงพอใจ	n=40	ระดับ	ความพึงพอใจ	n=10	ระดับ	ความพึงพอใจ	n=10	ระดับ	ความพึงพอใจ	n=140	ระดับ	ความพึงพอใจ
	\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์ดำ มีภูเขา, ซ่อม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัล	3.52	.87	มาก	3.47	.93	ปานกลาง	3.60	.69	มาก	3.80	.91	มาก	3.53	.87	มาก
3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์ดำ แสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร	3.37	.90	ปานกลาง	3.35	.92	ปานกลาง	3.40	.84	ปานกลาง	3.60	.96	ปานกลาง	3.38	.90	ปานกลาง
3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ไวน์ดำ	3.50	.85	มาก	3.35	.92	ปานกลาง	3.20	.78	ปานกลาง	3.80	.91	มาก	3.45	.87	ปานกลาง
3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์ดำ	3.50	.82	มาก	3.47	.87	ปานกลาง	3.20	1.03	ปานกลาง	3.70	.82	มาก	3.48	.85	ปานกลาง
3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์ดำ	3.60	.86	มาก	3.45	.98	ปานกลาง	3.40	1.07	ปานกลาง	3.70	.67	มาก	3.55	.90	มาก
3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O , มาโอ บนบรรจุภัณฑ์	3.60	.83	มาก	3.47	.93	ปานกลาง	3.40	.96	ปานกลาง	3.80	.91	มาก	3.56	.87	มาก

ตารางที่ 82 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ	ระดับ	n=40	ระดับ	ระดับ	n=10	ระดับ	ระดับ	n=10	ระดับ	ระดับ	n=140	ระดับ	ระดับ
	\bar{X}	SD	ความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ความพึงพอใจ
3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลบนบรรจุภัณฑ์	3.60	.83	มาก	3.77	.94	มาก	4.10	.56	มาก	3.80	1.03	มาก	3.75	.86	มาก
3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจเหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย	3.63	.88	มาก	3.67	.85	มาก	3.30	1.05	ปานกลาง	3.70	1.25	มาก	3.62	.91	มาก
รวม	3.50	.84	มาก	3.51	.89	มาก	3.40	.87	ปานกลาง	3.67	.93	มาก	3.51	.86	มาก

จากตารางที่ 82 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 6 ข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ย(\bar{X}) เท่ากัน 2 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.48$) ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.45$) ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.41$) ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X} = 3.38$) ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.36$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{X} = 3.50$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.43$) ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.41$) ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X} = 3.37$) ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.32$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.51$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลางมีจำนวน 8 ข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ย(\bar{X}) เท่ากัน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหยี่ยวรางวัล ข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า และข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.47$) ข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.45$) ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.40$) รองลงมา พบว่ามีค่าเฉลี่ย(\bar{X}) เท่ากัน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนครและข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.35$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.40$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=4.10$) และพบว่ามีความเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากันจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และ ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัล ($\bar{X}=3.60$) ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.50$) ตามลำดับ

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.67$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.30$)

ตารางที่ 83 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 2 กล่องบรรจุ 1 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}
	4.7.บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้าง มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า	3.96	มาก	.93	3.65	มาก	.80	3.50	.97	3.40	ปาน กลาง	.51	3.80	มาก	.89	3.80	มาก
	4.8.บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและ ความประทับใจ	3.93	มาก	.93	3.65	มาก	.80	3.40	.84	3.30	ปาน กลาง	.67	3.77	มาก	.89	3.77	มาก
	4.9.บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวาง เรียงบนชั้นจัดจำหน่าย	3.86	มาก	.95	3.65	มาก	.83	3.50	.97	3.40	มาก	.84	3.74	มาก	.91	3.74	มาก
	รวม	3.79	มาก	.92	3.55	มาก	.84	3.46	.84	3.22	ปาน กลาง	.77	3.66	มาก	.90	3.66	มาก

จากตารางที่ 83 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=3.66$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (X) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า ($X=3.80$) ข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($X=3.77$) ข้อที่ 4.9 บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($X=3.74$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=3.79$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา และข้อที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า ($X=3.75$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=3.55$) มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค ($X=3.47$) ข้อที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร ($X=3.37$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($X=3.46$) มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน ($X=3.70$) และพบว่ามีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร ข้อที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า ข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า ข้อที่ 4.9 บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($X=3.50$)

กลุ่มนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($X=3.22$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร ($X=3.60$)

ตารางที่ 84 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เมาชุดที่ 2 ถุงบรรจุ 1 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	
		\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD
3	ด้านการออกแบบกราฟิก																
	3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O, เมาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.63	.81	3.70	.91	3.70	.91	4.10	.87	4.00	.81	4.00	.87	3.71	.85	3.71	.85
	3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.60	.86	3.80	.82	3.80	.82	3.90	.87	4.20	.91	4.20	.86	3.72	.86	3.72	.86
	3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.71	.95	3.70	.85	3.70	.85	4.00	.81	3.90	1.19	3.90	.93	3.74	.93	3.74	.93
	3.4 นำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.63	.88	3.65	.83	3.65	.83	4.00	.81	3.80	1.03	3.80	.87	3.67	.87	3.67	.87
	3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.73	.85	3.62	.83	3.62	.83	3.60	.96	4.10	.87	4.10	.85	3.72	.85	3.72	.85
	3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความ สวยงาม	3.71	.90	3.72	.87	3.72	.87	3.80	1.13	3.80	1.03	3.80	.91	3.72	.91	3.72	.91

ตารางที่ 84 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X} SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X} SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X} SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X} SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X} SD
3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ ไวน์ไม่มีภูเขา, ซ่อมเมา, ลายผ้า, เหรียญ รางวัล	3.67	.97	3.67	3.75	.77	3.75	3.80	.78	3.80	3.90	.99	3.90	3.72	.90	3.72
3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เมาแสดงเอกลักษณ์ ท้องถิ่นของจังหวัดสตูลนคร	3.66	.95	3.66	3.50	.98	3.50	3.60	.96	3.60	3.50	.97	3.50	3.60	.95	3.60
3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของ บรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.81	.94	3.81	3.72	.87	3.72	3.90	.73	3.90	3.90	.87	3.90	3.80	.89	3.80
3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ ภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เมา	3.76	.86	3.76	3.77	.86	3.77	3.50	.97	3.50	3.60	.84	3.60	3.73	.86	3.73
3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ ภัณฑ์ด้านหลังไวน์เมา	3.76	.79	3.76	3.77	.91	3.77	3.70	1.05	3.70	3.50	.97	3.50	3.74	.85	3.74
3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมาย การค้า MA-O , ไม้โอ บนบรรจุภัณฑ์	3.67	.82	3.67	3.75	.92	3.75	3.80	.91	3.80	4.00	.94	4.00	3.72	.86	3.72

ตารางที่ 84 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย
ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ	ความ	n=40	ระดับ	ความ	n=10	ระดับ	ความ	n=10	ระดับ	ความ	n=140	ระดับ	ความ
	\bar{X}	SD	พึง	\bar{X}	SD	พึง	\bar{X}	SD	พึง	\bar{X}	SD	พึง	\bar{X}	SD	พึง
ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์แม่ ชุดที่ 2 ถุงบรรจุ 1 ขวด	3.87	.80	มาก	3.90	.87	มาก	4.20	.63	มาก	3.80	1.13	มาก	3.90	.83	มาก
3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์	3.87	.97	มาก	3.72	.96	มาก	4.10	.99	มาก	3.80	1.22	มาก	3.84	.98	มาก
3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย	3.72	.88	มาก	3.71	.87	มาก	3.85	.89	มาก	3.84	.98	มาก	3.73	.88	มาก
	รวม														

จากตารางที่ 84 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X = 3.73$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($X=3.74$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัล ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($X=3.72$) ตามลำดับเมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=3.72$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากันจำนวน 10 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์และข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย ($X=3.87$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($X=3.76$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ($X=3.71$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัลและข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($X=3.67$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($X=3.63$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=3.71$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($X= 3.77$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (X)

เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เมามีภูเขา, ซ่อมเมา, ลายผ้า, เหรียญรูปร่างวัล และข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.75$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.72$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.70$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.85$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.10$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.00$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และ ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.90$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเมา, ลายผ้า, เหรียญรูปร่างวัล และข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.80$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.60$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.84$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=4.00$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเมา, ลายผ้า, เหรียญรูปร่างวัล และข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.90$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่

ข้อที่ 3.4 นำหนังสือของสี่พี่น้องบรรจุกัณฑ์ไวน์เมา ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุกัณฑ์ที่มีความสวยงาม ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุกัณฑ์และข้อที่ 3.14 บรรจุกัณฑ์มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{x}=3.80$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากันได้แก่ ข้อที่ 3.8 บรรจุกัณฑ์ไวน์เมาแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนครและข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุกัณฑ์ด้านหลังไวน์เมา ($\bar{x}=3.50$)

ตารางที่ 85 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 2	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
4	ด้านการตลาด															
	4.1บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มี บุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา	3.83	1.04	มาก	3.90	.84	มาก	4.00	.94	มาก	3.90	1.10	มาก	3.87	.98	มาก
	4.2บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่ม ผู้บริโภค	3.90	.96	มาก	3.80	.72	มาก	4.10	.99	มาก	3.80	.122	มาก	3.87	.91	มาก
	4.3บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ ของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร	3.55	1.01	มาก	3.60	.77	มาก	3.80	.91	มาก	3.90	.73	มาก	3.60	.92	มาก
	4.4บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียด แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน	3.55	.93	มาก	3.75	.80	มาก	3.80	.78	มาก	3.70	.94	มาก	3.63	.89	มาก
	4.5บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัว ผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า	3.73	.88	มาก	3.70	.85	มาก	4.00	.81	มาก	3.70	.82	มาก	3.74	.85	มาก
	4.6รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	3.87	.98	มาก	3.82	.93	มาก	3.90	.87	มาก	3.50	.70	มาก	3.83	.94	มาก

ตารางที่ 85 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์แม่
ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์แม่ ชุดที่ 2	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
	4.7 บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยยกระดับและสร้าง มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์แม่	\bar{X}	3.98	.94	3.92	.85	4.10	.87	3.70	.48	3.95	.88	3.80	.96	3.89	.94
	4.8 บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยสร้างการทรงจำและ ความประทับใจ	\bar{X}	3.90	1.01	3.75	.92	3.90	.87	3.70	.94	3.84	.96	3.80	.94	3.89	.94
	4.9 บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวาง เรียงบนชั้นจัดจำหน่าย	\bar{X}	3.92	.95	3.77	.94	4.20	.91	3.80	1.03	3.89	.94	3.80	.94	3.89	.94
	รวม	\bar{X}	3.80	.96	3.77	.84	3.97	.88	3.74	.76	3.80	.91	3.80	.91	3.80	.91

จากตารางที่ 85 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตาและ ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค ($\bar{X}=3.87$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค และ ข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X}=3.90$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร และข้อที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน ($\bar{X}=3.55$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.77$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากันจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจนและข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X}=3.75$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภคและ ข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.10$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา และข้อที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.00$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X}=3.90$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่น

จังหวัดสกลนครและข้อที่4.4บรรจุกฎที่มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน
(\bar{X} =3.80)

กลุ่มนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุกฎที่ไวน์เม่า ประเภททุงบรรจุกฎ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 3.74) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1บรรจุกฎที่มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา และข้อที่4.3 บรรจุกฎที่แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร (\bar{X} = 3.90) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 4.2 บรรจุกฎที่ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค ข้อที่4.6 รูปแบบบรรจุกฎที่มีความสวยงาม และข้อที่ 4.9 บรรจุกฎที่มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย (\bar{X} = 3.80) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่4.4บรรจุกฎที่มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน ข้อที่4.5 บรรจุกฎที่เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่าข้อที่4.7 บรรจุกฎที่ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่4.8บรรจุกฎที่ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ (\bar{X} =3.70)

ตารางที่ 86 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 2 กล่องบรรจุ 2 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}
3	ด้านการออกแบบกราฟิก																
	3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.85	.85	มาก	3.80	.85	มาก	4.10	.73	มาก	3.90	.73	มาก	3.85	.83	มาก	มาก
	3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.77	.91	มาก	3.90	.74	มาก	4.10	.73	มาก	4.00	.66	มาก	3.85	.83	มาก	มาก
	3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.87	.87	มาก	3.72	.90	มาก	3.90	.73	มาก	3.90	.73	มาก	3.83	.86	มาก	มาก
	3.4 ขนาดนิกสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.73	.89	มาก	3.85	.83	มาก	4.20	.63	มาก	4.00	.81	มาก	3.82	.85	มาก	มาก
	3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.85	.82	มาก	3.72	.78	มาก	3.50	.84	มาก	3.90	.73	มาก	3.79	.80	มาก	มาก
	3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่มีความ สวยงาม	3.95	.84	มาก	3.85	.80	มาก	3.70	.82	มาก	3.80	.78	มาก	3.89	.81	มาก	มาก

ตารางที่ 86 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า ชุดที่ 2 กล่องบรรจุ 2 ขวด	3.87	.91		3.70	1.01		4.10	.56		3.80	.91		3.83	.92	
3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์	3.97	.87		3.95	.74		4.10	.73		3.80	1.03		3.96	.83	
3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย	3.84	.86		3.77	.85		3.92	.67		3.87	.86		3.82	.85	
	รวม														

จากตารางที่ 86 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และ ข้อที่ 3.2ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wineบนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.7ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา ,ช่อม่า,ลายผ้า,เหรียญรางวัล($\bar{X}= 3.85$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.3กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่3.12ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์และข้อที่ 3.13ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์($\bar{X}=3.83$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.10ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า และข้อที่ 3.11ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.77$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.84$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.3กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.13ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์($\bar{X}=3.87$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.1ชื่อเครื่องหมายการค้าMA-O,มาโอบนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่3.5สีของตัวอักษรบนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.85$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.4น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.11ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า($\bar{X}= 3.73$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.77$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.4น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.6สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม และข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์($\bar{X}= 3.85$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.3กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.5สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.10ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า($\bar{X}=3.72$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.9

ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตรา
เหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์($X=3.70$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ
ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X= 3.92$)
เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน จำนวน
8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.2 ขนาด
ของตัวอักษรชื่อสินค้าMao Wineบนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.7ลักษณะของภาพประกอบบรรจุ
ภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา,ช่อเม่า,ลายผ้า,เหรียญรางวัล ข้อที่ 3.11ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ
ภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ข้อที่ 3.13ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์และข้อที่ 3.14
บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย($X=4.10$) รองลงมา ที่มี
ค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.6สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและข้อที่ 3.8
บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร($X=3.70$) ตามลำดับ

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่อง
บรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($X=3.87$)
เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน จำนวน
12 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.2ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้าMao Wineบนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าข้อที่ 3.4
น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์ ข้อที่ 3.7ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา,ช่อ
เม่า,ลายผ้า,เหรียญรางวัลข้อที่ 3.9ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่
3.12ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์($X=4.00$) รองลงมา ที่
มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน ได้แก่ข้อที่ 3.1ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า
ข้อที่ 3.3กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าข้อที่ 3.5สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ
ข้อที่ 3.8บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร($X=3.90$) รองลงมา ที่มี
ค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน ได้แก่ข้อที่ 3.6สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ข้อที่ 3.13
ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ และ ข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม
น่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย($X=3.80$) ตามลำดับ

ตารางที่ 87 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ชุดที่ 2 กล่องบรรจุ 2 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}
4	ด้านการตลาด																
	4.1 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามทันสมัย มี บุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา	3.87	.90	มาก	3.85	.92	มาก	4.20	.78	มาก	3.70	.48	มาก	3.87	.87	มาก	
	4.2 บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่ม ผู้บริโภค	3.95	.92	มาก	3.90	.74	มาก	4.10	.73	มาก	3.40	.69	ปาน กลาง	3.90	.85	มาก	
	4.3 บรรจุภัณฑ์ที่แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ ของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร	3.58	.93	มาก	3.65	.89	มาก	3.70	.82	มาก	3.90	.73	มาก	3.63	.89	มาก	
	4.4 บรรจุภัณฑ์ที่มีการแสดงรายละเอียด แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน	3.73	.91	มาก	3.65	.92	มาก	3.70	.94	มาก	3.80	.91	มาก	3.71	.90	มาก	
	4.5 บรรจุภัณฑ์ที่เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัว ผลิตภัณฑ์ไวน์เมา	3.77	.84	มาก	3.80	.88	มาก	3.90	.73	มาก	3.70	.48	มาก	3.78	.82	มาก	
	4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	3.88	1.01	มาก	3.82	.81	มาก	3.90	.73	มาก	3.60	.51	มาก	3.85	.91	มาก	

ตารางที่ 87 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 2 กล่องบรรจุ 2 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม							
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD
	4.7บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้าง มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า	3.95	.93	3.90	.77	4.00	.66	3.30	.48	3.89	.86	3.85	.95	3.86	.96	3.81	.89	3.81	.89	3.81	.89
	4.8บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและ ความประทับใจ	3.90	.98	3.87	.96	4.00	.81	3.20	.63	3.85	.95	3.85	.95	3.86	.96	3.81	.89	3.81	.89	3.81	.89
	4.9บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวาง เรียงบนชั้นจัดจำหน่าย	3.91	.94	3.82	1.03	4.10	.87	3.40	.84	3.86	.96	3.86	.96	3.86	.96	3.81	.89	3.81	.89	3.81	.89
	รวม	3.83	.92	3.80	.88	3.95	.78	3.55	.63	3.81	.89	3.81	.89	3.81	.89	3.81	.89	3.81	.89	3.81	.89

จากตารางที่ 87 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.81$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X}=3.85$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภคและข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.95$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.80$) ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภคและข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.90$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม และข้อที่ 4.9 บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.82$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภคและข้อที่ 4.9 บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.10$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X}=4.00$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ($\bar{X}=3.90$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่

ข้อที่ 4.3 บรรจุกฎบัตรแสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนครและข้อที่ 4.4 บรรจุกฎบัตรที่มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.70$) ตามลำดับ

กลุ่มนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุกฎบัตรไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2 บรรจุกฎบัตรช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภคและข้อที่ 4.9 บรรจุกฎบัตรมีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.40$) ข้อที่ 4.7 บรรจุกฎบัตรช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.30$) ข้อที่ 4.8 บรรจุกฎบัตรช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X} = 3.20$) ตามลำดับ

ตารางที่ 88 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สรุปภาพรวมของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก และด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า ชุดที่ 2	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
1	ด้านการออกแบบกราฟิก	3.50	มาก	0.84	3.51	มาก	0.89	3.40	มาก	0.87	3.67	มาก	0.93	3.51	มาก	0.86
2	ด้านการตลาด	3.79	มาก	0.92	3.55	มาก	0.84	3.46	ปาน กลาง	0.84	3.22	ปาน กลาง	0.77	3.66	ปาน กลาง	0.90
รวม		3.64	มาก	0.88	3.53	มาก	0.86	3.43	ปาน กลาง	0.85	3.44	ปาน กลาง	0.85	3.58	ปาน กลาง	0.88

จากตารางที่ 88 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุขวด ชุดที่ 2 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.58$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.66$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.51$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุขวด ชุดที่ 2 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.64$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.79$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.50$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุขวด ชุดที่ 2 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.53$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.55$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.51$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุขวด ชุดที่ 2 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.43$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.46$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.40$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุขวด ชุดที่ 2 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.44$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.67$)

ตารางที่ 89 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สรุปภาพรวมของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทบรรจุ 1 ชุด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก และด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภคนักศึกษา และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า ชุดที่ 2	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
		n=80		n=40		n=10		n=10		n=10		n=140		n=140		n=140	
		ระดับ	ความ พึง พอใจ	ระดับ	ความ พึง พอใจ	ระดับ	ความ พึง พอใจ	ระดับ	ความ พึง พอใจ	ระดับ	ความ พึง พอใจ	ระดับ	ความ พึง พอใจ	ระดับ	ความ พึง พอใจ	ระดับ	ความ พึง พอใจ
1	ด้านการออกแบบกราฟิก	3.72	.88	3.71	.87	3.85	.89	3.84	.98	3.73	.88	3.80	.96	3.76	.92	3.76	.92
2	ด้านการตลาด	3.80	.96	3.77	.84	3.97	.88	3.74	.76	3.80	.91	3.79	.87	3.80	.91	3.76	.89
	รวม	3.76	.92	3.74	.85	3.91	.88	3.79	.87	3.76	.89	3.76	.89	3.76	.89	3.76	.89

จากตารางที่ 89 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.80$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.71$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.80$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.72$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน ของถุงบรรจุ 1 ขวด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.74$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.77$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.71$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.97$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.85$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 2 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.79$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.84$) และข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.74$)

ตารางที่ 90 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สรุปภาพรวมของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านการออกแบบกราฟิก และด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า ชุดที่ 2	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
1	ด้านการออกแบบกราฟิก	3.84	.86	มาก	3.77	.85	มาก	3.92	.67	มาก	3.87	.86	มาก	3.82	.85	มาก
2	ด้านการตลาด	3.83	.92	มาก	3.80	.88	มาก	3.95	.78	มาก	3.55	.63	มาก	3.81	.89	มาก
	รวม	3.83	.89	มาก	3.78	.86	มาก	3.93	.72	มาก	3.71	.74	มาก	3.81	.87	มาก

จากตารางที่ 90 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.81$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก($\bar{X}=3.82$) และ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.84$) และ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.83$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.78$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.80$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก($\bar{X}=3.77$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด($\bar{X}=3.95$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก($\bar{X}=3.92$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 2 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{X}=3.71$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.87$) และข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.55$)



ภาพที่ 41 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 ด้านหน้าและด้านหลัง

ตารางที่ 91 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภคน n=80	ผู้จัดจำหน่าย n=40		ผู้ผลิต n=10		นักออกแบบ n=10		รวม n=140	
		ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD
3									
ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าชุดที่ 3 กล่องบรรจุ 1 ขวด	\bar{X} 3.73 .77	\bar{X} 3.67 .85	\bar{X} 3.70 .82	\bar{X} 3.50 1.08	\bar{X} 3.70 .81				
3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.62 .83	3.67 .85	3.70 .82	3.10 .87	3.60 .84				
3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.80 .93	3.67 .79	3.60 .69	3.60 .96	3.73 .87				
3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.75 .80	3.47 .84	3.50 .84	3.50 1.08	3.63 .84				
3.4 นานักสีของสีที่บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.82 .85	3.57 .78	3.80 .78	3.40 .96	3.72 .84				
3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า									
3.6 สีของระบบกราฟิกที่มี ความสวยงาม	3.72 .81	3.75 .86	3.60 .96	3.50 .97	3.70 .84				

ตารางที่ 91 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภคน=80	ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม	
		ระดับความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	n=140	ระดับความพึงพอใจ
ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 3 กล่องบรรจุ 1 ขวด	3.65	3.55	.90	3.60	.51	3.40	.84	3.60	.76	3.60	.76	มาก
3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหรียญ รางวัล	3.52	3.45	1.03	3.60	.84	3.70	1.05	3.52	.95	3.52	.95	มาก
3.8 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.61	3.55	.98	3.70	.94	3.30	.94	3.57	.89	3.57	.89	ปานกลาง
3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ ภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า	3.61	3.60	.92	3.80	.78	3.40	1.17	3.60	.87	3.60	.87	มาก
3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ ภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า	3.56	3.47	.78	3.60	.69	3.50	.97	3.53	.79	3.53	.79	มาก
3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมาย การค้า MA-O มาโอ บนบรรจุภัณฑ์	3.66	3.62	.89	3.40	.69	3.30	.82	3.60	.85	3.60	.85	ปานกลาง

จากตาราง 91 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.62$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 6 ข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O , มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ($\bar{X}=3.70$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซอเม่า, ลายผ้า, เหยี่ยวรางวัล ข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า และข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.60$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.67$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.61$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O , มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ และข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหยี่ยวรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.66$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.57$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 4 ข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.47$) รองลงมา ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.45$) ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหยี่ยวรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.42$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.62$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{x}=3.75$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{x}=3.40$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก จำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.8บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{x}=3.70$) ข้อที่ 3.3กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{x}=3.60$) พบว่ามีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากัน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและข้อที่ 3.11ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{x}=3.50$) ตามลำดับ

ตารางที่ 92 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 3 กล่องบรรจุ 1 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
4	ด้านการตลาด															
	4.1บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มี บุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา	3.76	.83	มาก	3.60	.90	มาก	3.80	.78	มาก	3.20	.63	ปาน กลาง	3.67	.84	มาก
	4.2บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่ม ผู้บริโภค	3.70	.76	มาก	3.52	.98	มาก	3.80	.78	มาก	3.30	.67	ปาน กลาง	3.62	.83	มาก
	4.3บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ ของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร	3.52	.84	มาก	3.25	.92	ปาน กลาง	3.70	.67	มาก	3.90	.87	มาก	3.48	.86	ปาน กลาง
	4.4บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียด แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน	3.58	.86	มาก	3.47	.90	ปาน	3.90	.73	มาก	3.80	.91	มาก	3.59	.87	มาก
	4.5บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัว ผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า	3.70	.78	มาก	3.47	.93	ปาน	3.80	.63	มาก	3.30	.82	ปาน กลาง	3.61	.82	มาก
	4.6รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	3.83	.87	มาก	3.65	.89	มาก	3.50	.84	มาก	3.50	.97	มาก	3.73	.88	มาก

ตารางที่ 92 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย(\bar{X})และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 3 กล่องบรรจุ 1 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
	4.7.บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้าง มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า	3.71	.85	มาก	3.65	.80	มาก	3.60	.69	มาก	3.30	.82	ปาน กลาง	3.65	.82	มาก
	4.8.บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและ ความประทับใจ	3.72	.85	มาก	3.55	.81	มาก	3.50	.52	มาก	3.10	.87	ปาน กลาง	3.61	.83	มาก
	4.9.บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวาง เรียงบนชั้นจัดจำหน่าย	3.76	.84	มาก	3.47	.87	ปาน กลาง	3.60	.84	มาก	3.20	.42	ปาน กลาง	3.62	.84	มาก
	รวม	3.69	.83	มาก	3.51	.88	มาก	3.68	.72	มาก	3.40	.77	ปาน กลาง	3.62	.84	มาก

จากตารางที่ 92 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดการจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.62$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.3บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.48$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.69$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา และข้อที่4.9บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย($\bar{X}= 3.76$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค และ ข้อที่4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า($\bar{X}= 3.70$)

กลุ่มผู้จัดการจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}= 3.51$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 4 ข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ย(\bar{X})เท่ากัน 3 ข้อได้แก่ ข้อที่4.4บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน ข้อที่4.5บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า และข้อที่4.9บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย($\bar{X}=3.47$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่4.3บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร($\bar{X}=3.25$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ข้อที่4.1บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา ข้อที่4.2บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค และ ข้อที่4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.80$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ข้อได้แก่ ข้อที่4.7บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่4.9บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัด

จำหน่าย ($\bar{X} = 3.60$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ข้อได้แก่ ข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X} = 3.50$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.40$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร ($\bar{X} = 3.90$) ข้อที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน ($\bar{X} = 3.80$) ข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ($\bar{X} = 3.50$) ตามลำดับ

ตารางที่ 93 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 3 ถุนบรรจุ 1 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
3	ด้านการออกแบบกราฟิก															
	3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.82	.83	มาก	3.75	.77	มาก	3.90	.99	มาก	3.50	1.08	มาก	3.78	.84	มาก
	3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.58	.90	มาก	3.87	.68	มาก	4.10	.56	มาก	3.80	1.13	มาก	3.72	.85	มาก
	3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.77	.87	มาก	3.90	.77	มาก	3.90	.87	มาก	3.80	1.03	มาก	3.82	.85	มาก
	3.4 นำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.80	.76	มาก	3.75	.70	มาก	3.90	.73	มาก	3.50	.84	มาก	3.77	.75	มาก
	3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.78	.88	มาก	3.75	.74	มาก	4.20	.63	มาก	3.50	1.08	มาก	3.78	.84	มาก
	3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความ สวยงาม	3.92	.95	มาก	3.95	.71	มาก	4.00	.81	มาก	3.60	.96	มาก	3.91	.87	มาก

ตารางที่ 93 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ	ระดับ	n=40	ระดับ	ระดับ	n=10	ระดับ	ระดับ	n=10	ระดับ	ระดับ	n=140	ระดับ	ระดับ
	\bar{X}	ความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ	\bar{X}	ความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ	\bar{X}	ความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ	\bar{X}	ความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ	\bar{X}	ความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ
ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า แนวทางชุดที่ 3 ถุนบรรจุ 1 ขวด	3.93	.81	มาก	3.67	.88	มาก	4.00	.66	มาก	3.40	ปานกลาง	มาก	3.82	.86	มาก
3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์	4.03	.89	มาก	3.72	.96	มาก	3.90	.87	มาก	3.40	ปานกลาง	มาก	3.89	.93	มาก
3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย	3.79	.86	มาก	3.80	.80	มาก	3.95	.79	มาก	3.51	มาก	มาก	3.78	.86	มาก
รวม															

จากตารางที่ 93 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=3.78$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ ($X=3.82$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($X=3.78$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($X=3.77$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัลและข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($X=3.72$) ตามลำดับเมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=3.79$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัลและ ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($X=3.70$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=3.80$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($X=3.75$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่าและข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($X=3.90$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 12 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เมามีภูเขา, ซ่อมเมา, ลายผ้า, เหยียดูรางวัล ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า และข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหยียดูรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=4.00$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O , มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O , มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.90$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนครและข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.80$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.51$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 5 ข้อ พบว่ามีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเมา, ลายผ้า, เหยียดูรางวัล ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหยียดูรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ และข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าสนใจเหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.40$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.30$)

ตารางที่ 94 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภคน						ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม				
	n=80		ระดับ ความ พึง พอใจ		n=40		ระดับ ความ พึง พอใจ		n=10		ระดับ ความ พึง พอใจ		n=140		ระดับ ความ พึง พอใจ					
	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD	\bar{X}	SD				
4	ด้านการตลาด 4.1บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มี บุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา 4.2บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่ม ผู้บริโภค 4.3บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ ของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร 4.4บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียด แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน 4.5บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัว ผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า 4.6รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม																			
	4.03	.94	3.80	1.04	4.30	.67	3.50	1.08	3.95	.97	3.88	.95	3.82	.84	3.68	.88	3.83	.83	3.95	.87

จากตารางที่ 94 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 4.2บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค และ ข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X}=3.88$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค และข้อที่ 4.7บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า ($\bar{X}= 3.96$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.72$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตาและข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ($\bar{X}=3.80$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.13$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา และ ข้อที่ 4.2บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค ($\bar{X}=4.30$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 4.4บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน และ ข้อที่ 4.6รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ข้อที่ 4.8บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ และ ข้อที่ 4.9บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($\bar{X}= 4.10$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 4.3บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร และข้อที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.00$) ตามลำดับ

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.71$) เมื่อพิจารณาราย ข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน และข้อที่ 4.9 บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($\bar{X}=3.80$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า ข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=3.70$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค และข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ($\bar{X}=3.60$) ตามลำดับ

ตารางที่ 95 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 3 กล่องบรรจุ 2 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
3	ด้านการออกแบบกราฟิก															
	3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O .มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.78	.89	มาก	3.80	.88	มาก	4.10	.99	มาก	3.40	1.17	มาก	3.78	.91	มาก
	3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.85	.90	มาก	3.85	.76	มาก	4.20	.42	มาก	3.30	1.15	มาก	3.83	.87	มาก
	3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.86	.93	มาก	3.90	.84	มาก	4.00	.94	มาก	3.60	1.07	มาก	3.86	.91	มาก
	3.4 นำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.87	.84	มาก	3.75	.86	มาก	4.20	.63	มาก	3.80	1.13	มาก	3.85	.86	มาก
	3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.95	.93	มาก	3.85	.83	มาก	4.30	.43	มาก	3.40	1.07	ปาน กลาง	3.90	.90	มาก
	3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความ สวยงาม	3.92	.93	มาก	3.97	.80	มาก	4.10	.73	มาก	3.70	1.05	มาก	3.93	.89	มาก

ตารางที่ 95 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย
ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ		n=40	ระดับ		n=10	ระดับ		n=10	ระดับ		n=140	ระดับ	
		\bar{X}	SD		ความ	พึง		พอใจ	ความ		พึง	พอใจ		ความ	พึง
ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เก่า ชุดที่ 3 กล่องบรรจุ 2 ขวด	3.83	.94	มาก	3.65	1.05	มาก	4.30	.48	มาก	3.10	.73	ปาน	3.76	.96	มาก
3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์	4.00	.84	มาก	3.85	.86	มาก	4.10	.73	มาก	3.20	.63	ปาน	3.90	.84	มาก
3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย	3.84	.89	มาก	3.78	.90	มาก	4.08	.73	มาก	3.46	1.01	มาก	3.81	.90	มาก
	รวม														

จากตารางที่ 95 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.81$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากัน จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O , มาโอ บนบรรจุภัณฑ์และข้อที่ 3.14บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย($\bar{x} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.84$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากัน จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.2ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้าMao Wineบนบรรจุภัณฑ์ไวน์และข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า($\bar{x} = 3.85$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.1ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซอเม่า, ลายผ้า, เหยี่ยวรางวัล ($\bar{x} = 3.78$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.78$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากัน จำนวน 7 ข้อ ค่าเฉลี่ยของคะแนนสูงที่สุด ได้แก่ ข้อที่ 3.6สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามและข้อที่ 3.12ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์($\bar{x} = 3.97$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.2ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้าMao Wineบนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าข้อที่ 3.5สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.14บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย($\bar{x} = 3.85$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.1ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{x} = 3.80$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.92$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 13 ข้อ ค่าเฉลี่ยของคะแนนสูงที่สุด ได้แก่ ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.30$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม ข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย และ ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัล ($\bar{X} = 4.10$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X} = 4.00$) รองลงมา ที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.90$) ตามลำดับ

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.46$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีจำนวน 5 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X} = 3.40$) รองลงมา ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัล ($\bar{X} = 3.30$) ข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.20$) ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.10$) ตามลำดับ

ตารางที่ 96 แสดงค่าเฉลี่ย(\bar{X})และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80			n=40			n=10			n=10			n=140		
	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ
4	ด้านการตลาด 4.1บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามทันสมัย มี บุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา 4.2บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่ม ผู้บริโภค 4.3บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ ของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร 4.4บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียด แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน 4.5บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัว ผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า 4.6รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม														
	3.98	.99	มาก	4.00	.87	มาก	4.50	.52	มากที่สุด	3.80	.78	มาก	4.01	.92	มาก
	3.98	.83	มาก	3.97	.94	มาก	4.40	.69	มาก	3.80	.78	มาก	4.00	.85	มาก
	3.76	.97	มาก	3.67	.91	มาก	4.00	.81	มาก	4.20	.78	มาก	3.78	.93	มาก
	3.76	.91	มาก	3.87	.93	มาก	4.30	.67	มาก	3.90	.99	มาก	3.84	.91	มาก
	3.95	.87	มาก	3.80	1.01	มาก	4.10	.73	มาก	4.00	.94	มาก	3.92	.90	มาก
	4.01	.09	มาก	3.95	.93	มาก	4.30	.67	มาก	3.80	1.03	มาก	4.00	.90	มาก

ตารางที่ 96 ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย(\bar{X})และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 3 กล่องบรรจุ 2 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
	4.7บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้าง มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า	3.93	.86	มาก	3.97	.91	มาก	4.30	.67	มาก	3.50	.84	มาก	3.94	.87	มาก
	4.8บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและ ความประทับใจ	4.01	.92	มาก	3.80	.93	มาก	4.20	.63	มาก	3.80	1.13	มาก	3.95	.92	มาก
	4.9บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวาง เรียงบนชั้นจัดจำหน่าย	3.97	.82	มาก	4.02	.89	มาก	4.40	.69	มาก	3.80	.91	มาก	4.00	.84	มาก
	รวม	3.92	.80	มาก	3.89	.92	มาก	4.27	.67	มาก	3.84	.90	มาก	3.93	.89	มาก

จากตารางที่ 96 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.93$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 3 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค ข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามและข้อที่ 4.9บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.00$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.92$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามและข้อที่ 4.8บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X}=4.01$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 4.1บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา และข้อที่ 4.2บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค ($\bar{X}=3.98$) รองลงมาที่มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 4.3บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร และ ข้อที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์ที่มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน($\bar{X}=3.76$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.89$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.5บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่าและ ข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ($\bar{X}=3.80$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.27$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา

กลุ่มนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ
2 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.84$) และเมื่อ
พิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน
8 ข้อ ได้แก่ข้อที่4.1บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา ข้อที่4.2
บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค ข้อที่4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ข้อที่4.8
บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ และ ข้อที่4.9 บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อ
วางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย($\bar{X}=3.80$)

ตารางที่ 97 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สรุปภาพรวมของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย
ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก และด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภคน	ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	n=40	n=10	n=140	n=140							
	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	
		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
1	ความพึงพอใจ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์มา ชุดที่ 3	3.67	.82	3.57	.88	3.62	.81	3.40	.94	3.62	.84	3.62	.84
2	ด้านการออกแบบกราฟิก	3.69	.83	3.51	.88	3.68	.72	3.40	.77	3.62	.84	3.62	.84
	ด้านการตลาด	3.68	.82	3.54	.88	3.65	.76	3.40	.85	3.62	.84	3.62	.84
	รวม												

จากตารางที่ 97 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.62$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากันจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก และข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.62$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.68$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.69$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก($\bar{X}=3.67$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.54$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.57$) และ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.51$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน ของกล่องบรรจุ 1 ขวด มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก($\bar{X}=3.65$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.68$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก($\bar{X}=3.62$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง($\bar{X}=3.40$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากันจำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก และข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.40$)

ตารางที่ 98 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ภาพรวมของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย
ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก และด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภคนักจัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์แม่ ชุดที่ 3	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
1	ด้านการออกแบบกราฟิก	3.79	.86	มาก	3.80	.80	มาก	3.95	.79	มาก	3.51	1.05	มาก	3.78	.86	มาก
2	ด้านการตลาด	3.93	.89	มาก	3.72	.87	มาก	4.13	.75	มาก	3.71	1.00	มาก	3.87	.89	มาก
	รวม	3.86	.87	มาก	3.76	.83	มาก	4.04	.77	มาก	3.61	1.02	มาก	3.82	.87	มาก

จากตารางที่ 98 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.87$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.78$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.86$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.93$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.79$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.76$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.80$) และ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.72$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.13$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.95$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 3 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.61$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.71$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.51$)

ตารางที่ 99 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) - สรุปภาพรวมของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 3 ด้านการออกแบบกราฟิก และด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า ชุดที่ 3	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80			n=40			n=10			n=10			n=140		
		\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ	\bar{X}	SD	ระดับ ความ พึง พอใจ
1	ด้านการออกแบบกราฟิก	3.84	.89	มาก	3.78	.90	มาก	4.08	.73	มาก	3.46	1.01	มาก	3.81	.90	มาก
2	ด้านการตลาด	3.92	.80	มาก	3.89	.92	มาก	4.27	.67	มาก	3.84	.90	มาก	3.93	.89	มาก
	รวม	3.88	.84	มาก	3.83	.91	มาก	4.17	.70	มาก	3.65	.95	มาก	3.87	.89	มาก

จากตารางที่ 99 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร โฆษก เจ้าหน้าที่ ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุขวด ชุดที่ 3 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.93$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.81$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุขวด ชุดที่ 3 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.88$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.92$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.84$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุขวด ชุดที่ 3 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.83$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.89$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.78$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุขวด ชุดที่ 3 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.17$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.27$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=4.08$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุขวด ชุดที่ 3 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.65$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.84$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.46$)



ภาพที่ 42 บรรจุภัณฑ์ไวน์เมาชุดที่ 4 ด้านหน้าและด้านหลัง

ตารางที่ 100 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ชุดที่ 4 กล่องบรรจุ 1 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ	ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ	ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ	ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ	ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ	ความ พึง พอใจ
		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
3	ด้านการออกแบบกราฟิก															
	3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.91	.87	มาก	3.77	1.02	มาก	3.70	1.05	มาก	3.80	1.03	มาก	3.85	.93	มาก
	3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้าMao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.90	.88	มาก	3.82	.93	มาก	3.80	.91	มาก	3.90	.99	มาก	3.87	.89	มาก
	3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.93	.94	มาก	4.15	.86	มาก	4.30	.82	มาก	4.10	.99	มาก	4.03	.91	มาก
	3.4 นำหนักสีของสีที่บรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.82	.93	มาก	4.07	.94	มาก	4.40	.84	มาก	3.70	1.15	มาก	3.92	.95	มาก
	3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	3.76	.90	มาก	3.92	.91	มาก	4.10	.87	มาก	3.70	.67	มาก	3.82	.88	มาก
	3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความ สวยงาม	3.81	.96	มาก	4.10	.87	มาก	4.20	.91	มาก	4.10	.99	มาก	3.94	.94	มาก

ตารางที่ 100 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย
ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภคน=80	ผู้จัดจำหน่าย n=40			ผู้ผลิต n=10			นักออกแบบ n=140			รวม
		ระดับ	ความพึงพอใจ	SD	ระดับ	ความพึงพอใจ	SD	ระดับ	ความพึงพอใจ	SD	
ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 4 กล่องบรรจุ 1 ขวด	3.90 .86	3.95 .87	4.30 .82	3.40 1.07	3.90 .88	มาก	ปานกลาง	มาก			
3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหรียญ รางวัล	3.77 .96	3.87 .91	4.40 .84	3.90 .87	3.85 .94	มาก	มาก	มาก			
3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร	3.85 .85	3.87 .88	4.20 1.03	3.80 .78	3.87 .86	มาก	มาก	มาก			
3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ ภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า	3.90 .88	3.97 .76	4.20 .78	3.70 .67	3.92 .82	มาก	มาก	มาก			
3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ ภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า	3.81 .84	3.85 .86	4.10 .87	3.90 .99	3.85 .85	มาก	มาก	มาก			
3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมาย การค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์	3.90 .90	3.72 .87	4.10 .73	4.10 .87	3.87 .88	มาก	มาก	มาก			

ตารางที่ 100 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์มาชุดที่ 4 กล่องบรรจุ 1 ขวด	\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์	3.76	.86	มาก	3.85	.92	มาก	4.30	.82	มาก	3.50	.70	มาก	3.80	.87	มาก
3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย	3.90	.94	มาก	4.12	.75	มาก	4.10	.73	มาก	3.90	.99	มาก	3.97	.88	มาก
รวม	3.85	.89	มาก	3.93	.88	มาก	4.15	.85	มาก	3.82	.91	มาก	3.89	.89	มาก

จากตารางที่ 100 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X = 3.89$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวม พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า ($X = 3.92$) รองลงมา ได้แก่ ข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($X = 3.87$) ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร และข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($X = 3.85$) ตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X = 3.85$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากมีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน จำนวน 9 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัล ข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ และข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย ($X = 3.90$) รองลงมา ได้แก่ ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม และ ข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($X = 3.81$) ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ ($X = 3.76$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X = 3.93$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร และ ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($X = 3.87$) รองลงมา ได้แก่ ข้อ

ที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังโวน์เม่า และข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.85$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.15$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 12 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์โวน์เม่า และข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์โวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=4.40$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์โวน์เม่า ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์โวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัล และข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลบนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=4.30$) ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์โวน์เม่า และ ข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าโวน์เม่า ($\bar{X}=4.20$) ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์โวน์เม่า ข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังโวน์เม่า ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ และข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.10$) ตามลำดับ

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.82$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์โวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัล ($\bar{X}=3.40$)

ตารางที่ 101 แสดงค่าเฉลี่ย(\bar{X})และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน(SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด

ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ชุดที่ 4 กล่องบรรจุ 1 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}
4	ด้านการตลาด																
	4.1บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มี บุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา	3.97	.82	มาก	4.05	.84	มาก	3.90	.87	มาก	3.90	1.10	มาก	3.98	.84	มาก	
	4.2บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่ม ผู้บริโภค	3.90	.96	มาก	3.95	.87	มาก	3.90	.87	มาก	3.90	1.10	มาก	3.91	.93	มาก	
	4.3บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ ของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร	3.71	1.02	มาก	3.92	.91	มาก	4.30	.82	มาก	4.00	1.15	มาก	3.83	.99	มาก	
	4.4บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียด แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน	3.77	.85	มาก	3.90	.92	มาก	4.40	.84	มาก	4.10	.99	มาก	3.87	.89	มาก	
	4.5บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัว ผลิตภัณฑ์ไวน์เมา	3.88	.89	มาก	3.97	.80	มาก	4.20	.78	มาก	3.90	1.10	มาก	3.93	.87	มาก	
	4.6รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	3.87	.83	มาก	3.90	.90	มาก	3.90	.87	มาก	3.90	.99	มาก	3.88	.85	มาก	

ตารางที่ 101 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย(\bar{X})และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า

ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
	\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
4.7.บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้าง มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า	4.00	.81	มาก	4.02	.80	มาก	4.10	.73	มาก	4.00	.94	มาก	4.01	.80	มาก
4.8.บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและ ความประทับใจ	3.93	.84	มาก	4.07	.88	มาก	4.20	.78	มาก	3.90	1.10	มาก	3.99	.86	มาก
4.9.บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวาง เรียงบนชั้นจัดจำหน่าย	4.03	.89	มาก	4.02	.83	มาก	4.20	.78	มาก	3.80	1.13	มาก	4.02	.88	มาก
รวม	3.89	0.87	มาก	3.97	0.86	มาก	4.12	.81	มาก	3.93	1.06	มาก	3.93	0.87	มาก

จากตารางที่101 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.93$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{x}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ข้อที่ 4.9บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย($\bar{x} = 4.02$) ข้อที่4.7บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า($\bar{x} = 4.01$) ข้อที่4.8บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{x} = 3.99$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.89$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{x}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่4.9บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.03$) ข้อที่4.7บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า ($\bar{x} = 4.00$) ข้อที่4.1บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา ($\bar{x} = 3.97$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.97$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากัน จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ ข้อที่4.7บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า และข้อที่4.9 บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย($\bar{x} = 4.02$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่4.4บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน และข้อที่4.6รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม($\bar{x} = 3.90$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.12$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากัน จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.5บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า ข้อที่4.8บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ และข้อที่4.9บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.20$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่4.1บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุด

ดา ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภคและ ข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ($\bar{X}=3.90$) ตามลำดับ

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.93$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร และ ข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.00$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัยมีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค ข้อที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 4.6 รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X}=3.90$) ตามลำดับ

ตารางที่ 102 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย

ประเภทบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม้าชุดที่ 4 ถุงบรรจุ 1 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}
3	ด้านการออกแบบกราฟิก																
	3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O .มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า	3.98	.92	มาก	3.87	.911	มาก	3.90	.99	มาก	3.90	.87	มาก	3.94	.91	มาก	มาก
	3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า	3.88	.92	มาก	3.90	.95	มาก	4.00	.81	มาก	4.00	.81	มาก	3.90	.91	มาก	มาก
	3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า	4.01	.87	มาก	4.02	.91	มาก	4.40	.69	มาก	4.00	.94	มาก	4.04	.88	มาก	มาก
	3.4 นำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า	3.98	.90	มาก	4.00	.93	มาก	4.50	.70	มากที่สุด	3.80	1.03	มาก	4.01	.91	มาก	มาก
	3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า	4.01	.83	มาก	3.97	.91	มาก	4.20	.78	มาก	3.70	.48	มาก	3.99	.83	มาก	มาก
	3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความ สวยงาม	3.97	.95	มาก	4.17	.84	มาก	4.40	.69	มาก	4.10	.87	มาก	4.07	.90	มาก	มาก

ตารางที่ 102 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ	ความพึงพอใจ	n=40	ระดับ	ความพึงพอใจ	n=10	ระดับ	ความพึงพอใจ	n=10	ระดับ	ความพึงพอใจ	n=140	ระดับ	ความพึงพอใจ
	\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 4 ถุงบรรจุ 1 ขวด	3.98	.84	มาก	4.00	.84	มาก	4.50	.70	มากที่สุด	3.70	.82	มาก	4.00	.84	มาก
3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหรียญ รางวัล	3.81	.98	มาก	4.02	.86	มาก	4.50	.70	มากที่สุด	4.00	.81	มาก	3.93	.93	มาก
3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร	4.01	.77	มาก	3.87	.88	มาก	4.20	1.03	มาก	3.80	.78	มาก	3.97	.82	มาก
3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.98	.86	มาก	4.02	.73	มาก	4.40	.69	มาก	3.80	.78	มาก	4.01	.81	มาก
3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ ภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า	3.93	.80	มาก	3.85	.86	มาก	4.30	.67	มาก	3.90	1.10	มาก	3.93	.83	มาก
3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ ภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า	4.02	.88	มาก	3.92	.82	มาก	4.10	.73	มาก	4.00	.94	มาก	4.00	.85	มาก
3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมาย การค้า MA-O .มาโอ บนบรรจุภัณฑ์															

ตารางที่ 102 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ชุดที่ 4 ถุงบรรจุ 1 ขวด	3.98	มาก	.84	3.97	มาก	.94	4.30	มาก	.82	3.90	มาก	1.10	4.00	มาก	.88
3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์	4.10	มาก	.88	4.17	มาก	.78	4.50	มากที่สุด	.70	4.10	มาก	.99	4.15	มาก	.84
3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย	3.97	มาก	.87	3.98	มาก	.86	4.30	มาก	.76	3.90	มาก	.88	3.99	มาก	.86
	รวม														

จากตารางที่102 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.99$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}=4.01$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหยี่ยวรางวัล ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ และ ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหยี่ยวรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=4.00$) ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร และ ข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.93$) ตามลำดับเมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.97$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.01$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหยี่ยวรางวัล ข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหยี่ยวรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=3.98$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 10 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.17$) รองลงมา ได้แก่ ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=4.02$) ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซ่อมเม่า, ลายผ้า, เหยี่ยวรางวัล ($\bar{X}=4.00$) ข้อที่ 3.5 สีของ

ตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.13ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ (\bar{X} =3.97) ข้อที่ 3.1ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า (\bar{X} =3.87) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้าน การออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =4.30) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 4 ข้อและมีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน ได้แก่ ข้อที่ 3.4น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.7ลักษณะของภาพประกอบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา,ช่อเม่า,ลายผ้า,เหรียญรางวัล ข้อที่ 3.8บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนครและ ข้อที่ 3.14บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย (\bar{X} =4.50)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภท ถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก (\bar{X} =3.90) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 14 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.6สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและ ข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย (\bar{X} = 4.10) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 3.2ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้าMao Wineบนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.3กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่3.8บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร และข้อที่ 3.12ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ (\bar{X} =4.00) ข้อที่ 3.1ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.11ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า และข้อที่ 3.13ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์(\bar{X} = 3.90) ข้อที่ 3.4น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.9ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า และข้อที่ 3.10ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ ด้านหน้าไวน์เม่า (\bar{X} =3.80) ข้อที่ 3.5สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.7ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา,ช่อเม่า,ลายผ้า,เหรียญรางวัล(\bar{X} =3.70) ตามลำดับ

ตารางที่ 103 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า

ประเภทบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 4 ถุงบรรจุ 1 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
4	ด้านการตลาด															
	4.1บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มี บุคลิกพิเศษโดดเด่นดูดีตา	4.10	.88	มาก	4.22	.65	มาก	4.60	.69	มากที่สุด	4.10	.99	มาก	4.17	.82	มาก
	4.2บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่ม ผู้บริโภค	4.05	.97	มาก	4.10	.77	มาก	4.50	.70	มากที่สุด	4.00	.94	มาก	4.09	.90	มาก
	4.3บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ ของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร	3.88	.98	มาก	3.97	.83	มาก	4.50	.70	มากที่สุด	4.00	.94	มาก	3.96	.92	มาก
	4.4บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียด แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน	3.95	.84	มาก	3.87	.82	มาก	4.40	.69	มาก	4.00	.94	มาก	3.96	.83	มาก
	4.5บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาดัว ผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า	4.12	.87	มาก	3.92	.88	มาก	4.50	.70	มากที่สุด	4.00	.94	มาก	4.08	.87	มาก
	4.6รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	4.08	.85	มาก	4.15	.83	มาก	4.70	.67	มากที่สุด	3.90	1.10	มาก	4.13	.86	มาก

ตารางที่ 103 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
	\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
4.7 บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยยกระดับและสร้าง มูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า	4.16	.83	มาก	4.02	.99	มาก	4.60	.69	มาก	4.00	.94	มาก	4.14	.88	มาก
4.8 บรรจุภัณฑ์ที่ช่วยสร้างการทรงจำและ ความประทับใจ	4.12	.83	มาก	4.10	.77	มาก	4.60	.69	มากที่สุด	3.90	.99	มาก	4.13	.82	มาก
4.9 บรรจุภัณฑ์ที่มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวาง เรียงบนชั้นจัดจำหน่าย	4.13	.88	มาก	4.17	.74	มาก	4.50	.70	มาก	3.70	1.15	มาก	4.14	.86	มาก
	4.06	.88	มาก	4.05	.80	มาก	4.54	.69	มากที่สุด	3.95	.99	มาก	4.08	.86	มาก

จากตารางที่ 103 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.08$) เมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่า และข้อที่ 4.9 บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($\bar{X}=4.14$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.06$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า และ ข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=4.12$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภคและ ข้อที่ 4.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร ($\bar{X}=4.10$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาดในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.54$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน ($\bar{X}=4.40$)

กลุ่มนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค ข้อที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร ข้อที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน ข้อที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่ โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ ไวน์เม่าและ ข้อที่ 4.7 บรรจุภัณฑ์

ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.00$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่4.6 รูปแบบ
บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงาม ข้อที่4.8บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X}=3.90$)
ตามลำดับ

ตารางที่ 104 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 4 กล่องบรรจุ 2 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม			
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	\bar{X}
3	ด้านการออกแบบกราฟิก																
	3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	4.06	.87	มาก	3.82	1.03	มาก	4.00	.94	มาก	3.90	.73	มาก	3.97	.91	มาก	มาก
	3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	4.01	.84	มาก	3.97	.99	มาก	4.20	.63	มาก	4.30	.48	มาก	4.03	.86	มาก	มาก
	3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	4.07	.93	มาก	4.17	.93	มาก	4.50	.70	มากที่สุด	4.10	.87	มาก	4.13	.91	มาก	มาก
	3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.98	.87	มาก	4.10	.98	มาก	4.50	.84	มากที่สุด	3.90	.87	มาก	4.05	.90	มาก	มาก
	3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	3.93	.90	มาก	4.02	.83	มาก	4.30	.67	มาก	3.70	.48	มาก	3.97	.84	มาก	มาก
	3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์ที่มีความ สวยงาม	4.00	.88	มาก	4.20	.82	มาก	4.50	.52	มากที่สุด	4.10	.99	มาก	4.10	.85	มาก	มาก

ตารางที่ 104 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
	n=80	ระดับ		n=40	ระดับ		n=10	ระดับ		n=10	ระดับ		n=140	ระดับ	
		\bar{X}	SD		ความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ		ความพึงพอใจ	ความพึงพอใจ		\bar{X}	SD		ความพึงพอใจ	\bar{X}
ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์แม่ชุดที่ 4 กล่องบรรจุ 2 ขวด	4.13	.82	มาก	4.07	.79	มาก	4.50	.70	มาก	3.80	.63	มาก	4.12	.79	มาก
3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ ไวน์แม่มีภูเขา, ซ่อมแม่, สายผ้า, เหรียญ รางวัล	3.88	.88	มาก	3.95	.93	มาก	4.50	.70	มากที่สุด	3.90	.99	มาก	3.95	.90	มาก
3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์แม่แสดงเอกลักษณ์ ท้องถิ่นของจังหวัดสตูลนคร	4.00	.79	มาก	4.07	.79	มาก	4.50	.52	มากที่สุด	3.70	.48	มาก	4.03	.77	มาก
3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของ บรรจุภัณฑ์ไวน์แม่	4.03	.81	มาก	3.95	.90	มาก	4.20	.63	มากที่สุด	4.20	.63	มาก	4.03	.81	มาก
3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ ภัณฑ์ด้านหน้าไวน์แม่	3.98	.75	มาก	4.02	.89	มาก	4.20	.63	มากที่สุด	4.40	.69	มาก	4.04	.78	มาก
3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุ ภัณฑ์ด้านหลังไวน์แม่	4.08	.81	มาก	3.90	.87	มาก	4.30	.67	มากที่สุด	3.90	.73	มาก	4.03	.81	มาก
3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมาย การค้า MA-O, มาโอ บนบรรจุภัณฑ์															

ตารางที่ 104 (ต่อ) แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อที่	ผู้บริโภคน=80	ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม	
		ระดับความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	ระดับความพึงพอใจ	\bar{X}	SD	n=140	ระดับความพึงพอใจ
3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัลบนบรรจุภัณฑ์	4.01	.78	3.92	1.07	4.60	.51	3.80	.78	4.01	.87	มาก	มากที่สุด
3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจเหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย	4.16	.83	4.22	.80	4.70	.48	3.80	.78	4.19	.81	มาก	มากที่สุด
รวม	4.02	.84	4.02	.90	4.39	.65	3.96	.72	4.04	.84	มาก	มาก

จากตารางที่ 104 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวม ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า และ ข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=4.03$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O ,มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=3.97$)

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.2 ขนาดของตัวอักษรชื่อสินค้า Mao Wine บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์ ($\bar{X}=4.01$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามและข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.00$) ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=3.98$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากัน จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซอเม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัล ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{X}=4.07$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.11 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหลังไวน์เม่า ($\bar{X}=4.02$) ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนครและข้อที่ 3.10 ตำแหน่งการจัดวางข้อความบรรจุภัณฑ์ด้านหน้าไวน์เม่า ($\bar{X}=3.95$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิกในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=4.39$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด มีจำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย ($X=4.70$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์($X=4.60$) ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซอเม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัล ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนคร และข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า($X=4.50$) ตามลำดับ

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($X=3.96$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (X) เท่ากัน จำนวน 11 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 3.3 กลุ่มสีรวมของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและข้อที่ 3.6 สีของระบบการพิมพ์บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม($X=4.10$) รองลงมาได้แก่ ข้อที่ 3.1 ชื่อเครื่องหมายการค้า MA-O , มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.4 น้ำหนักสีของสีพื้นบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ข้อที่ 3.8 บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าแสดงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดสกลนครและข้อที่ 3.12 ตำแหน่งการจัดวางตราเครื่องหมายการค้า MA-O , มาโอ บนบรรจุภัณฑ์ ($X=3.90$) ข้อที่ 3.7 ลักษณะของภาพประกอบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่ามีภูเขา, ซอเม่า, ลายผ้า, เหรียญรางวัล ข้อที่ 3.13 ตำแหน่งการจัดวางตราเหรียญรางวัล บนบรรจุภัณฑ์และข้อที่ 3.14 บรรจุภัณฑ์ที่มีความสวยงามน่าสนใจ เหมาะสมที่จะผลิตเพื่อการจัดจำหน่าย($X=3.80$) ข้อที่ 3.5 สีของตัวอักษร บนบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าและ ข้อที่ 3.9 ตำแหน่งการจัดวางภาพประกอบ ของบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า($X=3.70$) ตามลำดับ

ตารางที่ 105 แสดงค่าเฉลี่ย(\bar{X})และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของระดับความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า
ประเภททดลองบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ชุดที่ 4 ทดลองบรรจุ 2 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD		\bar{X}	SD	
4	ด้านการตลาด															
	4.1.บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มี บุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา	4.20	.80	มาก	4.32	.72	มาก	4.60	.51	มากที่สุด	4.10	.87	มาก	4.25	.77	มาก
	4.2.บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่ม ผู้บริโภค	4.20	.90	มาก	4.15	.89	มาก	4.60	.51	มากที่สุด	3.90	.87	มาก	4.19	.88	มาก
	4.3.บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะ ของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร	3.93	.97	มาก	3.87	1.01	มาก	4.50	.70	มากที่สุด	4.20	.91	มาก	3.97	.97	มาก
	4.4.บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียด แหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน	3.97	.85	มาก	3.85	.97	มาก	4.50	.70	มากที่สุด	4.00	.81	มาก	3.97	.88	มาก
	4.5.บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่ ไรชนาตัว ผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า	4.05	.89	มาก	4.05	.87	มาก	4.40	.69	มาก	4.20	.91	มาก	4.08	.87	มาก
	4.6.รูปแบบบรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม	4.07	.89	มาก	4.12	.82	มาก	4.80	.82	มากที่สุด	4.40	.51	มาก	4.16	.84	มาก

จากตารางที่ 105 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.11$) และเมื่อพิจารณารายข้อในภาพรวมพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร และข้อที่ 4.4 บรรจุภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจน ($\bar{x}=3.97$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริโภค มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.09$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากัน จำนวน 2 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา และข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค ($\bar{x}=4.20$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.07$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{x}) จากมากไปหาน้อย ได้แก่ ข้อที่ 4.1 บรรจุภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา ($\bar{x}=4.32$) ข้อที่ 4.9 บรรจุภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย ($\bar{x}=4.17$) ข้อที่ 4.2 บรรจุภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภค ($\bar{x}=4.15$) ตามลำดับ

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.57$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า มีบางข้อที่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก มีจำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{x}=4.40$)

กลุ่มนักออกแบบมีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการตลาด ในภาพรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=4.08$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจที่สอดคล้องกันอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย (\bar{x}) เท่ากัน จำนวน 8 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 4.3 บรรจุภัณฑ์แสดงถึงเอกลักษณ์เฉพาะของท้องถิ่นจังหวัดสกลนคร และข้อที่ 4.5 บรรจุภัณฑ์เป็นสื่อเผยแพร่โฆษณาตัวผลิตภัณฑ์ไวน์เม่า ($\bar{x}=4.20$) รองลงมา

ได้แก่ ข้อที่4.1บรรจุกภัณฑ์มีความสวยงามทันสมัย มีบุคลิกพิเศษโดดเด่นสะดุดตา และข้อที่4.8บรรจุกภัณฑ์ช่วยสร้างการทรงจำและความประทับใจ ($\bar{X}=4.10$) ข้อที่4.4 บรรจุกภัณฑ์มีการแสดงรายละเอียดแหล่งที่มาของผลิตภัณฑ์ไวน์ที่ชัดเจนและข้อที่ 4.7บรรจุกภัณฑ์ช่วยยกระดับและสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ไวน์เมา ($\bar{X}=4.00$) ข้อที่4.2 บรรจุกภัณฑ์ช่วยดึงดูดความสนใจกลุ่มผู้บริโภคและข้อที่4.9 บรรจุกภัณฑ์มีลักษณะโดดเด่นเมื่อวางเรียงบนชั้นจัดจำหน่าย($\bar{X}=3.90$) ตามลำดับ

ตารางที่ 106 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สรุปภาพรวมของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก และด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์มาชุดที่ 4 กล่องบรรจุ 1 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
1	ด้านการออกแบบกราฟิก	3.85	.89	มาก	3.93	.88	มาก	4.15	.85	มาก	3.82	.91	มาก	3.89	.89	มาก
2	ด้านการตลาด	3.89	.87	มาก	3.97	.86	มาก	4.12	.81	มาก	3.93	1.06	มาก	3.93	.87	มาก
	รวม	3.87	.88	มาก	3.95	.87	มาก	4.13	.83	มาก	3.87	.98	มาก	3.91	.88	มาก

จากตารางที่ 106 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านกราฟิก และด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.91$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.93$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.89$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.85$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.95$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.97$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.93$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.13$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=4.15$) และ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.12$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทกล่องบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.87$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.93$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.82$)

ตารางที่ 107 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สรุปภาพรวมของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก และด้านการตลาด ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบกราฟิก บรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า ชุดที่ 4 ถุงบรรจุ 1 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	ระดับ ความ พึง พอใจ
1	ด้านการออกแบบกราฟิก	\bar{X}	.87	มาก	\bar{X}	.86	มาก	\bar{X}	.76	มาก	\bar{X}	.88	มาก	\bar{X}	3.99	.86
2	ด้านการตลาด	\bar{X}	.88	มาก	\bar{X}	.80	มาก	\bar{X}	.69	มากที่สุด	\bar{X}	.99	มาก	\bar{X}	4.08	.86
รวม		\bar{X}	.87	มาก	\bar{X}	.83	มาก	\bar{X}	.72	มาก	\bar{X}	.93	มาก	\bar{X}	4.03	.86

จากตารางที่ 107 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.03$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.08$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.99$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากโดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.06$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.97$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.01$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.05$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.98$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.42$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบ้างข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.54$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่ายประเภทถุงบรรจุ 1 ขวด ชุดที่ 4 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.92$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=3.95$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.90$)

ตารางที่ 108 แสดงค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) - สรุปภาพรวมของระดับความพึงพอใจการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านการออกแบบกราฟิก และด้านการตลาดของผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต และนักออกแบบ

ข้อ ที่	ความพึงพอใจ การออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม้า ชุดที่ 4 กล่องบรรจุ 2 ขวด	ผู้บริโภค			ผู้จัดจำหน่าย			ผู้ผลิต			นักออกแบบ			รวม		
		n=80	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=40	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=10	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD	n=140	ระดับ ความ พึง พอใจ	SD
1	ด้านการออกแบบกราฟิก	4.02	.84	มาก	4.02	.90	มาก	4.39	.65	มาก	3.96	.72	มาก	4.04	.84	มาก
2	ด้านการตลาด	4.09	.88	มาก	4.07	.88	มาก	4.57	.67	มากที่สุด	4.08	.82	มาก	4.11	.87	มาก
	รวม	4.05	.86	มาก	4.04	.89	มาก	4.48	.66	มาก	4.02	.77	มาก	4.07	.85	มาก

จากตารางที่ 108 พบว่า กลุ่มผู้บริหาร ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.07$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.11$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=4.04$) เมื่อพิจารณาเป็นกลุ่มพบว่า

กลุ่มผู้บริหาร มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.05$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.09$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=4.02$)

กลุ่มผู้จัดจำหน่าย มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.04$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.07$) และข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=4.02$)

กลุ่มผู้ผลิต มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.48$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ยกเว้นบางข้อมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด จำนวน 1 ข้อ ได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.57$)

กลุ่มนักออกแบบ มีความพึงพอใจต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อจัดจำหน่าย ประเภทกล่องบรรจุ 2 ขวด ชุดที่ 4 ด้านกราฟิกและด้านการตลาด สรุปภาพรวมทั้ง 2 ด้าน มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.02$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ส่วนใหญ่มีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ย (\bar{X}) จากมากไปหาน้อยได้แก่ ข้อที่ 2 ด้านการตลาด ($\bar{X}=4.08$) และ ข้อที่ 1 ด้านการออกแบบกราฟิก ($\bar{X}=3.96$)

ตารางที่ 109 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ที่เหมาะสมจะนำไปผลิตเพื่อการจำหน่าย เป็นลำดับที่ 1 ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับ	ความพึงพอใจ ที่มีต่อการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	ผู้บริโภค n=80		ผู้จัดจำหน่าย n=40		ผู้ผลิต n=10		นักออกแบบ n=10		รวม n=140	
		ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ลำดับที่ 1	ชุดที่ 1	2	2.5	7	17.5	1	10	1	10	11	7.9
	ชุดที่ 2	7	8.8	2	5	0	0	1	10	10	7.1
	ชุดที่ 3	34	42.5	2	5	1	10	1	10	38	27.1
	ชุดที่ 4	37	46.2	29	72.5	8	80	7	70	81	57.9

จากตารางที่ 109 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ที่เหมาะสมที่จะนำไปผลิตเพื่อการจำหน่าย เป็นลำดับที่ 1 ในภาพรวมพบว่ามีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่

คะแนนเลือกเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ชุดที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 57.9

รองลงมาเลือกเป็นลำดับที่ 2 ได้แก่ ชุดที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 27.1

รองลงมาเลือกเป็นลำดับที่ 3 ได้แก่ ชุดที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 7.9

น้อยที่สุดเลือกเป็นลำดับที่ 4 ได้แก่ ชุดที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 7.1

ตารางที่ 110 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ที่มีเหมาะสมจะนำไปผลิตเพื่อการจำหน่าย เป็นลำดับที่ 2 ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับ	ความพึงพอใจ ที่มีต่อการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	ผู้บริโภค n=80		ผู้จัดจำหน่าย n=40		ผู้ผลิต n=10		นักออกแบบ n=10		รวม n=140	
		ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ลำดับที่ 2	ชุดที่ 1	18	22.5	4	10	1	10	2	20	25	17.9
	ชุดที่ 2	13	16.3	8	20	3	30	2	20	26	18.6
	ชุดที่ 3	27	33.8	22	55	4	40	5	50	58	41.4
	ชุดที่ 4	22	27.5	6	15	2	20	1	10	31	22.1

จากรายการที่ 110 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ที่เหมาะสมที่จะนำไปผลิตเพื่อการจำหน่าย เป็นลำดับที่ 2 ในภาพรวมพบว่ามีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่

คะแนน เลือกเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ชุดที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 41.4

รองลงมาเลือกเป็นลำดับที่ 2 ได้แก่ ชุดที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 22.1

รองลงมาเลือกเป็นลำดับที่ 3 ได้แก่ ชุดที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 18.6

น้อยที่สุดเลือกเป็นลำดับที่ 4 ได้แก่ ชุดที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 17.9

ตารางที่ 111 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ที่มีเหมาะสมจะนำไปผลิตเพื่อการค้าจำหน่าย เป็นลำดับที่ 3 ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับ	ความพึงพอใจ ที่มีต่อการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	ผู้บริโภค n=80		ผู้จัดจำหน่าย n=40		ผู้ผลิต n=10		นักออกแบบ n=10		รวม n=140	
		ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ลำดับที่ 3	ชุดที่ 1	24	30	9	22.5	3	30	3	30	39	27.9
	ชุดที่ 2	38	47.5	21	52.5	6	60	5	50	70	50
	ชุดที่ 3	9	11.25	10	25	1	10	1	10	21	15
	ชุดที่ 4	9	11.25	0	0	0	0	1	10	10	7.1

จากตารางที่ 111 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ที่เหมาะสมที่จะนำไปผลิตเพื่อการค้าจำหน่าย เป็นลำดับที่ 3 ในภาพรวมพบว่ามีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่

คะแนน เลือกเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ชุดที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 50

รองลงมาเลือกเป็นลำดับที่ 2 ได้แก่ ชุดที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 27.9

รองลงมาเลือกเป็นลำดับที่ 3 ได้แก่ ชุดที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 15

น้อยที่สุดเลือกเป็นลำดับที่ 4 ได้แก่ ชุดที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 7.1

ตารางที่ 112 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ ของความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ที่มีเหมาะสมจะนำไปผลิตเพื่อการจำหน่าย เป็นลำดับที่ 4 ของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับ	ความพึงพอใจ ที่มีต่อการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เมา	ผู้บริโภค n=80		ผู้จัดจำหน่าย n=40		ผู้ผลิต n=10		นักออกแบบ n=10		รวม n=140	
		ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ลำดับที่ 4	ชุดที่ 1	36	45	20	50	5	50	4	40	65	46.5
	ชุดที่ 2	22	27.5	9	22.5	1	10	2	20	34	24.3
	ชุดที่ 3	10	12.5	6	15	4	40	3	30	23	16.4
	ชุดที่ 4	12	15	5	12.5	0	0	1	10	18	12.8

จากตารางที่ 112 พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและนักออกแบบ มีความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา ที่เหมาะสมจะนำไปผลิตเพื่อการจำหน่าย เป็นลำดับที่ 4 ในภาพรวมพบว่ามีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่

คะแนน เลือกเป็นลำดับที่ 1 ได้แก่ ชุดที่ 1 คิดเป็นร้อยละ 46.5

รองลงมาเลือกเป็นลำดับที่ 2 ได้แก่ ชุดที่ 2 คิดเป็นร้อยละ 24.3

รองลงมาเลือกเป็นลำดับที่ 3 ได้แก่ ชุดที่ 3 คิดเป็นร้อยละ 16.4

น้อยที่สุดเลือกเป็นลำดับที่ 4 ได้แก่ ชุดที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 12.8

ตารางที่ 113 แสดงจำนวนและค่าร้อยละ สรุปลผลของการจัดลำดับความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เม่าที่เหมาะสมจะนำไปผลิตเพื่อการค้าจำหน่ายของกลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิต นักออกแบบ เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย

ลำดับ	ความพึงพอใจ ที่มีต่อการออกแบบ บรรจุภัณฑ์ไวน์เม่า	ผู้บริโภค n=80		ผู้จัดจำหน่าย n=40		ผู้ผลิต n=10		นักออกแบบ n=10		รวม n=140	
		ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ	ความถี่	ร้อยละ
ลำดับที่ 1	ชุดที่ 1	2	2.5	7	17.5	1	10	1	10	11	7.9
	ชุดที่ 2	7	8.8	2	5	0	0	1	10	10	7.1
	ชุดที่ 3	34	42.5	2	5	1	10	1	10	38	27.1
	ชุดที่ 4	37	46.2	29	72.5	8	80	7	70	81	57.9
ลำดับที่ 2	ชุดที่ 1	18	22.5	4	10	1	10	2	20	25	17.9
	ชุดที่ 2	13	16.3	8	20	3	30	2	20	26	18.6
	ชุดที่ 3	27	33.8	22	55	4	40	5	50	58	41.4
	ชุดที่ 4	22	27.5	6	15	2	20	1	10	31	22.1
ลำดับที่ 3	ชุดที่ 1	24	30	9	22.5	3	30	3	30	39	27.9
	ชุดที่ 2	38	47.5	21	52.5	6	60	5	50	70	50
	ชุดที่ 3	9	11.25	10	25	1	10	1	10	21	15
	ชุดที่ 4	9	11.25	0	0	0	0	1	10	10	7.1
ลำดับที่ 4	ชุดที่ 1	36	45	20	50	5	50	4	40	65	46.5
	ชุดที่ 2	22	27.5	9	22.5	1	10	2	20	34	24.3
	ชุดที่ 3	10	12.5	6	15	4	40	3	30	23	16.4
	ชุดที่ 4	12	15	5	12.5	0	0	1	10	18	12.8

จากตารางที่ 113 สรุปผลของการจัดลำดับความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์ไวน์เมา
ที่มีเหมาะสมจะนำไปผลิตเพื่อการจำหน่าย พบว่า กลุ่มผู้บริโภค ผู้จัดจำหน่าย ผู้ผลิตและ
นักออกแบบ มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่

ลำดับที่ 1 ได้แก่ ชุดที่ 4 ร้อยละ 57.9

ลำดับที่ 2 ได้แก่ ชุดที่ 3 ร้อยละ 41.4

ลำดับที่ 3 ได้แก่ ชุดที่ 2 ร้อยละ 50

ลำดับที่ 4 ได้แก่ ชุดที่ 1 ร้อยละ 46.5