

บทที่ 4

ผลการศึกษา

ผลที่ได้จากการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลในการค้นคว้าแบบอิสระ เรื่องการออกแบบกราฟิกในแบบฉบับเอกลักษณ์ท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง แบ่งออกเป็น 9 ส่วน ดังนี้

- 1) ผลการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ
- 2) ผลการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ
- 3) ผลจากการสอบถามข้อมูล
- 4) ผลจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล
- 5) ผลการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง
- 6) ผลการวิเคราะห์ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง
- 7) สรุปผลการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง
- 8) ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง
- 9) ผลการจัดทำและนำเสนอผลงาน

4.1 ผลการศึกษาข้อมูลปฐมภูมิ

4.1.1 ผลการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้งที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน จากแหล่งจำหน่ายผลสัมพันธ์สายน้ำผึ้งในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่ามีทั้งหมด 8 แบบ ดังภาพที่ 4.1

4.1.2 ผลการศึกษารูปแบบบรรจุภัณฑ์ของฝากอื่นๆ ที่วางจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ข้อมูลจำนวน 16 ตัวอย่าง ประกอบด้วย ถุงกระดาษจำนวน 7 ถุง กล่องกระดาษจำนวน 2 กล่อง และป้ายฉลาก จำนวน 7 ชิ้น ดังภาพที่ 4.2

4.1.3 ผลการศึกษารูปแบบตราสัญลักษณ์หรือโลโก้ ตัวอักษร ชื่อของสถานที่ต่างๆ ในจังหวัดเชียงใหม่ ได้ข้อมูลจำนวน 134 ตัวอย่าง ดังภาพที่ 4.3-4.6 ซึ่งประกอบด้วย

- | | |
|---------------------------------------|---------------|
| - โรงแรม ที่พัก รีสอร์ท และสปา | จำนวน 80 ชิ้น |
| - ร้านอาหารและเครื่องดื่ม | จำนวน 15 ชิ้น |
| - บริษัท ห้างร้าน สมาคม ชมรม และอื่นๆ | จำนวน 22 ชิ้น |
| - สถานที่ราชการ โรงเรียน และโรงพยาบาล | จำนวน 17 ชิ้น |



ภาพที่ 4.1 รูปแบบบรรจุภัณฑ์ส้มสายน้ำผึ้งที่รวบรวมได้จากแหล่งจำหน่ายในจังหวัดเชียงใหม่





ภาพที่ 4.3 ตราสัญลักษณ์ หรือโลโก้ ประเภทโรงแรม ที่พัก รีสอร์ท และสปา





ภาพที่ 4.3 ตราสัญลักษณ์ หรือโลโก้ ประเภทโรงแรม ที่พัก รีสอร์ท และสปา (ต่อ)



ภาพที่ 4.3 ตราสัญลักษณ์ หรือโลโก้ ประเภทโรงแรม ที่พัก รีสอร์ท และสปา (ต่อ)



ภาพที่ 4.4 ตราสัญลักษณ์ หรือโลโก้ ประเภทร้านอาหารและเครื่องดื่ม



ภาพที่ 4.5 ตราสัญลักษณ์ หรือโลโก้ ประเภตบริษัท ห้างร้าน สมาคม ชมรม และอื่นๆ



ภาพที่ 4.6 ตราสัญลักษณ์ หรือโลโก้ ประเภทสถานที่ราชการ โรงเรียน และโรงพยาบาล

4.2 ผลการศึกษาข้อมูล τυτυกฏม

ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ในเรื่องเอกลักษณ์ท้องถิ่นของ จังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ได้เป็น 2 กลุ่มใหญ่ๆ คือ เอกลักษณ์ ทางธรรมชาติ และเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

4.2.1 เอกลักษณ์ทางธรรมชาติ ทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ที่มีอยู่หลายแห่งและเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป ในฐานะที่เป็นแหล่งท่องเที่ยว แหล่งทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ จนกลายเป็นเอกลักษณ์ที่สำคัญของเชียงใหม่ โดยแบ่งตามลักษณะของเอกลักษณ์ ได้ดังนี้

ก. สิ่งที่มีอยู่ตามสภาพภูมิศาสตร์

ดอยอินทนนท์ เป็นภูเขาที่สูงที่สุดของประเทศไทย เดิมเรียกว่า ดอยอ่างกา หลวง หรือดอยอ่างกา มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ของเมืองเชียงใหม่ คือ เป็นที่ตั้งพระสถูปบรรจุอัฐิของพระเจ้าอินทวิชยานนท์ เจ้าผู้ครองนครเชียงใหม่ องค์ที่ 7 (พ.ศ. 2413-2440) ซึ่งพระราชชายาเจ้าดารารัศมีพระราชธิดา ได้อัญเชิญพระอัฐิส่วนหนึ่งไปประดิษฐานบนดอยอ่างกานับตั้งแต่นั้นมาดอยอ่างกาจึงได้ชื่อใหม่ว่า ดอยอินทนนท์ ซึ่งมีทิวทัศน์ทางธรรมชาติที่สวยงามบนยอดดอยมีภูมิอากาศที่หนาวเย็น มีเมฆหมอกปกคลุมอยู่ตลอดเวลา มีความชื้นสูงมากตลอดปี เป็นป่าดงดิบที่มีความงดงามเฉพาะตัว ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางขึ้นไปสัมผัสยอดดอยแห่งนี้ ในช่วงฤดูหนาวอุณหภูมิเหนือยอดดอยต่ำกว่า 0 องศาเซลเซียส จะเกิดปรากฏการณ์ธรรมชาติน้ำค้างแข็ง

ิมมีชื่อว่า คอยอ้อยช้าง เพราะเป็นที่มีอ้อยสำหรับช้างเป็นจำนวนมาก สำหรับชื่อ คอยสุเทพ เรียกตามนามของพระสุเทวฤๅณ ซึ่งเคยมาบำเพ็ญตะบะอยู่เมื่อประมาณพุทธศตวรรษที่ 11-12 คอยสุเทพเป็นที่ตั้งของวัดพระธาตุคอยสุเทพราชวรวิหาร ซึ่งเป็นปูชนียสถานสำคัญแห่งหนึ่งของชาวเชียงใหม่ พระเจ้ากือนา กษัตริย์ราชวงศ์มังราย ผู้สร้างนครเชียงใหม่ ทรงบรรจุพระบรมธาตุไว้ที่วัดสวนดอก เมื่อ พ.ศ.1914 และพระบรมธาตุอีกส่วนหนึ่งทรงอันเชิญไปบรรจุไว้ ณ พระธาตุคอยสุเทพ

คอยอ่างขาง เป็นเทือกเขาสูง 1,800 เมตร จากระดับน้ำทะเล ภูมิอากาศหนาวเย็นตลอดทั้งปี เป็นที่ตั้งสถานีวิจัยหลวงคอยอ่างขาง ซึ่งมีการปลูกและวิจัยพืชผักผลไม้เมืองหนาว อีกทั้งยังเป็นแหล่งดูนกที่สำคัญอีกแห่งหนึ่ง คอยอ่างขางเป็นแนวชายแดนของไทยที่ติดกับพม่า จึงมีหมู่บ้านของกลุ่มชนต่างๆ ที่อพยพข้ามแดนไปมา เช่น กลุ่มดาละอั้ง จินฮ่อ และชาวเขาเผ่าต่างๆ

ข. ปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ

ออบหลวง เป็นปรากฏการณ์ธรรมชาติที่สวยงาม ตั้งอยู่ในบริเวณวนอุทยานแห่งชาติออบหลวง อำเภอฮอด จังหวัดเชียงใหม่ เป็นลำน้ำใหญ่ที่มีน้ำไหลเชี่ยวคดเคี้ยวในระหว่างโขดเขาและหุบผา มีเกาะแก่ง และหาดทรายเป็นช่วงๆ ทิวป่าเขียวขจีและเทือกเขาสลับซับซ้อนทำให้ลำน้ำแม่แจ่มมีทัศนียภาพสวยงาม คำว่า อ้อป หรือ ออบ เป็นภาษาท้องถิ่น หมายถึง ช่องแคบ หลวง หมายถึง ใหญ่ ดังนั้นออบหลวงจึงเป็นชื่อเฉพาะที่ใช้เรียกช่องแคบหินขนาดใหญ่ ที่มีลำน้ำแม่แจ่มบิบบตัวแทรกผ่านไป ลานหินและโตรกผาที่ถูกน้ำอันเชี่ยวกรากกัดกร่อน จนเป็นลวดลายรูปร่างแปลกตาสวยงาม

น้ำพุร้อน หรือมีชื่อเรียกอย่างอื่นอีก เช่น บ่อร้อน โป่งน้ำร้อน หรือโป่งเดือด ในจังหวัดเชียงใหม่มีอยู่หลายแห่ง เช่น โป่งเดือดป่าแป๋ บ่อน้ำร้อนอำเภอฝาง บ่อน้ำร้อนเทพพนม น้ำพุร้อนสันกำแพง เป็นต้น

ค. พืชพันธุ์ไม้

กุหลาบพันปี หรือคำแดง จะพบที่ยอดคอยอินทนนท์บริเวณอ่างกาหลวง ซึ่งเป็นหนองน้ำบนยอดคอยที่มีความชื้นสูงมาก กุหลาบพันปีมีดอกสีแดง ลักษณะเหมือนกุหลาบผสมดอกชบา ออกดอกช่วงเดือนกุมภาพันธ์-พฤษภาคม

งเซ

วอยผมในเทศกาลหรือการฟ้อนรำต่างๆ เช่น ฟ้อนเล็บ ฟ้อนเทียน เป็นต้น กล่าวได้ว่า ดอกเอื้อง เป็นเอกลักษณ์ของสาวเชียงใหม่

ต้นยาง เป็นต้นไม้ที่ปลูกขึ้นจากนโยบายกำเนิดต้นไม้ริมทางหลวง ของเจ้าพระยาสุรสีห์วิสิษฐศักดิ์ ข้าหลวงสิทธิฯตามณฑลพายัพ ซึ่งต้องการปรับปรุงถนนหลวงให้มีความร่มรื่น จึงได้มีการปลูกต้นยางไว้สองข้างทางของถนนเชียงใหม่-ลำพูน ในช่วงเขตอำเภอเมืองเชียงใหม่และเขตอำเภอสарภี

ง. สัตว์

ช้าง ในอดีตมีความสำคัญมาก โดยเฉพาะในส่วนพิธีกรรมทางศาสนา ทางการเมือง รวมทั้งทางไสยศาสตร์ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งที่เชื่อมโยงวิถีชีวิตของคนกับช้างไว้ด้วยกัน อีกทั้งช้างยังเป็นอนุบาลารมีของเจ้าผู้ครองนคร คือพระมหากษัตริย์องค์ใดมีช้างเผือกหลายเชือกก็ถือว่าพระมหากษัตริย์องค์นั้นมีบารมีมาก นอกจากนี้ชาวล้านนายังเห็นความสำคัญของช้าง จึงได้นำมาตั้งชื่อตามสถานที่ต่างๆ เช่น อนุสาวรีย์ช้างเผือก ตำบลช้างเผือก ถนนช้างม่วย ถนนช้างคลาน วัดล้ามช้าง วัดช้างคำ เป็นต้น จึงทำให้ช้างกลายเป็นสัตว์สัญลักษณ์ประจำจังหวัดเชียงใหม่ และเป็นตราประจำจังหวัดเชียงใหม่อีกด้วย

4.2.2 เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเชียงใหม่ ที่สั่งสมกันมานานจนถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของเมืองเชียงใหม่ ได้แก่ ภาษาถิ่น ประเพณี ศิลปกรรม ศิลปหัตถกรรม อาหาร เป็นต้น

ก. ภาษาถิ่นเชียงใหม่หรือคำเมือง เป็นสื่อสัมพันธ์ทางเชื้อชาติ ที่มีการบันทึกเรื่องราวทางพระพุทธศาสนา พิธีกรรม ความเชื่อ ตำนาน ตำนาน และวรรณกรรมพื้นบ้าน ฯลฯ ในรูปแบบของจารใบลาน และพับสา ภาษาถิ่นเชียงใหม่มีทั้งที่เป็นภาษาเขียนและภาษาพูด โดยเฉพาะภาษาพูดคำเมืองสำเนียงเชียงใหม่ เป็นสำเนียงที่อ่อนหวานเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของภาษาคำเมืองเชียงใหม่

ข. ประเพณี ที่เป็นเอกลักษณ์ของเชียงใหม่ที่สำคัญ ได้แก่

ประเพณียี่เป็ง (ลอยกระทง) เป็นประเพณีที่มีมาแต่โบราณ ตรงกับวันขึ้น 15 ค่ำเดือน 12 หรือเดือนยี่เห่นื่อ เมื่อประเพณีดังกล่าวมาถึงประชาชนทั่วไปจะพร้อมใจเฉลิมฉลองกันอย่างมีความสุข สนุกสนาน

ประเพณีปี๋ใหม่เมือง ตรงกับกลางเดือนเมษายนของทุกปี ซึ่งถือว่าวันที่ 13 เมษายน เป็นวันที่พระอาทิตย์ย้ายจากราศีมีนเข้าสู่ราศีเมษ เป็นการเปลี่ยนศักราชใหม่ ชาวล้านนาเรียกว่า ปี๋ใหม่เมือง ในโอกาสนี้ทุกคนต่างร่วมกันเฉลิมฉลองด้วยการนำน้ำมารดหรือสาดกัน เพื่อเป็นการอวยพรปี๋ใหม่ เป็นการแสดงไมตรีจิตที่ดงามต่อกันในช่วงประเพณีปี๋ใหม่เมืองชาวล้านนา

ฐานของประชากร สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์ทางกายภาพและวัฒนธรรมอันปรากฏเป็นภูมิปัญญาของท้องถิ่น ได้แก่ เรือนกาแล ที่ถือเป็นสถาปัตยกรรมพื้นถิ่น ที่เป็นเอกลักษณ์ของนครเชียงใหม่ ซึ่งเป็นการวางผังเรือนกาแลและฝีมือของช่างควบคู่กันไปด้วย กล่าวคือ เป็นเรือนแฝดและครัวไฟ ใต้ถุนสูง หลังคาทรงจั่ว มุงด้วยดินขอ (กระเบื้องดินเผา) ปั้นลม ส่วนบนเป็นรูปกาแล มีการตกแต่งนอกเหนือจากกาแล ได้แก่ ห้ายนต์ ไม้ปิดหัวแป ซึ่งมีการแกะสลักลวดลายอย่างสวยงาม

ง. ศิลปหัตถกรรม เป็นงานที่สร้างสรรค์ด้วยศิลปะล้านนา ผ่านการสืบสานด้วยวัฒนธรรมและสังคมในอดีต เป็นแหล่งปัญญา ความรู้ ความคิด โดยรวมศาสตร์แขนงต่างๆ กับศิลปวิทยาการร่วมสมัย แสดงให้เห็นถึงคุณลักษณะและอุปนิสัยอันเป็นเอกลักษณ์แห่งภูมิปัญญาท้องถิ่น ที่มีรูปลักษณ์โดดเด่นเป็นที่รู้จักกันแพร่หลาย ได้แก่

เครื่องเงิน เป็นงานหัตถกรรมที่มีความประณีตงดงามเฉพาะถิ่นและความได้เปรียบเชิงช่าง กล่าวได้ว่า ปัจจุบันหัตถกรรมเครื่องเงินจะปรากฏอยู่ในเชียงใหม่เท่านั้น จึงเป็นเอกลักษณ์ที่ชาวเชียงใหม่มีความภาคภูมิใจ

เครื่องเงิน เป็นเอกลักษณ์ด้านหัตถกรรมที่สำคัญของชาวเชียงใหม่ ซึ่งมีลักษณะเด่น คือ การแกะสลักลายสองด้าน ช่างจะใช้เทคนิคดอกจากด้านในให้หมุนตามโครงร่างรอบนอกของลายก่อน แล้วตีกลับจากด้านนอกเป็นลายละเอียดอีกทีหนึ่ง ลวดลายจึงมีลักษณะลึกกว่าลายของภาคกลาง ส่วนสำคัญอีกประการหนึ่ง คือ ลายสิบสองนักษัตรของเครื่องเงินเชียงใหม่ จะเป็นรูปช้าง มิใช่รูปหมูที่เป็นสัญลักษณ์ของปีภุณ ซึ่งในภาษาล้านนา เรียกว่า ปีไ้

นอกจากนี้ยังมีศิลปหัตถกรรม ที่พัฒนารูปแบบและลวดลายจนเป็นเอกลักษณ์โดดเด่นเฉพาะตัวของชาวเชียงใหม่ และเป็นที่รู้จักกันอย่างแพร่หลาย สามารถจัดเป็นสินค้าส่งออกของเชียงใหม่และของประเทศ ได้แก่ การแกะสลักไม้ การทำร่ม การทอผ้าฝ้ายและผ้าไหม เครื่องปั้นดินเผา เป็นต้น

จ. อาหารของชาวเชียงใหม่ ได้รับความนิยมนิยมจากคนทั่วไป เนื่องจากลักษณะทางโภชนาการที่มีประโยชน์ต่อสุขภาพและถูกสุขลักษณะ โดยนำเอาเครื่องสมุนไพรพืชผักพื้นบ้านมาประกอบเป็นอาหาร นอกจากนั้นยังมีอาหารที่ประกอบขึ้นตามเทศกาลงานบุญประเพณีต่างๆ เช่น ห่อนึ่งไ้ ห่อนึ่งแฉ แกงฮังเล แกงโฮะ เป็นต้น อาหารที่ขึ้นชื่อสำหรับใช้ต้อนรับแขกหรือเพื่อสนิทมิตรสหาย คือ ลาบ แกงอ่อม ยำจิ้นไ้ ขนมน้ำจืดซึ่งมีหนังปอง แคบหมู และผักเป็นเครื่องเคียง อาหารที่นิยมเป็นของฝากที่มีชื่อเสียงของเชียงใหม่ ได้แก่ จิ้นส้ม (แหนม) หมูยอ ไ้ฮั่ว น้ำพริกหนุ่ม น้ำพริกอ่อง กระเทียมดอง ท้อดอง เป็นต้น ที่เป็นของหวานของว่างได้แก่ ข้าวคัมมัด ขน

จ็อก กระละเมอ ข้าวแต๋น ข้าวหลามมูล เป็นต้น สำหรับการจัดสำรับกับข้าวจะจัดใส่ในขันโตก (สะโตก) สมาชิกในครอบครัวจะนั่งล้อมวงรับประทานอาหารพร้อมหน้ากัน และพัฒนามาเป็นงานเลี้ยงรับรองแขกผู้มาเยือน มีการแสดงทางศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้านให้ชมด้วย เรียกว่า ขันโตกดินเนอร์ ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นอย่างหนึ่งของชาวเชียงใหม่

4.3 ผลจากการสอบถามข้อมูล

ผลจากการสรุปข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามชุดแรก จำนวน 205 ชุด ในเรื่องเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดเชียงใหม่ สามารถสรุปลักษณะรูปภาพที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ แบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม คือ บุคคลสำคัญ สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ศิลปวัฒนธรรม และเอกลักษณ์ ดังแสดงในตารางที่ 4.1-4.4

ตารางที่ 4.1 บุคคลสำคัญของจังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	บุคคลสำคัญ	มีผู้เลือก (คน)	เปอร์เซ็นต์
----------	------------	-----------------	-------------

1	ครูบาศรีวิชัย 	81	40%
2	พญามังราย 	55	27%
3	พระยาภาณุวิไล 	46	22%
4	เจ้าดารารัศมี 	23	11%
	รวม	205	100%

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved

ตารางที่ 4.2 สิ่งศักดิ์สิทธิ์ซึ่งเป็นที่เคารพสักการะของจังหวัดเชียงใหม่

--	--	--	--

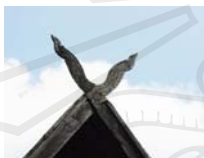
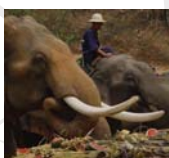
ลำดับที่	สิ่งศักดิ์สิทธิ์	มีผู้เลือก (คน)	เปอร์เซ็นต์
1	พระธาตุคอกยสุเทพ 	59	29%
2	นางสาวรีย์ครุฑาศรีวิชัย 	41	20%
3	นางสาวรีย์สามกษัตริย์ 	41	20%
4	พระพุทธสิหิงส์ 	36	17%
5	แจ่งเมือง-ประตูเมือง 	28	14%
	รวม	205	100%

ตารางที่ 4.3 ศิลปวัฒนธรรมของจังหวัดเชียงใหม่

--	--	--	--

ลำดับที่	ศิลปวัฒนธรรม	มีผู้เลือก (คน)	เปอร์เซ็นต์
1	เรือนกาแล 	50	24%
2	ขันโตก 	35	18%
3	หม้อดอก 	32	15%
4	ตัวเมือง เลี้ยวคไค่ง เลี้ยวคไค่ง	32	15%
5	ตุ่ง-โคม 	28	14%
6	ฟ้อนเมือง 	28	14%
	รวม	205	100%

ตารางที่ 4.4 เอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่

ลำดับที่	เอกลักษณ์	มีผู้เลือก (คน)	เปอร์เซ็นต์
1	พระธาตุคอกยสุเทพ 	47	23%
2	กาแล 	43	21%
3	ขันโตก 	32	16%
4	ช้าง 	30	15%
5	ตัวเมือง เจดีย์ขาวใหญ่ เจดีย์ขาวเล็ก	28	13%
6	คนเมือง 	25	12%
	รวม	205	100%

4.4 ผลจากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล

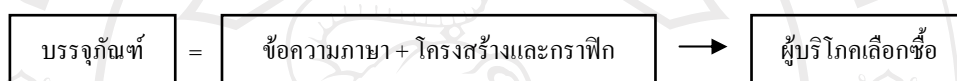
4.4.1 โครงสร้างในการสื่อสารของบรรจุกัญท์สัมพันธ์สู่สายน้ำผึ้งที่มีต่อผู้บริโภค

ผลการศึกษาข้อมูลทฤษฎีทำให้ทราบถึงโครงสร้างในการสื่อสารของบรรจุกัณฑ์ สัมพันธ์สายน้ำผึ้งที่มีต่อผู้บริโภค จะประกอบด้วยโครงสร้างหลักๆ อยู่ 2 ด้าน คือ

ก. การสื่อสารผ่านข้อความที่เป็นภาษา โดยข้อความที่มีผลต่อผู้บริโภค เช่น การระบุชื่อของผลิตภัณฑ์ สัญลักษณ์ รายละเอียด นวัตกรรม จำนวน ข้อความต่างๆ เป็นต้น

ข. การสื่อสารผ่านรูปแบบโครงสร้างและกราฟิก ประกอบด้วย วัสดุ รูปร่าง รูปทรง สี สัน ลวดลาย เป็นต้น

จากส่วนประกอบของโครงสร้างในการสื่อสารบรรจุกัณฑ์ โดยผ่านข้อความที่เป็นภาษา รวมทั้งรูปแบบของโครงสร้างและรูปแบบกราฟิกที่เหมาะสม จะมีผลในการที่ผู้บริโภคหรือกลุ่มเป้าหมายตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์นั้นได้ ดังแผนภูมิที่ 4.1



แผนภูมิที่ 4.1 โครงสร้างในการสื่อสารของบรรจุกัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้งต่อผู้บริโภค

4.4.2 ความต้องการรูปแบบบรรจุกัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง

ผลการวิเคราะห์จากแบบสอบถามชุดแรก จำนวน 205 ชุด สามารถสรุปสรุปรายงานทางด้านสุนทรียภาพและความต้องการของรูปแบบบรรจุกัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง ที่เป็นของฝากจากเชียงใหม่ในปัจจุบัน เพื่อใช้เป็นแนวทางก่อนเริ่มต้นทำการออกแบบต้นแบบบรรจุกัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง ได้ดังตารางที่ 4.5

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ความต้องการรูปแบบบรรจุกัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้งในปัจจุบัน

รูปแบบของบรรจุภัณฑ์	ผลการวิเคราะห์
1. โครงสร้างของบรรจุภัณฑ์	ควรมีความทนทานในการรับน้ำหนักจากการบรรจุผลผลิตและการเรียงซ้อนได้ดี มีรูปทรงที่เหมาะสมแก่การจัดวางและการเก็บรักษา สามารถบรรจุผลผลิตได้ง่ายและมีขนาดที่พอเหมาะกับปริมาณที่กำหนด ซึ่งในปัจจุบัน โครงสร้างของกล่องมีขนาดที่เป็นมาตรฐานจึงไม่ก่อให้เกิดปัญหา ทำให้ไม่จำเป็นต้องปรับเปลี่ยนโครงสร้างขึ้นใหม่ โดยรูปแบบของกล่องบรรจุภัณฑ์ที่พบส่วนใหญ่ แบ่งออกเป็น 3 แบบ คือ กล่อง RSC กล่องฝาครอบ และกล่องไคคัท ซึ่งจะเป็นแบบที่มีรูปทรงเป็นแบบหูก้าว และสะดวกต่อการจับถือ
2. ลวดลายของภาพกราฟิกบนบรรจุภัณฑ์	ยังไม่มีหลากหลาย ส่วนใหญ่ใช้ภาพผลส้มซึ่งมีทั้งแบบเต็มผลและผ่าครึ่งให้เห็นเนื้อส้มด้านใน ลวดลายที่คล้ายคลึงกันทำให้ดูแล้วไม่น่าสนใจ ควรมีการปรับเปลี่ยนโดยการนำเอาเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่มาใช้ในการออกแบบร่วมด้วย เพื่อสื่อให้เห็นว่าส้มพันธุ์สายน้ำผึ้งนั้นเป็นของฝากที่ขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่ ที่มีรสชาติดี และมีคุณภาพ 

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์ส้มพันธุ์สายน้ำผึ้งในปัจจุบัน (ต่อ)

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์	ผลสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์						
3. รูปแบบของตัวอักษรและข้อความบนบรรจุภัณฑ์	รูปแบบของตัวอักษรส่วนใหญ่ จะมีรูปแบบฟอนต์ที่มีลักษณะเหมือนตัวเขียนหรือลายมือ เช่น ฟอนต์ DS FreeHand, DS Dusit, DS Lily, DS Modern, DS Ribbon, JS Toomtam, PSL Isara, PSL ChalalaiClassic เป็นต้น ส่วนในบางตัวอย่างมีการใช้รูปแบบฟอนต์ที่เป็นตัวหนาไม่มีหัว เช่น ฟอนต์ DB Erawan, DB SathornMedium, DB Silom เป็นต้น <u>ตัวอย่างฟอนต์</u> <table border="0"> <tr> <td>DS FreeHand</td><td>ส้มสายน้ำผึ้ง</td></tr> <tr> <td>JS Toomtam</td><td>ส้มสายน้ำผึ้ง</td></tr> <tr> <td>PSL ChalalaiClassic</td><td>ส้มสายน้ำผึ้ง</td></tr> </table> ในส่วนของคุณสมบัติที่ระบุไว้บนตัวกล่องมีอยู่ 2 รูปแบบ ซึ่งแบ่งตามลักษณะของความหมายที่สื่อออกมา ได้ดังนี้ ก. แสดงออกในเรื่องความรู้สึกจากผู้ให้และผู้รับ เพราะผู้ที่ซื้อส่วนใหญ่มีจุดประสงค์หลักเพื่อเป็นของฝาก ดังนั้นจึงมีการระบุข้อความว่า - “สวัสดิ” เพื่อบ่งบอกว่าเป็นของฝากในช่วงเทศกาลปีใหม่ เพราะคำว่า “สวัสดิ” เป็นเหมือนคำทักทาย และเป็นคำย่อที่แสดงถึงสวัสดิปีใหม่ - “ของฝากจากเชียงใหม่” เพื่อบ่งบอกว่าเป็นของฝากที่ผู้ซื้อได้มาเที่ยวเชียงใหม่ และซื้อกลับไปฝากแก่ผู้รับ 	DS FreeHand	ส้มสายน้ำผึ้ง	JS Toomtam	ส้มสายน้ำผึ้ง	PSL ChalalaiClassic	ส้มสายน้ำผึ้ง
DS FreeHand	ส้มสายน้ำผึ้ง						
JS Toomtam	ส้มสายน้ำผึ้ง						
PSL ChalalaiClassic	ส้มสายน้ำผึ้ง						

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์ส้มพันธุ์สายน้ำผึ้งในปัจจุบัน (ต่อ)

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์	ผลสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์								
3. รูปแบบของตัวอักษรและข้อความบนบรรจุภัณฑ์ (ต่อ)	ข. แสดงถึงผลิตภัณฑ์ที่บรรจุอยู่ภายในบรรจุภัณฑ์ - “ส้มสายน้ำผึ้ง” เพื่อบ่งบอกว่าผลผลิตที่บรรจุอยู่ภายในเป็นส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง - “ส้มสด ส้มคัดคุณภาพ” เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในเรื่องความสด และคุณภาพของส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง ที่ผู้บริโภคได้รับจากการเลือกซื้อ								
4. สีสันและความน่าสนใจของบรรจุภัณฑ์	สีของบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ จะใช้สีหลัก 4 สี คือ สีส้ม สีแดง สีเหลือง และสีเขียว แต่ในบางตัวอย่างจะมีการใช้คู่สีตรงกันข้าม เช่น สีน้ำเงินหรือสีฟ้าคู่กับสีส้มหรือสีเหลือง เนื่องจากคู่สีที่ตรงกันข้าม จะกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความสนใจในตัวบรรจุภัณฑ์มากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะสีส้มซึ่งเป็นสีหลักที่สามารถสื่อถึงผลส้มที่อยู่ภายในบรรจุภัณฑ์ได้เป็นอย่างดี <u>ตัวอย่างสีหลัก</u> <table><tr><th>สีส้ม</th><th>สีแดง</th><th>สีเหลือง</th><th>สีเขียว</th></tr><tr><td>45%</td><td>40%</td><td>10%</td><td>5%</td></tr></table>	สีส้ม	สีแดง	สีเหลือง	สีเขียว	45%	40%	10%	5%
สีส้ม	สีแดง	สีเหลือง	สีเขียว						
45%	40%	10%	5%						

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์ส้มพันธุ์สายน้ำผึ้งในปัจจุบัน (ต่อ)

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์	ผลสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์
5. ความสะดวกในการใช้งาน	บรรจุภัณฑ์แบบเดิมมีขนาดที่พอเหมาะ และมีหลายรูปแบบให้เลือกใช้ตามขนาดที่ต้องการ ในบางรูปแบบมีการเจาะช่องหรือหูหิ้วให้สามารถจับถือได้สะดวกมากยิ่งขึ้น และสามารถพับเก็บในส่วนที่เป็นหูหิ้วเพื่อความสะดวกในการเรียงซ้อนได้เป็นอย่างดี
6. ปริมาณและน้ำหนักที่นิยมซื้อหาไปเป็นของฝาก	ขนาดที่ผู้บริโภคนิยมซื้อเพื่อเป็นของฝากมีอยู่ 3 ขนาด คือ ก. ขนาด 3 กิโลกรัม บรรจุผลส้มได้ประมาณ 24 ผล ข. ขนาด 4 กิโลกรัม บรรจุผลส้มได้ประมาณ 30 ผล ค. ขนาด 5 กิโลกรัม บรรจุผลส้มได้ประมาณ 40 ผล โดยขนาดที่ผู้บริโภคนิยมซื้อมากที่สุดคือ ขนาด 3 กิโลกรัม ซึ่งมีรูปแบบเป็นกล่องไค้ทที่มีหูหิ้ว และขนาด 4 กิโลกรัม ที่เป็นกล่องฝาคกรอบซึ่งมีการเจาะช่องด้านข้างไว้เพื่อความสะดวกในการจับถือและใช้ระบายอากาศ  ขนาด 3 กิโลกรัม  ขนาด 4 กิโลกรัม
7. ราคาของบรรจุภัณฑ์	ราคาจะขึ้นอยู่กับขนาด รูปแบบของบรรจุภัณฑ์ จำนวนที่พิมพ์ และระบบการพิมพ์ หากพิมพ์โดยใช้ระบบเฟล็กโซกราฟี จะมีต้นทุนการผลิตต่ำกว่าระบบออฟเซตปะลอนลูกฟูก ซึ่งราคามีตั้งแต่ 15 บาท จนถึง 35 บาท /กล่อง <u>พิมพ์โดยระบบเฟล็กโซกราฟี</u> จากจำนวนพิมพ์ 10,000 กล่อง ก. ขนาด 3 กิโลกรัม มีราคาประมาณ 15 บาท/กล่อง ข. ขนาด 4 กิโลกรัม มีราคาประมาณ 25 บาท/กล่อง

ตารางที่ 4.5 ผลการวิเคราะห์ความต้องการรูปแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สู่สายน้ำผึ้งในปัจจุบัน (ต่อ)

ลักษณะของบรรจุภัณฑ์	ผลสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์
7. ราคาของบรรจุภัณฑ์	<u>พิมพ์โดยระบบออฟเซตปะลอนลูกฟูก</u> จากจำนวนพิมพ์ 10,000 กล่อง ก. ขนาด 3 กิโลกรัม มีราคาประมาณ 20-22 บาท/กล่อง ข. ขนาด 4 กิโลกรัม มีราคาประมาณ 35 บาท/กล่อง
8. กระดาษและระบบการพิมพ์	ปัจจุบันบรรจุภัณฑ์ส่วนใหญ่ที่ใช้บรรจุส้มพันธุ์สายน้ำผึ้งเพื่อเป็นของฝาก นิยมใช้กล่องกระดาษลูกฟูก เนื่องจากเป็นวัสดุที่มีคุณสมบัติในการรองรับน้ำหนัก แรงกระแทก และแรงกดทับได้ดีกว่าวัสดุประเภทอื่น อีกทั้งมีราคาที่ไม่สูงมาก โดยนิยมพิมพ์ลงบนกล่องกระดาษลูกฟูกโดยใช้ระบบการพิมพ์ 2 แบบ โดยการพิมพ์แบบแรกใช้ระบบเฟล็กโซกราฟี ซึ่งมีข้อดีในเรื่องของตัวหมึกที่ใช้เป็นหมึกพิมพ์เชื่อน้ำ จึงไม่ก่อให้เกิดปัญหาในเรื่องมลพิษในภายหลังได้ หากแต่ภาพที่ได้จากการพิมพ์โดยระบบนี้จะไม่ค่อยมีความละเอียดมากนัก สีสันทึบไม่ค่อยสดใส อีกทั้งมีปัญหาในเรื่องของการกันความชื้นหรือทนนน้ำได้ไม่ดี ส่วนการพิมพ์อีกระบบเป็นการพิมพ์โดยระบบออฟเซตแล้วนำไปปะบนลอนลูกฟูก ซึ่งภาพที่ได้จะมีความสวยงามมากกว่า และกล่องจะมีความทนทานต่อความชื้นมากกว่าการพิมพ์โดยระบบเฟล็กโซกราฟี

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

4.4.3 รูปแบบและลักษณะที่สื่อถึงเอกลักษณ์ท้องถิ่นของจังหวัดเชียงใหม่

ผลจากการวิเคราะห์แบบสอบถามชุดแรก จำนวน 205 ชุด สามารถสรุปรูปแบบ และลักษณะที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ดังแสดงในตารางที่ 4.6

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์เอกลักษณ์จังหวัดเชียงใหม่เพื่อใช้ในการออกแบบ

รูปแบบและลักษณะ	ผลสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์
1. สี	กลุ่มสีต่างๆ ที่นำมาใช้เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม ใหญ่ๆ คือ ก. กลุ่มสีโทนร้อน ได้แก่ สีน้ำตาลแดง สีแดง สีส้ม สีเหลือง ซึ่งคิดเป็น 80% ของสีที่มีการนำมาใช้ทั้งหมด โดยเฉพาะสี น้ำตาลอมแดง จะเป็นสีที่นิยมนำมาใช้เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่มากที่สุด  ข. กลุ่มสีโทนเย็น ได้แก่ สีน้ำเงิน สีเขียว สีเทา สีเหลืองอ่อน ซึ่งคิดเป็น 20% ของสีที่มีการนำมาใช้ทั้งหมด ส่วนใหญ่จะนำมาใช้เพื่อสื่อในเรื่องของธรรมชาติ 
2. รูปภาพและลวดลาย	ลวดลายที่สามารถสื่อได้ถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 กลุ่ม ใหญ่ๆ คือ ก. บุคคลสำคัญ ได้แก่ ครูบาศรีวิชัย พญามังราย พระยาท้าวละ เจ้าดารารัศมี เป็นต้น ข. สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ได้แก่ พระธาตุดอยสุเทพ อนุสาวรีย์ครูบาศรีวิชัย อนุสาวรีย์สามกษัตริย์ พระพุทธสิหิงส์ แจ่งเมือง ประตุมือง เป็นต้น

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์เอกลักษณ์จังหวัดเชียงใหม่เพื่อใช้ในการออกแบบ (ต่อ)

ลักษณะ	ผลสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์
2. รูปภาพและลวดลาย (ต่อ)	ค. ศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ - เรือนกาแล ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่มีผู้นิยมนำมาใช้เพื่อสื่อออกมาในรูปแบบของสัญลักษณ์ต่างๆ เป็นจำนวนมาก - หม้อดอกปทุมฉลุ เป็นหม้อไหดอกสำหรับบูชาพระเป็นจากตัวหม้อจะมีเถาไม้เลื้อย ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ และชีวิตที่งอกงาม - ลวดลายต่างๆ ที่ประดับบนฝาผนังภายในโบสถ์หรือวิหาร ภาพเขียนฝาผนัง ลายปูนปั้น ลวดลายแกะสลัก ที่มีการดัดแปลงให้มีความเหมาะสมและเกี่ยวเนื่องในทางศาสนา ซึ่งสื่อออกมาในรูปของสื่อสัญลักษณ์ รวมไปถึงลวดลายจากธรรมชาติ เช่น ลวดลายของดอกไม้ นิยมนำมาประดับเพื่อให้เกิดความสวยงาม หรือแสดงออกถึงความเคารพ อ่อนน้อม เป็นต้น - ภาพคนเมือง ที่มีให้เห็นตามภาพเขียนฝาผนัง ซึ่งสามารถบอกเล่าเรื่องราวชีวิต สภาพความเป็นอยู่ การประกอบอาชีพหรือการทำกิจกรรมต่างๆ ในแต่ละยุคสมัย รวมถึงบุคลิกลักษณะ ท่าทาง การแต่งกาย ของคนเมืองสมัยก่อน ซึ่งมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นได้เป็นอย่างดี - ขันโตก หรือ โตก เป็นภาชนะสำหรับวางรองสำหรับอาหาร นิยมใช้ในการต้อนรับเลี้ยงคนสำคัญ และเป็นวัฒนธรรมในการรับประทานอาหารแบบหนึ่งของชาวเหนือ - ตุ้ง เป็นธงแขวนแบบหนึ่งในศิลปะล้านนา เป็นสัญลักษณ์ของความกล้าหาญ เกียรติยศ ศักดิ์ศรี ตุ้งถูกประดิษฐ์ขึ้นเพื่อเป็นพุทธบูชา คือ บูชาพระพุทธรูป พระธรรม พระสงฆ์ นอกจากนี้ยังใช้เป็นเครื่องสักการะเพื่อใช้ในการประกอบ

ตารางที่ 4.6 ผลการวิเคราะห์เอกลักษณ์จังหวัดเชียงใหม่เพื่อใช้ในการออกแบบ (ต่อ)

ลักษณะ	ผลสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์
2. รูปภาพและลวดลาย (ต่อ)	พิธีกรรมต่างๆ หรืองานเทศกาลเฉลิมฉลอง - โคม เป็นเหมือนตะเกียงเพื่อจุดไฟให้แสงสว่าง แต่เดิมเชื่อว่าการจุดโคมตอนกลางคืนนั้นจะเป็นการบูชาเทวดาที่ช่วยดูแลรักษาบ้าน ง. เอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ได้แก่ ช้าง ดอกเอื้อง - ช้าง เป็นสัตว์สัญลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ - ดอกเอื้อง เป็นดอกไม้ที่ผู้หญิงเชียงใหม่นิยมนำมาเสียบมวยผม และถือว่าเป็นเอกลักษณ์ของผู้หญิงเชียงใหม่
3. ตัวอักษร	รูปแบบของตัวอักษรที่นิยมจะใช้ตัวอักษรที่เรียกว่าตัวเมือง ซึ่งเป็นตัวอักษรที่มีการดัดแปลงมาจากตัวอักษรธรรมล้านนา อักษรฝักขาม อักษรไทยเทศ โดยแบ่งออกได้เป็น 2 ลักษณะใหญ่ๆ คือ ก. ตัวอักษรที่มีลักษณะตัวเหลี่ยม มีหยัก มีเชิง เช่น ฟอนต์ Cr-Borarn , Cr-Fakkharm เป็นต้น เชียงใหม่ เวียงใหม่ ข. ตัวอักษรที่โค้ง และกลมมน เช่น ฟอนต์ Cr-Father , Cr-Insom เป็นต้น เจ็ดบดใบงั่ว เจ็ดบดใบงั่ว

4.5 ผลการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง

ผลการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง ทั้ง 3 แบบ โดยใช้โปรแกรม 3D Max studio แสดงดังภาพที่ 4.7-4.9



ภาพที่ 4.7 ดัชนีแบบสามมิติของบรรจุภัณฑ์ส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 1



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

ภาพที่ 4.8 ดัชนีแบบสามมิติของบรรจุภัณฑ์ส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 2

ภาพที่ 4.9 ต้นแบบตามมติของบรรจุกณ์ที่สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 3

4.6 ผลการวิเคราะห์ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง

ผลการประเมินโดยการวิเคราะห์จากแบบสอบถามชุดที่สอง จำนวน 9 ชุด สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 4.7-4.9

ตารางที่ 4.7 ผลการประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 1

บรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 1	ความคิดเห็นต่อการออกแบบ อยู่ในเกณฑ์ค่าเฉลี่ย
1. ความเหมาะสมของลักษณะ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ดี
2. ความเหมาะสมของลักษณะลวดลายบนบรรจุภัณฑ์	ดีมาก
3. ความเหมาะสมของสีที่ใช้	ดี
4. ความน่าสนใจและความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	ดี
5. การสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่	ดีมาก
6. ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานในปัจจุบัน	ดีมาก

ตารางที่ 4.8 ผลการประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 2

บรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 2	ความคิดเห็นต่อการออกแบบ อยู่ในเกณฑ์ค่าเฉลี่ย
1. ความเหมาะสมของลักษณะ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ดี
2. ความเหมาะสมของลักษณะลวดลายบนบรรจุภัณฑ์	ดี
3. ความเหมาะสมของสีที่ใช้	ดี
4. ความน่าสนใจและความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	ดี
5. การสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่	ดี
6. ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานในปัจจุบัน	ดี

ตารางที่ 4.9 ผลการประเมินต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 3

บรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 3	ความคิดเห็นต่อการออกแบบ อยู่ในเกณฑ์ค่าเฉลี่ย
1. ความเหมาะสมของลักษณะ โครงสร้างบรรจุภัณฑ์	ดี
2. ความเหมาะสมของลักษณะลวดลายบนบรรจุภัณฑ์	ดี
3. ความเหมาะสมของสีที่ใช้	ดีมาก
4. ความน่าสนใจและความสวยงามของรูปแบบโดยรวม	ดี
5. การสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่	ดี
6. ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้งานในปัจจุบัน	ดี

4.7 สรุปผลการออกแบบต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง

ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่ทำการออกแบบมีทั้งหมด 3 แบบ ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้ คือ

4.7.1 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้งแบบที่ 1 ดังภาพที่ 4.10-4.12

- 1) ขนาดของบรรจุภัณฑ์ กว้าง × ยาว × สูง คือ 135 × 270 × 175 มิลลิเมตร
- 2) หนักรวมของบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ คือ 3 กิโลกรัม
- 3) ราคาของบรรจุภัณฑ์ 20 บาท/กล่อง (คิดจากจำนวนพิมพ์ขั้นต่ำ 10,000 กล่อง)
- 4) กลุ่มเป้าหมาย เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการซื้อเพื่อเป็นของฝาก ซึ่งมีรูปแบบที่สื่อเป็นทางการ มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป ที่ต้องการเห็นถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่เด่นชัด

5) แนวคิดในการออกแบบ เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ในรูปแบบของสิ่งที่เป็นที่สักการบูชาและเป็นสัญลักษณ์ของเชียงใหม่ซึ่งเป็นที่รู้จักแก่คนทั่วไป

ก. รูปภาพที่ใช้ ได้แก่ พระธาตุคอกยสุเทพ อนุสาวรีย์สามกษัตริย์ ช้าง หม้อดอกปทุมฉะ ลายเครือเถา และลวดลายดอกไม้ที่นำมาดัดแปลง เช่น ลายประจำยาม เป็นต้น

- ด้านหน้าประกอบด้วยภาพช้างที่อยู่ด้านซ้ายของภาพ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ รวมทั้งลวดลายเครือเถาและลายประจำยาม ซึ่งเป็นลวดลายโบราณที่นำมาจากวิหารลายคำ วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร

- ด้านหลังประกอบด้วยภาพพระธาตุคอกยสุเทพ ซึ่งเป็นสิ่งที่เคารพสักการะของชาวเชียงใหม่ ที่ตั้งอยู่ด้านขวาของภาพบนแนวภูเขาสูง รวมทั้งลวดลายเครือเถาและลายประจำยาม ซึ่งเป็นลวดลายโบราณที่นำมาจากวิหารลายคำ วัดพระสิงห์วรมหาวิหาร

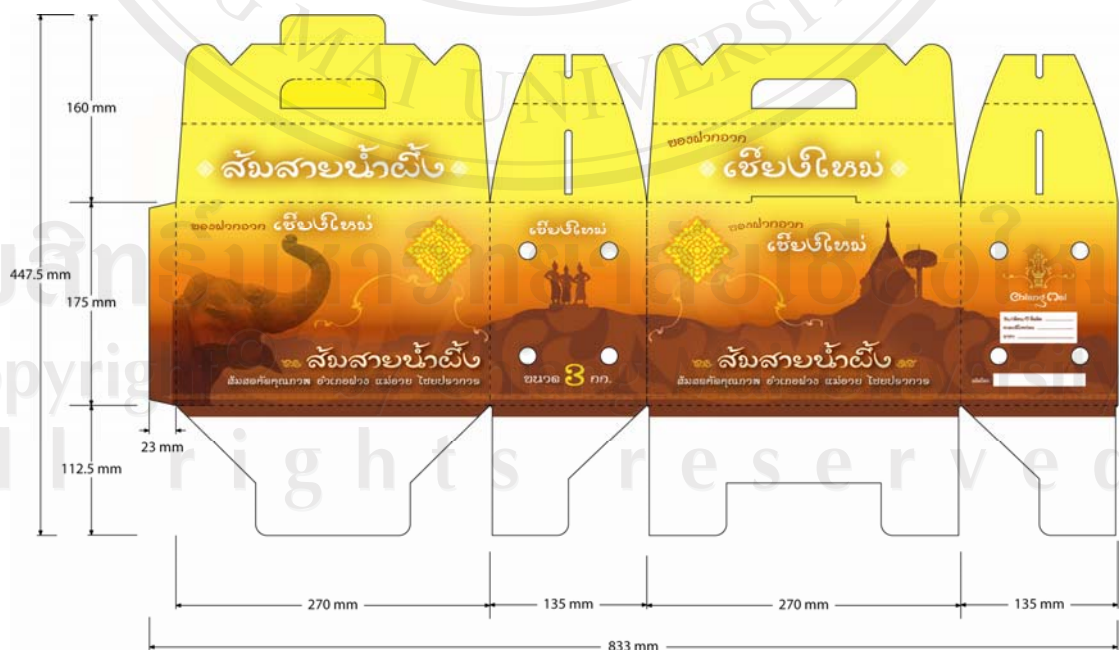
- ด้านข้างด้านแรกเป็นภาพอนุสาวรีย์สามกษัตริย์ เป็นอนุสาวรีย์ที่สร้างขึ้นเป็นอนุสรณ์เพื่อระลึกถึงผู้สร้างเมืองเชียงใหม่ ประกอบด้วย พ่อขุนเม็งราย พ่อขุนรามคำแหง และพญางำเมือง ที่ตั้งอยู่ด้านกลางภาพบนแนวภูเขาสูง

- ด้านข้างด้านที่สองเป็นภาพหม้อดอกปทุมฉลุ ซึ่งเป็นหม้อไหดอกสำหรับบูชาพระเป็นจากตัวหม้อจะมีเถาไม้เถื้อย ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ของความอุดมสมบูรณ์ และชีวิตที่งอกงาม

ข. สีสันโดยรวมของภาพ ได้ใช้สีน้ำตาล สีส้ม และสีเหลืองเป็นหลัก

ค. ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรที่มีลักษณะโค้งมนเป็นตัวหลัก ซึ่งได้ระบุข้อความไว้ดังนี้

- ของฝาก...จากเชียงใหม่ เพื่อแสดงว่าเป็นของฝากที่ซื้อจากเชียงใหม่
- ส้มสายน้ำผึ้ง เพื่อบ่งบอกว่าของฝากกล่องนี้เป็นส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง
- ส้มสดคัดคุณภาพ อำเภอฝาง แม่ฮาด ไชยปราการ เพื่อแสดงถึงค่านาเชื่อถือในเรื่องคุณภาพ และแหล่งที่ปลูกส้มพันธุ์สายน้ำผึ้งในหลายอำเภอ ของจังหวัดเชียงใหม่
- ขนาด 3 กิโลกรัม เพื่อแสดงน้ำหนักโดยประมาณเมื่อบรรจุผลส้มเต็มกล่อง
- วัน/เดือน/ปี ที่ผลิต ควรบริโภคก่อน ราคา และผู้ผลิต ได้ทำเป็นช่องเพื่อเว้นที่ว่างให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายใส่รายละเอียดที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 4.10 ภาพคลีบรรจุก้อนส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 1



ภาพที่ 4.11 ภาพแสดงรายละเอียดด้านหน้าและด้านหลังบรรจุภัณฑ์ส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 1

Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved



ภาพที่ 4.12 ภาพแสดงรายละเอียดด้านหลังและด้านข้างบรรจุภัณฑ์ส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 1

4.7.2 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธุ์สายน้ำผึ้งแบบที่ 2 ดังภาพที่ 4.13-4.15

- 1) ขนาดของบรรจุภัณฑ์ กว้าง × ยาว × สูง คือ 135 × 270 × 175 มิลลิเมตร
- 2) หนักรวมของบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ คือ 3 กิโลกรัม
- 3) ราคาของบรรจุภัณฑ์ 22 บาท/กล่อง (คิดจากจำนวนพิมพ์ขั้นต่ำ 10,000 กล่อง)
- 4) กลุ่มเป้าหมาย เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการซื้อเพื่อเป็นของฝาก ซึ่งมีรูปแบบที่สื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ในด้านของศิลปวัฒนธรรม มีอายุตั้งแต่ 30 ปีขึ้นไป รวมถึงกลุ่มผู้ประกอบการที่ต้องการโชว์ผลสัมฤทธิ์ภายในกล่องให้เห็นได้อย่างชัดเจน
- 5) แนวคิดในการออกแบบ เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ ในรูปแบบของสิ่งที่เป็นศิลปวัฒนธรรมของเชียงใหม่

ก. รูปภาพที่ใช้ ได้แก่ ภาพผู้หญิงคนเมือง มือ เรือนกาแล และลวดลายดอกไม้ที่นำมาดัดแปลง เช่น ลายดอกพุดตาน เป็นต้น

- ด้านหน้าประกอบด้วยภาพมือที่อยู่ด้านเอียงไปทางขวาของภาพ ซึ่งมีการเจาะหน้าต่างเป็นช่องวงกลม เพื่อโชว์ให้เห็นผลสัมฤทธิ์ภายในกล่องให้เห็นชัดเจน เหมือนมือของหญิงสาวที่กำลังประคองนมสัม รวมทั้งพื้นภาพที่ใช้ลวดลายของดอกไม้ คือ ลายดอกพุดตาน เพื่อแสดงให้เห็นถึงความอ่อนหวาน สวยงาม และดูกลมกลืนกับองค์ประกอบภาพในส่วนอื่น
- ด้านหลังประกอบด้วยภาพผู้หญิงคนเมืองเกล้ามวยผม และติดผมด้วยดอกไม้ ซึ่งดอกไม้ที่เป็นเอกลักษณ์ของผู้หญิงเชียงใหม่
- ด้านข้างทั้งสองด้านใช้ภาพหม้อดอกปทุมมา ซึ่งเป็นหม้อไหดอกสำหรับบูชาพระเป็นจากตัวหม้อจะมีเถาวัลย์เลื้อย แสดงถึงความอุดมสมบูรณ์ และชีวิตที่งอกงาม
- ด้านบนฝากล่องประกอบด้วยภาพหลังคาเรือนกาแล และกาแล ซึ่งเป็นเอกลักษณ์ที่โดดเด่นทางด้านสถาปัตยกรรมในด้านที่พักอาศัยของชาวล้านนา

ข. สีสันโดยรวมของภาพ ใช้สีส้ม สีเหลือง และสีน้ำตาล เป็นหลัก

ค. ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรที่มีลักษณะโค้งมนเป็นตัวหลัก ซึ่งได้ระบุข้อความไว้ดังนี้

- ของฝาก...จากเชียงใหม่ เพื่อแสดงว่าเป็นของฝากที่ซื้อจากเชียงใหม่
- สัมสายน้ำผึ้ง เพื่อบ่งบอกว่าของฝากกล่องนี้เป็นสัมพันธุ์สายน้ำผึ้ง
- สัมสายน้ำผึ้งเชียงใหม่ เพื่อบ่งบอกว่าสัมพันธุ์สายน้ำผึ้งที่ปลูกในจังหวัดเชียงใหม่

- สัมสดคัดคุณภาพ อำเภอฝาง แม่อาข่า ไชยปราการ เพื่อแสดงถึงความน่าเชื่อถือในเรื่องคุณภาพ และแหล่งที่ปลูกสัมพันธุ์สายน้ำผึ้งในหลายอำเภอ ของจังหวัดเชียงใหม่

- ขนาด 3 กิโลกรัม เพื่อแสดงน้ำหนักโดยประมาณเมื่อบรรจุผลส้มเต็มกล่อง
- วัน/เดือน/ปี ที่ผลิต ควรบริโภคก่อน ราคา และผู้ผลิต ได้ทำเป็นช่องเพื่อเว้นที่ว่างให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายใส่รายละเอียดที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 4.13 ภาพคลีบบรรจุภัณฑ์ส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 2



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
 ภาพที่ 4.14 ภาพแสดงรายละเอียดด้านหน้าและด้านข้างบรรจุภัณฑ์สัมพันธู์สายบัวฝ้าย แบบที่ 2
 Copyright© by Chiang Mai University
 All rights reserved



ภาพที่ 4.15 ภาพแสดงรายละเอียดด้านหลังและด้านข้างบรรจุภัณฑ์ส้มพันธุ์สายบัวฝิ่ง แบบที่ 2

4.7.3 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ส้มพันธุ์สายบัวฝิ่งแบบที่ 3 ดังภาพที่ 4.16-4.19

- 1) ขนาดของบรรจุภัณฑ์ กว้าง × ยาว × สูง คือ 235 × 386 × 128 มิลลิเมตร
- 2) หนักรวมของบรรจุภัณฑ์และผลิตภัณฑ์ คือ 4 กิโลกรัม บรรจุ 30 ผล
- 3) ราคาของบรรจุภัณฑ์ 35 บาท/กล่อง (คิดจากจำนวนพิมพ์ขึ้นต่ำ 10,000 กล่อง)
- 4) กลุ่มเป้าหมาย เหมาะสำหรับผู้บริโภคที่ต้องการซื้อเพื่อเป็นของฝาก ซึ่งมีอายุตั้งแต่ 25-35 ปีขึ้นไป ที่ไม่ต้องการเน้นในเรื่องภาพลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์ที่ดูเป็นเอกลักษณ์ของเชียงใหม่มากเกินไป แต่ต้องการเน้นในเรื่องความสดใส ความร่าเริง สนุกสนาน เป็นมิตร และ

5) แนวคิดในการออกแบบ เพื่อสื่อถึงสัมพันธ์สายน้ำผึ้งของจังหวัดเชียงใหม่ ในรูปแบบของความสดใส สนุกสนาน

ก. รูปภาพที่ใช้ ได้แก่ ภาพผลส้มที่ดัดแปลงเป็นตัวการ์ตูน ภาพผลส้มจริง และภาพดอกส้มที่ดัดแปลงเป็นลวดลายกราฟิก

- ด้านบนประกอบด้วยภาพผลส้มที่ดัดแปลงเป็นตัวการ์ตูน ที่แสดงท่าทางร่าเริง สนุกสนาน และเป็นมิตร โดยถือป้ายที่มีตัวอักษรว่าเชียงใหม่ ซึ่งบ่งบอกว่าส้มสายน้ำผึ้งของจังหวัดเชียงใหม่ยินดีต้อนรับนักท่องเที่ยวที่มาเที่ยวจังหวัดเชียงใหม่ทุกคน รวมทั้งใช้ภาพดอกส้มที่ดัดแปลงเป็นลวดลายกราฟิก เพื่อให้ภาพดูสดใสมากยิ่งขึ้น

- ด้านข้าง (ด้านยาว) ซึ่งมีการระบายละเอียดในเรื่องแหล่งที่ผลิตส้มใช้ภาพผลส้มที่ดัดแปลงเป็นตัวการ์ตูนเหมือนกับด้านบนของกล่อง แต่ย่อขนาดให้เล็กลง รวมทั้งใช้ภาพดอกส้มที่ดัดแปลงเป็นลวดลายกราฟิก เพื่อให้ภาพดูสดใสมากยิ่งขึ้น

- ด้านข้าง (ด้านกว้าง) ซึ่งมีการระบายละเอียดด้านปริมาณการบรรจุและน้ำหนัก ได้ใช้ภาพดอกส้มที่ดัดแปลงเป็นลวดลายกราฟิก เพื่อให้ภาพดูสดใส และเป็นลวดลายเดียวกันทั้งกล่อง

- ตัวกล่องทั้งหมดใช้ภาพผลส้มจริงวางเป็นพื้นด้านหลัง เพราะภาพผลส้มทำให้กล่องมีสีสันที่สดใส ดูน่าสนใจมากยิ่งขึ้น

ข. สีเส้นโดยรวมของภาพ ใช้สีส้ม สีเหลือง สีนํ้าตาล และสีเขียว เป็นหลัก

ค. ตัวอักษร ใช้ตัวอักษรที่มีลักษณะโค้งมนเป็นตัวหลัก ซึ่งได้ระบุข้อความไว้ดังนี้

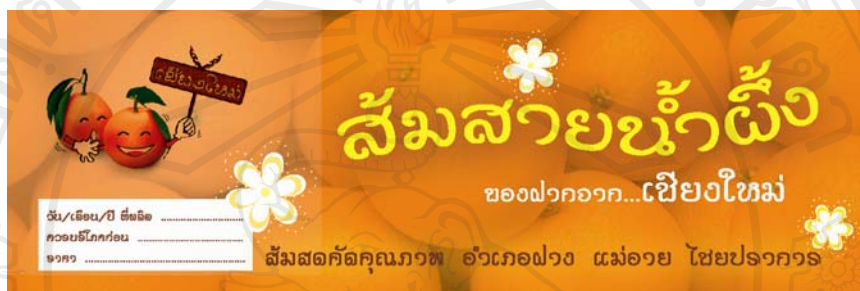
- ของฝาก...จากเชียงใหม่ เพื่อแสดงว่าเป็นของฝากที่ซื้อจากเชียงใหม่
- ส้มสายน้ำผึ้ง เพื่อบ่งบอกว่าของฝากกล่องนี้เป็นส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง
- ส้มสดคัดคุณภาพ อำเภอฝาง แม่อาขย ไซยปรากกร เพื่อแสดงถึงความน่าเชื่อถือในเรื่องคุณภาพ และแหล่งที่ปลูกส้มพันธุ์สายน้ำผึ้งในหลายอำเภอ ของจังหวัดเชียงใหม่
- บรรจุ 30 ผล และน้ำหนัก 4 กิโลกรัม เพื่อแสดงปริมาณของผลส้มที่บรรจุภายในกล่องทั้งหมด และน้ำหนักโดยประมาณเมื่อบรรจุผลส้มเต็มกล่อง
- วัน/เดือน/ปี ที่ผลิต ควรบริโภคก่อน ราคา และผู้ผลิต ได้ทำเป็นช่องเพื่อเว้นที่ว่างให้ผู้ผลิตหรือผู้จำหน่ายใส่รายละเอียดที่เกี่ยวข้อง



ภาพที่ 4.16 ภาพคลีบรรจุกันท์ส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 3



ภาพที่ 4.17 ภาพแสดงรายละเอียดด้านบนของบรรจุกันท์ส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 3



ภาพที่ 4.18 ภาพแสดงรายละเอียดด้านข้าง (ด้านยาว) บรรจุภัณฑ์ส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 3



ภาพที่ 4.19 ภาพแสดงรายละเอียดด้านข้าง (ด้านกว้าง) บรรจุภัณฑ์ส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 3

จากต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้งทั้ง 3 แบบ สามารถสรุปเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่เหมาะสมกับความต้องการที่ผู้บริโภคพึงพอใจ สำหรับบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง เพื่อเป็นของฝากจากจังหวัดเชียงใหม่ในปัจจุบัน ได้ดังตารางที่ 4.10

ตารางที่ 4.10 เอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง

ลักษณะ	ผลสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์
1. สี	กลุ่มสีที่นำมาใช้เพื่อสื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ที่เหมาะสมกับบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง คือ กลุ่มสีโทนร้อน ได้แก่ สีส้ม สีเหลือง และสีน้ำตาลแดง ซึ่งสีที่ปริมาณการใช้มากที่สุด คือ สีส้มคิดเป็น 80% ของพื้นที่บรรจุภัณฑ์ทั้งหมด เนื่องจากสีส้มสามารถสื่อถึงตัวผลิตภัณฑ์หรือผลสัมพันธ์สายน้ำผึ้งได้ดีที่สุด  นอกจากนั้นมีการนำสีอื่นเข้ามาประกอบในบางส่วนเพื่อให้บรรจุภัณฑ์สัมพันธ์มีสีสันที่ดูน่าสนใจเพิ่มมากขึ้น ได้แก่ สีเขียว สีแดง และสีน้ำเงิน 
2. รูปภาพและลวดลาย	ลวดลายที่นำมาใช้สื่อถึงเอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่แบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ ก. บุคคลสำคัญ ได้แก่ ครูบาศรีวิชัย ข. สิ่งศักดิ์สิทธิ์ ได้แก่ พระธาตุคอกยสุเทพ อนุสาวรีย์สามกษัตริย์

ตารางที่ 4.10 เอกลักษณ์ของจังหวัดเชียงใหม่ สำหรับบรรจุภัณฑ์สัมพันธู์สายน้ำผึ้ง (ต่อ)

ลักษณะ	ผลสรุปที่ได้จากการวิเคราะห์
2. รูปภาพและลวดลาย (ต่อ)	ค. ศิลปวัฒนธรรม ได้แก่ เรือนกาแล กาแล ภาพคนเมือง ลวดลายจิตรกรรมฝาผนัง เช่น ลายหม้อดอกปทุมฉลุ ลายเครือเถาวัลย์ ลายประจักษ์ยาม ลายดอกพุดตาน ง. อื่นๆ ได้แก่ ช้าง ดอกเอื้อง
3. ตัวอักษร	ตัวอักษรที่ใช้เป็นตัวอักษรที่เรียกว่าตัวเมือง ซึ่งเป็นตัวอักษรที่ ดัดแปลงมาจากตัวอักษรธรรมล้านนา อักษรฝักขาม อักษรไทย เทศ โดยเน้นตัวอักษรที่ดูโค้ง กลมมน และใช้ตัวอักษรที่มี ลักษณะตัวเหลี่ยม มีหยัก มีเชิง เป็นตัวอักษรรอง

4.8 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธู์สายน้ำผึ้ง



ภาพที่ 4.20 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธู์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 1



ภาพที่ 4.20 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 1 (ต่อ)



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved

ภาพที่ 4.21 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธู์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 2



ภาพที่ 4.21 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์ส้มพันธุ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 2 (ต่อ)



ภาพที่ 4.22 ต้นแบบบรรจุภัณฑ์สัมพันธ์สายน้ำผึ้ง แบบที่ 3

เอกสารและตัวอย่างงานได้จัดทำเพื่อประกอบการนำเสนอ โดยใช้โปรแกรม Microsoft Office PowerPoint 2003 ดังภาพที่ 4.23 เพื่อเสนอผลงานและกระบวนการทำงานทั้งหมด พร้อมต้นแบบบรรจุภัณฑ์ที่ได้ทำการพัฒนาแล้วทั้ง 3 แบบ เพื่อนำเสนอแก่สาธารณชนและผู้สนใจต่อไป

